



21st CENTURY
规划教材

全国高职高专**旅游专业**规划教材

旅游心理学

张京鹏 主编



科学出版社
www.sciencep.com

全国高职高专旅游专业规划教材

旅 游 心 理 学

张京鹏 主编

程静 蒋冬双 樊雅琴 舒智君 副主编

科 学 出 版 社

北 京

内 容 简 介

旅游心理学是随着旅游业的发展应运而生的一门新兴学科。我国从20世纪80年代以后才开展对旅游心理学的研究工作,本学科目前仍处于发展和完善阶段。本书内容包括旅游心理学导论、旅游行为、旅游心理、旅游服务心理四篇。本书的突出特点在于紧紧把握两头,一头从心理学基本原理出发来研究问题,另一头紧密结合旅游者的实际面貌进行分析阐述,力图做到深入浅出,既有理性深度,又有实用价值。本书采用了大量的案例并进行适当的分析,使读者对一些典型的心理现象有更充分的认识和理解。为帮助学习者对每章内容进一步理解和巩固,在每章之后设有思考题,使学习者通过练习、思考,达到学有所获、学以致用目的。

本书既是高职高专旅游专业教材,又可作为自学者及旅游从业人员的培训教材,还可作为相关学科研究人员的参考书。

图书在版编目(CIP)数据

旅游心理学/张京鹏主编. —北京:科学出版社,2005

(全国高职高专旅游专业规划教材)

ISBN 7-03-015961-6

I. 旅… II. 张… 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(2005)第 081944 号

责任编辑:许进 万国清 / 责任校对:柏连海

责任印制:吕春珉 / 封面设计:东方人华平面设计部

科学出版社出版

北京东黄城根北街16号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

新蕾印刷厂印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2005年8月第 一 版 开本:B5 (720×1000)

2005年8月第一次印刷 印张:15 1/2

印数:1—3 000 字数:329 000

定价:21.00 元

(如有印装质量问题,我社负责调换〈路通〉)

销售部电话 010-62136131 编辑部电话 010-62138978-8222 (VF04)

前 言

旅游心理学是一门新兴的边缘学科,在我国学习、研究的历史并不长。从文献资料看,世界上第一本“旅游心理学”的出版问世,至今也才不过30年的历史。但从人类对自身心理活动的探索历史看,其历史却已很久远了。

早在2500年前,中国的《孙子兵法》十三篇,就有许多军事心理学的闪光思想。《管子》在说明心术时指出,“心术者,无为而治窃者也”,强调理性思维的作用。中国古代的孔明用兵作战,就提出了“用兵之道,攻心为上,攻城为下;心战为上,兵战为下”的心理战略理论。2000年以前,古希腊哲学家亚里士多德虽系统论述了人的心理现象,但都只是在哲学内发展,到了19世纪中期,随着自然科学的进展和实验方法的应用,1879年第一本《心理学》专著的问世,心理学才形成了一门独立的学科。又经过百多年来的发展,心理学逐步形成了今天的理论、应用两大研究领域,多个分支方向。

研究心理的一般形式和一般规律的,称为普通心理学;研究心理在种系或个体上发生、发展规律的,有比较心理学、领导心理学、儿童心理学等;研究不同学科领域内心理规律的,有教育心理学、军事心理学、艺术心理学、运动心理学、医学心理学等;研究不同经济领域内的心理规律的,有管理心理学、商业心理学、营销心理学、旅游心理学等。而且,随着科技的发展和研究的深化,科学领域和经济领域部门的细分,新的部门心理学还会产生。

作为研究旅游经济领域内旅游心理规律的旅游心理学,其课程的建设和发展,是与世界旅游经济以及我国旅游业的快速发展密切相关的。近年来,心理学搭乘旅游经济快速前进的列车,不仅使心理学研究的内容和范畴得到了极大的丰富和拓展,而且也极大地促进了旅游业的蓬勃发展,在过去的几十年中,全球经济中的旅游经济得到了很大的发展。中国旅游业的发展尤为突出。过去只有少数人的公款旅游活动,现在变成了全民的普遍活动;过去只能在国内游,不能出国游;现在不仅能出国旅游,而且旅游的目的地国家已扩展到世界上的几十个国家 and 地区。现代科技水平的提高,交通和通讯的进步,使人们既能够进入那些在过去看来不可能进入的地区和太空旅游,也使我们能够不断地改善产品和服务,满足顾客不断增长的多样化的旅游服务需要。

