



高等院校旅游专业应用型系列规划教材

LÜYOU  
XINLIXUE

# 旅游心理学

程 瑞 洪二丽 主编



对外经济贸易大学出版社  
University of International Business and Economics Press

高等院校旅游专业应用型系列规划教材

# 旅游心理学

程 瑞 洪二丽 主 编  
汪 艺 赵海荣 副主编

对外经济贸易大学出版社  
中国·北京

## 图书在版编目 (CIP) 数据

旅游心理学 / 程瑞等主编. —北京: 对外经济贸易  
大学出版社, 2012  
高等院校旅游专业应用型系列规划教材  
ISBN 978-7-5663-0383-7

I. ①旅… II. ①程… III. ①旅游心理学 - 高等学校  
- 教材 IV. ①F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 160343 号

© 2012 年 对外经济贸易大学出版社出版发行

版权所有 翻印必究

## 旅游心理学

程 瑞 洪二丽 主编

责任编辑: 李晨光

---

对外经济贸易大学出版社

北京市朝阳区惠新东街 10 号 邮政编码: 100029

邮购电话: 010-64492338 发行部电话: 010-64492342

网址: <http://www.uibep.com> E-mail: [uibep@126.com](mailto:uibep@126.com)

---

山东省沂南县汇丰印刷有限公司印装 新华书店北京发行所发行

成品尺寸: 185mm × 260mm 15.25 印张 353 千字

2012 年 8 月北京第 1 版 2012 年 8 月第 1 次印刷

---

ISBN 978-7-5663-0383-7

印数: 0 001 - 5 000 册 定价: 31.80 元

# 高等院校旅游专业应用型系列规划教材

## 编写委员会

编委会主任：汪源浩

编委会成员(按姓氏笔画排序)：

|     |     |     |     |     |
|-----|-----|-----|-----|-----|
| 尹俊  | 王乃举 | 王祥武 | 王琴  | 韦国平 |
| 甘光生 | 刘涵  | 刘葆  | 孙敬华 | 江洁  |
| 齐炜  | 宋国强 | 张显国 | 张宽胜 | 李茂龙 |
| 李雪  | 汪源浩 | 沈东生 | 邵娟  | 陈艳  |
| 陈雪芬 | 孟庆超 | 胡浩  | 胡戴新 | 钟晓鹏 |
| 桂佳  | 袁维海 | 程瑞  | 谭青  |     |

## 总序



在世界经济飞速发展的今天,旅游业是世界经济中发展势头最强劲、规模最大的产业之一。我国已经成为全球规模最大的国内旅游市场、亚洲最大出境客源国和最活跃的国际旅游市场,2010年我国首次成为世界第三大旅游目的地国,实现了由旅游资源大国到世界旅游大国的历史性跨越。整合旅游教育资源,加强专业建设,深化教学改革,提高教育水平,为旅游业输送更多高素质人才,是旅游院校的基本任务,也是促进旅游业持续快速健康发展、实现世界旅游强国宏伟目标的战略措施之一。

为了适应旅游业的发展、培养高端技能型人才,也为了满足学校更新旅游教育教材的迫切需要,加强旅游专业教材建设是改善和提高旅游教育水平的当务之急。为此,对外经济贸易大学出版社安徽信息中心自2011年10月份起就开始精心策划、组织,在广泛征求高职高专院校旅游专业的专家、学者、学生以及旅游业界专业人士对旅游专业教材建设的意见与建议的基础上,成立了“高等院校旅游专业应用型系列规划教材”编写委员会,研究审核高职高专旅游专业教学内容和规律,统一明确高职高专教材的指导思想、体系结构、职业要求、格式特色、编写标准、编者资格、选用程序等,以之来规范教材的编写和选用。本套“规划教材”的作者中既有直接从事旅游专业一线教学和科研工作的教授、学者和“双师型”教师,执教的课程很多都是省级、校级的精品课程或重点课程,有着丰富的理论基础和教学经验,也有长期任职于旅游主管部门以及大型旅游企业的领导、业务骨干,具有丰富的管理实践经验。

