

## 考虑厂商承诺行为的产品延伸服务市场竞争分析

沈铁松, 熊中楷

重庆大学经济与工商管理学院, 重庆400045

### Analysis of Market Competition on Product-Supplementary Service by Considering Firm's Commitment Behavior

SHEN Tie-song, XIONG Zhong-kai

School of Economic and Business Management, Chongqing University, Chongqing 400045, China

- 摘要
- 参考文献
- 相关文章

Download: PDF (0KB) HTML (1KB) Export: BibTeX or EndNote (RIS) Supporting Info

**摘要** 本文研究了信息不对称下厂商承诺行为对产品延伸服务市场结构与厂商博弈均衡的影响。通过建立寡头厂商的价格博弈模型,分析了无承诺,单边承诺和双边承诺三种市场中厂商的Bertrand-Nash均衡定价与相应的利润水平和市场占有率,并进一步探究了厂商行为发生的特点和条件以及对于市场结构和消费者福利的影响关系。研究表明:(1)厂商承诺行为影响信息不对称市场的厂商价格博弈均衡;(2)厂商承诺行为主要取决于产品延伸服务水平的阈值区间和消费者对产品延伸服务的偏好差异程度;(3)市场上的优势厂商总是承诺的先行者,并且会努力选择最大的产品延伸服务水平;(4)厂商承诺有助于提升服务水平,提升消费者剩余。

**关键词:** 产品延伸服务 信息不对称 承诺 市场结构

**Abstract:** In this paper, we investigate the impacts of commitment on the market structure and Bertrand competition in the product-supplementary service (PSS) market with information asymmetry. A game theoretic model is employed to look for the Bertrand-Nash equilibrium in three kinds of market structure with are non-commitment PPS market, unilateral commitment PPS market and bilateral commitment PPS market. With the equilibrium on firm's pricing, profit and market share, it is analyzed that the condition of firm's behavior and its relationship with the market structure and consumer welfare. The results show that: (1) Obviously the equilibrium of the market is different by the effect of firm's commitment to PSS level; (2) Firm's commitment action is determined by the distribution interval of PSS level and customer's taste of PSS; (3) The dominant firm always is the leader to offer commitment, which to the PSS level is maximized as possible as it can; (4) Firm's commitment action increase the PSS level, which is beneficial to consumer welfare.

收稿日期: 2008-09-05;

基金资助:

国家自然科学基金资助项目(70571088)

作者简介: 沈铁松(1977-),男(汉族),江西永新人,重庆大学经济与工商管理学院,博士研究生,研究方向:产业组织理论.

引用本文:

沈铁松, 熊中楷. 考虑厂商承诺行为的产品延伸服务市场竞争分析[J]. 中国管理科学, 2010, V18(4): 93-100

没有本文参考文献

[1] 朱军, 顾为东, 史致远. 代理人信息租金抽取的贝叶斯优化与配置效率均衡分析[J]. 中国管理科学, 2012, (4): 136-143

[2] 叶飞, 薛运善. 供应链伙伴间信息共享对运营绩效的间接作用机理研究——以关系资本为中间变量[J]. 中国管理科学, 2011, 19(6): 112-125

[3] 廖列法, 王刊良. 网络信息不对称性、嵌入性与组织学习绩效研究[J]. 中国管理科学, 2011, 19(2): 174-182

#### 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

- 沈铁松
- 熊中楷

- [4] 申成霖, 卿志琼, 张新鑫.零售商竞争环境下分散式供应链的定价与交货期联合决策模型[J]. 中国管理科学, 2010,18(3): 38-44
- [5] 李龙振, 刘国山.在华韩资企业战略性人力资源管理的实证研究[J]. 中国管理科学, 2010,18(2): 172-180
- [6] 陈金亮, 宋华, 徐渝.不对称信息下具有需求预测更新的供应链合同协调研究[J]. 中国管理科学, 2010,18(1): 83-89
- [7] 严太华, 王欣.基于混合博弈下投资行为与中小企业融资难的问题研究[J]. 中国管理科学, 2008,16(4): 163-169
- [8] 梁铨, 唐小我, 倪得兵.二维信息不对称下的实物期权投资研究[J]. 中国管理科学, 2008,16(3): 137-144
- [9] 吴冰, 刘仲英, 赵林度.供应商协同知识创新的定价策略研究[J]. 中国管理科学, 2008,16(2): 91-96
- [10] 刘开军, 张子刚, 周永红.供应链中序贯信念修正的Bayes博弈模型[J]. 中国管理科学, 2006,(4): 50-55
- [11] 肖媛.企业的承诺经营及其模型研究[J]. 中国管理科学, 2006,(4): 134-140
- [12] 张钦红, 赵泉午, 熊中楷.不对称信息下的易逝品退货物流协调运作研究[J]. 中国管理科学, 2006,(2): 107-111
- [13] 王庆国, 蔡淑琴, 汤云飞.基于质量信息不对称度的消费者效用与企业利润研究[J]. 中国管理科学, 2006,(1): 88-93
- [14] 杨德明.预测信息披露与盈余管理[J]. 中国管理科学, 2005,(2): 108-112
- [15] 慕银平, 唐小我, 马永开.信息不对称条件下的企业集团转移定价研究[J]. 中国管理科学, 2003,(6): 14-19