



高职高专教育旅游与饭店管理专业教材新系

# 旅游心理学

*Luyou Xinli Xue*

(第三版)

孙喜林 荣晓华 编著

**FE** 东北财经大学出版社  
Dongbei University of Finance & Economics Press





高职高专教育旅游与饭店管理专业教材新系

# 旅游心理学

*Luyou Xinli Xue*

(第三版)

孙喜林 荣晓华 编著

**FE** 东北财经大学出版社  
Dongbei University of Finance & Economics Press



© 孙喜林 荣晓华 2007

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游心理学 / 孙喜林, 荣晓华编著. —3 版. —大连: 东北财经大学出版社, 2007. 4

(高职高专教育旅游与饭店管理专业教材新系)

ISBN 978 - 7 - 81122 - 007 - 0

I. 旅… II. ①孙…②荣… III. 旅游心理学 - 高等学校: 技术学校 - 教材 IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 037320 号

东北财经大学出版社出版

(大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025)

总编室: (0411) 84710523

营销部: (0411) 84710711

网 址: <http://www.dufep.cn>

读者信箱: [dufep@dufe.edu.cn](mailto:dufep@dufe.edu.cn)

东北财经大学印刷厂印刷

东北财经大学出版社发行

幅面尺寸: 170mm × 240mm

字数: 336 千字

印张: 17 1/4

2007 年 4 月第 3 版

2007 年 4 月第 16 次印刷

责任编辑: 孙 平

责任校对: 娜咏乐

封面设计: 冀贵收

版式设计: 钟福建

ISBN 978 - 7 - 81122 - 007 - 0

定价: 25.00 元

# 编写委员会

顾 问

杜 江

主任委员

刘 住

副主任委员

谢彦君 许景行

委员（以下按姓氏笔画排列）

马 勇 孙子文 吕建中 杨哲昆

郑旭华 周振东 党金学 梁 智

# 总序

如今，中国的旅游管理教育已经走过了20年的历程。20年，对于人生而言，可以说已经走近成熟了，然而，对于一个学科的发展来说，这么短的时间恐怕只能够孕育学科的胚芽。万幸的是，这20年不同于历史进程中的一般20年。由于我们坚持了改革开放的政策，我们的视野由此而得到扩展，我们的信心由此而得到强化，我们的步伐也由此而得以加快。所以，虽然只有20年，但在中国的教育园地和学科家族中，旅游管理经过有效的分化与发展，已经形成了学科体系的基本雏形。如今，旅游管理专业把中等职业教育作为起点，并设有高职高专、普通本科和研究生教育（包括硕士和博士研究生教育）。这样完整的教育层次系统，一方面展示了旅游管理教育发展的历程和成果，同时也提出了学科建设中的一些迫切需要解决和面对的问题，其中最重要的一点，就是如何在不同的教育层次和不同的教育类型上对教育目标和教学模式进行准确定位。当旅游管理高等教育领域中开始出现职业教育这种新的教育类型时，这一点就尤其显得突出了。

我国改革开放后得以重建的高等教育体系，向来注重的是学科教育，一直没有给高等职业教育以足够的重视。困扰教育家们的问题似乎不是学科教育和职业教育的不关系问题，而是在学科教育体系中如何区别普通专科教育与本科、研究生教育的层次和定位问题。20多年的教育实践证明，人们在这三个层次上所做出的定位努力没有得到应有的效果。相反，在几乎所有的专业领域，都或多或少地存在着一种倾向，即专科教育仅仅是本科教育的简单压缩，而研究生教育仅仅是本科教育的有限延伸。这种状况导致了人才培养的低效率，也由于人才规格的错位而造成了人才使用上的浪费，甚至引起社会用人单位与教育机构之间在这个问题上的矛盾。

