

根据人教社新版高中课本编写

DAO XUE / CHUANG XIN

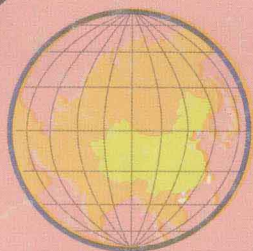
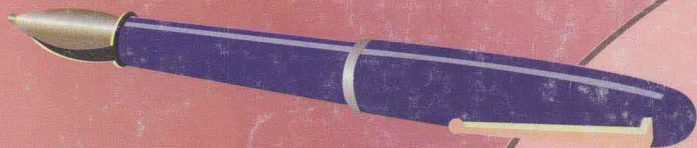
导学·创新

高一政治

导、析、练 上册

江苏省苏州、无锡、常州、镇江教委教研室联合编写组 编

本册主编 朱志平



沈阳出版社

导学·创新

高一 **政治** 导、析、练

上册

江苏省苏州、无锡、常州、镇江、扬州教委教研室联合编写组 编

本册主编 朱志平

沈 阳 出 版 社

图书在版编目(CIP)数据

导学·创新 高一政治导、析、练(上)/朱志平主编. —沈阳: 沈阳出版社, 2000.8
ISBN 7-5441-1433-3

I. 导… II. 朱… III. 政治课—高中—教学参考资料 IV. G634

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 39056 号

沈阳出版社出版发行

(沈阳市沈河区南翰林路 10 号 邮政编码 110011)

宜兴市第二印刷厂印刷 新华书店经销

开本: 787×1092 毫米 1/16 字数: 180 千字 印张: 8.75

印数: 10101—26090 册

2000 年 7 月第 1 版

2001 年 7 月第 2 次印刷

责任编辑: 庄 平 刘禾森

责任校对: 吴 慧

封面设计: 晓 庄

版式设计: 孙美玉

定价: 9.00 元

丛 书 顾 问 汪鹤鸣

丛 书 主 编 (按姓氏笔划为序)

丁伟明 孙 彪 陈国俊 杨裕前
张维元 辜伟节

丛书编委会 (按姓氏笔划为序)

丁伟明 王 震 王玉军 孙 彪
朱志平 庄 平 陈国俊 杨裕前
张维元 辜伟节 陶德宏 顾晓白
高 伟

丛 书 审 定 黄成稳 高存明 亚 岚 白 飞
明 都 静 玉 桂 元 吴重远

本 册 主 编 朱志平

编 者 (按姓氏笔划为序)

陆政华 张璧君 徐惠仁 黄荣平
龚国胜

编者语

根据教育部的部署,江苏、辽宁、山西、浙江、山东、天津等全国九个省的高中一年级学生将从2000年秋季起使用人民教育出版社出版的各科新版教材,新教材形式新颖、内容丰富,较原教材有较大的增删,增添了许多符合时代潮流、符合学生实际的内容,对于培养学生创新精神和实践能力有较大帮助。

为了帮助广大高一学生进一步理解新教材的内容,拓展思维,适应未来高考科目的设置改革的要求,我们在江苏省苏州、无锡、常州、镇江等市的教委、教研室及教育学者、教育专家的大力支持和协助下,拟定了这套高中新版教材《导学·创新》丛书。

我们特地组织了中等教育最发达,高考成绩在全国名列前茅的苏州、无锡、常州、镇江等市的特级、高级教师参与丛书的编写。这些特级、高级教师们不仅了解教材、钻研教材,更了解学生,懂得学生,因为他们是实践者。他们将多年积累的教学实践经验,按照国家教育体制由“应试教育”向“素质教育”转变的要求,全新奉献、汇集在本套丛书中。本套丛书我们还特地聘请了在人民教育出版社工作的黄成稳等几位老师帮助我们审定,在此向他们表示深深的感谢!

