

价值链治理对发展中国家 地方产业集群升级的影响研究

——以巴西西诺斯谷鞋业集群为例

段文娟, 聂鸣, 张雄
(华中科技大学管理学院, 武汉 410074)

摘要:认为价值链治理对发展中国家集群升级的影响最终随交易中生产商和采购商议价实力对比的变化而不同,并结合巴西西诺斯谷(Sinos Valley)鞋业集群进行对比分析,最后得出了有关发展中国家集群升级的若干启示,指出:发展中国家集群中的生产商只有通过各种途径提高议价实力,才能带动整个集群在全球价值链中顺利地实现升级。

关键词:价值链治理;发展中国家;产业集群;巴西西诺斯谷

中图分类号: F062.9

文献标识码: A

文章编号: 1001-8409(2006)02-0031-05

Study of the Impact of Value Chain Governance on Upgrading in Local Industrial Clusters of Developing Countries

——Case of the Sinos Valley Footwear Cluster, Brazil

DUAN Wen-juan, NIE Ming, ZHANG Xiong

(School of Management, Huazhong University of Science and Technology, Wuhan 410074)

Abstract: The paper argues that the impact of value chain governance on upgrading in industrial clusters of developing countries changes while the bargaining power of producers versus buyers changes at last. This conclusion is analyzed with the case of the Sinos Valley footwear cluster in Brazil in a comparative way. Finally, some suggestions are made about upgrading in local industrial clusters of developing countries. The authors propose that only if the producers in developing country clusters try to improve their bargaining power in various ways, they can help the whole cluster upgrade in global value chains smoothly.

Key words: value chain governance; developing country; industrial clusters; Sinos Valley in Brazil

伴随着全球化与贸易自由化的蓬勃发展,在特定领域
中,一组在地理上接近、有交互关联性的企业和相关机构以

彼此的共性和互补性联结在一起的地方产业集群^[1],正快速
以不同的方式嵌入全球价值链并迅速成长。然而,经济全球

收稿日期: 2005-10-12

基金项目: 国家自然科学基金资助项目(70473026)

作者简介: 段文娟(1981-),女,湖南冷水江市人,华中科技大学管理学院硕士研究生,研究方向为技术创新、产业集群;聂鸣(1962-),男,江西九江人,华中科技大学管理学院教授,博士生导师,研究方向为技术创新管理、科技发展战略、竞争力等;张雄(1980-),男,湖北武汉市人,华中科技大学管理学院硕士研究生,研究方向为科技政策、产业集群。

化的日益深入,使发展中国家过去靠低成本取胜的劳动密集型制造业集群面临着更加激烈的国际竞争,工人工资低、利润空间小等问题凸现,亟待升级。由于发展中国家的产业集群大多数是靠出口导向成长起来的,升级活动不可避免地受到出口市场中的采购商的影响。本文从价值链治理角度探讨不同市场的采购商对发展中国家产业集群升级的影响。

1 价值链治理理论简述

价值链是由产品设计与开发、生产、营销、消费与回收等增值环节构成的,生产只是许多增值环节中的一环^[2],各个环节并非创造等量的附加值,有高附加值环节和低附加值环节之分。将价值链的所有活动在全球范围内延伸就称为全球价值链。

由于价值链中相互联系的各种活动分散在全球范围内,为了有效地确定生产什么(即产品设计)、如何生产(即生产流程、技术和质量标准)及有形产品流(即生产多少、链中的产品流将何时及如何处理),有必要对价值链活动进行协调和整合^[3]。这种对分散在全球范围内的相互联系的生产体系的协调和整合就是价值链“治理”,它是由决定价值链总体特征并占主导地位的领导企业负责的,因此,价值链治理意

味着价值链中各参与者间存在一种权力关系。正如 Kaplinsky和 Morris所言,价值链治理的关键是权力的不对称,即价值链中的某些参与者具有负责协调链中其他参与者间的劳动分工及特定活动的的能力^[2]。Gereffi根据全球价值链中治理者的不同将其区分为“生产商驱动型(Producer-driven)”价值链和“采购商驱动型(Buyer-driven)价值链:前者通常由控制着关键技术的大型跨国制造商协调整个生产网络,在汽车、航空、计算机、半导体等资本和技术密集型产业中较典型;后者由大型零售商、营销商和品牌制造商(branded manufacturers)(统称为采购商)在一系列出口国尤其是发展中国家建立分散的生产网络并发挥关键作用,在服装、鞋、玩具和消费电子等劳动密集型或消费品产业中较普遍。并认为前者是旧的“进口替代型工业化模式”的反映,而后者更像21世纪的出口导向和网络生产体系。尽管目前学术界对这种分类存在异议,但对有些问题的研究仍有一定的指导意义^[2]。

