

<<大国国内市场与产业国际竞争力>>

图书基本信息

书名：<<大国国内市场与产业国际竞争力>>

13位ISBN编号：9787500476672

10位ISBN编号：7500476671

出版时间：2009-4

出版时间：中国社会科学出版社

作者：周怀峰

页数：261

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>

## <<大国国内市场与产业国际竞争力>>

### 内容概要

全书共7章，各章的主要内容如下：第1章是前言，主要阐述选题的背景和意义、研究思路和研究方法以及研究过程中已经注意到的事项等与主题相关的几个问题。

第2章是基本术语和相关理论述评。

首先，任何理论体系都由一系列的概念和范畴组成，为了使理论明确，界定了相关的主要概念。

其次，任何研究都是建立在前人研究的基础上的，这一章通过分析前人的研究文献，找出前人研究文献的不足作为全书研究的切入点。

第3章是国内市场涵养和提升产业国际竞争力的内在机理，是全书的理论基础。

全章运用现代经济学的研究成果，从价格和非价格的角度阐述了大国国内市场怎样涵养和提升产业竞争力。

第4章是大国国内市场涵养和提升产业国际竞争力的途径分析，即大国国内市场主要从哪几个方面涵养和提升产业国际竞争力。

笔者认为国内市场涵养和提升产业国际竞争力主要表现在以下几个方面：第一，国内贸易促进经济增长，扩大国内市场容量，为分工专业化和规模经济提供市场基础，大的国内市场容量能够涵养大企业，进而影响企业和产业的规模，大企业更易于从价格和非价格的角度提升产业国际竞争力。

第二，国内区际贸易促进了区域分工和专业化，分工和专业化又促进了企业规模扩张和产业的空間扩张，并且国内区际贸易也加速了产业技术的空間传播。

第三是国内市场竞争诱导产业技术进步和创新，并形成大企业的内部范围经济和外部范围经济，促使大企业生成并形成大企业竞争主导的、与中小企业合作共生的市场格局。

国内市场正是通过上述渠道影响产品的价格和非价格，进而提升产业整体的国际竞争力的。

第5章是国内市场对产业国际竞争力贡献的实证分析。

运用计量和案例研究的方法对理论进行检验。

首先通过建立计量模型，检验了国内市场对代表性制造业和主要农产品国际竞争力的贡献程度。

其次是具体的案例分析，剖析了国内市场在家电产业国际竞争力形成过程中的作用；计量检验和案例分析的结论都在一定程度上证明大国国内市场确实能够在较大程度上提升产业国际竞争力。

第6章是国内市场涵养和提升产业国际竞争力的理论总结。

全书的理论与实证分析表明：（1）具备一定规模的国内市场容量是产业国际竞争力形成的基础；（2）大企业主导的国内竞争为国际竞争力的提升提供了压力和动力，竞争性的大企业是形成产业国际竞争力的主要力量；（3）国内区际贸易促进了产业竞争力的普遍提升。

全书的最终结论是大国国内市场能够涵养和提升产业国际竞争力。

第7章是全书的研究结论，认为要涵养和提升产业国际竞争力，应主要依靠国内市场，但参与国际产业竞争的前提是要有自立型的产业，因此就应该首先利用国内市场，利用大国进口替代战略的优势选择适当的产业，辅之以政策的支持，培植自立型的产业。

最后是就如何利用国内市场涵养和提升产业国际竞争力提出相应的政策建议。

# <<大国国内市场与产业国际竞争力>>

## 书籍目录

第一章 导言 第一节 选题目的与背景 一 选题目的 二 选题背景 第二节 思路、分析框架与研究方法 一 具体的思路与分析框架 二 研究方法 第三节 本书结构与内容安排 第四节 可能的创新和研究过程中已注意到的问题 一 可能的创新 二 研究过程中已注意到的几个问题 第五节 后续研究展望第二章 基本术语及相关文献述评 第一节 基本术语 一 大国和国内市场因素 二 产业和产业国际竞争力 三 企业和产品的国籍 第二节 相关研究述评 一 影响产业国际竞争力的宏观因素研究 二 国内需求、国内贸易与产业国际竞争力的研究 三 国内市场竞争与产业国际竞争力的研究 四 对相关研究的简要评价第三章 国内市场涵养和提升产业国际竞争力的机理 第一节 产业国际竞争力的直接来源 一 成本价格因素 二 非成本价格因素 第二节 国内大市场、规模经济、分工经济与价格竞争力 一 大国可依赖国内市场实现规模经济 二 规模经济与价格竞争力 三 国内大市场与产业国际竞争力的赶超 四 国内市场促成分工与专业化经济 第三节 国内市场、技术创新与非价格竞争力 一 国内需求为技术创新提供市场 二 挑剔的国内市场需求激发产业技术创新 三 国内市场规模的大小影响技术创新 第四节 国内市场竞争、价格竞争力与非价格竞争力 一 竞争理论的解释 二 同质产品的国内竞争与价格竞争力 .....第四章 国内市场涵养和提升产业国际竞争力的途径第五章 国内市场对产业国际竞争力贡献的实证分析第六章 国内市场涵养和提升产业国际竞争力的理论总结第七章 充分利用国内市场涵养和提升产业国际竞争力主要参考文献致谢

章节摘录

先发性市场需求还可以因为率先向创新的企业发出信号而进一步减少创新过程中的不确定性和降低成本。

这里所说的成本既包括技术创新过程中的成本，也包括市场创新过程中的成本。

因为通常由于产品的复杂性，市场的开拓过程需要对潜在客户不断地进行刺激和教育，使他们不断地增加对推向市场的新产品的认知和心理认同。

产品的复杂性往往会使得这一成本相当地高昂，但是，如果存在着先发性需求的话，则可以解除客户对新产品的戒备心理和加强客户对新产品的认同心理。

这些因素显然会减少这一过程所需要的费用，从而降低了市场开拓成本。

另外，对某一产品所形成的先发性需求也会产生对相关产品或服务的先发性需求。

而且由于文化、语言等多方面的原因，国内需求的出现总是会使得国内企业比外国的厂商更易于了解和掌握客户的真正需求，从而更易于把握研究开发的方向。

并且，国内企业也会比国外的企业更早发现国内市场中的客户需求，这一成本也就比国外企业更低。

所以，若一个国家在某一产业内存在着先发性市场需求，则会刺激国内的企业先于竞争对手进行创新而赢得在国际竞争中的先发优势（在其他情况相同的条件下），还可能会获得创新成本方面的优势。

例如，20世纪60年代供应瑞士和德国的印刷、报纸厂家的瑞士纸制品制造机械工业是节省劳力的新闻出版制造机器的早期开发者，这种早期的开发创新就源于国内的先导性需求。

由于瑞士与德国相对高的工资、劳力短缺、没有来自工会的对提高劳动生产率的反对，因而对这类机械的国内需求相对较大。

.....

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>