

2007年

福建省

2007NIAN FUJIANSHENG
GAOKAO ZIXING MINGTI
FUXI GANGYAO

高考自行命题

复习纲要

思想政治

福建人民出版社

2007年

福建省

2007 NAIN FUJIAN SHENG
GAOKAO ZIXING MINGTI
FUXI GANGYAO

高考 自行命题

复习纲要

思想政治

福建人民出版社

2007 年福建省高考自行命题复习纲要

思想政治

SIXIANG ZHENGZHI

本书编写组

*

福建人民出版社出版

(福州市东水路 76 号 邮编: 350001)

福建省新华书店发行

福州晚报印刷厂印刷

(福州市西洋路 4 号 邮编: 350005)

开本 787 毫米×1092 毫米 1/16 13 印张 322 千字

2006 年 9 月第 1 版

2006 年 9 月第 1 次印刷

ISBN 7-211-05338-0

G·3349 定价: 14.10 元

本书如有印装质量问题, 影响阅读, 请直接向承印厂调换。

《思想政治》、《历史》、《地理》、《文科综合》编委会

编委会主任

袁书琪（国家教育部高中地理教学大纲编订组组长，高中地理课程标准编订核心组成员，国家教育部课程教材研究所研究员，中国教育学会地理教学专业委员会副理事长，福建师范大学地理科学学院副院长、学科教育研究所所长、教授、博士生导师）

编 委（按姓名笔画排列）

叶尚杰（福州教育学院历史科主任、高级教师）

朱友华（福建师范大学附属中学政治教研组长、高级教师）

曾立群（福州一中地理教研组长、高级教师）

本书执行主编

朱友华

本书编写人员（按姓名笔画排列）

朱友华

余圣陆（福州三中政治教研组长、高级教师）

陈杰生（福州高级中学政治教研组长、特级教师、高级教师）

出版说明

根据福建省高考最新情况，为了更好地帮助指导准备参加“3+X”高考的高中毕业生提高应考能力，打下坚实的基础，经过对2006年福建省高考情况的全面研究，我们编写了这套《2007年福建省高考自行命题复习纲要》（以下简称《纲要》）。

《纲要》结构与高考科目设置改革相适应，由《语文》、《数学》、《英语》、《思想政治》、《历史》、《地理》、《文科综合》、《物理》、《化学》、《生物》、《理科综合》组成，并配有《数学解答与分析》、《英语听力训练与测试（录音带）》。

《纲要》具有如下特点：一、全面覆盖各学科高考所要求的知识点，全面总结各学科高考的能力要求，全面精细地梳理与高考相关的知识内容。二、归纳突出各学科的重点，注重总结规律，指导如何灵活掌握运用。对各重点（要点）、难点进行细致的剖析解释，注重指引思路，教给方法、技巧。三、在大量搜集全国各类考题的基础上，结合本省实际，筛选并设计精粹的富有创意的针对性训练题，以期让考生能举一反三。四、分类指导和综合联系并重。对各类知识能力既进行条分缕析，又把各类知识能力进行综合融会，注重应用、综合、提高、创新能力的养成。让学生在充分的训练后，成竹在胸。五、有精确、细致的参考答案。

参加《纲要》编写的有本省高校对中学教学富有研究的著名教师和本省长期在一线执教并指导高考卓有成效的名校名师。

根建人民出版社

福建教育出版社

2006年7月

目 录

经 济 常 识

第一课	商品与商品经济	(3)
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	(12)
第三课	企业和经营者	(21)
第四课	产业和劳动者	(30)
第五课	财政税收和纳税人	(39)
第六课	银行和储蓄者	(47)
第七课	商品服务市场和消费者	(55)
第八课	当代世界市场和我国的对外贸易	(63)

哲 学 常 识

第一课	一切从实际出发	(75)
第二课	联系地、发展地看问题	(83)
第三课	坚持矛盾分析的方法	(92)
第四课	正确认识事物发展的原因、状态和趋势	(100)
第五课	透过现象认识本质	(108)
第六课	坚持正确的价值取向	(116)
第七课	选择崇高的人生目标	(124)
第八课	自觉投身社会实践	(131)