Humphrey & Schmitz^[3]根据价值链中采购商与生产商间的不同权力关系,将价值链治理区分为4种模式,具体情况如表1所示:

表1 价值链治理的4种模式

价值链治理模式	权力关系表现
单纯市场关系 (Arm's Length Market Relations)	采购商与生产商间无密切联系,几乎不需要治理,一系列生产商能生产采购商需要的产品并满足其在质量、可靠性等方面的要求。
网络 (Network)	采购商与生产商在信息更充分的条件下合作,保持互惠独立的关系。在这种情况下,采购商会提出一些产品性能或工艺流程标准,但它们相信生产商能满足这些标准。
准科层制 (Quasi-hierarchy)	领导企业对价值链中其他企业的控制程度高,频繁地提出有关产品特征、生产流程及控制机制等方面的要求,也即领导企业怀疑供应链上其他厂商的能力,它不仅控制其直接供应商而且控制着整条链。
科层制 (Hierarchy)	领导企业直接占有价值链中的其他企业或将其他企业纳入其组织体系中。

资料来源:根据 Humphrey & Schmitz^[3]整理。

2 嵌入全球价值链的发展中国家地方产业集群的升级

20世纪末,经济全球化、需求多样化趋势日渐明显,刚性的福特生产制逐渐被“弹性专精(flexible specialization)”所取代,地方产业集群因其协同效应(collective efficiency)优势(即由于本地偶然的外部经济和有意联合行动而获得的竞争优势)^[4],发展态势良好。伴随着经济全球化进程的加快,产业活动的分离和整合日益在更大的空间范围内上演,地方产业集群作为区域经济发展的一种载体,正快速以不同方式嵌入全球价值链^[5]。发展中国家的大部分集群也依靠出口导向的发展模式与全球采购商发生联系,在全球价值链中迅速成长起来,然而,由于它们大多数集中在劳动密集型制造业,只具有低价格的比较优势,产品质量较低,无法进入高价值市场,随着愈来愈多的低成本厂商进入国际市场,发展中国家主要靠低成本取胜的集群,发展日益困难,利润空间小、创新能力弱、工人工资低等问题凸现,升级势在必行。

那么,什么是地方产业集群的升级呢?尽管目前国内外关于产业集群升级的文献不少,但对这种升级的界定似乎仍很模糊。有关学者^[3]指出面临更多低成本生产商在全球市场的激烈竞争,发展中国家企业最有效的应对方式就是“升

级”——即生产更好的产品、更有效率地生产或转向技能性更强的活动,也即企业提高创新能力以增加产品和过程附加值的活动。而地方产业集群的升级具有完全不同于一般意义上的“产业结构优化与升级”的新内涵,它是指地方产业集群在全球价值链上获取附加值能力的提升^[6]。笔者认为,地方产业集群的升级主体仍是其中的企业,通过企业与集群中各种相关机构的联合行动,嵌入全球价值链的集群能更快更好地实现升级,发展中国家集群的升级更强调由低成本优势逐渐转向创新优势。

学术界在分析产业集群的升级问题时一般都引用 Humphrey和 Schmitz^[3]对升级的分类:产品升级(Product Upgrading)(引入更复杂的产品线,增加单位产品价值)、过程升级(Process Upgrading)(通过重组生产系统或引进更先进的技术,以更高的效率将投入转化为产出)、功能性升级(Functional Upgrading)(获得价值链中附加值更高的新功能,如设计、营销、品牌等)、交叉部门升级(Intersectoral Upgrading)(将某一产业部门中获得的能力应用于新的产业部门,如台湾将生产电视机的能力应用于生产显示器然后转向电脑行业),本文主要考察的是前三种升级形式。

3 价值链治理与发展中国家产业集群的升级

3.1 价值链治理对发展中国家产业集群升级的影响

如前所述,发展中国家的产业集群大多数集中在劳动密集型制造业,按照 Gereffi对全球价值链的分类,这类集群以嵌入“采购商驱动型”价值链为主,发达国家的大型采购商是价值链中的领导企业,充当治理者角色,负责协调链中各企业的劳动分工并影响其升级活动,而发展中国家的集群企业主要为采购商从事转包生产,处在被领导和被协调中,所以分析嵌入全球价值链的发展中国家集群的升级问题不容忽视价值链治理的影响,且这种影响主要是指采购商的影响。

