



更多精品免费文档,请访问我的文库:

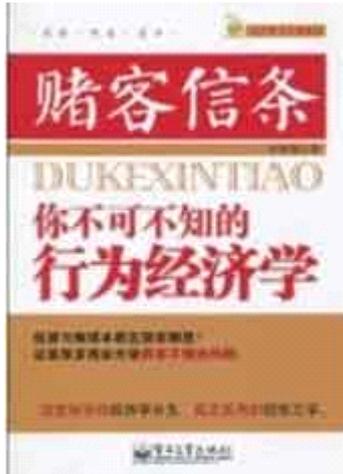
http://wenku.baidu.com/public?un=zhwyl&tn=uc_public

赌客信条：你不可不知的行为经济学

作者：孙惟微

【内容简介】

赌客信条：你不可不知的行为经济学如果你需要阅读一本耐读、有趣、思想



深刻的行为经济学读物，那么本书正是最理想的选择。作者从商业、生活、处事、投资等角度将行为经济学讲述得深入浅出。更难得的是作者的语言生动活泼，善于比喻和设问，能够把深奥的理论分析得鞭辟入里、引人入胜。行为经济学堪称真正的“经世之学”，它与我们的现实生活息息相通。投资、理财、购物、决策，甚至人生规划、政策制定都要用到它。掌握行为经济学的关键原则，对我们的生活，甚至人生是相当有益的。取势、明道、优术。

第1节：博彩背后的心理学与经济学(1)

〈推荐序〉

博彩背后的心理学与经济学

中国金融学会金融工程专业委员会委员

金融量化分析与计算专业委员会副主任

北京外国语大学国际商学院副教授

赌客与赌徒，一字之差，却有天壤之别。成功的赌客，积极而又审慎地面对人生中遇到的各种不确定情形下的博弈（选择）。说他们积极，是因为很多时候他们是彩市、股市乃至房市上的积极参与者，他们把博弈看成投资，付出的是金钱和时间，但收获的却总是快乐；他们不会沉溺其中而不能自拔，因为他们深知，人生将不得不面对各种各样的选择。

人生而需要面对未来，而未来总有诸多的不确定性，但却总需要我们在“今天”做出抉择，因人生而为赌客。不确定性的来源主要有两种：自然的不确定性与其他赌客采取行动的不确定性。对前者尽管人们总是抱怨“天有不测风云”，但其实很多时候天还是可预测的，犹如天气预报一样。而后者却要复杂得多，所谓“人心叵测”，概因各人对生活中的不确定性的态度各异之故。

传统经济学假定“经济人”有着极大的理性和自由的意志，总是在可能的范围内追求最大的私利，因而也总是追求效率的。但当我们把当代心理学理论与技



术和对人类进化的研究应用到人类市场行为的研究中，却发现传统经济学中的经济人理论频频出错，极度缺乏说服力。我们原本是很不理性的生物，既受当代文明发展出来的逻辑和有意识的理性所驱动，也受人类数十万年进化而来的潜意识情绪所驱动，而有时后者的影响会更大。

中国改革开放 30 年，应该说所有人的生活水平都得到了很大程度的改善，但为什么厌世自杀者反而比以前更多？对生活不满意者也比以前更多？只有卡尼曼等人创建的行为经济学可以对此给出很好的解释。

为此你需要了解行为经济学。但要让普通人去读卡尼曼和史密斯的原著和论文，还是太难了，即使是一些介绍行为经济学的著作也难以读下去。但是，每一个人都可以轻松地读完这本《赌客信条》，因为它不是一本介绍行为经济学的纯理论或学术著作，它汇总了诸多行为经济学研究的有趣案例，也正是这些有趣的案例，把复杂的行为经济学概念和理论阐述得深入浅出，使它兼备了畅销书的知识性和趣味性。

第 2 节：博彩背后的心理学与经济学(2)

我曾经给学生们讲授概率论与数理统计，其中的大数法则（Law of large numbers）——在随机事件的大量重复出现中，往往呈现几乎必然的规律，这类规律就是大数法则。在试验不变的条件下，重复试验多次，随机事件的频率近似于它的概率。

对此知识点，无论是实例讲解，还是理论推导，学生们的掌握并不深刻。但我相信，通过《赌客信条》中的源于生活的实例，学生们会很好地掌握大数法则的精髓。

你是否收到过这类短信：

请直接把钱打到工商银行卡号 6220219……谢文军

这叫“撞骗”，是一种传统骗术。版本甚多，比如寄中奖信、打中奖电话、发电子邮件。

也就是骗子像没头苍蝇一样乱撞，“有枣没枣打一杆子”或许能“瞎猫捡个死老鼠”。

是不是觉得骗子很蠢？但其行为在数理上是被支持的。

只要发出的短信足够多，其成功率非常稳定，合乎大数法则。

福建的某个小镇，众多乡亲都从事这个行当，短信群发器在这个偏远小镇非常普及。当警察抓获了这批刁民后，奇怪的是，过了很长时间了，居然还有人不断地往查获的卡上汇钱。



有人曾做过统计,类似这种垃圾短信,每发出一万条,上当的人有七到八个,成功率非常稳定。人过一百,形形色色。一万个人里面,总会有几个“人精”,几个笨蛋,这是可以确定的。当然,也肯定会有几个爱恶作剧的人。有人收到这种短信,会忍不住打电话调戏骗子。

究其根源,都是由于大数法则的作用。在社会、经济领域中,群体中个体的状况千差万别,变化不定。但一些反映群体的平均指针,在一定时期内能保持稳定,或呈现规律性的变化。

大数法则是保险公司、赌场、撞骗的骗徒,赖以存在的基础。其实也应该成为我们赌客走向成熟的必备课程。

这样的实例,或许不会使你成为万人中鲜有的骗钱“人精”,因为那必然还需要罪犯的胆大妄为;但至少你可以避免成为那万人中少有的倒霉蛋。《赌客信条》中还有很多启发我们思考的类似案例,此书也应该成为我们必备的实用手册。

我向你们推荐《赌客信条》,因为它无疑是一本非常值得一读的书,它既可以充当我们的行为经济学入门读物,也可以成为引导我们思考关于经济人理性与非理性假设合理性的力量。

总之,我相信读者定能从本书的阅读中获得一些乐趣和知识。

第3节:人人需要的行为经济学 (自序)

人人需要的行为经济学

传统经济学认为:人是绝对理性的,此即“经济人”理性假设。经济学的理论大厦,是建立在“经济人”理性假设的基础上的。

理性幻象与感性现实

假设就是假设,本不值一驳。

生而为人,就注定要犯错误,纵使巴菲特、索罗斯之类的奇才也概莫能外。

如果经济学不是“经世之学”,谁又会和它较真呢?正是经济学的这种身份,理性人假设常会让它有时显得欲振乏力。

注定,经济学要发生一场改良甚至革命。

1979年,行为经济学(Behavioral Economics)应运而生。它由犹太心理学家卡尼曼和特韦斯基共同创立。

行为经济学向传统经济学发难的着力点,正是“经济人”理性假设。



行为经济学指出，人类的种种“非理性”的行为，不是偶然的发挥失常，而是普遍存在的。因此，有必要对传统经济理论模型进行修正。

从边缘到主流

行为经济学是经济学与心理学的交叉学科。它扮演着传统经济学的“理论警察”角色。它把传统经济理论拿来验证，指出其谬误与不足。

2002年，诺贝尔经济学奖终于授予了行为经济学的先驱——美心理学家丹尼尔·卡尼曼。

这标志着行为经济学从此被承认，异端变为正统。

同时也为经济学研究指明了新的发展方向。

多年来被经济学家们嘲笑、挖苦的行为学及相关的心理学研究也结合经济学的内容，摇身一变成为行为经济学，并逐渐成为世界上最好大学的经济系，如哈佛经济系博士项目的基础课程。

知识本为一体，把它们分割为条条框框，只是基于我们的软弱。

第4节：你不可不知的行为经济学(1)

有趣、有益的实用学问

行为经济学是一门有趣的学问，不少地方让人在莞尔之余感到“此中有真意”。

这本书的诸多理论，是由假设的赌局推演而来，所以将其命名为《赌客信条》。

行为经济学已经发展成为经济学的一个重要分支，其研究成果直接辐射到各商业分支功能如金融、营销、管理和会计等方面。

行为经济学堪称真正的“经世之学”，它与我们的现实生活息息相通。投资、理财、购物、决策，甚至人生规划、政策制定都要用到它。掌握了其关键原则，对我们的生活、甚至人生是绝对有益的。

第5节：你不可不知的行为经济学(2)

智者之虑，必杂于利害。

——《孙子·九变》

这门源自赌博的科学，必将成为人类知识中最重要的部分。大部分生活中最



重要的问题，都只是概率的问题。

——拉普拉斯

传统经济学认为，人是理性的，并追求利益的最大化。你算得上是一个理性的人吗？在这个不确定的世界里，你的选择倾向是什么？

10 亿美元一次，你愿意吗

先假设一个赌局，导入两个概念。

10 亿美元一下，你愿意吗？

有一个无聊又古怪的大亨要和你打一个赌：一张 10 亿美元的现金支票，一把能装 6 枚子弹的转轮手枪，只装一枚，并随机转动弹匣。只要对着你的头扣动扳机。如果你还活着，就可以把支票拿去兑现。你愿意赌一次吗？

这是笔者在某网站发起的投票。近 26 000 名网友，在权衡利弊后，做出自己的抉择。

风险喜好 (risk loving)：决策者常常会不顾可能发生的危险，仍实施某项行为和进行某项决策活动。

风险厌恶 (risk averse)：也叫风险规避。这种决策者较保守，回避可能发生的风险。

在这个例子中，其中 45% 的网友选择了“愿意”，是“风险喜好者”；另外 55% 的网友是“风险厌恶者”。

这种赌局叫俄罗斯轮盘，在这无妄的世界里，很多事与俄罗斯轮盘一样邪门。

其实，人的风险偏好不是一成不变的。笔者后来又做了一个投票。

假设你患有一种小贵恙。不做手术，不影响生命，仅仅感觉不适。做手术，有 83% 的成功率，手术失败则毙命。你会选择进行这个手术吗？

投票结果是，有 67% 的网友选择了做手术。正如一名叫夏君的女网友所言：“很多手术都是有危险的，但不能为了能活命就不要去治啊。好比女人生小孩都会有一定的危险，难道就一辈子不要生小孩？”

当然，这只是一次虚拟的赌局，并不能真正测出人的风险偏好。面对真实的世界，宣称“生命诚可贵”的人，可能会禁不起金钱的诱惑，勇闯鬼门关。崇尚“富贵险中求”的人，面对死亡的威胁，也可能放弃赌博。

人类决策、抉择有什么规律？这正是本书所要探讨的问题。



通胀预期下，你会买楼吗

在楼市低迷的时候，地产商潘石屹的某座楼盘，打出这样的广告：“三里屯 SOHO，抵御资金缩水。”

潘石屹有没有研究过前景理论（预期理论），不得而知，但这个很直接的广告，却包含着行为经济学的智慧。

前景理论（预期理论）关乎每个人的日常抉择，举个例子。

假设你有 100 万元存款，你认为最好的投资途径是买楼。

现在有一间标价 100 万元的房子，在未来一年里，涨价 30%的可能性为两成，跌价 30%的可能性为八成。

你会买它吗？

显然，大部分人不会买，但我们增加一个条件，情形就会变化。

同时，你发现日用品价格在悄悄攀升，你那 100 万元存款，存在银行不动的话，在未来一年里贬值 20%的可能性为九成。

在此种情况下，你会买楼吗？

类似这种抉择，都可以在“前景理论”（Prospect Theory）里找到答案，让你知其然，又知其所以然。

前景理论

前景理论是卡尼曼（Kahneman）和特韦斯基（Tversky）在 1979 年提出的。所有关于行为经济学的著作，都绕不开这个理论。

第 6 节：你不可不知的行为经济学(3)

曾有一位著名的财经编辑问过卡尼曼，为什么将他们的理论称为“前景理论”，卡尼曼说：“我们只想起一个响亮的名字，让大家记住它。”

也有学者将“前景理论”翻译为“预期理论”，在不同的风险预期条件下，人们的行为倾向是可以预测的。

前景理论由下面 4 个原理组成，本章先介绍 3 个。

1.确定效应：在确定的好处（收益）和“赌一把”之间，做一个抉择，多数



人会选择确定的好处。

2.反射效应：在确定的坏处（损失）和“赌一把”之间，做一个抉择，大多数人会选择“赌一把”。

3.损失规避：多数人对损失比对收益更为敏感。

4. 参照依赖：多数人对得失的判断往往由参照点决定。

前景理论是对经济学的一个重要内容——风险决策理论的修正。关于风险决策理论，本书第 13 章有比较详细的介绍。

你是个“见好就收”的人吗

所谓确定效应，就是在确定的好处（收益）和“赌一把”之间，做一个抉择，大多数人会选择确定的好处。用一个词形容就是“见好就收”，用一句话打比方就是“二鸟在林，不如一鸟在手”，正所谓落袋为安。

让我们来做这样一个实验。

A.你一定能赚 30 000 元。

B.你有 80%可能赚 40 000 元，20%可能性什么也得不到。

你会选择哪一个呢？

实验结果是，大部分人都选择 A。

传统经济学中的“理性人”这时会跳出来批判：选择 A 是错的，因为 $40\,000 \times 80\% = 32\,000$ ，期望值要大于 30 000。

这个实验结果是对“原理 1”的印证：大多数人处于收益状态时，往往小心翼翼、厌恶风险、喜欢见好就收，害怕失去已有的利润。卡尼曼和特韦斯基称为“确定效应”（certainty effect），即处于收益状态时，大部分人都是风险厌恶者。

“确定效应”表现在投资上就是投资者有强烈的获利了结倾向，喜欢将正在赚钱的股票卖出。

投资时，多数人的表现是“赔则拖，赢必走”。在股市中，普遍有一种“卖出效应”，也就是投资者卖出获利的股票的意向，要远远大于卖出亏损股票的意向。这与“对则持，错即改”的投资核心理念背道而驰。

