

第6章 决策中的心理偏差与偏好

Psychological Biases and Preferences



Psychology

- For guidance on this, economists turn to the extensive experimental evidence compiled by cognitive psychologists on *the systematic biases* that arise when *people form beliefs*, and *on people's preferences*.

引导案例

专用的账户

- 一位金融学的教授通过为自己设定一个当年需要额外开支的数额目标，并把这部分数额专列一个账户。然后，在一年中，一旦有什么需要的额外支出，他就把那笔开销从那个专用账户里扣除。如此一来，他再也看不到那笔让他心烦的计划外支出了。

思考

- 传统经济模型里，人的偏好具有稳定性
- 设立专用的账户后，这位教授为何不烦了呢？
- 生活中类似如“破财免灾”的例子反映了人们怎样的心理特征？



心理偏差与偏好

- 决策者的行为基于其对客观事物的主观认知，由于认知和心理偏差的存在，决策者在真实情境下做出的决策常常有别于新古典经济学的推断。
- 准确理解人类决策过程的心理偏差与偏好，有利于从心理学角度寻找纠正偏差、提高决策理性的依据。

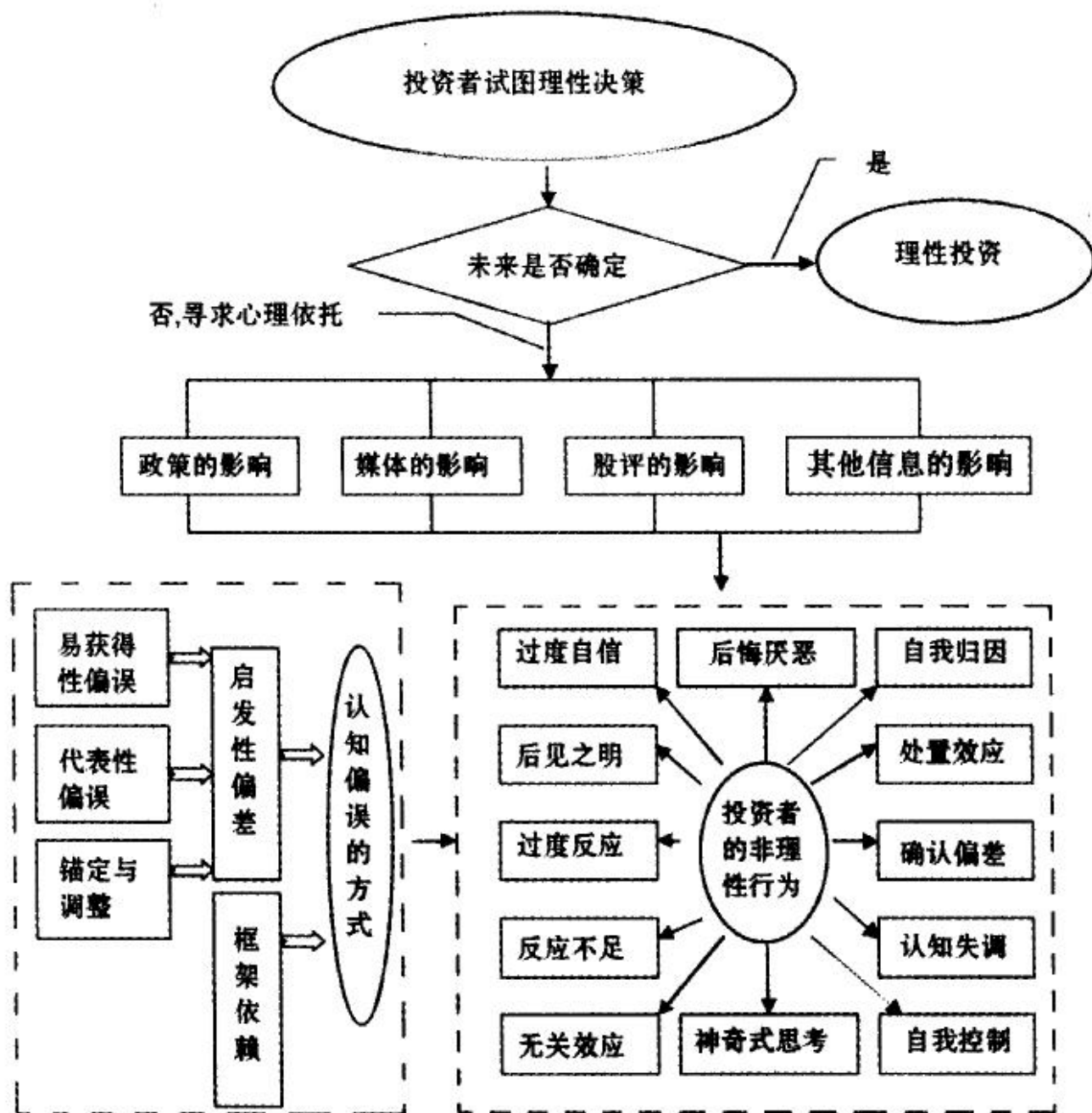


图 4—2 投资者心理及行为变化图



- 6.1 心理账户
- 6.2 从众行为
- 6.3 过度自信
- 6.4 证实偏差
- 6.5 损失厌恶与禀赋效应
- 6.6 后悔厌恶
- 6.7 模糊厌恶与熟悉偏好
- 6.8 时间偏好与拖延习惯



