

100个经济学常识 投资理财基础 迈向成功人生的阶梯



宋豫书 编著

20岁以后 要懂得的100个 经济学常识



- **经济学**不是复杂的图形与公式，而是与我们息息相关、打开富裕大门的一把钥匙。
- 用最简单的语言讲述经济学的故事，只要你有一颗**好奇心**就能够读懂本书。



化学工业出版社

20岁以后

要懂得的100个经济学常识

20 Sui Yi Hou Yao Dong De De 100 Ge Jing Ji Xue Chang Shi

宋豫书 编著



化学工业出版社

· 北 京 ·

现在社会是一个经济越来越发达的社会。我们所生活的这个世界，已经彻底被“经济”所“挟持”了。我们日常生活中的所见所闻与所做，全都与经济活动有关。如何从经济的角度看待我们的婚姻、恋爱、面子、交际和教育？价格大战背后隐藏着怎样的秘密？价格背后的真相是什么？怎样才能理性消费，不做冤大头？如何利用信息指导经济行为？做事要考虑哪些成本？诚信、制度对我们有着怎样的经济学意义？要理解这些，必须要了解相关的经济学常识。

本书用通俗的语言和生动的故事，讲述日常生活和工作中的经济学常识，将抽象、深奥、晦涩的理论知识还原为浅显易懂的事理常规，帮助读者正确地运用经济学，让经济学更好地为自己服务。

图书在版编目（CIP）数据

20岁以后要懂得的100个经济学常识 / 宋豫书编著. —北京：
化学工业出版社，2010.6

ISBN 978-7-122-08481-1

I. 2… II. 宋… III. 经济学—通俗读物 IV. F0-49

中国版本图书馆CIP数据核字（2010）第080620号

责任编辑：李娜

文字编辑：贺婷婷

责任校对：陶燕华

装帧设计：春天书装工作室

出版发行：化学工业出版社（北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011）

印 装：大厂聚鑫印刷有限责任公司

720mm×1000mm 1/16 印张18 字数313千字 2010年8月北京第1版第1次印刷

购书咨询：010-64518888（传真：010-64519686） 售后服务：010-64518899

网 址：<http://www.cip.com.cn>

凡购买本书，如有缺损质量问题，本社销售中心负责调换。

定 价：32.80元

版权所有 违者必究



前言

Foreword

市场经济时代，我们日常生活中的一些细微琐事无不与经济常识有关。所以，在这个经济主导一切的时代，我们必须了解一些日常经济学常识，学会像经济学家那样思考，从经济学的视野去思考和解读问题。这样，我们的经济活动才会更有准则和方向。

所以，许多人想学经济学。但是，一想到那复杂的公式和嚼蜡般的理论，许多人就打起了退堂鼓，觉得自己怎么可能像经济学家一样思考呢。其实不然，经济学不只是课堂里的学问，它也可以以简单的形式深入人心，晦涩的学术语言也可以变成通俗的语言和故事。当经济学常识与生活结合起来，经济学就会呈现出令我们意想不到的美妙和精彩。经济学，是由一个个鲜活真实的故事构成的，是由无数位经济学家和天才充满妙趣的思想构成的。在经济学中，总是有数不清的“意外发现”在等着你，可以让你会心一笑，可以让你恍然大悟，可以让你茅塞顿开……

传统的经济学教程是乏味的，它或许可以引起经济学家的兴趣，但却会使普通读者昏昏欲睡。为了让枯燥艰深的经济理论知识变成通俗易懂的常识性知识，本书没有令人难懂的图表和公式，不会像经济学家一样高高在上，让人看了就敬而远之。这里有的，是通俗易懂的文字，有趣且生动的案例，与生活息息相关的经济常识，让每一个人都能一看就懂。

本书从日常经济学的视角讨论那些与我们平常人生活息息相关的琐事。阅读本书，你可以深沉思索，也可以激辩诤伐，但你会发现你能够拨开迷雾，擦亮被假象遮蔽的眼睛，你会感慨——原来生活还能是这样！另外，本书还整理出了可实际运用于年轻人生活的相关经济知识。因为，本书以经济学原则和与经济景气相关的知识、利率及汇率为基础，介绍了包括投资注意事项和金融、储蓄、保险、债券商品等方面的投资秘诀。

