

中国贸易业绩指数

(1996 — 2000)

The China Trade Performance Index

陈泽星 主编

(上册)

对外经济贸易大学出版社

中国贸易业绩指数

(1996—2000)

The China Trade Performance Index

主编 陈泽星

(上册)

对外经济贸易大学出版社

(京)新登字 182 号

图书在版编目 (CIP) 数据

中国贸易业绩指数: 1996~2000/陈泽星主编. —北京: 对外经济贸易
大学出版社, 2004

ISBN 7-81078-375-0

I. 中… II. 陈… III. 贸易-指数-中国-1996~2000
IV. F72

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 084844 号

© 2004 年 对外经济贸易大学出版社出版发行

版权所有 翻印必究

中国贸易业绩指数 (1996—2000)
(上册)

陈泽星 主编

责任编辑: 朱月洁 宋志红 连佩珍

对外经济贸易大学出版社
北京市朝阳区惠新东街 12 号 邮政编码: 100029
网址: [http://www. uibep. com](http://www.uibep.com)

山东省沂南县汇丰印刷有限公司印装 新华书店北京发行所发行
开本尺寸: 890mm×1 240mm 1/16 52.5 印张 1 069 千字
2004 年 9 月北京第 1 版 2004 年 9 月第 1 次印刷

ISBN 7-81078-375-0/F·236
印数: 0 001-1 000 册 定价: 118.00 元 (上、下册)

作者简介

陈泽星，男，1957年6月生于北京。1983年毕业于中国人民大学二分校国民经济计划专业，获经济学学士学位，1999年毕业于北京市委党校行政管理学专业，获研究生学历。2000-2001年在瑞典斯德哥尔摩经济学院日本研究所作访问学者。现任北京市商务局副局长。多年来主要从事对外贸易统计分析研究。

通信地址：北京市朝内190号

E-mail: chenzexing@sina.com.cn

前 言

2002 年中国进出口额已达到 6 208 亿美元，与上年度比增长 21.8%，其中出口达到 3 256 亿美元，增长 22.3%。出口额世界排名第五位，中国已成为世界贸易大国。

中国虽然已进入了世界贸易大国的行列，但要达到贸易强国，中国还有较长的路要走。对于这一问题，大家已经有了共识。在中国《对外经济贸易第十个五年计划纲要》（以下简称“十五规划”）中，已正式将“以努力实现向对外经济贸易强国的转变为目标”作为“十五规划”的指导方针之一。在“十五规划”中，不仅提出了建立贸易强国的目标，而且对贸易强国也进行了间接地描述。“十五规划”指出：“更好地实施市场多元化战略、以质取胜战略、大经贸战略、科技兴贸战略和‘走出去’开放战略、优化进出口商品结构……走质量效益型增长道路，为实现我国向对外经济贸易结构的转变即为实现贸易大国向贸易强国的转变奠定基础”。

“十五规划”提出了我国对外贸易的下一步奋斗目标，即“为实现贸易大国向贸易强国的转变奠定基础”。用什么样的指标体系来考评一国贸易的强弱，就成为了我们的课题。要设计新的指标体系，首先，我们应当了解目前在国际贸易分析中存在的问题，包括：

1. 少一个综合性指数来表现外贸进出口的各个方面。
2. 常只考核进出口额指标，以进出口额大小论外贸工作的成败。
3. 把市场多元化当成多元化战略的全部，只靠计算出口国别个数来断定我们的多元化战略实施的成败。
4. 没有采用定量的办法来判定“以质取胜”和“科技兴贸”战略的成败。
5. 人均 GDP 是考核一国综合国力强弱的重要指标之一，而人均出口额却很少被用作考核贸易强弱的指标。
6. 提出了“优化出口商品结构”，但没有考虑我国的出口商品结构是否与世界市场需求结构相适应。
7. 关注因加工贸易的迅猛发展而贸易额猛增的现象，但较少关注加工贸易增值率的变化等等。

根据“十五规划”的要求和我国现存进出口统计分析中存在的不足，我们吸收了国际上的经验和做法，设计了中国贸易业绩指数。中国贸易业绩指数（the China Trade Performance Index）试图从多方

