

殷商文化旅游知识地图设计研究

——以殷墟国家考古遗址公园为主题

彭 玉

江苏理工学院炎培学院, 江苏 常州

收稿日期: 2025年6月16日; 录用日期: 2025年8月20日; 发布日期: 2025年8月28日

摘 要

本文针对殷墟国家考古遗址公园文化展示存在的“碎片化”与“浅表化”问题, 提出以旅游知识地图为核心载体, 通过整合文化基因理论与场所依恋理论(S-O-R模型), 构建兼具文化深度与情感联结的旅游知识地图设计框架。研究首先从物质和非物质层面识别殷商文化基因, 并基于“地域文化性、情感交流性、认知系统性”三原则设计地图内容; 其次, 面向游客与本地居民分别制定差异化策略; 最后设计抽象-具象结合的符号系统, 优化空间信息传达并在此基础上借助Visio软件构建包含三条主题旅游路线的殷商文化旅游知识地图。该研究为殷墟文化传播与游客深度体验提供了实践路径, 也为遗址旅游知识地图设计提供了参考。

关键词

旅游知识地图, 殷墟考古国家遗址公园, 文化基因理论, 场所依恋理论

Research on the Design of a Cultural Tourism Knowledge Map for the Yin-Shang Dynasty

—Taking the Yinxu National Archaeological Site Park as the Theme

Yu Peng

Yanpei College, Jiangsu University of Technology, Changzhou Jiangsu

Received: Jun. 16th, 2025; accepted: Aug. 20th, 2025; published: Aug. 28th, 2025

Abstract

This study addresses the “fragmented and superficial” cultural presentation issues at the Yinxu

文章引用: 彭玉. 殷商文化旅游知识地图设计研究[J]. 地理科学研究, 2025, 14(4): 906-915.

DOI: 10.12677/gser.2025.144087

National Archaeological Site Park. It proposes a tourism knowledge map as a core solution, integrating Memetics and Place Attachment Theory (S-O-R model) to create a design framework that enhances cultural depth and emotional engagement. The research first identifies Yin-Shang cultural genes from material and non-material dimensions. Guided by three principles—regional cultural identity, emotional interactivity, and cognitive systematicity—the map’s content is structured. Differentiated strategies are developed for tourists and local residents. An abstract-figurative symbol system optimizes spatial information communication. Using Visio, an illustrative tourism knowledge map featuring three thematic routes is constructed. This approach provides a practical pathway for disseminating Yinxu culture and deepening visitor experiences, while offering a reference for designing heritage tourism knowledge maps.

Keywords

Tourism Knowledge Map, Yinxu National Archaeological Site Park, Memetics, Place Attachment Theory

Copyright © 2025 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. 引言

殷墟国家考古遗址公园，即殷墟，被国际专家、学者赞誉为可与世界七大奇迹相媲美的“第二个古埃及[1]”。随着文旅融合的程度加深，越是有文化底蕴的旅游目的地，越受到旅游大众的喜爱，殷墟因其独特的历史价值和文化地位而越发受到重视。然而，如何科学、系统地呈现殷墟深厚的文化信息，避免文化遗产展示的“碎片化”与“浅表化”，并有效提升游客的认知深度与情感联结，成为亟待解决的问题。旅游知识地图是一种将旅游相关的知识、信息和数据以地图为核心表现形式的知识型旅游产品。它旨在通过地图这一直观、易理解的载体，系统地展示和阐述旅游领域内的各种知识，帮助用户更好地理解和规划自己的旅游行程[2]。通过“图-文”二元结构，旅游知识地图在殷墟文化的记录、表征和凸显上独具优势，一方面，旅游知识地图有效助力居民和游客全面深入地认知和体验殷商文化的精髓；另一方面，旅游知识地图有助于传播殷商文化和树立安阳古都形象。