总体上来讲，本书以经济学的基本结构为骨架，以生活中的鲜明事例为血肉，涵盖国家、民生、企业、个人、世界……生动而又严谨地阐述了经济生活中的许多基本原理和热门话题。面对一篇篇文章，读者如果随意一翻，可以在轻松的浏览中了解某一个经济学常识。如果沿着本书的目录逐次阅读，就会发现，这些文章实际勾勒出了一幅现代经济学的大体轮廓。

可以说，本书致力于以清晰、有力的语言，阐明有关经济学思考问题的方法、国家宏观调控、国计民生、投资理财、企业管理以及其他一些基本原理，提供给所有想要了解市场如何运作、如何赚取财富，以及如何做好经济决策的芸芸大众。希望本书可以为20岁以后的你在赢取精彩人生的道路上提供有益的帮助和借鉴。

编者

2010年3月

一 走进经济学

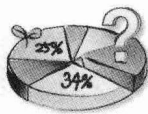
——看看经济学家是如何思考的 /1

1. 我们都是理性人：经济学家眼中的国民 /2
2. 激励是有效的：人们普遍有着自利的本性 /5
3. 物价上升，经济停滞：经济学家最头痛的事 /9
4. 只分析需求与供给：经济学就这么简单 /11
5. 追求利益的最大化：平衡好取舍即可 /13
6. 市场经济：一种促进普遍经济福利的方式 /16
7. 通货膨胀与失业率：物价高了，失业的人少了 /18
8. 国民生活好与不好：这取决于劳动生产率 /20

二 宏观经济学

——国家干预经济的手段 /22

9. 国家富与不富：看看GDP就知道了 /23
10. 钱不值钱了：如果CPI不断攀升 /26
11. 经济是过热还是过冷：PPI是体温计 /29
12. 社会中有多少钱在流通：看货币供应量吧 /31
13. 财政政策与货币政策：调控经济最常用的手段 /35
14. 调节货币供给量：国家调控经济最有力的手段 /38
15. 物价为什么会上涨：政府发行了过多货币 /41
16. 财政出现了赤字：国家入不敷出了 /43
17. 泡沫经济：虚假的繁荣 /46
18. 流动性过剩：物价上涨的隐患 /50
19. 社会上流通的钱不够了：通货紧缩产生了 /53
20. 中央银行：国家货币政策的制定者和执行者 /55
21. 变化利率：政府干预经济的杠杆 /59



三 民生经济学

——影响百姓生活水平的学问 /63

- 22. 取之于民，用之于民：赋税的来源和用途 /64
- 23. 征收个人所得税调节：调节收入上的差距 /67
- 24. 企业的增值税：消费者负担的税收 /70
- 25. 社会福利：保障民生的一个组成部分 /74
- 26. 职工福利：另一种消费品分配的形式 /76
- 27. 养老保险制度：兼顾社会稳定和经济发展 /78
- 28. 保障性住房：让低收入者有其房 /81
- 29. 恩格尔系数：衡量小康水平的通用指标 /83
- 30. 马太效应：穷人更穷，富人更富 /85

四 投资经济学

——牺牲当前消费来增加未来消费 /87

- 31. 理财越早越好：你不理财，财不理你 /88
- 32. 理财是一个长期的过程：时间是你最大的本金 /91
- 33. 保持理性的头脑：合理理财才能越理越多 /93
- 34. 投资不能急于求成：先难后易方能聚财 /95
- 35. 复利：最神奇的财富增值工具 /99
- 36. 学会存钱：重要的是留下多少 /102
- 37. 储蓄：不可少的传统理财手段 /106
- 38. 保险：给未来系好安全带 /108
- 39. 以房养房：一种新的投资方式 /112
- 40. 基金：专业的理财顾问 /114
- 41. 股票投资：风险非常大 /117
- 42. 期货：最简单的金融衍生品 /120

