

顶尖系列



高中课外训练步步高

顶尖 思想政治

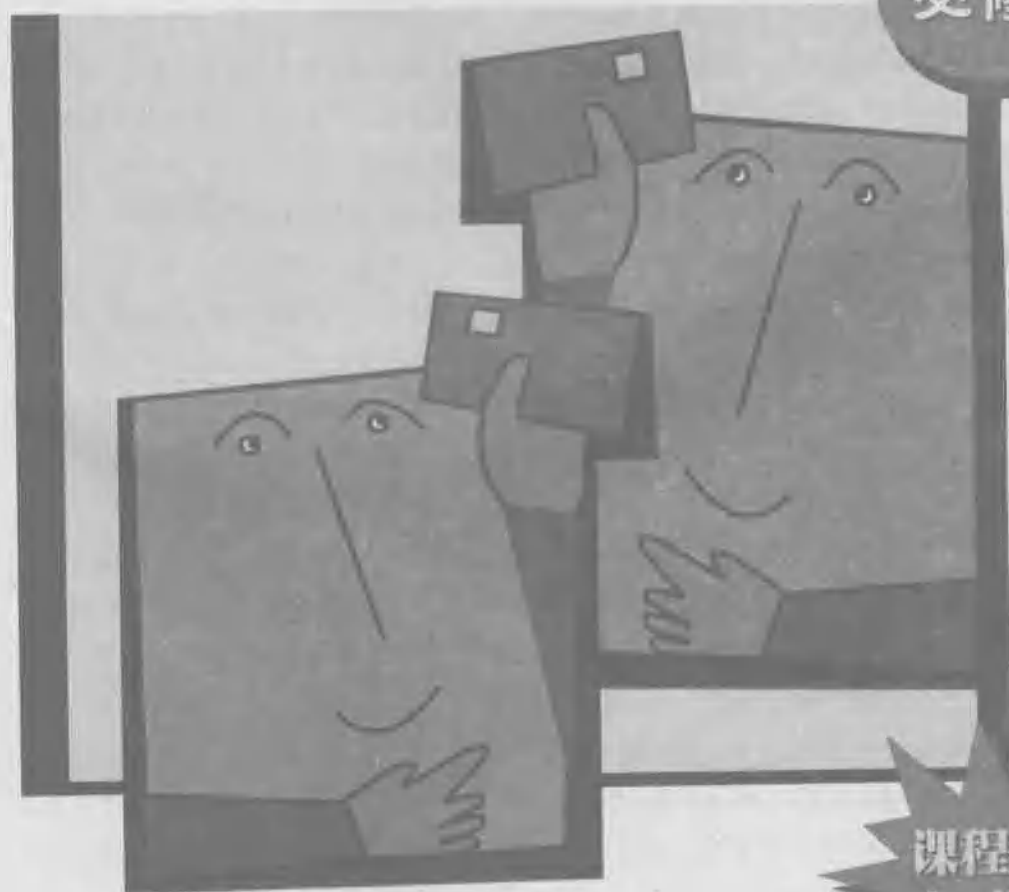
课程标准
人教 版

必修 1

福建人民出版社

高中课外训练步步高 顶尖 思想政治

必修1



课程标准
人教版

福建人民出版社

顶尖思想政治编委会（按姓氏笔画为序）

刘文川 福建省普通教育教学研究室中学文科副主任、高级教师

陈杰生 福州高级中学特级教师、福州市政治科名教师陈杰生工作室负责人、福建师范大学公共管理学院客座教授

周福荣 建阳一中特级教师、副校长

本书执行主编

陈杰生

本书编写人员（按姓氏笔画为序）

王 菁 尤植坚 陈 仰 郭加添

顶尖思想政治（必修1）（课程标准·人教版）

DING JIANSIXIANG ZHENGZHI

出版发行：福建人民出版社

地 址：福州市东水路76号

邮政编码：350001

电 话：0591-87604366（发行部） 87521386（编辑室）

电子邮件：211@fjpph.com

网 址：<http://www.fjpph.com>

印 刷：福建省天一屏山印务有限公司

地 址：福州市铜盘路278号

邮政编码：350003

开 本：787毫米×1092毫米 1/16

印 张：7.25

字 数：161千字

版 次：2006年7月第1版 2006年7月第1次印刷

书 号：ISBN 7-211-05332-1/G·3346

定 价：7.90元

本书如有印装质量问题，影响阅读，请直接向承印厂调换
版权所有，翻印必究

编写说明

“高中课外训练步步高”根据课程标准，配合各版本教材进行编写。丛书以课为训练单位，以单元为测试单位建构编写体系，符合教学规律，体现课改精神。丛书不仅关注学生夯实基础知识、基本技能，还关注学生学习的自主性、探究性、合作性；不仅关注培养学生学会学习、学会反思、学会自我激励，还关注培养学生学习过程中情感、态度和价值观的形成。

