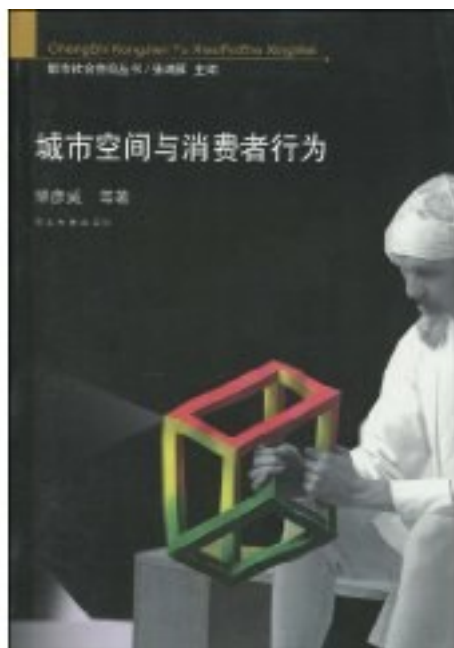


城市空间与消费者行为



[城市空间与消费者行为 下载链接1](#)

著者:

出版者:

出版时间:2010-3

装帧:

isbn:9787564119188

《城市空间与消费者行为》从城市商业空间与消费者行为两方面出发，在构建中国城市消费者行为地理学研究方法体系的基础上，从微观层面系统研究了中国城市居民的购物消费行为、夜间消费行为和服务性消费行为，首次提出基于消费者行为的中国大城市商业空间结构为中国大城市的消费变革与空间重构以及可持续消费模式的构建提供科学的理论依据。《城市空间与消费者行为》可供城市地理学、城市经济学、城市社会学研究人员、城市建设与城市规划管理者、房地产开发与管理人员阅读，也可供相关专业师生学习、参考。

作者介绍:

目录: 总序

前言

1 绪论

1.1 研究背景

1.1.1 人文地理学发展的新动向

1.1.2 零售革命与新零售地理学的兴起

1.1.3 转型背景下中国城市的消费变革

1.2 研究构成

2 消费者行为地理学的理论背景

2.1 消费者行为研究概述

2.1.1 关于消费者行为研究

2.1.2 研究阶段与特点

2.1.3 社会学研究动态

2.2 消费者行为模式与决策

2.2.1 消费者的空间选择模型

2.2.2 消费者行为影响因素研究

2.2.3 离散选择模型

2.3 零售业态与消费行为研究

2.3.1 零售业态相关理论

2.3.2 现代零售商业的发展趋势

2.3.3 零售业态发展下的消费行为

2.3.4 零售业态对消费者行为的影响研究

2.4 城市商业空间研究动态

2.4.1 以中心地理论为基础的城市商业空间研究

2.4.2 基于消费者行为视角的城市商业空间研究

2.4.3 多视角的商业空间变化研究

3 研究方法及调查概况

3.1 研究方法

3.1.1 问卷设计

3.1.2 问卷调查实施

3.2 案例城市选取

3.2.1 上海案例的典型性

3.2.2 深圳案例的独特性

3.2.3 北京案例的代表性

3.3 调查概况

3.3.1 上海市民消费行为调查

3.3.2 深圳市民消费行为调查

3.3.3 北京市民消费行为调查

4 中国大城市居民消费环境的演变

4.1 上海市宏观消费环境及变化

4.1.1 城市经济的快速发展与消费水平的不断提升

4.1.2 人口郊区化现象明显

4.1.3 城市商业空间结构的扁平化趋势

4.1.4 不同商业业态带来的多样化消费选择

4.2 深圳市宏观消费环境及变化

4.2.1 快速发展的城市经济

4.2.2 迅速扩张的城市人口规模

4.2.3 城市空间发展特征

4.2.4 商业发展特征

4.2.5 消费发展特征

4.3 北京市宏观消费环境及变化

4.3.1 零售商业的发展历程

4.3.2 不同商业业态发展现状

- 4.3.3 制度环境与商业规划
- 5 中国大城市居民的购物消费行为
 - 5.1 抽样居民的消费构成
 - 5.1.1 上海市抽样居民的消费结构特征
 - 5.1.2 深圳市抽样居民的消费结构特征
 - 5.2 购物消费行为的基本特征
 - 5.2.1 频率特征
 - 5.2.2 时间特征
 - 5.2.3 出行方式
 - 5.3 购物消费行为的时空间特征
 - 5.3.1 购物活动空间的基本特征
 - 5.3.2 蔬菜食品类商品购物行为的时空间特征
 - 5.3.3 日常用品类商品购物行为的时空间特征
 - 5.3.4 高档服装类商品购物行为的时空间特征
 - 5.3.5 大型家电类商品购物行为的时空间特征
 - 5.3.6 购物出行距离与时间的相关分析
 - 5.4 本章小结
 - 5.4.1 居民购物消费行为的变化
 - 5.4.2 购物活动空间的等级圈层结构
 - 5.4.3 对商业规划的启示
- 6 中国大城市居民购物消费行为的影响因素与决策机制
 - 6.1 居民属性对购物消费行为的影响
 - 6.1.1 性别的影响
 - 6.1.2 年龄的影响
 - 6.1.3 收入的影响
 - 6.1.4 受教育水平的影响
 - 6.1.5 职业的影响
 - 6.1.6 家庭生命周期的影响
 - 6.2 购物消费行为的决策机制
 - 6.2.1 购物信息来源
 - 6.2.2 购物空间感知
 - 6.2.3 不同商品的购物地选择
 - 6.2.4 消费态度
 - 6.3 本章小结
 - 6.3.1 购物消费行为的影响因素
 - 6.3.2 消费者购物决策机制
- 7 中国大城市居民的夜间消费行为
 - 7.1 居民夜间行为与城市夜景观规划
 - 7.1.1 消费转型背景下的夜间消费研究
 - 7.1.2 中国居民夜间活动演化历程
 - 7.1.3 夜间行为研究综述
 - 7.1.4 城市夜间景观规划
 - 7.2 中国大城市居民夜间消费活动的基本特征
 - 7.2.1 夜间消费人群的属性特征
 - 7.2.2 夜间消费行为的活跃程度
 - 7.2.3 夜间消费行为的活动类型
 - 7.2.4 夜间消费行为的出行方式
 - 7.2.5 夜间消费行为的动机特征
 - 7.2.6 夜间消费行为的时间倾向
 - 7.2.7 夜间消费行为的支出水平
 - 7.3 夜间消费行为的时空间结构
 - 7.3.1 夜间消费行为的时间特征
 - 7.3.2 夜间消费行为的空间特征
 - 7.4 居民属性对夜间消费行为的影响分析

- 7.4.1 居民属性影响下的夜间消费活跃程度
- 7.4.2 居民属性影响下的夜间消费行为偏好
- 7.4.3 居民属性影响下的其他夜间消费行为特征
- 7.5 本章小结
- 8 中国大城市居民的服务性消费行为
 - 8.1 服务性消费行为的偏好特征
 - 8.1.1 抽样居民对不同类型服务性消费活动的偏好
 - 8.1.2 居民属性对服务性消费行为偏好的影响
 - 8.2 不同类型的服务性消费行为
 - 8.2.1 餐饮消费行为
 - 8.2.2 美容美发消费行为
 - 8.2.3 体育健身消费行为
 - 8.2.4 酒吧、KTV等娱乐消费行为
 - 8.3 酒吧消费行为
 - 8.3.1 酒吧消费行为的基本特征
 - 8.3.2 酒吧消费行为的空间结构
 - 8.3.3 不同属性居民的酒吧消费空间分异
 - 8.4 本章小结
-
- 9 中国大城市居民对商业中心地的不同业态
- 10 中国大城市居民对不同业态不同业态
- 11 基于消费者行为的中国大城市商业空间结构
- 12 中国大城市的消费变革与重构
- 参考文献
 - • • • • (收起)

[城市空间与消费者行为_下载链接1](#)

标签

空间

行为

城市

社会学-柴彦威

消费

地理

专业课

评论

[城市空间与消费者行为 下载链接1](#)

书评

[城市空间与消费者行为 下载链接1](#)