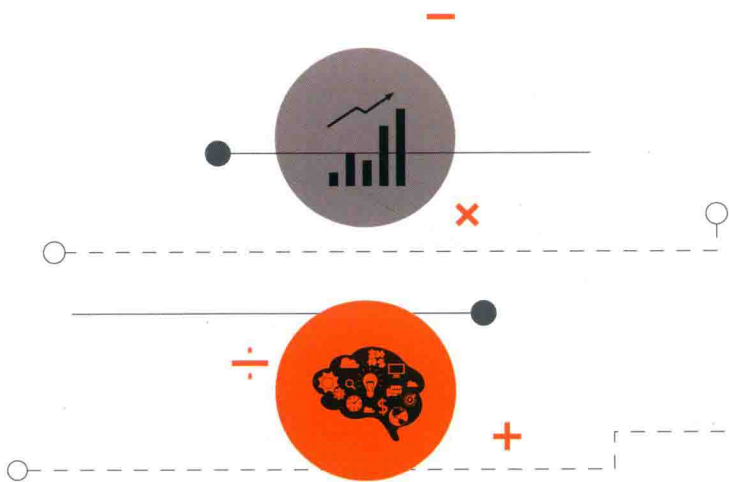


| CASEBOOK IN ECONOMIC PSYCHOLOGY |

经济心理学案例

于泳红 | 主编 窦东徽 | 副主编



涵盖经济心理学经典理论
材料典型 主题明确 便于教学



北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
北京师范大学出版社

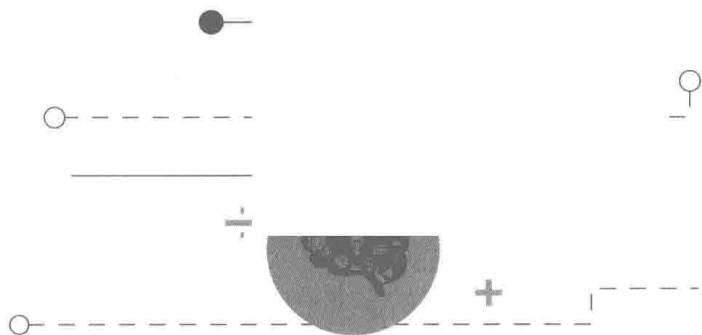
经济心理学案例

于泳红

主 编

窦东徽

副主编



中央财经大学应用心理专硕（MAP）专业建设成果
中央财经大学社会与心理学院学科推进计划项目成果
中央财经大学研究生精品教材建设项目成果
中央财经大学课程教学团队（经济心理学）项目成果



北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
北京师范大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

经济心理学案例/于泳红主编, 窦东徽副主编. —北京: 北京师范大学出版社, 2018. 1

ISBN 978-7-303-22122-6

I. ①经… II. ①于… ②窦… III. ①经济心理学-案例
IV. ①F069.9 ②B84

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 026320 号

营 销 中 心 电 话 010-58805072 58807651
北师大出版社高等教育与学术著作分社 <http://xueda.bnup.com>

JINGJI XINLIXUE ANLI

出版发行: 北京师范大学出版社 www.bnup.com
北京市海淀区新街口外大街 19 号
邮政编码: 100875

印 刷: 大厂回族自治县正兴印务有限公司
经 销: 全国新华书店
开 本: 787 mm×1092 mm 1/16
印 张: 11
字 数: 181 千字
版 次: 2018 年 1 月第 1 版
印 次: 2018 年 1 月第 1 次印刷
定 价: 49.00 元

策划编辑: 何 琳
美术编辑: 李向昕
责任校对: 陈 民

责任编辑: 王星星 张凌敏
装帧设计: 尚世视觉
责任印制: 马 洁

版权所有 侵权必究

反盗版、侵权举报电话: 010-58800697

北京读者服务部电话: 010-58808104

外埠邮购电话: 010-58808083

本书如有印装质量问题, 请与印制管理部联系调换。

印制管理部电话: 010-58808284

前 言

经济学的历史源远流长，经济心理学则和心理学一样，“有一个漫长的过去，却只有一个短暂的历史”。1902年，法国社会心理学家让·加布里埃尔·塔尔德（Jean Gabriel Tarde, 1843—1904）出版了一本名为《经济心理学》的著作，这可能是“经济心理学”一词首次被正式提及，它提醒人们要用心理学的观点分析经济行为，因此，该书的出版也被视作经济心理学诞生的标志。整整100年后的2002年，心理学科班出身的学者丹尼尔·卡尼曼（Daniel Kahneman）以“不确定情境下的决策研究”获得了当年的诺贝尔经济学奖，让经济心理学真正成为举世瞩目的焦点，也让整个学界为之振奋。从此，经济心理学走上了蓬勃发展的快车道，释放出巨大的理论和现实能量。