政 治 常 识

第一课	我国的国家制度 (上)	(141)
第二课	我国的国家制度 (下)	(151)
第三课	我国的政党和政党制度	(160)
第四课	我国的民族和宗教	(170)
第五课	国际社会和我国的对外政策	(178)

部分参考答案	(189)
--------------	---------

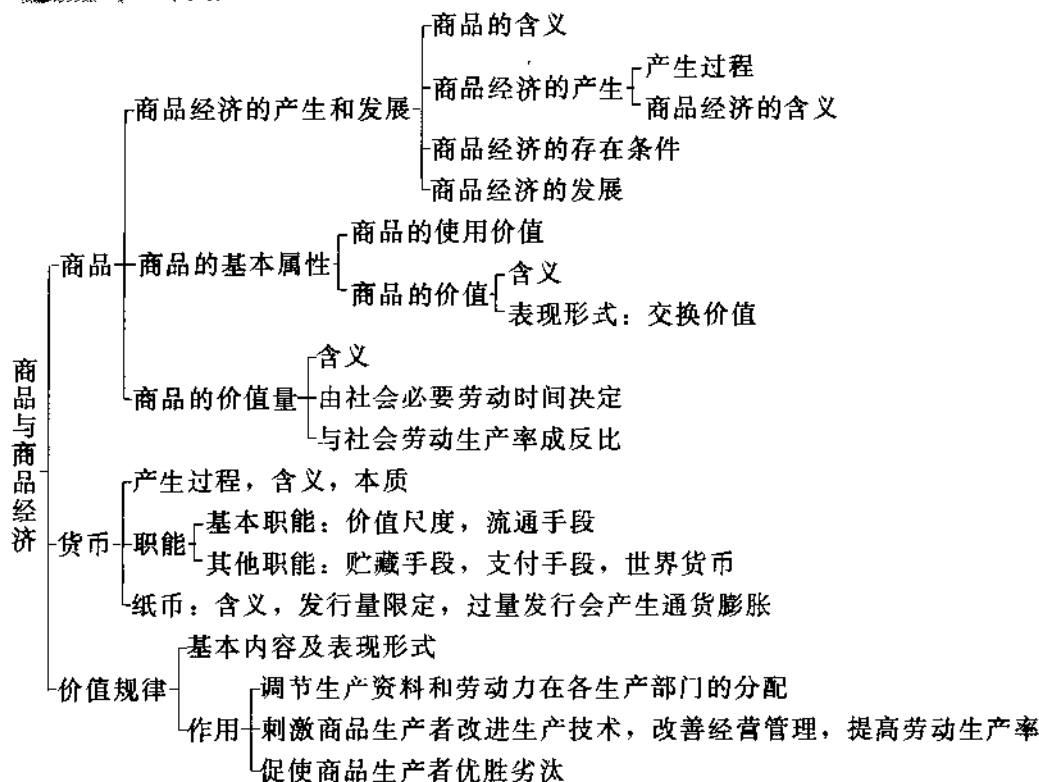
经济常识

.....

第一课 商品与商品经济



知识网络



第一课是介绍马克思主义政治经济学的商品价值论的基本知识, 内容包含存在着内在联系的商品、货币、价值规律三个方面。商品交换发展到一定阶段产生了货币, 价值规律是商品经济的基本规律, 支配着商品生产和商品交换。

第一节“商品”中又包含商品经济的产生和发展、商品的基本属性、商品的价值量等内容。它们之间也存在着内在联系: 商品是用于交换的劳动产品, 它不是从有劳动产品起就有的。商品经济产生的条件是社会分工和生产资料属于不同的所有者。商品的基本属性是使用价值和价值, 其中使用价值是价值的物质承担者, 但价值是商品的本质属性, 是商品所特有的。不同的商品相交换时进行比较, 是比较商品的价值大小即商品的价值量, 商品的价值量不是由个别商品生产者的劳动时间决定的, 而是由社会必要劳动时间决定的。商品的价值量与社会必要劳动时间成正比, 与社会劳动生产率成反比。