五 职场经济学

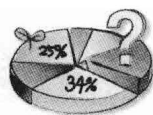
——透视晋升、加薪的秘密 /124

- 43. 收入没了：为什么会失业呢 /125
- 44. 蝴蝶效应：注意职场上的细节 /127
- 45. 蘑菇定律：职场新人更容易受冷落 /129
- 46. 二八法则：做不可替代的员工才有前途 /132
- 47. 木桶理论：最短的木板决定会不会受重视 /135
- 48. 内卷化效应：为什么你总是原地踏步 /138
- 49. 路径依赖：难以突破现状的魔咒 /140
- 50. 计划很重要：做一个好的职业规划 /143
- 51. 天使基金：成就创业的梦想 /145

六 消费经济学

——识破商家的把戏 /148

- 52. 克服贪心：天下没有免费的午餐 /149
- 53. 只买对的，不买贵的：价值悖论的背后 /152
- 54. 价格歧视无处不在：商家总爱看人定价 /154
- 55. 替代效应：更省钱的消费办法 /157
- 56. 非理性消费行为：让你永远没有卖的精 /159
- 57. 能得到真正的优惠：认清商家的捆绑销售 /161
- 58. 品牌效应：让你只买贵的 /164
- 59. 消费者剩余：衡量消费所得到的福利大小 /166
- 60. 理性消费：认清商家的定价策略 /168



七 企业经济学

——认识企业的经营和管理 /170

- 61. 科学管理：企业持续生存必需的手段 /171
- 62. 人力资源管理：为企业开发、储备和激励人才 /173
- 63. 财务管理：对资金运动和价值形态的管理 /176
- 64. 产品生命周期：产品迟到会被淘汰 /179
- 65. 生产可能性边界：让资源配置最有效率 /181
- 66. 沉没成本：无可挽回的一项支出 /184
- 67. 机会成本：多选一带来的结果 /186
- 68. 边际成本：让决策更加理性 /189
- 69. 规模报酬：确定经营规模的标准 /192
- 70. 厂商理论：影响资源的配置和分配 /194

八 博弈经济学

——获取利益的最大化 /197

- 71. 纳什均衡：从利己目的出发，结果损人不利己 /198
- 72. 正和博弈：合作要你好我也好 /200
- 73. 囚徒困境：理性选择能让利益最大化 /203
- 74. 随机游走：利用可预测的信息来预测未来 /205
- 75. 智猪博弈：做好利益的分割 /208
- 76. 懦夫博弈：骑虎难下的博弈局势 /210
- 77. 动态博弈：观察先行者的行动 /213
- 78. 投票博弈：选举不见得能够完全反映民意 /216
- 79. 拍卖博弈：基于看法不一样而产生的行为 /218
- 80. 不完全信息博弈：不满足完全信息假设的博弈 /221

九 市场经济学

——资源最佳配置的方式 /224

- 81. 市场：一只看不见的手 /225
- 82. 投机：市场中不可避免的活动 /227
- 83. 利润最大化：市场主体追求的目标 /230
- 84. 市场泡沫：并不完全是坏事 /232
- 85. 完全竞争：一种理想的状态 /235
- 86. 垄断：暴利的根源 /237
- 87. 兼并：市场中无时不在的活动 /239
- 88. 市场失灵：市场也不是万能的 /241

十 贸易经济学

——世界经济日趋一体化 /244

- 89. 贸易：使每个人状况更好 /245
- 90. 经济一体化：破除经济发展的壁垒 /247
- 91. WTO：各国贸易的协调者 /250
- 92. 进口多还是出口多：贸易顺差与逆差 /253
- 93. 比较优势：国际贸易理论的基础和核心 /256
- 94. 自由与保护：贸易中一直存在的斗争 /259
- 95. 倾销：一种掠夺性的贸易行为 /261
- 96. 贸易补贴：向本国的生产者提供优惠措施 /264
- 97. 国际货币体系：规范各国间货币交往的制度安排 /267
- 98. 汇率：两国货币兑换的比率 /270
- 99. 人民币升值：影响有利也有弊 /273
- 100. 热钱：凶猛的金融鳄鱼 /276