一直以来，传统经济学对人性的假定都秉持理性人的基本假设，并在此基础上构建有关个体经济行为的理论和模型。然而，人们在现实中的很多经济决策却明显背离了传统经济学有关理性人及效应最大化的基本假定。例如，人们通常会过早抛售正在上涨的股票，放弃本应获得的更大收益，同时却继续持有正在下跌的股票，任由损失增加；证券市场的交易量和当天的天气存在稳定的关联；经济萧条时，大部分商品的销量都有不同程度的下滑，而口红的销量却会上升……面对这些现象，人们逐渐意识到，理性人只是一种理想化的理论抽象。由于现实生活中的个体进行经济决策时会不可避免地受到各种心理因素的影响和制约，所以最终决策指向的不是



经济利益的最大化，而是心理效用的最大化。

当越来越多的研究者意识到传统的经济学假设所遭遇的瓶颈时，他们纷纷转向心理学寻求突破，结果令人欣喜：心理学的诸多重要发现（由于认知资源的有限性，人们往往依靠各种直觉和启发式做出判断，人的各种心理属性，如个性、情绪、价值观、态度等，无时无刻不对其行为产生影响）能够为经济生活中的各类违背传统经济学假设的行为“异象”提供根源性的解释。经济心理学强调以心理学的视角去理解和分析经济活动中的人及其行为，能够有效地弥补传统经济学基本假设与现实经济行为之间缺失的一环。到目前为止，该领域在理论和实践上都取得了丰硕的成果，其中的前景理论、心理账户理论、禀赋效应理论和后悔理论等对个体的经济决策有着很强的解释效力。丹尼尔·卡尼曼、阿莫斯·特维斯基、理查德·泰勒、保罗·斯洛维奇等经济心理学家越来越为人们所熟知，他们的研究成果正广泛应用于金融、保险、营销等诸多经济生活领域。

中央财经大学是国内最早设立经济心理学专业的高校，有着丰富的经济心理学教学实践经验。作为担任经济心理学教学任务的教师，我们深切地体会到，要想使一门应用性很强的课程取得良好的教学效果，案例教学是必要之选，也是不二之选。因此，编写符合经济心理学教学内容且生动、贴切、针对性强的教学案例就显得十分重要了。同时，我们也深切体会到，身处一个快速发展的时代，在经济社会中不断发生的各类新闻、事件为经济心理学理论提供了绝佳的注脚，也为经济心理学案例的写作提供了丰富的素材。基于教学的现实需求，本人及同事窦东徽老师联合组织同事编写了这本《经济心理学案例》，希望为经济心理学的教学和人才培养尽绵薄之力。

本书的编写遵循了参照典范、主题明确、便于教学的原则。首先，在案例的格式上，我们综合了国内外商学院和经济、金融类教学案例的格式，包括摘要、关键词、案例描述、教学目标、教学对象、课堂讨论、教学计划、课堂时间计划、问题分析和后继应用共计10个部分。其次，在案例材

料的选择上，因为一个事件可能涉及多个经济心理学知识点，所以，尽量挑选具有典型性、不易引起分歧的材料。最后，每个案例包含针对学生和教师的两个部分。针对学生的部分有摘要、关键词和案例描述；针对教师的部分则包括教学目标、教学对象、课堂讨论、教学计划、课堂时间计划、问题分析以及后继应用，为教师开展案例教学提供了具体化、可操作的指导。

本书共有 21 篇案例，其中第 1~3 篇案例涉及的经济心理学理论包括理性人假设、效用理论和心理账户，第 4~9 篇案例涉及金融心理学领域的基于人类认知能力的有限性而表现出的各种典型效应，如锚定效应、参照依赖、风险感知、沉没成本、赌徒谬误、证实偏差，第 10 篇和第 11 篇案例则针对投资者身上出现的典型问题——自我控制和羊群效应，第 12~17 篇案例主要涉及的是广告和营销心理学，第 18、19 篇案例为幸福经济学案例，第 20~21 篇案例为管理心理学案例。

