第一图书网, tushu007.com

<<中国的房地产消费文化>>

图书基本信息

书名：<<中国的房地产消费文化>>

13位ISBN编号：9787811402117

10位ISBN编号：7811402114

出版时间：2010-11

出版时间：浙江工商大学出版社

作者：周膺，吴晶　著

页数：198

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

前言

中国的房地产机器依靠强大的经济或政治动能推动，但目前却没有一种经济学或政治学可以对其进行稍微透彻的解释。
原因在于中国的房地产消费与国外情况有所不同。
西方发达国家的公民由于构建了完善的社会保障系统，购置不动产的习惯已随农业社会的远去而逐渐消解；中国国民则仍然怀有根深蒂固的购置不动产的文化传统，因为中国仍然是一个农业国家。
农业国家的国民基本的生产生活资料只能是包括土地和住房在内的不动产，更何况中国是超级人口大国，不动产刚性需求本来就难以缓解。
中国历史上没有出现作为人民福利保障的民主政体，甚至至今也未能形成公民社会，因而基本社会保障建设遥遥无期，不动产投资也就自然成为维系国民自我保障的主要资本。
当今没有减弱反而在一直加强的国家垄断还关闭了大部分民间投资领域，更在强化中国国民向房地产的单一投资。
凡此种种，最终凝固为中国国民特有的房地产消费心理和消费文化，并几近成为一种文化传染病。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

中国的房地产机器依靠强大的经济或政治动能推动，但目前却没有一种经济学或政治学可以对其进行稍微透彻的解释。
原因在于中国的房地产消费与国外情况有所不同。
　本书介绍了中国房地产消费的文化学殊义、中国房地产消费的长期支撑要素、中国房地产消费的社会伦理基础、中国房地产消费的文化经济学调适等内容。

作者简介

周膺，1961年生于浙江省建德市，1991年毕业于中国社会科学院研究生院哲学系美学专业，师从叶秀山、聂振斌等先生，研究方向为中西美学比较。
现为杭州市社会科学院副院长、杭州市社会科学界联合会副主席、浙江大学兼职教授、杭州电子科技大学兼职教授、中华美学学会会员、浙江省美学学会副会长、杭州市历史学会副会长。
对中西哲学和文化史的比较研究有较多积累，涉猎历史学、考古学、经济学、社会学等较多学术领域。
并对造型艺术有独特的领悟与解析，也善实际试验。
已由中华书局等出版《美丽洲：良渚文化与良渚学引论》《美丽旧世界：良渚文化与杭州的缘起》《中国500年文明第一证：良渚文化与良渚古国》《东方文明的曙光：良渚遗址与良渚文化》《良渚文化与中国早期文化研究：何天行学术文集》《良渚文化与中国文明的起源》《文化遗产的制度性保护：杭州市的文化遗产保护》《创意时代：“ 创意良渚 ”的思想实验》《现代城市美学》《后现代城市美学》《生态城市美学》《西溪湿地》《西溪湿地保护利用模式研究》《洪氏家族与西溪湿地》《钱塘望族：杭州洪氏家族文化史》《韵含水石：杭州洪氏文化遗存》《烨烨斯文：杭州洪氏人物作品》《斜阳嘉树：宋史随笔》《华贵天城：宋版杭州》《宋朝那些事儿》《现代信息理念与写作》《杭商的文化学特征与杭州人文精神》等专著，发表论文60余篇、散文随笔100余篇。
由人民美术出版社等出版《周膺集》《第一种美》等美术专集，并举办美术个展。
吴晶，1970年生于浙江省温州市，1991年毕业于南京大学中文系。
现为浙江省社会科学院历史研究所副研究员，主要致力于研究唐宋文学、历史和浙江地域文化。
已出版《李商隐传》《永嘉四灵：徐照、徐玑、翁卷、赵师秀合传》《西湖诗词》《洪异与西湖》《百年一缶翁：吴昌硕传》《画之大者：黄宾虹传》《中国5000年文明第一证：良渚文化与良渚古国》《西溪湿地》《嶷然人杰：杭州洪氏人物》《生态城市美学》《文化遗产的制度性保护：杭州市的文化遗产保护》等专著。