为了使本丛书在理念上与最新教改理念、精神相吻合，我们在本套丛书的编写过程中，坚持“三参与”原则，即颇有造诣的课程研究专家参与，深谙当前基础教育课程改革的教研员参与和具有丰富教学实践经验的一线特、高级教师参与，从而使本丛书在质量上得到充分保证。

“高中课外训练步步高”按章（或单元）进行编写，每一章（或单元）一般设：“学习目标”，“要点透析”，“方法指津”，“自我评估”，“探究应用”，“拓展视野”，“归纳整合”，“单元评估”等栏目。

“学习目标”是根据各章（或单元）应达到的目标提出具体要求，“要点透析”是以课程标准为基准，以相应版本的教材为落脚点，较详细地分析本章（或单元）内容的重点、难点。“方法指津”通过对精选的经典题目的解析和点拨，拓展学生的思路，提升发散思维能力，掌握科学的学习方法，“自我评估”在题目设计上，特别注重吸收全国各地出现的最新题型，同时注重知识的现代化，以激活学生已有的知识、经验和方法。题目既注重基础性，又强调自主性、参与性、实践性、合作性。“探究应用”特别注重吸收密切联系生产、生活实际的有趣题目，加强探究性习题的训练。“拓展视野”对本章（或单元）知识进行拓展，通过对一些典型的探究型、开放型的题目进行解析和点拨，使学生对章（或单元）内、学科内、学科间知识结构的关系得以把握和拓展。“归纳整合”以树形图、方框图或表格等形式对本章（或单元）知识进行梳理、归纳、整合，使学生对整章（或单元）知识间的逻辑关系有个清楚的认识。经过系统的训练后，通过“单元评估”与“模块评估”对所学内容进行评价与总结。由于不同学科及不同版本的教材各有特点，因此，上述栏目及其写法允许根据实际需要适当调整，灵活掌握。

“高中课外训练步步高”实现了引导学生从预习到课外阅读全程自主学习的编写理念。我们在栏目设置上创设了科学的整合模式，将“知识与技能、过程与方法、情感态度与价值观”三维目标分层次地融入书中，激发学生的自主性，使学生的自主学习效果达到最优化，促进学生的全面发展。

本丛书在编写过程中引用了一些作者的作品，在此，对这些作者表示感谢，对一部分未署名的作品的作者表示歉意，并请与我们联系。由于编写时间仓促，书中难免存在不足之处，恳望读者不吝赐教，以便我们今后不断努力改进。

编者



目录

C O N T E N T S

第一单元 生活与消费 1

第一课 神奇的货币	1
第二课 多变的价格	6
第三课 多彩的消费	12
单元评估	17

第二单元 生产、劳动与经营 21

第四课 生产与经济制度	21
第五课 企业与劳动者	27
第六课 投资的选择	32
单元评估	37

第三单元 收入与分配 42

第七课 个人收入的分配	42
第八课 国家收入的分配	49
第九课 征税和纳税	54
单元评估	59

第四单元 面对市场经济 65

第十课 走进社会主义市场经济	65
第十一课 小康社会的经济建设	70
第十二课 经济全球化与对外开放	76
单元评估	82

模块评估(一)	87
---------	----

模块评估(二)	93
---------	----

参考答案	99
------	----

第一单元 生活与消费

本单元是高中思想政治课必修《经济生活》的起点单元。本单元从我们日常生活中最常见的消费活动引入,从我们每天都会遇到的生活现象分析入手,比如:经济生活中的吃、穿、住、用、行等方方面面的商品为什么需要花钱去购买?用来买东西的货币是什么时候产生、怎样产生的?钱就是货币吗?现在我们经常用的信用卡、储蓄卡是什么呢?外国的纸币与我国的人民币有什么不一样?商品的价格为什么会时高时低、变来变去呢?为什么还说这是符合客观规律的呢?这又是由什么决定、受什么因素影响的?我们应该怎么去看待日常生活中的消费现象呢?消费纯粹是消费者个人的事吗?消费观念、消费习惯是如何形成的?树立怎样的消费观才是科学正确的?通过对这些经济现象的认识以及对上述这些问题的探讨学习,可以初步了解关于货币、商品、价格、消费以及价值规律等经济学的基本知识和基本理论,正确认识社会经济生活中的种种经济现象,提高参与经济生活的能力,培养和提高青少年作为消费者的基本素质,正确认识建立和完善社会主义市场经济体制、建设中国特色社会主义经济、面向世界扩大对外开放积极发展对外经济关系等的重要性。

