

体育旅游体验研究：回溯与展望

余典松, 杨鹏

(上海体育大学 经济管理学院, 上海 200438)

摘要: 体育旅游体验研究逐渐受到国内外学者的青睐, 但系统全面的文献述评尚付阙如。文章运用 SQLR 方法对 2000—2022 年学界发表的 86 篇体育旅游体验文献进行内容分析, 主要结论有: 体育旅游体验的研究历程分为探索期、缓慢发展期和快速发展期三个阶段, 2017 年后体育旅游体验在学界得到更多关注; 在研究主题层面, 体育旅游体验的影响或价值占据主导地位, 体育旅游体验的影响因素、体育旅游体验的特征以及体育旅游体验的类型也有较多关注, 而体育旅游体验的生成这一主题重视程度不够; 在理论和方法层面, 目前体育旅游体验的研究应用了心理学、管理学、社会学等跨学科理论; 研究方法以实证为主, 定量和定性研究相对均衡, 且数据收集方式多元。

关键词: 体育旅游; 旅游体验; 研究进展; 内容分析

中图分类号: F59 **文献标识码:** A **文章编号:** 1674-5841(2024)02-0084-15

体育旅游体验是游客前往异地参与或观赏以体育为主题的活动而产生的与地方环境相关的心灵和身体体会^{[1]64}。作为体育旅游者出游经历的重要组成部分, 它影响着游客的目的地选择和行为意向。因此, 研究体育旅游体验对该细分领域的学术发展和产业实践都具有重要意义。在学术发展上, 体验研究有利于揭示体育旅游的本质问题, 如谢彦君等认为体育旅游是一种异地的具身体验^{[2]17}, 丰富了体育旅游的本体论命题; 在产业实践上, 体育旅游体验研究是提高游客体验质量的基础, 能够为目的地品牌打造、资源开发以及产品优化提供科学依据^[3-4]。

尽管体育旅游体验的研究逐渐受到国内外学者的青睐, 但研究的深度和广度都还略显不足。此外, 考虑到体育旅游体验的研究对学术发展和产业实践的重要性, 厘清“当我们在研究体育旅游体验时究竟在研究什么”这一问题显得尤为重要, 但目前系统全面的文献述评与反思尚付阙如。文献检索发现, 目前仅有两篇体育旅游体验综述类文章。具体来看, 马越斐和李海对体

作者简介: 余典松 (1999—), 男, 江西上饶人, 2021 级硕士研究生, 研究方向为体育赛事旅游。

通信作者: 杨鹏 (1988—), 男, 湖北应城人, 副教授, 研究方向为体育旅游、旅游流动性。

育旅游具身体验的理论溯源、焦点议题和动向研瞻做了深入分析^[5]; Takata 和 Hallmann 对 33 篇体育旅游本真性体验的期刊文献进行了系统梳理与分析^[6]²⁶, 包括文献基本信息、研究主题以及研究方法和理论。遗憾的是, 上述文献只是聚焦于体育旅游体验的某个特征展开述评。实际上, 体育旅游体验研究的主题较为广泛, 包括体育旅游体验的特征、体育旅游体验的维度构成、体育旅游体验的影响因素, 等等。因此, 国内学界亟待对体育旅游体验的研究历程、主题、方法与理论进行系统地梳理与总结。鉴于此, 本文运用 SQLR 方法对相关文献进行计量分析、内容分析, 探究体育旅游体验的研究进展。

一、研究设计

(一) 研究方法

系统量化文献综述方法 (SQLR) 的英文全称为 systematic quantitative literature review, 这是一种系统识别文献、提取文献主要信息并进行量化分析的方法^[7]。它既是系统性的也是量化的, 一方面研究人员在应用该方法时需遵循结构化程序来确定主题范围、检索文献和建立文献库; 另一方面, 学者会结合相关范畴对现存文献进行测量, 以总结、观察已有知识内容并发现研究不足^[8]⁵⁴³。由此可见, 该方法最大限度地减少了研究人员的主观性和偏见, 且近年来它逐渐被学者应用到旅游、体育和体育旅游中^[9-11]。

(二) 数据采集

如图 1 所示, 文章以中国知网、Web of Science、Taylor & Francis 和 Google Scholar 为数据库进行文献采集, 关键步骤如下:

