

摘要

近些年，剧本杀社交游戏日渐流行起来，并吸引了大批青年用户的广泛参与，据此形塑出一种趣缘性社群组织。在剧本杀这一趣缘社群中，青年玩家的娱乐体验不仅源于自我呈现的快感，而且与其交往互动有着深度勾连。因为任何社群的运行逻辑都是在交往的意义中被形塑。基于此，本研究以剧本杀趣缘社群为研究对象，通过参与式观察和深度访谈的质性研究方法，考察其社会交往问题，以期为深入理解剧本杀趣缘社群提供一种新的思考路向。

研究发现：第一，剧本杀趣缘社群的社会交往主要表现在，游戏为玩家提供了一种集沉浸体验、角色扮演和社交机制于一体的交往场景，玩家在此自由地开展自我交往、人际交往与群体交往，完成自我构建与关系构建，与此同时，群体聚集投射出不同的组织范式与行为特征，并产生具有群体特征的文化产物；第二，剧本杀趣缘社群交往形成的两个关键驱动因素是媒介技术和情感需求，前者是外因，帮助玩家搭建虚实交融的交往环境，后者是内因，帮助玩家获得包含满足感、存在感与成就感、认同感与归属感在内的交往心理；第三，剧本杀趣缘社群交往的意义在于，其形成与发展映射出青年群体在情感获取、关系维系以及文化创建方面的认知和态度，是代际人群多元化、个性化交往态势的真实写照，勾勒出多种社会实践与社会文化相融共生的时代图景。

剧本杀趣缘社群的社会交往在成为社会潮流的同时，也面临异化危机，主要体现在两个方面：第一，游戏文本一经生产便带有价值导向，不良内容会严重影响青年的身心健康，导致认知的异化；第二，游戏作为青年的交往实践途径，自然带有想象性、暂时性和被污名化的风险，进而导致交往实践的异化。本研究对以上问题进行了总结与反思，期望以剧本杀社群交往为代表的广大游戏交往实践都能朝着积极正面的方向发展，为当今社会注入一股鲜活的生命力。

关键词：剧本杀，趣缘社群，社会交往，青年玩家

目 录

摘 要	I
ABSTRACT	III
目 录	V
绪 论	1
(一) 研究背景与研究意义	1
1. 研究背景	1
2. 研究意义	2
(二) 文献综述	3
1. 趣缘群体研究	3
2. 社会交往研究	6
3. 剧本杀研究	12
(三) 概念厘定	14
1. 剧本杀趣缘社群	14
2. 社会交往	16
(四) 研究对象与方法	17
1. 研究对象样貌概述	17
2. 研究方法	19
(五) 创新之处	22
一、表征结构：基于趣缘关系的游戏化交往景观	23
(一) 剧本杀：社会交往的游戏化面向	24
1. 沉浸式游戏场景	24
2. 扮演式游戏模式	27
3. 社交式游戏机制	28
(二) 玩家：角色扮演中的自我构建	31
1. 自我交往：“我”与“剧中我”的身份关系	32
2. 人际交往：“我”与“他”的互动形态	35

(三) 社群：剧本杀群体的组织样态	37
1. 社群类型：拼车、分享与游戏	38
2. 互动特征：仪式互动与行为规训	42
3. 文化产物：符号文本与剧本杀文化	46
二、形成原因：剧本杀趣缘社群交往的内外归因	49
(一) 外因：新媒介定义剧本杀交往语境	49
1. 异度连接：媒介技术重构具身交往	49
2. 强弱转化：网络社群再定趣缘关系	52
(二) 内因：情感需求驱动剧本杀交往心理	55
1. “悦己”：功能性满足感需求	55
2. “认可”：存在感和成就感需求	56
3. “实现”：认同感和归属感需求	58
三、意义审视：剧本杀趣缘社群交往的社会意涵	63
(一) 交往的情感价值	63
1. 角色互换：补偿缺失的情感	64
2. 人生体验：满足悦己的情感	64
3. 现实区隔：治愈压抑的内心	65
(二) 交往的关系意义	67
1. 趣缘延伸：提供社交契机	67
2. 关系再造：创新熟人交往	69
(三) 交往的文化影响	70
1. 情感与社交：青年消费惯习新态势	71
2. 让渡与对话：青年文化表达新样态	73
四、批判反思：剧本杀趣缘社群交往的异化问题	77
(一) 社交乌托邦：以游戏为缘起的交往异化	77
(二) 价值虚拟化：以游戏为媒介的涵化异化	81
结 语	85
参考文献	87
致 谢	95