第 7 节：你不可不知的行为经济学(4)

小贴士：虚拟确定效应



营销学里，有一种促销手段类似确定效应，姑且称为“虚拟确定效应”。

比如，一家洗衣店打出告示，一次洗三件，可以免费洗一件。

这种让利方式要好于平均降价 25%。对人民群众来说，完全免费，要比打个折扣更具有吸引力，虽然羊毛出在羊身上。

因为小损失，甘冒大风险

面对两种损害，你是会选择躲避呢，还是勇往直前？

当一个人在面对两种都损失的抉择时，会激起他的冒险精神。在确定的坏处（损失）和“赌一把”之间，做一个抉择，多数人会选择“赌一把”，这叫“反射效应”。用一句话概括就是“两害相权取其轻”。

让我们来做这样一个实验。

A.你一定会赔 30 000 元。

B.你有 80%可能赔 40 000 元，20%可能不赔钱。

你会选择哪一个呢？投票结果是，只有少数人情愿“花钱消灾”选择 A，大部分人愿意和命运抗一抗，选择 B。

传统经济学中的“理性人”会跳出来说，两害相权取其轻，所以选 B 是错的，因为 $(-40\,000) \times 80\% = -32\,000$ ，风险要大于 -30 000 元。

现实是，多数人处于亏损状态时，会极不甘心，宁愿承受更大的风险来赌一把。也就是说，处于损失预期时，大多数人变得甘冒风险。卡尼曼和特韦斯基称为“反射效应”（reflection effect）。

“反射效应”是非理性的，表现在股市上就是喜欢将赔钱的股票继续持有下去。统计数据证实，投资者持有亏损股票的时间远长于持有获利股票。投资者长期持有的股票多数是不愿意“割肉”而留下的“套牢”股票。

捡到 100 元的快乐，不敌丢失 100 元的痛苦

如何理解“损失规避”？用一句话打比方，就是“白捡的 100 元所带来的快乐，难以抵消丢失 100 元所带来的痛苦”。

前景理论最重要也是最有用的发现之一是：当我们做有关收益和有关损失的决策时表现出的不对称性。对此，就连传统经济学的坚定捍卫者——保罗·萨缪尔森，也不得不承认：“增加 100 元收入所带来的效用，小于失去 100 元所带来的效用。”



第 8 节：你不可不知的行为经济学(5)

这其实是前景理论的第 3 个原理，即“损失规避”(loss aversion)：大多数人对损失和获得的敏感程度不对称，面对损失的痛苦感要大大超过面对获得的快乐感。

行为经济学家通过一个赌局验证了这一论断。

假设有这样一个赌博游戏，投一枚均匀的硬币，正面为赢，反面为输。如果赢了可以获得 50 000 元，输了失去 50 000 元。请问你是否愿意赌一把？请做出你的选择。

A.愿意

B.不愿意

从整体上来说，这个赌局输赢的可能性相同，就是说这个游戏的结果期望值为零，是绝对公平的赌局。你会选择参与这个赌局吗？

但大量类似实验的结果证明，多数人不愿意玩这个游戏。为什么人们会做出这样的选择呢？

这个现象同样可以用损失规避效应解释，虽然出现正反面的概率是相同的，但是人们对“失”比对“得”敏感。想到可能会输掉 50 000 元，这种不舒服的程度超过了想到有同样可能赢来 50 000 元的快乐。

由于人们对损失要比对相同数量的收益敏感得多，因此即使股票账户有涨有跌，人们也会更加频繁地为每日的损失而痛苦，最终将股票抛掉。

一般人因为这种“损失规避”(loss aversion)，会放弃本可以获利的投资。

迷恋小概率事件

买彩票是赌自己会走运，买保险是赌自己会倒霉。这是两种很少发生的事件，但人们却十分热衷。前景理论还揭示了一个奇特现象，即人类具有强调小概率事件的倾向。何谓小概率事件？就是几乎不可能发生的事件。

比如天上掉馅饼，这就是个小概率事件。

掉的是馅饼固然好，但如果掉下来的不是馅饼而是陷阱呢？当然也属于小概率事件。

面对小概率的赢利，多数人是风险喜好者。

面对小概率的损失，多数人是风险厌恶者。



事实上，很多人都买过彩票，虽然赢钱可能微乎其微，你的钱 99.99% 的可能支持福利事业和体育事业了，可还是有人心存侥幸搏小概率事件。

第 9 节：你不可不知的行为经济学(6)

同时，很多人都买过保险，虽然倒霉的概率非常小，可还是想规避这个风险。人们的这种倾向，是保险公司经营下去的心理学基础。

在小概率事件面前人类对风险的态度是矛盾的，一个人可以是风险喜好者，同时又是风险厌恶者。传统经济学无法解释这个现象。

小概率事件的另一个名字叫运气。侥幸，就是企求好运，邀天之幸。孔子很反感这种事，他说：“小人行险以侥幸。”庄子认为孔子是个“灯下黑”，他借盗跖之口评价孔子：“妄作孝弟，而侥幸于封侯富贵者也。”对小概率事件的迷恋，连圣人也不能免俗。

厌恶的只是损失

前景理论指出，在风险和收益面前，人的“心是偏的”。在涉及收益时，我们是风险的厌恶者，但涉及损失时，我们却是风险喜好者。

但涉及小概率事件时，风险偏好又会发生离奇的转变。所以，人们并不是风险厌恶者，他们在他们认为合适的情况下非常乐意赌一把。

归根结底，人们真正憎恨的是损失，而不是风险。

这种损失厌恶而不是风险厌恶的情形，在股市中常常见到。比如，我们持有一只股票，在高点没有抛出，然后一路下跌，进入了彻彻底底的下降通道，这时的明智之举应是抛出该股票，而交易费用与预期的损失相比，是微不足道的。

扪心自问，如果现在持有现金，还会不会买这只股票？你很可能不会再买吧，那为什么不能卖掉它买别的更好的股票呢？也许，卖了它后损失就成了“事实”吧。

禀赋效应

如果需要用一个词来形容禀赋效应，那就是“敝帚自珍”——自家的破扫帚也比别人家的新扫帚更有价值。

行为经济学的另一位重要开创者——理查德·泰勒教授，曾经找了一些加拿大的学生做过这样一个实验：

第 1 组：泰勒教授准备了几十个印有校名和校徽的马克杯，这种马克杯在学校超市的零售价是 5 元，在拿到教室之前，教授已经把标价签撕掉了。泰勒来到



课堂上，问学生愿意花多少钱买这个杯子（给出了 0.5 元到 9.5 元之间的选择）。

第 10 节：你不可不知的行为经济学(7)

第 2 组：泰勒教授同样地来到第二个教室，但这次他一进教室就送给每个同样这样一个杯子。过了一会儿教授说由于学校今天组织活动开大会，杯子不够，需收回一些。老师让大家每人都写出自己愿意以什么价格卖出这个杯子（给出了 0.5 元到 9.5 元之间的选择）。

实验结果显示，在第 1 组中，学生平均愿意用 3 元钱的价格去买一个带校徽的杯子；而到了第 2 组，当需要学生将已经拥有的杯子出售，出价陡然增加到 7 元钱。

相对于获得，人们非常不乐意放弃已经属于他们的东西。泰勒把这种现象称为“禀赋效应”。

禀赋效应（endowment effect）指的是同样一件商品，一旦人们拥有这件商品，相对于还未拥有这件商品的人而言，会对此商品估计一个更高价。

是什么造成了禀赋效应呢？是人们高估了他们所拥有的东西的价值，还是与自己拥有的东西分开会带来痛苦？

再看另一个实验。

首先，要求学生们对 6 种赠品的吸引力进行排序，然后将一种不太有吸引力的赠品——一支钢笔发给了班上一半的学生，另一半的学生可以选择一支钢笔或者两块巧克力。只有 24% 的学生选择了钢笔。

接下来，早先得到钢笔的学生如果愿意的话可以将钢笔换成巧克力。尽管大多数学生将钢笔的吸引力排在巧克力之后，56% 早先得到钢笔的学生并没有选择将钢笔换成巧克力。

从这里可以看到，人们似乎并没有高估自己所拥有的东西的价值，人们可能更多地是受到放弃自己的东西而产生的痛苦的影响。

禀赋效应是损失规避的一种表现形式。

幼犬效应

现实生活中，一些商家会提供产品的“试用期”。比如顾客可以先免费试用该产品 15 天，试用期满后如果顾客愿意可以选择退回该产品。然而，到那时该产品已经像是家中财产的一部分了，禀赋效应使得人们不愿意归还而更愿意购买该产品。



禀赋效应在某些营销书籍里变身为“幼犬效应”，是一种常见的营销技巧，行为经济学家则称为“所有权依赖症”。

第 11 节：你不可不知的行为经济学(8)

父母去领孩子们逛街，路过宠物店，孩子们围着小狗不忍离去。店主和小孩家长认识，慷慨地说：“把它带回家去过周末吧。如果它跟你们合不来或者你们不喜欢它了，星期一早上再把它送回来就行。”

他们如何能抵挡这样的诱惑！头两天真是快乐无比。大家争着去遛狗，看见小狗憨态可掬就哈哈大笑，它整晚嚎叫也会有人为它开脱：“哎，它还是一只小狗呢。”

星期一是上班和上学的日子，他们在不知不觉中发觉这只狗已属于他们了。想还给店主的念头，被离别的痛苦战胜了。这个例子中店主对顾客也是非常公平的，允许他们先试试再最后决定。

某家滤水器公司也采用同样的方法，销售人员提供自来水过滤器，借你用半个月。你一旦用惯了纯净水，就不会愿意再喝带漂白粉味的茶或咖啡。这种做法来自同样的思路，同样的方法。

汽车行也会借车给那些有购车能力者试驾，这样做是希望你一旦尝试了来自邻居艳羡的眼光、朋友的赞誉的滋味后，就不愿意再送还这辆汽车。当然，除非你有更中意的车型。

所以，当你再次看到某种“不满意七天可以退货”的商品，就要提醒自己，或许真的可以退货，但把一件商品带回家试用，“所有权依赖症”就开始在你身上要起作用了。

让“试行办法”成为正式策略

禀赋效应，也可用于日常事务。

几个朋友一起做生意，你想出一个新点子。但你也知道，要你的合伙人接受你的方案可能有点困难。

为了让合伙人接受这个建议，一种策略是建议先试行一小段时间。

你可以说：“让我们摸着石头过河，这个办法先试半个月，看看情况，不行我们再改回来。”

这种“试行策略”更容易让人接受。如果你的方案确实还可以，一般人就不愿再做新的变革。



这是一种迂回的说服术，但可帮你达到想要的结果。

延伸阅读

俄罗斯轮盘赌与投资行为

第 12 节：你不可不知的行为经济学(9)

在一些影视作品中，有一种非常邪恶的赌博游戏——俄罗斯轮盘赌（Russian Roulette）。

其规则是：在左轮手枪的六个弹槽中放入一颗或多颗子弹，任意旋转转轮之后，关上转轮。游戏的参加者轮流把手枪对着自己的头，扣动扳机；中枪的当然是自动退出，怯场的也为输，坚持到最后的就是胜者。旁观的赌博者，则对参加者的性命压赌注。

第一次世界大战中，沙俄战败，军营里弥漫着悲观的气氛。对未来感到迷茫的士兵，想出了这种残酷的游戏来排遣苦闷。所以这种赌博方式被称为“俄罗斯轮盘赌”。

1978 年，摇滚乐团 Chicago 的主唱 Terry Kath 表演这种游戏时被爆头，弥留之际口里还不停地念叨：“没事，这一发没装子弹。”

现实生活中的许多投机行为，与俄罗斯轮盘赌的风险并无本质不同。在人类投机的历史中，充斥着许多富豪输掉全部财富的故事。

而一些高风险的投资行为，往往会被业内人士包装成“低风险”，普通人很难识破。比如“次级债”的风险即便是一些“资深人士”也未曾预料到，此外，金融衍生品市场、认沽权证、外汇保证金交易、黄金期货……无不与高风险相联系。投资家查理·芒格，早在 2006 年就对华尔街的各种金融衍生品这么评述：“把



美国的衍生品的说明看成一条下水道的说法，是对下水道的侮辱！”

“衍生品犹如一把剃刀，你可以用它刮胡子，也可以用它自杀”。在次债危机中被“爆头”的“赌客”数不胜数，这和玩俄罗斯轮盘赌有什么区别？

只要比你小姨子的丈夫（连襟）一年多赚 1 000 块，你就算是有钱人了。

——门肯

乐观者与悲观者的唯一区别是，乐观者看到的是甜甜圈，而悲观者看到的是甜甜圈中的小洞。

——奥立佛·斯通

如果你喜欢苹果胜过橘子，喜欢橘子胜过葡萄，那么你就不能喜欢葡萄胜过苹果。

这是传统经济学的所做假设之一。

第 13 节：你不可不知的行为经济学(10)

行为经济学则证实，不同参照点（或参照系），会影响人们的选择与判断，这正是前景理论所要阐述的第 4 个原理。

同侪悖论

假设你面对这样一个选择：在商品和服务价格相同的情况下，你有两种选择：

A.其他同事一年挣 6 万元的情况下，你的年收入 7 万元。

B.其他同事年收入为 9 万元的情况下，你一年有 8 万元进账。



卡尼曼的这调查结果出人意料：大部分人选择了前者。

事实上，我们拼命赚钱的动力，多是来自同侪间的嫉妒和攀比。

我们对得与失的判断，是来自比较。

嫉妒总是来自自我与别人的比较，培根曾言：皇帝通常不会被人嫉妒，除非对方也是皇帝。对此，美国作家门肯早有妙论：“只要比你小姨子的丈夫（连襟）一年多赚 1 000 块，你就算是有钱人了。”

传统经济学认为金钱的效用是绝对的，行为经济学则告诉我们，金钱的效用是相对的。这就是财富与幸福之间的悖论。

参透得与失

到底什么是“得”，什么是“失”呢？

你今年收入 20 万元，该高兴还是失落呢？假如你的奋斗目标是 10 万元，你也许会感到愉快；假如目标是 100 万元，你会不会有点失落呢？

所谓的损失和获得，一定是相对于参照点而言的。卡尼曼称为“参照依赖”（Reference Dependence）。

老张最幸福的时候是他在 20 世纪 80 年代做“万元户”的时候，虽然现在自己的村镇已经改造成了城市，拆迁补偿也让自己成为了“百万元户”，但他感觉没有当年兴奋，因为邻里都是“百万元户”了。

