

F752
71

对外贸易心理学

谢少安 主编



武汉工业大学出版社

B 716800

序 言

心理学是研究心理活动的产生、发展及其变化规律的科学，无论什么行业都需要它。随着对外贸易的蓬勃发展，越来越多的人意识到，商品在国际间的交换，是进出口双方的心理需求与心理满足的结果。因而，交易的过程，是买主同卖主的能力角逐、意志竞赛和心理抗衡的过程，其间的一问一答、一颦一笑，甚至每一微小的动作，都包蕴着极其复杂的心理现象。涉外经济工作者学习并运用心理学原理，分析业务活动中的各种纷繁复杂的心理现象，研究其特征，把握其规律性，对提高工作效率和经济效益，促进对外经贸事业的发展，是大有裨益的。

然而，在过去对对外贸易领域的心理现象的分析、探索和研究，是非常落后的，几乎是无人问津的一块空白，这与对外贸易在国民经济中的重要地位是极不适应的。今日谢少安等同志编著的《对外贸易心理学》的出版，无疑是一个重大突破——填补了空白，这对拓展心理学的理论研究范围，丰富对外经贸理论体系，指导对外经贸工作，都具有深远的现实意义。

《对外贸易心理学》是我国第一本对外贸易的心理学的专著，也是一本从心理角度，总结、探索和研究对外贸易经营技巧的专业用书。编著者在书中有很多独到的见解，也有很多经验之谈。全书结构合理，内容翔实，具有系统性、实用性、知识性和趣味性的特点，给人耳目一新的感觉，是值

得一读的。至于这本书是“砖”还是“玉”，均由读者去评判。即使是“砖”能够从它引出“玉”来，这块“砖”也是值得肯定和重视的。这本书无论是“砖”还是“玉”，我都乐意向大家推荐，建议外贸企业、“三资企业”和外向型企业的经营管理者、经贸院校、财贸院校和心理专业的师生，都来读读这本书。因为，懂对外贸易心理的人，也会做对外贸易工作；想做对外贸易工作的人，必须懂得对外贸易心理学。

该书的编者是十二位中青年经贸（教育）工作者，他们勤奋好学、博采众长，扬一家之言，颇有见地地提出了一个极为重要，但却被人忽视了的问题。这种积极进取的开拓精神是难能可贵的，值得提倡，值得发扬。当然，《对外贸易心理学》作为一门应用性的边缘科学，还十分年轻，还显得不很成熟，有待于编著者们继续努力，勇于探索，悉心研究，在实践中丰富和完善它，以便再版时进一步修正、充实和提高。同时，也希望广大的读者和有关方面的专家、学者，直抒胸臆，开展百家争鸣，共同关心、支持和促进这门学科的蓬勃发展。

向华礼

一九九〇年十一月

编写说明

行为科学发展到今天,无论什么行业,只要想提高工作绩效,就必须加强对人的认识,加强对心理现象及其行为的分析和研究。因而,关心、重视、热衷于心理学的人越来越多,一时间心理现象、心理素质、心理咨询、心理卫生和心里防卫等等,成为社会各界热门而又时髦的话题。社会广泛地关注和众多人地追求,促使心理学的蓬勃发展,不仅理论心理学的研究有了长足的进步,而且在实际应用上也有重大突破,使部门心理学应运而生。有很多应用心理学的研究已经进入成熟阶段。但事物的发展是不平衡的,在对外贸易领域,不仅没有《对外贸易心理学》的专著,就连涉及对外贸易心理学的文章也不多见。这种落后的现象与对外贸易在国民经济中的重要战略地位是极不适应的。

事实上,理论心理学的普遍原理,早在对外贸易过程中得到了广泛地应用,因而,系统地分析、研究对外贸易领域的心理现象及其规律,建立《对外贸易心理学》,既是心理学理论体系内在发展的需要,又是对外开放、对外经贸蓬勃发展的需要。这对丰富和完善我国经贸教育的理论体系,指导对外贸易实践,都具有十分重要的意义。

