

21世纪高等职业技术教育规划教材

< 经管类 >

21 SHIJI GAODENG ZHIYE JISHU JIAOYU GUIHUA JIAOCAI • JINGGUANLEI

消费心理学

XIAOFEI XINLIXUE

主 编 姜玲玲
副主编 谢兰璋 黄文英



西南交通大学出版社
[Http://press.swjtu.edu.cn](http://press.swjtu.edu.cn)

策划编辑 秦 薇 郭发仔
责任编辑 王 婷
特邀编辑 秦 薇

Design 书装
Book 装

21世纪高等职业技术教育规划教材 < 经管类 >

统计基础

管理学原理

经济法

经济学基础

市场营销学

财务管理

消费心理学

人力资源管理

基础会计

现代企业管理

经济数学基础

公共关系

经济应用文写作

国际结算

国际贸易理论与实务

会计学原理

经济管理专业英语

ISBN 978-7-81104-840-7



9 787811 048407 >

定价: 28.00元

21 世纪高等职业技术教育规划教材·经管类

21 Shiji Gaodeng Zhiye Jishu Jiaoyu Guihua Jiaocai · Jingguanlei

消费心理学

主 编 姜玲玲

副主编 谢兰璋 黄文英

编 委 平 怡 李英宣

卢文阳 付 颖

徐 敏

西南交通大学出版社

· 成 都 ·

图书在版编目 (C I P) 数据

消费心理学 / 姜玲玲主编. —成都: 西南交通大学出版社, 2008.8

21 世纪高等职业技术教育规划教材. 经管类

ISBN 978-7-81104-840-7

I. 消… II. 姜… III. 消费心理学—高等学校: 技术学校—教材 IV. F713.55

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 112439 号

21 世纪高等职业技术教育规划教材 · 经管类

消 费 心 理 学

主编 姜玲玲

责任编辑	王 婷
特邀编辑	秦 薇
封面设计	翼虎书装
出版发行	西南交通大学出版社 (成都二环路北一段 111 号)
发行部电话	028-87600564 028-87600533
邮 编	610031
网 址	http://press.swjtu.edu.cn
印 刷	四川森林印务有限责任公司
成品尺寸	170 mm × 230 mm
印 张	16
字 数	293 千字
印 数	1—3 000 册
版 次	2008 年 8 月第 1 版
印 次	2008 年 8 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 978-7-81104-840-7
定 价	28.00 元

图书如有印装质量问题 本社负责退换

版权所有 盗版必究 举报电话: 028-87600562

《21 世纪高等职业技术教育规划教材·经管类》

编 审 委 员 会

编写委员会委员 (以姓氏笔画为序)

于子元	王 川	王志伟	牛宏莉
王 奔	王明轩	平 怡	刘坤远
刘 涛	宋广群	李 平	李伟文
张丽萍	张昌生	陈泽远	吴明清
李祖志	张 健	陆 辉	吴慧媛
周云凌	易志清	郑学健	洪志鹤
姜玲玲	徐玉萍	唐希平	谢兰璋
谢和书	温国兴	蔺 琛	谭满益

审定委员会委员 (以姓氏笔画为序)

田秀群	刘丁毫	刘绍畅	杜亚敏
沈利剑	张应辉	邱国鑫	吴 适
李春明	李菊华	李福汉	周 华
罗建平	武智慧	饶绍伦	胡景德
郭江平	谈留芳	徐紫云	崔 萍
黄耀伍	程世平	韩方成	

内 容 简 介

本书介绍了消费心理学的基本概念和基本理论,系统地阐述了消费心理学的知识结构及其在经营领域中的应用。主要内容包括:消费心理学导论;消费者的心理活动过程;消费者的个性心理;消费者购买的心理活动;消费流行、消费习俗与消费心理;消费群体与消费心理;商品价格与消费心理;商品名称、品牌、包装与消费心理;商业广告与消费心理;商店环境布置的心理研究;消费沟通与消费心理和消费心理的新发展等。