该丛书有两大突出特点:一是“导学”,帮助学生进一步理解新教材的知识结构、重点、难点和疑点、弥补知识的缺漏。学生掌握必要的学习方法,引导学生由已知知识去探求未知知识;二是“创新”,注重设置情境问题,扩大背景知识,引导学生自己“悟”道理,恰当把握学科之间相关知识的联系,将所学的知识融会贯通,培养学生综合运用知识的创新意识和能力,体现基本的科学精神和人文精神。

导学·创新——是跨世纪的丛书

——是学生的良师益友

——它教你在素质教育体制下怎样去学,怎样去考,怎样去适应社会。

丛书编写委员会

2001.5

目 录

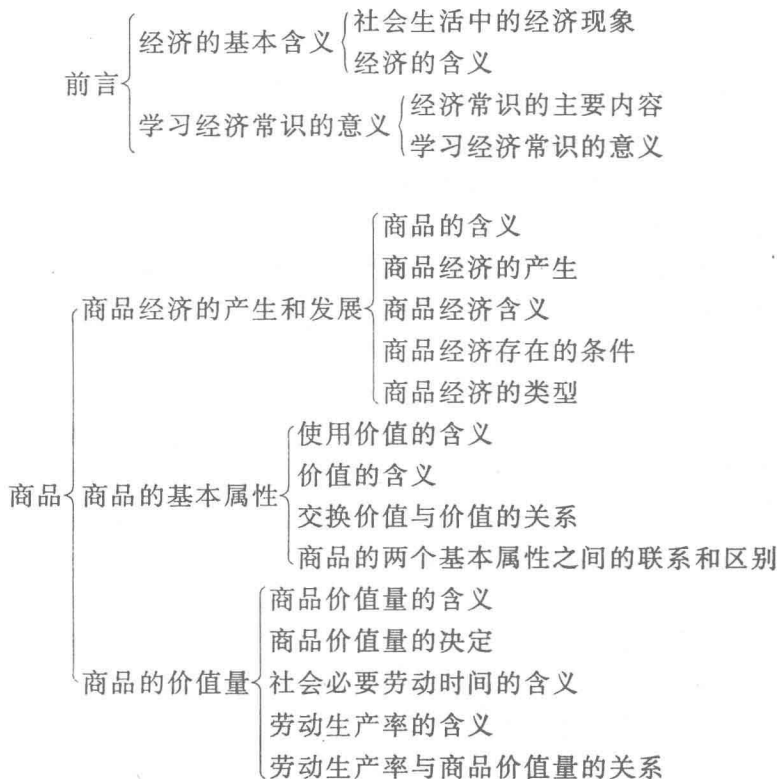
第一课 商品和商品经济	(1)
第一节 商品	(1)
一、知识结构图表	(1)
二、重点难点导学	(1)
三、经典试题例析	(3)
四、基础训练与创新能力培养	(5)
第二节 货币	(12)
一、知识结构图表	(12)
二、重点难点导学	(12)
三、经典试题例析	(13)
四、基础训练与创新能力培养	(15)
第三节 价值规律	(19)
一、知识结构图表	(19)
二、重点难点导学	(19)
三、经典试题例析	(20)
四、基础训练与创新能力培养	(22)
第二课 社会主义初级阶段的经济制度和社会主义市场经济	(28)
第一节 社会主义初级阶段的经济制度	(28)
一、知识结构图表	(28)
二、重点难点导学	(28)
三、经典试题例析	(31)
四、基础训练与创新能力培养	(32)
第二节 社会主义市场经济的基本特征	(39)
一、知识结构图表	(39)
二、重点难点导学	(39)
三、经典试题例析	(41)
四、基础训练与创新能力培养	(44)
期中测试题	(51)
第三课 企业和经营者	(57)
第一节 企业是市场的主体	(57)
一、知识结构图表	(57)
二、重点难点导学	(58)
三、经典试题例析	(60)
四、基础训练与创新能力培养	(62)