正是由于存在着这种带有普遍性的问题以及解决这种问题的动力，我国高等教育近年来的改革在这方面才有了比较大的突破：高等普通专科教育向高等职业教育转轨。这种转轨使高等职业教育在一定程度上提高了层次，引起了社会各方面的重视，从而使高等职业教育成为高等教育体系中的重要类型。高等职业教育的登堂入室，创造了一种有效的社会氛围，也反过来促使普通专科教育不得不重新审视自己所一贯坚持的教育思想和教学模式，正视自己所面临的问题，并抓住历史的机遇。换言之，普通专科改弦更张的内力和外力都已经具备了。这种转型，是一种全方位



的转换,而不是局部的调整。它涉及培养目标的重新定位、教学模式的重新选择和教学条件的有效变更。从培养目标上看,高等职业教育将更加突出人才规格的专业技能性和岗位指向性;从教学模式上看,要着力体现专业设置的职业性、教学内容的实用性和教学过程的养成性;而从教学条件上看,则必须实现教学主体的双元化(即产业部门和教育部门的有效合作)、教师队伍的“双师身份”,并拥有完备的实训手段。只有在以上几个层面实现全面转型,高等职业教育才能培养出合格的人才。在这方面,德国的双元制教学模式、加拿大的以能力培养为中心的 CBE 教学模式、澳大利亚的 TAFE 职业教育模式以及国际劳工组织的 MES(职业技能模块组合)教学模式,都有值得我们借鉴的东西。

然而,比较发达国家的高等职业教育实践,我国的高等职业教育近年来并没有完全摆脱传统的学科教育模式的束缚,有的专业领域的高等职业教育与原来的普通专科教育相比,可谓换汤不换药。目前的旅游管理专业高等职业教育在很大程度上就是这样一种情况。中国在旅游管理专业实行高等职业教育是在全国职业教育工作会议召开后,与其他一些专业同时步入职业教育领域的。由于中国旅游管理专业的普通高等教育 20 年来所追寻的教育模式也一直是学科教育的模式,由于人们对旅游管理高等职业教育的性质认识不清,由于整个社会还不能建立起对旅游高等职业教育的有效支持机制,由于转型后的普通专科院校在实施职业教育时缺乏相应的软件和硬件条件,甚至由于一部分高等职业教育机构的办学动机错位等原因,脱胎于这种背景的职业教育,就自然难以脱离学科教育的定式,难免出现教育的低效率状况。其结果是导致这样一种局面:当前的旅游管理专业的高等职业教育不过是由一些“新生的”或“转型的”教育机构承办的传统的学科教育的翻版。这种翻版在教师的知识背景、教学设计的结构安排、教材的选择和使用以及实验室建设等方面都有所体现。这种教育模式的后果,不仅仅是教育资源的浪费和学生受教育机会的丧失,而且也是旅游产业发展机会的丧失。

解决这个问题,实际上是一个系统性的工程,非一朝一夕之功所能奏效。高等职业教育思想的改变,教师的培养,尤其是全社会的职业教育体制和机制的培育和完善,都需要一个过程。但是,这里也有可以马上做起的工作,那就是教材的建设。

教材是教育实施过程的重要载体之一。尽管教材建设也同样需要有成果的积累,但在一定情况下,教材建设的先进性、前瞻性和科学性是可以实现的。尤其是第二次世界大战以后发达国家在旅游教育领域所积累的经验,如职业教育和普通学科教育间的差别以及实现这种差别教育的制度性建设,在职业教育领域已经取得的多方面成果,在职业教育的人才规格、培养目标、教育特色等方面形成的认识,在教材建设中所探索出的先进经验等等,这些都可以成为今天我国旅游职业高等教育发展的基本参照和经验宝库。东北财经大学出版社现在推出的这套旅游与饭店管理专业高职高专教材,正是在这种认识和思想主导下完成的一个大动作。这套教材的

