

<<品味奢华>>

图书基本信息

书名：<<品味奢华>>

13位ISBN编号：9789570831528

10位ISBN编号：9570831529

出版时间：2007年5月

出版时间：联经出版事业股份有限公司

作者：巫仁恕

页数：362

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>

## <<品味奢华>>

### 内容概要

本書透過具體而細緻的實證研究，探討晚明的消費社會與士大夫的消費文化，希冀打開晚明消費史的多元面向，豐富這一段歷史。

全書的兩大主軸，其一是嘗試把近代早期中國的消費史，放在世界史的脈絡下，觀察晚明時期的重要性。

作者指出晚明已形成「消費社會」的現象，以修正英國史學家關於「消費革命」的歷史解釋。

本書另一個主軸是士大夫的消費文化。

從消費文化的角度，一方面可以看到晚明社會結構的變動，特別是士、商關係的變化；另一方面士大夫也透過消費文化，塑造消費品味與流行時尚，來重新建構他們的身分地位。

<<品味奢华>>

作者简介

巫仁恕，國立中興大學歷史學學士，台灣大學歷史學碩士、博士，曾任台灣大學兼任講師，現任中央研究院近代史研究所副研究員，暨南國際大學歷史系兼任副教授。  
專長領域是明清城市史與明清社會文化史，主要研究成果集中在明清城市群眾集體抗議、明清物質文化與消費文化。  
著有專書《奢侈的女人：明清時期江南婦女的消費文化》(2005)。

## &lt;&lt;品味奢华&gt;&gt;

## 书籍目录

導論：從生產的研究到消費的研究

第一節 明清消費文化研究的興起

第二節 西方消費文化研究的脈絡

第三節 本書的主旨、方法與結構

第一章 消費社會的形成

第一節 奢侈消費的風氣

第二節 消費社會的形成

第三節 消費社會興起的背景

第四節 士大夫身分地位的變化

第二章 消費與權力象徵 以乘轎文化為例

第一節 明代前中期的乘轎

第二節 晚明乘轎的流行與普及

第三節 官方因應的對策

第四節 乘轎的象徵意義

結論

第三章 流行時尚的形成 以服飾文化為例

第一節 明初的平民服制與社會風氣

第二節 晚明平民服飾的流行時尚

第三節 流行時尚的作用

第四節 士大夫對服飾風尚的反應

第五節 士大夫批評服飾風尚的言論

結論

第四章 消費品味與身分區分 以旅遊文化為例

第一節 士大夫旅遊風氣的興盛

第二節 大眾旅遊的盛行

第三節 旅遊的普及與社會競爭

第四節 品味的塑造與身分區分

結論

第五章 物的商品化與特殊化 以家具文化為例

第一節 家具的消費與商品化

第二節 大眾的家具消費：以徽州為例

第三節 高級家具的消費

第四節 文人化的家具消費

第五節 書房、家具與文人品味的特殊化

結論

第六章 文人品味的演化與延續 以飲食文化為例

第一節 飲食消費的奢侈風尚

第二節 飲食風尚與食譜的刊行

第三節 飲膳書籍中感官描述的演化

第四節 品「味」與身分：文人化食譜的味覺理論

結論

結論

附錄

參考書目



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>