本书构建了以学习目标、案例导读、本章小结、复习思考题、案例分析为内容的教材模式,适应以教师讲授、师生互动、提高技能为特点的现代新型教学法的需要。

本书既可作为高等职业技术学院经济管理类专业学生的教材,也可以作为成人教育、在职职工培训和自学的辅导教材。

前言

消费心理学是把普通心理学理论用于指导市场营销和商品销售实践,以探讨消费者在购买商品的过程中所显示的心理活动特点和规律的科学。在现代市场经济条件下,运用消费心理学所揭示的消费者心理活动特点和规律来制定科学的营销策略,促进商品销售,是生产企业和商家明智的选择。

消费心理学的理论研究和实践在西方发达国家早已开始,并出现了许多理论流派,这些无疑促进了西方发达国家商品经济的发展。随着我国社会主义市场经济体制的建立,市场竞争的加剧,营销活动的普遍开展,以赢得消费者信任和促进商品销售为特征的竞争潮流将波及整个经济领域,消费心理学的研究和运用必将提高到一个新的水平。

本书在内容上:一是突出了操作性,精选了大量实际案例,将心理学的基本理论和市场营销理论与实践相结合;二是内容合理,注重内容的系统性和实用性。

在编写过程中,本书注重理论和实践相结合,每章附有案例与复习思考题,有利于培养学生的逻辑思维能力和探索精神。本书在编写中还吸收了国内外最新的消费心理学的研究成果,参考了国内外大量有关教材、专著、案例和文献资料,书后列出了主要的参考文献,在此谨向原作者致以谢忱。

本书由武汉船舶职业技术学院姜玲玲担任主编并负责编写提纲、统稿和定稿;武汉船舶职业技术学院谢兰璋、黄文英担任副主编;长江职业学院平怡、李英宣、卢文阳、付颖参加编写;武汉交通职业学院徐敏参加编写。具体分工如下:姜玲玲编写第一章、第二章和第四章;谢兰璋编写第三章、第五章;平怡编写第六章;李英宣编写第七章;卢文阳编写第八章;付颖编写第九章;黄文英编写第十章、第十二章;徐敏编写第十一章。

由于编者水平有限,加之时间仓促,本书难免存在疏漏,欢迎广大读者提出宝贵意见和建议。

姜玲玲

2008年6月

目 录

第一章 消费心理学导论	1
第一节 心理学概述	1
第二节 消费心理学的研究对象和研究内容	7
第三节 消费心理学的研究方法	10
第四节 研究消费心理学的意义	14
本章小结	18
复习思考题	18
第二章 消费者的心理活动过程	21
第一节 消费者对商品的认识过程	22
第二节 消费者的情感过程	35
第三节 消费者的意志过程	39
本章小结	42
复习思考题	43
第三章 消费者的个性心理	46
第一节 个性心理概述	47
第二节 消费者的气质、性格、能力与购买行为	49
第三节 消费者的需要、动机、兴趣与购买行为	58
本章小结	71
复习思考题	71
第四章 消费者购买的心理活动	73
第一节 消费者需要	73
第二节 消费者购买动机	83
第三节 消费者购买行为	89
第四节 消费者购买决策	96
本章小结	100
复习思考题	101

第五章 消费流行、消费习俗与消费心理	103
第一节 消费流行及其分类	103
第二节 消费流行规律与消费心理导向	107
第三节 消费习俗与消费心理	112
本章小结	117
复习思考题	118
第六章 消费群体与消费心理	120
第一节 消费群体概述	120
第二节 不同消费群体的心理分析	123
第三节 相关团体消费心理的影响分析	134
本章小结	137
复习思考题	138
第七章 商品价格与消费者心理	140
第一节 商品价格概述	141
第二节 消费者的价格心理	147
第三节 企业制定商品价格的心理策略	149
本章小结	154
复习思考题	155
第八章 商品名称、品牌、包装与消费心理	157
第一节 商品名称与消费心理	158
第二节 品牌与消费心理	161
第三节 包装与消费心理	167
本章小结	170
复习思考题	171
第九章 商业广告与消费心理	173
第一节 商业广告概述	173
第二节 广告设计与消费心理	177
第三节 广告媒体选择与传播策略	182
本章小结	187
复习思考题	188
第十章 商店环境布置的心理研究	190
第一节 商店招牌命名和橱窗设计的心理研究	190
第二节 商店内部陈设与消费心理	199