本书是中央财经大学社会与心理学院心理系师生集体智慧的结晶，其中于泳红副教授撰写了 7 篇案例，窦东徽副教授撰写了 6 篇案例，汪波副教授撰写了 3 篇案例，冯源副教授和傅鑫媛博士分别撰写了 2 篇案例，应用心理专硕研究生丁美婷撰写了 1 篇案例。感谢各位参与本书编写工作的老师和同学，此外还要衷心感谢北京师范大学出版社编辑何琳老师的全力支持与认真校阅。

尽管在案例编写中我们尽力审慎地选择材料、充分地讨论并提出典型问题，但由于时间和水平有限，案例材料和问题分析难免会出现纰漏或错误。我们衷心地希望广大读者、同行多多包容并不吝赐教，也力争在今后的修订中不断丰富和完善本书，使之成为经济心理学教学中更加实用的教辅材料。

于泳红

2018 年 1 月于北京



1. 理性人假设 / 1

一位前对冲基金经理引发的药品涨价风波

2. 效用理论 / 12

一场电影引发的争论

3. 心理账户 / 20

如何让肯尼亚的穷人为健康而储蓄

4. 锚定效应 / 30

英超球员的身价为何高得离谱

5. 参照依赖 / 39

和一位学者型出租车司机的对话

6. 风险感知 / 47

配资炒股，玩的何止是心跳

7. 沉没成本 / 54

一份带有瑕疵的生日礼物

8. 赌徒谬误 / 61

网络众筹新宠：一元夺宝

9. 证实偏差 / 70

股民的迷信行为



10. 自我控制 / 78

一个普通炒股者的日记

11. 羊群效应 / 86

股市的暴涨与暴跌

12. 消费者心理特征 / 95

汇源果汁的市场细分

13. 消费者需要 / 100

塞班系统走向消亡：细数塞班的发展简史

14. 市场细分 / 108

快递价格战或将开打 顺丰降价 “四通一达” 按兵不动

15. 心理因素与产品推销 / 115

速溶咖啡的命运

16. USP 理论 / 122

“只融在口，不融在手” 巧克力营销

17. 身份经济学 / 128

iPhone 品牌的高端与高调

18. 金钱与幸福感 / 136

天价卖掉公司的他如今却感到绝望

19. 幸福经济学 / 144

CEO 自降薪水为员工加薪之后

20. 过度自信 / 151

高权力感带来过度自信的决策

21. 群际信任 / 160

黄怒波冰岛购地开发旅游项目案例分析

1. 理性人假设

一位前对冲基金经理引发的药品涨价风波

窦东徽

摘要

2015年9月，由一位名叫马丁·史克莱利(Martin Shkreli)的前对冲基金经理新成立的医药公司，买下了一种艾滋病患者的关键性药物达拉匹林(Daraprim, 活性成分为乙胺嘧啶)的独家生产权，之后迅速提价约55倍，每片药的价格从原本的13.5美元变成了750美元。这一举动随即引发了全国性对价格欺诈的抗议。起初，史克莱利声称不会降价，并对涨价行为进行了辩解。这一做法进一步激怒了民众和媒体，甚至引发了美国民主党总统候选人、美国前第一夫人希拉里的愤怒和不满。希拉里发出的声称要推动法案打击此类行为的推文导致了生物制药板块的暴跌，跌幅创2015年以来之最，市值蒸发400亿美元。迫于各方压力，史克莱利表示会对达拉匹林进行降价，但没有明确给出降价时间和降价幅度。民众鉴于史克莱利失败的基金经理的经历和一贯的商业投机做法，不看好他做出的降价的承诺。

关键词

理性人假设、道德风险、经济心理学

2015年9月下旬，美国各大媒体的目光都聚焦在了一位32岁的前对冲基金经理身上。事情的起因是，由这位前对冲基金经理新成立的医药公司在买下了达拉匹林——一种艾滋病患者的关键性药物——的独家生产权之后，将该药物的单片价格从13.5美元提高到了750美元。这随即引发了全国性对价格欺诈的抗议。这位身处舆论



