



中国旅游院校五星联盟教材编写出版项目

中国骨干旅游高职院校教材编写出版项目

旅游管理专业模块 | 模块主编 黄国良 陈增红

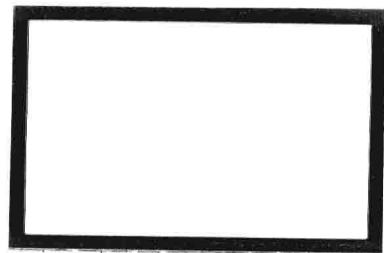
旅游服务业应用心理学

Tourism & Hospitality Applied Psychology

主编 温卫宁

China Tourism

中国旅游出版社



中国旅游院校五星联盟教材编写出版项目

中国骨干旅游高职院校教材编写出版项目

旅游管理专业模块 | 模块主编 黄国良 陈增红

旅游服务业应用心理学

Tourism & Hospitality Applied Psychology

主 编 温卫宁 副主编 蒋丽君

中国旅游出版社

项目统筹与策划：付 蓉
责任编辑：付 蓉 张珊珊
封面设计：鲁 筱
责任印制：冯冬青

图书在版编目（CIP）数据

旅游服务业应用心理学 / 温卫宁主编. -- 北京：
中国旅游出版社, 2012.10
“中国旅游院校五星联盟”中国骨干旅游高职院校教
材编写出版项目
ISBN 978-7-5032-4542-8

I. ①旅… II. ①温… III. ①旅游心理学—高等职业
教育—教材 IV. ①F590

中国版本图书馆CIP数据核字（2012）第234633号

书 名：旅游服务业应用心理学

主 编：温卫宁
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@cнта.gov.cn
发行部电话：010-85166503
排 版：北京中文天地文化艺术有限公司
经 销：全国各地新华书店
印 刷：三河市灵山红旗印刷厂
版 次：2012年10月第1版 2012年10月第1次印刷
开 本：787毫米×1092毫米 1/16
印 张：14
印 数：1-5000册
字 数：236千
定 价：29.80元
I S B N 978-7-5032-4542-8

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

编辑出版工作指导委员会

- 魏洪涛 国家旅游局人事司 司长
刘桐茂 国家旅游局人事司 副司长
段建国 中国旅游协会 副会长
中国旅游协会旅游教育分会 会长
刘志江 中国旅游协会 秘书长
郑向敏 华侨大学旅游学院 院长
教育部高职高专旅游管理类专业教学指导委员会 主任
杨卫武 上海旅游高等专科学校 校长
王昆欣 浙江旅游职业学院 院长
贾玉成 桂林旅游高等专科学校 校长
张新南 南京旅游职业学院 院长
狄保荣 山东旅游职业学院 党委书记
谢彦君 东北财经大学旅游与酒店管理学院 院长
李志庄 中国旅游出版社 社长

编辑委员会

(按拼音首字母的音序排序)

陈安萍	陈为新	陈增红	戴桂宝	邓德智	狄保荣	冯翔
付蓉	高元衡	黄国良	黄立萍	江涛	匡家庆	郎富平
梁赫	刘嘉龙	刘晓琳	芦爱英	任鸣	邵万宽	孙育红
覃江华	唐志国	王晞	王德成	王昆欣	王培来	韦夏婵
魏凯	温卫宁	吴云	徐云松	张浩宇	张念萍	张润生
赵建民	钟泓	周春林	周国忠	周延文	朱承强	

特邀模块主编

朱承强	王昆欣	黄国良	狄保荣
徐云松	陈增红	邵万宽	钟泓

出版说明

把中国旅游业建设成国民经济的战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业，实现由世界旅游大国向世界旅游强国的跨越，是中国旅游界的光荣使命和艰巨任务。要达成这一宏伟目标，关键靠人才。人才的培养，关键看教育。教育质量的高低，关键在师资与教材。