第二节“货币”介绍货币产生的过程、含义、本质和职能。货币不是从有商品起就有的, 它是商品交换发展到一定阶段的产物。货币是从商品中分离出来, 固定充当一般等价物的商品。货币的本质是一般等价物, 即用来与其他一切商品相交换, 并表现其他一切商品价值的商品。货币的本质, 具体表现在货币的五种职能上。纸币是货币符号, 能代替货币执行流通手段职能; 纸币如果过量发行, 会引发通货膨胀。

第三节“价值规律”介绍商品经济的基本规律。价值规律的基本内容是：商品的价值量由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。价值规律支配商品经济主要表现在等价交换作为一种趋势始终贯穿在商品交换中，并由此自发调节社会资源配置，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，促进商品生产者优胜劣汰。



考点知识

1. 商品的含义。

商品是用于交换的劳动产品。

2. 商品经济的基本含义。

商品生产和商品交换的总和，就是商品经济。

3. 商品的基本属性。

商品具有两个基本属性：价值和使用价值。商品能够满足人们某种需要的属性，是商品的使用价值。凝结在商品中的无差别的人类劳动就是商品的价值。商品的价值自身不能表现，必须通过交换，由另一种商品表现出来，交换价值是商品价值的表现形式，交换价值是价值的基础。

4. 商品的价值量。

商品的价值量是指商品价值的大小。商品的价值量不是由各个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。

社会必要劳动时间是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。

商品的价值量与社会劳动生产率成反比。

5. 货币的产生和本质。

在历史上，货币的出现要比商品晚得多。货币是商品交换长期发展的产物。商品交换经历了偶然的物物交换、扩大的物物交换、出现了一般等价物的交换、由金银而定充当一般等价物的交换四个阶段。由金银固定充当一般等价物时，人们把固定充当一般等价物的金银称之为货币，才产生了货币。

货币是从商品中分离出来，固定充当一般等价物的商品。货币的本质是一般等价物。

6. 货币的职能。

货币的职能是货币本质的体现。货币的职能是指货币在人们经济生活中所起的作用。货币有价值尺度、流通手段、贮藏手段、支付手段和世界货币五种职能。其中价值尺度和流通手段是货币的基本职能。

货币作为价值尺度，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。货币之所以能成为价值尺度，是因为货币本身也是商品，也有价值。当商品的价值用货币表现出来的时候，叫做价格。价格是价值的货币表现，价值是价格的基础。商品价格的高低，一般来说与商品的价值成正比。货币执行价值尺度职能时，并不需要现实的货币，只是观念上的货币。在商品经济中，货币衡量商品的价值，就是把商品的价值表现为价格。

货币充当商品交换媒介的职能，叫做流通手段。最初的商品交换是直接的物物交换。货币出现后，商品交换成为以货币为媒介的商品交换，即商品流通。货币在商品流通中充当商品交换媒介，即执行流通手段职能。货币执行流通手段职能（购买商品），不能是观念上的货币，必须是实实在在的货币。

货币的贮藏手段职能,是指人们可以把货币当作社会财富的代表贮藏起来。作为贮藏手段的货币,必须是实实在在的、足值的金银货币。

货币被用来清偿债务或支付赋税、租金、工资等,就是货币的支付手段职能。

世界货币是指货币具有在世界市场充当一般等价物的职能。一般说来,只有黄金或白银才能作为世界货币,铸币和纸币都是不行的。但是,随着货币的发展,一些国家的纸币如美元、欧元、英镑等,也具有某种世界货币的职能。

7. 纸币的产生和发展。

在商品流通中,不足值的铸币可以代替足值的货币执行流通手段职能,决定了纸币可以代替足值货币执行流通手段职能。纸币是由国家发行的、强制使用的货币符号。纸币代替金属货币后,人们通常把流通中的纸币称为货币。