风暴中心的前对冲基金经理叫史克莱利。

史克莱利其人

1983年的纽约布鲁克林，在一个由阿尔巴尼亚和克罗地亚移民组成的工人家庭里，史克莱利出生了。他天资聪颖，读书期间多次跳级，并于2004年获得纽约巴鲁克学院(Baruch College)的商科学位。2006年，史克莱利成为纽约对冲基金公司MSMB资本管理(MSMB Capital Management)的联合发起人之一，这一年他才23岁。2011年，美国食品药品监督管理局被史克莱利要求不认可他做空的公司及其成果。同年，他因押注生物技术板块失败，造成巨大损失而不得不离开MSMB。后来，他组建了一家叫作雷特罗芬(Retrophin)的新公司，以期偿还投资者的钱款。当时，愤怒的投资者还声称要在史克莱利离开MSMB公司后起诉他。

然而新公司也没能让史克莱利东山再起，甚至没有让他善终——他出局了，双方还打了一场官司。雷特罗芬公司在诉讼中称，史克莱利为了偿还投资者的钱款，私自挪用了公司超过6500万美元的现金和股票，因此他在2014年10月被直接踢出公司。史克莱利则对这一指控予以否认，并申请了对公司的仲裁，声称公司还欠自己2500万美元的遣散费。2015年8月，他在离开雷特罗芬公司后又创办了一家名为图灵(Turing)的制药公司。

在雷特罗芬公司任职期间，史克莱利获得过一种药物的生产权，他将其价格上调了20倍，并因这次操作而获得很大收益。一条致富捷径似乎被他发现了。创办图灵制药公司伊始，史克莱利就按照曾在雷特罗芬公司使用的套路，开始寻觅有升值空间的药物。此时，一种叫作达拉匹林的药物进入了他的视野，机会来了。2015年9月，史克莱利及图灵制药公司为买断达拉匹林的独家生产权花费了5500万美元。

达拉匹林是什么药

达拉匹林已有60多年的历史，因此并非新药，它是由葛兰素史克公司(Glaxo-SmithKline, GSK)研制的。该药主要用于治疗由寄生虫导致的感染，如疟疾和弓形虫病。弓形虫病可危及艾滋病患者和癌症患者的生命。该药能够有效地治疗部分染上寄生虫的艾滋病患者，而它的替代品的治疗效果却不显著。因此，达拉匹林也被许多人

误以为是医治艾滋病的药物。

达拉匹林因价格便宜而被称为穷人的救命药。几年前，一片达拉匹林才 1 美元，但随着它的专利权被各公司转卖，此药物的价格不断攀升。2010 年，达拉匹林在美国的市场开发权被葛兰素史克公司卖给了核心药业。艾美仕市场研究公司通过调查发现，本次收购的处方数是稳定的，年销售收入却是原来的 10 倍。2014 年，达拉匹林的价格又被拉高到了 13.5 美元一片，原因是核心药业及其所有子公司被益邦实验室收购了，处方数不断减少，收入却增加了。

药价一夜之间上涨约 55 倍

这次涨价比以前更剧烈、更令人震惊。达拉匹林作为“刚需”药物之一，是艾滋病患者、婴儿和化疗后的癌症病人等免疫力弱者非常需要的东西。史克莱利很可能看到了这一利润点，于是，他在收购达拉匹林的生产权后，立刻坐地起价，把它的单片价格从 13.5 美元提高到 750 美元，涨价约 55 倍。这个涨幅意味着什么呢？意味着，405 美元可以买到单片价格为 13.5 美元的该药物一盒(30 片)，现折合约 2600 人民币，而当每片药物定价 750 美元后，上述每盒药物会售 2 万多美元，近乎 15 万人民币！而同一时期，同种药物在印度是 3~7 卢比每片，即 5~10 美分；在英国为 13 英镑 30 片，即每片约 66 美分。假设销售量没有变化，那么图灵制药靠卖达拉匹林就会有上千万甚至上亿美元的收入。根据美国联邦法律的要求，部分医院和参与医疗补助计划(Medicaid)的病人仍旧可以以较低的价格购买药物，但私营保险公司或联邦医疗保险(Medicare)的参保人以及住院患者不得以原价购买药物。