当前旅游地图研究主要围绕文化价值挖掘、空间体验优化及知识技术整合三大方向。在文化价值挖掘领域，学者聚焦于文化基因的提取与转换，马旗从艺术地理学视角研究运河文化符号的数字化转化路径[3]，翁敏等提出历史文化名城“标志-脉络-城区”主题框架实现文化基因的空间叙事；在空间体验优化方面，李渊等通过眼动实验与认知地图量化虚拟旅游的视觉注意与空间记忆关联[4]，张燕翔从视觉设计维度优化城市旅游地图的拓扑结构与信息层级[5]；在知识技术整合方向，王双等构建旅游知识地图理论框架，融合时空知识与TSP算法实现动态路线规划[6]，何姗与纪春礼运用品牌概念地图解构旅游地形象感知网络[7]。众多学者对旅游地图表现手法和艺术设计上取得了较大进展，然而研究主题多集中于近现代景观，对远古文明的文化遗址涉猎较少，除此之外，空间优化侧重技术实现，对历史场景的情感联结研究较少。国家相关文件明确提出景区要为游客提供更多深度体验机会，增加游客停留时间，强化游客行为粘性[8]，因此在旅游知识地图设计上，要注重文化知识呈现与游客情感联结。本文以殷墟国家考古遗址公园的主题内容和表达策略为具体突破口，主要解决以下几个问题：如何选取殷商文化知识以确定地图主题内容？如何设计地图的表达策略以强化游客与殷墟历史场景的情感联结？为解决上述问题，本文从文化基因理论和场所依恋理论出发，以殷商国家考古遗址公园文化基因识别为具体思路，结合场

所依恋的实现机理环境心理学 S-O-R 理论(刺激 - 有机体 - 反应), 设计出既能呈现殷商文化知识体系, 又能唤起游客历史感知, 促进其与遗址场景情感联通的旅游知识地图。

2. 理论框架

“文化基因”一词最早由英国进化生物学家理查德·道金斯于 1976 年在《自私的基因》提出, 他指出文化领域也存在类似基因的基本单位, 这些单位通过模仿、复制等方式在人类社会传播与存续以此塑造文化的发展轨迹[9]。中国学者刘长林将文化基因界定为影响民族文化及历史进程的心理深层结构与思维方式[10], 傅道彬学者认为, 在物质层面, 文化基因体现为特定社会的最高文明成果, 在精神层面则代表特定时代群体的整体精神气质[11]。总的来说, 文化基因蕴含着文化的本质内涵, 具有可量化、可内涵和可传承的特点。

场所依恋是一种基于情感、认知及实践维度的人与场所间关系, 其中情感因素占据主导地位[12]。其形成机制可追溯至环境心理学中的上位理论, 即 S-O-R (刺激 - 有机体 - 反应)理论框架, 外部环境因素作为刺激作用于个体, 引发其内在心理状态的变化, 进而导致特定的行为或情感反应[13]。因此, 综合相关研究, 可知场所依恋的形成, 是社会情境因素调节下, 个体感知环境刺激并激发情感联结与行为倾向的空间结构。

综合文化基因理论的本质内涵以及场所依恋理论的形成机制, 构建殷墟国家考古遗址公园主题内容设计理论框架(见图 1)。该框架展示了场所依恋的形成路径, 即在设计殷墟国家考古遗址公园旅游知识地图时要确保呈现并传达的空间意向与文化信息是可感知且可关联的, 能够促成游客对殷墟场所依恋的产生。