第一课 神奇的货币

认知基础

1. 商品是用于交换的劳动产品

把握商品的含义:其一商品是劳动产品,是人们耗费一定的劳动生产出来的物品;其二人们生产的这些物品的目的不是为了自己使用,而是为了拿到市场上进行交换。因此,只有用于交换的劳动产品才是商品。要深刻理解商品的含义,必须搞清物品、劳动产品和商品之间的关系。物品是一个永恒的范畴,包括自然物品和劳动产品,其包含的范围最大。劳动产品则是人类社会产生之后才有的,只要人类社会存在,就要生产劳动产品以维持人类的生存和发展,它是包含在物品范畴之中的。如果劳动产品不是用于自己使用,而是生产出来并用来交换,这些用于交换的劳动产品,就是商品。商品是人类社会发展到一定历史阶段的产物,也就是说人们生产的这些劳动产品并非是为了满足自己的需要,而是为了拿到市场上进行交换,换回自己所需要的其他商品,这意味着生产力的提高和社会分工的发展,从而促使人们所需要产品越来越丰富。商品既要有价值,这样不同的商品才能以一定的比例相交换;商品又要有使用价值,这样不同的商品才需要相交换。商品是一个历史范畴。

2. 商品的价值是凝结在商品中的无差别的人类劳动

不同的商品之所以能进行交换,就是因为无论生产什么商品都耗费了人类劳动,也不论具体的劳动形式有什么不同,都要耗费人类的体力和脑力,正是这种无差别的人类劳动是任何商品生产所共有的,所以,不同的商品能以此为基础进行相互交换。

无论利大利小,只要有市场需求,就要生产。——吉田忠雄

3. 货币和货币的本质

货币是从商品中分离出来固定地充当一般等价物的商品。可见,货币是商品交换发展到一定阶段的产物。货币原来就是商品,也具有价值,只是随着生产力和分工的发展,客观上需要一种商品被大家普遍乐意接受,能表现其他一切商品的价值,充当各种商品交换的媒介,从而使得商品交换得以顺利进行而产生的。这时它已不再是一般的商品了,而是有着一定“魔力”的东西了,因为它可以和任何商品相交换,一定意义上是财富的象征。但我们不要忘了,从本质上说货币就是固定充当一般等价物的商品而已。

理解货币的含义必须把握三个方面:第一,货币是商品,是用于交换的劳动产品,同样具有价值;第二,货币又不是一般的商品,它是从商品中分离出来的特殊商品;第三,一般等价物是指能表现其他一切商品的价值,充当各种商品交换媒介的商品。货币的本质就是一般等价物,而且由于作为货币的贵金属的特点,与其他的一般等价物不同,货币是固定地充当一般等价物。当贵金属固定地充当一般等价物之后,就不再是一般的一般等价物,而是货币了。

4. 货币的职能

货币的职能就是指货币在人们的经济生活中所起的作用,体现了货币一般等价物的本质。货币从产生之日起就具有价值尺度和流通手段两种基本职能。货币作为表现和衡量其他一切商品价值大小的职能就是价值尺度。货币充当商品交换媒介的职能,叫做流通手段。由于货币本身是商品,具有价值,从一般商品中分离出来就是要用来表现其他一切商品的价值、与其他一切商品相交换的,因此,这两种在货币产生之时就具有的基本职能直接反映了一般等价物的本质,是一般等价物本质的直接体现。

货币之所以具有价值尺度的职能,能以货币作为尺度来表现和衡量其他一切商品价值的大小,这是由于货币本身是商品,具有价值,所以才能衡量其他商品的价值。当用货币来表现商品价值时就是价格,所以,价格是价值的货币表现形式。价值与价格的关系是:价值是价格的基础,价格是价值的货币表现形式。货币在执行价值尺度职能时,不需要现实的货币,只需要观念上的货币,用价格标签等来表示就可以了。

流通手段的职能,就是货币充当商品交换的媒介。在货币产生之前,商品交换是直接的物物交换,不需任何媒介。货币产生之后,要以货币为媒介进行交换,即商品所有者首先将自己的商品卖出去,换成货币,再用货币去购买自己所需要的商品。这种以货币为媒介的商品交换就叫做商品流通。货币作为流通手段,使商品的买和卖在时间和空间上发生了分离,分为两个过程。作为流通手段的货币,与价值尺度不同,不能是观念上的货币,只能是现实的货币。

贮藏手段、支付手段和世界货币等职能,则是随着社会经济的发展,货币逐步具有的职能。贮藏手段是指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而且是足值的货币。支付手段是指货币被用来清偿债务或支付赋税、租金、工资等。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。

