**经济学院同等学力申请硕士学位论文写作信息采集表**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 资格卡号 | 71040952 | | | 姓 名 | | 徐丽丽 | | |
| 所在地区 | 北京 | | | 申硕专业 | | 网络经济学 | | |
| 联系电话 | 15311497477 | | | 电子邮箱 | | 453841834@qq.com | | |
| 本科毕业院校 | 临沂大学 | | | 本科专业 | | 广告学 | | |
| 工作单位 | 华宇生物医药（北京）有限公司 | | | 职 务 | | 策划总监 | | |
| 个人简介和  工作经历 | 徐丽丽，女，1985年7月出生，山东郓城人，本科学历， 毕业于临沂大学（原名临沂师范学院）传播广告学专业。2013年至今，任华宇生物医药（北京）有限公司、广州康元创新投资合伙企业(有限公司高管，主要公司互联网经济下新零售平台的布局，负责商业模式的搭建，主要在京东、天猫、拼多多等电商平台。 | | | | | | | |
| 科研成果 | 是否  发表 | 填：是 | 是否  第一作者 | | 填：是 | | 发表  字数 | 3100 |
| 发表文章题目 | 《基于互联网经济的产业融合研究》 | | | | | | | |
| 发表文章刊物 | 《环球市场》2021年13期  国内统一刊号:CN46-1042/F，国际标准刊号:ISSN 1005-9644。 | | | | | | | |
| 发表文章内容简介 | 自改革开放以来，我国经济便获得了飞速发展。与此同时，得益于国家部门所出台的相关政策，使得我国科学技术发展水平得到了大幅度提升。在此过程中，尤以网络技术所取得的优势较为明显。在其大力影响下，使得我国传统产业的发展形势和战略规划出现了极为明显的变化，使得互联网经济得到了飞速发展。从其影响来看，互联网经济效益较高、需要投入的人力成本相对较少。但任何事物的发展都需要从两个角度进行分析，在正视到这种经济发展形态所带来的优势的同时，也需要看到其中所存在的弊端问题。因其起步相对较晚，在经济活动中还存在着许多较为明显的落后性问题，从而对该产业的健康、稳定性发展产生了诸多影响。若想进一步提升互联网经济发展质量，则需要从整体战略规划角度出发，对现有工作中所存在的各种问题进行及时调整。为此，本篇文章在综合了相关调查和研究之后完成，希望可以对相关工作人员产生一定启示。 | | | | | | | |

