



旅游服务心理学

LU YOU FU WU XIN LI XUE

● 主编 褚明德

● 副主编 王锐利

● 副主编 蒋素梅



云南大学出版社

F 596
574

旅游服务心理学

主 编 褚明德

副主编 王锐利 蒋素梅

云南大学出版社

《旅游企业运作与管理丛书》

编辑委员会

编委会主任	铁振国	岳怀仁		
编委会副主任	田瑞云	褚明德	施惟达	
执行主编	骆静珊	戴抗		
执行副主编	吴云鹰	周锡敏	王锐利	黄继元
	吕增新	姜若愚	张丽华	
编委	王锐利	文瑾	龙宝珍	田瑞云
	伍奇	吕增新	李云霞	杨滨
	杨敏	张立新	张丽华	张明清
	吴云鹰	周锡敏	姜若愚	施晓红
	骆静珊	黄继元	窦志萍	褚明德
	赖宇红	蔡红华	熊晓霞	戴抗

总 序

当前,我国改革开放和现代化建设事业进入了一个新阶段,正面临着全面推进经济体制改革,加快现代化建设步伐,迎接 21 世纪挑战的历史性任务。这对中国旅游业既是难得的发展机遇,又面临新的任务和要求。

经过“八五”期间的大发展,我国旅游业已经实现从“事业型”到“产业型”的转变,旅游业已经成为我国国民经济中发展最快、产出水平较高的重要新兴产业。在“九五”期间和下个世纪头十年,我国社会生产力和人民生活水平将再上一个新台阶,中国将进一步成为全世界游客的旅游胜地,国际国内旅游市场需求将不断增长,我国旅游业必将继续保持高于国民经济总体发展速度的势头,逐步发展成为国民经济中的新兴支柱产业。

现代旅游业是经济与文化高度结合的产业。旅游业激烈竞争的成败已经演变为在旅游目的地的资源条件下,旅游从业人员素质优劣的竞争。旅游经济发展的后劲,越来越取决于旅游专门人才的数量、质量和旅游从业人员的素质。实现中国旅游业发展“九五”计划和 2010 年远景目标,使我国的旅游事业再上一个新台阶,从根本上讲,必须依靠科技和教育。中国旅游业面对 21 世纪的发展机会和挑战,加快旅游专门人才的培养,提高旅游从业人员的素质是一项十分紧迫的任务。

我国旅游业已处于蓬勃发展的时期,而旅游服务人员及管理人员严重短缺,《旅游企业运作与管理丛书》即是应此形势而编的。

本系列丛书以昆明大学旅游系十一年的教学实践经验及云南省烟草国际旅游总公司多年来经营管理经验为基础,并结合国际

国内学术界的先进理论,对旅游业的支柱——饭店、旅行社、风景区等业务及管理进行全面系统的阐述,并引入相关的新兴学科,对旅游实践起到指导作用。

本系列丛书具有理论性、实用性和操作性相结合的特点,语言通俗易懂,既可使有实践经验的旅游工作者在理论上得到提高,更好地完成服务及管理工作;同时,也能使无工作经验者通过学习,具备一定的运作能力。因此,本系列丛书可作为旅游大专院校的专业教材,也可成为旅游中专、职高的专业指导丛书,同时还可供在职旅游人员以及广大有志于从事旅游工作的自学者进行系统的学习和阅读。

全书分为第一辑和第二辑。

第一辑 (1997 年出版)

《饭店管理学概论》、《饭店客房业务与管理》、《饭店餐饮业务与管理》、《饭店营销学》、《实用旅游统计学》

第二辑 (1998 年出版)

《旅行社经营与管理》、《风景旅游区经营与管理》、《旅游服务心理学》、《康乐经营与管理》、《饭店工程管理》

本丛书注意体现研究工作的连续性,广泛参考国内外有关著作和论文,尽力吸收前人成果,在此一并表示谢意。

由于我国发展现代旅游业的时期较短,具有中国特色的旅游经济体系正在构建之中,许多旅游经济理论和实践问题还有待于探究,也限于作者的水平,书中若有不当之处,恳请读者指正。

