

<<中国轿车市场结构与企业行为研究>>

图书基本信息

书名：<<中国轿车市场结构与企业行为研究>>

13位ISBN编号：9787562819738

10位ISBN编号：7562819734

出版时间：2006-11

出版时间：华东理工大学出版社

作者：钱世超

页数：185

字数：159000

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>

<<中国轿车市场结构与企业行为研究>>

内容概要

中国轿车工业自20世纪50年代形成以来，在国家产业政策与轿车消费政策的引导下，基本处于一个封闭的发展环境中，基础薄弱、发展缓慢。

自实行改革开放后，这一产业才得到重视，并且逐步成为我国的支柱产业之一。

尤其是随着我国加入WTO后各项承诺的逐步兑现，我国轿车市场逐步成为一个开放市场，企业的市场竞争行为以及市场结构发生巨大变化，市场结构与企业行为之间的关系成为理论界与企业界关注、研究的内容。

本书在对我国轿车工业以及轿车市场形成过程进行历史回顾的基础上，运用产业组织理论，对我国轿车市场的企业行为与市场结构进行了理论分析与实证研究，特别是在纵向差异化产品假定下，探讨了企业的价格竞争行为与非价格竞争行为、价格竞争行为的连锁反应机制以及价格博弈形成的市场均衡，并就企业的价格行为与非价格行为对市场结构以及社会福利状态的影响进行了研究。

作者简介

钱世超，男，1982年毕业于上海交通大学应用数学系，1985年获得上海交通大学管理学硕士学位。
1994—1995年作为加拿大教育部访问学者在McMaster大学商学院从事经济系统仿真理论与应用的研究。
此后在华东理工大学工商经济学院长期担任领导工作。
2000年师从上海社会科学院经

书籍目录

导论第一章 产业组织理论研究的回顾 第一节 产业组织理论发展的历史回顾 第二节 当代产业组织理论的主要内容与方法第二章 中国轿车工业与市场的发展及现状 第一节 国内轿车生产和供给 第二节 国内轿车需求第三章 中国轿车产业市场结构的实证分析 第一节 行业规模的演变 第二节 市场集中度的演变 第三节 产品差异化的演变 第四节 中国轿车的市场结构及其特点第四章 中国轿车市场价格策略性行为分析 第一节 不同阶段的企业价格行为 第二节 价格行为及其连锁反应机制 第三节 企业利润最大化条件下的市场均衡第五章 中国轿车市场企业非价格策略性行为分析 第一节 研究开发和创新的驱动力分析 第二节 新产品开发行为及其分析 第三节 广告行为及其分析第六章 企业行为对轿车市场结构的影响分析 第一节 市场结构与企业行为之间的关系 第二节 价格竞争对市场结构的影响 第三节 R&D对市场结构的影响第七章 企业行为对行业资源配置效率的影响分析 第一节 市场价格均衡条件下的社会总效用 第二节 价格竞争行为对社会总效用的影响 第三节 非价格竞争行为对社会总效用的影响 第四节 中国轿车市场目前的资源配置效率分析第八章 中国轿车市场结构的变化趋势与行业对策 第一节 “入世”对轿车市场结构的影响 第二节 开放汽车工业对市场结构的影响 第三节 轿车行业与生产企业的对策结束语参考文献

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>