



经全国中小学教材审定委员会 2003 年初审通过

义务教育课程标准
实验教科书

历史与社会

九年级 下册


LISHI

YU

SHEHUI



经全国中小学教材审定委员会 2003 年初审通过
义务教育课程标准实验教科书



LI SHI YU SHE HUI
历史与社会

九年级 下册

北京师范大学国家基础教育课程标准实验教材总编委会 组编

上海教育出版社

G6341.51/4/2

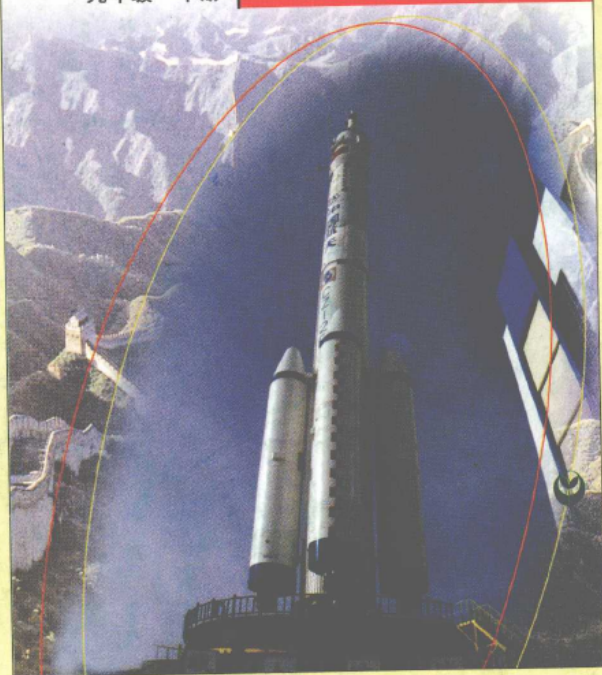


经全国中小学教材审定委员会 2003 年初审通过
义务教育课程标准
实验教科书

历史与社会

九年级 下册

LISHI YU SHEHUI



责任编辑/陈琳琳 美术编辑/陆晓波 封面设计/郭伟星



义务教育课程标准实验教科书

历史与社会

九年级下册

韩震 主编

刘北成 副主编

上海世纪出版集团 出版发行
上海教育出版社

网址: <http://hs.ewen.cc>

(上海永福路 123 号 邮编: 200031)

各地新华书店经销 上海中华印刷有限公司印刷

开本 787 × 1092 1/16 印张 6.75

2004 年 1 月第 1 版 2005 年 12 月第 3 次印刷

ISBN 7-5320-9391-3/G·9225 定价: 7.00 元

审图号: GS(2004)048 号

上海市物价局价格审查批准文号: 沪价商专(2003)50 号

全国物价举报电话: 12358

ISBN 7-5320-9391-3



9 787532 093915 >

易文网: www.ewen.cc

前 言

同学们好！进入初中最后一学期，《历史与社会》课程的学习也进入了最后阶段。经过前面的学习，我们已基本了解了我们生活的区域和环境、中国和世界的历史与文化。更重要的是，我们已经懂得了人是在社会中生活和成长的，学习的过程也是一个人不断社会化的过程。本学期结束后，同学们无论是升入高中继续学习，还是进入社会开始工作，都将置身一个新的环境，面临新的挑战，这需要我们以更加积极的心态，乐观、自信地迎接挑战，把握机遇！

本册教材的主题是“人类的机遇与挑战”，内容分为四个单元：一、我们的经济生活；二、我们的政治生活；三、我们的文化生活；四、我们面临的机遇与挑战。在前五册内容的基础上，我们试图进一步帮助同学们更具体、更深入地了解社会生活的方方面面，提高参与社会的意识和应对挑战的能力。相信同学们通过学习，能扩大社会视野，直面复杂的现实生活，增强自己的生存和发展能力，成长为一个具有较高素质的社会公民。

