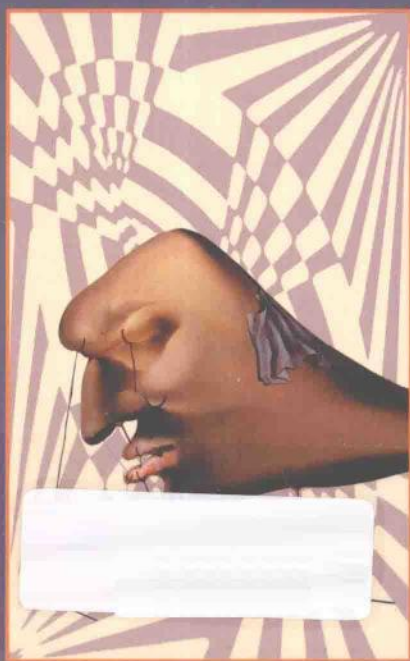


超值  
两卷版  
29.80元

# 每天学点 怪诞行为学

经典集

白雯婷 编著



阅读者的精品◎欣赏者的上品◎馈赠者的佳品

上

全国百佳图书出版单位  
江苏美术出版社



【破解人性密码 揭示行为奥秘】

# 每天学点怪诞行为学

## 经典集

上

白雯婷 编著

全国百佳图书出版单位  
江苏美术出版社

图书在版编目(CIP)数据

每天学点怪诞行为学经典集:全2册/白雯婷编著. —南京:  
江苏美术出版社,2014.1

ISBN 978-7-5344-6588-8

I.①每… II.①白… III.①人生哲学—通俗读物  
IV.①B821-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第190707号

出品人 周海歌

责任编辑 龚 婷

装帧设计 王明贵

责任校对 刁海裕

责任监印 贲 炜

出版发行 凤凰出版传媒股份有限公司

江苏美术出版社(南京市中央路165号 邮编:210009)

出版社网址 <http://www.jsmscbs.com.cn>

经 销 凤凰出版传媒股份有限公司

制版印刷 南京雄州印刷有限公司

开 本 718mm×1020mm 1/16

总 印 张 36

版 次 2014年1月第1版 2014年1月第1次印刷

标准书号 ISBN 978-7-5344-6588-8

总 定 价 29.80元(全套2册)

营销部电话 025-68155677 68155670 营销部地址 南京市中央路165号

江苏美术出版社图书凡印装错误可向承印厂调换



# 前言

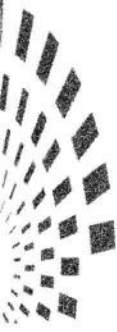
人的行为实在是再奇妙不过的了：有的看似合理，实则并不合理；有的看似理性，实则很不理性。比如，为什么我们对自己的名字很敏感？为什么我们会疯抢根本不需要的东西？为什么别人的选择会影响我们的偏好？为什么商品卖得越贵越有人买？为什么紧张的情况下我们愿意与人共处？为什么有时候我们觉得自己的梦有预示作用？为什么我们白干活高兴，干活赚钱反而不高兴？为什么一看到促销我们就控制不住要买东西？为什么险境中更容易产生恋情？诸如此类。这些行为恐怕很多人早已经熟视无睹，没有过多地去思索这些看似平常的行为背后的原因，没有关注这些行为背后隐藏的秘密。若要探究这些行为发生的原因及其价值意义，就不得不涉及一些行为学的知识。

行为学是一种研究人类行为的学科，指人对于环境及他人有所反应而表现出来的行为，它是个人与社会交互作用的结果，受社会环境和个性的制约。人的行为有外在和内在之分，前者如言论行动，后者如思想意识等。前者是外露的，可以被人观察到；后者则是潜伏的，不可能被人直接察觉，但可以通过前者表现出来。著名行为学家哈福德说：对于世界上的许多问题，我们不要奢望一个完美的解释，我们需要一种解读世界的方法。列维特说：我们唯一需要的就是一种新的视角，一种看待社会的新方式。通过研究人们的某些行为，学习行为学，你会从全新的视角去看待自己，看待他人。

