

基于供应链的合作促销与定价问题

钟宝嵩, 李悝, 李宏余

复旦大学管理学院, 上海, 200433

Cooperative Promotion and Pricing in a Supply Chain

ZHONG Bao-song, LI Kui, LI Hong-yu

School of Management, Fudan University, Shanghai 200433, China

- [摘要](#)
- [参考文献](#)
- [相关文章](#)

Download: [PDF \(KB\)](#) | [HTML \(KB\)](#) | Export: [BibTeX](#) or [EndNote \(RIS\)](#) | [Supporting Info](#)

摘要 本文针对供应链中厂商和销售商之间的合作促销问题,使用博弈论的方法主要就最优的合作促销费用投入和定价进行了研究。首先讨论了传统的厂商为领导者,销售商为跟随者的情形,接着考虑到如今销售商地位的提高,对此进行了拓展,讨论了销售商为领导者的情形。最后以前两种情形为参照,建立了厂商和销售商之间Pareto改进的合作促销模型,并利用Nash讨价还价和效用理论得出了Pareto改进情形下的最优结果。

关键词: [合作促销](#) [Stackelberg均衡](#) [Pareto改进](#) [讨价还价](#) [效用理论](#)

Abstract: A game theory approach is used to discuss the cooperative promotion programs between the manufacturer and retailer in a supply chain. We develop three strategic models to determine the equilibrium fees of cooperative promotion. The first is the traditional Stackelberg model where the manufacturer is the leader. Then, incorporating the trend of retailing power shifting from manufacturer to retailer, we analyze a model where the retailer is the leader. In the third model, we discuss a Pareto efficient cooperative promotion program. Finally we use Nash bargaining approach and utility theory in the Pareto efficient scheme to determine the best cooperative program.

收稿日期: 2003-11-17;

引用本文:

钟宝嵩, 李悝, 李宏余 . 基于供应链的合作促销与定价问题[J] 中国管理科学, 2004, V(3): 69-74

Service

- [把本文推荐给朋友](#)
- [加入我的书架](#)
- [加入引用管理器](#)
- [Email Alert](#)
- [RSS](#)

作者相关文章

- [钟宝嵩](#)
- [李悝](#)
- [李宏余](#)

没有本文参考文献

没有找到本文相关文献