

具有网络外部性的双寡头市场的动态定价策略

刘晓峰, 黄沛, 杨雄峰

上海交通大学安泰经济与管理学院, 上海200052

Optimal Dynamic Pricing in the Presence of Network Externalities of the Duopolistic Marketing

LI U Xiao-feng, HUANG Pei, YANG Xiong-feng

Aetna School of Economics and Management, Shanghai Jiaotong University, Shanghai 200052, 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 本文通过将消费者对网络大小的预期引入消费者的效用函数,刻画了消费者预期如何影响市场潜量。然后,通过微分对策,分析了在垄断竞争的市场结构中的厂商如何在考虑到消费者对今后的预期时,如何动态的决定自己的价格和相应的策略。结果表明,随着消费者对网络增长预期的增大,将导致更大的网络规模和更低的初始价格。寡头的利润受消费者对其产量的预期的影响。

关键词: [动态定价](#) [垄断竞争](#) [网络外部性](#) [微分对策](#) [开环纳什均衡](#)

Abstract: This paper analyzes the dynamic pricing decision of a duopolistic marketing, a new product or service whose consumption value increases with the expansion of the "network" of adopters. We characterize an optimal pricing strategy, which maximizes the present value of the duopolistic profits, subject to the dynamics of the demand for network access. The dynamics depends, among other factors, on the current price and consumer anticipations about future network growth. We examine the effects of changes in the growth anticipations and the discount rate on the optimal equilibrium access price and network size. It is shown that higher growth anticipations and a lower discount rate result in a lower equilibrium price and a larger network, which is similar to the monopolist marketing.

收稿日期: 2005-11-28;

基金资助:

国家自然科学基金资助项目(70472029)

作者简介: 刘晓峰(1978-),男(汉族),湖北随州人,上海交通大学安泰管理学院企业管理专业博士生,研究方向:市场营销战略与产品定价策略分析。

引用本文:

刘晓峰, 黄沛, 杨雄峰. 具有网络外部性的双寡头市场的动态定价策略[J]. 中国管理科学, 2007, V15(1): 94-98

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
刘晓峰
黄沛
杨雄峰

没有本文参考文献

- [1] 罗利, 萧柏春. 航空客运平行航班动态定价模型 [J]. 中国管理科学, 2012, (3): 104-111
- [2] 林志炳, 张岐山. 零售商的动态定价和服务模型分析 [J]. 中国管理科学, 2011, 19(6): 73-78
- [3] 刘晓峰, 徐贤浩. 消费者策略行为视角下短生命周期产品的定价机制研究 [J]. 中国管理科学, 2011, 19(4): 152-158
- [4] 李豪, 熊中楷, 彭志强. 竞争环境下基于顾客策略行为的易逝品动态定价研究 [J]. 中国管理科学, 2011, 19(2): 88-98
- [5] 吕芹, 霍佳震. 基于制造商和零售商自有品牌竞争的供应链广告决策 [J]. 中国管理科学, 2011, 19(1): 48-54
- [6] 聂佳佳, 熊中楷, 曹俊. 双寡头市场中品牌广告竞争和大类广告合作策略研究 [J]. 中国管理科学, 2010, 18(2): 134-142

- [7] 巩永华, 李帮义.非线性需求下具有网络外部性的二级歧视定价研究[J]. 中国管理科学, 2010,18(1): 102-106
- [8] 程贵孙, 陈宏民, 孙武军.具有网络外部性特征的企业兼并模式选择[J]. 中国管理科学, 2006,(5): 121-127
- [9] 杨慧, 周晶.易逝品降价时点设定问题的Cournot博弈模型[J]. 中国管理科学, 2006,(3): 45-50