每天学点怪诞行为学，会让我们更好地认识自己，创造更美好的生活。人类越是文明，越是要了解自己。当了解了人们某些行为背后的原因，了解了人是如何思考、如何表达、如何行动、如何感受的，会让你有机会参照其他人的行为表现反观自身，从而对人性有更深刻的洞察，更加清楚地认识自我，发现潜藏在内心深处的自己，并发现自身某些不理性、不正确的行为，且学会自我调节、改正，进而塑造积极行为，避免不当的行为引起他人的反感和误解，从而让自己更受欢迎，让人生更加顺利。

每天学点怪诞行为学，会让我们更清楚地认识他人，更好地掌控人生。语言是靠不住的，因为人可以操纵语言，说出谎话，而人的行为却不会做假，只会反映内心的真实想法。因此，如果我们能了解人们的行为所代表的含义，就能读懂别人隐藏的心思。如果能掌握通过行为读取别人内心的技





巧，便可以消除人际关系中的种种烦恼。当你准确地预测、解释了他人的行为时，你会和周围的人增进对彼此的了解，从而营造出更和谐的人际关系，最终体会到更强的幸福感。

为了让人们了解某些个人或群体行为发生的原因，从而理性判断、作出正确选择、有针对性地采取措施，我们特意组织专业人员编写了这本《每天学点怪诞行为学经典集》。本书分析了日常生活中上百个最具科学性与社会效应的人类行为，向人们揭示了左右我们大脑和行为的各种诡谲的深层因素，揭开了导致这些行为发生的真实原因和特定心理，并为我们提供了相应的应对措施。所有这一切不是通过深奥难懂的理论来进行阐释的，而是运用许多你熟悉的生活场景中有趣的例子，谈论你感兴趣的话题，会让你兴致盎然。

本书除了为读者还原日常生活中司空见惯的行为及现象背后的本质，为读者展示生活的本来面目之外，更加注重告诉读者如何拥有一双慧眼，让读者在阅读本书之后能够对自己所见、所闻、所感到的事件和行为进行分析，了解事情背后的真相，从而让自己在为某件事情犹豫不决的时候真正作出理性的决断。通过本书，我们可以认识自己的行为源起，加强我们对自己的理性控制；并学会揣测他人内心的需求和深层的想法，从而更有针对性地采取应对方法，同时，学习行为学会加深我们对世界、生活的了解和认识，有利于我们向更好的人生进发。

书中通俗易懂的事例和语言将引导你去发觉身边的意识世界，启发你去思考那些每天都在身边发生的人类行为。而且，借助本书，你将会发现：只有了解人类的本性，才能够用更合理的方式对待别人；懂得合理对待别人的人，才能取得更大的成功。通过阅读本书，你能够挖掘出行为背后所隐藏的深刻意义，从而让自己的人生掌控在自己的手上！



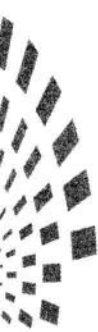


# 目 录

◎ 上 ◎

## 第一篇 大脑左右着我们的行动

第一章 本能——为什么我们管不住自己 .....	2
残忍的动物界：竞争的激励作用 .....	2
大钱小花和小钱大花：心理账户的存在效应 .....	3
七女挑战南极：别压抑冒险情怀 .....	5
因装修而分手：性别影响观念 .....	6
男女对性信息素的不同反应：费洛蒙的影响 .....	8
Ta 时代来临：宽容性别认同 .....	9
见人脸红的潘亮：克服羞怯 .....	10
为何一心不能二用：勿让注意太分散 .....	12
人们对未完成的事念念不忘：蔡加尼克效应的中断力量 .....	13
受人关注就会表现很积极：霍桑效应 .....	14
细微动作反映内在心理：性格与常有动作的联系 .....	16
瞬间“吓傻了”：人类的冻结反应 .....	18
清一色男性的宇宙飞船：异性效应促效率 .....	19
第二章 感知——我们是如何感觉这个世界的 .....	21
被自己名字惊醒的孟奇：鸡尾酒会效应 .....	21
为什么人们对失比得更敏感：“参照依赖”心理的非理性感受 .....	23
“液体的钻石”：嗅觉调动态度 .....	24
多吃辣椒减肥不成反伤身：味觉与情绪 .....	26
女律师失败的变声手术：声音是对自身形象的期待 .....	27
抚摩胎教有用吗：人类渴望肌肤触摸 .....	29
课堂上和看动画的一小时：时间会被感觉扭曲 .....	31
感觉越来越麻木：贝勃定律潜移默化 .....	33
拖延时钟：主客观时间有差别 .....	35



