

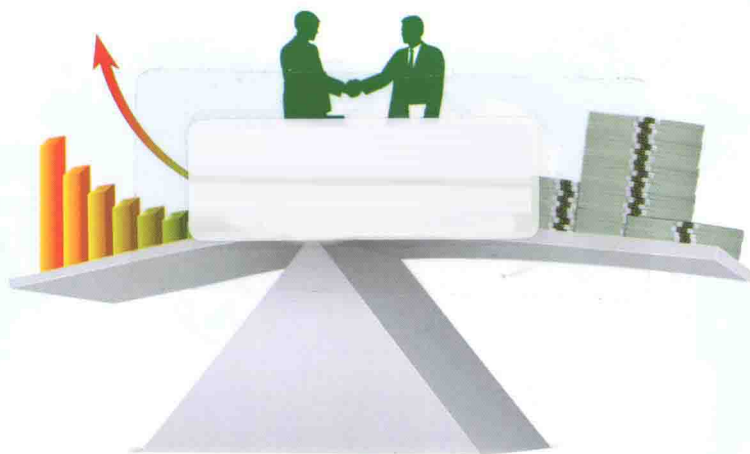


中等职业教育“十二五”规划教材

经济政治与社会

JINGJI ZHENGZHI YU SHEHUI

主编 徐惠珍 裘丽萍



中等职业教育“十二五”规划教材

经济政治与社会

主编 徐惠珍 裘丽萍

 江苏大学出版社
JIANGSU UNIVERSITY PRESS

镇 江

内 容 提 要

“经济政治与社会”是中等职业学校学生必修的一门德育课。本教材根据教育部 2008 年 12 月颁布的中等职业学校《经济政治与社会教学大纲》的要求和内容,结合近年来国家关于职业教育的文件精神编写。全书由“透视经济现象”“投身经济建设”“拥护社会主义政治制度”“参与政治生活”和“共建社会主义和谐社会”五个篇章组成。

本教材紧密结合学生实际情况,内容充实、活泼,具有较强的针对性、实用性和时代性,可作为中等职业学校的德育课教材。

图书在版编目(CIP)数据

经济政治与社会 / 徐惠珍, 裘丽萍主编. — 镇江 :
江苏大学出版社, 2014. 6

ISBN 978-7-81130-765-8

I. ①经… II. ①徐… ②裘… 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(2014)第 121988 号

经济政治与社会

主 编 / 徐惠珍 裘丽萍

责任编辑 / 顾正彤

出版发行 / 江苏大学出版社

地 址 / 江苏省镇江市梦溪园巷 30 号(邮编: 212003)

电 话 / 0511-84446464(传真)

网 址 / <http://press.ujss.edu.cn>

排 版 / 北京金企鹅文化发展中心

印 刷 / 北京忠信印刷有限责任公司

经 销 / 江苏省新华书店

开 本 / 787 mm×1 092 mm 1/16

印 张 / 9.5

字 数 / 171 千字

版 次 / 2014 年 6 月第 1 版 2014 年 6 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978-7-81130-765-8

定 价 / 22.80 元

如有印装质量问题请与本社营销部联系(电话: 0511-84440882)



为贯彻落实《中共中央国务院关于进一步加强和改进未成年人思想道德建设的若干意见》和《国务院关于大力发展职业教育的决定》，加强和改进中等职业学校德育教育工作，进一步增强德育教学的针对性、实效性和时代感，提高职业教育质量，教育部于2008年12月颁布了《关于中等职业学校德育课课程设置与教学安排的意见》，将“经济政治与社会”列为中等职业学校德育必修课，并于当月颁发了《经济政治与社会教学大纲》。本教材根据该大纲编写而成，是中等职业教育课程改革规划新教材。

本教材以邓小平理论和“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。其教学目标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，积极投身我国的经济、政治、文化、社会建设。

本教材立足于中等职业学校学生的实际情况，语言通俗易懂，并采用灵活多样的形式来调动学生学习的积极性。例如，设置了“学习目标”“案例引导”“想一想”“做一做”“知识链接”“拓展阅读”“走进生活”等栏目，并与图片、漫画等结合起来，既为学生创造了一个轻松的学习环境，又让学生在学过程中主动去思考、去体验、去感悟，使学生的思想得到升华。

本教材由浙江省上虞职业中专徐惠珍老师、裘丽萍老师担任主编。其中，第一、二、三章由徐惠珍老师负责编写，第四、五章由裘丽萍老师负责编写，最后由徐惠珍老师统稿。由于编写时间仓促，编者水平有限，书中疏漏与不当之处在所难免，敬请广大读者批评指正。

