

THE

隐性动机

日常生活中的经济学和人类行为背后的动机

HIDDEN
MOTIVES
AND
THE
UNDISCOVERED
ECONOMICS
OF
EVERYDAY
LIFE

W

H

Y

本书推倒了横亘在经济学实验室和真实世界之间的高墙，
把经济学从“经济学家的象牙塔”带进“你家的客厅”里！
多位诺贝尔经济学奖得主、《怪诞行为学》作者丹·艾瑞里、
《撞上幸福》作者丹尼尔·吉尔伯特 联袂力荐

[美] 尤里·格尼茨 (Uri Gneezy) 著
约翰·李斯特 (John List) 著
鲁冬旭 译



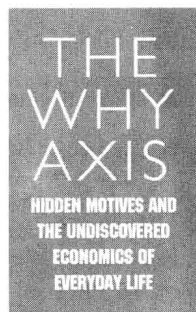
A

X

S



中信出版集团 · CHINACITICPRESS



隐性动机

日常生活中的经济学和人类行为背后的动机

[美] 尤里·格尼茨 (Uri Gneezy) 约翰·李斯特 (John List) 著

俞文如 译

图书在版编目 (CIP) 数据

隐性动机 / (美) 格尼茨, (美) 李斯特著; 鲁冬旭译. —北京: 中信出版社, 2015.7

书名原文: The Why Axis

ISBN 978-7-5086-5083-8

I. 隐… II. ①格… ②李… ③鲁… III. 行为经济学-普及读物 IV. F069.9-49

中国版本图书馆CIP数据核字 (2015) 第 055419 号

The Why Axis by Uri Gneezy and John List

Simplified Chinese translation copyright © 2015 by CITIC Press Corporation

Published by arrangement with author c/o Levine Greenberg Literary, Agency, Inc

Through Bardon Chinese Media Agency

ALL RIGHTS RESERVED

本书仅限中国大陆地区发行销售

隐性动机

著 者: [美] 尤里 · 格尼茨 [美] 约翰 · 李斯特

译 者: 鲁冬旭

策划推广: 中信出版社 (CITIC Press Corporation)

出版发行: 中信出版集团股份有限公司

(北京市朝阳区惠新东街甲 4 号富盛大厦 2 座 邮编 100029)

(CITIC Publishing Group)

承 印 者: 北京鹏润伟业印刷有限公司

开 本: 787mm×1092mm 1/16

印 张: 21 字 数: 230 千字

版 次: 2015 年 7 月第 1 版

印 次: 2015 年 7 月第 1 次印刷

京权图字: 01-2012-3003

广告经营许可证: 京朝工商广字第 8087 号

书 号: ISBN 978-7-5086-5083-8 / F · 3346

定 价: 49.00 元

版权所有 · 侵权必究

凡购本社图书, 如有缺页、倒页、脱页, 由发行公司负责退换。

服务热线: 010-84849555 服务传真: 010-84849000

投稿邮箱: author@citicpub.com



The Why Axis

序 言

很多时候，最明显的东西反而是最难看到的
东西。

至少对年轻时候的我来说，上面这句话真的非常适用。20 世纪 90 年代末，我还是一名年轻的经济学家，而那时的经济学界正处于一个令人兴奋的时代。那段时间，我有幸就读于哈佛大学和麻省理工学院，这两所备受尊敬的学府正是当时经济学新浪潮的中心。

从历史来看，经济学的主流是理论经济学。经济学的最大发展是由一些高智商的家伙推动的，他们建立复杂的数学模型，用抽象的理论来解释世界上种种现象的原理。但是，随着计算机技术的提高和大数据的兴起，20 世纪八九十年代，经济学界发生了明显的转型。实证研究——即对现实世界中数据的分析——成了很多经济学家的工作重心。这对

年轻时候的我而言可谓一个福音，我早已发现自己并非高智商人士，根本没有什么厉害的理论眼光，因此我决定转身投入茫茫的数据海洋之中，希望能从中发现一些有趣的现象。

但是，当时做实证研究的最大挑战是（其实现在仍然是这样）：如何搞清楚两个变量之间到底是真正的因果关系，还是只存在相关关系。为什么这个问题的答案很重要呢？如果两个变量之间真的存在因果关系，那就意味着我们可以运用这种关系来制定公共政策，对这个世界的运行原理也可以多一分了解。

