

大数据时代数字化赋能文物“活化”的路径思考

刘虹¹, 王筱栩¹, 刘韩萍¹, 郭曦榕^{2*}, 张权³

¹四川省文物信息中心, 四川 成都

²成都信息工程大学, 四川 成都

³四川省智慧城乡大数据应用研究会, 四川 成都

收稿日期: 2021年10月15日; 录用日期: 2021年11月5日; 发布日期: 2021年11月12日

摘要

当前数字化正在成为驱动文物活化创新升级和发展的重要驱动力。借助数字化技术在文物保护与恢复、文物重现、文物历史场景构建、文物要素提取等方面的优势, 可以实现文物的活化。本文结合静态博物馆模式、实景再现模式和舞台化表现模式等文物活化基本范式, 对数字化与文物活化的融合进行了分析, 并提出了“新媒体 + 文物”、“新技术 + 文物”、“新文创 + 文物”、“新时空 + 文物”、“新服务 + 文物”等文物数字化活化路径。

关键词

文物活化, 数字化, 活化路径, 文物形态

Thinking on the Path of Digital Empowerment of Cultural Relics “Activation” in the Era of Big Data

Hong Liu¹, Xiaoxu Wang¹, Hanping Liu¹, Xirong Guo^{2*}, Quan Zhang³

¹Sichuan Provincial Cultural Heritage Information Center, Chengdu Sichuan

²Chengdu University of Information Technology, Chengdu Sichuan

³Sichuan Smart Urban and Rural Big Data Application Research Association, Chengdu Sichuan

Received: Oct. 15th, 2021; accepted: Nov. 5th, 2021; published: Nov. 12th, 2021

*通讯作者。

文章引用: 刘虹, 王筱栩, 刘韩萍, 郭曦榕, 张权. 大数据时代数字化赋能文物“活化”的路径思考[J]. 社会科学前沿, 2021, 10(11): 3090-3097. DOI: [10.12677/ass.2021.1011423](https://doi.org/10.12677/ass.2021.1011423)

Abstract

Digitalization is becoming an important driving force for the activation, innovation, upgrading and development of cultural relics. Relying on the advantages of digital technology in the protection and restoration of cultural relics, the reproduction of cultural relics, the construction of historical scenes and environment, and the extraction of cultural relics elements, the activation of cultural relics can be realized. This article combines the basic paradigms of cultural relic activation such as static museum mode, real-world reproduction mode and staged performance mode, analyzes the integration of digitalization and cultural relic activation, and proposes the digital activation paths of cultural relics, such as “new media + cultural relics”, “new technology + cultural relics”, “new cultural creation + cultural relics”, “new space-time + cultural relics”, and “new services + cultural relics”.

Keywords

Cultural Relic Activation, Digitizing, Activation Path, Cultural Relic Form

Copyright © 2021 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 文献综述

文物活化是保护和利用文物资源的一种重要方式, 根据 CNKI 学术关注度指数的分析, 2010~2020 年期间文物活化的中文相关文献量呈逐步上升趋势, 并且在 2017 年以后呈现出较大的增幅, 如图 1 所示。文物活化一词最早出现在 2010 年陈筠的《感受书香茶花 活化两岸文物》一文, 他提出“整合书道、香道、花道、茶道, 将历史文化图像及造型元素重新诠释, 弘扬中华文化, 并使它运用于物质生活中, 要让文物活起来, 并成为生活中不可分割的一部分。”如何让馆藏文物、古迹遗址、古建筑等活起来一直是文物活化研究主要关注的问题, 随着互联网、云计算、大数据、人工智能和多媒体技术的快速发展, 以及各种新媒体的不断涌现, 文物活化的研究内涵和外延也在不断扩展。根据 CNKI 近十年对文物活化和文物大数据、文物信息化和文物数字化等关键词的检索结果可以发现, 伴随着文物活化的研究, 关于文物大数据、文物信息化和文物数字化的研究热度也呈现出上升的趋势, 特别是关于文物数字化的研究增长态势极为显著, 如图 2 所示。

