

doi: 12 3969/j issn 1672-0598 2009. 06. 010

有关全球价值链理论的研究综述*

陈柳钦

(天津社会科学院 城市经济研究所,天津 300191)

[摘要] 全球价值链各个环节在空间上的分离、重组和正常运行等是在生产者或者采购者的推动下完成。随着国际分工的进一步细化,价值链也变得更加复杂,内部环节不断增加。这时要想通过提高价值链中的单个环节的效率从而提升整个价值链的收益变得很有限,因此需要系统性地协调价值链中各个环节的活动,从而使整个价值链具有竞争力。

[关键词] 价值链;全球价值链;治理模式;产业升级

[中图分类号] F27 [文献标志码] A [文章编号] 1672 - 0598 (2009) 05 - 0055 - 11

一、全球价值链概念的形成

(一) 价值链 (Value Chain)

20世纪80年代以来,众多学者相继提出价值链理论。1985年哈佛商学院教授迈克尔·波特(Michael Porter)在《竞争优势》(Competitive Advantage)一书指出:“每一个企业都是在设计、生产、销售、发送和辅助其产品的过程中进行种种活动的集合体。所有这些活动可以用一个价值链来表明。企业的价值创造是通过一系列活动构成的,这些活动可分为基本活动和辅助活动两类,基本活动包括内部后勤、生产作业、外部后勤、市场和销售、服务等;而辅助活动则包括采购、技术开发、人力资源管理和企业基础设施等。这些互不相同但又相互关联的生产经营活动,构成了一个创造价值的动态过程,即价值链。价值链管理强调企业应该从总成本的角度考察企业的经营效果,而不是片面追求单项业务活动的优化,通过对价值链各个环节加以协调,增强整个企业的业绩水平。波特分析了一般企业的价值链构成,提出了基本的价值链结构模式(如图1所示)。

在《竞争优势》中,波特还突破企业的界限,将视角扩展到不同企业之间的经济交往,提出了价值系统(value system)概念,这是全球价值链概念的基础。在价值链的组成中,供应商具有创造和发送

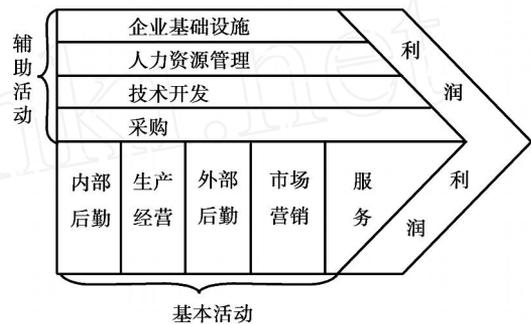


图1 企业活动价值链示意图

用于企业价值链之中外购投入的价值链,即上游价值。许多产品在到达顾客手里之前需要通过销售渠道的价值链,即渠道价值。企业的产品最终会成为其买方价值链的一部分,即顾客价值。这样,从上游价值到买方价值形成一个完整的价值系统。波特的“价值链理论揭示,企业与企业的竞争,不只是某个环节的竞争,而是整个价值链的竞争,而整个价值链的综合竞争力决定企业的竞争力。用波特的话来说:“消费者心目中的价值由一连串企业内部物质与技术上的具体活动与利润所构成,当你和其他企业竞争时,其实是内部多项活动在进行竞争,而不是某一项活动的竞争。”

(二) 价值增加链 (Value-added Chain)

科洛特 (Kogut, 1985)在《设计全球战略:比较

* [收稿日期] 2009 - 07 - 27

[作者简介] 陈柳钦 (1969 -),男,湖南邵东人,教授,在天津社会科学院城市经济研究所工作,主要从事产业经济、城市与区域经济研究。

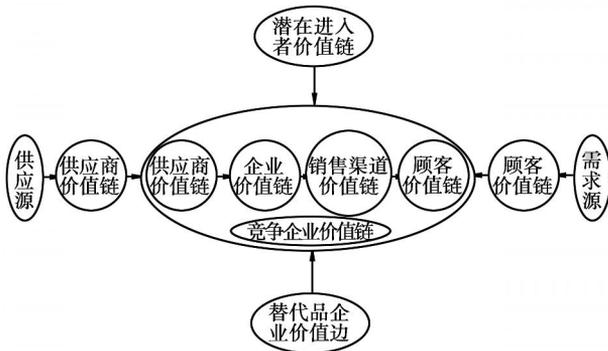


图 2 价值链系统

与竞争的增值链》中用价值增值链来分析国际战略优势。科洛特认为：“价值链基本上就是技术与原料和劳动融合在一起形成各种投入环节的过程，然后通过组装把这些环节结合起来形成最终商品，最后通过市场交易、消费等最终完成价值循环过程”，“在这一价值不断增值的链条上，单个企业或许仅仅参与了某一环节，或者企业将整个价值增值过程都纳入了企业等级制的体系中”。科洛特还认为，国际商业战略的设定形式实际上是国家的比较优势和企业的竞争能力相互作用的结果。当国家的比较优势决定了整个价值链各个环节在国家或地区之间如何配置的时候，企业的竞争能力就决定了企业应该在价值链上的哪个环节和技术层面上倾其所有，以便确保竞争优势。他也把价值增加链表述为一个过程：即厂商把技术同投入的原料和劳动结合起来生产产品、进入市场、销售产品的价值增值过程。在这一过程中，单个厂商或许仅仅参与了某一环节，或者厂商将整个价值增值过程都纳入了企业等级制的体系中等，厂商的各种活动与技术都会同其他的公司发生联系。与波特强调单个企业竞争优势的价值链观点相比，这一观点比波特更能反映价值链的垂直分离和全球空间再配置之间的关系，因而对全球价值链观点的形成至关重要。

(三) 全球商品链 (Global Commodity Chain, GCC)

格里芬等 (Gereffi and Korzeniewicz, 1994) 在对美国零售业价值链研究的基础上，将价值链分析法与产业组织研究结合起来，提出全球商品链分析法。在经济全球化的背景下，商品的生产过程被分解为不同阶段，围绕某种商品的生产形成一种跨国生产体系，把分布在世界各地不同规模的企业、机构组织在一个一体化的生产网络中，

