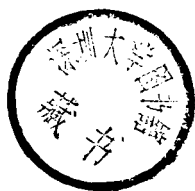


● 李植权 编著

商业心理学

SHANGYEXINLIXUE SHANGYEXINLI



A0093838

责任编辑：谭金崇

刘 军

封面设计：卢 飞

会标

城楼

商业心理学

李植权 编著

湖北科学技术出版社出版 新华书店湖北发行所发行

湖北科技出版社黄冈印刷厂印刷

787×930毫米 32开本 6.5印张 5插页 106,600字

1986年11月第1版 1986年11月第1次印刷

印数：1—12,620

统一书号：17304·138 定价：1.50元

前 言

商业心理学是在商品经济发展的基础上，为了打开商品销路、实现商品价值而发展起来的一门学科，具有很强的实用性。我国的经济是有计划的商品经济。由于多种经济成分并存，实行多种经营方式、多条流通渠道的开放式体制，市场出现了竞争的新形势。为了适应新的形势，在竞争中处于主动，经营者必须研究并掌握消费心理。从这个意义上来说，商业心理学就成为经营者提高经济效益和社会效益的科学。

编写本书的宗旨在于：使广大经营者学会怎样对顾客的一举一动、一言一行施展影响，赢得顾客；引起我国心理学家及邻近各学科的专家学者以及工商企业管理者、经营者对研究商业心理学的兴趣，并为这一学科提供参考资料，从而建立起具有中国社会主义特色的商业心理学。

阅读本书，对于经商大有裨益，能使经营者学会同消费者怎样打交道的本领。本书以辩证唯物主义反映论为指导，简述了商业心理学与普通心理学的关系；介绍了消费者的心理过程和个性心理特

征；探讨了消费者的需要、购买动机和购买行为；阐明了企业及其售货员如何针对消费心理采用相应的策略。因此，本书是广大经营者学会经商的向导，可供他们自学之用；同时，还可作为商业干部学校干部训练班的试用教材和高等商业院校、中等商业学校有关专业的教学参考用书。

本书的特点是着重应用研究，尽可能结合经商实际；行文力求深入浅出，通俗易懂。

商业心理学在我国还是一门处于探索之中的新兴学科，许多理论问题和实践问题有待于进一步探讨、总结。编写这本小册子，只是我的初步尝试。囿于本人水平，书中不妥之处甚至错误势必难免，恳请读者批评、指正。

李 植 权

一九八六年五月于武汉职工财经学院

第一章 心理学与商业心理学

第一节 心理学的概述

一、心理学的研究对象

心理学是研究什么的呢？这是许多人想要知道的问题。不了解心理学的人，认为心理学很神秘，高深莫测，不可捉摸，或者以为心理学是看相、测字，学了它就可以猜度别人的心思。其实，心理学既不神秘，更不是迷信。它是一门科学，是一门研究人的心理现象及其规律的科学。

什么是心理现象呢？人的心理现象是指认识、情感、意志等心理过程和能力、性格等心理特征。概括起来，心理现象可分为心理过程和个性心理特征两大类。

1. **心理过程** 人的各种心理活动不是孤立的、静止的，而是有一个发生、发展和消失的过程的。我们把人的最基本的心理活动过程叫做心理过程。这种心理过程又分为三个具体的、关系十分密切的过程：

(1) 认识过程 认识过程包括感觉、知觉、记忆、想象、思维等活动。人在一切活动中，不管是工作、学习，还是休息、娱乐，都有心理现象。比如，我们听到草木的沙沙声，看到光亮、颜色，尝到滋味，闻到气味，摸到物体的硬软或冷热，这些都是客观事物直接作用于人的感觉器官，人脑中就产生了对事物的个别属性的反映。这种反映叫做感觉。在这些感觉的基础上，能辨认出这是刮风、阳光，那是香蕉、鲜花和石块等等，这就是知觉。能把感觉和知觉的材料在大脑中形成的印象储存起来，并在一定条件下可以再现，这种把认识过的事物的痕迹保留下来并能再现的心理过程就是记忆。记忆在认识过程中非常重要。没有记忆，人的知识就无从积累和扩大。在唤起记忆的内容时，常常是以表象的形式出现的。表象是感知过的事物在人脑中留下的痕迹所表现出来的形象。在认识客观世界时，人不仅能感知当前的事物并回忆过去感知过的事物，而且还能想出自己从未感知过的事物。这种根据感知和记忆的材料（表象）进行加工，从而产生出新形象的心理过程就是想象。想象是科学、文艺、创造和发明的基础。凭借人所特有的语言，通过分析、综合，判断事物的本质及其发生、发展的规律，如医生根据病人的体温、脉搏、舌苔、血液或排泄物的化验结果，推断出病人某一内部器官发