讲这个故事的用意不难明白，我们就不再进行烦琐的论证了——得与失都是比较出来的结果。

传统经济学的偏好理论（Preference theory）假设，人的选择与参照点无关。行为经济学则证实，人们的偏好会受到单独评判、联合评判、交替对比及语意效应等因素的影响。

参照点（参照系）

第 14 节：你不可不知的行为经济学(11)



参照依赖（前景理论第 4 个原理）：多数人对得失的判断往往根据参照点决定。

一般人对一个决策结果的评价，是通过计算该结果相对于某一参照点的变化而完成的。人们看的不是最终的结果，而是看最终结果与参照点之间的差额。

一样东西可以说成是“得”，也可以说成是“失”，这取决于参照点的不同。非理性的得失感受会对我们的决策产生影响。

小结 前景理论 4 原理：

- 1.确定效应 处于收益状态时，多数人是风险厌恶者。
- 2.反射效应 处于损失状态时，多数人是风险喜好者。
- 3.损失规避 多数人对损失比对收益更敏感。
4. 参照依赖 多数人对得失的判断往往由参照点决定。

参照值影响风险偏好

综合前景理论的 4 个原理，可以推论：改变参照值，就能改变人们对得失的判断，从而改变他的风险偏好。让我们接着“吹水”。

假设你买彩票中奖了，税后 500 万元。一家人开始计划如何用这 500 万元进行投资。最后大家把目光落在对两个都需要投资 500 万元的方案上。

A 方案：加盟肯德基，五年后肯定赢利 200 元万。

B 方案：开一家海鲜酒楼，有 50%的可能性五年赢利 300 元万，50%的可能五年赢利 100 万元。

家庭成员大多数人是风险厌恶者，会选择 A 方案。只有你对 B 方案情有独钟，你该怎么说服他们？

你可以通过改变赢利目标（参照值）来改变大家的偏好。

你可以向他们“摆事实、讲道理”，证明 500 万投资某种稳赚不赔的基金（国债），所赚的都能超过 200 万元，虽然加盟肯德基比较保险，但回报率还是显得



太低。假如这样说得通，你实际上是将赢利目标提高了，比如说 250 万元，那么 A 方案就像是少赚了 50 万元，而 B 方案要么刚超过目标 50 万元，要么少赚 150 万元，这时两个方案的期望值都是负的。

据前景理论，人在面临损失的预期时，就有赌一把的冲动。这时选择有风险的投资 B 方案的可能性将大大增加。

第 15 节：你不可不知的行为经济学(12)

不论是在管理，还是在战争、谈判等方面，低标准的目标往往使人谨慎行事，高标准的目标往往使人敢于冒险。我们可以通过调整参照值影响人对得失的判断，从而调节他们的风险偏好。

交替对比

行为经济学的先驱，已经仙逝的特韦斯基，曾经做过类似这样一个实验。

选出 5 种微波炉，拿给被试者选购。这些人仔细研究这些产品后，有一半的人比较钟情于其中的两种：一种是三星微波炉，售价 110 美元，7 折出售。另一种是松下 A 型微波炉，售价 180 美元，7 折出售。

在做出具体选择时，有 57% 的人选择了三星，另有 43% 的人选择了松下 A 型。

同时，另一组人应要求 3 选 1。包括上面两种产品，以及另外一种松下 B 型微波炉，售价 200 美元，但要 9 折出售。

松下 B 型的价格显然不像另外两种那么优惠，但却使偏向松下 A 型的人显著增加。约有 60% 的人选择松下 A 型，27% 的人选择了三星，另外 13% 的人选择了松下 B 型。



特韦斯基解释说，这是“交替对比”的结果。也就是各种选择之间的利弊相比，会使某些选择显得更有吸引力，或是吸引力为之减少。

客观上讲，我们对一样事务的评价不应该受到与这样事务本身无关因素的影响，也不应该受到评估方式的影响，但事实上这却是难以做到的。正所谓“人比人死，货比货扔”。

中杯效应

某些商品，大份与小份之间成本基本无差别。比如咖啡，大杯与小杯之间的成本差至多不过几毛钱，但是其定价却相差甚远。商家为了促销，常在促销手段上玩点花样。

假设某咖啡馆推出一款咖啡：大杯（620 毫升）19 元，中杯（500 毫升）14 元，小杯（380 毫升）12 元。

理性之选应是“小杯”。除非是对咖啡特别上瘾的人士，小杯咖啡一般可以满足自己的需求。

但是，事实上在“大杯”和“小杯”两个参照值的作用下，大部分人认为选择“中杯”是最稳妥的。所以，人们经常选择“中庸之道”而忘记了真实的需求。

第 16 节：你不可不知的行为经济学(13)

我们买饮料或其他消费品的时候，经常有大、中、小三种型号，很多人会在价格比对的刺激下，选择中号商品。我们把这种选择“中庸之道”而忘记了真实的需求的现象称为“中杯效应”。

特韦斯基通过实验证明：

如果 A 优于 B，大家通常会选择 A。



但是,如果 B 碰巧优于 C, 而且其优点 A 是没有的, 那么许多人就会选择 B。

其主要的理由就是与 C 相比, B 的吸引力显著加强了。

陪衬品只是“药引子”

很多房地产中介, 会毫无怨言地带领客户去到处看房, 有时会故意带客户看两间条件一样、价格明显不同的房子。其实, 中介心里很清楚, 有些路并不是白跑的, 那间同样条件, 价格贵一些的房子只是个陪衬品, 是促使客户签单的“药引子”(或“诱饵”)。

这里再介绍一种“中杯效应”的升级版。比如, 某超市卖有四种不同规格的松露牌消毒液。

第一种 180 毫升, 18 元。

第二种 330 毫升, 32 元。

第三种 330 毫升, 32 元。附赠一瓶 120 毫升的非卖品。

第四种 450 毫升, 42 元。

很明显, 第三种和第四种相比, 净含量是一样的, 却便宜了 10 元钱。第三种和第二种相比价格一致, 却多出了 120 毫升。

消费者可以很明显地感受到这是一种优惠。相信会有很多需要这种消毒液的消费者会选择第三种, 第二种和第四种基本不会有什么销量, 只是陪衬品。

厌恶极端

让我们看看另一项相关的实验得出的一个有趣的结论:

心理学家要一组参与实验的人, 在两种美能达相机之间做选择, 一种是售价 1 700 元的 A 型, 另一种是售价 2 300 元的 B 型。

结果, 选择两种机型的人各占一半。

另一组人则必须在 3 种机型之间做选择, 除了上面这两种机型外, 加上另一种售价 4 600 元的 C 型。

也许你会觉得, 除了选 C 型的人以外, 剩下的人选择 A 型和 B 型的仍然各占一半。

结果出人意料, 第二组有很多人改选了价格适中的 B 型, 比选择最便宜机 A



型的人多出了一倍。

第 17 节：你不可不知的行为经济学(14)

如果在一批选项中，出现了一个中庸的家伙，一般人比较可能青睐它，而不会选择极端。

行为经济学中这种现象称为“厌恶极端”的心理。也就是“中杯效应”。

某厂家推出两款豆浆机，容量、功率相同。

A 型：368 元塑料外壳，干豆豆浆，湿豆豆浆和米糊功能。

B 型：668 元不锈钢外壳，干豆豆浆，湿豆豆浆和米糊功能。

显然，只是外壳材质不同，价格相差将近一倍，很多消费者宁愿选择塑料外壳的 A 型。为了推动 B 型豆浆机的销售，厂家请来了营销策划公司。营销策划公司建议厂家向市场投放少量的 C 型豆浆机。

A 型：368 元塑料外壳，干豆豆浆，湿豆豆浆和米糊功能。

B 型：668 元不锈钢外壳，干豆豆浆，湿豆豆浆和米糊功能。

C 型：968 元不锈钢外壳，干豆豆浆，湿豆豆浆和米糊功能，液晶面板。

这个建议在理论上是可行的。在这三个选项里，顾客选 B 型的可能性大大增加。当然，实际的营销效果还会受到其他因素的影响，比如同行的竞争，消费者的营养观念（不锈钢和豆浆是否会产生化学反应）等，这不在本书探讨的范围。

在星巴克要买小杯咖啡



在北京，星巴克原本有三种规格：大杯、中杯、小杯。

可是，后来菜单上的小杯消失了，只剩下中杯、大杯和特大杯。

笔者去因特网查了一下，得到如下信息。

在美国，星巴克出售的咖啡都分为三种规格：高杯（12 盎司），大杯（16 盎司）和超大杯（20 盎司）。美国星巴克的菜单上并未列出“小杯”，也很少有顾客知道星巴克还有这种“小杯”的存在。但是，如果你一定要找服务生要“小杯”，就能得到老式的 8 盎司杯装咖啡。

星巴克的“菜单革命”或许有其难言之隐。

“小杯”曾是星巴克很畅销的一款产品，但小杯赚钱“太少”。小杯卡布其诺的售价比 12 盎司的高杯少 30 美分，但浓咖啡的量是一样的，又因为它包含的奶泡较少，味道更为浓，不少咖啡迷都喜欢，这也就导致了“中杯效应”的失效。

第 18 节：你不可不知的行为经济学(15)

人质危机

假如你是某国总统。

一群暴徒挟持了一所学校的 600 名师生，向你提出了一系列无理要求，如果不答应就杀害全部人质。

你当然不会答应恐怖分子的要求，因为这可能会招来无尽的要挟。你只能出奇制胜了。

现在有两个备选方案来化解这场危机：



A 方案：会有 200 人获救。

B 方案：会有 33%概率所有人都获救，67%概率所有人都被害。

试问，你会选择哪个方案？

在这个实验中，更多的被试者选择了 A 方案。这两个方案的“数学期望值”其实是一样的。

框架效应

接着，让我们再看另外两个人质解救方案。

C 方案：600 人中会有 400 人死去。

D 方案：33%的概率没有人死亡，67%的概率所有人都会死亡。

这个实验中，更多的被试者选择了 D 方案。

这其实只是个文字游戏，把相同的方案用不同的方式来表述。

A 方案和 B 方案属于积极描述，C 方案和 D 方案属于消极描述。

不同语境下，人们的风险偏好发生了逆转。

当用存活的人数来描述计划时，对于大家来说能救活师生是“收益”，生命如此重要，能存活多少是多少，会因风险厌恶而选择 A 方案。

当用死亡来描述同样的事件时，大家就感觉到这是“损失”，谁也不希望眼睁睁地看着 400 人牺牲，这时人们倾向于风险喜好，从而会接受赌一把的计划。

对此，特韦斯基和卡尼曼提出了“框架”这一概念，他们认为，“框架”是由提问题的形式（语意），以及社会风俗、决策者的性格所决定的。不同的提问方式，会产生不同的效果。

同一个意思，用不同的辞令表达，固然属于“术”的范畴，但它带给听者的心理冲击是明显不同的。

粗略而言，框架效应可称为语意效应，在处理公共事务的时候，语意效应十分明显。

延伸阅读

谁是 20 世纪最伟大的经济学家



谁是 20 世纪最伟大的经济学家？

第 19 节：你不可不知的行为经济学(16)

是凯恩斯？马歇尔？萨缪尔森？还是弗里德曼？

对一个学者的评价，说到底还需“同行公议”，也就是你的研究成果被别人引用的次数。所以，如果根据文献被引用次数、支持人数，以及对所属专业的影响来看，以上诸公都算不上。

这样来看，这个荣誉应该授予心理学家卡尼曼和特韦斯基。此二位的贡献在于发掘人类那些欠缺理性思考和最优化的经济行为。

卡尼曼和特韦斯基是老乡，都是美籍犹太人。卡尼曼和特韦斯基又是老校友，两人都曾就读于希伯来大学，同时，卡尼曼和特韦斯基又是老战友，两人都曾加入以色列国防军服役。最后，两人都移民美国，特韦斯基在斯坦福大学的心理学系任教，卡尼曼在普林斯顿大学任教。

1997 年，特韦斯基因癌症去世，享年仅 59 岁。曾经从军、并荣获以色列最高英勇奖章的特韦斯基曾表示，他自己在学术上的作为，只是利用科学的方法，探讨了人类所熟知的“广告商和二手车商”的行为关系。这是多么美妙的说法。

2002 年，心理学家卡尼曼和经济学家弗农·史密斯分享了诺贝尔经济学奖。

这是经济学奖第一次颁给心理学家，也是第二次颁给完全没修过经济学位的人。另一次给了数学家纳什，纳什的贡献在于博弈论。

特韦斯基没有得奖，主要因为他在 1997 年就病逝了，实在是可叹。

从此，行为经济学（Behavioral Economics）正式进入大众视野里，这门多年来被正统经济学家们讽刺挖苦的学科，开始在顶尖大学（比如哈佛）开设，成为



经济学博士的基础课程。

如今，行为经济学已经发展成为经济学的一个重要分支，其研究成果直接辐射到各商业分支，如金融、会计、市场营销等方面。

取法于上，仅得为中，取法于中，故为其下。

——唐太宗《帝范》

房地产公司拍下“地王”，就如同一个百货公司开一家奢侈品店，赚不赚钱其实不重要，关键在于提升这个百货公司的档次。

第 20 节：你不可不知的行为经济学(17)

——张永河（新加坡红木集团总经理）

传统经济学认为，人们的决策是理性的、不会被无意义的数字干扰。

卡尼曼和特韦斯基所发现的“锚定效应”，是一种非常典型的心理偏差，它是对“理性人”假设的又一次否定。

先入为主

现在请一组人都回答两个问题：

- 1.请问拉贾斯坦邦的人口超过 15 万吗？
- 2.你猜拉贾斯坦邦的人口有多少？

再请另一组人回答两个类似的问题。

- 1.拉贾斯坦邦的人口超过 180 万吗？



2.你认为拉贾斯坦邦的人口有多少？

你在两种情况下对拉贾斯坦邦人口的估计会一样吗？

一个很有趣的结果是，人们在回答第二个问题时都受了第一个问题的影响，第二个问题的答案随着第一个问题数字的增大而增大。这个实验可以说明人们心中一种常见的心理偏差，即锚定效应。

