

<<网络交易中的逆向选择>>

图书基本信息

书名：<<网络交易中的逆向选择>>

13位ISBN编号：9787802073517

10位ISBN编号：7802073510

出版时间：2005-11

出版时间：经济管理出版社

作者：潘勇

页数：218

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>

## <<网络交易中的逆向选择>>

### 内容概要

《网络交易中的逆向选择：基于“柠檬市场”模型的分析》是作者长期潜心研究经济学之力作。作者用数学方法和计算机建模方法对信息经济学进行了深入的研究。全书以网络市场中的逆向选择（网络“柠檬”）为研究对象，以网络“柠檬市场”模型为基本出发点，用理论分析和实证分析相结合的方法，研究了网络市场上信息非对称性的作用机理，探讨了在网络市场中解决逆向选择问题的途径，颇具学术价值。

## <<网络交易中的逆向选择>>

### 作者简介

潘勇，1964年生，管理学博士、教授，日本早稻田大学高级访问学者，中国信息经济学会理事。现任教于河南财经学院，主要研究方向为网络经济与IT战略。

曾在《经济研究》、《经济学动态》、《科研管理》、《情报学报》、《商业经济与管理》和《中国流通经济》等学术期刊上发表论文40余篇，出版著作(译著)5部。

## &lt;&lt;网络交易中的逆向选择&gt;&gt;

## 书籍目录

导论 | 一、选题1 二、研究背景2 三、研究目的和意义7 四、研究方法9 五、逻辑线索与研究框架10 六、主要创新点10

第一章 逆向选择“柠檬市场”模型及相关文献综述13 一、引言：信息的非对称性与逆向选择13 (一)信息的非对称性13 (二)逆向选择的概念14 二、理论起源：逆向选择理论与“柠檬市场”模型16 (一)“柠檬市场”模型与逆向选择：阿克洛夫的经典理论与阐释16 (二)逆向选择理论与“柠檬市场”模型的理论价值23 三、文献综述：“柠檬市场”模型的演进轨迹与启示30 (一)“柠檬市场”模型的演进轨迹31 (二)“柠檬市场”模型的最新研究进展35 (三)结论和启示38

第二章 网络市场的逆向选择：数学模型与理论解说41 一、网络市场中逆向选择的形成与表现41 (一)在线产品与交易特点41 (二)网络市场中信息的不对称性与网络“柠檬”问题45 二、网络“柠檬市场”模型的构建48 (一)模型建立的前提：对经典“柠檬市场”模型的改进49 (二)基本理论模型49 (三)基本结论55 (四)基本模型的验证56 三、理论模型的扩展：逆向选择与市场分割62 四、理论解说：网络逆向选择与解决思路66 (一)传统市场解决逆向选择问题的方法67 (二)解决网络逆向选择可能的的方法70 (三)需要说明的问题73

第三章 逆向选择与网络市场的价格行为 75 一、网络市场的产品价格与特点75 案例：Priceline.com定价营销模式的启示与问题79 二、逆向选择与网络市场中的价格歧视81 (一)引言：价格歧视的概念表述与基本条件81 (二)网络市场上价格歧视的形式与内容82 (三)逆向选择与网络价格的实施障碍与原因86 (四)网络价格歧视中避免逆向选择的途径88 案例：亚马逊公司(Amazon.com)价格歧视实验的失败92 三、逆向选择与网络市场的价格离散94 (一)网络市场中的价格离散现象94 (二)逆向选择与网络价格离散96 (三)结论100

第四章 逆向选择与网络市场的声誉运行模式103 一、声誉与网络市场中的“柠檬”问题103 (一)声誉的定义103 (二)声誉与网络逆向选择104 二、基于“柠檬”问题的声誉模型106 (一)声誉模型构建的前提106 (二)声誉模型的构建107 (三)结论109 三、逆向选择与网络市场的声誉管理的特点111 案例：美国JCPenney.com的声誉与品牌发展轨迹115

第五章 逆向选择与网络质量中介的运行模式119 一、引言：市场中介及作用119 二、网络质量中介的运行模型121 (一)网络质量中介模型的构建121 (二)结论125 三、逆向选择与网络质量中介126 案例：日本Aucnet.com公司的质量保证体系127

第六章 逆向选择与非经济解决手段131 一、引言：产品质量的博弈模型与启示132 (一)产品质量的博弈模型132 (二)结论135 二、逆向选择与政府手段136 (一)《柠檬法》与电子商务的相关法律136 (二)行政手段138 (三)道德与道德规范140 三、逆向选择与网络信任142 (一)信任的定义及实质142 (二)网络交易的信任机制143 案例：易趣拍卖网(Eachnet.com)的网络信任机制147

第七章 中国网络市场的逆向选择与策略建议151 一、消费者行为与信息的不对称性151 (一)消费者行为和“刺激—反应”模型151 (二)购买过程中的信息不对称性154 (三)结论156 二、逆向选择与中国网民的消费者行为157 (一)消费者行为的影响因素157 (二)中国网络市场中逆向选择产生的原因160 (三)数据与说明160 三、策略导向与对策建议165 (一)充分认识逆向选择问题对电子商务发展的影响165 (二)技术手段应服从于价值链的创造167 (三)实施网络营销和传统营销的有机结合167 (四)实施第三方介入的策略171 (五)充分考虑我国的国情173 (六)走出网络营销的误区175 (七)为解决网络逆向选择提供法律和制度保障176 研究展望179 附录：“柠檬”市场：质量的不确定性和市场机制) 181 参考文献197 后记215

## <<网络交易中的逆向选择>>

### 编辑推荐

本书是作者长期潜心研究经济学之力作。

作者用数学方法和计算机建模方法对信息经济学进行了深入的研究。

全书以网络市场中的逆向选择（网络“柠檬”）为研究对象，以网络“柠檬市场”模型为基本出发点，用理论分析和实证分析相结合的方法，研究了网络市场上信息非对称性的作用机理，探讨了在网络市场中解决逆向选择问题的途径，颇具学术价值。

<<网络交易中的逆向选择>>

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>