

《消费外部性》

图书基本信息

书名：《消费外部性》

13位ISBN编号：9787505851672

10位ISBN编号：7505851675

出版时间：2005-9

出版社：经济科学出版社

作者：俞海山

页数：371

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

《消费外部性》

内容概要

一般认为，外部性理论的奠基人是马歇尔。而现代意义上的外部性理论是由庇古提出，并由科斯等做了重要的补充和发展。无论是庇古还是科斯，他们在研究外部性的时候，主要是关注生产外部性而忽视消费外部性。直至20世纪90年代后期，对消费外部性的研究逐渐兴起，国外学者Joachim Schleich(1997)、中国学者黎建新(2001)曾撰文专门研究消费外部性。从总体上看，消费外部性问题作为一个学术研究的前沿性问题，国内外学者对它的专门研究还刚刚开始，甚至可以说基本上还处于空白状态。鉴于消费外部性具有不同于生产外部性的特殊性，鉴于消费外部性在全球日益严重的发展趋势，因此，系统分析和专门研究消费外部性就成为当务之急。

本书以消费外部性为研究核心，遵循从消费外部性理论分析到消费外部性实践形式考察、从国内消费外部性研究到国际消费外部性研究的思路。在消费外部性理论分析中，本书主要从经济学和人口学两个视角来研究，并据此提出相应对策；在消费外部性实践形式考察中，本书是以轿车消费为例，系统分析轿车消费中各种形式的外部性以及中国轿车消费中的外部性问题。

本书尝试性地提出并分析了适用于纠正消费外部性的政策。纠正消费外部性，必须以经济手段为基本，即通过征税、收费、押金等制度促使消费的环境外部成本内部化。这也是与整个市场经济体制一致的。只有在经济手段难以起作用的时候，以及难以起作用的地方，才可以政府命令和控制手段作为补充。

《消费外部性》

作者简介

俞海山，1965年3月出生于浙江余姚，中共党员，律师，现为宁波大学商学院教授，硕士生导师，宁波大学可持续发展研究所所长。他先后就读于浙江师范大学（本科，获哲学学士学位）、复旦大学（助教进修班）、浙江大学（硕士研究生，获经济学硕士学位）、北京大学（高级访问学者）

《消费外部性》

书籍目录

第一章 导论 一、消费及其性 二、消费的关系系统论分析 三、问题的提出 四、国内外研究概况 五、本书研究主题、体系结构和研究方法 本章小结第二章 外部性理论介评 一、外部性理论的提出及演进 二、外部性概念界定 三、外部性的分类 四、外部性的计量 五、外部性的纠正 六、外部性理论评价 本章小结第三章 人口·消费·环境 一、人口·消费·环境：理论研究溯源 二、人口·消费·环境：实际例证考察 三、人口·消费·环境：影响机理解析 本章小结第四章 消费外部性的经济学分析 一、消费外部性的特征、分类 二、消费外部性影响环境的机理 三、消费外部性的计量 四、消费外部性与公民环境权 五、消费外部性的福利影响 本章小结第五章 消费外部性的人口学分析 一、人口数量与消费外部性 二、人口素质与消费外部性 三、人口群体与消费外部性 四、人口迁移与消费外部性 本章小结第六章 纠正消费外部性的政策分析 一、政府的制度安排 二、道义劝告与消费者价值观转变 三、企业技术因素 四、人口政策 本章小结第七章 消费外部性的表现形式例解——轿车消费中的外部性 一、交通的外部效益与外部成本第八章 国际消费外部性第九章 总结与展望参考文献后记

《消费外部性》

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