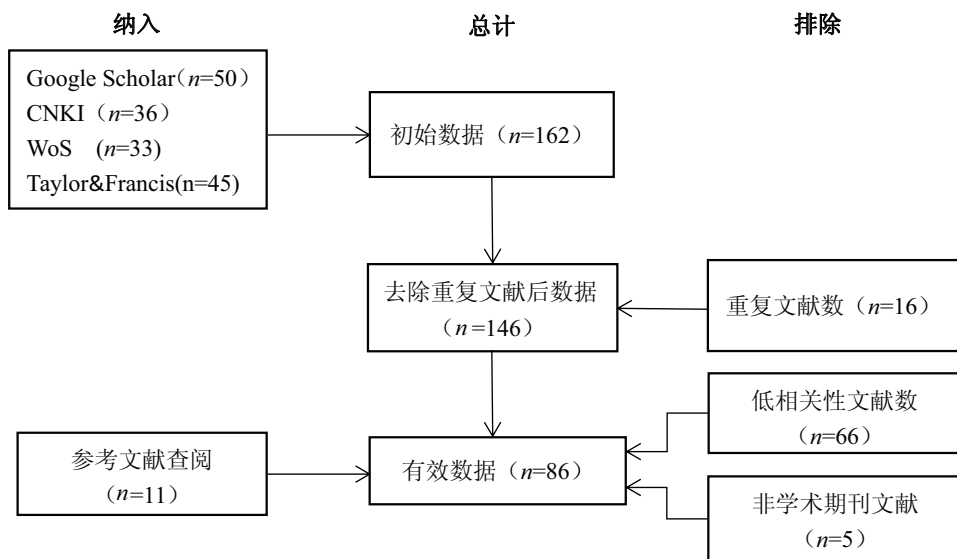


图 1 文献梳理流程

使用中国知网数据库的高级检索功能,以主题:(体育旅游体验) OR 主题(赛事旅游体验)进行搜索,其中检索来源为全部期刊,时间跨度为2000年1月—2022年12月,在初步阅读文献标题后,筛选出文献共35篇。

在其余三种英文数据库中同样采用高级检索功能,为保证 sport tourism 中不忽略 recreation、leisure 的信息并通过大量文献对体育旅游一词的界定,以 sport tourism experience、event tourism experience、recreational sport tourism experience 为主题进行搜索,之后将 tourism 分别替换成 tourist 和 travel 再次检索,来源和时间跨度与上述保持一致,最后获取文献127篇。

(三) 纳入排除标准

纳入排除标准有助于读者更好地理解量化文献综述研究的资料库建立过程(见表1)。首先,对比所有文献标题,以期去除重复样本;其次,阅读文献摘要、关键词和浏览全文,从而去除与研究主题无关或主题偏窄的文献66篇,同时发现5篇文献为书籍章节,不属于学术期刊的范围,故将其排除在外;最后,在查阅剩余论文的参考文献时发现11篇有效样本。经过上述步骤的筛选,最终保留86篇有效文献(中文28篇、英文58篇)。Pickering 等指出进行量化文献综述研究的分析样本量须在15~300之间^{[8]543},因此本文可应用此方法进行文献分析。

表1 纳入排除标准

纳入标准	排除标准
· 经过同行评议的原创学术论文	· 会议、报告、书籍等非学术论文
· 语种为中文和英文	· 其他语种的学术论文
· 发表时间为2000年1月—2022年12月	· 不在此时间范围内发表的学术论文
· 数据库为中国知网、Web of Science、Taylor & Francis 和 Google Scholar	· 其他数据库中的学术论文
· 研究内容为体育旅游体验,如体验类型、体验特征等	
· 文献主题为体育旅游体验	· 主题偏窄,如研究焦点过于集中在体育旅游或体验上,体育旅游体验的内容较少涉及

二、体育旅游体验研究的历程

为进一步了解体育旅游体验研究的历史进程,本研究对国内外学者在各年份(2000—2022年)发表的文献数量进行统计(见图2)。从图2可以发现:①进入21世纪以来,体育旅游体验的第一篇文献发表在2001年;2006

年以前的文献发表量相当有限, 其中有3年的发文量为0, 这说明当时国内外对体育旅游体验的关注度很低。②2006—2016年间体育旅游体验研究进入缓慢发展期, 每年都有一定数量的体育旅游体验研究文献发表, 但每年发文量不超过5篇。③2017—2022年间, 体育旅游体验研究进入快速发展期, 这6年的文献数量占据总发文数的一半 ($n=43$), 年均发表7.2篇, 其中发文量最高的年份是2021年 ($n=10$, 11.6%), 其次是2017年、2019年和2020年, 文献发表数量均为9篇。总体来说, 国内外学者对体育旅游体验的研究经历了探索期、缓慢起步期和快速发展期三个阶段, 且在2017年之后这一领域得到学界更多的关注和重视。

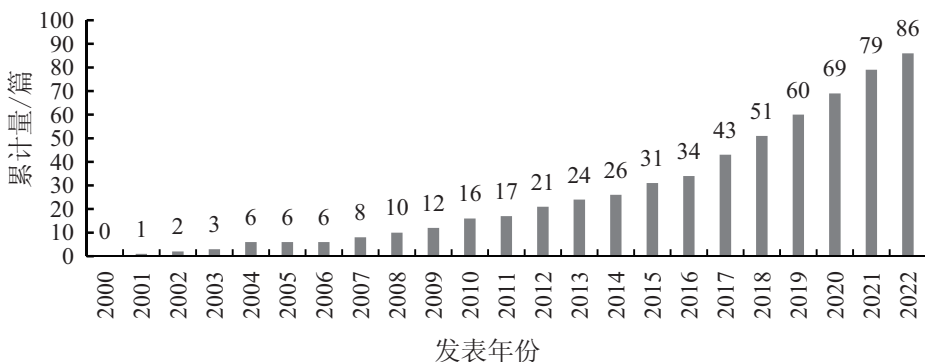


图2 体育旅游体验研究文献数量的年谱分析

三、体育旅游体验研究的主题

(一) 体育旅游体验的影响或价值

体育旅游体验的影响或价值这一主题占主导地位, 论文数量所占比例为37.2%, 研究的主要内容是体育旅游体验对游客的心理导向、行为取向的影响, 以及对个人发展、游客类型划分的价值。

