

<<中国消费力的崛起>>

图书基本信息

书名：<<中国消费力的崛起>>

13位ISBN编号：9787208062696

10位ISBN编号：7208062692

出版时间：2006-8

出版时间：上海人民出版社

作者：乔纳森·加纳

页数：253

译者：郭丽虹

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：<http://www.tushu007.com>

<<中国消费力的崛起>>

内容概要

《中国消费力的崛起：理论和证据》是瑞士信贷第一波士顿(CSFB)对中国消费力的调查报告。调查认为，强势的经济增长、消费占GDP比重的上升，以及平稳的实际汇率升值，都将导致中国占全球消费支出的比重增长三倍，这对全球的消费产品公司而言是一个销售增长的好机会。调查涉及中国八大城市2700人，为企业管理人员和学术研究人员提供了丰富且极具价值的行业数据，具体涉及：汽车、饮料、电子产品、金融服务、食品生产、食品零售、食品服务、家庭和个人护理、高档商品、电信设备、烟草以及运输和旅游等行业。

<<中国消费力的崛起>>

作者简介

乔纳森·加纳，瑞士信贷第一波士顿（CSFB）负责人及全球新兴市场资产战略主管。他曾任帝杰银行（DLJ）德国及资产战略主管，当CSFB于2000年11月与DLJ合并时他加入了前者。20世纪90年代初，他在伦敦经济学院经济系任教四年，并担任过国际货币基金组织和非洲开发银行的咨询专家。加纳先生从伦敦经济学院获得经济学硕士学位，还从牛津大学获得政治学、哲学和经济学的双学位。

<<中国消费力的崛起>>

书籍目录

前言序言致谢第1部分 理论1 对中国消费增长的综合预测中国经济到底有多强大“升值”效应经济增长及其对家庭总消费的影响以美元为单位的中国家庭消费支出变化的基础情形对全球消费产品生产商的启示：基础情形其他情形2 中国经济长期增长的驱动因素和制约因素长期经济增长的驱动因素长期经济增长的制约因素评价中国的经济情况及其前景中国近年来的增长是如何实现的以及这种增长是否会持续下去有形资本的积累较低的投资收益技术变革贸易环境问题人力资本制度背景3 中国抑制经济过热而引发的短期消费风险消费支出将会很好地持续下去4 中国的人口发展趋势以及对家庭消费的启示十年内人口增长的停滞人口老龄化生活方式的改变城市化、移民与教育教育状况的变化收入分布的变化支出和花完收入的倾向由对消费支出方式内涵的人口统计得出的主要结论5 社会和文化对消费的影响6 主要产品在中国的增长潜力电视机手机固定电话个人电脑收音机汽车航空旅行第2部分 证据7 中国消费者调查调查介绍8 总体情况：生活方式、收入和金融杠杆对金融服务行业的启示9 汽车对汽车制造行业的启示10 饮料对酒精类饮料生产行业的启示对非酒精类饮料生产行业的启示11 电子产品对半导体和消费电子产品行业的启示12 食品生产对食品生产行业的启示13 食品零售对食品零售行业的启示14 食品服务对食品服务行业的启示15 家庭及个人护理对家庭和个人护理用品行业的启示16 高档商品对高档商品制造商的启示17 电信设备对手机生产行业的启示18 烟草对烟草行业的启示19 运输和旅游对航空公司和酒店或休闲地经营者的启示附录A 购买力平价收敛模型附录B 全球消费函数附录C 产品种类预测方法参考文献

<<中国消费力的崛起>>

编辑推荐

《中国消费力的崛起：理论和证据》分为两大部分。

在第一部分，对中期内美元计算的中国总体消费支出的可能发展情况进行了综合分析。

通过利用CSFB宏观经济小组对其他经济大国经济增长的预测，我们也将中国置于全球背景下进行了研究。

我们还讨论了近年来中国所采取的经济增长模式的可持续性，以及近期政府为抑制经济过热而引起的经济同期问题。

然后，我们详细讨论了中国人口发展趋势对消费支出的影响，以及社会和文化背景的变化对消费支出的影响。

最后，我们对中国和其他主要国家在一些主要产品上的消费支出进行了预测。

在第二部分，根据2004年9月中旬对中国八大城市2 700人的采访，我们完成了专门的消费者调查并由此得出了结论。

这份调查收集了个人和家庭对一系列产品和服务进行消费的数据，以及消费者的收入和消费态度等一般信息。

涉及的产品和服务包括：汽车、饮料、电子产品、食品生产、食品零售、饭店和食品服务、家庭和个人护理、高档商品、电信设备、烟草、运输和旅游。

然后我们对全世界主要消费场所面临的机会及其含义进行了评价。

我们认为，那些跨国公司将是中国消费增长的受益者。

尽管对其中一些公司来说，中国市场目前只占它们全部收入的很小部分。

不过，我们认为相对于其竞争对手，它们正在进行战略转移以获取更大的利润，如果我们的观点正确的话。

<<中国消费力的崛起>>

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:<http://www.tushu007.com>