文物活化理论的研究一直是业界的研究热点, 吴必虎从哲学和法学的视角对文物活化进行了解读, 并总结了客观主义的活化模式(静态博物馆模式)、建构主义(实景再现)模式和述行主义(舞台化表现)模式等三种活化基本范式[1]。马振邦、余俊莹等从智慧博物馆的背景下基于 ACSI 文物资源活化满意度模型对文物资源“活化”路径进行了研究, 得出了文物资源活化满意度关键影响因素路径[2]。文物活化应用的研究主要围绕具体的案例, 苏丽婷以文化类综艺《国家宝藏》为例, 探析了“媒体 + 文物”的文物传播路径[3]; 褚珂以南京城墙为例, 以文旅融合为视角, 分析南京城墙文化遗产价值及活化现状, 并结合实际提出相应的促进“资源活化”的路径[4]; 庞雅妮、李博雅以“彩陶·中华——中国五千年前的融合与统一”大型原创展览为例, 从文创的视角, 对通过“馆内 + 馆外”“线上 + 线下”所有渠道向社会公开发行的《陕博日历·彩陶中华》的形式实现活化进行了研究[5]。文物通过信息化、数字化的方式进行

活化的研究随着新一代信息技术的发展而逐步兴起，吕焯颀、鲍正德、唐娅雯分析大数据在文物管理中的应用[6]；梁海鹏以关中唐十八陵文化遗产为例，对数字活化策略进行了研究，从数字动画、新媒体、数字化展现与体验三个维度探讨了数字活化模式下关中唐十八陵文化遗产的数字活化策略[7]；刘恒重点研究探讨了文物的数字化展示与传播优势及实现途径[8]。

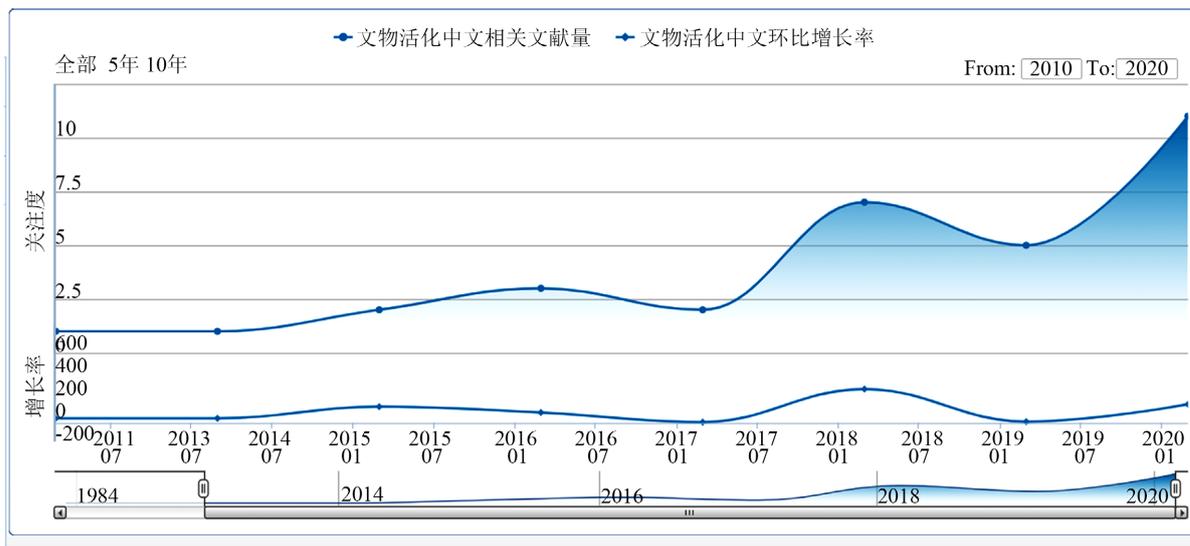


Figure 1. Changes in the amount of Chinese documents in the study of cultural relics activation from 2010 to 2020
图 1. 2010~2020 年文物活化研究的中文相关文献量变化

