

商业心理学

赵淑青 于国水 主编

55

中国商业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

商业心理学/赵淑青 于国水主编. —北京: 中国商业出版社,
1996. 7

ISBN 7-5044-3239-3

I. 商… I. 赵… II. 商业心理学 N. F713.55

中国版本图书馆 CIP 数据核字(96)第 12546 号

责任编辑: 世 义 星 光

中国商业出版社出版发行

(100053 北京广安门内报国寺 1 号)

新华书店总店北京发行所经销

山东师范大学附中印刷厂印刷

1996 年 8 月第 1 版 1996 年 8 月第 1 次印刷

787×1092 毫米 32 开 8.875 印张 175 千字

印数: 1-10000 册 定价 8.80 元

(如有印装质量问题可更换)

编写说明

《商业心理学》是根据国内贸易部新颁发的中专学校《教学计划》和《教学大纲》的有关规定,适应各校教学改革和学制调整的实际需要,由一批具有丰富教学经验的高级讲师和讲师编写的。经审定,可作为中专学校有关专业的教材,也可作为职业中专和技工学校的教学用书以及在职工的自学读物。

本书由赵淑青、于国水任主编,张立改、陈国民任副主编。参加编写的有:张立改、刘英俊(第一、五章);高彩芹(第二章);姚原野(第三章);赵淑青(第四章);张志东(第六章);于国水(第七章);陈玉珍(第八章);陈国民(第九、十章)。由徐胜三教授审阅定稿。

本书在编写过程中,得到国内贸易部系统许多兄弟学校的领导及教师的大力支持,参阅了部分有关论著和教材,在此一并表示感谢!书中不足之处在所难免,恳请读者指正。

编者

1996年6月

编审委员会名单

(以姓氏笔画为序)

顾问:	王仲春		
主任委员:	罗汉堂		
副主任委员:	马世义	付有才	李明泉
	任树刚	杨志勇	周信仁
	张盛恭	梁乃计	潘青辉
委员:	于敏	于国水	王宗江
	王明侠	王佐芳	尹立新
	刘玉芹	李好科	杨秉捷
	赵淑青	韩广璞	谭宝军
	甄仁春		

目 录

序	(1)
第一章 绪论	(1)
第一节 心理学概述	(1)
第二节 商业心理学的研究对象	(9)
第三节 商业心理学的研究方法	(17)
第二章 消费者购买商品的心理活动过程	(23)
第一节 消费者对商品的认识过程	(23)
第二节 消费者对商品的情感过程	(31)
第三节 消费者对商品的意志过程	(41)
第三章 影响消费者购买行为的个性心理因素	(51)
第一节 消费者的个性倾向性与购买行为	(51)
第二节 消费者的个性心理特征与购买行为	(71)
第四章 影响消费者行为的社会因素	(81)
第一节 家庭对消费行为的影响	(81)
第二节 群体和社会阶层对消费行为的影响	(90)
第三节 文化与亚文化对消费行为的影响	(100)
第五章 消费者分类市场心理分析	(111)
第一节 男性与女性消费心理	(111)
第二节 儿童与少年消费心理	(120)
第三节 青年人的消费心理	(126)
第四节 中年人与老年人消费心理	(130)

第五节 残疾人消费心理·····	(136)
第六章 商品设计心理分析·····	(141)
第一节 商标设计心理·····	(141)
第二节 商品命名心理·····	(149)
第三节 商品包装的心理功能·····	(156)
第七章 商品价格心理分析·····	(169)
第一节 商品价格概述·····	(169)
第二节 消费者的价格心理·····	(176)
第三节 价格的心理功能·····	(181)
第四节 价格的心理策略·····	(184)
第八章 商业广告心理分析·····	(191)
第一节 商业广告的心理功能·····	(191)
第二节 商业广告主要媒体的心理特点·····	(194)
第三节 增强广告效果的心理方法·····	(202)
第九章 商业企业销售服务心理分析·····	(215)
第一节 店容店貌对消费者心理的影响·····	(215)
第二节 营业员柜台服务心理·····	(229)
第三节 推销和商业谈判心理·····	(241)
第十章 商业企业管理心理分析·····	(253)
第一节 管理者心理与职工激励·····	(253)
第二节 商业职工的心理健康·····	(267)

第一章 绪 论

随着社会主义市场经济的建立和发展,商业心理学在商业经济活动中的意义越来越大,引起人们的关注。本章主要阐述心理学的一般问题,商业心理学的研究对象、内容、方法和意义,明确为什么要学习商业心理学,学习哪些内容,以及怎样学好商业心理学等问题。

第一节 心理学概述

一提起心理学,人们总会有一种神秘玄妙之感,这是由于不了解心理学的研究对象和研究内容所致。那么,什么是心理学,它研究哪些内容呢?

