



LÜYOU XINLIXUE

高等教育旅游管理专业统编教材



旅游心理学

主编 贾静

郑州大学出版社

高等教育旅游管理专业统编教材

旅游心理学

LÜYOU XINLIXUE

主 编 贾 静

郑州大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

旅游心理学/贾静主编. —郑州:郑州大学出版社,
2002.8

ISBN 7-81048-645-4

I. 旅… II. 贾… III. 旅游心理学-高等学校-
教材 IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 061328 号

郑州大学出版社出版发行

(郑州市大学路 40 号)

邮政编码:450052)

出版人:谷振清

发行部电话:0371-6966070

全国新华书店经销

郑州新星印刷有限公司印制

开本:787 mm × 1 092 mm

1/18

印张:13.75

字数:283 千字

版次:2002 年 8 月第 1 版

印次:2002 年 8 月第 1 次印刷

书号:ISBN 7-81048-645-4/F·6 定价:20.00 元

本书如有印装质量问题,由承印厂负责调换

高等教育旅游管理专业统编教材 编写委员会

主 任

孙光华 贾修国

副主任

海萌辉	龙京红	程遂营	袁绍斌
郭 琰	魏新生	周 旗	张吉献
吴泽成	谢玉峰		

委 员 (按姓氏笔画排序)

王昌伟	王易敏	王彩琴	方相林
田孝蓉	刘志全	孙子文	李 峰
李 瑞	李瑞玲	何 惠	苟自钧
赵建峡	贾 静	高照明	郭书兰
游明谦	湛贵成	甄尽忠	薛建红

编写委员会办公室主任

杨秦予

《旅游心理学》作者名单

-----● 主 编
贾 静

-----● 副主编
王如清 蒋冰华 李清霞

内 容 提 要

本书是高等教育旅游管理专业的统编教材之一,其以旅游活动的主体——旅游者为研究对象,运用心理学的原理和规律,对旅游者的心理活动进行深入具体的研究,旨在帮助旅游服务部门有效地开展旅游服务工作。本书内容主要包括三部分:第一部分着重研究旅游者心理现象的一般表现,包括旅游者对旅游资源和旅游服务等认知、旅游者的情绪和情感以及旅游者的个性等内容;第二部分研究影响旅游者心理及行为的内部原因和外部原因,其中对内因的研究包括旅游者的需要与动机、旅游者的态度、旅游者的学习等,对外因的研究包括对影响旅游行为的社会环境分析及关于群体对旅游行为的影响等;第三部分具体研究旅游服务中的心理问题,包括对旅游服务的心理要求、旅游服务的心理策略、导游与旅游心理等问题。本书还采用大量案例分析,使读者能更充分地认识和理解旅游者典型的心理现象;每章后设有练习题和思考题,以帮助学习者进一步理解和巩固所学内容。

本书紧紧围绕旅游者开展研究,突出创新性、实用性,既是高校旅游专业学生学习的教材,又可作为旅游服务部门广大领导、员工的良师益友。

总 序

近年来,我国旅游事业的迅速发展,对旅游管理人才队伍的建设和培养工作提出了更新的要求,加快旅游管理学科建设,为旅游企业、事业单位输送更多的优秀管理人才,已经成为旅游高等教育发展的紧迫任务。旅游管理专业教材建设是旅游管理学科发展和旅游高等教育发展的极为重要的环节,它关系到旅游管理人才队伍的质量,反映着我国旅游管理工作的最新理论研究成果和高校旅游管理专业教学水平的高低,更关系到我国旅游事业未来的发展。因此,如何编写出高质量、高水平、反映旅游业发展最新成果、适合我国目前旅游管理专业教学工作所急需的教材,是目前旅游管理学科建设和旅游教育工作中最亟待解决的问题。