在体育旅游体验对游客心理导向的研究中, 学者发现体育旅游者体验对满意度、忠诚度和幸福感的产生具有显著影响。体育旅游体验影响游客满意度, 通常需要旅游者情感作为中介变量, 如Lee等发现体育赛事观众的依恋和社群感在体验和满意度之间产生中介作用^[12]。同时, 满意度又是体育旅游体验影响游客忠诚度的重要中介变量, 李征等研究表明满意度在体育赛事现场观众的观赛体验及观赛忠诚度之间发挥着中介效应^[13]。此外, Huang等基于自我决定理论得出休闲体育旅游体验也能有效提高旅游者的主观幸福感^[14]¹¹⁶¹。

行为取向包括游客的口碑宣传和重返意愿, 不同类型体育旅游者的体验对行为取向的作用路径不一致。例如, Triantafillidou等以野外露营旅游者为

例,发现露营旅游体验会引起游客的怀旧情绪,进而作用于体育旅游者的口碑宣传和重返意愿^[15]。Hallmann等则认为体育赛事旅游者的娱乐、审美、教育和逃避体验直接与其重返意愿相互关联^[16]。

体育旅游体验是实现个体发展的重要途径,Loeffler以户外探险旅游者作为研究对象,发现户外体验能帮助游客自我发现并以一种新的视角来看待自我^[17]。体育旅游体验也是帮助游客进行自我实现的有效手段,邓俊鹏等发现自我实现是骑行旅游体验的价值之一^[18];卫银栋等也认为徒步旅游体验是一种个体通过和人际通过的实质性通过仪式,不仅能实现个人在身体、意志、情绪、认知等各方面的成长,也实现了人际关系的巩固或削弱^[19]。

体育旅游体验会因游客动机的不同而存在显著差异,这可成为管理部门划分游客类型的重要依据。Xu等根据滑雪体育旅游者寻求体验的不同将他们划分为追求享乐者、价格敏感者和安全优先者^[20];Walker等根据体验模式和成就导向将主动型体育旅游者分为高低属性不同的四类^[21]。因此,目的地管理人员需要根据体育旅游者寻求体验的差异进行精准营销,从而实现效益最大化。

(二) 体育旅游体验的影响因素

有关体育旅游体验影响因素的研究占据着举足轻重的地位,论文数量的占比为27.9%。在体育旅游活动中,影响游客体验的因素主要包括内部因素和外部因素。

内部因素主要是指体育旅游者的个人社会属性、技能水平以及自身认知。例如,李新静等运用扎根理论得出滑雪旅游者的年龄、性别和受教育程度等社会属性差异导致所获体验感的差异较大^[22]¹⁴¹³。Hallmann等以冬季体育旅游活动参与者为研究对象,发现游客的体育体验与参与活动时的表现有较大关联^[23]。自身认知体现在游客的感知能力上,Tsaur等在探险旅游的情境下研究得出游客的感知风险能力对畅爽体验具有显著正向影响^[24];类似地,Peng等对初次滑雪旅游者体验展开研究,结果发现交互感知、价格感知、声望感知、风险感知以及功能感知影响着体育旅游体验^[25]。

外部因素主要是指目的地环境/事物、社会互动等。自然景观作为游客体验的重要组成部分,Chhetri运用GPS技术发现自然景观的可见度、地形特征和森林密度等地理属性对徒步旅游者体验有强烈的影响^[26]。人文环境也是影响游客体验的重要因素之一,Kwortnik利用扎根理论得出邮轮的布局、装饰和内部设施对休闲体育游客的体验产生较大影响^[27];Mikulić等(2017)通过建立RDA矩阵得出露营地的卫生状况、服务水平、员工态度和安全保障水平等属性影响着体育旅游者的整体体验^[28]。社会互动包括与其

他游客、工作人员以及运动员之间的互动交流, 例如, Mackenzie 等运用移动民族志对探险登山旅游者体验进行了质性分析, 研究发现与导游之间的交流是影响登山体验的核心因素, 导游冷漠的态度会降低游客对他们的信心和期望^[29]。Pettersson 等在分析现场观看滑雪赛事的旅游者时发现游客体验的优劣与现场氛围密切相关, 观众互动产生的愉快氛围越强烈, 游客就越容易产生积极体验^[30]。

(三) 体育旅游体验的特征

有关体育旅游体验特征的研究也占据一席之地, 论文数量的占比为 15.1%。体育旅游体验是旅游体验和运动体验的结合, 因此它具有两者共同的特征, 主要包括具身性、流动性、共创性和本真性。

Veijola 认为旅行的动力源于将身体沉浸于环境中的欲望^[31], 其实心智、身体和环境是一个不可分割的系统, 体育旅游体验本质上是一种具身化生成实践^[32], 表现为体育旅游者通过本体觉、运动觉和多感官的具身参与。贺小荣等发现户外漂流旅游者因自然节奏和社会节奏的失衡而进入旅游世界, 并在具身体验的节奏周期中寻求平衡^[33]。类似的, 杨洋等发现徒步旅游者在外部环境的刺激下可形成身体感觉、运动通道和多感官知觉等具身体验^[34]。