涨价事件无独有偶。如今，很多医药公司们都会寻找专利过期的老药(尤其是针对某种严重疾病的特效药)，买断生产销售权之后就大幅提高药价。罗德里斯制药公司(Rodelis Therapeutics)曾购买作为结核杆菌抑制剂的环丝氨酸(cycloserine)，而后该药物 30 片的价格从 500 美元提高至 10800 美元。即使这家公司最后把环丝氨酸的专有权归还原主，但该药的售价已是之前的 2 倍，即 30 片售 1050 美元。威朗制药(Valeant Pharmaceuticals)从马拉松制药(Marathon Pharmaceuticals)收购心律异常药治喘灵(Isuprel, 异丙肾上腺素)后，将它的价格上调了 5 倍多。而治喘灵原本已是马拉松制药从别处购入的，买时已把此药的价格上调了 5 倍。另外，多西环素(doxycycline)



的价格也从 2013 年 10 月的每瓶 20 美元上涨到 2014 年 4 月的每瓶 1849 美元。

讨伐之声

2015 年 9 月 20 日的《纽约时报》披露了这次给药品涨价约 55 倍的事件，一时之间舆论哗然。史克莱利和他的图灵制药公司站在风口浪尖，立刻成了众人口诛笔伐的对象。许多媒体用“无耻之尤”“全民公敌”等词汇来形容史克莱利。美国《连线》杂志评论，史克莱利最严重的过错不是过于贪婪，而是过于不掩饰贪婪。

美国感染性疾病协会 (Infectious Diseases Society of America, IDSA) 和艾滋病药物协会 (HIV Medicine Association) 联合发表公开信，对此次提价进行强烈谴责：“对患者群体极不公正”“医保体系无法维持”。纽约一家医学院的传染病中心主任朱迪丝·阿伯格 (Judith Aberg) 医生认为，此次涨价也许逼迫医院采用不能和达拉匹林齐效的替代疗法。同时，达拉匹林与抗生素磺胺嘧啶是优先治疗弓形虫病的药物，而眼下替代药物的药效并未获得足够的支撑。她认为，达拉匹林的库存成本会因涨价而变得高昂，而这也许会使得一些患者延误治疗；医院此后需要经过特殊审核才能使用达拉匹林。“在有些人眼里，制药业只需要向钱看，”阿伯格说道，“这让人感觉极其危险。”

对此事件的讨论在网络上也掀起了一股浪潮，而且舆论基本是一边倒的对史克莱利的讨伐。以下是网友评论的节选。

评论 1：“马丁·史克莱利无论是在金钱、药物上，还是在政治上，都走了最错的一步。”

评论 2：“就是这个垃圾把一种药从 13.5 美元涨到 750 美元。”

评论 3：“反社会的人我见多了，可是像马丁·史克莱利这样的，我真是第一次见，他就是披着伪善外衣的恶魔。”

史克莱利的辩解

面对巨大的舆论压力，史克莱利也试图为自己辩解。2015 年 9 月 21 日，史克莱利在接受美国广播公司财经频道的采访时表示，达拉匹林的涨价是一个明智的商业决定，疗效更好、副作用更小的新药物需要公司在研发上花很多钱。“我们的公司不是贪

婪的，也不欺诈病人，我们只想维持运营而已。”他说，“很多患者真正需要这种药的时间均少于一年，何况此时达拉匹林的价格才向市场上的其他稀有药物靠拢。”“在全世界产销量最少的药品里，达拉匹林算一个，”他觉得，“为了这点儿事对我们口诛笔伐，真是不值得。”

“在如今的社会，大家倾向于认为别人是恶人。目前，选举总统的事正如火如荼地进行着，（药价）问题恰巧又很敏感、棘手，我能够读懂人们的愤怒。”他承认达拉匹林具有低廉的生产成本，不过药物本身的质量把控成本、管理监督成本以及制药公司的其他支出并不能被忽视。

希拉里的震怒

史克莱利的辩解引发了更强的反对声浪。终于，连美国民主党总统候选人、美国前第一夫人希拉里也震怒了。2015年9月21日，希拉里发推文，称无法容忍这类抬高特殊药物的价格的行为，并准备第二天制订相应的打击计划。话音刚落，美股的生物科技板块应声暴跌，创下2015年以来的最大跌幅，安硕纳斯达克生物科技ETF (iShares Nasdaq Biotechnology ETF)大跌近5%。周一(2015年9月21日)纳斯达克生物科技指数收跌4.4%。在纳斯达克100指数中，领跌的股票几乎全部是生物科技股。SPDR标普生物科技ETF周一下跌5%至75.16美元，百健(Biogen)——标普500中价值最高的生物科技股之一——狠跌5.6%至297.16美元。

