

现代旅游经济·文化系列丛书

主 编 薛群慧
副主编 田 里

旅游心理学

TOURISM



云南大学出版社

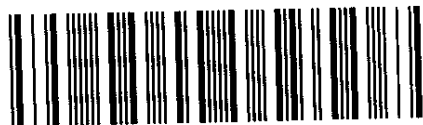
97
F590
33
2

●现代旅游经济·文化系列丛书

旅游 心理学

主 编 薛群慧
副主编 田 里

XA 209/14



3 0108 1048 3



云南大学出版社

C

388946

责任编辑 张丽华
责任校对 林 辉
封面设计 杜 伟

旅游心理学
薛群慧 主编

*

云南大学出版社出版发行
云南大学出版社印刷厂印装

*

850×1168 1/32 印张 8.9 字数 215 千

1996 年 7 月第 1 版 1996 年 7 月第 1 次印刷

印数 0001—2000

ISBN7—81025—540—1/F·84

定价:14.00 元

《现代旅游经济·文化系列丛书》

编辑委员会

编委会主任 杨思忠

编委会副主任 许克敏 严建

执行主编 罗明义 施惟达

执行副主编 古明清 骆静珊 田里

编委 (按姓氏笔划排列)

田里 古明清 吕宛青 李洁

杜靖川 吴松 严建 罗明义

杨桂华 杨军 管宁生 施惟达

骆静珊 黄继元 熊晓霞 薛群慧

云南大学主干课程建设教程

总 序

当代旅游业已成为世界上发展势头最为强劲的产业和最大的产业。旅游业发展之快，产业带动力之强，使许多国家和地区都把旅游业作为经济发展的重点产业，予以大力扶持和发展。进入九十年代，国际旅游业伴随着经济中心的转移，在亚太地区掀起热潮。抓住这一时机，我国已将旅游业确定为第三产业发展的带头产业，予以大力发展，使我国旅游业迅速从改革前的 40 多位上升为目前的世界第 15 位的地位。伴随着我国旅游事业的迅速发展，我国旅游资源开发及“硬件”建设正不断增加和完善，但是旅游业的“软件”建设则显得十分薄弱，特别是旅游经济，旅游文化理论研究及人才培养严重滞后。因此，为了适应我国旅游业发展及旅游教育的需要，云南大学旅游系、云南大学旅游研究所、昆明大学旅游系和云南大学出版社共同组织旅游经济、文化及管理等相关学科的专家、学者，以及从事旅游经济管理的实际工作者，共同编著《现代旅游经济·文化丛书》，为我国旅游经济、文化理论研究和旅游教育、人才培养提供一套高质量、高水平的旅游经济文化系列专著或教材，以促进我国旅游经济文化理论研究和旅游教育的发展。

《现代旅游经济·文化丛书》全套出书 30 部，滚动式出版在五年内出齐。每部书 18~20 万字，丛书总字数约为 600 万字。全套丛书将比较系统、全面地反映当代国内外旅游经济、旅游文化、旅游管理等基本理论、基本方法和最新研究成果，充分反映现代旅游业及旅游教育的要求及发展特点。丛书共分五辑出版，每年

