

<<世界经济学>>

图书基本信息

书名：<<世界经济学>>

13位ISBN编号：9787810986052

10位ISBN编号：7810986058

出版时间：2006-6

出版时间：上海财大

作者：张幼文

页数：385

字数：521000

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>

<<世界经济>>

内容概要

在经济全球化迅猛发展的今天，以规范的策观经济学和宏观经济学方法解析由全球化所形成的新的世界经济机制不仅日益迫切，而且完全可能。

关于全球化经济运行机制与规律的分析就是世界经济。

经济全球化是指在各国对外经济关系不断发展的基础上，各国经济相互作用、相互依存的程度日益加深，经济活动的全球性不断加强，商品、服务和生产要素在全球范围流动障碍呈现日益消除的状态与趋势。

全球化经济具有其自身的特点，这些特点既是与国民经济相比较而言的，也是与第二次世界大战以前的世界经济而言的。

要素的稀缺性与要素收益规律，是经济学关于要素分析的重要内容，也是对经济全球化影响认识的一个关键环节，是全球化经济分析的理论起点。

自从20世纪90年代经济全球化大发展以来，关于经济全球化研究的文献不计其数。

对于经济全球化的历史、成因、表现和趋势等研究，都已经达到了相当的深度。

所有这些研究构成了我们对当代世界经济发展原因与特点的基本认识。

正是这些研究事实上证明了以下结论：今天的世界经济已经不再是以住的世界经济，因而一个新的世界经济的研究对象被提了出来，这就是全球化经济。

<<世界经济学>>

书籍目录

导论 经济全球化世界经济学 第一节 经济全球化与全球化经济 第二节 全球化经济的基本性质 第三节 要素流动与全球化经济的利益分配 第四节 经济学、国际经济学与世界经济学 思考题上篇 世界经济微观分析 第一章 世界市场供求分析 第一节 世界市场的形成及其主要特点 第二节 世界市场的需求和供给 第三节 世界市场的供求弹性 第四节 世界市场的消费行为及作用 第五节 世界市场的供求曲线与价格机制 第六节 世界市场的价值增值机制 思考题 第二章 世界生产厂商理论 第一节 经济全球化的微观主体——跨国公司 第二节 跨国公司主要统计概念 第三节 全球化企业的生产者选择 第四节 跨国公司全球化生产布局决策 第五节 跨国公司内部化决策 思考题 第三章 世界市场形态 第一节 完全竞争世界市场 第二节 不完全竞争世界市场 第三节 倾销与反倾销的经济学分析 思考题 第四章 国际分工、要素流动与要素供给 第一节 国际分工与比较优势 第二节 经济全球化中的国际分工 第三节 比较优势的度量指标 第四节 要素流动性在世界经济中的意义 第五节 要素流动的结构和方向 思考题 第五章 世界市场体制 第一节 世界市场体制的形成 第二节 经济全球化与世界市场体制的演变 第三节 全球化世界市场体制的建构主体 第四节 世界市场体制的局限性 思考题 第六章 世界市场分配理论下篇 世界经济宏观分析 第七章 国民收入核算的国际比较 第八章 国民收入决定 第九章 消费理论与投资理论 第十章 区域经济一体化 第十一章 世界经济的一般均衡 第十二章 世界经济增长 第十三章 世界经济发展 参考文献 后记

章节摘录

一、倾销的经济学分析 从以上分析中我们可知跨国厂商在世界市场进行倾销时，首先要求该厂商在其产品市场上占据一定的市场份额，能够影响或左右世界市场商品的价格，至少是进口国市场的商品价格。

其次，倾销实质上是跨国厂商实现其利润最大化的战略。

假设某一商品在国内外的价格不一致，如国内市场商品售价是24美元，而国外市场商品售价为20美元。

当跨国厂商在国内市场的倾销量为800单位，而在国外市场的倾销量为120单位时，此时，跨国厂商扩大国内销售量比增加出口更为有利。

但无论在国内还是国外市场，跨国厂商要增加商品的销售量，就必须调整商品价格。

比如说1美分。

那么，国内价格减少1美分能多售出1单位产品——直接增加23.99美元的收益，但它却使原先以24美元出售的800单位的产品的总收益减少了8美元。

因此，这一追加的1单位的销售量的边际收益只有7.99美元。

另一方面，降低产品国外售价的销售扩张带来的直接收益虽只有19.99美元，但给原先按20美元出售的120单位产品带来的直接成本也只有1.2美元，因而增加1单位产品出口的边际收益为18.79美元。

所以，虽然出口价格较低，但通过增加出口显然比扩大国内销售更加有利。

由于运输成本和保护性贸易壁垒的存在，世界市场常常在实际意义上被分割，所以本国厂商通常在国内市场占有的份额比其在世界市场上的份额要大。

这就说明，本国厂商在国外的销售量比在本国更多地受到其定价的影响，即国外市场的需求弹性较大，所以，跨国厂商一般认为自己在外国市场上的垄断力量不强，因而积极谋求其出口产品的售价比国内低，从而产生商品倾销的情况。

通过图3-18我们可以对倾销进行经济学分析。

假设国内市场只有一个跨国厂商垄断某个行业，该厂商在国内和国外两个市场进行销售。

在国内市场，它面临需求曲线在国外市场，我们假定该厂商的销售量对其定价十分敏感，即该厂商能以价格PF销售它所愿意的任何商品量，即水平线PF就是它在外国市场销售所面临的需求曲线。

然后我们再假定市场被分割，这样该厂商就能在国内市场制定较高的价格，而在国外市场制定较低的价格。

MC则是其在两个市场上能够售出的总产品的边际成本曲线。

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>