

**CNR**  
中央人民广播电台

# 变革中的广播

中央人民广播电台记者中心 编

中国广播影视出版社

**CNR**

中央人民广播电台

# 变革中的广播

中央人民广播电台记者中心 编

中国广播影视出版社

## 图书在版编目 ( CIP ) 数据

变革中的广播 / 中央人民广播电台记者中心编. --  
北京: 中国广播影视出版社, 2016. 10  
ISBN 978-7-5043-7756-2

I. ①变… II. ①中… III. ①广播电台—研究—中国  
IV. ①G229.24

中国版本图书馆CIP数据核字 (2016) 第222740号

### 变革中的广播

中央人民广播电台记者中心 编

---

责任编辑: 黄月蛟

封面设计: 嘉信一丁

---

出版发行: 中国广播影视出版社

电 话: 010-86093580 010-86093583

社 址: 北京市西城区真武庙二条9号

邮 编: 100045

网 址: [www.crtp.com.cn](http://www.crtp.com.cn)

电子信箱: [crtp8@sina.com](mailto:crtp8@sina.com)

---

经 销: 全国各地新华书店

印 刷: 北京市媛明印刷厂

---

开 本: 710毫米×1000毫米 1/16

字 数: 400 (千) 字

印 张: 22.5

版 次: 2016年10月第1版 2016年10月第1次印刷

---

书 号: ISBN 978-7-5043-7756-2

定 价: 48.00元

---

( 版权所有 翻印必究 · 印装有误 负责调换 )

## 《变革中的广播》编委会名单

主 编：杨文延

副 主 编：杨志东 吴紫芳 郝 佳

编 委：郭长江 康维佳 孙 叶 王渝新 蒋 琦

陈 俊 杜昌华 陆明明 赵美兰 殷志强

朱 琳 崔爱玲

## 序

# 变革中的广播需要有研究的现代新闻人

旺 堆

习近平总书记曾强调，要推动传统媒体和新兴媒体在内容、渠道、平台、经营、管理等方面的深度融合，打造形态多样、手段先进、具有竞争力的新型主流媒体。阎晓明台长也多次提出，中央人民广播电台要在媒体深度融合的道路上阔步前行。当前，中央台上上下下正在努力探索新型广播、融合发展之路。驻地记者如何顺势而为，发挥自身优势，打造一支适应媒体融合发展的现代新型记者团队，既需要大胆地实践，也需要深入的理论思考。

记者，是时代的记录者，是新闻事件与受众之间的桥梁，肩负着传播新闻、记录历史的伟大使命。中央人民广播电台是广播系统最权威的国家电台，我们39个驻地记者站的160多位驻地记者，肩负着为中央台采集新闻、传递地方信息的重大任务，是全国各省、自治区、直辖市新闻信息在中央电台的最重要的出口。

中央人民广播电台各驻地记者站建站50年来，涌现出许许多多的优秀记者，他们秉承“一不怕苦，二不怕死”的精神，深入到抗洪、地震救援等重大新闻第一线，发回了大量题材重大、导向正确、采访深入、写作精当的报道，给听众带来了最新的信息，在社会上产生了重大影响。

中央人民广播电台驻各地记者在做好新闻采访这一本职工作的同时，还努力钻研业务，撰写了大量的优秀业务论文，探索广播发展、业务创新的新规律和新思维。为广播的发展起到了积极的促进作用。随着全媒体时代的到来，中央电台正成为融音频、视频、文字、图像于一体、多元发展的现代化主流媒体。在新的历史条件下，新闻与广播、广播与驻地记者，都面临着数不清的新课题。正是这种历史传承，使我们的记者不仅成为职业新闻人，还成为有研究的新闻人，他们日有所闻，夜有所思，精于技能，更努力精于业务研究，从而使我们收获了这本以研究发展中的广播、变革

中的中央台为主题的论文专著。

不改初心，方得始终。时代在变化，媒体在变化，广播在变化，不变的是作为中央人民广播电台驻地记者的光荣传统和优良作风；不变的是作为中央人民广播电台记者追求真理及对党和人民高度负责的精神以及对事业执着的追求；不变的是作为中央人民广播电台记者对各民族人民兄弟般的情谊。一代代广播人把自己的青春和热血洒在了祖国的东西南北，他们将为变革中的广播续写更辉煌的篇章。