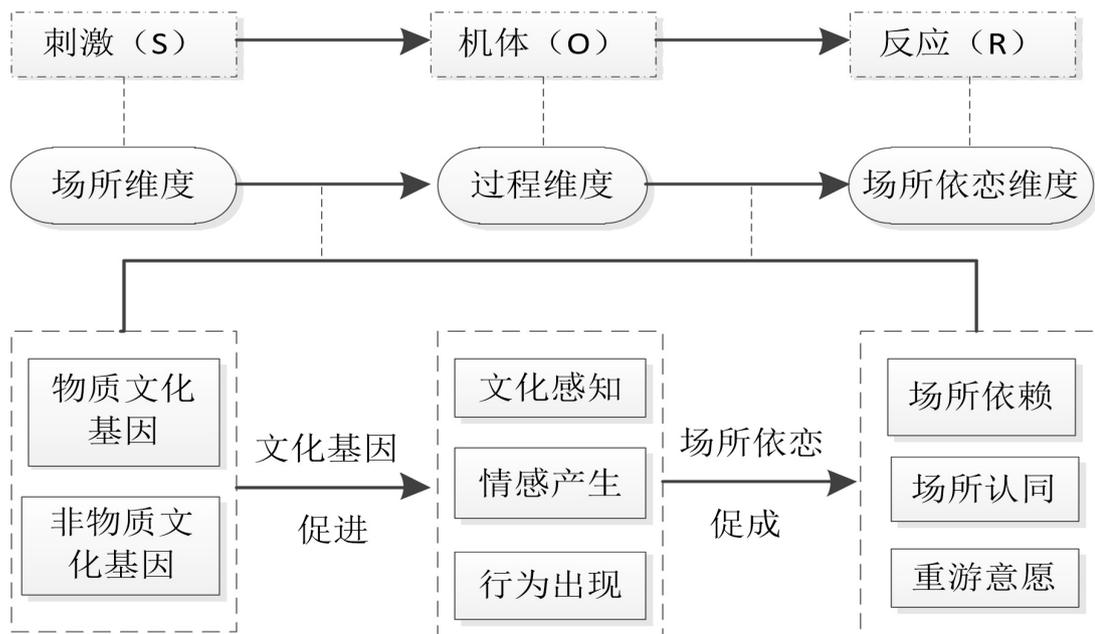


Figure 1. Theoretical framework for theme content design of Yinxu National Archaeological Site Park

图 1. 殷墟国家考古遗址公园主题内容设计理论框架

3. 殷商文化旅游知识地图

3.1. 研究区介绍

“《国家‘十四五’规划和 2035 年远景目标纲要》国家层面总体规划和国家文物局‘十四五’大遗

址、考古等专项规划”明确指出要加强殷墟遗址研究保护。作为甲骨文的发现地，安阳殷墟是我国历史上第一个文献可考、为考古发掘所证实的商代晚期都城遗址，也是考古发掘次数最多、持续时间最长、揭露面积最大的古代都城遗址。

国家考古遗址公园是专注于重要考古遗址及其环境的保护空间，集科研、教育、休闲功能于一体，具有全国性的考古研究、遗址保护和文化遗产示范价值的公共文化空间。殷墟国家考古遗址公园划分七大功能区域，涵盖宫殿宗庙展示区、洹北商城展示区、王陵与民俗文化展示区、考古学展示区、创意文化展示体验区、洹河文化景观带及协同发展区。规划重点包括殷墟遗址博物馆、宫殿宗庙区与王陵区提升、武官村民宿旅游村和豫北纱厂活化改造、后岗遗址考古学展示及洹河殷墟段景观整治等工程。游客可实地观摩考古、鉴赏出土文物、消费文创产品，并体验考古发掘与文物修复过程，这些活动将成为殷墟国家考古遗址公园的一大特色[14]。

3.2. 概念解析及设计原则

旅游地图是专为展示旅游地区、线路、景点、交通和旅游设施而设计的地理视觉工具。相较于传统知识地图的固定呈现形式(如树状、网状、条状或星状)，旅游知识地图具有更强的目的性和原则性。它聚焦于旅游者需求，深入考量旅游者的空间感知和认知背景，通过数据挖掘技术提取具有空间特性的知识，并遵循制图法则，以导游或朋友的视角，进行精准设计和编排。

