

全球畅销800万册 《纽约时报》年度最佳商业类图书

Why Smart People

Make Big Money Mistakes

半斤非八两

and How to Correct Them

跳出理财的心理陷阱

Lessons from the New Science of Behavioral Economics

盖瑞·贝斯基 (Gary Belsky)

托马斯·季洛维奇 (Thomas Gilovich) / 著

李红艳 / 译

为什么有这么多人平常很聪明，一碰到理财却笨得可以？
人类心理上的许多盲点，常常让你无法明智地管理钱财。

理财专家和心理学家联手传授

让你逃脱心理陷阱，掌握理财的诀窍！



中国商业出版社

全球畅销800万册 《纽约时报》年度最佳商业类图书

Why Smart People Make Big Money Mistakes 半斤非八两 and How to Correct Them

跳出理财的心理陷阱

Lessons from the New Science of Behavioral Economics

盖瑞·贝斯基 (Gary Belsky)

托马斯·季洛维奇 (Thomas Gilovich)/著

李红艳/译

为什么有这么多人平常很聪明，一碰到理财却笨得可以？
人类心理上的许多盲点，常常让你无法明智地管理钱财。

理财专家和心理学家联手传授
让你逃脱心理陷阱，掌握理财的诀窍！



中国商业出版社

图书在版编目(CIP)数据

半斤非八两 / (美)贝斯基, (美)季洛维奇著; 李红艳译.
- 北京: 中国商业出版社, 2002. 12
ISBN 7 - 5044 - 4753 - 5

I . 半… II . ①盖… ②李… ③李… III . 家庭管理:
财务管理 IV . TS976. 15

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 098602 号

Copyright © 1999 By GARY BEISKV AND THOMAS GILOVICH
This edition arranged with JANE DYSTEL LITERARY MANAGEMENT(JDLM)
through Big Apple Tuttle-Mon Agency, Inc.
And Beijing International Right Agency
Simplified Chinces edition copyright

200X CHINA COMMERCIAL PUBLISHING HOUSE

All rights reserved

图字:01 - 2002 - 6146 号

责任编辑 孙启泰

*

中国商业出版社出版发行
(100053 北京广安门内报国寺1号)
新华书店总店北京发行所经销
北京市振宏福利印刷厂印刷

*

880 × 1230 毫米 32 开 8.5 印张 138 千字
2003 年 1 月第一版 2003 年 1 月第一次印刷
定价:19.80 元

* * * *

(如有印装质量问题可更换)

版权所有 侵权必究

中文版序

你有过这样的经历吗？

经历一：同样是 1000 块钱，妈妈给的或是你自己辛苦挣来的，你将采用不同的方式来消费。

经历二：如果你有一张 1000 块钱的演唱会门票，出门前刚好刮风下雨，你去不去？如果手上的票是别人送的，你的反应大概是：算了！但如果是自己掏腰包买的票，再危险你也要去。

为什么会这样呢？同样的 1000 块钱，或 1000 块钱的有价证券，只因为它的来源不同，你就采取了两种截然不同的态度来对待。正因为这样，你口袋里的钱总是越来越少，身价也一天天缩水。于是，你问自己：我对金钱的观念、理财的逻辑，究竟哪里出了问题？

从这本书中，你或许能够找到答案。

《半斤非八两》一书，从心理学的角度，分析了一般

人在理财时容易出现的问题。本书的两位作者，一位是理财专家，一位是心理学家，我们用说故事的方式，把一般人觉得深奥难懂的理财问题，变成轻松、有趣的生活故事，利用一般人最容易接受的“心理测验”，带你一步步进入常跌入的心理陷阱，然后再把你慢慢地引出来。读着读着，你可能会恍然大悟：“啊！原来如此！”

