



教育部职业教育与成人教育司行业规划教材
中等职业教育市场营销专业教材新系

消费心理学

荣晓华 主编 (第四版)



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



中等职业教育市场营销专业教材新系

21 世纪新概念教材

教育部职业教育与成人教育司行业规划教材

消 费 心 理 学

(第四版)

荣晓华 主编

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

大 连

© 荣晓华 2012

图书在版编目 (CIP) 数据

消费心理学 / 荣晓华主编. —4 版. —大连: 东北财经大学出版社, 2012. 8

(中等职业教育市场营销专业教材新系)

ISBN 978-7-5654-0910-3

I. 消… II. 荣… III. 消费心理学-中等专业学校-教材 IV. F713.55

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 168290 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)

教学支持: (0411) 84710309

营 销 部: (0411) 84710711

总 编 室: (0411) 84710523

网 址: <http://www.dufep.cn>

读者信箱: dufep@dufe.edu.cn

大连美跃彩色印刷有限公司印刷 东北财经大学出版社发行

幅面尺寸: 148mm×210mm

字数: 232 千字

印张: 8 1/2

2012 年 8 月第 4 版

2012 年 8 月第 15 次印刷

责任编辑: 周 欢 王昭元

责任校对: 那 欣

封面设计: 张智波

版式设计: 钟福建

ISBN 978-7-5654-0910-3

定价: 18.00 元

推 荐 说 明

本书是全国中等职业教育通用教材，经审定，同意作为我会推荐教材出版。书中不足之处，欢迎读者批评指正。

教育部商业职业教育教学指导委员会

第四版前言

在以消费者为导向的现代市场经济条件下，研究消费者心理已经成为企业开展营销活动的基础。在一定意义上说，不了解消费者的心理和行为，企业就无法制定正确的营销策略并取得最佳的营销效果。

为了适应不断变化着的环境，也为了与国内中职教育教学改革保持同步，本书在第三版的基础上又做了进一步的修改与完善，具体如下：

1. 更换了全书每一章的篇头引例，力求使每一个引例都更具有权威性与代表性，而且使其与本章节内容相吻合，充分发挥引例对该章节的“导读”作用。

2. 职业教育既要重视以职业知识为重点的“基础教育”，又要重视以职业能力为重点的“职业教育”，还要加强对学习方法、创新精神、创业能力的培养，坚持“科学教育”与“技术教育”的密切融合。因此，根据市场营销专业培养模式及专业定位，本版教材增设了“职业工作站”，期望通过每章“职业工作站”的演练，对学生和读者的与人合作能力、沟通表达能力、信息收集分析能力、解决问题能力、自我学习能力、创新能力等职业核心能力的提高有所裨益。这里所说的职业核心能力是指任何职业或行业工作都需要的、具有普遍适用性且在职业活动中起支配和主导作用的技能。在职业教育过程中，职业核心能力的培养十分重要。

3. 为促进学生健全人格的塑造，每章还增设了“职业道德与营销伦理”专栏，该专栏从“利益与道德”的关系角度，结合相应章节的内容给出了相关的营销案例，并简单分析了案例所涉及的道德伦理问题。

4. 本版在增加或替换了一些知识性内容的同时，也更换了部分章

后综合案例，您在阅读各章节内容后，章后案例会帮您对相关概念的判定与应用提供佐证。

本书第四版由大连交通大学荣晓华修订编写。在本书的修订过程中，大量查阅了各类文章和信息资料，在此对所有的作者一并致谢。另外，由于时间仓促，加上作者的学识所限，本书中肯定还存在着不少的纰漏甚至差错，恳请各位同仁、读者谅解并不吝赐教。