一辑，每辑 5~6 部。各辑选题内容（选题内容将会根据旅游研究进展及社会经济形势发展作个别调整）如下：

第一辑（1994 年出版）

《现代旅游学导论》、《现代旅游经济》、《旅游资源学》、《旅游导游学》、《旅游园林艺术》

第二辑（1995 年出版）

《旅游管理学》、《旅游市场学》、《旅游心理学》、《旅游地理学》、《旅游生态学》、《旅游接待礼仪》

第三辑（1996 年出版）

《旅游会计学》、《旅游统计学》、《旅游美学》、《旅游交通学》、《旅游民俗学》、《旅游度假区开发与管理》、《旅游饭店经营与管理》

第四辑（1997 年出版）

《旅游财务管理》、《旅游商品学》、《旅游发展史》、《旅游公共关系》、《旅游医学与保健》、《旅游文学名篇导读》、《旅游环境与管理》

第五辑（1998 年出版）

《旅游文物与工艺品》、《旅行社经营管理》、《旅游法学》、《旅游专业英语》、《旅游康乐与管理》

《现代旅游经济·文化丛书》在总体策划与设计上将突出系统性、创新性、实用性三大特色。系统性：是指丛书较全面、系统地反映现代旅游经济文化的最新发展状况，多角度地透视旅游这一特殊的社会现象和经济现象。每部书既是丛书的有机组成部分，又能独立成册，是旅游教育各专业学习和从事旅游工作必不可少的指导书籍。创新性：是指丛书把普及与提高有机结合起来，既注意旅游一般理论与方法的阐述，又重视融汇旅游经济文化研究的最新成果。部分书可丰富已有的研究成果或填补国内相关方面的空白。是从事旅游学科研究和旅游教育工作者颇具价值的重要

参考书。实用性：是指丛书具有较强的指导性和可读性。既有理论，又有实践；既有学理分析，又有充足的数据；既注意理论方法，又强调技能培养。因而对理论研究、教育培训，以及实际工作者都具有适用性。

《现代旅游经济·文化丛书》的出版，既是各位专家、学者们多年研究积累的结晶，也是对各位作者的一次检阅。丛书中所存在的不足或欠缺，敬请读者批评与指正，我们期待着。

《现代旅游经济·文化丛书》

编辑委员会

1994年7月8日

前言

旅游心理学是心理学的一个重要分支学科，是心理学的原则和理论在旅游业的推广和应用，它对旅游服务质量的提高，旅游企业经营管理、科学合理地建立旅游设施和开发旅游资源以及正确地调整旅游活动中的人际关系等积极的实际效用，越来越引起了旅游业对它的重视。但旅游心理学的研究与应用在我国才刚刚起步，这方面的论著和资料都很少，为了弥补这一欠缺，使旅游心理学在旅游业中发挥更大的作用，更好地满足教育界和旅游业多层次的需要，我们编写了这本《旅游心理学》。

《旅游心理学》一书，力求从我国旅游业的实际出发，把旅游心理学的理论与实践融为一体，本书具有以下两个特点：一是具有综合性，本书一方面吸收了心理学、社会心理学、管理心理学、行为科学和社会学等学科的研究成果；另一方面还综合汲取了国内外的旅游心理学现有的文献资料。还将心理学基本原理运用于旅游业，比较全面、系统地分析阐述了旅游心理学在旅游业中的作用。二是具有应用性，本书注重理论与实际相结合，分析问题力求深入浅出，具有很强的应用性。本书可用于高等院校的教科书，也适用于旅游工作者，广大心理学爱好者。

本书在编写过程中，参考了部分心理学、社会心理学、管理心理学、社会学和旅游心理学等论著，在此谨向有关的作者，为本书的编写付出辛勤劳动的责任编辑张丽华，以及很多帮助，支持过此书的编写和出版的前辈、同仁、朋友致以诚挚的谢意！

本书得以问世，是集体共同努力的结果。按章目顺序参加编

写的人员是：第一章薛群慧，第二章薛群慧、赵晓青，第三章和第八章田里，第四章仇学琴，第五章文涛，第六章杨军，第七章邓永进，第九章缪家福，第十章曹晏东，第十一章吕宛青。本书最后由薛群慧、田里统定。