8. 通货膨胀和通货紧缩。

市场上流通的货币(指纸币)既不是越多越好,也不是越少越好,流通中实际需要的货币量,是受价值规律支配的,流通中所需要的货币量,同商品的价格总额成正比,同货币的流通速度成反比。国家有权发行纸币,但不可以任意发行纸币。因为纸币的发行量必须以流通中所需要的数量为限度。纸币发行量超过流通中所需要的数量,从而引起纸币贬值,物价上涨,叫做通货膨胀。

社会经济生活中有时出现通货紧缩现象。这种现象通常出现在经济相对萎缩时期,表现为社会总需求持续小于社会总供给,物价持续下降,货币(指纸币)不断升值。通货紧缩的过程往往伴随着生产下降、市场萎缩、企业利润率降低、生产投资减少,以及失业增加、收入下降等现象。

9. 价值规律的基本内容与表现形式。

价值规律是商品经济的基本规律。价值规律的基本内容是:商品的价值量是由生产商品的社会必要劳动时间决定的。商品交换要以价值量为基础,实行等价交换。

价格围绕价值上下波动是价值规律的表现形式。

10. 价值规律的作用。

价值规律主要有三个方面的作用:第一,价值规律调节生产资料和劳动力在各生产部门的分配;第二,价值规律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;第三,价值规律促使商品生产者在竞争中优胜劣汰。



复习导航

1. 商品的含义。

识记商品的含义,能理解说明商品与物品、劳动产品的关系。

商品是用于交换的劳动产品。因此,商品首先必须是劳动产品,凡不是劳动产品的东西,如空气、阳光等自然物不能成为商品;劳动产品还必须用于交换才是商品,如农民种的粮食、蔬菜,如果用于自己消费则不是商品,只有用于销售(市场交换)才是商品。因此,商品一定是劳动产品,而劳动产品不一定是商品。

2. 商品经济的基本含义。

识记商品经济是商品生产和商品交换的总和。理解商品和商品经济不是从来就有的,原始社会末期,才产生了以交换为目的而进行的生产,即商品生产,才产生了商品经济。

3. 商品的基本属性。

识记使用价值和价值是商品的两个基本属性。能说明商品、使用价值与价值的关系。

使用价值是指商品能够满足人们某种需要的属性。

价值是凝结在商品中无差别的人类劳动。其中包含三层意思：(1) 价值是由人类劳动形成的。(2) 并不是所有的人类劳动都形成价值，只有生产商品所耗费的人类劳动，即凝结在商品中的人类劳动才形成价值；否则虽然花费了人类劳动，但生产出来的产品用于自己消费或送给别人，都不形成价值。(3) 形成商品价值的劳动是“无差别”的人类劳动。这里所讲的“无差别”是指各种劳动中所包含的人类的体力和脑力耗费，它们在质上是相同的，在量上是可以比较的。我们比较不同商品价值的大小，实际上就是比较生产各种商品所付出的各具不同特点的劳动中，所耗费的人类的体力和脑力（即无差别的人类劳动）的多少。

商品的使用价值与价值既有区别，又存在密切的联系。(1) 二者的区别主要表现在：①二者的含义不同。②使用价值不是商品特有的，而价值是商品所特有的，并且是商品的本质属性。③使用价值是商品的自然属性，而价值则是商品的社会属性。(2) 二者的联系主要表现在：①使用价值和价值都是商品的基本属性，共同构成了商品。②使用价值是价值的物质承担者，即价值只能形成于有使用价值的物品中。

从上述商品的使用价值与价值的关系中，可以得出下列结论：(1) 有价值的东西一定是商品，也一定有使用价值。(2) 有使用价值的东西不一定是商品，也不一定有价值。(3) 商品一定既有价值，又有使用价值。

4. 商品的价值量。

识记商品的价值量是指商品价值的大小。理解商品的价值量是由社会必要劳动时间决定的，与社会劳动生产率成反比。在这一考点上要注意把握劳动生产率与商品价值量的几种具体关系：