从而形成了全球商品链。格里芬 (Gereffi, 1994) 等人认为全球商品链应该包括以下内容：“通过一系列国际网络将围绕某一商品或产品而发生关系的诸多家庭作坊、企业和政府等紧密地联系到世界经济体系中；这些网络关系一般具有社会结构性、特殊适配性和地方集聚性等特性；任一商品链的具体加工流程或部件一般表现为通过网络关系连接在一起的节点或一些节点的集合；商品链中任何一个节点的集合都包括投入（原材料和半成品等）组织、劳动力供应、运输、市场营销和最终消费等内容。”格里芬等还区分了两类全球商品链：采购者驱动型 (buyer-driven) 和生产者驱动型 (producer-driven)。采购驱动型商品链是指大型零售商、经销商和品牌制造商在散布于全球的生产网络（特别是奉行出口导向的发展中国家）的建立和协调中起核心作用的组织形式。采购者驱动型全球商品链是通过非市场的外在调节 (explicit coordination) 而不是直接的所有权关系建立高能力的供应基地来构建全球生产和分销系统。生产者驱动型商品链是指大的跨国制造商在生产网络的建立和调节中起核心作用的垂直分工体系。在生产者驱动链中，制造先进产品如飞机等的制造商不仅获得了更高的利润，还控制了上游的原料和零部件供应商、下游的分销商和零售商。通过比较生产者驱动型全球商品链中的非市场外部协调和传统的垂直一体化企业的内部协调，格里芬指出了生产者驱动在促进商品链中各国产业共同进步的重要作用。

格里芬 (Gereffi, 1995) 强调全球商品链有四个部分必须去注意：(1) 投入 - 产出 (input-output) 的结构；(2) 地域性 (territoriality)；(3) 治理结构 (governance)；(4) 制度框架 (institutional framework)。投入 - 产出结构研究认为价值链是按照价值增值活动的序列串联起来的一系列的流程；地域性或地方性的研究指出由于跨国公司和采购商纷纷将核心竞争力领域以外的环节外包，价值链中的各个环节超越了国家界限，分散到世界上不同的国家或地区，因此形成了真正的全球生产体系；治理结构的研究则认为价值链是由相互联系的各环节组成的具有特定功能的产业组织，链条治理者对链条进行统一组织、协调和控制；制度框架方面的研究，主要是指国内和国际制度背景（包括政策法规、正式和非正式的游戏规则等）在各个节点如何对价值链产生影响。

(四)全球价值链 (Global Value Chain, GVC)

在整个 20 世纪 90 年代,格里芬等人的理论没有摆脱商品这一概念的局限,并没有突出强调在价值链上运营的企业在价值创造和价值获取方面的重要性。直到 2001 年,格里芬和该领域研究者在《DS Bulletin》杂志上推出了一期关于全球价值链的特刊——《价值链的价值》(The Value of Value Chains),从价值链的角度分析了全球化过程,认为应把商品和服务贸易看成治理体系,而理解价值链的运作对于发展中国家的企业和政策制定者具有非常重要的意义,因为价值链的形成过程也是企业不断参与到价值链并获得必要技术能力和服务支持的过程。这份特刊在全球价值链研究中起到了里程碑式的作用。在特刊中,许多学者从全球价值链的治理、演变和升级等多个角度对全球价值链进行了系统的探讨和分析,并由此建立起了全球价值链基本概念及其基本理论框架。

斯特恩 (Sturgeon, 2001) 从组织规模 (organizational scale)、地理分布 (geographic scale) 和生产性主体 (productive actor) 三个维度来界定全球价值链。从组织规模看,全球价值链包括参与了某种产品或服务的生产性活动的全部主体;从地理分布来看,全球价值链必须具有全球性;从参与的主体看,有一体化企业、零售商、领导厂商、交钥匙供应商和零部件供应商。他还对价值链和生产网络的概念进行了区分:价值链主要描述了某种商品或服务从生产到交货、消费和服务的一系列过程,而生产网络强调的是一群相关企业之间关系的本质和程度。

联合国工业发展组织 (UNIDO, 2002) 在 2002—2003 年度工业发展报告《通过创新和学习来参与竞争》(Competing Through Innovation and Learning) 中指出:“全球价值链是指在全球范围内为实现商品或服务价值而连接生产、销售、回收处理等过程的全球性跨企业网络组织,涉及从原料采集和运输、半成品和成品的生产和分销、直至最终消费和回收处理的过程。它包括所有参与者和生产销售等活动的组织及其价值利润分配,并且通过自动化的业务流程和供应商、合作伙伴以及客户的链接,以支持机构的能力和效率。”该定义强调了全球价值链不仅由大量互补的企业组成,而且是通过各种经济活动联结在一起的企业网络的组织集,关注的焦点不只是企业,也关注契约关系和不断变化的联结方式。

英国 Sussex 大学的发展研究所 (Institute of

Development Studies) 是目前对全球价值链问题进行较广泛研究的机构,它将全球价值链定义为产品在全球范围内,从概念设计到使用直到报废的全生命周期中所有创造价值的活动范围,包括对产品的设计、生产、营销、分销以及对最终用户的支持与服务等。组成价值链的各种活动可以包括在一个企业之内,也可以分散于各个企业之间;可以集聚于某个特定的地理范围之内,也可以散布于全球各地。

二、全球价值链的二元驱动机制

全球价值链理论的一项核心内容是关于它的动力模式。全球价值链理论中关于动力的研究,基本延续了 Gereffi (1994) 等在全球商品链研究中给出的全球商品链运行的生产者驱动型 (producer-driven) 和采购者驱动型 (buyer-driven) 两种模式,认为全球价值链的驱动力基本来自生产者和采购者两方面。换句话说,就是全球价值链各个环节在空间上的分离、重组和正常运行等是在生产者或者采购者的推动下完成的。

Henderson (1998) 在此基础上对全球价值链的驱动力进行了更加深入的研究以后,指出,生产者驱动,由指生产者投资来推动市场需求,形成全球生产供应链的垂直分工体系。投资者可以是拥有技术优势、谋求市场扩张的跨国公司,也可以是力图推动地方经济发展、建立自主工业体系的本国政府。在生产者驱动的全球价值链中,跨国公司通过全球市场网络来组织商品或服务的销售、外包和海外投资等产业前后向联系,最终形成生产者主导的全球生产网络体系。一般资本和技术密集型产业的价值链,如汽车、飞机制造、计算机、半导体和装备制造等,大多属于生产者驱动型价值链。在这类全球价值链中,大型跨国制造企业 (如波音、GM 等) 发挥着主导作用 (如图 3)。采购者驱动,指拥有强大品牌优势和国内销售渠道的经济体通过全球采购和贴牌加工 (OEM) 等生产方式组织起来的跨国商品流通网络,能够形成强大的市场需求,拉动那些奉行出口导向战略的发展中国家的工业化。传统的劳动密集型产业,如服装、鞋类、玩具、自行车、农产品、家具、食品、陶瓷等大多属于这种价值链,发展中国家企业大多参与这种类型的价值链 (如图 4)。

