

图书基本信息

书名：<<中国资源性商品国际市场竞争策略研究>>

13位ISBN编号：9787514107456

10位ISBN编号：7514107452

出版时间：2011-9

出版时间：经济科学出版社

作者：方建春

页数：195

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

《中国资源性商品国际市场竞争策略研究》作为国家自然科学基金《资源性商品的国际价格体系及中国参与策略研究》(70573089)的主要成果,针对中国在国际资源性商品市场长期以来遭受“买什么就涨什么,卖什么就跌什么”的这一困境,提出了“中国大市场悖论”,通过对市场结构的分析,并以焦炭、稀土、钨矿和石油等战略性大宗商品为例,证实了这一悖论的存在。并以石油市场所存在的“亚洲溢价”问题等为例,研究了国际资源性商品尤其是国际石油价格的形成机理,由此针对性地提出了中国如何走出“中国大市场悖论”困境的一系列战略举措。

书籍目录

第1章 导论

- 1.1 选题的背景和意义
- 1.2 研究内容和方法
 - 1.2.1 核心概念的界定
 - 1.2.2 研究内容和框架
 - 1.2.3 研究方法
- 1.3 结构安排
- 1.4 可能的创新点

第2章 文献综述

- 2.1 大国效应研究
 - 2.1.1 大国效应存在性研究
 - 2.1.2 大国效应的经济影响研究
- 2.2 产业组织理论关于市场结构的研究
 - 2.2.1 哈佛学派产业组织理论关于市场结构的研究
 - 2.2.2 芝加哥学派产业组织理论关于市场结构的研究
 - 2.2.3 新奥地利学派产业组织理论关于市场结构的研究
 - 2.2.4 新制度学派产业组织理论关于市场结构的研究
 - 2.2.5 新产业组织理论关于市场结构的研究
 - 2.2.6 国内产业组织理论关于市场结构的研究
- 2.3 资源性商品现货与期货市场关系研究
 - 2.3.1 石油市场现货与期货价格互动研究
 - 2.3.2 其他大宗商品现货与期货价格互动研究
- 2.4 中国资源性商品国际市场竞争策略研究
 - 2.4.1 中国资源性商品国际市场竞争整体策略研究
 - 2.4.2 中国参与石油等资源性商品国际市场竞争的策略研究
- 2.5 本章小结

第3章 资源性商品的国际市场行情波动

- 3.1 资源性商品国际市场价格波动的历史回顾
 - 3.1.1 以石油、天然气、煤炭为代表的全球能源价格波动历史回顾
 - 3.1.2 以铜、铁矿石为代表的全球金属矿产品价格波动历史回顾
 - 3.1.3 以橡胶、玉米等为代表的农产品价格波动回顾
- 3.2 全球资源性商品价格上涨现状和波动的主要因素
 - 3.2.1 全球资源性商品价格上涨的现状
 - 3.2.2 全球资源性商品价格变动的决定因素
- 3.3 资源性商品国际市场价格趋势与波动特征
 - 3.3.1 资源性产品价格趋势与波动特征
 - 3.3.2 全球化下的资源性产品市场

第4章 市场势力与资源性商品国际市场竞争

- 4.1 市场势力与大市场悖论
 - 4.1.1 大市场悖论的提出
 - 4.1.2 市场势力与大市场悖论
- 4.2 资源性商品市场结构研究
 - 4.2.1 世界资源性商品生产市场集中度研究
 - 4.2.2 世界资源性商品消费市场集中度研究
- 4.3 资源性商品市场竞争模型

- 4.3.1 定义与前提
- 4.3.2 模型的建立与求解
- 4.3.3 政策含义

4.4 本章小结

第5章 中国资源性商品国际市场势力的测定：案例研究

5.1 中国资源性商品出口市场势力：以焦炭、稀土和钨矿为例

- 5.1.1 中国在焦炭和稀土市场的市场势力测定一
- 5.1.2 中国在稀有金属出口市场的市场势力研究
- 5.1.3 中国在稀土和焦炭市场所面临外部竞争的测定

5.2 中国资源性商品进口市场势力：以石油为例

- 5.2.1 中国石油进口面临“亚洲溢价”的困境
- 5.2.2 “亚洲溢价”产生的原因
- 5.2.3 “亚洲溢价”的表现及其影响
- 5.2.4 “亚洲溢价”的解决之道

5.3 本章小结

第6章 中国与国际石油价格的互动机制

6.1 国际石油价格的形成机理

- 6.1.1 国际石油价格的定价原理
- 6.1.2 国际石油价格的驱动因素

6.2 国际石油市场现货与期货价格的互动机制

- 6.2.1 国际石油市场现货与期货价格的引导关系
- 6.2.2 基本结论

6.3 中国与国际石油市场期货价格的互动机制

- 6.3.1 中国与国际石油期货价格的引导关系
- 6.3.2 基本结论

6.4 本章小结

第7章 中国资源性商品国际市场竞争策略

7.1 主要经济体资源性商品国际市场竞争的经验

- 7.1.1 主要经济体资源性商品国际市场竞争整体策略的经验
- 7.1.2 主要经济体石油国际市场竞争策略的经验

7.2 中国资源性商品市场竞争的整体策略

- 7.2.1 培育新兴进出口大市场，实现进出口市场的多元化
- 7.2.2 建立大宗商品战略储备制度
- 7.2.3 构建大宗商品期货市场体系，加强与国际期货交易所的合作，重视参与主体的培育
- 7.2.4 大宗商品期货交易品种的选择要配合定价权的争夺
- 7.2.5 加强优劣势产业的互补式整合，组建大宗商品进口国家谈判体系和出口价格联盟
- 7.2.6 组建国家能源部和专业能源研究智库，构建大宗商品交易信息化体系
- 7.2.7 将高污染行业的负外部效应内生生化防止恶性竞争：比如在焦炭行业推行碳排放配额交易

7.3 中国石油市场国际竞争策略

- 7.3.1 中国对进口石油依赖程度的测定
- 7.3.2 中国参与国际石油市场竞争的策略

7.4 本章小结

第8章 主要结论与研究展望

- 8.1 主要结论
- 8.2 研究展望

参考文献

后记

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>