作为一名曾经的驻地记者，我在雪域高原，手捧洁白哈达，祝愿我的同事们以攀登珠峰的勇气，迈向新的征途。

（作者：范长江新闻奖获得者、  
中央人民广播电台 西藏记者站原站长）

## 目 录 Contents

- APP广播：传统广播之媒体融合的必由之路 ..... 彭小毛 / 1
- 驻地记者站新闻宣传报道的理念与模式创新 ..... 凌 晨 / 6
- 浅谈突发事件报道中典型音响的采集和运用 ..... 刘华栋 王成林 / 12
- 移动互联时代广播要布局供给侧改革 ..... 陈 俊 / 18
- 场景：移动互联时代广播的新要素 ..... 陆明明 / 23
- 对新媒体传播环境下广播媒体的再认识 ..... 朱 琳 / 31
- 广播等传统媒体的突围之路 ..... 周 羽 / 38
- 浅谈移动互联网时代广播发展趋势  
——基于传统广播与移动电台的对比 ..... 郑 澍 / 43
- 融媒体时代的“变”与“不变” ..... 曹美丽 / 48
- 试论广播转型 ..... 张 静 / 57
- 价值的重塑与包装的新貌 ..... 凌 姝 / 64
- 自媒体时代传统媒体发展研究 ..... 张 晶 / 71

- 媒体融合背景下的传统广播和网络电台发展路径研究 … 贺威通 / 75
- 应急广播传播发展趋势研究 …………… 李 楠 / 80
- 浅议广播媒体与新媒体的融合路径 …………… 马 宁 / 86
- 从线性传播到融媒体传播中的广播记者角色定位 …………… 陈 庚 / 90
- 互联网时代的音频媒介：从几大热门平台看  
传统广播的发展启示 …………… 吴媚苗 / 95
- 论全媒体时代广播记者的转型 …………… 许大为 / 100
- “微”时代下广播的“微”生存 …………… 邓君洋 / 106
- 论如何扩大广播的地方延展力 …………… 张 垒 / 114
- 融媒体下传统农业报道方式的变革 …………… 任磊萍 / 120
- 区域性广播的传播空间初探 …………… 葛修远 / 127
- 广播APP运行模式研究 …………… 景 明 / 134
- 新媒体环境下传统广播如何应对突发事件报道 …………… 孟晓光 / 140
- 论自媒体时代广播驻地记者的职业定位与业务扩容 …… 郭 威 / 146
- 探索大数据背景下中央电台APP平台新模式 …………… 徐志强 / 152
- 论大数据时代广播的变革与提升 …………… 李 佳 / 157
- 汽车时代传统广播的转型发展 …………… 于中涛 / 163
- 论“互联网+”时代下的广播生存之道 …………… 蒋雪娇 / 168
- 再论全媒体背景下新闻实践的基本原则 …………… 李 凡 / 174
- 浅析新闻从业者工作性使用社交媒体的注意事项 …… 刘颖超 / 181
- 广播与新媒体融合之路以及如何提高竞争力浅析 …… 陈 鹏 / 188
- 互联网时代广播的变局 …………… 吴新伟 / 193



- “一带一路”背景下的广播报道语境 ..... 李健飞 / 199
- 广播纪录片如何“穿越时空” ..... 陈鸿艳 / 206
- 网络直播盛行下广播节目的多元化呈现探索 ..... 李腾飞 / 213
- 论新媒体环境下记者如何把控突发事件报道力度 ..... 张子亚 / 219
- 拓展广播记者的职业空间 ..... 杜金明 / 225
- 移动互联网时代传统广播APP的突围之路 ..... 王 利 / 230
- 漫议广播消息中人物语言的感染力 ..... 张秋实 / 236
- 如何增强驻地记者的全媒体思维意识 ..... 贾铁生 / 242
- 驻地记者广播新闻报道中的“联合作战” ..... 毛更伟 / 248
- 论自媒体碎片化报道下的突发事件主渠道表达 ..... 许新霞 / 253
- 浅论少数民族文化在新媒体传播中的利弊 ..... 德庆白珍 / 259
- 浅议广播如何在融媒体时代实现逆势反弹 ..... 刘天思 / 264
- 试论央广网地方频率的本土化生存路径 ..... 张毛清 / 270
- 全媒体时代记者站整合地方新闻资源的得失及对策 ..... 张 雷 / 274
- 浅析如何采写“入脑入心”的民生好新闻 ..... 吴卓胜 / 280
- 浅析互联网时代新型广播发展 ..... 韩民权 / 285
- 浅论全媒体时代新闻资源的整合 ..... 刘 涛 / 291
- 试论微时代下广播受众新需求的满足 ..... 王 妍 / 297
- 探求“新媒体病”根除的新“药方” ..... 张 磊 / 304
- 论驻地记者站报道理念与报道模式创新 ..... 朱 永 / 309
- 试探广播产业的地方化延伸 ..... 吴善阳 / 314
- 全媒体时代广播在城市突发事件报道中的应对 ..... 周 洪 / 321