本套“高等院校旅游专业应用型系列规划教材”是2011年中央财政支持高等职业学校提升专业服务能力项目的建设成果,教材编写主要体现如下特色:

### 1. 在体例上打破传统教材固定的结构体系

每章根据教学内容设置了“任务介绍”、“任务分析”、“任务实施”等模块,从介绍完成任务的思路、技能点和知识点开始导入新课,每章都穿插图表、相关知识,章后还附有归纳总结、拓展提高、练习或实训,锻炼学生的实际操作能力,以突出旅游专业应用性、实践性的特点。

### 2. 在形式和文字等方面满足高职教育教和学的需要

针对高职学生抽象思维能力较弱,书中都配有一些图示,并结合旅游产业的最新案例来分析,做到图文并茂,激发学生的学习兴趣,加强学生对内容的理解和掌握。

### 3. 注意突出教材内容的技能性特点

对于理论部分,运用形象化的语言使抽象的理论更易于被学生认识和掌握,同时注



重介绍旅游业界的最新动态和趋势；对于实践性内容，每小节通过设计较简单的工作任务或项目，依照实际工作流程或模块循序渐进来完成，由此整章内容就完成了—个较复杂的任务，突出了旅游教材的实用性、实践性。

#### 4. 注重校企联合开发教材

在编写教材时邀请了相关旅游企业的专家或资深从业人员来共同研究开发，实现理论学者与—线专家的紧密结合，反映了旅游企业生产岗位的最新技术和最新要求，也有利于学生“双证书”的获取，适应学生未来进步的需要。而且，不同教材编写人员之间可加强了解、沟通和协作，在不同教材之间统筹兼顾，避免了内容的重复和交叉。此外，通过校企合作编写实训教材，促进了旅游学校和旅游企业间其他方面的合作发展，例如建立或深化校外实习基地合作、促进教师“双师型”建设等。

本套教材的编写得到了省市旅游主管部门、旅游企业及兄弟院校和企事业单位的大力支持与帮助，他们是：安徽中澳科技职业学院、安徽国际商务职业学院、安徽财贸职业学院、安徽经济管理学院、安徽工业经济职业技术学院、芜湖职业技术学院、安徽国防科技职业学院、亳州职业技术学院、安徽粮食工程职业学院、安徽三联学院、安徽涉外经济职业学院、万豪国际集团、安徽好之旅国际旅行社、安徽环球国际旅行社、安徽塞纳河畔酒店集团等。对此，编委会表示真挚的感谢。

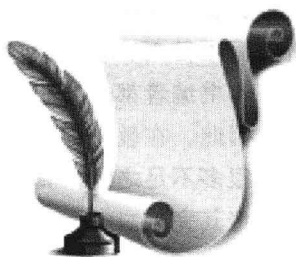
本套教材可作为高等职业院校、高等专科院校、高等本科院校旅游专业学生用书，也可供五年制高职院校、中等职业技术学校及其他需要了解旅游产业的人员使用，还可作为政府旅游管理部门和科研机构、旅游培训机构以及有志从事旅游行业人员的参考资料。我们真诚地希望旅游教育界的专家学者以及使用这套教材的老师 and 学生们能及时提出批评和建议，使这套教材不断得到完善，更适应旅游教育改革的需要。

本套教材的编纂出版，从选题的确定到教材的出版，对外经济贸易大学出版社提供了许多有见地的建议，同时也得到了有关专家学者的鼎力相助，在此深表谢意！

编委会

2012年5月

# 前言



《旅游心理学》是高等院校旅游专业应用型系列规划教材编委会组编的系列教材之一。

本教材主要针对高职高专旅游专业学生，内容设计上突出实用性，通过实例与实训内容，培养学生分析、解决实际问题的能力。在理论上以“够用、必须”为原则。其具体特色如下：

## 1. 突破传统模式，采用项目式编写体例

以体例定位编写模式，确定编写内容重点。传统章节式教材往往容易导向纯粹的理论讲述，而项目式理论上以“够用、必须”为原则，突出实际问题的分析内容，是比较综合的技能组合。