在编著过程中,我们力求吸收心理学研究的最新成果,并结合对外贸易实践和教学之心得,从实际出发,做到内容翔实,通俗易懂,使之具有系统性、实用性、新颖性、趣味

性和可读性。本书可供经贸管理人员、业务人员阅读，可供涉外工作者和外向型企业的干部、职工学习参考，还可作为经贸院校、财贸院校及心理学专业的教材或参考用书。

本书由湖北省对外贸易学校谢少安主编。参加编写的还有：湖北省经贸委的吴喜华、周亚峰，湖北省工艺品进出口公司的闻忠平，湖北省国际广告咨询公司的王峰，湖北省服装进出口公司的陈腊生，湖北省粮油食品进出口公司的何贵银，湖北省五金矿产进出口公司的朱东红，湖北省贸易促进委员会的王松焱，武汉市服装进出口公司的陈晓，珠海国际贸易发展公司的李健全，新加坡鄂丰贸易公司的李运新。

编写这本书是个尝试，意在抛砖引玉，引起更多的专家、学者、外向型企业的经营管理者、心理学爱好者以及大中专学生的兴趣，共同促进《对外贸易心理学》的健康发展。囿于作者的水平，书中的疏漏差错在所难免，恳请各位专家和读者不吝赐教，予以批评指正。

作者

一九九〇年十月

目 录

第一章 绪论	(1)
第一节 对外贸易心理学的形成	(1)
一、心理学概述	(2)
二、我国古代对外贸易心理学的萌芽	(9)
三、建立我国对外贸易心理学的可能性	(11)
四、建立对外贸易心理学的必要性	(13)
第二节 对外贸易心理学的研究对象和方法	(15)
一、对外贸易心理学的研究对象	(15)
二、对外贸易心理学的研究范围	(16)
三、对外贸易心理学的研究方法	(16)
四、对外贸易心理学的研究目的	(17)
第三节 对外贸易心理学的学科特点	(18)
一、对外贸易心理学是一门综合性的科学	(19)
二、对外贸易心理学是一门应用性的科学	(21)
三、对外贸易心理学是一门两重性的科学	(23)
第二章 国外进口中间商的购买心理	(25)
第一节 国外进口中间商的一般心理过程	(25)
一、国外进口中间商的认识过程	(26)
二、国外进口中间商的情感过程	(32)
三、国外进口中间商的意志过程	(36)
第二节 国外进口中间商购买行为与个性特征	(39)

一、国外进口中间商的个性心理特征·····	(39)
二、国外进口中间商的能力差异·····	(43)
三、国外进口中间商的气质差异·····	(45)
四、国外进口中间商的性格差异·····	(48)
第三节 国外进口中间商的购买决策·····	(51)
一、国外进口中间商的购买决策程序·····	(52)
二、国外进口中间商购买角色和类型·····	(53)
三、国外进口中间商扮演购买角色的决定 因素·····	(55)
第三章 影响进口中间商购买行为的因素·····	(58)
第一节 影响进口中间商购买行为的社会因素·····	(59)
一、消费者的需要·····	(59)
二、消费者的购买动机·····	(68)
第二节 影响进口中间商购买行为的市场及 环境因素·····	(75)
一、出口企业经营因素·····	(76)
二、影响进口中间商购买行为的市场因素·····	(77)
三、影响进口中间商购买行为的环境因素·····	(82)
第四章 出口产品的心理研究·····	(90)
第一节 出口产品品质的心理研究·····	(90)
一、出口产品品质的心理功能·····	(91)
二、出口产品品质的心理原则·····	(96)
三、出口产品品质的心理策略·····	(100)
第二节 出口新产品的心理研究·····	(110)
一、出口新产品的分类·····	(110)
二、开发出口新产品的心理意义·····	(112)

三、开发出口新产品的心理要求	(114)
四、开发出口新产品的心理策略	(116)
五、国际贸易产品的生命周期与心理	(130)
第五章 出口产品商标、包装与服务的心理研究 ..	(137)
第一节 出口产品商标的心理研究	(138)
一、出口产品商标的心理功能	(139)
二、出口产品商标设计的心理原则	(141)
三、出口产品商标的心理策略	(145)
四、出口产品命名的心理问题	(149)
第二节 出口产品包装的心理研究	(156)
一、出口产品包装的心理功能	(156)
二、出口产品包装设计的心理要求	(158)
三、出口产品包装的心理策略	(162)
第三节 出口产品服务的心理研究	(165)
一、出口产品服务的心理原则	(166)
二、出口产品售前服务与心理	(168)
三、出口产品售中服务与心理	(169)
四、出口产品售后服务与心理	(173)
第六章 出口产品价格的心理研究	(176)
第一节 出口产品价格构成及心理功能	(177)
一、关于价格一般概念的认识	(177)
二、出口产品价格构成及心理要求	(180)
三、出口产品价格的心理功能	(189)
第二节 出口产品定价的目标和原则	(192)
一、出口产品的定价目标	(193)
二、出口产品的定价原则	(195)

