



职业教育公共思想政治课系列教材



经济政治与社会

JINGJI ZHENGZHI YU SHEHUI

主编 孙艳艳 刘 艳 吾尔尼沙·吾甫尔



郑州大学出版社

职业教育公共思想政治课系列教材



经济政治与社会

JINGJI ZHENGZHI YU SHEHUI

主编 孙艳艳 刘 艳 吾尔尼沙·吾甫尔



郑州大学出版社
郑州

图书在版编目(CIP)数据

经济政治与社会/孙艳艳,刘艳,吾尔尼沙·吾普尔主编. —郑州:郑州大学出版社,2014.5

职业教育公共思想政治课系列教材

ISBN 978-7-5645-1439-6

I. ①经… II. ①孙…②刘…③吾… III. ①中国经济-经济建设-中等专业学校-教材②政治-中国-中等专业学校-教材 IV. ①F124②D6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 103153 号

郑州大学出版社出版发行

郑州市大学路 40 号

出版人:王 锋

全国新华书店经销

河南地质彩色印刷厂印制

开本:787 mm×1 092 mm 1/16

印张:10.25

字数:252 千字

版次:2014 年 5 月第 1 版

邮政编码:450052

发行电话:0371-66966070

印次:2014 年 5 月第 1 次印刷

书号:ISBN 978-7-5645-1439-6

定价:18.00 元

本书如有印装质量问题,由本社负责调换

目 录

第一单元 透视经济现象	1
第一节 商品的交换与消费	2
一、聚焦商品与货币	2
二、探寻价格与价值规律	6
三、认知消费与消费观	8
第二节 企业的生产与经营	13
一、企业的概念与类型	13
二、企业的经营与发展	14
三、新时代的劳动者	16
第三节 个人的收入与理财	19
一、我国的收入分配制度	19
二、税收与公民依法纳税	22
三、投资与理财	25
第二单元 投身经济建设	31
第一节 社会主义基本经济制度	32
一、我国社会主义基本经济制度的内容	32
二、坚持和完善社会主义初级阶段的基本经济制度	35
第二节 社会主义市场经济	36
一、走进社会主义市场经济	37
二、把握社会主义市场经济的基本特征	40
三、完善社会主义市场经济体制	43
第三节 小康社会的经济建设	45
一、中国经济发展战略和发展道路	45
二、加快转变经济发展方式	49
三、全面建成小康社会	51
第四节 坚持对外开放的基本国策	53
一、面对全球化,坚持对外开放	53
二、加强国际经济竞争与合作	57
第三单元 拥护社会主义政治制度	61

第一节 我国社会主义政治制度	61
一、人民代表大会制度	62
二、我国的政党制度	67
三、民族区域自治制度	71
四、基层民主制度	72
第二节 中国特色社会主义政治发展道路	76
一、人民民主是社会主义的生命	76
二、中国特色社会主义民主的鲜明特点与独特优势	77
三、坚定不移地走中国特色社会主义政治发展道路	78
四、积极稳妥地推进政治体制改革	80
第四单元 参与社会政治生活	84
第一节 依法行使民主权利	85
一、公民的政治权利与自由	85
二、人民政府为人民服务	90
三、建设服务型政府	93
第二节 履行义务 维护国家团结	95
一、公民自觉履行义务	95
二、我国的民族政策和宗教政策	96
第三节 关注国际社会 捍卫国家利益	99
一、和平与发展是当今时代主题	99
二、我国的外交政策	103
三、坚定不移地走和平发展道路	107
四、建设持久和平共同繁荣的和谐世界	109
第五单元 共建共享社会主义和谐社会	116
第一节 保障和改善民生	117
一、办好人民满意的教育	117
二、实现更高质量的就业	121
三、增加居民收入	124
四、推进城乡社会保障体系建设	126
五、提高人民健康水平	129
第二节 建设社会主义文化强国	132
一、建设社会主义和谐文化	133
二、加强社会主义核心价值体系建设	137
三、提高文化软实力和竞争力	139
第三节 推进生态文明建设	141
一、生态和生态文明概述	141
二、建设资源节约型和环境友好型社会	144
三、加强生态文明制度建设,共创“美丽中国”	146



