

天下文化
財經企管

全新增訂版

Predictably Irrational

誰說人是理性的

Revised and Expanded Edition:
The Hidden Forces
That Shape Our Decisions

消費高手與行銷達人
都要懂的行為經濟學

任何行為都值得檢視，
你沒有你想得那麼理性。
藉由行為經濟學，
了解我們天生不理性的怪癖，
重新訓練自己做出最好的決策！

丹·艾瑞利 Dan Ariely／著
周宜芳、林麗冠、郭貞伶／譯

誰說人是理性的！（全新增訂版）：消費高手與行銷達人都要懂的行為經濟學／丹·艾瑞利（Dan Ariely）著；周宜芳，林麗冠，郭貞伶譯．-- 第二版．-- 臺北市：天下遠見，2011.01

面：公分．--（財經企管；CB448）

譯自：Predictably Irrational, Revised and Expanded Edition: The Hidden Forces That Shape Our Decisions

ISBN 978-986-216-672-7（精裝）

1. 消費心理學 2. 決策管理 3. 消費行為

496.34

99024661

閱讀天下文化，傳播進步觀念。

- 書店通路——歡迎至各大書店·網路書店選購天下文化叢書。

- 團體訂購——企業機關、學校團體訂購書籍，另享優惠或特製版本服務。

請洽讀者服務專線 02-2662-0012 或 02-2517-3688 *904 由專人為您服務。

- 讀家官網——天下文化書坊

天下文化書坊網站，提供最新出版書籍介紹、作者訪談、講堂活動、書摘簡報及精彩影音剪輯等，最即時、最完整的書籍資訊服務。

www.bookzone.com.tw

- 閱讀社群——天下遠見讀書俱樂部

全國首創最大 VIP 閱讀社群，由主編為您精選推薦書籍，可參加新書導讀及多元演講活動，並提供優先選領書籍特殊版或作者簽名版服務。

RS.bookzone.com.tw

- 專屬書店——「93巷·人文空間」

文人匯聚的新地標，在商業大樓林立中，獨樹一格空間，提供閱讀、餐飲、課程講座、場地出租等服務。

地址：台北市松江路93巷2號1樓 電話：02-2509-5085

CAFE.bookzone.com.tw

誰說人是理性的！(全新增訂版)

消費高手與行銷達人都要懂的行為經濟學

作者／丹·艾瑞利 (Dan Ariely)

譯者／周宜芳、林麗冠、郭貞伶

財經館總監／余宜芳

責任編輯／蔡慧菁、許玉意

封面設計／黃淑雅

出版者／天下遠見出版股份有限公司

創辦人／高希均、王力行

遠見·天下文化·事業群 董事長／高希均

事業群發行人／CEO／王力行

出版事業部總編輯／許耀雲

版權部經理／張紫蘭

法律顧問／理律法律事務所陳長文律師 著作權顧問／魏啟翔律師

地址／台北市104松江路93巷1號2樓

讀者服務專線／(02) 2662-0012

傳真／(02)2662-0007；(02)2662-0009

電子信箱／cwpc@cwgv.com.tw

直接郵撥帳號／1326703-6號 天下遠見出版股份有限公司

電腦排版／李秀菊

製版廠／立全電腦印前排版有限公司

印刷廠／崇寶彩藝印刷股份有限公司

裝訂廠／精益裝訂股份有限公司

登記證／局版台業字第2517號

總經銷／大和書報圖書股份有限公司 電話／(02) 8990-2588

出版日期／2010年6月25日第一版

2011年1月28日第二版

2011年2月20日第二版第2次發行

定價／380元

原著書名／PREDICTABLY IRRATIONAL, REVISED AND EXPANDED EDITION:

The Hidden Forces That Shape Our Decisions by Dan Ariely

Copyright © 2009 by Dan Ariely

Complex Chinese Edition Copyright © 2010, 2011 by Commonwealth Publishing Co., Ltd.,

a member of Commonwealth Publishing Group

Published by arrangement with The Ariely Family LLC c/o Levine Greenberg Literary Agency, Inc.

through Bardon-Chinese Media Agency.

