

管理与经济心理学丛书

总主编 俞文钊

经济心理学

俞文钊 鲁直 唐为民 编著

经济心理学的理论基础
经济心理学的研究方法与分析模式
个体的经济心理与行为
家庭中人的经济心理与行为
企业的经济心理与行为
宏观社会经济中人的心理与行为
劳动力市场中人的经济心理与行为



东北财经大学出版社
DUFEP Dongbei University of Finance & Economics Press

主编 俞文钊

经济心理学

俞文钊 鲁直 唐为民 编著

东北财经大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

经济心理学/俞文钊等编著. —大连: 东北财经大学出版社, 2000.9

(管理与经济心理学丛书)

ISBN 7-81044-750-5

I. 经… II. 俞… III. 经济心理学 IV. F069.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 23048 号

东北财经大学出版社出版

(大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025)

网 址: <http://www.dufep.com.cn>

读者信箱: dufep@mail.dlptt.ln.cn

东北财经大学印刷厂印刷 东北财经大学出版社发行

开本: 850×1168 毫米 1/32 字数: 272 千字 印张: 10 1/8

印数: 1—5 000 册

2000 年 9 月第 1 版

2000 年 9 月第 1 次印刷

责任编辑: 敖汀郭洁

责任校对: 戴求

封面设计: 张智波

版式设计: 刘瑞东

定价: 15.00 元

总 序

俞文钊

“管理与经济心理学”丛书的问世，是笔者与研究生们多年在这一领域耕耘的结果。研究的成果能够同广大读者见面是值得欣慰的。

社会需要是学科发展的强大动力。作为应用基础学科的“管理与经济心理学”中的七个分支学科——管理心理学、跨文化企业管理心理学、人事心理学、职业心理学、经济心理学、投资心理学、市场营销心理学的飞速发展，是我国改革开放时代发展的需要，也是建立社会主义市场经济体系的需要。

笔者80年代主要从事管理心理学、人事心理学等学科的教学与科研，获得了丰硕的成果，这是与当时刚刚起步的国内改革开放的形势相联系的。改革开放中出现的诸多现实问题都需要管理心理学、人事心理学来回答，因而直接刺激了这些学科的发展。从90年代开始，改革开放进入了新的阶段，合资企业已遍地开花，最重要的是提出了建立社会主义市场经济的宏伟战略目标。在由计划经济向市场经济的过渡中，出现了大量的人的心理与行为问题需要解决，为此，笔者带领研究生们经过多年的努力，开拓了一门新的学科——“经济心理学”及其相关学科——“投资心理学”与“市场营销心理学”。总之，长期的科研与教学积累是形成本丛书的基础，因而本丛书具有科学性、时代性、新颖性的特点。

“管理与经济心理学”丛书的内容可以分为两大类：管理类中有以“管理心理学”领衔的学科群，其中包括跨文化企业管理心理学、人事心理学、职业心理学；经济类中有以“经济心理学”为主

的学科及其衍生学科——投资心理学及与之相关的市场营销心理学。

《管理心理学（简编）》（俞文钊著）一书的特点是保留了这门学科的主干部分，如管理心理学的理论基础、管理心理学的跨文化研究、激励理论、群体心理、领导心理、组织发展与变革等，同时介绍了本学科发展的新领域、新内容，如 21 世纪“以人为本”的人力资源管理新方向——建立学习型组织、组织文化与管理、员工的应激与心理调适、团队建设、领导艺术与技巧等。本书以有限的篇幅介绍了此学科的全貌及发展前景。

《跨文化企业管理心理学》（严文华、石文典、宋继文编著）一书是适应 21 世纪网络化信息时代我国合资企业与跨国经营新浪潮而撰写的。我国在吸引外商投资方面已跃居世界第二位，合资企业从表面、浅层次上看是资本、技术、商品、劳务、管理的融合，而其深层次的内涵为中西两种文化的撞击、冲突、融合与吸收。本书中分析了东西方文化的差异，管理理论、管理制度、管理方法的不同，以及由此产生的管理中的文化冲突。本书的特色在于通过成功与失败的合资企业的案例分析，提出了为何进行跨文化企业中的人力资源管理与开发，人员的有效沟通及建立跨文化企业的有效组织与领导，对于笔者所提出的跨文化管理新理论——整合、同化理论（共同管理文化）也做了详细撰述。本书对 21 世纪我国跨国经营与合资企业的发展，培训涉外经济、经营管理人才定会有所贡献。