遗憾的是，因果关系是极其难以证明的。要证明两个变量之间的因果关系，最好的方法是通过“随机实验”（**randomized experiments**）。正是因为这样，美国食品药品监督管理局才要求所有新药在获批之前必须经过随机实验。但是，经济学和化学不一样，药品可以在实验室里用随机实验的方式来测试，而经济学家感兴趣的问题却很难通过这种方法解决。因此，我们不得不花大量的精力去寻找“偶然实验”（**accidental experiments**）。所谓“偶然实验”，即现实世界中恰好发生的某种与随机实验性质相类似的事情。比如，飓风摧毁了A城，但是B城却安然无恙，我们可以认为飓风袭击城市是一件随机的事情。另一个例子是1973年“罗伊诉韦德案”高等法院的判决结果使得堕胎合法化。在有些州，堕胎的概率因为上述事件的发生有了显著变化，而在另一些州，堕胎的概率则未发生变化。如果我们把那一时间段中出生于不同州的婴儿的日后命运进行比较，我们就可以在一定程度上看清堕胎政策对社会的影响，甚至进一步回答一些更深层

次的问题：例如，如果一个父母不想要的孩子出生了，那他以后的人生会受到怎样的影响？

没错，这就是我以及很多其他经济学家每天所做的工作——寻找我们需要的“偶然实验”。

但是，某一天，我遇见了一位年纪比我小几岁的经济学家，从此我的人生改变了。这位经济学家和我的背景截然不同，他没在哈佛大学和麻省理工学院就读过，他本科就读于威斯康星大学史蒂文分校，而博士学位则是从怀俄明大学取得的。他的第一份工作是在中佛罗里达大学教书——不得不说，这所学校实在算不上是一流名校。

这位年轻的经济学家叫作约翰·李斯特。约翰·李斯特和我不同，和其他知名的经济学家都不同，他当时正在极力探索和推广一个全新的领域。现在来看，这种新的经济学研究方法不仅非常自然，而且极其合理——那就是在现实世界中进行经济学的随机实验。但是，由于种种原因，当时基本上没有其他人从事这一领域的工作。考虑到经济学界的传统，以及之前的经济学家所设定的规则等，我们从来没有想到可以这样做：在现实世界中进行我们想要的设定，然后开展随机实验，而实验对象根本不知道自己正在参与某项实验。事实上，居然是一位卡车司机的儿子告诉我们，可以这样进行实验。

比如说，我们可以考虑偏见的例子。如果一个人用一种带有偏见的态度来对待他人，那么这个人就被定义为一个种族歧视者、性别歧视者、同性恋恐惧症患者，诸如此类。但是，却没有人会注意这种表面偏见行为背

后的隐性动机，这种动机可以是反感、厌恶，或者是对他人赤裸裸的仇恨（约翰·李斯特和尤里·格尼茨就拥有这种对他人赤裸裸的仇恨心态）。约翰·李斯特和尤里·格尼茨的实验（详见本书第6章和第7章），显示了歧视现象背后的隐性动机，令人意外的是，有时候这种动机并不是对某一人群的真正仇恨，而只是为了赚取更多的钱财。

对我来说，真正的天才就是能够发现某些已经十分明显，但所有人却视而不见的事实的人。在这样的定义之下，约翰·李斯特和尤里·格尼茨无疑属于天才的范畴。他们是过去50年里经济学界最重要的创新领域的开拓者之一。这本书讲述的就是关于他们的随机实验这一经济学研究方法的故事。通过阅读本书，你将会看到，在聪明细致且富有创新精神的研究者手中，随机实验的方法几乎可以解决世界上的一切经济学问题。这个领域的唯一局限就是实验设计者的想象力可能不够丰富。

实地实验（约翰·李斯特和尤里·格尼茨因此而闻名）不仅是一种有力的经济学研究工具，同时也是一种非常具有趣味性的研究方法，这一点你在阅读本书的过程中一定可以体会到。我衷心地希望你可以像我一样，从阅读本书的过程中获得乐趣和启发。