另外,旅游业本身也已经与前几年大不相同了。它正在通过一些创新,使旅游活动变得更丰富、更直接、更灵活、更生动。旅游活动更加以市场为导向,越来越敏感地应对顾客的需求。因此,要在旅游发展的环境中获得成功,学生们就



需要学习反映这些显示变化的教科书。作为旅游从业者，只有不断地学习、变革、改进，才能适应旅游业发展的需要，才能在众多的竞争中胜出。

针对高职高专学生的特点，教科书不应是干巴巴的讲述理论，而应在简明的理论框架内向学生提供鲜活的信息，启迪并激发学生的智慧，教会学生如何去实践，去从事真正的旅游工作。本书的作者都是多年从事旅游业务实际和具有丰富教学经历的业务骨干，既能跟踪不断变化的旅游业的发展，也了解高职高专学生的需要和兴趣所在。因此，在编写这本教材中，我们既借鉴、汲取了国内外专家多年来在这一领域的研究成果，也融合了我们自己在教学和科研方面的心得体会，同时尽可能地联系旅游业发展和变化的实际，简明扼要、重点突出地介绍这门课程的主要内容，力争做到观点新、内容新、资料新、案例新，使本书具有自己鲜明的特点。希望我们的努力能为学生提供一个生动了解旅游心理学的知识和技能的一本好读本。

本书由西安外事学院经济管理学院张京鹏教授负责主编，副主编有西安外事学院程静老师，西安电子科技大学蒋冬双老师，西安杨凌职业技术学院樊雅琴老师，西安电子科技大学舒智君老师，参与编写的还有陕西师范大学王香鸽老师。本书的分四编，共十三章。蒋冬双编写第一、三、四章；舒智君编写第六章；樊雅琴编写第二、五、七、八、九章；程静编写第十、十一、十二、十三章。各章一稿完成后，程静协助先行审稿。第二稿由张京鹏负责总审、定稿。

在本书的编写中，我们得到了西安外事学院教务处、科研处、院教材中心以及经济管理学院的大力支持与鼓励，愿借此机会向他们表示衷心的感谢。借此机会，我们还要感谢西安电子科技大学、杨陵职业技术学院对编写和使用这本教材的支持。

热诚欢迎广大读者选用本教材，并对本书提出批评与建议。

目 录

第一篇 入门篇

第1章 旅游心理学导论	3
1.1 心理与心理学	3
1.1.1 心理及其特性	3
1.1.2 心理学的涵义和学科特征	5
1.1.3 心理学研究的意义	10
1.2 现代心理学的三大流派	11
1.2.1 弗洛伊德主义心理学	11
1.2.2 行为主义心理学	11
1.2.3 人本主义心理学	12
1.3 心理学和旅游	13
1.3.1 从心理学角度研究旅游	13
1.3.2 从心理学角度研究旅游行为	14
1.4 休闲与旅游	17
1.4.1 休闲活动与旅游	17
1.4.2 旅游与旅游业	18
1.4.3 国际旅游业与旅游科学	19
1.5 旅游心理学的学科定位	20
1.5.1 旅游心理学的学科性质	20
1.5.2 旅游心理学与其他学科的关系	20
1.5.3 旅游心理学的研究方法	21
1.5.4 研究旅游心理学的意义	23
本章小结	24
案例分析	24
本章练习题	25

