******第四课生产与生产资料所有制**

**一、单选题**

1．为了满足不同人群的冰雪运动需求，某地增设了三个练习场和两个冰雪乐园，开辟了凌晨场次，接待游客近两万人，收入增长20%。从材料可以看出（   ）

A．生产决定消费的方式和消费结构 B．收入是消费的基础和前提

C．该地产业结构实现了优化升级 D．消费需求能引导社会供给

2．2023年8月1日，国家发展改革委等部门发布《关于实施促进民营经济发展近期若干举措的通知》，该通知聚焦促进公平准入、强化要素支持、加强法治保障、优化涉企服务、营造良好氛围等五个重要方面，提出28条具体举措。举措的施行有利于（   ）

①巩固我国社会主义基本经济制度的基础

②发挥民营经济是中国式现代化的生力军作用

③优化营商环境，激发公有制经济的活力

④推动破解民营经济发展中面临的突出问题

A．①③ B．①④ C．②③ D．②④

3．2023年6月25日，国务院国资委在辽宁省沈阳市召开深化东北地区国资国企改革现场推进会，会议要求国企改革要以推动科技创新、发展战略性新兴产业、健全市场化经营机制等为着力点，加快实现高质量发展。上述国企改革旨在（   ）

①发展壮大国有经济，解放社会生产力

②扩大国有经济规模，打造核心竞争力

③增强国企主体地位，建设现代经济体系

④推动国有经济布局结构优化和产业转型升级

A．①③ B．①④ C．②③ D．②④

4．2022年以来，广西北流市紧紧围绕争当“全国综合实力百强县市、玉林市‘四强两区一美'两湾先行试验区排头兵”工作目标，以“土地改革+”为抓手，大力推进农村综合改革示范区建设，探索集中土地流转有效整治撂荒地、壮大村级集体经济、实现多方盈利等机制，高质量推动全域乡村振兴。“土地改革+”对推动全域乡村振兴的传导路径是（   ）

A．优化家庭承包经营模式→成立农业专业合作社→确保农民增加收益

B．培育新型农业经营主体→完善农村基本经营制度→提高农业生产效率

C．深化农村土地制度改革→保障农民土地所有权→增强农业农村发展活力

D．提高土地资源利用率→引导农村土地适度规模经营→发展壮大村级集体经济

5．2023年“五一”假期，我国实现国内旅游出游2.74亿人次，实现国内旅游收入1480.56亿元，游客出行更加看重出行品质，定制化、小型化消费成为主流，高星级酒店房源备受游客青睐。材料表明（   ）

①居民消费需求日益个性化、多元化，消费结构优化升级

②释放消费潜能有利于充分发挥消费对经济增长的基础性作用

③我国居民恩格尔系数下降，家庭消费水平不断提高

④生产决定消费的方式、质量和水平，为消费创造动力

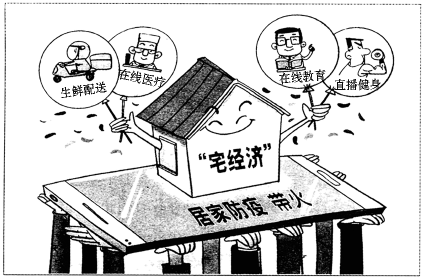
A．①② B．①③ C．②④ D．③④

6．社会再生产过程包括生产、分配、交换、消费这样相互联系的四个环节。下列选项中属于分配环节的是（   ）

A．王师傅用冰箱换了一台电视机 B．小李同学用30元购得电影票一张

C．某公司生产出一款高档手表 D．某省上调最低工资标准

7．观察下图，居家防疫之所以带火了“宅经济”，是因为 (   )



A．生产状况决定了消费的质量和水平

B．“宅经济”的出现为消费创造了动力

C．消费能够为生产创造出新的劳动力

D．消费对生产的调整升级有导向作用

8．2023年2月21日发布的《2022年度中小企业发展环境评估报告》显示，截至2021年底，参评城市的中小企业数量达2248.18万户，占全国总数的46.8%，与2019年底的l858.46万户相比，年均增长率达9.99%；新注册企业数量423.28万户，占全国总数的46.8%，与2019年底的331.75万户相比，年均增长率达12.96%，其中32个城市新注册企业数量实现两年连续增长。由此可以推断，在我国（   ）

①中小企业发展环境整体保持稳定

②有利于企业创新的环境加快完善

③优质中小企业培育步伐持续加快

④企业对未来发展信心进一步增强

A．①② B．①④ C．②③ D．③④

9．只有生产出来的产品被消费了，这种产品的生产行为才算真正完成。这说明（   ）

A．商品是使用价值和价值的统一体，只有实现了使用价值，才能实现价值

B．消费产品是生产过程的继续

C．社会再生产过程，是由生产、分配、交换和消费组成的有机整体

D．消费即是生产

10．在过去几年里，我国消费对经济的贡献率一直在60％左右。目前我国居民消费每增长1％，即可带动GDP增长0．5％。这说明（   ）

A．只要增加居民收入就能推动经济增长

B．生产决定消费，没有生产就没有消费

C．有效需求不足会制约经济的增长

D．消费不仅是生产的目的，更是生产的动力

11．国际经验表明，当一个国家人均GDP超过1000美元时，将触发国内消费结构的升级。2019年，我国人均GDP达到1万美元，人们的消费需求进一步升级。这说明（   ）