问世，其意义将不仅仅局限在高职教学过程本身，而且还会产生巨大的牵动和示范效应，将对旅游管理与饭店专业高职教育的健康发展产生积极的推动作用。

东北财经大学出版社推出的这套“高职高专教育旅游与饭店管理专业教材新系”，是在原“高等专科旅游管理专业系列教材”的基础上改版形成的。原专科教材由于定位准确、风格明显、作者队伍精干，已得到全国各大专院校的普遍认可。而为了适应蓬勃兴起的高等职业教育的需要，改版教材无论是在指导思想上还是在内容的组织上，又都作了彻底的调整。这套改版教材的编写，充分体现了全体编者对旅游与饭店高等职业教育规律和特征的认识，对旅游与饭店管理专业高等职业教育的规格、层次、教育对象的特点的把握，对职业教育与普通学科教育的区别的理解，以及对发达国家职业教育的借鉴。同时，这套教材也体现了我国高校教师在感受20世纪90年代世界范围内兴起的以满足旅游者个性化需求为导向的“新旅游”这一时代脉搏之后所做出的积极反应，从而使这套教材有了更超前的视野。这种独特而新颖的教材编写思路，最终还通过在教材形式建设上颇具匠心的处理而进一步得以体现，使这套教材成为一种能打破传统学科教学模式、适合高职教育的目标和学生特点，同时反映教材编写样式之世界潮流的全新的“换代型”教材。凡此种种，都足以说明这是一套有特殊奉献的高质量教材。坦率地说，这套教材的问世，应该是目前旅游与饭店管理专业高等职业教育领域的一件幸事。

本“新系”作为中国高等职业教育教材改革与创新的阶段性成果，不可避免地有其局限性，恳请广大专家、教师和读者们提出宝贵意见，以便通过修订，使之不断完善。

**“高职高专教育旅游与饭店管理专业教材新系”**

**编写委员会**

# 第三版前言

《旅游心理学》自问世以来，承蒙广大院校师生的厚爱，已多次重印。现根据教育部关于全国高职高专教学评估精神和《高等学校教学质量和教学改革工程》对“精品课程”教材的要求，结合东北财经大学出版社的“产学研结合型”代型设计，在充分借鉴国内高职高专教学改革和教材建设先进经验的基础上，对本书的第二版进行了修订。修订版在内容和结构上都作了调整、优化与创新，具体如下：

1. 按照先进、精简、适用的原则选择教材内容。这样，就会更好地适应教师少讲、精讲，学生多参与、多训练的新的 高职高专教学模式。

2. 在国际上，现在旅游心理学的内容已经确定是以消费者为主线，其名称也直接叫做“旅游消费者行为学”，所以本教材也顺应这一潮流，尽量在内容上靠近消费者行为学，增加了这部分内容，同时也根据反馈意见减少了一些对高职高专学生来说相对较难的内容。

3. 增设了有特点的栏目，如“补充阅读资料”、“小知识”、“观念应用”、“实训题”等，而且还较多地使用了图、表、例，从而尽可能地做到既有知识性，又有趣味性。

4. 加大了教材案例化的程度，做到微型案例、中型案例和大型（综合）案例三者的结合。其中，每章篇头特别增设了一个引例，其功能在于引导本章阐述的内容。内容丰富的案例将有利于学生对基本观点、基本理论和基本知识的理解和掌握。

5. 为方便教学，本书第三版配有 PPT 电子教学课件，并补编了“附录 1 章后习题参考答案与提示”、“附录 2 综合案例分析提示”和“附录 3 综合实训教学建议”。使用本教材的任课教师可登录东北财经大学出版社网站（[www.dufep.cn](http://www.dufep.cn)）查询或下载这些网络教学资源。