《午夜凶铃》的惊悚感：正负面情绪的交替 .....	36
我们的白日梦：心理的一种宣泄和解脱 .....	38
<b>第三章 直觉——为什么我们不能左右自己的生活 .....</b>	<b>40</b>
合理的选择：并不“经济合理”的快乐预期 .....	40
总买没用的东西：合算交易偏见 .....	41
运气是什么：概率的重要性和普遍性 .....	42
红酒只要 20 元：炫耀性消费出高价 .....	44
BP 机的辉煌与落幕：市场经济下的替代效应 .....	45
名贵中成药频频提价：稀缺性激发渴望 .....	46
伊丽莎白夫妻的收养经历：捐赠效应 .....	47
“存钱”反赔钱：让财产缩水的负利率 .....	49
“月光女郎”和“小白菜”：社会贴现率 .....	50
搬家可以理想化吗：每个决定都有心理弱点 .....	52
时间感的演化：不同阶段时间感不同 .....	53
《京都议定书》为何以失败告终：具体的有区分的策略制定 .....	55
<b>第四章 潜伏——为什么我们会无意识地行动 .....</b>	<b>57</b>
挑战观众想象力的话剧：想象是伟大的力量 .....	57
演唱会时，再害羞的人也会跟着大声唱：“去个性化”的心理效应 .....	58
好妻子是个好厨娘：恋母情结倾向 .....	59
沉迷于自己的世界：警惕社交恐惧症 .....	60
没有文化的文化人：人要有信仰 .....	61
男高音的“大小之争”：潜意识 .....	63
为什么有些人爱“拖”：对自我的反抗 .....	64
关键时刻为何总是发挥失常：“詹森效应”来解释 .....	66
当局者迷而旁观者清：从“阿斯伯内多效应”说起 .....	67
视而不见：认知资源有极限 .....	69

## 第二篇 进化的方向是趋向完美

<b>第一章 转弯——我们怎样才能不撞倒在“直线”上 .....</b>	<b>72</b>
网络游戏一无是处吗：游戏有益于能力培养 .....	72
选丢钱包多的地方开电影院：以侧向思维看问题 .....	74





向对方篮内投球的球员：用迂回思维以退为进 .....	75
“酒店大王”希尔顿：系统思维 .....	77
世界第一艘自由行动的深潜器：类比思维 .....	79
活字印刷术的诞生：加减思维 .....	81
蜈蚣博弈：倒推思维更高明 .....	82
虫子怎会带来经济繁荣：看到转机 .....	84
攀爬帝国大厦的恐高症患者：学会化整为零 .....	85
Field Link 的转型之路：别让计划走进死胡同 .....	87
“怨妇”“怨夫”做不得：自我评估和他人判断 .....	90
“骗子”司机的选择：合成谬误 .....	91
<b>第二章 影响——如何让别人听我们的 .....</b>	<b>93</b>
这样改变他人态度：有效的 CLARB 法则 .....	93
怎样提高可信度：细节要鲜明 .....	95
娱乐脱口秀：幽默有益生活 .....	96
谈薪酬会影响面试吗：求职的说话技巧 .....	97
适当下逐客令不浪费生活：语言需要婉转 .....	99
开门见山：有时说话要单刀直入 .....	100
演讲也需懂心理：满足需求 .....	101
推销时暴露产品缺陷是坏事吗：表现坦诚赢得信任 .....	103
谈判专家诱导持刀挟人质者：说服要打感情牌 .....	104
商务谈判的绵里藏针：用“冷热水效应”操控对方 .....	106
不该答应的事就要拒绝：比林定律 .....	107
背后和推测性赞美最好：波什定律 .....	109
胸中有墨才能说得远：“墨水”资本 .....	110
为何不辩也是大胸襟：哑巴哲学 .....	112
<b>第三章 透明——我们怎样化繁为简 .....</b>	<b>114</b>
超简单设计得大奖：学会简化生活 .....	114
企业为何需要精简：苛希纳定律 .....	116
将之道，谋为首：避免决策的混乱 .....	117
罗斯福的缺憾：经营自己的长项 .....	118
带闹钟的推销员：收获客户信赖感 .....	120
20 世纪最大投资失败的原因：“二八定律”的运用 .....	121





