

《中国资源性商品国际市场竞争策略选

图书基本信息

书名：《中国资源性商品国际市场竞争策略研究》

13位ISBN编号：9787514107456

10位ISBN编号：7514107452

出版时间：2011-9

出版社：经济科学出版社

作者：方建春

页数：195

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《中国资源性商品国际市场竞争策略选

内容概要

《中国资源性商品国际市场竞争策略研究》由方建春编著。《中国资源性商品国际市场竞争策略研究》作为国家自然科学基金《资源性商品的国际价格体系及中国参与策略研究》（70573089）的主要成果，针对中国在国际资源性商品市场长期以来遭受“买什么就涨什么，卖什么就跌什么”的这一困境，提出了“中国大市场悖论”，通过对市场结构的分析，并以焦炭、稀土、钨矿和石油等战略性大宗商品为例，证实了这一悖论的存在。并以石油市场所存在的“亚洲溢价”问题等为例，研究了国际资源性商品尤其是国际石油价格的形成机理，由此针对性地提出了中国如何走出“中国大市场悖论”困境的一系列战略举措。

书籍目录

第1章 导论

- 1.1 选题的背景和意义
- 1.2 研究内容和方法
 - 1.2.1 核心概念的界定
 - 1.2.2 研究内容和框架
 - 1.2.3 研究方法
- 1.3 结构安排
- 1.4 可能的创新点

第2章 文献综述

- 2.1 大国效应研究
 - 2.1.1 大国效应存在性研究
 - 2.1.2 大国效应的经济影响研究
- 2.2 产业组织理论关于市场结构的研究
 - 2.2.1 哈佛学派产业组织理论关于市场结构的研究
 - 2.2.2 芝加哥学派产业组织理论关于市场结构的研究
 - 2.2.3 新奥地利学派产业组织理论关于市场结构的研究
 - 2.2.4 新制度学派产业组织理论关于市场结构的研究
 - 2.2.5 新产业组织理论关于市场结构的研究
 - 2.2.6 国内产业组织理论关于市场结构的研究
- 2.3 资源性商品现货与期货市场关系研究
 - 2.3.1 石油市场现货与期货价格互动研究
 - 2.3.2 其他大宗商品现货与期货价格互动研究
- 2.4 中国资源性商品国际市场竞争策略研究
 - 2.4.1 中国资源性商品国际市场竞争整体策略研究
 - 2.4.2 中国参与石油等资源性商品国际市场竞争的策略研究
- 2.5 本章小结

第3章 资源性商品的国际市场行情波动

- 3.1 资源性商品国际市场价格波动的历史回顾
 - 3.1.1 以石油、天然气、煤炭为代表的全球能源价格波动历史回顾
 - 3.1.2 以铜、铁矿石为代表的全球金属矿产品价格波动历史回顾
 - 3.1.3 以橡胶、玉米等为代表的农产品价格波动回顾
- 3.2 全球资源性商品价格上涨现状和波动的主要因素
 - 3.2.1 全球资源性商品价格上涨的现状
 - 3.2.2 全球资源性商品价格变动的决定因素
- 3.3 资源性商品国际市场价格趋势与波动特征
 - 3.3.1 资源性产品价格趋势与波动特征
 - 3.3.2 全球化下的资源性产品市场

第4章 市场势力与资源性商品国际市场竞争

- 4.1 市场势力与大市场悖论
 - 4.1.1 大市场悖论的提出
 - 4.1.2 市场势力与大市场悖论
- 4.2 资源性商品市场结构研究
 - 4.2.1 世界资源性商品生产市场集中度研究
 - 4.2.2 世界资源性商品消费市场集中度研究
- 4.3 资源性商品市场竞争模型
 - 4.3.1 定义与前提
 - 4.3.2 模型的建立与求解

4.3.3 政策含义

4.4 本章小结

第5章 中国资源性商品国际市场势力的测定：案例研究

5.1 中国资源性商品出口市场势力：以焦炭、稀土和钨矿为例

5.1.1 中国在焦炭和稀土市场的市场势力测定一

5.1.2 中国在稀有金属出口市场的市场势力研究

5.1.3 中国在稀土和焦炭市场所面临外部竞争的测定

5.2 中国资源性商品进口市场势力：以石油为例

5.2.1 中国石油进口面临“亚洲溢价”的困境

5.2.2 “亚洲溢价”产生的原因

5.2.3 “亚洲溢价”的表现及其影响

5.2.4 “亚洲溢价”的解决之道

5.3 本章小结

第6章 中国与国际石油价格的互动机制

6.1 国际石油价格的形成机理

6.1.1 国际石油价格的定价原理

6.1.2 国际石油价格的驱动因素

6.2 国际石油市场现货与期货价格的互动机制

6.2.1 国际石油市场现货与期货价格的引导关系

6.2.2 基本结论

6.3 中国与国际石油市场期货价格的互动机制

6.3.1 中国与国际石油期货价格的引导关系

6.3.2 基本结论

6.4 本章小结

第7章 中国资源性商品国际市场竞争策略

7.1 主要经济体资源性商品国际市场竞争的经验

7.1.1 主要经济体资源性商品国际市场竞争整体策略的经验

7.1.2 主要经济体石油国际市场竞争策略的经验

7.2 中国资源性商品市场竞争的整体策略

7.2.1 培育新兴进出口大市场，实现进出口市场的多元化

7.2.2 建立大宗商品战略储备制度

7.2.3 构建大宗商品期货市场体系，加强与国际期货交易所的合作，重视参与主体的培育

7.2.4 大宗商品期货交易品种的选择要配合定价权的争夺

7.2.5 加强优劣势产业的互补式整合，组建大宗商品进口国家谈判体系和出口价格联盟

7.2.6 组建国家能源部和专业能源研究智库，构建大宗商品交易信息化体系

7.2.7 将高污染行业的负外部效应内生生化防止恶性竞争：比如在焦炭行业推行碳排放配额交易

7.3 中国石油市场国际竞争策略

7.3.1 中国对进口石油依赖程度的测定

7.3.2 中国参与国际石油市场竞争的策略

7.4 本章小结

第8章 主要结论与研究展望

8.1 主要结论

8.2 研究展望

参考文献

后记

《中国资源性商品国际市场竞争策略选

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:www.tushu000.com