

《空间的消费》

图书基本信息

书名：《空间的消费》

13位ISBN编号：9787564134204

10位ISBN编号：7564134208

出版时间：2012-6

出版社：东南大学出版社

页数：258

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《空间的消费》

内容概要

《空间的消费:消费文化视野下的城市发展新图景》通过对消费文化相关理论的引介，结合当代中国城市的转型建立起了“消费文化—消费空间—空间消费—中国城市”的研究体系。研究首先从典型现象入手梳理了城市空间消费化的发展态势，即空间中的消费正在向空间的消费转变，空间使用价值的消费正在向符号价值的消费转变，城市空间及城市本身正日益成为商品；其次，从价值诉求、审美取向、时空体验和社会结构四个层面具体解析了消费文化是如何影响中国城市空间发展的；最后，揭示了空间的差异消费、视效消费、体验消费、认同消费以及时尚消费正在成为城市空间发展的新机制，这些机制也为中国城市发展带来了新的机遇与挑战。

《空间的消费》

精彩短评

- 1、不错的专著,供毕业论文参考

《空间的消费》

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：www.tushu000.com