

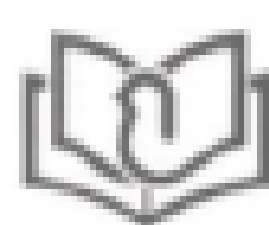


中等职业教育特色精品课程规划教材
中等职业教育课程改革项目研究成果

经济政治与社会

jingji zhengzhi yu shehui

主编 王立志



北京理工大学出版社
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

责任编辑：张正萌

封面设计：OOICA原创任玮



中等职业教育特色精品课程规划教材
中等职业教育课程改革项目研究成果

◎ 经济政治与社会

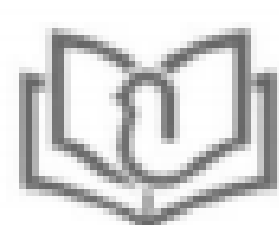
- ◎ 经济政治与社会学习指导
- ◎ 职业道德与法律
- ◎ 职业道德与法律学习指导
- ◎ 职业生涯规划
- ◎ 就业指导与创业教育
- ◎ 中职生安全教育读本
- ◎ 哲学与人生
- ◎ 中职生实习指导

◎ 中职生职业能力训练

- ◎ 中职生入学指南
- ◎ 体育与健康
- ◎ 心理健康教育
- ◎ 公关与礼仪修养
- ◎ 普通话口语交际
- ◎ 法律基础知识
- ◎ 应用文写作
- ◎ 书法教程



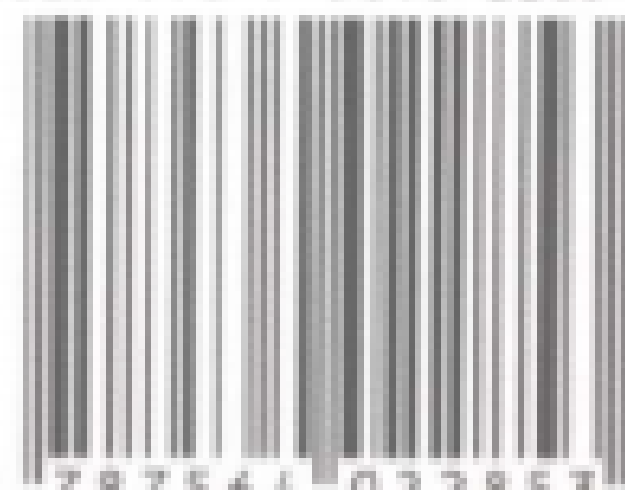
免费电子教案下载地址
www.bitpress.com.cn



北京理工大学出版社
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

通信地址：北京市海淀区中关村南大街5号
邮政编码：100081
咨询电话：(010)68944990 68944919
网 址：www.bitpress.com.cn

ISBN 978-7-5640-2285-3



9 787564 022853 >

定价：15.00元

21世纪中等职业教育特色精品课程规划教材
中等职业教育课程改革项目研究成果

经济政治与社会

主 编 王立志
副主编 龙卫星

 **北京理工大学出版社**
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

出版说明

中等职业教育是以培养具有较强实践能力,面向生产、面向服务和管理第一线职业岗位的实用型、技能型专门人才为目的的职业技术教育,是职业技术教育的初级阶段。目前,中等职业教育教学改革已经从专业建设、课程建设延伸到了教材建设层面。根据教育部关于要求发展中等职业技术教育,培养职业技术人才的大纲要求,北京理工大学出版社组织编写了《21 世纪中等职业教育特色精品课程规划教材》。该系列教材是中等职业教育课程改革项目研究成果。坚持以能力为本位,以就业为导向,以服务学生职业生涯发展为目的的指导思想。主要从以下三个角度切入:

1. 从专业建设角度

该系列教材摒弃了传统普通高等教育和传统职业教育“学科性专业”的束缚,致力于中等职业教育“技术性专业”。主体内容由与一线技术工作相关联的岗位有关知识所构成,充分体现职业技术岗位的有效性、综合性和发展性,使得该系列教材不但追求学科上的完整性、系统性和逻辑性,而且突出知识的实用性、综合性,把职业岗位所需要的知识和实践能力的培养融于一炉。

2. 从课程建设角度

该系列教材规避了现有的中等职业教育教材内容上的“重理论轻实践”、“重原理轻案例”,教学方法上的“重传授轻参与”、“重课堂轻现场”,考核评价上的“重知识的记忆轻能力的掌握”、“重终结性的考试轻形成性考核”的倾向,力求在整体教材内容体系以及具体教学方法指导、练习与思考等栏目中融入足够的实训内容,加强实践性教学环节,注重案例教学和能力的培养,使职业能力的提升贯穿于教学的全过程。

3. 从人才培养模式角度

该系列教材为了切合中等职业教育人才培养的产学结合、工学交替培养模式,注重有学就有练、学完就能练、边学边练的同步教学,吸纳新技术引用、生产案例等情景来激活课堂。同时,为了结合学生将来因为岗位或职业的变动而需要不断学习的实际,注重对新知识、新工艺、新方法、新标准引入,在培养学生创造能力和自我学习能力的培养基础上,力争实现学生毕业与就业上岗的零距离。

