

二轮



金桃雪三星书系

3+X

高考速效通

■王从正 主编

思想政治

专题归纳

易混辨析

范例点津

能力达标

X 导航

石油大学出版社



3+X 高考

速·效·通 (二轮)

思想政治

王从正 主编

石油大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

3+X 高考速·效·通·思想政治/王从正主编. —东营:
石油大学出版社, 2000. 11(2001. 9 重印)

(金桃李三基书系)

ISBN 7-5636-1474-5

I. 3… II. 王… III. 政治课-高中-升学参考资料
IV. G634

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 042603 号

3+X 高考速·效·通·思想政治

王从正 主编

总 策 划: 路庆良 (电话 0546-8391797)

责任编辑: 何 峰 (电话 0546-8392565)

出 版 者: 石油大学出版社 (山东 东营, 邮编 257062)

网 址: <http://sunctr.hdpu.edu.cn/~upcpress>

电子信箱: upcpress@mail.hdpu.edu.cn

印 刷 者: 青岛胶南印刷厂

发 行 者: 石油大学出版社 (电话 0546-8392563, 8391797)

开 本: 787×1092 1/16 印张: 18.875 字数: 618 千字

版 次: 2001 年 9 月第 1 版第 2 次印刷

定 价: 19.50 元



3+X 高考速·效·通

编委会名单

顾问	王存敬	魏进路	钟岱峰
主任	曹红旗	张志亮	
副主任	潘永庆	王洪	刘培正
委员	(按姓氏笔画排列)		
	马金建	于建平	王洪
	王秀之	王亿东	王立星
	付喜明	邢玉河	刘培正
	孙锡玉	李庆平	李洪本
	张志亮	张克成	柴修森
	柴春明	曹红旗	崔乃方
	贾世杰	翟润瑟	潘永庆



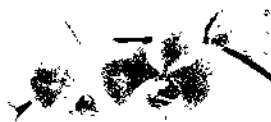
3+X 高考速·效·通

(思想政治)

编者名单

主 编	王从正			
副 主 编	迟桂军	刘际贵	王 德	
编 者	梁明鹏	于新兴	宋文波	赵明昌
	李 芹	单亦辉	邱光勤	肖春意
	邱中喜	潘爱宝	马庆玲	于天伟
	汪子光	王世进	谢化民	张崇烈
	孟庆亮	管延臣	刘玉明	张进海
	吴洪建	王吉红	郑桂田	隋松河
	董高升			

前言



为了帮助广大高三毕业生搞好《思想政治》二、三轮复习,减少复习的盲目性,提高复习效益和质量,我们组织了一批具有丰富实践经验的高三政治骨干教师和高考研究专家,共同编写了本书。

本书全面贯彻中共中央关于深化教育改革、全面推进素质教育的有关精神,依据最新的《高中思想政治课课程标准》和现行教材,突出“能力立意为主”的政治高考改革方向,力求导向准确、针对性强、实用性高。在内容上与高中思想政治课程设置同步,依次为经济常识、哲学常识、政治常识;每专题内容以课为单元,按“知识与能力”和“达标训练”两部分编写。

“知识与能力”部分 包括:(1)知识结构,以图表的形式展示每课知识的框架结构,便于学生从知识的内在联系上,系统地把握知识;(2)知识辨析,将每课知识的重点、难点、考点、易错易混点进行辨别、分析说明;(3)知识与能力要求,旨在让学生从“知识、能力、觉悟”三方面统一角度,明确和把握每课的学习目标。

“达标训练”部分 主要是结合“知识与能力”的要求,拟选基础性、导向性较强的题目,进行针对性训练,以达到巩固知识、培养能力、提高觉悟、检测复习效果的目的。

尽管我们想努力为广大师生提供“精品”,但由于水平和时间所限,难免疏漏,恳请广大师生批评指正。

编者

2001年8月

第一部分 经济常识

第一课 商品和商品经济	(2)
知识与能力	(2)
达标训练	(6)
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	(9)
知识与能力	(9)
达标训练	(13)
第三课 企业和经营者	(16)
知识与能力	(16)
达标训练	(19)
第四课 产业和劳动者	(23)
知识与能力	(23)
达标训练	(25)
第五课 财政税收和纳税人	(29)
知识与能力	(29)
达标训练	(33)
第六课 银行和储蓄者	(37)
知识与能力	(37)
达标训练	(39)
第七课 商品服务市场和消费者	(45)
知识与能力	(45)
达标训练	(47)
第八课 当代世界市场和我国的对外贸易	(49)
知识与能力	(49)
达标训练	(51)

