中国体育研究
2025 年 9 月第 7 卷第 3 期

基于推拉理论的登山者重游意愿影响因素研究

李婷婷[1]　余志豪[2]　王　冰[1]

1. 四川旅游学院，成都；
2. 成都体育学院，成都

摘　要 | 现代登山活动作为一种特殊的户外运动，登山者的参与动机与重游意愿之间的关系已逐渐成为学术研究的热点。本研究以四姑娘山为案例地，采用偏最小二乘结构方程模型（PLS-SEM）探究登山者重游意愿的影响因素。研究发现：（1）推力动机、拉力动机两者对登山者重游意愿有显著正向影响；（2）心流体验对重游意愿有正向影响，且在拉力动机与重游意愿间发挥显著中介作用。本研究不仅深化了对参与动机与重游意愿之间关系的理论理解，还能够为相关部门提供有效的决策依据，帮助其制定更具针对性的政策和措施，从而推动登山活动的健康发展和山地旅游的可持续性。

关键词 | 登山者；参与动机；心流体验；重游意愿

Copyright © 2025 by author (s) and SciScan Publishing Limited
This article is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.
https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/

1　引言

登山运动作为一项结合体育锻炼与旅游探索双重属性的户外运动，因其能够提供深刻的心理体验和身体挑战而成为学界关注的焦点。在此过程中，登山活动的参与逐渐超越了个人经验范畴，成为推动当地经济发展的重要力量，特别是在旅游、装备、训练等领域，具有显著的推动作用[1]。在政策支持和市场需求增长的基础上，登山活动的参与者数量和市场规模迅速扩大，相关产业链日益成熟。然而，旅游目的地普遍面临“初始游客参与度高、后续重游率低”的现象，这已成为登山业可持续发展的重要障碍。这一问题不仅影响了旅游收入的持续增长，也暴露了旅游业在旅游行为激励和管理方面的不足。尤其是游客参与动机与后续行为决策之间的内在联系尚未能得到充分探究。

近年来，登山动机与行为的研究逐渐增多，为本研究分析登山者的参与动机及重游意愿提供了一定的理论基础。张宏梅（2005）等研究揭示目的地吸引力与参与动机的内在关系，认为二者共同构成体育旅游发展的动机[2]。刘昌雪（2005）基于推拉理论，提出多个推力动机，如知识、放松、亲情、名望、新奇和刺激等，同时明确旅游资源、目的地形象等拉力动机[3]。与此同时，心流理论强调个体在专注与沉浸状态下所产生的愉悦体验会显著影响其后续行为[4]。已有研究发现，旅游者在自然旅游[5]、音乐节[6]等活动中的心流体验增强了满意度与行为意愿。然而，研究多聚焦于观光性和群众性

基金项目：本研究由四川省文化和旅游厅重点实验室“高原山地旅游装备与智能技术实验室”资助“山地旅游标准体系建设研究”（项目编号：24MTE102）。
通讯作者：王冰，四川旅游学院旅游文化产业学院助理研究员。
文章引用：李婷婷，余志豪，王冰. 基于推拉理论的登山者重游意愿影响因素研究［J］. 中国体育研究，2025，7（3）：239-246.
https://doi.org/10.35534/scps.0703035

登山[7, 8]，对登山者的动机与行为意愿关注不足，尤其在推拉动机对行为意愿作用机制方面的探讨仍显欠缺。基于此，本研究以推拉理论为理论基础，引入心流体验中介变量，运用结构方程模型验证登山者参与动机、心流体验与重游意愿之间的关系。本研究不仅有助于深化对登山者参与动机与重游意愿关系机制的理论理解，也为山地旅游可持续发展提供实证参考。

