

Contemporary Economic Psychology

当代经济心理学

俞文钊 著

经济学家们格尔曼在1987年就
提出要以沃尔夫等人为例，认为心
理分析是经济学中最重要的部分。我
们要学习他的思想，不要只学他的
结论。沃尔夫在《经济心理学》一书
中指出，经济心理学是经济学中一
门新兴的学科，它研究人的经济行
为。他认为，经济心理学是经济学中
的一个分支，它研究人的经济行为。
他认为，经济心理学是经济学中一
门新兴的学科，它研究人的经济行
为。他认为，经济心理学是经济学中
的一个分支，它研究人的经济行为。

上海教育出版社

Contemporary Economic Psychology

当代经济心理学

俞文钊 著

经济学家门格尔早在1871年就提出，要认识经济机制中的需求、价值和判断等，只有通过内省的心理分析。凯恩斯更为直截了当地指出：“我要十分强调经济学是一门道德科学。他关心的只是动机。期望和心里不安。”经济心理学家阿尔哈德夫指出：“一直被经济学家拒之门外的心理学，实际上早就从门悄悄进入经济学了。”

上海教育出版社

图书在版编目(CIP)数据

当代经济心理学 / 俞文钊著. —上海: 上海教育出版社, 2004.10

ISBN 7-5320-9559-2

I . 当... II . 俞... III . 经济心理学 IV . F069.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004) 第 107655 号

当代经济心理学

俞文钊 著

上海世纪出版集团 出版发行
上海教育出版社

易文网: www.ewen.cc

(上海永福路 123 号 邮编: 200031)

各地新华书店经销 上海复旦四维印刷有限公司印刷

开本 890 × 1240 1/32 印张 15 插页 4 字数 367,000

2004 年 10 月第 1 版 2004 年 10 月第 1 次印刷

印数 1—5,000 本

ISBN 7-5320-9559-2/B·0020 定价: 29.00 元

前 言

据新华社斯德哥尔摩 2002 年 10 月 9 日电, 瑞典皇家科学院把 2002 年诺贝尔经济学奖授予美国普林斯顿大学的经济心理学、行为经济学家丹尼尔·卡尼曼(Daniel Kahneman)和美国乔治—梅森大学的实验经济学家弗农·史密斯(Vernon L. Smith), 以表彰他们在心理和实验经济学研究方面所做的开创性工作。

卡尼曼由于成功地把心理学分析法与经济学研究结合在一起, 为创立一个新的经济学研究领域奠定了基础。他发现了人类决策的不确定性, 即人类的决定常与根据经济理论作出的预测大相径庭。

史密斯为创立实验经济学研究领域奠定了基础。他开创了一系列实验法, 为通过实验进行可靠的经济研究确定了标准。

由于经济心理学获得了诺贝尔奖, 于是传媒纷纷提出“与经济心理学亲密接触”的愿望, 人们迫切想要知道“什么是经济心理学?”“经济心理学如何应用于现实的经济生活中?”等等。事实上, 本书作者已于 1996—1998 年与 2000 年期间先后由人民教育出版社与东北财经大学出版社先后出版了有关这方面的四本书:《市场经济中人的经济心理与行为》、《经济心理学》、《市场经济中人的投资心理与行为》、《投资心理学》。但是面临新的形势, 国人迫切需要了解经济心理学的学科内容, 作者的这方面科研成果已取得了新的进展, 为此修订与补充原有四本书的内容, 增添新的研究成果, 简明扼要地写出一本《当代经济心理学》已是一项紧迫的任务与历史的责任。

自 20 世纪 90 年代起, 本书作者就带领研究生(硕士与博士生)们开拓了这一新的交叉学科——经济心理学。经过多年的探索与实证研究, 这门学科的理论基础、方法论与研究方法已日趋成熟。我指导的研究生们在这一领域的成果丰硕, 也逐渐形成了具