采购者驱动 (Buyer-driven) 型价值链存在三方面的不平衡性:一是高等要素 (Advanced factors) 在价值链环节间的配置极不平衡。海外采

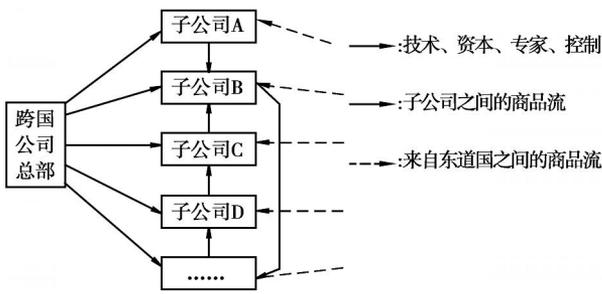


图 3 生产者驱动全球价值链

资料来源: Henderson, J. Danger and opportunity in the Asia - Pacific[M]. Thompson G(eds). Economic dynamism in the Asia-Pacific. London: Routledge, 1998: 356 - 384.

购者作为全球价值链的主导企业 (Leading Firms), 采取俘获型 (captive) 治理模式 (Governance of Global Value Chain), 对研发设计、市场信息、品牌渠道等高等要素实施了严格控制; 发展中国家制造商往往只拥有自然资源、劳动力等基本要素 (Basic factors), 作为被治理者, 仅能发展有形生产能力, 普遍缺乏无形竞争能力。二是附加值在价值链环节间的分布极不平衡。价值链的驱动力主要来自商业资本而非产业资本, 附加值主要由控制了设计、品牌及流通环节的海外采购商创造, 中游制造环节产生的附加值极为有限。三是分工利益在价值链环节间分配极不平衡。处于商业流通领域的海外采购者, 凭借对市场的绝对控制获得了价值链中的主要分工利益, 而处于从属地位的生产商只能接受不公平的利益分配格局。

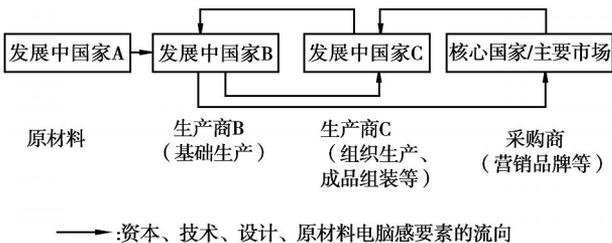


图 4 采购者驱动全球价值链

资料来源: Henderson, J. Danger and opportunity in the Asia-Pacific [M]. Thompson, G(eds). Economic dynamism in the Asia-Pacific. London: Routledge, 1998: 356 - 384.

既然全球价值链从驱动力上主要分为生产者与采购者, 那么两者驱动的全球价值链又有什么区别呢? 张辉 (2007) 在格里芬的基础上从动力根源、核心能力、进入门槛、产业分类、典型产业部门、制造企业、产业联系、产业结构和辅助支撑体系等九个方面对生产者和采购者驱动型全球价值链进

行了比较研究 (如表 1 所示)。

表 1 生产者和采购者驱动型全球价值链比较

项目	生产者驱动的价值链	采购者驱动的价值链
动力根源	产业资本	商业资本
核心能力	研究与发展 (R&D)、生产能力	设计、市场营销
进入门槛	规模经济	范围经济
产业分类	耐用消费品、中间品、资本品等	非耐用消费品
典型产业部门	汽车、计算机、航空器等	服装、鞋类、玩具等
制造企业的业主	跨国企业, 主要位于发达国家	地方企业, 主要在发展中国家
主要产业联系	以投资为主线	以贸易为主线
主要产业结构	垂直一体化	水平一体化
辅助支撑体系	重硬件, 轻软件	重软件, 轻硬件
典型案例	英特尔、波音、丰田、海尔、格兰仕等	沃尔玛、国美、耐克、戴尔等

从表 1 中可以看出, 全球价值链的驱动力不同, 导致其动力根源不同, 不同的动力根源决定了该价值链的核心能力不同。不同驱动力的价值链, 分布的产业也有所不同。这就意味着一国要发展一个产业时, 要先根据该产业价值链的驱动力去确定该产业价值链的核心能力, 然后积极发展这种核心能力, 才能使该国在该产业的全球价值链中具有竞争优势, 并处于高端的高附加值地位。

三、全球价值链中经济租的产生和分配

在经济学上, “经济租 (economic rent)” 是生产要素所有者凭借垄断地位所获收入中, 超过要素机会成本的剩余。经济租是要素收入 (或价格) 的一个部分, 该部分并非为获得该要素于当前使用中所必须, 它代表着要素收入中超过其在其他场所可能得到的收入部分。简言之, 经济租等于要素收入与其机会成本之差, 代表着要素收入中超过其在其他场所可能得到的收入部分。如图 5 所示, 图中 R_0OE 为经济租金。因为, 要素全部收入为 OR_0EQ_0 , 要素所有者提供 Q_0 量要素所愿接受的最低要素收入是 OEQ_0 。因此, 去掉 R_0OE 部分也不会影响要素的供给量。所以, R_0OE 部分为经济租金。

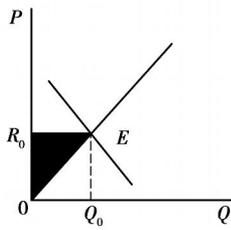


图 5 经济租

只要存在垄断,不管是行政、市场还是天然的,就可能存在经济租。作为研究的起点,全球价值链理论分析了全球价值链各环节价值的产生过程和各环节收益的分配过程。Kaplinsky 和 Morris (2003)认为这些收益从本质上讲产生于那些能保护自己远离直接市场竞争的价值链参与者,并且这种规避直接竞争活动的的能力可用租的概念来理解。因为参与了全球化的国家、商家,都处在“全球价值链的“治理”(governance)之下;而“价值链的治理目标,正是索取各种各样的“经济租”,而不是要素回报或者企业家回报。所以“全球价值链对全球市场、对全世界的经济生活的改造,是非常深刻的。如果能够全面分析近 20 年来的全球国际贸易的数据,结果将会支持以下这个判断:从全球化的生产和营销中获利的赢家获得的收入,已经不再是或者主要不是古典经济学所说的“要素回报”,或者相对于风险承担而得到的“企业家回报”了。获利的源泉,是基于“进入壁垒”或者垄断条件而产生的“经济租”。随着经济全球化进程中要素收益率的降低,进入壁垒开始成为“租产生的重要

