



思想中国
IDEA OF CHINA

曹保印 主编

蓝海博弈

最重要的是你怎样才能从竞争中获得一些东西，能够使自己的成本在最小的状态下得到更多回报。这样才能正确引导一个国家在参与经济活动的时候，最大限度地得益。

—— 约翰·纳什

世界顶尖学者中国演讲录
国家图书馆华睿讲堂精华

思想中国

中国 广播电视出版社
CHINA CENTRAL TELEVISION PUBLISHING HOUSE

我们把国际上一些著名学者请到讲台上来，目的就是想让高水平的演讲能够为大家做公益的服务。因为我们感到，这些学者主要是进行一些学术上的探讨，很少和公众接触。

——李强（清华大学人文与科学学院院长）

这个报告被媒体誉为世界顶尖学者无报酬讲演，林南教授的档次比美国前总统克林顿高，克林顿他要钱，林南教授是义务的。因为我们一流的学者没法给钱，无价之宝。

——罗红光（中国社会科学院社会学研究所研究员）

大学能够让这些终生处于思想悬置状态的老怪物处在年轻学生中间，一起交流和共鸣，创造一些人类的新知识；而这些知识还需要通过更大的渠道，更多的媒介向社会传播。

——郑也夫（北京大学社会学系教授）

这是一个高级研讨会，不同于辩论会，既不是简单的争论，也不是简单的批评和质询，而是深入的研讨。

——周孝正（中国人民大学社会学系教授）

在这个共同探讨之中，通过一个长时间的积累，使我们的社会科学能够对中国的社会发展稍微起到一点儿作用。这也是我们中国这样一个大国的学术界对人类文明的贡献。

——李楠（清华大学当代中国研究中心教授）

ISBN 978-7-5043-5299-6



9 787504 352996 >

定价：29.80元

Z4/6

2007



思想中国
IDEA OF CHINA

世界顶尖学者中国演讲录
国家图书馆华睿讲堂精华

蓝海博弈

曹保印 主编

中国 广播电视出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

蓝海博弈 / 曹保印主编. —北京: 中国广播电视出版社,
2007. 7

(思想中国·世界顶尖学者中国演讲录 / 曹保印主编)

ISBN 978-7-5043-5299-6

I. 蓝… II. 曹… III. 演讲—世界—选集
IV. I16

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 126923 号

蓝海博弈：世界顶尖学者中国演讲录

主 编	曹保印
丛书策划	小 武
责任编辑	李潇潇
封面设计	王 浩
责任校对	张莲芳
监 印	陈晓华
出版发行	中国广播电视出版社
电 话	86093580 86093583
社 址	北京市西城区真武庙二条 9 号 (邮政编码 100045)
经 销	全国各地新华书店
印 刷	涿州市京南印刷厂
装 订	涿州市新华装订厂
开 本	720 毫米×1000 毫米 1/16
字 数	250 (千) 字
印 张	15. 5
印 数	8000 册
版 次	2007 年 7 月第 1 版 2007 年 7 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 978-7-5043-5299-6
定 价	29. 80 元

(版权所有 翻印必究 · 印装有误 负责调换)

前言 preface

浓缩思想精华

曹保印

读万卷书，行万里路。对我们中国人来说，这既是问学的方向，也是问学的基础，更是问学的精神、问学的思想。千百年来，它已经成为一种影响无数中国人的文化传统，并且以类似格言的形式，固定下来，传承下去。

然而，随着全球化时代的来临，这个传统正在受到挑战。仅仅是读万卷书，行万里路，已经不足以让人充分享受问学的无限乐趣、领略问学的壮美风光。何况，溯之以我们的文化传统，真正得到“发扬光大”的，又恐怕只有读万卷书的“死读”，而缺少行万里路的“活读”——像司马迁、徐霞客者，史载几人？

问学之为问学，“问”与“学”相得益彰，缺一不可。在这里，“问”既表现为疑问，又表现为设问、提问、质问、驳问，如此等等。正是彼此问答的碰撞、探索、交流，激活了“学”来的知识，使问答的双方都深深受益，彼此逐步接近真学问的核心。所谓“三人行，必有我师”，如果缺少了彼此之间的问答，三人之行该是多么单调、乏味、无聊；相反，却又将是多么痛快、充实、有趣！