有中国特色的经济心理学的理论架构并在实践中得到了有效的应用。

中国自然科学基金会已将经济心理学列入 21 世纪心理学中重要的发展学科之一。

读者在阅读本书时要紧扣一个主题思想：在解释人类社会的经济现象时应该导入心理变量的影响才能加以完整有效地说明。在认识各种经济现象时人类存在着非理性，存在着认识与行为偏差。在市场经济中人们同样可以利用非理性和认知、行为偏差而获利。

全书共分十章。第一章《经济心理学概述》中比较全面地介绍了经济心理学产生的理论背景、学科性质、研究对象，世界各国的研究现状及发展前景等。在第二章中就“经济心理学的研究方法与分析模式”作出了分析与解释，这对从事经济心理学的研究者是必需扎实掌握的。关于经济心理学的理论架构，本书中提出了六大理论是经济心理学的理论基础，这是指“效用理论”、“预期理论”、“不确定性理论”、“风险理论”、“对策论”与“福利理论”。这些理论在第三章《经济心理学的理论基础》中作了详细的介绍。第四章重点介绍了“金融市场中人的经济心理与行为”，这里讲的实际上就是“投资心理学”的内容，而“投资心理学”是“经济心理学”的一个分支，因而其理论基础有与上述六大理论相一致的方面，当然也有其特殊性的一面。本章中特别阐述了金融投资中的认知与行为偏差的各类现象，以及人们如何利用这些偏差在金融投资中获利。面对数千万的股民，第六章中详细阐述了金融证券投资者（股民）的个体与群体心理及投资者应有的心理素质。从第六章至第九章，介绍了上至宏观社会、企业中的经济心理与行为；下至个人、家庭中的经济心理与行为。在第十章《劳动力市场中人的经济心理与行为》中

前 言

着重介绍了下岗职工的心态与对策，希望对从事社会保障的实际工作者有指导和帮助的作用。有关消费经济心理与行为的内容因篇幅所限，将另在《消费心理学》一书中详述。

我的研究生蔡志明、张玲、张结海、鲁直、唐为民、彭星辉等都在这一领域的教学与科研中出过不少力，做出过贡献，值此书出版之际，谨向他(她)们表示谢意。

书中应用了许多国外学者的研究成果，在此也表示感谢。

感谢上海教育出版社出版此书，使其作为一种文化积累、一门新兴的交叉学科能以新的面貌再现于读者面前。

俞文钊

2004年2月20日

目 录

前言

第一章 经济心理学概述	1
第一节 经济心理学的诞生与发展	1
第二节 经济心理学产生的理论背景	10
第三节 经济心理学的学科性质	19
第四节 经济心理学的研究对象	28
第五节 世界各国人类经济心理与行为研究现状	30
第六节 经济心理学的研究意义与发展前瞻	46
第二章 经济心理学的研究方法与分析模式	53
第一节 人类经济心理与行为的研究方法	53
第二节 经济心理学的实验方法	71
第三节 人类经济心理与行为的分析模式	77
第三章 经济心理学的理论基础	92
第一节 效用理论及其应用	92
第二节 预期理论及其应用	107
第三节 不确定性与风险理论及其应用	135
第四节 对策论及其应用	159
第五节 福利理论及其应用	179
第四章 金融市场中人的经济心理与行为	197
第一节 投资与金融投资意识	197

第二节	金融投资心理的理论基础	202
第三节	金融投资中的认知与行为偏差	230
第五章	金融证券投资者的个体与群体心理	239
第一节	投资者的心理过程分析	239
第二节	投资者的行为、需要与动机分析	249
第三节	金融投资者的群体心理	263
第四节	证券投资者的心理素质	286
第六章	宏观社会经济改革中人的心理与行为	319
第一节	经济体制改革与人的心理与行为	319
第二节	分配制度改革中人的经济心理与行为	327
第三节	股份制改革的经济心理学研究	332
第七章	企业的经济心理与行为	346
第一节	企业低效率现象的分析——X(低)效率理论	346
第二节	企业行为——企业形象的塑造	365
第八章	个体的经济心理与行为	380
第一节	市场经济中的理性经济人假设与评价	380
第二节	个体经济行为的特征	388
第三节	个体经济行为中人的动机和人格的作用	392
第四节	个体的控制点与经济行为	402
第五节	个体的感觉寻求和风险态度	405