经过20多年的发展，我国高等旅游职业教育已逐步形成了比较成熟的基础课程教学体系、专业模块课程体系以及学生行业实习制度，形成了紧密跟踪旅游行业动态发展和培养满足饭店、旅行社、旅游景区、旅游交通、会展、购物、娱乐等行业需求的人才的开放式办学理念，逐渐摸索出了一套有中国特色的应用型旅游人才培养模式。在肯定成绩的同时，旅游教育界也清醒地看到，目前的旅游高等职业教育教材建设和出版还存在着严重的不足，体现在教材反映出的专业教学理念滞后，学科体系不健全，内容更新慢，理论与旅游业实际发展部分脱节等，阻碍了旅游高等职业教育的健康发展。因此，必须对教材体系和教学内容进行改革，以适应飞速发展的中国旅游业对人才的需求。

上海旅游高等专科学校、浙江旅游职业学院、桂林旅游高等专科学校、南京旅游职业学院、山东旅游职业学院等中国最早从事旅游职业教育的骨干旅游职业院校，在学科课程设置、专业教材开发、实训实习教学、旅游产学研一体化研究、旅游专业人才标准化体系建设等方面走在全国前列，成为全国旅游教育的排头兵、旅游教学科研改革的试验田、旅游职业教育创新发展的先行者。他们不仅是全国旅游职业教育的旗帜，也是国家旅游局非常关注的旅游教育人才培养示范单位，培养出众多高素质的应用型、复合型、技能型的旅游专业人才，为旅游业发展作出了贡献。中国旅游出版社作为旅游教材与教辅、旅游学术与理论研究、旅游资讯等

行业图书的专业出版机构，充分认识到高质量的应用型、复合型、技能型人才对现阶段我国旅游行业发展的重要意义，认识到推广中国骨干旅游高等职业院校的基础课程、专业课程、实习制度对行业人才培养的重要性，由此发起并组织了“中国旅游院校五星联盟”教材编写出版项目暨中国骨干旅游高等职业院校教材编写出版项目，将五校的基础课程和专业课程的教材成系统精选出版。该项目得到了“五星联盟”院校的积极响应，得到了国家旅游局人事司、教育部高职高专旅游专业教学指导委员会、中国旅游协会旅游教育分会的大力支持。经过各方两年多的精心准备与辛勤编写，在国家“十二五”开局之年，这套教材终于推出面世了。

“中国旅游院校五星联盟”教材编写出版项目暨中国骨干旅游高等职业院校教材编写出版项目所含教材分为六个专业模块：**“旅游管理专业模块”**（《旅游概论》、《旅游经济学》、《旅游管理基础》、《旅游市场营销实务》、《旅游服务业应用心理学》、《中国旅游资源概论》、《旅游电子商务》、《旅游职业英语》、《旅游职业道德》、《旅游礼宾礼仪》）；**“酒店服务与管理专业模块”**（《酒店概论》、《酒店前厅部服务与管理》、《酒店客房部服务与管理》、《酒店餐饮部服务与管理》、《酒店财务管理》、《酒店英语》、《酒店市场营销》、《调酒与酒吧服务与管理》）；**“旅行社服务与管理专业模块”**（《旅行社经营管理》、《旅游政策与法规》、《导游业务》、《导游文化基础知识》、《旅行社门市业务》）；**“景区服务与管理专业模块”**（《景区规划原理与实务》、《景区服务与管理》、《旅游资源的调查与评价》）；**“会展服务与管理专业模块”**（《会展概论》、《会展策划与管理》、《会展设计与布置》、《实用会展英语》）；**“烹饪工艺与营养专业模块”**（《厨政管理》、《烹饪营养与食品安全》、《面点工艺学》、《烹饪原科学》），共计34本。本套教材实行模块主编审稿制，每一个专业模块均聘请了一至三位该学科领域的资深专家作为特邀主编，负责对本模块内每一位主编提交的编写大纲及书稿进行审阅，以确保本套教材的科学性、体系性和专业性。“五星联盟”的资深专家及五校相关课程的骨干教师参与了本套教材的编写工作。他们融合多年的教学经验和行业实践的体会，吸收了最新的教学与科研成果，选择了最适合旅游职业教育教学的方式进行编写，从而使本套教材具有了鲜明的特点。