## 2. 理论为辅，现实为主

各项目内容编写广泛参阅、认真研究心理学理论成果，并将其放在现实意义上考量，精选部分用于实际问题的分析。在编写过程中，始终坚持理论是为现实服务的，避免理论艰涩和累赘。

## 3. 针对实际问题的典型案例

教材中案例突出了两大特点：一是时间性，案例都选自近几年发生的事；二是实用性，针对项目下具体任务，选取典型案例探讨，发现问题、分析问题或引导解决问题的思路、方法。

## 4. 注重练习与实训内容的设计

练习与实训设计，以思考方式让学生复习巩固项目内容及分析重点问题，以案例分析、实训操作培养学生解决实际问题的能力。

## 5. 丰富的当前旅游信息资料

教材内容紧密联系实际，针对旅游是一种时代性和变化性较强的活动的特点，项目中在案例材料和扩展资料中纳入丰富的当代旅游市场信息，让同学们能够充分掌握当前旅游市场特点和旅游业发展特点，并形成关注旅游动态的学习习惯，从而为将来进入旅游业分析市场，利用市场做足准备。

本教材由安徽经济管理学院旅游管理系程瑞副教授和洪二丽老师担任主编，安徽粮食工程职业学院汪艺老师和安徽经济管理学院赵海荣老师担任副主编，具体分工为程瑞负责编写项目七、项目九；洪二丽负责编写项目二、项目三；汪艺负责编写项目四、项



目五；安徽经济管理学院赵海荣负责编写项目一、项目八；安徽财贸职业学院李杉杉负责编写项目六、项目十。

本书编者都是高职高专院校一线教师，深知一本好的旅游心理学教材对教学的重要性，因此，在教材编写过程中，本着求实、求索的态度坚持向这个方向努力，但仍难免存在很多不足之处，真诚地希望使用本教材的老师和同学们批评、指正，帮助我们在修订时将其完善。

编 者

2012 年 5 月



# 目 录

|                     |       |
|---------------------|-------|
| 项目一 旅游心理学概述         | / 1   |
| 任务一 了解旅游心理学研究理论基础   | / 1   |
| 任务二 掌握旅游心理学研究对象及意义  | / 5   |
| 项目二 旅游决策及影响因素       | / 23  |
| 任务一 了解旅游决策行为        | / 23  |
| 任务二 掌握影响旅游决策的社会因素   | / 28  |
| 项目三 旅游者的需要和动机       | / 43  |
| 任务一 掌握旅游需要相关知识      | / 43  |
| 任务二 掌握旅游动机的激发       | / 50  |
| 项目四 旅游者的感觉和知觉       | / 65  |
| 任务一 了解旅游者的感觉和知觉     | / 65  |
| 任务二 掌握社会知觉的误区       | / 78  |
| 任务三 掌握旅游知觉          | / 82  |
| 项目五 旅游者的情绪情感        | / 93  |
| 任务一 了解旅游者的情绪和情感     | / 93  |
| 任务二 掌握旅游者情绪情感的激发与控制 | / 106 |
| 项目六 态度与旅游决策         | / 115 |
| 任务一 掌握态度与旅游决策       | / 115 |
| 任务二 掌握如何改变旅游态度      | / 124 |
| 项目七 旅游者的个性          | / 135 |
| 任务一 了解个性结构与旅游决策     | / 135 |
| 任务二 掌握旅游者个性特征与旅游行为  | / 139 |
| 项目八 酒店服务心理          | / 155 |
| 任务一 了解旅游服务工作        | / 155 |



任务二 掌握酒店服务心理 / 162

项目九 旅行社服务心理 / 183

任务一 掌握导游的服务心理 / 183

任务二 掌握旅游过程服务心理策略 / 192

项目十 旅游管理心理 / 205

任务一 了解管理者与员工 / 205

任务二 掌握人际交往的艺术 / 209

任务三 掌握员工心理激励的方法 / 215

任务四 掌握心理危机与心理保健 / 221

参考文献 / 230

## 项目一

# 旅游心理学概述

随着中国经济的迅速发展,旅游业已构成我国第三产业的重要组成部分。旅游活动是人的活动,包含着人的多种心理因素,是最富有人性特征的社会活动,而旅游业的发展也迫切需要系统、深入地研究旅游活动中各种复杂的心理现象,为发展旅游业、提高旅游服务,提供心理学依据。