ALL RIGHTS RESERVED

ISBN: 978-986-216-672-7 (英文版ISBN-13: 978-0-06-185454-5)

書號：CB448



天下文化書坊 <http://www.bookzone.com.tw>

※ 本書如有缺頁、破損、裝訂錯誤，請寄回本公司調換。

※ 本書僅代表作者言論，不代表本社立場。

誰說人 是理性的！

全新增訂版

| 消費高手與行銷達人都要懂的行為經濟學 |

丹·艾瑞利Dan Ariely／著 周宜芳、林麗冠、郭貞伶／譯

Predict Irrational

Revised and Expanded Edition: The Hidden Forces That Shape Our Decisions

作者簡介

丹·艾瑞利（Dan Ariely）

18歲時的一場爆炸意外，讓艾瑞利全身皮膚70%遭灼傷，住在燒燙傷病房達三年之久。身穿彈性衣、頭戴面罩的他，活像個行動不便的冒牌蜘蛛人。在這段漫長、無聊、而又痛苦不堪的歲月裡，他發展出觀察人類行為的興趣，滿身疤痕的他最後終於成為一名行為經濟學家。

艾瑞利是杜克大學行為經濟學教授，同時也在該大學福古商學院、認知神經科學中心、經濟學院，以及醫學院擔任教職。艾瑞利擁有認知心理學博士及商學博士頭銜。他的文章曾發表在重要的學術期刊，以及許多大眾媒體上，包括《紐約時報》、《華爾街日報》、《波士頓環球報》、《科學人》雜誌，以及《科學》期刊。他經常往返於北卡羅萊納州的杜罕（Durham）、麻州的劍橋，以及世界各地。

譯者簡介

周宜芳

台灣大學國際企業系畢業，英國劍橋大學經濟學研究所研究。曾服務於金融業，亦曾任天下文化財經書系編輯。現為自由譯者。

林麗冠

台大中文系學士，美國密蘇里大學新聞碩士。現為自由譯者。

郭貞伶

畢業於政治大學心理系及哲研所，目前任職出版業，深深祝福每個人都能活出喜悅與活力。

推薦語

艾瑞利巧妙的實驗深入探索，我們的經濟行為如何受到不理性力量和社會規範的影響。本書運用廣大讀者易於理解的迷人隨性風格，對理性經濟理論的解釋提出批評。

——肯尼斯·阿羅（Kenneth Arrow），
1972年諾貝爾經濟學獎得主，史丹福大學經濟學教授

本書相當有獨創性，它揭露人們為什麼會犯下愚蠢、有時甚至是災難性的錯誤，而且頻率通常遠超出一般人願意承認的範圍。艾瑞利不只提供我們一本好讀物，也讓我們明智許多。

——喬治·阿克羅夫（George Akerlof），
2001年諾貝爾經濟學獎得主，加州大學柏克萊分校經濟學教授

《蘋果橘子經濟學》認為，人們可能會以不理想、但總是合乎理性的方式回應誘因。艾瑞利則讓讀者看到，人們的不理性是多麼根深柢固，而且往往一再重蹈覆轍。

——奇普·希思（Chip Heath），
《創意黏力學》共同作者，史丹福大學商學研究所教授

本書是令人著迷的著作，充滿了精巧的實驗、有趣的構想，以及令人愉快的軼事。艾瑞利是明智風趣的嚮導，能夠指出日常決策上的缺點、錯誤和大挫敗。

——丹尼爾·吉伯特（Daniel Gilbert），
哈佛大學心理學教授，《快樂為什麼不幸福》作者

一本絕佳的指引，闡明我們在市場及每個地方所表現的不理性行為，以及如何加以克服。

——傑佛瑞·墨爾（Geoffrey Moore），《跨越鴻溝》、《企業達爾文》作者

艾瑞利是了解人類行為的天才：沒有經濟學家比他更能夠揭露和解釋，在市場內外，我們怪異的行事方式背後的原因。本書會永久重塑你看待世界的方式。

——詹姆斯·索羅維基（James Surowiecki），《群眾的智慧》作者

這是一本精彩、令人大開眼界的書，深刻、可讀性強，同時提供令人耳目一新的證據，證明在一些領域和情況中，物質誘因會以非預期的方式發揮作用。人就是人，具有一些會因為經濟收益的介入而被破壞的特質。一本必讀的好書！

