

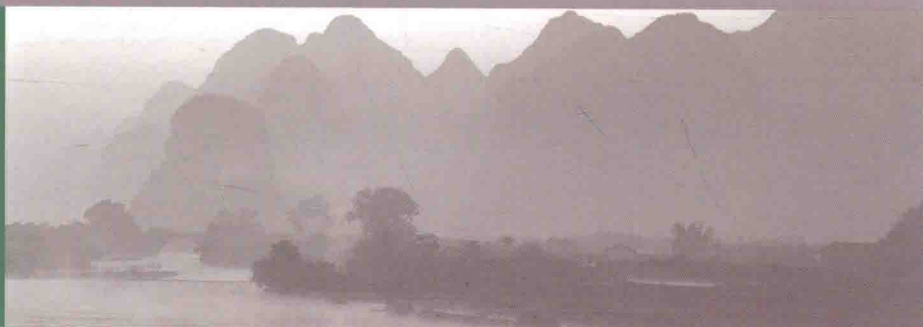


全国旅游类专业创新应用型人才培养规划教材

旅游心理学

LÜYOU XINLIXUE

秦明 主编



中国旅游出版社



全国旅游类专业创新应用型人才培养规划教材

旅游心理学

LÜYOU XINLIXUE

秦明 主编

中国旅游出版社

项目统筹：付 蓉

责任编辑：郭海燕

责任印制：冯冬青

封面设计：鲁 筱

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游心理学 / 秦明主编. --北京：中国旅游出版社，2016. 1

ISBN 978 - 7 - 5032 - 5528 - 1

I. ①旅… II. ①秦… III. ①旅游心理学 IV. ①F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 005486 号

书 名：旅游心理学

主 编：秦明

出版发行：中国旅游出版社

(北京建国门内大街甲 9 号 邮编：100005)

http: //www. cttp. net. cn E-mail: cttp@cnta. gov. cn

发行部电话：010 - 85166503

排 版：北京旅教文化传播有限公司

经 销：全国各地新华书店

印 刷：河北省三河市灵山红旗印刷厂

版 次：2016 年 1 月第 1 版 2016 年 1 月第 1 次印刷

开 本：787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张：18.5

字 数：345 千

定 价：36.00 元

I S B N 978 - 7 - 5032 - 5528 - 1

版权所有 翻印必究

如发现质量问题，请直接与发行部联系调换

全国旅游类专业创新应用型人才培养规划教材

编委会

主 编 黄先开

副主编 石美玉 王 丽

编 委 (按姓氏拼音顺序排列)

顾海洋 刘 宇 刘志红 穆洁华 石金莲 田彩云
王春才 王美萍 云 程

序 言

2009年国务院41号文《关于加快发展旅游业的意见》颁布，它将旅游业提升至国民经济战略性支柱产业的地位，旅游业迎来了巨大的发展机遇。2014年的31号文《国务院关于促进旅游业改革发展的若干意见》指出，旅游业是现代服务业的重要组成部分，带动作用大，明确了促进旅游业改革发展，要创新发展理念，坚持深化改革，依法兴旅，坚持融合发展，坚持以人为本。旅游业是综合性强、渗透性强、涉及面广、市场潜力大、发展前景广的“朝阳产业”，同时也是各种新业态、新产品不断涌现的现代服务业。2015年1月，李金早局长在全国旅游工作会议上也指出，旅游业已经发展成为综合性的现代产业，旅游业正在成为经济发展新常态下的新增长点。旅游人才如何满足日益增长且多样、多元和多变的旅游市场就业需求，这是旅游高等教育必须思考和解决的问题。

在此背景下，培养一批符合旅游市场需求，具有国际竞争力的高素质创新应用型旅游人才成为推动旅游业发展的当务之急。依据国家高等教育方针、旅游行业需求，应用型人才可以分为三个层次：基础层次是技术（技能）应用型人才；中间层次是知识应用型人才；最高层次是创新应用型人才。创新应用型人才不同于普通高校培养的学术型、研究型人才，也不同于普通高职类院校培养的纯粹应用型、技术型人才，是介于两者之间的。正是基于这种认识，2009年北京联合大学旅游学院申报获批为北京市旅游人才创新实验区，提出培养创新应用型旅游人才的理念，2010年以来开始考虑和规划旅游类专业创新应用型人才培养的主干课程教材建设。