(1) 社会劳动生产率与商品价值量的关系。①社会劳动生产率与单位商品价值量成反比。因为随着社会劳动生产率的提高，生产单位商品的社会必要劳动时间缩短，因而由社会必要劳动时间决定的价值量也就变小；反之，单位商品的价值量就变大。②社会劳动生产率无论是提高还是降低，在同一时间内（生产同一商品）创造的价值总量不变。因为，社会劳动生产率的变化，只是使生产单位商品的社会必要劳动时间缩短或增加，从而使单位商品的价值量变小或变大；而商品的价值总量是按生产商品耗费的总的社会劳动时间来计算的，既然是“同一时间”，就不管社会劳动生产率如何变化，同一劳动在相同的时间里创造的价值总量就不会变。(2) 个别劳动生产率与商品价值量的关系。①个别劳动生产率的变化不会直接造成单位商品价值量的变化。因为商品的价值量是由社会必要劳动时间决定的，而个别劳动生产率的变化不会直接导致社会必要劳动时间的变化，因而，个别劳动生产率提高或降低，单位商品的价值量都不变。②个别劳动生产率的变化会导致生产同一商品的商品生产者同一时间内创造的价值总量变大或变小。因为，当某商品生产者提高了（个别）劳动生产率时，单位商品的价值量不变，而同一时间内生产的商品（使用价值）数量却增多了，因而创造的商品价值总量就变大了；反之，当某商品生产者降低了（个别）劳动生产率时，同一时间内创造的商品价值总量就变小。

5. 货币的产生和本质。

(1) 识记货币不是从来就有的，货币是商品交换长期发展的产物；货币是从商品中分离出来，固定地充当一般等价物的商品。

(2) 识记一般等价物就是从其他商品中分离出来，可以和其他一切商品相交换并表现其

他一切商品价值的商品。

(3) 理解货币的本质是一般等价物，而不是商品、价值或金银。

6. 货币的职能。

(1) 识记货币的职能是货币本质的体现；货币的职能，就是指货币在人们的经济生活中所起的作用；货币有价值尺度、流通手段、贮藏手段、支付手段和世界货币五种职能。

(2) 理解货币的价值尺度职能，就是以货币为尺度来表现其他一切商品价值的大小。货币之所以能成为价值尺度，是因为货币本身也是商品，也有价值。当商品的价值用货币表现出来的时候，叫价格。货币执行价值尺度职能时，并不需要现实的货币，只是观念上的货币。

(3) 理解货币的流通手段职能，是指货币充当商品交换的媒介，即人们用货币去购买商品，或用商品与货币相交换。作为流通手段的货币，不能是观念上的货币，必须是实实在在的货币。

(4) 理解货币的贮藏手段职能，是指人们把货币作为社会财富的代表贮藏起来。作为贮藏手段的货币，必须是实实在在的货币，又是足值的货币。

(5) 理解货币的支付手段与流通手段的区别，货币的支付手段是指货币被用来清偿债务或支付赋税、租金、工资、债务等。

(6) 理解世界货币是指货币具有在世界市场充当一般等价物的职能，及其在国与国的经济关系中的作用。

7. 纸币的产生和发展。

理解纸币是由国家发行的、强制使用的货币符号，它是由不足值的铸币充当流通手段职能而派生出来的。纸币本身没有价值，纸币只按照它代替的金属货币的价值执行流通手段职能，而不能执行价值尺度和贮藏手段职能。