第二部分 哲学常识

第一课	一切从实际出发	(54)
	知识与能力	(54)
	达标训练	(56)
第二课	联系地、发展地看问题	(66)
	知识与能力	(66)
	达标训练	(69)
第三课	坚持矛盾分析的方法	(78)
	知识与能力	(78)
	达标训练	(81)
第四课	正确认识事物发展的原因、状态和趋势	(90)
	知识与能力	(90)
	达标训练	(93)
第五课	透过现象认识本质	(101)
	知识与能力	(101)
	达标训练	(104)
第六课	坚持正确的价值取向	(114)
	知识与能力	(114)
	达标训练	(117)
第七课	选择崇高的人生目标	(124)
	知识与能力	(124)
	达标训练	(127)
第八课	自觉投身社会实践	(134)
	知识与能力	(134)
	达标训练	(137)

第三部分 政治常识

前 言	(148)
知识与能力	(148)
达标训练	(148)
第一课 我国的国家制度(上)	(151)
知识与能力	(151)
达标训练	(152)
第二课 我国的国家制度(下)	(159)

知识与能力	(159)
达标训练	(164)
第三课 我国的政党和政党制度	(173)
知识与能力	(173)
达标训练	(176)
第四课 我国的民族和宗教	(186)
知识与能力	(186)
达标训练	(193)
第五课 国际社会和我国的对外政策	(201)
知识与能力	(201)
达标训练	(203)

第四部分 综合训练

综合素质训练题(一)	(212)
综合素质训练题(二)	(218)
综合素质训练题(三)	(223)
综合素质训练题(四)	(229)
综合素质训练题(五)	(235)

第五部分 参考答案

第一部分 经济常识	(242)
第二部分 哲学常识	(249)
第三部分 政治常识	(273)
第四部分 综合训练	(284)

第一部分



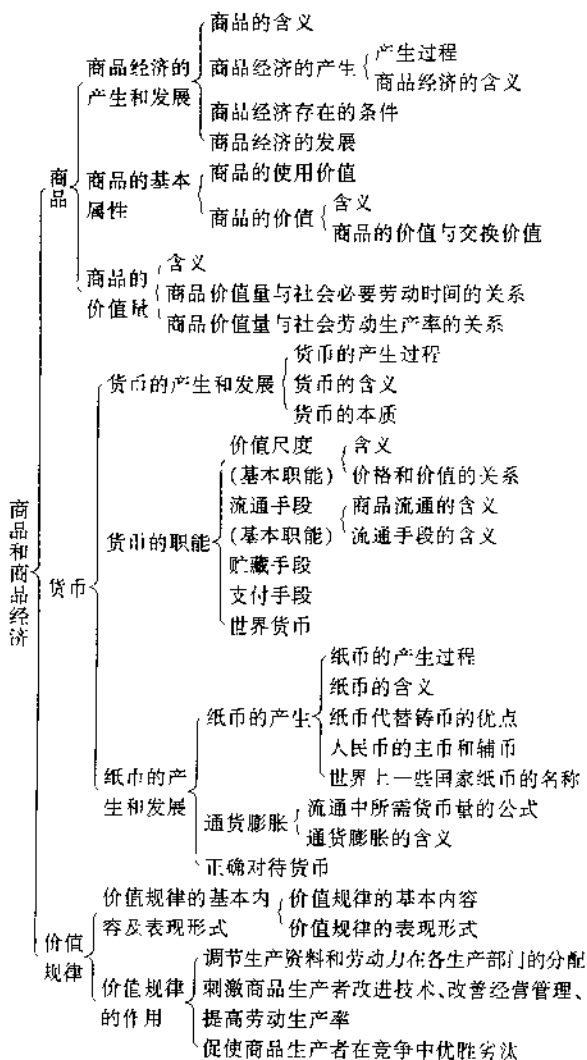
经济常识

第一课 商品和商品经济



知识与能力

一、知识结构



二、知识辨析

【商品经济产生的条件】

(1) 商品经济是直接以交换为目的的经济形态，包括商品生产和商品交换。

(2) 有了商品交换并不等于就产生了商品经济。

第一次社会大分工以前，在原始部落之间，就偶有极少量的多余产品进行交换，这是最初的商品交换。第一次社会大分工使商品交换成为一种经常的现象。但当时用来交换的只限于多余产品，直接以交换为目的的生产即商品生产还不存在，这一时期只存在商品交换，不存在商品经济。

