

<<中国消费文化变迁研究>>

图书基本信息

书名：<<中国消费文化变迁研究>>

13位ISBN编号：9787505886711

10位ISBN编号：7505886711

出版时间：2009-9

出版时间：经济科学出版社

作者：赵吉林

页数：219

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>

## &lt;&lt;中国消费文化变迁研究&gt;&gt;

## 内容概要

《中国消费文化变迁研究》有幸比其他读者早一点读了赵博士的书，有所思考，记录在下。

消费经济理论是经济理论中最老的部分或者说分支学科。

这也许源自之初，经济学家就认为“生产、分配、交换、消费”是经济过程的四个主要环节，其中，“生产”是起点，“消费”是终点同时又是下一个过程的起点。

现代经济学中主流经济理论的消费理论大体可以分成两大部分，一是微观消费理论，研究的中心是居民（家庭）消费行为，包括预算约束、效用最大化、偏好、无差异、替代等分析，其典型的较浅显系统论述体现在范里安的《微观经济学——现代观点》一书前半部分中，被称为标准的消费理论，并成为经济分析的最基本的理论基础之一，成为经济学其他理论分析的既定出发点或者说假设前提，如宏观经济学中的经济增长理论等。

微观经济学中的消费行为理论也被看作经济分析理论中最成熟的部分（参见迪顿等，《经济学与消费者行为》、《理解消费》）。

另一部分是宏观消费理论，主要是消费函数理论。

这一部分是和宏观经济学同生同长的，主要源自凯恩斯1936年的《通论》。

当然，有人提出宏观消费函数和微观消费函数之分，似与这里对消费理论的二分法有左。

但是消费函数理论作为一个整体是纳入宏观经济学中论述的。

个中细微之处的奥妙，读者可以细品两本各有特色的宏观经济学教材的相关章节，一是布兰查德的《高级宏观经济学》，另一本是罗默的《高级宏观经济学》。

我自己这些年的研究基本上是沿着前人开创的所谓“标准消费经济理论”轨道前行的。

20世纪90年代初写成的《中国消费函数分析》，由上海三联书店出版社出版，21世纪初合作写成的《居民资产与消费选择行为分析》再次由上海三联书店出版社出版，并获孙冶方经济科学奖。

近期将在商务印书馆出版合著的《新经济增长路径：消费需求扩张理论与政策研究》，此外，在《经济研究》、《数量经济技术经济研究》等国内外学术刊物上发表了一些相关的论文。

## <<中国消费文化变迁研究>>

### 作者简介

赵吉林，女，1971年出生，四川省隆昌县人。  
西南财经大学消费经济研究所副所长，副教授，西南财经大学MBA教育中心主任。  
历史学学士、政治学硕士、经济学博士。  
长期从事政府行为、消费经济学、消费教育等课程教学，于2005年破格晋升副教授。  
西南财经大学首批“151工程”学科带头人。  
先后在《经济研究》、《财经科学》、《社科研究》、《江汉论坛》、《消费经济》、《甘肃社会科学》等各类刊物上发表论文30多篇。  
主持国家社会科学基金《扩大农村消费需求的社会与经济视角探索——兼论扩大农村消费需求推进社会主义新农村建设》；主研完成国家211课题《“社会主义市场经济理论研究”子课题——“产权理论与企业制度创新之信誉与产权制度”》；主研教育部重大课题《建立健全社会信用体系的基础理论研究——兼论社会资本在现代信用社会建设中的作用》；主研国家重点社会科学基金《坚持以马克思主义为指导、中国特色、中国风格、中国气派哲学社会科学体系和教材体系》；先后完成四川省政协2005年、2006年两项重大课题项目；主持校管课题两项等；参与编写专著两部等。  
担任四川省保护消费者权益委员会委员、四川居民消费研究中心委员等。

## <<中国消费文化变迁研究>>

### 书籍目录

导论0.1 中国消费文化变迁研究的背景与意义0.2 研究思路和研究方法0.3 可能创新点0.4 进一步研究的方向第1章 消费文化的内涵1.1 文化的内涵1.2 经济文化的内涵1.3 消费文化的内涵第2章 中国传统消费文化的变迁及基本特征2.1 小农经济是传统社会的主导经济形态2.2 中国传统消费生活方式及其变迁2.3 中国传统社会消费文化的基本特征2.4 中国传统消费文化的核心：“黜奢崇俭”第3章 中国现代化前期现代消费文化的产生3.1 中国现代化社会的启蒙及消费文化变迁的历史概略3.2 中国现代化前期西方消费文化的冲击3.3 中国传统消费文化向现代消费文化的转变第4章 中国社会主义建设时期的经济增长与消费文化演进4.1 新中国成立之后计划经济时期的居民消费（1949～1978年）4.2 居民消费生活的第一次大变迁--实现温饱（1978～1984年）4.3 居民消费生活的第二次大变迁--成就小康（1985～1997年）4.4 居民消费生活的第三次大变迁--建设全面小康（1998年至今）4.5 当前居民消费领域存在的几个主要问题第5章 全球化下中西方消费文化的融合与冲突5.1 全球化是世界现代化进程的必然现象5.2 西方消费文化发展历程5.3 中西方消费文化的差异5.4 经济全球化进程中的中西方消费文化碰撞5.5 抵制当代中国社会的消费主义倾向5.6 美国金融危机引发的消费文化思考第6章 中国当代消费文化的经济与社会多视角探析6.1 当代消费文化的混沌化6.2 当代消费文化的多元化6.3 当代消费文化的消极性6.4 当代中国消费文化与经济发展的互动第7章 建设具有中国特色社会主义消费文化7.1 以传统文化为主体，构建新消费文化主流7.2 坚持科学发展观，深化经济文化体制改革7.3 大力发展文化产业，扩大文化消费7.4 倡导“可持续消费”文化，建设和谐社会7.5 加强消费教育，促进人的全面发展主要参考文献后记

<<中国消费文化变迁研究>>

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>