——納西姆·尼可拉斯·塔雷伯（Nassim Nicholas Taleb），《黑天鵝效應》作者

一本令人驚歎的著作，既發人深省，又極具娛樂性，涵蓋了安慰劑的威力和百事可樂的歡樂。艾瑞利揭發我們的心智在玩哪些把戲，也告訴我們如何不上當受騙。

——傑若·古柏曼（Jerome Groopman），《醫生，你確定是這樣嗎？》作者

看完這本書後，你會用全新的方式了解你所做的決定。

——尼可拉斯·尼葛洛龐帝（Nicholas Negroponte），麻省理工學院媒體實驗室創辦人，及「一個孩子、一台筆電」非營利協會董事長

本書是科學性的，但也極具可讀性，而且確實洞察我們每天行事的習慣……以及為什麼即使我們「知道改變比較好」，但依然從未改變。

——溫妲·哈里斯·米拉德（Wenda Harris Millard），
瑪莎史都華生活媒體公司媒體總裁

這是一本重要的書，充滿了將會對你的公司、專業和私人生活造成影響的寶貴和有趣見解。

——傑克·格林伯格（Jack M Greenberg），
西聯公司董事長及麥當勞公司退休董事長和執行長

投資最困難的部分是管理自己的情緒，丹·艾瑞利解釋，為什麼那對所有的人會如此具有挑戰性，以及識別本有的偏見如何能夠協助你避免犯下常見的錯誤。

——查爾斯·施瓦布（Charles Schwab），嘉信理財集團董事長兼執行長

一本極為迷人、妙趣橫生的著作，透過決策科學，揭露情緒、社會規範、期望和環境將我們引入歧途的方式。

——《時代》雜誌

金融蠱事的分類學。

——《紐約客》雜誌

一項有趣的導覽，利用艾瑞利本身巧妙設計的實驗，說明人們違反自身最佳利益行事的許多方式。切身，而且容易了解。

——美國《商業週刊》

艾瑞利睿智、充滿活力的風格，以及發人深省的論點，促成了一本迷人、令人眼界大開的好書。

——《出版人週刊》

作者艾瑞利以創意的方式，讓理性受到考驗……新的實驗和樂觀的構想，彷彿山泉一般，從他身上傾瀉而出。

——《波士頓全球報》

創新、容易理解的描述，艾瑞利不只是有才華的說故事者，如果有更多研究人員能夠像他這般寫作，世界就會變得更美好。

——《金融時報》

靈活且易懂，本書遠比它不具威脅性的態度所透露的還要具有革命性。

——《紐約時報》書評

出乎意料的有趣、易於閱讀，艾瑞利的書讓經濟學和人類心智的奇怪現象變得有趣。

——《今日美國報》

目錄

推薦語 4

推薦序 | 發掘影響消費者決策的「隱性動力」／黃晴雯 11

推薦序 | 海嘯崩壞後的清醒之聲／陳樂融 13

導讀 | 重新思考，找到自我的平衡 17

致讀者 23

前言 | 一場意外傷害領我走入人類的非理性層面 31

第 1 章 | 相對性的真相 43

為何我們那麼愛比較？

第 2 章 | 供需的謬誤 65

珍珠的價格誰說了算？

第 3 章 | 零成本的成本 91

為何免費讓你更花錢？

第 4 章 | 社會規範的成本 109

為何人們樂於自發行事，不喜歡拿錢辦事？

第 5 章 | 性興奮的影響 131

為何高張的情緒讓我們失去理智？

第 6 章 | 拖延和自制的問題 149

為何我們不能讓自己為所欲為？

第 7 章 | 所有權的昂貴代價 167

為何我們會敝帚自珍？

第 8 章 不願關上門的結果	179
為何選擇太多會讓人偏離目標？	
第 9 章 預期心理的效應	193
為何心誠則靈？	
第 10 章 價格的力量	211
為何貴的阿斯匹靈比便宜的阿斯匹靈有效？	
第 11 章 品格的問題（ I ）	235
人為何會不誠實？有何對策？	
第 12 章 品格的問題（ II ）	257
為何使用現金會讓我們更誠實？	
第 13 章 啤酒與免費的午餐	271
行為經濟學是什麼？免費的午餐又在哪裡？	
關於某些章節的反思和軼事	285
關於次級房貸危機及其後果的一些想法	317
誌謝	365
貢獻者名單	367
參考書目與延伸閱讀	373

Predictably Irrational, Revised and Expanded Edition:

The Hidden Forces That Shape Our Decisions

發掘影響消費者決策的 「隱性動力」

黃晴雯

2008年9月的金融海嘯，撼動美國、席捲了全世界！次級房貸危機、銀行破產倒閉如骨牌般紛至沓來，凸顯華爾街的貪與縱。一年後，金融海嘯止歇，全球經濟逐步回溫之際，向天挑戰、與海爭地的杜拜在2009年底驚爆債信危機，緊接著希臘債務波及整個歐元區……。

於是，伴隨金融海嘯而來的消費心理學——「理性消費」、「聰明消費」成為王道，一時之間，經濟行為究竟是理性或感性的論調，再度引發激辯。感性行銷（Emotion Marketing）真的失靈了嗎？

2008年，我在《誰說人是理性的！》推薦文中，投了行為經濟學的「非理性」一票。歷經金融海嘯的洗禮，我的想法一如初衷，益發堅定。如同本書原文書名《*Predictably Irrational: The Hidden Forces That Shape Our Decisions*》，我相信消費行為是「非理性」並且「可預見」，而關鍵就在於發掘那些形塑消費者決定的「隱性動力」！

以當今產業趨勢而言，百貨業的角色應該是故事提供者與夢想製造者——一個讓人圓夢、創造集體回憶的場域，

以溫暖友善的空間、社區鄰里的交流平台與消費者對話，而不再局限於販售型的傳統賣場。以太平洋SOGO百貨為例，我們打造New Life百貨新世代，提供優質的生活提案、綠色環保的購物體驗、符合普世價值的生活態度——New Life正是那股值得被發掘的「隱性動力」。這份觸動人性的同理心，受到廣大消費者的支持與認同，因為我們相信，關懷土地、關愛生命、關心顧客的企業理念與品牌價值，最能感動人心、激發共鳴！

不管您贊成「理性消費」或「感性消費」，相信讀者都可從丹·艾瑞利的這本新書中找到答案！

（本文作者現任太平洋SOGO百貨董事長）

海嘯崩壞後的清醒之聲

陳樂融

對於一本出版才兩年多的書，《誰說人是理性的！》（*Predictably Irrational*）出人意表但相當有誠意地，新增近五萬字。跟出書後，2008年發生了本世紀「第一場」國際金融海嘯，脫不了干係。

一場海嘯，讓「理性經濟圈」的人勉強褪下「彷彿與生俱來」的驕傲，也讓前美國聯準會主席葛林斯班（Alan Greenspan）在國會坦承錯誤。作者丹·艾瑞利（Dan Ariely）在增訂版〈致讀者〉中說：

我感到震驚的是，葛林斯班一向極力主張解除管制，而且深信要讓市場力量自行其是，如今他竟然會公開承認，他對「市場理性」的假設是錯的。

再看葛老在金融海嘯前一年的娓娓自述，實在刺目：

《我們的新世界》是我對這新世界的探討——我們如何達成今天的成就、現在正經歷些什麼、視野之外的未來又會遭逢什麼……我把全部整合起來，讓我們可以合理推測構成2030年世界經濟的元素。

不管你是什麼來歷、什麼頭銜、研究什麼模型公式，如果對於世界的運轉和人心的構成，缺乏應有的謙卑——連再往前一步的大霧都看不清楚，敢侈言「2030」的世界——我真的覺得：「夠了」。

丹·艾瑞利說：「信任是經濟的必要部分，一旦信任遭到侵蝕，便很難回復。」但為數不少的禿鷹型「投資銀行家」，並不在意全球平民大眾對「專業人士」的「信任」。

非常高興、也很佩服作者寫出小老百姓的心聲。他有資格、有實力與那些「邏輯先生」（作者戲謔形容他在初版後遇到眾多反對者的代稱）周旋辯論，而金融海嘯也讓他省下不少脣舌就能扳回一城。

在〈關於次級房貸危機及其後果的一些想法〉部分，作者反覆想確認一個事實：

在經濟運作上，心理學和不理性行為所扮演的角色，重要性遠超出理性經濟學家（和我們其他人）願意承認的程度。

但一味否定人性的「不確定性」，就是觀念的偏執，也是人所能展現的一種「不理性」。

作者在本書中更赤裸地批判，經濟會出這麼多問題，「必然與經濟學家醉心於簡單的數學模式有關」，也「必然與他們想要對企業和決策者提供簡單、易處理的答案有關。」

想走好走的捷徑，就得刪除複雜的變數，忽略芸芸眾生「不理性」的部分，顯然是某些「經濟人」或「生意人」難