第二次社会大分工，手工业独立出来，手工业生产的目的是为了交换，商品生产出现了，伴随着商品生产出现，商品经济也问世了。从人类社会的发展过程看，先有商品交换，后有商品经济。

(3) 社会分工是商品经济产生的前提条件。

社会分工存在的条件下，各生产者专门从事某种产品的生产，使得生产者或经济单位之间，在生产和生活上相互联系、相互依赖，彼此都需要对方的产品作为生产资料或生活资料，从而产生了相互交换产品的必要，社会分工为商品经济的产生提供了前提条件。

(4) 私有制的产生，使不同商品所有者之间相互交换产品，必须遵循等价交换原则。

私有制表明，每个人、每个家庭都有不同的利益。这决定了从事不同产品生产的各个所有者不能无偿占有其他生产者的产品，需要通过对等的原则相互交换产品，即根据商品价值实行等价交换。可见私有制的产生是商品产生的决定性条件。

(5) 商品产生的根本原因是社会生产力的发展。

商品经济产生的两个条件是社会分工和私有制。这两个条件的产生都是生产力发展的结果。

【商品的价值属性】

(1) 价值是凝结在商品中的无差别的一般人类劳动。

(2) 只有商品才有价值。

价值是一切商品所共有的东西,也是商品所特有的属性。只有在需要交换时,才需要比较凝结在商品中的劳动量,即凝结在商品中的无差别的一般人类劳动,只有这种劳动才形成价值。不用于交换的劳动产品,无需比较其劳动量的大小,这种劳动并不能形成价值。因而,只有商品才有价值。

(3) 价值是商品交换的基础。

商品必须具有使用价值和价值,但是使用价值是千差万别的,它们在质上是各不相同的,无法进行比较。因而使用价值不是商品交换的基础。

不同的商品之所以能按一定比例互相交换,是因为它们存在着共同的东西,这个共同的东西是它们都包含着一定数量的无差别的一般人类劳动,即价值。所以价值是商品交换的基础。

(4) 价值是商品的社会属性,体现着商品生产者之间的关系。

在非商品生产和非商品交换的条件下,劳动并不形成价值。只有在商品生产条件下,人们在商品交换的过程中,为了确定交换的比例和反映商品生产者之间的关系,这才使生产商品的劳动有了特殊的社会性质,从而形成商品的价值。可见,价值是商品的社会属性,而不是商品的自然属性。

商品交换表现为物与物的交换,而实际上是生产者之间的劳动与劳动相交换。因此,价值体现着商品生产者之间交换劳动的社会关系。

【商品是一个“天生的平等派”】

(1) 商品的价值量由社会必要劳动时间决定。

商品的价值量是由生产这种商品所耗费的劳动量决定的,而衡量劳动量的天然尺度是劳动时间,所以商品的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。如果是个别劳动时间决定,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”的情况,不利于社会生产,这显然是荒谬的。

(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,它们的价值是相等的。

【货币的本质】

(1) 货币的定义。

货币是从商品中分离出来固定地充当一般等价物的商品。货币的本质是一般等价物。

(2) 货币具有价值,又是价值的尺度。

作为货币的金银也是商品,因而也具有使用价值和价值两个基本属性。同时,由于货币的本质是一般等价物,因而又和其他商品不一样,它是价值的尺度,即用来衡量一切商品价值的大小。货币之所以能衡量其他商品价值的大小,是因为它本身是商品,有价值。

货币执行价值尺度的职能,并不需要现实的货币,只是观念中的货币。

(3) 货币的流通手段。

所谓流通手段,就是指货币充当商品交换的媒介。这是货币的一种基本职能。货币作为一般等价物,自产生以来,就在商品交换中起媒介作用。货币作为商品交换的媒介,克服了物物直接交换中受时空限制等诸多不便,促进了商品经济的发展。