流动性作为现代和后现代的重要形式, 体育旅游体验的流动性特征明显, 尤其在以骑行为主的参与型体育旅游活动中, 旅游者通过“扫视”来强化自身与沿线景观和社会的关系^[35]。旅游体验与流动过程密切相关, 在此基础上, 盘劲呈等融入了“依附”和“沉浸”的概念并提出了“动态依附”的体育旅游体验, 即体育旅游者的具身行为和流动场域的对话会形成身心依附情感^{[1]63, [36]}。王学基等还发现流动性体验构成了以背包客为主的道路旅行者旅游体验的核心^[37], 主要原因在于他们以一种“在路上”的流动状态来感受路上的风景^[38]。

上述研究说明体育旅游体验是通过游客与地理空间环境的互动及浸入而表现出的对内心深处的、即时的感情凸显^[39]。由此可见, 体验空间和体验主体是体育旅游体验形成的核心要素。由 Morgan 提出的体育旅游者体验空间模型可知, 体育旅游体验是由旅游者和旅游企业共同创造的^[40], 旅游企业在目的地构建一个可供体育赛事旅游者完成社会互动和文化互动的空间载体以促进游客获得高峰体验。

体育旅游体验同样具有本真性, Takata 等指出体育活动在促进游客本真性体验的过程中发挥着巨大作用^{[6]26}。梳理发现, 体育旅游活动为游客带来的本真性体验可分为客观主义本真、建构主义本真和存在主义本真。首先, 客观主义本真体验是由体育旅游目的地有形且独特的事物所产生的, 如 Maddox 等的一项研究表明前往印度学习瑜伽的体育游客因目的地瑜伽锻炼

效果和体育用品质量较居住地更高而形成了真实性体验^[41]。而建构主义本真与体育旅游者的主观认知密切相关, Lamont 等发现参加环法自行车赛的体育旅游者对比赛路线的主观认识影响了其建构主义本真感知^[42]。最后, 存在性本真源于游客身体感受, Shipway 等发现骑行旅游者因骑行节奏和身体的高度涉入下出现了强烈的存在性本真意识^[43]。

(四) 体育旅游体验的维度划分

12 篇文献详细分析了体育旅游体验的维度构成, 占总发文量的 14.0%。体育旅游体验的维度划分呈三种发展趋势: ①用 4E 体验模型来划分体育旅游体验维度。例如, Perić 在分析不同类型的体育旅游者的体验系统时, 将体验维度分为娱乐体验、审美体验、遁世体验和教育体验^[44]。②用心理体验来划分体育旅游体验维度。例如, Seyitoğlu 等发现骑行旅游体验可分为探索体验、享乐体验、安全体验、舒适感、娱乐体验、社交体验和难忘体验七大维度^[45]; Klaus 等研究得出极限运动旅游体验分为享乐体验、社交体验、个体进步、便利性体验和超现实体验五个层面^[46]。③用硬件体验来划分体育旅游体验的维度。Chiu 等在分析观看 F1 赛事的体育旅游者体验时, 将游客体验分为赛事、食物、音乐会、赛车以及可进入性几个维度^[47]。

(五) 体育旅游体验的生成

除上述四大主题外, 也有少数学者分析了体育旅游体验的生成机制问题。有学者指出, 体育旅游体验的产生离不开人、活动和地方^[48]。首先, 不同种族、语言和行为习惯的游客间或主客间互动是体育旅游体验产生的关键要素, 原因在于这有利于强化他们的社会认同并促进情绪感染。例如, Weed 发现观赏型体育赛事旅游者体验的发生在于具有共同爱好社会组织的形成, 因为它为游客提供了分享和交流的机会^[49]。其次, 游客体验产生的本质就是活动参与的过程^[50]^[46]。本文发现体育旅游情境的活动参与方式以“挑战”为主, 如肖和胜等认为徒步者的成就感体验归因于自我挑战的成功^[51]。最后, 体育旅游者在目的地的认知探索和审美行为, 促进了场所体验的生成。例如, 史鹏飞等发现山地旅游者通过将自身情绪浸入在山地情境中而收获非功用性体验^[52]; Lindberg 等研究得出探险旅游者体验是一种意义洽谈过程, 表现为游客的旅游实践和当地历史、文化传说的融合过程^[53]。

四、体育旅游体验研究的理论与方法

(一) 理论应用

如表 2 所示, 不足三分之一的文献使用了理论或模型展开研究, 其中 4E 体验模型使用的数量最多 (5 篇), 其次是感知价值理论和心流理论 (3

篇), 逆转理论和自我决定理论则分别运用了2次, 上述5种理论模型共占比53.4%。而包含需求层次理论、推拉理论以及休闲涉入理论等在内的剩余13种理论, 仅在所有文献中使用了一次。本文归纳发现, 上述理论或模型的所属学科集中分布在经济学(10篇)、管理学(9篇)、社会学(4篇)、心理学(4篇)以及人类学(1篇)上, 这与体育旅游的学科交叉属性密不可分。

