

<<中国城市的消费革命>>

图书基本信息

书名：<<中国城市的消费革命>>

13位ISBN编号：9787806812792

10位ISBN编号：7806812792

出版时间：2003-10-1

出版时间：上海社会科学院出版社

作者：卢汉龙等

页数：403

字数：330000

译者：卢汉龙,戴慧思

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>

<<中国城市的消费革命>>

内容概要

本书是一本以美国学者为主对当代中国的研究论著。

在美国学界有十分重要的影响。

它以社会调查为基础，对中国城市的消费现象和消费方式变迁进行子社会学分析。

它提出的从消费文化的视角来分析，中国现实发展的理论架构具有重要的理论创新意义，为从事理论研究的工作者提供了不可多得的研究范式和理论范本。

<<中国城市的消费革命>>

作者简介

戴慧思，美国耶鲁大学社会学教授。

长期从事中国当代社会研究，曾在香港、武汉、天津、上海等地从事实地考察研究。

发表的有关中国研究的论著有《万寿无疆：中国老年人与共产主义革命》（1991年）。

合编的著作有：《80年代末的中国社会》（1990年）、《毛泽东时代后的中

<<中国城市的消费革命>>

书籍目录

中文版序：消费革命与消费者自主 第一章 导论：一场消费革命第一部分 消费革命与家庭 第二章 打造绿洲：豪华住宅广告与上海居住空间的重建 第三章 商业化的童年：上海独生子女消费 第四章 婚纱化妆：西安回民坊的婚礼 第五章 市场的再生：南京的食品市场 第六章 “大同”社会里奔“小康”：中国消费文化的兴起第二部分 商业化社会里的人群交往 第七章 心对心，电话对电话：家庭价值观，性和咨询热线 第八章 贺卡：联系与情感交流的双重载体 第九章 汉堡包和社会空间：北京的麦当劳消费 第十章 在市场转型中起“舞”：上海的舞厅调查 第十一章 保龄球培养友谊：深圳的保龄球时尚 第十二章 香烟弥漫生意场：市场转型中的制度变迁 第十三章 纪念圣地与私人娱乐：明故宫遗址上的探戈 第十四章 结语：第二次解放本书撰稿人参考书目参考年鉴后记

<<中国城市的消费革命>>

编辑推荐

20世纪80年代以后，随着中国的改革开放，特别是20世纪最后10年至今的一段时间里中国经济崛起，人民生活得到的前所未有的快速改善，大大刺激了国外社会科学领域对中国研究的兴趣。中国研究也逐步走出地方性、区域性研究的范围而成为社会科学，特别是政治学、经济学、社会学共同关注的领域。这里有两种趋势使关于中国的研究在学术上具有了世界性的意义。

<<中国城市的消费革命>>

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>