史蒂芬·列维特

《魔鬼经济学》作者



The Why Axis

引言

为什么我们会这样或那样行事？

在开往西隆城的路上，我望着车窗外的卡西丘陵，欣赏着印度东北部的自然风光。突然有一句让人迷惑的标语映入我的眼帘：“公平分配个人所得财产！”这到底是什么意思呢？我向给我们开车的本地司机米奈特请教这句标语的来历。

熬过了美国飞往印度的漫长航班，我们在古瓦哈提机场上了米奈特的车。很快，活泼健谈的米奈特就成为我们的新朋友，他驾车带我们飞驰在路况复杂的印度道路上。一路上，一座座村庄美丽而安详，静静地坐落在弥漫着生姜香气的绿色丘陵地带，大片的稻田和菠萝园不断地出现在我们的视野里。米奈特矮小精瘦，28岁，会说7种印度方言，英语

说得也不错。随着窗外景物的变化，米奈特以他特有的乐观态度，不断地给我们做着各种殷勤的解说。这样一位出色的向导很快就赢得了我们的心。

米奈特骄傲地告诉我们：“我们部落的大部分男人都是种稻米的农民。但是，我和他们可不一样，我的工作司机兼翻译，还在我姐妹家里开了一个加油站。此外，我也在市场上做点儿生意，你瞧，我是一个非常勤劳的人！”

我们全车的人都点头赞同米奈特的自我评价。显然，这个小伙子是一个天生的生意人，如果他出生在美国，一定是一个成功的私营企业业主。如果他有机会接受良好的教育，我甚至相信米奈特完全有能力创办一家硅谷风格的新兴软件公司。

可是，对于生在印度的米奈特来说，他的生活却不那么如意。他向我们抱怨：“你知道吗？我找不到结婚对象。”当我们追问原因时，米奈特解释说：“因为我是卡西人，我们这里的风俗是男人要么和自己的姐妹一起生活，要么和妻子的父母一起生活。我不喜欢这种生活方式，我想有自己的家，但这个想法在我们这里却是不可能的。卡西是母系社会，经济大权全由女人掌握，所以不管我要干什么，首先必须经过我的姐妹的同意。”在卡西部落里，就算是米奈特这样有能力、有生意头脑的男青年，也只能是“二等公民”。米奈特进而向我们解释道，我们在路边看到的那条标语是卡西部落正在萌芽的“男权运动”的呼声，如今，部落里的男人们开始争取自己的权利，他们不愿意继续扮演“种马”和“保姆”的传统角色，希望能独立支配自己的财产。

对于来自美国的我们，这可真是一则奇闻。与西方世界的男权社会相

比，古老的卡西部落如同一个事事相反的“平行世界”。我认为，也许对这个平行世界的研究能帮助我们搞清楚一个困扰西方社会已久的经济学问题：为什么女性在经济上没有男性成功？

我相信，和大多数人一样，你对常见的经济问题也有自己的一套看法。为什么男女之间会存在不平等？为什么人与人之间会有歧视？为什么穷人家的孩子和富人家的孩子在受教育水平上差距明显？贫困问题的根源到底是什么？对于这些问题，你可能有自己的见解，但是，你的这些见解是怎么来的？是依赖直觉、道听途说，还是自己分析得来的？你真的知道这些经济问题背后的原因吗？

写作这本书的目的，正是要带你走出一些常见的误区，让你不再停留在人云亦云或一知半解的状态，而是对这些经济问题进行一番深入又有趣的探究。在这本书中，我们希望能做你的向导，陪你一同去探索多彩的社会经济学现象，让你亲眼发现：为什么人们会这样做？为了充分了解人类的动机和盲点，我们采取了自然实验的研究方法——让人们在不知道自己被观察和研究的前提下，在自然环境中从事各种贸易和经济活动。这些实验的结果非常有趣，也非常惊人。基于实验的结果，我们总结出一些有趣的结论，有些结论会改变你对人类的看法，包括你对自己的看法。这种新颖的研究方法让我们能够从日常生活中洞察到更多全新的东西，让我们对人们经济行为的驱动力和激励机制有更深刻的了解。原来，激励人们采取某种行为的动力不仅包括我们熟知的金钱和社会认可，还可以包括很多其他的东西。