编写本系列教材的主旨在于:适应旅游事业发展和高校旅游专业教材建设发展的需要,克服高校旅游专业教材严重落后于旅游事业发展的形势,内容陈旧、体系结构不合理、理论脱离实际等长期困扰高校旅游教育发展的弊病;总结高校旅游专业教学实践经验,吸收现有教材及旅游理论研究中的最新成果;从旅游行业自身性质出发,突出应用性特点,充分运用各种数据、表格、图形以及典型案例分析方法,增强说服力和吸引力;并力求精讲多练,增大练习课时内容,培养学生分析和应用能力以及实际操作的能力,达到提高学生综合素质的目的,为我国旅游事业更进一步的发展培养优秀的人才,促进我国旅游高校教材建设工作的发

展。本系列教材涵盖了旅游管理学科的基本课程,包括《旅游学概论》、《现代饭店管理》、《旅游会计学》、《旅游市场营销学》、《旅游心理学》、《旅游法规教程》、《旅游经济学》、《旅游资

源规划与开发》、《旅行社经营管理》、《导游实务》、《河南景区景点现场导游英语》、《旅游服务礼仪》、《中外民俗》、《中国旅游文化》、《旅游企业财务管理》等,适用于高等教育旅游饭店管理、旅行社管理和旅游规划管理各专业方向的教学要求,也适宜于旅游行业各部门从事实际工作的同志自修学习。

参加本系列教材编写工作的单位有:郑州大学旅游管理学院、河南大学、河南师范大学、河南财经学院、中州大学、开封大学、信阳师范学院、安阳师范学院、洛阳师范学院、河南职业技术学院、河南商业高等专科学校、南阳师范学院等高校旅游院系。各高校都派出了教学经验丰富的高水平教师参加教材编写组,在总结多年来旅游专业教学经验和充分吸收现有教材理论研究成果的基础上,经认真研究讨论,结合目前各院校教学工作中的特点编写出了本系列教材。

河南省旅游局和河南省教育厅高教处对本系列教材的编写工作给予了大力的支持和具体的指导,在此表示深深的感谢。

由于旅游行业发展速度较快,再加上时间比较仓促,本系列教材的疏漏和不足之处在所难免,恳请各位专家、读者不吝赐教,以便使之更加完善。

高等教育旅游管理专业统编教材编写委员会

2002 年 3 月

前 言

跨入 21 世纪,旅游业也进入了飞速发展的黄金时代。随着越来越多的人步入旅游活动的大潮,企业间争夺游客的竞争也日益激烈,因为旅游部门的一切工作归根结底都是为游客服务的。没有游客的光顾,旅游资源的开发就形同虚设;没有游客的光顾,宾馆饭店的效益就无从谈起;没有游客的光顾,旅行社的业务就无法开展。一句话,离开了游客,一切都是空谈。如何才能赢得游客?常言说:“知己知彼,百战不殆。”旅游部门只有充分把握游客的心理特点,想游客所想,供游客所需,才能最终赢得游客,从而在旅游大潮中立于不败之地。因此,作为专门研究旅游者心理的旅游心理学就成了旅游学科体系中居核心地位的一个重要组成部分。

旅游心理学是随着旅游业的发展应运而生的一门新兴学科。我国从 20 世纪 80 年代以后才开展对旅游心理学的研究工作,目前仍处于不断发展和完善阶段。本书正是在结合新形势、运用新成果、总结新经验、研究新问题的基础上编写而成的。

本书的突出特点就在于紧紧把握“两头”:一头从心理学基本原理出发来研究问题,一头紧密结合旅游者的实际面貌进行分析阐述,力图做到深入浅出,既有理论深度,又有实用价值。本书还采用大量案例并进行了适当的分析,以使读者对一些典型的心理现象有更充分的认识和理解。为帮助学习者对每章内容进一步理解和巩固,本书在每章之后都设有练习题和思考题,使学习者通过练习思考达到学有所获、学以致用。

本书试图冲破前人研究之框框,避免人云亦云,对一些问题进行了大胆深入的挖掘,这也同时使本书可能存在“一家之言”的缺陷,难免有疏漏和不妥之处,欢迎读者批评指正。

编者

2002 年 5 月

目 录

1 绪论

- ▶ 1.1 旅游心理学的研究对象 \3
 - 1.1.1 研究对象 \3
 - 1.1.2 对旅游者的界定 \4
- ▶ 1.2 旅游心理学的研究意义 \5
- ▶ 1.3 旅游心理学的研究方法 \8
- ▶ 1.4 旅游心理学的理论基础 \9
 - 1.4.1 关于普通心理学 \9
 - 1.4.2 关于社会心理学 \15