一页备忘录：使工作简化的方法 .....	123
<b>第四章 反常——为什么有些传统要被颠覆 .....</b>	<b>125</b>
祭奠也可上网：开创新的生活模式 .....	125
新潮和传统的家居：设计感的市场竞争力 .....	126
实用智商从哪来：“协同培养”和“自然成长” .....	128
酒吧博弈：与大多数人作出相反的决策 .....	130
微博“爆料”自己：自我意识的表现欲 .....	131
DIY 创意时代在发展：宜家效应发挥创意 .....	132
当“同学”写成“TX”：缩略语的排除性 .....	133
冰淇淋甜筒怎么来的：别走进思维的栅栏 .....	134

### 第三篇 探寻内心深处的自我

<b>第一章 公平——为什么做不到真正的不偏不倚 .....</b>	<b>138</b>
被误会的相亲对象：勿让偏见遮双眼 .....	138
同物不同价的手机：商家的价格歧视 .....	141
女士衬衣清洗费用比男士高：成本不同消费不同 .....	143
“弱”巧“借”荆州：“仗势欺人”的智猪博弈 .....	144
玉米为什么比小麦贵：均衡价格的市场趋势 .....	146
<b>第二章 错觉——为什么我们自以为是 .....</b>	<b>149</b>
音乐对孩子成长有影响：莫扎特效应 .....	149
高档餐厅午餐“亏本”经营：使用“追加成本”与高利用率回报 .....	151
一幅画两个看法：知觉也有选择性 .....	153
莫名其妙的受害者：记忆变形可能受诱导性因素影响 .....	154
不同性格特征的吉姆：第一印象的主导地位 .....	155
夫妻的两人三脚游戏：新奇互动促进感情 .....	157
现在发生的是我过去梦到的：大脑活动的超感知觉 .....	158
放弃是人类的天性：退出门槛心理 .....	160
面带微笑也是抑郁症吗：微笑型抑郁症 .....	161
“老板，我要续杯”：餐馆的整体利润才是王道 .....	163
“宽容”和“自私”是同义词：对自身利益的关注 .....	164
<b>第三章 决策——为什么我们总是找不到最佳答案 .....</b>	<b>166</b>
1 美分硬币成“鸡肋”：成本与收益 .....	166



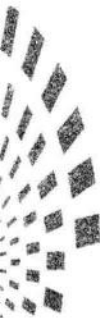


女大学生为什么“急嫁”：就业与失业 .....	168
美国人愿搬家，中国人愿买房：灵活的住房市场 .....	169
被填满的罐子：艾森豪威尔法则的明智之处 .....	170
鲍勃·迪伦的《摩登时代》真便宜：贩卖成本的秘密 .....	172
追女孩时不能太殷勤：关于自己的营销策略 .....	173
你是如何解决难题的：思维模式 .....	175
最好别相信直觉：共同偏差造成缺陷 .....	177
别让记忆白费力气：注意力是关键 .....	179
<b>第四章 超常——我们怎样强化自己的心志模式 .....</b>	<b>181</b>
招聘企业管理者：坠机理论 .....	181
门房职员做“公司主人”：用行动推进公司的发展 .....	183
小天鹅董事长对员工的奇怪要求：企业管理要重预防 .....	184
微软公司的“回馈圈”：不逃避危机可能 .....	186
为何百事甘做“老二”：实力弱时退居二线 .....	187
猎捕梅花鹿和兔子：猎鹿博弈中的合作哲学 .....	188
花公司的钱要像花自己的钱：学会节约公司成本 .....	190
以牙还牙，以眼还眼：回报行为很常见 .....	191
王琦玉的餐饮服务经历：用敬重的态度对待平凡的工作 .....	193
著名节目主持人的18次碰壁：战胜挫折心理 .....	194