货币是商品交换的媒介,不同的商品生产者通过它让渡自己的产品而获得对方的产品,体现了商品生产者相互交换劳动的社会关系。

【等价交换原则】

(1) 等价交换是商品经济的一个重要原则。所谓等价,就是交换双方的商品的价值量相等。

在商品经济条件下,由于各个商品生产者具有各自独立的物质利益,每个商品生产者都想尽可能多地获取利润,尽可能地高价出售自己的商品。但是,一方面,过高的价格将会导致失去市场;另一方面,每个生产者同时也是购买者,抬高价格对每个生产者来说都是同等的。在大量交换中,必然形成等价交换这一基本交换原则。

(2) 实行等价交换具有重要意义。只有实行等价交换,才能维护各个生产者、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,从而促进经济快速、健康地发展。

(3) 货币出现后,商品和商品就不直接交换了,而是以货币为媒介:商品—货币—商品。每次交换都是商品与货币直接交换。商品的价值量用货币来表现就是价格。因此,商品和商品之间的等价交换,在货币出现后就变成了商品交换时价格与价值相符。

(4) 等价交换是在动态中实现的。

货币产生后,商品之间的交换,就变成了商品交换时价格与价值相符。而在现实生活中,由于供求与

价格的双向制约而导致价格围绕价值上下波动。从某一点静止地看,价格与价值下完全一致是经常的,完全一致则是偶然的。但是从长远看,从整个商品交换发展的过程看,价格高于价值的部分与价格低于价值的部分是可以抵消的,价格和价值是相符的。等价交换的原则并不是体现在每一次具体的买和卖关系当中,而是从一定时期、从社会的总体来看买和卖的关系时,才体现着等价交换的原则。可见等价交换的原则是在动态中实现的。

(5) 等价交换原则要求商品价格既要反映商品价值,又要反映供求关系的变化。

价值是价格的基础,价值决定价格,价格是价值的货币表现。在一般情况下,商品的价格与本身的价值成正比。所以商品的价格要反映商品价值。

供求关系影响价格,当商品供过于求时,价格下跌,低于价值;当商品供不应求时,价格上涨,高于价值。所以商品的价格又要反映供求关系。

(6) 等价交换原则只适用于商品经济,不能引入政治生活和其他社会生活。

等价交换是商品经济的一个重要原则。只适用于商品经济活动,要严格防止把经济活动中的商品交换原则引入党的政治生活和国家机关的政务活动,也不能作为人们活动的行为准则。否则,只能助长党内和国家机关中的腐败现象发生,助长一些人见利忘义,不利于培养和发扬集体主义精神,不利于社会主义精神文明建设。

社会主义市场经济条件下,既要讲物质利益原则,又要提倡奉献精神,形成把国家和人民的利益放在首位,而又充分尊重公民个人合法利益的社会主义义利观,形成健康、有序的经济和社会生活规范。

【商品与其他劳动产品、物品】

(1) 商品与其他劳动产品。区别:商品用于交换、有价值、是个历史范畴;其他劳动产品下用于交换、没有价值,是人类社会一个永恒的范畴。联系:二者都是劳动产品、都有使用价值,在一定条件下可以转化。

(2) 商品与其他非劳动产品的物品。区别:商品是劳动产品、用于交换、是个历史范畴;其他非劳动产品的物品不是劳动产品、不用于交换、是个永恒的范畴。联系:二者都有使用价值。

【个别劳动时间与社会必要劳动时间】

个别劳动时间是各个商品生产者生产某种商品所耗费的劳动时间,社会必要劳动时间是……(含义略)。

决定商品价值的只能是社会必要劳动时间,个别

劳动时间虽下能决定商品价值量,但对商品生产者有重要的意义。

【个别劳动生产率与社会劳动生产率】

(1) 个别劳动生产率是某单位、某商品生产者生产某种商品的劳动生产率。它不决定商品价值量,但决定个别劳动时间,从而改变同一时间内创造的价值总量。由于在生产中,谁的个别劳动生产率越高,在交换中获利越多,反之,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。

(2) 社会劳动生产率是某一部门、某一行业生产某种商品的劳动生产率。它决定社会必要劳动时间,同商品价值量成反比。无论社会劳动生产率怎样变化,同一劳动在同一时间内创造的价值总量不变。

(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。虽然个别劳动生产率的提高不改变社会劳动生产率,但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。

