

高考



2009

JUESHENG WENZONG

决胜文综

政治卷

苏顺勇 编著

湖北长江出版集团
崇文书局

● 独创专题精讲

● 最新例题剖析

● 击破考点难点

● 答题点窍秘笈

JUESHENG WENZONG

决胜文综

政治卷

责任编辑：丁 渝
封面设计：杜晓莉

ISBN 978-7-5403-1404-0



9 787540 314040 >

定价：25.00元

高考  2009

JUESHENG WENZONG

决胜文综

政治卷

苏顺勇 编著

湖北长江出版集团
崇文书局

图书在版编目(CIP)数据

决胜文综·政治卷 / 苏顺勇编著. — 武汉: 崇文书局,
2008.10

ISBN 978-7-5403-1404-0

I. 决… II. 苏… III. 政治课 - 高中 - 升学参考资料
IV. G634.303

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 146524 号

决胜文综·政治卷

编 著: © 苏顺勇

责任编辑: 丁 渝

封面设计: 杜晓莉

出版发行: 崇文书局

(武汉市武昌雄楚大街 268 号 B 座 430070 027-87679710)

印 刷: 荆州市翔羚印刷有限公司

(湖北省荆州市北京东路111号 434000 0716-8325988)

经 销: 新华书店

开 本: 787 × 1092 1/16

印 张: 15

版 次: 2008 年 10 月第 1 版

印 次: 2008 年 10 月第 1 次印刷

字 数: 320 千字

印 数: 00001-10000 册

定 价: 25.00 元

ISBN 978-7-5403-1404-0

目 录

高一·经济常识

一、整体感知	1
二、学科思想	1

专题一 经济理论

考点精析	3
一、商品理论	3
二、货币理论	6
三、价值规律理论	8
四、(市场) 经济体制理论	9
五、经济制度理论	12
网络建构 [15] 答题点窍 [16] 走进高考 [18]	
求真训练	22

专题二 企业、经营者和三大产业 (社会生产活动)

考点精析	26
一、市场主体理论	26
二、三大产业理论	30
三、劳动和社会保障理论	34
网络建构 [36] 答题点窍 [36] 走进高考 [37]	
求真训练	42

专题三 财政、税收和金融 (国家的宏观经济政策)

考点精析	50
一、国民收入与财政理论	50
二、税收理论	52
三、金融理论	54
网络建构 [59] 答题点窍 [59] 走进高考 [60]	
求真训练	63

专题四 商品服务市场和家庭消费 (交换和消费活动)

考点精析	66
一、交换理论	66
二、消费理论	67
网络建构 [70] 答题点窍 [70] 走进高考 [73]	
求真训练	74

专题五 对外经济关系

考点精析	77
一、全球化理论	77
二、对外贸易理论	80
网络建构 [84] 答题点窍 [85] 走进高考 [85]	
求真训练	88

高二·哲学常识

一、知识概要	93
二、整体感知	93
三、学科思想	93
四、知识脉络	94
考试指导	94

专题一 辩证唯物论

考纲解读	96
复习提要	96
考点精析	96
一、马克思主义哲学是科学的世界观和方法论	96
二、世界是客观存在的物质世界	96
三、人的意识是对客观存在的反映	97
四、物质和意识的辩证关系	99
五、客观规律性和人的主观能动性的辩证关系	100
网络建构 [102] 答题点窍 [102] 走进高考 [102]	
求真训练	105

专题二 唯物辩证法

考纲解读	108
复习提要	108
考点精析	108

一、联系地看问题	108
二、发展地看问题	111
三、全面地看问题——坚持矛盾分析方法	115
网络建构 [121] 答题点窍 [122] 走进高考 [122]	
求真训练	129

专题三 辩证唯物主义认识论

考纲解读	135
复习提要	135
考点精析	135
一、正确发挥主观能动性	135
二、认识是不断发展的	135
三、实践的观点是辩证唯物主义认识论首要的和基本的观点	137
网络建构 [139] 答题点窍 [140] 走进高考 [140]	
求真训练	143

专题四 人生观 价值观 (历史唯物主义)