## 第四篇 揭秘我们的欲求

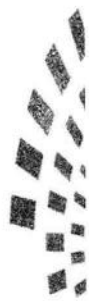
<b>第一章 动机——为什么我们想做那件事 .....</b>	<b>198</b>
致富的捷径：快乐与现实原则的对抗 .....	198
麦当劳城里涨价农村降价：需求价格弹性 .....	201
家庭争吵：亲和动机是家庭安慰 .....	202
促销“滚雪球”：求廉动机占不到便宜 .....	204
是女神还是路人甲：三分好奇能成全万般想象 .....	206
“一锤子买卖”和“59岁现象”：重复博弈理论 .....	207
生理期，购物无罪：冲动型消费 .....	209
<b>第二章 进退——我们怎样趋利避害 .....</b>	<b>211</b>
白领警惕过劳死：疲劳问题不可小觑 .....	211





生命在于运动：运动改善身心健康 .....	213
欣赏不了的名曲和名琴：价值归因易错看 .....	214
懒人更渴望天上掉馅饼：逃避的不良心理倾向 .....	216
让孩子干家务：理想比金钱对孩子更有用 .....	217
酒吧出租车：“高载客率+高价格”背后的可观收入 .....	218
音乐盛宴：听音乐减缓压力 .....	220
额外工作是机遇：展现职业精神和气度 .....	221
一群追求豪华生活的蜜蜂：节约悖论的运用 .....	222
<b>第三章 需求——我们都有什么欲求和渴望 .....</b>	<b>225</b>
人为什么需要一份工作：从需要层次理论说起 .....	225
24 小时营业：赢得顾客忠诚度 .....	226
高中生暴食症：健康与审美 .....	228
旅游为何流行：假日经济正走俏 .....	229
为什么最受欢迎的角色是“听众”：身体和心智 .....	231
《淘气少女求爱记》：主动是交往的前提 .....	232
结婚不能只是为了“结婚”：感情共鸣性 .....	234
婆媳不和：长辈更需要关爱和交流 .....	236
公司的福利设置：赢得员工归属感 .....	237
<b>第四章 损益——我们是怎样得到和失去的 .....</b>	<b>239</b>
裁缝的赌约：“美女经济”的利用 .....	239
爱情要像选购靓鞋：苏格拉底的麦穗原理 .....	242
孩子的家庭软暴力：骄纵可能致感情淡漠 .....	243
牛奶装方盒，可乐却装圆瓶：额外存储成本的抵消 .....	244
少给 CEO 薪资行不行：为公司利益用激励机制 .....	246
月嫂难求，白领过剩：劳动力供需不平衡 .....	247
迷恋小概率事件：对损失的厌恶 .....	249
<b>第五章 捆绑——为什么我们有认知局限 .....</b>	<b>250</b>
世界末日真的会到来吗：投射效应 .....	250
复杂的行为未必与智力有关：智力体现在简单的创新上 .....	251
麦当劳不经营快餐经营房地产：商业模式问题 .....	253
老人的寂寞：多给父母一份体贴和关怀 .....	256
发型不同，人也不一样了：特征改变引发“违和感” .....	258





动物能够提前为未来做计划：动物种属特异的季节性行为 .....	259
钻石比水更珍贵：价值悖论 .....	261
路边苦李：产权问题不能知之甚少 .....	262
香蕉增产不增收：“谷贱伤农”有道理 .....	264
奥莱夫的成功：相信自己是成功者 .....	265