参考文献 /280



■ 走进经济学

——看看经济学家是如何思考的



1

【我们都是理性人：经济学家眼中的国民】

“理性人”的假设，是对在经济社会中从事经济活动的所有人的基本特征的一个一般性的抽象。这一假设得到了许多现代经济学家的认可和发展。没有“理性人”假设，就没有现代经济学，也没有现代经济学家。所以，我们在经济学家眼中，都是被视为理性人看待的。

(1) 亚当·斯密是“理性人”假设的创造者



18世纪的英国古典主义经济学家亚当·斯密是现代经济学的奠基者，同时也是“理性人假设”的创造者。亚当·斯密认为，一切经济现象都源于人类的利己主义本性。由于每个人都是“理性人”，都希望得到利益的最大满足，于是就出现了交换。而在交换的过程中，人们都得到了自己最需要的东西，在可能的条件下（比如支付能力）实现了自己的最大利益。

最初是最简单的交换活动，然后随着社会的进步，各种交换活动越来越频繁、越来越复杂。种种交换的背后，都是双方或者多方为了付出最少代价、获得最多利益而进行的角逐。可以说，每一个从事经济活动的人所采取的经济行为都是力图以自己的最小经济代价去获得自己的最大经济利益。而整个社会经济，就由此运转了起来。

亚当·斯密这样告诉人们：“我们每天所需要的食料和饮料，不是出自面包师、酿酒家的恩惠，而是出自他们自私的打算。”正是由于人们从自己的利益出发，去进行各种交易，通过市场的调节，才使每个人的利益达到最优。在亚当·斯密眼里，正是这些主观上的利己行为，在客观上却达到了“利他”的效果。

亚当·斯密通过这种对人类趋利的“理性”本能的论述，奠定了西方经济学发展的基础，而他也被称为“经济学之父”。1776年，亚当·斯密出版了《国民财富的性质和原因的研究》，即《国富论》，从而开创了近代的政治经济学，使经济学成为一门具有完整体系的学问。

亚当·斯密和他的继承者们，也就是古典主义经济学家们，与同时代产生的达尔文进化论遥相呼应。这样一来，人的动物性、最卑鄙最可恶的利己主义，在经济学家的视野里，却正是社会繁荣的基础。换句话说：“人是理性的。”



这种利己的动机在后来的经济学家，如大卫·李嘉图和约翰·穆勒那里得到了进一步的发展。到了20世纪初，最有影响力的经济学家马歇尔虽然承认人类动机的多样化，但依然认为利己动机是“最有力、最坚定地影响人类行为的‘动机’”。

(2) “理性人”假设的怀疑和否定也由来已久

理性人假设即便在西方，对它的怀疑也由来已久，如同时获得了2002年度的诺贝尔经济学奖的卡尼曼和史密斯经过30年的实验证明，人不可能是理性的。

而且，有人认为理性人破坏了人与人之间的关系，会破坏组织的结构。他们认为这一假设对社会的影响有极为深刻的负面影响。如，当一个国家面临外国势力侵略的时候，理性人可以让一个国家解体。因为面对侵略者的侵略，如果一个国家的人民不团结起来，而是各自追求自己的利益的最大化，其结果必然是大批叛徒的出现。当大批叛徒为了自己的利益最大化时，他们就有了出卖自己朋友的理论基础了。所以在特殊的年代，理性人是可以让一个国家解体，甚至灭亡的。

其实，亚当·斯密不否定人类的其他行为动机：比如爱他心、同情心等，但正是利己心驱使人们进行相互有利的交易。因为，亚当·斯密在更早一些时候还写过一本《道德情操论》，在书中，他强调利他、美德与社会和谐。《道德情操论》与《国富论》一起，成为近代工业社会的两本圣经。因为《国富论》告诉人们怎样创造财富，而《道德情操论》则告诫人们怎样处置财富。

1976年，美国芝加哥大学出版社在《国富论》发表200年之际，对《国富论》一书进行了再版印刷。诺贝尔奖得主斯蒂格勒再版前言中说道：“……这并不意味着，斯密认为人的行为唯一地被自利性引导着。事实上，他的第一本著作，《道德情操论》就旨在探讨‘同情心’作为美德的含义……不过归根结底，亚当·斯密相信，那个最能贯彻始终的，最普遍适用的，从而也是最可靠的人类行为动机，是人对自我利益的追求。”

