

<<产业组织学>>

图书基本信息

书名：<<产业组织学>>

13位ISBN编号：9787543217331

10位ISBN编号：7543217333

出版时间：2010-4

出版时间：格致出版社，上海人民出版社

作者：史东辉

页数：337

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>

<<产业组织学>>

内容概要

本书是“世纪高教工商管理系列教材”之一，全书共分14个章节，主要对产业组织学的基础知识作了介绍，具体内容包括生产的集中与企业的规模分布、产品差别化及其一般策略、一般价格策略、市场绩效及其衡量、反垄断政策等。

该书可供各大专院校作为教材使用，也可供从事相关工作的人员作为参考用书使用。

作者简介

史东辉，祖籍江苏武进，1968年出生于上海南翔。

1989年毕业于上海财经大学工业经济系，2000～2001年在美国雷鸟学院任高级访问学者。

原上海财经大学产业经济研究所所长，现为上海大学教授，并兼任国家863计划专家及国内多所大学客座教授。

主要研究方向为产业经济与公共政策、战略管理及工业史等。

著或合著有20余部著（译）作，主持或协助主持完成近20项国家及省部级科研项目，其中2003～2007年先后主持完成了《中国大型民用飞机产业发展战略研究》和《国家大型民用飞机项目实施策略研究》等重大项目。

<<产业组织学>>

书籍目录

第1章 导论 1.1 产业与产业组织 1.2 企业与市场行为 1.3 市场结构 1.4 SCP分析方法与传统产业组织理论 1.5 博弈论与新产业组织理论 思考与练习第2章 规模经济、范围经济与网络效应 2.1 静态规模经济性 2.2 三种规模经济性及其成因 2.3 动态规模经济性 2.4 范围经济性与网络效应 思考与练习第3章 生产的集中与企业的规模分布 3.1 集中程度的衡量 3.2 经验性研究的两个问题 3.3 “集中度-利润率”假说及争论 思考与练习第4章 寡头竞争：价格-产量决策 4.1 古诺模型 4.2 伯特兰模型 4.3 序贯博弈与斯塔克尔伯格模型 思考与练习第5章 产品差别化及其一般策略 5.1 产品差别化的形成及其程度 5.2 产品差别化、垄断竞争与基本寡占模型 5.3 空间模型 5.4 产品定位与竞争策略 思考与练习第6章 进入、进入壁垒与进入阻止 6.1 进入壁垒 6.2 进入、阻止与容纳 6.3 进入阻止策略 思考与练习第7章 一般价格策略 7.1 基本定价策略 7.2 价格歧视 7.3 价格领导制与掠夺性定价 7.4 信息、交易费用与市场价格水平 思考与练习第8章 研究与开发 8.1 R&D活动概述 8.2 专利保护制度 8.3 熊彼特假说、市场结构与R&D水平 8.4 R&D竞争与合作 思考与练习第9章 广告 9.1 广告的种类、功能与决策 9.2 广告的重要特性 9.3 广告竞争：基于豪特林模型的初步分析 思考与练习第10章 串谋、卡特尔与水平合并 10.1 串谋与卡特尔 10.2 重复博弈 10.3 水平合并 思考与练习第11章 垂直关系、垂直约束与垂直合并 11.1 垂直关系 11.2 垂直约束：以制造商—销售商为例 11.3 垂直合并 思考与练习第12章 市场绩效及其衡量 12.1 市场绩效的构成与衡量方法 12.2 市场绩效研究的两个重要议题 思考与练习第13章 反垄断政策 13.1 反垄断政策的国际经验 13.2 中国的反垄断政策 思考与练习第14章 政府规制与放松规制 14.1 政府规制理论及规制政策 14.2 政府规制的主要问题与激励性规制 14.3 放松规制：背景与经验 思考与练习参考文献

<<产业组织学>>

章节摘录

第1章 导论 产业组织学 (economics of industrial organization) 初步形成于20世纪50年代, 迄今已是现代经济学体系中一个非常重要的分支, 也是近半个世纪以来现代经济学研究的热点领域之一。

在欧美学术界, 产业组织学通常亦被称为产业经济学 (industrial economics), 两者乃是同义的学科分类术语, 指的是同一学术领域。

不过在我国经济学界, 产业经济学则有其约定俗成的内涵, 它实际上属于多种理论或是学说的混合体, 除了产业组织学之外, 它还涉及产业结构、产业关联、产业布局及其相关的公共政策领域。

1.1 产业与产业组织 产业 (industry) 亦可称为行业, 是国民经济活动的重要组成部分。在市场经济条件下, 产业的形成与成长既是社会分工及其深化的产物, 又是竞争机制配置资源的结果。

不过, 在国民经济活动中, 所谓产业也从来就有着多种不同的含义和分类方法。

即使在所有以产业为研究对象的经济学说中, 产业组织学意义上的产业也仍然有着独特的严格定义。

1.1.1 产业及其边界 在产业组织学中, 所谓产业是指具有高度替代性的产品或服务的生产活动的集合。

它既涵盖了提供有关产品或服务的全部专业化企业, 又包括多角化企业中相应产品或服务的生产业务。

例如, 组成手机产业的不仅有各专业化手机制造商, 而且还包括索尼、海尔等多元化企业中的手机业务。

不过在习惯上, 为了表述和研究的方便, 产业也常常被解释为生产具有高度替代性或是同类产品或服务的企业群。

由于构成同一个产业的只能是具有高度替代性的产品或服务的生产活动, 因此从企业层面来说, 属于同一产业的企业或是企业的相关业务必然是彼此之间有着高度竞争关系的。

所谓竞争性, 也就成为产业组织学意义上同一产业内 企业关系的基本特征。

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>