

发现你内心的 经济学家

DISCOVER YOUR INNER ECONOMIST

[美] 泰勒·考文 著 董晶晶 译

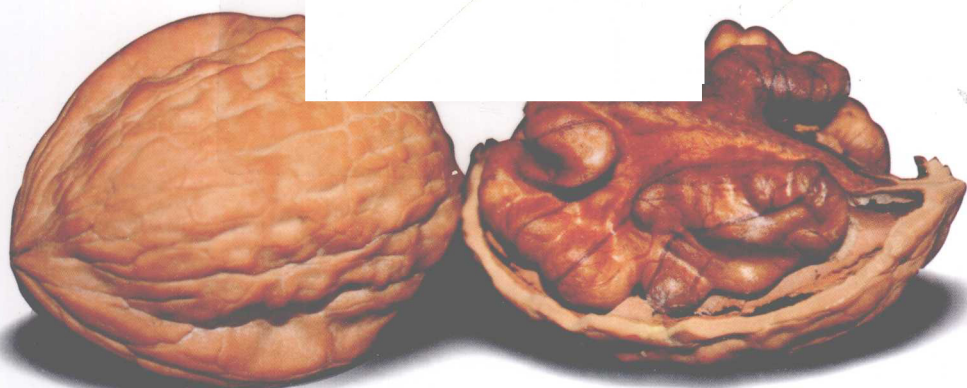
Incentives

Count-signaling

Control

Signaling

the ME Factor



- ▶ 超级畅销书 《魔鬼经济学》《卧底经济学》
《群体的智慧》作者联合推荐
- ▶ 金钱激励、文化生活、异性交往、美食享受……
个中的经济学奥秘，且听作者娓娓道来

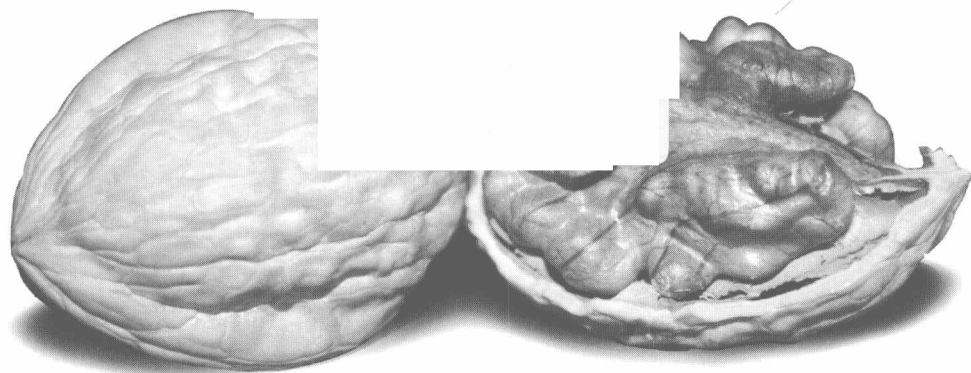
广东出版集团
广东经济出版社

发现你内心的 经济学家

DISCOVER YOUR INNER ECONOMIST

[美] 泰勒·考文 著 董晶晶 译

Incentives



廣東省出版集團
廣東人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

发现你内心的经济学家 / (美) 泰勒 · 考文著; 董晶晶译. —广州: 广东经济出版社, 2010. 6

ISBN 978—7—5454—0482—1

I. ①发… II. ①考…②董… III. ①经济学—通俗读物
IV. ①F0—49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 088009 号

**Discover your inner economist: use incentives to fall in love, survive your next meeting,
and motivate your dentist / Tyler Cowen**

Copyright 2007 by Tyler Cowen

**All rights reserved including the right of reproduction in whole or in part in any form.
This edition published by arrangement with Dutton, a member of Penguin Group (USA)
Inc.**

版权登记号: 图字: 19—2008—012

出版发行	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 11~12 楼)
经销	广东省出版集团图书发行有限公司
印刷	广东新华印刷有限公司 (广东省佛山市南海区盐步河东中心路)
开本	730 毫米×1020 毫米 1/16
印张	14.25 2 插页
字数	175 000 字
版次	2010 年 6 月第 1 版
印次	2010 年 6 月第 1 次
印数	1~5 000 册
书号	ISBN 978—7—5454—0482—1
定价	28.50 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