【货币与商品】

(1) 区别:含义不同(略)。

(2) 联系:货币是商品交换发展到一定阶段,从商品中分离出来的,先有商品后有货币,它们都有使用价值和价值两个基本属性。货币可以表现一切商品的价值,可以与一切商品相交换。

【等价物与一般等价物】

等价物是在商品交换中,用来表现其他“某种”商品价值的商品。而一般等价物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。

有了商品交换,就有了等价物,而一般等价物则是商品发展到一定阶段的产物,一般等价物固定在金银上,便产生了货币。

认识误区举例:

① 货币与商品是同时产生的。② 货币的本质是商品。

【流通手段与商品流通】

流通手段强调的是货币在商品交换中的作用;商品流通强调的是商品如何进行交换的。

【货币与纸币】

(1) 区别:① 含义不同:(略)。② 产生不同:货币是商品交换发展过程中,从一般商品中分离出来的,纸币是在货币充当流通手段的职能中产生的。③ 是否有价值。④ 职能不同:纸币只有流通手段和支付手段两种职能。

(2) 联系:在商品流通中,纸币发行量必须以流通

中所需要的货币量为限度,纸币的发行量大大超过流通中所需要的数量,就会引起纸币贬值,物价上涨,造成通货膨胀。

认识误区举例:

① 纸币本身也有价值。② 国家有权发行纸币,也有权规定纸币的实际购买力。

【物价上涨与通货膨胀】

通货膨胀必然引起物价上涨,因为一定时期内商品流通中所需要的货币量是有限度的,如果纸币发行量超过了流通中实际需要的货币量,就会引起物价上涨,但并不是所有的物价上涨都意味着通货膨胀,因为价格虽以价值为基础,但还受供求关系的影响。我国现实经济生活中,某些商品供不应求而引起的价格上涨以及由政策性调价、理顺价格关系引起的价格上涨及乱收费、乱涨价推动价格上涨,则不属于通货膨胀。

认识误区举例:

① 物价上涨必然引起通货膨胀,因此,物价越低越好。② 通货膨胀必然引起物价上涨,因此国家发行的纸币越少越好。

【使用价值与价值】

(1) 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一般人类劳动。

② 使用价值反映人与自然的关系,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。

(2) 联系:

① 商品是二者的统一。

商品必须有使用价值,同时必须有价值,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,同一个商品的使用价值和价值都不能兼得。这就是使用价值和价值的矛盾。

【劳动生产率与商品价值量】

(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,反之获利就小,甚至亏本。因此,个别劳动生产率会影响生产者的命运。

(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,社会劳动生产率也会相应提高。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这种商品的社会必要劳动时间决定的。社会劳动生产率愈高,单位商品生产中耗费的社会必要劳动时间愈少,单位商品的价值量就愈小。反之,社会劳动生产率愈低,单位商品的价值量就愈大。商品的价值量同社会劳动生产率成反比例。

(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。

【价值、交换价值、价格之间的内在联系】

价值不是自我表现的,必须通过交换由另一种商品表现出来,交换价值是价值的表现形式,价值是交换价值的基础,交换价值的大小是由价值决定的。货币产生后,商品的价值由货币来表现,用货币来表现商品的价值就是价格,价值决定价格,是价格的基础。所以价格和交换价值都是商品价值的表现形式,只是交换价值产生在物物交换时期,价格是通过货币表现出来的价值。

【价值、价格、供求关系之间的内在联系】

价格是价值的表现,价值是价格的基础,价值决定价格,价格受供求关系的影响围绕价值上下波动,不能理解成供求关系决定价格。

三、知识与能力要求

1. 知识方面

(1) 识记:① 商品经济的基本含义,存在条件和基本类型;② 货币的职能;③ 货币的主币和辅币;世界上一些主要国家和地区所使用的纸币名称。

(2) 理解:① 商品的含义;商品与物品,商品与劳动产品的区别和联系;② 商品的两个基本属性及二者的关系;③ 个别劳动时间和社会必要劳动时间的区别,商品价值量和社会必要劳动时间的关系;④ 商品的价值量和社会劳动生产率成反比;⑤ 价格、商品流通,纸币、通货膨胀的含义;⑥ 价值规律的基本内容、表现形式及其作用。

(3) 运用:① 结合现实生活中人们对货币的不同看法,从货币的起源和本质说明正确认识货币的作用;② 用价值规律的有关知识,分析说明商品生产者必须不断提高劳动生产率。