本章小结	206
复习思考题	207
第十一章 消费沟通与消费心理	210
第一节 销售服务	211
第二节 销售关系与消费心理	218
第三节 拒绝购买态度的分析与转化	221
本章小结	226
复习思考题	226
第十二章 消费心理的新发展	230
第一节 电子商务与消费心理	231
第二节 绿色消费与消费者心理	235
本章小结	240
复习思考题	241
参考文献	243

第一章 消费心理学导论

【学习目标】

- 了解心理学的一般知识，掌握心理的实质和研究内容
- 了解消费心理学的研究对象，掌握消费心理学的学科体系与研究内容
- 掌握消费心理学的研究方法，了解消费心理学发展的三个阶段

【案例导读】

“促销奇招”

国外有一家经营强力胶水的商店，由于位置不佳，生意很不景气。为了改变这种状况，促进产品销售，店主便在商店门口张贴了一张布告：“明天上午九点，将在此用本店出售的强力胶水将一枚价值4 500美元的金币贴在墙上，若有哪位先生（女士）能用手把它揭下来，这枚金币就奉送给他（她），本店绝不食言。”

第二天，商店被人群包围得水泄不通，电视台的录像车也开来了。店主从容地拿出一瓶强力胶水，大声重复布告中的承诺，接着用胶水在那块从金饰店定做的金币的背面涂上了薄薄的一层，略等片刻，便把它往墙上一贴。从第一个人充满信心地上去试试运气开始到最后一个人心犹不甘地下来为止，金币依然牢牢地贴在墙上。这一切都被录像机摄入镜头之中，达到了空前的效果。结果，这家商店名声大振，销量大增。

问题：1. 该商店是如何引起消费者注意的？

2. 分析商店促销成功的原因？

第一节 心理学概述

随着心理学知识的日益普及和人们认识观念的逐步提高，“心理学”一词，已经不再像过去那样是一个陌生而神秘的字眼了。但是，对于到底什么是心理学、心理学的研究内容以及心理的实质是什么等问题，还经常存在一些不正确或片面的理解，比较典型的例子如：有人认为，心理学就是心理咨询；有人认为，“研究心理”就是揣摩别人的所思所想，心理学家应该能透视眼前人的内心活动，和“算命先生”差不多；还有人认为，心理学是“伪科学”，是骗人的东西等。

因此,在学习消费心理学之前,有必要对科学的心理学知识先作一简要介绍。

一、什么是心理学

心理学是研究人的心理现象及其规律的一门科学。人的心理现象简称心理。提起“心理”一词,人们之所以经常感到神秘和玄妙,是因为心理现象不同于物理、化学现象,它没有形状、大小、气味,也没有重量,因而不容易被人们所了解。但是,心理现象是我们生活中最熟悉、最常见、最普遍的精神现象,也是自然界最复杂、最奇妙的现象之一,恩格斯曾把它誉为“地球上最美的花朵”。

(一) 心理过程

到底什么是心理或心理现象呢?以上课的情形为例,我们能够罗列出此种状态下各种各样的心理现象。当我们听到声音,看到光亮,进而知道声音是老师的讲课声,光亮是日光和灯光的融合时,感知觉现象便产生了。要记住一些重要的概念、原理,这又涉及记忆现象。而对教学内容的理解、对教师提问的思考则是思维现象。当教师讲到生动幽默之处,引发同学们会心的笑,这是情感现象的外露;而到了饥肠辘辘的时候,我们仍坚持听课,毫不松懈,这是意志现象的外显。我们能一边听课,一边思考,一边记录,这是注意的分配现象等。感知觉、记忆和思维等是对客观事物的认识活动,都是为了弄清客观事物的性质和规律而产生的心理活动。这种心理活动在心理学上被称为认识过程。