下

### 第五篇 平复内心的波动

<b>第一章 摇摆——内心的动摇从何而来 .....</b>	<b>268</b>
“以貌取人”的择偶心理：同征择偶 .....	268
夫妻相也是可以长出来的：天长日久的变色龙效应 .....	269
浪漫情怀和桥的摇摆：“吊桥效应”引发心动错觉 .....	270
为何对于流言我们易轻信：戈培尔效应 .....	272
吃饭时当服务战胜口感：“程序正义”找平衡 .....	273
选择饼干还是方便面：生产可能性边界 .....	275
吉列刀片的传说：“充裕”时代的到来 .....	276
交往越多越亲密：邻里效应 .....	278
<b>第二章 情商——为什么我们会喜怒无常 .....</b>	<b>281</b>
情绪反应：刺激后的内部主观体验 .....	281
幸福藏宝图：积少成多也会快乐 .....	283
追求利益最大化未必幸福：幸福=效用/欲望 .....	284
一时怒气悔恨终生：不怒的活法 .....	286
恩施“马加爵”：自卑是吞噬人格的毒药 .....	288
抑郁症：威胁人类健康 .....	290
从人肉搜索看出什么：空虚让人没有渴望和动力 .....	291
她饿了是真的饿了吗：焦虑折磨人 .....	293
哭泣不等于懦弱：哭出来情绪更好 .....	294
心情好事情才能做好：情绪 ABC 理论 .....	295
连 1/5 的蛋黄都吃不完：可怕的厌食症 .....	297
<b>第三章 恐惧——为什么人会对未知的东西有危机感 .....</b>	<b>300</b>
总觉得背后有人盯着自己：内心过于敏感易对己施压 .....	300





开灯睡觉癖：恐惧黑暗 .....	302
对蛇的惧怕：恐惧基因的流传和改变 .....	304
花圈很恐怖吗：恐惧症让人不知所措 .....	305
A 先生的痛苦：广场恐惧症 .....	306
小心“呼吸过度”：情绪影响身体状态 .....	308
突然瘫痪的张先生：转换性障碍 .....	309
小孩必须被固定在儿童车座上：儿童车座的安全效应 .....	311
<b>第四章 冲动——为什么有时感觉很直接 .....</b>	<b>314</b>
“浓情巧克力”和《爱尔兰咖啡》：爱情快餐化不可取 .....	314
“撞骗”和“概率盲”：大数法则和小数法则 .....	316
“闪婚闪离”：责任心与不成熟 .....	317
分清抱怨还是倾诉再提供建议：人心立场各不同 .....	319
曲线物体更有爱：外形影响印象 .....	321
“双鸟在林不如一鸟在手”：简约的观点易为大众所接受 .....	322
到处找自己手里的手机：看不见的思维盲点 .....	324
左拥右抱别炫耀：花心也是病 .....	325
<b>第五章 目眩——我们怎样被色彩迷惑 .....</b>	<b>327</b>
被子多为淡蓝色和白色：肌肤对色彩有感觉 .....	327
快餐店不适合等人：色彩混淆人的时间感 .....	328
“绿动你的心”：冷色的镇定作用 .....	329
外科医生为何穿绿衣服：补色产生错觉 .....	331
银白色汽车最安全：膨胀色清晰度高 .....	333
色彩也能动：视觉上的动静感 .....	334
波利菲尔大桥的自杀者：色彩影响情绪 .....	335
男女对数码产品颜色喜好不同：性别与色彩 .....	336
特种兵脸上的颜料：降低注意力 .....	337
田径跑道一定是红色的吗 .....	338
颜色能减肥：色彩降低食欲 .....	339
绿色光环境：调出保健灯光 .....	340
厨房的“以色为名”：室内色彩搭配影响情绪 .....	341