**任务一** 了解旅游心理学研究理论基础

**任务二** 掌握旅游心理学研究对象及意义

## 任务一 了解旅游心理学研究理论基础

### 任务介绍

介绍旅游心理学的重要性;  
介绍旅游心理学的起源和发展。

### 任务分析

旅游心理是什么?旅游心理学研究哪些问题?能为旅游业提供什么指导?这些是旅游心理学要解决的首要问题。本任务需要同学们熟悉旅游心理学的基本知识,掌握旅游心理学理论基础和研究方法。

### 任务引入

#### 由不成功的案例引起

美国旅游经营部门曾经为了开拓英国旅游市场,对英国人进行了调查,问他们在决定去美国访问的时候,他们考虑的最重要的因素是什么?英国人毫不犹豫地回答:“费用”。根据这项调查,美国人在英国展开了一场昂贵的广告宣传。广告说:“去美国旅游,一天只要15美元,就能观赏美国。”按照原先设想,该广告本应带来成千的新游客,但实际只去了数百名。

通过深层次心理调查,美国旅游部最后发现,表面上,英国人认为费用是个很大的



障碍,实际上,他们真正害怕的是在美国可能看到的那些东西——高大的摩天大楼、复杂的公路系统、令人毛发悚然缺乏感情的消费经济;更担心的是英国的休闲宁静正遭到破坏,在步美国的后尘,也许几年或几十年后,英国将变成美国。在得知英国人这一心理后,美国改变了宣传的内容,大力宣传科罗拉多大峡谷、尼亚加拉大瀑布、黄石公园等自然风光,这种基于英国人旅游心理的广告宣传取得了成功,吸引了众多的英国游客。

(资料来源: <http://www.jidiao.net/space-251-do-blog-id-5444>)

评析:游客在作出旅游决策时,关心哪些问题?人们有了旅游需要和动机,就一定外出旅游吗?怎么能让游客到一个景区重复旅游,如何提供旅游者满意的旅游服务等问题的回答,离不开旅游心理学知识。

## 任务实施

### 一、旅游业的发展需要心理学

在我国,旅游业是一个新兴行业,人们对于旅游业的认识也经过了一个不断深化的历程。在1978年以前,旅游业被当作一个文化事业来看待;1978年以后,旅游业被逐步认为是一个经济产业。旅游业与其他产业相比,具有很强的特殊性。

#### (一) 旅游业的工作对象是人

旅游是人类社会的一项活动。古代只有少数人去从事这项活动。旅行者是为了政治、军事、宗教、经商、探险等需要外出旅行。如我国西汉的张骞,唐代的玄奘和鉴真和尚,西方的马可·波罗都是历史上著名的旅行家。那时的旅行条件非常艰苦,交通不便,住宿简陋,还没有形成旅游者服务的行业。

旅游作为一种服务性的行业却是近代才出现的。随着经济和文化的发展,科学技术的进步、人类的物质和精神需求相应达到了新的水平。现代交通工具的出现大大缩短了时间和空间的距离,现代饭店业的发展极大地改善了人们外出旅游的食宿条件,为旅游的发展提供了便利,使越来越多的人有条件、有可能参加旅游活动。旅游人数的大量增加,促使了一种新行业的问世,那就是为旅游者提供各种服务的旅游业。

旅游业的性质决定了当它出现于人类社会时,就围绕着其如何更好地为旅游者服务这一根本问题开辟了自己的道路。从事这一行业的经营者、服务者总是以通过招徕、接待旅游者,组织旅游活动,为旅游者提供食、宿、行、游、购、娱等优质服务并取得赢利为其宗旨。旅游者也因经营者为其提供安全、方便、舒适和愉快的服务而获得生理和心理上的满足。因此,旅游业的工作对象不同于工农业等物质生产的产品,而是有血有肉的活生生的人,是来自四面八方的、形形色色的、具有不同心理过程和不同个性心理的旅游者。