第二节 企业的经营者	(70)
一、知识结构图表	(70)
二、重点难点导学	(70)
三、经典试题例析	(71)
四、基础训练与创新能力培养	(73)
第四课 产业和劳动者	(79)
第一节 三大产业	(79)
一、知识结构图表	(79)
二、重点难点导学	(79)
三、经典试题例析	(82)
四、基础训练与创新能力培养	(84)
第二节 劳动者的权利和义务	(94)
一、知识结构图表	(94)
二、重点难点导学	(94)
三、经典试题例析	(98)
四、基础训练与创新能力培养	(99)
期末测试题	(108)
参考答案	(115)

第一课 商品和商品经济

第一节 商 品

【知识结构图表】



【重点难点导学】

1. 商品经济产生的条件和商品经济存在的条件

商品经济产生的条件是社会分工和私有制,这里的分工特指第一、第二两次社会大分工,特别是第二次社会大分工。商品经济存在的条件是社会分工和存在不同的经济利益,这里的分工是指行业与行业、部门与部门之间及行业内部、部门内部的具体分工;在私有制条件下和社会主义条件下,生产者都有不同的经济利益。

2. 商品的基本属性

(1) 注意商品的两种属性、两个基本属性、两个因素的提法。作为属性可以是表象的,也可以是本质的;而作为基本属性、因素,则必须是内在的、本质的。所以商品的两种属性可以是使用价值和价值,也可以是使用价值和交换价值,还可以是使用价值和价格,但商品的两个基本属性或两个因素必须是使用价值和价值。

(2) 注意商品的使用价值和价值关系。

区别：

①使用价值是商品能满足人们某种需要的属性；价值是凝结在商品中的无差别的人类劳动。

②使用价值反映了人与物之间的关系，是商品的自然属性；价值反映了人与人之间的社会关系，是商品的社会属性。

③使用价值是一切有用物品的属性；价值只是商品的特有属性。

④使用价值不同决定了不同生产者需要交换商品；价值是商品交换的基础，决定商品交换的比例。

联系：

①商品是二者的统一体。

商品具有使用价值，同时还具有价值，二者密切联系、不可分割。作为商品的使用价值不能离开价值，它的价值也不能离开使用价值，只能是使用价值和价值的统一。

②使用价值是商品价值的物质承担者。

作为商品，它的价值不能离开使用价值。因为价值不能独立存在，它必须依附在使用价值上，如果一个物品没有使用价值，无人购买，不能交换，也不会具有价值。使用价值是价值的物质承担者。

③商品生产者让渡使用价值，才能获得价值。

使用价值与价值是统一的，又是对立的。对于商品生产者来说，商品的实际意义在于价值，即为了价值而生产使用价值。生产者为了实现商品的价值必须让渡使用价值。对于商品的购买者来说，商品的实际意义在于使用价值，商品购买者要获得商品的使用价值就必须支付价值。可见，无论是卖者还是买者，不能兼得同一种商品的使用价值和价值。这就是使用价值和价值的矛盾。

(3) 如果不同一种物品是否是商品，就一般意义上说，使用价值和价值的关系可以这样说：有使用价值的东西，不一定有价值；有价值的东西，一定有使用价值。

(4) 关于商品的物美价廉，要清楚，物美价廉是商品使用价值和交换价值或使用价值与价格的最佳结合点，而不能说它是商品使用价值与价值的最佳结合点。可以说它是商品使用价值与价值的反映，因为商品的价值不能自我表现，只能通过另一种商品来表现（表示为交换价值）或通过货币来表现（表示为价格）。

3. 商品是一个“天生的平等派”

(1) 商品的价值是由社会必要劳动量决定，而衡量劳动量的天然尺度是劳动时间，所以商品价值量是由生产这种商品所耗费的劳动时间决定的。这里的劳动时间不是个别劳动时间，而是社会必要劳动时间。如果是由个别劳动时间决定，那么，同一时间、同一市场上的同样质量的商品就会有許多不同的价值量，商品交换就无法进行，就会出现鼓励“少慢差费”，挫伤、打击“多快好省”，不利于社会生产。