本书终于和大家见面了，但却留下了不少遗憾和缺欠，恳请各位学者、同仁赐教、指正。

目 录

第一章 绪 论

第一节 旅游心理学及其研究对象.....	(2)
一、旅游心理学的产生.....	(2)
二、旅游心理学的研究对象.....	(4)
第二节 旅游心理学的研究方法.....	(7)
一、研究旅游心理学的基本原则.....	(7)
二、研究旅游消费者心理和行为的出发点.....	(9)
三、研究旅游者心理和行为的基本方法	(11)
四、研究旅游消费者心理和行为的具体步骤	(16)
第三节 研究旅游心理学的意义	(18)
一、有助于旅游业开展有针对性的服务	(19)
二、有助于旅游企业在旅游市场竞争中获胜	(20)
三、有助于提高旅游企业的内部管理水平	(22)
四、能为科学地开发旅游资源和安排旅游设施提供心理学 依据	(23)

第二章 相关学科理论与旅游心理学

第一节 心理学与旅游心理学	(26)
一、心理过程	(26)

二、个性心理特征	(33)
三、个性心理倾向	(38)
第二节 社会心理学与旅游心理学	(41)
一、社会心理学的内涵	(41)
二、社会心理学的研究范围	(42)
第三节 管理心理学与旅游心理学	(45)
一、管理心理学强调以人为中心的管理	(46)
二、管理心理学着重研究企业中心的(人——人)系统	(47)
三、管理心理学着重研究企业中的纯粹的人的因素	(48)
四、管理心理学着重研究企业中的内环境系统	(48)
第四节 行为科学与旅游心理学	(49)
一、行为科学的提出	(49)
二、行为科学的内涵	(50)
三、行为科学的研究内容	(50)
第五节 旅游心理学与相关学科的关系	(51)

第三章 旅游动机

第一节 旅游动机概述	(54)
一、旅游动机的概念	(54)
二、旅游动机的产生	(57)
三、旅游动机的类型	(61)
第二节 旅游动机的特性	(67)
一、旅游动机的作用	(67)
二、旅游动机的特性	(68)
三、影响旅游动机的因素	(71)
第三节 旅游动机的激发	(73)
一、旅游者需要分析	(73)

二、旅游动机的激发	(76)
三、旅游动机与宣传	(80)

第四章 旅游知觉

第一节 旅游知觉概述	(84)
一、旅游知觉的概念	(84)
二、旅游知觉特性	(85)
三、影响旅游知觉的因素	(87)
第二节 旅游中的社会知觉	(93)
一、自我知觉	(93)
二、个体知觉	(95)
三、人际知觉	(99)
第三节 对旅游对象和条件的知觉	(102)
一、对旅游地点的知觉	(102)
二、对旅游交通的知觉	(104)
三、知觉规律在旅游设施中的作用	(105)

第五章 旅游态度

第一节 旅游态度概述	(108)
一、什么是旅游态度	(108)
二、旅游态度的结构	(110)
三、旅游态度的特征	(113)
第二节 影响旅游态度形成的因素	(114)
一、欲求的满足	(115)
二、积累知识经验	(116)
三、家庭因素的影响	(117)
四、群体的影响	(118)
五、同伴的影响	(119)

六、特殊刺激的作用·····	(119)
第三节 态度与旅游行为·····	(120)
一、态度与旅游偏爱·····	(120)
二、旅游态度的改变·····	(121)

第六章 旅游中的情绪情感

第一节 情绪情感概述·····	(125)
一、什么是情绪情感·····	(125)
二、情绪的分类·····	(126)
三、情绪的特征·····	(127)
四、情绪的状态·····	(128)
五、情绪的表情动作·····	(129)
六、情绪的社会性质·····	(131)
第二节 情绪情感与旅游行为·····	(132)
一、旅游者的情感需要·····	(132)
二、旅游者情绪的特征·····	(133)
三、情绪与旅游行为·····	(135)
四、情绪对旅游者行为的影响·····	(135)
第三节 旅游者情绪与旅游服务·····	(137)
一、旅游服务的内容与特点·····	(137)
二、旅游过程情绪与旅游者个性情绪·····	(139)
三、情绪的感染性与旅游者心理补偿·····	(140)

