

图书基本信息

书名：<<国际竞争中企业市场势力与创新的互动>>

13位ISBN编号：9787505872349

10位ISBN编号：7505872346

出版时间：2008-6

出版时间：经济科学出版社

作者：朱勤

页数：166

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>

内容概要

本书的主旨是探讨企业市场势力与创新的互动关系；揭示企业市场势力的“创新效率”及其实现条件；研究全球垂直专业化分工背景下基于创新的企业市场势力形成机制。

本书可供经济学及管理学专业研究人员、教师及学生参考。

本书以我国电子信息业为例，研究了国际竞争中企业市场势力与创新互动的问题。

本书的主要内容是：（1）对市场势力之静态分析与动态分析视角进行了比较研究，阐释了市场势力的“创新效率”及其具体体现，分析了市场势力促进创新的条件。

（2）针对电子信息业全球垂直专业化分工体系的特点，提出了纵横向维度的市场势力分析框架；分别从全球价值链的纵向及横向维度，剖析了“基于创新的市场势力形成机制”。

（3）通过实证分析，揭示了我国电子信息业国际市场势力缺失的特征事实；并在理论与实证研究基础上，提出我国电子信息企业实现市场势力与创新互动的对策建议。

全书紧扣当前我国企业参与国际竞争的重大热点问题，研究内容、体系及方法具有创新性。可供经济学及管理学专业研究人员、教师及学生参考。

作者简介

朱勤，女，汉族，1977年12月生，浙江杭州人。

2003年毕业于浙江工业大学，获管理学硕士学位；2007年毕业于浙江大学，获经济学博士学位。

现任教于浙江工商大学经济学院。

研究方向为国际经济学、产业经济学。

目前已在国内重要期刊发表论文10余篇，发表被ISTP收录的国际会议论文多篇。

主持完成浙江省哲学社会科学规划重点课题及省科技计划项目各1项，厅级课题3项；作为项目组主要成员，参与完成了国家自然科学基金项目2项及国家软科学研究计划项目1项。

书籍目录

第1章 导论 1.1 研究主题与意义 1.2 结构安排 1.3 研究思路、技术路线与方法 1.3.1 研究思路与技术路线 1.3.2 研究方法 1.4 可能的创新点第2章 文献综述 2.1 市场势力的内涵及衡量方法 2.1.1 市场势力的经济学内涵 2.1.2 市场势力的衡量方法 2.2 竞争理论不同流派关于市场势力的观点 2.2.1 静态竞争理论中的市场势力 2.2.2 动态竞争理论中的市场势力 2.3 市场结构与创新的相关性研究 2.3.1 市场结构与创新的理论模型 2.3.2 市场结构与创新的经验研究 2.4 开放经济下市场势力问题的研究 2.4.1 路径一：国内市场势力与出口绩效 2.4.2 路径二：国际市场势力问题 2.5 国内相关研究现状 2.5.1 市场势力的理论与实证研究 2.5.2 市场结构与创新的关系 2.5.3 提升国际分工地位的研究 2.6 现有研究评价第3章 市场势力的创新效率分析：从静态到动态视角转变 3.1 从静态向动态分析视角的转变 3.2 动态分析视角下市场势力的创新效率 3.2.1 经济学意义上的效率与企业市场势力 3.2.2 市场势力创新效率的体现 3.3 市场势力与创新激励 3.3.1 模型构建与假设 3.3.2 不受威胁的市场势力与创新激励 3.3.3 受威胁的市场势力与创新激励 3.3.4 福利效应 3.4 小结第4章 国际竞争中我国电子信息技术市场势力的特征事实 4.1 电子信息技术：产业选取说明 4.1.1 产业特征决定的市场集中 4.1.2 寡头垄断下的高研发强度 4.1.3 支柱产业地位 4.2 市场结构：集中度分析 4.3 本土企业市场势力缺失的特征事实 4.3.1 出口“价跌量增”日趋严重 4.3.2 进口关键元器件价格持续攀升 4.3.3 价值链上利益分配严重失衡 4.3.4 外资企业加速抢占国内外市场 4.3.5 本土企业盈利能力薄弱 4.4 国际市场势力的经验检验 4.4.1 国际市场的剩余需求弹性模型 4.4.2 研究思路、方法与数据 4.4.3 检验结果及分析 4.5 小结第5章 基于创新的企业市场势力形成：纵向维度 5.1 电子信息技术国际分工格局：纵横向分析维度的提出 5.2 国际竞争中垂直预占内涵的拓展 5.3 上游预占与中游反预占：创新能力与市场势力 5.3.1 跨国公司对上游价值环节的垂直预占 5.3.2 上游垂直预占与中游反预占的分析 5.4 下游预占与中游反预占：创新价值实现与市场势力 5.4.1 跨国公司对下游价值环节的垂直预占 5.4.2 下游垂直预占与中游反预占的分析 5.5 纵向维度基于创新形成企业市场势力 5.5.1 渠道整合：下游创新价值实现反促上游创新能力提升 5.5.2 上游创新能力提升保证下游创新价值实现 5.6 小结第6章 基于创新的企业市场势力形成：横向维度 6.1 分析框架 6.2 过程创新、成本领先与市场势力 6.2.1 问题的提出：价格竞争与市场势力的矛盾与关联 6.2.2 成本领先与市场势力的形成 6.2.3 过程创新与成本领先的实现 6.3 产品与市场创新、差异化与市场势力 6.3.1 差异化、非对称需求与市场势力 6.3.2 小生境中创新与市场势力的互动 6.4 组织创新、网络化与市场势力 6.4.1 网络化的市场势力形成机制 6.4.2 协同效应、社会资本与市场势力 6.5 创新与纵横向维度市场势力的培育与互动 6.5.1 纵横向维度市场势力与国际分工地位 6.5.2 纵横向维度市场势力培育与创新的互动 6.6 小结第7章 我国电子信息技术企业市场势力与创新互动的对策 7.1 企业市场势力与创新良性互动的总体思路 7.2 基于创新的纵向维度市场势力培育 7.2.1 整合全球科技资源、提升技术获取能力 7.2.2 构建专利网络、打造自主标准 7.2.3 垂直整合渠道、实施名牌战略 7.3 基于创新的横向维度市场势力培育 7.3.1 以规模经济与速度经济实现成本领先 7.3.2 定位市场小生境、实现差异化 7.3.3 构建战略联盟、发挥网络优势 7.4 今后研究的展望附录1 引理及其证明过程附录2 电子信息产业的界定附录3 SITC (Rev.3) 76222产品的出口市场参考文献后记