(3) 对“理性人”概念的常见误解

可以说，“理性人”概念是微观经济学的基础，但是对于这个至关重要的概念很多时候却莫衷一是。不少人根据自己的理解来界定“理性人”，但常常发生误解。对“理性人”概念的常见误解有如下几种。

※ 把理性人误当做只追求金钱之利的货币拜物教者

理性人的行为动机具有相同的原则，即趋利避害。这里的“利”和“害”是



广义的，并不局限于追求金钱之利。理性人决策的原则是“利益最大化”（或损失最小化），其依据是综合的“利”和“害”，而不是单项的利害分析。

例如一个人在亲情和金钱之间非此即彼地选择了亲情，那是因为在在他看来“保有亲情丢弃金钱”比“保有金钱而丧失亲情”具有更大的利益。他这种选择同样是理性的。

※ 误把理性人当做精于算计的聪明人

一个人理性与否，和他的智力没有关系，这是因为理性人本来就是针对智力正常的人的一个概念，如果智力水平超出了正常范围，那就谈不上理性人这个问题了。理性人首先是一个正常的人，在正常人的范围内，理性与否和聪明程度没有关系。把理性人与老谋深算、运筹帷幄等同，是一种误解。

※ 误把理性人视为损人利己者

理性人是趋利避害者，所趋之“利”、所避之“害”都是根据其自己的价值判断得出的评价结果，因此也可以说理性人一定是自私的。然而，自私不等于要损人。自私是目的，损不损人只是手段差异。要达到利己目标，既可以损人利己，也可以互惠互利。而且互惠很多情况下更容易产生互助效用，更容易创造出“人和”的成事环境，更有利于达到利己的目标。

※ 把理性人误解为冷静处事的人

处事冷静沉着或者果断激情，这是一个人的性情问题，所以冷静与否和理性人的概念也没有关系。在投资领域有所作为的人基本都是富有冒险精神、工作有激情的人，不能因为他们工作有干劲、有激情、敢于表达意见就说他们是缺乏理性的人。投资于创业板的人也都是敢闯敢干的人。而热衷于“风投”的人也并不是爱冲动和欠思考的非理性人。

※ 把理性人误解为行为合法的人

行为合不合法，是一个群体的价值判断问题。而理性人的行为只会受控于自己的价值判断。从事在法律角度来看违法的行为，并不等于不理性。反过来，理性的行为并不等于不违法。例如一个人蓄谋杀人，明知犯法，但他还是有准备、有步骤地实施了这个行为，其杀人行为与杀人动机有逻辑关系的一致性，因此这种行为依然是理性人的行为。可以说，理性人概念不属于道德和法律的范畴。

可以说，脱离了“理性人”假定，经济学将无所适从、无法展开，但也恰恰是因为理性人假定，让经济学极大地缩小了施展的空间。“理性人”是经济学的基础，也是其终结者。那些把经济学变成无所不能的显学的人，多是把“理性人”概念抛在脑后的人。



2

【激励是有效的：人们普遍有着自利的本性】

现代经济学的所有理论都建立在一个基本假设上，即人是理性的，在经济活动中是自利的。所有具有正常行为能力的人都符合这一假设，以此建立了经济学的首要原理——激励作用，因而具有普遍的指导意义。

激励作用是经济学的基本原理之一。人们通过比较成本与利益后往往会做出决策，所以当成本或利益变动时，人们的行为也会改变。这就是说，人们会对激励做出反应。比如说，石油变得越来越稀缺，油价总体上升的趋势将不可避免，虽然金融危机让油价下跌不少，但是在未来更长的时间跨度上来说，油价的波浪上升曲线是肯定会出现的。为了减少油价上升过快对实体经济的影响（当然也有环保的因素），国家就必须想方设法减少人们对石油的需求，提高油价或增加高排量车的税赋是一个明智的决策。由于这样的决策，人们用油节省了，买低排量车的人多起来了，激励就这样改变了人们的行为。