第二篇 旅游行为篇

第2章 旅游行为的影响因素	29
2.1 旅游者的常规性决策和广泛性决策	29
2.1.1 旅游者的常规决策	30



2.1.2 旅游者的广泛性决策	30
2.1.3 旅游决策与旅游行为	31
2.2 影响旅游者行为的因素分析	31
2.2.1 心理因素与旅游行为	32
2.2.2 社会因素与旅游行为	34
本章小结	36
案例分析	36
本章练习题	37

第三篇 旅游心理篇

第3章 旅游知觉	41
3.1 旅游知觉概述	41
3.1.1 感觉与知觉	41
3.1.2 感觉系统	42
3.1.3 旅游知觉的含义及其特性	43
3.2 影响旅游者知觉的因素	45
3.2.1 刺激因素	45
3.2.2 个体因素	48
3.3 旅游者的知觉过程	51
3.3.1 选择性注意	51
3.3.2 理解	52
3.3.3 选择性保持	53
3.4 在旅游过程中的旅游知觉的具体表现	54
3.4.1 旅游者对距离的知觉	54
3.4.2 旅游者对旅游地的知觉	55
3.4.3 旅游者对旅游交通的知觉	56
3.5 旅游中的人际知觉	58
3.5.1 人际知觉的主要内容	58
3.5.2 影响人际知觉的主要因素	59
本章小结	62
案例分析	62
本章练习题	62
第4章 旅游者的学习	63
4.1 学习及学习理论	63
4.1.1 学习	63
4.1.2 学习理论	64
4.2 旅游行为的学习	68



4.2.1 旅游动机的学习	68
4.2.2 态度的学习	68
4.2.3 对减少觉察风险和购买后疑虑的学习	69
4.3 旅游者的学习过程	74
4.3.1 经验和信息	74
4.3.2 信息的寻觅	76
本章小结	76
案例分析	77
本章练习题	77
第5章 需要与旅游行为	78
5.1 马斯洛的需要层次理论	79
5.1.1 马斯洛需要层次理论的基本观点	79
5.1.2 对马斯洛理论的评价	81
5.2 旅游需要	82
5.2.1 人的一般需要	82
5.2.2 旅游——人的需要的一种主要形式	85
5.2.3 旅游者的一般需要	85
5.2.4 旅游者在旅游不同阶段的需要	87
5.2.5 各类旅游者的不同需要	88
5.3 旅游动机与行为	90
5.3.1 动机的概念	90
5.3.2 旅游动机的含义	90
5.3.3 旅游动机的特点及功能	91
5.3.4 旅游动机的类型	92
5.3.5 旅游动机产生的因素	94
5.3.6 旅游动机的激发	95
5.3.7 旅游动机与行为分析	97
本章小结	98
本章案例	98
本章练习题	99
第6章 旅游者的个性	100
6.1 个性及其理论	100
6.1.1 个性	100
6.1.2 个性理论	102
6.2 个性与旅游行为	103
6.2.1 个性特征与旅游行为	104
6.2.2 个性类型与旅游行为	105



6.2.3 自我观念与旅游行为	108
6.2.4 生活方式与旅游行为	109
6.3 个性结构与旅游行为	112
6.3.1 弗洛伊德的个性学说	112
6.3.2 自我形态	113
6.3.3 自我形态与旅游行为	115
6.4 旅游者气质与旅游行为及应对	116
6.4.1 气质的概述	116
6.4.2 气质类型及生理基础	116
6.4.3 旅游者的气质类型及服务对策	118
6.5 旅游者的性格特点	119
6.5.1 性格的概述	119
6.5.2 不同旅游者的性格特点与旅游行为	121
本章小结	123
案例分析	123
本章练习题	124
第7章 态度与旅游行为	125
7.1 态度及其特征	125
7.1.1 态度的概念	125
7.1.2 态度的特征	126
7.2 态度与旅游行为	128
7.2.1 旅游态度的基本概念	128
7.2.2 旅游态度形成的客观因素	128
7.2.3 旅游态度与旅游偏爱	129
7.2.4 态度与旅游行为的关系	131
7.3 改变旅游者的态度	133
7.3.1 改变旅游者态度的基本原理	133
7.3.2 改变旅游者态度的具体方法	135
本章小结	137
案例分析	137
本章练习题	138
第8章 社会因素与旅游行为	139
8.1 家庭对旅游行为的影响	139
8.1.1 家庭生命周期与旅游行为	140
8.1.2 家庭形态与旅游决策	141
8.2 社会阶层对旅游行为的影响	142
8.2.1 社会阶层分析	143