考纲解读	147
考点精析	147
一、社会存在与社会意识	147
二、树立正确的价值观	147
三、树立科学的人生价值观	149
四、社会实践	151
网络建构 [152] 答题点窍 [152] 走进高考 [153]	
求真训练	156

高三·政治常识

一、整体感知	160
二、学科思想	160
三、主干梳理	160

专题一 我国的国家制度

考纲解读	162
考点精析	162
一、国家性质即国体	162
二、国家职能	163
三、国家政权组织形式	165
四、国家结构形式	166

五、国家机构	168
六、我国公民与国家的关系	170
网络建构 [174] 答题点窍 [174] 走进高考 [175]	
求真训练	182

专题二 我国的政党和政党制度

考纲解读	187
考点精析	187
一、政党与政权	188
二、中国共产党的性质和地位	189
三、加强党的领导,改善党的领导	190
网络建构 [193] 答题点窍 [193] 走进高考 [194]	
求真训练	196

专题三 我国的民族和宗教

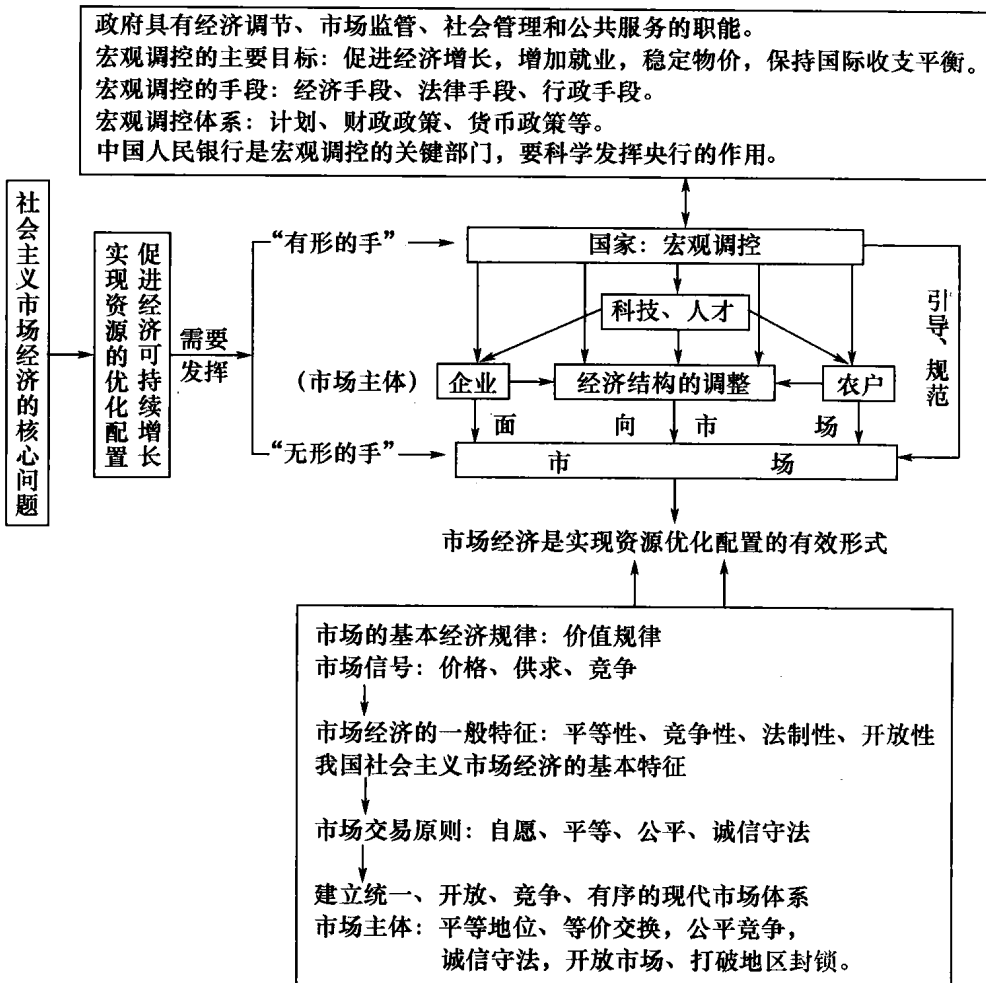
考纲解读	200
考点精析	200
一、我国是统一的多民族国家	200
二、我国的宗教政策	202
网络建构 [204] 答题点窍 [204] 走进高考 [206]	
求真训练	209