第九章 家庭中人的经济心理与行为	412
第一节 从经济心理学观点看家庭的涵义	412
第二节 家庭储蓄的经济心理学分析	424
第十章 劳动力市场中人的经济心理与行为	439
第一节 劳动力市场的一般概念	439
第二节 失业与下岗职工的心理与行为	443
第三节 下岗职工的心态与对策	455
参考文献	465

第一章

经济心理学概述

第一节

经济心理学的诞生与发展

经济心理学是一门研究经济心理与行为的科学，从它的诞生至今才不到百年的时间。作为一门新兴的学科，很难说它的发展经过了几个阶段，而只能通过一些具有代表性的经济心理学家严谨和系统的研究来探求经济心理学的发展轨迹。

一、加布里埃尔·塔尔德和《经济心理学》

标志着经济心理学真正诞生的是塔尔德(Tarde, G., 1843—1904)在1902年出版的《经济心理学》。塔尔德是法国一位法学家和社会学家，长期对社会现实的经济方面感兴趣，同时他又是现代犯罪学和社会心理学的奠基人，他试图扩大自己对个人关系心理学的构想，特别是把这些构想用来研究经济活动。1902年他把在法兰西学院授课用的教程分两卷出版，该书的书名就叫《经济心理学》(La psychologie économique)。经济心理学家阿尔布认为这本书“以一种古典的，同时也是明确的形式，构成了经济心理学的基础”。因此，一般认为经济心理学于1902年诞生于法国。

塔尔德在这本书中，以更为冷静、更为公正的科学态度，突出了经济现象的主观方面，并证明这是真正能对经济现象作出解释的方面。他认为“内在的和精神的方面”应不同于“事物的外部的和物质的方面”；经济学家把人们的内心世界设想得那么简单、那么粗略，根本不了解“各门社会科学具有十足的心理特性，而政治经

济学只是社会科学中的一个门类”。因而，塔尔德认为经济心理学的抱负和愿望就是“试着改写政治经济学”，使它避免狭隘和枯燥，显出“完全是心理方面和完全合乎逻辑的、十分生动和十分合乎理性的”真面目。塔尔德的观点可归结为：

(1) 强调经济现象的主观方面，并提出了主观价值论的观点。他认为，货币在经济学家眼中是价值的标志，但是货币是与人的信仰、希望、思想、意志等主观方面相联系的，不同的人对货币的主观价值是不同的。

(2) 提出了心理预期的观点。例如，他认为股票市场中证券价格的起落不同于气压计指数的上下波动，而是受股民预期的影响（如公众认为大有希望或灰心丧气，任何一个引起轰动的好消息或坏消息都会影响股民的心理学预期）。

这些观点在今天看来，仍具现实意义，例如在股票交易方面的心理分析确实很重要。在理论方面，塔尔德的有些看法也带点主观任意性。尽管如此，塔尔德为研究经济现象所做的努力以及为经济心理学诞生所作的破坚冰、开航道的贡献，是功不可没的，他所提到的很多建议在今天仍然有着特殊的影响。

二、皮埃尔·路易·雷诺(Reynaud, P. L.)和 《政治经济学和实验心理学》

塔尔德出版了《经济心理学》一书不久，就于1904年去世。在以后一段时间里，经济心理学依然难以为人们所了解，几乎到了濒临销声匿迹的境地，但还是有人作了一些具体的研究，表明人们对心理学仍有某种兴趣。后来，经济学家凯恩斯在英国把心理学作为自己爱谈的话题，虽然凯恩斯的心理学好像纯粹是为了装饰门面，很大程度上只是对心理学作字面的理解。他的心理学主要是立足于国民生产总值和总额基础上的，而远不是立足于个人，如他注重的是储蓄而不是储蓄者，是消费而不是消费者。