为了贯彻和落实上述指导思想,在本系列教材的内容编写上,我们坚持以下一些原则:

1. 适应性原则

在进行广泛的社会调查基础上,根据当今国家的政策法规、经济体制、产业结

构、技术进步和管理水平对人才的结构需求来确定教材内容。依靠专业自身基础条件和发展的可行性,以相关行业和区域经济状况为依托,特别强调面向岗位群体的指向性,淡化行业界限、看重市场选择的用人趋势,保证学生的岗位适应能力得到训练,使其有较强的择业能力,从而使教材有活力、有质量。

2. 特色性原则

在调整原有专业内容和设置专业新兴内容时,注意保留和优化原有的、至今仍适应社会需求的内容,但随着社会发展和科技进步,及时充实和重点落实与专业相关的新内容。“特色”主要是体现为“人无我有”,“人有我精”或“众有我新”,科学预测人才需求远景和人才培养的周期性,以适当超前性专业技术来引领教材的时代性。结合一些一线工作的实际需要和一些地方用人单位的区域资源优势、支柱产业及其发展方向,参考发达地区的发展历程,力争做到专业课内容的成熟期与人才需求的高峰期相一致。

3. 宽口径性原则

拓宽教材基础是提高专业适应性的重要保证之一。市场体制下的人才结构变化加快,科技迅猛发展引起技术手段不断更新,用人机制的改革使人才转岗频繁,由此要求大部分专门人才应是“复合型”的。具体课程内容应是当宽则宽,当窄则窄。在紧扣本专业课程内容基础上延伸或派生出一些适应需求的与其他专业课相关的综合技能。既满足了社会需求又充分锻炼学生的综合能力,挖掘了其潜力。

4. 稳定性和灵活性原则

中职职业教育的专业课程都有其内核的稳定性,这种内核主要是体现在其基本理论,基础知识等方面。通过稳定性形成专业课程教材的专业性特点,但同时以灵活的手段结合目标教学和任务教学的形式,设置与生产实践相切合的项目,推进教材教学与实际工作岗位对接。

为了更好地落实本教材的指导思想和编写原则,教材的编写者都是既有一定的教学经验、懂得教学规律,又有较强实践技能的专家,他们分别是:相关学科领域的专家;中等职业教育科研带头人;教学一线的高级教师。同时邀请众多行业协会合作参与编写,将理论性与实践性高度统一,打造精品教材。另外,还聘请生产一线的技术专家来审读修订稿件,以确保教材的实用性、先进性、技术性。

总之,该系列教材是所有参与编写者辛勤劳作和不懈努力的成果,希望本系列教材能为职业教育的提高和发展作出贡献。

北京理工大学出版社

前 言



经 济政治与社会是中等职业学校学生必修的一门德育课。社会主义社会是全面发展、全面进步的社会。在中国特色社会主义建设中，经济建设提供物质基础，政治建设提供政治保障，文化建设提供精神动力和智力支持，社会建设提供有利的社会环境和条件。经济建设、政治建设、文化建设、社会建设，构成了中国特色社会主义事业的总体布局。认识中国特色社会主义事业的总体布局，明确新形势下经济、政治、文化、社会建设的重要要求，是每一个公民都要认真领会和全面把握的。

本课程以邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导，深入贯彻落实科学发展观，对学生进行马克思主义相关基本观点教育和我国社会主义经济、政治、文化与社会建设常识教育。其任务是使学生认同我国的经济、政治制度，了解所处的文化和社会环境，树立中国特色社会主义共同理想，积极投身于我国经济、政治、文化、社会建设中。

本书在编写过程中，紧扣最新大纲，广泛采用近年来我国在建设社会主义和谐社会中所取得的理论成果，以期能够用先进的思想武装学生的思想、促进学生对现实的把握能力，从而树立崇高的理想，做出自己应有的贡献。

通过本课程的学习，学生能够掌握马克思主义的相关基本观点和我国社会主义经济建设、政治建设、文化建设、社会建设的有关知识；提高思想政治素质，坚定走中国特色社会主义道路的信念；提高辨析社会现象、主动参与社会生活的能力。

编 者

目

录

第一章	透视经济现象	1
第一节	商品的交换与消费	1
第二节	企业的生产与经营	11
第三节	个人的收入与理财	19
第二章	投身经济建设	31
第一节	社会主义基本经济制度	31
第二节	社会主义市场经济	35
第三节	小康社会的经济建设	42
第四节	对外开放的基本国策	51
第三章	拥护社会主义政治制度	59
第一节	我国的社会主义政治制度	59
第二节	我国民主政治的发展道路	73
第四章	参与政治生活	77
第一节	依法行使民主权利	77
第二节	履行义务，承担责任	88
第三节	关注国际社会，维护国家利益	96
第五章	共建社会主义和谐社会	109
第一节	关注改善民生	109
第二节	建设和谐文化	123
第三节	建设和谐社会人人有责	133

