

供应链内部的折扣博弈

王卓, 吕本富, 董纪昌

中科院研究生院管理学院, 北京, 100049

Rebate Games between the Supplier and the Retailer in a Two-Stage Supply Chain with Revenue-Sharing Contract

WANG Zhuo, L? Ben-fu, DONG Ji-chang

GS School of Management, Chinese Academy of Sciences, Beijing 100049, 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 供应链内部的折扣博弈是供应链系统中的一个常见问题,供应商的品牌力度,零售商的网络规模都是决定博弈中议价能力的主要因素,本文将品牌力度从降价促销所带来的品牌销量中分离出来.构建模型衡量各个因素在决定议价能力时所起的作用.并由模型的结果分析了由于信息不对称所导致的“品牌退出”的逆向选择现象。

关键词: [供应链](#) [价格折扣](#) [博弈](#) [议价能力](#) [品牌](#)

Abstract: Deciding the rebate between the supplier and the retailer in a two-stage supply chain is a common problem. Supplier's brand and retailer's network scale are the two main factors in deciding bargaining power. In this paper, a model containing these two and other important factors is developed and analyzed. Furthermore, a kind of adverse selection resulted from asymmetry information is extended from the result of the model.

收稿日期: 2005-03-14;

基金资助:国家自然科学基金资助项目(70273048)

引用本文:

王卓, 吕本富, 董纪昌 .供应链内部的折扣博弈[J] 中国管理科学, 2005,V(5): 67-70

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

- [王卓](#)
- [吕本富](#)
- [董纪昌](#)

没有本文参考文献

没有找到本文相关文章