因素。进入壁垒较高的环节能产生较高的“租”,而竞争激烈的低进入壁垒环节,收益是不可持续的,因为“租”会慢慢耗散。要保持较高收益,要么是该行业进入壁垒很高,行业外企业很难进入该行业与之相竞争;要么是进入壁垒在不断发生变化,即企业的创新和生产能力在动态发展,不断从事新的经济活动,从而在该领域形成新的进入壁垒。

“经济租”有那些形态? Kaplinsky 和 Morris (2003)将“经济租”区分为内生的和外生的两大类,开列出一个“经济租”的清单:内生经济租中包括“技术经济租”、“人力资源租”、“组织-机构经济租(如日本新的生产组织形式,减少存货,做到优质和低成本,新产品迅速上市,在创新和设计方面更加灵活机动,)”、“营销-品牌经济租”、“关系经济租(以中小企业的聚集和企业之间正向的溢出为优势而获得的收入)”,还有以商业秘密和知识产权的形态存在的进入壁垒。外生经济租的清单上包括“自然资源经济租”、“政策经济租(有差别的进入机会,源于政府的政策)、基础设施经济租(如交通设施的便利)”、“金融租(融资机会)”等。另外,“经济租”还具有累加性,而且永远处于变动中:已经得到的经济租会由于进入壁垒被突破而流失,由于技术扩散而消失;另一方面,新的经济租还会不断产生出来。因为经济租会随竞争性加强、进入障碍降低而减小,最终以低价或高质形式转化为消费者剩余。

表 2 全球价值链上经济租的主要表现形式

		稀缺性生产要素或进入壁垒	含义
存在于全球价值链之内(内生经济租)	企业内	技术经济租	拥有稀有技术
		人力资源租	比竞争者拥有更好技能的人力资源
		组织-机构经济租	拥有较高级的内部组织形式
	企业间	营销-品牌经济租	拥有更好的营销能力和(或)有价值的商标品牌
		关系经济租	同供应商和顾客(买主)之间拥有较高质量的关系
存在于全球价值链之外(外生经济租)		自然资源经济租	获得稀有自然资源
		政策经济租	在一个高效率的政府环境:创设壁垒阻止竞争者进入
		基础设施经济租	获得高质量的基础设施性投入
		金融租	比竞争者获得条件更优越的金融支持

资料来源: Kaplinsky R, Morris M. Governance Matters in Value Chains[J]. Developing Alternatives, 2003, 9(1): 11 - 18

全球价值链可分为三大环节:其一是技术环节,包括研发、创意设计、提高生产加工技术、技术培训等环节;其二是生产环节,包括采购、系统生

产、终端加工、测试、质量控制、包装和库存管理等分工环节;其三是营销环节,包括销售后勤、批发及零售、品牌推广及售后服务等分工环节。当国际分

工深化为增值过程在各国间的分工后,传统产业结构的国际梯度转移也因此演变为增值环节的梯度转移。就增值能力而言,以上三个环节呈现由高向低再转向高的 U 形状,或曰“微笑曲线”状(见图 6)。价值链不同环节所创造的附加值是不同的,获得的经济租多少也是不一样的。靠近 U 形曲线中间的环节,如零部件、加工制造、装配等环节在价值链中创造出较低的附加值,因而获得较低的经济租,靠近 U 形曲线两端的环节,如研发、设计、市场营销、品牌等在价值链中创造出较高的附加值,因而获得更多的经济租。

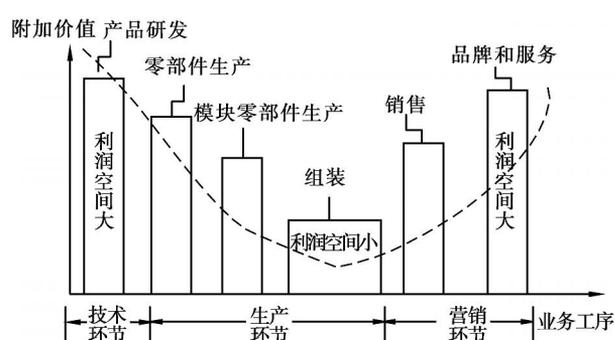


图 6 价值链增值微笑曲线示意图

例如,一个美国的服装公司可以在意大利完成设计,在印度采购天然面料,在韩国采购化纤辅料,在我国台湾地区采购拉链和纽扣,在我国缝制成衣,然后在我国香港检验、包装,再出口到美国销售。一件服装的生产被分解为诸多的生产加工环节,并放在不同的国家和地区完成,构成整个价值创造过程,随着不同环节生产附加值的不同,形成图 7 所示曲线。

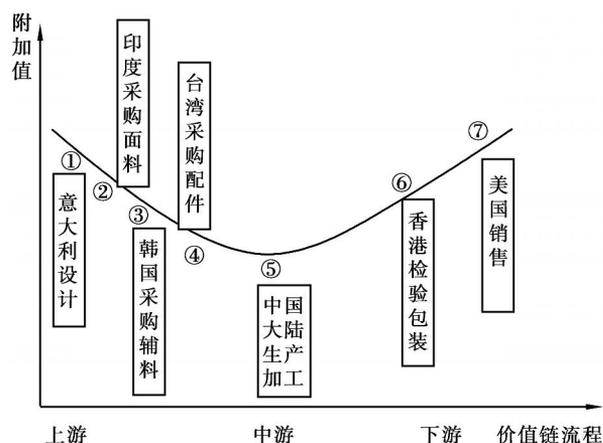


图 7 美国某服装公司全球价值链图示

随着技术水平的不断提高,生产环节的进入壁垒不断降低,导致越来越多的国家参与经济全球化进程中的生产(组装)过程,这一环节的“租”日益

耗散,导致生产环节增加值不断降低。因此,能产生较高的“租”的领域越来越脱离具体生产过程而转向无形的过程,如研发和营销等领域,因为这些活动通常是技术或知识密集型的,会形成较高的进入壁垒、较长时间的知识产权保护,如长达 70 年的专利技术保护和接近永久性的品牌效应,是价值链中收益的重要来源。在知识经济时代,全球价值链上经济租的产生源泉正由有形活动转变为无形活动。这是因为无形活动越来越建立在知识和技能基础上,并且根植于组织体系中。一些无形活动,如物流控制、广告、产品设计、品牌推广等,在全球价值链上发挥了越来越重要的作用。因此,不难理解为什么大多数处于 GVC 生产环节上的发展中国家,其地位远不如发达国家的原因了。