一、什么是心理学

心理学是研究人的心理现象及其规律的科学。

心理现象不同于物理、化学现象,它没有形状,没有大小,没有气味,也没有重量,因而不容易为人们所了解。但是,心理现象又是人们在劳动、学习、消费等实践活动中时刻都产生着和存在着的,是每个处于清醒状态的人所熟悉的。例如,我们听到钟表的“嘀答、嘀答”声;看到光亮、颜色;尝到滋味,闻到气味;摸到布料的软硬,等等,都是感觉。在这些感觉的基

基础上,能辨认出这是钟表、彩灯,那是面包、全毛华达呢等,这就是知觉。人们经历过的事物,当再次出现时,能够认识它,必要时,原来听过的话语,看过的图形、物象仍然“话犹在耳”、“历历在目”,这是记忆。人不仅能够通过记忆把经历过的事物回想起来,而且还能在过去经验的基础上,在头脑中创造出新事物的形象,这就是想象。人要认识事物,不能只限于事物的表面现象,还必须对感知的材料用已有的知识进行分析、思考,才能深入事物的本质,把握事物的规律,这种分析思考活动便是思维。

感觉、知觉、记忆、想象和思维,都是属于对客观事物的认识活动,都是为了弄清客观事物的性质和规律而产生的心理活动。这种心理活动在心理学上称为认识过程。

人在接触、认识客观事物时,并非是无动于衷的情感体验,常常会产生对客观事物的态度体验。产生喜、怒、哀、乐,以及爱、恶等各种各样的情感,这在心理学上叫做情感过程。

人们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世界。人们在改造世界的过程中,总会遇到不利的因素,产生某些困难,但人们并不屈服,而是根据自己的认识程度,确定行动。拟定计划、步骤,想方设法战胜困难,达到自己预定的目的。这种确定目标,想办法克服困难,坚持达到目的的心理活动过程,叫做意志过程。

认识过程、情感过程、意志过程并不是彼此孤立的过程。它们在人们的心理现象中,是作为统一的整体表现出来的,相互紧密地联系在一起。所以,心理学将它们统称为心理过程。心理过程是人的心理现象的一个方面。

人的心理现象的另一个方面是人的个性心理。而个性心理包括个性心理特征和个性倾向性两个方面。

人们在处理各种事物的过程中,会表现出各种不同的心理特征。在日常生活中,人们在从事种种活动时,有的人长于观察,慧眼非凡;有的人长于背诵,记忆力惊人;有的人长于抽象、概括,逻辑思维超群;还有的人具有丰富的想象力,等等,这都是表现在能力方面的不同特征。在人的活动的交往中,有人锋芒毕露,粗暴武断;有人活泼可爱,聪明伶俐;有人沉默寡言,老成持重;有人孤僻古怪,谨小慎微,等等,这些是属于气质方面的特征。在对人对事上,有的人内向、含蓄,有的外向、袒露;有的人诚实、和善,有的虚伪、狡诈;有的人乐观、进取;有的悲观、失望;有的人果断、坚毅;有的谨慎、怯懦,等等,这些都是表现在性格方面的特征。所有这些表现在人的能力、气质和性格等方面的特征,称为个性心理特征。

在日常的工作和生活中,人们还表现出不同的个性倾向。如在购买行为中,有的人有这方面的要求,而有的人则有另一方面的要求,表现出人在需求方面的差异;有时,同样购买某种商品,有人出自这种考虑,有人则是出自另外一种考虑,这是动机的差异;有人对这种商品有兴趣,有人对另一种商品有兴趣,这是兴趣的差异。人们在需要、动机、兴趣等方面的差异便反映出一个人的个性倾向性。