绪论

（一）研究背景与研究意义

1. 研究背景

剧本杀是近些年在青年群体中爆火的一款社交游戏，该游戏起源于19世纪的欧美派对游戏“谋杀之谜”，主要是指参加派对的青年人聚集在一起，分别扮演侦探、凶手等多种角色，玩家通过推理、判断和表述的形式最后找出凶手是谁。^①剧本杀在中国的走红是从2016年明星推理真人秀《明星大侦探》的播出才开始的，国内剧本杀依旧沿袭了之前关于角色扮演、推理凶手的游戏模式，但有专业作家写作剧本，有“主持人”（也称DM，Dungeon Master）对玩家进行引导。并且，国内剧本杀内容不完全都是凶杀悬疑类型，而是含有情感、机制、硬核推理、欢乐等诸多类目，剧本主题也涵盖了历史、社会、科技、战争、灵异、民俗等多种题材，设定时间是从古至今应有尽有。^②

利用休闲时间约上三五好友一同“打本”已成为当代青年互动交友、解压放松、治愈内心的一种新型娱乐方式，也成为他们日常生活的重要组成部分。深观其内涵发现当今游戏与社交融为一体的新型娱乐休闲形式已然成为社会发展进程中的新生产物，也相应地映射了新生代青年与众不同的文化实践途径和消费实践样态。在2021年上半年中国消费者偏好的线下潮流娱乐方式中，“剧本杀”排名第三，仅次于“看电影”和“运动健身”，其中20—35岁的年轻人是“剧本杀”等线下沉浸式社交娱乐活动的主要参与者。^③发展至今，线上、线下两种形式的剧本杀都拥有庞大且稳定的玩家群体，也接连衍生出“进阶版”的游戏模式。学者徐川等认为，剧本杀发展经历了三个阶段，即从“1.0”版本的“坐着杀”桌面型推理游戏；到“2.0”版本的“站着杀”增加了服装、道具等实体装置；再到如今“3.0”版本的“剧本杀+”模式，不断与多个行业、多种场景、多类技术结合起来，打造出超沉浸的游戏体验。^④

剧本杀游戏存在几个显著的特征：第一，玩家只具备单一内聚焦视角，游戏依靠玩

^① 何虹雨, 保虎. 游戏印记: 剧本杀风靡于青年群体的社会学解读[J]. 中国青年研究, 2022(09): 12-17+35.

^② 李伊然. 沉浸传播视阈下“剧本杀”模式的应用研究[D]. 天津师范大学, 2022: 10.

^③ 燕道成, 刘世博. 青年文化视域下“剧本杀”的兴起与发展趋势[J]. 当代青年研究, 2021(06): 64-70+114.

^④ 徐川, 李飞翔. 剧本杀青年角色体验的动力机制、情感逻辑与伦理审思[J]. 中国青年研究, 2022(09): 5-11+26.

家之间的信息差来推进剧情和揭露真相，需要所有玩家共同交流和搜证。第二，游戏通常在有界限的封闭式物理空间或媒介空间开展，以确保玩家的沉浸性和故事的完整性。第三，单场游戏一般4—10人，时长在2小时以上，每个剧本的人数和时长是固定的，玩家之间多为“少量熟人+陌生关系”模式。第四，剧本杀多以凶杀为主题，但类型多样、玩法多样，团队目标也不单单拘泥于指证凶手，玩家可根据个人喜好自行选择主题。第五，剧本杀通常以线下面对面的方式进行，但2020年疫情的出现使得线上剧本杀APP迎来了流量的高峰期，进一步为年轻一代消费习惯的形成奠定了基础，线上线下均成为剧本杀游戏的实践场域。