第四节 共建共享社会主义和谐社会	148
一、以科学发展观为指导,建设中国特色社会主义.....	148
二、共建共享社会主义和谐社会	150
参考文献	155

第一单元 透视经济现象

学习目标

1. 认知:理解商品的基本属性和货币在商品交换中的作用,理解价值规律的作用、企业发展的重要条件、我国的收入分配制度。
2. 态度:形成正确的金钱观念,树立科学消费观,培养效率意识、质量意识和创新意识,树立依法纳税的观念。
3. 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,增强环保意识,自觉落实环保行动,尝试设计家庭理财方案。

走进经济生活,我们都离不开生活消费。在日常生活中,我们的衣食住行等生活必需品,大都用货币从市场上购买,我们享受的服务也需要支付货币。商品是现代市场经济的细胞,企业是商品的生产者和经营者,是现代经济社会的基本单元。我们的学习,就从这里开始:以商品为出发点,以商品经济基本矛盾的运动、发展为主线,通过透视商品的本质属性,货币的本质和职能,探寻商品经济的基本规律——价值规律的运动。分析在商品经济经营活动中,企业和劳动者扮演的重要角色,了解收入分配制度、税收和投资理财方式等与我们的生活息息相关的经济知识。

通过本单元的学习,我们要透过常见的经济现象,掌握相关的经济知识。了解货币的本质和职能,形成对待金钱的正确态度,理性面对消费观的变化,彰显时代风采而又保持艰苦奋斗的优良传统。树立正确的劳动观,积极参与社会劳动财富创造。树立依法纳税的观念,了解正确的投资理财方式,提高参与经济生活的能力。

第一节 商品的交换与消费

随着经济的发展,市场上的商品日趋丰富,在日常经济生活中,货币、价格、消费一起构成了与我们生活息息相关的经济现象。探究这些经济现象背后隐藏的本质和规律,树立正确的金钱观、消费观,将使我们受益终生。

一、聚焦商品与货币

(一)商品

1. 商品及其特征

商品是用于交换的劳动产品。它是商品经济中最基本的内容和要素。

商品作为用于交换的劳动产品,都是劳动生产出来的,首先必须是劳动产品。人们生产这些产品的目的,不是为了自己享用,而是为了拿到市场上交换。随着社会生产力的提高和商品经济的发展,人们吃、穿、住、行、用的各种物品,享受的各种服务,都可能成为商品。



商品是伴随着商品经济的产生而产生的。商品是社会生产力发展到一定阶段的产物。社会分工和产品属于不同的所有者是商品和商品经济产生的基本条件。

2. 商品的基本属性

商品是用来交换的劳动产品,具有使用价值和价值两种属性,商品是使用价值和价值的统一。其中使用价值是商品的自然属性,价值是商品的社会属性。

商品必须具有满足人们某种需要的属性,即具有使用价值。人们购买食品、衣服、工具、房屋等,是因为它们有用,能满足人们的某种需要。商品能够满足人们某种需要的属性就是商品的使用价值,它是商品的自然属性。但并非任何具有使用价值的物品都是商品。一种具有使用价值的物品要成为商品,第一,必须是劳动生产出来的。有些自然界的物品对人们很有用,如阳光、空气,但不是劳动产品因而不是商品;第二,人们生产这些物品不是为了自己享用,而是为了拿到市场上去交换。

不同的商品能够进行交换,是因为它们都是劳动产品,生产这些产品都耗费了人的体力和脑力,即无差别的人类劳动。凝结在商品中的无差别的人类劳动就是商品的价值,它体现了商品的社会属性。



→ 相关链接 ←

人们用 15 千克米和一把斧头进行交换,因为它们耗费了等量的人类劳动,即它们具有等量的价值;通过此交换,我们也可以判断米和斧头价值的高低,所以商品的价值是通过交换表现出来的。

商品是在价值的基础上按一定比例相交换的,所以,价值是交换价值的基础,而交换价值是价值的表现形式。价值是商品的社会属性,它体现着商品生产者之间的经济关系。商品交换实际上是商品生产者之间互相交换自己的劳动。从个别的商品交换来看,交换双方的商品价值恰好相等。但在商品交换中它们的价格恰好都与其价值相符,是不常见的。但从长期的趋势来看,商品交换必然趋向于等价交换,商品的价格必然趋向于与其价值相符。

商品有两个因素:价值和使用价值。任何商品都是使用价值和价值的统一,二者缺一不可。我们通常说的“物美价廉”“物有所值”就体现了商品的使用价值和价值两方面的基本属性。价值离不开使用价值,使用价值是价值的物质承担者,使用价值是商品的自然属性,价值是商品的社会属性。商品的价值通过交换价值表现出来,它体现着商品生产者之间相互交换劳动的关系,即反映人与人之间的关系。