生病变的这个心理过程，就是思维。

人们对客观事物的认识是由浅入深，由表及里，由低级到高级的。这种差别又可分为感性认识和理性认识两个阶段。感觉和知觉是对客观事物直接的反映，它们所反映的是客观事物的表面现象和外部联系，这种对客观事物的认识，是感性认识。思维是对客观事物概括的、间接的反映，它所反映的是客观事物的本质特征和规律性联系，这种对客观事物的认识是理性认识。

人们对客观事物的反映与认识，总是通过感觉、知觉、记忆、想象、思维等心理过程来进行的，所以心理学把这些心理过程统称为认识过程。

（2）情感过程 人在认识客观事物时，不会是无动于衷的，总是要伴随着对客观事物的态度，从而产生喜、怒、哀、惧、爱、恶、欲等内心体验，这在心理学上叫做情感。因为情感是在不断地发生、发展和消失的，所以也叫做情感过程。

（3）意志过程 人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，自觉地改造客观世界。人能够根据自己的认识确定行动目标，拟定计划、步骤，克服各种困难，最后把计划付诸行动，这种有意识、有目的支配行动的内心活动，叫做意志。意志也有一个发生、发展和消失的过程，所以叫意志过程。

所有这些心理现象——认识、情感和意志过程，统称为心理过程。认识、情感、意志三个心理过程是不断变化、发展，相互影响、制约，统一在一起的。

2. 个性心理特征 个性心理特征就是个人带有倾向性的本质的比较稳定的心理特征的总和。带有倾向性的主要是指人们的意识倾向，对客观物质世界反映的不同观点和态度；本质的是指在人的心理活动中起决定作用的东西；相对稳定的是指一个人在各种情况下，各种活动中经常表现出来的心理特点。个性心理特征主要表现在能力、兴趣、气质、性格等四个方面。它是在一个人的生理素质的基础上，在一定社会历史条件下，通过社会实践活动形成和发展起来的。每个人的个性都有他不同于别人的特点，表现出个人的独特风格。在一定条件下，这种特点又是可以改变的。

3. 心理过程与个性心理特征的关系 心理现象的各个方面不是孤立的，而是互相联系的。不仅认识、情感和意志三个方面的心理活动过程有紧密的联系，而且个性心理特征与心理过程也是紧密联系、不可分割的。个性心理特征是在心理过程的基础上形成和发展的，没有心理过程，个性心理特征就不能形成和发展。同时，已经形成的个性心理特征反过来又影响并制约着心理过程的进行，使各

种心理过程具有个人的特色。比如，一个人的认识能力是在他的认识过程中形成的；而个体已经形成的认识能力，反过来又决定着他的认识活动的质和量。具有不同能力的人，对同一部文艺作品或同一出戏，其评价和欣赏水平是不同的；一个具有勇敢、顽强性格特征的人，往往表现出坚强的意志行动。

总之，心理学研究人的心理过程发生、发展的规律性；研究个性心理特征的形成与发展；研究心理过程与个性心理特征的相互关系。

二、心理是人脑对客观事物的主观反映

1. 人脑是心理的器官 在过去很长的时间里，人们以为人是用心脏来思考的。孟子说：“心之官则思”，就是说心的功能是思考问题的，以后就有“胸有成竹”、“心中有数”、“心不在焉”一类的成语了。在汉字形体中，凡是表现心理现象的字都有“心”的偏旁，如思、想、情、恨、怕、恐…。相沿成习，现在人们在日常生活中还常说“费心”、“操心”等等，“用心”字代替“脑”字。

到了十九世纪，由于生物学的进步，特别是人

体解剖学的发展，人们才认识到，指挥心理活动的，不是心脏，而是大脑。心脏的功能是进行血液循环，维持生命。人脑，则如列宁所指出的，是“按特殊方式组成的物质”^①是一块最复杂、最高级的物质，它能思维，能记忆，能产生丰富多采、复杂万状的心理现象。人脑是整个身体的最高“司令部”，是智力活动的基础。大脑发育不健全的人，不可能有正常的心理活动。心理是大脑的产物，只有脑，才是心理活动的器官。

2. 心理是人脑对客观事物的反映 脑虽然是心理活动的器官，但是，人脑本身不能单独地产生心理。列宁曾精辟地指出：人的心理是“头脑的机能，是外部世界的反映”^②，根据辩证唯物主义反映论关于意识是客观世界的反映的观点，人的头脑只是反映外界的物质器官，只是人的心理产生的先决条件，它提供了人的心理产生的可能性，而要把这种可能性变为现实性，必须依靠外界的客观现实。所谓客观现实，包括自然条件、社会环境、教育影响，以及除了反映主体以外的其他人的言语和行动。一个人如果不接触客观现实，闭目塞听，那么，心理活动便不可能产生。