面评价某一国家、地区或某一产品的出口状况及其贸易能力强弱的一项综合性指数。解决使用单一指标，出口额来反映出口情况的片面性问题。用定量的方式，对贸易能力的强弱进行定性分析。

本书将从中国贸易业绩指数的构成、设计原理和具体指标的计算及合成方法入手，具体阐述如何定量评价一个国家、地区或某类商品贸易能力的强弱。并利用这些方法计算了中国各省市的各项指标及各省市的贸易业绩指数。1996—2000 年中国贸易业绩指数排在前三名的地区是江苏省、浙江省和上海市，全国出口额排第一的广东省的贸易业绩指数却排到了第六位。影响广东省贸易业绩指数提高的最主要的因素是，由于广东省出口市场和出口商品的集中度太高，即过度依赖香港市场和电子产品，使广东省的出口稳定性大幅度降低，最终必然影响到了广东省贸易业绩总指数。从对广东省的贸易业绩指数的分析，说明了贸易业绩指数的综合评价的作用。当然，仅靠十几个公式还很难真正做到对某一经济现象的综合评价，但是比使用出口额一个指标来判断贸易水平，使用中国贸易业绩指数总算进了一步。本书提供了中国各地区的贸易业绩指数，仅供有关人士参考。

本书共分四章，第一章介绍了中国贸易业绩指数的构架、组成指数的指标、及其指标的原理；第二章介绍了各地区的中国贸易业绩总指数；第三章介绍了 14 类商品贸易业绩指数的地区排序情况；第四章介绍了 30 个地区的商品贸易业绩指数情况。需要请读者注意的是，本书中所出现的地图仅作为示意图，不能据此得出具有严密意义上的论断。

对中国贸易业绩的研究是一项连续性的研究，我们准备今后每一年度都对中国各地区的中国贸易业绩进行追踪研究。同时在这个过程中，我们也将不断完善中国贸易业绩指数体系，力求更加准确地反映中国各地区贸易发展情况。

本书在数据资料提供方面得到了中国商务部规划财务司的大力协助。北京市商务局局长李昭、常务副局长周河同志对本书的编写给予了大力支持。北京工业大学的邸瑞华教授、李维铭高级工程师及先小兵、刘丽、张涛、郭威、张星等同志协助完成了数据计算工作。该项目还得到了北京市科学技术委员会和联合国贸易网络北京中心的资助。北京市商务局孙尧等同志在本书写作过程中也给予了很大的帮助。