1. 定位于旅游高等职业教育教材的“精品”风格，着眼于应用型、复合型、技能型人才的培养，强调互动式教学，强调旅游职业氛围以及与行业动态发展的零距离接触。

2. 强调三个维度能力的综合,即专业能力(掌握知识、掌握技能)、方法能力(学会学习、学会工作)、社会能力(学会共处、学会做人)。

3. 注重应用性,强调行动理念。职业院校学生的直观形象思维强于抽象逻辑思维,更擅长感性认识和行动把握。因此,本套教材根据各门课程的特点,突出对行业中的实际问题和热点问题的分析研讨,并以案例、资料表述和图表的形式予以展现,同时将学生应该掌握的知识点(理论)融入具体的案例阐释中,使学生能较好地将理论和职业要求、实际操作融合在一起。

4. 与相关的行业资格考试、职业考核相对应。目前,国家对于饭店、导游从业人员的资格考试制度已日渐完善,而会展、旅游规划等的从业资格考核也在很多旅游发达地区逐渐展开。有鉴于此,本教材在编写过程中尽可能参照最新的各项考试大纲,把考点融入到教材当中,让学生通过实践操作而不是理论的死记硬背来掌握知识,帮助他们顺利通过相关的考试。

“中国旅游院校五星联盟”教材编写出版项目暨中国骨干旅游高等职业院校教材编写出版项目是一个持续的出版工程,是以中国骨干旅游高职院校和中国旅游出版社为平台的可持续发展事业。我们对参与这一出版工程的所有特邀专家、学者及每一位主编、参编者和旅游企业界人士为本套教材编写贡献出的教育教学和行业从业的才华、智慧、经验以及辛勤劳动表示崇高的敬意和衷心的感谢。我们期望这套精品教材能在中国旅游高等职业教育教学发挥它应有的作用,作出它应有的贡献,这也是众多参与此项编写出版工作的同人的共同希望。同时,我们更期盼旅游高等职业教育界和旅游行业的专家、学者、教师、企业界人士和学生在使用本套教材时,能对其中的不足之处提出宝贵意见和建议,我们将认真对待并吸纳合理意见和建议,不断对这套教材进行修改和完善,使之能够始终保持行业领先水平。这将是我们不懈的追求。

中国旅游出版社

2011年3月

前 言

本书是中国骨干旅游高职院校教材编写项目、中国旅游院校五星联盟教材编写项目的系列教材之一，也是桂林旅游高等专科学校在世界旅游组织及其国际顾问香港理工大学酒店与旅游业管理学院指导下开办的“酒店管理专业教学综合改革试点班”所开发的课程教材之一。

本书是高等院校旅游类专业（含酒店服务与管理专业、餐饮服务与管理专业、导游服务与旅行社经营管理专业等）《旅游服务业应用心理学》的课程教科书（或《旅游心理学》、《服务心理学》的教学参考书）。在编写过程中，针对学生的特点和需要，考虑到本门课程的具体学时安排（32学时左右），力求做到理论系统、难易适度、理论联系实际、可操作性强。

本书运用心理学的原理和相关研究成果及研究方法来探讨和研究旅游活动中人的行为与心理规律。考虑到学生将来的职业发展，理论部分主要选取了与学生将来工作密切相关、同时对培养学生独立解决问题能力有重要作用的心理学基础原理，而应用方面则覆盖了旅游者心理和消费行为、旅游服务心理和行为以及旅游企业管理人员的管理心理和行为。为了便于学习，编写中主要是按照“先介绍每一个心理现象的内涵和已有的心理学研究成果，再探讨相关原理的实践运用”的原则来安排各章节的结构，同时，尽量不涉及具体的服务措施与管理措施，而是让学生自己（或参照其他课程中的具体内容）来提出应对措施与方法，在教学过程中强调观察与设身处地，以达到知己知彼，并促进其分析问题、解决问题能力的提高，这样也避免了与其他职业课程中相关内容的重复。