透视经济现象



使学生透过常见的经济现象,掌握有关的经济知识,树立正确的消费观、劳动观,增强创新、诚信、效率、公平等意识,树立依法纳税的观念,提高参与经济生活的能力。



认知:了解有关商品交换、消费、生产以及收入分配的基本知识,理解价值规律的作用、企业发展的重要条件、我国的分配制度。

情感态度观念:正确看待金钱,以辛勤劳动为荣、以好逸恶劳为耻,崇尚诚信,树立依法纳税的观念。

运用:正确辨析常见的经济现象,理性消费,以实际行动提高自身素质,尝试设计家庭理财方案。

* * * * *

第一节 商品的交换与消费

一、商品与货币

(一) 商品交换的现象

在原始社会的自然经济阶段,生产力发展水平十分低下,再加上自然资源绝大部分都是稀有和分布不匀、占有不均的资源,人类所获得的物质资料无论是数量还是品种,都非常有限,物质资料生产出来以后是直接进入消费领域的,只能勉强自给自足。由于物质生活资料品种和数量的限制,不能很好地满足人类生存和发展的需要,人们也根本没有条件从事其他社会活动。

自从商品交换出现以后,互通有无、互利互惠成为可能,不仅满足了人们的各自需要,而且通过商品交换还可以获得剩余(利润),从而进一步促进了专门为交换而生产的社会分工的出现。例如,一个裁缝拿一件衣服和一个木匠交换椅子,裁缝把衣服交给木匠,木匠把椅子交给

裁缝,两个人都得到了各人所需的东西,而且,裁缝继续做衣服,木匠继续做木器,并用各自的产品换取其所需要的产品,这在一定程度上促进了社会分工。因此,商品交换不仅能够满足人们的各自需要,促进人的发展,而且促进了专业化生产,提高了社会生产力。商品交换促进了经济、社会 and 人的发展,如果没有商品交换,人类社会就不会发展,只能停留在自然经济阶段。

有了商品交换以后,物质资料生产出来并不都是直接进入消费领域的,除一部分自产自用或以其他形式获取的物质资料是直接进入消费领域以外,其余都是通过市场交换而获得的。随着人类社会的发展,在经济生活中商品交换的比例越来越大。特别是到了工业革命以后,人们所消费的资源除少数是直接来源于自然资源、社会资源、劳动产品以外,绝大多数也都是通过市场交换而获得的。历史已经证明,人类社会越是发展,所需这些资料从自然资源、劳动产品到商品的比例就越大;以至于发展到今天的知识经济和信息化时代,非实物商品、无形商品的比例也越来越大。

(二) 商品的基本属性

商品是用来交换的劳动产品。理解商品的概念,主要应掌握两个要点:

第一,商品必须是劳动产品,不是劳动产品的东西,如自然界原有的空气、阳光、水等不是商品。

第二,商品必须是用来的交换的劳动产品,不是用来交换的,即使是劳动产品也不能说成是商品,如农民自家院子里种的用于自己食用的蔬菜、裁缝缝制的用于自己穿着的衣服就不是商品。

以上两点也恰恰说明了商品所具有的两种基本属性:价值与使用价值。

1. 使用价值

商品能够满足人们某种需要的属性即是商品的使用价值。使用价值是由物品的物理的、化学的、生物的等自然属性决定的。使用价值反映人和自然的关系,构成了社会财富的物质内容,是人类社会存在和发展的物质基础。

商品的使用价值与一般物品的使用价值的区别在于:

第一,商品的使用价值必须是经过人们的劳动生产出来的,是劳动产品的使用价值。

第二,商品的使用价值不是满足生产者自己的需要,而是满足别人的需要,是社会的使用价值。

第三,商品的使用价值必须通过交换让渡给别人,从而是交换价值的物质承担者。

2. 价值

价值是凝结在商品中的一般人类劳动。价值是商品的社会属性,它反映商品生产者相互交换劳动的社会关系。价值是商品特有的本质的属性,是一个历史的范畴。

交换价值指的是一种使用价值和另一种使用价值相交换的量的关系或比例。不同使用价值的商品之所以能在交换中形成量的比较,说明各种商品必然包含着某种同质的东西,即价值。这就是说,商品的交换价值不是由商品的使用价值决定的,也不是由商品的供求关系决定的,而是由商品的价值决定的。

商品交换价值和价值的关系是:价值是交换价值的基础,交换价值是价值的表现形式。

3. 商品的价值量

商品的价值量即是指商品价值的大小。商品的价值量是用体现在商品中的劳动量来衡量的,而劳动量又是用劳动的持续时间来计量的。

1) 商品价值量的决定因素 生产商品的劳动时间有个别劳动时间和社会必要劳动时间之分。个别劳动时间是指各个商品生产者耗费在同一种商品上的各自的劳动时间,它形成商品的个别价值。社会必要劳动时间是指在现有的社会正常的生产条件下,在社会平均的劳动熟练程度和劳动强度下制造某种使用价值所需要的劳动时间,它形成商品的社会价值。