对上述提到和未提到的、对本课题研究作出贡献的单位和个人，深表感谢。

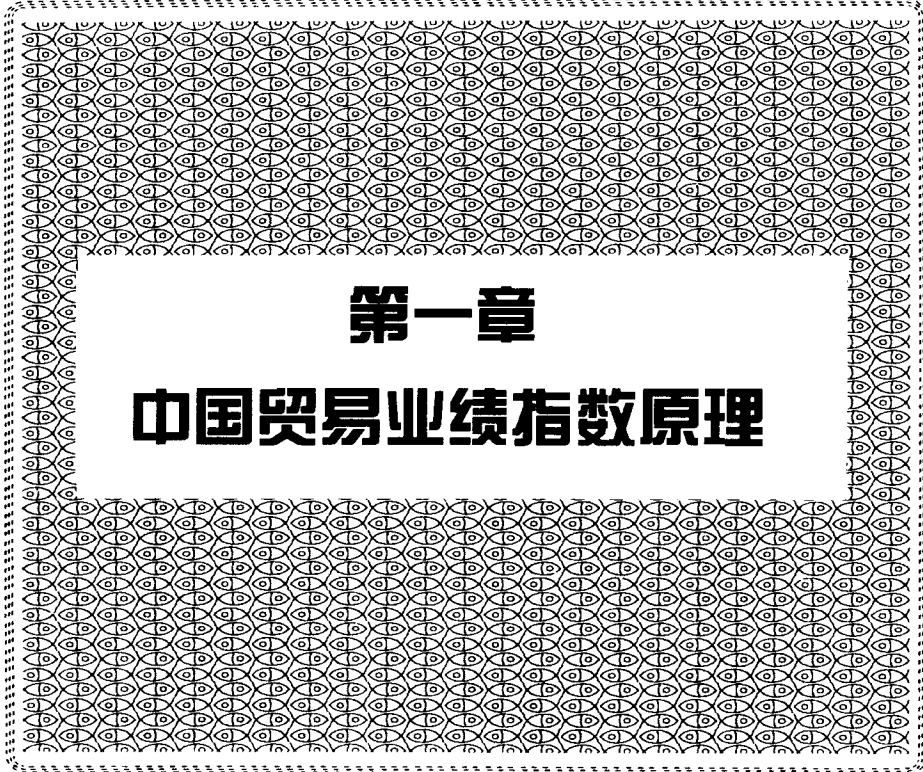
陈泽星
2003 年末

目 录

第一章 中国贸易业绩指数原理	1
第一节 中国贸易业绩指数的结构	3
第二节 中国贸易业绩指数 (CTPI) 21 个基本指标计算公式说明	11
第三节 中国贸易业绩总指数的合成	26
第四节 中国贸易业绩指数计算资料来源说明	28
第二章 中国贸易业绩总指数分析	29
第一节 中国贸易业绩总指数排序分析	31
第二节 各地区出口优势指数排序分析	34
第三节 各地区出口稳定指数排序分析	52
第四节 各地区出口规模指数排序分析	63
第五节 各地区出口潜力指数排序分析	68
第六节 小结	73
第三章 14 类商品中国贸易业绩指数分析	75
第一节 电子产品	77
第二节 服装	119
第三节 电子器件	161
第四节 金属及其他贱金属制品	203
第五节 皮革及皮革制品	245
第六节 纺织品	287
第七节 化学品	329
第八节 新鲜食品	371
第九节 矿产品	413
第十节 机械设备	455
第十一节 运输设备	497
第十二节 加工食品	539
第十三节 木制品和纸	581
第十四节 杂项制品	623
第十五节 小结	665
第四章 30 个地区中国贸易业绩指数分析	671
第一节 江苏	673
第二节 浙江	678
第三节 上海	683
第四节 北京	688
第五节 福建	693

第六节	广东	698
第七节	山东	703
第八节	辽宁	708
第九节	天津	713
第十节	陕西	718
第十一节	安徽	723
第十二节	河北	728
第十三节	湖北	733
第十四节	四川	738
第十五节	广西	743
第十六节	江西	748
第十七节	宁夏	753
第十八节	河南	758
第十九节	山西	763
第二十节	湖南	768
第二十一节	海南	773
第二十二节	新疆	778
第二十三节	西藏	783
第二十四节	黑龙江	788
第二十五节	云南	793
第二十六节	内蒙古	798
第二十七节	吉林	803
第二十八节	贵州	808
第二十九节	甘肃	813
第三十节	青海	818