激励是有效的，源于人的自利本性，但由此而发展出来的激励理论又可以分很多种，主要有以下几个方面。

（1）内容型激励理论

内容型激励理论的主要内容就是：人们需要什么就满足什么，从而激起人们的动机。在内容激励的研究方面，有影响力的代表人物有泰罗、梅奥、麦格雷戈和赫茨伯格。

泰罗是美国19世纪末20世纪初盛行的科学管理运动的创始人，在西方被称为“科学管理之父”。泰罗把人视为受金钱驱使的经济物，认为物质刺激是调动人积极性的最重要手段。当时美国推广了泰罗制，运用“胡萝卜加大棒”政策，结果三十多个工种的劳动生产率超出欧洲的3倍。

梅奥是美籍澳大利亚心理学家。1927~1932年，梅奥在位于美国芝加哥郊外的美国西方电器公司的霍桑工厂主持了著名的“霍桑实验”，于1933年提出“人群关系理论”，主要有以下几点。

- 人不仅仅是“经济人”，也是“社会人”。



- 人的行为在相当大的程度上受非正式群体的规范或准则支配。
- 影响生产效率的最重要的因素是人在社会心理方面的满足和工作中发展起来的人际关系，而不仅仅是工作的物理环境、工资待遇和福利。
- 领导者民主管理对于提高生产率有重要意义，领导者应同时具备解决技术经济问题的能力和处理人际关系、听取下属人员意见的能力。

麦格雷戈是美国麻省理工学院的心理学家，他提出了Y理论。他不赞成泰罗的“科学管理”理论，并以马斯洛的需要层次论等理论为基础，以“自我实现”作为人格的特质。在企业中，运用Y理论的激励措施主要有以下几点。

- 创造适宜的工作环境，使人们挖掘潜力，发挥才能。
- 管理者的职能既非生产指导者，也不是人际关系调节者，而是一个采访者。他应为发挥人的才智消除障碍并创造适宜条件。
- 进行“内在奖励”，即获得知识，增长才干。正如麦格雷戈所说：“管理在于创造一个适当的环境——一个可以允许和鼓励每一位职工都能从工作中得到‘内在奖励’的环境。”

- 管理制度要保证职工能充分表露自己的才能，比如使任务更具有挑战性，下放管理权限，建立决策参与制度，职业丰富化、扩大化等。

赫茨伯格是美国心理学家，他提出了双因素理论，又称为激励因素—保健因素理论，其要点如下。

使员工不满的因素与使员工感到满意的因素是不一样的。使员工不满意的因素，主要是由工作本身以外的条件引起的，主要是公司政策、工作条件、工资、安全以及各种人事关系的处理不善。如果这些因素改善了，虽不能使员工变得非常满意真正激发积极性，却能够解除员工的不满，所以称为保健因素。意即虽不能治疗疾病，但能防止疾病。

使员工感到满意的因素，主要是工作本身引起的。比如，工作富有成就感；工作成绩能得到承认；工作本身富有挑战性；职务上的责任感；个人发展的可能性。这些因素的满足，能够极大地激发员工的热情和积极性。而缺乏它们时，又不会产生多大的不满足感。这些因素就被称为激励因素。

双因素理论强调，不是所有的需要得到满足都能激励起人的积极性。只有那些被称为激励因素的需要得到满足时，人的积极性才能最大限度地发挥出来。如果缺乏激励因素，并不会引起很大的不满。而保健因素的缺乏，将引起很大的不满，然而具备了保健因素时并不一定会激发强烈的动机。在缺乏保健因素的情况下，激励因素的作用也不大。



(2) 强化型激励理论

强化型激励理论着重研究行为结果对行为的反作用，当个体表现出适当或做出正确行为后给予奖赏是正强化，表现不当或做出错误行为时施以惩罚是负强化。强化型激励理论的主要代表人物是斯金纳和班杜拉。