(2) 商品交换必须遵循等价交换的原则。

正是由于商品的价值量是由社会必要劳动时间决定的，而不是由个别劳动时间决定的，所以，不管个别生产者耗费的劳动时间多么不同，在市场上出卖商品时，只能按照社会必要劳动时间决定的价值量进行交换。即同样的商品卖同样的价钱，它们的价值量是相等的。

4. 劳动生产率与商品价值量的关系

(1) 劳动生产率有个别劳动生产率和社会劳动生产率之分。

个别劳动生产率是指某单位、某商品生产者生产某种商品的劳动生产率。

社会劳动生产率是指某一部门、某一行业生产某种商品的劳动生产率。

(2) 个别劳动生产率不决定商品价值量,但可以改变个别劳动时间,改变同一时间内创造的价值总量。个别劳动生产率的提高,意味着同一时间内创造的商品数量的增加,这样商品的价值总量就增加了。在生产中,谁的个别劳动生产率越高,在交换中获利就越多;反之,获利就越小,甚至亏本。因此,个别劳动生产率会影响商品生产者的命运。

(3) 社会劳动生产率的提高又总是从个别劳动生产率的提高开始的。

社会劳动生产率的提高不是无缘无故的,它依赖于每个企业劳动生产率的提高。虽然个别劳动生产率的提高不改变社会劳动生产率,但是,随着个别劳动生产率的普遍提高,社会劳动生产率也相应提高。可见,社会劳动生产率的提高与个别劳动生产率的提高并不是无关的。

(4) 社会劳动生产率与商品的价值量成反比例关系。

商品的价值量是由生产商品的社会必要劳动时间决定的。社会劳动生产率越高,单位商品生产中所耗费的社会必要劳动时间就越少,单位商品的价值量就越小。反之,社会劳动生产率越低,单位商品的价值量就越大。商品的价值量是同社会劳动生产率成反比例的。

(5) 社会劳动生产率的提高,不会改变同一时间内同一劳动创造的价值总量。

社会劳动生产率的提高,一方面意味着同一时间内同一劳动创造的商品数量增加,另一方面也说明生产单位商品的社会必要劳动时间减少,因而价值量减少。无论劳动生产率怎样变化,同一劳动在同一时间内的无差别的人类劳动支出的总量不会发生变化。所以,商品的价值总量是不变的。

	单位时间内 产品数量	单位产品 价值量	单位时间内 产品价值总量
社会劳动生产率提高	增多 (正比)	减少 (反比)	不变
个别劳动生产率高 于社会劳动生产率	增多 (正比)	不变	增多 (正比)

【经典试题例析】

一、单项选择题

例1. 马克思说:“一切商品对它们的所有者是非使用价值,对它们的非所有者是使用价值。”这表明

- A. 有使用价值不一定有价值
- B. 商品所有者不能同时获得使用价值和价值
- C. 商品不能同时既有使用价值又有价值
- D. 商品的使用价值和价值是统一的

[解题思路]该题在考查基本知识的同时,突出考查对所学知识的理解能力以及分析问题的辩证思维能力,有一定难度。

对商品生产者来讲,虽然生产的是使用价值,而目的则是为了实现商品的价值,要实现商品的价值,商品生产者就必须把商品的使用价值让渡给购买者。因此,B是符合这一原理的,即“商品所有者不能同时获得使用价值和价值”。对商品购买者来讲,则是想获得商品的使用价值,而要得到商品的使用价值,就必须将其价值的货币形式交付给商品生产者,否则就得不到使用价值。由此可见,作为商品来讲,它必须既有使用价值又有价值,使用价值和价值统一于商品中,二者不可分割,否则便不是商品。作为商品生产者或商品购买者来讲,使用价值和价值又不可能同时兼得,从这个角度讲,使用价值和价值又是互相排斥、互相对立的。因此,商品的使用价值和价值二者既是统一的,又是对立的,而D只指出了二者是统一的关系,故不选。A讲的是作为商品必须具备的条件和属性,与题意不符。C则是明显错误的。