参考书目	823
------	-----



第一章

中国贸易业绩指数原理

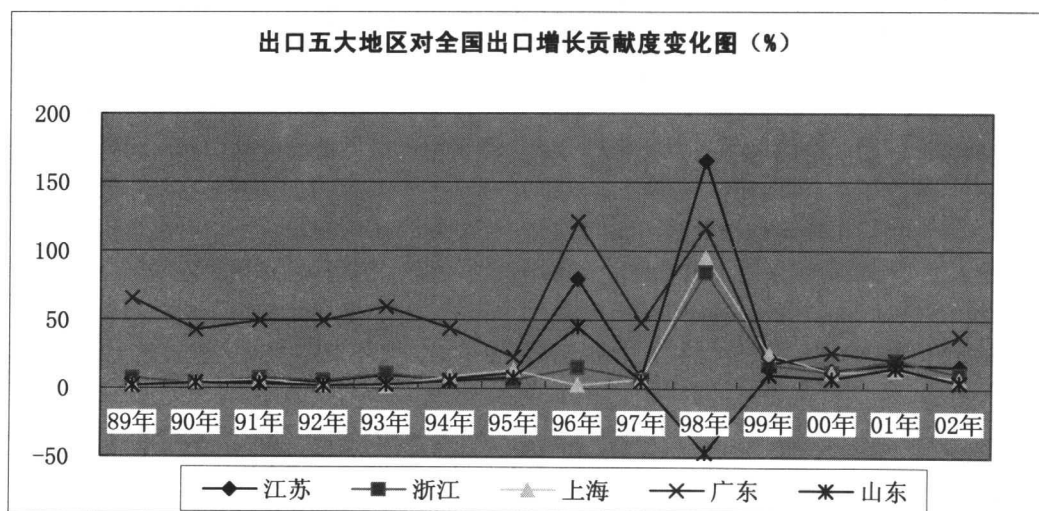
第一节 中国贸易业绩指数的结构

一、中国贸易业绩指数

为解决以往贸易分析时的指标单一,或指标不成系列的问题,同时考虑从多个角度对某地区贸易业绩状况进行综合评价,我们设计了中国贸易业绩指数。中国贸易业绩指数采用了我们通常使用的 21 个统计指标,分成四组来说明出口的优势状况、出口的稳定性、出口的规模和出口的潜力状况等四个方面的问题。下面我们将对出口优势指数、出口稳定指数、出口规模指数和出口潜力指数等四个方面(参见下图)逐一进行分析解释。



为了方便读者理解中国贸易业绩指数,我们以 2000 年广东和江苏的中国贸易业绩指数及其组成为实例进行各项指数的对比说明。选择广东,是因为广东是我国出口最大的省份,而且,从历史上(1988 年至 1995 年)看是对中国出口增长的贡献度最高的惟一省份,但是自 1996 年以来,广东出口对全国出口增长贡献度最高的惟一省份的地位受到了来自江苏、浙江和上海的挑战(参见下图),1988 年至 1995 年广东出口对全国出口增长贡献度始终保持在 50% 左右,而江苏等四个地区多数年份的出口对全国出口增长贡献度只为一位数,为两位数的少数年份也没超过 15%;1996 至 2002 年的七年中,广东出口对全国出口增长贡献度“独大”的情况发生了变化,江苏等四个地区多数年份的出口对全国出口增长贡献度接近或超过广东,1998、1999、2001 年江苏、浙江和上海各至少有一年的出口对全国出口增长贡献度超过广东。发生如此大的变化,我们试图通过对各地区的中国贸易业绩指数分析寻找其变化的原因。选择江苏是因为其 2000 年中国贸易业绩指数是最高的省份,而且,在 1996 至 2002 年七年中,江苏出口对全国出口增长贡献度,有五个年度接近广东,两个年度超过广东。



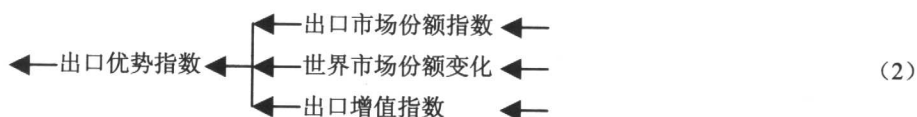
出口规模只能代表中国贸易业绩总指数的一个方面,而不是代表全部。如广东省出口规模排名第一,出口额(919 亿美元)是第二名江苏(257 亿美元)的三倍半,但是其贸易业绩指数(9.84)只排在全国参与计算的 30 个地区(以下各项指标排位都是在全国参与计算的 30 个地区内的位次)的第六位,而江苏的贸易业绩指数(6.79)却排第一名。下表 1 中可以看出,两地区的中国贸易业绩指数的出口优势、稳定、规模和潜力等四项因素中,广东除出口规模一项指数排位高于江苏外,其余三项指标较大幅度地落后于江苏,特别是出口稳定指数,广东(18)处于中下游水平,使得广东的贸易业绩指数水平大大低于江苏的水平。这充分体现了以往单一指标考核与现在综合考核的差别。