2 研究假设与理论模型

2.1 登山者

本文研究对象聚焦于登山者群体。在回顾相关文献时，我们注意到学界对登山者尚未形成明确的定义，其核心差异体现在探险活动的“娱乐性”与“旅游性”之间。参与者对于自己是“游客”还是“休闲者”的身份认知可能不同，这种认知差异主要受到他们对所参与户外活动意义的理解的影响。比迪（Beedie，2003）[9]区分了登山者和山地探险游客的概念，认为两者的关键区别在于活动属性是否商品化。登山者更像一个“朝圣者”，拒绝接受部分商业服务，更注重自身的体验，而山地探险游客参与的活动则包含更多商业化元素。综上所述，尽管现有文献对登山者的定义存在一定差异，但均体现了一个共同特点，即登山者通常不依赖商业化的组织与服务。因此，本研究将登山者定义为：具备一定技能水平、经验较为丰富、不依赖商业化服务的登山活动参与者。

2.2 参与动机对心流体验的影响

“动机”是推动人们主动进行某种活动，并朝着特定目标努力的内在驱动力[2]。在旅游动机研究中，推拉理论得到了广泛的认同。个体的内在动机通常源自自身的需求，而外部激励机制则通常来自外部环境的推动。多林丁和尤索夫（Dolinting & Yusof，2013）指出，登山者参与登山运动的推力动机包括智力挑战、能力掌握、社交、刺激和逃避等，而吸引登山者的拉力动机主要是目的地形象和登山者对目的地的感知[10]。

心流体验是指游客在活动中全身心投入，达到一种忘我与专注的状态[4]。已有研究表明，外界环境氛围、个体活动动机、活动参与度等因素都能促成心流的产生[11]。余勇（2021）等以登山运动为例，发现探险动机能够显著提升心流体验[12]。赵泓羽等研究表明，运动参与动机对心流体验有显著影响[13]。基于此，本研究提出以下假设：

H1：动机对心流体验产生显著的正向影响；

H1a：推力动机对心流体验产生显著的正向影响；

H1b：拉力动机对心流体验产生显著的正向影响。

2.3 参与动机对重游意愿的影响

重游意愿作为行为倾向的核心表征，反映了旅游者重复特定行为的潜在概率[13]。根据不同的研究目的，学者对行为意愿给出了不同的界定。有学者从口碑传播的维度将其定义为旅游者在完成体验后，既具有再次造访的持续性意向，又包含向他人推荐并形成正向传播的行为倾向（Lee，2004）[14]。庞弗雷特（Pomfret，2006）通过实证研究揭示，登山探险行为的产生源于内在驱动与外部吸引的协同作用，这种双重作用机制通过影响参与者的风险感知、高峰体验及情绪对比等心理维度，最终形成以内在驱动力为主导的行为决策模型[1]。国内学者陈争（2019）基于推拉理论框架，证实大学生登山旅游动机对行为意向存在显著正向预测效应[15]。毛小岗（2011）的实证研究同样支持参与者动机因素与重游意愿的正向关联性[16]。基于此，本研究提出假设：

H2：动机对重游意愿产生显著的正向影响；

H2a：推力动机对重游意愿产生显著的正向影响；

H2b：拉力动机对重游意愿产生显著的正向影响。

2.4 心流体验的中介作用

近年来，心流体验被广泛应用于旅游研究领域。有的学者以韩国济州岛的生态观光客为研究对象，发现观光客的心流体验显著影响他们对目的地的忠诚度[5]。有的学者研究发现，游客在迷笛音乐节上的心流体验可以显著影响游客的游后行为意愿[6]。李佳丽（2020）以巴马瑶族自治县为例，指出心流体验与游客满意度对重游意愿有积极正向作用[17]。已有质性研究表明，动机是影响心流体验的关键因素，较高需求层次的动机通常带来更强烈的心流体验[18]。因此，本研究提出以下假设：