图书发行有限公司网址: <http://www.gdpgfx.com>

邮购电话: (020) 89667808 销售: (020) 89667808

地址: 广东省广州市海珠区宝岗大道 1377 号 A35—A37 档 邮编: 510260

本社营销网址: <http://www.gebook.com>

本社市场部地址: 广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

电话: (020) 38306055 邮政编码: 510075

广东经济出版社常年法律顾问: 何剑桥律师

• 版权所有 翻印必究 •

目 录

CONTENTS

第一章 关注动机，而非金钱 001

重要的不是金钱，是动机 003

如何观察日常生活 005

“好”经济学的标准 007

模式认知和决定的质量 010

第二章 掌控生活，金钱奖励并非万能 013

金钱的作用到底有多大 015

三个故事 017

何时使用金钱奖惩，何时不要使用 024

第三章 让控制适可而止 031

掌控感是人类的基本欲望 033

困难的任务：对迟到者和不出席者的激励 035

如何控制牙医和导游 040

让会议更高效的方法 043

第四章 如何获得文化消费的最大效用 049

稀缺的是什么 051

让欣赏文艺作品成为真正的享受 052

如何参观博物馆 055

阅读的技巧 065

你不该去读的书 068

压低“自我”的声音，打开音乐天堂 070

坚持自我形象，或者接受沉没成本 076

第五章 信号，反信号 083

如何发送“信号” 085

花费多少是信号的价值所在 091

在家中，让内心的经济学家闭嘴 094

罗宾的“信号观” 098

征婚广告的信号发送 101

两难的无辜者 104

如何识别撒谎者 109

微妙的反信号 112

第六章 危险却又必要的自我欺骗 117

自我欺骗无所不在 119

自我欺骗的代价 122

生活的必需品 125

适时关闭的“缓冲器” 126

管理自己的掌握感 132

从艺术赝品说起 135

完善自我 139

第七章 享受美食的原则 141

餐厅里的游戏 143

美食搜寻指南 150

食在拉斯维加斯 159

在家烹饪的原则 161

第八章 避免七宗罪 165

七宗罪与交易行为 169

令人目瞪口呆的各类交易 176

对不道德交易说“不” 178

对于自我控制的建议 183

第九章 改善世界的途径 187

经济学并不意味着自私 189

把钱送给谁 190

稀缺的是真正的关心 195

如何让慈善组织更高效 196

自我形象在募捐中的作用 200

捐款数目取决于什么 205

警惕好心做坏事 209

更多的小费没有用 211

关于礼物的经济学思考 213

小额贷款：帮助穷人的变革性方法 218

第十章 内心的经济学家和光明的未来 221

第一章

关注动机，而非金钱

金钱不能买到一切，经济学中最重要的概念也不是金钱，而是动机。动机是和这个世界打交道的核心所在。经济学不应该是晦涩模糊的，而应该和日常生活息息相关。我们用来观察日常生活的主要工具有两种：对动机的理解，以及对人类的复杂性和多样性的认识。

重要的不是金钱，是动机

经济学知识能令你学到新的恋爱招数吗？能令你找到逃避沉闷的公司会议的方法吗？答案是肯定的。古老乏味的经济学的确能够使你的生活变得更美好。经济学能够使你理解市场行为、人类行为的动机，以及人们如何交换贵重物品。本书将告诉你如何利用经济学的基本原理来得到你想要的东西。

最简单的经济学情景是买方和卖方创造出市场以进行交易。实际生活中，市场似乎无处不在。交易以及从交易中获利的概念实实在在地渗透了我们生活的各个方面。如果你想吃香蕉，就去买好了；如果你想让别人为你修车、补衬衣，或修马桶，只要雇佣某人来做即可，当地报纸或超市里贴的广告里尽有他们的联系方式；而若你想得到获取世界上一切信息的通道，那就装上网线，买个 MODEM，你就可以 GOOGLE 到情人节可去哪些花店订购鲜花。

还有些市场比较奇特。曾经有个母亲在 Philadelphia Craigslist.org 网站上发帖，征求愿意带她儿子去毕业舞会的女孩子，她会为此付酬 500 美元。你还可以购买虚拟现实游戏，和虚拟宠物玩耍或比赛。一个 22 岁的无神论者许诺，如果修道士付他钱他就抱着开放的态度去教堂。而且他是按小时收费的。你还可以付酬让一群“艺术