例2. 不同的商品生产者生产同一种商品,在同一时间、同一市场上,以同一的价格出售,有人赚钱,有人亏本。这是因为他们生产同一种商品的

- A. 劳动生产率不同
- B. 社会必要劳动时间不同
- C. 劳动积极性不同
- D. 产量不同

[解题思路]这是1996年全国高考第12题。根据题干所给条件,生产该种商品的社会必要劳动时间应是同一的,不存在多个社会必要劳动时间,而只能是不同商品生产者所耗费的个别劳动时间不一样,即个别劳动生产率不同,导致生产成本高低不同,从而有人赚,有人亏,故选A不选B,C和D和题干没有直接和必然的联系,故均不选。

二、简答题

例3. 美菱集团生产电冰箱初期,曾因产品的“脏、漏、锈、变、伤”被亮过停产整顿的黄牌。该企业以此为教训,树立了“质量是企业的生命”的意识,从市场调研出发,以满足消费者需要为宗旨,不断完善老产品,推出新产品。为了增强竞争能力,该企业引进更先进的生产线,狠抓技术改造,狠抓增收节支,狠抓职工素质,狠抓科学管理。经过十几年艰苦奋斗,创出了国产名牌——美菱,其冰箱国内市场占有率达15.1%。

请运用有关经济知识说明:

- (1) 企业为什么要创名牌产品?
- (2) 怎样才能创出名牌产品?

[参考答案](1) 商品是使用价值和价值的统一体。商品的使用价值是价值的物质承担者,是实现商品价值的前提条件。名牌产品是满足消费者需要的优质产品,每个企业要在市场竞争中取胜,就必须争创名牌产品。如果产品质量差,就卖不出去,就无法实现商品的价值,企业就会亏本、破产。另外,“名牌”是一种无形资产,能增强该产品的市场竞争能力,提高其市场占有率,从而使企业取得好的效益。因此,企业要千方百计地抓质量、创名牌。

(2) 要创名牌,就应当不断研究市场动向,掌握消费者新的需求,开发适销对路的新产品;必须依靠科技进步,加强科学管理,提高产品质量,提高企业的劳动生产率。

[解题思路]美菱集团“从市场调研出发,以满足消费者需要为宗旨”,是在商品的使用价值上做文章。而“引进更先进的生产线”以及四个“狠抓”,都是为了提高个别劳动生产率,减少生产每一台电冰箱的个别劳动时间。解答该题,可运用“商品是使用价值和价值的统一体”原理来分析。

例4. 俗话说:“便宜没好货,好货不便宜”,可是在实际生活中,人们为什么总是选购(能够购买到)“价廉物美”的商品?

[参考答案](1) 商品是使用价值和价值的统一体。实际生活中,人们直接接触到的不是价值,而是价格。

(2) 不同商品生产者所耗费的个别劳动时间不尽相同:个别劳动时间低于社会必要劳动时间,在竞争中就处于有利地位,因此,具有相同使用价值的商品,可能具有不同的价格。

(3) 人们选购商品时可能找到使用价值和价格的理想结合点,选购“物美”又“价廉”的商品。

[解题思路]这是1992年的高考试题。此题由一句俗语引出经济学的道理,贴近实际,深入浅出,设计巧而活。“便宜没好货,好货不便宜”的确从一个侧面反映了一定的政治经济学的道理。比如,有些商品,材料好,做工精,花费的社会必要劳动时间多,价值量大,价格应当高;反之,价值量小,就只能以低价出售。但是也不尽如此,人们在实际生活中的确能购买到“货又好、价格又便宜”的商品,这是因为,个别劳动时间低于社会必要劳动时间的商品生产者在竞争中处于有利地位,就可能用较低的价格出售自己“物美”的商品;有的商品生产者为了加快资金周转,采取“薄利多销”的方法,也可以用较低的价格出售“物美”的商品等。