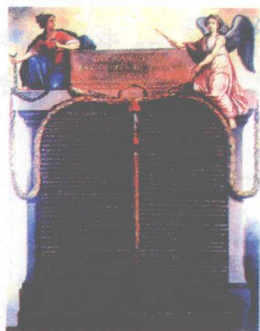
《历史与社会》课程的结束，是我们认识社会、参与社会生活的新起点！社会是一个大课堂。同学们所学的知识，要在社会运用中逐渐丰富；同学们的能力，要在社会参与中不断提高；同学们的价值观，则要在社会交往中得到检验和校正。我们应该积极投身社会生活，遵守社会规则，奉献青春智慧，为推动社会进步尽自己一份力量。

衷心祝福同学们拥有健康快乐的每一天！

目 录

前 言

第一单元 我们的经济生活	1
第一课 合理消费	1
消费选择	1
消费结构	4
维护消费者权益	7
第二课 自主择业	10
职业的选择	10
自主创业	13
第三课 科学理财	16
家庭理财方式	16
投资决策	20
第四课 依法纳税	22
取之于民 用之于民	22
依法纳税	25
第五课 遵守市场秩序	28
公平竞争	28
诚实守信	31



第二单元 我们的政治生活	33
第六课 公民的权利	33
人权的发展	33
我们享有公民权利	37
第七课 我国的政治制度	41
中国共产党是我国的执政党	41
我国的政治制度	43
我们的政府	47
我国的司法体系	51
第八课 建设政治文明	55
依法治国	55
我们是社会的主人	57

第三单元 我们的文化生活

第九课 丰富多彩的文化生活

文学世界

艺术生活

体育纵横

第十课 选择健康的生活方式

远离“黄、赌、毒”

走进文明生活

60

60

60

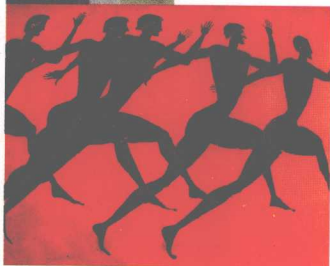
65

70

74

74

78



第四单元 我们面临的机遇与挑战

第十一课 人类面临挑战

亚洲金融危机

“9·11”事件

抗击非典

第十二课 实现民族复兴

战略机遇期

实现民族复兴

81

81

81

85

88

93

93

97



第一单元 我们的经济生活

第一课 合理消费

在市场经济社会中，作为消费者，我们应该了解一些基本的经济常识，树立合理消费的观念，积极维护自身权益。

消费选择

社会在发展，我们的物质和文化生活越来越丰富。人们已经告别了商品短缺时代，市场呈现出丰富多彩的景象。

多样的商品与服务



琳琅满目的商品



繁荣的农贸市场



热闹红火的境外游



热情周到的服务

我们每个人都是消费者。面对丰富的商品与多样的服务，我们要学会选择。

通常，我们总是“量入为出”，在自己力所能及的范围内消费，主要考虑现在的收入，有时也会考虑将来的收入。近年来，我国各家银行相继开展了个人消费贷款业务，涉及教育、住房、汽车等方面，这种适当超前的消费正是综合考虑了人们现在和将来的收入。

购买商品时，应该货比三家，选择适当的购买时机。一般而言，当某种商品的价格上涨时，我们会少买；反之，则增加消费。



货比三家



适时购买



价格主要由成本决定。我国北方冬季所消费的反季节蔬菜价格比生产旺季要高，原因在于无论是在塑料大棚里种植的，还是从南方运来的，都要付出更高的成本。

价格常常会上下波动，价格的变化是由供给和需求的变化决定的。当需求大于供给时，价格上涨；反之，价格下跌。

我们在选择时要学会利用替代品。替代品是指可以互相代替的商品。例如，公共汽车和出租车就可以互相代替。如果一种商品或服务（如出租车）价格上涨，我们就会减少对它的消费，而增加对另一种商品或服务（如公共汽车）的消费。

在购买某些商品的时候，还要考虑与其配套的互补品的价格。例如，有的家庭在购买空调时会考虑电价；我们购买打印机时，也会考虑打印纸、油墨等耗材的价格。



聪明的消费者不会仅仅追求低廉的价格，还要综合考虑所购商品的性能、质量及售后服务等因素。



俗话说：宁吃鲜桃一口，不吃烂杏一筐。这其中蕴涵什么道理呢？列举我们生活中类似的现象。

我们应当从实际出发，在消费选择时，不要盲目攀比、赶时髦、追求高消费。作为一名有社会责任感的公民，消费选择时应当树立环保意识。对一些稀缺资源，即使购买欲望很强烈，购买能力有保证，也应该适当节制，如水资源、森林资源、矿产资源等。这些资源对于人类的生存和发展都至关重要，要树立可持续发展的消费观念。