- 新型区域性广播频率的可行性初探 ..... 郭翔宇 / 328
- 简析全媒体时代广播新闻优势的再造 ..... 崔爱玲 / 334
- 公共卫生突发事件中主流媒体的引导力 ..... 匡 铃 / 338
- 从突发事件报道看应急广播的责任与担当 ..... 石 勤 / 343

# APP广播：传统广播之媒体融合的必由之路

彭小毛

2000年，我在对广播和手机进行了反复研究后，提出了广播和手机结合的设计，并写成论文《开发一款带收音机功能的手机如何》发表在《新闻三昧》杂志上（2001年05期）。尽管当时市面上尚无带收音机功能的手机，但该文预测，未来广播的发展方向应该是和手机的完美结合。

时至今日，笔者当年的预测早已成为现实。2012年数据显示，使用手机收听广播的人数比例超过40%，手机不但已经成为听众收听广播的主要收听终端，而且广播和手机的结合已经完成了“迭代”——手机APP广播已经出现并呈现出强大的生命力。笔者认为，在未来10年内，APP广播将取代传统广播，成为主流的广播收听方式，这应该是不需要预测的大趋势。

## 一、传统广播和APP广播之区别

何谓传统广播？

就是以收音机为接收终端的广播模式。如果把收音机进行细分，又可细分为手持收音机、台式收音机、车载收音机和大喇叭等。

何谓APP广播？

在了解APP广播之前，得先了解什么是APP。APP就是应用程序，它是英语单词application的缩写。在实际应用中，APP被约定俗成地专指智能手机的第三方应用软件，比如微信、微博的手机客户端都是以APP的形式呈现在智能手机的屏幕界面上。

APP广播，就是以智能手机为接收终端并通过手机应用软件来控制广播节目的接收和播出的广播模式，或称为手机客户端广播模式。如“蜻蜓FM”、“喜马拉雅FM”、“荔枝FM”等。

除了接收终端不同，二者的传输方式也不一样。传统广播的信号是通过传统的广播发射台进行传输，属于单向传输；而APP广播的信号是通过移动通信网络进行传输，属双向传输。广播发射台是一个封闭的传输系统，只对有广播传播资质的机构开放传输业务；而移动通信网络是一个开放的系统，它可以向

任何机构和个人开放传输业务，这一传输系统的开放特性，为 APP 广播的快速发展提供了必要的条件。

## 二、APP 广播的出现和发展

大约在 2011 年前后，APP 广播开始出现。开始，传统广播人是没有把它放在眼里的。谈起 APP 广播，传统广播人总会反问，它的盈利模式是什么？那时的 APP 广播，处于“三无”状态：无自办节目、无广告收入、无社会影响，很多人不看好它。

5 年后的今天，APP 广播已经在广播市场占领了稳固的“滩头阵地”，并开始向纵深快速推进。以“蜻蜓 FM”为例。据了解，“蜻蜓 FM”于 2011 年 9 月 15 日上线，半年后突破 1000 万用户。2015 年 7 月 1 日，“蜻蜓 FM”CEO 杨廷皓在媒体沟通会上宣布，“蜻蜓 FM”已经拥有 2 亿用户，日活跃用户为 1000 万。“蜻蜓 FM”以电台聚合起步，通过 PGC（Professionally-generated Content，专业生产内容）起家，目前已经聚合了全球 3000 家中文电台、全国 1000 家高校电台、1000 名合作明星、10000 名电台主播等。