2. 能力方面

着重培养学生的抽象概括能力,透过现象认识本质的能力,运用基本原理分析问题的能力。

3. 思想觉悟方面

(1) 树立改革开放意识,增强自主观念、开放观念、效率观念、竞争观念。

(2) 以正确的态度对待货币。



达标训练

一、单项选择题

1. 随着知识经济时代的到来,世界技术贸易发展迅

速,贸易额逐年递增。对此正确的认识是 ()

- A. 技术本身是商品,有其使用价值和价值
 - B. 知识经济已经取代了农业经济和工业经济
 - C. 对外技术交流已成为各国发展经济的主要形式
 - D. 引进技术已成为各国发展对外经济关系的基础
2. 随着市场经济的发展,一方面是一些企业被兼并甚至破产,一方面是一些企业不断壮大成为大公司、大集团。从根本上说是 ()

- A. 产业结构调整的结果
- B. 价值规律发生作用的必然结果
- C. 所有制结构调整的结果
- D. 国家宏观调控的结果

3. 新商品的上市价格通常较高,过了一段时间以后,价格则逐渐下降。发生这种现象有多种原因,其根本原因是 ()

- A. 新商品的供求关系由供不应求变为供过于求
- B. 生产同类商品的生产者之间在市场上激烈竞争
- C. 提供新商品的某生产者的劳动生产率逐步提高
- D. 生产该商品的社会劳动生产率不断提高

4. “诚招天下客,誉从信中来。经商信为本,买卖礼在先。”这一谚语包含的经济学道理是 ()

- A. 企业经营者应努力提高自身素质,面向市场公平竞争
- B. 只要企业注重产品质量,就能在竞争中立于不败之地
- C. 企业经营者应注意企业的信誉和形象,以诚信求发展
- D. 企业经营者要降低成本,优质优价

5. 某企业事先改进技术和经营管理,提高劳动生产率,这将导致 ()

- ① 社会劳动生产率提高;② 生产商品的个别劳动时间减少;③ 该企业劳动者创造的价值总量增加;④ 该企业单位商品的价值量降低。

- A. ②③
- B. ①③
- C. ①②④
- D. ②③④

6. 在当前需求不旺,买方市场基本形成的形势下,各个企业都千方百计提高本企业产品的市场占有率,市场占有率的高低表明 ()

- A. 商品竞争力的强弱
- B. 商品价值的大小
- C. 商品价格的高低
- D. 商品供求关系的变化

7. 党的十五届四中全会提出:“从战略上调整国有经济布局,坚持有进有退,有所为有所不为。”这样做

有利于 ()

① 增强国有经济的控制力;② 产业结构优化升级;③ 搞好所有国有企业;④ 所有制结构的调整和完善;⑤ 非公有制经济的发展。

- A. ①③④⑤ B. ①②④⑤
C. ②③④⑤ D. ①②③④⑤

8. 影响纸币实际购买力的直接因素有 ()

① 流通中实际需要的货币量;② 纸币发行量;③ 市场上供求状况;④ 各种商品的劳动生产率。

- A. ①② B. ③④
C. ①②③④ D. ①②③

9. 假定一国的商品价格水平和货币流通速度不变,该国的劳动生产率、待售商品总量及其价值总量、纸币发行量之间关系的变化应该是 ()

- A. 全国劳动生产率普遍提高后,待售商品总量和价值总量不变,纸币发行量不应增加
B. 全国劳动生产率普遍提高后,待售商品总量增加、价值总量不变,纸币发行量应增加
C. 全国劳动生产率普遍降低后,待售商品总量和价值总量减少,纸币的发行量也应减少
D. 全国劳动生产率普遍降低后,待售商品总量和价值总量变大,纸币的发行量也应增加

10. 2000年3月9日,《人民日报》刊登“海尔产品调查问卷”,就海尔产品市场现状、市场预测与消费者对海尔产品和售后服务的建议等进行调查,获得数万个统计数据,为企业决策提供了重要依据。这集中体现了海尔集团 ()

- A. 面向市场的经营机制
B. 产权清晰的投资体制
C. 责权明确的运行机制
D. 科学有序的管理体制

二、不定项选择题

11. 近年来,一些国有企业成功地实现了扭亏为盈,这除了机制、环境等因素的影响外,最重要的一点是加快了科技成果的转化,用新科技去开发具有市场潜力的产品,并降低了劳动消耗,这表明 ()