锚定效应 (anchoring effect)，是指当人们需要对某个事件做评估时，会将某些特定数值作为初始参照值，这个初始参照值像锚一样制约着评估结果。

这就是中国人常说的“先入为主”，人们做一个决定时，大脑会对得到的第一个信息给予特别的重视。第一印象或数据就像固定船的锚一样，把我们的思维固定在了某一处。“锚”是如此的顽固而又不易觉察，要把这种“锚”拔起，远比你想象的要困难得多。

“维多利亚的秘密”的秘密

在同一品牌系列产品中，商家会制造一款“极品”，标出一个令人咂舌的价格。这款“极品”能否售出并不重要，关键在于它将价格“锚定”在高位，悄悄改变了相关产品的参照值。

“维多利亚的秘密” (Victoria's Secret) 是美国最著名的内衣品牌，拥有一件“维多利亚的秘密”，是不少女性的愿望。从 1996 年起，该公司每年圣诞节前都会由超级模特代言，高调发布一款价值数百万美元的镶钻文胸。

此举不仅能吸引媒体注意，收到广告效果，更能促进相关产品的销售。

第 21 节：你不可不知的行为经济学(18)



当这款文胸出现在公司产品目录上时，其实已经悄悄塞给了顾客一个价格参照点。

不难想象，当一位男士准备买一件内衣送给妻子时，他先看到一款标价十几万元的文胸，是什么心情；再看到一款标价才 298 美元，样式、质地也很好的同品牌商品时，又是怎样的心情。

对于企业来说，就算钻石内衣卖不掉，上面的钻石可以拆下来，明年继续用，几乎没有什么损失。“维多利亚的秘密”的类似商家有：

?美国 ASANTI 公司，镶有 12 000 颗钻石和 800 颗蓝宝石的汽车轮圈，报价 200 万美元。

?瑞士昆仑（Corum）公司，镶满钻石的“经典亿万陀飞轮”，全球限量 10 块，标价 32.5 万~99.8 万美元。

?德国史蒂福公司，黄金绒毛泰迪熊，全球限量 125 只，每只售价约合 8.6 万美元。

?英国的 Luvaglio 公司，钻石笔记本电脑，标价 100 万美元。

人类天生爱听故事，营销就要“讲故事”，越是传奇，越是有效。价格，往往是“故事”中最容易记住的桥段。把一件普通商品做成天价，本身就是一种商业广告行为。另外，虚荣是人类的天性，天价商品，对于追求炫耀性消费的有闲阶级来说，也具有一种虚拟的价值。

飞来之锚

锚定效应几乎无处不在，但人们常常没有察觉。为了说明这一点，我们先回顾一段历史。

亚历山大，古代世界最著名的征服者之一。

他 20 岁即位，21 岁远征波斯，他的铁骑曾经横扫亚欧大陆，在征服了波斯、埃及和印度北部以后，在回军途中患疟疾驾崩，终年 33 岁。

请问：亚历山大死于公元 29 年之前还是之后？

在你仔细阅读了这个问题之后，你可能已有警觉，命题的人只不过用了一个障眼法，主要用意就是硬把一个年份（公元 29 年）塞进你的脑子里。

你很可能觉得这个年份不太对劲，似乎太早了一点。不过，等你想要提出更正确的年份时，29 这个数字已经深置于你的脑海中了，并且已经影响到了你的判断。



第 22 节：你不可不知的行为经济学(19)

结果你再怎么努力，提出来的数字还是太接近公元 29 年，亚历山大实际死于公元 323 年。

硬塞给你的“锚定点”

康奈尔大学的拉索教授，也曾向 500 名正在修 MBA 的学生提出类似的问题，他的问题是：匈奴王阿提拉在哪一年战败？

拉索要求这些学生把他们自己的电话号码最后 3 个数字，加上 400，当做这一问题的“基准”数字。

如果得到的和在 400~599 之间，这些学生猜测的阿提拉战败年份平均是公元 629 年。

如果得到的和在 1 200~1 399 之间，这些学生猜测的阿提拉战败年份平均是公元 988 年。

这些被试学生明明知道他们得到的基准数字毫无意义，可是这个数字却仍然对他们产生了影响。

我们不妨把这些影响他们思维的参考数字叫做“锚定点”。

被试者得到的“锚定点”数字越大，他们所猜测的阿提拉战败时间也就越晚。

阿提拉实际是于公元 451 年战败。

当然，也许读者会有疑问：被试者将自己电话号码的最后 3 个数字加上 400，是否会让他们产生误解，觉得这是有意向他们提供某种暗示。



不会,因为电话号码的最后3个数字,可能是从000到999的任意一个数字,这帮高智商的MBA明明知道这些数字与问题毫不相干。

随机数字也会影响你

特韦斯基和卡尼曼也曾经做过类似的实验,他们找了一批学生,要求估计在联合国里面非洲国家占有多大的百分比。

他们为此做了一个可以旋转的“幸运之轮”,把它分成100格,分别填上1到100的数字,并当着这些人的面转动轮盘,选出了一个号码。

当转动这个轮盘之后,指针定在数字65上。下面你需要回答这样一个问题:非洲国家的数量在联合国国家总数中所占的百分比是大于65%还是小于65%?

这是一个常识问题,略加思考就知道,非洲国家在联合国国家总数中所占的比例肯定小于65%。但是,非洲国家的数量在整个联合国中占的实际比例是多少?

第23节:你不可不知的行为经济学(20)

被试者给出的答案平均是45%。

接着,卡尼曼又找了另一群学生问了同样的问题。当这个轮盘停止转动后,是10,而不是65。问:你认为非洲国家在联合国国家总数中所占的百分比是大于10%还是小于10%?

这是一个常识问题,略加思考就知道,非洲国家在联合国国家中所占的比例肯定大于10%。但是,非洲国家的数量在整个联合国中占的实际比例是多少?

被试者给出的答案平均是25%。



为什么同样的问题，两种情况下得出的答案差距如此之大呢？当轮盘上出现的数字是 65 的时候，估计的百分比大约是 45%，而当轮盘上出现的数字是 10 的时候，估计的百分比变成了 25%，

这些人如果知道这个所谓的“锚定点”，对他们的答案有这么大的影响，绝对会感到惊讶。

轮盘不论转出什么数字，都会卡在他们的潜意识里。虽然他们明知这个数字毫无意义，却仍然据此对毫不相干的事物做出结论。

被试者明明知道：轮盘上出现的数字是随机的，然而，他们给出的答案还是会受到先前给出的数字的影响——即使这些数字是无关的。换句话说，人们的答案“锚定”在先前给出的无关数字上。

在实际生活中，你可能想不到自己也经常认定某个数字或想法，并用它来影响你的经济行为。

常识的陷阱

有许多脑筋急转弯的问题都是利用了“锚定效应”。

给你一张纸，把这张纸对折了 100 次的时候，你估计所达到的厚度有多少？

许多人估计会有一个冰箱那么厚或者两层楼那么厚。然而，通过计算机的模拟，这个厚度远远超过地球到月球之间的距离。

因为人们的思维被锚定在纸是很薄的东西这个事实上了，觉得即使折上 100 次也还厚不到哪里去。其实答案远远不止几米。

假设一张纸的厚度是 0.1 毫米，折叠 100 次的厚度大约是 1.27 乘以 10 的 23 次方公里，这是地球到太阳距离的 800 000 000 000 000 倍！

第 24 节：你不可不知的行为经济学(21)



再看下面这个由卡尼曼设计的测试：

$$8 \times 7 \times 6 \times 5 \times 4 \times 3 \times 2 \times 1$$

$$1 \times 2 \times 3 \times 4 \times 5 \times 6 \times 7 \times 8$$

请在五秒钟之内，不经过仔细的计算，估计 $8 \times 7 \times 6 \times 5 \times 4 \times 3 \times 2 \times 1$ 等于多少？

你的答案是……

现在你让另外一个人(没有做过上面的估计)在五秒钟内不经过仔细的计算，估计 $1 \times 2 \times 3 \times 4 \times 5 \times 6 \times 7 \times 8$ 是多少？

他的答案是……

现在比较一下你估计的答案和另外那个人估计的答案。谁的答案大，谁的答案小？极有可能是你的答案大，而另外那个人的答案小，并且你们的答案可能都小于 40 320（实际计算的答案）。

为什么会这样呢？因为你和另外那个人对答案的估计都“锚定”在刚开始计算的几步上，所以你估计的答案要大于另外一个人估计的答案，但可能都小于实际计算出来的答案。

再出一个题目供你思考：假定全世界有 50 亿人口，平均每人血液是 1 加仑，那么把全世界所有人的血液都存入一个立方体，这个立方体的边长为多大？

答案是，立方体的边长为 870 英尺。

订婚戒指的预算

假如你要结婚或订婚了，订婚钻戒上应该花多少钱比较合适？

金店的店员告诉你的标准答案是“至少两个月的收入”，这也是很多人所参照的标准。这其实非常荒谬，因为按照情理，选购戒指的价格应该是你力所能及的范围。但事实上，很多人默认了这个参考标准。

珠宝商人鼓吹这一标准，就是为了让大家把两个月收入当做一个最起码的参照，就可以为他们这一行带来更大的利益。

原来不想花这么多钱的人，可能就会认为掏的钱少于这个锚定值，就会被看成小气鬼，于是，他们就不知不觉地接受了这一标准。如今影楼拍结婚照，用的



也是类似的技巧，拍得千篇一律的结婚照，被锚定在一个价格上。有多少新人真正觉得自己的结婚照物有所值呢？

在这方面，实际上有两种不同的锚定，一种是有意的锚定，另一种是无意的锚定。

第 25 节：你不可不知的行为经济学(22)

利用“锚定效应”操纵谈判

多数人认为，在谈判中最好让对方先开价，这样你就可以去估计对方的底价，可以拥有更多的信息。但事实上，让对方先开价，这个价格就会成为谈判中的一个锚，即使你努力调整，也很难摆脱这个定位效应的影响。

有个收藏家看中了一件艺术品，但是卖主要价 10 万元。虽然收藏家对这件艺术品志在必得，但却不愿多掏钱。于是他让自己的两个朋友佯装成顾客，先后到店里去选古董。第一个朋友将这件艺术品的价格“腰斩”了两次，即开出了 2.5 万元的价格。卖主说：“神经病，你根本没有诚意买。”

不久，第二个朋友又去那家店，仍然开价 2.5 万元，并表示至多出 3 万元。卖主虽然又说：“太低了，我不可能卖给你。”但内心已经开始动摇。这时候，收藏家出现了，他与卖主义价，依然只出 2.5 万元。卖主告诉他，如果有诚意，9 万元可以成交。但收藏家坚持至多出 5 万元，最终成交。

一桩交易，双方都难以估量其价值，如果你是卖家，就主动开价，而且开价越高越好，先发制人。同样，如果你是买家，也应该争取先开价的机会，而且价开得越低越好，塞给对方一个“锚”。

杀价的艺术

《镜花缘》里有个君子国，该国人人以“自己吃亏、别人得利”为乐，市场



上卖家力争少要钱，买家力争付高价，往往争执不下，难以成交。“君子邦”乃乌有之乡，现实世界的交易报价往往是“狮子大开口”，倘不忍“杀价”，“被宰”的只能是自己。

鲁迅说，中国革命要想取得成功，就必须有“学者的良知”和“市侩的手段”。类似地，如果你活在一个不太规则的商业氛围里，就要通晓梁实秋老先生的杀价艺术——要有杀人的胆量、钓鱼的耐心、政治家的脸皮。

1.货比三家，瞅见欲购之物，要处之淡然。瞧他缺什么，你就说要买什么，店家没货，顿感磕碜。漫不经心地问及所需之物，卖家已惭愧在先，价钱自不敢高叫。

第 26 节：你不可不知的行为经济学(23)

2.对所需之物，尽量用比较内行的话挑毛病，卖家出货心切，自然又赢得杀价主动权。

3.杀价要狠。拦腰一砍，心慈手软。有些卖家早就预料买家会“拦腰砍”，报价“虚头”更高。对此要灵活拿捏。

4.狠得下心，还要说得出口。讨价还价是耐心的较量，双方互有妥协，卖家一分一文地减，你就一分一文地添。在商言商，无须恪守义无反顾，计不旋踵的气节。还了价，店家不答应，你大可掉头而去，若他请你回来，必是有妥协的意思；若不请，你又志在必得，就应有回头的勇气。

俗云：“漫天要价，就地还钱。”买卖双方都在有意无意地运用“锚定效应”，试探、妥协。

“虚头”与“虚拟价值”

如果顾客普遍“就地还钱”，那么就算诚实的商家有时也不得不“漫天要价”。



对于一件顾客不是很熟悉的商品，如果标价 10 000 元，顾客愿意出多少钱买下来？同样的一件商品，如果标价 6 000 元，顾客愿意出多少钱买下来？

在标价 10 000 元的情况下，买卖双方在一番激烈的讨价还价后，如果最终能以 7 000 元成交，买家会很高兴的。因为你以 7 000 元的价格买下了标价 10 000 元的商品。而在标价 6 000 元的情况下，买家是绝对不会以 7 000 元的价格买下这件商品的。

买家在还价时往往“锚定”在标出的价格之上。如果标出的价格较高，买家在还价时就一般会给出了较高的价格，并因砍去了“虚头”而颇有成就感。

我们再看一个营销学概念——虚拟价值。虚拟价值是商品对消费者炫耀、归属感等情感诉求的满足。一个女人买“维多利亚的秘密”，显然更多的是冲着它的虚拟价值去的。由此我们可以得出一个重要结论：锚定效应可以提升商品，尤其是炫耀性商品的虚拟价值。