第二次世界大战以后，经济心理学又悄然兴起，其标志是1942年法国著名经济学家皮埃尔·路易·雷诺(1908—1981)撰写的“第一部将经济学与心理学有机结合的系统性著作”《政治经济学和实验心理学》一书。

雷诺是法国斯特拉斯堡的罗·巴斯德大学的政治经济学教授，很早就对心理学产生了兴趣，试图用实验心理学来理解客观经济现象。他发现“人的行为并不是严格合乎逻辑的，而往往是一半合乎理性的或另一半是非理性的”，他希望制订出一种有关这种“非理性的人”的经济理论，认为这种“非理性的人”是由“外部刺激”或自己的“内部冲动”决定的。1964年他又撰写了《经济心理学》一书，在此书中，强调了“整合”概念对心理学和经济学的重要性，着重指出了“心态层次”、“阈限”和“动力想像”这三个基本概念。在其他著作中，他又试图把对“企业家的活力”、紧张心理和多种愿望的主要作用所作的考察扩大到“人类社会”。1974年他出版了《简明经济心理学》一书，此书着重考虑了“建立质量模型”的问题，他主要关心的是确立“水平参数”，并用三个主观因素：兴趣、智慧和认识来估测这些参数。

最后，雷诺认为，经济心理学的最终目的就在于说明“关键阈限”的位置和性质以便能够用心理力量(心理力量远比物质力量重要得多)来超越这些“关键阈限”，建立起一种“概括的经济学”——把人类的进步同个人的首创精神和自由结合起来。

三、乔治·卡托纳和《经济行为的心理分析》

随着心理学研究对经济领域的渗透，以及精神分析法和民意测验法等研究方法的运用，经济心理学的研究逐渐开始赢得越来越多的注意。特别是第二次世界大战以来，由于大批心理学家和社会学家来到美国，从而使经济心理学的研究中心从欧洲转移到北美。从那时起，经济心理学作为一门独立的科学，在这些学者们的

推动下获得了第二次发展,这其中应归功于卡托纳。

被称为美国经济心理学之父的卡托纳 (Katona, G. 1901—1981) 原籍匈牙利,曾是一位教育心理学家,热衷于格式塔心理学,后来在芝加哥的雅各布·马尔克教授的影响下,转而研究经济学。他担任过美国财政顾问,从 1950 到 1972 年,他在密执安大学同时主持心理学和经济学讲座,努力把这两个知识领域完整地结合起来,赋予经济心理学以事实基础。同时他还划定了经济心理学的界限,提出了它的研究方法,认为抽样民意测验是对经济行为的心理分析的首要工具。在此基础上,他于 1951 年出版了自己的第一本著作《经济行为的心理分析》。

接着,他又于 1960 年发表了《强大的消费者》,1964 年出版了《大众消费社会》,对消费心理学进行了进一步的研究,提出了“消费者主权”的概念,认为周期性的经济变动(通货膨胀或紧缩)和经济增长率都在很大程度上取决于消费者;消费需求不再受制于唯一的收入因素,需求有“自由决定权”,受到消费者购买倾向的影响。购买倾向是顾客的动机、倾向和期望的反映。

卡托纳的研究兴趣主要是消费行为,也包括适当的企业行政管理行为。他特别对本世纪 50 年代以来美国社会的消费行为的变化进行了系统的研究,认为在贫困时代消费是收入的函数,但在富裕社会,人们的生活消费方面发生了五种变化:(1) 收入增加;(2) 储蓄和资产增加;(3) 赊销的普及;(4) 非必需耐用用品的比重增加;(5) 经济信息迅速传播。因此消费者行为会发生如下三种趋势的变化:(1) 契约性的、习惯性的、必需的消费减少;(2) 自由酌量处理的支出增加;(3) 自由酌量处理的储蓄和投资增加。卡托纳认为,经济行为是由人格和环境的相互作用决定的,上述消费行为的变化倾向必然导致研究消费行为的理论和结构也发生变革。他提出以下三项作为把握消费行为的主要变量群:可能条件(Enabling condition)、态度(Attitudes)和促进条件(Precipitating condition)。可