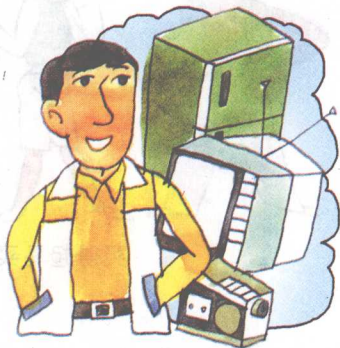
不少人视珍稀野生动物为“美味”，作为消费者，你会追求这样的“美味”吗？你周围是否有这类现象？

消费结构

随着时代的进步，我们的消费结构正在发生变化。消费结构是指各类消费支出在总消费支出中的比重。我国居民消费正在由过去的以基本生活需要为主，向衣、食、住、行、教育、医疗保健、旅游娱乐等各种消费的多元化方向转变。



20世纪70年代



20世纪80年代



20世纪90年代

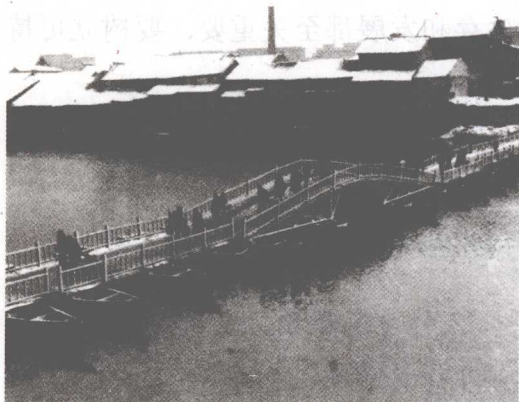
伴随消费水平的提高，食品支出比重呈现下降趋势，但其中各种副食品、家外就餐、保健食品等的支出明显增加，人们已经由“吃饱”向“吃好”转变。

2001年我国农村居民人均消费食品



	(单位:千克)	比1989年
粮食	238	↓ 4.6%
动物油	1.5	↓ 5.6%
植物油	5.5	↑ 66.7%
奶及奶制品	1.2	↑ 26.3%
水产品	4.1	↑ 95.3%
水果及其制品	20.3	↑ 270%