殷商文化旅游知识地图通过对旅游信息资源的深入分析和再处理，为不同用户群体提供个性化、精准化、人性化的旅游服务。除此之外，殷商文化旅游知识地图充分考虑旅游者认知背景，深入分析殷墟景点、殷墟旅游线路等空间地理旅游要素，并采用图形化和知识可视化的方式进行可视化表达的结果。这一做法不仅能增强游客在信息提取和理解上的灵活性，还能激发他们对殷商文化魅力的欣赏与认知兴趣，从而推动游客与殷墟情感联结的建立，即场所依恋的形成。

本文认为场所依恋旅游知识地图在设计时应遵循以下原则。

(1) 地域文化性原则

地域环境是游客感知历史的基础，独特的文化基因是形成场所依恋的前提。在地图设计中，提炼的殷墟文化要素要确保文化真实性，通过制图符号、色彩、布局等展现商代晚期都城的空间格局与文化特质。只有真实、深入地呈现地域文化，才能为游客建立文化认同与情感联结提供坚实基础。

(2) 情感交流性原则

情感的产生需要人与场所有一定的互动。依据环境心理学原理(S-O-R)，通过具象化的视觉表达和沉浸式空间引导，有效激发游客对商代社会生活、历史事件与文明成就的想象与共情。此外，理解不同游客群体的认知背景与情感需求，提升其与空间信息互动的可能性，是增强历史感知、培育场所认同感与依恋感的重要途径。

(3) 认知系统性原则

旅游知识地图设计需构建逻辑严密、层次分明的知识呈现体系。基于殷墟遗址的空间布局与文化脉络，科学整合时间、空间与主题信息。运用合理的视觉组织手段，展示殷墟遗址的空间分布、考古发现、文化内涵等方面，引导游客构建对殷墟的整体性、结构化认知框架。

3.3. 数据来源

殷墟旅游知识地图的数据来源主要可以分为以下几个方面：考古发掘报告、报纸、网站、学术论文、殷墟博物馆等，这些资料提供了殷墟的地理位置、历史沿革、文化特色、遗址分布等详细信息，是殷墟旅游知识地图设计的基础，为地图提供了准确的历史和文化背景。其中，考古发掘报告 10 篇、报纸 3 类、

网站 3 种、学术论文 15 篇。以下列出部分数据来源。

(1) 考古发掘报告包括《近二十年殷墟小屯宫殿宗庙区考古发掘与布局研究的新认识》《考古遗址保护展示|殷墟近年来的发掘与研究结果》《殷墟发掘报告 1958~1961》《殷墟考古 90 年——陶器的发现与研究》《走进殷商：殷墟的发现及发掘历程》等。

(2) 报纸包括《安阳日报》《河南日报》《中国文化报》。

(3) 网站包括网易订阅(<http://www.163.com/>)、知乎(<https://zhuanlan.zhihu.com/>)、殷契文渊(<https://jgw.aynu.edu.cn/>)、河南省文化与旅游厅(<https://hct.henan.gov.cn/>)。

(4) 学术论文包括《中商青铜器研究》《商代的继承制度》《商代农业经济与殷商文明》《中华文明探寻：何以殷墟》《殷墟墓葬陶器种类及其组合初探》等。

4. 殷商文化基因识别过程

为推动游客与殷墟情感联结的建立，在设计殷商文化旅游知识地图时最重要的是精准识别殷商文化遗产的文化基因，本文从殷商文化元素种群提炼出文化基因，并从物质文化基因和非物质文化基因两个层面出发，构建三个文化元素种族与对应文化元素。物质文化基因包括生态文化资源，非物质文化基因包括民俗文化资源，其中历史文化资源分为物质文化基因和非物质文化基因中均有呈现。各文化元素种群下进一步细化文化元素(见图 2)。该指标体系不仅体现了文化基因的层级性与结构性，也为殷商文化旅游知识地图设计提供了内容基础。