《旅游企业运作与管理丛书》编辑委员会

1996 年 10 月

前 言

近年来，随着我国旅游事业的蓬勃发展，对旅游学的研究已成为一种必然。旅游心理学是旅游学的一个分支，开展旅游心理学的研究已成为旅游业发展的需要。

旅游心理学是一门年轻的学科，在我国尚处于初创阶段，本书吸收了大量国内外旅游心理学领域的精华，引入了一些新观点和新资料，力图具有先进性、科学性和实用性。

本书运用心理学理论，分析了旅游企业经营管理及服务工作中的心理学问题。本书共分三篇，第一篇旅游心理学基本理论，第二篇旅游经营与服务心理，第三篇旅游企业管理心理，分别介绍了旅游者、旅游从业人员、旅游企业管理者的心理及行为规律，既可作为高等院校旅游专业学生的教科书，也可成为旅游工作者培训及自学心理学，用以指导工作的材料。

本书由褚明德任主编，王锐利、蒋素梅任副主编。在褚明德、王锐利的指导下，由蒋素梅拟定写作提纲、修改和统稿。各章编写人员如下：绪论及第一章、第二章：唐嘉平，第三章：余绍华，第四章：成竹，第五章：窦志萍，第六章：蒋素梅，第七章：窦志梅，第八章：窦志萍，第九章：田芙蓉，第十章：幸岭、马继刚，第十一章：王丽萍，附录：蒋素梅。

值得一提的是，昆明大学旅游系的骆静珊教授在百忙中对本书进行了全面统审，云南大学出版社责任编辑龙宝珍对本书倾注了大量心血，云南省烟草集团给予了很大的支持与帮助，在此一

并表示诚挚的谢意。

由于编者水平所限，书中难免有不足及疏漏之处，恳请专家、同行和广大读者给予批评指正。

编 者

1999 年 4 月

目 录

总 序	()
前 言	(1)
绪 论	(1)
一、什么是心理学	(1)
二、心理的实质	(5)
三、什么是旅游心理学	(6)

第一篇 旅游心理学基本理论

第一章 旅游者的知觉	(18)
第一节 旅游知觉的基本原理	(18)
一、感觉与知觉	(18)
二、知觉的基本原理	(20)
三、影响旅游知觉的因素	(27)
第二节 旅游者的人际知觉	(30)
一、首次效应	(31)
二、晕轮效应	(32)
三、经验效应	(33)
四、刻板印象	(33)
第三节 知觉与旅游行为	(34)
一、对旅游时间的知觉	(34)
二、对旅游距离的知觉	(35)

三、对旅游目的地的知觉	(37)
第二章 需要与旅游动机	(42)
第一节 需要与动机	(42)
一、需要	(42)
二、动机	(46)
第二节 旅游者的需要	(48)
一、旅游者的普遍需要	(48)
二、不同类型旅游者的需要	(52)
第三节 旅游动机	(55)
一、旅游动机的产生	(55)
二、旅游动机的种类	(59)
三、旅游动机的激发	(64)
第三章 态度与旅游行为	(69)
第一节 态度	(69)
一、态度的概念	(69)
二、态度的特性	(71)
三、态度的形成	(74)
第二节 态度与旅游行为	(77)
一、态度对旅游行为的影响	(77)
二、态度的改变	(80)
第四章 个性与旅游行为	(84)
第一节 个性概述	(84)
一、个性的概念	(84)
二、个性的基本特点	(85)
三、个性的形成和发展	(86)

第二节 个性与旅游行为	(88)
一、旅游者的个性特征	(88)
二、个性对旅游行为的影响	(90)
三、个性的结构	(100)
第五章 影响旅游者消费行为的社会因素	(108)
第一节 社会群体对旅游者消费行为的影响	(108)
一、群体的概念	(108)
二、群体特征及其对旅游者消费行为的影响	(110)
三、参考群体	(112)
四、与旅游者消费行为相关的群体	(117)
第二节 社会阶层与旅游者消费行为	(119)
一、社会阶层的概念	(119)
二、社会阶层的测量	(122)
三、不同社会阶层的生活特点与消费行为	(123)
四、不同社会阶层的购买行为及对推销的反应 形式	(127)
第三节 旅游消费行为中的文化因素	(129)
一、文化的概念与特点	(129)
二、文化价值观与旅游消费行为	(133)
三、旅游业中的文化冲击	(135)
四、旅游消费者行为的交叉文化分析	(138)
五、亚文化	(140)