当今世界各国一般都使用纸币，如我国的人民币、美国的美元及欧元区的欧元等。

国家有权发行纸币，但纸币的发行量必须以流通中所需的数量为限度，如果超额发行会引起纸币贬值，物价上涨，即通货膨胀。

8. 价值规律的基本内容和表现形式。

识记并能结合实例，分析价值规律的基本内容及表现形式。主要应注意掌握：(1) 等价交换的“价”是指价值量，货币出现后，等价交换表现为商品的价格与价值相符。(2) 等价交换是指商品交换过程中的一种趋势，在现实生活中，商品的价格与价值经常是不一致的，价格或者高于或者低于价值，但从趋势上看，从长远的和平均的看，商品的价格与价值是相符合的。(3) 价值规律发生作用的表现形式是价格围绕价值上下波动，波动的原因是由供求不平衡引起的；但价格的波动也回过头来制约供求，从而使价格不会一直往上涨，也不会一直往下跌，而总是围绕价值这个中心波动。(4) 商品的供求关系对商品价格只是起影响作用，起决定作用的只能是价值。

9. 价值规律的作用。

识记并能说明价值规律在调节、激励和分化三个方面对商品经济所起的作用，进而能运用这一知识分析说明实际生活中经济活动的变化发展。

范例评析

单项选择题

在我国，过去价格昂贵的电脑、手机等，近年来价格一降再降，已进入普通百姓

家。出现上述情况的根本原因是 ()。

- A. 电脑、手机等商品供过于求, 成为买方市场
- B. 我国经济快速发展, 人民生活水平提高, 购买力增强
- C. 生产电脑、手机等商品的社会劳动生产率不断提高
- D. 我国有效地抑制了通货膨胀

答案: C

评析: 本题综合考查对商品价格的决定影响因素、引起商品价值变动的因素等知识的理解和实际应用。商品价格变动的根本原因是价值, 因为价值决定价格; 而商品的价值由社会必要劳动时间决定, 生产商品的社会必要劳动时间与社会劳动生产率成反比。因此, 本题应选 C 项。A、B、D 项不选。供求关系会影响商品价格, 电脑、手机等商品供过于求确实也是引起这些商品价格下降的一个重要原因, 但不能说是根本原因, 故不选 A 项。“人民生活水平提高, 购买力增强”意味着商品需求量增大, 价格提高, 与题意“价格一降再降”恰恰相反, 故 B 项不能选; 我国近几年没有出现通货膨胀, 甚至出现了通货紧缩, 这也是造成商品价格下降的一个原因, 但也不是根本原因, 故 D 项也不能选。

基础训练

一 单项选择题

1. 在城镇生活中, 居民食、穿、用所需的各种物品都得花钱去买, 都是商品。这些物品之所以是商品, 是因为 ()。
 - A. 它们都不是供生产者自己消费的, 而是供别人、供社会用的
 - B. 它们都具有使用价值, 能够满足人们的某种需要
 - C. 它们都是人类劳动的成果, 同时都用于交换
 - D. 它们分别属于不同的所有者
2. 一个东西如果没有使用价值, 即使在它上面花费了大量的人类劳动, 也不能形成价值。这是因为 ()。
 - A. 使用价值是商品的本质属性, 没有使用价值的东西不可能是商品
 - B. 商品是使用价值和价值的统一体, 二者缺一不可
 - C. 人们交换商品, 实质上是交换使用价值
 - D. 使用价值是商品价值的物质承担者
3. 在家电市场上, 彩色电视机的价格一般比黑白电视机高, 这主要是因为 ()。
 - A. 彩色电视机的图像比黑白电视机好看, 能更好地满足人们观赏的需要
 - B. 彩色电视机的需求量比黑白电视机大
 - C. 彩色电视机所凝结的无差别的人类劳动比黑白电视机多
 - D. 彩色电视机的质量比黑白电视机好

从 2005 年 7 月 1 日起, 上海开始实行夏季高峰时段的季节性电价, 平均每千瓦时提高 0.335 元。其中, 国家产业政策鼓励类项目生产用电价格, 每千瓦时提高 0.024 元, 据此回答第 4~6 题。