Schmitz和 Knorrin^[7]通过对鞋业价值链的研究表明在有些价值链中全球采购商不希望地方生产商侵犯其核心竞争力,限制设计、营销和品牌知识在价值链中的自由流动并阻碍生产商在设计、营销和品牌方面的升级。也就是说,权力关系可能阻碍升级并限制知识在价值链中的流动,而这种权力关系通过价值链治理模式的不同来体现。

Humphrey和 Schmitz^[5]用系统比较的方法研究了价值链的不同治理模式对发展中国家产业集群中生产商的升级影响,得出以下结论:(1)嵌入准科层制价值链为生产商快速实现过程升级和产品升级提供了良好的条件但阻碍了功能性升级。(2)在单纯市场关系价值链中,生产商的产品和过程升级往往比较缓慢(因为没有全球采购商的推动),但功能性升级明显。(3)网络价值链为生产商提供了理想的升级条件,但生产商需要极强的互补性能力,因而这种价值链在发展中国家的发展中国家生产商中几乎不可能出现。虽然这些结论产生于相对的、静态的分析框架中,但对发展中国家产业集群选择嵌入何种价值链来实现升级仍有一定的借鉴作用。

然而,为什么价值链治理能对发展中国家地方产业集群的升级产生影响呢?本文认为,因为价值链中各参与者(这里指采购商和发展中国家产业集群中的生产商)在交易中的议价实力对比不同,导致他们的权力关系不同,而不同的权力关系表现为不同的价值链治理模式,从而对发展中国家产业集群的升级产生不同的影响。根据波特^[1]的决定供应商和客户议价实力的因素,这里的议价实力对比通过生产商/采购商的集中度、产品的差异性、采购量大小、转换成本(即采购商在更换生产商时面临的固定成本)、生产商的前向整合能力(即生产商向价值链的下游环节渗透的能力,主要通过生产商的营销和品牌能力体现)、生产商对产品设计和技术掌控以及采购商后向整合能力(即采购商向价值链上游环节渗透的能力,主要通过采购商的产品设计、研发能力体现)等因素来反映。采购商与生产商在交易中的议价实力对比越不平衡,双方的权力关系越不对称,价值链治理的科层制或准科层制特征越明显(由于科层制治理成本高,一般采购商不会对生产商进行科层制治理),采购商对生产商的升级活动控制程度越高,尤其是为了保持自己的核心竞争力——对设计、营销和品牌的控制,采购商对生产商的功能性升级活动的限制性越强。

下面以巴西南部的西诺斯谷(Sinos Valley)鞋业集群为

例对比分析价值链治理对其升级的影响。

3.2 以巴西西诺斯谷(Sinos Valley)鞋业集群为例进行对比分析

20世纪60年代末,巴西政府提出鼓励出口的政策,正逢欧美采购商在全球寻找低成本鞋类供应商的契机,Sinos Valley鞋业集群的生产商因为拥有良好的专业化配套供应能力及集群内积极主动的联合行动,吸引了欧美采购商,所以迅速地得到了欧美采购商的第一批订单。从此,以小企业为主的Sinos Valley鞋业集群进入了国际市场。随后,该集群经历了20多年的快速成长期,出口迅速膨胀,由60年代后期几乎仅供应国内市场到80年代后期出口约0.8亿双,企业规模也不断扩大,一半以上都成长为大中型企业。80年代后期,由于发达国家鞋类进口需求增长速度放慢,更多低工资鞋类出口国进入国际市场以及巴西宏观经济的动荡,该集群的出口有所波动,但到2000年,该集群出口的鞋达1.37亿双,成为世界领先的鞋类出口地区之一,其中企业达693家,直接或间接参与鞋生产的工人达101,000人,并因其投入品供应商、服务提供商和支持性机构的深度和广度而被称为“超级集群”。目前,该集群生产的鞋主要销往美国、欧洲、拉美和国内市场,而美国市场是主要的出口市场,占整个集群出口的50%以上,尤其是其中的大型企业近100%的出口都是流向美国市场。显然,Sinos Valley鞋业集群是在出口导向中不断发展和成熟起来的。

根据巴西Sinos Valley鞋业集群中各生产商主要供应的市场不同,将该集群中的生产商所嵌入的价值链分为美国价值链、欧洲价值链、拉美价值链和巴西价值链,由于拉美价值链中的治理较复杂,本文不作详细分析,其他三种价值链的治理模式与集群中不同生产商的升级情况的对应关系如表2所示。