能条件指收入和自由酌量处理的支出额；态度是消费者的购买倾向的集中体现；而促进条件则是促成消费决策与行为的市场条件和偶然条件。通过上述三方面变量群的综合，才能对具体的消费行为进行全面的分析和预测，较为准确地把握消费行为。

另一方面，卡托纳在1952—1954年间制定了“消费者感情指标”来衡量一个特定社会中消费者的态度、期望以及乐观或悲观的程度。这种用来预测消费者短期行为的指标经许多研究者验证证明具有相当的效度。美国经济的发展也充分证实了卡托纳的主张：(1) 消费者的感情因素对于经济波动的影响大大超过了他们的收入变化对于经济波动的冲击；(2) 对消费者的意向、预期、欲望、态度和动机的测量预先指明了他们消费和储蓄行为的变化，特别是预先指明了耐用品消费的重要变化。如虽然在1970年经济衰退之前的1969年春，美国消费者的个人收入总量并未下降，但消费者的态度已经显著地趋于恶化。结果到1970年，整个社会对于汽车、器具以及其他耐用品的消费需求量陡然下降，失业也因之而大大增加。

卡托纳在自己领导的安阿伯(Ann Arbor)实验室中建立了一个卓有成效的研究队伍，同时他还与其他经济心理学家保持了密切的学术交流。在卡托纳的推动下，经济心理学得到了不断的发展，先是在欧洲，继而在世界各地最终找到了自己的位置。

四、佩尔斯特·迪希特和《动机研究》

迪希特(Dichter, E.) 1907年生于维也纳。他像弗洛伊德一样，对人们的消费生活感兴趣，当然其目的并不是要研究日常生活的病态方面，而是要理解它的“唯利是图”的一面。在他看来，行为是一种假象，人的各种购买动机一般是无意识的，它们是一些与利比多(libido)*冲动有关的错综复杂的机制，而利比多冲动又是从童

* (利比多：精神分析学派用语，来自本能的力量，一种潜力，既可是性方面的，也可是非性方面的)。

年开始和形成的，所以只有依靠临床治疗和精神分析才能理解购买动机。

一般认为，购买行为既然是经济行为，那么消费者的行为应是合乎逻辑和理性的。但实际上，在多数时间里，消费者的行为往往是由偶然性或当时的环境所决定的。迪希特认为，人的动机中有意识的和无意识的两方面，或称为理性与非理性两种。而“我们最后往往是以特殊的、非理性的和荒谬的方式行动的，而且往往事先并不知道自己会采取这样的行动”。他认为“产品中有着个人的投射”、“当个人继续忠于产品的牌子时，忠于的仍然是他本人”；各种物品“并不是超然于个人之外的、原始的和不带个性的，它们是人的物品”，因此必须进行人类学尤其是文化人类学的研究。

在研究方法上，迪希特采用了“间接的”手段（如精神分析、主体统觉测验、戏剧手段等）。以对那些从少数消费者中收集的资料作深层解释。

迪希特由于其对于产品和服务的动机的研究受到其他学者的排斥和轻视，但阿尔布公允地指出：“迪希特所作的研究有其重要性，使我们完全更新了对经济行为的动机的认识。”同时，他的研究还开创了经济心理学的一些新领域并把握了一些基本问题的关键，他所提倡的对消费者的愿望进行认真研究的主张对于广告制作、了解消费者的动机及潜在需求也都有着重要的意义。

五、拉扎尔斯费尔德的经济社会学研究

拉扎尔斯费尔德 (Lazarsfeld, P. F.) 在大量宣传行为、政治行为和消费者行为的社会学以及社会心理学的研究领域作出了巨大的贡献。其中，他对消费行为研究的方法和卡托纳的方法有很大不同。因为卡托纳是经济学家，所以主要对一国的宏观消费水平、市场趋势和各个消费者在微观水平上的消费行为进行综合研究，研究的焦点最终还是经济现象。在消费行为的研究方面，卡托纳是