1998年Pine提出了4E体验模型, 即消费者体验可分为娱乐体验、审美体验、教育体验和遁世体验四个维度, 不少学者以此模型来划分体育旅游者体验的维度并将其应用到体育旅游体验影响的研究中。感知价值理论作为管理学的重要理论, 同样经常用在体育旅游体验的影响或价值的研究中, 且主要用于分析基于游客体验的感知价值有哪些重要影响^[54]。心流理论主要用于分析体育旅游体验的影响因素, 如聚焦技能水平、认知能力等对体验水平的影响^{[22]1409}。逆转理论(reversal theory)是Apter于1989年提出的一个心理学理论, 它认为有4对元动机状态: 目的的一超越目的的, 顺从的一逆反的, 控制一同情, 自我中心一他人取向, 且在任何时候, 每对动机状态只有一个能被激活, 这可用来揭示体育旅游体验的生成机制。自我决定理论提出自主需要、能力需要和关系需要三种基本心理需要, 这些都是个体幸福感形成的核心要素, 因此该理论聚集于解释体育旅游体验对游客幸福感的影响^{[14]1161}。

表2 体育旅游体验研究理论和模型的应用情况

所属学科	比例/%	理论/模型	数量/篇	比例/%
心理学	35.7	心流理论	3	7.1
		逆转理论	2	7.1
		自我决定理论	2	3.6
		个人建构理论	1	3.6
		方法一目的链理论	1	3.6
		注意力恢复理论	1	3.6
经济学	32.1	4E体验模型	5	17.9
		体验营销理论	1	3.6
		体验营销理论	1	3.6
		品牌理论	1	3.6
		ABC态度模型	1	3.6
管理学	14.3	感知价值理论	3	10.7
		价值共创理论	1	3.6

表2 (续)

所属学科	比例/%	理论/模型	数量/篇	比例/%
社会学	14.3	休闲涉入理论	1	3.6
		推拉理论	1	3.6
		社会认同理论	1	3.6
		成就目标理论	1	3.6
人类学	3.6	仪式理论	1	3.6

(二) 方法应用

对86篇文献中所使用的研究方法进行归纳后发现,有75篇为实证研究,其余11篇为概念性/理论性研究。如表3所示,在75篇实证研究中,36篇论文运用定量研究方法,34篇论文使用定性研究方法,还有5篇运用混合方法。

学界对体育旅游体验的研究多为实证研究,定量研究和定性研究所占比例整体相差不大,但混合研究偏少。具体来看,体育旅游体验的影响和体育旅游体验的影响因素这两大主题多用定量研究方法,主要原因在于这两大主题需要运用相关分析、因子分析或结构方程模型检验和确定各变量之间的关系,因此需要收集定量数据进行统计分析。定性研究能提出新的构建并深入解释某些基本问题,如扎根理论、主题分析等,因此可成为分析体育旅游体验的生成机制、维度构成和特征的科学方法。概念性/描述性研究也有11篇,但它缺乏提出问题、数据收集、数据解释过程,因此有学者对其研究设计的科学性提出质疑,体育旅游领域呼吁学界贡献实证研究,而不是提供断言或意见^[55]。在数据收集手段上,定量研究以运用针对体育旅游者的问卷调查为主,定性研究多运用访谈、网络文本等手段,且有5篇定性研究使用了多种数据收集手段。

表3 体育旅游体验的研究方法和数据收集手段

范畴	数量/篇	比例/%
研究方法		
定量研究	36	41.9
定性研究	34	39.5
混合方法研究	5	5.8
概念性/理论性研究	11	12.8
数据收集手段		
问卷调查	42	46.2

表3 (续)

范畴	数量/篇	比例/%
访谈	24	26.4
网络文本	11	12.1
移动民族志	6	6.6
观察	4	4.4
照片	3	3.3
GPS	1	1.1

五、研究述评与展望

(一) 结论

随着体育旅游的快速发展以及旅游消费的转型升级, 体育旅游体验的研究逐渐受到国内外学者的青睐。本文对四种数据库收录的 86 篇体育旅游体验的文献进行梳理, 发现体育旅游体验的研究历程可分为探索期、缓慢发展期和快速发展期三个阶段, 2017 年后体育旅游体验在学界得到了更多的关注。现有研究融合了经济学、社会学、管理学、人类学等跨学科理论, 研究方法定性与定量相结合, 数据收集方式呈多元化发展。通过进一步对文献内容进行梳理与总结, 本文归纳出体育旅游体验影响与价值、体育旅游体验影响因素、体育旅游体验特征、体育旅游体验类型以及体育旅游体验生成五大研究主题。

(二) 研究述评与展望

尽管体育旅游体验逐渐成为旅游研究和体育研究的新兴热点, 然而国内外相关研究还存在一些不足之处, 未来可从以下几个方面展开。

学界普遍证实了游客体验对供给侧(旅游目的地、旅游企业)和个人层面都有积极的影响或价值。然而, 现阶段关于积极影响的研究以经济可持续为主, 而环境可持续作为目的地可持续性发展的核心内容之一, 体育旅游体验是否会影响游客的亲环境行为以及影响机制是什么等现实问题有待学者进一步解答。聚焦于个人可持续层面, 目前已有文献对游客的享乐幸福感展开研究, 但是体育旅游体验更能促进游客自我实现并增加存在意义^[56], 因此今后学者可借用康复性流动理论、自我决定理论对体育旅游体验与实现主义幸福感之间的关系进行深入探讨。当然, 体育旅游体验也有可能带来负面效应, 如游客在体育旅游世界中获得本真性体验后导致其返回日常生活后出现失落情绪, 这些都是未来急需加以讨论和证实的问题。