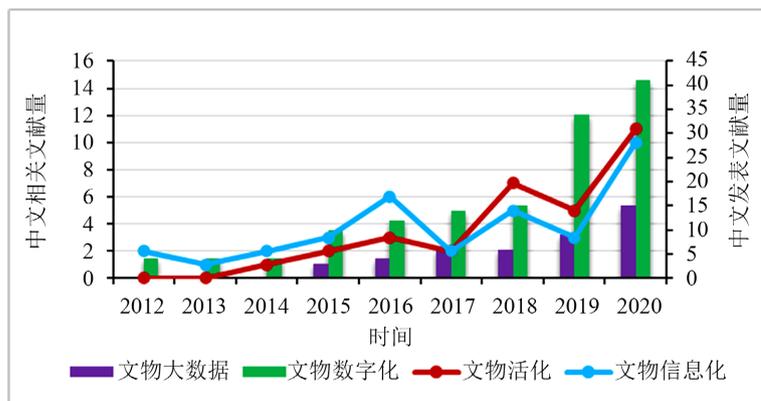


Figure 2. Changes in the amount of Chinese-related documents in the study of digital cultural relics activation from 2012 to 2020
图 2. 2012~2020 年数字化赋能文物活化研究的中文相关文献量变化

文物活化与数字化的结合是文物活化的必然趋势，当前文物资源“活化”的方式虽具有创新性，但总体类型比较单一且适用性较低。文物资源数字化活化这一角度的提法和相关建议多停留在技术层面和宣传层面，缺乏学者系统性、多角度、全方位的研究，这也是开展本文研究的必要性。

2. 文物活化与文物数字化

2.1. 文物活化的内涵

“活化”一词源自于物理学，常指某一物质从其无活性状态转变为具有活性状态的过程。文物通常

指的是文物资源。文物活化简而言之就是将文物资源从静态资源转化为动态文物资源的过程。文物活化的内涵随着社会和科技的进步而不断丰富，目前关于文物活化没有统一的标准定义。文物的内涵体现在物化形态和文化形态两个方面。广义的文物活化是指保护文物的一种方式方法，让文物以一定的展现形式重新回到人们的生活中。狭义的文物活化指的是，有形文化遗产更新再利用，无形文化遗产可视化的转变过程，具体指通过数字技术、大众传媒等方式触动观众视、听、嗅、味、触等多种感觉，将文物形象立体地展示给世人，而不同于将文物呆板地封存在博物馆文物展柜内。

2.2. 文物数字化

“数字化”是由数字技术推动的变化过程，主要表现在业务和商业模式的系统性变革和重塑。数字化分为狭义数字化和广义的数字化。狭义的数字化主要是利用数字技术，对具体业务、场景的数字化改造，更关注数字技术本身对业务的降本增效作用。广义的数字化，则是利用数字技术，对企业、政府等各类组织的业务模式、运营方式，进行系统化、整体性的变革，更关注数字技术对组织的整个体系的赋能和重塑[9]。

2.3. 数字化和文物活化之间的关系

文物的价值体现在物化形态方面和文化形态方面，文物活化的过程就是活化文物在物化和文化形态双价值的过程。将数字技术用于文物的活化，可以对海量文物进行数字化加工整理，一方面以虚拟的形式再现和展示文物的物化形态，另一方面也可以将其蕴含的文化，在影视作品、动漫、网络游戏、直播等数字媒体中传播，扩大文物文化形态的跨时空传播能力。

将文物的物化形态通过数字技术转化成文物物化形态的大数据，进而生成文物文化形态的文化大数据，要经过数据采集、数据存储、数据关联、数据解构、数据重构、数据展示等环节，将文物中所蕴含的文化符号、审美元素和精神标识标注出来，借助互联网大数据技术，完成相应文物数据库存储、虚拟表达和场景构建，按照文物分类标准导引，形成文化的基本标引——“文化基因”，让文物在分类标准中形成数据关联。

3. 文物活化的影响要素

文物的物化形态包括可移动文物和不可移动文物两类。可移动文物为大众所接触的途径，主要在博物馆；不可移动文物与大众接触的途径，主要在旅游景点[10]。文物的文化形态是文物的物化形态的升华，是物化形态所蕴含、所代表的文化内核。文物的活化要根据文物的物化形态和文化形态的特点采用不同的方式，综合当前文物活化的方式可将其分为非数字化活化和数字化活化。