人在接触、认识客观事物的时候,并非是冷漠无情、麻木不仁的,而会出现喜、怒、哀、恐、惊等各种各样的情绪反应,产生依恋感、友谊感、道德感、理智感和审美感等情操体验,这在心理学上叫做情感过程。

人们不仅能认识客观事物,对它产生一定的感受,而且还能根据对客观事物及其规律的认识自觉地改造世界。但在改造世界的过程中,人们难免总会遇到一些不利因素,产生某些困难,但人们并不屈服,而是根据自我的认识程度确定行动,拟订计划、步骤,想方设法克服困难,达到预定目的。这种确定目标、想办法战胜困难、坚持达到目的的心理活动过程,叫做意志过程。

认识过程、情感过程和意志过程并不是彼此孤立的,而是相互联系、相互作用的。情感的发生与深化、意志行为的确定与执行都是以认识为基础的,而情感、意志又会反过来影响认识活动的进行和发展。同样地,情感也会对意志行为产生动力作用,良好的情感会使个体的意志努力得到更充分的发挥,而意志行为又有利于情感的丰富和升华,尤其是经历巨大的意志努力取得成功之

后,更使个体获得新的境界上的情感体验,产生质的飞跃。以上三个过程是作为统一的整体表现出来的,相互紧密地联系在一起。所以,心理学将它们统称为心理过程。可以这么说,心理过程就是人的心理现象的一个方面。

(二) 个性心理

人的心理现象的另一个方面是个性心理,包括个性心理特征和个性倾向性两个方面。

例如,生活中有的同学急躁,有的同学耐心,有的同学活泼好动,有的同学内向文静,这是出于不同的气质特点;有的同学处事冷静,有的同学易于感情用事,有的同学意志薄弱,有的同学意志坚强,这反映出不同的性格类型。至于有的同学聪明伶俐,有的同学相对迟钝;有的同学记忆力特好,有的同学创造力特强,这都是不同能力的表现。所有这些表现在人的气质、性格和能力等方面的特征,称为个性心理特征。

在日常工作和生活中,人们还表现出不同的个性倾向。如在购买行为中,有的人有这方面的要求,而有的人则有另一方面的要求,表现出人在需要方面的差异;有时,同样购买某种商品,有人出于这种考虑,而有人则出于另一种考虑,这是动机的差异;有人对这种商品有兴趣,有人对另一种商品有兴趣,这是兴趣的差异。人们在需要、动机、兴趣等方面的差异反映出一个人的个性倾向。

心理学所说的人的心理现象就是指人的心理过程和个性心理两个方面。其中,心理过程体现出人的心理活动的一般规律,即人的心理活动的共性或一致性;而个性心理则表现人们之间在心理活动方面的个性或差别。这两个方面密切联系,不可分割。一方面,个性心理是在各种心理过程中形成和发展的,并且通过心理过程表现出来。例如,人对商品的认识能力只有在认识商品的过程中,才能表现出认识能力的高低。另一方面,已经形成的个性心理对人的心理过程又有影响作用,如能力、性格等都能直接影响人们对事物认识的效率和深度,从而使得心理过程带上了浓厚的个性色彩。

(三) 心理学的研究对象

人的心理过程和个性心理是心理学研究的主要内容(见图1.1)。要研究人的心理现象,必须对心理过程和个性心理分别进行剖析;而要了解一个人的心理现象的全貌,则必须将这两方面综合起来加以考察。