H3：心流体验对重游意愿产生显著正向作用；

H3a：心流体验在推力动机与重游意愿之间产生显著中介作用；

H3b：心流体验在拉力动机与重游意愿之间产生显著中介作用。

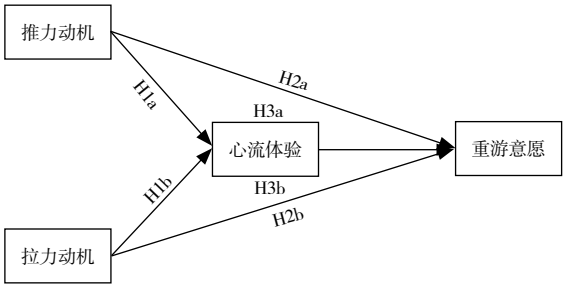

图 1 理论模型图

Figure 1 The theoretical model

3 研究设计与方法

3.1 案例的情况

四姑娘山位于四川省阿坝藏族羌族自治州小金县，是世界自然遗产和国家级风景名胜区，以壮丽的冰川地

貌和高山生态景观闻名。四姑娘山景区由“三沟一山”组成，即双桥沟、长坪沟、海子沟和四姑娘山主峰。其中，四姑娘山主峰幺妹峰海拔6250米。境内巍峨耸立的61座5000米以上山峰、百余条天然冰壁、20余条经典徒步穿越线路以及分布于不同海拔的露营地，共同塑造了极具挑战性与体验性的户外运动空间，被誉为“东方圣山，户外天堂”。

四姑娘山因其多样化的攀登体验和多级别的攀登难度受到户外运动爱好者的高度关注，吸引了从初学者到专业登山者的广泛群体。例如，海拔5355米的三峰是四姑娘山攀登难度中等的山峰，适合有一定登山经验的游客；而幺妹峰则被认为是技术要求最高、最具挑战性的山峰之一，对登山者的专业技能提出了更高要求。此外，四姑娘山景区为登山活动提供了较为全面的基础设施和专业指导服务，以降低登山安全隐患，同时有效减少对环境的不利影响。

在社区共建方面，四姑娘山景区与当地居民密切合作，积极倡导可持续发展理念，将环保教育融入户外活动，支持当地居民从事高山向导、协作等服务。作为山地旅游的代表性目的地，四姑娘山不仅为户外运动爱好者提供了丰富的活动选择和专业的登山资源，也为探讨旅游者的高强度探险活动提供了实践场景。

3.2 问卷设计

本研究对构念的测量均参照已有文献中的成熟量表，心流体验量表主要参考佩雷斯–维加等[19]的研究成果；推力动机、拉力动机的测量主要参考阿特尔等人[20][21]，张宏梅、陆林（2005）[2]等人的量表；重游意愿量表主要参考陆林（1997）[22]、Lee（2004）[14]等的量表，测量题项均采用Likert5点量表进行测量，并在问卷中增加了被试人群的人口统计学特征。

表 1　测量量表

Table 1　Measurement scale

潜变量	观测变量	题项	参考来源
推力动机	PS1	为了探索新鲜事物，以满足自我对攀登雪山的好奇心	Attle S.P.（1996） Beard J. G., Ragheb M. G.（1983） 张宏梅，陆林（2005）
	PS2	为了向他人展示我在登山方面的知识和身体技能	
	PS3	为了挑战自我，获得成就感	
	PS4	为了增加身体对高海拔环境的适应能力	
拉力动机	PL1	当地令人向往的高海拔雪山峡谷，美丽的自然风光	
	PL2	当地丰富的山峰资源、成熟的攀登线路	
	PL3	当地特色鲜明的登山节赛事活动和全民攀登赛事	
心流体验	FE1	登山过程中我感觉与周围的环境融合为一体	Pérez–Vega 等（2018）
	FE2	登山的过程中我往往沉浸其中	
	FE3	登山过程中我感觉时间过得很快	
	FE4	登山的过程中我的注意力完全放在登山上	
重游意愿	RI1	我有再次来此攀登雪山的意愿	陆林（1997） Lee（2004）
	RI2	我会推荐他人来此攀登雪山	
	RI3	我愿意跟亲朋好友分享我的攀登经历	

3.3 数据来源

本研究以四姑娘山为研究案例地，采用网络问卷形式，通过各大社交平台（微信、小红书等）发放电子问卷。预调研于2024年10月28日进行，共发放50份问卷，并根据预调研结果对问卷进行修订。为确保样本与本研究主题契合，在问卷开头设置筛选题，限定受访者须具有四姑娘山登山或户外运动经历，且未曾购买过登山相关服务（如向导、装备租赁等），符合条件者方可进入正式答题环节。正式调研于2024年10月30日开展，采用线上“滚雪球”方式并结合定向投放（四姑娘山登山俱乐部微信群），共发放400份问卷，回收379份有效问卷，有效回收率为94.75%。问卷内容分为样本的人口统计学信息，以及动机、心流体验、重游意愿量表两部分。

