

<<跨国公司与市场结构>>

图书基本信息

书名：<<跨国公司与市场结构>>

13位ISBN编号：9787100025539

10位ISBN编号：7100025532

出版时间：1998-1

出版时间：商务印书馆

作者：蒋殿春

页数：252

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>

## <<跨国公司与市场结构>>

### 内容概要

本书遵从新产业组织理论的研究思想，在博弈论模型中严格地考察了跨国公司与市场结构的相互作用关系，对跨国公司对市场竞争模式的影响了细致的演绎分析。

## &lt;&lt;跨国公司与市场结构&gt;&gt;

## 书籍目录

导论第一章 跨国公司与海外沉没成本 1.1 直接投资(厂商)与沉没成本 1.2 跨国公司的国外沉没资产和边际成本 1.3 成本函数 1.4 海外沉没资产的策略意义 1.4.1 沉没成本与“可信承诺” 1.4.2 静态竞争：库诺特均衡与贝特兰德均衡 1.5 沉没成本的增长 1.5.1 一般性的说明 1.5.2 出口替代的对外直接投资：一个简化的模型 1.6 小结第二章 行业进入壁垒 2.1 规模经济与行业进入壁垒 2.1.1 B—S—M限制定价模型 2.1.2 威胁的可信性 2.1.3 沉没成本与策略性限制定价 2.1.4 跨国公司在东道国的策略性进入壁垒 2.2 成本优势与进入壁垒 2.2.1 机会成本与垄断租 2.2.2 资产专用性和交易成本 2.3 异质产品生产与行业进入壁垒 2.3.1 跨国公司与异质产品 2.3.2 广告的壁垒效应 2.4 克服国外行业进入壁垒 2.5 小结第三章 消除竞争 3.1 生产规模效应 3.2 分离市场效应 3.2.1 局部的竞争 3.2.2 跨市场的声誉 3.2.3 跨市场声誉与实在的竞争对手 3.3 跨国公司与掠夺性竞争手段 3.4 “寡占反应”和“交换威胁” 3.4.1 “寡占反应”和“交换威胁” 3.4.2 以对外直接投资缓解竞争强度 3.4.3 国内市场力量支持下的对外直接投资 3.4.4 一些实例 3.5 小结 附录：非对称不完全信息下的跨市场声誉第四章 串谋 4.1 基本模型 4.2 不对称的国内外市场 4.2.1 厂商数目不同 4.2.2 需求增长率不同 4.2.3 经济波动不完全正才目关 4.3 成本差异厂商 4.3.1 单国竞争均衡 4.3.2 跨国竞争——对称成本优势 4.3.3 跨国竞争——非对称成本优势 4.4 小结第五章 新技术的竞争 5.1 跨国公司与创新效率 5.1.1 跨国公司的海外新技术研究和开发 5.1.2 大小厂商的新技术研究和开发效率 5.2 市场力量与技术创新的动机——熊彼特和阿罗 5.3 跨国公司与单国生产厂商的新技术研究和开发竞争——基础模型 5.3.1 模型假设 5.3.2 纳什均衡 5.3.3 厂商业绩和行业技术进步格局 5.4 垂直一体化及水平一体化公司 5.5 核心技术的换代 5.6 新技术研究和开发溢出效应的影响 5.7 技术转让方向 5.7.1 技术转让——产品竞争 5.7.2 技术转让——分隔的产品市场 5.8 经验实证 5.9 小结结语参考文献汉英人名对照表后记

## &lt;&lt;跨国公司与市场结构&gt;&gt;

## 编辑推荐

近十多年来，正像理性预期假说在宏观经济学中掀起巨浪一样，博弈论的应用在微观经济学中兴起了一场革命。

厂商理论是这场革命最大的受益者，分化出许多朝气蓬勃的理论分支，造就了新产业组织理论(现代厂商理论)的繁荣。

不唯如此，这一理论思想和方法已经在贸易、金融等研究领域开花结果，布兰德(J. A. Brander)和斯宾塞(B. J. Spencer)等人的战略性关税保护政策模型和罗斯(S. A. Ross)等人对非对称信息下的厂商金融结构的分析就分别是这两方面的典型代表。

比较起来，在汲取现代微观经济学中有益的思想、方法方面，跨国公司理论研究滞后了一步。除了70年代成功地移置了交易成本学说以外，跨国公司理论似乎与现代厂商理论的其他发展脱离了。就厂商与市场的关系而言，现代理论侧重于不同条件下厂商市场行为的严密分析，而跨国公司学者似乎仍然满足于传统的“结构—行为—业绩”因果模式中的经验实证研究。

如果说三十多年前独立的跨国公司理论摆脱了新古典微观经济学和国际贸易理论框架是一种进步，今天它对厂商理论近年来的最新发展动向也应该有所借鉴。

其一，跨国公司的研究较多集中在微观领域，而现代厂商理论的基本假设已与前者的理论出发点相近；其二，现实中形形色色的跨国公司已经在世界经济中扮演了举足轻重的角色——有人说，“厂商”一词，更多的时候是指跨国公司，而纯粹的单国生产企业只是“厂商”中的特例。

但是，现代理论模型中大多没有跨国公司的位置，这与跨国公司在经济中的地位极不相称。

本书作者的研究工作正是在这样的理论背景下展开的。

为超越经验实证研究传统的局限性，作者大胆地引入现代厂商理论的一些新思想，以博弈论为基本研究工具，为探索一条适合对跨国公司市场行为进一步研究的方法做了基础性的工作。

围绕其核心问题——跨国公司与单国生产厂商的市场竞争行为究竟有什么不同?为何不同?这会对市场结构产生什么样的影响?——作者首先独创地用海外沉没资产的有无，区分跨国公司与单国生产厂商，然后在“海外沉没资产影响跨国公司的生产函数，由此影响它本身及竞争对手的竞争行为，并进而影响市场结构”这条逻辑主线中，对跨国公司影响市场结构的中短期和长期因素作了细致严密的分析。一些原来模糊不清的理论线索，在这里变得明晰可辨了——作者证明，跨国经营带来的竞争优势，在于海外沉没资产导致了厂商间非对称的策略位置。

这种竞争策略的非对称性意味着跨国公司的市场利益常可免受潜在与实在的竞争者的侵蚀，或者使它更容易排挤弱小对手，更容易与势均力敌的对手结盟；甚或，这种策略的非对称性使得跨国公司在新技术竞争中左右逢源，积累更强的竞争优势。

一些原本从表面上看来不关联的表象，作者也找到了其中内在的联系。

《跨国公司与市场结构》原是作者的博士学位论文，当时参与论文答辩和评阅的专家学者，对作者的选题和取得的成果曾一致予以赞许。

现在经过修改，承商务印书馆出版，供广大读者评阅。

这虽然是一部理论专著，但毋庸置疑，它对我国有关外商来华投资的政策研究具有重要的参考价值，对我国企业制定合理有效的市场竞争战略也具有显著的启发意义。

当然，这部作品还存在着一些不足之处，研究的深度和广度均有待于提高，希望通过广大读者批评指正，促进这一领域研究的进一步发展。

<<跨国公司与市场结构>>

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>