因而，在全球化时代的今天，强调“问学”之“问”，是至为关键的；倡导“行万里路”之“行”，是尤为必需的。缺少了建基于“问”之上的信息交流，缺少了立足于“行”之上的田野考察，我们孜孜以求的学问，必然是缺少活力的，甚至是没有生命力的。死读书，读死书，读书死，是到了必须抛弃的时候了！否则，我们就会被时代抛弃。而这，又岂非我们的悲剧？

那么，我们该如何改变？谁来为我们指引方向？或者说，我们该以谁为榜样？由



清华大学当代中国研究中心、清华大学老科技工作者协会、中国人民大学法律社会学研究所和中国国家图书馆信息咨询中心等单位联合举办的、曾经被《北京青年报》称为“世界顶尖学者无报酬公益讲演”的华睿讲堂学术报告，为我们提供了一个标本、一个机会。所有受邀讲演的学者，包括评论人、主持人、策划人，都在国际或国内享有极高知名度，他们的学术成就斐然，社会影响力深广；更重要的是，他们都有一颗热爱公益之心，都勇于、善于正视和剖析真问题，而这些真问题，正来自于他们自身的田野考察。

在两个多小时的讲演活动中，讲演者结合自己的专业研究，向听众娓娓道来地做主题报告；之后，评论人给出精彩简短的评论；接着，讲演者与评论人、讲演者与听众、评论人与听众、评论人与讲演者、评论人与评论人之间，通过相互问答、彼此辩论、互为补充等形式，进行思想的碰撞与交流。可以说，整个讲演现场，就是一个知无不言、言无不尽的思想交流平台。在这个平台上，我们看到的只是思想碰撞的火花。“星星之火，可以燎原”，而思想的星星之火，更可以照亮我们的精神世界，使我们的问学道路，越走越广阔，越走越壮观。

之所以能够达到这个效果，就是因为讲演本身，浓缩着世界顶尖学者思想的精华。而达种思想的精华，又以一种贴近大众的形式传递出来。所以，身在讲演现场，不管你是专家学者、政府官员，还是大学生，或者只是一名普通公民，都可以在轻松愉悦之中，享受这场思想的盛宴。这种“听读”与“阅读”相比，更立体、更真实、更轻松、更灵动，即便闭上眼睛，思想的甘泉也将源源不断地滋润你的心灵。真的，这是一种享受，一种美妙无比的精神享受。如果你对此表示怀疑，那么，请在方便的时候，走进中国国家图书馆多功能厅（502），现场免费感受讲演的气氛。

事实上，为了使这种气氛不但能够在讲演现场流淌，而且可以跃然于纸上，在主编《思想中国》的过程中，除对个别字句进行技术性修补，我力求最大限度地忠实于讲演实录，力争让每一位阅读这本书的读者，都能够用眼睛去“听”，用心灵去感受。当然，如果有可能，我建议读者们还是应该亲临讲演现场，只有这样，你才能够真正感受到世界顶尖学者讲演的无穷魅力。

要知道，培养自己在讲演活动中的“听读”能力，以及大胆向讲演者发问、与讲演者交流的素质，是在全球化时代的背景下，提高自身素质的一种绝佳方式。因为在

这里，你既可以聆听，也可以发问，还可以加入讨论……从这个意义上说，我愿意斗胆在“读万卷书，行万里路”后面，再加上一句“听万堂课”。讲演本身，就是一种“课”，一种启发思想之课，一种交流思想之课，一种碰撞思想之课……

最后，感谢应邀担任本书顾问委员会委员的陶森教授（清华大学老科技工作者协会）、黄平教授（中国社会科学院美国所）、程真主任（国家图书馆信息咨询中心）、周孝正教授（中国人民大学）和李楦教授（清华大学当代中国研究中心）；感谢李楦教授的信任与支持，正是在他的鼓励与指导之下，才有了本书的顺利问世；感谢《思想中国》顾问委员会的所有成员，是他们的监督与指导，使本书避免了不少错谬；感谢我的朋友小武先生，他的热情帮助和专业精神，为本书锦上添花；感谢中国广播电视出版社，他们的慧眼识珠，使本书得以高效出版。