在编写过程中，我们参考了大量的文献资料，在此向文献的作者表示诚挚的谢意。

本教材配有精美的教学课件，读者可到北京金企鹅文化发展中心网站（www.bjjqe.com）下载。

编者

2014年5月



目 录

第一章 透视经济现象	1
第一节 商品的交换与消费	1
一、商品	2
二、货币	3
三、消费与消费观	6
四、价格与价值规律	10
第二节 企业的生产与经营	13
一、提高企业的经济效益	14
二、企业中的劳动者	16
三、企业的经营发展	18
第三节 个人的收入与理财	21
一、个人收入与分配	21
二、依法纳税	24
三、银行和金融	28
四、投资理财	33
思考与练习	36
第二章 投身经济建设	38
第一节 社会主义基本经济制度与社会主义市场经济	38
一、维护社会主义基本经济制度	39
二、把握社会主义市场经济的基本特征	43
三、国家的宏观调控	45
第二节 坚持科学发展观 全面建设小康社会	48





一、全面建设小康社会	49
二、坚持科学发展观,促进经济社会生态协调发展	51
第三节 对外开放的基本国策	58
一、我国对外开放的时代背景和必要性	59
二、面对全球化,增强开放意识	62
思考与练习	64
第三章 拥护社会主义政治制度	65
第一节 我国的社会主义政治制度	65
一、人民代表大会制度	66
二、我国的政党制度	69
三、民族区域自治制度	72
四、基层群众自治制度	74
第二节 我国民主政治的发展道路	78
一、人民民主是社会主义的生命	78
二、发展社会主义民主政治	79
第三节 我国的民族与宗教政策	81
一、我国的民族政策	82
二、我国的宗教政策	84
三、尊重民族习惯和宗教信仰	85
思考与练习	87
第四章 参与政治生活	89
第一节 依法行使民主权利与自由	89
一、公民享有广泛的政治权利和自由	91
二、人民政府服务人民	98
第二节 履行义务 承担责任	102
一、公民的政治性义务和责任	103
二、自觉参与政治生活	106





第三节 关注国际社会 维护国家利益	109
一、和平与发展是当今时代的主题	109
二、中国在国际社会中的作用	111
三、我国奉行的外交政策	114
思考与练习	117
第五章 共建社会主义和谐社会	119
第一节 关注改善民生	119
一、办人民满意的教育	120
二、我国的基本医疗卫生制度	124
三、我国的社会保障体系	127
第二节 建设和谐文化	129
一、推动社会主义文化繁荣发展	129
二、社会主义核心价值体系	133
第三节 构建和谐社会	136
一、高举旗帜 科学发展	137
二、和谐社会 共建共享	140
思考与练习	143

第一章 透视经济现象



学习目标

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



自 2005 年以来，我国各地房地产价格持续上扬，许多地方的住房价格远远超过了普通百姓的购买力。为了抑制房价，2006 年起，央行不断上调房贷利率，国务院也不断出台房地产调控措施。

国家统计局 2013 年 2 月调查显示，与上月相比，70 个大中城市中，价格下降的城市有 1 个，持平的城市有 3 个，上涨的城市有 66 个。环比价格上涨的城市中，最高涨幅为 3.1%。与去年同月相比，70 个大中城市中，价格下降的城市有 8 个，上涨的城市有 62 个。2 月份同比价格上涨的城市中，最高涨幅为 8.2%。

★用于买卖的房屋是一种商品吗？你知道商品的定义吗？

★你知道商品的价格受哪些因素的影响吗？

一、商品

商品是用于交换的劳动产品，它是社会生产力发展到一定阶段的产物，是商品经济中最主要的内容和因素。



超市中出售的商品

作为商品，首先必须能满足人们的某种需要，对人有用处。例如，面包可以用来充饥、衣服可以用来御寒等。这种能满足人们需要的物的有用性，就是商品的使用价值。

人们生产商品是为了通过买卖来满足他人和社会对商品使用价值的需要，不同商品的使用价值并不相同，但任何商品都是劳动产品，生产它们都要耗费一定的体力和脑力，凝结在商品中的无差别的人类劳动就是商品的价值。

使用价值和价值是商品的两个基本属性。任何商品都是使用价值和价值的统一体，两者互相依存、互为条件、缺一不可。价值以使用价值为前提，凡是没有使用价值的东西，就不会有价值。仅仅具有使用价值、而无价值的东西也不是商品，如空气、阳光等。有些东西是劳动产品，但不用于买卖，也就不是商品。