第二篇 旅游经营与服务心理

第六章 旅游广告心理	(143)
------------------	-------

第一节 旅游者心理及行为分析	(144)
一、旅游者在不同旅游过程的心理	(144)
二、旅游者共同的心理特征	(148)
三、旅游者消费心理分析	(149)
第二节 广告对消费者心理的影响	(152)
一、广告劝说方式	(152)
二、广告影响消费者心理的过程	(154)
第三节 旅游广告	(161)
一、心理学原理应用于旅游广告	(161)
二、旅游广告管理	(166)
第七章 旅游交通服务心理	(171)
第一节 旅游交通	(171)
一、旅游交通概述	(171)
二、旅游交通的特点	(175)
三、各种旅游交通方式的特点	(177)
第二节 旅游者与旅游交通	(179)
一、旅游者的时间知觉	(179)
二、旅游者选择最佳位移方式的判断因素	(181)
三、旅游者的安全需要	(183)
四、旅游者对旅游交通的特殊要求	(185)
第三节 旅游交通服务心理	(186)
一、旅游交通服务的关键是时间概念	(186)
二、不断改进和创造旅游交通的物质条件	(187)
三、旅游交通应确保安全	(187)
四、旅游交通服务应尽可能满足旅游者	

在物质和精神方面的需求	(188)
第八章 旅行社服务心理	(190)
第一节 导游工作与导游员	(190)
一、导游工作的性质	(190)
二、导游员	(192)
三、旅游者心目中的导游员	(194)
第二节 导游过程中的人际关系处理	(195)
一、导游员应与客人和合作者建立良好的人际 关系	(195)
二、导游员应坚持“平等”和“双胜”的交际 原则	(196)
三、导游员要善于运用交往艺术	(201)
第三节 满足旅游者心理需求的导游技巧	(201)
一、良好的服务态度	(202)
二、善于把握旅游者的心理和行为	(204)
三、调节旅游者的审美行为——既当演员又当 导演	(206)
四、掌握并灵活运用语言技巧及导游方法	(207)
第四节 旅行社投诉处理	(207)
一、旅游者的权利和旅行社的职责	(207)
二、投诉处理的原则	(209)
三、处理游客投诉的步骤	(210)
第九章 旅游饭店服务心理	(213)
第一节 前厅与客房服务心理	(213)
一、前厅服务心理	(213)

二、客房服务心理	(216)
第二节 餐厅与康乐服务心理	(219)
一、餐厅服务心理	(219)
二、康乐服务心理	(224)
第三节 旅游商场服务心理	(229)
一、旅游者购物心理	(229)
二、旅游商品陈列	(232)
三、旅游商品销售及技巧	(236)
第四节 住客投诉处理	(240)
一、住客投诉原因分析	(240)
二、住客投诉时的心理特征	(241)
三、处理投诉的过程和要点	(242)

第三篇 旅游企业管理心理

第十章 管理心理学主要理论及领导心理	(244)
第一节 人性假设与旅游企业管理	(244)
一、“经济人”与 X 理论	(244)
二、“社会人”与人群关系理论	(247)
三、“自我实现的人”与 Y 理论	(251)
四、“复杂人”与超 Y 理论	(254)
第二节 双因素理论与旅游企业管理	(256)
一、双因素理论简述	(256)
二、双因素理论运用于旅游企业管理	(260)
三、从实际情况出发,灵活运用双因素理论	(264)