《人事心理学》与《职业心理学》都是面向 21 世纪我国的人才与劳动力市场，为组织的人事管理与劳动就业提供理论与实践的指导。

《人事心理学》（苏永华、聂莎、彭平根编著）一书着重介绍人力资源开发中的人才选拔、考核与培训，以及相应的组织设计、工作分析与人力资源规划。这一学科的最终目标就是要达到“人”与“岗”的最佳匹配。

《职业心理学》(吕建国、孟慧编著)的最终目标是让求职者在职业世界里了解自我、了解职业,从而进行正确的职业选择。书中具体介绍了职业心理与职业指导的七种理论,求职时的策略、应聘技巧,以及心理选拔、心理测验的使用方法。此外,还为求职者介绍了如何进行职业指导与心理咨询。

以上两本书的最大特点是应用性、科学性、操作性强。

“经济心理学”及其分支学科“投资心理学”是两门新兴的交叉学科。《经济心理学》(俞文钊、鲁直、唐为民编著)一书中构架了这一学科的五大理论基础:效用、预期、不确定性与风险、对策与福利理论,以及这一学科的研究方法与分析模式的独特性。坚实的理论基础与研究方法使这一学科的建立有了立足之本,这是一项最具开拓性的工作。书中主要介绍金融市场、产品市场、劳动力市场中的经济心理学问题,此外还阐述了社会、企业、家庭中的以及个体经济心理与行为。

《投资心理学》(陆剑清、马胜祥、彭贺等编著)的理论基础与《经济心理学》是相同的,所不同的是,它主要研究金融市场、证券市场、房地产市场中的经济心理与行为的规律。其中主要分析投资者的个体心理与行为,特别是证券投资者的心理与行为以及投资者的心理素质等。

这两本书的特点在于理论创新、应用开发。理论上立论有据,有深度,同时有个案佐证。应用上密切结合中国现阶段市场经济的现实,并回答由此而产生的人的心理与行为问题。

《市场营销心理学》(石文典、陆剑清、宋继文编著)一书着重介绍了本学科的主干部分:消费者的个体心理与消费行为、消费需要与消费结构、市场与市场心理、消费者的购买行为与推销模式等。此外,还着重介绍了21世纪知识经济时代多种创新的市场营销理念及相应的营销策略与顾客心理。书中还介绍了笔者研究的有高效度与信度的成功营销人员的心理素质的维度构成与相应的评定表。

本丛书是在东北财经大学出版社的大力支持下才得以出版的，特此由衷致谢。并且希望丛书的作者们在他们的教学与科研工作中进一步努力，取得更新更大的成果。

2000年5月于上海

前 言

自 20 世纪 90 年代起，本书作者（主编）就带领研究生们开拓了一个新的交叉学科领域——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、方法论和研究方法已日趋成熟。我指导的博士、硕士研究生们在这一领域中的成果丰硕，也逐渐形成了具有中国特色的经济心理学的理论架构和在实践中的有效应用。

中国自然科学基金会已将经济心理学列为 21 世纪心理学中要重点发展的学科之一。

在本书的导论中阐述了一个主题思想：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完整有效地说明，这就是所谓的“经济学面临来自心理学的挑战”。在经济学家与心理学家的共同努力下，这门学科得以迅速地发展。

我国正由计划经济向市场经济过渡，为此实践中提出了大量的经济心理学问题，这些都需要由一门新的学科领域来加以研究。

市场经济的领域是多方面的，有金融市场、产品市场、劳动力市场等，其中人们每时每刻都面临着金融投资、通货膨胀、物价消费、福利、就业、失业、下岗等等现实问题，这些问题时刻困扰着每一个人。

本书限于篇幅，对金融市场中人的心理与行为将在本系列丛书中的《投资心理学》中专述，而有关产品市场中人的消费心理与行为则在丛书中的《市场营销心理学》一书中详述。

本书第 1 章架构了经济心理学的五大理论基础——效用、预期、不确定性与风险、对策与福利理论。当然，随着研究的深入，我们相信，这一学科的理论基础将会扩展。

经济心理学的研究方法与分析模式有其独特性，这是第2章中要阐述的。总之，第1、2章对理论与方法作了较大篇幅的说明，这完全是建立这一学科所需要的。坚实的理论与方法是一门学科的立足之本。

第3、4章是阐述个体与家庭中的经济心理与行为。首先，《理性经济人假设》客观地说明了人的经济行为的目的是为了获利最大化。事实上对这一假设是不必多作道德评价的，在社会生活中，奉献精神与个人获利行为，这两种行为并不矛盾。人们可以选择理性行为，也可以选择非理性行为。从经济心理学角度研究生育、婚姻、储蓄等已经取得了成果，经济学家贝克尔为此还获得了诺贝尔奖。