三、辨析题

例5. 商品的价值量与个别劳动生产率的变化无关。因此,商品生产者就无需改进技术,提高劳动生产率。

[参考答案](1) 劳动生产率有社会劳动生产率和个别劳动生产率之分。因为商品价值量是由社会必要劳动时间决定的,不是由生产商品的个别劳动时间决定,个别劳动生产率高或低,都不会影响单位商品的价值量。因此,题目中前一个论点是正确的。

(2) 个别劳动生产率的变化虽不影响商品价值量,却直接关系到商品生产者的利益,商品生产者的个别劳动生产率是和他同一时间内所创造的商品价值总量成正比例的。个别劳动生产率越高的商品生产者,在同一时间内所创造的价值总量就越多,因而在市场竞争中就会处于有利地位,获利多,发展快。反之就获利少,甚至亏损而破产。

为了在市场竞争中取胜,商品生产者竞相采用先进技术,以提高其劳动生产率,可见题目的结论是错误的。

[解题思路]这是一道具有两重性观点的辨析题,即正确、错误观点兼而有之。它既可以从知识上考查学生对劳动生产率的理解,又可从能力上考查能否运用辩证的方法去分析问题。辨析该题所依据的原理,其一,商品价值量是由社会必要劳动时间决定的,不是由个别劳动时间决定。这一原理贯穿辨析的全过程。其二,商品生产者的个别劳动生产率是与其在同一时间内所创造的商品价值总量成正比例。这一原理在该题辨析中占有重要位置。只有扎实、深刻地把握与理解了上述原理,才可能对该题进行准确、全面的辨析。

【基础训练与创新能力培养】

一、下列各题,只有一个最符合题意的答案,请选出来,将其字母填入题后的括号内。(以下简称单项选择题)

1. 物质资料的生产过程包括生产、分配、交换、消费四个有机联系的环节,从根本上说,它们都是以_____为基础的。 (A)

A. 一定的生产资料所有制

B. 经济关系

C. 经济活动

D. 商品生产和商品交换

2. 商品经济产生的根本原因是

(A)

- A. 生产力的发展
- B. 商品生产、商品交换的出现
- C. 社会分工和私有制的出现
- D. 使用价值和价值的出现

3. 在一些发达的资本主义国家,由于环境污染,新鲜空气也可以装在特制容器中出售。

这样,空气就成了商品。在这里,空气成为商品的根本原因是

(D)

- A. 人们呼吸不到自然界中的新鲜空气
- B. 有人靠收取和出售新鲜空气赚钱
- C. 新鲜空气能满足人们生活的需要
- D. 把空气净化并装在容器里付出了人的劳动

4. 关于使用价值和价值的关系,下列说法正确的是

(C)

- A. 有使用价值的东西一定有价值
- B. 有价值的东西不一定有使用价值
- C. 有使用价值的东西不一定有价值
- D. 有使用价值的东西一定是商品

5. 下列物品属于商品的有

(B)

- A. 自然界的地下水
- B. 自来水公司为居民提供的自来水
- C. 自己生产供自己消费的粮食
- D. 从商店买来送人的礼物

6. 目前,全国大中城市电视台加密卫星电视频道都实行有偿收视。这里的加密电视节目属于

(A)

- A. 商品,因为它既是劳动产品,又用于交换
- B. 非商品,因为它尽管是劳动产品,但没用于交换
- C. 商品,因为它既有使用价值,又能满足人的需要
- D. 非商品,因为它尽管有使用价值,但没有价值

7. 2001年,全国继续开展“百城万店无假货”活动,重拳打击假冒伪劣产品。国家之所以出重拳打击假冒伪劣产品,是因为

(D)

- A. 假冒伪劣产品不是劳动的凝结
- B. 假冒伪劣产品的劳动生产率太低
- C. 商品生产的目的是为了实现其使用价值
- D. 假冒伪劣产品割裂了使用价值与价值的联系

近年来,国内外手机生产企业的竞争日益激烈,使产品生命周期越来越短,而质量要求越来越高。据此回答8—9题:

8. 上述材料表明

(D)