教材是体现教学内容和教学方法的知识载体，也是深化教学改革，提高教学质量的重要保证。这套旅游类专业教材体现了对近年来旅游理论与旅游实践发展的全面总结，体现了旅游理论与旅游实践的协同创新；是旅游理论知识与旅游业实践和旅游业需求充分接轨的产物，既区别于纯理论教材，也区别于纯实践教材；也是适应21世纪大旅游发展时期实现旅游高等教育改革与发展的产物。

在旅游产业融合发展的“大旅游”发展背景下，高素质创新应用型旅游人才除需要旅游专业的相关知识和能力外，还需要具有人文素质、经济意识、信息技术和国际视野，且掌握旅游产业前沿动态等相关知识和能力。面向大旅游新业

态发展，为了使本套教材更好地体现旅游各领域的知识、能力和素质要求，减少或消除课程内容与旅游实践相脱节的现象；体现高校教学特点的同时，又充分接轨旅游业的主流方法与技术，我们在广泛听取各方面意见、建议和借鉴教育部旅游管理类专业指导委员会专业课程建设标准的基础上规划本套教材，由校企协同开发，例如，《旅游信息化导论》与携程网和 IBM 合作，《会展管理》与中国会展联合会合作，从教材建设方面，全方位提升旅游类课程内涵建设。本套教材注重理论联系实际，融知识学习与能力培养为一体；其中部分教材采用立体式教材建设模式，构建了较丰富而开放的学习资源；内容比较新颖，有的教材首次列入（如《旅游信息化导论》）。本套教材获得北京市旅游人才创新实验区项目和北京联合大学校级规划教材项目的大力支持。

本套教材是集体智慧的结晶，尽管编写过程中我们力图反映旅游理论知识和旅游业实践的最新成果和发展趋势，使教材既便于教师教学也能促进学生自主学习，但旅游管理这一年轻的学科发展速度如此之快，我们的经验和学识有限，教材中难免有瑕疵，敬请读者批评指正。

黄先开

2015年7月29日

前 言

旅游心理学是研究旅游活动中人的心理现象和行为规律的科学，它是心理学的一个分支学科。其特点是运用心理学的方式、方法，来分析和解决旅游消费、旅游服务、旅游管理中的心理现象和心理问题。本教材旨在使学生掌握旅游心理学的基本知识，并培养学生运用这些知识分析实际的旅游行为的能力。

本教材由旅游心理学概述、旅游者心理和旅游服务心理这几部分内容共同构成。

通过本教材的学习，希望学生掌握影响旅游行为的各种心理因素，如需要、动机、知觉、态度、个性等，还要了解影响旅游行为的社会因素，如家庭、社会阶层、社会文化等，以及在这些因素的作用下旅游者决策的特点和旅游行为产生、发展的规律；了解旅游者在旅游活动过程中的心理特征及其发展趋势；准确把握旅游服务心理的内涵；掌握旅游服务中的心理现象与规律；了解旅游服务人员应具备的心理素质。

旅游业是正在迅猛发展着的朝阳产业，在我国，旅游业的发展具有非常广阔的前景。但随着我国旅游业的迅猛发展，旅游专业人才匮乏的问题显得越来越突出。要培养出专业型人才，首先得有一系列高质量的教材。

此外，由于旅游专业的操作性、实践性很强，心理学理论又较为抽象，因此本教材在编写过程中，选择了大量案例来帮助学生将理论与实践相结合。

编者的出发点是要编写一本实用教材，为旅游教学做一点贡献，但由于水平所限，教材中的疏漏和错误难以完全避免，还请专家、学者、同仁不吝赐教，也真诚地希望使用本教材的师生在使用过程中能给予指正。

编 者
2015年3月

目 录

前 言	1
第一章 旅游心理学概述	1
【本章导读】	1
第一节 旅游心理学的研究对象	2
第二节 旅游心理学的研究方法	4
第三节 旅游心理学的相关学科简介	9
本章小结	14
第二章 旅游者的感觉和知觉	17
【本章导读】	17
第一节 旅游者的感觉	18
第二节 旅游者的知觉	22
第三节 旅游者对旅游条件的知觉	31
第四节 旅游活动中的社会知觉	35
本章小结	40
第三章 旅游动机	42
【本章导读】	42
第一节 旅游动机的概念及其作用	43
第二节 产生旅游动机的条件	45
第三节 旅游动机的特性	50
第四节 旅游动机的种类	53