2 旅游者的知觉

- ▶ 2.1 知觉的规律 \25
 - 2.1.1 知觉的含义 \25
 - 2.1.2 知觉的特性 \25
 - 2.1.3 影响知觉的因素 \26
- ▶ 2.2 旅游者对旅游条件的知觉 \29
 - 2.2.1 旅游者对距离的知觉 \29
 - 2.2.2 旅游者对交通条件的知觉 \30
 - 2.2.3 旅游者对旅游目的地的知觉 \31
 - 2.2.4 旅游者对娱乐服务的知觉 \31

➤ 3 旅游者的情绪和情感	
➤ 3.1 情绪情感与行为	\37
3.1.1 情绪和情感的概述	\37
3.1.2 情绪情感与行为的关系	\39
3.1.3 有关情绪情感的理论	\40
➤ 3.2 旅游者的情绪和情感	\42
3.2.1 旅游者情绪情感的特点	\42
3.2.2 影响旅游者情绪情感的因素	\42
3.2.3 旅游者情绪情感的激发与调控	\44
➤ 4 旅游者的个性	
➤ 4.1 旅游者的个性倾向性	\53
4.1.1 个性的含义及成因	\53
4.1.2 个性倾向性与旅游者行为	\54
➤ 4.2 旅游者的个性心理特征	\56
4.2.1 气质	\57
4.2.2 性格	\59
➤ 4.3 旅游者的个性类型分析	\62
4.3.1 根据心理倾向分析	\62
4.3.2 根据生活方式分析	\64
4.3.3 根据度假类型分析	\65
➤ 5 旅游者的需要和动机	
➤ 5.1 旅游者的需要	\71
5.1.1 需要的概述	\71
5.1.2 需要与个体行为的关系	\72
5.1.3 旅游者的需要	\74

▶ 5.2 旅游者的动机	\76
----- 5.2.1 动机的概述	\76
----- 5.2.2 有关动机的理论	\78
----- 5.2.3 旅游动机的分类	\80
----- 5.2.4 旅游动机的激发	\83
▶ 6 旅游者的态度	
▶ 6.1 态度的基本理论	\93
----- 6.1.1 态度的含义	\93
----- 6.1.2 态度的特性	\94
----- 6.1.3 态度的形成	\95
▶ 6.2 态度与旅游行为	\97
----- 6.2.1 态度与旅游行为的关系	\97
----- 6.2.2 态度与旅游决策	\98
----- 6.2.3 态度与旅游偏爱	\98
▶ 6.3 旅游者态度的改变	\100
----- 6.3.1 态度改变的形式	\100
----- 6.3.2 态度改变的方法	\100
▶ 7 旅游者的学习	
▶ 7.1 学习与旅游者	\107
----- 7.1.1 学习的含义	\107
----- 7.1.2 学习对旅游者的作用	\107
----- 7.1.3 旅游者的学习内容	\109
▶ 7.2 旅游者的学习规律	\110
----- 7.2.1 行为学习理论	\110
----- 7.2.2 认知学习理论	\112
▶ 7.3 旅游者学习规律的运用	\114

