

图书基本信息

书名：<<一切始于世博会博览效应与社会发展>>

13位ISBN编号：9787542628619

10位ISBN编号：7542628615

出版时间：2008-8

出版时间：上海三联书店

作者：乔兆红

页数：320

字数：375000

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>

前言

改革开放以来，中国的城市快速发展，尤其是21世纪中国的城市化进程正在进入新的发展阶段。党的十七大报告明确提出走中国特色城镇化道路的战略部署，就是要以科学发展观为统领，走出一条统筹城乡、布局合理、节约土地、功能完善、以大带小的中国特色城镇化道路。这已成为促进我国国民经济又好又快发展的一项重要任务。

上海作为中国的特大型城市，已成为全球城市网络体系中的重要节点和我国对外经济联系的主要枢纽。

上海在推动中国特色城镇化道路发展进程中应努力发挥示范作用。

以“城市，让生活更美好”为主题的中国2010年上海世博会，将向世界各国人民展示城市建设所体现的人类文明的最新发展成果，也将启发世人思考未来城市发展面临的挑战和我们可以采取的选择。

在这样的大背景下，立足上海这一具有国际影响的特大都市，深入地观察城市、思考城市、研究城市，可谓适逢其时、其地，不仅具有重大的理论价值，而且具有独特的现实意义。

对于城市这样一个复杂而又丰富的研究客体，我认为以下几个方面的研究工作应当得到社会科学工作者的重视。

首先，以中国特色社会主义理论体系为指引，按照科学发展观的要求，研究符合中国国情和未来发展走向的城市化路径。

内容概要

博览会起于18世纪中期后英、法两国国内的商品及艺术品陈列活动，旨在刺激本国工商业的繁荣。博览会包括各种类型的展览会、陈列会、劝业会、劝工会等，在近代中国，一般称为“赛会”、“赛珍会”、“炫奇会”或“赛奇会”。

但与古代迎神赛会或庙会有所区别，近代博览会与商品经济相联系，侧重于出品的展陈，兼有促进销售、扩展市场之意，因此又叫商品赛会或商品博览会，它是近代文明发展和近代化的产物。

《城市发展研究系列丛书》综合运用当今城市研究中的最新方法，从城市发展理念、城市发展战略、城市微观经济运行等方面进行了深入研究。

本书是“城市发展研究系列丛书”之《一切始于世博会（博览效应与社会发展）》，以2010年即将举办的世博会为主题，通过对世博会历史的回顾与梳理，分析和研究了世博会对社会经济发展的影响。

该书可供从事相关工作的人员作为参考用书使用。

作者简介

乔兆红，女，生于1968年5月，湖北荆门人。

2003年6月获中山大学历史学博士学位，同年进入上海社会科学院经济研究所工作，现为经济史研究室副研究员。

主要研究领域为中国社会经济史和经济理论，对中国社会经济史、城市史、商人团体、会展经济、近代商业社会的转型以及博览会事

书籍目录

自序 我的“世博”情结绪论 第一节 研究缘起 第二节 学术史 第三节 思路与资料第一章 交会的空间：世界博览会之旅 第一节 大国登场：博览会之缘起 第二节 强国世博：博览会之历程 第三节 世博强国：博览会之影响 第四节 国际合作与博览会事业的制度化第二章 博览会与城市转型 第一节 欧洲城市转型与博览会 第二节 成为城市仪式的博览会 第三节 博览会对城市的整合 第四节 博览会与城市现代化第三章 博览会与社会观念的变革 第一节 博览会引领新的价值观 第二节 博览会与经济新观念滋生 第三节 博览会与国民外交 第四节 博览会与妇女观念的变迁第四章 博览会诞生市场观念 第一节 博览会与商战思想 第二节 博览会激发竞争精神 第三节 从传统走来的世博会 第四节 市场观念诞生第五章 博览效应与经济发展 第一节 博览会与可持续发展 第二节 博览会与经济制度的衍化 第三节 博览会与经济增长的效应分析 第四节 抓住世博机遇 促进产业发展第六章 博览会与创新振兴意识 第一节 博览会与创新意识 第二节 科学技术的扩散 第三节 社会文化的嬗变 第四节 博览会打造国际大都市第七章 博览会与科学展示 第一节 作为媒介的博览会 第二节 世博会与环境保护的交融与互动 第三节 博览会与社会和谐 第四节 以人为本 建设科学的世博会第八章 软实力与世博软件 第一节 国外软实力问题研究的发展脉络 第二节 国内软实力问题的研究情结 第三节 中国的软实力与经营 第四节 以世博为契机 提升城市软实力第九章 世博效应与城市发展 第一节 世博会与城市发展 第二节 拓宽上海世博效应 第三节 协调长三角会展业 服务上海世博会 第四节 上海世博会与长三角区域大联动结语 一切始于世博会附录参考文献

章节摘录

第二节 博览会与经济新观念滋生 一个博览会的成功，创造千万以上的参观人潮尚在其次，其重点是呈现出人类未来的展望与方向，引领出新科技、新价值观、新生活观，是一个极具教育意义的场所。

对主办国的意义，另有具体展现国力、人民素质、招商、吸引观光客等意义。

其影响更深远的，则是从博览会锤炼、沉淀出国家及城市的再发展性，具有十分珍贵的长远效益。

人们的生活离不开风俗习惯，意即我们生活在风俗习惯之中。

所谓风俗习惯，主要就是指一个民族(或按地域、职业等划分的人群)在物质生活和文化生活方面长期形成的共同习惯，包括衣着、饮食、居住、生产、婚姻、丧葬、节庆、礼仪等方面的规则、好尚、信仰和禁忌。

这些是与我们日常生活丝毫不可分离的。

风俗习惯具有传承性，年年如此，家家如此。

聪明的商人利用这种传承性，在自己的经营活动中有意识地迎合人们在风俗习惯上的各种需求，从而获得商业上的好处。

这就是今天人们常说的“适销对路”。

风俗习惯还具有变异性，因时而异，因地制宜。

更聪明的商人利用这种变异性，在自己的经营活动中推陈出新，以新的商品、新的服务方式促进风俗习惯的改变。

这就是所谓的“领导消费新潮流”。

于是便出现了商人的媚俗与创新。

商人的媚俗使商业与风俗习惯紧密地联系在一起，当风俗习惯发生变化的时候，必然引起商业的消长。

所以有人说：“商界贸易，全视社会之意思以为进退也。”

晚清以降，中国社会民俗心理发生了急剧的变化，不符合时代要求的陈旧过时的风俗或自然淘汰，或被革除，使得为这些风俗所需要的商品失去了市场，同时许多新的风尚逐渐兴起，导致各种新商品在市场上不断涌现。

而博览会是引领世界新潮流的重要方式和场所。

通过博览会，精明的商人能够窥测社会风尚演变的方向，擅长捕捉市场信息，急流勇退，果断决策，及时放弃原来经营的商品，改营销售前景看好的新品种，与时俱进，而不致被挤出风云变幻的市场行列。

而商业具有强大活力，对经济、贸易、消费习尚等均具有导向功能，因此它常常利用商品的特殊影响力，主动地引导社会风尚的变异，表现出一种创新精神。

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>