

| | |
|--------|---|
| 【作者】 | 夏禹 |
| 【单位】 | 上海交通大学安泰经济管理学院, 上海 |
| 【卷号】 | 36 |
| 【发表年份】 | 2008 |
| 【发表刊期】 | 11 |
| 【发表页码】 | 4724-4725, 4727 |
| 【关键字】 | 博弈分析; 市场占有率; 网络广告监管 |
| 【摘要】 | 网络广告已逐渐成为消费者了解商品价格、特性与种类的重要信息来源, 其宣传的力度影响着消费者的选择; 但过分依赖网络广告不仅可能将企业自己带入绝境, 还会侵害到消费者的利益。从博弈的角度分析企业网络广告和市场占有率之间的关系, 陷入网络广告恶战的原因, 并对网络广告监管提出一些建议。 |
| 【附件】 |  PDF下载 <input type="button" value="PDF阅读器下载"/> |

关闭