本书共分四编、10 章，第 1—8 章由东北财经大学旅游与酒店管理学院的孙喜林编写；第 9—10 章由大连交通大学管理学院荣晓华编写。

本书在写作过程中参考和吸收了国内外有关研究成果，在此，谨向原作者致以谢忱。限于作者的水平，书中必有許多疏漏，欢迎专家学者和广大读者批评指正。

作者



# 第二版前言

旅游管理学科的发展全然是凭借着中国旅游事业腾飞的翅膀，旅游心理学亦是幸运儿之一。本书作为高职高专教材，自1999年2月问世以来受到了读者的青睐。作者在不自禁的欣喜之余，也深感责任之重、学识之绌，慌悚之间唯加倍努力以求回报并弥补一二。

本书在承继第一版特点的同时，按照教育部面向21世纪课程教材的要求，进行了全面修订，力求做到“高层次性、职业性、可衔接性”和形式与内容的双更新，以适应培养21世纪人才的要求。具体说，就是使学生“知其然”（是什么），“知其所以然”（为什么），特别是“知其何为”（怎么做），培养会做并知道为什么这么做的、拥有高屋建瓴的理论和行之有效的动手能力的统一型人才（分裂型：会做的不知理，知理的不会做）；同时，力图通过丰富的栏目设置和生动的体例使求知轻松快乐，改变过去教科书的乏味、难以接近的老夫子面孔。

本书在体系上分为三大块，即旅游者心理、旅游服务心理和旅游企业员工心理，改变过去一直沿用的把管理心理学整个套用进来的做法，那样总让人感到有蛇吞象之嫌。

本书的写作分工如下：第1、2、3、4、5、6、7、8、10、12章由东北财经大学渤海酒店管理学院孙喜林副教授执笔；第9、11、13章由大连铁道学院管理系荣晓华副教授执笔。

本系列丛书的成功渗透着东北财经大学出版社策划者的汗水和睿智，这是我们在咀嚼着果实的甜美之时油然而生的感受。

我们努力着、探索着，缺憾难免，悉心悦纳各方指正。

作者

# 目 录

## 第一编 总 论

<b>第1章 旅游心理学概述</b> .....	2
□ 学习目标 .....	2
1.1 旅游心理学的研究对象 .....	5
1.2 旅游心理学与相关学科 .....	7
1.3 旅游心理学的研究方法 .....	20
1.4 研究旅游心理学的意义 .....	25
□ 本章小结 .....	28
□ 主要概念和观念 .....	28
□ 基本训练 .....	28
□ 观念应用 .....	29

## 第二编 旅游者心理

<b>第2章 旅游知觉</b> .....	31
□ 学习目标 .....	31
2.1 旅游知觉概述 .....	32
2.2 旅游中的社会知觉 .....	45
2.3 对旅游条件的知觉 .....	52
□ 本章小结 .....	55
□ 主要概念和观念 .....	55
□ 基本训练 .....	56
□ 观念应用 .....	56
<b>第3章 旅游动机</b> .....	58
□ 学习目标 .....	58

3.1 动机概述	59
3.2 旅游者的旅游动机	60
3.3 旅游动机的激发	77
□ 本章小结	78
□ 主要概念和观念	79
□ 基本训练	79
□ 观念应用	80
<b>第4章 旅游者的态度</b>	81
□ 学习目标	81
4.1 态度概述	81
4.2 态度与旅游行为	85
4.3 旅游者态度的改变	90
□ 本章小结	96
□ 主要概念和观念	96
□ 基本训练	96
□ 观念应用	97
<b>第5章 旅游者的人格</b>	98
□ 学习目标	98
5.1 人格概述	99
5.2 旅游者的人格特征与旅游行为	109
□ 本章小结	117
□ 主要概念和观念	117
□ 基本训练	117
□ 观念应用	118
<b>第6章 旅游者的情绪和情感</b>	119
□ 学习目标	119
6.1 情绪和情感概述	120
6.2 旅游者的情绪和情感	132
□ 本章小结	135
□ 主要概念和观念	136
□ 基本训练	136
□ 观念应用	136