表 1 中国贸易业绩指数的四项因素表

序号	地区	中国贸易业绩指数	出口优势指数	出口稳定指数	出口规模指数	出口潜力指数
1	江苏	6.79	7.98	8.5	6	4.67
6	广东	9.84	14.01	18	1.33	6.00

二、出口优势指数

出口优势指数是中国贸易业绩指数的四个方面之一,反映了出口是否具有优势及优势程度的大小,它是由出口产品占市场的份额及份额的变化和出口产品的增值水平等指标组成(参见下图)。在产品供求平衡的情况下,产品的高价格代表了产品的高质量;所以,即对于同类出口产品,价格高而且市场份额大的产品,我们把它认定为具有优势的出口产品。



例如:在下表 2 中,构成江苏出口优势指数的三项因素,即出口市场份额指数、世界市场份额变化指数和出口增值指数均高于广东的三项因素,两地区差别最大的是世界市场份额变化指数,江苏的世界市场份额变化指数为 3,处于上游水平,而广东的世界市场份额变化指数为 15.25,处于 30 个地区的中游水平;排位最低的是广东的出口增值率,仅为 30 个地区的第 20 名,因此,使广东的出口优势指数大幅度的低于江苏。

表 2 出口优势指数的三项因素表

排序	地区	出口优势指数	出口市场份额指数	世界市场份额变化指数	出口增值指数
3	江苏	7.98	6.95	3	14
14	广东	14.01	7.27	15.25	19.5

1. 市场份额指数

研究市场份额问题,不能仅考察市场绝对份额,即采用占世界市场份额指标,同时还要关注市场相对份额,这是为了解决在整个市场绝对份额不大(小),而在一个地区内部计算其市场份额可能较大(小)的矛盾。所以在计算出口市场份额指数时,我们采用一个绝对市场份额和两个相对市场份额组合而成的指标(参见下图)。绝对市场份额采用了出口占世界市场份额,相对市场份额使用了巴拉萨(Balassa)的出口比较优势和沃拉夫(Vollrath, 1988)的出口竞争优势两个指标,出口竞争优势等于出口比较优势减去进口比较优势。选择两个相对市场份额,是为了既强调出口比较优势,又不忽略本地区进口比较优势的抵消作用。



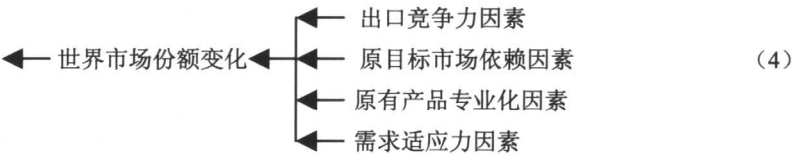
例如：在下表 3 中，组成江苏和广东出口市场份额指数的三项因素，即出口比较优势、出口竞争优势和占世界市场份额排位比较接近，尽管另外两个指标都是广东排第一，江苏排第二，但是出口竞争优势是广东落后于江苏，而且差距大于另外两项因素的差之和，所以，江苏的出口市场份额指数排位优先于广东。

表 3 出口市场份额指数三项因素表

排序	地区	出口市场份额指数	出口比较优势排序	出口竞争优势排序	占世界市场份额排序
4	江苏	6.95	2	17	2
5	广东	7.27	1	20	1

2. 世界市场份额变化

世界市场份额变化是由出口竞争力、原目标市场依赖程度、原有产品专业化水平和需求适应力（Friedrich Von Kirchbach 2000）四个因素影响下形成的，因此，在本指标体系中，我们选择四个因素合成世界市场份额变化指数（参见下图）。即在汇总世界市场份额的变化指数时，先将出口竞争力因素、原有目标市场依赖因素、原有产品专业化因素和市场需求适应力因素按各地区排序，将排序序号乘以权重值，再合成世界市场份额的变化指数。把四个因素的加权合计值作为主指标使用，更突出世界市场份额变化结果的动力和动力的程度。世界市场份额变化量只作为辅助性观察指标。