4. 上海市在实行夏季高峰时段的季节性电价中, 平均每千瓦时提高 0.335 元。在这里货币执行了 ()。
 - A. 流通手段职能
 - B. 支付手段职能

- C. 世界货币职能 D. 价值尺度职能
5. 上海物价部门实行夏季高峰时段季节性电价, 运用价格机制缓解电力供需紧张矛盾, 这样做的依据是 ()。
- A. 商品的价格与市场对商品的需求成正比
B. 价格是价值的货币表现形式, 价格与价值成正比
C. 商品的价格由价值决定, 并在市场竞争中形成
D. 商品价格的变化会影响供求关系
6. 上海物价部门对国家产业政策鼓励类项目生产用电价格每千瓦时仅提高 0.024 元, 这主要是为了 ()。
- A. 运用行政手段加强对经济生活的宏观调控
B. 促进城乡居民提高节约能源的意识
C. 促进各类企业降低成本, 提高经济效益
D. 促进产业结构调整, 优化资源配置

随着社会主义市场经济的发展, 我国企业也越来越重视产品的广告宣传, 广告费日益成为新闻媒体特别是电台、电视台的主要收入。据此回答第 7、8 题。

7. 企业之所以重视产品的广告宣传, 是因为 ()。
- A. 宣传广告会影响商品的价值, 提高产品的销售价格
B. 宣传广告能保证产品的质量, 提高产品的市场竞争力
C. 宣传广告会增强产品的影响力, 有助于商品价值的实现
D. 宣传广告能增加产品的使用价值, 扩大产品的市场销路
8. 近年来, 我国广告业以每年 5% 以上的增速迅速发展, 这反映了 ()。
- A. 广告对消费者越来越重要
B. 企业的市场竞争越来越激烈
C. 广告业已成为我国国民经济的支柱产业
D. 广告业为社会发展创造了越来越多的社会财富

人们到商店购买商品总是左挑右挑, 一挑商品质量是否更好, 二挑商品是否便宜, 总是希望能买到物美价廉的商品。据此回答第 9~11 题。

9. 一般情况下在同一品种的商品中, 质量好的商品会贵些。这主要是因为 ()。
- A. 质量好的商品的交换价值大, 因而价格也就高
B. 质量好的商品凝结着的无差别的人类劳动时间多, 因而价格也就高
C. 质量好的商品的使用价值大, 因而价格也就高
D. 质量好的商品的社会需求量大, 因而价格也就高
10. 人们总是希望能购买到物美价廉的商品, 这是 ()。
- A. 商品具有价值和价格成反比的偶然现象的反映
B. 商品具有使用价值和交换价值两个因素的反映
C. 一些商品具有使用价值量大、价值量小的特点的反映
D. 商品本身具有使用价值和价值两个基本属性的反映
11. 不同种类的商品是无法比较物美价廉的。这是由于 ()。
- A. 不同种类商品的价格高低不同
B. 不同种类商品的使用价值不同

C. 不同种类商品凝结着的人类劳动是有差别的

D. 不同种类商品的市场供求关系不同

近年来,手机更新换代更加迅速,手机的质量和功能大大提高,但几乎所有的知名品牌手机的价格都在下调。有人说,降价可以扩大市场占有率,同时也是企业自身的一场“内部革命”。据此回答第12~14题。

12. 手机价格不断下调的根本原因是()。

A. 手机市场供给超过需求

B. 我国人民币外汇管理制度实行改革,人民币升值

C. 生产手机的社会劳动生产率不断提高

D. 市场主导价格的价格机制在我国逐步形成

13. “降价可以扩大市场占有率”是由于()。

A. 市场占有率是由价格高低决定的

B. 价格变动与产品的质量密切相关

C. 商品价格会影响市场供求

D. 降低价格会促进企业采用先进技术,提高劳动生产率

14. 在手机迅速更新换代和价格逐步下调中,一些手机厂商在市场站稳了脚跟,扩大了产品市场的销售份额,而另一些厂商则由于产品成本高或款式陈旧等原因,导致亏损倒闭或被兼并重组。这体现了()。