想一想

奶奶过生日，妈妈给奶奶买了一套衣服；明明给奶奶亲手制作了生日蛋糕；姑姑送来了自家养的鸡和种植的大米；爸爸在饭店为奶奶举办了寿宴。

★这里的衣服、蛋糕、鸡、大米、寿宴都是商品吗？为什么？

二、货币

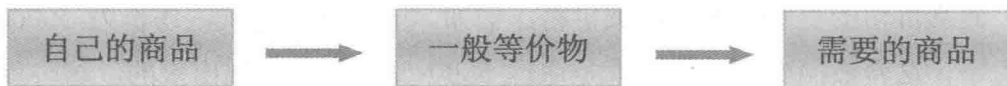
1. 货币的产生

商品的买卖通常是通过货币来进行的，货币是商品交换发展到一定阶段的产物。

原始社会末期，出现了最初的商品交换，此时的商品交换是直接的物物交换。例如，一只羊=两把石斧。

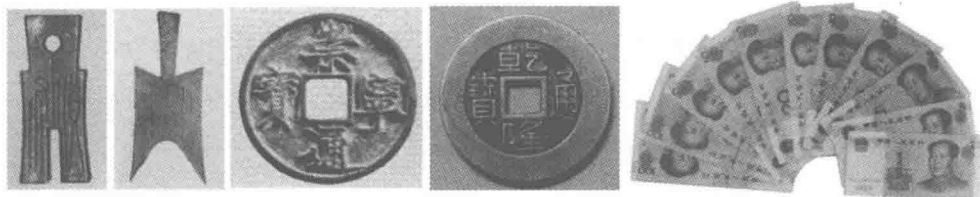
随着生产力和社会分工的发展，交换的产品种类越来越多，交换的范围越来越广泛，交换越来越频繁。当交换双方不一定恰好都需要对方的商品时，交换就会发生困难，而这种情况时常发生。

在长期的交换过程中，人们发现把自己的东西换成市场上大家普遍乐意接受的商品，然后再用这种商品去换回自己所需的東西，这样交换就变得比较容易一些。这种大家普遍容易接受的商品便成为了一般等价物，它能表现其他一切商品的价值，充当商品交换的媒介。此时，商品交换就变成了以下步骤：



历史上充当一般等价物的商品有很多。例如，在古希腊的历史记载中，牛、羊、谷物都曾充当过一般等价物；在中国古代，羊、布、海贝、铜器、玉璧等都曾充当过一般等价物。由于一般等价物具有不固定、不统一的特性，因此商品交换仍存在很多不便。后来，具有体积小、价值大、质地均匀、容易分割、久藏不坏、便于保存和携带等自然属性的金银逐步从商品中分离出来，固定地

充当了一般等价物。货币就是从商品中分离出来固定地充当一般等价物的商品，货币的本质就是一般等价物。



中国古代的货币和现代的纸币



拓展阅读

随着商品经济的进一步发展，贵金属货币逐渐退出流通领域，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，它代表货币执行流通手段和支付手段的职能。

国家发行纸币的量必须以流通中所需求的货币量为限度。如果纸币发行量超过这个限度，纸币就会贬值，物价就会普遍上涨，引起通货膨胀；反之物价就会普遍下跌，引起通货紧缩。

2. 货币的职能

货币的职能是指货币在社会经济生活中的作用。货币最基本的职能是价值尺度和流通手段。

货币作为尺度来衡量和表现其他一切商品价值大小的职能，叫做价值尺度。商品价值的货币表现，叫做价格。例如，一台液晶电视的售价为 5000 元人民币，这台液晶电视的价值就是通过 5000 元的价格表现出来的，这时货币就执行了价值尺度的职能。货币之所以具有价值尺度的职能，是因为它本身也是商品，也具有价值。

货币执行价值尺度的职能只是表现商品的价值，而不是实现商品的价值。因此，只需要观念上的货币，而不需要现实的货币。

货币的流通手段职能，是指货币充当商品交换媒介的职能。当货币出现后，

商品交换就通过货币这个中介来进行。商品交换分为卖和买两个阶段，即商品所有者先把商品换成货币，再用货币购买商品。这种以货币为媒介的商品交换就是商品流通。商品流通的公式是：商品—货币—商品（W—G—W）。

执行流通手段职能的货币，必须是现实的货币，不能是观念上的货币。

随着商品经济的发展，货币除了具有价值尺度和流通手段两种基本职能外，还具有贮藏手段、支付手段和世界货币等职能。

货币的贮藏手段职能，是指货币退出流通领域，作为社会财富的一般代表而被储藏起来的职能。货币之所以有贮藏手段的职能，是因为它是一般等价物，人们有了货币就能买到任何商品，从而引起了人们贮藏货币的欲望。