目 录

前言·浓缩思想精华	曹保印
企业如何才能可持续发展	周雪光
现在开讲	
☛ 企业可持续发展的意义是什么	(2)
☛ 企业和组织的生命力为什么会如此脆弱	(3)
☛ 企业可持续发展的困难是什么	(6)
☛ 企业可持续发展的对策是什么	(10)
☛ 效率和适应能力之间的矛盾，不仅是企业必须面临的	(12)
☛ 正视效率和适应能力之间的深刻矛盾	(15)
现场问答	
☛ 中国的数字都是“神仙数字”	(18)
关系营销与关系管理	罗家德
现在开讲	
☛ 网络网路中“肮脏杰克”的故事	(21)
☛ 电子商务到底出了什么问题	(24)
☛ 戴尔的理想化非常适合东方	(28)
☛ 把市场占有率改为顾客占有率	(31)
☛ 网络分析怎么被应用在企业管理中	(33)
☛ 网络分析与网络关系管理的关键在“点穴”	(36)



现场问答

- ☞ 要“遍地三抬”，不要“得罪三抬” (40)
- ☞ 做顾客关系管理，先要考虑产品宽度 (42)
- ☞ 咨询关系网的人数不宜过多 (44)
- ☞ 关系营销离一对一的资料分析有很大距离 (45)

消费社会的形成——台湾的经验 陈光兴

现在开讲

- ☞ 研究消费社会不能缺少历史“在地” (51)
- ☞ 社会运动受制于消费社会的形成 (55)
- ☞ 民间消费力量决定了台湾民主政策的走向 (58)
- ☞ 消费社会的形成不是空如其来的 (63)

学者对话

- ☞ 研究消费社会很容易会进行道德批判 (68)
- ☞ 消费社会同时也在消费政治 (72)
- ☞ 消费主义的最终根源是资本的利益 (77)

现场问答

- ☞ 真正的悲哀是面对复杂的现实没有思考的热情 (83)
- ☞ 族群跟消费绝对有关联 (87)

清洁生产：理念的深化与普及 席德立

现在开讲

- ☞ 中国正面临资源和环境的严重挑战 (93)
- ☞ 清洁生产和传统的环境战略有根本区别 (96)
- ☞ 清洁生产是生态经济的组成部分 (100)
- ☞ “从摇篮到坟墓”与“从摇篮到摇篮” (104)
- ☞ 清洁生产是赚钱的一大高招 (110)

学者对话

- ☞ 我们的口号非常漂亮，但实际行动是零 (115)
- ☞ 发展的精髓是可持续 (117)
- ☞ 中国也必须开征高额石油资源税 (118)
- ☞ 从“社会病、社会问题”到“病社会、问题社会” (120)

学者交流	
☛ 清洁生产的生命力在于能赚钱	(122)
☛ 只有打开眼界才能处理好问题	(123)
现场问答	
☛ “看不见的手”之外，还需要有“看得见的手”	(125)
☛ 清洁生产和循环经济的关系	(130)
☛ 不能老说是政府的问题，我们自己也有责任	(131)
计算机技术的发展趋势	凌瑞骥
现在开讲	
☛ 两块钱买六台大奔，你信不信？	(137)
☛ 硬件技术发展比预想快，软件技术发展比设想慢	(140)
☛ 计算机跟人脑不是互相代替，而是互补双赢	(143)
☛ 摩尔定律有没有终结	(147)
☛ 一门技术的推广有很长的过程	(150)
☛ 联网无所不在将会是什么样的生活	(155)
☛ 从“龙芯”到“龙网”：中国计算机技术发展前景	(158)
学者交流	
☛ 人类预测能力的两个悖论	(162)
☛ 商家是计算机技术发展的最后获益者	(164)
现场问答	
☛ 对计算机的不确定性该怎么办	(167)
☛ 商业社会的发展究竟会把人类带向何方	(168)
☛ 三网合一有没有实现的可能性	(170)
礼制传统与明清京师文化	李宝臣
现在开讲	
☛ 为什么选择用京师文化点题	(174)
☛ 在情景当中观察先民的文化	(176)
☛ “第四堵墙”理论不适用于中国戏曲	(176)
☛ 中国戏曲中的女性为什么由男性扮演	(181)
☛ 理解风物制度要讲情理	(188)
☛ 皇族与正黄旗双保险的纯漏	(188)