专题四 国际社会和我国的对外政策

考纲解读	212
考点精析	212
一、当代国际社会	212
二、当今时代的主题	215
三、我国的对外政策	216
网络建构 [217] 答题点窍 [218] 知识整合 [219] 走进高考 [221]	
求真训练	224
“求真训练” 参考答案	228

高一·经济常识

一、整体感知



二、学科思想

1. “一个核心”——资源的优化配置和经济效益的提高

(1) 资源稀缺与人的需求的不断发展是经济生活中的主要矛盾。经济效益是一切经济活动的根本出发点。要提高经济效益，促进经济发展，最根本的就是实现资源优化配置。因此，分析经济现象，思考经济问题，都必须着眼于经济效益的提高，从实现资源的优化配置入手。

(2) 要树立资源意识。要注意在市场经济条件下，在知识经济时代，资源的表现形式是多种多样的，除了传统的土地、资金、生产资料之外，技术、信息、文化、旅游等都是资源。中央明确提出“人才资源是第一资源”的科学论断，优化人才资源配置是优化资源配置

的关键性的方面。

2. “两种机制”——市场调节和宏观调控

资源优化配置的要求或表现：一是实现供求平衡（就全国而言，要实现总量平衡）；一是资源向优势生产者（企业和农户）集中。这就必须合理利用市场调节和宏观调控两种机制。

（1）充分发挥市场调节的基础性作用。

（2）搞好国家宏观调控：①经济手段②法律手段③行政手段

（3）具体分析时，要根据试题要求，分清行为主体，分别进行回答，如企业（农户）应该怎么做，政府部门应该怎么做，等等。

①微观主体：生产者（企业、农户等）、经营者、消费者、劳动者、投资人、纳税人等。

②宏观主体：政府。

3. “三种动力”——科技、改革、开放和“三个协调”

实现资源优化配置，提高经济效益，促进经济和社会的发展，必须充分利用科技创新、深化改革和扩大开放三种发展动力。必须实现速度、质量、效益相协调；消费、投资、出口相协调；人口、资源、环境相协调，真正做到又好又快发展。

（1）科技创新

宏观（国家）：完善国家创新体系，建设创新型国家。

微观（企业）：采用先进科技，加大技术改造力度等。

（2）深化改革

体制创新：完善社会主义市场经济体制诸内容。

制度创新：所有制结构、分配制度、社会保障制度等。

管理创新：企业内部管理——建立现代企业制度，完善法人治理结构等。

（3）扩大开放

完善涉外经济体制，坚持引进来与走出去相结合，提高对外开放水平。面向国际市场，利用国际资源。

4. “四个环节”——生产、分配、交换和消费

（1）生产：调整产业结构、产品结构等。

（2）分配：分配激励机制、财政税收等。

（3）交换：市场体系健全、市场法规建设、扩大进出口贸易等。

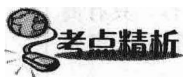
（4）消费：启动消费，扩大内需。

5. “五个统筹”——统筹城乡发展、统筹区域发展、统筹经济社会发展、统筹人与自然和谐发展、统筹国内发展和对外开放

6. “六个必须”——必须深刻认识又好又快发展是全面落实科学发展观的本质要求；必须坚持把“三农”问题放在经济社会发展全局的突出位置；必须在结构优化中促进总量平衡；必须把促进国际收支平衡作为保持宏观经济稳定的重要任务；必须不断强化企业激励机制和约束机制；必须坚持促进经济社会协调发展

7. “十大意识”——科技意识、资源意识、市场意识、“两只手”意识、竞争意识、全球意识、科学发展观意识、改革意识、效益意识、结构调整意识

专题一 经济理论



一、商品理论

1. 商品的含义：商品是用于交换的劳动产品。

(1) 要把握两个条件：一是商品必须是劳动产品，非劳动产品不是商品；二是劳动产品必须用于交换才是商品，用于自己消费就不是商品。

误区警示：①“用于交换”应该是“准备进行交换”（生产领域）或“正在进行交换”（流通领域）。如：张三买了一支钢笔作为礼物送给了好友李四，这支钢笔就经历了从商品到非商品的身份转变，买笔时“正在进行交换”是商品，交换结束后送给好友时，交换行为终止，就不再是商品。