执行贮藏手段职能的货币，既不能是观念上的货币，也不能是作为价值符号的纸币，而必须是足值的金属货币或金属条块。

货币的支付手段职能，是指货币在商品赊购赊销过程中的延期支付以及用于清偿债务或支付税收、租金、工资等的职能。

货币的世界货币职能，是指货币跨出国内流通领域，在世界市场上执行一般等价物的职能，其实质是货币其他职能在世界范围内的延伸。

世界货币在国与国的经济关系中，可以作为一般的购买手段购买外国商品，也可以作为一般的支付手段用来平衡国际收支差额，还可以作为社会财富的代表，由一国转移到另一国，如国际贷款、转移财产、战争赔款等。



想一想

郑爽领到老板发的 6000 元工资后，兴致勃勃地去商场购买笔记本电脑。在数码产品区逛了一圈后，她相中了三款笔记本电脑，标价分别为 3599、3999 和 4399 元。经过一番比较之后，她付给商场 3999 元买走了其中一款笔记本电脑。

★老板发的 6000 元工资表明货币在执行什么职能？

★标签上的标价 3599 元代表什么？此时货币执行什么职能？

★郑爽买笔记本电脑付给商场 3999 元，此时货币执行什么职能？商场会不会接受观念上的货币，为什么？

三、消费与消费观

1. 商品消费

消费是人类通过消费品满足自身欲望的一种经济行为。它是人类维持生存和发展的必然要求，也是商品经济得以持续发展的动力源泉。

现实生活中，人们采用的消费方式主要分为钱货两清的消费、信贷消费和租赁消费。

钱货两清的消费就是通常所说的一手交钱、一手交货的交易方式。钱货两清是日常生活中普遍采用的消费方式。

信贷消费是消费者用贷款购买商品和支付劳务费的消费方式，就是花未来的钱实现今天的消费。贷款买房、买汽车就属于信贷消费。

租赁消费是以取得设备、工具和耐用消费品等的使用权为目的的一种消费方式。对于一些使用次数有限或无力购买的商品，如房屋、汽车等，可以通过租赁的方式获得该商品一定时期内的使用权。

人们的消费受很多因素的影响，其中最主要的影响因素是收入水平和物价水平。

收入是消费的基础和前提。在其他条件不变的情况下，人们可支配收入越多，对各种商品和服务的消费量就越大。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，消费增幅也下降。

物价的变动也会影响人们的购买能力。一般来说，物价上涨，人们的购买能力普遍降低，就会减少对商品的消费量；物价下跌，人们的购买能力普遍提高，就会增加对商品的消费量。

此外，人们的消费还会受到商品质量、性能、外观、服务态度、售后服务等诸多因素的影响。



拓展阅读

恩格尔系数是食品支出总额占个人消费支出总额的比重。用公式表示为：恩格尔系数=食品支出/全部生活消费总支出。简单地说，一个家庭或国家的恩格尔系数越小，就说明这个家庭或国家越富裕；反之，这个家庭或国家的恩格尔系数越大，就说明这个家庭或国家越贫穷。

联合国根据恩格尔系数的大小，对世界各国的生活水平有一个划分标准，即：一个国家平均家庭恩格尔系数大于 60%为贫穷；50%~60%为温饱；40%~50%为小康；30%~40%属于相对富裕；20%~30%为富足；20%以下为极其富裕。

2. 常见的消费心理

人们的消费行为在很大程度上受到消费心理的影响。影响人们消费的心理主要有四种：从众心理、求异心理、攀比心理和求实心理。

(1) 从众心理。有从众心理的人，看到大家抢购某种商品时，便不由自主地加入，追随购买。健康合理的从众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。而不健康、不合理的从众心理，如忽视个人经济承受能力而盲目从众，则会影响到个人、家庭正常的生活。

(2) 求异心理。有些消费者在购买商品时，喜欢追求与众不同、标新立异的效果，以此来展示个性。这种消费心理在一定程度上推动了新产品、新工艺的不断出现。但展示个性也应看具体的对象、场合和时间，考虑社会的认可度和需付出的代价，过分的标新立异是不值得提倡的。

(3) 攀比心理。一些消费者在消费时不考虑自身的经济能力，受攀比心理的影响，消费超过或大大超过自己的购买或支付能力。这是一种不健康的消费心理，它会给家庭带来沉重的经济负担，助长虚荣、攀比的心理和社会风气。

(4) 求实心理。消费者在选购商品时，往往考虑商品是否物美价廉、服务是否热情周到、功能是否满足自身需要、操作是否简单方便等。这种讲究实惠、根据自己的实际需要选择商品的消费心理是一种理智的消费心理。