本章小结	58
第四章 旅游态度	61
【本章导读】	61
第一节 旅游态度的概念及其特性	62
第二节 旅游态度的作用	64
第三节 影响旅游态度形成的因素	65
第四节 旅游态度的改变	67
本章小结	76
第五章 旅游者的情绪和情感	82
【本章导读】	82
第一节 情绪与情感概述	83
第二节 情绪、情感的种类	90
第三节 引起情绪与情感变化的原因	96
本章小结	100
第六章 学习与旅游决策	106
【本章导读】	106
第一节 现代旅游者的特点与发展趋势	107
第二节 旅游者的学习	109
第三节 旅游者如何学习	115
本章小结	120
第七章 个性与旅游倾向	123
【本章导读】	123
第一节 个性的概述	124
第二节 相关的个性理论	128
第三节 个性特征和旅游行为	131
第四节 旅游者类型与旅游行为	135
本章小结	139

第八章 个体的旅游审美心理	143
【本章导读】	143
第一节 个体的旅游审美	144
第二节 旅游审美的心理特点	149
第三节 提高旅游审美效果的措施	152
本章小结	158
第九章 社会群体对旅游行为的影响	163
【本章导读】	163
第一节 群体与个体的关系	164
第二节 社会文化观念对旅游行为的影响	169
第三节 团体对旅游行为的影响	171
第四节 社会阶层对旅游行为的影响	175
第五节 家庭对旅游行为的影响	176
本章小结	182
第十章 旅游商品的设计生产与销售心理	185
【本章导读】	185
第一节 旅游商品的心理意义	186
第二节 购买旅游商品的心理动机	187
第三节 设计和生产旅游商品的心理要求	189
第四节 旅游商品销售心理	191
本章小结	195
第十一章 旅游宣传心理	198
【本章导读】	198
第一节 旅游动机的产生和旅游宣传的意义	199
第二节 旅游宣传的针对性	201
第三节 旅游广告宣传	203
第四节 心理学与旅游宣传技巧	206
本章小结	210

第十二章 旅游资源开发心理	214
【本章导读】	214
第一节 旅游资源的心理效应	215
第二节 开发旅游资源的心理原则	216
第三节 开展多种情趣的旅游活动	218
本章小结	225
第十三章 旅游饭店服务心理	231
【本章导读】	231
第一节 饭店服务与旅客需求	232
第二节 前台服务与旅客心理	236
第三节 客房服务与旅客心理	239
第四节 餐饮服务与旅客心理	243
本章小结	250
第十四章 旅游接待与导游服务心理	254
【本章导读】	254
第一节 旅游者的共同心理特点	255
第二节 旅游接待与导游服务	260
本章小结	274
参考文献	278

第一章

旅游心理学概述

旅游业也称为“朝阳产业”，我国的旅游业正在蓬勃发展。作为国民经济的增长点，旅游业的性质、地位已被越来越多的人所认识和接受，研究旅游业的人也越来越多。旅游已经成为我们生活的一部分。

【本章导读】

随着高考、中考先后结束和大中小学即将放暑假，2014年暑期国内游、出境游预订市场全面启动。我国航空公司和旅行商预计暑期旅游人数将再创新高。

记者从携程旅游等旅行社和南方航空等民航承运商获悉，随着我国经济、社会的发展，普通百姓休闲旅游需求持续增长。预计7—9月暑期旺季，这一趋势更为明显。为满足暑期的国民旅游休闲需求，仅南航就计划在旺季期间增加往返航班超过13000多班次，预计承运旅客近2200万人次。针对暑期旅游的避暑特征，东北三省、内蒙古、青海、甘肃、宁夏、云南、贵州、四川及九寨沟等高原旅游目的地，将成为南航在国内加班的主要集中投放点。

据携程旅游相关负责人介绍，在出境旅游方面，夏季气候比较宜人的日韩，反季节的澳大利亚、新西兰，以及非洲有望领跑暑期旅游市场。南半球的澳新地区正处冬季，想逃离酷暑感受清凉的旅客可不要错过。据悉，在南航飞往澳新的航班每周达到40多班次的基础上，今年南航与澳航在澳新地区10条航线上开展代码共享合作。除与肯尼亚航空代码共享的广州—肯尼亚内罗毕航班，南航已于6月底开通深圳—毛里求斯航线。旺季期间，南航计划在国际和地区航线增加航班2000多班次。新华网北京（记者钱春弦）中国旅游网2014年6月