商品的价值量是由生产商品的社会必要劳动时间决定的。社会必要劳动时间决定商品的价值量,是在同类商品生产者之间的竞争中实现的。商品交换是在不同种的商品间进行的,而生产不同种商品的劳动,是有简单劳动和复杂劳动的区别的。

简单劳动是指不必经过专门训练的普通人都能进行的劳动,复杂劳动是指需要经过专门训练才能从事的劳动。复杂劳动和简单劳动的区分不是绝对的,而是相对的。简单劳动和复杂劳动在决定商品价值量上所起的作用是不同的。决定商品价值量的社会必要劳动时间是以简单劳动为尺度来计量的,而复杂劳动作为倍加的简单劳动,在同一劳动时间内可以比简单劳动创造出更大的价值。复杂劳动折合成多倍的简单劳动是在商品生产者背后自发地形成的。

2) 商品价值量的变化因素 商品的价值量不是固定不变的。它会随着劳动生产率的变化而变化。劳动生产率越高,同一时间内生产的商品就越多,生产单位商品所需要的社会必要劳动时间就越少,从而单位商品的价值量就越小;反之,则越大。

这就是说,劳动生产率的变化和单位商品的价值量成反比。但在单位时间内,不管劳动生产率如何变化,单位时间内生产的商品价值总量是不变的。



商品的使用价值和价值之间的关系

商品是使用价值和价值的矛盾统一体,具体体现在以下几个方面:

首先,商品的使用价值和价值是统一的。使用价值和价值的统一是指两者统一于商品体之中,即作为商品二者缺一不可。使用价值是价值的物质承担者,没有使用价值的东西就无价值,自然也就成不了商品;而价值是使用价值进行量的比较的基础,离开价值的使用价值也不成其为商品的使用价值,因为它不是劳动产品,如空气、阳光、水等。这就是说,商品价值的存在要以使用价值的存在为前提,而使用价值的实现要以价值的实现为条件,两者缺一不可。

其次,商品的使用价值和价值又是矛盾的。商品使用价值和价值的矛盾是指同一个商品对卖者(生产者)和买者(消费者)来说,不可能同时兼得。生产者生产商品的目的是为了实现在商品的价值,而要实现商品的价值,他就必须让渡商品的使用价值。商品购买者购买商品的目的是为了获得商品的使用价值,而要获得商品的使用价值,他就必须支付商品的价值。这就是说,对于一个商品生产者或购买者来说,他不可能既占有商品的使用价值,又实现商品的价值,两者只能占其一。

只有商品交换成功,才能使商品生产者实现商品的价值,商品的消费者获得商品的使用价值,从而商品中使用价值和价值的内在矛盾才能得到解决。

(三) 货币

1. 货币的产生

货币是商品生产和商品交换发展到一定阶段的产物,是商品价值形式长期发展的结果。

商品价值形式的发展,或者说货币的产生过程,经历了简单的或偶然的价值形式、总和的或扩大的价值形式、一般价值形式和货币形式等四个阶段。

1)第一阶段:简单的或偶然的价值形式 即一种商品的价值简单地或偶然地由另一种商品表现出来,用公式表示是:

1 只羊 = 2 把石斧

在这里,处在等式左端的商品是相对价值,或说处在相对价值形式上;处在等式右端的商品是等价物,或说处在等价形式上。

这就是说,等式左端羊的价值是通过等式右端的石斧相对地表现出来的。而处在等式右端的商品之所以能表现另一个商品的价值,是因为它本身也是商品,也有价值。但它不能表现自己的价值,它只能用自己的使用价值去表现另一个商品的价值。

简单的或偶然的价值表现形式是不充分的。商品的价值只是偶然地通过另一种商品表现出来,还体现不出一切商品价值在质上相同,在量上可以相互比较的性质。

2)第二阶段:总和的或扩大的价值形式 即一种商品的价值由一系列商品表现出来,用公式表示是:

2 把石斧

5 公斤盐

1 只羊 = 1 公斤茶叶

2 克黄金

.....

由于一种商品的价值可以由一系列商品表现出来,从而商品价值作为无差别的人类劳动的凝结的性质得到了充分的体现。但在总和的或扩大的价值形式阶段,由于没有一个统一的等价物,给物物直接交换带来了很多的困难。

3)第三阶段:一般价值形式 即所有商品的价值都由某一种商品来表现,用公式表示是:

2 把石斧 5 公斤盐 1 公斤茶叶 = 1 只羊 2 克黄金

由于各种商品都把自己的价值表现在某一种商品上,所以,这不仅更清楚地说明各种商品的价值在质上是相同的,而且也可以使它们的价值量相互比较。同时,等式左端石斧等一系列商品都通过羊表现自身价值,“羊”充当所有其他商品的等价物,因而“羊”成了“一般等价物”。

商品生产者只要先把自己手中的商品换成这种一般等价物商品,就可以较容易地换到自己所需要的其他商品,物物直接交换的困难在一定程度上得到了克服。

4)第四阶段:货币形式 即一切商品的价值都由黄金、白银等贵金属表现,用公式表示是:

1 只羊 2 把石斧 1 公斤茶叶 = 2 克黄金 5 公斤盐

货币形式和一般价值形式之间没有本质区别,所不同的仅仅在于金银等贵金属代替其他商品固定地取得了一般等价物形式。

当金银等贵金属固定地充当一般等价物时,就变成了货币。货币出现后,一切商品的价值都用货币来表现。商品内在的使用价值和价值的矛盾就发展成为商品和货币的外部对立。

2. 货币的本质和职能

货币是固定地充当一般等价物的特殊商品。它的本质就是商品交换中的一般等价物,它体现着商品生产者之间的社会经济关系。

货币的本质通过它的职能体现出来。货币的职能是指货币在商品经济社会中所起的作用。

货币的职能有:价值尺度、流通手段、储藏手段、支付手段和世界货币。其中价值尺度和流通手段是货币的两个基本职能。储藏手段、支付手段和世界货币都是在这两个基本职能的基础上,随着商品经济的发展而发展起来的。

1) 价值尺度 价值尺度是指货币可以作为社会尺度来衡量和表现其他一切商品的价值。货币之所以能起这个作用,是因为它本身也是商品,也有价值。

货币执行价值尺度的职能只是为了表现商品的价值,因此,可以仅仅用想象的或观念的货币。

用货币表现出来的商品的价值是商品的价格。价值是价格的基础,价格是价值的货币表现。商品价格的变动既取决于商品价值的变动(成正比),又取决于货币价值的变动(成反比),还要受市场供求关系的影响。

2) 流通手段 流通手段是指货币充当商品交换的媒介。货币执行流通手段的职能必须是实实在在的货币,但不一定是足值的货币。

以货币为媒介的商品交换就是商品流通。在商品流通中,货币作为交换媒介不断地从买者手中转到卖者手中,构成了货币流通。货币流通是由商品流通引起并为商品流通服务的。商品流通是货币流通的基础,货币流通是商品流通的表现。

3) 储藏手段 储藏手段是指货币退出流通,作为社会财富的一般代表而被储藏起来。货币之所以具有储藏手段的职能,是因为货币是一般等价物,是社会财富的一般代表。

在金属货币流通的条件下,货币的储藏好比一个蓄水池,可以自发地调节货币流通量。执行储藏手段的货币,不但必须是现实的货币,而且还必须是足值的货币。

4) 支付手段 支付手段是指在以延期支付方式买卖商品的情况下,货币用于清偿债务时执行的职能。

货币作为支付手段,一方面解决了现金交易中买者暂时不能支付的矛盾,从而促进了商品经济的发展;但另一方面,又在商品生产者和消费者之间形成了错综复杂的债权债务关系,从而深化了商品经济的矛盾。

5) 世界货币 世界货币是指货币在世界市场上作为一般的流通手段、支付手段和社会财富的化身发挥作用,这实际上是货币职能在世界范围的延伸。

一般地说,作为世界货币的货币,只限于贵金属(黄金),各国发行的纸币是不能作为世界货币的。但现实生活中,一些经济发达国家的货币,如美元和欧元等,也在一定程度上起着世界货币的作用。



货币流通规律

货币流通规律,是指一定时期内一个国家的商品流通中所需要的货币量的规律。

一定时期商品流通中所需要的货币量主要取决于三个因素:待售商品数量、商品的价格水平、单位货币的流通速度。其中前两项的乘积是商品的价格总额。流通中所需要的货币量与商品价格总额成正比,与单位货币的流通速度成反比。用公式表示就是:

一定时期内流通中所需要的货币量 = 商品价格总额 / 单位货币的流通速度。

在货币执行支付手段职能的条件下,由于商品的赊购赊销以及债务的互相抵消,一定时期内流通中所需要的货币量发生了变化,货币流通规律的计算公式变为:

一定时期内流通中所需货币量=(销售商品的价格总额-赊销商品的价格总额+到期的支付总额-互相抵消的价格总额)/单位货币的流通速度。

以上是金属货币的流通规律。但随着商品经济的进一步发展,贵金属货币逐渐退出流通,而代之以纸币。

纸币是由国家发行并强制使用的货币符号。纸币本身没有价值,它代表金属货币执行流通手段和支付手段的职能。

纸币流通必须以金属货币流通规律为基础。因为纸币无论发行多少,它都只能代表商品流通中所需要的金属货币量发挥作用。

所以,纸币流通有其特殊的规律,即纸币的发行量必须以流通中所需要的金属货币量为限。如果纸币的发行量超过流通中所需要的金属货币量,则单位纸币所代表的金属货币就会减少,单位纸币就会贬值,物价就会普遍上涨,这种现象就叫做通货膨胀;反之,物价就会普遍下降,则为通货紧缩。

现代纸币由国家中央银行垄断发行,其发行数量与黄金储备没有联系。国家通过宏观调控对货币流通进行管理和调节。

二、价格变化与价值规律

(一) 商品价格的变化及影响因素

商品的价格是由货币的价值和商品的价值共同决定的。货币的价值发生变化,会造成商品的价格变化。商品的价值发生变化,也会造成商品的价格变化。货币的价值和商品的价值同时发生变化,也会造成商品的价格变化。只有搞清楚什么原因造成商品的价格变化,才能正确的对待商品价格的变化。