5. 商品交换和商品流通

最初的商品交换是简单的物物交换,公式为:商品—商品,这是物与物的直接交换,存在于货币产生之前,商品的买与卖是同时进行的,只要双方满意商品交换便可成功。但随着生产力和分工的发展,商品交换越来越难以实现。在货币出现以后,商品交换就以货币为媒介,这种以货币为媒介的商品交换就叫做商品流通,公式为:商品—货币—商品。由于货币产生之后,商品交换必须以货币为媒介,打破了直接的物物交换在时间和空间上的限

制,有利于商品交换的发展,但同时也带来商品交换内在矛盾的进一步显现,如出现买卖脱节、商品滞销、商品积压等问题。

6. 纸币是由国家(或某些地区)发行的,强制使用的价值符号

由于纸币是由国家(或某些地区)发行强制使用的价值符号,即代表着一定数量的价值。这是纸币与金属货币的最大区别。金属货币本身具有内在的价值,而纸币本身的价值可以忽略不计。纸币的面额只代表着一定数量的价值,因而称为价值符号。同时,由于纸币只是价值符号,它的流通必须以发行者最大的信誉或强制为基础,否则就无人使用。因此,后来纸币都由国家垄断发行权,因为国家的信誉高,具有强制力。此外,由于纸币只是价值符号,国家必须控制好发行量,否则会贬值,影响纸币的声誉。

非主权国家的地区政府,如我国的香港、澳门特别行政区,也有本地强制使用的纸币,欧元是欧元区国家的政府联合发行并在本地区强制使用的纸币。

纸币作为现行的货币,执行货币的价值尺度、流通手段、支付手段、贮藏手段、世界货币等职能。在现行货币制度即纸币本位制下,纸币的这些职能,是从它取代黄金的流通手段职能开始,然后逐步发展起来的。由于制作成本低,更易于保管、携带和运输等特点,纸币被世界各国普遍用来代替金属货币执行流通手段的职能。国家虽有权发行纸币,却必须以流通中所需要的金属货币量为限度,不能任意发行。

7. 通货膨胀与通货紧缩

通货膨胀是指纸币的发行量超过流通中所需要的货币数量,从而引起纸币贬值、物价上涨的经济现象。其实质是社会总需求大于总供给。通货紧缩则是指与通货膨胀相反的一种经济现象。它表现为物价全面持续下跌,通常伴随着经济衰退出现。其实质是社会总需求小于社会总供给。两者虽然现象不同,但都会影响正常的经济生活和社会秩序。抑制通货膨胀主要是实行适度从紧的货币政策和量入为出的财政政策,控制货币供应量和信贷规模;抑制通货紧缩主要是采取积极的财政政策和稳健的货币政策,加大投资力度,扩大内需,调整出口结构,努力扩大出口。

8. 信用卡、支票是经济往来结算中经常使用的信用工具

信用卡是银行对资信状况良好的客户发行的一种信用凭证。信用卡集存款、取款、消费、结算、查询为一体,能减少现金的使用,简化收款手续,节省交易费用,方便购物消费,增强消费安全。总之,信用卡是便利客户购买商品或取得服务的信用凭证。

支票是活期存款的支付凭证,是出票人委托银行等金融机构见票时无条件支付一定金额给受票人或者持票人的票据。在我国,支票主要分为转账支票和现金支票两种。转账支票用于同城结算,付款单位开出支票后,收款单位凭此票到银行把这笔钱转入自己的账户。现金支票由付款单位开出,收款人凭票到银行支取现金。

9. 外汇是用外币表示的用于国际间结算的支付手段

商品交换在不同的国家和地区进行时,由于不同的国家和地区所使用的纸币不同,因此,在这些国家和地区之间进行商品买卖时就存在着不同货币之间的兑换、兑换比率的问题,也就是外汇与汇率关系问题。外汇是用外币表示的用于国际间结算的支付手段。汇率是两种货币之间的兑换比率。



结构梳理

从商品和劳动产品之间的区别入手,揭示商品是用来交换的劳动产品。

从商品交换过程演变入手,揭示货币是商品交换长期发展的产物。

从商品和货币的关系入手,揭示货币的本质是一般等价物。用它可以表现其他一切商品的价值,充当各种商品进行交换的媒介。

从货币本质和职能之间的关系入手,认识货币的两个基本职能:价值尺度和流通手段。由于货币职能是货币本质的体现,因此货币的基本职能就是要表现一切商品的价值并与一切商品相交换。

从货币和纸币的关系入手,认识通货膨胀和通货紧缩两种经济现象。由于纸币发行量要以流通中所需金属货币量为基础,因此,通货膨胀和通货紧缩现象都是由市场上所需货币量和纸币发行量不平衡造成的。

从信用工具的形式入手,揭示现代交换的手段的发展和进步。



自我评估

一 单项选择题

- 商品是()。
 - 用货币交换的产品
 - 用来交换的劳动产品
 - 交换发展到一定阶段的产物
 - 我们吃、穿、用所需要的各种物品
- 金银逐步地从商品中分离出来,固定地充当一般等价物的特点有()。