例如：在表 4 中，1996—2000 年广东和江苏出口占世界市场份额变量，广东排第一位，其份额增长了 0.41%，而江苏只增长了 0.22%，排第二位，而且广东比江苏高一倍，但是影响广东和江苏出口占世界市场份额变量的四项因素，即出口竞争力、原目标市场依赖、原有产品专业化和需求适应力因素的排位却不同（见表 5），即江苏的四项因素均排位在前五名的上上游水平，而广东的四项因素中，原目标市场依赖和原有产品专业化排第一名，而出口竞争力和需求适应力因素却排在 30 个地区的最后两位上。这说明江苏的占世界市场份额变量的增长，四项因素都起了积极作用，而广东的占世界市场份额变量的增长过分依赖于少数市场和产品专业化上。在世界市场份额变化指数上，就可以体现出广东和江苏这方面的差别，江苏世界市场份额变化指数等于 3，而广东等于 15.25。

表 4 1996—2000 年广东和江苏占世界市场份额变量

排序	地区	世界市场份额变量
1	广东	0.004118
2	江苏	0.002214

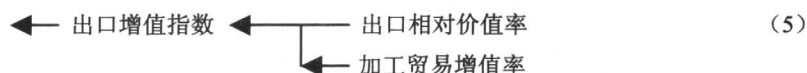
表 5 出口占世界市场份额变化的四项因素表

排序	省市名	世界市场份额变化指数	出口竞争力因素排序	原目标市场依赖因素排序	原有产品专业化因素排序	需求适应力因素排序
1	江苏	3	3	3	5	1
10	广东	15.25	30	1	1	29

3. 出口增值指数

出口增值指数，顾名思义，即出口产品的增值情况。出口增值指数由出口相对价值率（Friedrich Von

Kirchbach 2000) 和加工贸易增值率组成 (参见下图)。在进行地区产品价格与世界同类产品价格比较时, 由于即便是同类产品, 但是其品种与价格繁多, 难于精确对比, 我们不得不采用出口相对价值率的“相对”概念近似代表两个价格的比率。我国加工贸易出口占出口比重越来越高, 使用加工贸易增值率是为了判断加工贸易的质量高低, 从另一个侧面反映出口增值情况。



例如: 在表 6 中, 构成江苏和广东的出口增值指数的两项因素中, 加工贸易增值率在两个地区排位 22 和 23 位, 非常接近, 而两个地区的出口相对价值率存在较大差距, 江苏的平均价格较高, 其与世界平均价格水平比率的排位处于 6 的上游水平, 而广东的则处于 17 的中下游水平, 使得广东的出口增值指数排位低于江苏的水平。

表 6 出口增值指数的两项因素表

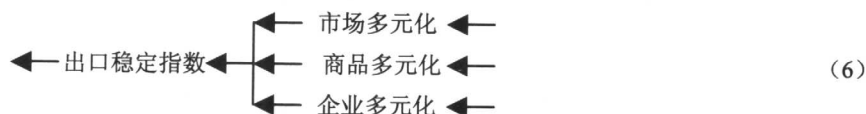
排序	地区	出口增值指数	出口相对价值率	加工贸易增值率
11	江苏	14	6	22
24	广东	19.5	16	23

我们用以上九个指标分别按一定权重, 合计成为出口市场份额指数、世界市场份额变化指数、出口增值指数三项分指数, 然后再合计成为出口优势指数。使用该指数考核某地区某出口产品是否具有优势, 以及这种优势的强弱程度。

从江苏和广东的实例中已看出, 由于广东的出口市场份额指数、世界市场份额变化、出口增值指数三项分指数的排位均低于江苏, 那么广东的出口优势指数排位 (14.01) 也必然低于江苏 (7.98)。