章节摘录

第1章 导论 1.1研究主题与意义 近年来,由跨国公司整合全球诸经济要素共同参与、以全球价值链为形态的垂直专业化分工已成为国际分工的主要特征。我国制造业正大规模地融入到这种垂直专业化分工中,2007年,我国出口总额达到12180.1亿美元,其中加工贸易出口额就高达6176.5亿美元。

不容忽视的是,虽然中国每年有大量商品走向国际市场,但近年来诸多出口贸易品存在着“量增价跌”的贸易条件恶化现象,这反映了目前众多中国企业普遍面临的两项突出问题:一是在跨国公司的技术与标准的垄断之中,企业自身创新能力弱,对外“技术依赖”现象普遍;二是受到下游跨国品牌商、流通商的控制,企业难以进入国际市场渠道,“海外市场隔层”现象严重,只能任凭各级国际渠道商赚取高额利润。

技术依赖与市场隔层使我国企业在全价值链中陷入“微笑曲线”低谷,在国际分工的利益分配中处于极其不利的地位。

如何扭转这一劣势,已成为当前亟待研究的紧迫课题。

从国际动态竞争的视角切入,可以发现,我国企业面临以上困境的突出原因是市场势力与创新能力的双重缺失。

本书认为,提升我国企业在全价值链中的地位,有赖于企业市场势力与创新形成良性互动:一方面,作为市场支配力及盈利能力集中体现的市场势力,可防止企业创新被迅速模仿及利润受损,在经济全球化的今天尤为重要;另一方面,市场势力的获得又离不开自主创新,整合全球经济要素的创新,能够使企业在全价值链上取得对产品价格的控制力并形成相应的优势地位。

事实上,国际竞争中的成功企业正是通过不断创新以获得并维持市场势力,并凭借市场势力进一步提升创新动力与能力,这一良性互动过程正是企业在全价值链中获取更多分工利益的奥秘所在。

综上所述,实现市场势力与创新的互动,对于我国企业扭转在全价值链体系中的不利地位具有十分重要的意义,对此问题展开深入系统的研究已刻不容缓。

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>