②商品既包括有形商品，也包括无形商品。在市场经济条件下，知识、技术、信息、服务等也具有使用价值和价值，也是商品。

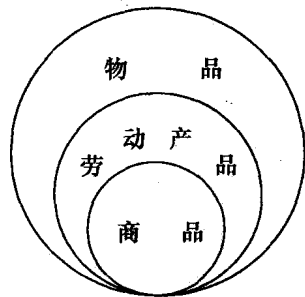
③正确认识非劳动产品的商品化：非劳动产品的商品化是指把非劳动产品诸如自然资源开采权、姓名使用权、名誉、良心等等，当作商品来交换。不过，非劳动产品并没有因此而成为真的商品。非劳动产品的商品化，有的是积极的，如自然资源开采权、历史名人姓名使用权的出让；有的是消极的，如权力、官职、良心的买卖，必须区别对待。

(2) 要通过与其他劳动产品相比较来深化理解商品和其他劳动产品的区别和联系：

比较	商品	其他劳动产品
区别	用于交换	不用于交换
	有价值	没有价值
	是个历史范畴	是人类社会永恒的范畴
联系	都是劳动产品；都有使用价值；在一定条件下可以转化（交换）	

(3) 要弄清物品、劳动产品、商品三者的关系：

物品的外延最大，既包括劳动产品，也包括非劳动产品的自然物；劳动产品有的是满足自己的需要，有的是用于交换；用于交换的劳动产品才是商品。如右图所示。



2. 商品经济的含义：商品生产和商品交换的总和就是商品经济。

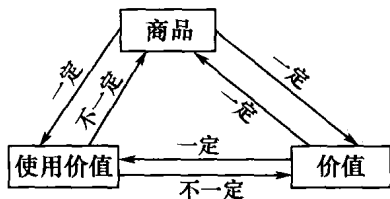
误区警示：①商品经济作为一种经济形态，包括商品的生产 and 商品的交换两个方面，其中先有商品交换后有商品生产。②商品、商品经济出现的根本原因是生产力的发展。③商品、商品经济只与人类社会一定的历史发展阶段相联系，是一种历史现象。

3. 商品的基本属性

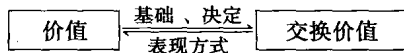
商品的基本属性		商品的使用价值	价值
区别	含义	是商品能满足人们某种需要的属性。	是凝结在商品中无差别的人类劳动。
	本质	商品的自然属性,反映了人与自然的关系,体现了生产力的发展水平。	商品的社会属性,反映了人与人的社会关系,体现了生产关系。
	属性特征	是商品与有用物品共有的属性,不是商品的本质属性,有使用价值的东西不一定是商品。	是商品特有的、本质的属性,只有商品才有价值,有价值的东西一定是商品。
	质与量的特点	不同商品的使用价值有着质的不同,不能在量上比较大小。	不同商品的价值无质的差别,能在量上比较大小。
	在商品交换中的作用	不同商品有不同的使用价值,能满足人们不同的需要,是商品要交换的原因。	不同的商品都有价值,能以价值为基础实行等价交换,是商品能交换的原因,是商品交换的根据和基础。
	产生原因	是由具体劳动创造的,不同的具体劳动创造出不同的使用价值。	无差别的人类劳动即抽象劳动形成商品的价值。
联系	归属	最终归消费者所有。	最终归生产者、经营者所有。
	统一性	商品是使用价值和价值的统一体,二者缺一不可。使用价值是价值的物质承担者,价值是商品的本质属性。	
	对立性	使用价值和价值必须分离,不可兼得。生产经营者要得到价值就必须让渡使用价值,消费者要得到使用价值就必须转让价值。	