①体积小、价值大 ②便于保存、便于携带 ③质地均匀、易于分隔 ④不易磨损,价值不变

 - ①②③
 - ②③④
 - ①③④
 - ①②④
- 在一定时期内,流通中实际需要的货币量为8 000亿元,纸币的发行量为16 000亿元,并且在这期间内纸币的平均流通次数是2次,则此时1元纸币的购买力相当于金属货币的()。
 - 0.2元
 - 0.25元
 - 0.5元
 - 1元
- 货币产生之后,商品交换表现为商品流通,用公式表示即:商品—货币—商品。这一公式表明,在商品流通条件下()。

①货币是商品交换的媒介 ②买和卖两种行为是同时进行的 ③商品价值的大小是由货币来衡量的 ④在商品交换中买者与卖者必须遵循等价交换原则

 - ①②③
 - ①③④
 - ②③④
 - ①②④
- 产生于氏族社会解体时期、欧洲文学史上最古老的文学作品《荷马史诗》中提到:长发的希腊人卖酒,有的人用青铜去换,有的人用铁去换,有的人则用牛或牛皮去换,更有甚者用奴隶去换。这说明()。
 - 物物交换缺点突出,难度大
 - 这一时期一种商品有多种等价物
 - 酒成为这一时期的一般等价物
 - 青铜和铁已经成为这一时代的货币
- 马克思说:“纸币的发行只限于它所象征的代表金(或银)的流通数量。”这说明()。

- A. 在纸币流通条件下, 执行价值尺度职能的仍然是金属货币
 B. 纸币的发行量只要超过所需要的金属货币量就会发生通货膨胀的
 C. 纸币是货币的符号, 它本身对于商品交换的进行没有实际的作用
 D. 流通中所需要的金属货币量发生变化, 纸币的购买力也发生变化
7. 信用卡是经济往来结算中经常使用的信用工具, 使用信用卡 ()。
 A. 属于现金结算
 B. 属于转账结算
 C. 可以在任何的消费场所购物和消费
 D. 可以在所有的营业机构存取现金或转账
8. 支票也是人们在经济生活中经常使用到的信用工具, 它是 ()。
 A. 活期存款的支付凭证
 B. 办理同城结算的支付凭证
 C. 由收款单位开出的有价票据
 D. 可以向银行或信用社提取现金的票据
9. 如果 100 单位外币可以兑换成更多的人民币, 这说明 ()。
 A. 外汇汇率跌落
 B. 外汇汇率升高
 C. 外汇汇价稳定
 D. 外汇汇价跌落
10. 人民币的币值保持稳定有利于 ()。
 ①物价总水平稳定 ②扩大就业 ③增加出口 ④国家收支平衡
 A. ①②③ B. ②③④ C. ①③④ D. ①②④

二 非选择题

11. 在我国市场经济的生活中, 商品所有者首先将自己的商品卖出去, 取得一定数量的人民币, 然后再用这笔钱买回自己需要的其他商品。请说明人民币能够用来购买商品的理由是什么?
12. 马克思称由商品到货币的过程是“惊险的一跃”, 如果不能实现这“一跃”, 那么摔坏的将“不是商品, 而是商品生产者”。
 (1) 请你谈谈对摔坏的将“不是商品, 而是商品生产者”的理解。

(2) 请你为商品生产者出主意, 应如何顺利实现这一“惊险的一跃”?

探究应用

纸币是由国家(或某些地区)发行的、强制使用的价值符号, 凭借纸币可以购买任何所需要的商品, 因此, 国家可以通过多发行纸币来增加人民的实际收入、提高人民的生活水平。请谈谈你对这一说法的见解。

第二课 多变的价格



认知基础

1. 价格与价值、供求

市场经济中, 价格最终是由价值决定的。价值是价格的基础, 价格是价值的货币表现。商品交换要以价值量为基础, 实行等价交换。但在实际的市场交换中, 由于市场上供求不平衡经常发生价格与价值背离的现象。

人类的劳动是唯一真正的财富。——法朗士

当市场上某种商品供不应求时,买者争相购买(买者竞争),使得价格高于价值,引起价格上涨;当某种商品供过于求时,卖者争相降价(卖者竞争),使价格会低于价值,引起价格下跌。正是商品的供应与需求的不平衡导致价格的波动。但是,另一方面,多变的价格反过来也会影响供求关系的变化。当市场上某种商品的价格上涨,商品生产者会竞相生产,产品增多,逐渐改变了供求状况,供过于求,导致价格下降;当某种商品的价格下跌,商品生产者会缩减生产,产品减少,逐渐使得产品供不应求,又会导致价格上涨。所以,供求关系的变化与价格涨跌多变是相互制约的。