客观现实是怎样作用于人而产生人的心理活动

① 《列宁选集》，第2卷，1972年版，第50页。

② 《列宁选集》，第2卷，1972年版，第87页。

的呢？客观事物刺激人的感觉神经，引起神经冲动，传递到大脑，大脑经过分析综合活动，就产生心理。脑就好象加工心理的“工厂”，而客观事物则好似“原材料”，没有“原材料”，“工厂”是出不了产品的。

比如，当我们走进一家百货商店，愉快之心油然而生，这不仅是因为我们具有健全的感觉器官和大脑，还因为在百货商店里有琳琅满目、五光十色的商品刺激我们的视觉；喇叭播放出来的婉转悦耳的音乐刺激我们的听觉；化妆品柜散发出来的阵阵清香刺激我们的嗅觉。假如没有这些客观事物刺激我们的感觉神经，传递到大脑，就不会产生这种舒畅愉快的心境。

又如，“举头望明月，低头思故乡”的诗情画意，乃是月亮和故乡的客观景物通过诗人李白的头脑，引起他回忆和想象而反映出来的思想感情。任何科学的发现和发明，总不外乎是客观世界通过头脑而产生和发展的一系列心理活动。

总之，心理是客观事物的反映，客观事物是心理的源泉。

3. 反映的主观性 心理固然是客观事物在人脑中的反映，但是，人脑对客观事物的反映不象录音机和录像机那样直接地“复写”，而是往往带有主观性质。反映为什么具有主观性质呢？这是由于

人们在长期生活过程中，形成了比较稳定的知识经验、兴趣爱好、思想观点以及性格等主观意识对所反映的事物产生了折射的结果。各种不同的人，由于其职业、癖好、习惯的不同，对同一客观事物产生的心理现象也就不同。比如，对“树”的反映，植物学家考虑的是树木的构造、生长和生活机能的规律；画家考虑的是景色的秀丽；木工考虑的是如何使用木材。又如，对同一部影片的评价，往往是众说纷纭，有的说好看，有的说乏味；有的说某演员演得很精采，有的说某演员演得蹩脚。俗话说：

“千人千面，百人百心。”甲喜欢的商品，乙可能不以为然，这都是因为人们在能力、兴趣、气质和性格等方面存在着差异。

总之，心理现象的产生以脑为基础，离开了大脑，心理现象就无所依托，变成无本之木，心理现象的产生以客观现实为前提，没有客观现实，大脑的反映就没有对象，心理现象就变为无源之水；同时，人脑对客观事物的反映，往往具有主观能动的性质。

三、心理是可以被认识的

1. 人的心理难知 俗话说：“知人知面难知心”。这是说人的内心活动难以捉摸。人心难知的原因很多。首先，人的内心活动是精神现象，精神

的东西不能放在显微镜下看，不能用听诊器听，不能放到天平上称，不能放进器皿里化验，不能用照相机摄影，也不能用解剖刀去切割。其次，人的内心活动有隐蔽性的一面，往往带有神秘莫测的色彩。最后，人的内心活动还具有主动性和灵活性的特点，他想些什么，任由其在脑海中驰骋，想象之丰富，应有尽有；想象之变化，无穷无尽。生活中常听到人们的惊叹：“他想些什么，天知道！”这说明人的内心的确难以直接观察出来。但是，人的心理总有它的来源和表现，因此，是可以被认识的。

2. 人的心理可知 孔子说过：“视其所以，观其所由，察其所安，人焉廋哉，人焉廋哉！”意思是说，对一个人，观察他的所作所为，考察他的经历，审察他的动机和意向，他的内心是怎么也隐藏不住的。二千多年前的孔子不可能对心理有什么科学的、系统的研究，这只不过是经验之谈，但这说明了人的心理并非神秘莫测，而是可以被观察了解的。

人的心理之所以能被认识，是因为人的思想总有外露的时候。首先，是通过情感流露出来，所谓“喜形于色”、“怒发冲冠”、“眉开眼笑”、“皮笑肉不笑”等等，是讲人的外部表情反映其内部心境。其次，是通过行为动作流露出来，有人凝

神闭目思考的时候，忽然失声长叹；有人一边走路，一边喃喃自语；有人情不自禁，手舞足蹈。此外，内心活动还可以通过生理变化暴露出来，如青筋暴起，面红耳赤，额角出汗，呼吸加快，语音变调，身体颤栗等等。

