

<<产业组织的垂直分解与网络化>>

图书基本信息

书名：<<产业组织的垂直分解与网络化>>

13位ISBN编号：9787509607596

10位ISBN编号：7509607590

出版时间：2009-10

出版时间：经济管理出版社

作者：李晓华

页数：280

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>

<<产业组织的垂直分解与网络化>>

内容概要

在19世纪80年代至20世纪80年代的100年中，垂直一体化的大型企业处于市场的主导地位。20世纪80年代中期以来，现代公司逐步丧失其统治性的地位，垂直分解的生产组织方式越来越为企业所采用。

产业组织垂直分解后，并不是简单地从一体化的科层回到市场，而是形成网络化的关系。

产业组织由垂直一体化向垂直分解与网络化范式的转变，不但影响到国家间的国际分工关系与企业的成长方式，而且也必然对我国的产业发展产生深远的影响。

本书在对产业组织的垂直分解与网络化趋势进行论述的基础上，阐释了垂直分解与网络化产生的原因，揭示了垂直分解与网络化范式下国际分工格局与企业成长模式的转变，基于对中国产业组织方式的分析，提出了垂直分解与网络化范式下中国产业发展战略目标与升级路径。

<<产业组织的垂直分解与网络化>>

书籍目录

第一章 引言 第一节 问题的提出 一、产业组织问题的重要性 二、产业组织演化的新趋势 三、研究产业组织发展新趋势的现实意义 第二节 概念的界定 一、产业组织 二、价值链 三、垂直一体化和垂直解体 四、网络化 五、相关概念的比较 第三节 国内外研究现状的简要评述 一、对垂直解体的研究 二、对网络化的研究 第四节 本书的基本框架第二章 从垂直一体化到垂直解体 第一节 产业组织的垂直一体化 一、垂直一体化程度的衡量方法 二、对垂直一体化的考察 三、国际垂直一体化 第二节 产业组织的垂直解体趋势 第三节 产业组织垂直解体的方式 一、垂直解体的复杂性 二、垂直解体的两种方式 三、不连续的垂直一体化 四、垂直解体后的分裂和重组 第四节 垂直解体的空间发展 一、价值链的区位分布 二、价值链空间分布的发展趋势 三、垂直解体的空间结构 四、空间垂直解体的形成方式 第五节 对垂直解体的进一步说明 一、垂直解体的两重属性 二、垂直解体是一种趋势 三、垂直解体的产业和国别差异 四、国际垂直解体与国际直接投资的关系 第六节 垂直解体案例分析：以汽车产业为例 一、手工生产阶段的分散化生产 二、大量生产阶段的垂直一体化 三、精益生产阶段的垂直解体第三章 产业组织垂直解体后的网络化 第一节 网络化的含义 第二节 价值链的治理 一、价值链治理的定义 二、价值链治理发挥作用的机理 第三节 网络治理的类型 一、控制型网络 二、关系型网络 三、模块型网络 第四节 网络的组合第四章 产业组织垂直解体和网络化趋势的理论分析 第一节 产业组织垂直解体的背景.....第五章 垂直解体和网络化对绩效、分工格局与企业成长的影响 第六章 中国的产业组织模式 第七章 中国产业组织发展的对策结语参考文献后记

<<产业组织的垂直分解与网络化>>

章节摘录

在产业组织垂直解体的过程中以及在垂直解体后的产业组织结构中，跨国公司也发挥着支配性的作用。

产业组织的垂直解体化主要源于跨国公司的推动，跨国公司或者将企业内部一体化生产环节中的某些部门剥离出去，或者大量增加从市场的采购额，这些活动都促进了独立的供应商的成长。

在垂直解体后的产业结构中，跨国公司的作用表现得更为明显。

我们曾在第四章中指出，垂直解体后的产业组织形成j种形式的生产网络：模块型网络、关系型网络和控制型网络。

无论是在以日本汽车产业为代表的控制型网络还是在以美国电子产业为代表的模块型网络中，跨国公司都发挥着重要作用。

在日本的汽车产业中，丰田等汽车总装厂商控制一级供应商，一级供应商又控制着二级供应商，从而形成对汽车产业整个价值链的控制，当它们向国外进行投资时，这种控制型网络结构就复制到其他国家。

在美国的电子产业中，品牌制造商和全包合同供应商都是跨国公司，全包合同供应商向为数众多的零配件厂商进行采购。

在关系型网络中，网络的各参与者看似处于彼此相对平等的地位，但是我们已经指出，关系型网络并非独立的，它们会与其他形式的网络发生连接，从而进入跨国公司控制的网络。

通过关注全球分散但连接在一起的生产系统，Gereffi证明许多价值链以一个（或一些）占支配地位的参与者为特征，这个（这些）参与者决定了价值链的全部特征，并作为领导企业为独立连接处活动的升级和协调连接之间的相互作用负责。

根据治理价值链的角色不同，他将价值链分为两类：购买者驱动的价值链和生产者驱动的价值链。价值链的类型取决于变化速度、学习需要、规模经济、交易和协调成本、价值重量比以及物流等因素，“容易”的技术可以促成由购买者驱动的价值链，而需要紧密协调、专利技术等的“困难”技术，可促成由跨国公司从中协调的由生产商驱动的价值链。

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>