本书编者吸收了国内外各类旅游心理学和服务心理学教材的优点，借鉴和参考了大量的文献资料，力图将国内外旅游与服务心理学领域的最新研究成果和实践资料融入书中。全书共分八章，每章都提供了与本章内容相关的“案例与思考”、“实践训练”或“推荐阅读”，供老师在教学过程中和学生在学习时参考。每章都

有实训环节，要求学生通过小组合作进行实践性的研究学习，意在锻炼学生独立分析和解决问题的能力，“思考与复习”供教师参考以及学生课后复习和自测时参考使用。

本书的主要编写人员和分工如下：温卫宁设计编写提纲并编写了第一、第四、第八章，同时负责全书统稿、初审和修改；蒋丽君编写第二、第三、第五、第六、第七章。

在本书编写过程中，编者博采众长，参考吸收了有关专著、教材和相关网络资源的成果，书后虽有列示但难免遗漏，特向这些专家、学者、报刊和网络信息资料的作者表示由衷的感谢，感谢他们的研究成果为本书的编写提供了良好的参考。

同时，也特别感谢中国旅游出版社的付蓉主任和黄志远编辑为本书所作出的精心指导，感谢几位编审为本书的审读、修改所付出的辛勤劳动。

本书的编写与出版，还得到了桂林旅游高等专科学校的大力支持，在此一并表示感谢。

由于我们水平有限，加之时间仓促，书中难免存在不足之处，敬请各位学界同仁、教师、学生和其他读者不吝赐教，多提宝贵意见，以便在对本书进行修订时加以改正。

编 者

2012年9月

目 录

CONTENTS

前 言	1
第一章 旅游服务业应用心理学概述	1
第一节 学习、研究旅游服务业应用心理学的意义	3
第二节 心理学的基本知识	9
第三节 心理学的基本研究方法	25
第四节 本章实训——消费者生活方式的调查	36
复习与思考	36
第二章 感觉、知觉与观察	37
第一节 感觉的概念与基本规律	39
第二节 知觉的概念与基本规律	42
第三节 影响旅游知觉的主要因素	46
第四节 观察力的内涵与提升	51
第五节 本章实训——观察力的提升	52
复习与思考	55
第三章 个体行为的动因——需要与动机	56
第一节 需要的基本规律	57

第二节	动机·····	60
第三节	旅游者的需要与动机·····	61
第四节	旅游服务者的需要与动机·····	68
第五节	本章实训——激发并调动消费者消费动机·····	70
	复习与思考·····	73
第四章	思维、问题解决与决策·····	75
第一节	思维的概念、分类与基本规律·····	77
第二节	问题解决的基本过程与规律·····	86
第三节	决策的概念与基本规律·····	93
第四节	本章实训——思维过程和思维策略的觉察与分析·····	96
	复习与思考·····	119
第五章	情绪、压力与健康·····	120
第一节	情绪的概念、分类与基本规律·····	122
第二节	压力、压力源与情绪·····	125
第三节	情绪与健康的概念分析·····	128
第四节	旅游者的情绪管理·····	130
第五节	旅游从业者的情绪管理·····	133
第六节	本章实训——挫折应对方式·····	140
	复习与思考·····	144
第六章	人 格·····	145
第一节	人格的概念·····	147
第二节	旅游者的气质类型·····	153
第三节	相互作用分析理论与旅游决策·····	156
第四节	人格测量·····	158
第五节	本章实训——人格特征对个体行为的影响分析·····	161
	复习与思考·····	163