A．人们的需求最终决定消费结构的升级

B．生产发展决定消费结构的升级

C．国家发展的历史决定消费结构的升级

D．消费结构的升级推动生产发展

12．社会主义根本经济特征和社会主义经济制度的基础是（   ）

A．全民所有制

B．集体所有制

C．社会主义生产资料公有制

D．以公有制为主体、多种所有制经济共同发展

13．中央经济工作会议强调，把恢复和扩大消费摆在优先位置。为促消费、稳经济，多地近期密集发放新一轮消费券，涉餐饮、家电、文旅、百货等多领域。既有通用类消费券，让老百姓能够在日常消费的各个场景使用，也有专属类别消费券，针对特定领域、群体进行扶持。该举措发挥作用的传导路径是（   ）

①购物实际支出减少→刺激百姓消费意愿→带动社会总需求

②提升消费欲望→促进消费稳定增长→带动经济链条的复苏

③增加居民收入→提高居民消费水平→促进产业的优化升级

④向特定行业发放消费券→提高产品或服务质量→经济复苏

A．①② B．①③ C．②④ D．③④

14．过去,上海市对设摊经营、占道经营是全面禁止的。该市2022年12月1日起施行的市容环境卫生管理条例，在规定不得擅自占用道路、桥梁等公共场所兜售物品的同时，明确区政府、乡镇政府可以划定一定公共区域用于从事设摊经营、销售自产农副产品等经营活动。此举意在（   ）

①激发小微经济活力

②方便人民群众生活

③培育新型经营主体

④促进经济结构升级

A．①② B．①③ C．②④ D．③④

15．2023年1月19日，商务部副部长盛秋平在国新办新闻发布会上介绍，商务部将积极采取措施，促进直播电商等新业态新模式健康发展。电商平台提供渠道和技术，主播、明星、企业家等通过视频直播以打折让利、实时交流、实物展示等方式提升消费活力。与传统电商相比，“电商+直播”的优势在于（    ）

①通过演示与互动，激发购买欲望

②减少交易环节，提高商品流通速度

③利用名人效应，化“粉丝”为顾客

④借助网络平台，大大压缩营销成本

A．①② B．①③ C．②④ D．③④

**二、材料分析题**

16．生活性服务业就是与老百姓生活息息相关的、满足居民最终消费需求的服务活动，包括健康服务、养老服务、旅游游览和娱乐服务、住宿餐饮服务、居民住房服务等领域。近年来，我国生活性服务业蓬勃发展，对优化经济结构、扩大国内需求、促进居民就业、保障改善民生发挥了重要作用，但也存在有效供给不足、便利共享不够、质量标准不高、人才支撑不强、营商环境不优等问题。2021年10月13日国家发展改革委发布了《推动生活性服务业补短板上水平提高人民生活品质的若干意见》以推动生活性服务业高质量发展。

(1)运用生产与消费的知识，说明推动生活性服务业高质量发展的原因。

(2)补齐生活性服务业的短板，需要引导更多的社会资本进入生活服务业，运用生产资料所有制结构的知识加以说明。

17．阅读材料,完成下列要求。

豆奶是近年中国家庭消费增长最快的品类。根据东方证券研报数据显示,2011年—2017年我国豆奶行业销售额从50.8亿元提升至90.0亿元,CAGR(复合年均增长率)约10%,增速高于美日等国家和地区,2018年豆奶成为我国家庭消费最多的品类,增速远超牛奶,2020年我国豆奶销售额将突破100亿元。整体看,我国豆奶人均消费偏低,参照日本、台湾人均消费量,豆奶市场至少有3倍以上的成长空间,参照其人均销售额,我国豆奶市场存在4-6倍提升空间。在巨大的消费潜力之下,伊利、统一等巨头纷纷跨界布局豆奶市场。2019年达利、维他等企业豆奶业务也加快了新品布局的步伐,均推出多款新品,创意十足。随着消费结构的升级,未来的豆奶会更加丰富多元,功能性更强、更健康。

结合材料,分析豆奶消费增长的影响如何体现消费对生产的反作用。

**参考答案：**

1．D

2．D

3．B

4．D

5．A

6．D

7．D

8．B

9．C

10．D

11．B

12．C

13．A

14．A

15．B

16．(1)①生产决定消费的对象，推动生活性服务业高质量发展有利于为居民提供高质量的生活性消费产品，更好地满足人民群众日益增长的美好生活需要。

②生产决定消费的质量和水平。推动生活性服务业高质量发展有利于促进消费升级，提高居民消费质量和水平。

③生产为消费创造动力。推动生活性服务业高质量发展有利于为居民消费创造动力，激发消费潜力，扩大居民消费。

(2)①我国坚持公有制为主体、多种所有制经济共同发展，非公有制经济是社会主义市场经济的重要组成部分，我国鼓励、支持非公有制经济发展。

②引导更多的社会资本进入生活服务业有利于扩大生活性服务业的规模，增强服务产品的供给；有利于各种所有制经济发挥各自的优势，平等竞争、相互促进，促进我国生活性服务业的发展。

17．①消费对生产有重要的反作用,消费拉动经济增长、促进生产发展。2020年我国豆奶销售额将突破100亿元,促进饮品市场的发展。②消费所形成的新的需要,对生产的调整和升级起着导向作用。消费结构的升级促使未来的豆奶会更加丰富多元,功能性更强、更健康。③一个新的消费热点的出现,往往能带动一个产业的出现和成长。豆奶消费的增长使国内的企业纷纷跨界布局豆奶市场。