因为希拉里的这条推文，纳斯达克生物科技板块损失了近400亿美元。周二(2015年9月22日)，生物科技股被接连抛出，上述板块午盘又跌逾3%，最终收跌1.7%。相应的，生物科技ETF也遭受重创。在两个交易日内，生物科技板块的跌幅超过7%。

希拉里的名人效应不可谓不大。美国联邦储备委员会主席耶伦曾经强调生物科技公司的估值过高，为此他写过100页的报告，然而在一整年里科技股仍然继续走价格攀升的道路。但是，希拉里的一条推文却惊得华尔街连续两日抛售生物科技股，其威力甚至大于主宰美元利率的美国联邦公开市场委员会会议。



承诺降价及后续

重压之下，图灵制药公司不得不决定下调药价。2015年9月22日晚，公司总裁史克莱利接受电视采访时表示将会降低药价：“我们同意降低达拉匹林的价格，使其能够赚取利润，但是这是一个非常小的利润。”但是他并未指明药价会降低多少以及承诺何时生效。“这的确是为了回应舆论质疑。我们在引导人们理解涨价的原因方面出了差错，因此，明智的做法便是用降价来平息人们的怒火。”史克莱利表示。

在史克莱利做出降低药价的承诺之后，纽约曼哈顿中城的三家药店——希维斯(CVS)、沃尔格林(Walgreens)和杜安里德(Duane Reade)——对媒体表示该药的单片价格超过所报道的750美元。一位东42街希维斯药店的药剂师表示：“是900美元一片，这有点儿疯狂。”

鉴于史克莱利的个人履历，消费者对他的承诺可能并不抱太大的希望。他的商业投机做法导致了失败、诉讼和个人仇杀。

附件材料：药价由何决定？

2014年，美国塔夫茨大学(Tufts University)的调查显示，科研人员需要平均花费27亿美元才能研发一种药物并使其顺利上市。

在药物的研发过程中，临床试验前的阶段叫作“药物发现阶段”，一般需要3~4年。在这个阶段，实验室里的科学家会研究某种化合物能否治疗某种疾病。通常情况下，在1000种化合物中，能进入临床试验阶段的只有1种。

临床试验也就是在人体内测试，包括三个过程：安全性、剂量以及效果。这个阶段通常持续5~10年。进入临床试验阶段的药物，平均每10种中只有1种能够真正进入市场。

医药界有这样一句话：花10亿美元才能制出第一片药，而只需要10美分就可以得到第二片。

药物的价格依赖于三个因素：有多少患者需要这种药？市场中的同类产品有多少？这种药能在多大程度上缓解病情？达拉匹林完全符合上述因素：对相当一部分人来说

不可缺少，是市场上治疗弓形虫病的唯一药物，能挽救人的生命。

哈佛大学法学院的萨克斯说，假如史克莱利高价售卖他所购的一种还未上市的药物，人们是否还会如此愤怒。

教学目标

1. 通过分析一位前对冲基金经理的投机行为及其行为的后续影响，说明理性人假设的不完备性。

2. 通过讲述该前对冲基金经理买断某种特定药物的生产权之后大幅涨价，引发公众和媒体不满的事例，帮助学生理解符合经济理性的行为往往导致较差的外部性，以及企业管理者或经营者的道德水准会影响外界对企业的评价。

教学对象

本科生、研究生。

课堂讨论

1. 史克莱利为什么会将达拉匹林涨价约 55 倍？
2. 公众和媒体为何对史克莱利的行为如此不满？
3. 此案例出现了几种不符合理性人假设的现象？经济心理学对传统经济学的挑战和补充体现在哪些方面？

教学计划

案例讨论前，需要让学生预习经济心理学概论的知识，包括理性人假设和市场有效性假设的缺陷以及亚当·斯密(Adam Smith)的《道德情操论》和《国富论》的主要观点。