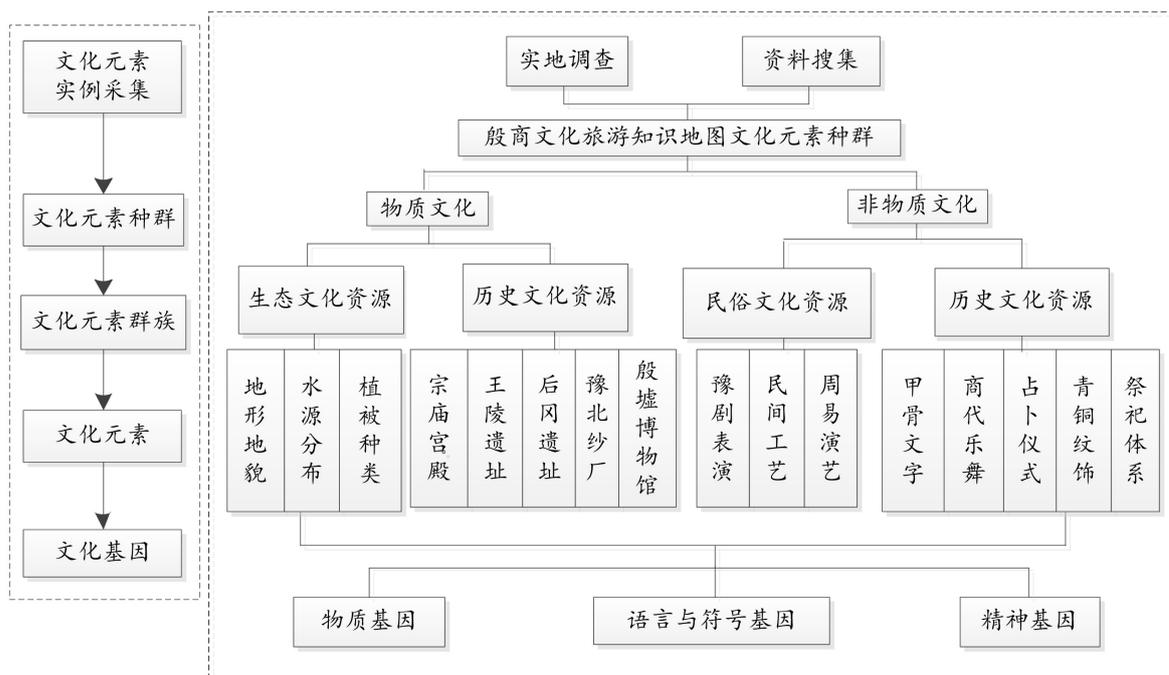


Figure 2. Identification process of the Yin-Shang civilization's cultural DNA

图 2. 殷商文化基因识别过程

5. 殷商文化旅游知识地图设计

5.1. 设计策略

根据地域文化基因，在旅游知识地图的设计上，以“殷商文化”为基点，向“本地居民”和“游客”

两类人群发力,在情感维度上完成场所认同。通过“构、学、乐、礼、业”的设计,唤醒村民的归属感,实现文化回归;通过“知、游、行、视、尝”,带动游客融入,深入文化体验(见表1)。

Table 1. Design strategy

表 1. 设计策略

人群	设计策略	目标
本地居民	构: 设计含有殷商元素的民居民宿和公共议事空间	归属感——文化回归: 重拾文化记忆, 传承文化脉络, 实现精神层面的归根与认同。
	学: 设计殷商文化传承与知识普及场所	
	乐: 设计殷商特色节庆活动、演绎殷商历史传说	
	礼: 提炼殷商核心礼仪精神	
	业: 开发与销售殷商特色文创产品、特色餐饮、文化讲解员	
游客	知: 设计导览标记, 如入口文化长廊、遗址解说碑	融入感——深度体验: 设计文化场景, 宣传殷商文化, 获得情景体验
	游: 设计主题旅游路线, 如殷商观演之旅、殷商生态之旅、殷商研习之旅	
	行: 设计便捷交通路线标识、休息亭标识以及慢行路线标识	
	视: 标注象征性建筑物和大型文物样本、丰富多样的动植物	
	尝: 标注殷商特色食材、殷商主题餐厅分布	