作 者

2012 年 6 月

目 录

第1章 消费心理学概述	1
■ 学习目标	1
1.1 什么是心理学	3
1.2 消费心理学的产生和发展	9
1.3 消费心理学的研究内容	11
1.4 消费心理学的研究方法	18
☞ 本章小结	23
☞ 主要概念	25
☞ 知识练习	25
☞ 技能训练	26
☞ 观念应用	26
第2章 消费心理学的基本理论	29
■ 学习目标	29
2.1 消费者的心理活动过程	31
2.2 消费者的个性心理特征	56
☞ 本章小结	63
☞ 主要概念	64
☞ 知识练习	65
☞ 技能训练	66
☞ 观念应用	66
第3章 消费者的需要与动机	68
■ 学习目标	68

3.1 消费者的需要	70
3.2 消费者的动机	79
☞ 本章小结	87
☞ 主要概念	88
☞ 知识练习	88
☞ 技能训练	89
☞ 观念应用	89
第4章 消费者的学习与态度	92
■ 学习目标	92
4.1 消费者的学习	94
4.2 消费者的态度	100
☞ 本章小结	107
☞ 主要概念	108
☞ 知识练习	109
☞ 技能训练	110
☞ 观念应用	110
第5章 人口统计因素与消费心理	112
■ 学习目标	112
5.1 消费者的性别与消费心理	114
5.2 消费者的年龄与消费心理	118
5.3 消费者的职业与消费心理	126
☞ 本章小结	131
☞ 主要概念	133
☞ 知识练习	133
☞ 技能训练	134
☞ 观念应用	134
第6章 社会因素与消费心理	136
■ 学习目标	136
6.1 社会文化与消费心理	138

6.2 参照群体与消费心理	149
6.3 家庭与消费心理	153
☞ 本章小结	159
☞ 主要概念	160
☞ 知识练习	160
☞ 技能训练	161
☞ 观念应用	161
第7章 环境因素与消费心理	164
■ 学习目标	164
7.1 物质环境与消费心理	166
7.2 情境与消费心理	175
☞ 本章小结	181
☞ 主要概念	182
☞ 知识练习	183
☞ 技能训练	184
☞ 观念应用	184
第8章 营销因素与消费心理	187
■ 学习目标	187
8.1 商品名称、商标、商品包装与消费心理	189
8.2 商品广告与消费心理	197
8.3 商品价格与消费心理	201
☞ 本章小结	207
☞ 主要概念	208
☞ 知识练习	208
☞ 技能训练	209
☞ 观念应用	210
第9章 营销服务心理	212
■ 学习目标	212
9.1 服务的含义、特点与功能	214

9.2 营销沟通与服务心理	223
9.3 服务失败、顾客抱怨与服务补救	240
☞ 本章小结	247
☞ 主要概念	248
☞ 知识练习	249
☞ 技能训练	250
☞ 观念应用	250
综合案例	252
综合实训	256
主要参考书目	257

第1章

消费心理学概述

- 学习目标

- 1.1 什么是心理学
- 1.2 消费心理学的产生和发展
- 1.3 消费心理学的研究内容
- 1.4 消费心理学的研究方法

- 本章小结
- 主要概念
- 知识练习
- 技能训练
- 观念应用

- 学习目标

知识目标：了解消费活动中的心理现象以及消费心理学的产生和发展；掌握消费心理和消费者行为的基本概念。

技能目标：熟练掌握几种基本的消费心理学的研究方法。

能力目标：具有运用消费心理学的研究方法分析和预测消费者行为的能力。

引例：宝洁的消费者研究

2009年3月26日，宝洁的“创意集市”——联发网站在中国推出，目的是拓展更多的中国合作者，并让消费者参与到宝洁的产品研发中来，外部研发机构、企业、个人，都可以在此提交自己的创新解决方案，在8周的审核时间后，宝洁会告知你，这是否正是他们在寻找的答案。这个举动正在颠覆传统的研发模式，“产销合一”成为一种可能——任何人既可以是宝洁产品的消费者，也可以成为宝洁产品的创意和方案提供者，这种“开放式创新”将能够让宝洁站在最前沿的角度去洞察消费者需求。据悉，宝洁将这种模式区别于“研发”（Research Develop），而是转变成“联发”（Connect Develop）机制。这种大规模协作而建立起来的新经济研发生产模式，将消费者卷入进来，将更有可能抓住最及时的消费趋势，从而实现“开放、对等、共享以及全球合作”。