总之,心理学就是研究人的心理过程发生、发展的规律,研究个性心理形

成和发展的过程,研究心理过程和个性心理相互关系的科学。

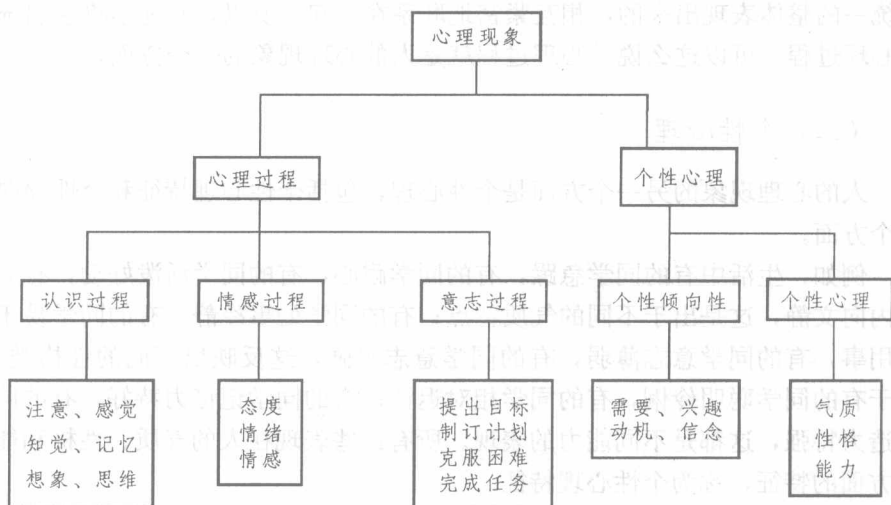


图 1.1 心理学的研究对象

二、心理的实质

人的心理现象究竟是怎么回事?心理的实质究竟是什么?概括地说,心理是人脑的机能,是在实践活动中人脑对客观现实的主观反映。可以从以下三方面加以理解。

(一) 心理是人脑的机能

在人类社会发展的历史上,对人的心理是由人身上的哪个器官产生的问题一直争论不休。最早的时候,人们把心理现象和灵魂现象联系起来,把心理视为灵魂。英语中“心理学”一词 Psychology 源于希腊语,意为“关于灵魂的学科”。而心理现象发生的物质基础往往被认为是人的内脏,尤其是与心脏有关,所以在我国一般反映心理现象的那些字词里大多含有“心”字部分,如“思”“想”“悲”“恋”“愁”“怒”“情”“恨”“忧”“慎”“粗心”“细心”“耐心”“心爱”“心烦”“心慌”和“心急”等都是“心脏说”的表现。

随着现代科学尤其是医学和解剖学的发展,人们认识到人的大脑皮层不仅具有与动物共有的第一信号系统,而且具有人类所独有的第二信号系统。这两种信号系统的协调活动,构成了人的心理活动。近代生理解剖学的大量资料证

明,人的心理和人脑的活动不可分割,人脑如果受到损害,心理活动必然遭到严重破坏。

因此,心理是人脑的机能,人脑是心理的器官。

(二) 客观现实是心理产生的源泉和内容

人脑只是为心理的产生提供了物质基础和自然前提。倘若一个人一生下来,或者在大脑尚未发育成熟前就离开了人类社会的客观现实,自然就产生不了人的心理。大量事实证明,人脑必须在客观事物的影响下,才能产生心理。

对人来说,客观现实包括自然环境和社会生活两大方面,而对人的心理起决定作用的是社会生活。1920年,在印度加尔各答东北山地的一个狼窝里发现的“狼孩”便是一个典型例子。由于“狼孩”从出生到8岁一直在狼群中生活,因而失去了人的心理,代之以狼的习性:用四肢行走,舔食扔在地上的肉,怕强光而夜视敏锐,害怕水,不愿洗澡,寒冷天也不肯穿衣,深夜号叫等。后经人化训练,2年学会站立,4年学会6个单词,到17岁临死时只具有相当于4岁儿童的心理发展水平。因为自小生活在狼群里,狼孩失去了社会生活条件,没有劳动工具,没有语言交际,没有获取人类知识、经验的可能性。尽管她是人,有人脑,具备了产生人的心理的前提条件,但她只是生活在与狼为伍的自然环境里,没有社会生活,因此也就不能产生人的心理。