知识拓展: ①使用价值是价值的物质承担者,成功让渡使用价值是实现商品价值的前提。因此,商品竞争首先是使用价值的竞争。为此,商品生产者必须以市场为导向,生产适销对路的产品,并高度重视质量,增强服务意识。否则,产品不适应市场需求,质量低劣,必然会导致严重积压,效益下降;从价值方面展开竞争,主要表现为价格竞争,因为,价格是价值的货币表现。为此,商品生产者必须改进生产技术,改善经营管理,提高劳动生产率,以降低成本,从而使商品在市场竞争中获得价格优势,以提高市场占有率。

②商品、使用价值和价值的关系图示:



③价值和交换价值的关系图示:



误区警示: ①废品是不是商品: a. 废品相对其原有性能,已不再具有使用价值,从这个意义上讲,废品不是商品。b. 许多废品可以卖给收购站,仍可用于交换,这是因为废品还具有其他方面的使用价值,从此意义上看,它还是商品,但已不是原有性能的商品。

②价值是使用价值的基础,使用价值是价值的表现形式。(×。商品的使用价值是能满足人们某种需要的属性,商品有什么用途是由其自身物理、化学、生物等性质决定的,而不是由价值决定的。比如,一元钱的面包能吃绝不是因为它值一元钱。价值是通过交换价值表现出来的,而不能由使用价值表现,就像面包的价值不能通过“能吃”来表现一样。价值是交换价值的基础,交换价值是价值的表现形式。不能将使用价值与交换价值混淆。)

③商品的使用价值通常表现为商品的质量、花色、品种、性能等。

4. 商品的价值量

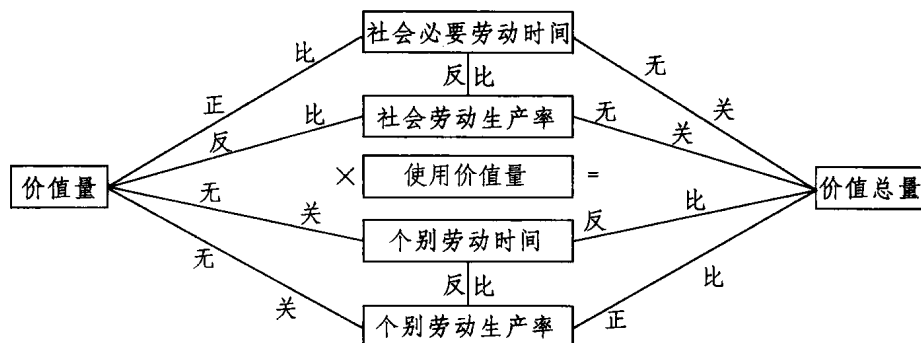
(1) 弄清三组概念：

①商品的价值量和商品的价值总量：前者是指商品价值的大小。它通常是指单位商品的价值量。后者是指某一部门或某一商品生产者在一定时间内所生产的商品的价值量的总和。它等于商品的数量与单位商品价值量的乘积。

②社会必要劳动时间和个别劳动时间：前者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。后者是指生产同一商品的不同生产者各自所耗费的劳动时间。由于每个生产者的条件不同，其个别劳动时间也不同。

③社会劳动生产率和个别劳动生产率：前者是指某部门或整个行业的劳动效率。后者是指某一单位、企业或某一商品生产者的劳动效率。

(2) 明确六组关系，如图所示：



①劳动生产率和劳动时间成反比关系：劳动时间随劳动生产率的变化而变化，劳动生产率提高，劳动时间就缩短，反之，则延长。

②商品的价值量和社会必要劳动时间成正比、和社会劳动生产率成反比关系：商品的价值量由社会必要劳动时间决定，生产某种商品所耗费的社会必要劳动时间越多，其价值量就越大，反之，则越小。社会必要劳动时间随社会劳动生产率的变化而变化，生产某种商品的社会劳动生产率越高，所耗费的社会必要劳动时间越少，商品的价值量也就越小，反之，则越大。所以，商品的价值量和社会必要劳动时间成正比，和社会劳动生产率成反比。

③商品的价值量和个别劳动时间、个别劳动生产率无关：商品的价值量和个别劳动时间、个别劳动生产率都无关，因为商品的价值量是由社会必要劳动时间决定的。

④商品的价值总量和社会劳动生产率无关：社会劳动生产率无论如何变化，同一劳动在同一时间内所创造的价值总量是不变的。因为生产某种商品的社会劳动生产率越高，生产单位商品所耗费的社会必要劳动时间就越少，那么在单位时间内所生产的商品数量就越多，而单位商品的价值量则随着社会劳动生产率的提高而降低，这样二者的乘积即价值总量没有变化。