家”绑架并且羞辱你。经典科幻片《星际旅行》中寇克船长的扮演者威廉·薛特纳在 eBay 上把自己的肾结石拍卖了 2.5 万美元。在有些国家，这笔钱足够你雇佣一伙人进行示威游行了。

市场能够简化我们的生活。你想吃香蕉吗？那就去市场（比如你附近的商店）里买香蕉吧。你能够识别出最好的超市，或者熟过头的香蕉，而且，整个过程相当直接。但是对于许多其他的人类欲望来说，用金钱从市场上购买并不是行之有效的方法，甚至有时候完全无效。得到我们想要的东西并不总是像买香蕉那么简单。

假设你刚刚和男朋友（或女朋友）分手了，你感到很沮丧。电视剧里的角色碰到这种情况经常会进行“购物疗法”（译注：指依靠逛街、购物来排解内心的消极情绪。），他们声称认为金钱不能买到幸福的人只是不知道应该去哪里购物。这种说法压根儿不对。披头士乐队的歌《爱是卖品》多少揭示了真相。

比起知道去哪儿购物，更重要的是知道如何购物，以及知道何时不去购物。例如，要想生活得更好，要想真正地得到爱情，我认为我们必须学习哪些东西是通过交易（金钱或其他东西）能够获得的，哪些东西是无法通过交易得到的。**经济学的中心概念不是金钱，而是动机。**很简单，动机是激发人们行为或者鼓励某个人做出某个决定而不是其他决定的任何东西。动机可以是金钱，也可以是小费、一个微笑或者表扬，动机还可以是对终生深爱对方的承诺。所以，即使披头士的歌词“金钱买不到爱”言之正确，你还可以用动机来产生爱情。

基本的经济学观点是并非任何东西都能够用金钱买到，尽管这似乎相当奇怪，但对于普通人来说这个道理如此显而易见，以致大多数人根本不去对此进行思考。我们内心的经济学家知道，金钱不能买到爱情、尊重或心灵平和。我们的老板和下属知道，奖金不能解决工作中的每个问题。如果我们不能够用金钱买到自己渴望得到

的东西，这些东西也就没有交易市场了。

假设并非任何东西都有交易市场，我们就只能激发他人和我们自己，来实现自己的愿望。对这个问题的理解和解决将贯穿本书始终。比起出去买个香蕉，用最有效的方式来运用动机和市场要难得多。

市场的许多局限性根植于人们意识上的缺陷。市场总是和人们动机的复杂性相互作用，而如果未经深思熟虑就形成市场，它就很有可能失败。为什么人们不在自我完善方面建立更多的市场呢？我不是指人们购买自助书籍以示曾进行过自我完善的尝试，我指的是订立真正有法律约束力的契约，人们在这契约里承诺一定会减肥，如果做不到就必须向一个陌生人付罚金。雇用某人来迫使自己节食，这听起来很简单，但这并不会使你想要减肥，而在你心中形成减肥的欲望通常是唯一的真正长期有效的减肥方法。

如何观察日常生活

观察家常常认为，经济学家们鼓吹日常生活的全面商业化。我们这些经济学家被指责用金钱观念来看待人们的所有选择。他们推测我们认为交易总是好的，或者市场能够解决所有问题。我确实认识几个持这种观点的经济学家，但他们的观点并不是根据经济学的基本原理推论出的。

经济学的最重要课程之一是如何应对物资匮乏。我们不能一直不停地从树上摘香蕉，不能总是得到最好的医疗护理，也不能在灯火辉煌、温度适宜的大型购物商场买到任何东西。经济学发展于对这一事实的认识：在日常生活中，许多值得拥有的东西不会自己跑到我们手中，也就是说，天上不会掉馅饼。甚至连普通的私人事情，比如谈恋爱、获得下一次会谈成功、激发你的牙医更好地为你服务，

也都需要你付出努力和技巧。经济学的真正目的是从生活中获取更多的好东西。

当然，经济学也与全国和全球的视角有关，正如晚间新闻、股市和世界经济论坛所进行的报道。经济学家早就梦想使全世界变得更为美好。而且，经济学分析也的确解释了为什么一些国家的公民在巴黎愉快地度假，而另一些国家的公民却正在炎炎烈日下的玉米地里劳作。经济学的创建者们发展这一科学，是因为他们感到世界充满了不公平和浪费了的生活机会。经济学是18世纪文艺复兴时期的珍贵创造，产生于对自由和进步的信仰，而这一信仰也同样影响了美利坚合众国的诞生。美国的奠基者们相信人类自由的力量，也就是说，相信由自由和负责的个人为基础建立起来的社会。如果你不理解尊重人类自由的重要性，你就不能理解动机是如何起作用的，而这极为重要，我将在下一章中进一步阐释。

