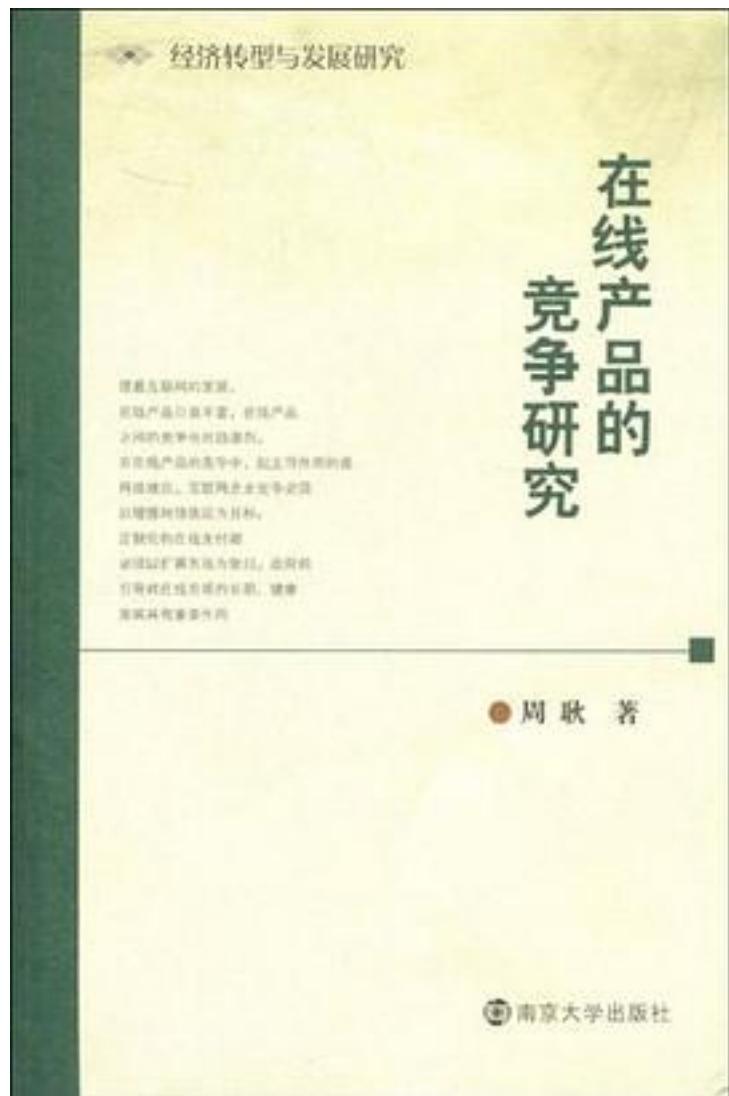


在线产品的竞争研究



[在线产品的竞争研究 下载链接1](#)

著者:周耿

出版者:

出版时间:2009-6

装帧:

isbn:9787305062704

在线产品是随着互联网发展而兴起的。时空无限制性、零边际成本和外部性三大特征，决定了在线产品在供给、需求和交易三个环节上分别具有定制化、网络效应和支付多样化的特点。《在线产品的竞争研究》将这三个新的非价格因素同时纳入研究范围，考察了在线产品竞争，不仅很好地解释了以往理论难以解释的现象，还得出了系列具有现实意义的结论。在研究方法上，《在线产品的竞争研究》不仅将经济博弈方法和市场竞争的理论用于在线产品的研究，还采用基于多主体的计算机仿真方法模拟了不同条件下竞争博弈的过程，为深入了解在线市场和企业行为提供了依据。

作者介绍:

目录:

[在线产品的竞争研究 下载链接1](#)

标签

新经济

评论

[在线产品的竞争研究 下载链接1](#)

书评

[在线产品的竞争研究 下载链接1](#)