⑤商品的价值总量和个别劳动生产率成正比关系：个别劳动生产率与同一时间创造的商品的价值总量成正比。因为个别劳动生产率提高，说明商品生产者在同一时间内创造的商品数量增加。由于社会必要劳动时间不变，单位商品价值量不变，故商品的价值总量增多。

⑥劳动生产率和商品使用价值成正比关系：劳动生产率提高，生产单位产品的时间就越少，在同一时间内生产的产品数量就增多，使用价值也就增大，所以劳动生产率同商品的使

用价值量成正比。

误区警示：①社会必要劳动时间不等于几个厂家或几个商品生产者的平均劳动时间，而是在全社会范围内相同的部门绝大多数生产者生产某种商品的劳动时间。

②使用价值是价值的基础，价值量是由使用价值决定的。（×。使用价值是价值的物质承担者，价值量是由社会必要劳动时间决定的。）

③个别劳动生产率高于社会劳动生产率，商品生产者不一定盈利。（√。因为商品生产者是否盈利，取决于生产商品的成本与商品价格的比较关系：价格高于成本盈利，反之，亏本。而商品的价格又受供求关系的影响，当供求平衡时，价格与价值相符，盈利；当供过于求时，价格低于价值，不一定盈利；当供不应求时，价格高于价值，即使个别劳动生产率低于社会劳动生产率，也可能盈利。）

思维拓展：正确理解提高劳动生产率的意义：①个别劳动生产率提高，在竞争中可获得额外收益，处于有利地位。可见，个别劳动生产率的高低直接影响着商品生产者的盈亏状况；另外，个别劳动生产率普遍提高后，有利于促进社会劳动生产率的提高。②社会劳动生产率提高后，单位商品的价值量降低了，价格随之下跌，同时创造的使用价值量增加。这样有利于人们购买到更多物美价廉的商品，更好地满足人们的物质文化生活需要。

中观成线：商品的价值量（由社会必要劳动时间决定，与社会劳动生产率成反比，与个别劳动时间和个别劳动生产率无关）

二、货币理论

1. 商品交换的发展

①偶然的物物交换→（次数增多，交换频繁）②扩大的物物交换→（出现一般等价物）③一般等价物的交换→（出现了货币）④商品流通：以货币为媒介的商品交换。

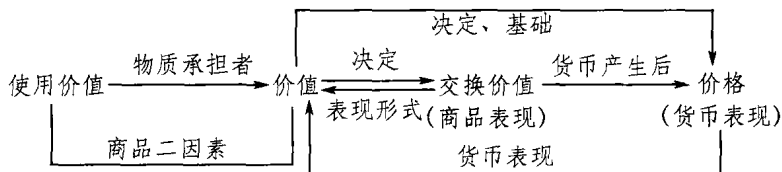
2. 货币的本质：一般等价物。货币是从商品中分离出来固定地充当一般等价物的商品。

3. 货币的职能：货币本质的表现，是货币在人们的经济生活中所起的作用。

（1）基本职能：货币产生时就具有的职能。

①价值尺度：就是以货币作为尺度来表现和衡量其他一切商品价值的大小。

误区警示：a. 原因：货币也是商品，也有价值。b. 不需要现实的货币，只是观念上或想像中的货币而已。c. 商品的使用价值、价值、交换价值、价格的内在联系：



②流通手段或购买手段：货币充当商品交换的媒介。

误区警示：a. 不能是观念上的货币，必须是实实在在而又足值的货币（现实的货币）。b. 商品流通（商品—货币—商品）≠商品交换（商品—商品），商品流通是以货币为媒介的商品交换。商品交换是商品交换的形式，商品流通是货币职能。