关于体育旅游体验影响因素的研究, 一方面学界需创新研究方法。如未

来学者可根据实际情境运用定性比较分析来研究体育旅游体验影响因素间的组合效应,构建体育旅游体验影响因素的复杂因果模型,把握各因子或路径作用机制的大小。另一方面,拓展内、外部影响因素的边界。具体来看,体育旅游在时序意义上的行为和心理赓续、迭代较一般旅游更为显著^{[2]27},因此游客的过往经历这一内部因素对体育旅游体验产生较大影响;外部因素可延伸至新型科学技术,后疫情时代,随着虚拟体育和虚拟旅游的快速发展,AR、VR以及元宇宙等科技革命成果对体育旅游体验的影响机制同样亟须学者展开相关研究。

体育旅游体验的特征还存在一种割裂的局面,即某一体验特征只停留在少数几种体育旅游活动类型中,故未来需拓展一种体验特征在多种体育旅游情境中的适用性,并进一步深入探究体育旅游体验的本质属性。此外,体育旅游体验特征的相关研究主要是学者运用质性方法得到的初步探索结果,其科学性还需学界运用定量的实证研究加以验证,未来学者也可开发出体育旅游体验特征的测量量表以完善各个体育旅游体验特征的概念体系。

消极体验也是难忘旅游体验的重要组成部分^[57],体育旅游者会因离开熟悉的环境而产生孤独感和不安感,或因身体长时间地强涉入而形成感官疲劳感和身体痛感等。目前,体育旅游者消极体验的维度构成还有待学界展开相关研究。除了消极体验,怀旧体验和恢复性体验同样值得学者进一步加以探讨。怀旧是个体重复旅游以体验体育的驱动力^[58],原因在于旅游者源于职业、专业和兴趣的情结去参加体旅游活动^{[2]27},因此怀旧情愫存在于大多数体育旅游情境之中。体育旅游也经常和健康联系在一起,体育旅游者在活动、社会交往和流动情境中提高了自身健康水平,包括身体健康、心理健康和社会健康等^[59],因此未来可细化体育旅游者恢复性体验的研究,并加强其与游客行为意愿之间的关系研究。

对比发现,传统旅游者以游戏和娱乐的形式参与到旅游活动中^{[50]48},本文却得出体育旅游者与活动的互动形式主要为“挑战”“竞争”等,这尤其体现在参与型体育旅游者身上。由此可见,体育旅游体验与一般大众旅游体验的形成过程和内部机理存在差异性,但这一结论是否正确还需更多的科学研究加以证实。此外,数字技术、大数据等应用在体育旅游产品上可有效激发游客的情感反应,因此学会上可运用生理测量法、认知行为实验等对科学技术如何促进游客体验生成的机制展开系列研究,不仅要考虑积极体验的形成机制,同时也要将消极体验纳入讨论范围。当然,未来也可进一步探究体育旅游体验生成限制这一话题,为目的地进行管理实践提供科学依据。

[参考文献]

- [1] 盘劲呈, 李海. 地方依恋与骑行旅游: “动态依附”体验的生成 [J]. 体育与科学, 2018, 39 (5): 63-69, 76.
- [2] 谢彦君, 吴凯, 于佳. 体育旅游研究的历史流变及其具身体验转向 [J]. 上海体育学院学报, 2021, 45 (11): 16-30, 60.
- [3] 王敏, 陈晓欣, 林银斌, 等. 体育赛事体验对旅游目的地品牌影响研究: 以广州马拉松赛为例 [J]. 旅游学刊, 2022, 37 (12): 39-51.
- [4] 甘霖, 张照金. 基于“4E体验模型”的皖西水上体育旅游资源开发策略研究 [J]. 兰州文理学院学报 (自然科学版), 2018, 32 (4): 101-104.
- [5] 马越斐, 李海. 体育旅游具身体验研究知识谱系: 理论溯源、焦点议题、动向研判 [J]. 山东体育学院学报, 2022, 38 (1): 58-64.
- [6] TAKATA K, HALLMANN K. A systematic quantitative review of authenticity in sport tourism [J]. Journal of Sport & Tourism, 2021, 25 (2): 1-16.
- [7] 张孜铭, 刘向, 曾培春. 知识发现视角下的文献量化: 荟萃分析框架 [J]. 情报杂志, 2019, 38 (9): 150-157.
- [8] PICKERING C, BYRNE J. The benefits of publishing systematic quantitative literature reviews for PhD candidates and other early-career researchers [J]. Higher Education Research and Development, 2013, 33 (3): 534-548.
- [9] YUNG R, KHOO-LATTIMORE C. New realities: a systematic literature review on virtual reality and augmented reality in tourism research [J]. Current Issues in Tourism, 2017, 22 (1): 1-26.
- [10] THOMSON A, CUSKELLY G, TOOHEY K, et al. Sport event legacy: a systematic quantitative review of literature [J]. Sport Management Review, 2019, 22 (3): 295-321.
- [11] MOLLAH M R A, CUSKELLY G, HILL B. Sport tourism collaboration: a systematic quantitative literature review [J]. Journal of Sport & Tourism, 2021, 25 (2): 3-25.
- [12] LEE H J, JUNG S K, SEONG M H. The effect of professional sport spectator's experience economy factors on satisfaction: focused on mediating effects of attachment and a sense of community [J]. Journal of Asian Finance Economics and Business, 2019, 6 (3): 269-282.
- [13] 李征. 体育赛事观众的体验型态、体验满意度及忠诚度的关系模型构建与验证 [J]. 西安体育学院学报, 2020, 37 (4): 457-464.
- [14] HUANG Y C, CHENG J S, CHANG L L. Understanding leisure trip experience and subjective well-being: an illustration of creative travel experience [J]. Applied Research in Quality of Life, 2020, 15 (4): 1161-1182.
- [15] TRIANTAFILLIDOU A. Summer camping: an extraordinary, nostalgic, and interpersonal experience [J]. Journal of Vacation Marketing, 2013, 19 (3): 197-208.
- [16] HALLMANN K, ZEHRER A, RIETZ J. Sport events as experiencescapes: the spectator's perspective [J]. International Journal of Sports Marketing and Sponsorship, 2021, 22 (4): 764-779.
- [17] LOEFFLER T. A photo elicitation study of the meanings of outdoor adventure experiences [J]. Journal of Leisure Research, 2004, 36 (4): 536-556.