心理学所说的人的心理现象就是指人的心理过程和个性心理两个方面。这两个方面密切联系、不可分割。一方面,个性心理是在各种心理过程中形成和发展的,并且通过心理过程表现出来。例如,人对商品的认识能力,只有在认识某种商品的过程中,才能表现出认识能力的高与低。另一方面,已经

形成的个性心理,对人的心理过程又有影响作用。如,能力、性格等都能直接影响人们对事物认识的效率和深度,从而使心理过程带上了浓厚的个性色彩。

人的心理过程和个性心理是心理学研究的主要内容。要研究人的心理现象,必须对心理过程和个性心理分别进行剖析;而要了解一个人的心理现象的全貌,必须将这两个方面综合起来加以考察。

总之,心理学是研究人的心理过程发生、发展的规律,研究个性心理形成和发展的过程,研究心理过程和个性心理相互关系规律性的科学。

二、心理的实质

各种心理现象在每个人身上都有所表现,人的心理现象又是丰富多彩、极为复杂的。那么,人的心理现象的实质究竟是什么呢?

在人类社会历史发展上,有相当长的一段时间,人们弄不清心理的实质。在中国古代,人们一直把心脏当作心理的器官,把心理活动当作心脏的功能。这是因为,人们平时可以感觉到自己心脏的活动变化;人们还直觉地发现,人由于流血过多而失去知觉或死去,便自然地误认为精神现象产生于心脏,所以也就把精神活动称作“心理”而沿用至今。人们常说“心想”、“心爱”、“心烦”等等,就是这种“心脏说”的表现。在汉语中,凡是带“心”字旁的字一般都与精神现象有关,如思、想、意、恶等。随着科学技术的进步,尤其是解剖学、生理学和医学的不断发展,以及对神经系统的大量实验,证明了人的心理意识,是高度发达的物质和器官——人脑的机能。这是人们

经过长期的探索而得出的科学结论。人的心理是人脑的机能,人脑是心理的器官,离开了人脑就无法产生人的心理。但是,人脑只是产生心理的器官,如果没有客观现实的作用,心理现象也是无法产生的。人的一切心理现象都是客观现实在人脑中的反映,客观现实是产生心理的源泉和内容。所以,人的心理实质,是客观现实在人脑中的主观映象。

与人类揭示人的心理实质经历了相当长的历史一样,心理学的产生也经历了漫长的历史发展才成为一门独立的学科。

心理学是一门既古老又年轻的科学。说它古老,是因为它的渊源可以追溯到两千多年前的古希腊。当时,人们就已经开始探索自己的心理现象,人们称它为“灵魂”。“心理学”这一科学的名称最早见于希腊文 *Psyche Logos*,意思是关于灵魂的学问。古希腊著名哲学家亚里士多德就曾在他的专著《论灵魂》中,对人的心理现象进行过系统的论述。我国远在春秋战国时期,也有许多学者争论过人的某些心理问题,如孟子提出的“性善论”,荀子提出的“性恶论”,等等;我国古代兵法中也强调“攻心为上”。但是,两千多年来心理学一直都是哲学的一部分,在哲学范围内进行思辨的研究,没有成为独立的心理科学。

心理学成为独立的科学,还是十九世纪末的事。1897年,德国心理学家威廉·冯特在莱比锡大学创立了世界上第一个心理学实验室,采用科学的实验方法对人的心理现象进行研究。从此,心理学开始真正建立在科学的基础之上,终于从哲学中分离出来,成为一门独立的学科。从冯特创立实验室至今,仅有一百多年的历史。所以从这个意义上来说,心理学

的确是一门年轻的、正在发展的学科。

三、心理学的研究领域

心理学既是一门理论学科，又是一门应用学科。随着社会的进步和科学技术的发展，现代心理学的研究领域以及应用范围越来越广泛，正在社会的各个实践领域发挥着越来越重要的作用。我国著名心理学家潘菽认为，到2000年，心理学有可能成为一门带头学科。