在这里，再拿一个反例做说明，那就是“神舟”笔记本电脑。“神舟”是不折不扣的“价格屠夫”，提供给消费者的都是夯实的“实际价值”，但请看看你身边都是什么样的人在购买“神舟”？假如“神舟”学“维多利亚的秘密”以几款高质高价的产品“出场”，同时大多数产品用高折扣促销，会有什么不同？结合本书最后一章的内容，或许会给你带来一种别样的思考。其实，热衷于买“笔记本”的中国消费者，很可能是对“新奢侈品”和“准奢侈品”十分喜爱的人。如果追求更实际的“实际价值”，他们或许会买台式电脑或二手货。总之，“神舟”的身价一出场就被自己“锚定”了，想再走高档路线非常难。

第 27 节：你不可不知的行为经济学(24)

“地王”是楼市之锚

中国实行的是土地国有政策，如果某块土地的拍卖价格创下新高，动辄几十



亿的天价。那么这块用来盖房子的土地，就叫“地王”。

“地王”有区域“地王”，也有全国“地王”，“地王”是房价的一个锚定点。有位新加坡商人透露玄机：“这就好比是一个大百货公司，开了一家奢侈品店，赚不赚钱其实不重要，关键在于提升这个百货公司的档次。”

如果在“地王”上盖楼，价格平均下来，每平方米的土地成本就要占几万元。面粉都涨价了，面包还会不涨吗？

所以，“地王”每次出现，消费者的心理价位都悄然被抬高，周边房价由此暴涨，进而带动全市、全国房价暴涨。

在广州，曾经有 27 个“地王”，这当中有 24 个几年未正式动工，一直在那里“晒太阳”。从某种意义上讲，“地王”多是用来拉高房价的，根本不是拿来盖房子卖的，这就和“维多利亚的秘密”一个道理。有人说，“地王”其实就是日本、中国台湾地产商玩过的把戏：

几个开发商坐在一起商量，选个代表，各出一点钱给这位代表作为保证金，去参加拍卖会。让这位代表叫价 30 亿元拍个地王。

这位代表在拍卖会上面不改色地叫出天价，连拍卖师都惊呆了，劝其谨慎，下面的地产商笑成一片。

于是，本市房价整体拉高了，但“地王”还是“晒太阳”。

政府说：赶快把余款付了啊！你不是说 30 亿元买这块地去盖房子吗？

开发商开始哭穷了：唉，你有所不知啊，我现在资金链断了，保证金我不要了，土地你收回去吧！

地王保证金花了几千万元，本市房价却整体拉高了几十亿元。买地王的保证金早已经赚回来了，地王也完成了它的“锚定”使命。

于是，政府收回去，再拍卖，新的地王又产生了……而在售的楼盘中，没有一个是使用当年的地王所建。尽管上面这个说法有点阴谋论的味道，却也不是空穴来风。经济学家亚当·斯密在《国富论》早就说：“同行很少聚会，但他们的会谈不是策划一个对付公众的阴谋，就是炮制出一个掩人耳目提高物价的计划。”



第 28 节：你不可不知的行为经济学(25)

当然，地王现象不能一概而论，有些地产公司拿“地王”，是有更积极的战略考量的。

如有必要，可用直升机撒钱。

——伯南克

追根究底，只有德国人才会认真谈论“规规矩矩赚钱”。法国人讲赢钱(gagner l'argent)，英国人说收割钱(to earn money)，美国人说造钱(to make money)，而匈牙利人则是“我们到处找钱”。

——安德烈·科斯托兰尼

传统经济学认为，钱是没有标签的，钱就是钱，每一张相同面值的钞票都是可以互相替代的。不管你这些钱是血汗换来的，还是刮奖刮到的，或是马路上拾到的。真是这样吗？行为经济学先驱理查德·泰勒(Richard Thaler)提出的“心理账户”(Mental Account)理论，证明了这种论断是错误的。

前景理论、锚定效应、泰勒的“心理账户”原理，共同构成了行为经济学的三大基石。

你的“左口袋”是满的吗

在赌城拉斯维加斯，流行一句口诀：永远不要把左口袋里的钱输光了。

职业赌徒常用的风险控制手法是：把重要的钱和不重要的钱，分别放在不同的口袋。比如把本钱放在右口袋，右手是负责支出的；把赢回来的钱放在左口袋里，左手是负责收入的。这样当右口袋一文不剩时，左口袋多少还能剩一点。

在电影《幸运牌手》里，“左口袋”不仅指重要的赌资，更是指一些更为重要的事物，比如亲情、爱情。

左口袋的钱和右口袋的钱，一样吗？对于一个绝对理性的人来说，是没有分别的。但是，一个正常人是不能完全理性的。

你会给钱贴“标签”吗



在人们的潜意识里，会给钱贴上不同的“标签”：血汗钱、辛苦钱、救命钱、意外之财、飞来横财、黑钱、大钱、零花钱，等等。不同的钱，人们会赋予它们不同的价值。

心理账户：人们会根据钱的来路、存储的方式或支付方式的不同，无意识地将金钱加以归类，并赋予不同的价值，进行管理。

第 29 节：你不可不知的行为经济学(26)

中国有句谚语：“人无外财不富。”外财，是意外之财。从字面上已经反映出，人们在不自觉地运用了“心理账户”，把钱分为理所应得的“内财”和天外飞来的“外财”。

“飞机撒钱”可行吗

花费率 (spending rate)，也就是经济学家所谓的边际消费倾向 (marginal propensity to consume)，花费率是指拿到手里的钱所花掉的比例。例如，拿到 2 000 元分红，花掉了 700 元，花费率就是 35%。

很多人会觉得，花费率不会超过 100%，也就是每获得一元钱，最多就只能花掉一元钱，其实不然。

中秋节，阿福所在的城市要给市民“发红包”——每位市民补贴 1 000 元。虽然阿福平时不缺这 1 000 元，但还是挺高兴的。等假期结束时，阿福发现自己花的钱足足有 3 000 元！

原来，阿福拿到“红包”后，出手比平时阔绰了很多。他因为这笔意外之财，到餐厅或商场花钱都很大方，因为他心理上有恃无恐，总觉得有这 1 000 元做后盾。他不仅把这笔补贴当做可以任意支配的意外之财，而且这种“乐观的不谨慎”，使他不知不觉地挪用其他账户，把原来另有用途的钱也花掉了 2 000 元。



一笔小额的意外之财，反而可能让人破费更多，这是耐人寻味的现象。

为救美国经济于水深火热，美联储主席伯南克有句名言：“如有必要，可用直升机撒钱。”

对这句话，各人理解不同，用心理账户的原理来看，“飞机撒钱”也许真的能刺激消费，提振经济。

大钱小花，小钱大花

大约 40 年前，以色列银行的经济学家迈克尔·兰兹博格（Michael Landsberger）研究了二战后以色列人在收到德国政府的战争赔款后的消费问题。

研究对象是一群以色列人，他们都收到了一笔来自西德的赔款。这笔抚恤金是用来赔偿纳粹暴行的，但对被赔偿者而言还是相当意外的。

每个家庭或者个人得到的赔款额相差悬殊，有的人获得的赔款相当于他们年收入的 2/3，而最低的赔款大约相当于年收入的 7%。因此，兰兹博格得以衡量这种意外收入，是如何影响每个人的花费率。

第 30 节：你不可不知的行为经济学(27)

结果很让人惊讶。拿到较多补偿金的人（相当于他们年收入的 2/3），花费率只有大约 23%，其余都存了起来。相反的，拿到补偿金最少的人（相当于他们年收入的 7%），花费率达到 200%。没错，他们每拿到一元钱，不仅花得精光，还连带地从积蓄里再花掉一元。

人们会根据一次性获得的收入的多少，把这些收入放入不同的“心理账户”中。

不论拿的是奖金、退回的押金或礼物，钱数大小会影响花费率。一些原来可



能归入任意支配那个“心理账户”的收入，比如奖金或退回的押金，如果数额够大，很可能被转入更重要的“心理账户”里。

比如拿到的退款或红包数额很小，像是三五百元，你很可能大手笔买一双六百元的皮鞋。可是，如果拿到三万元的退款或奖金，你却可能舍不得浪费，虽然你实际上买得起更昂贵的鞋子。

越有钱，就越一毛不拔吗

生活中，常有这样的怪现象，高收入者消费更谨慎，低收入者反而花钱大手大脚。

这种奇怪的现象，连心理学家都难以用三言两语解释清楚。倒是《故乡》里的豆腐西施杨二嫂，一语道破天机：“愈有钱，便愈是一毫不肯放松，愈是一毫不肯放松，便愈有钱……”

收入稍高者，或本来就家底殷实的人，对如何打理财富会更上心。财富额愈大，就愈让人谨慎，“花费率”反而降低。

收入本就不多的“月光族”，则是严重烧包，这也就是孟子说的“无恒产者无恒心”。

所以出现了“大钱小花，小钱大花”的怪现象。光怪陆离的世相背后，其实是有规律可查的。

小处精明，大处浪费

有句英文谚语：penny wise and pound foolish.可以翻译为：小事聪明，大事糊涂；小处精明，大处浪费。

下面是笔者在某网站做了一个投票：

今天你要去面试，必须要带个文件夹。家门口的百货公司的文件夹卖 35 元/个，而 3 站地外的文具店，同样的文件夹 10 元/个，你会不会到文具店买文件夹？

第 31 节：你不可不知的行为经济学(28)



今天你要去面试，必须要穿西装。家门口的百货公司的某款西装卖 1 775 元，而 3 站地外有另一家百货公司，同样的西装卖 1 750 元，你会不会到那一家百货公司拣便宜？

在投票的 150 人中，有 77% 的人会去买便宜的文件夹，可是会为了西装跑同样一段路的人却少得多，虽然两者情况相同：为了省 25 元，多走 3 站地路。

这是“心理账户”所导致一种典型现象，行话叫“统合损失”(integrate losses)。普通人在碰到损失或必须做某种开支的时候，潜意识里会把它们藏在更大的损失或开支里，借以逃避现实。因为“统合损失”而破财的事例，在生活中俯拾皆是。

蔚蔚有台旧笔记本电脑，上次出了故障，到维修店要花 300 元才能修好。她犹豫了，最后辗转找了一个会修理的朋友修，尽管这样也比较麻烦，因为要还人家人情。

蔚蔚这次要买一台价格为 17 200 元的新笔记本电脑，推销员说，只要再加 500 元钱，就能把保修期从一年增加为两年。

在几个月前，她还嫌 300 元维修费太贵。但是，推销员三言两语就把她说动了，她心甘情愿地多付 500 元为一个未必会出现的故障买单。

蔚蔚之所以这么舍得，罪魁祸首当然是“心理账户”：跟 17 200 元比起来，500 元只是小意思。

因此，多花 500 元赌一个未必会需要的服务固然让人心疼，可是既然已经狠下心花 17 200 元买新笔记本，就认定了一步到位。

当你花费 17 200 元买一台笔记本电脑的时候，再多加 500 元延长一年的保修期不会让你心疼。你认为这没什么大不了的。

但是，长期浪费这种小钱，或是对各种小小的损失漫不经心，就极不应该了。如果将这些小钱加在一起，一定会让你大吃一惊。

商人眼里，顾客绝非“上帝”，顾客只是人，理性有限、常出偏差的人。

卖场在推销比较昂贵的电器时，都会极力怂恿顾客购买长期保证或服务契约，就是看准了这点。除了这种时候，有谁会为电器买保险？同样道理，卖保险的推销员在鼓动顾客加买保险时，都会猛推销利润丰厚的“附带保险”，否则有哪个头脑清醒的人，会特别为年幼的孩子买寿险？



第 32 节：你不可不知的行为经济学(29)

心理账户的利与弊

通过前面的阅读，我们了解到，“心理账户”的弊端是很明显的。其实，把钱分配到不同的“心理账户”中，并非全无好处。

“心理账户”可以让我们更有效地为未来的目标而储蓄。

毕竟，对许多人而言，钱都是通过自己的劳动换来的，或是准备买房子的“房钱”，或是准备养老的“棺材本”。花钱再没计划的人，都会避免动用这些积蓄，因为他们把这些钱放在他们心中神圣不可侵犯的金库里。

有时，还可自觉利用“心理账户”应付小的不幸和损失。

据泰勒说，他有位同事，也是大学教授。这位教授打算在年底慷慨地捐助某慈善机构。不过，他把这一年中发生的所有不愉快的事，比如超速罚款、重购损失的财产、救助穷亲戚，都从捐助的预算中扣除，最后慈善机构只得到账户中剩下的钱。这样，他从损失的晦气中摆脱出来了。

对自己衡量金钱价值的体系进行一次全面检讨，才能一分为二地看待“心理账户”现象，从而消除它的不利因素。

你有划分“心理账户”的倾向吗

心里账户现象是如此的自然而然，以致我们无法察觉。不妨做一做下面这个测试，请阁下尽可能如实作答，以期认清自我。

假定你花 300 元，买了一张演唱会的门票，到了会场门口，却发现门票丢了。你会再花 300 元买票进场吗？



假定你打算到了会场门前再买票，买票前却发现丢了 300 元，不过你身上还有足够的现钞。你会不会照样买票？

多数人在第一种情况下，可能掉头而去，在第二种情况却舍得再掏腰包，虽然两者其实都是损失 300 元，而且必须再花 300 元，才能享受预期的娱乐。可是，大多数人碰到这两种情况，反应似乎不太一样。他们觉得在第一种情况下，等于是买两张票，每次花 300 元，总共花掉 600 元。即使是看到了心仪的明星，花这么多钱似乎也不值得。但是，掉了 300 元现金，再花 300 元买票，在大多数人看来是两码子事，可以算是两笔账。

第 33 节：你不可不知的行为经济学(30)

这种依情况不同，用迥然不同的方式看待两个基本上相同的损失，正是划分“心理账户”典型的例子。

以下这些迹象可能显示你有划分“心理账户”的问题：

- ☆银行有存款，但信用卡却有循环债务。
- ☆觉得自己并没有乱花钱，却老是存不了钱。
- ☆不会乱用积蓄，可是一有意外之财就花个痛快。
- ☆用信用卡花钱购物，似乎比用现金更大方。