5.2. 主题线路设计

5.2.1. 符号设计

为有效传达空间信息与文化内涵,使地图信息传输效果增强,关键在于设计一套实用且有针对性的地图符号系统(见表2)。本文认为在设计殷商文化旅游知识地图的符号时应遵循以下原则。

(1) 适应性原则

在地图设计中,符号的选择与应用需高度契合地图类型与读者群体的特定需求。以本研究为例,针对殷商旅游知识地图,符号设计应追求生动活泼、艺术感强烈的风格,以准确传递殷商文化的独特魅力,满足目标读者群体对历史文化知识的探索与欣赏需求。

(2) 相似性原则

对制图形象进行高度概括,把最基本的特点表现出来,将某一方面相似的对象趋于看作是统一的整体。例如殷商遗址均采用塔状遗址建筑表现,道路符号属于同一类别,均使用线状符号表示。

(3) 系统性原则

在设计符号时要与其他符号的相互关系,不能孤立地设计每一个符号,例如在道路设计上通过线条的粗细、虚实线颜色的变化表现其不同及等级关系。

(4) 简洁性原则

殷商文化旅游知识地图的符号设计需考量环境,遵循系统设计准则,结合考古遗址公园景点,设计具有层次感的具象与抽象符号,适配不同景点位置。抽象符号简单而具有象征性,具象符号根据殷墟遗址实物设计,保留了其自然面貌。所有符号设计要能引导读者理顺殷商国家考古遗址公园的各遗址位置和明晰其基本常识。

Table 2. Symbol design
表 2. 符号设计

符号类型	表达内容	表达方法	符号设计
抽象符号	遗址、花园、博物馆等	几何图案构成	
	绿地、河流、道路等	几何图案构成	
具象符号	建筑、农业园等	在实物的基础上进行艺术加工	
	风貌区等	场景绘制	

5.2.2. 线路设计

本文以针对游客的“游”为例，围绕殷商文化基因，设计三条沉浸式、互动性、文化性主题旅游线路，分别是殷商观演之旅、殷商生态之旅以及殷商研习之旅，重点介绍旅游要素的分布与特色(见表 3 和图 3)。在宏观层面，地图清晰展示遗址区与非遗址区各景点的区位关系，帮助游客建立空间认知；微观层面则根据不同主题旅游线路，将相关景点从整体地图中提取并进行详细介绍，通过“殷商文化基因”这一主线串联区域展示脉络，形成文化框架下的连贯线路，充分彰显各区域资源特色。为了强化“融入感-深度体验”目标，这三条主题旅游线路，分别对应 3 天游客行程的不同规划，下面对 3 天殷商之旅线路的设计进行介绍。

(1) 殷商研习之旅设计

殷商研习之旅 4 种旅游地点展示主题、展示内容、旅游活动都不相同。后冈遗址区发现的“三叠层”地层关系，确立了中国考古学的标尺性范例，标志着中国近代考古学的成熟。后冈遗址作为考古学的重要发现，揭示了殷商文化与中国新石器时代文化之间的紧密联系和传承脉络，这一连续性的文化遗产不仅展现了中华文明悠久的历史积淀，也反映了古代社会文明发展的连续性和稳定性[15]，因此，后冈遗址区的旅游活动以考古体验为主。洹北商城早、晚期，城址的面积之大，在商文化圈内乃至整个商代都是少见的，是当时商代遗存最丰富、等级最高的城址[16]，该区域的旅游活动聚焦于殷商建筑文化的解读。殷墟王陵遗址是殷商王朝的陵园与祭祀场所，开创了中国帝王陵寝制度的先河，是我国目前已知最早、最完整的王陵墓葬群，此处的旅游活动主要围绕殷商墓葬文化展开。殷墟宫殿宗庙区发掘的 53 座建筑基址，被划分为甲、乙、丙三组，涵盖商王室宫室寝居 15 座、宗庙建筑 21 座，商王室的祭坛建筑 17 座。该区域的旅游活动设计为殷商生活场景的探索体验。在文化框架下设计出一条考古学-殷商建筑-殷商墓葬-殷商生活四个统一在“殷商文化基因”下的不同风格的区域。