但是,商品价格的涨跌波动,始终是围绕着价值这个中心的。价格既不可能无限上涨,也不可能无限下跌,而是以商品的价值为基础,始终围绕价值上下波动的。从单个交换过程来看,价格时涨时落,但从一段较长的时间来看,商品的价格总的来说仍然与价值相符合。所以说,受供求关系的影响,商品价格围绕价值上下波动,不仅不违背价值规律,而正是价值规律的表现形式。我们通常说的市场决定商品价格的含义就是:商品的价格由价值决定,受供求关系的影响。

2. 商品价值量与劳动生产率

商品的价值量指的是商品价值的大小。商品价值量是由生产商品所耗费的社会必要劳动时间决定的。劳动生产率是指劳动者的生产效率。

单位商品价值量与生产该商品的社会劳动生产率成反比例的关系。由于商品的价值量是由社会必要劳动时间决定的,只要社会劳动生产率不变,个别生产者劳动生产率的高低不会改变商品的价值量的大小。但是如果个别生产者率先提高了劳动生产率,在相同的时间内能够比其他生产者生产出更多的商品,而每一单位商品的价值量又是由社会必要劳动时间决定的,那么,这一生产者在市场竞争中将处于有利的地位。

每一商品生产者都不断寻求在激烈的市场竞争中占据有利地位,随着越来越多商品生产者提高劳动生产率,一旦生产这种商品的生产者都普遍地提高了劳动生产率,就会导致生产该商品的社会必要劳动时间缩短,从而使单位商品的价值量降低。作为个别商品生产者如果还要寻求占据竞争的有利地位,就得不断地提高劳动生产率,从而促使这一商品生产部门社会劳动生产率的提高。随着社会劳动生产率的提高,这一过程中在同样的时间内所生产出来的商品不断增多,单位商品的价值量又不断下降,社会财富不断增多,由于市场的竞争促使商品生产者生产出既物美又价廉的商品,满足人民群众的需要。

3. 买方市场与卖方市场

买方市场是由买方起主导作用的一种市场类型。在买方市场上,商品供给过剩,卖方之间竞相抛售,价格呈下降趋势,买方在交易上处于主动地位,有任意选择商品的主动权。买方市场的存在,意味着商品交换中买卖双方之间的平等关系由于商品的供大于求而被打破。

卖方市场是由卖方起主导作用的一种市场类型。在卖方市场上,商品供不应求而不能满足市场的需求,即使商品质次价高也能被销售出去,商品价格呈上涨趋势。这时,买方对商品没有选择的主动权,卖方只关心产品数量,很少考虑市场需求。卖方在交易上处于主动地位。卖方市场的存在,意味着商品交换中买卖双方之间的平等关系,已被商品的供不应求所打破。

4. 价格变动与消费需求

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应程度是不同的。消费者对某种商品的需求程度:越是生活必需品需求弹性越小,如粮食蔬菜,而奢侈品的需

求弹性则大。商品的可替代程度：如果一种商品有大量的替代品，则该商品的需求弹性大，反之则需求弹性小。商品本身用途的广泛性：一种商品用途越广，需求弹性大，如水电，反之需求弹性小，如鞋油。商品使用时间的长短：使用时间长的耐用品，比如电视、汽车的需求弹性大，而晚报等易抛品商品需求弹性小。商品在家庭支出中所占的比例：比重小的商品，如食盐，需求弹性小，而电视、汽车等商品比重大，需求弹性也大。

5. 商品的价值量

商品的价值量是指商品价值的大小，也就是凝结在商品中的无差别的人类劳动量有多少。耗费的人类劳动越多，价值量就越大。衡量无差别人类劳动的天然尺度就是劳动时间，而且不是各个商品生产者所耗费的个别劳动时间，必须是社会必要劳动时间，即商品的价值量是由生产商品所耗费的社会必要劳动时间决定的，耗费的社会劳动时间越多，商品的价值量就越大，反之，价值量就越小。

6. 社会必要劳动时间

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。

这一时间指的是，现在在某一商品生产部门，在绝大部分同类产品的生产条件下和平均的劳动熟练程度和强度下，生产这种商品所耗费的时间。这一时间不是由某个单位或者个人计算出来，而是在商品交换过程中客观形成的。只要是生产同样的一种商品，无论商品生产者耗费的个别劳动时间有多少，在市场上进行交换时只能以社会必要劳动时间决定商品价值量的大小。

7. 劳动生产率

劳动生产率是指劳动者的生产效率。它通常用单位劳动时间内生产的产品数量来表示。劳动生产率越高，在单位时间内生产的产品数量就越多，平均到单位产品上的劳动时间就越少。



结构梳理

从价格的变动入手，推导出供求关系变动的状况。价格上升，供不应求；价格下降，供过于求。反之，供不应求，价格上升；供过于求，价格下跌。由此判断市场运行过程中的一般规律性。