第一图书网, tushu007.com

<<中国的房地产消费文化>>

书籍目录

序言 模因复制与文化进化第一章 中国房地产消费的文化学殊义 一、中西方社会背景中的房地产消费泡沫论 二、中国房地产消费的文化经济学存在 三、中国房地产消费研究的学理基础第二章 中国房地产消费的长期支撑要素 一、人口大国与房地产消费的刚性需求 二、民生状况的低水平与房地产投资需求 三、农业文明地根性与房地产消费情结第三章 中国房地产消费的社会伦理基础 一、房地产消费与“个众”家庭社会 二、房地产消费与集体表象 三、房地产消费与政治仪式 四、房地产消费与对“陌生人世界”的疑瞑第四章 中国房地产消费的文化经济学调适 一、以中等收人家庭为核心构建经济适用住房消费主体 二、以低收人家庭为核心构建廉租住房消费主体 三、有效开放商品住房和土地供应市场第五章 中国房地产消费的文化社会学调适 一、全面构建基本社会保障制度与创造公平的消费和投资机会 二、农业文明人群公民化的社会学实现与变革房地产消费观念 三、文化治理与实现房地产消费方式的社会进化第六章 中国房地产消费的文化生态学调适 一、构建生态实践理性与形成房地产生态消费理念 二、建设生态美学与倡导生态美学居住方式 三、以生态民主为基础建立房地产市场管理体系主要参考文献

章节摘录

文化经济学或经济文化学是专门研究影响经济发展的文化因素及其与其他非文化因素关联作用的理论经济学分支学科。
它采用经济学和其他人文科学甚至自然科学的方法，探讨文化在经济发展中的作用机理、文化变迁与经济变迁的关系等，但它并不认定单一文化因素能够决定经济发展，也不只重视研究某一种或某几种文化因素，甚至也不局限于研究文化因素，而更重视文化因素与其他非文化因素对经济发展的协同作用。
文化决定论并不是文化经济学的原则主张，但一切有关文化制约经济增长的因素都可以纳人文化经济学的研究视域。
影响经济增长的文化因素可以分为两大类：“ 无意识文化 ”和“ 自觉文化 ”。
“ 无意识文化 ”指的是以潜移默化状态存在的文化，这种文化无须人的自觉和反思，就会通过潜意识不自觉地作用于行为。
“ 无意识文化 ”包含习惯／风俗、风气／时尚／潮流、心理／欲望、伦理／精神／态度、大传统（社会传统或民众传统）／小传统（精英传统或上层传统）等。
“ 自觉文化 ”是一种基于对历史、当下和未来的自觉了解而理性地贯彻于行为之中的文化，包含知识／科技／教育、信仰／宗教、思想／意识／观念、国家／法律／制度／规范等。
当然，这样的区分是相对的，其中有许多交错、难以分辨的成分。
文化经济学可以在全面、系统、深入地研究影响经济发展的“ 无意识文化 ”和“ 自觉文化 ”的基础上，采取对策扬弃阻滞经济发展的“ 无意识文化 ”，以“ 文化自觉 ”的态度积极推进经济的可持续发展和社会的和谐稳定。
国外文化经济学的研究业已取得了很大成绩，在资本主义精神（理性主义、经济民族主义等）、企业家精神、商人精神、现代性、宗教价值观、世俗化运动与经济增长的关系，以及企业文化与企业发展方面、文化多样性与全球化等方面的研究，取得了重大的理论突破。

编辑推荐

《中国的房地产消费文化》是杭州市哲学社会科学规划课题。

第一图书网, tushu007.com

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