8.2.2 不同社会阶层之间旅游行为的异同	145
8.3 社会文化对旅游行为的影响	145
8.3.1 社会文化	145
8.3.2 社会文化与旅游行为	148
本章小结	150
案例分析	150
本章练习题	151
第9章 旅游者的“三求心理”与旅游行为	152
9.1 旅游者求补偿心理与旅游行为	152
9.1.1 新鲜感与旅游行为	153
9.1.2 亲切感与旅游行为	153
9.1.3 自豪感与旅游行为	154
9.2 旅游者求解脱心理与旅游行为	154
9.2.1 旅游的“被迫”与旅游行为	154
9.2.2 旅游的“治疗”与旅游行为	155
9.3 旅游者求平衡心理与旅游行为	155
9.3.1 “求新”、“求变”、“求安”、“求稳”的矛盾心理与旅游行为	155
9.3.2 在矛盾中寻求旅游行为的平衡	156
本章小结	156
案例分析	157
本章练习题	158

第四篇 旅游服务心理

第10章 旅游服务心理	161
10.1 旅游服务心理	161
10.1.1 旅游服务及其特殊性	161
10.1.2 旅游活动中人际关系的特点	165
10.2 旅游饭店服务	167
10.2.1 对饭店服务的心理要求	167
10.2.2 旅游饭店服务的心理策略	173
10.3 前厅与客房服务心理	179
10.3.1 前厅服务的心理	179
10.3.2 客房服务心理	181
10.4 餐厅与康乐服务心理	183
10.4.1 旅游餐厅服务心理	183
10.4.2 康乐服务心理	186
本章小结	189



案例分析	189
本章思考题	191
第 11 章 导游服务心理	192
11.1 导游工作与导游员	192
11.1.1 导游工作的性质	192
11.1.2 导游员	193
11.1.3 旅游者心目中的导游员	195
11.2 导游过程中的人际关系处理	196
11.2.1 导游员应与客人和合作者建立良好的人际关系	196
11.2.2 导游员应坚持“平等”和“双胜”的交际原则	197
11.2.3 导游员要善于运用交往艺术	200
11.3 旅游者对导游服务的心理要求和心理策略	201
11.3.1 旅游者对导游服务的心理要求	201
11.3.2 导游服务的心理策略	204
本章小结	210
案例分析	210
本章思考题	211
第 12 章 旅游交通服务心理	212
12.1 旅游交通	212
12.1.1 旅游交通概述	213
12.1.2 旅游交通的特点	215
12.1.3 各种旅游交通方式的特点	217
12.2 旅游者与旅游交通	218
12.2.1 旅游者的时间知觉	218
12.2.2 旅游者选择最佳位移方式的判断因素	220
12.2.3 旅游者的安全需要	221
12.2.4 旅游者对旅游交通的特殊要求	222
12.3 旅游者对交通服务的心理要求和心理策略	223
12.3.1 旅游者对旅游交通服务的心理要求	223
12.3.2 旅游交通服务的心理策略	225
本章小结	226
案例分析	226
本章思考题	227
第 13 章 旅游购物服务心理	228
13.1 旅游购物的心理意义	228
13.1.1 旅游商品作为吸引物, 可以增强潜在旅游者的旅游动机	228
13.1.2 购物丰富旅游活动内容	229