事实上，在此之前，宝洁就是一家在全球范围内在消费者洞察方面值得称赞的公司，主要体现在，宝洁的很多决策都是基于消费者研究做出来的。在宝洁，市场研究部是和市场部平行的部门，市场研究部在做着神秘的消费者洞察的工作，在20世纪80年代末，宝洁公司曾经培育了中国最早的一批市场研究从业者。宝洁在作出任何决策之前，会投入数十亿的资金进行消费者调查，这让宝洁非常清晰地知道消费者的趋向、心理和偏好，用宝洁的话说，是巨大的消费者数据帮助宝洁作出决定。比如，消费者调查显示，希望洗衣粉洗出来的衣服要透亮，调查部门就要把“透亮”这个诉求转换为技术语言，并通过一定技术指标实现，是否加漂白剂、是否加酶等。

更有意思的是，宝洁还建立了一个“消费者村”，在美国俄亥俄州辛辛那提市郊区工业区里有个超市，不正常对外营业，但是在这里却帮助宝洁获得了很多来自消费者最直接的需求和信息。这个超市是宝洁公司专门研究消费者购物习惯与消费心理的场所，名称叫“消费者村”，他们的研究成果将为公司进行产品和服务方面的创新提供重要的参考依据。宝洁认为，尽量让研发人员接近消费者，营造一个让研发人员与消

费者进行密切接触的氛围会更加有助于产品创新。

资料来源 肖明超:《宝洁:为什么要让消费者参与创新?》, <http://blog.sina.com.cn>, 2009-04-21, 引文有删减。

从上述案例可以看出,对于今天的企业来说,了解和研究消费者行为是多么的重要。本书的第1章首先向读者介绍什么是心理学,使读者大体上对心理学有一定的了解,其次介绍消费心理学的产生和发展以及消费心理学的研究内容,最后将介绍研究消费心理学的几种重要的方法。

1.1 什么是心理学

心理学一词来源于希腊文,意思是关于灵魂的科学。灵魂在希腊文中也有气体或呼吸的意思,因为古代人们认为生命依赖于呼吸,呼吸停止,生命就完结了。随着科学的发展,心理学的对象由灵魂改为心灵。

心理学作为一门科学只有很短的历史,但却有一个漫长的过去。心理学可以追溯到古代的哲学思想,哲学和宗教很早就讨论了身和心的关系以及人的认识是怎样产生的。古希腊的哲学家(如柏拉图、亚里士多德等)、中国古代的思想家(如荀子、王充等)都有不少关于心灵的论述。

19世纪中叶,由于生产力的进一步发展,自然科学取得了长足的进步,科学的威信在人们的头脑中逐步生根。这时,作为心理学孪生科学的生理学也接近成熟,心理学开始摆脱哲学的一般讨论而转向对具体问题的研究。这种时代背景为心理学成为一门独立的科学奠定了基础。

1879年,德国心理学家冯特在莱比锡建立了世界上第一个心理学实验室,心理学从此宣告脱离哲学而成为独立的科学。冯特是一位哲学家兼生理学家,他的心理学实验室主要研究感知觉心理过程,所用的主要是生理学的实验技术,所以他称自己的这种研究为“生理心理学”,也称为“实验心理学”。

1.1.1 心理学的含义

心理学这个名称似乎尽人皆知，但它所代表的意义却经常被人误解。有人把它看成能知吉凶祸福，与通灵术、占卜术差不多；有人把它看成玄妙莫测、深不可知的哲理。今天，心理学正逐渐脱去它的神秘外衣，走进人们的生活。那么，什么是心理学呢？