表 2　测量量表（*N*=379）

Table 2　Demographic profile of sample（*N*=379）

基本特征	分类	样本数	占比（%）
性别	男	195	51.5
	女	184	48.5
年龄	18 岁以下	112	29.6
	18 ~ 24 岁	112	29.6
	25 ~ 44 岁	55	14.5
	45 ~ 60 岁	77	20.3
	60 岁以上	23	6.1
学历	初中及以下	14	3.7
	高中或中专	22	5.8
	本科或大专	234	61.7
	硕士及以上	109	28.8

https://doi.org/10.35534/scps.0703035

续表

基本特征	分类	样本数	占比（%）
职业	事业单位人员 / 党政机关	33	8.7
	企业 / 公司技术人员	57	15
	专业技术人员	105	27.7
	个体 / 自由职业者	90	23.7
	学生	94	24.8
收入	3000 元以下	33	8.7
	3001 ~ 6000 元	84	22.2
	6001 ~ 9000 元	185	48.8
	9001 元以上	77	20.3

3.4 研究方法

本研究运用SPSS 27.0和偏最小二乘法结构方程模型（PLS-SEM）进行统计分析。本研究采用PLS-SEM的理由主要原因：（1）PLS-SEM具有较强的预测能力和解释能力；（2）无需依赖数据常态性假设，能够高效处理非正态分布的数据情况[23]。本研究的收集的数据未能符合多元正态分布。通过Kolmogorov-Smirnov检验发现，p<0.01拒绝原假设，因此可以认为数据不符合正态分布。此外本研究旨在探索心流体验在登山者动机与重游意愿之间的关系；因此选择SmartPLS4.1作为分析软件。

表 3 正态性检验

Table 3 Normality test

	统计	自由度	显著性
PS1	0.844	379	0
PS2	0.864	379	0
PS3	0.876	379	0
PS4	0.889	379	0
PL1	0.844	379	0
PL2	0.81	379	0
PL3	0.816	379	0
FE1	0.867	379	0
FE2	0.873	379	0
FE3	0.883	379	0
FE4	0.874	379	0
RI1	0.846	379	0
RI2	0.823	379	0
RI3	0.854	379	0

注：PL= 拉力动机，PS= 推力动机，PE= 心流体验，RI= 重游意愿。

4 数据分析

4.1 信效度检验

本研究采用SPSS27对问卷数据进行信度和效度分析，具体结果如表3所示。采用Cronbach α 信度系数进行信度检验，Cronbach α 系数为0.880，说明问卷内部一致性信度较好，整体具有较高可信度。利用KMO（Kaiser-Meyer-Olkin）检验和Bartlett球形检验进行效度分析，得到KMO值为0.889>0.5，p<0.001，表明问卷数据具有良好的结构效度，问卷内部结构具有稳定性和一致性，研究的结果具有较高的准确性和可信度。

表 4 问卷内部一致性与效度检验

Table 4 Internal consistency and validity test of the questionnaire

		巴特利特球形度检验		
Cronbach's α =0.880	KMO 值 =0.889	近似卡方	自由度	显著性
		2219.814	91	0

4.2 测量模型分析

本研究采用 PLS-SEM 4.0 对测量模型进行了信度与效度检验。首先，在收敛效度方面，所有测量条目的因子负荷均大于0.70，高于验证性因子分析可接受的临界标准0.50[24]，说明各观测变量能够合理反映其所属潜变量。

其次，在内部一致性方面，所有潜变量的Cronbach's α 系数（0.750 ~ 0.864）与复合信度（CR）值均显著高于0.70[24]的阈值，表明量表具有良好的内部一致性与稳定性。与此同时，各潜变量的平均方差萃取量（AVE）均超过0.50[24]，进一步确认了测量模型的收敛效度。