第七章	群体中的沟通、宣传及其他社会性行为	164
第一节	旅游群体	165
第二节	沟通的基本概念	169
第三节	宣传的基本规律	171
第四节	旅游者的从众行为	173
第五节	旅游者的服从行为	177
第六节	旅游者的众从行为	179
第七节	本章实训——宣传沟通的实践与观察	181
	复习与思考	182
第八章	人性化的服务与人性化的管理	184
第一节	人性化的内涵	185
第二节	人性化服务的内涵	188
第三节	人性管理和人性化管理	189
第四节	人性化服务与人性化管理的心理分析	197
第五节	本章实训——脑力风：人性化服务与管理的操作	200
	复习与思考	208
参考文献		209

旅游服务业 应用心理学概述

“好的开始，意味着成功了一半。”本章重点介绍学习和研究旅游服务业应用心理学的意义，心理与行为的概念和类型，研究心理和行为的基本思路、基本方法和当代关于心理和行为的基本观点。

学习目标



知识目标

- 1 通过本章的学习，掌握心理和行为的概念与类型，了解心理学研究人类心理与行为的基本思路，了解当代心理学关于心理和行为的基本观点，了解心理学的产生和发展的基本过程。

能力目标

- 1 能够初步运用观察法、调查法来研究人的心理和行为，在生活和工作能够有意识地从性别、文化、职业、社会阶层、参照群体等多个角度分析人的心理和行为。

案例

旅游业各部门之间的共生性

旅游业的一个重要的特征是其整体中各部分之间的相互关联性。一次旅行可能会包括乘坐一次飞机、租一次汽车、在旅馆中住一宿、在餐馆吃几顿饭和购买几件礼品。每个环节都必须不出差错，这样旅游者才能得到一次愉悦的全程经历。

例如，假设史密斯夫妇决定从他们明尼阿波利斯的家出发去佛罗里达奥兰多的迪士尼世界度假，他们的全部旅行经历决定他们这次度假之旅的质量及他们是否能成为迪士尼世界的回头客。史密斯夫妇飞往佛罗里达的旅途可能很愉快，但是后来由于他们租来的汽车发动机过热，使他们滞留数小时，这使他们被迫缩短了那天在“未来社区实验典型中心”（EPCOT）的游览时间。或者他们入住的饭店正在重新装修，所以游泳池和餐馆都关闭，通常赏心悦目的大厅装饰也被吊布和脚手架遮挡起来。更糟糕的是，假设他们在一个特别的高峰时间抵达魔幻王国，发现停车场已经关闭而且当天不再接纳任何游客。以上任何一个意外都会使他们的度假扫兴。

旅游业中的各个行业或者部门之间存在一种共生关系，即一种相互依存的关系。要想使史密斯夫妇满意，所有的部门都必须做好自己的工作。如果饭店使他们感到不舒适，史密斯夫妇在迪士尼世界可能会玩得很开心，但是仍然会觉得他们的这次度假美中不足。如果饭店做得很好，但是迪士尼公园拥挤不堪，他们的总体经历也可能是消极的。无论出现哪种情况，如果史密斯夫妇不再重游迪士尼世界或者告诉他们在明尼阿波利斯的朋友们自己的迪士尼世界之旅是一次扫兴的经历，那么从长远看，该地区的旅游生意将会受到影响。^①



案例分析

1. 你对“旅游业中的各个行业或者部门之间存在的共生关系”有什么新的认识？
2. 假如你是一名从事旅游接待服务工作的从业者，你认为应该怎样才能帮助旅游者获得愉悦的全程旅游经历？

^① Rocco M. Angelo 和 Andrew N. Vladimir 著，李昕主译，当今饭店业，中国旅游出版社，2004。

第一节 学习、研究旅游服务业应用心理学的意义

随着社会的发展和人们对于生命、生活的理解的改变，越来越多的人认识到了度假、旅行、休闲及体验异邦文化在生活中的重要性，因此当代人普遍把旅游当作现代社会的一种基本生活方式，旅游活动的内容和方式也在不断丰富。

