

孙科炎 董晓孝 ◎ 著

经济 心理学



破解人性密码，呈现行为奥秘
让心理学走下神坛，步入普通人的现实生活



中国电力出版社
CHINA ELECTRIC POWER PRESS

普通人的心理学系列

经济 心理学

孙科炎 董晓孝 ◎ 著



中国电力出版社
CHINA ELECTRIC POWER PRESS

内 容 提 要

本书是经济心理学最新研究成果的简明指导读本。全书共分八章，包括人性假设、预期、供给与需求心理、交换关系、成本收益、边际效用、刺激作用、博弈论等八个主题，这八个主题也是经济行为产生的内在机制和外在因素的重要体现，运用了心理学、社会学、经济学及文化人类学等几大学科领域的知识，可以说是对人类经济行为全方位的研究和分析。对个人培养正确、积极的经济行为，具有较强的指导意义。

本书可供广大希望了解与掌握经济心理学的读者朋友阅读，也可供从事经济学教育及心理学培训的工作人员参考。

图书在版编目(CIP)数据

经济心理学 / 孙科炎, 董晓孝著. — 北京: 中国电力出版社, 2011.12

ISBN 978-7-5123-2514-2

I. ①经… II. ①孙…②董… III. ①经济心理学 IV. ①F069.9

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第269165号

中国电力出版社出版、发行

北京市东城区北京站西街19号 100005 <http://www.cepp.sgcc.com.cn>

责任编辑: 杨 鑫

责任校对: 王开云 责任印制: 邹树群

北京丰源印刷厂印刷·各地新华书店经售

2012年2月第1版·2012年2月北京第1次印刷

710mm×980mm 16开本·13印张·146千字

定价: 29.00元

敬告读者

本书封面贴有防伪标签, 加热后中心图案消失

本书如有印装质量问题, 我社发行部负责退换

版权专有 翻印必究

丛书序

在过去的几年里，华通咨询心理研究中心陆续创作并出版了一系列应用心理学的图书，涉及组织沟通、社会交往、职业心理素质等各个方面，得到了广大读者的认可。但有一点遗憾——这些图书并没有系统的规划，因而略显零散，无法让有兴趣的读者认知心理学在各个应用领域的全貌。这套书是我们为弥补这一遗憾而做出的一次努力。

近几年，心理学受到了普遍关注，人们已经开始意识到心理学对个人的影响是巨大的；对某个心理问题、心理学原理及心理活动机制的把握和洞察可能广泛地影响到个人的家庭、事业、社会生活，可谓“牵一发而动全身”。

但是，大众读者与专业心理学知识之间始终存在着一条鸿沟。

过去，很多人认为心理学很神秘，和普通人相距甚远。其实，心理活动也许神秘，但心理学的研究并不神秘，而是复杂。它需要复杂的实验设计、严谨的推理论证、各种可能性的分析和比较、重复性验证等，最终尽可能精确地呈现研究结果。所以，专业心理学研究及相关著作可能并不如大众读者期望的那样简单易懂，至少不会是想当然的那样充满乐趣。

这无疑是很多大众读者无法深入理解专业心理学研究的一个重要原因。我们看到，心理学大家有许多严谨的专业著作，但这些著作鲜有人真正读完，更谈不上深入理解其中的每一个心理学理论了；我们更看到，专业的心理学研究提出了各种各样实用的心理技术，但人们未必能够全身心地投入其中，领悟其中的奥秘。

正是从这个角度出发，华通咨询心理研究中心在过去一年多时间里，组织了一批专业的心理学工作者，试图将那些晦涩难懂的心理学专业知识，以贴近大众读者

阅读习惯的方式呈现出来，搭建一座从专业心理研究到大众心理读物的桥梁，这也正是华通咨询心理研究中心的使命。

现在，我们把这一使命的初步成果——本系列图书呈现给读者。并且，我们将不断地推进这项工作，读者朋友也将不断地阅读到我们的作品，希望我们的努力能够让您满意。

这套书是读者初步了解心理学的一套普及读本，确切地说，是心理学在不同应用领域的普及读本，这些领域包括个人修炼、婚恋、职场、社会交际、管理等，共计14本。

回忆起来，从计划做这个工作开始，到今天正式出版，我们始终坚持以以下几个基本思路——这正是本系列图书的价值所在。

（1）科学性和专业性。本系列图书创作出版的目的是普及应用心理学的专业基础知识。我们每一个人或多或少都听说过心理学的一些知识，也可能通过自身的感悟或多或少了解一些心理活动的状态，也许本书阐释的内容与你的理解未必完全吻合。但是，专业心理学研究的目的在于揭示心理现象背后的各种成因，它们也许是深刻的，也许是简单直接的。但无论它们是什么，我们都以专业心理学研究为基础。换句话说，我们尊重心理学家们的研究成果，并以他们的研究成果为依据讨论各类问题——我们的目的在于让读者最大限度地接近原汁原味的心理学研究成果。