13.1.3 引起美好的回忆, 有利于产生重游动机	229
13.1.4 作旅游宣传, 激发旅游动机	230
13.2 旅游者的购物动机	230
13.2.1 纪念性和欣赏性动机	230
13.2.2 馈赠动机	230
13.2.3 求荣耀的象征性动机	231
13.2.4 求新异的购买动机	231
13.2.5 求实用的购买动机	231
13.2.6 求知识的购买动机	231
13.2.7 保值动机	231
13.2.8 其他	232
13.3 旅游者购物服务的心理要求和旅游购物服务的心理策略	232
13.3.1 对购物服务的心理要求	232
13.3.2 旅游购物服务的心理策略	233
本章小结	235
案例分析	235
本章思考题	235
主要参考文献	236

第一篇 入门篇

第1章 旅游心理学导论

【学习目标】

从心理学角度分析和认识旅游及旅游行为, 以及与心理学相关的理论与方法, 能把握旅游心理学的学科定位, 合理评价旅游心理学对旅游活动的意义。

【主要内容】

- 心理及其特性
- 行为公式及其运用
- 现代心理学的三大流派
- 心理和旅游
- 休闲和旅游
- 旅游心理学的学科定位

【重点与难点】

现代心理学三大流派的主要理论观点, 从心理学角度看待旅游与旅游行为、休闲与旅游的关系、旅游心理学的学科定位。

学习本章内容, 主要掌握心理学的一些基本理论, 同时要掌握如何从心理学角度看旅游和旅游行为。应当注意的是, 当我们从心理学角度研究旅游及其行为时, 重点不在于如何评价, 而在于如何解释旅游与旅游行为。能够正确解释人们的心理与行为, 才可能在旅游活动中影响旅游者的心理与行为。

1.1 心理与心理学

你知道什么是心理学吗? 从小学到中学再到大学, 你有没有学过心理学? 你也许从别人那里或通过媒体听说过心理学家在干些什么, 但没有学过心理学; 你也许读过几本心理学的科普读物, 对书中介绍的一些心理学知识有兴趣, 如人有哪几种气质类型, 如何调节自己的情绪等, 但没有系统学习过心理学的专门知识, 对它了解不深。这里, 为了让大家能对心理学有一个简明系统的了解, 我们首先从认识人的心理开始。

1.1.1 心理及其特性

人的心理是怎样产生的? 心理是人的心脏在起作用还是人的大脑在起作用? 通过心理学家和生理学家以及相关学科的研究, 人们对人的心理的形成机制逐步



有了一定的了解，但仍没有真正地解开人的心理之谜。在人的心理的形成过程中，大脑是人的心理形成的物质基础，心脏在人的心里形成过程中有一定作用，但作用是怎样的还没有一个明确的解释。作为一个正常人，不仅是生理意义上的存在，同时更是社会意义上或者说心理意义上的存在。所以，缺少人的心理形成的这两个条件中的哪一个，人的存在都是不健全的。大家可能都听过关于“狼孩”、“人猿泰山”等关于此类事件的介绍，或者看过相应的电影，通过介绍大家想必都知道作为一个人类的婴幼儿，如果早期的生活环境不是属人的，那么，这样的“人”不是真正的人。作为我们每个人，早期的育人环境对我们的影响都是深远的。因此，才有中国古代“昔孟母，择邻处”的故事。人的心理虽然有很多地方还没有研究清楚，但随着心理学以及脑科学的发展，人类对自己的心理的认识会更加深入，进而给我们在解决人们面临的心理问题时提供更多的参考。虽然我们不能完全面对人的心理，但我们可以通过反映人的心理的行为来间接研究。

心理学家就是在人与环境的相互作用中来研究人的心理与行为的。一些心理学家把环境对人的作用称为“刺激”，而把人对环境的反作用称之为“反应”。如果说人的行为是对“刺激的反应”，那么，人的心理就是“刺激”与“反应”之间的“中介”。

那么，什么是行为？行为（behavior）指有机体的系统反应。它由一系列反应动作和活动构成，如吃饭、穿衣、散步、劳动、娱乐，都是人类各种不同的行为。有的行为很简单，只包含个别或少数几种反应成分，如光线刺激眼睛引起眼睑关闭，食物刺激口腔引起唾液分泌，肠胃因饥饿而加快蠕动等。有的行为则很复杂，包含较复杂的反应成分，如写字、体操、驾驶飞机等，这些行为由一系列反应动作所组成，成为各种特定的反应系统。