(二)货币

在日常生活中,我们经常到农贸市场购买蔬菜、水果,到超市购买服装、鞋帽、文化用品。购买这些商品,我们都需要支付一定的货币。

1. 货币的起源与本质

商品的买卖通常是通过货币来进行的,但货币的产生要比商品晚得多,货币是在商品交换长期发展过程中产生的,是商品交换发展到一定阶段的产物。

从商品交换发展的历史进程来看,商品的交换经历了四个阶段:简单的物物交换、总和扩大的物物交换、以一般等价物为媒介的交换和货币形式的交换。

原始社会末期,出现了最初的商品交换——物物交换。随着社会生产力的发展和社会分工的出现,交换越来越频繁,交换的范围越来越广,交换的商品种类越来越多,商品的价值可以由一系列其他商品来表示。随着交换的进一步发展,出现了充当一般等价物的某一种商品。

历史上充当过一般等价物的商品很多,早期有羊、布匹、贝壳等。后来,贵金属金银由于具有体积小、价值大、易于分割、不易磨损、便于保存和携带等特点,逐步从商品中分离出来,固定地充当了一般等价物。从商品中分离出来固定地充当一般等价物的商品,就是货币。货币形式是最发达的价值形式。货币的出现,大大促进了商品交换的发展,并使得



使用价值与价值的矛盾发展成为商品与货币的外部对立。

通过价值形式的发展,可以清楚地看到货币的起源和本质。货币是在长期交换过程中,从商品世界中分离出来,固定地充当一般等价物的特殊商品。货币是商品交换长期发展的产物,货币的本质是一般等价物。货币使商品生产者密切联系起来,体现着商品生产者之间的生产关系。

2. 货币的基本职能

货币的职能是指货币在经济生活中所起的作用,它是货币的本质体现。货币从产生起就有价值尺度和流通手段两种基本职能。

货币所具有的表现和衡量其他一切商品价值大小的职能,称为价值尺度。货币产生以后,一切商品的价值都由货币来表现,商品价值的大小就表现为货币的多少。

为了用货币来衡量商品价值的大小,必须给货币本身确定一种计量单位。历史上金银充当货币时一般采用的是重量单位,如斤、两、克等;纸币产生后,采用了专有的计量名称,如人民币的“元”,英镑的“镑”,欧元的“元”等。

通过一定数量的货币表现出来的商品价值,称为价格。货币执行价值尺度的职能,就是把商品的价值表现为一定的价格。如某件商品 80 元。

货币执行价值尺度的职能时,并不需要现实的货币,只需要观念上的货币。

货币出现以后,商品交换包括卖和买两个先后衔接的阶段。商品所有者首先将自己的商品卖出去,取得一定数量的货币,然后再用货币买回自己需要的其他商品。货币充当商品交换媒介的职能,以货币为媒介的商品交换,叫作商品流通。其公式是:商品—货币—商品。

商品生产者只有把商品卖出去,并且卖出好价钱,才能生存发展下去。如果商品卖不出去,就意味着他白白付出了劳动,他所需要的商品也买不回来。要使自己的商品能够卖出去,并且卖出好价钱,商品生产者就要为购买者着想,生产适销对路、质量上乘的商品。

货币执行流通手段的职能时,必须用现实的货币,不能用观念上的货币。

国家发行货币量必须以流通中所需求的货币量为限度。如果货币发行量超过这个限度,会引起物价上涨,货币贬值,发生通货膨胀,影响人们的生活和社会经济秩序;如果货币发行量少于这个限度,则会引起物价下跌,货币增值,发生通货紧缩,从而会使商品销售发生困难,直接阻碍商品交换,进而导致经济衰退。

→ 相关链接 ←

商品流通过程中实际需要的货币量是受货币流通规律支配的。在一定时期内,流通中所需要的货币量同商品价格总额成正比,同货币流通速度成反比。用公式表示:

$$\text{流通中所需要的货币量} = \frac{\text{商品价格总额}}{\text{货币流通速度}}$$



货币除了具有价值尺度、流通手段两种基本职能外,还具有贮藏手段、支付手段、世界货币等职能。

→ 相关链接 ←

货币退出流通领域,当作社会财富的代表被保存起来,这时货币执行贮藏手段职能。货币执行支付手段的职能是随着商品赊账买卖的产生而出现的。在赊销赊购中,货币被用来偿还债务,后来,它又被用来支付地租、利息、税款、工资等。当货币走出国内市场,在世界市场上购买外国商品,支付国际收支差额,作为社会财富的代表在国与国之间转移时,它就具有了世界货币的职能。