- [18] 邓俊鹏, 李娜, 史文文, 等. 基于方法—目的链的户外骑行人群旅游体验价值: 以环青海湖线为例 [J]. 体育成人教育学报, 2021, 37 (4): 22 - 27.
- [19] 卫银栋, 徐英, 谢彦君. 西藏徒步旅游中的情境体验与人际互动: 一种通过仪式 [J]. 旅游学刊, 2021, 36 (9): 28 - 45.
- [20] XU X, LI Y. Ski tourism experience and market segmentation from the perspective of perceived value: a case study on Chongli district of Zhangjiakou [J]. Journal of Resources and Ecology, 2022, 13 (4): 655 - 666.
- [21] WALKER G, HINCH T, HIGHAM J. Athletes as tourists: the roles of mode of experience and achievement orientation [J]. Journal of Sport & Tourism, 2010, 15 (4): 287 - 305.
- [22] 李新静, 朱怡婷, 梁增贤, 等. 滑雪旅游者心流体验影响因素判别及模型构建 [J]. 资源开发与市场, 2022, 38 (12): 1409 - 1417.
- [23] HALLMANN K, FEILER S, MÜLLER S, et al. The interrelationship between sport activities and the perceived winter sport experience [J]. Journal of Sport & Tourism, 2012, 17 (2): 145 - 163.
- [24] LIN W R, CHENG T M. Toward a structural model of challenge experience in adventure recreation [J]. Journal of Leisure Research, 2015, 47 (3): 322 - 336.
- [25] PENG Y, YIN P, YANG J, et al. Exploring the tourism experience of beginner skiers in the emerging ski market [J]. Journal of Resources and Ecology, 2022, 13 (4): 613 - 623.
- [26] CHHETRI P. A GIS methodology for modelling hiking experiences in the Grampians National Park, Australia [J]. Tourism Geographies, 2015, 17 (5): 1 - 20.
- [27] KWORTNIK R. Shipscape influence on the leisure cruise experience [J]. International Journal of Culture Tourism and Hospitality Research, 2008, 2 (4): 289 - 311.
- [28] MIKULIĆ J, PREBEŽAC D, ŠERIĆ M, et al. Campsite choice and the camping tourism experience: investigating decisive campsite attributes using relevance - determinance analysis [J]. Tourism Management, 2017, 59: 226 - 233.
- [29] MACKENZIE S H, KERR J. A (mis) guided adventure tourism experience: an autoethnographic analysis of mountaineering in Bolivia [J]. Journal of Sport & Tourism, 2012, 17 (2): 125 - 144.
- [30] PETERSSON R, GETZ D. Event experiences in time and space: a study of visitors to the 2007 world alpine ski championships in are, Sweden [J]. Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, 2009, 9 (3): 308 - 326.
- [31] VEIJOLA S, JOKINEN E. The body in tourism [J]. Theory, Culture & Society, 1994, 11 (3): 125 - 151.
- [32] 谢彦君, 樊友猛. 身体视角下的旅游体验: 基于徒步游记与访谈的扎根理论分析 [J]. 人文地理, 2017, 32 (4): 129 - 137.
- [33] 贺小荣, 徐海超, 刘雪婷. 节奏分析视域下的漂流旅游体验研究: 以广东省清远市为例 [J]. 热带地理, 2022, 42 (10): 1665 - 1676.
- [34] 杨洋, 周星, 徐颖儿, 等. 身体现象学视角下徒步旅游者 Flow 体验的生成与意义 [J]. 旅游学刊, 2022, 37 (2): 120 - 129.
- [35] 张朝枝, 张鑫. 流动性的旅游体验模型建构: 基于骑行入藏者的研究 [J]. 地理研究, 2017, 36 (12): 2332 - 2342.