货币的供求失衡,将会使货币的价值发生变化。当货币供大于求时,货币的价值将下降。商品价值一定的情况下,货币的价值下降,商品的价格将上涨。货币供大于求,使货币的价值下降,商品的价格趋向于上涨,我们把这种现象称之为通货膨胀。当市场上流通的货币减少,人民的货币所得减少,购买力下降,影响物价下跌,所造成的现象就是通货紧缩。通货膨胀,通货紧缩完全属于货币现象。通货膨胀,通货紧缩完全是由于货币供求失衡,使货币的价值发生变化,造成商品的价格变化的现象。在出现通货膨胀或通货紧缩时,在任何商品市场中,货币的价值下降或上升幅度都是相同的。也就是说,在所有商品的价值都不变的情况下,出现通货膨胀或通货紧缩时,所有商品的价格都将以相同比例上涨或下跌。不会出现有些商品的价格上涨或下跌幅度大些,有些商品的价格上涨或下跌幅度小些。更不会同时出现有些商品的价格上涨,有些商品的价格不变,有些商品的价格下跌的现象。

在货币价值不变的情况下,商品的价值发生变化,商品的价格将发生变化。在货币价值不变的情况下,当商品的价值下降,商品的价格将下跌;当商品的价值上升,商品的价格将上涨。我们把商品的价值变化,造成商品价格的变化现象,称之为商品正常价格调整。在所有商品的价值都不变的情况下,出现通货膨胀或通货紧缩时,所有商品的价格都将以相同比例上涨或下跌。不会出现有些商品的价格上涨或下跌幅度大些,有些商品的价格上涨或下跌幅度小些。更不会同时出现有些商品的价格上涨,有些商品的价格不变,有些商品的价格下跌的现象。在

现实经济中,经常会存在有些商品的价格上涨或下跌幅度大些,有些商品的价格上涨或下跌幅度小些。同一时期里,有些商品的价格上涨,有些商品的价格不变,有些商品的价格下跌的现象也是普遍存在的。这些现象存在,都是由于存在着商品正常价格调整所造成的。有多种原因都会造成商品的价值变化,即造成商品正常价格调整。如商品供求变化,原油等原始原料的价值变化,工资变化,生产率水平变化等都会造成商品的价值变化,即造成商品正常价格调整。其中工资变化和生产率水平变化,是造成商品的价值变化,即造成商品正常价格调整的最重要的原因。工资上升将使商品的生产成本上升,使商品的价值趋向于上升。生产率水平上升,生产相同的商品所需的劳动力减少,将使商品的生产成本下降,使商品的价值趋向于下降。

(二) 价值规律的内容与表现形式

价值规律是商品经济的基本经济规律,不论在什么社会经济制度下,只要存在商品经济,价值规律就存在并发生作用。

价值规律的基本内容和要求是:商品的价值量由生产商品的社会必要劳动时间决定;商品交换要以价值量为基础,实行等价交换。

在简单商品经济条件下,价值规律是通过商品价格围绕商品价值上下波动来发挥作用的。

在以私有制为基础的商品交换中,由于受供求关系等的影响,商品的价格和价值常常是不一致的。供不应求的商品价格高于价值,供过于求的商品价格低于价值。但这并不意味着违背价值规律,而恰恰是价值规律在商品经济中作用的表现形式,其原因主要有:

第一,由于受供求关系的影响,价格虽然会高于或低于价值,但总是以价值为中心,围绕价值上下波动的。

第二,虽然从孤立的一次商品交换看,商品价格和价值可能不一致,但从较长时期看,二者是趋向一致的。

第三,虽然从某一个别商品看,商品价格可能高于或低于商品价值,但从商品总体来看,商品价格总额和价值总额还是一致的。

(三) 价值规律的作用

在简单商品经济条件下,价值规律的作用主要有三个方面:

首先,价值规律调节着社会生产,即自发地调节着生产资料和劳动力在社会各部门之间的分配比例。

这是因为,价值规律要求商品交换实行等价交换的原则,而等价交换又是通过价格和供求双向制约实现的。所以,当供不应求时,就会使价格上涨,从而使生产扩大;供过于求会使价格下跌,从而使生产缩减。

价值规律就像一根无形的指挥棒,指挥着生产资料和劳动力的流向。当一种商品供大于求时,价值规律就指挥生产资料和劳动力从生产这种商品的部门流出;相反,则指挥着生产资料和劳动力流入生产这种商品的部门。

当然,价值规律的自发作用,也会造成社会劳动的巨大浪费,因而需要国家宏观调控。这里,社会主义国家的宏观调控可以比资本主义国家更有效。

第二,自发地刺激商品生产者改进技术,提高劳动生产率,从而促进社会生产力的发展。

由于价值规律要求商品按照社会必要劳动时间所决定的价值来交换,谁首先改进技术设备,劳动生产率比较高,生产商品的个别劳动时间少于社会必要劳动时间,谁就获利较多。因

而,同部门同行业中必然要有竞争,这种情况会刺激商品生产者改进生产工具,提高劳动生产率,加强经营管理,降低消耗,以降低个别劳动时间。

第三,引起和促进商品生产者两极分化。

促使商品生产者在竞争中优胜劣汰,这是第二个作用的结果。在商品经济中存在竞争,由于竞争,促使商品生产者想方设法缩短个别劳动时间,提高劳动生产率,也会促使优胜劣汰,这是不以人的意志为转移的。