心理学是研究人的心理现象及其规律的科学。所谓心理，就是指人的感觉、知觉、记忆、思维、想象、情感、意志、能力、性格、气质等组成的总体，属于与客观现实相对立的精神活动领域。

心理现象和每一个人息息相关，人在清醒状态下每时每刻都离不开它。人们无论从事什么活动，都伴随有各种心理现象，而且正是在心理活动的调节下，人们的各种活动才能得以正常地进行，并达到预期的目的。

人在处理事物的时候，用眼睛看，用耳朵听，用鼻子闻，用手摸，这就产生了感觉和知觉。感觉是对直接作用于感觉器官的客观事物的个别属性的反映；知觉是对直接作用于感觉器官的客观事物的整体属性的反映。人在活动中不仅感知当前的事物，并且要记住它，有时还要回忆过去经历过的有关事物，这就是记忆。若要认识事物的特点和意义，就必须利用感知的材料和已有的知识进行分析、思考，深入理解事物的本质，掌握事物的规律，这就是思维。感觉、知觉、记忆、思维等都是为了弄清客观事物，都是对客观事物的认识活动。

人在认识客观事物的同时就会对它采取一定的态度，如满意、喜爱、恐惧、厌恶等，这些现象叫做情绪。人对客观事物不仅感受、认识，还要处理、改造。为处理、改造客观事物而提出目标、制订计划，然后执行计划、克服困难、完成任务，这类活动叫做意志活动。在意志活动中，那种下决心和准备克服困难的内部过程叫做意志。

以上的认识活动、情绪、意志等心理活动被称为心理过程。探讨心理过程产生和活动的规律以及它们之间的联系，是心理学研究内容的一部分。

心理学研究内容的另一部分，是人的个性及其心理特征。人们在处

理各种事物的过程中,不仅有各种各样的心理活动,同时还表现出各自不同的心理特征。我们把那些表现在人身上的经常的、稳定的、本质的心理特征叫做个性,把那些表现在人的能力、气质、性格等方面的特征称为个性心理特征。

例如,在从事某项工作时,有人善于概括,有人长于分析,有人记忆力好,有人抽象思维能力强等,这都是表现在能力方面的特征。

又如,在人的日常活动和交往中,有人精力充沛,动作灵敏;有人动作迟缓,无精打采;有人活泼、急躁;有人沉静、稳重等,这些差异就属于气质方面的特征。

再如,在对人对事上,有人勤奋,有人懒惰;有人自私自利,有人见义勇为;有人谦虚谨慎,有人骄傲自大等,这些就是表现在性格方面的特征。

1.1.2 心理的实质

所谓心理的实质问题,主要就是从理论上回答什么是心理、人的心理是怎样产生的、心理和客观事物是什么关系等问题。辩证唯物主义对这些问题作出了正确的解释:心理是人脑的机能,是人脑对客观现实的反映。

1) 心理是人脑的机能

人脑是一块具有特殊组织形态、高度完善的物质结构,它具有反映客观现实的特殊机能。客观现实作用于人的感官,经过神经传导影响人脑,人脑以它特有的方式反映客观现实,这样就产生了人的心理。人脑在反映客观现实之后,还会通过神经传导引起一定的效应器官的活动(动作或语言)。人正是凭借脑的这种反射活动来反映和改变客观现实的。

临床医学的资料和神经科学的专门研究证明,当人脑受到损伤或发生病变时,心理就会出现失调。比如说,耳目完好,却听不见声音,有的脑患者的正常语言能力也丧失了。然而,当脑功能恢复正常时,心理活动便随之得到改善或恢复。这些事实使人们认识到心理的器官,并不是心脏,而是大脑。



