

<<中国电子信息企业创新升级>>

图书基本信息

书名：<<中国电子信息企业创新升级>>

13位ISBN编号：9787811381801

10位ISBN编号：781138180X

出版时间：2009-4

出版时间：西南财经大学出版社

作者：任家华

页数：279

字数：235000

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>

<<中国电子信息企业创新升级>>

内容概要

随着生产和贸易全球化的不断深入，世界价值创造体系在全球出现了前所未有的垂直分离和再构，面对这一国际分工大转换的背景，全球价值链的研究解决了企业升级的联系路径问题，在现实与理论之间架设起一座桥梁。

引入全球价值链理论可探讨我国企业如何面对全球产业转移和升级，从宏观到微观、多层次多角度系统地认识企业升级。

全球市场与外部联系对企业升级产生了深刻的影响，价值链外部联系的重要性在发展中国家的研究中仅受到有限的关注，选择从全球价值链角度研究企业升级与发展，具有一定的创新和探索意义。

然而在全球价值链中，发展中国家的企业升级往往是有限的。

自主创新是企业持续升级的动力基础，内部创新能力薄弱、仅仅频繁外部联系的企业只能是嵌入全球价值链中一个丧失自主性的环节，被动接受知识和技术转移，这极大地阻碍了企业的升级空间。

在企业的发展和升级研究中，柔性专业化学派过分强调企业的本地联系与“内生成长因素”，忽视了产业在全球范围内进行专业化分工的事实，忽视了企业及其集群所依托产业已纳入全球价值网络；价值链分析学派过分强调全球化和企业的垂直一体化分工，忽视了价值链片段化与本地联系过程中的创新网络。

事实上，价值链和集群创新网络都是企业升级不可缺少的因素，不能将它们割裂开来，它们是一个事物的两个侧面。

在全球价值链环境下，企业创新升级的要素包含在创新过程和各环节附加值产生过程，价值链上参与者间相互联系、相互作用和相互依赖过程；知识技能联系以及区域创新网络中行为主体间的相互依赖。

因此，企业的升级是融合价值链空间片段化与战略环节创新的结果；价值链空间片段化、本地联系与创新网络，构成了企业升级的主要环境要素和知识要素；全球价值链战略环节创新构成了企业升级的目标；治理机制是全球价值链创新升级的主要动力机制，在治理机制的影响下，培育自主创新是获取治理权的战略手段；在全球价值链的片段化过程中，培育和形成集群式创新环境，使得企业可通过组织学习较快提高创新升级能力。

<<中国电子信息企业创新升级>>

作者简介

任家华，男，重庆市永川区人，生于1971年4月，管理学博士，毕业于西南交通大学。曾历任国企财务主管、民企副经理（负责财务）、上市公司董事、财务总监。现在浙江工商大学财务与会计学院从事CPA财务成本管理的教学与研究。研究领域包括：民营企业改制与上市、融资与治理、

<<中国电子信息企业创新升级>>

书籍目录

第一章 绪论 第一节 研究背景与问题的提出 第二节 研究意义 第三节 国内外研究现状 第四节 研究路线、方法与主要内容第二章 基本理论与框架 第一节 全球价值链理论 第二节 创新与企业升级 第三节 企业创新升级模型第三章 国内外电子信息产业发展概述 第一节 电子信息产业的基本概念 第二节 中国电子信息企业发展概述 第三节 中国电子信息企业创新升级存在的问题 第四节 中国台湾地区电子信息企业升级的经验与启示 第五节 韩国电子信息企业升级的经验与启示 第六节 日本电子信息企业升级的经验与启示第四章 集群式创新与企业升级 第一节 市场势力与集群式创新 第二节 组织学习与集群式创新 第三节 我国电子信息企业的技术能力与创新特征 第四节 我国电子信息企业集群式创新升级的政策建议第五章 全球价值链创新与企业升级 第一节 中国电子信息企业价值链创新的驱动力 第二节 价值链治理模式创新与升级 第三节 中国电子信息企业价值链创新的治理现状与演进第六章 自主创新战略与企业升级 第一节 自主创新概述 第二节 中国电子信息企业自主创新升级面临的压力和挑战 第三节 建立我国企业自主创新系统的运行保障机制第七章 中国电子信息企业的创新升级路径与策略 第一节 内源品牌型电子信息企业的升级路径 第二节 OEM型电子信息企业的升级路径 第三节 企业创新升级的市场支持策略第八章 实例分析 第一节 中关村电子信息企业全球价值链创新升级 第二节 电子商务企业价值链创新升级：以阿里巴巴为例结论参考文献附录致谢

章节摘录

第二章基本理论与框架 在对研究对象进行系统研究之前,我们必须对与研究对象相关的概念和理论进行整理,只有这样才能深刻地认识相关理论的发展脉络以及最新的理论动态,同时准确地把握我们的研究对象与这些理论的关系,从而将相关理论与我们的研究对象有机地结合起来,形成了理论的突破与创新。

本文的研究涉及三个理论前沿问题:全球化、价值链和创新。

第一节全球价值链理论 全球价值链(GVC)理论在继承全球商品链(GCC)理论(Gereffi . G, 1999)主要观点的基础上,深入分析了全球价值链的治理以及企业在全价值链上实现升级这两个重要内容。

一、全球价值链的形成与发展 在市场竞争条件下,企业升级的核心问题就是获得竞争优势,获得比其他企业更广阔更长远的发展空间和现实的利润,竞争优势问题是人们一直关注的问题。波特提出的模型认为,竞争优势来自于一定的产业结构,如果产业结构对企业有利,进入了就能获得竞争优势。

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>