非数字化活化方式主要包括：1) 静态博物馆方式，例如长城、故宫、颐和园等；2) 实景再现方式，例如西安唐大明宫采用的框架展示方式，以及唐洛阳城定鼎门保护罩再现方式等；3) 舞台化表现方式，例如开封在北宋汴梁地方性基础上建设的清明上河园，杭州在南宋都城文脉基础上开发宋城千古情等；4) 静态文创产品方式，例如文物的仿制品、手工制品、绘画作品等。

数字化活化方式主要体现在以下几个方面：1) 利用数字技术获取、存储文物多维度时空信息，实现数字化文物保护模式；2) 利用虚拟现实、增强现实和混合现实技术重构文物的历史信息和历史场景，还原“文物记忆”；3) 利用交互式三维虚拟现实技术修复文物，重现文物原貌和活力，同时也可以将消失在历史长河中的文物进行科学的重现和复原；4) 利用数字技术进行文物的文创产品的研发，包括制作音频、视频、小电影、动画片等；5) 利用新媒体传播文物所蕴含的文化元素。

从文物活化的主体和客体及其相互的关系的角度来看，文物活化就是主体对客体文物活化什么和怎么活化的过程，对于客体来说，文物的形态会直接影响活化的方式，所以文物的物化要素和文化要素是

客体端影响文物活化的主要影响因素；对于主体来说，主体所处的社交网络、社交能力、社交范围等会影响文物活化的影响力和传播能力；从主体和客体的关系来看，主体怎么活化客体将会直接影响活化的效能，在当前数字活化日益成为文物活化主要方式的背景下，采用数字技术实现活化、围绕如何增强文物价值的传播、如何利用文创政策开辟文物活化领域的产业生态等问题所产生的技术要素、社交要素、宣传要素和产业化因素都是影响文物活化的影响要素。

4. 数字化与文物活化的融合

4.1. 数字化赋能文物的物化形态

根据国家文物局对文物等级的划分标准，可以将文物的物化形态分为政治符号类、生活符号类和艺术符号类。从文物的移动性来看又可分为可移动和不可移动的形态。数字化赋能文物的物化形态的实质是将文物的物化形态转化成虚拟的数字化形态。对于可移动文物一方面可以通过二维平面的方式转化成图片、视频、动画等数字化形式；另一方面也可以通过三维立体的方式转化成三维的点云数据和影像数据等数字化形式，便于文物的数字化保护和管理。可移动文物的数字化同样适用于不可移动的文物，不可移动的文物利用数字化技术可以实现可移动，实现文物的异地重建和再现。数字化赋能文物的物化形态转化成了数据形态，实现了文物资源到文物数据资源的转化，进而也为数字化与文物活化的融合奠定了基础。

4.2. 数字化赋能文物文化形态

文物中储存着人类文明与记忆，蕴藏着人类文化的智慧，文物的文化形态体现在文物文化符号，文物文化产品，和文物文化价值和世界观等三个层面。文化符号的背后有着深层次的历史文化、政治、经济、社会的必然联系，是研究人类不同时期文化的重要窗口。利用数据关联、数据解构、数据重构以及数字建模、虚拟环境构建等数字技术可将文物中所蕴含的文化符号标注出来，并且可以进一步挖掘文物文化中的审美元素和精神标识。基于文物蕴涵的文化形成的“文化基因”，利用数字技术可将其进一步形成文化产品，包括数字文创产品和服务两部分，例如基于文物文化元素所拍摄的影视作品、动漫游戏、音乐、直播、网络小说、公共文化服务等；数字化技术和理念还可以将文物所蕴藏的文化升华为特定时空下的价值观、哲学观、科学观和治国理政智慧，如：数字历史场景、数字历史故事等。数字化赋能文物文化形态，实现了文物资源具象化到抽象化的转化，实现了数字化与文物活化“形与神”的融合。