## 第六篇 不让非理性蒙蔽双眼

<b>第一章 假象——我们如何应对生活中的骗局</b> .....	344
虚荣的柳芳：撒谎成瘾 .....	344
我们正在失去以前的大脑吗：乌比冈湖效应 .....	345
小心身边的眼泪攻势：“逃离现场” .....	347
笔仙来了：巴纳姆效应以全赅偏 .....	348
让总统无奈的推销术：名人效应显公信力 .....	350
处理商品的陷阱：利用消费者买便宜货心理 .....	351
“特价”“打折”策略：商家的价格迷雾 .....	352
“中奖”营销：消费者提高心理防线 .....	353
马歇尔的“消费者剩余”：低价买卖的秘密 .....	355
<b>第二章 失常——为什么“变态”的事情时有发生</b> .....	357
休息之后还是疲惫：星期一综合征 .....	357
涂露露的3个人格：人格分裂症 .....	358
溶洞里的一年时光：孤独综合征 .....	360
“相亲黄金周”：相亲综合征 .....	362
公交车上狂刷银行卡：假期综合征 .....	363
香港“魔警”：分裂型人格障碍 .....	365
《雨人》：自闭症 .....	366
只偷内衣的贼：恋物癖 .....	369
当“我”不是我的时候：人格解体障碍 .....	370
过于依赖的海藻：依赖型人格障碍 .....	372
<b>第三章 盲目——为什么我们的决定受大众影响</b> .....	374
米尔格拉姆实验：再议权威 .....	374
阿密绪人的“不受教育权”：阿罗不可能性定理 .....	376
公交车上的悲剧一幕：旁观者效应显冷漠 .....	378
众人拾柴火焰未必高：企业的规模报酬 .....	379
购买音乐会套票便宜得多：套票包含的内在逻辑 .....	381
<b>第四章 强迫——为什么会做自己不欣赏的事</b> .....	383
高跟鞋再难受也要穿：乌托邦式冲动 .....	383
“奇迹”不能强行创造：不需独自承揽所有责任 .....	384



女工离婚情非得已：理性经济人 .....	387
对没兴趣的活动感觉好：强化角色实践 .....	389
说脏话让人痛快：释放被压抑的攻击本能 .....	391
不要总是说“谢谢”：拉远与人的心理距离 .....	392

## 第七篇 社会生活中的防守

<b>第一章 透视——我们怎样瞬间看穿别人 .....</b>	<b>396</b>
抓小偷的杨小乔：安慰行为很重要 .....	396
吸烟有害心理：透过吸烟方式看内心 .....	398
你就是你所穿的：以衣看人 .....	399
手机个性化：看手机识人 .....	401
大学生菜刀砍人：笔迹学 .....	402
提包与安全感：提包也反映人心的一面 .....	404
政要们的领带：从细节看心理活动 .....	406
心理学家的梦境分析：鞋与精神世界有关 .....	407
喝酒握杯方式：简单动作背后的大学问 .....	409
语速背后的奥秘：传递着人的心理 .....	410
<b>第二章 掌控——我们如何克服非理性 .....</b>	<b>413</b>
瞎忙的安德鲁·伯利蒂奥：吝啬时间 .....	413
生日隐含着怎样的秘密：时间心理学 .....	415
高薪者存款反低于低薪者：制订科学的理财计划 .....	417
借口不是好习惯：不找借口找方法 .....	419
这里的海水也能喝：经验主义要小心 .....	420
超出想象的 10 倍力量：在反省中成长自我 .....	422
哈佛的天之骄子：设定目标是真正人生的开始 .....	424
小王的“屈光不正”：脏脸博弈的“共同知识” .....	425
迷信害死人：查尔斯·巴斯克维尔效应 .....	427
黑珍珠成为稀世珍宝：锚定效应不可忽视 .....	428
<b>第三章 选择——为什么有人我行我素，有人从善如流 .....</b>	<b>430</b>
喜马拉雅山的猴子：快乐可以自己制造 .....	430
和尚买梳子：提取有效信息 .....	432