延伸阅读

行为经济学的精髓是什么

理查德·泰勒是传统经济学博士出身，但他毕业后转身研究行为经济学。从



某种意义上讲,泰勒是行为经济学的正式开创者。泰勒的研究主要集中于心理学、经济学等交叉学科,属于“经济学帝国主义”的开疆拓荒者,被认为是现代行为经济学和行为金融学领域的先锋经济学家,并且在储蓄和投资行为研究具有很深的造诣。

泰勒教授现执教于芝加哥大学商学院,同时在国民经济研究局(NBER)主管行为经济学的研究工作。

在现实生活中,行为经济学已经在学术界和商业界形成了一股强大的力量,连国家经济政策都要受其指导。例如,泰勒曾就美国人的储蓄习惯向参议院财政委员会提供分析。美国的储蓄率只有4%左右,而日本的储蓄率却超过15%,泰勒解释这与美国人的“划分心理账户”有关。

泰勒认为,人类对风险的感知,和实际存在的风险不对称,这是行为经济学的精髓所在。

比如说,相比较开车去一个地方,人们可能更害怕乘飞机,但实际上,飞机的安全系数更高。人们并没有意识到这一点。

泰勒认为,大部分危机产生的原因,都同下述情形类似:当人们看到房产价格上涨非常快,那么就误以为这种上涨会一直持续。事实上,当价格上涨非常快的时候,就要有相应的心理准备,因为它的下降也会非常快。

一个人如果不能平静地面对损失,就很可能参与他本来不会接受的赌博。

——卡尼曼&特韦斯基

第34节:你不可不知的行为经济学(31)

当人们参与那些看似吃亏不大的资金交易时,财富转移就发生了,拉斯维加斯就是靠这种财富转移发家的。



——沃伦·巴菲特

一些风水师说，澳门葡京酒店的风水玄机暗藏，而且赌王何鸿燊在其四姨太的房子上装的那只铁公鸡对赌客也非常不利。

何鸿燊听了很生气，在东森新闻辟谣道：“诬赖葡京的设计对赌客是坏风水，对庄家是好风水，全是假的。那么多风水专家还不是一样破产？”

赌王是否真的相信风水，不好说，但有几样东西，赌王是一定相信的。

哪几样？且看下文。

输了 5 美元，还是 2.62 亿美元

据说，爱因斯坦在研究过轮盘赌后讲了一句话：“轮盘想要赢钱，只有一条途径，那就是抢。”不过呢，这里有一个“行运一条龙”，差一点就赢了轮盘赌的故事，我们通过它来继续谈心理账户问题。

一对新人来到赌城拉斯维加斯度蜜月。刚到酒店安顿好，夫妇俩便踏进赌场体验刺激。

在那里，他们迷上了轮盘赌。三天后，他们把身上的 1 000 美元赌本输了个精光。

是夜，新郎躺在床上辗转难眠。突然，他发现梳妆台上有个东西在闪闪发光。他凑上前去，发现还剩下一个留做纪念的 5 美元筹码。

奇怪的是，新郎此时脑海中不断出现“17”这个数字，他觉得这是上天给的启示。于是，他披上睡袍，趿着拖鞋就到楼下去找轮盘赌台。

他把 5 美元筹码押在“17”这个数字上。果然，小球就落在了“17”上，他得到了 175 美元。继而他又把赢来的钱全部压在了 17 上，结果又赢了，这回庄家赔了 6 125 美元。

真是邪了门了，新郎一直这样赌下去，赢了 750 万美元。

这时，赌场不干了，经理把他请到办公室说，如果再开出 17，赌场就赔不起了。

财星高照的新郎官怎肯罢手？

新郎于是兑换了钱以后，“打的”直奔市区一家财力更雄厚的赌场。

自然，轮盘台上的小球居然又落在“17”上，庄家为此赔了 2.62 亿美元，他乐昏了头，干脆来了一场空前的豪赌，把这笔巨资都压在了“17”上。



第 35 节：你不可不知的行为经济学(32)

结果小球停得偏了一点，开出了“18”。

一辈子做梦都想不到的巨额的财富，就这样被他转瞬间输得精光。新郎已经身无分文了，只好垂头丧气地走回了酒店。

他一进房间，新娘就问：“你到哪里去了？”

“去赌轮盘。”

“手气怎么样？”

“还好，只输了 5 元钱。”

试问，这位新郎是输了 5 美元，还是 2.62 亿美元？

蕉鹿自欺

中国古代的典籍《列子》中，就有一则类似的故事。

有个郑国人在野外砍柴，忽见一只受伤的鹿跑过来。这人乘机赶上去，一扁担将它打死了。他怕猎人追来发现，就把死鹿藏在一个洼坑里，在上面覆了一些蕉麻，藏好以后，就若无其事地继续砍柴。天快黑了，并没有什么人来，他很高兴，就准备把死鹿连同砍得的柴，一块挑回去。可是，这时他忘了藏死鹿的地方，只记得那上面覆盖着蕉麻，找来找去，到底没有找到。最后他想：“恐怕我根本并没有打到过什么鹿，也根本没有把它藏在什么蕉麻下面，一定是我做了这么一个梦罢了！”

在日常的经济生活中，糊里糊涂，自己欺骗自己的事情一点也不新鲜。元代诗人洪希文慨叹：“得非爱惑聪，戏我如蕉鹿。”



“心理账户”常常导致一种最错误的理财行为——有时会把某些钱看得不值钱，视为“外财”。

新郎自以为是输了 5 美元，不过是“蕉鹿自欺”罢了。

新郎把赌博的本钱放在一个心理账户，把从赌场赢来的钱放在另一个心理账户，其实这些钱都是他的。那位新郎输掉的不是 5 美元，而是 2.62 亿美元！

新郎“行运一条龙”的故事，只是诸多赌场传说中的一个，但不少美国人相信是真实的。现代赌场的风险控制已经非常完善，这种事件已经不会再发生了。个中原因，我们在第 6 章分析。

“庄家的钱”效应

抛开财富来路的道德因素不谈，老实挣的钱也好，天降横财也罢，都是你的钱，在你买东西的时候，效用是完全一样的。

第 36 节：你不可不知的行为经济学(33)

新郎当天晚上是用 5 美元赌本起家的，所以觉得无论怎么输，最多也就输 5 美元。

基于这种心态，在他运气好时赢的钱，仿佛都不是真钱，至少不是他的钱。在赌场里，他觉得这是在玩别人的钱，即便输了也不当回事。如果新郎明白“心理账户”原理，他就会明白，那些钱其实都是他的。赢来的钱，与辛苦赚来的钱完全一样。在他“打车”的时候，出租车司机绝不会问他车资是血汗换来的，还是赌场撞大运赢的。

很遗憾，这位新郎和其他平庸的赌徒一样，觉得这些钱与其他收入大不一样，所以也就毫不在乎、一掷万金，不能见好就收。那晚的豪气足以令他在以后的日



子里更加追悔莫及吧。

威廉·江恩讲过股票大炒家利文摩尔的故事。江恩说，利文摩尔是位诚信之士，他虽然屡屡破产，但只要恢复元气，一定还债。

机敏的利文摩尔逃过了 1929 年股市大崩盘。当时他雇佣 40 名“统计员”作为助手，在没有计算机的情况下，对下跌和上涨的股票家数进行计算。在他们广泛选取的 1 002 只股票中，有 614 只同一时期下跌，只有 338 只上涨，尽管工业指数成分股涨势喜人，利文摩尔已预感到大事不妙，立即撤退。

但是，利文摩尔的最大的弱点在于：他除了学习如何赚钱之外，什么都不学。他从不学习保存资金的方法。他贪婪、野心勃勃，所以当他赚了一大笔钱以后，就不再稳妥地进行交易。他试图让市场跟着他的意愿走，而不是等待市场自然地转势。

这也是所有最终失败的大炒家的通病，当他们赚到大钱后，就忘却了遇事小心谨慎的成功之道，变得过度交易，没考虑意外的出现，忘乎所以，最后市场经常只有他一个买家，其他都是卖家。

利文摩尔在 1934 年再次破产后又赚了钱，最后在彻底破产状态下自杀了。

翻本心态

假设有这样一个合法赌局，投一枚均匀的硬币，正面为赢，反面为输。如果赢了可以获得 50 元，输了失去 50 元。

第 37 节：你不可不知的行为经济学(34)

1. 请问你愿不愿意赌一把呢？
2. 假如前面你已经赢了 100 元，现在你还会赌吗？



3.假设你之前输了 50 元，你又会怎样选择？

同样是赌一把，对你来说是否会不一样呢？

大部分人在一种情况下会选择赌一把，在另一种情况下却选择放弃。

这个赌局的期望值没有变，风险和收益也没有变，变的只是人们对风险的反应。

“庄家的钱”效应：人们在赢钱之后，就愿意冒更大的风险，人们觉得，反正这是玩别人的钱。泰勒称之为“庄家的钱”（house money）效应。

吉姆·罗杰斯讲过，在股票市场里很多人都犯同一个错误：“买了某种股票，看它涨了，就以为自己聪明能干。他们觉得买卖股票容易得很。他们赚进了很多钱，就迫不及待地开始寻找其他投资。”其实这个时候他们应该什么都不干。自信心会导致骄傲，最终导致狂妄自大。其实此时你真的应该把钱存进银行，到海滨去玩上一段时间，直到自己冷静下来。因为好机会本来就并不多，更不会接踵而来。但是，你并不需要很多好机会，如果你不犯太多错误的话。

“蛇咬效应”（风险厌恶效应）在经历了亏损之后，人们会变得更加不愿意冒险。赌家在输钱之后通常会拒绝赌博，感觉像被蛇咬了。所谓“一朝被蛇咬，十年怕井绳”，泰勒称为“蛇咬效应”。

翻倍下注效应失败者并不总是风险厌恶者。很多输钱的赌家会采取要么翻倍下注、要么不赌的策略。翻倍下注的输家比拒绝再玩的输家反应更加极端，他们幻想一举捞回所有的损失。

在赌桌上，很多赌家会受到情绪的影响。赢钱了，会激起他赢更多的欲望；输钱了，又唤起他不顾一切要捞回来的报复心。

赌场对赌家的心理很有研究。一些赌场的“荷官”（赌台发牌员）会利用赌客的非理性，用语调、手势来刺激赌家下注。所以，有些赌家在失利的时候赌注反而下得更大。

沉没成本谬误

第 38 节：你不可不知的行为经济学(35)

版权声明： 本内容由<宁静的风小记百度空间>搜集整理，版权归原作者所有。



世界上有四种东西收不回：

说出的话；

泼出的水；

撒出的票子；

打过狗的肉包子。

捞本心态，不仅出现在赌场上，还出现在现实生活中。

沉没成本（Sunk-cost），是指没有希望捞回的成本。

沉没成本又叫非攸关成本，追加投入再多，都无法改变大势。

从理性的角度思考，沉没成本不应该影响决策。但芝加哥大学经济学家理查德·泰勒（Richard Thaler）博士通过一系列研究，证明人的决策很难摆脱沉没成本的影响。

你在生活中有过类似下面测试的经历吗？

你预订了一张话剧票，已经付了票款，且不能退票。看话剧的过程中，你感觉很乏味，会有两种可能结果：

A.忍受着看完。

B.退场去做别的事情。

此时，你付的成本已经不能收回，就算你不看话剧，钱也收不回来，话剧票的价钱算作你的沉没成本。

如果将就到终场，就等于在看一出坏话剧的时候又损失了看一出好话剧的时间。

如果你是理性的，那就不该在做决策时考虑沉没成本，立刻起身退场，去做更有意义的事情。



钓鱼工程

钓鱼工程这个词语，经常出现在中国的媒体上。

钓鱼工程，是骗子针对普通人的沉没成本谬误，所进行的一种商业讹诈行为。一些企业先以低价夺标，而后，在合同订立和施工中通过种种手段迫使投资方增加工程款项。

钓鱼工程以政府工程居多。比如某市领导被一骗徒忽悠，炸了公安局大楼要建商业大厦。后来不断追加投资，严重超出预算。

钓鱼工程是以低价工程为饵、沉没成本为钩、要挟手段为鱼线，是一种非常无赖的做法。

承认失败方可终止失败

对企业而言，沉没成本谬误常引导决策者对错误的投资不断加码。因为他们认为，若不这么做，过去投入的成本岂不白白浪费。

沉没成本谬误也会出现在经济和商业决策制定过程中。最典型的是“协和谬误”。

第 39 节：你不可不知的行为经济学(36)

当年，英国、法国政府不断地为“协和式飞机”追加投资，其实，两国政府都知道，这种飞机没有任何经济利益可言。这个项目被英国政府私下叫做“商业灾难”，本就不该开始，但由于一些政治法律问题两国政府最终都没有脱身。

预设输赢的上限

在投资中，设定一个止损点（输钱的上限），可为你在失败的时候，留下一



个允许自己反思错误的空间。

不妨细想，上回你损失大笔金钱的时候，是否因为无法控制来自心中的“诱惑”？想想身边有多少不懂得应付“诱惑”的人，终因贪念导致铩羽而归。

说来容易，做来难。

多吃不宜健康，这道理谁都懂，可是在自助餐厅吃八分饱就走的还是少数。

倾家荡产买股票的事情不算稀奇，但卖房子、甚至偷银行金库买彩票的事情居然也经常发生。

2005年，农业银行河南省林州分行发生金库守库员监守自盗案件，被盗走现金达224万元，用于买彩票。

2007年，农业银行河北省邯郸分行两员工，监守自盗，运走金库5100万元现金，也是用于买彩票。

捞回赌本的诱惑，会让人变得丧心病狂。

买股票也好，买彩票也好，必须为克服“人性的弱点”准备一套风险控制措施，预设输赢的上限，不可贪图赢取更多的钱或讨回损失的钱而超越这个上限。

“屡败屡战”或许精神可嘉，但亏的却是钱财。

久赌必输。上瘾的赌徒，只是一种幻想自己必赢，表现却坚决失败的病态的人。

小赌也要讲究“心理卫生”