四、全球价值链的治理模式

随着国际分工的进一步细化,价值链也变得更加复杂,内部环节不断增加。这时要想通过提高价值链中的单个环节的效率从而提升整个价值链的收益变得很有限,因此需要系统性地协调价值链中各个环节的活动,从而使整个价值链具有竞争力。这种系统性协调就是价值链的治理。治理本身就是“租”的重要来源,这是一种特殊的关系租(relation rents)。价值链治理(Governance)一词是由 Gereffi (1994) 提出的。Humphrey 和 Schmitz (2000) 将价值链的治理定义为:通过价值链中公司之间的关系安排和制度机制,实现价值链内不同经济活动和不同环节间的非市场化协调。作为一种制度安排,治理在全球价值链上居于核心地位。因为价值链上各环节公司之间的各种活动、劳动分工以及价值分配,都处于价值链治理之下。

激烈的竞争降低了进入壁垒,从而导致越来越多的国家进入全球生产和贸易活动中,导致收益不断减少。全球价值链的参与者开始寻找新的租金形式。价值链主导者一方面要求供应商或客户改变其自身的生产过程,另一方面也会不断寻找新的供应商和客户。这时,价值链的主导者变成了价值链的治理者(其管理程度随其在价值链中的权利不同而有所差异),开始对价值链的分工过程进行不同地区和制度环境下的全局安排,从而提高了价值链的整体效率,导致整个价值链的收益不断增加。

(一) 全球价值链治理的类型

根据 Humphrey 和 Schmitz (2002) 的研究,全球价值链一般有三种典型的治理模式:(1)网络型(Network),即具有互补能力的企业之间对全球价

价值链的重要环节进行分工,各方共同定义产品。网络意味着企业之间是一种平等合作的关系,各自在全球价值链中分享核心能力。(2)准层级型(Quasi-hierarchy),即一家企业对其他企业实施高度控制,常常要指定产品的各种特征以及要遵循的流程。准层级意味着以下两类企业间的关系:一类是法律上虽然独立但要从属于其他公司的企业;另一类是在全球价值链中制定其他参与者不得不遵守的规则的主导公司。(3)层级型(Hierarchy),即主导公司对全球价值链上的某些运行环节采取直接的股权控制,跨国公司及其分支机构之间的关系就属于这一类。不过,正常的市场关系也可以视为一种无治理模式,即由于生产是标准化的或是产品容易定制化,交易双方并未发展成控制与被控制的关系。斯特恩(Sturgeon)区分了在当今产业重组和空间配置中起重要作用的三种治理模式:权威型生产网络(authority production network)、关系型生产网络(relational production network)和虚拟生产网络(virtual production network)。

Kaplinsky和Morris(2003)认为,全球价值链中不同环节的企业之间维持互相信任的机制是制定和执行各种规则和标准。他们指出只有通过全球价值链运转的规则和标准把全球生产和贸易的离散性片段区域联系起来,才能反映全球价值链动态性特征。同时,只有认识到治理规则和标准的重要性,厂商或集群才能顺利嵌入全球价值链实现升级。所以他们提出了一种新的治理分类方法,即全球价值链治理大致可分为规则制定治理(Legislative Governance)、监督裁决性治理(Judicial Governance)和执行性治理(Executive Governance)三种形式。(1)规则制定治理。规则制定治理主要是指制定一些参与GVC所需要的基本条件和规则。这些规则除了质量、价格和传递可靠性(QPD)和产品标准外,还包括一些社会标准,如质量标准(ISO9000)、环境标准(ISO14000)、劳工标准(SA8000)和其他一些特别工业标准。有两类因素影响了规则制定:一是这些规则适应的范围,如国际性标准、地区性标准或企业特别标准;二是这些规则是否覆盖产品或工艺流程。(2)监督裁决性治理。监督裁决性治理主要是监测各行为主体是否遵从全球价值链的治理规则以及进行成效评估等。存在于全球价值链之中的监测主体主要是主导厂商,如关键性购买者;存在于全球价值链之外的监测主体主要是政府或区域性标准办公室、非政府组织、新闻媒体等。(3)执行性治理。执行性治

理是指针对治理监测的结果而采取的措施,目的是让全球价值链参与者在行为上符合治理规则,并为其达到规则要求提供协助。存在于全球价值链之外的专门咨询公司、学习网络和政府代理机构以及存在于全球价值链之中的规则制定企业或其购买代理商等都是协助供应商达到全球价值链规则的机构。在全球价值链上实行奖罚分明的胡萝卜与大棒(Carrot & Stick)政策是实现治理功能的关键。此外,Kaplinsky和Morris(2003)指出不同全球价值链具有不同的治理程度和形式:一些全球价值链基本上不存在治理,或者最多存在较弱的治理形式;绝大部分全球价值链在治理的三个领域(治理规则制定、监测和执行)存在多重治理点,进而形成一种水平形式和垂直形式治理重叠的局面。

在Humphrey和Schmitz分类的基础上,Gereffi、Humphrey和Sturgeon(2003)根据全球价值链中各行为主体之间协调能力的高低,将全球价值链治理模式划分为以下五种形式:市场型(Market)、模块型(Modular value chain)、关系型(Relational value chain)、领导型(Captive value chain)和层级型(Hierarchy)。这五种治理模式中市场和层级制分别处于价值链中行为体之间协调能力的最低端和最高端。市场型是指各个经济行为主体通过货币买卖各种商品和服务,其运行的核心机制是价格机制。层级型则是以企业制为典型,运行的核心就是管理控制。模块型、关系型和领导型都属于网络型,介于市场型和层级型两者之间,其中的模块型是系统的分解与集成,各个子系统需要有很好的创新效率,并按照一定的规则相互联系集约交易费用;关系型模式中厂商由于社会同构性、空间临近性、家族和种族性等联系集聚在一起;领导型模式则是众多中小厂商特别是小型厂商依附于几个大型厂商,由大型厂商对他们具有很强的监督和控制力。在现实世界的全球价值链治理中,这五种模式往往是相互交错的,且彼此之间存在着一个动态的转换机制。这五种全球价值链治理模式阐明了权力在全球价值链中的运作模式。例如,在领导型全球价值链中,主导公司直接对供应商行使权力,这种直接控制表明了一种高度的外在协调和权力不对称关系。在关系型全球价值链中,公司间的权力平衡更加对称,并存在大量的外在协调。在模块型以及市场型全球价值链中,客户和供应商的转换相对比较容易,权力的不对称性相对较低。从层级制到网络再到市场,显性协调和权力不对称的程度逐渐减弱(参见图8)。