由表2可见,在美国价值链中,一方面由于美国的鞋类采购商本身实力强大,它们是进行全球采购的先驱者,采购量最大、最集中,转换成本小(可以相对自由地进行全球采购),且拥有很强的产品设计、研发、营销、品牌及对价值链协调的能力,后向整合能力强;另一方面由于嵌入该价值链的主要是集群中的大型生产商,它们中大部分只供应美国这一市场,并只给少数采购商进行生产,所供应采购商的集中度很高,同时,因为害怕失去采购商的大订单和承担对设计、营销、品牌等活动进行大量投资的风险,不愿意涉入采购商掌控的设计、营销、品牌以及协调价值链等活动,完全依靠采购商的营销渠道和品牌,前向整合能力弱,这就进一步加大了采购商与生产商进行讨价还价的筹码,导致采购商的议价实力明显强于生产商,正如生产商自己描述的那样,“我们不是在销售,我们已经被采购商买下来了”。因而采购商是无可争议的领导企业,控制着整条价值链,价值链治理模式体现为明显的准科层制,采购商为了确保其采购产品的质量和多样性、交货的及时性及更低的库存,采购商必须促进并帮助集群中的生产商进行产品和过程升级,但为了维持其在设计、营销和品牌方面的核心竞争力,它们对生产商的功能性

表2 价值链的治理模式与巴西 Sinos Valley鞋业集群中不同生产商的升级情况

分类	美国价值链	欧洲价值链	巴西价值链
采购商特征	最大的鞋进口国,消费量超过世界总量的23%,大多数品牌零售商的密集地;采购商的设计、研发、营销、品牌和对价值链的协调能力强,且不愿与卖方分享该方面知识;采购量比其他市场都大,采购商数量少,采购的选择性大,更关注价格。	集群第二大出口市场,有大型采购商,为与美国采购商竞争并吸引集群中最优秀的生产商,更尊重生产商,与生产商关系更密切,更注重质量,因而经常与生产商合作,更愿意付高价;退出选择比生产商大;掌握着绝大部分设计、营销和品牌知识。	采购商分散、数量多,主要客户采购量占生产商总销售量的比重小,只关注销售,不进行设计和品牌等活动。
集群中生产商特征	主要是大型生产商,大部分只依赖这一市场,出口集中在少数采购商手中,只关心生产,依靠采购商建立销售渠道,根本不了解终端客户,没有自主设计和自有品牌。	对这一市场的依赖度、采购商及销售集中度均低于美国价值链生产商,由采购商建立销售渠道,但也有部分生产商直接向零售商销售,对终端客户有所了解,无自主设计和自有品牌,从事一定的研发。	对采购商的依赖性小,部分生产商有自己的商店,大部分通过自己的销售代表或直接向零售商销售,一般拥有自主设计和自有品牌。
双方权力关系表现	采购商是无可争议的领导企业,控制着所有上游企业。	采购商与生产商的权力不对称,前者控制后者所需生产的产品等。	生产商与采购商无密切联系,几乎不要治理。
治理模式	明显的准科层制(控制程度相对较高)	温和的准科层制(Soft Quasi-hierarchy)(控制程度相对较低)	单纯市场关系
生产商的升级情况	在质量改进、成本控制、交货速度和可靠性等方面的能力明显提高,符合国际技术标准,大多数引入了价格更高的新产品线,但所有新的产品线仍属于美国采购商的品牌。	提高了质量改进、成本控制、快速响应能力,生产商大都生产附加值更高的产品,主要属于购买商的品牌,极少数生产商在新市场引入自有品牌或为新市场设计了新的产品线。	质量改进、成本控制、快速响应能力增强,有些生产商通过创建新品牌在传统市场开发了价格更高的产品线,有些开发了新市场。

资料来源:在 Bazan和 Navas - Alem á^{[9][10]}基础上整理

升级进行严格限制。在欧洲价值链,由于其采购商必须和美国采购商争夺全球优秀的鞋类生产商,而整体实力又弱于后者,因而相对于美国价值链,这在一定程度上增强了生产商的议价实力,再加上欧洲价值链中的生产商对单一市场的依赖程度、所供应的采购商的集中度、销售集中度均低于美国价值链中的生产商,而且有部分生产商已从事一定的产品研发和营销活动,前向整合能力有所增强,因此,欧洲价值链采购商对生产商的议价实力小于美国价值链,但由于生产商没有自主设计和自有品牌,对采购商的设计依赖性强,前向整合能力较弱,采购商的议价实力仍比生产商强,价值链治理仍以准科层制为主,只不过是相对温和的准科层制治理,所以,与美国价值链相似,采购商鼓励生产商进行产品和过程升级,但对生产商可能侵犯其核心竞争力的功能性升级的限制小于美国价值链中的采购商。