当经济学推进“整个社会财富”（亚当·斯密语）的增长，就把人们从贫穷悲惨中拯救出来，令人们过上健康和富足的生活。这一切都是真实而重要的。但在本书中，我会从人们的工作、选择和人际关系谈起，作为所有随后决定的基石。直到第九章我才会讲到“拯救世界”。

当然，这并不是唯一一本把经济学原理运用于日常生活的图书。我的同事和朋友大卫·弗里德曼写了《弗里德曼的生活经济学》，史蒂文·兰兹伯格写了《一个经济学家给女儿的忠告》，都把经济学提升为一种全面推理的工具。他们促使人们把动机、交易和财产权的理念应用于家庭、工作和个人时间分配等方面。但我常常不同意他们的建议，并且担心他们会成为被嘲讽的经济学家，尽管他们才华卓越。他们的方法暗示：日常生活并不像我们通常所想的那样，而更像是买香蕉。“尽管使用市场和动机的理念”是他们常用的咒语。在最好的环境下，按这种建议操作仍具很大风险。

在我看来，人们动机的复杂性和多样性应该成为经济学推论的基础。人们评估自己的选择时通常要考虑到社会环境，例如我们从周围人那里感觉到了哪些动机，以及我们认为朋友们会如何看待我们自己。如果我们想要做出更明智的抉择，从而从生活中得到更多的好东西，我们就必须学习如何区别各种社会环境。如果我们在谈判中主动向对手伸出橄榄枝，这会被看作是慷慨行为还是失败之举呢？如果我们在应聘面试时穿得很随意，这表示我们信心不足还是胸有成竹呢？我们必须弄清楚他人是如何定义和区分不同的境况的，以及他们如何看待自己所做的和我们所做的。我们必须理解人们的生活信条。

正因为如此，运用在生活中的经济学不但是一门科学，同样也是一种艺术。经济学家不能解决人们的所有问题，但是思考动机的复杂性有助于你做出更好的决定。你能够学会何时只是去购买（比如，一只香蕉），何时需要选择一种更为迂回的方法来得到自己想要的东西。我们使用两种主要的工具来观察日常生活：对动机的力量（以及局限性）的理解；对人类的复杂性和多样性的认识。

“好”经济学的标准

大多数人认为经济学枯燥无味。许多学院的经济学家通过专攻某个狭窄的知识领域建立起自己的声誉。1966年《美国经济评论》（经济方面的权威期刊）上的一篇文章标题是《无可分性整合：一种普遍性合成商品定理》。谁会读一本充斥着这些古怪名词的书呢？经济学因此被称作乏味的科学。

经济学家像其他领域的专家一样，倾向于躲在术语和行话之后。经济学家还有一个特殊缺点，就是把自己的见解主张限定得模糊不清。哈里·杜鲁门总统就曾经寻求独臂经济学家，这样就避免了被

对方告知：“但是从另一方面来说……”（译注：原文 on the other hand 直译为“在另一只手上”，作者在此是一种讽喻的说法。）

这个世界越来越认为经济学家们是难以理解的。查尔斯·赛克斯在他的书《教授骗局》中就描述了一位演员被挑选来扮演一位知名的经济学家并做有关“博弈论”演说的经历。博弈论是经济学最深奥的分支学科之一。这个演员对博弈论一窍不通，也不认识任何这一领域的经济学家，但是他能够作出一场看似极为深奥的演讲，从而虚张声势地蒙混过关。观众们都没识破他是在表演。之后这个演员被评价为看问题透彻并且头脑聪慧。

在中国，有一个著名的经济论坛邀请纽约大学的经济学教授马修·理查森作关于经济学的演讲。这位经济学家本来不欲出席，然而经过一场中国人的误解和英国人的欺骗，一位牛津大学也叫马修·理查森的在读生获得了替代此人的邀请。然而这个 23 岁的小伙子所学专业是工程学，对经济学一无所知。他被支付 1000 英镑，并被安置在酒店里。他在两天内做了九个小时的演讲。他是照着从一本高中经济学教科书上撕下来的书页做演讲的。