心理学对一切社会实践领域都十分重要。由于心理学广泛应用于社会实践的各个领域，在服务于各种社会实践的过程中，心理学自身得到迅速发展，其结果是在普通心理学的基础上，派生出许多的分支，分别研究不同领域中的心理现象，或心理现象的某一方面，并且具有自己特定的研究对象、任务和意义。

普通心理学研究正常人心理活动的最一般的规律。它主要研究心理学的基本理论。是心理学各个分支的基础。因此，要学好商业心理学，必须先掌握一些普通心理学的基础知识。

发展心理学(亦称年龄心理学)研究个体成长过程中心理发展的规律及年龄特征。发展心理学又可分为幼儿心理学、儿童心理学、少年心理学、青年心理学、成年心理学、老年心理学等。

教育心理学研究在学校教育情境中，受教育者掌握知识、技能以及发展智能和形成道德品质的规律。

社会心理学研究个人与社会的相互关系，研究人与人交往中的心理现象，协调个人与社会、个人与个人之间的关系。

司法心理学研究侦缉和审讯过程中的心理问题,也研究罪犯的个性心理特点和劳教中的心理学问题。

医学心理学研究心理因素在疾病的发生、发展和诊断、治疗以及预防中的作用。

体育运动心理学研究人在体育运动中的心理活动规律。其具体任务是研究体育训练和运动竞赛中心理活动的特点,为制定体育和运动的教学与训练方法提供必要的心理学依据。

艺术心理学研究艺术创作和欣赏过程中心理活动的规律,探讨美术、音乐、文学和戏剧表演能力的发展问题。

此外,还有工程心理学,管理心理学,军事心理学,商业心理学,等等。随着社会实践的需要,心理学还会有许多新的分支出现,这表明了人类对于了解自身的兴趣日益浓厚,也表明了心理学的理论研究与应用研究具有巨大的实践价值。

四、学习心理学的意义

学习和研究心理学具有重要的理论和实践意义。

首先,心理学丰富和证明了马克思主义哲学理论,并使之具体化。心理学所揭示的心理与人脑的关系,心理与客观现实的依存关系,科学地论证了物质第一性、意识第二性这一马克思主义哲学的基本原理,有力地抨击了各种唯心主义思潮。心理学所探讨的外部客观条件如何决定各种心理过程的进行,以及如何影响个性心理的形成,揭示了外部条件与心理现象之间的因果制约性,从而把辩证唯物主义的普遍原理——因果关系得以具体化。心理学研究在一定社会历史条件下个性形成的规律,把历史唯物主义的重要原理具体化。心理学

研究人的认识活动以及形成表象和概念的过程,使马克思主义哲学认识论原理具体化。

第二,学习和掌握人的心理起源与发展,以及心理的实质,有助于树立辩证唯物主义世界观。列宁说的好,“心理学提供的一些原理,使人们不得不拒绝主观主义,而接受唯物主义。”^①心理学为我们揭示了人的心理和精神是第二性的,是依赖于客观物质世界的;具体说明了人脑反映客观外界的各种形式及其产生的机制;阐述了感性认识向理性认识的发展,以及意识的能动性原理等等。因此,学习和研究心理学,有助于我们深刻理解马克思主义哲学的基本原理,树立起辩证唯物主义的世界观。

第三,学习和掌握心理学,有助于建设社会主义精神文明,加强自我修养。建设以共产主义思想为核心的精神文明,包括文化建设和思想建设两个方面。实际上这两方面都是要解决人的精神、主观世界的问题。心理学为文化建设提供了必须遵循的规律。如,如何激发一个人的学习热情,使其开发智力,掌握知识;如何培养和发展人的观察力、记忆力和思维能力等等。心理学也为加强自我修养和思想建设提供了原则、方法和途径。思想建设的核心是使人具有共产主义思想和高尚的情操。学习和研究心理学,可以掌握道德感、美感、理智感形成和发展的规律,不良品德的矫正方法,以及良好性格和个性培养的原则和途径等等。