在媒介重定义社会关系的制度性逻辑之下，众多剧本杀爱好者通过网络建立起趣缘社群来维系信息交流与情感互动，也相应地分流出一一些功能目标明确的社群，例如拼车群、分享群、测本群、创作群等，其中，由剧本杀店家组织的“拼车群”是最为常见的类型。社群的存在使得每一次游戏实践所涵盖的玩家关系变得空前广阔，也为群体中主体关系的发生与巩固创造契机，同时，在群体中青年产生的自我认同、群体认同以及文化认同都对于主体的自我建构有重要的形塑作用。因而，社群的意义远远超脱娱乐休闲属性，深谙代际交往与时代文化的意涵。青年作为剧本杀趣缘社群的主要参与者，交往主体年龄层级聚焦，由此展开的游戏实践成为新生代群体再造社会关系、构建话语体系的新兴表达方式。

基于此，对剧本杀趣缘社群的社会交往的研究是挖掘当代青年交往现状的一个切口，本研究选取剧本杀趣缘社群为研究对象，试图通过深度挖掘来描绘出青年在新媒介环境中基于趣缘关系的社会交往图景。

2. 研究意义

首先，理论意义。第一，本研究进一步丰富了社会交往理论。青年群体作为趣缘社群的交往主体具有鲜明的代际特征，游戏作为交往行为的发生场域具有特殊性，媒介技术作为趣缘交往关系的承载空间具有时代性，因而对于剧本杀趣缘社群社会交往问题的研究是对现代性、媒介化社会语境下青年游戏化交往模式的再研究，是对其新变化、新表现、新内涵的研究，也是对社会交往理论当代意义的进一步阐释。第二，本研究扩充了趣缘群体的相关研究。在互联网媒介的普适与时代发展变迁的综合作用下，趣缘群体的形成方式、传播模式与组织样式发生了变化，群体行为模式与心理表征被社会环境浸润而日渐呈现出不同以往的特征。本研究立足当今时代背景，通过对以剧本杀社群为代

表的新一代趣缘群体的考察，来为该领域的研究贡献一份微薄之力。

由此，本研究以剧本杀趣缘社群为研究对象，对当今青年游戏化交往形态进行深层次探究，试图从传播学、社会学、心理学等学科视角来剖析新时代趣缘群体的交往实践，弥补现有研究的不足。研究依旧沿袭传统人类学的质性研究方法，采用参与式观察与深度访谈相结合的方式对剧本杀趣缘社群进行深入细致的观察，力图描绘出该群体真实的交往图景。

其次，现实意义。第一，探究剧本杀社交火爆现象的真正原因。剧本杀自兴起之后一跃成为青年热衷的游戏之一，甚至被称为“社交神器”。解开现象背后的谜团是探究剧本杀趣缘社群形成与发展的关键所在，也厘清代际心理及其成长发展路径的重要一环。第二，青年主体特殊，其交往实践存在诸多不确定性因素。一方面，这一代青年成长于现代化、全球化、媒介化交织的特殊时代，面临鱼龙混杂的信息环境和压力倍增的生活环境，其交往行为也出现新的异化风险；另一方面，青年本身存在猎奇、求异、热血等心理特征，难免出现不成熟、不理智的交往危机问题。第三，新媒介语境之下青年群体的交往该何去何从。在现代性日益凸显的媒介化社会，青年交往也出现游戏化、虚拟化、景观化转向，由此，这种环境之下青年主体交往的表征结构、形成原因、社会意义以及异化问题等都有待进一步深耕。

（二）文献综述

1.趣缘群体研究

（1）“趣缘群体”的学术耙梳

关涉趣缘群体的研究最早可追溯至德国社会学家斐迪南·滕尼斯（Ferdinand Tönnies）提出的“共同体”与“社会”的二分概念，他认为在共同体中“人们休戚与共，同甘共苦”，在这里人们共同生活、共同居住、共同工作，并由此衍生出血缘、地缘、精神三种共同体。其中，精神共同体由地缘共同体发展而来，以友谊为基本表现形式，体现为人在相同的意志与精神上的纯粹联合，接近我们今天所说的“趣缘群体”。^①

随着城市规模的不断扩大，不少学者开始从社会参与的角度进行城市社区的相关研究。在流动性、异质性等新的人口结构特征的影响下，^②20世纪70年代，克劳德·费舍尔（Claude Fischer）、费尔曼（B.Wellman）和雷顿（B.Leighton）摆脱了之前依托共同

^① [德]斐迪南·滕尼斯. 共同体与社会[M]. 张巍卓, 译. 北京: 商务印书馆, 2019: 76-80+87-90.

