

网络外部性条件下电子商务平台双边定价策略电子商务师考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/631/2021_2022__E7_BD_91_E7_BB_9C_E5_A4_96_E9_c40_631210.htm 平台是一个新兴的产业经济学概念，最早由它是一种现实或虚拟空间，这种空间以导致或促成双方或多方客户之间的交易为目的。电子商务交易平台，不仅包括阿里巴巴、eBay这样的电子商务交易网站，还包括基于互联网的各种网络社区、电子留言系统、即时通讯系统、广告链系统等。在当前的电子商务实践中，电子商务交易平台作为一种促成双方或多方交易的产业组织形式，是由一方或多方提供技术和服务，按照一定的规则，形成导致和促成电子商务交易的现实和虚拟空间的总称。当前，面对同一细分市场，往往存在着多个电子商务交易平台，他们之间存在复杂的竞争与合作关系，例如，面向中国大陆地区用户的 CtoC 电子商务网站，就有易趣、淘宝、拍拍等参与竞争，而 51nb 这样基于虚拟社区，更加深入细分市场的电子商务网站，既是上述网站的竞争者，又是某种程度上的合作者。在这些电子商务交易平台的竞争和合作中，核心问题是平台的价值。网络外部性理论是评价网络价值的有效方法。网络外部性借用了经济学中的外部性概念，将网络价值的评价从物理网络扩展到虚拟网络，它是指由消费或者使用活动产生的一种外部性。网络外部性是用户在消费或使用产品中得到的好处，而这个好处并不是由产品本身价值提供的，而是由于别的用户消费或使用同一产品而产生的。即网络外部性是随着使用同一产品或服务的用户数量的变化，每个用户从消费或使用此产品或服务中所获得的效用的变化。基于

网络外部性理论，/百考试题/收集/互联网电子商务平台的研究不仅包括平台的提供者，也包括通过平台集成的买方和卖方以及他们之间的关系。在网络外部性条件下，电子商务交易平台的发展可以分为两个阶段：双边客户召集阶段和稳定发展阶段。在双边客户召集阶段，平台提供者的目标是要在成本尽可能低的情况下，使卖方和买方用户数量都突破不稳定的关键点，进入大网络均衡区域。而在稳定发展阶段，平台提供者的目标是追求利润最大化。平台的利润最大化与卖方和买方的网络规模以及定价水平有关。平台的定价水平是指电子商务交易平台向交易双方收取的费用。一般情况下，在电子商务交易平台中对买方和卖方按照不同标准收取费用。收取费用的标准一般按照交易金额或者交易笔数来收取。同一平台对于不同的卖方(买方)，收取费用的标准一般是一致的。

一、基本假设 Byungjoon的研究认为买方(卖方)同时获得买方网络和卖方网络带来的外部性，其中卖方网络给卖方带来负的外部性，其他为正。根据对中国C2C平台发展成长的案例分析，卖方网络给卖方带来的网络外部性只有在到达一定网络规模后才会出现，其出现的主要原因是产品互补的减少和价格竞争的加剧。/百考试题/收集/卖方网络和买方网络给卖方和买方带来的网络外部性方向分别如下表所示。其中 Q_s 表示卖方网络规模， Q_{sc} 表示卖方网络对卖方网络外部性从正转负的临界规模。为简化模型，假设外部性收益与相应网络规模成正比。因此，买方(卖方)用户得到的外部性可以表示为卖方网络和买方网络带来的外部性之和。记 Q_b 、 Q_s 分别为买方和卖方网络规模， b_b 、 s_b 分别为买方网络和卖方网络给买方用户带来的外部性强度系数， b_s 为买方网

络给卖方用户带来的外部性强度系数， ss 是以卖方网络中产品互补因素带来的网络外部性强度系数函数， ss 是以卖方网络中价格竞争因素带来的网络外部性强度系数函数。

当 $Q_s > s_c$ ；当 $Q_s < s_c$ 。同时，记平台对卖方用户和买方用户收取的使用费用为 s 、 b ，平台服务本身对卖方用户和卖方用户提供的价值为 v_s 、 v_b 。买方和卖方开始使用平台时转换成本分别用 $ssxs$ 和 $sbxb$ 来表示， ss 和 sb 分别表示卖方和买方的转换成本系数。 x_s 和 x_b 在 $(0, 1)$ 上均匀分布，0表示没有切换成本，1表示最高的切换成本，与卖方和买方的使用意愿直接相关，则可以得到大网络均衡情况下卖方和买方的利润。

二、平台的定价策略

平台的发展可以分为两个阶段：双边客户召集阶段和稳定发展阶段。在双边客户召集阶段，平台提供者的目标是要在成本尽可能低的情况下，使卖方和买方用户数量都突破不稳定的关键均衡点 B 和 B' ，进入大网络均衡区域。而在稳定发展阶段，平台提供者的目标是追求利润最大化。平台的利润最大化也是与卖方和买方的网络规模以及定价水平有关。

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com