旅游业的经营者和服务者只有懂得旅游工作的特殊性,了解旅游者的心理特点,才能为自己的工作对象提供优质的服务,才能显示旅游业强大的生命力。

#### (二) 旅游业的发展需要心理学

心理学是一门研究人的心理现象及其规律的科学,旅游业的工作对象也就是心理学



的研究对象,两者之间的密切联系,能有效地促进旅游业的发展。随着世界经济的发展和人们生活水平的提高,旅游已经成为人们休闲度假的主要选择方式之一。旅游业也已经成为一些国家和地区国民经济的重要组成部分。旅游业的发展是这些国家和地区繁荣经济、赚取外汇、解决就业问题的重要渠道,同时也是各国、各地区人民之间友好往来的重要途径。但世界各国、各地区旅游业的发展是不平衡的,有些国家的旅游业相当发达,旅游者甚至超过了本国的人口数,在国民经济中占举足轻重的地位;有的国家则在一度兴旺后又出现衰退。其原因虽然是多方面的,但主要是心理方面的问题,如是否从各方面深入研究了旅游者的心理,然后针对旅游者的心理特点开展宣传工作,迎合旅游者的心理需求。

## 二、旅游心理学的起源和发展

1841年,英国的木材商人托马斯·库克开办了世界上最早的近代旅游业务。他包租了一列火车,运载540人去参加一次禁酒大会。库克在旅游业务方面还有许多创新,比如,他组织了最早的团体旅游,设置了最早的导游员,编印了《旅游手册》。他不仅组织以娱乐、宗教为目的的旅游,还组织了以参观博览会为目的的旅游,试图发挥旅游的文化和教育功能。正因为如此,托马斯·库克被公认为是第一个真正的专职旅游代理商和近代旅游业的创始者。

1879年,德国著名的心理学家冯特创立了世界上第一所心理实验室,标志着心理学正式成为一门有自己独立的研究对象和独特的研究方法的学科,从此,心理科学开始突飞猛进地发展起来。这两件相距38年而又似乎毫无联系的事情,却在一个世纪后一起成为一门新的心理学分支学科——旅游心理学。为什么旅游业会与心理学发生联系并由此形成一门新的学科呢?这要从旅游业的形成和发展谈起。旅游活动并非始于今日,中外历史上都有很多关于旅行活动的记载。例如,我国西汉的司马迁20岁就开始漫游全国,为写作《史记》积累资料;明代的徐霞客周游全国,写下有重要科学、历史和文学价值的《徐霞客游记》;意大利的马可·波罗游历中国;哥伦布环球航行;英国的达尔文也曾进行过为期5年的探险考察旅行,在旅行中搜集的科学资料证据导致了生物进化论的诞生等等。然而,旅游成为一种社会行业则是从库克时代才开始的。

20世纪50年代以后,旅游业得到了飞速发展。这首先是由于世界经济、科学技术、交通运输和文化的迅速发展;其次是由于旅游业得到各国政府的重视和鼓励;再次是由于上述社会、经济原因造成了人们心理上的变化,认为旅游是人们重要的精神享受,是现代文明生活的一个标志;此外,现代化大工业日益发展,加快了生活节奏,城市环境污染严重,工作紧张单调,人们承受着巨大的压力,这种状况也促使人们在紧张的工作之后,离开“水泥森林”外出旅游,以消除身心疲劳。其他如家庭结构变小、教育水平提高、旅游宣传的刺激等因素,也是旅游日益普及的原因。

总之,旅游活动已成为人民群众物质文化生活中不可缺少的内容之一。从中也可以看出,心理因素对旅游业的发展起着重要作用。

每一门新的学科都是适应客观的需要而出现的。探讨旅游活动中的心理现象,几乎在旅游业形成之时就开始了。许多旅游管理人员和服务人员从实践中注意到了心理因素



在旅游服务中的作用,开始探索针对旅游者心理搞好服务工作的措施,积累了大量经验素材,只是缺乏系统的理论论证和深化。随着旅游业的发展,心理学家、不少其他领域的学者逐渐开始从不同的角度来研究旅游心理。同时,旅游业本身的发展也迫切要求系统、深入地研究旅游活动中各种复杂的心理现象,为发展旅游业、提高旅游服务质量和效率、培养优秀的旅游从业人员提供心理学依据。在这种背景下,旅游心理学应运而生了。