第三节 出口产品定价的心理方法和技巧	(199)
一、随行就市定价法	(200)
二、差别定价法	(206)
三、按照顾客的习惯定价法	(209)
四、利用顾客错觉的定价法	(212)
第七章 对外促销活动的心理研究	(216)
第一节 人员推销的心理研究	(218)
一、人员推销的心理原则	(219)
二、人员推销的心理策略及技巧	(222)
三、小组推销的几个心理问题	(232)
第二节 国际广告的心理研究	(236)
一、广告媒体的心理特征	(237)
二、国际广告设计心理原则	(242)
三、制作国际广告的心理策略和技巧	(246)
第三节 营业推广和公共关系的心理研究	(256)
一、营业推广的心理研究	(257)
二、国际公共关系的心理研究	(261)
第八章 对外贸易谈判的心理研究	(271)
第一节 对外贸易谈判的心理准备	(272)
一、了解谈判对手的心理活动	(273)
二、自知才能知人	(284)
第二节 对外贸易谈判的战略战术	(298)
一、对外贸易的谈判战略	(298)
二、对外贸易谈判的战术——三十六计	(301)

一、国外进口中间商的个性心理特征·····	(39)
二、国外进口中间商的能力差异·····	(43)
三、国外进口中间商的气质差异·····	(45)
四、国外进口中间商的性格差异·····	(48)
第三节 国外进口中间商的购买决策·····	(51)
一、国外进口中间商的购买决策程序·····	(52)
二、国外进口中间商购买角色和类型·····	(53)
三、国外进口中间商扮演购买角色的决定 因素·····	(55)
第三章 影响进口中间商购买行为的因素 ·····	(58)
第一节 影响进口中间商购买行为的社会因素·····	(59)
一、消费者的需要·····	(59)
二、消费者的购买动机·····	(68)
第二节 影响进口中间商购买行为的市场及 环境因素·····	(75)
一、出口企业经营因素·····	(76)
二、影响进口中间商购买行为的市场因素·····	(77)
三、影响进口中间商购买行为的环境因素·····	(82)
第四章 出口产品的心理研究 ·····	(90)
第一节 出口产品品质的心理研究·····	(90)
一、出口产品品质的心理功能·····	(91)
二、出口产品品质的心理原则·····	(96)
三、出口产品品质的心理策略·····	(100)
第二节 出口新产品的心理研究·····	(110)
一、出口新产品的分类·····	(110)
二、开发出口新产品的心理意义·····	(112)

一、国外进口中间商的个性心理特征·····	(39)
二、国外进口中间商的能力差异·····	(43)
三、国外进口中间商的气质差异·····	(45)
四、国外进口中间商的性格差异·····	(48)
第三节 国外进口中间商的购买决策·····	(51)
一、国外进口中间商的购买决策程序·····	(52)
二、国外进口中间商购买角色和类型·····	(53)
三、国外进口中间商扮演购买角色的决定 因素·····	(55)
第三章 影响进口中间商购买行为的因素 ·····	(58)
第一节 影响进口中间商购买行为的社会因素·····	(59)
一、消费者的需要·····	(59)
二、消费者的购买动机·····	(68)
第二节 影响进口中间商购买行为的市场及 环境因素·····	(75)
一、出口企业经营因素·····	(76)
二、影响进口中间商购买行为的市场因素·····	(77)
三、影响进口中间商购买行为的环境因素·····	(82)
第四章 出口产品的心理研究 ·····	(90)
第一节 出口产品品质的心理研究·····	(90)
一、出口产品品质的心理功能·····	(91)
二、出口产品品质的心理原则·····	(96)
三、出口产品品质的心理策略 ·····	(100)
第二节 出口新产品的心理研究 ·····	(110)
一、出口新产品的分类 ·····	(110)
二、开发出口新产品的心理意义 ·····	(112)

第一章 绪 论

心理学是一门十分诱人的科学。它不仅是研究人的极其重要的基础科学，而且是各行各业都非常需要的应用科学。随着对外开放、对内搞活的社会主义经济的迅猛发展，越来越多的人认识到了运用心理学原理的重要性，因而，也就有越来越多的人对学习心理学产生了极大的兴趣，我国的对外贸易界、外向型企业界也是如此。