^② 章雯. 城市社会结构变迁中的趣缘群体研究[D]. 华东师范大学, 2006: 4.

物理地域所存在的社区的空间局限，转而主张建立一种超越邻里关系的“脱域”的初级群体，也就是说，人际关系网络从地域中解放出来，可以自由建立社会网络，这也被称为“社区解放论”。^①其中，建立在共同爱好或兴趣之上组成的社会网络类似于兴趣社区，与“趣缘群体”极为相似。

在媒介技术快速发展的时代语境下，涌现出许多学者将目光聚焦到网络趣缘群体上，从新媒介技术视角来考察当今趣缘群体新的生存形态。Web2.0环境下的网络社群为用户提供了全新的互动领域，改变了传统的人际关系沟通模式，已成为用户生产、获取、交流、共享信息与知识的微观环境。霍华德·莱茵戈德（Howard Rheingold）首先提出网络社群的概念，认为：“当有足够的人长时间地共同参与一个公共讨论，投入足够多的情感，并在网络空间中构成一个由个人关系组成的网，就会产生网络社群这种网络上产生的社会群聚现象。”^②互联网正是为我们提供了以数据为联结的个人关系网络形成的关键空间，每一个个体都是被赋权的网络行动者，可以根据自身兴趣爱好或价值追求来缔结以个体为中心的网络社会。原本传统的趣缘群体凭借网络也建立起基于趣缘的社会关系网络，如今的互联网已然成为各种主流文化群体与亚文化群体聚集的第三空间，它们的形态、互动、发展以及所映射的当下社会心理都受到关注并成为此领域的研究热点。

（2）“趣缘群体”的研究视角

直接针对趣缘群体研究的文献较少，但尽管将粉丝群体、迷群体、兴趣社区等都视作趣缘群体的一种，总体来看文献数量也并不十分可观。以“趣缘”“粉丝”“兴趣社区”等为关键词进行检索发现，学界的关注大多以人群为重点而展开，研究多聚集于趣缘群体的结构功能、互动模式以及身份认同三个层面，但随着粉丝力量的崛起，也开辟出关于消费行为的一系列研究领域。

第一，关于趣缘群体的结构功能研究。这一部分的研究视角较为宏观，基本涵盖了类型、形成、传播模式、结构范式等几个关键要素。学者罗自文在这方面的研究十分具有代表性，经过对6个典型的青年网络趣缘群体的访谈，他从沟通平台和趣缘“核心”两个维度分别对群体类型进行了划分；至于形成原因，他认为存在追寻兴趣爱好、补偿现实表现、缓解社会压力、寻求认同归属四个方面；不仅如此，他还总结出群体内部存在三种信息传播模式，即“主题演讲”“侃大山”“链式扩散”，该研究对把握网络趣

^① 夏建中. 现代西方城市社区研究的主要理论与方法[J]. 燕山大学学报(哲学社会科学版), 2000(02):1-6.

^② 邓胜利, 胡吉明. Web2.0环境下网络社群理论研究综述[J]. 中国图书馆学报, 2010(05):90-95.

缘群体的宏观结构具有重要价值。^{①②}喻国明等人关注到算法逻辑连接下的群体关系范式，认为以趣缘为基础的隐性连接构建了具备亚文化特征的隐性社群。^③

第二，关于趣缘群体的互动模式研究。趣缘群体的日常活动与维系离不开个体之间的互动，也只有通过互动，个体与群体、与社会之间才会产生联系。王国华等从社会资本视角考察了网络趣缘群体虚拟互动的关系逻辑，发现在群体内部关系存在明显的信任与规范，而在层级上体现为显性与隐性两种类型，群际之间的互动则表现为“准”同盟与冲突两种。^④学者王峥以大学生网络趣缘群体为研究对象，认为其互动模式可分为“朋友圈型”“资源库型”“经纪人型”三种，其互动主要依靠兴趣爱好而起，并伴随有合作与冲突。^⑤苗凤祥以户外运动爱好者群体为例对趣缘群体的社会互动进行研究，发现该群体的交往互动多是建立在感性认知的基础上，并在长期的运行中产生了群体规范，成员们自觉遵守并逐渐内化，但群体中也存在一些冲突，总体而言趣缘群体凝聚力较强、认同度较高。^⑥