在区分效度方面，本研究采用Forner-Larcker准则与单异质—同质比（HTMT）进行双重验证。结果显示，各潜变量在其所属因子上的载荷均高于在其他因子上的载荷；同时，所有潜变量的AVE平方根均大于其与其他潜变量的相关系数；HTMT值亦均低于0.90的常用临界标准[24]，验证了模型具有良好的区分效度。

在结构模型层面，模型预测能力通过多重判定系数（R^2）进行评估。结果显示，心流体验的R^2值为0.288，重游意愿的R^2值为0.368，均处于0.25 ~ 0.50之间[24]，表明模型解释力处于较低至中等水平，但仍具备一定的预测能力。综上所述，本研究构建的测量与结构模型均通过了信度与效度检验，具有良好的数据适配性。

表 5 收敛效度

Table 5 Convergent validity

变量	条目	外部负荷	Cronbach's alpha	综合可靠性（CR）	平均方差提取（AVE）	多重判定系数（R^2）
PL	PL1	0.844	0.808	0.887	0.723	
	PL2	0.836				
	PL3	0.87				

续表

变量	条目	外部负荷	Cronbach's alpha	综合可靠性（CR）	平均方差提取（AVE）	多重判定系数（R^2）
PS	PS1	0.736	0.75	0.842	0.572	
	PS2	0.828				
	PS3	0.748				
	PS4	0.707				
FE	FE1	0.852	0.864	0.907	0.71	0.288
	FE2	0.841				
	FE3	0.825				
	FE4	0.851				
RI	RI1	0.858	0.826	0.896	0.741	0.368
	RI2	0.884				
	RI3	0.84				

表 6　区别效度

Table 6　Discriminant validity

	异方差 – 单方差比（HTMT）				福奈尔 – 拉克尔标准			
变量	FE	PL	PS	RI	FE	PL	PS	RI
FE					0.842			
PL	0.584				0.488	0.85		
PS	0.49	0.479			0.395	0.371	0.756	
RI	0.546	0.677	0.472		0.464	0.554	0.377	0.861

4.3　结构模型分析

本研究首先对假设中的直接效应进行检验，根据PLS结构方程模型结果显示，推力动机对心流体验（β=0.248，p<0.001）和重游意愿（β=0.146，p=0.01）均产生显著正向影响，因此H1a、H2a假设成立。拉力动机对心流体验（β=0.396，p<0.001）以及重游意愿（β=0.396，p<0.001）均表现出显著正向作用，因此H2a、H2b假设成立，心流体验对重游意愿（β=0.213，p=0.002）产生显著正向显著作用，H3成立。

表 7　直接效应检验

Table 7　Direct effect test

	路径系数	T	p	检验结果
FE –> RI	0.213	3.124	0.002	通过
PL –> FE	0.396	6.078	0	通过
PL –> RI	0.396	5.199	0	通过
PS –> FE	0.248	3.739	0	通过
PS –> RI	0.146	2.59	0.01	通过

基于偏最小二乘结构方程模型的中介效应检验结果显示，拉力动机通过心流体验间接影响重游意愿的效应值为0.084，其p值为0.001，说明该中介路径显著成立。这表明推力动机不仅能够直接增强登山者的重游意愿，还能够通过促进心流体验进一步提升其重游意向，因此H3b成立。

与此同时，推力动机通过心流体验间接作用于重游意愿的效应值为0.053，其p值为0.037，p值达到显著水平。由此证明心流体验在推力动机与重游意愿之间发挥显著的中介作用，因此H3a成立。

表 8　中介效应检验

Table 8　Mediation effect test

假设路径	路径系数	T 值	p 值
PL –> FE –> RI	0.084	3.195	0.001
PS –> FE –> RI	0.053	2.091	0.037