对外贸易是我国对外开放的主要形式，其发展状况不仅直接反映我国对外开放的程度，而且还直接影响到我国社会主义现代化建设的规模和进程。因此，认识国外客户的心理现象，学会在国外做生意的心理技巧，掌握外贸经营的心理规律，促进对外贸易的发展，便成为心理学家、外贸经济学家、外贸营销学家以及广大的外贸工作者、外向型企业的经营管理者共同探索的任务，并由此而得到的珍贵而又丰富的资料，便孕育出具有中国社会主义特色的对外贸易心理学。

第一节 对外贸易心理学的形成

我国心理学的发展，必须坚持它的应用方向，使人们感到它对社会主义建设有益，对日常工作、学习和生活有用。为了促进我国国民经济和社会主义建设的发展，在自力更生的基础上，充分利用国外资源，努力开拓国外市场，认真学

会做对外经贸工作的本领，显得极为重要。面对竞争激烈、瞬息万变的国际市场，要做到这一点并非容易，它迫切需要把心理学的普遍原理同外贸经营的各项专业知识高度地、和谐地、有机地结合在一起，建立一门新的实用的边缘科学——《对外贸易心理学》。

《对外贸易心理学》(Psychology of Foreign Trade)这门应用科学，不仅在我国先秦时期就有萌芽，而且对外贸易和现代科技的蓬勃发展，为它的形成提供了温床和动力，使这门科学独立存在和发展，不仅可能，而且还成为必然。

一、心理学概述

心理学(Psychology)是研究人的心理的科学，其研究工作有几千年的历史，但是心理学走上真正科学化的道路，乃是最近一百多年的事。早在一五九〇年，德国哲学家和逻辑学家果柯(Rudolf Goeckel)在其著作里，正式提出了心理学这个概念。不过从那时起到十九世纪七十年代，心理学始终没有脱离哲学的怀抱，也不曾产生过一个专业的心理学家，一切心理问题都由哲学家附带地加以研究和论述。

。当今世界各国的心理学界都公认，一八七九年，德国的生物学家冯特(Wilhelm Wundt)在莱比锡建立的世界第一个心理学实验室，标志着心理学正式产生，冯特作为心理学彻底脱离哲学而独立存在和发展的奠基人，便成为全世界第一位专业的心理学家。自此以后，对于心理学问题的研究如雨后春笋，迅速在世界各国萌芽生长，并出现了许多心理学派别。现代心理学的历史，如同德国心理学家艾宾浩斯(Hermann Ebbinghaus)所总结的那样，“心理学有一

个悠久的过去，但却只有一个短促的历史。”

（一）心理学的研究对象

不了解心理学的人，认为心理学很神秘，高深莫测，不可捉摸，或误以为心理学是测字、看相和卜卦之术。其实心理学既不神秘，更不是迷信，它是一门科学，是以人的心理现象为研究对象，是以人的心理现象产生、变化和发展规律为研究任务的一门科学。

1. 人的心理现象

心理学是研究人的心理现象（Mental Phenomena）的科学。人们研究的目的，就是自觉地运用心理现象产生、变化和发展的规律，来指导人们的社会实践活动，从而取得所期望的效果。那么，什么是心理现象呢？人的心理现象是指由人的大脑机能而产生的感觉、知觉、记忆、情感、思维和意志等心理过程，以及注意、兴趣、能力、气质和性格等个性心理特征。人的心理现象是多种多样、错综复杂和变化不定的，但仍然可以概括为心理过程和心理特征两大类。

（1）心理过程

人的各种心理现象不是孤立的、静止的，而有一个产生、发展和消失的过程，这个心理活动的基本的过程，我们把它称之为心理过程（Mental Process）。人的心理过程和现实界其它一切现象一样，受一定规律的规定和制约。为了更好地研究心理并揭示其规律，人们根据心理活动表现出的形态和作用的不同，将复杂的心理过程，区分为认识过程、情感过程和意志过程。

认识过程是人通过感觉、知觉、记忆、想象和思维，去认识客观事物的表面属性和内在联系的心理活动过程。情

感过程是人通过喜、怒、哀、乐、爱、憎，而表现出的对所认识事物的主观感受或态度体验的心理活动过程。意志过程是人通过确定目的、下定决心、选择方案、执行计划等，去有意识、有目的地支配行动、排除干扰、克服困难、坚持到底的内心活动过程。认识、情感、意志三种心理过程，简称知、情、意，它们不是孤立的，是既相区别，又相互关联的。