第三，关于趣缘群体的认同研究。寻求身份认同是个体加入群体的关键之一，因而认同研究是趣缘群体文献中重要的一部分，所占比重较大，诸多学者通过对个案的深入挖掘来研究群体内认同的产生与维系。吕品对同人女群体进行了网络田野与访谈，认为他们围绕耽美文化进行创作和消费并在此过程中寻求自我认同，满足了同人女们对现代友情的需求。^⑦范芳旭指出在现代社会中个体很难形成稳定的认同感与归属感，经过对《读库》读者群体的研究，发现群体成员通过一系列休闲形式的群体互动来形成统一的价值观和群体归属，进而在这个动态的过程中形成群体认同与自我认同。^⑧李菲经过对云南省建水县“狼族”骑行队的考察来研究趣缘群体的社会互动与群体认同，从中发现其互动规律、人际交往特征、群体认同成因与影响。^⑨

第四，关于趣缘群体的消费行为研究。学界对于趣缘群体消费行为的研究主要集中在

^① 罗自文. 青年网络趣缘群体的类型和成因分析——以6个典型青年网络趣缘群体访谈为例[J]. 中国青年政治学院学报, 2014(05):132-136.

^② 罗自文. 网络趣缘群体的基本特征与传播模式研究——基于6个典型网络趣缘群体的实证分析[J]. 新闻与传播研究, 2013(04):101-111+128.

^③ 喻国明, 曾佩佩, 张雅丽等. 互联网连接的新兴范式——试论算法逻辑下的隐性连接与隐性社群[J]. 新闻爱好者, 2020(01):9-13.

^④ 王国华, 熊挺, 钟声扬. 网络趣缘群体虚拟互动的关系逻辑研究——基于社会资本理论视角[J]. 情报杂志, 2015(10):106-111+84.

^⑤ 王峥. 大学生网络趣缘群体社会互动特征的研究[D]. 北京工业大学, 2016:39-40.

^⑥ 苗凤祥. 趣缘群体的社会互动研究[D]. 浙江师范大学, 2011:38-40.

^⑦ 吕品. 现代性背景下网络趣缘群体对自我认同的建构[D]. 华中科技大学, 2008:50-51.

^⑧ 范芳旭. 趣缘群体中的群体认同[D]. 华中科技大学, 2010:40-41.

^⑨ 李菲. 趣缘群体的社会互动与群体认同[D]. 云南大学, 2016:49-50.

于粉丝群体上,也最具代表性。此部分内容大致可分为两类,一是探讨粉丝经济的运行模式或发展趋势,二是探讨粉丝消费心理和行为。就第一类而言,学者蔡骥对粉丝经济的三种运行模式进行了分析,即明星经济、IP经济和社群经济,总结了运行特征与规律以及三者之间的差异;^①李文明等则认为粉丝经济的发展趋势基本呈现出从满足需求转向引导需求,从经营粉丝圈子转向经营粉丝社群,从众包到众消再到众筹,从C2C、B2C和B2B到FFC,从O2O1.0到O2O2.0五个特征,而只有奠定坚定的粉丝经济基础、打造鲜明的粉丝品牌、开创电商经济局面、打造社区商业的粉丝经济模式才能顺应粉丝经济发展潮流。^②就第二类而言,刘伟等在《粉丝作为超常消费者的消费行为、社群文化与心理特征研究前沿探析》一文中指出“粉丝所具有的超常消费行为是他们区别于普通消费者的关键特征”,主要体现为狂热消费行为、消费者热诚与理性上瘾,认为粉丝群体表现出不同于普通消费者的“为了消费而消费”的行为目的,并出现宗教式的热情而忠诚的行为特征,同时,粉丝消费行为打破了一般情况下的“边际效用递减”规律,呈现出“边际效用递增”的习惯养成型消费行为。^③