<b>第 7 章 旅游者的消费决策</b> .....	138
<input type="checkbox"/> 学习目标 .....	138
7.1 购买决策概述 .....	138
7.2 旅游者的购买决策过程 .....	140
<input type="checkbox"/> 本章小结 .....	151
<input type="checkbox"/> 主要概念和观念 .....	151
<input type="checkbox"/> 基本训练 .....	151
<input type="checkbox"/> 观念应用 .....	152

### 第三编 旅游服务心理

<b>第 8 章 旅游行业服务心理</b> .....	154
<input type="checkbox"/> 学习目标 .....	154
8.1 服务市场中的消费者行为 .....	155
8.2 客人的需求心理 .....	170
8.3 前厅服务心理 .....	172
8.4 客房服务心理 .....	176
8.5 餐厅服务心理 .....	179
8.6 旅游商品服务心理 .....	183
8.7 导游服务心理 .....	188
8.8 旅游者投诉心理 .....	191
<input type="checkbox"/> 本章小结 .....	195
<input type="checkbox"/> 主要概念和观念 .....	195
<input type="checkbox"/> 基本训练 .....	195
<input type="checkbox"/> 观念应用 .....	196

### 第四编 旅游企业员工心理

<b>第 9 章 旅游企业中的人际关系</b> .....	199
<input type="checkbox"/> 学习目标 .....	199
9.1 人际关系概述 .....	200
9.2 影响人际关系的因素 .....	204
9.3 人际关系测量 .....	212
<input type="checkbox"/> 本章小结 .....	216
<input type="checkbox"/> 主要概念和观念 .....	216
<input type="checkbox"/> 基本训练 .....	216

□ 观念应用 .....	217
<b>第 10 章 旅游企业员工的心理保健</b> .....	219
□ 学习目标 .....	219
10.1 员工的心理健康 .....	220
10.2 员工的挫折与心理防卫 .....	224
10.3 心理障碍 .....	229
10.4 如何维护员工的心理健康 .....	243
□ 本章小结 .....	252
□ 主要概念和观念 .....	252
□ 基本训练 .....	253
□ 观念应用 .....	253
<b>综合案例</b> .....	255
<b>综合实训</b> .....	258
<b>主要参考书目</b> .....	259

# 第一编 总论



## 学习目标

通过本章的学习，你应该达到以下目标：

**知识目标：**了解旅游心理学的学科性质、历史发展沿革并掌握本学科的研究对象；了解旅游心理学相关的基本内容；认识旅游心理学研究的重要性。

**技能目标：**掌握旅游心理学的研究方法，并基本掌握获取旅游消费者信息的技能。

**能力目标：**具有运用旅游心理学的研究方法来分析和预测旅游消费者的行为的能力。



## 引例：

### 旅游者心理探微

旅游是一项特殊的综合性游览观光活动，人们为达到度假、休养、娱乐、探险、求知等目的，出游于地区、国家和洲际之间。中国是旅游大国，近年来，在改革开放和市场经济的新形势下，到中国来旅游的外国人和国内游客日渐增多，认真研究一下旅游者的心理特点与需求，对提高旅游服务质量、发展旅游事业有着非常重要的意义。

#### 1) 旅游者的好奇心理

在旅游过程中，旅游者见到一些新异的刺激事物，如街上有人敲锣打鼓送老工人退休；农村小伙子娶新娘，壮汉抬着轿子，一队唢呐乐队在前面开路，十分热闹；农民吊在竹竿上车水灌溉；妇女摇着纺线车；从蛇肚内取出蛇胆就酒喝等现象，都能使游客产生好奇心理。一次，港台旅游团在广西桂林旅游，中午山区小饭店供应乌黑的墨米饭，吃惯了白米饭的游客，见此米饭既好奇又胆怯，不知此为何物？热情的导游说：大家吃吧，这叫墨米，是广西河池地区东兰县的特产，为什么呈黑色呢？据民间传说，有一年天大旱，东兰附近的红水河也断流了，方圆数百里田地龟裂，禾苗枯死，有一位老汉的地里侥幸剩下一莩禾苗活着。为救活这莩禾苗，老汉爬了九重山，走过十六个村庄，还是不见水的踪影，没办法，只好忍痛割断自己的手指，用鲜血浇灌禾苗。说来也奇怪，禾苗得了血的滋润，居然长得很茁壮，结出一串颗粒饱满的稻穗，老汉因流血过多而死去。乡亲们把这唯一的稻穗保