那么，究竟如何才能了解人们的隐性动机，并设计出合理的激励机

制呢？究竟如何才能找到人类行为动机的弱点？在过去的 20 年间，我们选择走出办公室，走进现实世界，通过自然实验的方法来探究人们为什么会以这样或那样的方式做事。这样做的原因很简单：如果你把一个持有歧视态度的人放在实验室里，并且让他知道自己的行为正在被观察，那么他就不会表现出自己的歧视行为。他一定会说出他认为的科学家们想听到的话，会按照他认为的一般社会行为准则来行事，因为他希望能够按照研究者的意愿行事。但是，如果你在自然环境下悄悄观测这个实验对象的日常行为，看看当搬来一位跟他不太一样的新邻居时这个实验对象会怎么表现（或者创造机会让这个实验对象和一位看起来如同粗野的波拉特的人进行对话），那么他的歧视行为就会表现得非常明显了。

出于上述原因，我们的研究必须在广阔的现实世界中进行：从乞力马扎罗山的山麓，到加利福尼亚州的酒庄；从闷热的印度北部，到芝加哥寒冷的街道；从以色列的学校操场，到某些世界顶级公司的会议室。通过在现实世界里进行冒险，我们看到了真实的人的真实行为，对人类的行为也有了一个独特的理解角度。

通过观察人们在市面上的日常行为和活动，我们能够更好地理解他们的动机。我们的最重要的发现之一是：自我利益是人类行为的最根本动机之一——我们认为很多时候没有必要上升到“自私”的程度，称为“自我利益”也许更合适和准确一些。自私和自我利益表面上看来似乎是同义词，但事实上，这两个概念是有区别的。这是本书的一个核心概念。因为，只要我们发现了人们真正关心和重视的东西——金钱、利他主义、人

际关系、他人的表扬，诸如此类——我们就能够准确地找到激励人们采取某种行为（比如，在学校里取得好成绩、遵守法律、提高工作表现、向慈善机构捐款、不再歧视他人等）的规律或者诱因。

我们是如何发现这种研究方法的呢？20世纪80年代，约翰是一名运动卡销售员，他经常在不同的顾客身上尝试不同的谈判策略和定价策略，以期找到最优的销售策略。之后，约翰成为威斯康星大学史蒂文分校经济系的本科生。早在做销售员时，约翰就常常想，自己是否可以通过自然实验的方法验证经济学的重要原理？经济学的规律可以在现实世界中被测试吗？与此同时，身在几千里外的尤里正在为另一个问题烦恼：如何激励慈善机构负责募捐的义工更好地工作？经过各种探索和尝试，尤里发现，在激励义工方面，传统的绩效工资的效果还不如不发奖金。

过去，对于进行有控制的实地实验的研究方式，经济学家一直持怀疑态度。要想保证一项实验的有效性，必须控制除了实验变量以外的所有其他变量，让它们保持不变。实际上，自然科学的研究人员正是这样测试他们的理论的：如果他们想知道健怡可乐是否会增加老鼠患癌症的概率，那么就让他们所有变量保持不变——同样的空气，同样的灯光，同样品种的老鼠，而仅仅改变老鼠饮用的健怡可乐的量。多年以来，经济学家一直认为，要在现实世界中进行这样的实验是不可能的，因为要让其他变量保持不变，真的是太困难了。

实际上，经济学家并不是在一个化学实验的试管里做研究——世界上有数十亿人和成千上万的企业。我们将向你展示，与传统的经济学智慧不

同，只要我们在不加控制的、新奇多变的现实世界中用一种比较另类的方式来看待人们的行为，那么随机的实地实验的方法是可以对很多经济学问题给出有意义的解答的。实际上，实地实验是最近几十年来经济学实证领域最重要的创新之一。这种方法不仅允许我们度量正在发生的各种现象，还有助于我们找到这些现象发生的原因。在本书中，我们将向你展示我们如何用随机的实地实验解决世界上最令人头疼的经济学问题，这些问题包括：

- 为什么在现代经济体中女性和男性仍然同工不同酬，为什么在高级管理层中女性所占的比例小于男性？
- 享受同样的产品和服务，为什么有些人付的钱多，有些人付的钱少？
- 为什么有些人会歧视其他人，如何消除歧视行为？
- 虽然与其他发达国家相比，美国投入公共教育的资金更多，但是在美国的很多地方，高中的辍学率却超过 50%。那么，昂贵的教育项目到底有没有用呢？如何用一种性价比最高的方式缩小贫穷家庭的孩子和富裕家庭的孩子之间的教育差距？
- 在一个竞争日益激烈的全球化环境中，企业如何才能更富有创新能力，提高生产率，以及创造更多的价值、机会、工作岗位？
- 非营利组织如何能够鼓励更多的人回馈社会？如何让你喜欢的慈善机构运营得更有效率？

