

图书基本信息

书名：<<全球竞争下中国装备制造业升级制约与突破>>

13位ISBN编号：9787514114454

10位ISBN编号：7514114459

出版时间：2012-6

出版时间：经济科学出版社

作者：陈爱贞 著

页数：266

字数：240000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<全球竞争下中国装备制造业升级制约>>

### 内容概要

长期以来，国内研究装备制造业发展的论著不可不说是汗牛充栋，也至少可以说十分的丰厚。但是据我所知，此前的研究大多缺少精细的、较为国际化的研究方法，尤其缺少用全球价值链理论视角研究该问题的论著。

因此陈爱贞博士的这本专著在这方面开了一个研究的先例。

纵观全书，我觉得她十分精细地分析了全球竞争对中国装备制造业发展模式 and 产业升级的影响机理，并对突破路径进行了有益的探索。

书籍目录

第1章 导论

1.1 问题提出

1.2 国内外相关文献评析

1.3 装备制造业的界定与产业特性

1.4 本书研究视角、主要观点和可能的创新

第2章 中国装备制造业参与全球竞争模式及市场竞争现状

2.1 技术能力与市场能力：中国装备制造业参与全球竞争的基础

2.2 跨国公司以各种方式进入及国内竞争国际化

2.3 中国装备制造业参与全球竞争模式及国际竞争力

第3章 跨国公司与本土装备制造企业间的竞争与互动机制

3.1 跨国公司与本土装备制造企业间竞争与互动的微观基础

3.2 跨国公司进入模式的竞争效应及对互动的的影响

3.3 跨国公司与本土装备制造企业间的竞争与互动机制

第4章 全球竞争下中国装备制造业升级：全球价值链竞争层面

4.1 生产者驱动价值链中装备制造业升级机制

4.2 中国装备制造业在全球价值链中的地位

4.3 全球价值链中中国装备制造业升级制约

4.4 中国装备制造业价值链升级的支撑

第5章 全球竞争下中国装备制造业升级：产业链间国际竞争层面

5.1 产业链间国际竞争下中国装备制造业升级的制约

5.2 下游动态技术引进对中国装备制造业升级的市场制约

5.3 下游技术标准受控对中国装备制造业升级的捆绑约束

第6章 促进中国装备制造业升级与竞争力提升的竞争战略

6.1 中国装备制造业竞争战略选择与实现路径

6.2 竞争战略调整

6.3 产业升级：更高层次的竞争战略

第7章 通过产业升级提升中国装备制造业竞争力的对策

7.1 现有政策创新效应

7.2 政府政策模式选择

7.3 促进产业链创新的着力点：推动产学研联合

7.4 促进价值链创新的着力点：大力发展高级生产者服务业

参考文献

后记

章节摘录

3.促进国内价值链与全球价值链衔接 基于中国装备制造业现有的技术、设计研发水平,以及在关键零部件和基础材料等环节面临的技术瓶颈,要促进中国国内价值链升级,还需要在全球整合资源到国内价值链中。

具体路径有国际外包与通过国际代工培育薄弱环节的国内供给能力。

(1) 国际外包。

中国本土装备制造企业国际外包主要有两种形式,一种是进口,另一种是向在华FDI企业购买。进口关键零部件往往会影响国内价值链其他环节与该环节进行交流、合作,而且由于本土整机企业无法控制该环节,一旦出现供不应求情况,国内价值链就可能因为得不到供货而出现环节断裂,影响价值链发展。

向在华FDI企业购买所需零部件,距离的拉近,有利于本土整机企业与其沟通、反馈。

随着大量跨国整机企业进入中国市场,与这些跨国整机企业保持比较稳定关系的供应商也大量跟随进驻,从而在中国沿海地区形成了一些以外资企业为主的代工群。

从这些外生型集群形成路径来看,可以说其是全球价值链在中国国内的一种延伸,即其发展要依托其所在的全球价值链。

在这种垂直分工为主的集群内,集群的动力主体是外资企业,其一方面作为集群内部的核心企业,对集群的网络深化和技术发展起关键的统领作用,引领整个集群的创新和升级方向;另一方面其还通过全球价值链或全球生产网络与母公司保持战略联系,其发展方向需要与母公司的战略意图保持一致,创新源更主要地来自母公司。

而这些零部件供应商的母公司又是跨国整机企业的稳定供应商,其发展往往与跨国整机企业主导的全球价值链保持一致。

由于中国本土整机企业与跨国整机企业处于竞争关系,在这些实际由跨国整机企业主导的外资代工群中,中国本土整机企业要获得内含高级要素的关键零部件难度比较大,成本往往也比较高。

一级零部件代工企业与发包商之间联系往往都很强,是跨国公司主导的全球生产网络内的内部化代工企业,则其与母公司的强关系限制了它与其他企业尤其是其他跨国公司的交流。

因此,不少外资代工企业进入跨国企业主导的生产网络后,只能在网络内部与跨国整机企业建立强联系,其特征是相同类型的人或组织集聚在一起,通过强联系获取重复性或类似的信息和知识,因此很少有新信息、新知识的产生。

.....

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>