我们常常不把一美元当成一美元，也常常对已经花掉的钱念念不忘。“大数偏误”的心理总让我们看轻小钱，我们又经常太过注重一些细枝末节。盲目的自信常常使我们高估自己的投资能力，可跟着潮流走也没能让我们赚大钱，反而为此叫苦不迭。诚然，正如书中所言，本书陈述的许多理财方案是互相冲突的。毕竟，有许多心理习惯并非全然有害无益，重要的是，我们应分清何时应该“静如处子”，何时又当“动如脱兔”。

看完这本书，你对金钱的观念，或许跟过去有所不同。你总算知道了自己曾经错在哪里。投资最重要的一点，就是要不断地修正理财观念的错误。只有这样，才能健全你的财务计划，并最终让你更充分地享受财务自由。

不知道你是否曾经参加超过 16 道菜的宴席，每道菜都很可口，主人殷勤夹菜劝酒，一切似乎都很完美，只

是，菜实在太多了！本书深入介绍了近 30 年来行为金融学又称为“心理经济学”的重要理论与实证，如果一天看一章，每一章都很有趣。但是要将全书的 8 章在一天内看完，你一定会头昏脑胀。所以，我们的建议是：当你发现自己的症结所在时，请你随时打开这本处方大全。

从这里开始，让我们一起翻开理财的新篇章！

盖瑞·贝斯基
托马斯·季洛维奇



半斤·非八两

Why Smart People Make Big Money Mistakes
—and How to Correct Them

跳出理财的心理陷阱

中文版序 1

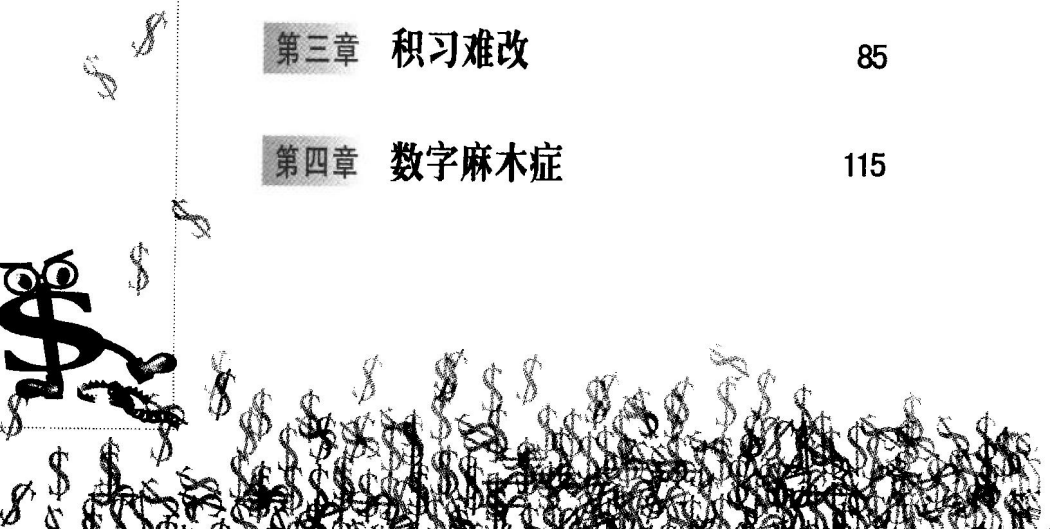
前言 聪明人为什么总犯理财大忌 1

第一章 金钱有贵贱 21

第二章 半斤非八两 47

第三章 积习难改 85

第四章 数字麻木症 115



目 录

第五章	破除成见	147
第六章	自信的陷阱	177
第七章	一窝蜂心理	209
第八章	接下来怎么做	239
后 记	心灵的收获	257

前言

聪明人为什么总犯理财大忌

只要了解各种财务决定背后的心理因素，
就能让人改变理财的方法，
把更多的钱放进自己的口袋，
并保住已经到手的财富。



这是一本乐观正面的书。

之所以这么说，是因为我们坚信，一般人只要了解并改变他们的理财方法，就可以更充分地享受财务自由。我们认为，要纠正用钱的方式，就像修正打高尔夫球的挥杆方法一样，总要花些时间，而且每一种修正办法都可能带来新的问题。但是，只要洞悉了各种财务决定背后的心理因素，就能够解决一切问题，最终让你把更多的钱放进自己的口袋，并保住已经到手的财富。