“双六”的概率：控制错觉定律 .....	434
有趣的海报实验：人类对未完成的事情充满悔恨 .....	436
权威的決定不一定是對的：機長綜合症 .....	437
專家理財意見：做好投資人 .....	438
不折不扣的細節狂：大權掌小權放 .....	441
波音公司為什麼不自己生產零件：企業邊界 .....	442
貼廣告還是找經紀人：你付出的其實是信息租金 .....	444
<b>第四章 積極——怎樣提升幸福感 .....</b>	<b>447</b>
為何我們沒比父輩更幸福：生活中的“比較” .....	447
錢和幸福不能畫上等號：物質只是精神的載體 .....	449
我是基層員工我自豪：認同組織的目標和價值 .....	451
幸福沒有永遠：快樂是遞減的 .....	454
“人鮑魚之肆，久而不聞其臭”：感覺適應讓人感覺麻痺 .....	455
製造“微笑模式”：快樂可以自制 .....	456
養狗讓我們更快樂：寵物對交往和身體的作用 .....	457
快樂的皮克：“快樂水車”轉不停 .....	459
幸福就是坐在適合自己的位置上：正確定位是幸福的開始 .....	460
<b>第五章 關係——為什麼獨立的人之間會互相牽連 .....</b>	<b>462</b>
人為什麼要“趕時髦”：每個人趕時髦的心理不盡相同 .....	462
為何會有禁煙區：經濟學上的外部性 .....	463
情景喜劇的“笑”點：觀眾受從眾心理影響 .....	464
怎樣吸引他人來接近：NASCR 法則 .....	466
搶著埋單是為哪般：互惠不能忘 .....	467
你的“鐵杆同盟”就像有引力的磁石 .....	469
多方交流多用“我們”：“卷入效果”帶動共鳴 .....	471
“床前明月光”和“朱砂痣”：禁果效應的美化效果 .....	472
情緒怪圈：壞情緒的轉移 .....	473
“大度”的李教授：立場同化 .....	475
家和離不開姑嫂親：姑嫂關係要打好 .....	477
為何有人約會故意遲到：對主導權的渴望 .....	479



## 第八篇 应对变幻的世界

第一章 引爆——怎样从默默无闻到与众不同 .....	482
最热情的棒球运动员：激情鞭策成功 .....	482
世界比你想象的复杂吗：不必忧思过度 .....	484
害怕上班的毕业生：受挫心理让人退却 .....	485
这份工作“值不值”：价值观起作用 .....	487
警惕“心理污染”：办公室环境影响情绪 .....	489
为何你乐意和能带来报偿的人交往：吸引的回报理论 .....	490
“尽信书则不如无书”：培养批判性思维 .....	491
幸运儿不是天生的：运气可以自己培养 .....	493
日事日毕，日清日高：OEC管理法 .....	495
第二章 埋单——我们到底消费的是什么 .....	498
电影院会让自己亏本吗：不要小看互补品 .....	498
商场打折有“阴谋”：应理性消费 .....	500
疯抢不需要的东西：示范效应的魔力 .....	501
假货卖高价：印象重要 .....	503
花店的“诡计”：投机心理不理性 .....	504
聚合经营：马太效应 .....	506
《与旧睡袍别离之后的烦恼》：配套效应 .....	507
美国的服务员也薪资不低：可观的小费 .....	508
旅游门票向当地人优惠：自身价格弹性 .....	510
商家是如何定价的：固定成本和可变成本 .....	513
选择怎样的商店才更划算：交易成本的考虑 .....	514
第三章 两性——男女眼中的彼此都是怎样的 .....	517
我就是喜欢他，不喜欢你：喜欢一个人需要理由 .....	517
男人更易出现中年危机：中年男女精神追求不一样 .....	519
你知道“作女”吗：过剩的女性自我意识 .....	520
一样的品质不一样的评价：“恋男”和“婚男”标准迥异 .....	521
挑战自我的女强人：“自我实现”需求 .....	523
王老五的“短期租赁”和“清仓思维”：求爱需求 .....	525
酒后猛打电话的男人：压抑和限制的释放 .....	527