- A. 使用价值是价值的物质承担者,只有生产具有市场潜力的产品,企业才能赢利
B. 在当代,科学技术对于提高劳动生产率起决定作用
C. 能否实现高新技术商品化、产业化,对企业在竞争中的成败具有关键性意义
D. 有了高新技术产品的企业就能在市场竞争中

立于不败之地

12. 商品的价值量由生产这种商品的社会必要劳动时间决定,而不是由个别劳动时间决定。这会直接 ()

- A. 调节生产资料和劳动力在社会生产各部门的分配
B. 刺激商品生产者改进技术,改善经营管理,提高劳动生产率
C. 导致商品生产者优胜劣汰
D. 导致商品生产供过于求

13. 据报道,《电器》月刊在排列全球电器巨头时,在伊莱克斯、松下、索尼等名单之后,现在又加上了中国的海尔集团。海尔的成功靠的是质量。美国接待服务学院对海尔集团及其高质量高水平给予较高的评价,授予海尔五星钻石奖。这表明 ()

- A. 质量是企业的生命,它最终决定市场竞争的胜负
B. 商品的使用价值作为价值的物质承担者,决定着商品价值的大小
C. 实施名牌战略有利于提高企业的国际竞争力
D. 提高产品质量与打击假冒伪劣是一个问题的两个方面

14. 在我国的医药市场上,一方面药品生产供大于求,一方面药品价格严重偏高。对此正确的认识是 ()

- A. 药品的价格既不反映供求关系,也不反映价值,严重背离了价值规律
B. 偏高的药品价格不是由市场决定的,违背了价值规律
C. 偏高的药品价格,背离了社会主义生产的目的
D. 偏高的药品价格有利于拉动内需,刺激经济发展

15. 随着市场经济的发展,电信部门应当转变观念,改变长期垄断形成的习惯做法,以更加符合价值规律的收费来吸引消费者,以迎接国际跨国电信集团的挑战。要“更加符合价值规律” ()

- A. 是因为价值规律是商品经济的基本规律
B. 是指收费要遵循价值规律,要打破垄断价格
C. 这是我国电信行业发展的必然趋势
D. 就是要降价

三、简答题

16. 加入WTO对我国来说既是机遇又是挑战。加入WTO在给我国带来重大利益的同时,也会给某

些脆弱产业带来冲击。例如汽车行业,我国汽车的价格一般比国际市场上同类产品的价格高2~3倍,不少准备购车的消费者预期国内汽车的价格将有一个大的调整,因此纷纷持币待购,使得本应火爆的汽车消费市场相对冷清。为此,2000年夏天国内汽车行业的老总们云集开会,商量对策,商量的结果是共同发表了一个声明,宣布近期不降低国内汽车价格,以打消消费者的心理预期,刺激汽车消费。

(1) 如何评价这些消费者的消费行为?

(2) 如何评价国内汽车行业老总们的声明?

(3) 如果你是国内某一家大型汽车生产厂家的老总,面对加入WTO的挑战,你将采取什么对策?

四、辨析题

17. 市场竞争就是价格竞争,只有通过价格竞争,才能达到资源优化配置。

五、论述题

18. 材料一:中国经济走过近20年的高速增长之路后,进入90年代中期已基本完成量的积累。中国的电视、冰箱、洗衣机等许多产品的产量居世界前列。中国市场上的商品多数呈现相对过剩的局面。

材料二:一段时间以来,消费市场降价浪潮此起彼伏。彩电降价、电脑降价、白酒降价,有的地方房地产也在降价。

材料三:权威统计表明,今年一季度,中国全社会消费品零售总额比上年同期增长7.4%,生产资料市场销售比上年同期增长7%,扣除物价因素,实际分别增长10.6%和10%。与1998年相比增幅有明显回升。

材料四:有关专家分析认为,商品市场影响需求增长的因素不仅没有减弱,反而有所加深。主要表现为居民当前消费更加谨慎,居民购买力继续分流,消费环境不利于居民消费升级换代等。

(1) 材料一与材料二表明的经济现象之间有何内在联系?

(2) 结合材料三说明,覆盖面越来越大的降价风对扩大内需、启动消费市场具有怎样的实质意义?

(3) 结合材料四说明,启动消费市场能否仅用降价手段?