如何才能促成这种难得可贵的转变呢？在这里，我们综合了各方面的心得和体会，包括我们自己作为心理学家和个人理财新闻记者的亲身体验，最后总结出这套浅显实用的理财见解。

与大家一样，我们也花钱、储蓄、投资，也踏进过本书讨论的种种理财误区，我们同样希望能有一套科学的理财方法来指导我们的生活。书中大部分的理论根据，都来自已经在大校园和知识界酝酿了近 30 年、可是从来没有学者去深入研究过的一个新领域。在这里，我们把这一领域称为“心理经济学”，即把心理学和经济学加以结合，以解释人在花钱、投资、储蓄和借贷的时候，为什么总会作出一些不太理性或不合时宜的选择，以及他们为何会这

样的原因。

换言之，为什么聪明的人总在理财时犯愚蠢的大错呢？

你或许已经发现，现代人很可能比过去的任何时候，对怎么赚钱、怎么花钱，都更加迷茫。从个人退休账户（IRA）到 401K（美国公司为员工设立的一种退休账户），再到 CMO（一种用抵押品担保的债券），当今美国人的日常生活正被这些五花八门的财务资讯和专业术语充斥着，绝大多数人都被弄得晕头转向。

举例来说，我们在选择汽车经销商、百货公司或银行时，面对繁多的品种总是难以取舍，不知所措。事实上，无论是在股票市场、房地产市场或超级市场，我们都常常因为缺乏应对能力而作出愚蠢的决定，并因此每年损失几百甚至数千美元。但是，对于自己的财务过失，我们大多不以为然，对于如何避开这些错误，更是毫无准备。例如：

- ◆为什么许多投资人在股票开始飞涨之前，就把它随便卖掉？为什么有些投资人会死死抱住那些套牢的股票，眼看着它们一天天跌入低谷？



◆尽管有些基金的报酬根本赶不上整体股票或债券市场的表现，为什么还是有人把钱放进这些看似“当红”的基金？

◆为什么许多美国人把钱存进储蓄账户或定期存款，虽然他们明明知道这样做是在赔钱？

◆为什么用信用卡买东西的价格比用现金付账要高出一大截，还是有人不在乎？

◆为什么公司老板明明知道某些产品卖不出去，却还不断地把钱投进去？

◆为什么在通货膨胀率高达 12% 的时候，大部分员工对加薪 10% 欢欣不已，但在通货膨胀率为 4% 时，却对加薪 3% 满腹怨气？这有什么不对呢？

◆为什么许多人买保险时，情愿选择很低的自付额？

这些常见而又令人困惑的现象，在心理经济学中都可以找到答案。在实际生活中，心理学与经济学是密不可分



把更多的钱放进自己的口袋，
并保住已经到手的财富！

的，但在你进入这门特殊的学问之前，我们还是先向大家介绍它们各自的历史，这将有助于你更加深刻地领悟我们的意图。

经济学简史

经济学家研究金钱和人类的关系，已有很长一段时间了。例如，1848年，英国经济学兼哲学家约翰·斯图尔特·米尔在《政治经济原理》一书中写道：“在价值法则上，已经没有任何事物需要现在或未来的学者加以开创性地研究，各方面的理论已经趋于成熟。”

尽管米尔如此断言，可是全世界一些卓越的有识之士，仍然认为经济学存在着许多研究的空白。他们发展出各种理论，以解释人（包括法人和国家）应该如何分配现有的资源，以达到预期的目标。这些思想家从公元前4世纪的希腊哲学家柏拉图（他最先了解社会生活的经济基础），到18世纪的苏格兰人亚当·斯密（他是率先系统化地探讨经济市场本质的人之一），再到20世纪的英国人约翰·凯恩斯（他彻底改变了人们对整体经济的看法），都无一例外地为此付出了许多的精力。