第5章中分析了企业中的低效率现象，并提出了建立现代企业制度中的激励机制的对策，这是本文作者长期探索与研究的成果，并已为实践应用所证实。中国不同企业的企业形象设计其维度构成是应该权变的，这是我的研究生详细研究的结果，这在本章中也有详尽说明。

中国的经济体制改革的成败取决于三个层面：经济、社会与人的心理。本文作者带领研究生系统研究了人对改革压力的心理承受力，以及当前股份制改革的激励机制及存在的问题，这将在第6章中说明。

最后一章为《劳动力市场中人的经济心理与行为》，其中涉及到劳动力市场中的择业、就业、失业、下岗等当前社会中最迫切的问题。我的研究生们研究了下岗职工的挫折、焦虑和抑郁等心理障碍，同时也提出了克服这些障碍的心理对策。

本书的导论及1、2、3、4章由鲁直负责整理，5、6、7章由唐为民负责整理，最后的整理是由吕晓俊、席毅姮协助完成的。

作者

2000年5月

目 录

导论：面向 21 世纪的新兴交叉学科——经济心理学	1
第 1 章 经济心理学的理论基础	29
1.1 效用理论及其应用	29
1.2 预期理论及其应用	44
1.3 不确定性与风险理论及其应用	73
1.4 对策论及其应用	93
1.5 福利理论及其应用	114
本章提要	131
思考与探索	132
第 2 章 经济心理学的研究方法与分析模式	133
2.1 人类经济心理与行为的研究方法	133
2.2 经济心理学的实验方法	150
2.3 人类经济心理与行为的分析模式	155
本章提要	169
思考与探索	169
第 3 章 个体的经济心理与行为	170
3.1 市场经济中的理性经济人假设与评价	170
3.2 个体经济行为的特征	178
3.3 个体经济行为中人的动机和人格的作用	181
3.4 个体的成就动机与经济行为	184
3.5 个体的控制点与经济行为	191
3.6 个体的感觉寻求和风险态度	194
本章提要	199

思考与探索	200
第4章 家庭中人的经济心理与行为	201
4.1 从经济心理学观点看家庭的涵义	201
4.2 人口出生问题的经济心理学分析	203
4.3 家庭的人力资本投资	207
4.4 家庭的时间配置	209
4.5 婚姻的经济心理学分析	211
4.6 家庭储蓄的经济心理学分析	214
4.7 影响储蓄心理与行为的因素分析	221
本章提要	228
思考与探索	228
第5章 企业的经济心理与行为	229
5.1 企业低效率现象的分析——X（低）效率理论	229
5.2 现代企业中有效激励机制的建立	241
5.3 企业行为——企业形象的塑造	248
本章提要	262
思考与探索	263
第6章 宏观社会经济中人的心理与行为	264
6.1 宏观经济体制改革中人的心理与行为	264
6.2 分配制度改革中人的经济心理与行为	272
6.3 股份制改革的经济心理学研究	277
本章提要	290
思考与探索	290
第7章 劳动力市场中人的经济心理与行为	291
7.1 劳动力市场的一般概念	291
7.2 失业与下岗职工的心理与行为	295
本章提要	313
思考与探索	313
参考文献	314

导论

面向 21 世纪的新兴交叉学科

——经济心理学

一、经济心理学的诞生与发展沿革

经济心理学是一门研究经济心理与行为的科学，从它的诞生到引起人们兴趣才不到百年的时间。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。

1. 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)。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起源于法国。虽然在此之前，人们称之为“奥地利心理学派”的卡尔·门格尔、冯·维塞尔和柏姆—庞巴维克的边际效用主义的著作已很多，但说到底，至多不过是借用了边沁对行为的动机所作的考察。所以我们认为，经济心理学于 1902 年诞生。

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。

2. 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，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非理性的”，他希望制定出一种有关这种“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 年他撰写《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“动力想象”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 年他发表了《简明经济心理学》，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。

3. 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，这其中应属卡托纳功高至伟。

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惟一的收入因素，需求有“自由决定权”，受到消费者购买倾向的影响，而购买倾向则是顾客的动机、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20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。

4. 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“惟利是图”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，人的动机分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，迪希特采用了以对那些从少数消费者中收集的资料作深层解释为基础的“间接的”手段（如精神分析、主体统觉测验、戏剧手段等）。

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。

5. 拉扎尔斯费尔德的社会学研究

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