金属货币最初是以金银条块的形式流通的,买卖双方每做一笔交易都要核实重量、检查成色,很不方便,于是就出现了具有一定形状、重量、成色和面额价值的铸币。金属货币在长期流通过程中会逐渐磨损,成为不足值的货币,一般情况下并不影响它同足值的铸币一样使用。后来,随着商品生产和商品交换的发展,商品流通中产生了作为价值符号的纸币,并逐渐取代了金属货币。与金属货币相比,纸币的制作成本低,更易于保管、携带和运输,避免了铸币在流通中的磨损。所以,纸币被世界各国普遍使用。

纸币是由国家(或某些地区)发行的、强制使用的价值符号。国家有权发行纸币,但不可以任意发行纸币。纸币的发行量必须以流通中所需要的货币量为限度。如果纸币发行超过这个限度,就会引起物价上涨,影响人们的生活和社会的经济秩序;如果纸币发行量小于这个限度,会使商品销售发生困难,直接阻碍商品流通。

→ 相关链接 ←

随着信息技术特别是银行计算机和网络的广泛应用,出现了利用计算机和网络进行储存、转账、购买和支付的电子货币。在经济生活中,人们除了用纸币进行结算外,还可以使用电子货币通过银行转账来完成支付任务。储蓄卡和信用卡是目前普遍使用的电子货币。尽管电子货币在人们的生活中充当越来越重要的角色,但这种变化只是货币形式的变化,货币的基本职能仍然没有改变。

国际贸易,出国旅游、购物,需要使用外汇。外汇是用外币表示的用于国际间结算的支付手段。使用外汇必须了解汇率。

→ 相关链接 ←

汇率又称汇价,是两种货币之间兑换的比率。如果用100单位外币可以换成更多的人民币,说明外汇的汇率升高;反之,则说明外币汇率跌落。

保持人民币币值稳定,即对内保持物价总水平稳定,对外保持人民币汇率稳定。对人民生活安定,国民经济又好又快发展,对世界金融的稳定,国际贸易、国际投资的稳定和世界经济的稳定发展,具有重要意义。

二、探寻价格与价值规律

(一)商品价格

在经济生活中,商品的价格总在不断变动,不仅不同的商品价格不同,如果我们长期观察一种商品的价格,会发现它也不是固定不变的。同一种商品在不同的地方、不同的时间,价格也不尽相同,而且商品的价格不会无限上涨,也不会无限下跌,商品的价格似乎有规律可循。

1. 影响价格的因素

价值决定商品的价格。价值是价格的基础,价格是价值的货币表现。在其他条件不变的情况下,商品的价值量越大,价格越高;商品的价值量越小,价格越低。在一般情况下二者成正比。

商品的价值量是由生产商品的社会必要劳动时间决定的。所谓社会必要劳动时间,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,制造某种商品所需要的劳动时间。生产某个商品所用的社会必要劳动时间越长,商品的价值量就越大,商品的价格就越高;反之,生产某个商品所用的社会必要劳动时间越短,商品的价值量就越小,商品的价格就越低。

→ 相关链接 ←

社会必要劳动时间的内容主要有以下几个方面:现有的社会生产条件,既不是指过去的,也不是指将来的,而是指现在的;社会正常的生产条件,是指某一生产部门,生产绝大部分同类产品的条件,生产条件主要是指劳动工具;社会平均的劳动熟练程度和劳动强度,是指某一生产部门,绝大多数同类产品的生产者的劳动技能水平和劳动紧张程度。



商品的价值量不是由个别商品生产者所耗费的个别劳动时间决定的,而是由社会必要劳动时间决定的。每个商品生产者用高于或低于社会必要劳动时间生产的商品,都只能按社会必要劳动时间决定的价值量出售。因此,缩短个别劳动时间,提高劳动生产率,使其小于社会必要劳动时间,是商品生产者增加收入的主要途径。商品价值量由社会必要劳动时间决定,个别劳动时间低于社会必要劳动时间,单位时间生产更多产品,获得更多的利润,处于有利的地位;个别劳动时间高于社会必要劳动时间,则处于不利地位。这就促使商品生产者努力缩短个别劳动时间,提高劳动生产率。只有提高社会劳动生产率,才能使社会财富越来越丰富,使商品的价格越来越便宜,社会越来越进步,人们的生活质量和水平越来越高。