表 9　假设检验结果

Table 9　Hypothesis testing results

假设	内容	结果
H1a	推力动机对心流体验产生显著的正向影响	通过
H1b	拉力动机对心流体验产生显著的正向影响	通过
H2a	推力动机对重游意愿产生显著的正向影响	通过
H2b	拉力动机对重游意愿产生显著的正向影响	通过
H3a	心流体验在推力动机与重游意愿中起中介作用	通过
H3b	心流体验在拉力动机与重游意愿中起中介作用	通过

https://doi.org/10.35534/scps.0703035

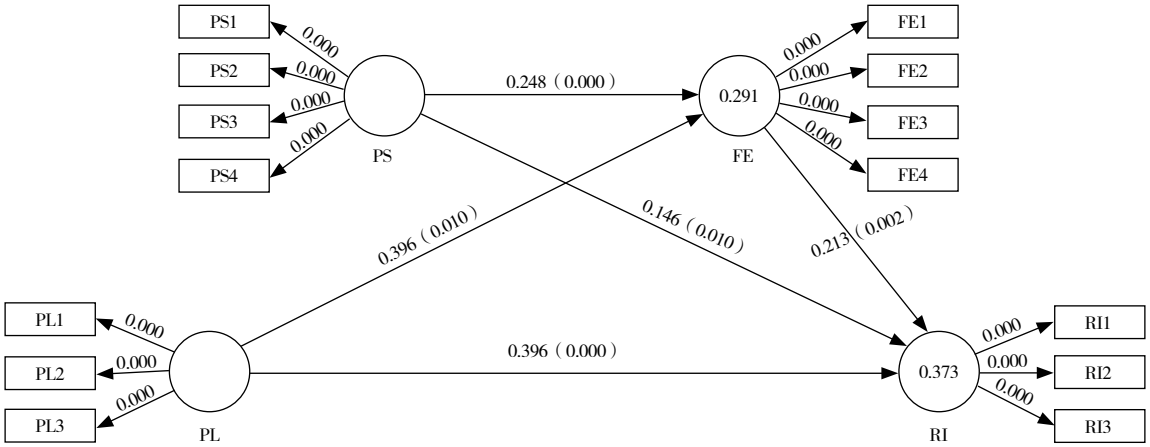

图 2　路径模型图

Figure 2　Structure model analysis of sample

5　讨论

5.1　推力动机维度

结果表明，推力动机对心流体验与重游意愿均产生显著影响，与庞弗雷特（Pomfret，2006）[1]的研究结果一致。本研究中的推力动机主要包括新奇探索、自我展示、成就与能力提升四个方面。具体而言，随着社交媒体发展，户外运动目的地的自然风光、独特体验等不断被放大，从而激发个体的探索欲望。让登山者实现由“心理在场”到“生理在场”这一过程。在此过程中，登山者不断实现自我价值并完成身份重构，其认知水平与专业技能在持续实践中逐步提升并内化为稳定的身份认同。登山活动由此成为维系和强化其身份的重要途径。通过文献回顾，心流体验能够对个体的行为产生影响。因此，上述研究与本研究结果具有共同之处，证实了心流体验是影响重游意愿的关键因素。参与动机是心理沉浸状态形成的重要条件[25]，登山者在实现自我价值的驱动下会提高自身的专注度使得个体更容易激发心流体验促进重游意愿。

5.2　拉力动机维度

通过研究发现拉力动机可以直接影响登山者的重游意愿，这与陈治和屈晨旭（2022）的研究结果一致[26]，即拉力动机对体育旅游者的游后行为意愿有积极影响。拉力动机则集中在目的地层面，包括自然吸引力、登山资源和赛事活动三个维度。研究结果表明，拉力动机对重游意愿的路径系数为0.396。造成这种差异的原因可能是目的地的外部吸引力在满足登山者的观光与活动需求的同时，还能够在活动过程中营造沉浸式的心理体验激发其重游意愿。具体而言，拉力动机通过提升登山者在攀登过程中的专注感、挑战感与愉悦感，从而激发心流状态。朱怡婷（2025）对于运动成瘾形成机制的研究中指出动机会影响旅游者在滑雪运动中的参与投入程度和参与表现[27]。当登山者在心流体验中获得高度投入与满足时，容易形成反复性或冲动性行为。例如，在滑雪旅游情境中，心流体验是登山者成瘾行为的一个重要前置变量。心流体验在为滑雪旅游者带来刺激、快感的同时，也促使滑雪旅游者不断投入并重复该活动以获取这种体验，从而激活上瘾，成为常称的“发烧友”[27]，这也同样适用于登山情境中。