在社会主义条件下,由于生产资料是公有的,因此,优胜劣汰不会导致我国出现私有制商品经济条件下的两极分化局面。

优胜劣汰有利于实现产业结构的调整,可以促进整个社会生产力的发展,有利于社会主义经济的发展。但对于破产企业的所有者和经营者来说,毕竟不是一件好事,会给这些企业及其职工带来较大影响。这就需要国家、企业、职工三方面的努力:

- 作为国家,要依法治国,规范市场行为,保护下岗职工的基本权益。
- 作为企业,必须不断采取各种措施,努力提高劳动生产率,提高市场竞争力。
- 作为职工,要不断提高自身素质。

三、消费心理与正确的消费观

(一) 生活消费的结构和水平

1. 生活消费的结构

消费结构指各种不同内容、不同形式的消费在消费总体中所占的比重以及它们的相互关系。比如,按照人们消费的实际内容来划分,可以把消费分为吃、穿、住、用这样的结构;按照消费形式来划分,可以把消费分为实物消费和服务消费这样的结构。

生活消费结构,也是指一国在一定时期内用于生活消费的各种消费资料的比例关系,以及各种消费方式、消费形式、居民各阶层、各地区消费水平之间的比例关系的总和。

通常以食品消费在居民总消费中的比重,即恩格尔系数来表示消费结构,以恩格尔系数的高低来衡量居民的生活水准和国家的经济发展水平。恩格尔系数是用来衡量家庭富足程度的重要指标。恩格尔系数是指居民家庭中食物支出占消费总支出的比重。德国统计学家恩格尔根据经验统计资料对消费结构的变动提出这一看法:一个家庭收入越少,家庭收入中或者家庭总支出中用来购买食物的支出所占的比例就越大,随着家庭收入的增加,家庭收入中或者家庭支出中用来购买食物的支出将会下降。

消费结构升级是指恩格尔系数不断降低,人们用于自身发展,休闲享受及其他消费的比重、内容、方式不断增多,居民消费效用不断增加的过程。消费结构升级反应了居民消费水平的提高和消费环境的改善,同时,消费结构升级又是经济增长的最根本动力。

2. 生活消费的方式

在一定社会经济条件下,消费者同消费资料相结合的方式即生活消费方式,包括消费者以什么身份、采用什么形式、运用什么方法来消费消费资料,以满足其需要。生活消费方式是生活方式的重要内容。广义的生活方式是指人们生存和活动的方式,狭义的生活方式是人们与消费资料结合的方式,即生活消费方式。

生活消费方式是由生产方式决定的,生产方式的社会性质决定生活消费方式的社会性质;生产方式的自然形式决定生活消费方式的自然形式;生产方式改变了,生活消费方式也要相应

改变。生活消费方式反作用于生产方式,与生产方式相适应的生活消费方式,为生产开拓市场,促进生产力的发展和生产关系的完善,落后或超越生产方式的生活消费方式,会妨碍生产力的发展,破坏或损害生产关系的进步和完善。

随着科学技术的进步和生产力的发展,生活消费方式也日趋发展,如方便食品、家用电器、现代交通信息工具的出现,又创造了前所未有的消费方法,改变着人们以前的生活消费方式。

3. 影响生活消费水平的因素

生活消费水平是针对消费者本身的消费能力而言的,与其收入水平成正比,分为高、中、低三等。

影响居民生活消费水平的因素很多,有经济因素,也有非经济因素,概括起来主要有以下几种:

1)商品本身的价格 商品本身价格高,需求量少;价格低,需求量多。

2)消费者的收入水平 对于多数商品来说,当消费者的收入水平提高时,就会增加对商品的需求量;相反,当消费者的收入水平下降时,就会减少对商品的需求量。

3)消费者对未来的预期 包括对自己的收入水平、商品价格水平的预期。如果预期未来收入水平上升或未来商品价格要上升,就会增加现在的需求;反之,如果预期未来收入水平下降或未来商品价格水平下降,就会减少现在的需求。

4)人口数量与结构的变动 人口数量的增加会使需求数量增加,人口数量减少会使需求数量减少。人口结构的变动主要影响需求的构成,从而影响某些商品的需求。例如,人口的老龄化会减少对时髦服装、儿童用品等的需求,但会增加对保健用品的需求。

5)政府的消费政策 例如,政府提高利息率的政策会减少消费,而实行消费信贷制度则会鼓励消费。

6)消费者偏好 偏好是个人对物品与劳务的态度,即喜爱或厌恶的程度。随着社会生活水平的提高,消费不仅要满足人们的基本生理需求,还要满足种种心理与社会需求,因此,消费者偏好,即社会消费风尚的变化对需求的影响也很大。消费者偏好要受种种因素的限制,但广告却可以在一定程度上影响这种偏好。这就是许多厂商不惜血本大做广告的原因。