赌博毕竟是一种社会病，就算是小赌，“心理卫生”也不可忽视。

有一位女士，染上了赌博的习气，开始她也只是小赌，赌注押得很小很小，似乎是一种游戏。但随着输的越来越多，就不断地把赌注加码，想把输的钱捞回来。小赌发展为豪赌，以致倾家荡产，卖掉了自己的首饰及其所有值钱物品。丈夫离她而去，赌债使她情绪低沉。在一个雷雨之夜，她选择了轻生。

第40节：你不可不知的行为经济学(37)



赌场赢钱的一个重要原因，在于赌客难免侥幸、贪婪、不服输，以致嗜赌成瘾。

如果你相信小赌怡情，请同时牢记卡尼曼和特韦斯基的箴言：“一个人如果不能平静地面对自己的损失，就会参与到他原本不可能接受的赌博。”

你会利用“心理账户”吗

“赌神”叶汉，曾主管葡京赌场。写过一块告示：“赌博无必胜，轻注好怡情。闲钱来玩耍，保持娱乐性。”

如果你不是一位职业玩家，完全可以把赌博看成一种高风险的娱乐，把输钱看成是为此而付出的费用。

赌是娱乐，娱乐付费，天经地义。你愿意为这种“消费”掏多少钱，要有清醒的认识。比如，你只愿意付 50 元的娱乐费，那么输钱到 50 元的时候，就应该起身，不要恋战，不要加码，趁早收手。这样你就不会因为赌钱伤害友情，更不会投下足以摧毁自己的大数目。

赌瘾疫苗

曾有人问何鸿燊，有什么要劝告世人的，赌王告诫说：“不赌即是赢。”

人类都进入 21 世纪了，仍有国民痴迷于赌博，不能自己，广东等地不得不采取收紧澳门通行证签注措施。

大量的赌家不停赌下去，就构成了一个大的行为基数，赌场就是靠大数法则赚取稳定的利润。

如果，你看透了赌博背后的概率法则，每次下注，还会有那么刺激吗？

如果，人人都懂概率，那么人人都是职业赌家，全世界赌场都将歇业。

赌场之所以能够存在，就是因为大批概率盲的存在。

只有科学的概率知识，才能消解与生俱来的赌博冲动，这样的心理防线才是牢不可破的。

从本质上认识赌场，就如同接种了赌博疫苗，从此有了抗病态赌博的免疫能



力。

为什么“久赌神仙输”

久赌神仙输，常赢必出术。如果不作弊，赌家几乎没有常赢的机会。赌神，多数是靠运气却自以为理解了赌博奥妙的人。

赌场恒赢，并不是因为更精通作弊的技术，就算是正规的合法赌场，赌客也注定久赌必输。

第 41 节：你不可不知的行为经济学(38)

根本原因有四：

1. “庄家的钱”效应。有不计其数的业余赌家有着和新郎一样的心态，赢钱的情况下，即使牌差也敢下注，这叫“庄家的钱”效应。这些业余赌家的这一心理偏差，是赌场最主要的利润来源。

2. 庄家优势。有涉及赌家与赌场对赌的赌戏，其规则是让赌场占有轻微优势，令赌场的期望收益率略为大于零，只要长期玩下去，赢家必是赌场。正如萨缪尔森所言，博彩业本质上是娱乐业。赌家是在游戏，娱乐付费，是应该的。输钱，天经地义。

3. 赌家相信的是运气，赌场相信的是数学。这是愚昧与科学的对决。一位赌家曾经问数学家帕斯卡，为什么他总是输，帕斯卡回答：“你在赌桌旁边的时间太长了。”帕斯卡的回答虽然简单，却是真理。

4. 大数法则。我们在第 6 章讨论。

地球上每一秒钟都会有一个傻瓜产生。



——肖曼?巴纳姆

疴气所中，必加短命之人；凶岁所著，必饥虚耗之家。

——王充《论衡》

二战时的一个冬夜，德军轰炸莫斯科。有一位教统计学的老教授出现在防空洞里，以前他从不屑于钻防空洞的。他的名言是：“莫斯科有 800 万人口，凭什么会偏偏炸到我？”

老教授的出现让大家甚感讶异，问他怎么会改变决心的。

教授说：“是这样的，莫斯科有 800 万人口和一头大象，昨天晚上，他们炸到了大象。”

大数法则

一位数学家调查发现，欧洲各地男婴与女婴的出生比例是 22：21，只有巴黎是 25：24，这极小的差别使他决心去查个究竟。最后发现，当时的巴黎的风尚是重女轻男，有些人会丢弃生下的男婴，经过一番修正后，依然是 22：21。中国的历次人口普查的结果也是 22：21。

人口比例所体现的，就是大数法则。

大数法则（Law of large numbers）又称“大数定律”或“平均法则”。在随机事件的大量重复出现中，往往呈现几乎必然的规律，这类规律就是大数法则。在试验不变的条件下，重复试验多次，随机事件的概率近似于它的概率。

第 42 节：你不可不知的行为经济学(39)

大数法则反映了这世界的一个基本规律：在一个包含众多个体的大群体中，



由于偶然性而产生的个体差异，着眼在一个个的个体上看，是杂乱无章、毫无规律、难于预测的。但由于大数法则的作用，整个群体却能呈现某种稳定的形态。

花瓶是由分子组成，每个分子都不规律地剧烈震动。你可曾见过一只放在桌子上的花瓶，突然自己跳起来？

电流是由电子运动形成的，每个电子的行为杂乱而不可预测，但整体看呈现一个稳定的电流强度。

一个封闭容器中的气体，它包含大量的分子，它们各自在每时每刻的位置、速度和方向，都以一种偶然的方式在变化着，但容器中的气体仍能保有一个稳定的压力和温度。

某个人乘飞机遇难，概率不可预料，对于他个人来说，飞机失事具有随机性。但是对每年 100 万人次所有乘机者而言，这里的 100 万人可以理解这 100 万次的重复试验，其中，总有 10 人死于飞行事故。那么根据大数法则，乘飞机出事故的概率大约为十万分之一。

这就为保险公司收取保险费提供了理论依据。对个人来说，出险是不确定的，对保险公司来说，众多的保单出险的概率是确定的。

根据大数法则的定律，承保危险的单位越多，损失概率的偏差越小，反之，承保危险的单位越少，损失概率的偏差越大。因此，保险公司运用大数法则就可以比较精确地预测危险，合理保险费率。

小刀锯大树

赌客久赌必输的另一个秘密，即大数法则。

赌王何鸿燊刚刚接手葡京赌场的时候，业务蒸蒸日上。赌王居安思危，请教“赌神”叶汉：“为什么这些赌客总是输，长此以往他们不来赌怎么办？”

叶汉笑道：“这世界每天都死人，你可见这世上少人？”

叶汉的回答甚妙，道出了一条无论是保险公司、赌场还是骗徒，都信仰的法则——大数法则。

赌场本质上是一种温和的“概率场”，概率法则非常明显。一直玩下去，大数法则的作用就会日益显现出来。



第 43 节：你不可不知的行为经济学(40)

前面我们说过，庄家在规则上占有少许优势，玩的次数越多，这种优势越能显现出来。

久赌神仙输，赌圣也不行。

一天，一位沙特王子入住葡京酒店。

王子找到赌王，说：我就和你玩一把掷硬币。出正面我给你 50 亿美元，出反面你的赌场归我。

赌王呵呵一笑：这个游戏固然公平，但不符合我们博彩业的行事法则。我们开赌场不做一锤子买卖，而是小刀锯大树。如果你真的想玩，我们就玩掷骰子，1 000 下定输赢。你赢了，可以把我的产业拿走，我赢了，只收你 20 亿。

沙特王子无奈，只好退出赌局。

这个故事是虚构的，旨在说明大数法则之于赌场的意义。

开赌场不做一锤子买卖，而是“小刀锯大树”。

所以，赌场最受欢迎的是斤斤计较、想碰一下运气的散客，他们虽然下注谨慎，却构成了庞大的行为基数。这种客人会给赌场老板带来几乎线性的稳定收益，是赌场最稳定的收入来源，这是大数法则在起作用。

还有一种是一掷千金、豪气干云的大赌客，他们的下注额若在赌场的风险控制范围，也很难从赌场赢钱，会成为赌场的 VIP 客户。

假如有一个超级赌客，比如上面虚构故事中的沙特王子。他的赌注超过了普通赌客的千倍万倍，这会导致赌场收益的大幅震荡，极端情况下可能导致赌场破产。

因此，全世界所有赌场都会设定最高的投注限额。赌场设最低及最高的投注限额，即便“新郎行运一条龙”的事故生，也不至于让赌场亏太多。这样，赌场老板就可以安心睡觉了。



所有的 VIP 加起来，等于庄家和客人玩了一场长期游戏，大数法则依然有效。

赌场最不欢迎的，是深谙各种规则，处心积虑地想占赌场便宜的职业赌客。赌场背后称这种人为“无赖”。

“撞骗”的数理依据

你是否收到过这类短信：

请直接把钱打到工商银行卡号 6220219……谢文军

这叫“撞骗”，是一种传统骗术。版本甚多，比如寄中奖信、打中奖电话、发电子邮件。

第 44 节：你不可不知的行为经济学(41)

也就是骗子像没头苍蝇一样乱撞，“有枣没枣打一杆子”或许能“瞎猫捡个死老鼠”。

是不是觉得骗子很蠢？但骗徒的行为却是合乎统计原理的，在数理上是被支持的。

只要发出的短信足够多，其成功率非常稳定，合乎大数法则。

福建的某个小镇，众多乡亲都从事这个行当，短信群发器在这个偏远小镇非常普及。当警察抓获了这批刁民后，奇怪的是，过了很长时间了，居然还有人不断地往查获的卡上汇钱。

有人曾做过统计，类似这种垃圾短信，每发出一万条，上当的人有七到八个，成功率非常稳定。人过一百，形形色色。一万个人里面，总会有几个“人精”，



几个笨蛋，这是可以确定的。当然，也肯定会有几个爱恶作剧的人。有人收到这种短信，会忍不住打电话调戏骗子。

究其根源，都是由于大数法则的作用。在社会、经济领域中，群体中个体的状况千差万别，变化不定。但一些反映群体的平均指针，在一定时期内能保持稳定或呈现规律性的变化。

大数法则是保险公司、赌场、撞骗的骗徒，赖以存在的基础。

广结善缘

大数法则不仅是保险精算中确定费率的主要原则，它还是推销员的制胜之道。

大数法则用在业务员的人脉管理上，就是结识的人数越多，预期能够带来的商业机会的比例越稳定。

比如说，一个推销员给自己定下任务，每年结识 300 个客户或潜在客户，并把关系维系好。那么，三年后，他就有接近 1 000 个“样本”。

如果 100 个客户里会有 3 个长期客户，三年后，他就有大约 30 个能给他带来稳定收益的老客户。

欧洲有位大亨，每年都定下目标，要与 1 000 个人交换名片，并与其中的 200 个人保持联络，与其中的 50 个人成为朋友。

鸟瞰红尘，人海茫茫中，却均匀地分布着你的贵人。

无视样本大小

30 多年前的一个下午，在芝加哥的一间咖啡馆里，特韦斯基和约翰·杜伊教授在悠然地喝着咖啡。特韦斯基貌似无心地问：

第 45 节：你不可不知的行为经济学(42)



有两家医院，在较大的医院每天都有 70 个婴儿出生，较小的医院每天有 20 个婴儿出生。众所周知，生男生女的概率为 50%。但是，每天的精确比例都在浮动，有时高于 50%，有时低于 50%。

在一年的时间中，每个医院都记录了超过 60% 的新生儿是男孩的日子，你认为哪个医院有更多这样的日子？

我们知道，大数法则需要很大的样本数才能发挥作用，基数越大，就越稳定。随着样本的增大，随机变量对平均数的偏离是不断下降的。所以，大医院更稳定。这一基本的统计概念显然与人们的直觉是不符的。

杜伊先生果然钻进了圈套，他认为较大的医院有更多超过 60% 的新生儿是男孩的日子。

一个整天向学生灌输大数法则的教授，自己居然不相信大数法则！

普通人又如何呢？

特韦斯基后来把这个问题做了严格的实验。22% 的受试者认为较大的医院有更多这样的日子，而 56% 的受试者认为两个医院有相等的可能性，仅 22% 的受试者正确地认为较小的医院会有更多这样的日子。

小数法则

大数法则是统计学的基本常识，有人称为“统计学的灵魂”。大数法则虽然威力无穷，普通人却因其貌不扬而忽视。

针对人们在思考时常常无视大数法则的现象，特韦斯基提出了“小数法则”的概念。“小数法则”不是什么定律或法则，而是一种常见的心理误区。

用错误的心理学“小数法则”代替了正确的概率论大数法则，这是人们赌博心理大增的缘故。

小数法则 是一种心理偏差，是人们将小样本中某事件的概率分布看成是总体分布。人们在不确定性的情形下，会抓住问题的某个特征直接推断结果，而不考虑这种特征出现的真实概率及与特征有关的其他原因。

小数法则是一种直觉思维，很多情况下，它能帮助人们迅速地抓住问题的本质推断出结果，但有时也会造成严重的偏差，特别是会忽视事件的无条件概率和样本大小。



第 46 节：你不可不知的行为经济学(43)

做生意，不要相信“小数法则”

爱因斯坦说：“上帝不掷骰子”。对上帝来说，一切都是确定的。

大数法则就是一种先验概率，而天生是“概率盲”的人类，却直觉地相信“小数法则”。

当当网的创办人俞渝女士，曾在一个叫做《创业百问》的电视节目中，和郭广昌这样讨论——

郭总刚才讲的，5 个合伙人，15 年可以同步进步，这事我觉得违反自然规律。这个团队有人进步有人退步，有人进的多，有人退的少，这在经济学上来讲是一大数法则。

以刚才描述的现象，在我听来，是一个小数法则的现象，小数法则里头有这种神话，而这种神话发生在你身上，那你很幸运，但是我觉得在其他正在建立团队的人身上，去同样复制可能性很小。我觉得做企业，一定要看大数法则……