现在，全国的各省级以上电台和大部分经济发达地区的市级电台都有了你的手机广播客户端——APP 广播，“蜻蜓 FM”、“喜马拉雅 FM”、“阿基米德 FM”等一批非传统广播机构的 APP 广播也开始体现出强大的生命力。

## 三、APP 广播的优势

### 1. 终端优势

现代营销学的一个重要理念是“终端为王”。那么，传统广播的收听终端是什么？是便携收音机和车载收音机。在信息爆炸的今天，便携式收音机这个信息终端已经没落。

APP 广播的收听终端是智能手机，是最强大的信息终端，这个时代是赢家通吃的时代，智能手机，几乎通吃了所有信息终端。所以，APP 广播“寄生”于智能手机，从终端的角度来说，APP 广播就已经奠定胜局。

现代人最离不开的两个东西除了手机，就是汽车，而 APP 广播可以通过蓝牙和车载收音机“串联”：听众在驾驶汽车的同时，可以通过蓝牙系统，把手机 APP 的广播信号导入车载广播，也就是说，APP 广播可以从手机延伸到车载广播系统，极大地提升了音频收听品质。

### 2. 传输优势

上文已经说到，传统广播信号的传输系统是一个封闭的系统，这一切都是

因为传统广播市场是一个封闭的市场。现有的中国传统广播市场，中央台、省台、市台三级构架，层次分明，持续了60多年。传统广播时代，地方台能不能办全国性广播电台？不可能，除了政策障碍和频率资源的制约，光是建立覆盖全国的发射台，就是一个投资巨大的工程。由于一个发射台的覆盖范围不过几十公里，所以，强大如中央人民广播电台，也不可能以一个频率覆盖全国。

而这些问题在APP广播面前就迎刃而解了，因为APP广播信号通过移动互联网网络进行传输，不需要频率资源，而且这个传输系统是一个开放的系统，任何机构和个人都可以通过这个系统开办覆盖全国的APP广播电台。在不远的将来，在全国最有影响力的电台也许不是中央台，而是某个地方台，甚至是某个人开办的APP广播，中央人民广播电台在全国广播界的领导地位和无人比肩的影响力将会受到来自地方台甚至个人台的强力挑战。比如，在自驾游成为越来越多的人的出游方式的今天，如果有人办一个APP广播模式的“自驾游电台”，汇聚旅游、路况、住宿、新闻、救援等信息，纵横全国不用换频道，靠广播发射台发射信号的传统交通广播，跑上几十公里就得调频道，怎能与之争锋？

APP广播的传输优势，注定使它成为现行广播市场的搅局者，而且，这一天不会太远。

### 3. 定制收听的优势

APP广播还将改变传统广播的收听方式。过去，听众无法选择内容，只能你播啥我听啥；今后，收听车载广播应该是这样的：上车后，打开APP广播，APP会根据你平时听广播内容的偏好，弹出推荐的节目单，你可以对这些推荐节目进行挑选和增减，也可以从节目池里选择更多感兴趣的内容，然后，APP自动生成一个播出单，你再通过蓝牙把APP广播和车载音响连接，这些动作几秒钟搞定，你可以按照自己的兴趣轻松收听广播节目。

## 四、非传统广播机构的APP广播发展模式

除了传统电台的APP广播之外，非传统广播机构的APP广播发展呈现出强大的生命力，其发展模式值得高度关注。通过5年左右的发展，非传统广播的APP广播已经开始呈现出各自不同的风格特色。比如，“蜻蜓FM”主要是以集成各专业广播频率为特色，“喜马拉雅FM”侧重于主持人个人的品牌。

非传统广播机构的APP广播发展逻辑已经越来越清晰：

1. 第一阶段，起步阶段，其APP广播知名度低，听众信任度低，且自己没有能力做内容，它们只能靠集成已有的传统广播频率及其内容招徕和培育听众。这一阶段，传统广播频率是强势的，对APP广播集成自己的内容也不在乎。

2. 第二阶段，其APP广播有了自己的基本听众群，开始做自己的节目了，

但还是必须依托集成传统广播频率及其内容,丰富自己的内容,壮大自己的声势。这一阶段,传统广播频率愿意把自己的节目提供给非传统广播机构的 APP 广播,因为可以增加节目的收听率。