（2）衍生职能：

①贮藏手段：必须是实实在在而又足值的货币。

误区警示：只有金银铸币或金银条块才能执行这一职能，金银饰品、纸币（人民币）均不能。

②支付手段：被用来清偿债务或支付赋税、租金、工资等。

误区警示：货币的支付手段（在时空上是分离的，延期或提前） $\neq$ 货币的支付行为（流通手段，在同一时间完成，一手交钱一手交货）

③世界货币。

4. 纸币的产生与本质

(1) 纸币是国家或某些地区发行的强制使用的**货币符号**（纸币的本质）。如：港币、台币、欧元。

(2) 纸币本身无价值，不能执行价值尺度和贮藏手段的职能，只能代替金属货币执行流通手段或支付手段的职能。

(3) 纸币的发行遵循货币发行规律。

流通中所需要的货币量 = $\frac{\text{商品的价格总额} (\text{待售商品数量} \times \text{商品的价格水平})}{\text{货币流通次数}}$

(4) 人民币是我国法定的货币，人民币的发行权集中于国家，国家授权中国人民银行总行负责发行，国家有权发行纸币，有权决定纸币的面值，但却不能规定纸币的购买力，不可以任意发行任何数量的纸币。

请注意：纪念币是由国家发行的具有一定价值的金银纪念币。一方面，这种纪念币可以作为货币在市场上自由流通；另一方面，它也可以作为具有纪念意义的货币储存。因此，纪念币具有价值和使用价值，具有货币的基本职能，可以在市场上流通。它绝对不能等同于纸币。

5. 通货膨胀与通货紧缩

比较		通货膨胀	通货紧缩
区别	含义不同	纸币发行量超过流通中所需数量，从而引起纸币贬值、物价上涨的经济现象。	物价总水平在较长时间内持续下降的经济现象。
	表现不同	物价上涨，经济过热。	物价低迷，经济萎缩。
	成因不同	社会总需求大于社会总供给，货币的发行量超过了流通中实际需要的货币量。	社会总需求小于社会总供给，货币的发行量少于流通中实际需要的货币量。
	危害性不同	直接使纸币贬值，如果居民的收入没变，生活水平就会下降，造成社会经济秩序混乱。	物价下降，在一定程度上对居民有好处，但从长远看会严重影响投资者的信心和居民的消费心理，导致恶性价格竞争，对经济的长远发展和人民的长远利益不利。
	治理措施不同	最根本的是发展生产力，增加有效供给；要控制货币供应量信贷规模，实行适度从紧和量入为出的财政货币政策；控制固定资产规模，抑制消费基金过快增长。	要综合运用投资、消费、出口等措施，拉动经济增长，实行稳健的货币政策、积极的财政政策、正确的消费政策，坚持扩大内需的方针。
联系		①二者都是由社会总需求与社会总供给不平衡造成的。 ②二者都会影响正常的经济生活和社会经济秩序。	

6. 商品、货币与纸币

		商品	货币	纸币
区别	表现形式	多种多样	金、银	纸
	产生时间	先	后	最后
	本质	价值	一般等价物	货币符号
	是否有价值	有	有	无
联系	货币是商品交换发展到一定阶段的产物，纸币的发行要以流通中实际需要的货币量为限度。			

三、价值规律理论

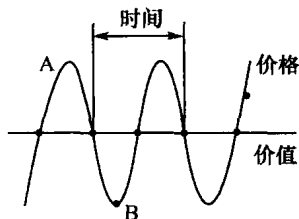
1. 价值规律的基本内容及表现形式

①价值规律的基本内容：（在生产领域）商品的价值量是由生产商品的社会必要劳动时间决定的，即“价值决定”；（在交换领域）商品交换以价值量为基础实行等价交换，即“等价原则”。

误区警示：价值规律是商品生产和商品交换的客观经济规律，对生产者而言，要靠科技创新，提高劳动生产率，降低成本，面向市场，重视质量，增强服务意识；对于经营者而言，要遵守市场交易原则，诚实守信。

②价值规律的表现形式：价格围绕价值上下波动。（如右图）

误区警示：“围绕价值”是因为价值决定价格，价值是价格的基础；“上下波动”是因为价格受供求关系的影响（供求不平衡）；价格与供求的双向制约。



③等价交换原则：是指交换双方商品的价值量相等。货币出现后，是指价格与价值相符。

误区警示：①等价交换的实现方式是通过价格围绕价值上下波动即在动态中实现的。商品交换经常是在“不等价”中进行的，等价交换只存在于交换的平均数中，不存在于每一场合，等价交换是作为一种趋势在贯彻。

