

<<经济心理学>>

图书基本信息

书名：<<经济心理学>>

13位ISBN编号：9787512325142

10位ISBN编号：7512325142

出版时间：2012-2

出版时间：中国电力出版社

作者：孙科炎，董晓孝 著

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<经济心理学>>

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。

<<经济心理学>>

内容概要

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。

<<经济心理学>>

作者简介

孙科炎

北京华通管理咨询公司总经理，企业经营管理、项目策划咨询实战派专家，对组织经营管理、企业群体行为等问题颇有研究，长期从事教育管理、工业生产管理、文化产业创意等多种项目的组织与策划。

作者近十年来潜心研究管理学和心理学，出版相关著作十多部。

<<经济心理学>>

书籍目录

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 萨繆尔森

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。

<<经济心理学>>

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 |

<<经济心理学>>

| | |
|--|-----|
| 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 | 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 |

<<经济心理学>>

章节摘录

约束条件 像经济学家一样思考 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是两回事。

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，重要的是一艘隋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。

<<经济心理学>>

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。

P2-4

后记

闻悉本书即将出版，不胜感慨。

本书从最初的调查研究到中途的设计与写作，再到随后的审阅出版等，经历了一个艰难且辛苦的过程，但同时也是一个自我学习的过程。

这样说的原因在于，围绕本书的研究与写作，我们获得了专家大量的帮助，包括资料收集论证上的协助，具体写作过程中的指导，以及心智上的点拨。

还需特别说明的是，本书的创作融入了团队的智慧，我们团队中的大部分人都参与了本书的撰写或资料调查、收集和分析工作。

这些人包括孙健、洪少生、孙科柳、洪少萍、李瑞文、秦术琼、宋松红、谭海燕、谭汉贵、王晓荣、杨兵、杨选成、袁雪萍、孙东风、孙丽、程丽平、武义龙、李国旗、高垒、石强、孙科江、李京静、邵帅等。

在此，对以上人员衷心地表示谢意！

作者 2011年10月于北京

<<经济心理学>>

媒体关注与评论

我们每天需要的食物和饮料，不是出自屠夫、酿酒家和面包师的恩惠，而是出于他们自利的打算。

——经济学之父亚当·斯密 由俭入奢易，由奢入俭难。

——北宋政治家、文学家司马光 你可以使一只鸚鵡成为经济学家，但前提必须是让它明白“供给”与“需求”。

——美国经济学泰斗 萨缪尔森 随着信息的膨胀，有价值的不再是信息，而是公众的注意力；“硬通货”不再是美元，而是公众的关注度。

——诺贝尔经济学奖获得者赫伯特·西蒙 正确的行动路线，必然是对所有人愉悦度与痛苦度最佳权衡的结果。

而这个结果，意味着效用的最大化。

——英国功利主义哲学家杰里米·边沁

<<经济心理学>>

编辑推荐

孙科炎、董晓孝所著的《经济心理学》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。

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。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>