曹雪芹笔下“茄鲞”的玩笑	(193)
“秦可卿是废太子私生女”的假想	(196)
中国社会为什么会在古代走上礼制的道路	(207)
明清礼典运作按历史传统分为五类	(210)
吉礼——敬天法祖的庇佑情结	(211)
祭地和社稷的礼仪	(217)
学者对话	
这个讲座是“再造辉煌”	(221)
人就要知道传统	(222)
一定要在特定的氛围中研究历史	(223)
现场问答	
中国是没有本土宗教的	(224)
礼教的作用就在于驯化我们的习惯	(225)
发展与文明，没有先后之分	(226)
儒学本身没有“民族国家”概念	(227)
讲礼也要有经济基础	(229)
后记·给智慧一个场域	李 楠
跋·从“华睿讲堂”看公众传播	苏雨桐

企业如何才能可持续发展

主讲人：周雪光（美国斯坦福大学社会学博士、杜克大学社会学系教授）

主持人：周孝正（中国人民大学社会学系教授）

评论人：李 强（清华大学教授、人文学院院长、社会学系主任）^①

刘世定（北京大学教授、社会学系主任）

李路路（中国人民大学教授、社会学系主任）

策划人：李 楠（清华大学当代中国研究中心教授、清华大学公共管理学院社会政策研究所执行所长、中国人民大学法律社会学研究所所长）

时 间：2000年3月16日

^① 李强时任清华大学人文学院副院长、社会学系主任。



现在开讲

今天我们来讨论一下和企业发展战略有关的一些话题，这些问题有资源的持续发展问题，有环境的持续发展问题，归根到底，可持续发展问题，是一个短期利益和长期利益的平衡问题。

企业和组织也面临着同样的问题。美国有位博士生作了一篇很有趣的博士论文，他比较了在美国的大中型企业和大学的生命力，看它们一百年以后的生存情况如何，结果经过了百年沧桑，很多在 20 世纪初规模很大的大工业到 20 世纪末都不存在了；而恰恰相反，许多大学在一百年后都保留下来，并且进步了。那么，为什么企业的生命力如此脆弱，而大学有这么强的生命力？

换句话说，与大学相比，企业组织面临着更为严峻的“可持续发展”的困难。这是为什么呢？企业组织应该如何“对症下药”，采取怎样的对策呢？今天，我们就此先探讨三个问题：第一，企业在以经济效益为出发点的指导下，在经济效益领域和长期性发展的能力这两方面之间存在着矛盾；第二，在讨论这个矛盾的基础上，探究企业为何销声匿迹了，讲一讲企业组织的应对战略；第三，把上述想法进行研究，并讨论一下其中的经验教训。在这个基础上，再来讨论一下一个国家、一个社会的可持续发展问题。

企业可持续发展的意义是什么

我们先来讨论一下企业可持续发展的意义。

今天，我想套用“可持续发展”这个热门的话题，来讨论一下与企业组织发展战略有关的一些组织学问题。现在，我们经常谈论资源的可持续发展问题，生态环境的可持续性发展问题。归根到底，“可持续发展”的核心问题，是“短期利益”与“长期

利益”之间的平衡问题。

当然，并不是所有的企业都需要可持续发展的。有些企业生产效率低下，已经脱离了现代社会生产和技术需要，这种企业被淘汰，应该是一个非常必然的现象。但是，企业组织，包括广义上的任何组织都是一种资源，组织内部积蓄了技术、工艺、管理等很多信息，组织结构延续了它在“试错”过程中得到的学习经验。我们可以举两个例子来说明这个问题。

比如，高科技涌现以来，高科技企业的主要资产是人力资本。但是，近年来在美国很多高科技企业大量兼并，造成了这样的情形：被兼并公司的大多数雇员离开了合并以后的公司。那么，这就是个问题：如果公司的基本资产是人力资本，而兼并后这些人都走光了，这种兼并岂不是得不偿失了吗？但是，这里面也有一定的道理，即这种兼并的目的，不是为了得到人力资本，而是为了得到被兼并企业创下的品牌。而这个品牌是不跟着人走的，品牌是跟着这个企业走的。所以，尽管人都流失掉了，但是只要这个企业还存在，这个品牌就可以一直存在并且延续下去了。所以，企业组织可以储存一些信息。根据我们给顾客的品质、质量和消费，这一切都是一种有机的凝聚，这为企业的信息和经验的保存，提供了一个重要的形式。