【小思考 1—1】

为什么把脑的机能叫“心理”呢？

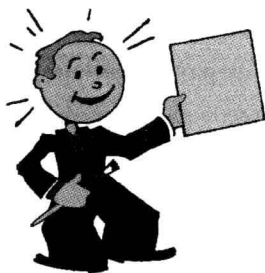
答：古时候，人们以为心理活动的器官是心脏，因为人能感受到在不同心理活动状态下，如激动时的心跳变化，所以认为“思维”就是“心想”。但是，通过临床观察与实验发现：人在睡眠时和酒醉状态下，心脏活动并无异常，而精神状态却发生了明显变化。

2) 心理是人脑对客观现实的反映

心理虽然是脑的机能，但是脑本身并不能单独产生心理。没有客观事物作用于人脑，人脑是不会产生心理的。心理按其内容来说，是客观现实的反映。客观现实包括自然环境和社会环境。

自然环境是指人赖以生存和实践的自然界，如山川河流、花草树木等。人类要改造自然，就必须认识自然环境，因此它是人的心理不可缺少的源泉。

社会环境是指人类独有的社会生活和与之联系着的种种社会事物，如生产劳动、人际交往等，它是对人的心理起决定作用的源泉。人一旦脱离了社会生活，没有社会实践活动，就不能形成人的心理或不再有人的正常心理活动。那些偶然被野兽哺育大的“野孩”的情况证明了这一点，这些“野孩”虽然具备了人心理的器官——人脑，却不能产生人的心理。



【小知识 1—1】

“狼孩”

1920 年，一位牧师在印度发现了两个由狼养大的孩子。小的起名叫阿玛拉，大约 2 岁，第二年就死了。大的起名叫卡玛拉，当时她已经 8 岁，不会说话，用四肢行走，喜欢夜间活动，午夜嚎叫，舔食流食，不吃人手里拿着的肉，不吃素食，不穿衣服，嗅觉特别灵敏，除了饥渴时，一般不接近主人。其 8 岁的智力只相当于 6 个月大正常婴儿的智力。卡玛拉经过悉心

的照料和耐心的教育,2年后才学会站立,6年后才学会独立行走,但快跑时仍四肢并用。她4年后学会6个词;7年后,学会45个词。17岁时,卡玛拉死去了,当时她的智力仅相当于正常3—4岁儿童的智力。

1.1.3 心理学的历史与近况

1) 心理学的历史

冯特所创立的心理学只兴盛了三四十年就遇到了困难。问题出现在“心理学是研究意识的科学”这个定义上。因为要承认这个定义,首先就要求承认意识的存在,但是,这不是心理学界所有人都能同意的。1913年美国心理学家华生首先向冯特的心理学提出了挑战。华生被称为行为主义学派的代表人物。他认为科学的心理学要建立在可以客观观察的事物上面,人和动物的行为是可以客观观察的,因而行为才是心理学研究的对象,并认为心理学是研究行为的科学,它要探讨一个有机体发生了什么,在什么环境下产生了什么行为,至于头脑内部发生的过程,由于只能推测,不能肯定,所以不必给予理会。华生在心理学界掀起了一场影响深远的行为主义运动。

20世纪40年代前后出现了新行为主义,强调在实验操作的基础上研究人和动物的行为。新行为主义者斯金纳最大胆的尝试是把行为主义原理用于改造社会。

行为主义在美国影响很大,从20世纪20年代到50年代,行为主义一直统治着美国心理学。现在看来,行为主义的理论太简单化和绝对化了,不能因为头脑的活动看不见,就否认人的思维和意识的存在。

在行为主义兴起的同时,在欧洲又出现了一个精神分析学派。精神分析学派来源于精神病学。奥地利医生弗洛伊德利用催眠术和自由联想法让精神病患者回忆往事,以找出致病的原因。他发现患者的幼年经验,特别是儿童与父母的情感关系非常重要。他还发现做梦往往能反映出一个人的内在心理矛盾,所以分析病人的梦也是一种治疗方法。

弗洛伊德认为,一方面,人内在生物性的情欲是最基本的冲动;另一方面,人的社会习俗、礼教和道德又约束着这种原始冲动的发