课堂讨论时，教师可征询学生对“坐地起价”行为的普遍看法，然后让学生复述本案例的基本内容，加深学生对案例的了解。

案例分析时，首先引导学生对史克莱利的做法做出客观的评价(不受文字材料表述



的倾向性影响)：是否符合当前法律要求及经济理性的原则？教师要引导学生摒除感情色彩，理性地剖析问题。在此环节，教师可以组织小型辩论和分组讨论，进行观点的碰撞，对有争议的观点进行深入讨论，还可让学生列举生活中其他一些类似的符合经济理性但缺乏良好外部性的行为。学生讨论完毕之后，教师加以总结，明确大家对理性人假设所具有的缺陷的看法。然后通过分析希拉里的推文对生物科技板块的影响，让学生理解投资者信心对媒体信息的敏感性。最后讨论落脚于：为什么传统的经济学假设在某些现实中会失效，为什么有人坚持经济理性却在现实中碰壁，又为什么有人会在应当明确遵循经济理性的事上犯错误。

案例讨论结束时，讲解理性人假设及其缺陷，教师总结经济心理学对传统经济学的有益补充。

④ 课堂时间计划

案例背景资料介绍。	10 分钟
学生复述案例内容。	5 分钟
讨论 1：史克莱利为什么会将达拉匹林涨价约 55 倍？	20 分钟
讨论 2：公众和媒体为何对史克莱利的行为如此不满？	20 分钟
讨论 3：此案例出现了几种不非理性人假设的现象？经济心理学对传统经济学的挑战和补充体现在哪些方面？	20 分钟
讲解理性人假设及其缺陷，教师总结经济心理学对传统经济学的有益补充。	15 分钟

② 问题分析

1. 史克莱利为什么会将达拉匹林涨价约 55 倍？

① 理性人假设。在经济学里，合乎理性的人的假设通常简称为理性人或经济人的假设。西方经济学家指出，所谓理性人的假设是对在经济社会中从事经济活动的所有人的基本特征的一个一般性的抽象。这个被抽象出来的基本特征就是：每个从事经济活动的人都是利己的。也可以说，每个从事经济活动的人所采取的经济行为都是为了

以自己的最小经济代价去获得自己的最大经济利益。西方经济学家认为，在任何经济活动中，只有这样的人才是“合乎理性的人”，否则就是非理性的人。史克莱利作为一位前对冲基金经理、一个商人，所作所为遵循的是理性人假设，以利润最大化为行动的出发点。

②专业背景或行业经验对个体行为模式的影响。个体的专业背景或行业经验会让其遵循或接受这一专业或行业所秉持的价值观或基本假定。史克莱利的前对冲基金经理的身份和履历让他坚持以理性人或经济人的方式行事，即追求经济利益最大化。

③路径依赖。路径依赖是指一旦人们选择了某个体系，规模经济(economies of scale)、学习效应(learning effect)、协调效应(coordination effect)、适应性预期(adaptive effect)以及既得利益约束等因素的存在，会导致该体系沿着既定的方向不断自我强化。也就是说，人们一旦做了某种选择，就好比走上了一条不归之路，惯性的力量会使这一选择不断自我强化，并让人们不能轻易走出去。史克莱利在图灵制药公司对达拉匹林的价格操纵，完全复制了其在雷特罗芬公司的投机经历。

2. 公众和媒体为何对史克莱利的行为如此不满？

①外部性。外部性又称为溢出效应、外部影响或外差效应，是指一个人或一群人的行动和决策使另一个人或一群人受损或受益的情况。经济外部性是经济主体(厂商或个人)的经济活动对他人和社会造成的非市场化的影响，即社会成员(组织和个人)从事经济活动时其成本与后果不完全由该行为人承担。外部性分为正外部性(positive externality)和负外部性(negative externality)。正外部性是某个经济行为个体的活动使他人或社会受益，而受益者无须付出代价；负外部性是某个经济行为个体的活动使他人或社会受损，而造成负外部性的个体却没有为此承担成本。史克莱利的行为对其个人及其公司来说是符合理性人标准的，但强烈的负外部性使得这种预期的最大效用无法实现。

②价格敏感性。公众对医药产品的敏感性高于对其他类别商品或产品的敏感性，与之类似的还有婴幼儿奶粉、空气及饮用水等既与生命安全密切相关，又存在一定刚性需求的事物。这种敏感性同样表现在价格的变动上。