第二个例子：如今，大家在北京的住房条件都有了改善，都投入了大量的人力和物力去做室内装修。我们常常听到一种说法，就是在室内装修完成了的时候，每家至少有一个人成为“室内装修专家”了。每家都投入了人力、物力、精力去了解，最后把家装修好了，但是这种投资实际上是非常浪费的。因为每个家庭都投入资源去了解信息，收集信息，处理各种各样的问题，可当装修做好了以后，这个投资就结束了，这个投入收到的回报是一次性的。但是，我们可以想象一下，如果由一个企业来做这个工作，它可以不断收集信息、积累信息，可以把各种装修的经验都记住，它就可以通过这一个组织的形式保存下来了。所以，企业和其他各种组织本身就是一种资源，它们的“可持续发展”就成为一个非常重要的组织研究课题。

企业和组织的生命力为什么会如此脆弱

那么，为什么企业和组织的生命力会如此脆弱呢？有人说，这是因为市场竞争的



残酷性，有人说这是因为经营者的管理不善。这些说法都有道理，但是也都经不起推敲。一个世纪以来，美国大学面临的竞争环境也是非常残酷的，我们也不能说大学的管理才能一定比企业的管理才能要高，或者高出一筹。所以，我们要解决企业“可持续发展”的问题，首先要明了的是，为什么企业和组织的生命力那么脆弱？

首先，我想从“组织与环境”的关系这一角度，来讨论这个现象。这里所说的“环境”是泛指企业组织生存发展所依赖的市场环境或社会环境。在过去的二十多年，组织研究特别是组织社会学的研究，有了很多的进步，提出了一系列重要观点。所以，今天我们可以比较有信心地讨论这个领域里的一些基本问题。

我们不妨直截了当地把这个领域里的最基本的问题说出来，提出这样一个基本的命题：即企业或其他组织都面临着“追求效率和追求长期适应能力”这两者之间的深刻矛盾，可以简称为“效率与适应能力”之间的一个组织的悖论。具体说来，一个企业必须提高效率，才能适应此时此地的环境，才能生存和发展；但是，它的效率越高，它对此时此地环境适应得越好，它对未来环境变化的适应能力就大大下降了，所以说，它的短期效率和对未来环境的长期适应能力之间是一个矛盾。在我们进一步分析这一矛盾之前，先来看几个例子。

第一个例子。上世纪20年代初，美国经济经历了一次衰退，当时的汽车业的总需求量是非常低的，可是福特汽车公司的销售却是一枝独秀。它当时出产的一种“T”型轿车，取得了令人难以置信的高效率。这个车其实非常简单，但它的工艺和做工可以说是尽善尽美，效率非常高，这时，福特公司又突然宣布再降价25%。而福特公司的主要竞争对手——通用汽车公司根本达不到这么高的效率，无法在价格上竞争。从1921年的春天到秋天，通用公司的汽车销售量下降了75%，这75%大部分被福特公司挤占。1921年，福特公司的“T”型轿车占领了美国55%的轿车市场。一时间，福特公司大有征服整个汽车世界的势头。

但是，通用公司在这个时候进行了改组，经过生产结构重组，采取新的战略去开发针对不同消费群体的汽车。通用汽车公司的战略调整适应了市场环境的变化，使它成功地走出了困境。从1927年到1937年的10年间，福特公司损失了200多万美元，而通用公司获利超过了20亿美元。到了1940年，通用公司的市场占有率达到了45%，而福特公司下降到16%。这个例子引出了一个问题：为什么一个十分成功的产品，一

个非常成功的汽车型号，会在很短的时间里迅速地垮下来？

我们再来看第二个例子。在 20 世纪 80 年代，IBM 在电子业中占有无可争辩的领导地位，IBM 的大型计算机和个人电脑产业都处在领先地位。但是，在 80 年代中期，IBM 也面临着一个选择：在大型计算机和个人电脑之间，应该把精力放在哪一边呢？最后 IBM 决定，把精力放在大型的计算机领域里面去，也就是说，基本上把个人电脑这一块放弃了。为什么如此选择呢？因为 IBM 在大型计算机这一领域里占有霸主的地位，而 IBM 的个人电脑是刚刚起家，而且 IBM 认为个人电脑的利润非常微薄，所以这样选择会取得丰厚的利润。这就做出了一个错误的决定。说来有趣的是，这一决定正是追求高效率的结果。这一选择的结果，导致了 IBM 在 80 年代后期和 90 年代的严重衰退、危机，甚至在 90 年代到了考虑“拆散拍卖”的地步。