6　结论、启示与不足

6.1　结论

本研究深入分析了登山者参与动机、心流体验和重游意愿之间的相互作用机制。研究发现，推力动机和拉力动机对登山者重游意愿的形成均存在显著影响，其中拉力动机对重游意愿的影响最大；心流体验不仅在推力动机与重游意愿之间产生显著中介效应，也在拉力动机与重游意愿之间存在显著间接效应。本研究的理论贡献主要体现在三个方面：（1）基于推拉理论验证了登山者动机、心流体验与重游意愿之间的关系，为理解登山者动机提供了新的研究视角。（2）创新性引入心流体验作为中介变量，解释了登山情境中心流体验的中介路径。（3）丰富了现有登山者研究中对游客微观视角的分析与探索。

6.2　管理启示

（1）地方政府应积极支持、管理和监督探险旅游活动，并提供充足的安全保障措施，例如配置有效的救援系统，将安全教育和应急计划纳入整体规划。同时，政府应与企业、社会各界建立合作机制，促进跨部门、跨行业合作，确保活动过程中的安全和服务质量得到有效保障。

（2）目的地应完善基础设施与医疗保障体系，构建

全域卫星信号覆盖网络和精准救援网络，以增强登山者对目的地的信任感，进而提升其重游意愿。

（3）目的地可采取分时预约、限流与线路分流等措施，通过智能化管理，缓解人流拥堵，优化登山体验，从而强化登山者的沉浸感，提高重游意愿。

6.3 研究不足

本研究的不足主要体现在以下三个方面。首先，研究在选择影响因素时存在局限性，未充分涵盖外部环境因素与个体特征，一定程度上削弱了模型在复杂登山场景下的解释力。其次，推力动机和拉力动机的维度划分相对单一，缺乏对其他潜在动机（如成就感、社会需求等）的深入分析，可能导致对登山者行为驱动力的描述不够全面。最后，研究方法的单一性限制了数据的动态性。

未来研究可从三方面进一步深化：一是拓宽变量范围，重点关注环境因素（若气候、生态）与个体差异因素（如年龄、登山经验）的影响；二是深化动机维度划分，引入更细致的理论框架（如自我决定理论）分析行为动机；三是并尝试采用混合研究方法，结合长期跟踪调查和深度访谈，动态揭示登山行为的形成与演变机制。

参考文献

[1] Pomfret G. Mountaineering adventure tourists: a conceptual framework for research [J]. Tourism Management, 2006, 27 (1): 113-123.

[2] 张宏梅，陆林. 近10年国外旅游动机研究综述 [J]. 地域研究与开发，2005 (2): 60-4+9.

[3] 刘昌雪. 世界遗产地旅游推力—引力因素研究——以西递和宏村为例 [J]. 旅游学刊，2005 (5): 15-20.

[4] Csikszentmihalyi M, LeFevre J. Optimal experience in work and leisure [J]. Journal of personality and social psychology, 1989, 56 (5): 815.

[5] Kim M, Thapa B. Perceived value and flow experience: Application in a nature-based tourism context [J]. Journal of destination marketing & management, 2018 (8): 373-384.

[6] Ding H-M, Hung K-P. The antecedents of visitors' flow experience and its influence on memory and behavioral intentions in the music festival context [J]. Journal of Destination Marketing & Management, 2021 (19): 100551.

[7] 沈振烨. 基于推拉理论的旅游目的地形象研究 [D]. 浙江大学，2007.

[8] 杨小亚. 基于“推—拉”理论的森林保健旅游者动机与重游意愿关系研究 [D]. 湖南师范大学，2014.

[9] Beedie P, Hudson S. Emergence of mountain-based adventure tourism [J]. Annals of Tourism Research, 2003, 30 (3): 625-643.