而在巴西价值链即国内市场价值链中,采购商数量多而分散,集中度低,它们只关注销售和贸易,不进行设计和品牌等活动,后向整合能力弱;生产商一般都进行自主设计,拥有自己的品牌,有些生产商甚至有自己的商店,前向整合能力强,另外,生产商集中在 Sinos Valley鞋业集群,集中度相对较高,强化了生产商的议价实力,因而生产商的议价实力基本上与采购商相当,二者间无密切的联系,几乎不需要治理,表现为单纯市场关系,采购商对生产商的升级影响小,生产

商对自己的升级活动有更多自主权,为了应付其他生产商在国内市场的激烈竞争,生产商在加快产品和过程升级的同时,更注重功能性升级。

另外,1994年该集群发展巴西鞋业的战略计划的执行失败,也说明了集群中生产商与采购商议价实力对比不均衡对整个集群升级的影响:1994年,集群中的各协会联合制定了一个发展巴西鞋业的战略计划,其中包括许多升级建议:从进入新的目标市场,提高“巴西制造”的形象,到共同参加展销会,提高本地设计能力。并以“加强联合行动以提高巴西皮鞋供应链的竞争力”为使命。然而该计划并没有得到有效实施。主要原因在于集群中5家最大的生产商不愿意积极配合执行这一旨在通过在设计、营销和品牌方面发挥主动而实现在国际价值链中升级的计划,因为美国大型采购商几乎吸收了它们所有的出口,即使在巴西鞋类出口不景气时期,由于获得了这些大型采购商的大订单,它们仍能持续扩大生产,而且在生产领域进行密切合作,但对于设计和营销,他们几乎完全依赖于某单一美国采购商,为了维持与美国采购商的这种合作,他们害怕也懒于参与设计、营销、品牌等高附加值的战略性活动,心甘情愿地将自己锁定在低附加值的生产环节,这种对美国采购商的严重依赖性导致生产商在交易中的议价实力明显弱于采购商,二者的权力关系明显不对称,因而,美国采购商更易于控制生产商的升级活动,加快促

由于该集群中的鞋以低价的标准化皮鞋为主,故分析中视产品几乎同质。

进和鼓励生产商的产品和过程升级,却严格阻碍生产商侵犯其核心竞争力的功能性升级。更糟糕的是,这5家大型生产商还利用它们在鞋类制造商协会中的地位对集群执行该计划的联合行动产生影响,阻止整个产业集群的升级,大型生产商对美国采购商的依赖性可见一斑,无疑,这将进一步降低生产商的议价实力,可能进入恶性循环。事实上,当更多低成本生产商进入美国市场时,这些曾认为自己是世界一流制造商中的“精英”^[10]的无品牌生产商逐渐意识到这种发展模式的局限性,力图进行自主设计和创建自有品牌进入国内市场,却常常以失败而告终,一方面大部分国内市场已被在国内市场创建了品牌的生产商所占据,另一方面这些制造“精英”几乎已丧失了自主设计和品牌运作能力,这就更加缩小了他们对采购商的选择性,增强了对美国采购商的依赖性,进一步削弱了与美国采购商进行议价的实力,从而美国采购商对生产商的控制程度更高,对生产商的升级影响更大。

同时,Bazan和Navas-Alemán^[10]认为:准科层制治理模式可以发生在任何类型的价值链中,而不仅仅局限于欧美价值链,即使在国内市场和拉美市场的价值链中也可能发生,当生产商放弃对营销、设计和品牌等活动的控制,而将它们让给采购商时,准科层制治理就会存在。由此我们可以更加鲜明地认识到,一旦价值链中的生产商在营销、设计和品牌等战略性活动方面对采购商的依赖性增强,前向整合能力减弱,导致生产商在交易中的议价实力减弱,采购商与生产商的议价实力对比不均衡,双方权力不对称,价值链的科层制或准科层制治理特征就越显著,采购商对生产商的升级活动控制程度就越高。

总之,巴西Sinos Valley鞋业集群的升级主要通过其中生产商的升级来体现,而生产商的升级受其主要面向市场中的价值链治理的影响,而治理模式最终随生产商与采购商议价实力对比的变化而不同。