想一想

材料一：小亮升入职高后，为了方便与家里联系，爸爸为小亮选购了一款性价比较高的智能手机。可是小亮来到学校后，发现自己宿舍的其他几位室友都用 iPhone 4S 或 iPhone 5，于是觉得自己的手机太掉价，也非要爸爸给自己买一部 iPhone 手机。

材料二：毕业后，为了给自己充电，小玉决定用工作这几个月攒的钱为自己买一台电脑。在看了商场里各品牌的台式机和笔记本电脑后，考虑到自身对电脑配置的实际需要、自己的预算以及自己租房住可能需要经常搬家的情况，最终选了一款性价比较高、口碑较好的联想笔记本电脑。

✦材料一和材料二反映的各是什么样的消费心理？

✦结合自己或周围人的消费经历，说说自己或他人在消费过程中受各种消费心理影响而进行的消费行为。

3. 树立正确的消费观

随着社会经济的发展和人民生活水平的提高，人们的消费生活日趋丰富的同时，也带来了不同消费观念的碰撞。我们必须以正确的消费观引导消费，选择科学、健康、合理、文明的消费方式。

关于如何树立正确的消费观念，我们总结出以下四点建议：

(1) 量入为出，适度消费

消费者要根据自己的收入水平，在自己经济承受能力之内消费，不能支出无度。当然，在自己经济承受能力之内，应该提倡积极、合理的消费，而不能过于节俭抑制消费，影响生活质量。

(2) 避免盲从，理性消费

首先，在消费中注意避免盲目从众，坚持从个人实际需要出发，理性消费。其次，要尽量避免情绪化消费，在消费时注意保持冷静，不能一时心血来潮，事后后悔。最后，在满足物质生活消费的同时，也要注重精神文化方面的消费，保证人们的身心健康和全方位发展。

(3) 保护环境, 绿色消费

经济的飞速发展也带来了环境污染和资源严重短缺等问题, 为了保持人与环境的和谐以及社会的可持续发展, 我们应从自身出发, 倡导绿色消费, 即: 节约资源, 减少污染; 绿色生活, 环保选购; 重复使用, 多次利用; 分类回收, 循环再生; 保护自然, 万物共存。



知识链接

绿色消费观, 是倡导消费者在与自然协调发展的基础上, 从事科学合理的生活消费, 提倡健康适度的消费心理, 弘扬高尚的消费道德及行为规范, 并通过改变消费方式来引导生产模式发生重大变革, 进而调整产业结构, 促进生态产业发展的消费理念。它包括三层含义: 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, 避免造成环境污染; 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。

(4) 勤俭节约, 艰苦奋斗

我国是一个人均资源短缺的发展中国家, 人民收入水平总体不高, 应提倡勤俭节约、艰苦奋斗的优良传统。消费者应树立节约意识, 从节约一分钱、一粒粮、一度电、一滴水做起, 为建设节约型社会尽一份心、出一份力。



想一想

很多消费者听到绿色消费这个名词的时候, 很容易把它与“天然”联系起来, 这样就形成了一个误区——绿色消费变成了“消费绿色”。有的人非绿色食品不吃, 但珍稀动物也照吃不误; 日常生活中非绿色产品不用, 但塑料袋却随手乱丢; 家居装修时非绿色建材不用, 装修起来却热衷于相互攀比。他们所谓的绿色消费行为, 只是从自身的利益和健康出发, 而并不去考虑对环境的保护, 从而违背了绿色消费的初衷。

✦谈谈你对绿色消费的理解及如何做到绿色消费。

四、价格与价值规律

1. 商品价格及影响商品价格的因素

商品价格就是商品价值的货币表现。在市场上,我们会发现商品的价格总是在不断变动,不仅不同商品的价格不同,而且同一商品在不同的地方、不同的时间,价格也不尽相同。

引起商品价格差异的因素有很多。首先,商品价值决定商品的价格。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。



超市里的商品价格海报



知识链接

商品的价值量是由生产该商品的社会必要劳动时间决定的。社会必要劳动时间是指在现有社会的正常生产条件下,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;反之,商品的价值量就越小。

其次,价格还受其他因素的影响,如气候、时间、地域、文化、网络传言、人为炒作等。各因素对商品价格的影响是通过改变商品的供求关系来实现的。

在市场上,当某种商品供不应求时,该商品紧俏难买,销售者趁机提价,于是出现了“物以稀为贵”的现象;当某种商品供过于求时,商品过剩,销售者之间竞争愈加激烈,为了将商品卖出,销售者不得不降低价格来卖出过剩的商品,于是出现了“货多不值钱”的现象。