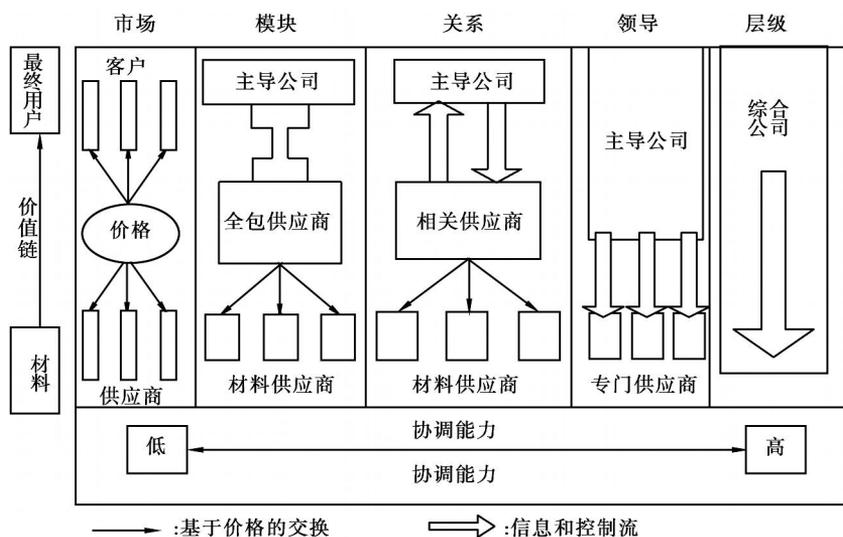


图 8 五种全球价值链治理模式

资料来源: Gereffi G, Humphrey, J, Sturgeon, T. The Governance of global value chains [J]. Forthcoming in Review of International Political Economy, 2003, 11(4): 5-11.

格里芬(Gereffi)等的全球价值链治理范式是目前最严谨的一个,它涵盖了目前发现的多数典型的全球价值链类型,重要的是,格里菲不但研究了每种治理模式的特点,而且引入了更多的经济学分析方法,将特征变量化,具有较好的理论基础。但是,格里芬的范式仍然存在一些问题:第一,该理论中的治理模式仅限于领导厂商和较高级供应商之间的关系,但在具体的行业价值链中,可能包括更多的上游和下游主体;第二,模型中的前两个变量(交易的复杂性和交易的可标准化程度)有很强的相关性,实际上这两个变量都是通过影响交易成本来决定价值链的治理模式,但影响交易成本的重要因素不止这两个;第三,把三个变量简单地划分为高低两个维度可能不够准确,比如模块型中交易的标准化能力高于领导型,但低于市场型;第四,文化禀赋、公司战略、政府政策和国内和国外的制度对价值链的治理有重要的影响,但在格里芬的模型中却没有提及;第五,格里芬的模型没有说明价值链中各个链节(nodes)的区位问题,即为什么不同的链节会分布在不同的地区或国家。

(二)全球价值链治理模式选择的决定因素

Gereffi Humphrey和 Sturgeon(2003)认为,全球价值链治理模式的选择主要由以下因素决定(如表 3 所示):(1)交易的复杂性,价值链中交易越复杂,各主体之间的交互作用越强,采取的治理模式越倾向于网络型治理模式(模块型、关系型和领导型)和等级制的治理模式。(2)交易的可标准

性,反映的是价值链中信息和知识的可获得性,及其传递效率和交易费用。某些行业的价值链中,关于产品、生产过程等的复杂信息经过编辑标准化处理后便很容易在价值链中传递,如果供应商有能力接受并实施这些标准化的信息,并且这些标准在价值链中被广泛采纳,则采用模块型治理模式;否则,价值链中的主导企业将垄断这些信息,对其他企业实施垂直一体化的控制,采用的是等级制治理模式,或者采取外包战略,但对承包企业实行紧密地监控,采用的是领导型治理模式。(3)供应商的竞争能力。接受和实施价值链中的主导企业所传递的复杂信息,要求供应商具有较高的能力。如果供应商的能力较低,主导企业只能实行垂直管理,价值链采用的是等级制治理模式;或者外包,采用领导型治理模式。

表 3 全球价值链治理模式选择的决定因素

治理模式	交易的复杂性	交易的可标准性	供应商的能力
市场	低	高	高
网络	模块	高	高
	领导	高	低
	关系	高	高
层级	高	低	低

资料来源: Gereffi G, Humphrey, J, Sturgeon T: The Governance of global value chains[J]. Forthcoming in Review of International Political Economy, 2003, 11(4): 5-11.

Gereffi, Humphrey和 Sturgeon(2003)还指出,

全球价值链治理模式并不是静态,也不是严格与特定行业相关联的。同时,即使在特定地点和特定时间内,全球价值链的治理模式也可能从一种模式转换为另一种模式。原因主要是:(1)当新的生产商获取新的产能时,权力关系可能会发生变化;(2)由于投资的转换,对于主导公司来说,创建和维持严格的层级型治理模式代价巨大;(3)企业和企业群往往并不局限于一条价值链,而可能是在多条价值链上运营,因此有可能把从一条链上学到的能力应用到其他价值链中。价值链治理模式的变化,可能会导致交易的复杂性、交易的可标准性和和供应商的能力等的变化。

(三)全球价值链治理战略环节的识别

全球价值链理论的一个基本思路就是在整个价值链条众多的“价值环节”中,并不是每一个环节都能创造等量价值。每个环节创造的价值不同,某些辅助性环节并不创造价值,而高附加值的环节一般就是全球价值链上的战略环节。准确判断出全球价值链中的战略环节,为企业在全球布局不同的生产环节提供了依据,也指出了产业发展或升级的目标所在。同时,要保持企业或产业的竞争优势或核心竞争力,关键也是要抓住此战略环节。谁抓住了这些战略环节,谁就抓住了整个价值链,谁也就控制了该行业,即由谁来治理这条价值链。因此,如何识别战略环节也是治理研究的主要内容之一。