（2）通俗易懂，可读性强。如前所述，专业心理学著作对大众读者来说确实有些晦涩难懂，或者即使易懂，也缺乏可读性，这阻碍了读者阅读的欲望。而我们这套书试图修正这一不足，在尊重科学性和专业性的基础上，尽最大努力保证内容的可读性。

（3）侧重于实际应用。心理学是一门讲求解决实际问题的学科，这套普及读本同样讲求实际问题。在这套书中，我们虽然提及某些领域的基本心理特性、基础心理要素，但我们的重点仍是讨论如何用心理学方法改变自己的心理、行为，

乃至生活和命运。实用性，是本套书的重要特色之一。我们侧重于实际应用，所以书中的大部分内容，是围绕着心理学方法论展开的。

（4）尽可能体现应用上的全面性。每一个心理学知识、原理、方法，在不同的应用领域都有它的特殊性，例如同样一个心理学定律，在组织管理活动中与在个人生活中可能是两种不同的解释。为了让每一个应用领域的心理学知识和方法都独立地、全面地得到阐述，我们完全按照应用的标准选择每一个“知识点”。这中间有些看似重复的收录，实际上是完全不同的两回事，读者朋友要加以留意。

回过头来看，这套书的创作和出版是一个艰难的过程。落笔之际，特别感谢华通咨询心理研究中心的所有同事，因为他们的努力才有了这样一套完整的书稿。当然，最重要的是感谢读者朋友们，正是你们的热情支持，给了我们所有人努力的目标和动力。

由于笔者能力有限，书中难免有不足，诚望读者朋友们谅解并提出宝贵意见！

孙科炎

2011年10月于北京

前 言

经济学是分析经济现象的学科，了解经济学可以正确认知自己、他人以及社会群体的经济行为。

例如下面这些问题。

油价又上涨了，你会选择开车上班还是乘公交上班？

为什么日本发生核泄漏，中国和美国分别爆发了抢购食盐和碘化钾的风潮？

为什么网络团购会那么受欢迎？

人们为什么要去商场买贵重东西，喜欢在网上淘小东西？

类似的疑问都发生在我们的日常生活中，这些问题的答案也都隐藏在经济学的知识中。经济学是与个人生活关系最为密切的学科之一，每个人在日常生活中都会不自觉地就运用了经济学的知识。而经济学家所做的工作，就是让我们更好地理解并运用经济现象背后的规律，使我们每个人都能够过上更好的生活，至少是“更经济”的生活。

但是，要读懂经济学，就有必要理解与之相关的心理学。因为经济学的很多现象都与人的心理活动密切相关。因此，经济心理学应运而生。经济心理学发源于20世纪50年代，是由一批“具有良好心理学素养的经济学家”和“具有良好经济学头脑的心理学家”共同倡导形成的。

从一开始，经济心理学的研究就是针对人的心理与经济行为的互动关系展开的。例如，“期望”是怎样影响个人的消费行为的，或者我们在购买一件商品后，

如果后悔了，会对我们后续的消费行为产生怎样的影响等。

诸如此类的问题，一方面与我们的生活息息相关，另一方面也对我们的决策与行为有很大的启发意义。

这本书是我们将经济心理学理论通俗化后的成果。说到底，经济心理学有时候是简单的，有时候也可能是复杂的，但无论是简单还是复杂，一般非经济学专业的大众读者都鲜有途径对经济心理学加以系统的了解，更别谈有效地运用了。所以，我们撰写了这样一部大众读物，希望对人们理解、运用经济心理学有所帮助。

在写作这本书的过程中，我们遵循了一个极其简单的原则。让读者朋友们更容易理解本书的内容，同时兼具实用性，对读者朋友们的生活有所裨益。为了做到这些，我们挑选了众多人们日常生活中的经济行为，也挑选了很多我们熟悉的社会经济现象。然后，深入浅出地分析心理学与经济行为的交互关系。

简单点说，我们希望这本书既生动有趣，又具备实用功能。希望读者朋友们能够在阅读本书时体验到愉悦，并收获些许启示。

目 录

丛书序

前言

第一章 触摸人性假设的灵魂 1

经济学理论的建立是以一定的假设条件为前提的。在对经济行为的分析中，假设条件根据所研究的问题不同而存在差异。但是，对人性的假设却是所有的经济学理论都具备的一个基本假设。

