

<<战略性新兴产业发展的机制和路径>>

图书基本信息

书名：<<战略性新兴产业发展的机制和路径>>

13位ISBN编号：9787509535011

10位ISBN编号：7509535018

出版时间：2012-9

出版时间：中国财政经济出版社一

作者：刘刚

页数：382

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>

<<战略性新兴产业发展的机制和路径>>

内容概要

在全球金融危机的冲击下，中国经济进入到一个新的发展阶段。其中，以战略性新兴产业的启动和发展为导向的新的产业结构调整，是新的发展阶段中国经济发展的主题。

与传统产业发展可以依赖国外标准化生产技术和成熟产品的引进不同，战略性新兴产业的启动和发展依赖的是系统创新，是新的价值网络的形成和演化过程。

《战略性新兴产业发展的机制和路径：价值网络的视角》运用价值网络分析方法，系统揭示了中国战略性新兴产业启动和发展的机制和路径。

<<战略性新兴产业发展的机制和路径>>

作者简介

刘刚，男，1965年2月出生，祖籍山东济宁。
现任南开大学经济研究所副所长，南开大学滨海开发研究院副院长，南开大学政治经济学研究中心研究员，天津市经济学学会秘书长。
研究方向为创新经济和创新政策，企业和产业经济学。
近年来，出版学术专著和译著5部，获天津市第九届哲学社会科学优秀成果一等奖，国家教育部人文社会科学优秀成果三等奖（2007，2009，集体），2005年入选教育部新世纪优秀人才支持计划。

<<战略性新兴产业发展的机制和路径>>

书籍目录

第一章 中国经济增长的新动力第一节 经济增长的新动力第二节 科技创新和战略性新兴产业的启动和发展第三节 中国制造业的“三元结构”和战略性新兴产业的启动第二章 战略性新兴产业发展的支配规律和理论分析方法第一节 战略性新兴产业发展和演化的支配规律第二节 动态价值网络分析方法第三章 创新型创业活动与战略性新兴产业的启动与发展第一节 主导设计和新兴产业发展的阶段性第二节 战略性新兴产业发展的阶段性与创新型创业活动主体第三节 价值网络主体与战略性新兴产业启动和发展第四章 天津电动汽车产业的系统创新道路第一节 系统创新与电动汽车产业第二节 天津电动汽车产业发展现状的价值网络分析第三节 天津电动汽车产业的形成及演化第四节 天津电动汽车产业发展的障碍与趋势第五节 战略性新兴产业的系统创新道路第五章 知识的默示性与战略性新兴产业新产品研发组织模式选择第一节 中国电动汽车产业研发的两个阶段第二节 新兴产业新产品研发组织模式的选择：一体化还是模块化第三节 默示性知识的交易与战略性新兴产业新产品研发的组织模式第四节 垂直一体化与比亚迪电动汽车产品的研发和市场化第五节 总结和政策建议第六章 低端创新与山东电动汽车产业化的路径选择第一节 山东电动汽车产业发展现状第二节 低端创新与山东电动汽车产业发展第三节 山东电动汽车产业实现低端创新的可能性第七章 辅助网络与战略性新兴产业的启动和快速发展第一节 辅助网络缺失与新兴产业价值网络的形成障碍第二节 充（换）电网络建设与电动汽车产业的快速市场化第三节 电动汽车充（换）电网络的建设运营模式 and 国内外发展现状第八章 从生产网络到创新网络：后发国家生物医药产业发展的路径选择第一节 生物医药产业发展的特点与一般路径第二节 新加坡启动和发展生物医药产业的经验第三节 后发国家启动和发展战略性新兴产业的可选路径第四节 从生产网络到创新网络：天津生物医药产业发展战略的必然选择第九章 物联网价值网络：识别、刻画与构建第十章 中国台湾新能源汽车和生物医药产业的兴起和发展参考文献

<<战略性新兴产业发展的机制和路径>>

章节摘录

战略性新兴产业的价值网络是动态的，依次经历研究网络、开发网络和生产网络。在战略性新兴产业的价值网络发展中，出现报酬递增的关键因素有以下三个：第一，研发的高投入能适应潜在的市场需求。

在战略性新兴产业发展的初期，表面上看来，研发和设计什么样的产品是由技术决定的，而事实上市场或客户需求却起到了最终的筛选作用。

因而，战略性新兴产业启动和发展的关键，是在研究网络阶段通过试错找到真正能够满足市场需求的技术或产品开发路线图。

只有找到潜在而真实的市场需求，随着市场规模的扩张，在开发和生产网络阶段，现有的技术和产品才能够巩固和强化，前期的研发高投入才能得到分摊，并最终形成企业和产业的竞争优势。

第二，价值网络本身具有开放性和自组织功能。

价值网络的开放性包括两个方面的含义：一是允许更多的参与者参与；二是网络中的参与者是共赢的，不仅表现为利益共享而且表现为风险分摊。

价值网络的自组织性则是指，价值网络能够顺利地研究网络向开发和生产网络转变，并出现报酬递增效应。

开放性和自组织功能，是价值创造过程出现网络效应的前提。

只有当更多的人参与，更多的客户接受某种技术或产品设计，技术或产品设计才能获得更大的市场份额。

只有具备了开发性和自组织功能，随着价值网络的演化，战略性新兴产业才能启动、兴起和发展。

第三，客户具有较强的嵌入性。

战略性新兴产业的技术和产品都是高科技产品，难以使用或产品技术的复杂性是其重要特征，需要客户掌握一定的产品知识。

在战略性新兴产业的价值网络中，客户是最为重要的参与者之一，客户对某一产品越熟悉，越难以接近和使用其他产品，产品市场扩张的可能性就越大。

.....

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>