- A. 商品交换的目的在于竞争
- B. 竞争能促使商品价值的提高
- C. 竞争是缩短商品生命周期的根本途径
- D. 商品经济是促使商品生产者竞争的经济

9. “产品生命周期越来越短”是指

(A)

- A. 商品的使用价值的更新越来越快
- B. 商品价值的变化越来越快
- C. 生产商品的社会必要劳动时间越来越少
- D. 创造商品价值总量的时间越来越短

10. 商品交换十分重要,因为

(C)

- A. 商品生产者生产商品的最终目的是为了交换

B. 在任何社会,产品不经过交换就不能进入消费

C. 劳动产品不经过交换,就不能实现其价值

D. 只有经过交换,商品生产者才能得到价值和使用价值

11. “我们不能从对小麦的品尝中来判定它是由封建社会的农奴生产的,还是由资本主义制度下的雇佣劳动者生产的。”这说明 (C)

A. 任何商品的使用价值和价值都不可分离

B. 价值是商品的社会属性,反映商品生产者之间的生产关系

C. 使用价值是商品的自然属性,只反映人和自然的关系

D. 使用价值是价值的物质承担者,是价值的基础

12. “经久耐用,经济实惠”往往是厂家和商家在推荐自己产品时始终不变的承诺。这是因为 (A)

A. 商品是使用价值和价值的统一体

B. 价值是商品的本质属性

C. 商品能满足人们的某种需要

D. 价值是交换价值的基础

13. 关于不可能卖出去的东西有没有价值,下列看法中正确的是 (C)

A. 有价值,卖不出去的东西凝结着人类劳动

B. 没有价值,但有交换价值

C. 没有价值,东西卖不出去,意味着所耗费的劳动没有得到社会的承认

D. 有价值,只是价值没有得到实现

14. “商品总量取决于社会各个生产领域耗费社会总劳动的多少。”对这一观点的正确理解是 (A)

A. 商品的价值量是由生产商品的劳动量决定的

B. 商品是劳动的产物

C. 人类劳动是创造商品价值的源泉

D. 商品的价值量与社会劳动生产率成正比

15. 商品有使用价值,自然界其他的物品、劳动产品没有使用价值,这一说法 (C)

A. 否认了商品的有用性

B. 否定了劳动产品的价值属性

C. 肯定了商品的有用性,否定了其他物品的有用性

D. 既承认商品的有用性,也承认商品具有交换价值

16. 生产同一种商品,甲厂耗费3小时,乙厂耗费2小时,丙厂耗费1小时。关于这一商品的价值量问题有不同意见,你认为正确的是 (D)

A. 甲厂生产的商品价值量大,因为它耗费的劳动时间最多

B. 丙厂生产的商品价值量大,因为它在同一时间里生产的商品数量多

C. 甲乙丙三厂生产商品的价值量不一样,因为它们实际耗费的劳动时间不一样

D. 甲乙丙三厂生产的商品价值量一样大,因为它们都是由社会必要劳动时间决定的

17. 商品的价值量与劳动生产率成反比,其中“商品的价值量”和“劳动生产率”分别指 (A)

A. “单位商品的价值量”和“社会劳动生产率”

B. “单位时间内生产的商品价值量”和“个别劳动生产率”

C. “单位商品的价值量”和“个别劳动生产率”

D. “单位时间内生产的商品价值总量”和“社会劳动生产率”

18. 如果“1 双皮鞋=2 件上衣”符合等价交换原则,现在生产皮鞋的社会必要劳动时间增加一倍,而生产上衣的社会必要劳动时间却减少一半,那么 1 双皮鞋可以换 (C)

- A. 1 件上衣 B. 4 件上衣 C. 8 件上衣 D. 16 件上衣

1999 年秋冬以来,哈尔滨大白菜又获丰收。农民们把处理过的大白菜用纸和塑料袋密封包装后,运往上海、广州等大城市销售,适当提价还卖得快。农民每亩(注:我国旧制的计量单位。1 亩=0.0667 公顷)纯收入可达 1000 多元。据此回答 19—20 题:

19. 哈尔滨大白菜在上海、广州等大城市提价卖得快的原因主要是 (D)

- A. 哈尔滨大白菜适宜异地销售
B. 哈尔滨大白菜的价值量大
C. 哈尔滨大白菜经过深加工后提高了它的使用价值
D. 哈尔滨农民找准了大白菜的销售市场

20. 哈尔滨大白菜异地销售价格卖得高的主要原因是 (A)

- ①大白菜经过深加工和长途运输增加了生产成本
②上海、广州等大城市大白菜销售呈卖方市场状况
③上海、广州等大城市居民工资水平高
④哈尔滨大白菜营养价值高

- A. ①② B. ①③ C. ②③ D. ②④

21. 关于物品、劳动产品、商品的关系,下列叙述不正确的是 (C)

- A. 物品不一定是劳动产品,劳动产品不一定是商品
B. 所有的商品都是劳动产品,所有的劳动产品都是物品
C. 商品包含劳动产品,劳动产品包含物品
D. 三者互相联系又互相区别,在一定条件下可以相互转化

22. 随着信息技术的发展,我们可以通过网络实现多种形式的有偿信息服务,这主要是因为 (B)

- A. 信息进入了市场交换 B. 信息是劳动生产的
C. 信息可以多次复制 D. 信息可以多人共享

23. 在激烈的客车市场竞争中,扬州亚星—奔驰公司脱颖而出,占有 28.1% 的市场销售份额。该公司经理说:“好产品是制造出来的!”制造好产品的必要条件:一是技术装备,二是人员素质。提高技术装备和人员素质,不能 (B)

- A. 减少生产客车的个别劳动时间 B. 增加客车商品的价值量
C. 增加单位时间创造的客车价值总量 D. 提高客车生产的劳动生产率

面对国内外众多啤酒企业的激烈竞争,惠泉公司一方面狠抓内部管理,强调“精耕细作”各个部门的“一亩二分地”,另一方面,坚持“抓产品质量,不断创新,开拓市场”的经营理念,成功开发出惠泉小麦啤酒和惠泉千禧白瓶啤酒,实现生产无淡旺季,产品零库存。据此回答 24—25 题:

24. 惠泉公司狠抓内部管理有利于 (C)

- A. 提高商品价值量 B. 提高产品价格
C. 减少个别劳动时间 D. 提高社会劳动生产率

25. 惠泉公司坚持“抓产品质量,不断创新,开拓市场”,是因为他们懂得 (D)

- ①没有使用价值的东西就没有价值 ②新产品的价值量大
③交换是实现价值的关键 ④有质量才有创新,有市场才有质量
A. ①② B. ②③ C. ①④ D. ①③

二、简答题

26. “商品的价值量是由生产商品所耗费的劳动时间决定的。”这一句观点是否正确,为什么? ① ②

27. 运用社会必要劳动时间决定商品价值的原理,说明下列两种关系之间的比例关系,并举出实例:(1) 单位商品价值量与社会必要劳动时间的关系;(2) 社会劳动生产率的变化与同一劳动在同一时间内生产的商品价值总量的关系。

28. 《经济日报》曾报道我国第一个优质米品牌——“金健”米问市的消息,并配发评论员文章《“金健”的启示》。文中指出:从“金健”的经验来看,推广产业化是实现农业更好地满足市场需求的根本途径。文章强调,积极发展农村产业化经营,必须解决农产品的升值问题①,稻米经过精细加工,成为优质大米、名牌大米,才能卖出好价钱。③

请运用所学的经济学知识分析说明:“金健”的产业化经营为何能解决农产品的升值问题?

29. 知识经济时代正向我们走来,它向我们提出了新的挑战,当一个国家或者企业没有新技术、新产品时①,劳动生产率越高,亏损反而越严重②。只有善于创新的国家或企业,才能在工业经济向知识经济的转变中处于领先地位。③

结合课文有关内容,分析说明为什么“劳动生产率越高,亏损反而越严重”?