4. 常见的消费心理

1)求实心理 此种心理在消费者中最具有普遍性、代表性。购物的主要目的是为了追求商品的使用价值。这类消费者注重商品的内在质量,而对外表则不十分挑剔,只要实用也就满足了。

2)求新心理 这是消费者在某种广告舆论和某种宣传的长期影响下产生的逆反心理,它也代表了一种消费心理。由于社会进步,风俗习惯变化,“赶时髦”不仅适应于青年人,儿童、成年人也都具有这种心态。

3)求利心理 这是消费者购物时追求价廉并以此获得更实际好处的消费心理,持这种心理的消费者,往往对那些“大减价”、“大放血”、“全市最低价”的商品十分感兴趣。

4)求名心理 这种心理主要目的是为炫耀自己,十分追求商品的牌子,要求名牌货、款式新、进口原装高档商品。通过购买商品,以达到表现自己富有、高贵、洒脱、时髦的气质。这类消费者极少注意商品的使用价值和商品的实际质量。

5)从众心理 这类消费者在购物时自觉不自觉地模仿他人的购物行为。看到别人家有液晶电视、全自动洗衣机、DV等,也千方百计凑钱去买;看见别人穿了一套服饰,大家七嘴八舌评价如何好,他也去买一套。这类消费者往往有一种盲目心理。

6)求美心理 这是一种以追求欣赏价值为主要目的的购物心理。

(二)树立正确的消费观

树立正确的消费观就要做到水平适度、结构合理、方式健康,具体体现在:

(1)家庭生活消费必须与国情及家庭收入相适应,提倡适度消费,反对铺张浪费 适度消费对于整个社会来说,是指与国情及实际经济发展水平相适应的消费;对于个人和家庭来说,是指与收入水平及社会风尚相适应的消费。

适度消费要求按照从低到高的层次安排消费结构,较低层次消费需求得到满足后再进入较高层次的消费需求。适度消费还要求宏观上保持经济增长与消费增长的同步,保持总供给与总需求的平衡。

与经济发展水平相适应的适度消费,对经济和社会发展有重要的作用,能够促进经济发展和增加就业。消费具有动力功能,对经济发展具有拉动作用。消费需求量的增长,必然会推动生产量的增长。而生产的增长,自然会增加就业。减轻社会的就业压力,促进人民的生活水平和生活质量的提高。

(2)消费方式健康,摒弃落后的生活习惯,提高消费的科学性 首先,通过教育、宣传,使人们树立科学的价值观和消费观。

树立科学的价值观、消费观,就是让人们真正地认识到什么样的消费行为、消费方式是有意义、有价值的,是值得追求的;什么样的消费行为、消费方式是没有意义、没有价值的,是不文明、不健康,不值得追求的。因此,就要充分发挥广播、电视、报纸等媒体作用,通过对公众进行宣传、教育,引导人们进行科学合理的消费。通过开展消费教育,向消费者进行系统的消费知识、消费观念、消费理论等方面的教育,使消费者认识到科学消费的意义,从而使人们树立科学的消费观,增强全民的资源节约和忧患意识,形成健康、科学的消费方式。

其次,不断提高消费者的素质。

要从事高层次的消费活动,就必须有高层次的消费者。当代科学技术、文化艺术迅猛发展,消费者不提高自身的素质,在消费中就难以分辨商品的真正使用价值。比如,现在有很多消费者已经意识到节能是件好事,也愿意购买节能产品,但在琳琅满目、款式众多的产品中,他们辨别不出哪些产品是真正节能的。各种节能概念,也只是让消费者感到一头雾水。因此,在知识经济时代,消费要注重知识和智力的不断充实和补充,这样才能够使科学的消费方式真正地运用到人们的生活之中,从而建立起文明、健康、科学的生活方式。

再次,净化消费环境。

市场具有较强的自发性,人们在消费中也容易出现一些非理性的行为。旧社会遗留下来的封建、腐朽思想对人们的行为仍然会产生一定的影响,资本主义的消费主义思想也会乘虚而入。随着消费世界化,国外的消费品和精神文化产品不断涌入我国,西方的一些消费倾向、消费风气也不断引进来,人们就容易产生一些非理性的消费。因此,我们在抓物质文明建设的同时,要努力进行精神文明建设,提高人们的精神文化素养,反对各种封建迷信活动,从而抑制各种腐朽思想的滋生蔓延,形成文明、健康、崇尚科学的社会风尚。

最后,从可持续发展的战略高度,提倡进行绿色消费。

我们在社会消费环节,要大力提倡绿色消费,使人们在消费活动中逐渐地培养起可持续发展的消费观念。提倡健康文明、有利于节约资源和保护环境的生活方式与消费方式;鼓励使用绿色产品;抵制过度包装等浪费资源的行为;发挥政府机构的带头作用,把节能、节水、节材、节