旅游心理学作为心理学的一门分支学科,它是以研究旅游活动中人们(包括旅游者、旅游从业人员)的心理活动和旅游条件中的各种心理现象及其规律为主的科学。在旅游过程中,旅游者及潜在旅游消费者需要什么,他们在想什么,他们怎么娱乐,个体和群体对旅游消费决策所产生的影响,旅游决策是如何做出的,影响旅游行为及心理的环境因素,判断导致旅游者满意或不满意的原因……旅游心理学就是试图解决上述问题的。旅游心理学尽管还很年轻,但它的作用和意义已开始为人们普遍承认和重视,它的各种理论观点在旅游业研究中正在得到应用。在我国的旅游事业中,旅游心理学也应该,而且必然会发挥日益重要的作用。



### 案例1-1

新加坡一无奇特的自然风景,二无著名的历史古迹,全国人口约316万。但2004年新加坡的入境旅游者创下830万人次的纪录,旅游收益达到96亿新加坡元。新加坡十分重视调查研究各类旅游者的心理,并采用各种方式展开宣传攻势,不遗余力地推广新加坡。为了在中国推广新加坡,新加坡旅游局在北京、上海和香港等城市成立了办事处,负责广告和宣传工作。新加坡政府鼓励国民使用华语,以使新加坡能够成为中国旅游者宾至如归的旅游胜地。新加坡还以低廉的飞机票价把旅游者吸引入境,然后在各方面想方设法延长旅游者的逗留时间,让旅游者多消费。如配合新加坡国庆节推出“狂欢新加坡”活动,活动期间,凡在当地旅行社报名参加在新加坡至少停留三晚的旅游线路的中国公民,前1000名将会获得新加坡旅游局送出的狂欢新加坡购物礼券一份,价值新币100元(折合人民币近500元),去新加坡最大的现代化商场——新达城购物中心尽情购物。新加坡还以高大的热带树、翠绿的草坪、盛开的鲜花、清洁的环境迎接旅游者。那里的飞禽公园、动物园和植物园更是独具匠心。新加坡以其高质量的服务,处处给旅游者以舒适、愉快的感觉。

**分析:**影响旅游业的发展虽然有多种因素,如通货膨胀、石油危机和政治动乱等,但在一般情况下,人为的因素是主要的,其中包括政府和地方的积极性,旅游资源的开发和利用,旅游设施的改善,尤其是旅游服务质量的提高,无不体现着人的心理因素。又如旅游交通、食宿、游览等方面,怎样使旅游者感到舒适、满意;怎样使旅游者觉得不虚此行,对旅游留下难忘的印象,并有再次前来旅游的愿望,都需要从心理学方面去研究和探索。因此,旅游业的发展离不开心理学。

两千多年前,我国就有“仁者乐山,智者乐水”的说法,折射出人们出游的心理动机。旅游业形成之后,尤其是现代旅游业的发展,促使人们加强对旅游心理活动理论

的研究,总结旅游心理规律。从实践角度看,旅游的主体是人,即旅游者和旅游从业人员,要更好地发展旅游,为旅游者提供服务,就要知己知彼,既要研究旅游者的心理,也要研究从业者的心理,于是旅游心理学便应运而生。

## 任务二 掌握旅游心理学 研究对象及意义

### 任务介绍

介绍旅游心理学的概念;  
介绍旅游心理学的研究对象;  
介绍旅游心理学的研究内容和研究意义。

### 任务分析

目前,旅游心理研究已然成学。旅游心理学的含义是什么,主要研究对象有哪些?有何特点?本任务内容即分析、探讨相关内容。

### 任务引入

#### 费解的门票

在美国,发生过这样一个故事,某年的8月初,一对夫妇约上三位朋友一行五人去亚特兰大旅游。当他们到达石头山公园时,发现门票标价是6美元,乘坐园内的缆车、火车等其他游乐设施还要另外买票。