②等价交换只适用于经济活动中。要严格防止把经济活动中的等价交换原则引入政治生活和国家机关的政务活动，也不能作为人们一切行为活动的准则。

③实行等价交换的意义：只有实行等价交换才能促使商品生产和商品交换正常进行；才能维护各个商品生产者和消费者的利益；才能形成平等的竞争环境，使商品生产者在竞争中优胜劣汰。

2. 价值规律的作用

①调节作用：调节生产资料和劳动力在各生产部门的分配（“棒子”的作用）→要求树立市场意识。

②激励作用：刺激商品生产者改进生产技术，改善经营管理，提高劳动生产率（“鞭子”的作用）→要求树立科技意识和管理意识。

③分化作用：促使商品生产者在竞争中优胜劣汰（“筛子”的作用）→要求树立竞争意识。

误区警示：①价值规律的三个作用集中到一点就是促使资源的优化配置和经济效益的提高。其中，调节作用是在全社会不同生产部门之间的资源配置；激励作用是在企业内部资源配置和企业经济效益的提高；分化作用是在企业之间的资源配置。

②如何运用价值规律，发挥价值规律的作用？对国家而言，就是要在制定经济计划、经济政策时，充分尊重和严格遵循价值规律；对商品生产者而言，就是要使自己的生产经营活动符合价值规律的要求。从发挥价值规律三个方面的作用来看，有以下几点：第一，商品生产者要以市场为导向，生产适销对路的商品。国家调整和优化产业结构，要坚持以市场为导向的原则。这体现了价值规律的第一个作用。第二，商品生产者要不断更新技术设备，采用先进生产工艺，增加产品的科技含量；不断加强管理制度的创新，提高管理水平。这体现了价值规律的第二个作用。第三，建立和完善劣势企业退市机制，规范企业的破产、兼并等，以促进企业结构和产业结构调整。这体现了价值规律的第三个作用。

3. 价格的基础、形成及对价格的影响因素

①价格的基础是价值，即包含在商品中的社会必要劳动时间。

②价格是价值的货币表现，价格是由价值决定的。

③在商品经济中，价格的形成主要是由市场形成的，以市场竞争为条件，由商品生产者自行定价，定价的重要依据是供求关系。

④价格的影响因素：供求关系的影响；币值的影响（当商品价值不变，货币价值上升，则商品价格下降；货币价值下降，则商品价格上升）；纸币发行量的影响；国家政策的影响（国家为了实现某些经济目的，可以把物价作为宏观调控的手段，引起商品价格的变动）；人们的购买心理等。

误区警示：①价值决定价格，价格受供求关系的影响围绕价值上下波动，不能理解为供求关系决定价格。

②买方市场：市场上的商品供过于求，市场主动权掌握在买方手里的市场形势——卖卖竞争导致价格下降。

卖方市场：市场上的商品供不应求，市场主动权掌握在卖方手里的市场形势——买买竞争导致价格上涨。

③关于价格联盟：统一市场卖价。违背价值规律，是一种反对市场竞争的垄断行为，导致企业不思进取；违反了市场经济的平等性和市场交易的公平原则，损害了消费者的合法权益。

④一些文物、名画、珍贵邮票严重背离原有的价值，原因在于这些东西的价格上涨不会促进这些商品扩大生产，增加供应量，不能反过来抑制价格上涨。

中观连线：价格的有关知识 [基础（价值）、决定（价值）、形成（市场）、影响（供求等）]

四、（市场）经济体制理论

1. 市场配置资源的基础地位

（1）资源、资源配置和资源配置方式

①资源：物质资料生产必须具备的基本生产要素。如：劳动力、技术、信息等。

②资源配置：人们为了满足自己多方面的需要，对社会可利用的有限资源进行一定的安排。在人类社会的发展过程中，人们总是争取使有限的资源得到充分合理的利用，以最大限度地满足自己生存和发展的需要。

③资源配置方式：指人们在配置资源时采取的手段、方式，计划和市场是两种调节手段。在一种经济体制下，某一种手段的作用是主要的，另一种就是次要的，计划和市场这两种调节手段可以并存。