在许多全球价值链中,可能存在多个参与治理的主导公司。同时,这些主导公司可能位于不同环节上,如位于链条的最高端或者链条的中部或者链条的底端。战略环节有可能是与产品直接相关,如可口可乐公司的饮料配方,也有可能是在价值链的“辅助性增值活动”环节上,如 BM 在计算机行业的竞争优势就来源于其覆盖全球的强大的组织体系,即其组织管理能力。全球价值链理论在分析战略环节时,弱化了传统分析中的市场销售比重和利润率等指标,采用了一些动态指标(表 4 列出了识别战略环节的若干关键性指标),以此判断战略环节的变化,更突出了产业的动态改善过程和发展的治理理念。这对于企业适时调整战略和选择嵌入全球价值链的切入点尤为重要。如汽车、电信等行业的战略环节明显地向产品使用和维护等下游环节转移,下游环节的增值呈现上升趋势。那么,企业通过降低生产成本、经营主导产品、开发差异性产品来维持竞争优势的传统战略就显示出局限性,在这种情形下,企业(尤其是对一些生产环节技术

壁垒较高行业的企业)应积极开拓下游环节的增值业务,如多元化的客户服务、提供产品本土化方面的服务等,使其逐渐融入全球价值链之中。

表 4 全球价值链中识别战略环节的若干关键性指标

指 标	比 较	数据来源
价值链中销售比重	并非一个强势指标,因为该指标中无法规避原料部分的重复买卖活动,因此缺乏有效影响力	资产负债表
价值链中增值比重	因为反映了价值链的具体环节部分,因此是一个衡量规模的一个比较好的指标	企业调研
价值链中利润比重	较好地反映了在价值链中的竞争力,是一个反映价值链中能力水平的好指标,但是高额利润也可能来自对稀缺资源的垄断,并且对下游加工环节没有控制力	资产负债表,通常只能收集到企业对外发布的信息和数据
价值链中购买份额	一个很好的指标,特别是当购买渠道多元化而非依赖领导企业的时候,该指标更加有效	企业调研
掌握价值链中核心技术或具备独特能力	更适用于生产者驱动的价值链,例如汽车产业	企业调研
拥有价值链中“市场标识”(品牌)	在品牌标识显得重要的市场中,该指标的优势更明显	企业调研(品牌在最终市场的份额研究)

资料来源:Andreas Stamm. Value Chains for Development Policy: Challenges for Trade Policy and the Promotion of Economic Development [K]. DS Bulletin, 2004.

五、全球价值链的产业升级模式

从全球价值链的角度来研究的产业升级,指的是价值链之中或尚未嵌入的企业通过嵌入价值链获取技术进步和市场联系,从而提高竞争力,进入到增加值更高的活动中。升级过程包括各个价值环节内在属性和外在组合两个方面的变动,这两方面都连接在同一链条之中或不同链条之间。由于一个国家或地区在全球价值链中所处的功能环节直接决定了其在该产业获得的附加价值,因此要想改变在价值链中的被动局面,发展中国家的产业必须进行升级。

Kaplinsky(2000)认为升级就是制造更好的产品、更有效地制造产品或者是从事需要更多技能的活动。在此基础上,英国 Sussex 大学创新研究小组的学者们(Humphrey, Schmitz, etc., 2000)提出了全球价值链中的产业升级的四种模式:工艺流程升级(process upgrading)、产品升级(product upgrading)、功能升级(functional upgrading)和链条升级(chain upgrading),各升级模式的实践形式如表 5 所示。

表 5 全球价值链各升级模式的实践形式

升级模式	实践形式
工艺流程升级	通过创新生产系统或引进先进技术,提高价值链中加工流程的效率。
产品升级	通过引进新产品或改进已有产品比竞争对手更有效率,移向更先进的生产线(增加单位价值)。
功能升级	重新组合价值链中的环节,以提高经济活动的附加值。获得新的功能或放弃已有的功能,增加经济活动的技术含量。例如从生产环节向设计环节和营销等利润丰厚的环节跨越,改变企业自身在价值链中所处的位置。
链条升级	从一条价值链跨越到一条新的、价值量高的相关产业的价值链,企业把在一产业获得的能力应用到另一个新的产业,或转向一个新的全球价值链中。

资料来源: Humphrey J, Schmitz H. Governance and Upgrading: Linking Industrial Cluster and Global Value Chain[R]. DS Working Paper 120, Brighton: 2000.

工艺流程升级是通过整合生产系统或者引入先进技术含量较高的加工工艺,把投入更为高效率地转化为产出,从而保持和强化对竞争对手的竞争优势。比如传统制造业中计算机技术的使用就促进了流程升级。产品升级是通过提升引进新产品或改进已有产品的效率达到超越竞争对手的目的,具体体现为从低附加值的低层次简单产品转向同一产业中高附加值的更为复杂、精细的产品,比如从衬衫到西服的升级。功能升级是通过重新组合价值链中的环节来获取竞争优势的一种升级方式,企业从低附加值价值环节转向高附加值价值环节的生产,更多地把握战略性价值环节。通常把从委托加工到贴牌生产到自有品牌创造的转换看作是功能升级的基本路径。链条升级是从一产业链条转换到另外一条产业链条的升级方式。企业利用在特定价值环节获取的竞争优势嵌入新的、更加有

利可图的全球价值链。普遍认为产业升级一般都依循从工艺流程升级到产品升级再到产业功能升级最后到价值链条升级这一规律。但应强调指出,产业升级轨迹并不是完全依照这一规律不可改变的,例如,当技术出现突破性创新时,升级轨迹可能突破常规方式。另外,产业升级过程中有一点是可以肯定的,就是随着产业升级的不断深化,附加价值不断提升,参与价值链中实体经济活动的环节变得越来越稀少,产业空心化程度也将不断提升。

联合国工业发展组织(UNIDO, 2002)在 2002—2003 年度工业发展报告《通过创新和学习来参与竞争》(Competing Through Innovation and Learning)中这样描述全球价值链的产业升级机制:“全球价值链扩散功能和工艺流程为发展中国家企业提供了改善各种能力的机会。对于发展中国家的企业或企业集群而言,当务之急是将其融入更广泛的系统中去。这就要求有步骤地采取行动,使企业治理达到世界水准。另外,还必须通过有意识的创新和学习获得必要的技术能力。鉴于未来获得市场进入和先进技术的前景,上述努力是值得的。实际上,无论是采购者还是生产者驱动型价值链,为了进入国际市场,发展中国家的企业都必须获得初始技术能力。当地企业一旦进入全球价值链,由供应联系所引发的学习效应就会出现。正是因为这个原因,企业应进入全球价值链以改善其技术能力,为价值链升级做好必要的准备。