从价格和价值、供求关系和价格、社会必要劳动时间决定商品的价值量、社会必要劳动时间和劳动生产率等多个关系入手，揭示价值规律的内容和表现形式。生产商品的社会必要劳动时间决定商品的价值量，商品交换要遵循价值规律实行等价交换。价格围绕价值上下波动是价值规律的表现形式。

从价格变动对生活、生产的影响入手，揭示价值规律的作用在于：调节生产、提高劳动生产率，生产适销对路的高质量的商品。



自我评估

一 单项选择题

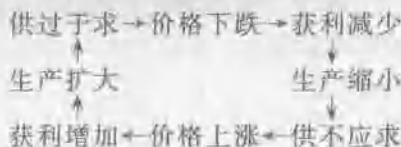
1. 市场上商品的价格有的时候高，有的时候低；有的地方高，有的地方低。引起价格变动的主要因素是（ ）。

- A. 气候的变化
B. 地域和气候双重因素
C. 供求关系的变动
D. 宗教信仰和文化理念
2. 彩铃业务是中国移动推出的“个性化多彩回铃音业务”的缩写名称，是一项由被叫客户为呼叫自己移动电话的其他主叫客户设定特殊音效（音乐、歌曲、故事情节、人物对话）的回铃音的业务，即：在一次电话呼叫过程中，被叫客户摘机应答前，主叫客户听到的将不再是单调的“嘟……嘟……”普通的回铃提示音，而是被叫客户已经定制好的个性化的特殊音效的回铃音。这是一种被叫客户要为此付钱的移动服务项目。从材料中可以看出“彩铃”（ ）。
A. 不是商品，因为它不是劳动产品
B. 是商品，因为其能满足人们的需要
C. 不是商品，因为无法用货币来衡量其价值
D. 是商品，因为其既是劳动产品又用于交换
3. 从2006年1月5日召开的“2006中国通信经济年会”上获得的数据可知，2005年中国移动取得了可喜的成绩，增长最快的数据业务是WAP业务，彩铃业务也获得了高速的增长，仅2005年8月份收入就高达4亿多元。这说明（ ）。
A. 商品生产者要适应市场变化
B. 商品生产者要缩短个别劳动时间
C. 商品生产者要提高企业的劳动生产率
D. 新的商品或是服务总会得到市场欢迎
4. 一辆普通自行车的价格再涨，也不会比一辆汽车的价钱高；一台彩色电视机的价格再降，也不会比一台收音机便宜。这主要是因为（ ）。
A. 使用价值越大商品的价格就越高
B. 价格受市场供求关系的影响
C. 价格是由价值决定的
D. 价格围绕价值上下波动是价值规律的表现形式
5. 冬天上市的西红柿比夏天的西红柿价格要高，这其中起决定作用的因素是（ ）。
A. 冬天的西红柿营养价值比较高
B. 冬天西红柿的需求量比夏天大
C. 冬天生产西红柿的劳动生产率比较高
D. 冬天的西红柿要耗费更多社会必要劳动时间
6. 在现代化大生产中，各个企业都非常重视科技进步，这样做的原因在于（ ）。
A. 科技进步使劳动消耗不再表现为价值
B. 依靠科技进步提高劳动生产率可以增加商品价值量
C. 重视科技可以提高劳动生产率，从而获得更多的利益
D. 现代化大生产使个别劳动时间对商品价值量日益起决定作用
7. 在现有的社会生产条件下，社会绝大多数手机生产者生产某一类型的一部手机都需要用10分钟时间，只有某生产商生产一部这种类型的手机只要5分钟，那么他生产一部手机与其他手机生产商生产一部手机相比（ ）。
A. 无法进行比较
B. 价值相等即价值量相等

- C. 其价值是其他生产商生产一部手机价值的 2 倍
D. 其价值是其他生产商生产一部手机价值的二分之一
8. 我国许多商业零售企业在商品促销活动中经常出现不规范的价格行为, 主要有: 促销宣传与实际服务不符, 如有的商家宣传“全场 3 折再返券”, 而实际上参加活动的商品却很少; 有限制条件的购物返券没有明示; 等等。对此正确的看法是()。
- A. 这直接体现了价值规律的要求
B. 这是严重破坏金融秩序的行为
C. 这改变了商品的价值量从而实现盈利
D. 这是通过虚假广告宣传来实现盈利
9. 100 多年前, 法兰西帝国皇帝拿破仑三世每次宴请四方宾客时, 宾客都使用银碗, 只有他一人使用铝碗。其原因在于当时()。
- A. 铝碗的价值比银碗价值大
B. 铝碗比银碗加工更加精致
C. 没有认识到银碗使用价值大
D. 生产铝所耗费的个别劳动时间多
10. 价值规律要求“一分钱一分货”, 但在实际生活中很难做到。这一现象说明()。
- A. 在商品交换过程中, 等价交换并不存在
B. 受供求关系影响, 价值总是围绕价格上下波动
C. 即物美又价廉的商品只有在价格上下波动中才能实现
D. 等价交换只存在于交换的平均数中

二 非选择题

11. 请看下图:



以上这一图表结构表明了什么问题?