你可能会觉得，上述这些问题看起来毫无关联。但是，从我们的角度来看，所有这些问题都可以从一个经济学视角进行研究，而且都可以

通过简单的经济学方法加以解决。实地实验能够帮助我们找到这些问题的答案，即找到正确的激励机制，以及搞清楚到底是什么样的动机促使人们这样或那样行事。

人们常常会说“这件事导致了那件事”，实际上，很多时候人们根本不清楚上述说法到底是不是事实。当我们手上缺乏从现实世界中收集到的实验数据时，我们所有人都可能会随意地、无根据地解读事物之间的因果关系。

不久之前，我和我在芝加哥大学经济系的同事史蒂芬·列维特、查德·塞沃逊一起，与一些知名的大型零售企业的总裁们讨论如何提高公司销售业绩的问题。一位高级市场经理向我们展示了下面这幅图，他试图说明的是，他所在公司的零售广告对提高产品销售额起到了很好的作用（出于保密考虑，图中的具体数据我们进行了修改，但是变量之间的关系大致如下）。

（单位：百万美元）

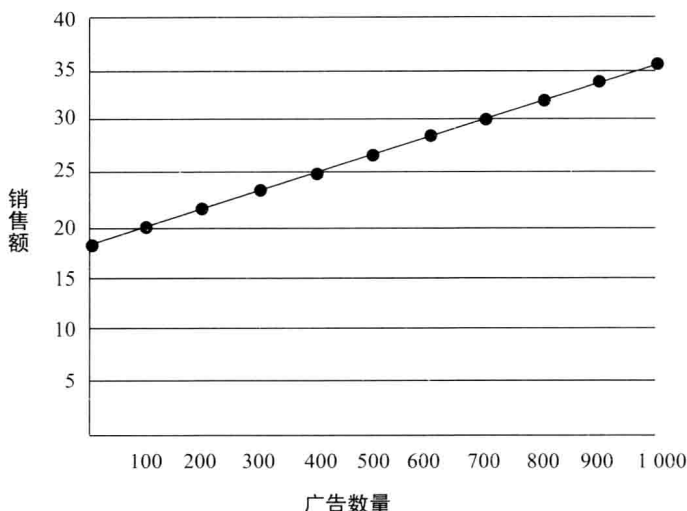


图 0-1 广告数量和销售额之间的关系

这位高级市场经理自豪地对我们说：“看，这就是铁证。这张图表明广告数量和销售额之间有很明显的正相关性。当我们做 1 000 条广告的时候，销售额大约为 3 500 万美元。而如果只做 100 条广告，销售额就下降至 2 000 万美元，看到了吗？”