存下来，翌年春天用它播种，得到的稻米颜色竟然是墨黑色，用墨米煮成的饭，香气扑鼻。常吃墨米，可治疗慢性肝炎、胃炎、贫血，故有“药米”之称。通过导游介绍了墨米的神话故事，顿时使游客情绪活跃起来，团内几位港台老太太纷纷要求购买带回去，让家人共享口福。

## 2) 旅游者的求新求知心理

中华文化博大精深，饮食文化更是丰富多彩，许多外国游客品尝中国菜，见了色、香、味、形俱佳的菜肴，赞不绝口，胃口大开。在餐桌上看到这些菜，就像是见到了一件件精美的工艺品，不忍心把它吃掉，有的用照相机拍照留念，有的请主人介绍它的名称、来历、制作方法、特色等，他们听得出奇、神采飞扬。的确，中国菜融实用性、知识性、艺术性于一体，不仅味美、营养丰富，而且菜名颇具诗意。首先令人耳目一新的是一道“金钱遍地”，这菜名豪华气派，实则是金黄的冬菇摆在翠绿的青菜上；粤菜“龙凤呈祥”，多么喜庆吉祥的名字，原来是鸡、蛇一块烧煮而成；用母鸡炖甲鱼，真是逗趣谐谑，美其名曰“霸王别姬”，令人大饱口眼之福。服务员小姐又捧来一盆清香四溢的酿豆腐，已有饱意的客人一箸未动，服务员小姐笑眯眯地说：这道菜是明朝开国皇帝朱元璋最爱吃的御膳官食。一听说皇帝吃的御膳，几位外国朋友顿时雀跃，筷勺齐上，一盆酿豆腐一扫而光。说实话，这道菜用料平常，就是用豆腐裹夹玛瑙肉糜精工烹调而成。其特点是过油而不腻，汤浓而不沾，外脆内嫩，甜中透鲜，汁若琥珀，形似金元，营养丰富，延年益寿。初次品尝这道菜，饱享口福，获取知识，实是受益匪浅。参观芜湖铁画，是一大艺术享受，工人们以锤代笔，以铁当墨，巧制出一幅幅精美的铁画来，来厂参观的日本友人也赞不绝口：“真了不起，中国的文化太伟大了。”工人师傅手中的锤简直比画家的笔还要来得自如。铁画原名铁花，为明末汤鹏所创制。它酷似国画、水墨画，然而，却是采铁作画，以锤代笔锻制而成。它使炉锤之巧同画理相通，将绘画与工艺相结合，构成黑白分明、虚实相对、苍劲凝重、豪放潇洒、有强烈立体感的独特艺术风格，是我国传统工艺美术的一枝奇葩。改革开放以来，铁画一直销往国外，深受国际友人青睐。日本朋友亲眼目睹之后，认为这是世界上独一无二的，对异国文化的求新求知心理，在旅游活动中得到充分的满足。许多游客参观后感慨地说：此次中国旅游真是不虚此行。

## 3) 旅游者的怀旧心理

访古探幽乃是旅游者怀旧心理的反应。游过的山水名胜，有机会重游，会感到十分亲切，遐想万千。西安是中国古都，丝绸之路起点。想当年，盛极一时。公元1375年，明朝皇帝朱元璋的次子秦王朱棣在原城墙基础上修建了规模宏大的明城墙。游人见到像巨龙一样的城墙，静卧在八百里秦川之上，数百年前的古城风貌，商贾云集，市场繁荣，古时的盛况，一一浮现在游人心中。朝代兴衰，历史沧桑，留给后人无限遐想。位于古城西安郊区的秦岭支脉骊山，西周时期，周幽王曾与褒姒在此建骊宫行乐，并点燃烽火，戏弄四方诸侯，后被犬戎杀于骊山脚下。人们游