|  |  |
| --- | --- |
| 拟定学位论文  写作方向 | 电子商务 网络效应 |
| 拟定学位论文选题背景意义内容摘要 | 我国的电子商务近几年来呈现了爆发式的增长，发生了从电子商务到新零售到平台经济到产业融合的发展趋势。传统市场上，产品的价格主要受市场供求关系以及产品自身的成本所决定。即在供求关系影响下，商品的价格围绕其价值上下波动，商品的价值则是由生产该商品所耗费的社会必要劳动时间所决定的，卖家为争夺市场，主要的手段就是价格战。而在网络效应的作用下，市场的供求关系并不稳定，尤其近年电子商务平台内容创造、网红直播、社群裂变等新传播技术的影响，及AI技术、AR技术、新金融支付手段等电子网络技术的进步，加剧了网络效应的发展和影响，使得网络产品定价策略更加复杂和多样化。由于网络产品较强的外部性特点，以及网络本身的特点，企业商品的定价问题受到很多因素的制约与影响。例如，产品真实的质量水平、网络外部性、不同的网络平台以及消费者群体的偏好等。传统定价方式与网络产品的定价方式产生了极大的冲突，所以，研究电商企业网络产品如何定价显得尤为重要。本论文主要研究在考虑消费者偏好异质性情况下,具有网络外部性的电子商务平台企业产品在固定销售周期内的定价问题，分析成本系数、产品质量以及网络外部性等参数对定价策略的影响以及企业在规划周期中应采取的最优价格曲线，为企业制定合理价格策略提供指导。 |
| 拟定学位论文题目 | 电子商务市场的网络效应对企业产品定价的影响研究 |
| 拟定学位论文提纲 | 第一章 绪论  1.1 研究的背景和意义  1.1.1 研究的背景  1.1.2 研究的意义  1.2 研究思路与内容  1.3 论文结构和研究方法  1.3.1 结构框架  1.3.2 本文的研究方法  1.4 创新与不足  1.4.1 可能的创新点  1.4.2 研究的不足  第二章 相关文献综述  2.1 网络消费特点及行为特征  2.2网络产品定价策略  2.3网络产品定价模式和影响因素  2.4网络效应理论  2.5文献评述  第三章 理论基础与研究假设  3.1 理论基础  3.1.1 从零边际成本到弱边际成本的发展  3.1.2 网络效应理论  （1）网络效应对网络产品需求曲线的影响  （2）网络效应对网络产品供给曲线的影响  （3）网络效应对网络产品均衡的影响  （4）单一周期的市场均衡条件  3.1.3 网络效应的发展  3.1.4 厂商定价理论  （1）传统价格理论  1）边际成本定价  2）撇脂定价策略  3）两部定价  （2）网络产品的定价理论  1）网络产品的价值构成  2）基于消费者偏好的歧视定价  3）参考价格效应  3.2 机制分析与研究假设  3.2.1 产品效用对产品定价的机制分析与假设  （1）产品创新程度  （2）感受购置价值（莫若公式）  （3）参考产品  3.2.2 网络效应对产品定价的机制分析与假设  （1）企业用户网络价值估计  （2）个人用户网络价值估计  （3）情绪因素  （4）口碑因素  （5）网络效应的综合分析  3.2.3 网络效应与产品效用对产品定价的影响比较   1. 网络效应对企业产品定价影响的实证分析   4.1研究对象的选择与数据来源  4.1.1 研究对象的选择  4.1.2 京东与淘宝定价模式对比分析  （1）京东的定价模式  （2）淘宝的定价模式  4.1.3 网络评价样本收集  4.2变量定义及表设计  4.2.1 被解释变量及影响因素量表设计  4.2.2 解释变量及影响因素量表设计  4.2.3 控制变量的选取及因素量表设计  （1）年龄  （2）性别  （3）地区  4.3 研究设计  4.3.1 模型建立  考虑单个企业在两周期销售某种产品，企业在每期开始时决定当期的产品价格。新产品在第1 期推出时的定价为p1，在第2 期销售的定价为p2。根据产品两期价格的高低，企业有三种备选的定价策略：若p1>p2，则企业采取的是撇脂定价策略；若p1<p2，则企业采取的是渗透定价策略；若p1=p2，则企业采取的是静态定价策略。若不同场景、不同人群、不同时间看到的价格不一样，同时存在p1<p2和p1＞p2，价格在一定时期内根据市场需求在调整，则企业采取的是动态定价策略。为不失一般性，本文假设企业的边际和固定成本均为0。  4.4 实证结果与分析  4.4.1 数据分析与检验  （1）用户基本特征统计与分析  （2）数据统计与分析  4.4.2 相关性分析  4.4.3 模型估计结果  （1）产品效用的影响分析  （2）网络效应的影响分析  （3）比较产品效用和网络效应的影响分析  （4）控制变量的影响分析  4.5 最优定价策略分析  4.5.1撇脂定价策略  4.5.2渗透定价策略  4.5.3动态定价策略  4.5.4最优定价策略  第五章 研究结论与政策建议..  5.1研究结论  5.2政策建议  5.3研究展望  参考文献  附录  致谢 |
| 论文素材、数据及参考书目 | 本课题拟采用文献查阅、比较分析、案例分析、数据分析法相结合的研究方法，为研究提供理论基础。具体研究方案如下：  （1）文献分析法  本文将通过查阅国内外学术文献和数据（高水平论文、 科学共同体文献、最原始的文献），例如关于电子商务、客户满意度、平台经济、网络效用的学术论文和相关文献，阅读、归纳和梳理众多文献的研究成果和相互之间存在的联系，借鉴相关理论、方法和结论，运用到本文的研究内容上，并提出假设。  （2）比较分析法  本文中主要体现在，假如有两家平台，同一家企业的同一类产品在这两家的平台上做出不同的定价决策，并使期望收益最大化。  （3）案例分析法  本文的案例分析法是指把京东和淘宝的定价作为案例，结合文献资料和实证分析对网络效应下对企业产品定价的影响因素进行分析，得出事物一般性、普遍性的规律的方法。并得出最优定价策略，帮助企业在固定销售时期内制定合理的定价，以取得最大利益。  （4）数据分析法  基于电商企业在京东和淘宝平台上获取的一年周期内的真实、最新统计数据，并借鉴和参考具有典型代表的专业咨询机构的调查报告和大数据平台的成果的基础上，进一步比较分析网络效用和产品效用对产品定价的影响程度。  **主要参考书目**  [1]杰里米·里夫金.零边际成本社会[M].北京:中信出版社,2014.11.  [2]奥兹·谢伊.网络产业经济学[M].上海:上海财经大学出版社,2002.10.  [3]曹俊浩,陈宏民,孙武军.多平台接入对B2B平台竞争策略的影响——基于双边市场视角[J].财经研  究,2010,36(09): 92-100.  [4]柴小媚.基于SEM 的滴滴出行顾客满意度研究[D].首都经济贸易大学,2018.[5]陈宏民,胥莉.双边市场:企业竞争环境的新视角[M].上海:上海人民出版社,2007.  [5]邓爱民,陶宝,马莹莹.网络购物顾客忠诚度影响因素的实证研究[J].中国管理科学,2014,22(06): 96-104.  [6]曲创,刘洪波.交叉网络外部性、平台异质性与对角兼并的圈定效应[J.产业经济研究,2018(02):15-  [7]尚秀芬,陈宏民.双边市场特征的企业竞争策略与规制研究综述[J].产业经济研究，  2009,(04):89-94.  [8]汪发明.网络效应产品的顾客价值分析[J].工业技术经济,2007(03).  [9]张维迎.博弈论与信息经济学[M].上海:格致出版社:上海人民出版社，2004:7-19  [10]黄海滨,段文奇.网络效应新产品的价值定价.统计与决策(2008)04-0111-03 |

**注：1、请认真填写各项信息，根据学员相关情况和拟定论文方向，由院系统一分配指导老师。**

**2、论文答辩期限以成绩单里“考试日期”列中最后一个日期开始计时，一年半内必须完成（包括二答），期间只能选择一个时间节点答辩，逾期视为自动放弃答辩资格，学位申请无效，无法延期。**