实际上，广告数量和销售额之间的关系并不像这位高级市场经理所讲的。要理解这一点，我们来看一看另一幅类似的图。

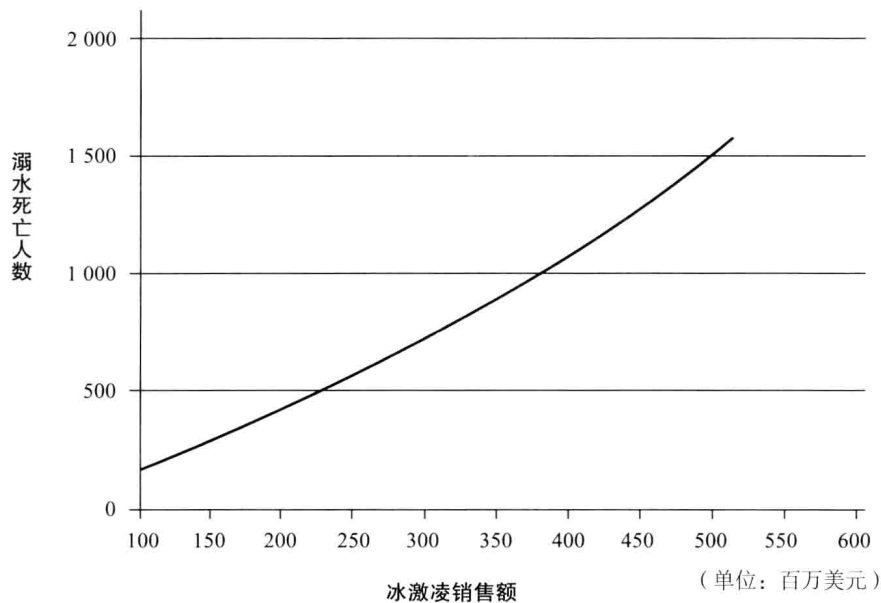


图 0-2 冰激凌销售额和溺水死亡人数之间的关系

上图展示了两种截然不同的现象之间的关系：一是 1999~2005 年溺水事故的数量，二是同一时间段内美国最大的冰激凌公司之一的冰激凌零售额。显然，这两个变量之间的关系用图展示出来相当令人吃惊。

如果你是一位保护欲很强的家长，你看了这幅图以后可能再也不会让自己的孩子在水边吃冰激凌了。但是，很显然，这里存在着第三个隐性变量，那就是天气。夏天气温高的时候，人们会吃更多的冰激凌，同时游泳的次数也会增多，而游泳次数的增多导致溺水事故的高发。虽然人们确实会在夏天吃数量较多的冰激凌，但是吃冰激凌本身并不会导致溺水事故的发生，影响溺水事故数量的变量是天气，而不是冰激凌的销售额。

再回到之前广告数量和销售额的例子，在那位高级市场经理向我们展示的图中，是否存在第三个隐性变量呢？在那次交谈之后我们发现，该公司在每年 11 月和 12 月期间加大了广告的投放量，而 11 月和 12 月正是美国传统的消费旺季，所以在此期间公司的销售额上升并不奇怪。季节这个隐性变量造成了广告数量和销售额之间存在因果关系的假象。实际上，当我们对数据进行更深入的挖掘，并考虑到该公司提高广告数量的时间段就会发现，数据（广告数量和销售额）之间并不存在因果关系，而只存在相关性。消费者购买了更多该公司的商品是出于季节的原因，未必是因为公司的广告策略。

我们的世界充满了这类错误。当我们觉得两个变量之间可能存在因果关系时，我们往往很容易把相关性误认为因果关系。因为这样的错误，我们每天都在浪费大量的金钱和时间，却根本没有取得期望的效果。问题的症结在于：世界充满了各种各样错综复杂的关系，想搞清楚事物之间的真实关系非常困难。

但是，现在我们有了一个新型武器，那就是当下流行的“大数据”。

通过收集海量数据，并从数据中总结规律，我们可以获得一些有趣的结果。大数据很重要，有很多好处，但是，也存在着大问题。研究大数据的方法仍然严重依赖变量之间的相关性，而不是因果关系。对此，《社会动物》^①一书的作者戴维·布鲁克斯曾经这样说：“无数的事物之间都可能存在相关性，全凭你处理数据的方式，以及拿哪些数据进行比较。但是，要想把有意义的关系从无意义的关系中挑选出来，常常要先有一些关于因果关系的假设，这些假设代表的是你倾向于认为变量间存在怎样的关系。也就是说，我们还是必须回归人类提出理论的原始方法。”

大数据的另一个问题是，由于数据过于庞杂，因此处理起来十分困难。企业掌握了太多的数据，以至于它们根本不知道应该从哪里下手，应该看数据的哪一个方面。企业往往竭尽所能地收集所有数据，却被大数据所击溃，因为它们感兴趣的变量有太多种排列组合的可能性，实在不知道从何处下手。而我们的方法则不同，我们通过实地实验来获取因果关系，而且，在产生和收集数据之前，我们会非常认真地思考我们感兴趣的变量之间可能存在怎样的因果关系。因此，我们的方法可以得到大数据分析难以得到的结果。

值得庆幸的是，实地实验可以为公民、教育工作者、慈善家、政策制定者、企业的首席执行官（CEO）等各类人群提供他们需要的“硬数据”。这样的“硬数据”不仅能避免严重错误的发生，还能帮助人们更好地理解

^① 《社会动物》一书由中信出版社于2012年5月出版。——编者注