**“利他是为了更好的利己”**

**——第一周听课心得**

经济人假设指出人总是在一定制度约束下，追求自身利益的最大化。但在现实社会中，这种追求自身利益的最大化往往不通过直接的利己来表现。在一些商业现象中，我们往往会发现，优秀的供给者在推销自己产品的同时会给予消费者一定的好处，比如更便宜的价格，更优质的产品，又或者是外卖好评红包，抽奖转发推文等等。

这种利他行为似乎有碍于供给者实现自身利益的最大化，但事实果真如此吗？我们不妨从反面来思考。设想有一家烧烤店，店主为了追求自身利益的最大化，选择在价格不变的情况下偷减成本，采用不新鲜的食材和不健康的食用油。这样做的结果当然使得单件“商品”的利润变高了，但不新鲜的食材和不健康的食用油却降低了消费者的口感，反过来减少了消费量，虽然单件“商品”的利润上升给总利润带来了正效应，但消费量减少给总利润带来的负效应更大，从而使得总利润不增反减。这个看似矛盾的结论实则说明了供给者和消费者不是抽离的个体，他们之间是存在某种联系的，正因为这种联系，使得供给者在追求自身利益最大化的同时要考虑到消费者的利益。换句话说，利己首先得利他。这也是为什么“顾客是上帝”被大多数商人奉为圭臬的原因。

上面这种情况下利他带来的利己是直接反映在经济利益上的，但生活中还有些利他带来的利己不直接反映在经济利益上。比如外卖给好评得红包和转发推文获得免费抽奖机会等等。商家发红包奖励给自己店铺好评的人，这种行为如果只从表面上来看，似乎损害了商家自身的经济利益却只换来了一个个所谓的正向评论；活动主办方出资设置一些诱人的奖品作为转发推文的抽奖福利，似乎损害了主办方自身的经济利益却只换来了转发量的增多。这两者好像都只在损害自身利益而没有获得任何有用的收益，这难道不是和经济人假设相矛盾吗？但如果我们从深层次去思考这个问题，我们就可以发现这仍然是一个“利他为了更好地利己”的现象。好评的增多，会吸引更多的消费者来消费，从而增加了外卖商家的收入，推文转发量的增多让更多的人知道了这个活动，从而为这个活动吸引到了人流量，主办方的一些利益才得以实现。这些看似“不值得做”的行为却间接地获得了收益，增加了自身利益。

从上面的这些例子可以看出，有时候追求自身利益的最大化不能只是一些简单利己措施的组合，而应该是一套利他利己的混合拳。回到最初谈到的那个烧烤店例子，我们可以反思一下，为什么同质类的商店有的业绩火爆，顾客络绎不绝，而有的却销售惨淡，几近无人问津。追求自身利益最大化的确是人的天性，但怎么实现它却没有那么简单。有时候表面上的退一步，牺牲一部分自身利益去为别人创造一些利益，反过来却能给自己带来更大的利益。这是我从这堂课中得到的启示。