第三节 领导行为概述	(266)
一、领导的涵义和功能	(266)
二、领导风格及其类型	(266)
三、领导艺术	(269)
第四节 领导影响力和领导的有效性理论	(274)
一、领导影响力的概念和分类	(274)
二、构成领导影响力的因素	(276)
三、领导的有效性理论——特性理论、 行为理论和情境理论	(280)
第十一章 员工激励与良好心理品质的培养	(294)
第一节 调动积极性和处理问题行为	(294)
一、工作成效与工作积极性	(294)
二、需要与工作积极性	(296)
三、调动工作积极性的措施	(298)
四、处理问题行为	(303)
第二节 有效沟通	(310)
一、沟通的功能	(310)
二、沟通类型	(311)
三、沟通障碍	(313)
第三节 员工良好心理品质的培养	(316)
一、培养良好的注意力	(316)
二、培养良好的观察力	(320)
三、培养良好的记忆力	(322)
四、培养良好的思维能力	(326)
五、培养良好的情感自制力	(331)

附录：心理品质测试题	(336)
一、注意力测试	(336)
二、观察力测试	(336)
三、记忆力测试	(341)
四、思维能力测试	(344)
五、情感自制力测试	(348)
参考书目	(352)

绪 论

旅游心理学是旅游学的一个分支、开展旅游心理学的研究和教学是旅游事业发展的需要。

从事旅游业的人，首先要开展旅游心理学的研究，了解旅游者的旅游动机，促成旅游行为；根据不同游客的需求，使其在旅游中得到最大的满足。因此，必须对心理学、旅游心理学的概念有一定了解。

一、什么是心理学

（一）心理学是研究心理现象的科学

心理现象是人类特有的活动，只要人们处在清醒状态，人的心理就在不断地活动着。人在现实生活中之所以能做出各种各样的行为，或建功立业，或造成过错，都有其深远的社会根源，但外因必须通过内因而起作用，其最直接的内部动因就是各种心理活动。心理活动的过程及其规律是看不到、摸不着的，甚至有时连自己也不一定能清晰地加以把握，所以许多人常把心理称之为神秘的“暗箱”（blackbox）。探索上述这些心理现象及其活动的规律，并将其研究成果加以体系化的学问，就是心理学。

（二）心理学主要研究心理活动的形式

人的心理有内容和形式两个侧面。心理的内容指的是来源于现实并为每个人所意识到的各种印象本身，而心理形式是指这种

印象存在的方式及其组织、结构。例如，我们看到黄果树瀑布；听到轰隆隆的雷声；嗅到草原上芬芳的花香，懂得保护生态的意义；认识祖国的大好河山等等，那些出现在脑海里的具体形象与具体想法都是心理的内容，而“看到”、“听到”、“嗅到”、“懂得”、“认识”等是不同的心理现象，前三者属于知觉，后两者称思维，它们是心理的形式。

为什么心理学不专门研究心理内容而着重研究心理形式呢？这是因为：第一，心理内容是外界事物反映在人脑中的印象。世界上有多少种事物，人的心理也就有多少内容。探索人有哪些心理内容就等于研究外界有多少种事物，它是无法穷尽的。研究外界事物是许多学科的共同任务，而不是心理学的专责。第二，心理内容千差万别，情随境迁，因人而异，它带有相当大的情境性和主观性。在有限的范围内运用一些方法（如谈话、观察等）去了解人们当时的思想情绪状况是必要的，也是可能的。但作为一门科学，如果专门去揣摩所有人每时每刻心里都在想什么，这不仅难以办到，而且所得到的材料只有局部的作用，不会有普遍而恒定的意义。第三，科学研究的重要特点是分析与概括。心理学暂时撇开浩繁的心理内容而就其构成的心理形式展开研究，通过这种分析将使我们知道，人的复杂心理由哪些成分构成和以什么样的形式得到表现？揭示心理活动的形式和规律有多方面的意义。例如导游员发现团队中有一个客人忽然情绪低落，如果不是身体的原因那就是由于他的某种需要（包括物质的或精神的）没能得到实现的结果。是宣传与实际景观相差太远，还是对食宿条件不满，当进一步弄清他的具体需要与具体情境之间的矛盾后，或者从外部创造满足合理需要的条件，或者通过思想沟通使其从内部提高认识水平并对需要作合理的调整，那么这种消极的情绪就有可能因矛盾的解决而得到缓解。