市场上商品的价格高低不等。引起价格变动和差异的因素很多,如气候、时间、地域、生产条件、政策等,甚至宗教信仰、习俗等文化因素也能对价格产生影响。各种因素对商品价格的影响,是通过改变该商品的供求关系来实现的。

供求关系影响商品的价格。商品的供给和需求是影响价格的直接因素。在市场上,当某种商品供不应求时,商品的价格上涨,当商品供过于求时,其价格会下跌。

在供求关系影响价格的同时,价格反过来影响供求关系,使供求关系趋于平衡。一种商品的价格上涨,消费者会相应减少对这种商品的需求,生产者会扩大生产,增加对这种商品的供给;反之,当商品的价格下跌时,消费者的需求会增加,厂商的供给会减少,从而改变供求关系。

(二)商品的价值规律

商品的价值量由生产商品的社会必要劳动时间决定,商品交换以价值量为基础实行等价交换,是价值规律的基本内容。商品价格受供求关系的影响,围绕价值上下波动,则是价值规律的表现形式。

商品交换以价值为基础,实行等价交换。在现实的交换过程中,商品的价格与价值相一致只是偶然的现象,而它们之间不一致却成为经常的事情,这种价格与价值的背离并没有否定价值规律。无论价格怎么波动,商品的价格都会以价值为轴心并围绕这个轴心上下波动,价值仍然是价格的基础,价格围绕价值上下波动,商品的平均价格仍然等于它的价值。供求关系的变化会引起商品价格的波动,但价格的波动又会反过来影响供求关系的变化,其最终结果是使供求趋于一致,使商品的价格接近商品的价值。

从单个交换过程看,价格时涨时落,但从较长一段时间来看,商品的价格总的来说仍然与价值符合。

价值规律是商品经济的基本经济规律,哪里存在商品的生产 and 交换,价值规律就在哪里发生作用。

价格变动对人们生活的影 响很普遍。消费者享有消费的自由,可以根据商品价格的涨跌来决定是否购买。一般来说,当某种商品的价格上升时,人们会减少对它的购买;当某种商品价格下降时,人们会增加对它的购买。

价格变动会引起需求量的变动,但不同商品的需求量对价格变动的反映程度是不同的。粮食、食用油、食盐等生活必需品价格的变化,往往不会导致消费者对其需求量的急

剧变化。数码相机、轿车等高档耐用品价格的大幅度下降,则会导致消费者对其需求量的迅速增加。

消费者对既定商品的需求,不仅受该商品价格变动的影 响,还受相关商品价格的影响。对出行者来说,动车和飞机是可以相互替代的交通工具;对一些家庭来说,羊肉和牛肉可以互为替代品。在两种可以相互替代的商品中,一种商品价格上升,消费者将减少对该商品的需求量,转而消费另一种商品,导致对另一种商品的需求增加;反之,一种商品的价格下降,消费者将增加对该商品的需求量,导致对另一种商品需求量的减少。

价格变动对生产的影响,集中表现在以下几个方面:

第一,调节生产资料和劳动力在各生产部门的分配。

商品价格的高低与商品生产者的利益直接相关。价值规律在这方面的作用是通过供求竞争、价格波动来实现的。如果某种商品供不应求,该商品因价格上涨而有利可图,商品生产者为了利润就会扩大这种商品的生产,增加供给,使供求趋于平衡;如果某种商品供过于求,商品价格下跌而使盈利减少时,商品生产者为了避免亏本就会减少生产,减少供给。在商品经济中,正是通过供求竞争、市场价格的波动,自发调节生产资料和劳动力的流向,优化生产资料和劳动力的配置。

第二,刺激商品生产者改进技术,改善经营管理,提高劳动效率。

价值规律要求商品按照其价值来交换。谁率先改进技术设备、改善经济管理,谁的劳动生产率就高,其生产商品的个别劳动时间就会少于社会必要劳动时间,获利就多,就会刺激其他商品生产者改进生产工具,提高劳动生产率,加强经营管理,降低成本,从而推动整个社会生产力的提高。