第四,学习和掌握心理学,有助于我们在实际工作中自觉

^① 列宁:《哲学笔记》人民出版社1956年版,第328页。

地运用心理学的有关规律,做好本职工作。心理学是一门应用范围很广的学科。凡是有人的地方都存在心理学的应用,凡是做人的工作或是做与人有关的工作,都离不开心理学的应用。例如医生,如果掌握了心理因素在疾病发生、发展、诊断、治疗和预防中的作用,便可以有效地排除患者的痛苦,及时、科学地把疾病治愈;一个工程技术人员,只有掌握了人的心理特点,才能设计出适合人的心理特点的机器来;至于管理人员,学习和掌握了心理学,就更能够使自己自觉地按心理学规律办理,从而不断地提高管理水平和工作效率。总之,心理学不仅具有重要的理论意义,而且有着广泛的实践意义,它可以提高人的实践活动效率。尤其是在科学迅速发展的今天,心理学对各行各业来说是必不可少的基本理论知识。

第二节 商业心理学的研究对象

商业心理学和其他学科一样,有它特定的研究对象,它是在社会实践需要中产生和发展起来的一门年轻的学科。

一、商业心理学的研究对象

商业心理学是心理学的一个分支,属于应用心理学,是普通心理学在商业经营活动中的应用。

商业心理学成为一门独立的学科,还是本世纪初的事情。它主要是在普通心理学的基础上,随着普通心理学的广泛发展和商品经济的高度发达,为了适应市场营销活动的需要产生并发展起来的。

20世纪初,美国西北大学的著名心理学家斯科特,最早把心理学引入到商品营销领域中来,当时,主要是将心理学的原理应用到广告中。这时关于商业心理学的研究只限于广告和推销方面。

30年代的经济大萧条,使许多资本主义国家出现了生产过剩,产品积压,刺激消费成为渡过经济危机的重要手段。了解购买者的需求,促进购买者对商品的了解,引发购买者的购买动机,种种解决当时经济危机的办法,极大地促进了对商业心理学的研究。从这以后,商业心理学改变了过去单纯应用于推销方面的研究,而在研究中的兼顾生产者、营销者与消费者双方的利益。第二次世界大战以后,商业心理学对于消费者动机、态度以及消费者的消费习惯等问题,都有了比较系统的研究,大大地拓展了商业心理学的研究领域。

60年代以后,消费心理学的研究得到了迅猛的发展。专业性的研究组织已经形成,有关消费行为的研究论文、调查报告和著作明显增加,商业心理学的发展在理论上日趋成熟。美国、日本、西欧等国的商业心理学研究趋向于多学科综合性研究,从多角度、总体上进行深入研究,从而使得商业心理学的体系日臻完善。到80年代初,商业心理学已发展成为一门完整的独立学科,成为商业营销人员和管理人员必读的一门学科。

商业心理学作为一门独立的学科,有它特定的研究对象。商业心理学的研究对象就是商业经营活动中人的心理现象。商业经营活动的核心是市场交易,即在市场上将商品或劳务的所有权从生产者或经营者手中转移到消费者手中的活动。这种活动必须要求买方与卖方同时存在。因此,商业心理学

便自然而然地把消费者和经营商品的营销人员、管理人员的心理活动产生、发展及其变化规律作为自己的研究对象,同时,它还要研究商品的营销活动、商品生产与心理的关系。

总之,商业心理学就是研究商业经营活动中人的心理现象产生、发展的一般规律,以及商业经营活动和心理现象相互关系的科学。

二、商业心理学的研究内容

商业心理学的研究对象决定了它的研究内容。这些内容主要包括如下的几个方面:

(一)研究消费者心理

商业经营活动的最终目的是将商品的销售给消费者,满足消费者的需要。于是,消费者自然成了市场经营活动的主体。因此,商业心理学必须把研究消费者心理作为主要的根本的内容。它要研究在购买过程中,消费者的一般心理活动过程、消费者的需要和购买动机,以及消费者的个性心理特征。

(二)研究销售者心理

商业经营活动中最有意义的活动是售卖活动,销售者在售卖活动中扮演了非常积极的角色。商品能否迅速实现其价值,除了商品本身的因素之外,更重要的是取决于销售者的销售意识和经营活动的好坏。这就决定了销售者的心理素质和营销心理策略对商业经营活动有重要意义。销售者心理包括销售心理,如商品广告、店容店貌设计、市场销售等等如何根据消费者的心理需求,提高经营艺术;也包括销售者的心理即商业从业人员心理如营业员和推销员心理等等。