(2) 殷商观演之旅设计

殷商观演之旅 5 种旅游景点演出内容都不相同。改造后的纱厂工业遗址集考古研学、遗址展示、文化旅游、休闲娱乐于一体的文旅小镇，在地图中的殷商观演线路中提供的演出包括《殷墟遗梦》、豫剧经典折子戏、民乐演奏等。殷墟博物馆作为展示殷墟考古与商文明研究成果的平台，集中展出 90% 以上由中国社会科学院考古研究所安阳工作队自 1950 年发掘的精品文物，使观众能深入体验“大邑商”的甲骨文与文献记载，直观感受商文明的魅力。因此，殷墟博物馆在地图中的殷商观演线路中设计的演出包括殷商时装秀展、马车巡游、商代乐器展等。武官村周边为盘庚迁都、武丁中兴等重大历史事件的发生地，有傅说拜相、妇好请纣等丰富的历史文化遗产，因此，武官村在地图中的殷商观演线路中设计的演出包括妇好请纣、民俗文艺演出等。洹河殷墟段是殷商文化展示的窗口，洹河夜游是殷墟国家考古遗址公园的一大特色，夜游最佳观看地点：殷墟“洹河夜游”月亮岛，在地图上这条旅游线路中洹河夜游设计的演出包括无人机表演、《洹溯大邑商》等。在休闲娱乐的框架下打造出一条豫北纱厂-殷墟博物馆

- 武官民俗文化村 - 洹河殷墟段 - 殷墟宗庙遗址的视觉设宴的旅游线路。

(3) 殷商生态之旅设计

殷商生态之旅 4 种旅游景点游玩主题、旅游活动各不相同。安钢旧址的改造将以绿色、生态、历史、人文等为主旨，安钢旧址在地图中的殷商生态之旅线路设计的旅游活动包括参观安钢工业遗址、观赏安钢历史记忆牌坊等。生态公园依托洹河水，坚持生态优先原则，突出人本理念。生态公园在地图中的殷商生态之旅线路设计的旅游活动包括露营、骑行、体验房车旅馆等。殷墟周边土壤肥沃，建设休闲农业园可以充分发挥资源优势，通过发展文创农业、品牌农业、观光农业，将殷商文化与现代农业紧密结合。休闲农业园在地图中的殷商生态之旅线路设计的旅游活动包括体验殷商农耕方式、体验殷商畜牧方式等。花园在这条线路中主要旅游活动为花田摄影、赏花等。地图上这条线路的最后一站为安阳航校(热气球基地)，主要旅游活动包括乘坐热气球开展飞行体验，俯瞰殷墟国家考古遗址公园等。在生态低碳的框架下设计一条安钢旧址 - 生态公园 - 休闲农业园 - 花园 - 安阳航校的绿色旅游线路。



Figure 3. Thematic route design for Yin-Shang cultural tourism using knowledge mapping
图 3. 殷商文化旅游知识地图主题旅游线路设计

Table 3. Drawing expression objects
表 3. 制图表达对象

一级表达对象	二级表达对象	三级表达对象
殷商研习之旅	后冈遗址区	体验考古
	洹北商城遗址区	了解殷商建筑
	王陵遗址区	了解殷商墓葬
	宗殿宗庙区	了解殷商生活
殷商观演之旅	豫北纱厂	《殷墟遗梦》
	殷墟博物馆	殷商时装秀展
	武官民俗文化村	民俗文艺演出
	洹河夜游	《洹溯大邑商》
殷商生态之旅	殷墟宗庙遗址	《巴方伏击》
	安钢旧址	参观安钢工业旧址
	生态公园	露营、骑行、
	休闲农业园	体验殷商耕种方式
	花园	花田摄影、赏花
	安阳航校(热气球基地)	俯瞰殷墟整体风貌