根据上述这些心理的外露性，就可以察言观色去揣摸别人的心理。例如，一个人快步进入商店，临近柜台眼光比较集中，这说明他是带有既定目标前来商店购买商品的；而那些缓步进店，参观浏览，时而沿柜观赏商品，时而结伴说说笑笑，甚至对商店工作加以评论的人们，则是来逛商店的；进店脚步缓慢，东瞧西看，这说明是想买商品，但没有固定的目标，这类人如遇到如意的商品，便会购买。

总之，人的心理活动难以被直接观察出来，但是，人的心理并不是不可知的。

第二节 商业心理学的研究对象

一、商业心理学的形成与发展

心理学是一门年轻的科学。虽然古代就有许多哲学家和思想家研究人的心理，但那时候心理学的知识只是附属在哲学之中，是哲学的一个部门。直

到1879年，德国著名心理学家冯特在莱比锡创办了世界上第一个心理实验室，心理学才从哲学中分离出来，成为一门独立的科学。

随后，心理学家们一方面向深度发展，更加深入、更加细致地探索心理现象的实质；一方面向广度发展，从各个不同的角度、不同的领域和不同的对象，对具体的心理现象进行研究。这样，就形成了许许多多的心理学门类。例如，教育心理学、儿童心理学、医学心理学、体育心理学、劳动心理学、艺术心理学、军事心理学、犯罪心理学、宇航心理学、管理心理学等等。商业心理学就是为了适应商品经济的发展和市场竞争的需要，把心理学的普通原理运用到商品流通领域中来，逐步形成的一个部门心理学。商业心理学与其他门类的心理学一样，是心理学的一门分支学科，同时，它又是介于商业经济学和心理学之间的一门边缘学科。心理学是商业心理学的基础，商业心理学则是心理学基本原理在商品流通领域中的具体运用。商业心理学作为心理学的一个部门、一个分支，是在心理科学和社会经济发展的基础上产生的一门更为年轻的学科。

商业心理学最早出现于美国。十九世纪末到二十世纪初，资本主义发展到帝国主义阶段，资本主义生产得到迅速发展，资本主义社会的基本矛盾即生产社会化和生产资料私人占有制的矛盾越来越尖

锐，生产无政府状态日益加剧，商品过剩，经济危机越来越频繁。为了摆脱这种困境，资本主义国家政府开始直接干预经济生活，垄断组织也觉得要在竞争中取胜，必须对市场、对消费心理进行研究。为适应垄断组织的需要，一些学者开始把心理学引进商品销售领域。1901年12月20日，斯科特（W. D. Scott）在美国西北大学作报告讲述心理学的原理可以应用于广告与销售方面。其后，又发表了十二篇论文，经整理成册，于1903年出版了研究消费心理的《广告论》一书。斯科特的《广告论》成了商业心理学的起源。该书出版后，美国的心理学家都追随着进行应用研究。1910年，又出现了全面研究消费者购买动机和购买行为的市场学。不过，当时的内容只限于广告术和销售术，还没有形成系统的理论体系。

1929~1933年，资本主义社会爆发了震撼世界的经济危机，生产严重过剩，商品销售极端困难，许多企业纷纷倒闭。这时，商品能否卖出，是摆在企业面前的尖锐问题。于是，企业界和经济学界开始从过去只关心产品的生产，转向关心产品的销售，普遍重视商业心理的研究，研究如何刺激需求。

第二次世界大战后，随着科学技术的进步，资本主义经济进一步发展，劳动生产率得到提高，社

会商品量急剧上升,供过于求的情况突出。许多资本主义国家,为了延缓经济危机的到来,缓和阶级矛盾,采取了高工资、高消费、高福利的政策来刺激消费,刺激资本主义经济的发展。这时,居民手中可任意支配的购买力逐渐增大。资本家为了夺取消费者手中的钱,越来越重视对消费心理的研究了。这样,商业心理学就逐步发展成为一门具有比较完整体系的独立的学科了。由于这门学科完全是为了打开商品销路、实现商品价值而发展起来的,因而具有很大的实用性。

在现代资本主义国家里,企业界不仅十分重视消费心理的研究,聘请许多专家专门从事于世界各国的消费者心理和行为研究,而且提出来“以顾客为中心”、“消费者即上帝”等口号。在经销活动中,他们想方设法迎合消费者的需要,讲求服务质量,为消费者提供尽善尽美的服务。他们为什么把消费者摆在如此重要的位置上呢?资本主义商业经营活动同资本主义生产一样,诚然要考虑满足社会的需要,但是,这不是资本家进行生产和交换的目的。资本家的目的,是为了在激烈的竞争中求生存,求发展,取得尽可能多的剩余价值。他们深知,顾客是企业的财源,失掉买主就意味着企业的倒闭。所以,在资本主义社会,资本家为消费者提供高质量的商品,和蔼的服务态度,周全的服务项