【学习目标】

通过本章的学习，要求掌握

- 旅游心理学的概念
- 研究旅游心理学的意义
- 重点掌握旅游心理学的研究方法有哪些

通过本章的学习，要求能够

- 清楚掌握旅游心理学的研究对象
- 会使用相关的旅游心理学的研究方法，比如设计相关的旅游调查问卷进行调研

第一节 旅游心理学的研究对象

旅游心理学技术与旅游学科的范畴，也同时属于心理科学的范畴。旅游行为是在旅游者心理的支配下发生，并随着旅游者心理的发展变化而发展变化的，所以，研究旅游者的心理状态是这门课程的主要任务。

一、旅游心理学的研究对象

在着手开展旅游的相关研究并试图了解旅游的规律时，首先就会遇到以下的一些问题：比如说人们为什么要离开自己熟悉的居家环境，去一个相对来说很陌生的地方旅游？为什么有的人喜欢去自然景观，而有的人却喜欢去人文景观？怎样才能使人们在旅游活动中得到愉快、满意等积极的心理体验？以上问题涉及的是有关旅游者个体旅游活动的原因、倾向和活动效果方面的问题，为了了解旅游者个体活动的规律，也为了有效、成功地为旅游者提供相应的服务，我们需要了解那些影响旅游者做出不同的旅游决策的心理因素。因此，一门新的心理学应用学科——旅游心理学就应运而生了。

旅游行为是旅游者在个人心理活动的支配和影响下所做出的诸如休闲度假、变换生活环境、异地游览探险、改变生活体验以及认识世界的一系列行为，是内在旅游心态的外在表现。人的行为总是在一定的心理因素的影响下产生的，旅游行为也不例外。旅游行为是在旅游心理的支配下产生的外在表现，它会随着旅游者心理的发展变化而变化的。因此，我们发现旅游者的旅游行为与其个性特点、心理需求有很大的关系，直接影响旅游行为的产生和继续，所以，研究旅游行为必须研究旅游者的心理因素。

旅游心理学是研究旅游者的心理活动现象及其相关规律的一门学科，其主要的目的就是解释人们为什么要外出旅游，影响和支配人们旅游决策的因素有哪些，人们是怎样做出旅游选择的，旅游服务对旅游者会产生哪些影响等一系列问题。

从以上的分析可以看出，旅游心理学以影响旅游者旅游活动的产生、旅游决策的制定、旅游心理效果的主观和客观因素为研究对象，期望从根本上揭示旅游活动的基本规律，为旅游业的发展提供一些依据。

因此，旅游心理学主要研究旅游者即旅游行为主体的心理，另外还要研究有关旅游业的开发、经营与管理的心理学内容以及有关的旅游服务心理方面的内容。

二、研究旅游心理学的意义

任何一门学科的理论研究，都是希望通过发现研究对象的一系列规律，为该领域的实践活动服务。旅游心理学的研究意义，就是希望通过相关的研究去认识和掌握产生旅游行为的客观过程和客观规律，为旅游业提供科学的依据，使得旅游业的发展建立在一种科学而客观的基础上，避免盲目性，使旅游业的发展拥有更广阔的空间。

旅游资源是开展旅游活动的基本条件之一，它的作用就在于吸引旅游者，满足旅游者的旅游需要，使旅游者产生积极愉快的心理体验。那么怎样才能使旅游资源发挥这样的积极作用呢？这就需要通过一系列的旅游心理学的研究，了解人们是如何产生旅游行为动机的，哪些因素会影响人们的旅游选择、旅游态度，并以此为依据，有针对性地对旅游资源进行科学的规划和合理的开发，尽可能地开展符合旅游者需要、动机和兴趣等心理活动特点的各种旅游活动。只有这样才能保证使旅游资源的开发和旅游活动线路的安排，以及各项旅游活动项目的设立更加科学而合理，充分发挥吸引旅游者参加旅游活动的作用，达到争取和扩大旅游客源的预期目的。否则，就会造成旅游资源开发工作的盲目性，造成人力、物力、财力的巨大浪费，影响旅游业的发展。所以说，旅游心理学的研究能够为旅游资源的科学规划和合理开发提供有效且客观的依据，促进旅游业的飞速发展。