2. 社会交往研究

(1) “社会交往”的理论耙梳

交往一直以来都是人类社会生活中不可或缺的实践活动,对于社会交往的研究在国外很早就已开始,尽管更多的是从哲学或经济学视角去阐释,但对于后来更为系统与深入的研究也有很大的借鉴意义。^④在17、18世纪,哲学家约翰·洛克(John Locke)、大卫·休谟(David Hume)从认识论、人性论视角提出的“理解”“沟通”“共感”等概念就已初现现代西方交往理论的雏形;查理-路易·孟德斯鸠(Charles-Louis de Secondat)认为人们为了满足物质生活的需要而共同生活,这就促成了必要的交往;克洛德·阿德里安·爱尔维修(Claude Adrien Helvétius)与亨利希·梯特里希(Paul Heinrich Dietrich)则将交往视为一种功利主义的互利行为……之后还有路德维希·安德列斯·费尔巴哈(Ludwig Andreas Feuerbach)、格奥尔格·威廉·弗里德里希·黑格尔(Georg Wilhelm Friedrich Hegel)等诸多哲学家对交往表达了不同的学术见解,而卡尔·马克思(Karl

^① 蔡骥. 社会化网络时代的粉丝经济模式[J]. 中国青年研究, 2015(11): 5-11.

^② 李文明, 吕福玉. “粉丝经济”的发展趋势与应对策略[J]. 福建师范大学学报(哲学社会科学版), 2014(06): 136-148.

^③ 刘伟, 王新新. 粉丝作为超常消费者的消费行为、社群文化与心理特征研究前沿探析[J]. 外国经济与管理, 2011(07): 41-48+65.

^④ 欧力同. 交往理论的演变: 从近代到当代[J]. 上海社会科学院学术季刊, 1995(04): 126-135.

Heinrich Marx) 的出现对以往的交往理论做了吸收借鉴,建立了思想史上第一个系统的、科学的社会交往理论体系。^①

社会交往理论最先由马克思和弗里德里希·冯·恩格斯(Friedrich Von Engels)提出,并在《德意志意识形态》中得到了详细的论述,是构成马克思社会历史哲学的一个重要组成部分。这里的社会交往概念,包含物质交往和精神交往、内部交往和外部交往、地域性交往和世界性交往、个体性交往与普遍交往等一系列交往,其中物质交往是其他一切交往的基础。^②尽管马克思和恩格斯在该著作中并没有对社会交往的概念作出明确的界定,但其所阐述的交往更多地饱有人与自然、人与人之间交往关系、交互活动的意涵,并且与生产一起成为实践活动不可分割的两个方面。另一个在该领域起到奠基性作用的是尤尔根·哈贝马斯(Jürgen Habermas)提出的交往行为理论。在“语言的哲学转向”与“对韦伯合理性理论批判”的双重作用下,哈贝马斯试图打破“传统意识哲学”对主客体关系认知的局限性,通过引入“交往行为”“生活世界”等概念,以建立更加完整合理的交往理论。^③在其著作《交往行为理论》中,他将社会行动分为目的行为、规范调节行为、戏剧行为和交往行为四种类型,并认为交往行为实质上是行为主体之间通过没有任何强制性的诚实对话而达到共识、和谐的行为。^④

除了马克思、哈贝马斯从较为宏观与系统的研究视角构建的社会交往理论之外,还有学者从较为微观视角来切入的交往互动理论,试图从主体“自我”的视角探究人际互动和社会关系,例如欧文·戈夫曼(Erving Goffman)的拟剧理论,乔治·赫伯特·米德(Mead George Herbert)的符号互动论等。

戈夫曼的拟剧理论是从人际关系和社会生活的视角出发来阐释的,主要用于分析人与人之间面对面的表演互动。他将个体之间的互动视作一个表演戏班,并涵盖了前台、后台、剧班、自我以及印象管理等几个概念,以此来隐喻种种行为背后的社会含义。在戈夫曼看来,日常生活中的各种社会活动和互动都是在社会舞台呈现的一种角色表演行为,个体首先要明确自己表演角色的社会定位与社会期待,以此为依据,通过精心布置表演情境和管理个人形象来打造供观众凝视的“前台”,以帮助自己实现理想的表演目的,“后台”通常是作为放松或调整的场域而存在,并且表演者可以根据目标互动对象

^① 欧力同. 交往理论的演变: 从近代到当代[J]. 上海社会科学院学术季刊, 1995(04): 126-135.

^② 范进. 马克思的社会交往理论[J]. 社会科学战线, 1994(06): 35-42.

^③ 艾四林. 哈贝马斯交往理论评析[J]. 清华大学学报(哲学社会科学版), 1995(03): 11-18.

^④ 王凤才. 哈贝马斯交往行为理论述评[J]. 理论学刊, 2003(05): 38-41.

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/166042030052011010>