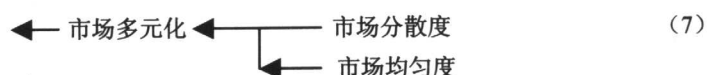
三、出口稳定指数

通过出口贸易的多元化的战略, 可以规避单一化的风险, 提高出口贸易的稳定性。出口稳定指数是由出口市场、商品和企业多元化组成 (参见下图)。在出口贸易中, 除了市场多元化外, 我们还应当考虑商品和企业的多元化问题, 以保证出口贸易的稳定性问题。通过对出口商品、出口市场和出口企业三者多元化水平的分析, 可以判断一个地区出口是否稳定及稳定性大小。市场、产品和企业三者的多元化程度高, 出口的稳定性就好, 反之, 三者的多元化程度低, 即过分依赖单一市场、单一产品或单一企业, 一旦遇到市场变化、对产品需求变化或企业发生问题, 都将影响出口的稳定增长。



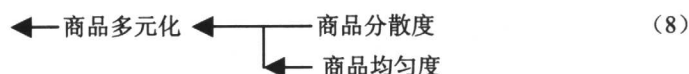
1. 市场多元化

市场多元化由出口市场分散度和出口市场均匀度 (Friedrich Von Kirchbach 2000) 组成 (参见下图)。市场多元化是从两个方面去理解: 一是出口的市场个数或称之为分散程度; 二是所有出口市场规模差别的大小或称之为均匀程度。之所以选择出口市场规模均匀程度指标考核出口的稳定性, 是因为市场个数很多, 但集中度过高, 出口集中在少数几个市场时, 这同样会给稳定出口带来风险。所以出口市场规模均匀程度指标是对出口市场分散程度指标的一个补充。



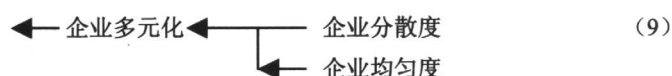
2. 商品多元化

商品多元化由出口商品分散度和出口商品均匀度组成（参见下图）。商品多元化同样从商品个数和商品规模差别两个方面进行分析。具体分析方式与市场多元化相同。



3. 企业多元化

企业多元化由出口企业分散度和出口企业均匀度组成（参见下图）。企业多元化同样从企业个数和企业规模差别两个方面进行分析，具体分析方式也与市场多元化相同。



我们用以上六项指标按一定权重，合计成为出口稳定指数。使用该指数的目的是为了考核某一地区出口的稳定性。多元化程度高的地区，出口的稳定性就可能强，反之，对少数市场、产品、出口者的依赖程度就高，出口量增减的风险性就可能高。

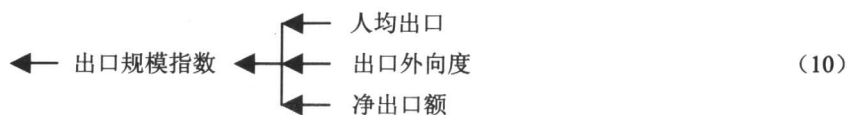
例如：广东的出口稳定指数是在出口额较大的几个地区中比较低，在其出口优势、稳定、规模和潜力指数中最低的一个指数，处于中下游水平，从表 7 中看出，广东的三项多元化中，市场和商品多元化处于下游和中下游水平，说明广东出口对少数市场（广东出口对香港地区占全省出口的 35%）和少数商品（广东出口计算机和通讯产品占全省出口的 20%）的依赖性太强了；而江苏的三项多元化中只有市场多元化处于中游水平，其他两项多元化，商品和企业多元化都处于上游水平，说明江苏出口只是对少数市场依赖性较强。与江苏相比，广东的出口稳定指数要低得多，进而影响到了广东的贸易业绩总指数落后于江苏。

表 7 出口稳定指数的三项多元化因素表

排序	省市名	出口稳定指数	市场多元化	商品多元化	企业多元化
5	江苏	8.50	17.5	5	3
21	广东	18.00	27	19	8

四、出口规模指数

出口规模指数由人均出口、出口外向度和净出口额组成（参见下图）。为了避免人口和经济总量地区间的差别对出口总量的影响，我们没有选择出口额来直接反映出口规模水平，而是确定人均出口和出口外向度指标来反映出口规模问题。如同我们经常使用人均 GDP 来衡量一国或地区的经济发展水平，而不是简单地观察经济总量。同时选择净出口额也作为考核出口规模的一个方面，这是因为“首先，它反映了一个国家生产能否满足当地需要，并带来可供出口的剩余。其二，这一指数考虑到为出口中的投入通常来源于进口，而且属于同类产品。第三，净出口有助于消除再出口的影响。”（摘自世界经济论坛《2002—2003 年全球竞争力报告》）。