此后,世界各地陆续发现了30多例由野兽在野地里抚育大的小孩。除“狼孩”外,还有“豹孩”“熊孩”“羊孩”“猴孩”。20世纪80年代,在中国还发现了“猪孩”,在英国发现了“狗孩”等。由于这些孩子脱离人类社会生活环境,刚发现他们时,都没有人的心理。可见,社会生活环境在产生人的心理方面起着决定性作用。离开了人类社会生活环境,即使具备了产生人的心理的物质前提——人脑,也不可能产生人的心理。

(三) 人的心理是客观现实的主观反映

虽说人的心理是客观现实的反映,但这种反映并不是死板地、机械地、被动地如同照相或照镜子一般的反映,而是积极能动地反映客观现实,即人对客观现实的反映都是经过人的主观世界的折射而最终形成的,因而同样的客观现实在不同的人身上会有不同的反应。例如,同样是面对一个人的微笑,有的人认为对方是恶意讽刺他而感到难过,有的人则认为对方是善意的、友好的而感到愉快。人对当前现实的每一反应,都是同他在长期实践中所形成的个性特点、知识经验、世界观等相联系的,都是同他当时的心理状况相联系的。因

此,不同的人(或同一人在不同的时间里)对同一外界影响的反应不尽相同。所以说人的心理是客观世界的主观映象。

总之,心理是人脑的机能,是客观现实在人脑中的主观反映。树立一个科学的心理观十分重要,这不仅有助于我们树立辩证唯物主义思想,而且有助于我们对一系列心理学问题以及心理学在教育 and 自我教育中的运用加以正确理解。

三、心理学的研究领域

心理学是一门古老而又年轻的科学。1879年,德国著名心理学家冯特在德国莱比锡创建了第一个心理学实验室,开辟了对心理现象进行系统研究的先河。从此,心理学脱离哲学的“怀抱”,走上了独立发展的道路。

时至今日,心理学的研究领域正逐步扩大,现代心理学的研究范围已经涉及日常生活、经济贸易、人才管理、文教事业、运动竞技、医疗保健和政治军事等人类社会活动的各个方面,进入了既高度分化又高度综合的发展阶段。从所涉及的研究领域来说,可粗略分为基础心理学和应用心理学两大类。

(一) 基础心理学

基础心理学研究的是心理科学中与分支心理学有关的基础理论和基本的方法论问题,以及心理发生和发展的基本问题,主要包括普通心理学、发展心理学、社会心理学、生理心理学、比较心理学和实验心理学等。这里主要介绍如下几门分支学科:

普通心理学是研究正常人心理活动的一般规律和心理学基本理论的科学,并按不同专题内容进一步细分为感觉心理学、知觉心理学、记忆心理学、思维心理学、情感心理学、动机心理学、意志心理学和个性心理学等。

发展心理学(又称为年龄心理学)是研究一个人生命全程中的心理发生、发展规律的科学,并按不同的年龄阶段又可以进一步细分为婴儿心理学、幼儿心理学、学龄心理学、少年心理学、青年心理学、成年心理学和老年心理学等。

社会心理学是研究个体或群体在相互交往中的社会心理现象及其发展规律的科学,并按不同层面又可以进一步细分为个体社会心理学、群体社会心理学等。

(二) 应用心理学

应用心理学研究的是如何把基础心理学所揭示出的一些基本规律应用于人类实践的各个方面,并进一步探索在各实践领域中心理活动的具体规律问题。由于人类的各种实践活动都涉及人的心理问题,因而应用心理学分支颇多。这