

<<消费经济学>>

图书基本信息

书名：<<消费经济学>>

13位ISBN编号：9787040214772

10位ISBN编号：7040214776

出版时间：2007-6

出版时间：高等教育

作者：尹世杰

页数：293

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>

<<消费经济学>>

前言

本教材第一版自2003年7月出版以来，为国内不少高校所采用，受到广大师生和社会各界读者的欢迎。

最近几年，我国社会主义经济建设进入新的发展阶段，新情况、新问题不断涌现。

党中央提出一系列新的大政方针，消费经济领域也发生了很大的变化。

因此，本书根据这些新情况，作了全面而系统的修订。

本次修订除了增加“消费与社会保障”这一新章，并将第一版的“绪言”改为“绪论”之外，还在各章增加了一些新的内容，同时在语言表述和逻辑结构上作了必要的修改，并使用了最新的统计数据资料。

全书以党的十六届三中全会提出的科学发展观、四中全会提出的构建社会主义和谐社会、五中全会提出的建设资源节约型和环境友好型社会、六中全会提出的关于构建社会主义和谐社会若干重大问题的决定等大政方针为指导，研究消费经济领域的新情况、新问题，进行了新的探索，丰富了消费经济学这门新学科的内容。

比如：第二章根据中央的精神和学术界的最新研究成果，在“消费需要的分类”中，增加了“生存、发展和享受需要，潜在消费需要和现实消费需要，生活必需品消费和奢侈品消费需要”等类别；在影响消费需求的经济因素“居民可支配收入”中，增加了“消费者持久收入的变化影响消费需求”的内容；在影响消费需求的非经济因素中，增加了对“消费环境”和“制度变迁”的分析等。

第四章和第五章根据小康社会的消费水平的指数标准，对第一版的数据进行了全面更换，体现了我国经济的新发展，并且根据建设社会主义和谐社会标准，对居民的新的消费结构进行了全面阐述。

第六章，强调要积极倡导“资源节约，环境友好”的消费文化和消费风气，使节约、环保成为广大居民自觉的消费意识和行为习惯。

第七章，全面地吸收了消费者行为理论的成熟研究成果，体现该理论最新研究动态。

第八章，分析了我国消费市场国际化的最一般的原因在于需求的国际转移，并进一步分析了导致消费市场国际化的又一个重要原因：国际细分市场的同质化趋向。

这些新观点读者在国内同类教材中很少能看到。

第九章在第一版基础上略去了“劳务消费市场化”一节，相关内容整合进了其他各节中，使得结构更加严谨。

<<消费经济学>>

内容概要

《消费经济学》是普通高等教育“十一五”国家级规划教材，是高等学校经济学类主要课程教材，是高等教育出版社2003年版《消费经济学》的修订版。

《消费经济学》在研究消费经济学基本理论的基础上，将消费经济学纳入社会主义市场经济运行轨道进行考察，着重研究了在建设社会主义和谐社会和建设资源节约型、环境友好型社会条件下消费经济领域的新内容。

《消费经济学》共17章，涵盖了消费经济学学科体系的主要内容，系统研究了消费需要与消费需求、消费环境、消费水平、消费结构、消费方式、服务消费、消费者权益保护与消费教育以及对消费的调控和引导等问题，同时也阐述了绿色消费、闲暇消费、信息消费、旅游消费、文化教育消费、消费与社会保障等方面的内容。