约束条件——像经济学家一样思考 2

理性经济人——天下攘攘皆为利往 4

有限理性——人是感情动物，理性是有限的 7

消费者偏好假设——产品好坏总是有感觉的 9

价值主观假设——我们的判断总是自以为是 12

社会人假设——人是社会的，具有强烈的归属感 14

自我实现人——需求的最高层次是自我实现 16

复杂人假设——行为是复杂因素的综合结果 18

第二章 世界如你所愿 21

在经济世界里，什么事情能让你开心？当然是得到你最想要的东西。

而你最想要的东西往往真的能够得到，这正是预期理论的力量所在。

期望理论——真诚地期待，愿望就会实现 22

棘轮效应——为什么工资总是不上涨 24

乘数效应——微博为什么会那么火 27

光环效应——为什么街头到处是韩寒的凡客广告 30

节约悖论——勤俭节约，反而使人更穷 32

马太效应——富者越富，穷者越穷	34
作为效应——越有作为就越后悔	37
错觉思维——消费者高估了自己的判断力	39
非理性选择——感觉对了就选择	43
劣币驱逐良币——“逆淘汰”的恶性循环	46

第三章 对天秤两端的衡量 49

你可以使一只鸚鵡成为经济学家，但前提是必须让它明白“供给”和“需求”。

——美国著名经济学家 萨缪尔森

供需关系——需求越大，价格越高	50
虚荣心——为什么很多人对奢侈品情有独钟	52
吉芬商品——下雨天的雨伞为什么比较贵	54
供给的价格弹性——中国彩电行业的价格大战	57
需求的价格弹性——为什么谷贱会伤农	60
市场均衡——买卖是如何产生的	62
价格调节——一只“看不见的手”	65
价值悖论——因为稀缺，所以昂贵	68
通货膨胀——当“小五子”变成了“小六子”	70
有效需求——欲望与能力的完美结合	72

第四章 人与人之间的商贸行为 75

商品与贸易，体现着人与人之间的交换关系。商品贸易的自由，让人们的生活更加丰富多彩。商贸交换使人与人之间得以互通有无，这本身就是一种创造价值的方式。

帕累托最优——货比三家，择其最优	76
比较优势——贸易，让生活更美好	78

贸易壁垒——商贸活动中的“绊脚石”	81
价值理论——价值越大，拥有越多的财富	83
完全竞争——马路经济，地摊文化	85
信息不对称——菜贱伤农，菜贵伤民	88
蓝海战略——需求的创造与竞争的突破	90
替代效应——可口可乐涨价了就喝百事可乐	92
第五章 每个人都受到利益的驱使	95
每个人在权衡成本与收益时，都会考虑“投入”与“产出”之间的比 值，最终选择使自己利益最大化的行为。	
成本效益原则——光感自动喷香机卖不过手喷空气清新剂	96
机会成本——选择鱼还是选择熊掌	98
短期成本——服装厂为何亏本还要继续生产	100
效率工资——高薪资，带来高效率	102
规模经济——1+1到底等于几	104
“二八”法则——什么是最佳投入产出比	106
长尾理论——无物不销，无时不售	109
情境效应——一元钱赚取最大收益	111
注意力经济——网球女王李娜的身价为何一路飙升	114
第六章 探索人类幸福的钥匙	117
边际效用是经济学中的一个专有名词，它能够从人的欲望出发，探求 人类追求幸福的动因，深入解析人们的经济行为。	
效用——理性人的行动目标	118
边际效用递减——不要每天为你的爱人送玫瑰	120
边际量——一个限度，一种权衡	124
边际决策——边际分析的最优决策	126

消费者均衡——把每一分钱都花在刀刃上	128
边际成本——腾讯为什么越来越强大	131
货币的边际效用——投入最小化，效用最大化	134
满意效用——让客户满意的服务	137
预算线——预算约束下的效用最大化	139

第七章 人们第一时间的反应 145

无论多么理性的人，生活中都离不开两种心理的“调味料”，一种是“牛气”，另一种是“刺激”。对这两种感觉的追求，是人们挣钱和消费的主要动力。

——摘自某知名经济学家的微博


激励反应——激励创造动力	146
鲶鱼效应——中国金融业的及时雨	149
蝴蝶效应——次贷危机的连环效应	151
多米诺现象——“电荒”未消，“油荒”已至	154
消费者物价指数——今天你被CPI刺激了吗	156
免费的诱惑——非理性兴奋的起源	159
捆绑销售——为什么买N会送 $\frac{N+1}{2}$	161
价格策略——不要自以为赚了商家的便宜	164

第八章 没有硝烟的战场 167

这是一个到处都充满着博弈的世界，不论是在商业领域，还是在日常生活中，说到底，博弈最关键的就是寻找解决问题的最佳策略。

纳什均衡——京东与当当的价格大战	168
位置博弈——肯德基和麦当劳为何总是如影相随	170
占优策略——寡头垄断市场中的博弈	172
重复博弈——一次性买卖与长期合作	175