在这种背景下，世界各国的旅游业都在经历一个快速发展的阶段，旅游和旅游业的重要性日益突显。世界旅游及旅行理事会（WTTC）的统计数字显示，从20世纪90年代开始，旅游业已经发展成为世界第一大产业。根据世界旅游组织（WTO）的预测，中国将于2020年成为世界第一大旅游接待国和第四大客源输出国。届时，估计每年将有1.3亿游客前往中国，而中国公民出境旅游的人数将达到1亿，是目前亚洲各国的总和。

面对旅游和旅游业的这种发展趋势，旅游业界的专业人员、从事旅游研究的学者、旅游专业的学生及广大旅游者完全有理由设想，如果旅游业继续以当前的趋势和势头发展，在未来的50年或者整个21世纪中，旅游业将保持世界第一大产业的地位，并将继续对社会的各个领域和人们的生活方式产生巨大的影响。

旅游活动是一种休闲娱乐活动，它是人们生活水平达到一定高度的产物，是一种高层次文化消费。旅游活动本质上是一种人类对地理空间选择、经历和体验的过程。通过旅游活动，旅游者花费的是金钱、时间和精力，最终得到的是宝贵的回忆、美妙的感受和丰富的阅历等心灵方面的收获。而要帮助旅游者实现这些美好的心灵方面的收获，作为即将（或正在）从事旅游服务与接待工作的人而言，就必须认真学习旅游服务业应用心理学。

旅游服务业应用心理学是心理学的一个新的分支，它主要是运用心理学的原理和相关研究成果及研究方法来分析和研究旅游活动中人的行为与心理规律。本书的编排尽量不涉及服务措施与管理措施，而是让学生自己（或参照其他课程中的具体内容）来提出应对措施与方法，在教学过程中强调观察与设身处地，以达到知己知彼。

一、旅游服务业应用心理学的研究对象

旅游活动所涉及的人主要包括现实的旅游者、潜在旅游者及旅游业中各个领域中的从业人员，这些人在旅游活动中各自都有不同的心理活动，都可以表现出不同的行为。

因此，旅游服务业应用心理学主要研究旅游者心理、旅游服务心理和旅游企业员工心理，这三方面构成了旅游服务业应用心理学的主体。

（一）旅游者心理

旅游者是旅游活动的主体，是旅游业的主要服务对象。旅游者的行为趋向，对旅游业的发展影响很大。在旅游活动中，作为消费者的旅游者的各种行为无一不受到心理活动的支配，旅游者通常是按照自己的兴趣、意图、偏好等购买自己需要的、符合自己品位的旅游产品和服务。在旅游活动中，不论每次具体的消费行为是怎样的，旅游者总是会把自已的那些稳定的、独特的和本质的心理特点反映出来。这些特点，也就是个性，构成了旅游消费行为的基础。分析旅游者的这些消费心理和行为，研究这些心理现象和行为的差异，就可以找出在旅游消费过程中旅游者的一般心理规律。因此，了解旅游者心理及其旅游行为的发生、发展及变化规律是旅游服务业应用心理学首先研究的内容，也是旅游服务业应用心理学研究的出发点和核心。对旅游者心理的研究包括旅游者的行为动因、旅游者的知觉心理、旅游者的态度、旅游者的情感、旅游者的个性以及旅游者的社会心理等内容。

从旅游业发展的角度来看，了解旅游者是做好旅游工作的前提。要真正了解旅游者就必须了解旅游者的心理规律和行为规律。在此基础上才能正确理解并预测旅游者的行为，更好地开展旅游经营活动，更好地为旅游者服务，更好地发展旅游业。

（二）旅游服务心理

旅游服务是旅游业的灵魂，旅游业从业人员的服务行为体现着旅游企业的水平。服务水平的高低和服务质量的优劣直接决定着旅游企业的兴衰，是旅游企业能否在市场竞争中站住脚的关键。

从心理学角度可以把旅游产品解释为：旅游者花一定的时间、金钱和精力所获得的个人经历。从这个角度看旅游服务，那么旅游服务实质上是旅游服务人员通过