-----	7.3.1 学习规律的基本运用	\114
-----	7.3.2 行为学习理论的运用	\115
-----	7.3.3 认知学习理论的运用	\117
●	8 社会环境与旅游行为	
→	8.1 旅游活动的社会环境分析	\125
-----	8.1.1 环境与社会环境	\125
-----	8.1.2 影响旅游行为的主要环境因素	\125
→	8.2 社会制度对旅游行为的影响	\127
-----	8.2.1 社会政治制度对旅游行为的影响	\127
-----	8.2.2 社会经济制度对旅游行为的影响	\128
-----	8.2.3 社会法律制度对旅游行为的影响	\131
→	8.3 社会文化对旅游行为的影响	\132
-----	8.3.1 文化的含义及特征	\132
-----	8.3.2 文化对旅游行为的影响	\134
→	8.4 社会分工对旅游行为的影响	\139
-----	8.4.1 社会阶层的划分依据	\140
-----	8.4.2 不同阶层旅游者的行为表现	\141
●	9 社会群体与旅游行为	
→	9.1 群体对旅游行为的影响	\151
-----	9.1.1 群体的类型、结构及功能	\151
-----	9.1.2 群体对个体的影响	\153
-----	9.1.3 群体心理效应	\155
-----	9.1.4 相关群体及其影响力	\156
→	9.2 家庭对旅游行为的影响	\157
-----	9.2.1 家庭结构对旅游行为的影响	\157
-----	9.2.2 家庭决策对旅游行为的影响	\161
-----	9.2.3 家庭收入对旅游行为的影响	\164

9.2.4	家庭消费观念对旅游行为的影响	\165
▶ 9.3	家庭旅游群体的特点	\166
9.3.1	家庭作为旅游者的行为特点	\166
9.3.2	家庭变化趋势对旅游行为的影响	\167
▶ 9.4	几种典型群体的旅游行为特点	\167
9.4.1	少年儿童群体的旅游行为特点	\168
9.4.2	中青年群体的旅游行为特点	\168
9.4.3	老年群体的旅游行为特点	\168
9.4.4	农民群体的旅游行为特点	\169
▶ 10	旅游服务与心理	
▶ 10.1	旅游服务及其特殊性	\177
10.1.1	旅游服务的概念	\177
10.1.2	旅游服务的特殊性	\177
▶ 10.2	旅游者对旅游服务的心理要求	\180
10.2.1	对饭店服务的心理要求	\181
10.2.2	对交通服务的心理要求	\186
10.2.3	对购物服务的心理要求	\188
▶ 10.3	旅游服务的心理策略	\190
10.3.1	旅游饭店服务的心理策略	\190
10.3.2	旅游交通服务的心理策略	\197
10.3.3	旅游购物服务的心理策略	\198
▶ 11	导游与旅游心理	
▶ 11.1	导游在旅游活动中的作用	\207
11.1.1	导游对服务质量的影响	\207
11.1.2	导游对旅游资源的影响	\208
11.1.3	导游对游客行程的影响	\208
11.1.4	导游对产品销售的影响	\209

11.1.5	导游对国家利益的影响	\209
▶	11.2 导游对旅游者的心理影响	\210
11.2.1	导游对刚到异地旅游者的心理影响	\210
11.2.2	导游对行程中旅游者的心理影响	\210
11.2.3	导游对旅游者购物的心理影响	\214
11.2.4	导游对将要离开旅游地旅游者的心理影响	\214
▶	11.3 旅游者对导游服务的心理要求	\215
11.3.1	对导游兴趣的要求	\215
11.3.2	对导游能力的要求	\215
11.3.3	对导游性格的要求	\217
11.3.4	对导游意志的要求	\217
11.3.5	对导游情感的要求	\217
▶	11.4 导游服务的心理策略	\218
11.4.1	树立良好形象	\218
11.4.2	提供微笑服务	\219
11.4.3	正确使用语言	\219
11.4.4	把握旅游者心理	\222
11.4.5	为旅游者着想	\223
11.4.6	运用眼神魅力	\223
11.4.7	提供超常服务	\224
▶	参考文献	\228
▶	后 记	\230



绪论

本章学习目标

通过本章学习,一方面,明确旅游心理学的研究对象,认识旅游心理学的研究意义,了解旅游心理学的研究方法;另一方面,认清旅游心理学作为一门应用心理学的学科性质,对其所应用的心理学基本理论作以总体了解。

本章主要内容

1.1 旅游心理学的研究对象

1.1.1 研究对象

1.1.2 对旅游者的界定

1.2 旅游心理学的研究意义

1.3 旅游心理学的研究方法

1.4 旅游心理学的理论基础

1.4.1 关于普通心理学

1.4.2 关于社会心理学

重点与难点

旅游心理学的研究对象 旅游心理学的学科性质
旅游心理学的基本理论