我国城乡居民的住房、交通、通讯等条件都在不断改善。



20世纪70年代的江南小镇

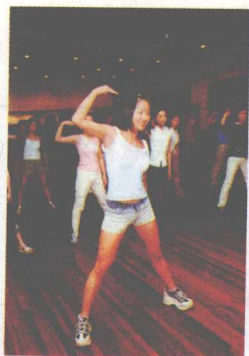


20世纪90年代的江南小镇

服务性消费



培训



健身



保健

为了更好地把握消费结构的变化，并对生活在不同时期、不同地域人们的生活水平进行比较，国际上通常把恩格尔系数作为衡量人们生活水平、生活质量的一个重要指标。

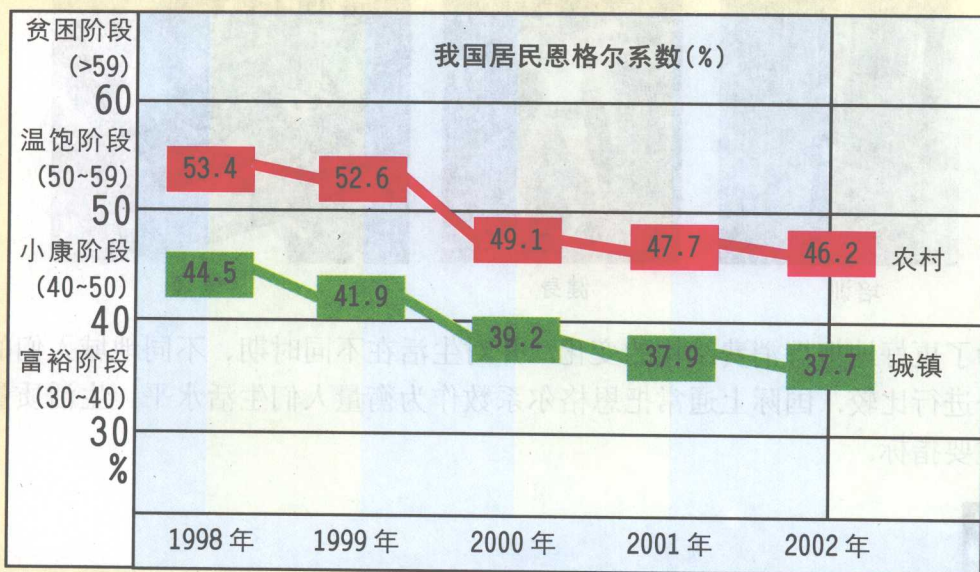


恩格尔系数

恩格尔是19世纪德国的统计学家，他根据统计资料，对消费结构的变化提出这样的看法：一个家庭收入越少，家庭总支出中用来购买食物的支出所占的比例就越大；一个国家越穷，其国民的平均支出中用来购买食物的费用所占比例就越大；随着家庭收入的增加，家庭支出中用来购买食物的支出比例将会下降，这就是恩格尔定律。恩格尔系数是根据恩格尔定律而得出的比例数。

$$\text{恩格尔系数} = \frac{\text{食物支出金额}}{\text{总支出金额}} \times 100\%$$

恩格尔系数越大，表明人们的生活水平越低；恩格尔系数越小，表明人们的生活水平越高。恩格尔系数偏高，即表明食品支出在生活消费支出中所占比重较大，这会相应地影响居民对发展资料、享受资料等的消费。按照联合国粮农组织制定的标准，恩格尔系数在59%以上为绝对贫困，50%~59%为温饱，40%~50%为小康，30%~40%为富裕，低于30%为绝对富裕。中国居民恩格尔系数在2000年首次低于50%，生活水平总体上达到了小康。



从1998年到2002年，我国农村居民和城镇居民的恩格尔系数分别呈现出怎样的特征？

由于我国城乡居民收入差距的客观存在，城乡居民的消费结构存在较大差别。这种情况会随着社会的发展而逐渐改善。



计算自己家庭近五年来的恩格尔系数，并绘出柱状图，看看有什么变化规律，为什么会出现这样的变化？参照联合国粮农组织的划分标准，判断你家的生活处于什么水平。

维护消费者权益

维护消费者的权益就是保护我们每一个人的利益。



保护消费者权益是世界性的潮流。1962年，美国总统肯尼迪向国会提交《关于保护消费者利益的总统特别咨文》，最早明确提出应当保护消费者以下四项权利：第一，求安全的权利，即应当保障消费者的健康和生命安全。第二，获得真实情况的权利，即不得有虚假广告和假冒商标。第三，选择的权利，即应提供多种同质的商品让消费者选购。第四，自由表达意见的权利，即消费者有权向政府和立法机关及制造厂商表达自己的意见。



我国消费者的权益已经获得了法律的认可和保护。国家负有保护消费者合法权益的责任。

消费者权益是指国家法律规定或确认的国民为生活消费而购买使用商品或接受服务时所享有的不可侵犯的权利。市场中存在的假冒伪劣、缺斤短两、欺行霸市、虚假广告、售后服务较差等问题，都严重侵害了消费者的合法权益。



参照《消费者权益保护法》的相关规定，指出图中消费者的哪些权益受到了侵害。

牛奶变质了



当我们的权益受到侵害时，应当拿起法律的武器，勇敢地维护自身权益。通常可以通过下列五种途径为自己讨回公道：与经营者协商解决；请求消费者协会协调；向有关行政部门申诉；根据与经营者达成的协议提请仲裁机构仲裁；向人民法院提起诉讼。



旅客的权益

按照国家有关规定，火车票里含有使用站内卫生间的费用。可是，大多数火车站的卫生间曾经是收费的。老张对火车站卫生间收费这一多数人见怪不怪的现象特别反感，一纸诉状将某车站告上法庭，引起社会舆论的极大关注。法庭最后裁定火车站卫生间收费属违法行为。消费者要敢于维护自己的权益，这种行为也会给其他消费者带来益处。