小贴士：

大数法则是一种统计定律；小数法则是一种心理偏差。

大数法则是一种科学；小数法则是一种迷信。

大数法则是中性词；小数法则是贬义词。

股神大哥的预测模式

行为经济学家马修·拉宾曾假设：如果你是一位投资者，你亲见一位基金经



理在过去两年中的投资业绩好于平均情况。你是否就会得出这位经理要比一般经理优秀的结论？

然而真实的统计意义非常微弱。让我们来看看股神大哥的预测模式。

第一周发 10 000 条短信，股神大哥预言某支股票的涨跌。其中 5 000 条说某只股票涨，5 000 条说跌。

第二周股神大哥向其中说对的 5 000 人再发一短信，其中 2 500 条说某只股票涨，2 500 条说某只股票跌。

第三周他再向说对的 2 500 人发短信，其中 1 250 条说某只股票会涨，1 250 条说某只股票会跌。

最后有 1 250 人，发现这位股神大哥连续 3 次说对某只股票的涨跌，简直太崇拜了。其中有 500 人真的把钱交给他投资了。当然，如果赚钱是要分成的。

股神大哥拿到钱后会做什么呢？他会给这 500 个不同的账户各买一只股票，尽量让这些股票各不相同。一段时间过后，股票有的涨，有的跌。

第 47 节：你不可不知的行为经济学(44)

如果一个人的账户买了一只涨的股票，他对股神阿猫就会更加信赖，甚至还会追加投资。

假如碰到一个大牛市，大部分时间里，大部分股票上涨概率大大超过下跌。因此，股神大哥的这种模式是非常有钱途的。

假如来了个大熊市，大部分股票在大部分时间下跌超过上涨，股神大哥也是不用负责，大不了退出江湖而已。



赌客谬误

小数法则的经典表现就是“赌客谬误”。

李太太一连生了五个女儿。

李太太：希望我们下一个孩子是男孩。

李先生：亲爱的，都生了五个女儿了，下一个肯定是儿子。

李先生对吗？

众所周知，掷硬币正、反面出现的概率为 50%，在掷硬币游戏中，如果前几次大多数出现正面，那么很多人会相信下一次投掷很可能出现反面。这就是赌客谬误（gambler's fallacy），也是很多赌客信心大增的原因。

赌客谬误的产生，是因为人们错误地诠释了“大数法则”的平均律。投资者倾向于认为大数法则适用于大样本的同时，也适用于小样本。

赌博是随机事件。

一枚硬币，连出三把都是正面，那么下一把出反面的概率仍然不会大于 50%。

从理论上讲，硬币也好，骰子也好，既没有记忆，也没有良心，概率法则支配一切。

随便到一家合法的赌场，就能看到这种赌客“猜反正”的现象：

连输几次就该赢了

连出几次红就感觉该出黑了

连出几次庄就以为该出闲了

连出几张大牌肯定该出大牌了

.....

这是很多赌客感觉能战胜庄家的理论依据，甚至很多有学问的赌徒写的“赌经”，都明显带有这种错误。

你可曾见赌客拿本子记录百家乐出闲和庄？赌瘾甚至可以让一个天资平庸的赌徒变成统计学教授。

连抛 100 下硬币，会一直出正面吗



在《黑天鹅》一书中，作者尼古拉斯·塔勒布向两个虚构人物请教一个问题。一个是“肥佬汤尼”，一个粗俗的，靠投机钻营致富的家伙，一个是博士约翰，一位诚实的学者。

第 48 节：你不可不知的行为经济学(45)

尼古拉斯：假设硬币是绝对公平的。连续抛出 99 次，每次都得到正面。我下一次得到反面的概率有多大？

约翰博士：“超简单！当然是 50%，因为你假设硬币是绝对公平的。”

尼古拉斯：“汤尼，你认为呢？”

肥佬汤尼：“很显然，不会超过 1%。”

尼古拉斯：“为什么？我最初假定硬币是公平的，每面都有 50% 的概率。”

肥佬汤尼：“这游戏是不公平的，这枚硬币里一定做了手脚。谁相信所谓“50%”的说法，他要么是个草包，要么是个大草包。”

尼古拉斯：“但约翰博士说是 50%。”

肥佬汤尼趴在在尼古拉斯耳边小声说：“我在银行当保安的时候，就曾经和这类傻瓜做同事，你可以利用他们赚大钱。”

肥佬汤尼认为，在硬币连抛 99 次，每次都得到正面的情况下，绝对均匀的假定是虚构的。而约翰博士的回答可能代表了教科书的标准答案。

在某个聚会场合，笔者曾向朋友 Jay 请教过这个问题。

一枚绝对均匀的硬币，绝对公平地掷出。连续 99 次都是正，接下来要再掷



出一次，你认为出正的概率大，还是出反的概率大？

- A.出正概率大
- B.出反概率大
- C.各占 50%

Jay 是英国某著名大学的计量金融学博士，他很谨慎地选择了 C。

此时，另一位朋友插进话来，非常确定地选择 C。

笔者问：“为什么呢？”

这位朋友说：“因为我是教统计学的老师，并且这种事件，历史上真的曾经发生过。”

笔者：“那些钱币应该是两面都是正吧？”

教统计学老师：“嘿嘿，是的。”

这位讲师朋友所谓的曾经发生的事件，是一般概率课上都会讲到的一个典故。

宋朝大将狄青受命平叛。当时朝廷中主和、妥协派势力颇强，狄青所部亦有些将领怯战。

狄起兵祭旗，他手捧 100 枚铜钱，对众将士说，如果我扔下的 100 枚铜钱都是正面朝上，则必定是上天恩赐，让我们大胜而归。

第 49 节：你不可不知的行为经济学(46)



许多将军都劝狄青不要这样做，狄青坚持。当他把 100 枚铜钱扔到地上时，众将士都不相信自己的眼睛，奇迹发生了，100 枚铜钱全正面朝上。于是，士气大振。

狄青令人将 100 枚铜钱钉在地上，派重兵把守，若有人翻动铜钱，格杀勿论。

当狄青获胜班师回朝，把铜钱收回时，有一些将士才发现，这 100 枚铜钱两面都是正面。

理解了赌客谬误的人，会不会浑然不觉地犯一种“学者的谬误”呢？这同样是一种“小数法则”。

假设在某个场合，一个陌生的美女邀请你猜硬币。她让你猜，抛一次硬币会出现反还是正？赌注为 100 万元。

她发誓，她递给你的硬币是绝对均匀的。

你将信将疑地看着这位美女，怎么证明她的话是实话呢？

你说，在赌博之前先抛 10 次先验证这枚硬币。

于是在你连抛了 9 次硬币，结果，这枚硬币 9 次正面朝上。

你不干了：“这枚硬币一定是动了手脚！”

这个陌生的女人又递给你一本统计学教科书，书上说，抛 10 次，9 次朝上，这种不平衡的结果发生的概率还是比较高的。

尽管你的疑心加重了，但你还是相信教科书不会错的。

于是，你要求再抛 100 次硬币来检验。

你抛了 99 次，每次都是正面朝上！

这本统计学教科书又告诉你，100 次抛掷中 99 次正面朝上的可能不是没有，但其概率是如此微小，以至于你费了好大劲儿才数清小数点后零的个数。

那么，你会和她赌吗？

如果赌，你赌正面赢，还是赌反面赢？

如果你赌正面赢，其实就等于认为这个硬币出正面的概率大，你冤枉了一个从理论上讲是诚实的女人。

延伸阅读



雅各布与大数法则

雅各布·贝努利（Jacob Bernoulli）1654 年生于瑞士，他没有遵照父亲的意思去当律师或经商，而是自学成为了一名数学家。

雅各布生活的时代，是一个牛人辈出的时代。如约翰·阿布斯诺特，他是一位御医，同时他还是一位业余数学家。他对概率十分感兴趣，用丰富的病例来阐述他的观点。在他的一篇论文中，他研究了“20 岁的妇女是否有处女膜”的概率以及“20 岁的花花公子没得淋病”的概率。

第 50 节：你不可不知的行为经济学(47)

这种学术风气，促使雅各布开始留意概率问题。雅各布和牛顿生活在同一时代，他有着贝努利家族传统的自负心态，他认为自己和牛顿不相上下。1703 年，雅各布·贝努利率先提出了如何从样本中发现概率的问题。

雅各布教授自己的弟弟约翰数学。约翰和雅各布一样聪明，而且和他的哥哥一样，他是个对名声的追求近乎病态的人。

雅各布和弟弟约翰有一个习惯，就是对一个问题有竞争性地进行研究，并且在媒体中毫不留情地攻击对方。

雅各布虽然发现了大数法则，但由于兄弟俩在科学问题上过于激烈地争论，致使双方的家庭也被卷入。雅各布死后，他的《猜度术》手稿被他的遗孀和儿子在外藏匿多年，直到 1713 年才得以出版，几乎使这部经典著作的价值受到损害。

《猜度术》是雅各布·贝努利一生最有创造力的著作，在这部著作中，他提出了概率论中的“贝努利定理”，该定理是“大数法则”的最早形式。

为了说明大数法则，雅各布假设了一个装满 3 000 枚白色石子和 2 000 枚黑



色石子的罐子，不知道每个颜色的石子的数目。

我们从罐子中，按不断增加的数目取出石子，并在将它们放回瓶子之前，记录每枚石子的颜色。

如果我们取出越来越多的石子，最终我们会得到“接受必然的可能性”，也就是说，在实际事件上是必然的，但又不是绝对的必然——两种颜色石子的比率是 3：2。

雅各布的计算显示，从罐子中取出 2 555 枚石子后，则有大于 1 000/1 001 的概率使其结果与真实结果（3：2）间的差异在 2%之内。也就是所谓的“接受必然的可能性”。

雅各布宣称，我们可以对任何不确定的数量进行科学的预测了。如果我们可以像“先知”一样，几乎能很准确地预言“事后”。

由于“大数法则”的极端重要性，1913 年 12 月彼得堡科学院曾举行纪念大会，庆贺“大数法则”诞生 200 周年。

《猜度术》是概率论的第一部奠基性著作，所含概率思想具有划时代的重大意义，可谓对概率论做出了决定性的贡献，推进了概率论的进一步发展。因而其出版是概率论成为独立数学分支的标志。

第 51 节：你不可不知的行为经济学(48)

在别人贪婪时恐惧，在别人恐惧时贪婪。

——沃伦·巴菲特

口说笔写的哀痛文字，最令人伤心断肠的，莫过于“早知如此”！



——约翰·惠特曼

每一天，张三都走同一条路回家。

某一天，张三突发奇想，选择另一条路回家，结果被一只狗咬了，这时张三什么感觉？

假如，张三是在以前每天都走的老路上被狗咬了呢？

两相比较，因为改变而产生的那部分额外的挫折感就叫“懊悔”。

楼市暴涨，你会惜售房产吗

朋友老侯有一处多余的房产，当初 25 万元买的，现在赶上楼市红火，可以卖到 75 元万，他问我该不该出售，再不出售，房市恐会下滑。但是房价还在往上涨，如果现在卖掉，将来后悔怎么办？

于是，我从书架上抽出一本老中医陈纯仁写的《银元时代生活史》给他看。陈纯仁是原是上海滩的名医，后来定居中国香港。在其作品中，陈纯仁讲了这样一段读来颇感沧海桑田的故事。

清末，著名古董家丁福保，花 800 块银元买了上海一块地皮，十几年后卖得 136 000 块银元，增值 170 倍。陈纯仁对此十分钦佩。

在丁公的指导下，陈纯仁花 5 200 块银元从农民手中买了上海愚园路的一块地，当时愚园路只是一片荒芜。

三年后，愚园路增建了基础设施。有人向陈纯仁开价 30 000 块银元买此地。

陈纯仁有意出售，但害怕卖早了自己会后悔。便又向丁公请教。

丁公的回答滴水不漏：“照短线来说，你卖掉并没错，但以后的涨跌，你不要再放在心上。”

多年以后，地价已涨到 10 万元以上。

几十年后，读陈纯仁的文字，仍能感觉到隐隐的遗憾。

人云“世间没有后悔药”，但对投资之事若能“讲究心理卫生，置若罔闻”。就不致于产生太大的后悔。

外重者内拙

低买高卖，是最基本的商业法则。但涉及大宗投资的时候，一个人的决策就不见得那么理性。



玩过牌的人都知道，赌注大小，会影响到一个人的发挥水平。假如人真的是理性的，赌博技巧就应该是一样的。

庄子曾经讲过一则寓言：有一个赌徒，用瓦器作为赌注的时候，赌技格外高超。当有人拿金属带钩作为赌注和他赌博时，他就有点发挥失常了。后来，又有人拿黄金作赌注和他玩，结果他一败涂地。

庄子总结说：“外重者内拙。”对外物看得过重的人，理性一定会受到影响。

曾有一个收废品的小贩，靠着勤奋与聪明积累了百万身家。某年铁价大跌，“破烂王”拿出 100 万存款，又从银行贷了 200 万囤积了一批废铁。不久，铁价从 1.2 元/公斤涨到 1.8 元/公斤；又过一周，从 1.8 元涨到 2.2 元。

“破烂王”想出货了，但他想：如果再涨怎么办？再等一等。又过一周，从 2.2 元涨到 2.8 元。

“破烂王”说：涨到两块九就出货。话音未落，价格已经跌到 2.5 元。

他幻想价格还能回升，但价格第二天就落回到 1.5 元。

当他在为“卖，还是不卖”踌躇的时候，价格已经掉到 0.9 元了。

他最终的止损价格是 0.6 元。

除了具体数字有些出入，这是一个真实的故事。这个故事有一个悲惨的结局，因为这次风险已经超出这位靠锱铢必较起家的人的承受范围。或许在过去的时候，他有过不少靠金属价格波动获利的经验，但这次实在玩得太大了，又太追求“完胜”了。

投资额的大小，到底是怎样影响人的理性决策的，这是行为经济学应该深入研究的一个课题。

本书精华已为您连载完毕，更多精彩内容请关注腾讯读书，谢谢！

宁静的风_小记_百度空间

<http://hi.baidu.com/jfengyu>

—————更多精品免费文档,请访问我的文库:

http://wenku.baidu.com/public?un=zhwyl&tn=uc_public