以阐明消费行为的关系,并使之理论化为研究目的的。与此相反,在拉扎尔斯费尔德看来,消费行为只不过是人类社会行为中的一种形态。他往往把对消费行为的研究模式转用到政治行为研究的模式中去。他的关于政治行为研究的第一本名著《人民的选择》(The People's Choice),就是在转用了关于购买行为的研究的基础上诞生的。

此后,他在《个人影响》(Personal Influence)一书中更加明确地、有意识地展示了这种意图,即打算作这样的尝试:对政治行为、购买行为和流行行为进行直接比较。

在拉扎尔斯费尔德看来,研究政治行为不仅仅是政治学家的的工作,研究经济行为也并不仅是经济学家的工作,两者没有严格的区别。事实上,他研究的本来目标就是人类社会行为的一般理论结构。因此,拉扎尔斯费尔德评论和研究经济行为的论文(1959)并不限于对消费者行为进行研究。同时他还采取了将消费者行为和经营行为作对比来进行论述的方法。由此可见,与其他领域相比,他更重视把握人类的社会行为。

拉扎尔斯费尔德提出影响消费行为的三个重要的变量:(1)先有倾向(Predisposition);(2)宣传和交流的影响(Influence);(3)商品的特性(Product attributes)。先有倾向包括消费者阶层和地位等各种社会学属性以及购买意识等心理学因素。其中社会学变量有:社会阶层、参照团体和购买习惯。购买习惯又可根据社会地位(Social position)和角色概念(Conceptions of role)予以区分。关于心理学因素,拉扎尔斯费尔德提出应由范围(特殊或一般)、力学性(指向性,被动还是主动)和时间观念(现在还是未来)加以组合后进行研究。在上述三个影响消费行为的变量中,拉氏尤其强调宣传的影响和先有倾向的重要性。他认为,与其研究购买的经济条件和偏好的结构,不如把研究的焦点放到购买习惯和消费者所属的社会集团、地位和作用的联系方面,进而再研究宣传和交流对购买行

为的作用。可以看出,拉氏对消费行为研究的侧重点出于他的经济社会学的独特视角。正如我们前面指出的那样,他的消费行为影响变量的理论无疑可以推而广之到人类的其他形态的行为研究中去。但应当指出的是,对于消费行为乃至经济心理学的研究,如果拘囿在原有的学科思想中,没有一个更综合和宽广的视野,那么要想达到对消费行为的充分理解和建立一门新的真正有效的学科体系显然是困难的。

六、户川行男的深层心理研究

日本心理学家户川行男(1960)在商品购买行为的动机研究上是卓有成效的。他在市场调查,中,掺进了一些深层心理学测试(如投射法、精神分析法)、深度访谈法和详细交谈法来探求消费者的购买动机。

户川等人采用的方法是:对于一个研究课题,一般由几位临床心理学家和社会学家组成一个研究小组,每人以2—3名被测试者为对象,进行深入交谈,然后归纳成事例研究。从而以10—20名测试者的事例为基础,研究其一般理论。一次交谈所需要的时间为两小时,包括被测试者的生活经历等。详细记录其购买某种商品的过程、购买情况等,并加以分析。

户川等人在购买行为的研究中,根据购买行为发生的过程,阐明了在各个不同阶段什么样的动机发挥重要作用,举出了如下六种主要的动机:(1)需求;(2)喜好;(3)态度;(4)推测(对今后生活的预期);(5)社会承认(参照群体);(6)偶然因素(广告、推销等)。户川认为,就以上因素而言,真正重要的是需求,然后才是态度和价值,经济条件只不过是包括在“偶然因素”中的因素之一。通过这六种动机的综合,彻底了解某一购买行为是怎样得以实现的,进一步加深对消费行为的理解并使之理论化、一般化,这就是户川的主要研究成果。