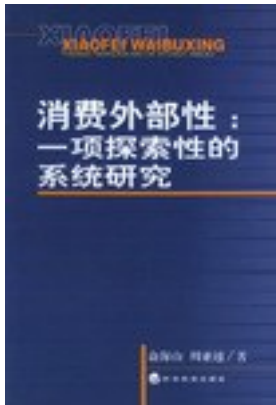


消费外部性



[消费外部性 下载链接1](#)

著者:俞海山

出版者:经济科学出版社

出版时间:2005-9

装帧:平装

isbn:9787505851672

一般认为，外部性理论的奠基人是马歇尔。而现代意义上的外部性理论是由庇古提出，并由科斯等做了重要的补充和发展。无论是庇古还是科斯，他们在研究外部性的时候，主要是关注生产外部性而忽视消费外部性。直至20世纪90年代后期，对消费外部性的研究逐渐兴起，国外学者Joachim Schleich(1997)、中国学者黎建新(2001)曾撰文专门研究消费外部性。从总体上看，消费外部性问题作为一个学术研究的前沿性问题，国内外学者对它的专门研究还刚刚开始，甚至可以说基本上还处于空白状态。鉴于消费外部性具有不同于生产外部性的特殊性，鉴于消费外部性在全球日益严重的发展趋势，因此，系统分析和专门研究消费外部性就成为当务之急。

本书以消费外部性为研究核心，遵循从消费外部性理论分析到消费外部性实践形式考察、从国内消费外部性研究到国际消费外部性研究的思路。在消费外部性理论分析中，本书主要从经济学和人口学两个视角来研究，并据此提出相应对策；在消费外部性实践形式考察中，本书是以轿车消费为例，系统分析轿车消费中各种形式的外部性以及中国轿车消费中的外部性问题。

本书尝试性地提出并分析了适用于纠正消费外部性的政策。纠正消费外部性，必须以经

济手段为基本，即通过征税、收费、押金等制度促使消费的环境外部成本内部化。这也是与整个市场经济体制一致的。只有在经济手段难以起作用的时候，以及难以起作用的地方，才可以政府命令和控制手段作为补充。

作者介绍:

目录:

[消费外部性_下载链接1](#)

标签

评论

[消费外部性_下载链接1](#)

书评

[消费外部性_下载链接1](#)