我们用以上三项指标按一定权重，合计成为出口规模指数，反映一个地区或产品的出口规模水平，指数高的地区或产品，才说明其出口规模水平高，反之，其出口规模水平低。

例如：从表 8 中可以看出，广东的出口规模指数的三项因素，人均出口排第二位、出口外向度和净出口额排第一位，使其出口规模指数当之无愧地排在第一名，是出口优势、稳定、规模和潜力四项指数中超过江苏的惟一指数。

表 8 出口规模指数的三项因素表

排序	地区	出口规模指数	人均出口	出口外向度	净出口额
1	广东	1.33	2	1	1
4	江苏	6.0	7	7	4

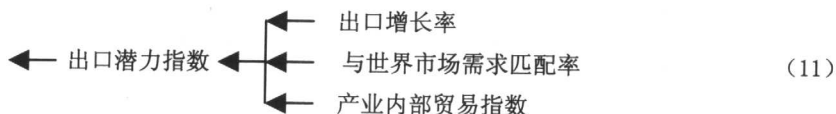
五、出口潜力指数

出口潜力指数由出口增长率、与世界市场需求匹配率（Friedrich Von Kirchbach 2000）和格鲁贝尔和洛依德（P.J.Lloyd）的产业内部贸易指数组成（参见下图）。

出口潜力是指对出口未来发展的判断。使用出口增长率指标是通过以往发展水平的分析，得出对未来发展的判断。

采用出口与世界市场需求匹配率指标是通过一个地区的产业结构变化对世界市场需求变化的应变能力的分析，得出对未来发展的判断，与世界市场需求匹配率高的地区或商品，总能跟着市场的发展而发展，反之，需求配率低的地区或商品，难以跟随市场发展而发展。

产业内部贸易是指一个国家既出口同时又进口某种同类型商品。产业内部贸易是不完全竞争和规模经济起关键作用的结果。产业内部贸易指数是反映一个地区的产业内部贸易程度的高低，它的大小能够反映出一个国家或地区参与国际经济竞争的程度。从当代国际贸易格局看，工业化国家间的产业内部贸易指数较高，反之，发展中国家间、发达国家和发展中国家间产业内部贸易指数较低。一般情况下，产业内部贸易指数高的地区或商品说明了该地区或商品生产技术和规模经济水平高，参与国际经济竞争的能力强，这必定为扩大出口奠定了基础。



我们用以上三项指标按一定权重，合计成为出口潜力指数，反映一个地区或产品出口产业是否具有潜力，指数高的地区或产品，说明具有出口潜力，反之，不具有出口潜力。

例如：从表 9 中看出，构成江苏和广东的出口潜力指数的三项因素，即出口增长率、世界市场需求匹配率和产业内部贸易指数中，只有世界市场需求匹配率一项因素，广东比江苏靠前一；而出口增长率和产业内部贸易指数两项因素仍然是江苏的指标高于广东的指标，使得广东的出口潜力指数排位落后于江苏。

表 9 出口潜力指数的三项因素表

排序	地名	出口潜力指数	出口增长率	世界市场需求匹配率	产业内部贸易指数
3	江苏	4.67	4	6	5
5	广东	6.00	11	5	9

从以上对江苏和广东的中国贸易业绩指数的四项因素对比分析中可以得出，广东是中国的出口大省，但不是出口强省，而江苏暂不是中国的出口大省，但是中国的出口强省。如果广东不解决其出口优势、出口稳定和出口潜力等问题，特别是其出口稳定问题，早晚有一天，出口额第一大省的地位也将丢失。

六、中国贸易业绩指数的总结构图

我们将以上 11 张分图进行组合，即合成了中国贸易业绩指数树型结构图（见下图）。