[10] Dolinting E E, Yusof A, Soon C C. Understanding sport tourists' motives and perceptions of Sabah, Malaysia as a sport tourist destination [J]. Journal of Physical Education and Sport, 2013, 13 (4): 547.

[11] Wöran B, Arnberger A. Exploring relationships between recreation specialization, restorative environments and mountain hikers' flow experience [J]. Leisure Sciences, 2012, 34 (2): 95-114.

[12] 余勇，陈敏. 户外探险运动爱好者行为模式研究——以四姑娘山登山爱好者为例 [J]. 资源开发与市场，2021，37 (8): 1009-1016.

[13] 赵泓羽，李荣日. 全民健身网球赛事参与动机对行为意向影响的理论模型与实践样态 [J]. 沈阳体育学院学报，2021，40 (6): 56-64.

[14] Lee C-K, Lee Y-K, Wicks B E. Segmentation of festival motivation by nationality and satisfaction [J]. Tourism management, 2004, 25 (1): 61-70.

[15] 陈争. 大学生登山旅游动机、满意度与游后行为意向关系研究 [D]. 辽宁大学2019.

[16] 毛小岗，宋金平. 旅游动机与旅游者重游意向的关系研究：基于logistic模型 [J]. 人文地理，2011，26 (6): 149-154.

[17] 李佳丽. 基于Flow体验理论康养旅游者重游行为意向研究 [D]. 广西大学，2020.

[18] Jackson S A. Athletes in flow: A qualitative investigation of flow states in elite figure skaters [J]. Journal of Applied Sport Psychology, 1992, 4 (2): 161-180.

[19] Pérez-Vega R, Taheri B, Farrington T, O'Gorman K. On being attractive, social and visually appealing in social media: The effects of anthropomorphic tourism brands on Facebook fan pages [J]. Tourism management, 2018 (66): 339-347.

[20] Attle S P. Tourist role preference and the development of lifestyle profiles: implications for market segmentation and tourist destination selection [M]. University of Connecticut, 1996.

[21] Beard J G, Ragheb M G. Measuring leisure motivation [J]. Journal of leisure research, 1983, 15 (3): 219-228.

[22] 陆林. 山岳旅游地旅游者动机行为研究——黄山旅游者实证分析 [J]. 人文地理，1997 (1): 10-14.

[23] 李丹，郭钊逢，周佳杨，等. 低碳旅游行为影响

因素——以成都市大熊猫繁育基地为例［J］．国家公园（中英文），2023，1（4）：272–82.
［24］Hair J F．A primer on partial least squares structural equation modeling（PLS–SEM）［M］．sage，2014.
［25］翁银，李凌．沉浸互动模型:滑雪消费心流体验机制的质性研究［J］．成都体育学院学报，2020，46（2）：78–84.
［26］陈治，屈晨旭．体育旅游中符号学动机对游后行为的影响：旅游涉入的中介作用［J］．山东体育学院学报，2022，38（3）：101–110.
［27］朱怡婷，庞雪如，梁增贤，等．高山滑雪旅游者运动成瘾形成机制研究［J］．人文地理，2025，40（2）：170–180.

Exploring the Factors Influencing Climbers' Revisit Intention through Push–Pull Theory

Li Tingting[1]　Yu Zhihao[2]　Wang Bing[1]

1. Sichuan Tourism University, Sichuan;
2. Chengdu Sport University, Sichuan

Abstract: As a distinctive form of outdoor recreation, modern mountaineering has increasingly become a focus of academic inquiry, particularly regarding the relationship between climbers' participation motivation and their revisit intention. Taking Mount Siguniang as a case study, this study employs Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) to examine the factors shaping revisit intention. The results indicate that: (1) both push and pull motivations exert significant and positive effects on revisit intention; (2) flow experience has a direct positive effect on revisit intention and serves as a significant mediator between pull motivation and revisit intention. This study not only enriches the theoretical understanding of the linkage between participation motivation and revisit intention, but also provides practical implications for policymakers to design more targeted strategies, thereby advancing the sustainable development of mountaineering activities and mountain tourism.

Key words: Mountaineers; Motivation for participation; Flow experience; Revisit intention