

图书基本信息

书名：<<新中国成立以来中国消费者行为变迁研究>>

13位ISBN编号：9787561457368

10位ISBN编号：7561457367

出版时间：2012-4

出版时间：四川大学出版社

作者：唐兵

页数：316

字数：272000

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>

内容概要

本书讲述了：消费是一国经济总量(GDP)的重要组成部分，消费需求的增长是经济增长的主要动力，实际上也是根本动力。

十七届五中全会提出，要坚持扩大内需战略、保持经济平稳较快发展，加强和改善宏观调控，建立扩大消费需求的长效机制，调整优化投资结构，加快形成消费、投资、出口协调拉动经济增长新局面。“扩大消费需求”并不是第一次提出，而这次强调“消费”的首要战略地位，其实有着更为深层的现实背景。

从建国至改革开放之前，我国经济基本上处于以短缺经济和数量扩张为基本特征的发展阶段，居民消费从总体上讲属于供给约束型。

改革开放之后，随着我国经济的发展，经济体制由传统的计划经济向社会主义市场经济转变，经济增长方式从粗放型向集约型转变，整个国民经济在支撑其发展的三个轮子——投资、消费和进出口的拉动下逐渐呈现出有序、平稳的发展态势。

然而，进入“九五”以来，在拉动经济的三驾马车——投资、消费和进出口中，投资和进出口的比例一直偏大，居民消费率持续走低。

投资增长过快、消费相对不足的结构性矛盾突出的局面，使我国经济的主动性大大降低，尤其在在金融危机对我国实体经济带来影响，并进一步加深的背景下，我国经济运行因内需的疲软而陷入困境。

《新中国成立以来中国消费者行为变迁研究》认为，研究经济现象关键在于捕捉那只隐藏在经济现象背后的“看不见的手”。

消费是个人或组织的一种行为活动，不仅是一种经济行为，也是一种社会行为，具有社会性和外部性。

从消费者主体意识看，消费者行为存在理一性、有限理性和非理性之分；从消费与国民经济的内在联系看，消费者行为对经济运行、经济发展、经济结构以及经济生活质量等都具有重要影响。

所以，中国消费问题研究应以中国消费者行为作为逻辑起点。

20世纪后50年的中国，不仅走上了社会主义道路，而且在最后的20年余间，又开启了一场巨大而深刻的变革，即从计划经济体制向社会主义市场经济体制的制度变迁和社会转型。

在波澜壮阔的经济制度变迁和社会转型中，中国消费者行为必然会随着社会经济环境的改变而发生巨大的变化。

立足于中国消费者行为变迁镶嵌于中国市场化的制度变迁这一基本事实，本书通过回顾建国以来中国消费者行为的变迁历程及阶段性特征，描述了建国以来中国消费者行为变迁状况，并基于制度、结构、心理建立起中国消费者行为变迁的理论分析框架。

通过理论分析和经验分析，深入探讨了中国消费者行为变迁的决策机制、动力机制和选择机制，为进行政策研究奠定基础。

书籍目录

第一章 导论

- 第一节 选题背景
- 第二节 消费者行为概念的界定
- 第三节 研究目的与意义
- 第四节 研究内容与方法
- 第五节 创新与不足之处

第二章 国内外相关文献研究综述

- 第一节 马克思关于消费者行为的论述
- 第二节 国外消费者行为理论的历史沿革和发展——多学科视角
- 第三节 国内消费者行为研究现状
- 第四节 文献简评

第三章 新中国成立以来中国消费者行为变迁特征

- 第一节 新中国成立以来中国消费者行为变迁的历史背景——经济体制的历史变迁回顾
- 第二节 新中国成立以来中国消费者行为阶段性特征
- 第三节 新中国成立以来中国消费者行为变迁轨迹及其特征

第四章 新中国成立以来中国消费者行为变迁机制

- 第一节 消费者行为变迁的决策机制
- 第二节 消费者行为变迁的动力机制
- 第三节 消费者行为变迁的选择机制

第五章 制度变迁与消费者行为变迁

- 第一节 收入分配制度变迁与中国消费者行为
- 第二节 价格制度变迁与中国消费者行为变迁
- 第三节 社会保障制度变迁与中国消费者行为变迁

第六章 消费心理与消费者行为变迁

- 第一节 消费心理作用消费者行为的机理分析
- 第二节 非理性消费心理的表现及产生原因
- 第三节 非理性消费心理对中国消费者行为变迁的影响分析

第七章 经济周期与消费者行为变迁

- 第一节 消费周期与经济周期关系的一般理论
- 第二节 产业结构演进与居民消费波动
- 第三节 投资波动与居民消费波动

第八章 中国消费者行为趋势

- 第一节 中国消费者行为现状分析
- 第二节 影响现阶段中国消费者行为的有利因素
- 第三节 中国消费者行为变迁趋势预测

第九章 主要结论及政策建议

- 第一节 分析结论
- 第二节 政策建议
- 第三节 需进一步研究的问题

参考文献

中文文献

英文文献

编辑推荐

《新中国成立以来中国消费者行为变迁研究》通过回顾建国以来中国消费者行为的变迁历程及阶段性特征，描述了建国以来中国消费者行为变迁状况，并基于制度、结构、心理建立起中国消费者行为变迁的理论分析框架。

通过理论分析和经验分析，深入探讨了中国消费者行为变迁的决策机制、动力机制和选择机制，为进行政策研究奠定基础。

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>