

中国消费文化变迁研究



[中国消费文化变迁研究_下载链接1](#)

著者:赵吉林

出版者:经济科学出版社

出版时间:2009-9

装帧:平装

isbn:9787505886711

赵吉林博士的《中国消费文化变迁研究》由经济科学出版社出版了，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。这一部分是同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。

作者介绍:

目录:

[中国消费文化变迁研究_下载链接1](#)

标签

社会学

评论

中外比较，阐述清晰。我这是第一次了解中国现当代消费文化，这本书作为入门读本还挺好。

[中国消费文化变迁研究 下载链接1](#)

书评

[中国消费文化变迁研究 下载链接1](#)