第七章 个性与旅游倾向

第一节 旅游者的个性特征·····	(142)
一、个性的概念及成因·····	(142)
二、旅游者的个性特征·····	(144)
第二节 个性特征与旅游倾向·····	(149)

一、兴趣对旅游倾向的影响.....	(149)
二、需要对旅游倾向的影响.....	(151)
三、气质对旅游倾向的影响.....	(152)
四、性格对旅游倾向的影响.....	(154)

第八章 旅游中的人际关系

第一节 人际关系的一般特征.....	(158)
一、人际关系的形成过程.....	(158)
二、人际关系的基本形态.....	(161)
三、影响人际关系的因素.....	(165)
四、旅游中人际关系的特点.....	(168)
第二节 人际交往的基本模式.....	(170)
一、交往条件与交往作用.....	(170)
二、人际交往的沟通模式.....	(173)
三、人际交往的心态与形态.....	(176)
第三节 团体与个人的行为互动.....	(179)
一、团体与个体概述.....	(179)
二、团体对旅游行为的影响.....	(182)
三、团体中中心人物的作用.....	(183)

第九章 旅游审美心理与旅游资源开发

第一节 美学基本原理与旅游审美.....	(189)
一、美学基本原理.....	(190)
二、感知觉与旅游审美.....	(192)
三、旅游审美层次.....	(197)
第二节 旅游资源开发与规划中的审美心理评价.....	(200)
一、审美心理评价标准在旅游资源开发与规划中的作用	(200)

二、旅游资源开发与规划的美学原则.....	(202)
-----------------------	-------

第十章 旅游服务心理

第一节 导游服务心理.....	(211)
一、旅游者旅游各阶段的心理特征.....	(212)
二、不同旅游者的具体心理特征.....	(213)
三、导游讲解中的心理学运用.....	(215)
第二节 酒店服务心理.....	(218)
一、客人的基本心理需求分析.....	(218)
二、餐饮服务中的心理因素.....	(220)
三、客房服务中的心理因素.....	(221)
第三节 旅游交通服务心理.....	(223)
一、现代交通工具的种类与特点.....	(223)
二、旅游者的交通心理需求.....	(225)
第四节 旅游商品服务心理.....	(227)
一、旅游商品的三大属性.....	(227)
二、旅游者的购物心理.....	(229)

第十一章 旅游管理心理

第一节 旅游企业管理心理概述.....	(233)
一、旅游企业管理心理的特点.....	(233)
二、旅游企业管理中关于人的几个问题.....	(235)
第二节 旅游业员工积极性的激励.....	(239)
一、激励的内涵.....	(239)
二、激励方式.....	(241)
第三节 旅游企业管理与领导艺术.....	(248)
一、领导心理概述.....	(248)
二、国内外有关领导理论与领导艺术的论述.....	(253)

三、旅游企业领导艺术.....	(264)
参考文献.....	(268)

· 第一章 ·

绪论

旅游是人们所进行的并从中感到乐趣的一种活动。这种活动包含着多种物质因素和心理因素，包含着人的各种行为。物质的因素是指交通条件、食宿设施、娱乐设施、旅游吸引物等，心理因素包含了人们的旅游需求、动机，旅游感知觉、态度、情绪情感等。所以，要想较深入地了解旅游现象，就必须了解人的行为，即旅游者和潜在旅游者的心理和行为；同时，旅游活动的开展需要一定的客观条件，因此，研究旅游条件如何为旅游者提供优良的服务，也是必须深入探究的论题；再者，旅游企业的管理，管人要管心，这也涉及到了人的心理和行为。总之，旅游业是最富人性特征的产业，旅游心理学正是以上述几个问题作为自己的主要论题，通过这一学科的研究，对于深入掌握旅游者和潜在旅游者的心理和行为，扩大旅游客源，提高服务质量，改善经营管理、科学安排旅游设施和开发旅游资源及发展旅游事业等，都有重要意义。