美国心理学家斯金纳在巴甫洛夫条件反射基础上进行了深入研究，提出了操作条件作用强化论。他说，人由于某种需要而产生探索或“自发的”活动，在探索过程中，某一行为达到目的，那么这种行为就受到了强化，人就学会了用这一行为去操纵环境，达到目的，满足需要。由于这种行为是基于需要自发的，故称为操作性条件作用或工具性条件作用。

根据这一理论，在激励行为动机时应当遵循这些原则。

- 要有目标，使人的行为有明确的方向。
- 小步子，即把达到目标的整个行为过程划分为若干小的步骤，使人的行为一步一步受到引导。
- 及时“反馈”，即让人们及时知道自己行为的结果。
- 适当奖罚。

美国心理学家班杜拉提出了替代强化和自我强化的概念。替代强化是指人们不直接参与某一活动，也不需亲自体验直接的强化，而是通过观察别人的行为受到奖励或惩罚，使自己在以后类似情况下也作出这种行为或抑制这种行为。替代强化论为榜样作用、从众、模仿行为提供了理论基础。要控制人的行为，可以通过树立榜样、同伴示范（如老兵给新兵示范）等使人们受到替代强化，激起相应的行为动机，产生预期的行为。

所谓自我强化是指个人依据强化原理安排自己的活动或生活，每达到一个目标即给予自己一点物质的或精神的报酬，直到最终目标完成。自我强化是较高水平的激励方式，不可能要求人人都达到这种水平，但通过教育、指导，也可以帮助人们逐步具备这种能力。

(3) 过程型激励理论

这类理论着重研究从动机的产生到采取行动的心理过程，主要理论有两种。

第一种是，弗鲁姆的期望理论，又称为效价—期望理论，它是美国心理学家弗鲁姆首先提出的。该理论主要研究需要与目标之间的规律。弗鲁姆认为，人总



是渴求满足一定的需要和达到一定的目标，此目标又对激发人的动机有影响，这个激发力量的大小，取决于目标价值（效价）和期望概率（期望值）。也就是说，一个人对他所追求的目标的价值看得越大，估计能实现这个目标的概率越高，那么他的动机就越强烈，激励的水平也越高，内部潜力也能充分调动起来。

第二种是，亚当斯的公平理论，是美国心理学家亚当斯于1962~1965年在《工资不公平时对工作质量的影响》等著作中提出的。该理论认为员工对收入的满足程度是一个社会比较过程。一个人对自己的工资报酬是否满意，不仅受收入的绝对值的影响，也受收入的相对值的影响。每个人总会把自己付出的劳动和所得的报酬与他人作比较，也同个人的历史收入作比较。如果个人比率（报酬/贡献）与他人比率相等，他就会认为公平、合理，从而心情舒畅，努力工作。否则，就会感到不公平而降低工作积极性。个人历史的比较也会产生同样的心理。

亚当斯的公平理论很有借鉴价值，因为公平感是普遍存在的一种心理的现象。

（4）综合型激励理论

8

综合型激励理论是对已有的激励理论进行概括与综合，试图全面揭示人在激励中的心理过程。这方面的主要理论是波特和劳勒的激励模式。

1968年，美国心理学家波特和劳勒提出了一种激励模式。他们在“需要理论”、“双因素理论”和“期望理论”、“公平理论”的基础上，把激励的心理过程依次排列，并标明努力（动机所驱使的行为力量）与绩效、报酬之间的联系，也考虑到行为结果对后继行为的反馈作用。

这一激励模式表明，要使人们在工作或学习上取得较好的成绩，第一步是要激励、激发人的行为动机；第二步，当人经努力取得绩效时，这绩效又成为对人的激励，此时应予以恰当的评价并予以报酬；第三步，报酬的公平与否会影响人的满意度，满意度又会成为新的激励。如此循环运动，使人不断取得新的成绩。

除“动机”、“努力”之外，人的工作、学习绩效以及满意度还会受到其他因素的影响。这些因素是角色、技术、能力、评价公正。

总起来讲，内容型激励理论侧重研究用什么样的因素激励人、调动人的积极性；过程性激励理论着重探讨人们从接受了激励信息以后到行为产生的过程；强化型激励理论则强调行为结果对行为本身的作用。这些理论都有独到的见解，又都有一定的片面性。