《消费经济学》观点新颖，强调理论与实际相结合。

《消费经济学》适合高等学校经济学类本科生、硕士研究生学习、使用，也可以作为理论工作者研究消费经济理论的参考用书。

<<消费经济学>>

书籍目录

绪论第一章 消费经济学的研究对象与方法第一节 消费概述第二节 消费经济学是一门独立的学科第三节 消费经济学的研究对象第四节 消费经济学的研究方法第二章 消费需要与消费需求第一节 消费需要的内容与地位第二节 影响消费需求的主要因素第三节 消费需求上升规律第四节 消费需求与经济发展的关系第三章 消费环境第一节 消费的自然环境第二节 消费的社会环境第三节 消费环境与消费质量第四章 消费水平第一节 消费水平的内涵第二节 小康社会的消费水平第三节 实现小康社会消费水平的途径第五章 消费结构第一节 消费结构及其影响因素第二节 消费结构的发展趋势第三节 小康社会的消费结构第四节 适应消费结构的变化,合理调整产业结构第六章 消费方式第一节 研究消费方式的意义第二节 影响消费方式的因素第三节 社会公共消费第四节 家庭消费第五节 建立文明与科学的消费方式第七章 消费者行为第一节 消费者行为的特征、类型及研究意义第二节 影响消费者行为的主要因素第三节 消费函数第四节 加强对消费者行为的引导第八章 消费市场与消费热点第一节 消费市场概述第二节 消费市场的供求关系第三节 培育消费热点,扩大消费市场第四节 消费信贷第九章 服务消费第一节 服务消费的特点和作用第二节 服务消费的发展趋势第三节 发展服务消费的路径选择第十章 绿色消费第一节 绿色消费的概念、产生和发展第二节 培育绿色消费环境第三节 开拓绿色产品,发展绿色产业第四节 建立绿色营销体系第十一章 闲暇消费第一节 闲暇消费的概念和作用第二节 闲暇消费的误区第三节 闲暇消费方式第四节 提高闲暇消费质量第十二章 信息消费第一节 信息消费的内涵和特点第二节 信息消费的作用和潜在风险第三节 发展我国的信息消费第十三章 旅游消费第一节 旅游消费的作用第二节 我国旅游消费的情况、问题和发展趋势第三节 发展我国的旅游消费第十四章 文化教育消费第一节 文化教育消费的作用第二节 文化教育事业与产业-第三节 我国文化教育消费领域存在的主要问题第四节 如何发挥文化教育作为第一消费力的作用第十五章 消费与社会保障第一节 社会保障与消费的关系第二节 医疗消费与社会医疗保险第三节 农村社会保障与消费第四节 完善社会保障体制,促进居民消费第十六章 消费者权益保护与消费教育第一节 消费者权益概述第二节 消费者权益受损的主要表现和原因第三节 消费者权益保护的措施第四节 消费教育第十七章 对消费的调控和引导第一节 对消费进行调控和引导的重要性第二节 调控和引导消费的基本原则第三节 调控和引导消费的具体途径和方法第四节 调控和引导消费的最终目的参考文献后记

<<消费经济学>>

章节摘录

版权页：第一章 消费经济学的研究对象与方法：第三节 消费经济学的研究对象：经济科学的研究对象离不开生产关系。

消费关系是生产关系一个重要方面。

因而可以说，消费经济学的研究对象是：一定社会条件下消费领域的经济关系(即消费关系)及其发展规律。

或者说，消费经济学是研究一定社会条件下，人们在消费过程中结成的经济关系(即消费关系)及其发展规律的科学。

消费关系的主要内容，从微观来说，包括不同居民集团以及不同消费者在消费过程中各自所处的地位及其相互关系，体现了消费水平、消费结构、消费方式等方面的差别和联系及其发展趋势；从宏观来说，包括社会消费水平、消费结构、消费方式等方面各自的发展和规律性等。

有人提出：消费经济学不仅要研究消费关系，还要研究消费力，研究消费力的合理组织问题。

我们认为这种观点是欠妥的。

消费力是人们为了满足自己的物质文化需要对消费资料(包括服务)进行消费的能力。

它不仅包括购买力，而且还应该包括人的知识和才能，它不是消费领域本身的问题。

他们所说的合理组织消费力，主要指居民收入的合理分配，更是分配领域的问题，不是消费领域的问题。

当然，消费力问题很重要，研究消费经济学，必须联系消费力，但它不是消费经济学的研究对象。

正如政治经济学的研究要联系生产力，但生产力不是政治经济学的研究对象，不能既研究生产关系，又研究生产力。

消费经济学研究消费关系，并不是孤立地就消费关系研究消费关系，必须联系其他方面进行深入的研究。

例如必须联系再生产的其他环节，把消费置于社会再生产的总体中去考察，探讨一定的生产、分配和交换如何影响消费，生产的运行机制、分配机制和交换机制对消费关系的形成、发展和变化有何影响等等。

要联系消费的自然过程，联系消费的实物内容来研究消费关系。

如果撇开消费的自然过程，不谈消费品的数量、品种、结构、质量等，也就无法揭示消费关系的发展趋势和内在规律性。

另外，还要联系生产力。

生产力决定消费水平、消费结构、消费方式，决定各项消费活动，离开了生产力，研究消费关系也就失去了客观基础。

要联系消费力，消费力与消费关系有直接的联系，研究消费力，才能了解消费者对消费品和服务的需求状况，便于组织消费品和服务的生产和供应。

要联系上层建筑，人们的生活消费不仅受经济体制、规章制度和法制的影 响，受消费政策、消费体制的影响，而且取决于消费观、价值观，即必须以社会主义的价值观、消费观为指导，端正价值导向。

因而研究消费关系必须联系上层建筑。

<<消费经济学>>

编辑推荐

《消费经济学(第2版)》是普通高等教育“十一五”国家级规划教材。

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>