4 对发展中国家地方产业集群升级的若干启示

综上所述,发展中国家地方产业集群的升级由集群中主要从事生产的企业的升级来体现,而企业的升级受到它主要面向市场中价值链治理的影响,价值链治理又受价值链中生产商与采购商权力关系变化的影响,再进一步,导致权力关系变化的原因在于生产商与采购商议价实力对比的不同,也就是说,生产商与采购商在交易中议价实力不均衡,导致二者的权力不对称,体现为不同治理模式,从而对价值链中生产商的升级活动产生不同影响。这就意味着:一方面不同价值链治理会对发展中国家集群升级产生不同影响,特别是准科层制价值链中的采购商对生产商的升级活动进行严格控制;但是另一方面,由于价值链治理对集群升级的影响最终随生产商和采购商议价实力对比的变化而变化,这就给发展中国家的产业集群带来了机遇,其中的生产商可以通过提高自己的议价实力打破与采购商议价实力对比的不均衡状态,使价值链治理朝网络或单纯市场关系转变,以便在全球价值链中顺利地实现快速升级,尤其是功能性升级。

根据决定生产商议价实力的因素,笔者认为,集群中的生产商可以考虑从以下几条思路来打破在交易中与全球价值链中采购商议价实力对比的不均衡状态:(1)通过市场多样化和客户多样化避免对某一个或几个市场或客户的过度依赖,从而提高与某一采购商议价的实力;(2)通过提高产品差异化和独特性提高生产商的议价实力;(3)通过积极主动的投资和学习,提高自主设计、营销和品牌能力,减少对采购商的设计、营销和品牌的依赖,增强前向整合能力;(4)充分发挥集群的联合行动优势,当自身资金和能力有限时,更多地依靠集群内部配套服务商的设计、营销渠道和品牌,以便更好地利用地理上的接近和知识外溢进行学习,提高整个集群的竞争力和自身能力;(5)通过与小市场、小客户合作,培育市场研究和开拓能力、自主设计能力,创建自主品牌。当然,所有这些活动可能会受到现有市场中采购商的阻碍和限制,尤其对于正嵌入准科层制价值链的生产商来说,而且生产商为了维持生存和发展,也不可能完全放弃现有市场,但是,集群中的生产商为了自己的长期健康发展,必须进行一些“秘密的变革”^[10],以便更顺利地在全球价值链中实现升级,由低成本优势向创新优势转变。

参考文献:

- [1] [美]迈克尔·波特·竞争论[M].北京:中信出版社,2003.
- [2] Kaplinsky R & Morris M. A Handbook for Value Chain Research [M]. Prepared for the DRC, 2001.
- [3] Humphrey, J & Schmitz, H. How does Insertion in Global Value Chains Affect Upgrading in Industrial Clusters? [J]. Regional Studies, 2002, (36).
- [4] Schmitz, H. Global Competition and Local Cooperation: Success and Failure in the Sinos Valley, Brazil [J]. World Development, 1999, 27(19): 1627 - 1650.
- [5] Humphrey, J & Schmitz, H. Governance and Upgrading: Linking Industrial Cluster and Global Value Chain Research [A]. DSW Working Paper [Z]. Institute of Development Studies, University of Sussex, Brighton, 2000, (120).
- [6] 梅丽霞,蔡铂,聂鸣.全球价值链与地方产业集群的升级[J].科技进步与对策,2005,(4).
- [7] Schmitz, H & Knorrnga, P. Learning from Global Buyers [J]. Journal of Development Studies, 2000, 37 (2).
- [8] Schmitz, H. Small Shoemakers and Fordist Giants: Tale of a Supercluster [J]. World Development, 1995, (1).
- [9] Bazan, L & Navas - Alemán, L. Comparing Chain Governance and Upgrading Patterns in the Sinos Valley, Brazil [C]. Paper for Workshop 'Local Upgrading in Global Chains', held at the Institute of Development Studies, University of Sussex, 2001, (5).
- [10] Bazan, L & Navas - Alemán, L. The Underground Revolution in the Sinos Valley: A Comparison of Upgrading in Global and National Value Chains [A]. Hubert Schmitz (ed). Local Enterprises in the Global Economy: Issues of Governance and Upgrading [M/OL]. Cheltenham: Elgar, forthcoming, [http://www. ids. ac. uk/ids/global/pdfs/chapter5a. pdf](http://www.ids.ac.uk/ids/global/pdfs/chapter5a.pdf), 2003.

(责任编辑:李映果)