

<<技术进步与国际贸易>>

图书基本信息

书名：<<技术进步与国际贸易>>

13位ISBN编号：9787513604673

10位ISBN编号：7513604673

出版时间：2011-10

出版时间：中国经济出版社

作者：董秘刚

页数：296

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>

<<技术进步与国际贸易>>

内容概要

本书内容简介：技术进步与国际贸易之间的相互关系一直是经济学领域最为关注的焦点问题之一。本书以技术进步理论与国际贸易相关理论为指导，结合中国改革开放以来经济与贸易增长的实际，深入分析了中国技术进步与对外贸易发展的历史，现状和问题，系统论述和研究了技术进步的条件和动力机制，以及技术进步与对外贸易的互动机制。通过大量翔实的数据、精美的图表和鲜活的案例，采用实证和规范相结合的研究方法，对中国经贸增长与技术进步之相依与互动关系、粗放型外贸增长方式之弊、出口产品国际竞争力低下之因、质量低劣之痛以及品牌缺失之虞等加以剖析与探讨，从而探索中国充分利用后发优势、促进贸易发展方式转变的有效途径，提出颇具独特见解的技术进步与外贸增长相结合的科技兴贸战略和对策，可为中国依靠技术进步提升国际竞争力、调整和优化产业结构与贸易结构、从根本上促进和实现技术进步与经贸增长之间的良性循环，以及经济贸易的可持续发展、加快由贸易大国迈向贸易强国的步伐提供相关政策建议和决策参考。

本书适合高等院校国际经济与贸易、金融学、经济学以及工商管理专业师生阅读，也可供技术进步与国际贸易问题的研究者，各级政府经济与商务管理部门的管理者参考。

<<技术进步与国际贸易>>

作者简介

董秘刚，男，陕西咸阳人，经济学博士。
现为西北大学经济管理学院世界经济与贸易系副教授，硕士研究生导师。
先后就读于西北大学物理学系和经济管理学院，获理学学士学位、经济学硕士学位和博士学位。
长期从事国际贸易方向的教学和研究工作。
在国内核心与重要刊物上发表专业学术论文17篇；撰著、主编和参编经贸类著作与教材7部；主持和参与部、厅等各级科研项目6项。
曾获西北大学优秀‘教学奖及优秀教师称号。

<<技术进步与国际贸易>>

书籍目录

第1章 导论

- 1.1 问题的提出
- 1.2 主要内容与研究焦点
- 1.3 贡献与不足

第2章 技术进步及其动力机制1015

- 2.1 技术进步理论综述
- 2.2 技术进步概念界定
 - 2.2.1 技术与科学
 - 2.2.2 科学研究与技术进步
 - 2.2.3 技术创新的概念
 - 2.2.4 技术创新的分类
 - 2.2.5 技术创新扩散与技术扩散
 - 2.2.6 对技术创新的理解和把握
- 2.3 技术进步的内涵
 - 2.3.1 技术进步的分类
 - 2.3.2 技术进步表示方法
- 2.4 技术进步的动力机制——技术创新的模式
- 2.5 技术进步的条件因素
 - 2.5.1 人才因素
 - 2.5.2 资本因素
 - 2.5.3 制度因素
- 2.6 对技术进步的衡量
- 2.7 中国技术进步的现状
 - 2.7.1 技术进步的投入
 - 2.7.2 技术进步的产出
 - 2.7.3 经济增长与技术进步的相关性分析
 - 2.7.4 中国技术进步的国际比较
 - 2.7.5 相关结论与启示

第3章 技术进步与国际贸易互动机制

- 3.1 相关贸易理论演进
 - 3.1.1 技术外生贸易理论
 - 3.1.2 技术内生贸易理论
- 3.2 技术进步影响贸易的机制
 - 3.2.1 技术进步与贸易基础
 - 3.2.2 技术进步与贸易格局
- 3.3 贸易影响技术进步的机制
 - 3.3.1 贸易对出口国技术进步的影响
 - 3.3.2 贸易对进口国技术进步的影响
 - 3.3.3 国际货物贸易对技术进步的影响
 - 3.3.4 国际技术贸易对技术进步的影响
- 3.4 中国技术进步与经贸相互影响的实证分析
 - 3.4.1 进口贸易对技术进步的作用
 - 3.4.2 技术进步对出口贸易的作用
 - 3.4.3 技术进步对中国经贸贡献率的测算
 - 3.4.4 相关结论与启示

<<技术进步与国际贸易>>

第4章 技术进步与国际竞争力

.....

第5章 中国贸易竞争力与外贸增长

第6章 粗放型外贸增长方式之弊

第7章 技术进步与中国出口商品质量提升和品牌培育

第8章 科技兴贸与中国外贸增长模式

参考文献

后记

章节摘录

全新产品是根据新思想、新原理，采用新技术、新材料所设计、研制和生产的，完全不同于以往的新产品。

例如，世界上第一台电子计算机在美国市场上亮相，就是这样的全新产品。

相对于改进或更新原有产品而言，设计和生产全新产品更具优点：可以在技术上处于领先地位，将竞争对手远抛在身后，以获得垄断利润；因具有技术含量高、质量精良和性能优越等特点，全新产品更容易成为消费者喜欢的名牌产品；全新产品以其独特的整体竞争优势更容易占领市场，可以为企业开拓更大的发展空间。

（2）技术进步可使产品获得“低成本竞争优势”和“差异型竞争优势” 波特认为，产品竞争优势一般可以分为两类：“低成本竞争优势”和“差异型竞争优势”。

当企业能以较低的成本竞争时，它比竞争者更能有效率地设计、生产和营销产品，即若产品销售价格相差不多时，成本越低也就表示利润越高；而企业采取差异型竞争的目的则在于提供客户独特而优异的价值，经由产品的质量、专业功能或售后服务等方面表现出来。

然而，无论是“低成本竞争优势”还是“差异型竞争优势”，只有通过技术进步方式才能拥有它们。

首先，“低成本竞争优势”只有依靠技术进步才能获得。

由于技术进步和创新是企业提高劳动生产率和经营活动效率、实现规模生产、节约材料和能源、降低生产成本、提高产品数量和质量的根本途径，所以，生产厂商在生产经营和管理过程中所采用的技术越先进，其产品就越具有低成本竞争优势。

.....

<<技术进步与国际贸易>>

编辑推荐

《技术进步与国际贸易：中国对外贸易增长模式研究》是西北大学经济管理学院博士文库之一。科技兴贸与贸易兴科不可或缺，贸易结构与产业结构双向互动，技术引进与技术创新兼顾并重，高技术产业发展与传统产业改造密不可分，贸易增长与贸易可持续发展协调统一，质量兴国战略与名牌强国战略相得益彰。

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>