在演讲的第二天，理查森快把用以演讲的书页念完了，他也怀疑现场译员看出了他的骗局。所以他在半场休息时逃离那里，不再返回。BBC 描述中国人发现他的骗局后“勃然大怒”。除了被中途甩开，也没人喜欢被愚弄。

经济学如果被恰当地运用，能够在很大程度上克服无情、冗长和不适当的语义模糊的缺陷。下面是区分好坏经济学命题的三个原则：

1. 明信片测试法

好的经济学命题能够写在一张中等大小的明信片背面。而如果一个命题步骤很多，其中至少有一步会相当不确定。或者说，如果步骤太多，我们就不会知道所有这些步骤如何在一起推论出这一命

题的结论。

当我的博士生们带着新想法来找我，我首先会用最严厉的声音说道：“给我看这个想法的明信片版本。”那些了解我的学生一进我办公室就会大叫：“我有个明信片！”而如果学生告诉我说得把他们整整 46 页的论文都读完后才能抓取其中心思想，我会告诉他回到制图板那儿去。

2. 祖母测试法

大部分经济学命题应该能够被你的祖母理解。祖母可能不会同意这个命题，但她至少能明白这个命题说的是什么意思。如果你的祖母恰好是个满嘴专业术语的经济学家，那就用你桀骜不驯的表兄来做这个测试吧。

3. “啊哈”原则

“啊哈”原则是祖母测试法的延伸。如果经济学的基本原理被完好表达，它应该具有意义。好的经济学认为人们的生活基于人人都能理解的经济学原理。可能当你做决定时，你并不总是理解自己在做什么，但经济学原理和作用过程应该能被辨认出来。毕竟，经济学命题还是关于人类自身的。所以如果某个被清楚表达的经济学命题说到了点子上，它应该能够刺激人们大脑的“啊哈”部位。这可能听起来太玄妙，但实际上是说表达清楚的经济学命题应该真正对人们自身具有意义。它应该是一种揭示。

如果你读一本关于自己的传记，却发现里面提到的事情没有一件是你熟悉的，甚至引不起你的一丝回忆，那你会有什么感觉？你可能会觉得有什么出错了，而这对于经济学命题来说也是一样。如果某个经济学学说对你毫无意义，那就通常是因为这个命题有些错，而不是你本身有错。另一方面来说，我们都知道，“啊哈”是如此强

大并且说服力，以至于我们此后几年间的生活都能够受其影响。

当“啊哈”产生，那就是我们内心的经济学家开始说话了。本书就是关于激发起你的“啊哈”的，也就是说本书是关于如何发现、释放并且增强你内心的经济学家的。

模式认知和决定的质量

我们可能会以为自己知道一些好的经济学原理并且试图按照这些原理生活，但是坚持误导性理论似乎是传统的人类易错性的不可逃避的一面。人们关于世界如何运行的理论，无论其表达清晰还是含蓄，都会引导人们犯错。人们对于世界的看法，甚至（尤其是！）关于自身的看法，普遍带有谬误，而这些谬误能够通过好的经济学镜头观察到。

你内心的经济学家看到了你乍看之下难以发现的模式。这本书能够揭示隐藏在世界上和人们选择中的模式。**模式认知是作出好的决定的一个关键因素。**不能帮助人们发现更多模式的经济学不是好的经济学。

心理学家 A. 德格鲁特用模式认知做了一些关于象棋的伟大实验。他在棋盘上摆了一些在棋赛中常会出现的棋局。他让下棋高手和初学者都观察这些摆局。然后把这些棋局撤去，再让下棋高手和初学者都凭记忆来重新摆出这些棋局。下棋高手所摆的正确率明显比初学者要高。这并不让人感到吃惊。但是德格鲁特又重做了这个实验，只不过把常规棋局换成随意摆的无任何规律可言的棋子。这次下棋高手和初学者凭记忆摆的正确率就相差无几了。这说明，高手记得棋局的摆设不是凭借自己超强的记忆力，而是通过认出熟悉的模式并且以有规则的方式来重新摆出。高手脑中本身存有比初学者多得多的模式可利用，因此在实验中的表现比初学者要好得多。