

面，还是觉得会有热手现象。

人都是这样的，自己先有一个观点，来了新的信息，一般来讲你还是不愿意去改变之前的观点，。那这样的话，就会导致你初始的观点就像一个锚一样，把你死死地锚在那里，然后你的观点很难改变。即使最开始那个锚有可能都是随机的，就像前面你的社会安全号码，都会对你的观点有重大的影响。

我再说下面一个实验，这个实验是香港中文大学（深圳）王健教授当时在他的班上设计的，后来我也在一些班上用过。这个实验基本上是理查德·泰勒早期的一个经典实验的改进，早期理查德·泰勒只是问一个问题，我们把它改成两个问题，你看一下。

理查德·泰勒这个经典问题的答案你估计也知道了。因为理查德·泰勒拿诺贝尔奖之后，他的很多问题都已经在网上出现了。答案就是大多数人都会过度自信，高估自己的IQ。正常来讲你问所有的人，应该有一半人认为自己比平均水平差，一半人认为比平均水平高，对吧？但是答案是大多数人都会认为自己比平均水平高。

但这不是重点，我们把这个问题放在两个班上面。

A班和B班。有5个选项，A是远低于平均水平，B是低于平均水平，C是平均水平，D是高于平均水平，E是远高于平均水平。问两个班的问题是一样的，答案是一样的，选项也是一样的，唯一的区别就是把答案的选项倒一下，你会看到第一个答案可能就变成一个锚定点。

那答案的分布大概是什么样的？

- A班先看的是E选项，远高于平均水平。
- B先看的是远低于平均水平。

在A班，90%的人选的是远高于平均水平和高于平均水平，只有两个人选的是平均水平，基本上没有人选择远低于平均水平和低于平均水平。

但是在B班，就完全不一样。绝大多数人选的是平均水平，因为B班先看的是远低于平均水平。当然还是有挺多人选的是远高于平均水平和高于平均水平，但是也有一部分人选低于平均水平和远低于平均水平。哪怕给B班先看的是这样的选项，他们还是稍微过度自信一点，但是过度自信的程度远远小于A班。把答案调换一下，这就会有很大的应用。

下面是发生在我自己身上的事情。我自己当时是先到美国念了概率统计的硕士，后来在沃顿商学院念了金融博士。博士毕业之后，我就去美国明尼苏达大学卡尔森管理学院做教授，我中间不停地搬家，后来又回国，来到清华五道口，还回过广东、深圳，回国也是不停地搬家。

但是每次我不管搬到哪儿，沃顿商学院的校友会总是能找到我，连我妈都不知道我搬到哪儿去。那这些校友会的人找我干什么？当然不是问我最近是不是很健康，学术论文发得怎么样。他们其实最关心的是，看看我能不能给沃顿捐点钱。但是我是个老师，又比较穷，所以他们也没有期望我捐太多。

下面是发生在我自己身上的事情。我自己当时是先到美国念了概率统计的硕士，后来在沃顿商学院念了金融博士。博士毕业之后，我就去美国明尼苏达大学卡尔森管理学院做教授，我中间不停地搬家，后来又回国，来到清华五道口，还回过广东、深圳，回国也是不停地搬家。

但是每次我不管搬到哪儿，沃顿商学院的校友会总是能找到我，连我妈都不知道我搬到哪儿去。那这些校友会的人找我干什么？当然不是问我最近是不是很健康，学术论文发得怎么样。他们其实最关心的是，看看我能不能给沃顿捐点钱。但是我是个老师，又比较穷，所以他们也没有期望我捐太多。

但是每次我不管搬到哪儿，沃顿商学院的校友会总是能找到我，连我妈都不知道我搬到哪儿去。那这些校友会的人找我干什么？当然不是问我最近是不是很健康，学术论文发得怎么样。他们其实最关心的是，看看我能不能给沃顿捐点钱。但是我是个老师，又比较穷，所以他们也没有期望我捐太多。

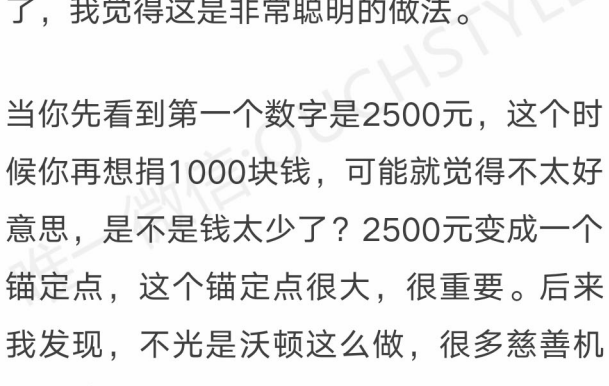
但是每次我不管搬到哪儿，沃顿商学院的校友会总是能找到我，连我妈都不知道我搬到哪儿去。那这些校友会的人找我干什么？当然不是问我最近是不是很健康，学术论文发得怎么样。他们其实最关心的是，看看我能不能给沃顿捐点钱。但是我是个老师，又比较穷，所以他们也没有期望我捐太多。

但是每次我不管搬到哪儿，沃顿商学院的校友会总是能找到我，连我妈都不知道我搬到哪儿去。那这些校友会的人找我干什么？当然不是问我最近是不是很健康，学术论文发得怎么样。他们其实最关心的是，看看我能不能给沃顿捐点钱。但是我是个老师，又比较穷，所以他们也没有期望我捐太多。