- [36] 盘劲呈, 李海, 吴坚. “动态依附”的体育旅游体验: 基于12位川藏骑行穿越者深度访谈 [J]. 西安体育学院学报, 2021, 38 (2): 191-198.
- [37] 王学基, 孙九霞, 黄秀波. 中介、身体与情感: 川藏公路旅行中的流动性体验 [J]. 地理科学, 2019, 39 (11): 1780-1786.
- [38] 王学基, 解佳, 孙九霞. 在路上: 道路旅行者的流动实践及其意义解读 [J]. 旅游科学, 2019, 33 (5): 1-13.
- [39] CHHETRI P, ARROWSMITH C, JACKSON M. Determining hiking experiences in nature-based tourist destinations [J]. *Tourism Management*, 2004, 25 (1): 31-43.
- [40] MORGAN M. “We’re not the Barmy Army!”: reflections on the sports tourist experience [J]. *International Journal of Tourism Research*, 2007, 9 (5): 361-372.
- [41] MADDOX C B. Studying at the source: Ashtanga yoga tourism and the search for authenticity in Mysore, India [J]. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 2015, 13 (4): 330-343.
- [42] LAMONT M, MCKAY J. Intimations of postmodernity in sports tourism at the Tour de France [J]. *Journal of Sport & Tourism*, 2012, 17 (4): 313-331.
- [43] SHIPWAY R, KING K, LEE I S, et al. Understanding cycle tourism experiences at the Tour Down Under [J]. *Journal of Sport & Tourism*, 2016, 20 (1): 21-39.
- [44] PERIĆ M. Sports tourism and system of experiences [J]. *Tourism and Hospitality Management*, 2010, 16 (2): 197-206.
- [45] SEYITOĞLU F, ATŞİZ O. Discovering cities with peer-to-peer local-guided bike Tours: tourists’ experiences and perceptions [J]. *Current Issues in Tourism*, 2023, 26 (20): 3261-3267.
- [46] KLAUS P, MAKLAN S. Bridging the gap for destination extreme sports: a model of sports tourism customer experience [J]. *Journal of Marketing Management*, 2011, 27 (13/14): 1341-1365.
- [47] CHIU W, LENG H K. The experience of sport tourists at the Formula 1 Singapore Grand Prix: an exploratory analysis of user-generated content [J]. *Sport in Society*, 2021, 24 (3): 373-395.
- [48] WEED M. Sports tourism experiences [J]. *Journal of Sport & Tourism*, 2008, 13 (1): 1-4.
- [49] WEED M. Exploring the sport spectator experience: virtual football spectatorship in the pub 1 [J]. *Soccer & Society*, 2008, 9 (2): 189-197.
- [50] 武虹剑, 龙江智. 旅游体验生成途径的理论模型 [J]. 社会科学辑刊, 2009 (3): 46-49.
- [51] 肖胜和. 基于需求层次理论的徒步旅游动机和体验效应分析 [J]. 地理与地理信息科学, 2010, 26 (3): 95-98.
- [52] 史鹏飞, 明庆忠, 韩剑磊, 等. 山地旅游的非功用性体验研究: 基于云南玉龙雪山游记的扎根理论分析 [J]. 人文地理, 2021, 36 (2): 164-174.
- [53] LINDBERG F, JENSEN Ø. Adventure regime of tourism experiences [J]. *Current Issues in Tourism*, 2021, 24 (20): 2905-2920.
- [54] 汪子文, 邓建伟, 高高. 感知价值视角下体育节庆旅游体验研究: 以潍坊国际风筝会为例 [J]. 山东体育学院学报, 2014, 30 (3): 22-27.

- [55] WEED M, DOWSE S. A missed opportunity waiting to happen? The social legacy potential of the London 2012 Paralympic Games [J]. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 2009, 1 (2): 170 – 174.
- [56] 余志远, 谷平平. 女性自行车旅游者的自我意识觉醒与主体建构 [J]. *旅游学刊*, 2022, 37 (6): 106 – 120.
- [57] 匡红云, 江若尘. 主题公园资源要素与“令人难忘的旅游体验” [J]. *经济管理*, 2019, 41 (1): 137 – 155.
- [58] FAIRLEY S. In search of relived social experience: group – based nostalgia sport tourism [J]. *Journal of Sport Management*, 2003, 17 (3): 284 – 304.
- [59] WU Y, YANG J. Lifestyle skiing contributes to health and eudaimonic well – being: an emergent Chinese lifestyle mobility ? [J]. *Tourism Geographies*, 2022, 24 (7): 1134 – 1152.

Sports Tourism Experience: A Literature Review and Analysis

YU Diansong, YANG Peng

(School of Economics and Management, Shanghai University of Sport, Shanghai 200438, China)

Abstract: The research on sports tourism experience is gradually favoured by scholars at home and abroad, but a comprehensive literature review is still lacking. This paper uses the SQLR method to analyze the contents of 86 articles on sports tourism experience published by academic circles from 2000 to 2022. The main conclusions include: the research process of sports tourism experience is divided into three stages: exploration period, slow development period and rapid development period. At the research theme level, the influence or value of sports tourism experience is dominant, and the influencing factors, characteristics and types of sports tourism experience are also paid more attention, but the generation of sports tourism experience is not paid enough attention. At the theoretical and methodological level, interdisciplinary theories such as psychology, management and sociology have been applied to the study of sports tourism experience. The research methods are mainly empirical research, quantitative and qualitative research are relatively balanced.

Keywords: sports tourism; tourism experience; research progress; content analysis