服务是旅游业的生命线，这越来越为大多数人所公认。在具备丰富的旅游资源和良好的旅游设施的前提条件下，旅游服务水平的高低，旅游服务质量的好坏，是决定旅游业发展的关键。旅游业的重要任务之一就是大力提高旅游服务水平，使旅游者乘兴而来，满意而归。为了提高服务水平，除了提高自身的服务技能之外，还需要了解旅游服务对象的心理特点，这样才能有针对性地提供个性化服务，满足旅游者的心理需求。不仅要了解和掌握旅游者的一般心理特点，还要了解不同旅游者在需要、动机、兴趣、气质与性格等方面的心理特点，善于区分不同民族和国家、不同性别和年龄、不同职业和文化背景所造成的个体心理差异，从而有根据地开展针对性服务，满足不同旅游者的心理需求，才能使他们产生积极愉快的心理体验，形成美好而深刻的旅游印象，只有这样的服务才是最佳的服务。所以，旅游心理学的研究还能够为开展主动的、有针对性的旅游服务，创造最佳的旅游服务提供相应的心理依据。

人们选择不同的旅游对象是以对它的了解为前提条件的，但是，对旅游对象的直接了解只有在实际的旅游活动过程中才能产生。因此，人们在做出旅游选择时，必须依靠通过各种渠道所获得的旅游间接信息来做出有关的旅游决策。因

而，对旅游从业人员来说，一定要通过有效的旅游宣传，向旅游者传递有关信息，以影响他们的旅游选择和旅游决定。

第二节 旅游心理学的研究方法

任何学科研究要想得到正确的结论，都要首先解决研究方法问题。研究方法对于科学研究而言，犹如到达彼岸的桥梁或者船只，没有正确的方法就没办法完成既定的任务。旅游心理学的研究必须有与自己的研究任务相适应的研究方法，正确的研究方法可以保证研究工作方向的正确，可以使研究工作事半功倍，是获得可靠科学成果的必要条件。从产生和构成旅游活动的条件分析，对旅游心理学的研究主要涉及主体和客体两大方面的内容，其中对客体的研究要通过对主体的心理特点以及心理反应的研究来进行。因此，研究旅游主体的心理，是旅游心理学研究的中心和关键。由于旅游活动对每一个旅游者来说在时间上都是短暂的，而且，旅游者在旅游活动中又处于一种极其特殊的地位，因此，研究旅游者的心理不能一般地使用心理学的各种研究方法，只能有选择地使用其中几种有效的方法。比如说，可以选择观察法、调查法而不宜采用实验室实验法。鉴于旅游者的特殊情况，在有选择地使用某几种一般的心理学研究方法时，还需要附加某些限定条件，提出特定的要求。同时，由于旅游者旅游活动的特点，在进行研究时不太方便要求旅游者给予主动的配合，同时也难以使旅游者同意进行配合。因此，对旅游心理学的研究具有更大的难度，这就对研究工作提出了更高的要求。但是，只要保证研究方法正确并且运用得当，同样是可以获得可靠的研究成果的。

一、研究的基本原则

1. 客观性原则

在运用各种方法进行旅游心理学的研究时，都要遵守一个共同的原则——客观性原则，也是进行旅游心理学研究的基本原则之一。

所谓客观性原则，就是要求研究者坚持实事求是的科学态度，按照心理现象的本来面貌去反映问题、分析问题，而不附加任何个人主观成分，按照客观性原则的要求，研究者要保证获得真实的客观材料，并且保证结论的内容确实反映研究对象自身的真实状况。

2. 共同性和差异性原则

不同的旅游者在心理上或多或少都会有一些相同的因素，在研究中要注意发

现那些共同性和普遍性的心理因素。同时,由于其生活背景、教育程度、思维方式等各不相同,每一个旅游者又有着自己不同于他人的心理特点,因此,在研究中既要注意共同性又要注意差异性。

3. 稳定性与变化性的原则

每个人在长期生活中形成的心理特点是具有一定的稳定性的,因此,当面对外界环境的刺激时,个体的反应会表现为一种一贯性。比如说,某位旅游者受自身心理特点的支配选择了某一种旅游活动,那么在今后再次面临选择时还会表现出这种倾向性。另外,人们的旅游需要、旅游动机在还没有得到满足和实现前是不会消失的,也会表现出相对的稳定性。