但是每次我不管搬到哪儿，沃顿商学院的校友会总是能找到我，连我妈都不知道我搬到哪儿去。那这些校友会的人找我干什么？当然不是问我最近是不是很健康，学术论文发得怎么样。他们其实最关心的是，看看我能不能给沃顿捐点钱。但是我是个老师，又比较穷，所以他们也没有期望我捐太多。

但是每次我不管搬到哪儿，沃顿商学院的校友会总是能找到我，连我妈都不知道我搬到哪儿去。那这些校友会的人找我干什么？当然不是问我最近是不是很健康，学术论文发得怎么样。他们其实最关心的是，看看我能不能给沃顿捐点钱。但是我是个老师，又比较穷，所以他们也没有期望我捐太多。

锚定点作为暗示：慈善捐赠中的应用



但是在他们给我寄的一个捐款的单子上面，我发现一个非常奇怪的现象。一般来讲，捐钱的顺序是从小到大的。他们给我的顺序是，第一个选项是2500元，第二个选项是1000元，第三个选项是500元，第四个选项是250元，第五个选项是其他。你可以自己选，填个数字。他们把顺序变了，我觉得这是非常聪明的做法。

当你先看到第一个数字是2500元，这个时候你再想捐1000块钱，可能就觉得不太好意思，是不是钱太少了？2500元变成一个锚定点，这个锚定点很大，很重要。后来我发现，不光是沃顿这么做，很多慈善机构都这么做。

把这个顺序调换一下，锚定效应的作用会使得你捐钱的数量可能就完全不是一个档次。

买房中的锚定效应

前面讲的这些生活中的锚定效应，你会想，都是小的决定，所以影响会有点大；但是是不是重大的决定，它的影响也会大呢？或者说你是一个专业的人，也会受影响？

下面讲一个例子，如果是在你人生中特别大的决定，而且你是专业的人，可能也会受影响。这个例子是很早以前在一个偏僻的农村里面做的一个实验，做实验的人假装去卖房子。对来买房子的人来说，这是一个很重大的决定，这可能就是他们人生中最大的一笔投资。关于房子所有的信息都有，旁边的学校、警察、这个房子是什么时候建的、用什么材料建的、什么时候维修过，什么信息都有，厚厚的一叠。

然后他特别告诉来买房子的人，我这个房子信息都在这边，但是我还要给你一个房子的标价。正常来讲，卖房子的人给个标价就完了，但是因为这是做实验，所以这个做实验的人就故意说，这个标价其实没有太多意义，你应该看一看这个房子的相关信息，然后你自己出一个价钱来买这个房子。

那这个时候，就把业余的人分成四组，专业的人分成两组，因为专业的房地产经纪人的没有那么多。

对专业地产经纪人的影响：标价和估价		
标价	业余人员估价	专业房地产经纪人的估价
\$65,900	\$63,571	\$67,811
\$71,900	\$67,452	
\$77,900	\$70,423	
\$83,900	\$72,196	\$75,190
统计检验	F=4.85 p<0.01	t=3.28 p<0.01

业余的第一组看到的标价最小，最后一组看到的标价最大。看到标价最小的那组业余的人，愿意付的钱就更少。那锚定效应导致这个价格差别是多少呢？差别基本上是10%~15%之间，非常大的一个数字。比如说如果标价是6.59万的话，业余人员给的估价是63571元；但是如果标价是8.39万的话，业余人员给的估价是72196元，相差非常大。

那对专业人员也有类似的效果，如果专业人员看到标价是6.59万的话，专业人员给的估价是67811元；但是专业人员看见的标价是8.39万的话，给的估价是75190元，专业人员受的影响稍微小那么一点点，但是总的来讲影响也很大。

但这里面千万不要想错了，不是说你给的标价越高，大家就愿意付更多的钱，你的标价要在一个合理的范围内。如果你直接标价一百万，那可能很多人就非常生气，觉得不公平走掉了。但是如果你的标价在合理的范围内，很多人就会受这个标价很大的影响。

这个问卷调查最后还有一个非常有趣的问题，问他们最后给这个房子的估价，有没有受到这个标价的影响。基本上所有这些业余的人都会在后面勾一下，表示自己的估价其实受到这个标价的影响；但是基本上没有一个专业的人会在后面勾一下，专业的人都认为自己给的估价就是根据房子的信息作出的，没有受到标价的影响。他们是明显过度自信，或者是不愿意承认自己受到标价这个锚定效应的影响。

为什么会有锚定效应

好，到这里我相信你对锚定效应已经有一个非常清楚的了解，一般来讲，在一般的行为经济学的课里面讲到这里也就差不多了。但是下面我还要更进一步，为什么我们会受这种随机数的影响？

这其实不是一个简单的问题，当时在1974年左右，卡尼曼和特沃斯基发现了这个锚定效应，这个论文发表在《科学》杂志上。但是他们只是看到这个现象，并不知道根源，过了很多年之后，有几个德国心理学家才得出了一个结论，觉得是下面这个根源。

这几个德国心理学家提出一个概念，叫做Priming Effect，我把它翻译成“启动效应”，什么叫做启动效应呢？从他们做的实验里面就能体现出来。问的问题基本上是一样的，也是把人分成两组，问德国全国全年的平均温度是多少。

有一组看到一个很低的温度，比如说0度；然后另外一组看到一个很高的温度，比如说30度。然后同样问，你觉得德国全国全年的平均温度比你看到的温度要高还是低呢？那看到低温度的一组肯定说要比这个低的温度高，看到高温度的一组说要比这