8 在现实生活中，要学会通过集体的力量维护自身权益。中国消费者协会于1984年在北京成立，从此，全国范围内有组织的保护消费者运动拉开帷幕，广大消费者有了自己的“家”。消协对损害消费者权益的现象进行批评、监督和依法斗争。



国际消费者联盟组织

国际消费者联盟组织 (Consumers International) 成立于1960年，缩写为CI，是世界消费者组织的联合体。它在世界范围内协助各国消费者组织及政府做好保护消费者权益的工作，现有成员包括90多个国家和地区的215个消费者组织。中国消费者协会是该组织的正式成员。

“3·15”是国际消费者权益日。对消费者权益的保护应该成为人们的日常行为规范。



中国消费者协会标志

中国	1997年	讲诚信，反欺诈
消费	1998年	为了农村消费者
者协	1999年	安全健康消费
会历	2000年	明明白白消费
年活	2001年	绿色消费
动主	2002年	科学消费
题	2003年	营造放心消费环境



维护消费者权益活动

生产经营者也应该承担维护消费者权益的义务。



为什么商家负有维护消费者权益的责任？



消费者维权注意事项

要注意保留相应的消费凭证，即国家税务部门统一印制的发票，其他任何收据都难以作为法律凭证使用。对经营者开出的发票，消费者应认真核对日期、金额、商品名称、型号、规格、数量等是否填写属实；进口商品还应标明产地；大件商品的编号也应该正确填写。

一旦碰到突发性产品责任事故，应在采取抢救措施的同时，保护好现场，并尽快请有关人员到现场勘察，获取尽可能多的证据。这样，才能在维护自身权益时获得主动。

第二课 自主择业

劳动是光荣的。我们要学会选择符合社会需要和自身特点的职业，诚实劳动，爱岗敬业。

职业的选择

随着社会主义市场经济体制的确立，我国的劳动力市场正在逐步形成。

任何一个民族，如果停止劳动，不用说一年，就是几个星期，也要灭亡，这是每一个小孩都知道的。

——马克思



10

劳动力市场

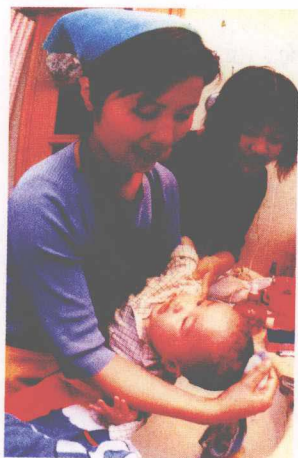
劳动力市场是由劳动供给方和需求方，即劳动者和用人单位组成的。它可以分为无形市场和有形市场两种。无形市场没有具体的场所，主要通过报纸、网络、电视等传媒传播劳动力需求信息。有形市场主要有各种类型的人才招聘会、人才交流中心等。



人才招聘会

人们的就业方式日趋多样化。新兴职业不断涌现，就业途径越来越多，人们既可以到国有企业工作，也可以去私营企业、外资企业就业，还可以自主创业。就

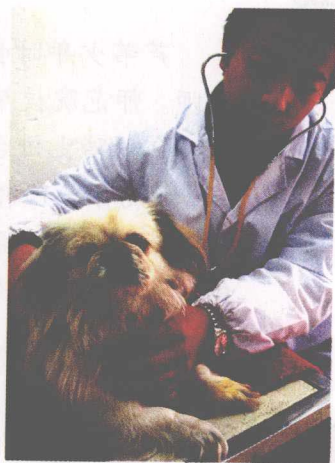
业的多次选择现象越来越普遍，聘用、解聘、跳槽屡见不鲜，劳动力流动性越来越强。



月嫂



高楼清洗工



宠物医生

我们要树立自主择业意识，主动选择适合自己的职业。“铁饭碗”的时代一去不复返了，失业逐渐被人们视为一种正常现象，以前那种“等、靠、要”的就业观念正在逐渐被打破，自主就业观念进一步增强。

活动区

你所在地区的劳动力市场需求状况如何？有哪些“热门”职业？哪些行业劳动力供大于求？请以小组为单位进行实地调查。

人们在选择职业时通常会考虑劳动力市场状况、个人的兴趣爱好、职业收入、技能优势、发展机会、生活环境等方面的因素。