大家都认为缆车通到山顶。视野绝佳,胜过其他游乐设施,于是决定只坐缆车。当他们去售票窗口想买5张缆车票时,售票小姐亲切地告诉他们,缆车票每张16美元,但只能用于坐缆车一项,如果花7.5美元买一张Pass,可以玩遍园内所有的景点。

16美元只能玩一项,7.5美元却可以玩所有的游乐设施?一定是售票小姐说错了或者是把两项的价格说反了?他们这样猜测着。

当其中一位朋友正要请售票小姐重新说一遍时,反应较快的另一位朋友向他挤了一下眼儿,示意他不要再问,同时告诉售票小姐要5张Pass。

买好票后大家窃喜,挤眼的那位朋友说:“如果再问,售票小姐发现说错了,我们就买不成了。”虽然大家曾想到,明知售票小姐卖错了票而不明示有点不合适,但过了一会他们还是忘掉了内疚。

大家玩遍了所有的项目,花的时间比预计的多出了很多。原定到市内的中餐馆吃晚餐,结果也改在了公园内的餐饮部吃饭。亚特兰大城天气闷热潮湿,他们不停地买饮料喝,而且公园内又有很多工艺品店,大家几乎在每家店都流连许久,每个人都塞满了大包小包。

他们一直沉浸在占了很大便宜的喜悦之中,但因天色已晚,必须返回市区住宿。离



开公园前，为了求证票价，他们又特意来到售票处仔细查看窗口旁的价目表，令大家费解的是，票价表上的确写着：缆车票价 16 美元，Pass 7.5 美元，售票小姐并没有卖错票呀！

去停车场的路上，他们一行 5 人一直为这事儿纳闷，谁都说不出来所以然来，直到上车时大家把大包小包放到车里，感觉空间有点紧张时才恍然大悟。本来他们打算在公园里坐完缆车后回到亚特兰大城吃晚饭，并在市区逛街购物，这样，公园只能从他们身上赚到 16 美元的缆车费。但有了这张 Pass，他们便改在公园吃饭、喝饮料、购物，平均每人消费 70 美元~80 美元。Pass 和缆车票之间虽然有 8.5 美元的差额，但他们却在餐馆和礼品店里获得了 10 倍于此的营业额，用多获的利润去弥补两张票的差额绝对绰绰有余。大家想一想，Pass 的价钱本就是 7.5 美元，公园经营者故意在旁边加上缆车 16 美元的价格，使游客自以为占了便宜都购买 Pass，这和把一件物品的标价加倍后再半价出售又有什么两样呢？真正聪明的不是买主，而是卖方。

（资料改编自：田戈. 改变世界的 100 个营销故事. 北京：朝华出版社，2004.）

**评析：**从事经营活动必须研究消费者的心理，上述故事就是抓住了游客想占便宜的心理，并且设法延长游客在经营区逗留的时间。只要客户肯付出时间，经营者就有机会捞回成本，甚至可以大赚一笔。

## 任务实施

### 一、旅游心理学的概念

旅游心理学是旅游学与心理学相互交叉的边缘学科，也算是心理学家族的一位新成员，它是把心理学的相关研究成果和有关原理及研究方法运用到分析、了解旅游这一现象而产生的新兴应用学科，是心理学的研究成果与一般原理在旅游领域的应用与发展。旅游心理学主要研究旅游过程和组织中的个体行为、群体行为和领导行为，目的在于提高旅游企业员工的职业素质，增加旅游企业的经济效益。旅游心理学最初产生于发达国家，被介绍到中国只有十几年的时间。虽然近些年也有了一些研究成果，但积累仍不够丰厚，所以说旅游心理学还是一个很年轻的学科。