4.3. 数字化赋能文物文化的传播

文物是传承文化的载体，文化的认同、尊敬、崇拜需要打破文化传播的时空界限，在中外文化不断交流、传统文化与现代文化相互碰撞的大背景下，数字化不仅可以让传播无处不在、无时不在，而且还可以实现文化传播者和受众之间的互动、与数字文化内容的交互以及沉浸感体验，真正实现让文物“活”起来。数字化的渲染和成像技术能够以直观、多维、可交互的方式充分体现文物的数字之美，如色彩、质感、比例、构成、结构、构造等，同时也可以利用各类社交媒体以及新媒体传播的便捷性、快速性和广泛性，将文物的实用性价值、公共性价值和故事性以数字化的形式在国内外数字传播体系，例如：抖音、推特和油管等进行一键式分享，激活社交网络用户的传播渠道，进而扩大中华文化全球传播能力，为实现文物活化提供了渠道。

4.4. 数字化赋能文物的产业化

文物资源既要保护也要开发，文物的物化形态和文化形态都具有可以开发利用的价值，数字化可以

促进文物价值的转化和有效升值。借助网络和数字技术研发基于文物文化的文创产品,可挖掘出基于文物蕴涵的文化所形成的产品和服务,进而形成基于文物文化产品的“数字化+文物”新兴产业模式。在“文化+科技”融合的趋势下,文物文创产业的品种,以及产业链依托新技术不断推出新文创产品,并与时尚元素结合,不断创新文化活动,产生一种良性、闭环的新文创发展模式,包括“网络文学+影视授权”“出版社影视投资+反哺IP”“影游IP联动”“电影+主题娱乐/周边”的局部跨界衍生模式,这些模式将带动以文物文创为核心的文化产业发展,为文物活化提供可持续发展的动力。

5. 数字化赋能文物活化的路径

文物来源于古人的生活,“活化”文物需要让它回到生活中去,即文物所处的历史场景(historical events cape)。文物的活化不仅要活化其物化形态和文化形态,而且还要活化文物所处的历史场景及其从诞生之日起的故事,并且要尽可能让越来越多的人去接近文物、了解文物、讨论文物,从文物身上获得某些精神愉悦或者共鸣,让尘封的文物开始熠熠发光。数字化赋能文物活化的路径,是采用网络技术和数字技术满足文物活化需求的基本范式,本文主要从以下几个方面探析数字化赋能文物活化的路径。

5.1. 新媒体+文物

数字化技术伴随着网络的普及,人们获取信息的媒体手段发生了巨大变化,与此同时科技创新又可以将媒体内容进行数字化,让人们可以随时随地地联网获取当前最新的资讯。在新的技术支撑体系下新的媒体形态——新媒体应运而生。新媒体融合人际传播、群体传播、大众传播三种传播类型且将多项功能集于一体。由于媒介的融合,新媒介的信息传播具有高速、高质、超量、多样化、范围广的特征。信息的传播者与受众的身份不再有明显的差别,每个人都可能既是信息的制造者又是信息的传播者,同时又充当信息接受者的身份。《中国新媒体发展报告(2020)》显示,中国新媒体的发展正呈现“新传播技术不断更迭”、“‘耳朵经济’迸发发展活力”、“直播和短视频处于黄金发展赛道”、“互联网巨头积极布局超级App生态”等趋势。新媒体迅猛的发展态势,不仅极大的丰富了传媒形态,改变了媒体传统格局,也为互联网文化发展迎来新的生机。“新媒体+文物”利用新媒体语境下文博领域内容表达更多元,跨界、链接的能力,通过构建文博传播矩阵使得文物数字化内容的联动能力和影响力快速提升。以“两微一端”、自媒体直播、段视频平台、APP等形式为依托的文博新媒体已成为文博行业社会教育、公共服务的重要渠道,并融入到博物馆、文保单位的管理工作之中,成为文博机构与社会资源跨界合作、无缝链接、融合发展的崭新平台。随着《国家宝藏》、《如果文物会说话》、《三星堆遗址发掘系列报道》等文博相关节目的热播,文博新媒体通过让“高冷”的文物变得有温度实现文物的“活化”。