3. 第三阶段,其 APP 广播积累了庞大的用户群,有了强大的节目制作能力,还会有强势的市场资本做背景。到第三个阶段,它拥有的平台优势、资本优势和体制优势这三大优势,将助推它全面超越传统的国有电台,它的三大优势将吸引体制内最优秀的主持人和节目制作人加盟。进入第三阶段以后,即使传统广播频率以节目版权为由不允许其上传自己的节目,对这些非传统广播机构的 APP 广播也不构成任何威胁了。

非传统广播机构的 APP 广播因其庞大的用户群呈现出巨大的商业价值,形成清晰的盈利模式。比如,目前“蜻蜓 FM”主要的盈利模式来自于两个方向,一是广告模式,据“蜻蜓 FM”披露,其广告收入的规模为 1 亿元,另一模式是对版权内容的收费,2015 年 2 月,“蜻蜓 FM”并购了“央广之声”,获得了大量的有声小说版权资源,其同时与移动、电信、联通三家运营商进行了合作,对这些拥有独家版权资源的有声小说实现有偿收费。

### 五、APP 广播是传统广播之媒体融合的必由之路

媒体融合是当代媒体发展的潮流。传统广播媒体的媒体融合之路怎么走?是全国广播界同仁都在探索的一个课题。我认为,APP 广播是广播媒体之媒体融合的必由之路。传统广播向 APP 广播的融合转型,可以实现两个转化。

1. 由数字向数据转化:数字的特征是可统计;而数据的特征是可描述。打个比方,“中国之声”有 7000 万听众,这个 7000 万基本上就是一个抽象的数字,只具有统计学意义,因为,这 7000 万听众由什么样的人构成?是男是女?姓名年龄?家庭住址?联系方式?职业收入?喜怒哀乐?……这些要素我们都不知道。但是,如果每一个听众的这些要素都是明晰的,那么,每一个听众对于我们而言不再是一个抽象的数字,而是一个具象的、可描述的数据,7000 万个听众数据组成的听众大数据库就是一个有丰富想象空间和巨大市场价值的商业宝库。

APP 广播使数字化向数据化成为可能。广播媒体之媒体融合的第一步就是要通过传统媒体的新媒体化,实现传播各个环节从数字向数据的转化。

2. 由受众向客户的转化:数字向数据的转化,目的是实现受众向客户的转化。数字向数据转化的程度,代表着媒体融合的水平,代表了新媒体发展的水平;受众向客户转化的程度,代表了媒体的盈利能力,代表了媒体的综合竞争力。受众时代,媒体的主要收入是广告;客户时代,广告只是媒体收入的一部分,更多的是以媒体为依托,经营文化产品和物质产品带来的收入,广告收入是有

天花板的，而文化产品和物质产品的收益是没有天花板的。因此，受众向客户的转化，是媒体融合的高级阶段，也就是通过对受众提供“精神产品”和“物质产品”在内的全方位服务，把“受众”转化成“客户”。以央广为例，央广旗下不但有10多个子频率，还有包括央广购物、央广健康在内的新媒体公司。央广购物通过这些年的发展，建立了遍布全球的供货商网络，央广健康也将积累越来越多的医疗资源。如果通过各子平台的有效互动，互相引流，不断把受众变为客户，把客户变为粉丝，打造一个具有央广特色的、以媒体融合为基础的“媒体生态圈”，应该是未来央广发展的一个值得探讨的方向。

（作者：中央人民广播电台 广东记者站 彭小毛）

# 驻地记者站新闻宣传报道的理念与模式创新

凌 晨

汤之《盘铭》曰：“苟日新，日日新，又日新。”意为万事万物皆在不断演变中，并从动态的角度折射出社会不断革新的意义，借此激励人们对待诸事诸物及所从事的行当，应常怀有一种弃旧图新的精神。作为社会诸工种之一的传媒业亦如此。本文拟尝试探讨的问题是——驻地记者站新闻宣传报道的理念与模式创新。

## 一、驻地记者应具备高屋建瓴的能力

对一个国土面积和人口大国，延伸中央新闻单位派驻地方记者站这一触角，有其积极而特殊的意义。实践证明，驻地记者站（分社）在驻在地社会进程中发挥着体验者、记录者和传播者的积极作用。1964年，中共中央宣传部批准中央人民广播电台组建记者站，翌年17个记者站开始开展工作，截至目前中央台、国际台驻国内的记者站已达到39个。这是一项具有开创性的工作，经过几代人的不懈努力，驻地记者站在点点滴滴的工作中保持“日日新”的状态。截至1979年，首批成立的17个记者站共有52名记者，平均年龄41岁，年发稿不足千篇。36年之后，这支队伍的总人数已达238人，其中采编人员166人，平均年龄40.5岁。年发稿近7万篇，其中《联播》、《报摘》头条稿件194篇，内参稿件507篇。