总之,就产业升级的四个层次而言,无论哪个层次,都意味着从劳动密集型价值环节转向资本和技术密集型价值环节,从劳动密集型价值链条转向资本和技术密集型价值链条,其过程都伴随着资本深化。而资本深化总是意味着随着要素禀赋发生变化,企业在技术选择的过程中不断地以资本代替劳动,以进一步提高资源配置效率。通常产业升级遵循流程升级、产品升级、功能升级和部门间升级的循序渐进过程,其渐进过程实质上体现了要素禀赋的比较优势循序渐进的变化过程。

[参考文献]

- [1] Porter ME. The Competitive Advantage [M]. New York: Free Press, 1985.
- [2] Kogut B. Designing global strategies: comparative and competitive value-added chains [J]. Sloan Management Review, 1985, 26(4): 15-28.
- [3] Gereffi G. A Commodity Chains Framework for Analyzing Global Industries [Z]. Working Paper for DS, 1999b.

- [4] Henderson J. Danger and opportunity in the Asia-Pacific [M] Thompson, G(eds). Economic dynamism in the AsiaPacific London: Routledge, 1998: 356-384.
- [5] United Nations Industrial Development Organization Inserting local industries into global value chains and global production networks: opportunities and challenges for upgrading with a focus on Asia[R]. Vienna, 2004: 8-11.
- [6] United Nations Industrial Development Organization Competing through innovation and learning-the focus of UN DO's industrial development 2002/2003 [R]. Vienna, 2002: 107-116
- [8] Henderson J. Danger and opportunity in the Asia-Pacific [M] Thompson, G(eds). Economic dynamism in the AsiaPacific London: Routledge, 1998: 356-384.
- [9] Gereffi G, Humphrey J, Sturgeon T. The Governance of global value chains[J]. Forthcoming in Review of International Political Economy, 2003, 11(4): 5-11.
- [10] Humphrey J, Schmitz H. Governance in global value chains[J]. DS Bulletin, 2001, 32(3): 19-29.
- [11] Sturgeon T, Lee J-R. Industry Co-evolution and the Rise of A Shared Supply-base for Electronics Manufacturing [R]. Paper Presented at Nelson and Winter Conference, Aalborg, June, 2001.
- [12] Humphrey J, Schmitz H. How does Insertion in Global Value Chains Affect Upgrading in Industrial Clusters [J]. Regional Studies, 2002(36).
- [13] Gereffi G, Korzeniewicz M. Commodity chains and global capitalism [M]. London: Praeger, 1994.
- [14] Kaplinsky R, Morris M. A Handbook for Value Chain Research [R]. Prepared for the DRC, 2002
- [15] Humphrey J, Schmitz H. Governance and Upgrading: Linking Industrial Cluster and Global Value Chain [R]. DS Working Paper 120, Brighton, 2000.
- [16] Kaplinsky R, Morris M. Governance Matters in Value Chains [J]. Developing Alternatives, 2003, 9(1): 11-18
- [17] Kaplinsky R. Spreading the Gains from Globalisation: What Can Be Learned from Value Chain Analysis? [J]. Journal of Development Studies, 2000, 37(2): 117-146
- [18] 张辉. 全球价值链下地方集群转型和升级 [M]. 北京: 经济科学出版社, 2006
- [19] 刘珂. 产业集群升级研究 [M]. 郑州: 黄河水利出版社, 2008
- [20] 张辉. 全球价值链下北京产业升级研究 [M]. 北京: 北京大学出版社, 2007.
- [21] 罗勇, 曹丽莉. 全球价值链视角下我国产业集群升级的思路 [J]. 国际贸易问题, 2008(11).
- [22] 孙志燕. 从全球价值链的角度探讨我国产业升级及政策调整取向 [EB/OL]. <http://www.drcnet.com.cn>, 2005-12-16
- [23] 张剑. 全球价值链视角下中国制造业地位的提升 [J]. 企业经济, 2007(6).
- [24] 刘友金, 等. 全球价值链视角下的产业升级与工业园区发展战略 [J]. 科学决策, 2009(1).
- [25] 谢名一, 王季. 全球价值链内集群产业升级研究综述 [J]. 商业时代, 2007(30).
- [26] 吴建新, 刘德学. 全球价值链治理研究综述 [J]. 国际经贸探索, 2007(8).
- [27] 杜龙政, 刘友金. 全球价值链下产业升级与集群式创新发展研究 [J]. 国际经贸探索, 2007(12).
- [28] 詹霞. 基于全球价值链视角的地方产业集群升级对策 [J]. 企业经济, 2007(8).
- [29] 汪斌, 侯茂章. 经济全球化条件下的全球价值链理论研究 [J]. 国际贸易问题, 2007(3).
- [30] 池仁勇, 等. 全球价值链治理、驱动力和创新理论探析 [J]. 外国经济与管理, 2006(3).
- [31] 江静, 刘志彪. 全球化进程中的收益分配不均与中国产业升级: 基于商品价值链视角的分析 [J]. 经济理论与经济管理, 2007(7).
- [32] 张辉. 全球价值链理论与我国产业发展研究 [J]. 中国工业经济, 2004(5).
- [33] 赵士德, 蒋冰晶. 基于价值链的高层管理团队集成模型 [J]. 重庆工学院学报 (社科版), 2008(7): 25.
- [34] 陈功玉, 王珍珍. 虚拟企业供应链利益分配研究综述 [J]. 重庆工商大学学报 (社会科学版), 2009(5): 35.

(责任编辑: 夏冬, 朱德东)

Review of the researches into related global value chain theory

CHEN Liu-qin

(Urban Economic Research Institute, Tianjin Academy of Social Science, Tianjin 300191, China)

Abstract: The isolation, reorganization and normal operation and so on of each link of global value chain are accomplished by the promotion of producers and purchasers. With the further deepening of global division of labor, value chain becomes more complex and inner links are continuing to increase. At this time, the promotion of the whole value chain gain by raising single link efficiency in the value chain is very much limited, thus, the activity of each link in the value chain needs to be systematically coordinated so that the whole value chain has competence.

Keywords: value chain; global value chain; management mode; industry upgrade