5.2. 新技术+文物

新技术的出现和发展层出不穷、日新月异,伴随着云计算、大数据、移动互联网、人工智能等新兴技术的发展,数字成像技术、3D计算机图形、高分辨率渲染、3D打印,真三维点云建模、全息投影、裸眼3D、VR(虚拟现实)、AR(增强现实)、MR(混合现实)、实景三维以及3D数字孪生等技术可以让文物的数字世界从二维延伸到三维、四维和多维。“新技术+文物”利用新技术支撑背景下文物可视化表达和重现更精细、直观、便捷、安全的能力,通过构建文博三维虚拟世界使得文物数字化展示和互动能力迅速提升。以数字博物馆、数字展品、3D古迹遗产模型等形式为依托的文博APP、网络游戏、3D打印文博产品等已成为文博行业的发展趋势,并融入到文物保护、文物修复、文创产品开发等领域。在中国,3D打印的兵马俑可以出现在千里之外的乌镇,沙漠里的敦煌可以通过点击鼠标在30个洞窟中全景漫游,如果戴上VR眼镜,敦煌的壁画就将出现在周围;在国外利用无人机360度全景摄影技术生成的

超过 70T 的巴黎圣母院 3D 点云数据正在帮助建筑师最大程度地还原大教堂原貌，而虚拟凡尔赛宫可以让人们轻而易举踏进太阳王路易十四的大理石浴室套房。新技术通过让静态的文物变得动起来实现文物的“活化”。

5.3. 新文创 + 文物

利用数字化技术可以深入挖掘文物所蕴藏的文化资源，提炼文物的文化 IP 和设计元素，进而推动文化创意产品的开发。在“数字科技 + 创意传播”的作用下，中华文物数字文化内容成为一种生产要素，可使文物成为网络小说、影视作品、动漫、网络游戏、直播等数字媒体中的元素，并催生“文物 + 科技”的新文创产业平台出现。“新文创 + 文物”利用“文化 + 科技”的背景下文物提取的文化 IP 和设计元素更有价值、更有深度和更具传播能力，通过创建数字文创产业的品牌以及产业链依托新技术不断推出新文创产品，与时尚元素结合，创新文化活动，产生一种良性、闭环的新文创发展模式，使得文物的物化和文化价值大幅提升。依托“网络文学 + 影视授权”、“出版社影视投资 + 反哺 IP”、“影游 IP 联动”、“电影 + 主题娱乐/周边”的局部跨界衍生模式，将文字、影像、图片、影讯、游戏等内容数字化，并与文化创意相结合将文物文化潜移默化地融入人们的生活，实现传承与创新的新发展，吸引更多的参观群体，实现更大的社会效益。新文创通过让价值单一的文物变得价值多样化来实现文物的活化。

5.4. 新时空 + 文物

文物是历史的见证，各类文物从不同的侧面反映了各个历史时期人类的社会活动、社会关系、意识形态以及利用自然、改造自然和当时生态环境的状况。“数字历史”能够将各种不同的数据置于同一时空维度下，清晰地表达历史要素在时间和空间序列变动中的相互关系与互动作用。“新时空 + 文物”利用数字历史背景下展现文物的物化形态、文化形态以及文物所处的自然环境、气候环境、社会环境以及文物故事更具时空连贯性、沉浸立体感和客观真实性的能力，通过构建文物所处历史背景的数字化时空场景，消除文物的时空局限，将数字化的文物置于数字历史场景，追溯文物流传至今的前生今世，让文物及其背后的历史故事以数字化的形式进行重现，同时也可以按照时间和空间轴线挖掘文物与文物、文物与历史之间的关联性，实现文物的全生命周期活化，全面提升文物所蕴含的文化价值、社会价值和历史价值。依托文物数字档案、数字博物馆、电子书、动画、短视频和网络游戏等形式，将文物与历史时空通过数字化的形式结合起来，从时空的视角、历史的维度解读文物，提升文物在人类历史发展进程中的价值，有助于实现世界各族人民世界观的认同。新时空通过让眼前的文物突破时空界限实现了文物的活化。