西方早在 20 世纪 70 年代就使用了旅游心理学的概念，但其内涵至今没有明确界定。我国以旅游心理学为题的论著几乎都有旅游心理学的定义，流行的观点主要有两种：一种观点主张，旅游心理学是心理学的分支，是将心理学原理运用到旅游工作而形成的新学科。如屠如骥等认为：“旅游心理学是心理学的分支学科，属于应用心理学，是将心理学的研究成果及其一般原理运用到旅游工作而形成的一门新兴学科。”另一种观点主张：旅游心理学是心理学原理在旅游领域的应用，是研究旅游者心理和行为的科学。如贾静等认为：“旅游心理学是研究旅游者心理现象发生和发展规律的科学，是心理学基本原理在旅游领域的应用。”

### 二、旅游心理学研究对象及内容

旅游心理学主要研究旅游消费心理、旅游服务心理和旅游企业员工心理。这三方面





内容构成了旅游心理学的主体。作为旅游专业的学生和旅游从业人员学习旅游心理学,主要是研究旅游者的旅游心理与旅游行为的发生、发展及其变化规律。旅游这一现象本身是一种复杂的社会、经济、文化和心理现象的综合,通常旅游心理现象不能单独存在,而是与旅游的其他方面交织在一起的,所以研究旅游心理学既复杂又有一定的难度。

### (一) 旅游消费心理

人们的旅游消费行为是在其消费心理支配下发生的,因此,了解旅游者消费心理的发生、发展及变化规律是非常必要的。传统的心理学已经为此提供了较为成熟的研究模式。美国心理学家勒温(Kurt Lewin)提出,任何行为或其他心理事件既取决于个体的状态,也取决于环境,虽然个体和环境的相对重要性在不同个案中有所不同,但他认为个体的行为或其他心理事件是个体与环境的函数,这可以用下列数学公式来表达: $B = F(P, E)$ 式中,B表示行为(behavior);P表示个体(person);E表示环境(environment);F为函数(function)。

勒温通过上面的行为公式说明,人的行为受两大因素的影响,一个是旅游者个体的情况,另一个是旅游者所处的环境,人的行为就是其个体情况和所处环境的函数。旅游者个体的情况,就是他的生理因素和心理因素。在研究旅游行为的规律时,可以把对旅游者个人心理因素的探讨作为最有价值的切入点,每个人的心理都具有与他人不同的特点,因而形成相互之间在心理因素上的差别。由于这种差别的影响,使得人们在面对相同的旅游条件时可能会产生不同的反应:有的产生旅游行为,有的不产生旅游行为;有的产生这样的旅游行为,有的产生那样的旅游行为。另外,环境也是影响人的行为的另一个重要因素,人的行为取决于人的个体和外部环境两者力量的对比和相互作用。所以,一方面要探讨旅游者的个体因素(即生理因素和心理因素)对旅游行为的影响,另一方面还要探讨旅游者所处的外部环境对旅游行为的影响。

前面所讲的生理因素是指旅游者个体的性别、年龄、身高、体重、身体健康状况等具体因素;心理因素是指旅游者个体的心理现象。两者都是旅游行为的重要影响因素,同时对旅游行为发挥作用。例如,探险旅游就和旅游者的诸多身心条件有关,如身体健康状况、兴趣、态度、需要、动机、意志、能力、价值观等,都会对探险旅游产生这样或那样的制约作用。上述公式中的环境包括物理环境、社会环境和心理环境。物理环境是指旅游者所在地点的实际环境,如所在的公园,公园所在的城市,城市所在的国家。社会环境是指旅游者与其他人的关系,个人的地位、人格、职业、事业心、梦想、渴望等。心理环境是指旅游者头脑中的环境,即旅游者对物理环境和社会环境的主观反映,它直接对旅游行为发挥影响作用,而物理环境和社会环境属间接因素,必须通过心理环境才能发挥作用。因此,在旅游行为研究中,一方面要准确把握旅游者所处的可能影响旅游行为的客观环境;另一方面应该更加重视旅游者本人对这些客观环境因素的认识、理解和评价。

研究旅游心理学,就是要探讨旅游者的旅游消费心理,探讨旅游行为产生的规律,探讨旅游者的旅游知觉、旅游动机、旅游态度、旅游者的人格、旅游者的情感以及旅游审美心理等,了解心理因素对旅游行为的产生、选择和旅游心理效果的影响。对于旅游