行为不同于心理，但又和心理有着密切的联系。引起行为的刺激常常通过心理的中介而起作用。人没有对光线、声音、气味的感知觉，就不会有对光线、声音、气味的反应。人的行为的复杂性是由心理活动的复杂性引起的。同一刺激可能引起不同的反应，不同刺激也可能引起相同的反应，其原因就在于：人有丰富的主观世界。主观世界的情况不同，对同一刺激的反应常常是不一样的。俗话说，“饿时吃糠甜如蜜，饱时喝蜜蜜不甜”。有机体的内部状态不一样，对同一事物的反应也可能极不一致。因此，不理解人的内部心理过程，就难以理解他的外部行为反应。

心理学家曾提出一个“行为公式”，这个公式是 $B=f(P \cdot E)$ ，公式中的 B 代表行为， P 代表人， E 代表环境， f 是函数。公式的含义是：行为是人和环境的函数，它会随着人的变化而变化，也会随着环境的变化而变化。心理学家库尔特·勒温提出的“行为公式”告诉我们，对人的行为要从两个方面去找原因。一方面，要从行为者所处的环境中去找原因，看看环境给了他什么样的“刺激”，



包括作为“前因”的刺激和作为“后果”的刺激。另一方面，要从行为者自身来找原因，看行为者是一个什么样的人，他有什么样的想法，处于什么样的状态等。

“行为公式”看起来很简单，却为我们解释人的行为和对人的行为施加影响提供了一条清晰的思路。人和动物都有心理，但人的心理不同于低等动物的心理，它具有意识的特点。例如，同样的刺激对于不同的人，其感觉可能就会有所不同，因为不同的人对同样的刺激，可能在经验上的不同而有所不同，加之人的心理的特殊性，就是人的反应还和人的心情有关系，比如说，当一个人心情好时，可能对待很多事情都有快乐的色彩，反之，则相反。

人的活动具有明确的目的，能够预先计划达到目的的方法和手段，这是人类意识的另一特征。换句话说，人的意识表现为人能够规划自己的行动，在实现目的的过程中，能坚持预定的方向，分析出现的新情况、新问题，将行为的结果与目的进行对照，克服遇到的各种困难和障碍。

总之，意识是人的精神生活的重要特征。人的日常生活、学习和工作，是在意识的支配下进行的。只有精神错乱、大脑损伤的病人，他们的行为才失去意识的控制而完全为无意识的欲望所支配。但是，在人的正常生活中，也存在着无意识现象，它对人的行为有重要的作用。因此，无意识现象也应该成为心理学研究的重要对象。

前面我们讲到的认知、情绪和动机、能力和人格，是存在于个体身上的心理现象，我们称之为个体心理或个体意识。但是，人是社会的实体，人作为社会的成员，总是生活在各种社会团体中，并与其他人结成各种各样的关系，如亲属关系、朋友关系、师生关系、阶级关系、民族关系、国家关系等。由于社会团体的客观存在，便产生了团体心理或社会心理。团体与个体一样，存在着团体需要、团体利益、团体价值、团体规范、团体舆论、团体意志、团体目的等心理特征。一个团体由于具有某些特定的心理特征而区别于其他团体。

团体心理或社会心理与个体心理的关系，是共性与个性的关系。团体心理是在团体的共同生活条件和环境中产生的，它是该团体内个体心理特征的典型表现，而不是个体心理特征的简单总和。团体心理不能离开个体心理，但它对个体来说，又是一种重要的社会现实，直接影响个体心理或个体意识的形成与发展。因此社会心理及其与个体心理的关系，也应成为心理学的研究对象。

1.1.2 心理学的涵义和学科特征

1. 心理学的内涵

心理学是研究心理现象的科学。在我们的周围环境中，有各种各样的现象，如日月星辰、山川河流、飞禽走兽、风土人情、社会准则等，它们有的属自然现