零和博弈——彼之所得，我之所失	177
合作博弈——人们为什么总爱网络团购	180
结婚博弈——“门当户对”是最佳婚姻	183
混合策略——警察如何与小偷斗智	185
拍卖博弈——拍卖的秘密，价格的博弈	187
后记	191



第一章 触摸人性假设的 灵魂

经济学理论的建立是以一定的假设条件为前提的。在对经济行为的分析中，假设条件根据所研究的问题不同而存在差异。但是，对人性的假设却是所有的经济学理论都具备的一个基本假设。

约束条件 像经济学家一样思考

意义。无约束条件不谈经济问题。只有在一定约束条件下的研究才有

所有稍微接触过经济学理论的人，都会发现一个现象，那就是人们讨论经济学理论的时候，总会涉及理论背后的“假设”。在日常生活中，“假设”也是我们经常挂在嘴边的词汇。例如，我们经常会说“假设我过去努力工作，今天可能会有更多的收获”或者“假设我前两年存点钱，今天我就可以投资股市了！”可以说，我们几乎每天都会用到这个词。

但是，在经济学理论中的“假设”与我们在日常生活中所说的往往两回事。我们随意说出口的“假设”，可能是某种自我安慰式的幻想，但是在经济学家那里，“假设”是严肃的，它是经济学理论的前提，例如“理性经济人”假设、“有限理性”假设等。

在我们讨论具体的假设之前，要弄明白两个问题。一是经济学为什么必须讨论假设；二是经济学中的“假设”与我们经常挂在口头上的“假设”相比，存在什么样的特殊情况。

1. 假设就是约束条件

人们为什么会相互竞争？答案显而易见，就是为了各自的利益。这意味着，人在竞争中或多或少是自利的。

所以，自利是产生竞争行为的一个约束条件。有竞争就必然体现出一定程度的自利，有自利性因素，就必然会出现一定程度的竞争。

经济学中著名的博弈理论，谈的就是竞争的策略，而博弈理论的

假设前提就是人是自利的，是在一定约束条件下努力实现自身利益最大化，所以才有博弈，才有竞争。

可见，假设即约束条件，对于经济学的意义在于，如果没有或者推翻了基本的假设，很多的经济学理论也就不存在了。无约束条件不谈经济问题，只有在一定的约束条件下进行研究才有意义。

2. 假设是一般特征的总结

我们经常挂在口头上的那个“假设”有什么特征？例如，你假设过去的情景，很明显，这个假设是虚幻的，我们目前无法回到过去。

但是，经济学中的假设却是可能的，而且很可能是对你、对他人以及整个社会群体的一般性特征的总结。举个例子，经济学中一个重要的假设是“理性经济人”假设。假设每一个从事经济活动的人都是理性的，用理性的态度去追求最大的经济利益。

你可能会说：“我并不是那么理性，我有时候很感情用事。”这不重要，重要的是一般情况下你确实是理性的（理性到何种程度是另一回事），感情用事却是特殊情况。所以，我们说假设是一般特征的总结。通过了解经济学，特别是经济学的基本假设——它常常是对人性的一般特征的归纳和总结，我们可以借此洞察人性的一般特征。

3. 假设的真与伪

很多人会凭借自身的经验来判断经济学某些假设的真与伪。就像上面所说的，我其实是个感性的人，我可能并不理性，或者说，我可以是一个有着高尚情怀的人，并不追求利益最大化。然后，据此认为某些假设是错的。

客观地说，这些假设无法得到有效的验证，比如自利与奉献之间，常常是混乱不清的，有时候自利，有时候甘于奉献，因而你要弄清楚人

究竟是自利的，还是甘于奉献的，是一个超级大难题，所以这些假设在经济学理论中是不必加以证明的。换句话说，基本假设是无须证明的。

我们需要说明的是，经济学理论的某些假设可能不充分、不全面。所谓不充分，就是不能包含所有事物的特征，没有充分体现某一类事物的全貌。但是，它至少可以代表重要的、不容忽视的方面。假设你是理性经济人，你肯定存在这个方面的特征，但这并不排除你有时候是感性的。

现在，我们要说的是，假设的多样性造就了不同的经济学理论。每一个假设都可能导致一种经济理论的产生，所以，经济学发展到今天，内容如此丰富，几乎可以涵盖人们生活中的方方面面。

理性经济人 | 天下攘攘皆为利往

“理性经济人”是现代经济学的基本假设之一。这一假设认为，人的行为都以追求自身利益最大化为目标，而且都是理性的，通过成本收益计算，能够做到有所为有所不为。

所以，按照“理性经济人”的假设，没有收益的工作是没有人愿意做的。同样，酬劳相对较少的工作，人们也不乐意去做。人们追求自身私利的行为，是符合理性经济人假设的。而且这种自利行为恰恰是经济活动蓬勃发展的主要原因。

经济学之父亚当·斯密在《国富论》中，这样描述理性经