5.5. 新服务 + 文物

公共文化服务与新兴的信息技术融合，已成为我国数字经济时代背景下的必然。借助云计算提供的云服务所构建公共数字文化云服务能够有效提升数字文化服务的效能。文物活化可以依托公共文化云服务平台将文物的文化融入区域公共文化资源和服务，并通过网站、手机、触摸屏等多个终端服务渠道，突破时空限制，让文物文化以公共文化服务的形式无处不在、随手可得。“新服务 + 文物”利用公共数字文化云服务背景下文物文化资源更均等、文化内容易共享、服务模式更多元、服务手段更智能的能力，将文物资源与公共文化活动、场馆、数字资源进行整合，从而实现由统一平台提供文物文化服务，文物管理单位可以在统一平台上传文物资源，人们可以通过统一平台获取文物文化服务。依托公共数字文化云提供的“金牌解说”视频和音频服务，以免费或付费的方式获取文物文化服务，从而达到群众方便参

与、文物保管单位方便组织、文物管理部门方便管理的效果，有效提升文物文化的普及率和获取的便捷性。公共文化服务新服务通过让只能摆在博物馆里的玻璃罩下的文物变得随时看得见、听得到、摸得着实现了文物的活化。

6. 结论

当前我国已将数据与土地、劳动力、资本、技术等传统要素并列为生产要素，数字化正在影响着我国的经济、社会管理和公众生活，数字赋能正在成为我国各行各业提质增效的新思路、新方法和新模式。数字化让文化领域得以拥抱移动互联网、大数据、物联网、人工智能等新技术，最终实现“文化+科技”的全面融合发展。从博物馆数字化展陈到数字历史场景下文物故事的讲述，数字赋能正在成为驱动文物活化创新升级和发展的重要驱动力。文物数字化活化路径是将数字化融入到文物活化基本范式实现文物活化的途径，数字化思维、数字化技术与静态博物馆模式、实景再现模式和舞台化表现模式等文物活化范式相结合所产生的“新媒体 + 文物”、“新技术 + 文物”、“新文创 + 文物”、“新时空 + 文物”、“新服务 + 文物”等路径在不断提升文物保护和管理水平的同时正在不断推动文物与文旅、教育、创意等新兴产业的融合，让文物所承载的文化价值、艺术价值、历史价值和科学价值焕发出新的生命力，用全新方式拥抱时代。让文物活起来的关键是人、事、物的融合创新，数字化对人、事、物三元世界的影响势必会催生文物数字化路径的优化和升级，随着文物活化经典案例不断涌现，数字化将为文物活化提供持久的动力。

参考文献

- [1] 吴必虎, 王梦婷. 遗产活化、原址价值与呈现方式[J]. 旅游学刊, 2018, 33(9): 3-5.
- [2] 马振邦, 余俊莹, 刘朝阳, 吴云, 徐欢, 等. 智慧博物馆背景下文物资源“活化”路径研究——基于 ACSI 文物资源活化满意度模型[J]. 当代旅游, 2019(1): 59-62.
- [3] 苏丽婷. 国宝“媒”界:《国家宝藏》的文物“活化”路径探析[J]. 采写编, 2021(2): 167-168.
- [4] 褚珂. 文化遗产在文旅融合视角下的活化路径——以南京城墙为例[J]. 文物鉴定与鉴赏, 2020(18): 156-157.
- [5] 庞雅妮, 李博雅. 博物馆文创与文物活化——《陕博日历·彩陶中华》研发的思考与实践[J]. 文博, 2020(1): 92-96.
- [6] 吕焯, 鲍正德, 唐娅雯. 大数据在文物管理中的应用[J]. 计算机系统网络和电信, 2019, 1(2): 204-207.
- [7] 梁海鹏. 关中唐十八陵文化遗产的数字活化策略研究[D]: [硕士学位论文]. 西安: 陕西科技大学, 2019.
- [8] 刘恒. 博物馆文物的数字化展示和传播分析[J]. 博物馆学, 2021, 204(9): 146-148.
- [9] 什么是数字化? 数字化的概念及内涵[EB/OL]. <https://www.bilibili.com/read/cv8507468/>, 2020-10-24.
- [10] 杭侃. 文化遗产资源旅游活化与中国文化复兴[J]. 旅游学刊, 2018, 33(9): 5-6.