6. 总结

本研究融合文化基因理论与场所依恋(S-O-R)机制,构建了“文化感知-情感产生-行为引导”的旅游知识地图设计框架。通过识别殷商物质与非物质文化基因,构建了层级化的地图内容体系。同时依据S-O-R理论,提出面向游客和面向居民的地图设计策略,并以旅游知识地图设计策略中游客的“游”为例,设计出三条主题殷商旅游线路,辅以科学的符号系统设计原则,确保地图既能呈现殷商文化知识体系,又能唤起游客的历史感知与情感联结。研究弥补了当前旅游地图对文明遗址关注不足、情感联结研究较少的缺陷,响应了国家对景区深度体验的要求,为殷墟的文旅融合发展提供了具体方案。

参考文献

- [1] 武聪. 4.18 国际古迹遗址日河南国家考古遗址公园你去过哪些[EB/OL]. <https://hct.henan.gov.cn/2022/04-18/2433974.html>, 2022-04-18.
- [2] 苏世亮, 吴林颖, 杜清运, 亢孟军, 翁敏. 城市文化地图集设计的理论框架与实践案例[J]. 测绘科学, 2021, 46(7): 145-152.
- [3] 马旗. 艺术地理学视角下运河旅游地图的数字化设计研究[J]. 包装工程, 2025, 46(6): 451-462.
- [4] 李渊, 白焕霞, 梁嘉祺, 等. 虚拟旅游空间记忆匹配性与影响因素研究——基于眼动实验和认知地图的分析[J]. 旅游科学, 2024, 38(10): 39-61.
- [5] 张燕翔, 沈易润. 城市旅游地图视觉设计——以京都旅游地图为例[J]. 装饰, 2018(7): 106-109.
- [6] 王双, 陈毓芬, 王成舜, 袁焯城. 旅游知识地图的构建与应用[J]. 地理与地理信息科学, 2016, 32(6): 107-111.
- [7] 何姗. 基于品牌概念地图的乡村旅游品牌形象感知研究[J]. 农业经济, 2021(4): 62-64.
- [8] 国务院办公厅. 关于进一步培育新增长点繁荣文化和旅游消费的若干措施[Z]. 国办发[2025] 1 号, 2025-01-04.
- [9] 理查德·道金斯. 自私的基因[M]. 卢允中, 张岱云, 译. 北京: 中信出版社, 2012.
- [10] 刘长林. 中国民族文化基因及其阴性偏向[J]. 哲学动态, 1989(1): 28-32.

-
- [11] 傅道彬. 文化的积淀与冷却[J]. 学术交流, 1986(3): 80-81.
- [12] Williams, D.R. and Roggenbuck, J.W. (1989) Measuring Place Attachment: Some Preliminary Results. *NRPA Symposium on Leisure Research*, San Antonio, 9.
- [13] Mehrabian, A. and Russell, J.A. (1974) *An Approach to Environmental Psychology*. The MIT Press.
- [14] 王嘉晨. 安阳: 赓续文脉 让遗址熠熠生辉[EB/OL].
<https://mp.weixin.qq.com/s/H4EEMMeOiiPahzMm7tKXFQ>, 2023-09-18.
- [15] 杨林. 故事里的安阳后冈遗址(上) [EB/OL].
<https://mp.weixin.qq.com/s/TKLz1tO-waODNVK4mYW4A>, 2022-11-06.
- [16] 牛世山. 从洹北商城到殷墟商邑: 城市规划与建设的嬗变[J]. 商丘市文物考古研究院, 2018(5): 49-56.