第三,促使商品生产者在竞争中优胜劣汰。

促使企业生产适销对路的高质量产品。哪个生产者能提供质量好或者其他企业无法生产的产品,就能获得较大的市场份额,从中获取更多的利润,在竞争中处于优势;反之,生产者就有可能被市场淘汰。

三、认知消费与消费观

(一)商品消费

1. 影响消费水平的因素

消费是我们日常经济生活中不可缺少的一部分。消费受到很多因素的影响,其中主要是居民收入水平和物价总体水平。

收入是消费的基础和前提。在其他条件不变的情况下,人们当前可支配的收入越多,对各种商品和服务的消费量就越大,消费水平就越高。收入增长较快的时期,





消费增长也较快;反之,当收入增长速度下降时,消费增长也下降。所以,要提高居民的生活水平,必须保持经济的稳定增长,增加居民收入。

居民消费水平不仅取决于当前的收入,而且受未来收入预期的影响。对于未来,如果消费者有非常乐观的预期,那么预支将来收入的可能性就会加大;反之,预期未来有减少收入或者失业风险时,消费者就会节制当前的消费,以备不时之需。在这里,消费者通过储蓄调节当前的消费。

社会总体消费水平的高低与人们收入差距的大小有密切关系。人们的收入差距过大,社会总体消费水平就低;反之,收入差距缩小,会使社会总体消费水平提高。

商品价格也是影响消费的因素之一,物价的变动会影响人们的购买力。一般说来,物价上涨,人们的购买力普遍降低,会减少对商品的消费量;物价下跌,则购买力普遍提高,会增加对商品的消费量。另外,消费心理和消费观等也是影响消费的因素。

2. 居民的消费类型

消费有不同的类型。我们常见的是钱货两清的消费,此外,信贷消费和租赁消费也越来越常见。

钱货两清的消费。我们在日常生活中消费的大部分商品,是通过一手交钱、一手交货的交易方式购买的。一旦交易完成,商品的所有权和使用权即由买主自己享有。

信贷消费。信贷消费是消费者用贷款购买商品或支付劳务费的消费方式,是用未来的钱实现今天的消费。“花明天的钱,圆今天的梦”,形容的就是信贷消费。在购买房屋、轿车等商品时,一次性付款可能会超出一些买主目前实际的支付能力,这些买主可以考虑预支未来的收入进行消费。目前,我国的多数银行都办理个人住房贷款、购车贷款、家居装修贷款等。对于那些收入稳定,对未来收入持乐观态度又没有太多积蓄的年轻人来说,信贷消费是一种常见的选择。

租赁消费。有些商品,如房屋、汽车,还有许多只使用一次的商品,如旅游用品、音像制品等,消费者或者无力购买,或者因使用的次数有限,可以通过短期租赁的办法,不变更该商品的所有权,而获得该商品在一定期限内的使用权。

(二)常见的消费心理

消费心理是指消费者在进行消费活动时所表现出的心理特征与心理活动,是消费者在满足一定的物质和文化生活需要的过程中所产生的认识和意向活动。消费者的心理特征包括消费者兴趣、消费习惯、价值观、性格、气质等方面的特征。

消费心理对人们的消费有很大的影响,影响人们消费的心理主要有以下几个方面:

1. 求同心理

消费者在购买和使用商品时受相关群体购买行为影响,不由自主地与之保持同步的心理,在消费行为上称为趋同心理。健康合理的求同心理可带动某一产业的发展,如绿色消费带动绿色产业的发展。人们跟风随大流的心理,往往能够引发对某类商品或某种风格的商品的追求,并形成流行趋势。商家常常利用消费者从众、追赶潮流的心理来推销自己的商品。消费是否应该从众,要做具体分析。不健康、不合理的求同心理,不利于经济

的良性发展,如忽视个人的经济承受能力和实际需要,盲目从众,会影响到个人的正常生活,盲目从众是不可取的。

2. 求异心理

消费者在购买商品时,注重所购商品的与众不同,追求新奇、标新立异的商品,追求一种与社会流行不同的消费倾向,以此来展示个性。求异心理在一定程度上可以推动新产品和新工艺的出现,但这种消费还应看具体的对象、时间和场合,应考虑社会的认可和付出的代价,过分标新立异,是不值得提倡的。