12. 阅读下列材料:

〔材料一〕 浙江富润控股集团生产的“富润牌”精纺呢绒自 2003 年被认定为中国

名牌、国家免检产品以来，企业的呢绒生产一直保持好势头。近年来，企业大力推动自主创新体系建设，平均每年用于新技术、新产品开发的资金达2 000万元。2006年第一季度，生产呢绒43万米，完成工业产值2 069万元，同比分别增长44.6%和58.66%；实现销售收入1760万元，同比增长45%。

〔材料二〕 强烈的创新意识，使富润控股集团逐步形成了“人无我有、人有我优、人优我特、人特我新”的产品竞争优势。继“富润牌”精纺呢绒被认定为中国名牌、国家免检产品后，2004年，“富润牌”真丝绸被认定为中国名牌、中国高档丝绸标志使用产品，2005年“富润牌”桑蚕绢丝被认定为中国名牌产品，真丝绸被列为国家免检产品，“富润牌”出口产品被列为国家商务部重点培育和发展的出口名牌。

回答下列问题：

- (1) 结合有关商品的知识说明：企业为什么要大力推动自主创新，注重新技术、新产品的开发和应用？

- (2) 富润控股集团所形成“人无我有、人有我优、人优我特、人特我新”的经营策略有什么道理？

探究应用

俗话说：“便宜没好货，好货不便宜。”由此可见，人们在实际生活中是无法买到既“价廉”又“物美”的商品的。请运用所学经济学知识加以分析说明。

第三课 多彩的消费



认知基础

1. 影响消费的因素

消费是我们日常生活不可缺少的一部分。居民生活消费受很多因素的影响,居民的收入,消费品的价格,消费品的质量、性能、包装、外观、广告以及购买方式、商店位置、服务态度、售后维修与保养情况等,都会影响到人们的消费活动。其中,影响居民消费最主要的因素是居民的收入和物价水平。

收入是消费的前提和基础。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,消费增长也较快。对未来收入有非常乐观的预期,预支将来收入的可能性就会加大。人们的收入差距不断缩小,就会使总体的消费水平提高。

物价的变动会影响着人们的购买能力。一般说来,物价上涨,人们的购买力会普遍下降,会减少对商品的消费量;物价下跌,购买力则会普遍提高,会增加对商品的销售量。

2. 消费的类型

按照消费产品类型的不同,可以分为有形商品消费和劳务消费。有形商品消费指的是人们消费具体吃、穿、用等产品,劳务消费指的是家教、保姆、维修、理发等专项服务。

按照交易方式的不同,可以分为钱货两清的消费、贷款消费和租赁消费。钱货两清的消费指的是通过一手交钱、一手交货的交易方式完成的交易,交易完成之后商品使用由买主支配,有一些未发生转移的责任常常通过合同和保证书等加以界定。贷款消费指的是在购买住房、汽车等大宗商品和服务的时候,买主使用预支未来收入来进行的消费。租赁消费是指在商品的所有权不发生变更的前提下,通过短期租赁的办法获得该商品在一定期限内使用权的消费。

按照消费目的的不同,可以分为生存资料消费、发展资料消费和享受资料消费。生存资料消费指的是家庭生活消费中用来满足较低层次衣食住行的消费需要,是人们生存中最基本的、必不可少的消费。发展资料消费指的是家庭生活中用于满足人们发展德育、智育、体育等方面所需要的消费。享受资料消费指的是家庭生活消费中能够满足人们享受的物质生活资料消费、精神产品消费和劳务消费,如享用高级的生活用品、欣赏高雅艺术、观看各种体育比赛等。随着经济水平的提高,人们越来越追求身心愉悦和全面发展,发展资料和享受资料的消费会逐渐增加。

3. 消费结构

消费结构指的是人们各类消费支出在消费总支出中所占的比重。消费结构会随着经济的发展、收入的变化而不断变化,变化的方向遵循由生存需要到发展需要再到享受需要的顺序。

4. 恩格尔系数

恩格尔系数指的是在人们的各类消费支出中食品支出占家庭消费总支出的比重。恩格尔系数过大,必然影响其他消费支出,限制消费水平、层次和质量的提高。恩格尔系数减少,

懂得生命真谛的人,可以使短促的生命延长。——西塞罗