不论当前盛行的是哪一种理论，经济学的研究向来都是围绕着少数的核心理论或假说来展开。其中最重要的一项假设，就是人基本上是理性的，涉及钱财时头脑更是清醒。简而言之，我们知道我们想要什么，也知道什么对我们有利，除此以外，我们还知道（或迟早会知道）用什么方法能够更容易达到目标。

说得明白一点，人总是善于作出理性而又合乎自我利益的决定。

但是，虽然大多数人注重自我利益，却很少有人能够掌握获得利益的科学方法。完全理性的人更是少之又少。

例如，有人经常为了省下 5 美元，而花 20 分钟开车到一家杂货店买东西，却没想到一年下来，要花掉几百美元的油钱。这些人的理性何在呢？另外，捐钱给慈善机构或请朋友吃饭，对自己又有什么好处呢？

在这里，经济学家并未把自我利益与自私混为一谈。大多数经济学理论都假设，有些事物即使无法增加或强化个人在物质上的福利，但还是能从中获得价值的。他们承认感情、慷慨等与钱财无关的因素，也能影响人的行为。

尽管如此，经济学既然认定人是一贯为自我利益着想的理性动物，就必须相信人之所以捐款给慈善机构，这与



购买本田汽车一样，都是基于对价值的一种认同。也就是说，我们把自己的行为所带来的满足感赋予了一种价值，同时也为捐款造成的购买力或投资能力的减少赋予了某种意义，而我们正是因为这些价值的存在才决定这么做的。

当然，经济理论承认这些虚无的价值认同并不都有实际意义，但是，传统经济学坚信，人作出这些决定时，还是会对成本和自我利益作出一个权衡。在追求自我满足和自我成就时，也必须懂得利用目前和未来的资源，尽可能使生活过得更为丰富些。

这种论调认定，任何财务决定都是出于理性、自利的，这就经常把经济学家逼到墙角：如何把表面上看起来不合乎理性的人类行为，解释成追求自我利益的行为？

就拿给人小费来说吧。仔细想想，给小费实在很不理性，给小费的人可能不会再去这些地方，不会再见到这些服务生，对服务可能也不太满意，他们也没有义务给小费，但已经形成的习惯总让人无法回避。美国一家社会调查机构在 1966 年的一次调查结果表明，在接受餐饮服务时，有 94% 的美国人会给小费。

这有什么奇怪的吗？没有。每个人都付小费，因为大家都这样做。但是，经济学家绞尽脑汁，也无法对人为什

么要给小费作出一番解释。把这解释成是为了换取殷勤的服务？显然不是这样，因为小费是在吃过饭后才给的。而且，出门在外的旅客，到了他们确定不会再造访的餐厅，还是照样付小费。另外，把小费视为善意的表现也不对，这似乎表示绝大多数美国人为了向服务生表示友善，不得不多付出大约为消费金额 15% 的现金。如果是这样的话，我们也必须付小费给加油站服务员、商店收银员和银行出纳员。

因此，有关小费的问题，没有人能够阐释其中的道理。圣路易华盛顿大学的经济学家罗塞尔·罗伯茨，对这个问题经过一番思考，得出了一些有趣的心得。他指出，人在彼此交往的时候，经常无意识地遵循一些社会规范，好让生活更加愉快。例如，大部分的人去洗车时都会自动排队等候，而不会争先恐后地开车互相碰撞。

根据罗伯茨的理论，美国人到餐厅吃饭，也有一套默契：我们都喜欢上餐厅，也都希望用餐时心情愉悦（如果到餐厅是为了等坏脾气的服务生把冷冰冰的食物扔上桌，还不如在家里空着肚子）。但是，在餐厅要得到殷勤的服务，顾客的“鼓励”比餐厅经理的督促更管用。因此经过一个漫长的时期后，演变出了一套社会准则：服务生的底