我们举第三个例子。美国麻省理工学院的两位教授在 80 年代写了一本十分重要的书，名为《第二个工业分水岭》。他们在这本书里，以汽车工业为着眼点，分析了世界工业国家因为选择了不同的经济发展战略，而带来了后来的工业的大起伏。他们的一个基本观点是这样的：在 19 世纪产生了第一个工业的分水岭。在当时，大批量生产的技术出现了。一些国家，比如说美国、英国，选择了这种“大批量生产”的技术，而另外一些国家，如德国、日本，选择了或者说保存了以手工技术为主的生产方式。大批量生产的技术使用机械和自动技术的流水线工艺制造出了大批的标准产品，达到了规模效益。而这种技术的特点是：只需要使用专一化的机械，只需要半熟练的操作工人就可以了。而手工技术的特点是高度依赖熟练工人长期积累的技术，它使用的是多用途的机器。这种手工技术所使用的多用途机器可以用来生产各种产品，而大批量生产技术所使用的专一化的机器只能用来做某一种产品。

问题是，哪种生产技术有利于工业发展呢？答案是不一定，这取决于特定的环境条件。在 20 世纪 20 年代上半期特别是二战以后，西方工业化国家进入了一个经济繁荣期，这个时候消费者对汽车、对耐用品的需求急剧增加。而且消费群体的分化性不太大，各个阶层的需求十分类似。比如，一般的家庭如果能买一辆家用汽车就很不错了，对款式怎么样，颜色怎么样，型号怎么样，没有什么太多的追求。所以，这种大批量生产的技术特别适应这种市场环境，因为它可以大规模高效率地生产出标准产品来满足需求。福特公司的“T”型轿车，实际上就是在这个时候产生的。这两位教授认



为，两次世界大战前后美国经济的繁荣发展，与美国在19世纪选择了大批量生产的工业技术是分不开的。所以，他们认为在19世纪第一个分水岭时，大家做的选择影响了以后一百年各个国家工业化发展的道路。

但是，一旦环境条件发生了变化，这种生产技术就成为可持续发展的桎梏了。例如，二战以后，随着工业化国家的生活富裕，消费者的口味开始发生分化了，他们已经不再满足于大批量生产技术所制造的标准产品了。比如，现在大家对车型、车身的颜色、车的功能等等都有了更高的要求。而大批量生产的技术，很难生产出非标准化的产品。这种现象在1973年的石油危机后表现尤为突出。石油危机以后，节油的小汽车特别受欢迎。但是，美国车一直都是那种很大型的，所谓的豪华的、舒适的车型。因为美国的大型汽车生产使用的是专用型机器，工人没有熟练技术，所以转而生产节能款车型的反应慢、成本大、过程长。与此相反的是日本、德国当时采用的技术，含有很多的手工成分在里面，使用的是多用途机器，而这些机器很容易被重新组装调整，再去生产新的产品。工人的熟练技术可以不断改善、完善以适应新的工艺流程，对新产品的开发具有很人的灵活性。在这种条件下，日本和德国的这种生产技术，都特别适合当时消费需求的变化。因此，石油危机以后，日本和德国的汽车突然在美国市场上占领了非常强大的地位，而美国汽车工业长时期在低谷中徘徊，一直到90年代中期才有所好转。

上述这些例子，是要说明企业所面临的“追求效率和长期适应能力”之间的矛盾。福特公司、IBM、美国的汽车工业都曾具有极高的效率和竞争能力，但是，它们都暴露出了对未来环境变化的适应能力非常弱的缺点。这些例子还说明，企业发展所面临的困难不是某个组织或某个经营者所遇到的个别问题，而是各式各样的组织都面临的一个普遍问题。并且，现在企业的成功和发展往往很可能为今后的危机和衰落埋下了种子。

企业可持续发展的困难是什么

如果要提出应对战略，我们必须首先理解企业可持续发展的困难是什么。