驻地记者站岗位重要，远离总部，记者偏少，事务繁杂，工作范围广。1979年5月26日，时任中共中央办公厅秘书长兼中宣部部长胡耀邦在此间召开的会议上，对中央人民广播电台驻地记者站负责人提出明确要求：你们长年远离中央台总部，分散在各地工作，一定要自己管好自己，自己调动自己的积极性，自己掌握自己的命运。你们的岗位非常好，过去老话有说记者是无冕之王，你们的权力很大，一篇好的广播报道，对人们的精神启示激励作用是很大的，一定要尊重人民所给予的权力，不要滥用手中的权力。要自己钻研问题，自己



找工作干，自己约束自己，自己珍爱自己。<sup>①</sup>

针对驻地记者站的管理方式随社会进步而变，中央新闻单位派驻机构在各地发展壮大的同时，工作中也不可避免地出现了诸多问题，中央针对长期以来存在的问题，于2014年11月起实施了最为严厉的一次清理整顿，根据《关于清理整顿中央新闻单位驻地方机构的通知》（中宣发〔2014〕38号）精神和部署，关闭了一批非法驻地方机构，停办了一批业务量过少的驻地方机构，合并了一批重复设立的驻地方机构，清退了一批违规聘用驻地方机构人员。

在具体的采访业务方面，无论是中央媒体派驻各地的记者站（社），还是国与国互派的记者站（社），遇到的问题基本一致。试举一例，现任美国《新闻周刊》上海分社记者邓肯·休伊特，拥有从事英国BBC驻北京、上海分社记者的经验，他接受中国《新闻记者》杂志专访时举例：“1998年克林顿总统访华，我们为此次报道准备了好几个月，就在克林顿的专机降落咸阳机场的前10分钟，我接到伦敦总部的一个电话，问我是否能做一个关于“中国人口正在锐减并濒临灭绝”的报道。我当时觉得不可思议，在我看来，中国的问题是人口太多，而不是太少。我直接拒绝了这个要求。后来我知道，他们之所以提出这样的要求，是因为他们在某本杂志看到，中国的一些城市将面临严重的人口老龄化问题。”<sup>②</sup>

探析编辑与派驻记者之间的矛盾和原因既与沟通方式有关，也与编辑记者“一静一动”的工作方式有关。新闻工作经历了从传统的信函、电报、电话、传真到互联网为基础的邮件、微信等不同方式，但是无论技术落后还是进步，编辑与记者的交流大多处于惜墨如金或者金口玉言的状态，编辑从记者提供的稿件判断新闻价值，记者从编辑的只言片语中获取信息，编辑对驻地记者提供的新闻背景缺少了解，对记者的意图缺少理解，记者对编辑的宏观意识和比较意识知之甚少，因此争执和矛盾常常不可避免。

邓肯·休伊特根据职业经历总结的经验之一是：“作为这个职业的一部分，在必要的时候，要勇敢地纠正总部编辑对中国的错误认识。如果不这样做，那向中国派驻记者还有什么用？”在涉及负面新闻的问题上，记者站常常会根据本地的特点，在做与不做，如何做之间做平衡。邓肯·休伊特遵循的原则是：“对于所报道的事情不急于做出预设和判断，尤其是要尽量避免偏见。具体到在中国进行新闻采集，由于这个国家自身具有的极其复杂的历史和社会因素，保持报道的平衡就显得非常重要。我指的不仅是在每篇报道中保持平衡，而是在一定时期内，对于所报道的选题，保持一种平衡。”<sup>③</sup>

① 王兆吉：《难忘的1979年记者工作会议》，《中国广播》，总第272期。

② 《驻华外国记者与中国报道—美国《新闻周刊》上海分社记者邓肯·休伊特访谈录》。

③ 《驻华外国记者与中国报道—美国《新闻周刊》上海分社记者邓肯·休伊特访谈录》。