3. 求名心理

消费者在购买商品时,追求名牌、信任名牌、甚至痴迷某品牌。求名心理是对高质量品牌商品的肯定,有利于推动商品生产经营者不断提高商品的品质与服务。消费者在经济实力许可和消费需要的前提下,认知名牌、选择名牌商品,是可以的。但是,为了炫耀和攀比,满足自己的虚荣心而节衣缩食买名牌商品,则是消费的误区。个别同学受攀比心理的影响,饮食消费向广告看齐、服装消费向名牌看齐、娱乐消费向流行看齐、人情消费向成人看齐,这些求名消费会助长虚荣攀比的心理和风气,不利于学生的健康成长。

4. 求实心理

消费者在选择商品时,往往要考虑很多因素:价格是否便宜、质量好不好、服务是否热情周到、操作是否简单方便、功能是否齐全等。根据自己的实际需要选择商品,是一种理智的消费,应予以提倡。但要注意避免过分追求价廉,而忽视商品的实用性、质量和服务保证。

(三)树立正确的消费观

健康、合理、文明的生活消费,既关系到个人的生活质量和健康发展,又关系到社会和集体的利益,还关系到社会劳动生产率的提高、新的社会需求的创造以及新的市场的开拓。现在消费结构已不是单一型的了,而是向享受型、高档型等多元的消费结构发展。生活方式的变化推动着人们消费观念的更新,也带来不同消费观之间的碰撞。在现实生活中我们必须以科学的消费观引导消费,做理性的消费者,践行正确的消费观。

→ 相关链接 ←

消费观是指人们对消费水平、消费方式等问题的总的态度和总的看法。树立正确的消费观念,建立合理的生活方式,有利于促进社会经济的健康运行和持续发展。

1. 量入为出,适度消费

要在自己的经济承受能力之内进行消费。消费支出应该与自己的收入相适应,自己

的收入既包括当前的收入水平,也包括对未来收入的预期,也就是要考虑收入能力这个动态因素。那些支出无计划,为了撑面子不惜举债消费而不考虑自己的偿还能力的行为,是缺乏理智的。过于紧缩消费会使人们的需求得不到满足,也不利于推动社会生产的发展。

消费者应当处理好物质消费和精神消费的关系,避免注重物质消费,忽视精神消费的倾向,要有合理的消费结构。处理好生存消费、发展消费和享受消费的关系,尽量避免情绪化消费,使消费既能满足现实需求,又能保证身心健康;处理好消费和积累、当前消费和长远消费的关系,在消费中注意避免盲目从众,又能兼顾长远需要,促进个人的健康发展和社会的可持续发展。

2. 保护环境,绿色消费

面对严峻的资源短缺和环境污染形势,我们应该树立生态文明的观念,保持人与自然环境之间的和谐。

20世纪末,绿色消费悄然兴起。绿色消费是指以保护消费者健康和节约资源为主旨,符合人的健康和环境保护标准的各种消费行为的总称,核心是可持续消费。

绿色消费包括三层含义:一是倡导消费者在消费时选择未被污染或有助于公众健康的绿色产品;二是在消费过程中注重对垃圾的处置,不造成环境污染;三是引导消费者转变消费观念,崇尚自然,追求健康,在追求生活舒适的同时,注重环保,节约资源和能源,实现可持续消费。也就是说,在社会消费中,不仅要满足我们这一代人的消费需求和安全健康,还要满足子孙后代的消费需求和安全健康。

绿色代表生命、健康和活力,是充满希望的颜色。国际上对“绿色”的理解通常包括生命、节能和环保三个方面。

→ 相关链接 ←

世界地球日(World Earth Day)在每年的4月22日,是一项世界性的环境保护活动。该活动最初在1970年的美国,由盖洛德·尼尔森和丹尼斯·海斯发起,随后影响越来越大。活动旨在唤起人类爱护地球、保护家园的意识,促进资源开发与环境保护的协调发展,进而改善地球的整体环境。世界地球日没有国际统一的特定主题,它的总主题始终是“只有一个地球”。每年中国纪念“世界地球日”,都确定一个主题,2013年世界地球日中国的活动主题是:珍惜地球资源,转变发展方式——促进生态文明,共建美丽中国。

绿色消费,也称可持续消费,是指一种以适度节制消费,避免或减少对环境的破坏,崇尚自然和保护生态等为特征的新型消费行为和过程。人们形象地把绿色消费概括为“5R”:节约资源,减少污染(Reduce);绿色生活,环保选购(Reevaluate);重复使用,多次使用(Reuse);分类回收,循环再生(Recycle);保护自然,万物共存(Rescue)。