（2）人的个性心理特征

我们说在世界上，绝对找不到两个完全相同的人，这是因为人不仅具有共性，而且还具有个性心理特征（Individual Mental Characteristics）。所谓个性心理特征，就是一个人所具有的兴趣、嗜好、气质、能力、性格等各种带有个人倾向性、稳定性、持久性心理特征的总和。它是在一个人的先天因素——生理素质和后天条件——一定的社会历史条件下，通过社会实践活动形成和发展起来的。个性心理特征在不同人身上既有共同性，又有差别性。在一定条件下，个性心理特征又是可以培养和改变的。

心理现象的各方面不是孤立的，而是相互联系的。不仅认识、情感、意志等三个方面的心理过程密切相关，而且个性心理特征与心理过程也紧密相联、不可分割。个性心理特征是在心理过程的基础上形成和发展的，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，使各种心理过程都染上了鲜明的个人色彩。

2. 心理的本质

心理的本质是什么？几千年来唯物论和唯心论者一直进行着激烈地争论。不过已往的一般唯物论，由于社会历史条

件的限制，始终未能彻底完满地回答这个问题。直到马克思和恩格斯建立和发展了辩证唯物主义，这场争论了旷日持久的问题才终于得到了科学的解答。

（1）人脑是心理的器官

在过去很长的时期内，人们都以为心脏是人的心理器官，久而久之，就有了心驰神往、心之官则思、心有余力不足、心有灵犀一点通一类的成语了。在汉字形体中，凡是表现心理现象的字，都通过会意写有“心”的偏旁，如爱憎、思想、惊恐、感情等等，相沿成习。

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，人们则惊奇地发现，心脏的功能是进行血液循环，维持生命的。而人脑，则是按照特殊方式组成的一块最高级、最复杂的物质，它是心理的器官，能思维、能记忆、能产生丰富多彩，复杂万状的心理现象。科学证明心理是人脑的产物，人脑是整个身体的最高司令部，是智力活动的基础。一个大脑发育不健全的人，不可能有正常的心理活动。

人的心理是借助于人脑的机能来实现的。人脑可分为大脑、间脑、延脑、中脑、桥脑与小脑，约有神经细胞1000亿个，而实现人的心理活动最重要的是大脑。大脑有左右两半球，根据1981年诺贝尔奖金获得者，美国心理学家斯佩里（R·W·Sperry）研究脑的结果表明：大脑左半球同人的心理中的抽象思维及其有关词句意义的理解、音乐的旋律、数理逻辑推理等方面有密切的联系；大脑右半球与具体形象思维、人体的空间形象、语言的声音辨别、音乐的节奏、情绪的表达与辨别等方面有密切的联系。而左右两半球通过协同活动，才能使人的心理活动正常进行。

（2）心理是客观现实在人脑中的反映

人脑是心理器官，但是人脑本身不能独自地产生心理。马克思主义认为，物质是第一性的，思维是第二性的，存在决定意识。人脑是人的心理产生的先决条件，它提供了心理产生的可能性，而要把这种可能性变为现实性，必须依靠外部世界的推动。列宁曾指出，人的心理是人脑的机能，是外部世界的反映。

外部世界是怎样作用于人而产生心理活动的呢？那就是客观事物刺激人的感官，由神经运动传导给大脑的两个半球，并通过大脑的两种信号系统的活动——条件反射，于是，客观刺激物便在大脑皮层（Cerebral Cortex）形成了不同的反映或不同的心理现象了。而且这些心理现象引起脑神经的物理化学变化，将信息储存在脑中，建立暂时的神经联系。这些暂时的神经联系还可与过去的心理体验相结合，因而，人的心理便更为复杂多变了，出现了思想、意识、观点、感情、意志等等。

人的心理固然是客观现实的反映，但对同一事物的反映却可能因人而异，因时而异，如同是红颜色，有人喜欢，有人则厌恶，即使是同一个人对于红颜色，有时会喜形于色，有时却可能会感到怒不可遏。这是因为人们的心理反映，往往不象录像机那样直接摄影，也不象复写纸那样直接复写，而是囿于人的不同生活环境和社会经历所形成的比较固定的知识、经验、兴趣、爱好、思想倾向等主观意识的折射，自然心理就不可避免地带有主观的性质。

（二）心理学的理论体系和性质

心理学是一门年轻的科学。在1879年前，它在哲学的襁