此，不禁想起秦始皇暴虐，唐玄宗昏庸，唐玄宗与杨贵妃在华清池寻欢作乐，皇帝国威在骊山大修华清宫。唐杜牧《过华清宫绝句》“长安四望绣成堆，山顶千门次第开”，使人遥想当年骊山变成达官贵人的享乐之地。谁料结果发生了安史之乱，杨贵妃被缢死于马嵬坡。李隆基和杨玉环的爱情悲剧，正是唐玄宗晚年在政治上腐败的必然结果。人们驱车来到骊山脚下，仰望长空，抚今追昔，想当年华清池水洗凝脂，一派灯红酒绿，广大的老百姓怨声载道，悲愤交加。诗人杜甫写道：“朱门酒肉臭，路有冻死骨。”长期以来，这成为人们控诉封建统治阶级罪恶的名句。总之，不同类型的旅游者有着不同的心理特点。

近几年来，外国旅游者来华旅游的人数与日俱增，尤其是日本人和美国人更多，就客观情况分析，日本和美国均是经济发达国家，个人收入较高。1976年以后，中国实行对外开放对内搞活的政策，1992年又推行社会主义市场经济，对国外旅游者的吸引力非常巨大，故而纷纷组团来华参观访问，亲眼看看中国改革开放带来的市场繁荣、社会安定、政治开明的良好局面。有的人一踏上中国的土地，就感到中国是个神秘的国家，什么都要看，什么都新奇。另外，旅游者大多有一定的社会地位，花钱多少不在乎，只要吃、住、行、游、购、娱满意，事事称心，件件如意，便乐于来中国旅游。日本是中国近邻，素有一衣带水之睦邻友好关系。日本旅游者来华旅游交通方便，费用低廉，况且中日文化和习俗又有许多相似之处，这些均成为日本旅游者来华旅游的强大驱动力。我们旅游业者若以一流服务质量、一流设备去服务于每一个外宾，就能在当今旅游市场竞争强烈的形势下赢得胜利。华侨和中国台、港、澳旅游者，他们都是炎黄子孙，他们中多数人是来观光、做生意、探亲访友、看病的。有的老华侨在异国他乡生活了很久，非常思念祖国。当他们一踏上祖国的土地时，不少人抓起黄土亲吻，不少人热泪盈眶，当他们见到了亲朋好友畅叙阔别之情时，连做梦也未曾想到能有今天。这是祖国开放政策带来的结果，否则一辈子也回不了故乡。他们看到祖国经济建设快速前进，城乡一派新气象，心中十分快慰。台湾是祖国的领土，两岸隔绝几十年，台湾同胞来大陆，处处小心翼翼。对待这种特殊心理，只要我们不持偏见，以诚相待，定能使之感到投身祖国怀抱的温暖。时至20世纪90年代，国内旅游者如大潮一般汹涌澎湃，席卷中华大地，归纳起来有六种人：一是农民；二是个体户和离休干部；三是老教师；四是学生；五是工程技术人员；六是退休干部职工以及青年工人。每年约有3亿人次。这些人收入并不很高，他们以能到达风景名胜游览点游玩参观为满足，看看祖国大好河山，完成宿愿，条件差些并不太在乎。

资料来源 庄复：《旅游者心理探微》，<http://www.uoguo.net>，2006-02-09。

这是一位导游员的文章，他从自己的亲身经历总结提炼出这些观点，对我们从事旅游研究工作有很大意义。在当今旅游热潮推动下，提高旅游服务质量变得异常重要，而只有旅游工作者掌握了旅游者的心理特点，才能更好地为旅游者服务。旅游心理学就是解决这类问题的学科。