但是,每个人的心理状况在不同时期、不同条件下,会有不同的状态,因此,又会表现出一定的变化性。比如说,受个体心理环境、生理状况的影响而使个体动机强度、情绪的性质和强度发生变化,由此产生不同的心理状态,就是这种变化性的体现。因此,在研究时既要注意心理状况稳定性的一面,也要注意变化性的一面。

二、旅游心理学的研究方法

旅游心理学的研究方法是多种多样的,这里主要介绍以下几种。

(一) 观察法

观察法是在自然情况下,有计划、有目的、有系统地直接观察被研究者的外部表现,了解其心理活动,进而分析其心理活动规律的一种方法。

运用观察法,首先应有明确的目的,要制订研究计划,拟订详细的观察提纲。观察过程中要敏锐捕捉各种现象,准确、详细地记录下来,及时予以整理和分析,以利于科学结论的产生。由于观察法很少干扰或不干扰被观察者的正常活动,因而得出的结论比较符合实际情况;另外观察法简便易行,可以涉及相当广泛的内容。但由于观察者往往处于被动地位,只能等待需要观察的现象自然出现,不能在必要时反复观察,因而对观察所得的材料往往不足以区别哪些是偶然的,哪些是规律性的事实。此外观察法对研究者要求较高,表面看起来观察法很简单,但实际运用起来难度非常大,因此,只有经过严格训练的人才能有效使用。

观察法一般适用于以下情形:调查者所关注的行为是公开的;这些行为经常且重复出现或者是可以预测的;行为发生在相对较短的时间跨度里。

从不同的角度来划分,观察法可以分为以下几种类型。

1. 自然观察与条件观察。根据观察的情境,可以将观察法分为自然条件下的观察与人为情境下的观察。前者是在自然情境下等待某一行为的出现,后者是根

据当时的需要，创设一定的条件而进行的观察。

2. 公开观察与隐蔽观察。公开观察是指观察者的身份是公开的，而且消费者意识到自己行为的被观察；隐蔽观察是指观察者的身份不公开，而且消费者没有意识到有人在观察自己。

3. 结构性观察与非结构性观察。如果将观察限定在预先确定的那些行为上，就是结构性观察；非结构性观察是指对所有出现的行为都进行观察和记录。

4. 直接观察与间接观察。直接观察是指对行为本身进行观察；间接观察仅仅是对行为的结果进行观察。

5. 人工观察与机械观察。按照观察时是否借助于机械、仪器等设备，可以把观察法分为人工观察与机械观察。

（二）实验法

实验法是指有目的地，严格控制或创设一定的条件，人为地引起某种心理现象产生，从而对它进行分析研究的方法。因此，这种方法涉及在改变一个或多个变量（比如改变产品特征、包装颜色、广告主题）的条件下，观察这种改变对另外一个变量如旅游消费者的态度、学习或重复购买行为的影响。在控制条件下改变的变量被称为自变量，受自变量影响而改变的变量被称为因变量。实验法有两种形式：实验室实验法和自然实验法。

实验室实验法是在专门的实验室内借助于各种仪器来进行的。在设备完善的实验室里研究心理现象，从呈现刺激到记录被试者反应、数据的计算和统计处理，都采用电子计算机、录音、录像等现代化手段，实行自动控制。因而对心理现象的产生原因、大脑生理变化以及被测试者行为表现的记录和分析都是比较精确的。自然实验法是由研究者有目的地创造一些条件，这是在比较自然的条件下进行的，它既可以用于研究旅游者一些简单的心理活动，又可以用于研究较复杂的心理活动。

自然实验法兼有观察法和实验室实验法的优点。由于自然实验法是在实际情况下进行的，所得到的结果比较接近实际。又由于自然实验法是由研究者有目的地改变或控制某些条件，因此比较具有主动性和严密性，所得到的结果也比较准确。

（三）调查法

调查法是从大量旅游者中系统地收集信息的方法。调查可以采用邮寄问卷、电话访问和人员访问等方式。

人员访问通常在购物现场进行，通过运用复杂的问卷和产品展示，能在较短时间内从消费者中收集到大量的信息。邮寄调查所花的时间较长，所问的问题一般应该比较简单一些。这种方法可用来收集中等复杂程度的数据，其优点是费用