A. 商品的价格由价值决定,并受供求关系影响

B. 价值规律调节资源配置,促使商品生产者优胜劣汰

C. 社会劳动生产率与商品价值量成反比

D. 商品的价格与商品的质量成正比

近年来我国家电市场需求不旺,家电产品的产销矛盾日益突出,家电产品掀起一轮又一轮的价格大战,家电产品价格逐步下降。据此回答第15、16题。

15. 市场需求不旺导致商品价格下降,这表明()。

A. 人民消费水平下降,社会购买力不强

B. 商品的价格归根到底是由市场需求决定的

C. 价值规律支配着商品交换

D. 商品价格会影响商品的市场需求

16. 要从根本上解决家电产品需求不旺问题,就必须()。

A. 进一步降低家电产品价格,使广大的消费者买得起

B. 改进技术,提高家电产品质量,加强产品的售后原务

C. 使企业严格按照国家计划生产家电产品

D. 不断提高人民的生活水平,并加强对家电产品生产的宏观调控

2004年中国车市可谓热闹非凡,宝马、奥迪、本田、标致、现代等各大汽车厂商纷纷推出新款汽车。降价更是年市的重头戏,共有近七八款年20多个车型掀起降价风潮。爱丽舍降价1.5万元,新蓝鸟跌破了20万元,威驰降价2万元,菱帅则跌至10万元以下,东风雪铁龙赛纳的经销商则自行让利8000元。桑塔纳2000、夏利、吉利等也纷纷降价。据此回答第17~20题。

17. 各大汽车厂商纷纷推出新款汽车、掀起降价风潮,这表明()。

- A. 商品是使用价值和价值的统一体
 - B. 市场经济中存在着激烈的竞争
 - C. 市场调节存在自发性、盲目性和滞后性的弱点和消极方面
 - D. 价格是商品价值的表现形式
18. 各大汽车厂商纷纷推出新款汽车、掀起降价风潮的根本目的是 ()。
- A. 更好地满足人们的消费需求
 - B. 降低企业的生产成本, 提高经济效益
 - C. 实现商品的价值和盈利
 - D. 树立企业良好的信誉和形象
19. 汽车的市场价格逐年呈降低趋势的根本原因在于 ()。
- A. 我国汽车市场上供给量大于需求量
 - B. 我国汽车的消费量逐年增多
 - C. 我国加入 WTO 后, 进口汽车的关税逐步降低
 - D. 生产汽车的社会劳动生产率提高
20. 近年来, 我国居民的消费热点逐渐转向汽车、住房等高价商品。这主要是由于 ()。
- A. 我国经济快速发展, 居民收入明显增加
 - B. 我国政府实行扩大内需的方针, 鼓励居民增加消费
 - C. 我国汽车产业迅速发展, 汽车大幅度降价
 - D. 汽车消费能促进汽车工业发展, 并能带动相关产业发展

二 非选择题

21. 生产同一种商品的不同生产者, 按同样价格出售商品, 为什么有的赚钱, 有的亏本? 同一商品生产者出售同一种商品, 为什么有时赚钱, 有时亏本? 请简要回答。
22. 商品的价值量不是由各个商品生产者生产商品所耗费的个别劳动时间决定的, 而是由生产商品的社会必要劳动时间决定的。据此回答以下问题。
- (1) 商品生产者缩短个别劳动时间有何意义?
 - (2) 商品生产者应怎样缩短劳动时间?
23. 阅读以下材料, 回答问题。
- 〔材料〕 近年来, 商品大战在我国城乡此起彼伏。西装、领带大战, 电风扇大战, 彩电大战, 空调器、电冰箱、VCD 大战, 电脑大战, 小轿车大战, 不胜枚举。大战的结果是商品大幅度降价, 质量提高, 款式更新, 消费者得到实惠。一些实力雄厚的厂家在大战中站稳了脚跟, 发展壮大了自己, 而一些厂家则被挤出了市场。
- (1) 上述商品大战的过程及其结果体现了经济常识的什么道理?
 - (2) 如果你是商战中某一企业的厂长, 你会用哪些办法对付大战?