心理账户

实验6-2：看电影

- 第1组，丢失了花10元钱购买的电影票，你会再花10元钱买票吗？
- 第2组，丢失了准备买电影票的10元钱，你会再花10元钱买票吗？

第1组：丢失电影票

“愿意” (46%)
“不愿意” (54%)



第2组：丢失10元

“愿意”(88%)
“不愿意”(12%)

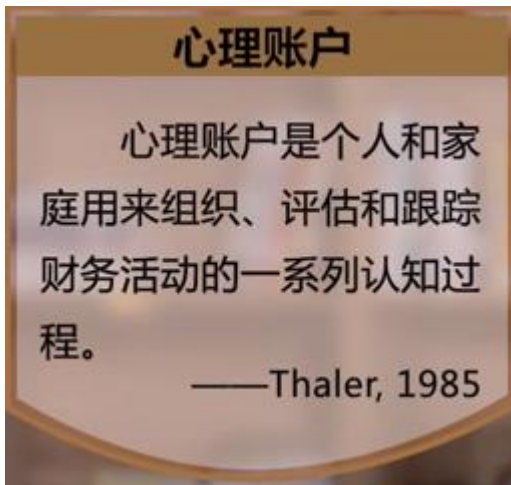
实验结果分析

- 看同一部电影，票价都是10元，为什么大多数人在第一种情况下不愿意买票，而在第二种情况却愿意买呢？



- 心理账户在起作用。
 - 可以将看电影视为一个交易，买第二张票会增加看电影的成本，这个成本超过了人们愿意接受的程度。相反，丢掉的钱没有被列入看电影的成本账户，因而不至于影响看电影的意愿。

心理账户的基本原理



- 传统的经济理论假设所有的资金都是等价的（“可替代性”）。
 - 例：对待赢的钱与工资收入的态度无差异。
- 现实中，人们根据资金的来源、资金的所在、资金的用途等因素对资金进行归类，这种现象被称为“**心理帐户**”（*Mental accounting*）
 - 本质特征是“非替代性”
 - 人们把资金归到不同的心理账户中，并根据其所在的账户分别做决策
 - 心理账户是个人或家庭金融活动中普遍存在的认知特点

实验6-1：购买商品

- 第1组
 - 假设你买一件夹克衣要125元，买一个计算器要15元。售货员告诉你：这款计算器在另一家商店只需10元，但要走20分钟的路。你会去那家商店吗？
- 第2组
 - 假设你买一件夹克衣要125元，买一个计算器要15元。售货员告诉你，这款夹克衣在另一家商店只需120元，但要走20分钟的路。你会去那家商店吗？



实验结果及分析

- 实验结果
 - 第一组88名被试者中，68%的人愿意到另一家商店，为15元的计算器节省5元。
 - 第二组93名被试者中，29%的人愿意到另一家商店，为125元的夹克节省5元，愿意前往另一家商店的人数比例比第一组明显减少。
- 实验结果分析
 - 心理账户的**局部性**使人们用相对值而不是绝对值来评价事物，从而产生了不同的决策结果。

思考与联想：意外的消费

- L 和 H 夫妇在一次钓鱼之旅中捕捉了一些三文鱼。他们把鱼打包后空运回家。航空公司弄丢了鱼，因此赔偿给他们 300 美元。这对夫妻非常高兴，一起去一家豪华餐厅吃了一顿价值 225 美元的大餐——他们从来没有花过这么多钱在外吃饭。
- 为什么人们对于“意外之财”和“辛苦工作的血汗钱”的使用方式完全不同呢？



思考与联想：亲情账户

- 王先生非常中意商场的一件羊毛衫，价格为1250元，他舍不得买，觉得太贵了。但他妻子买下羊毛衫并作为生日礼物送给他时，他却非常开心。
- 为什么同样的钱以不同的理由开支所产生的心理感受不同呢？



思考与联想：拆迁“暴发户”

- 《中国家庭金融调查》数据实证研究发现：拆迁户心理认知对家庭日常开销账户和杠杆账户资产配置呈正向影响。
- 拆迁家庭在获得高额补偿金时心理容易受到意外之财的心理冲击，出现“夸张贴现”的现象，如炫耀性消费、资产沉淀等问题。



“心理账户”的应用：差旅补贴方案

- 假如你是公司的一名业务员，被派遣到日本出差一周，当地消费水平较高，公司决定按照以下方案进行差旅补贴：
 - **方案1：**出发前你的工资卡上发放两万元人民币作为补贴
 - **方案2：**下飞机后当地办事处给你发放相当于人民币两万的日元作为差旅补贴
- 请问在哪种情形下你会消费更多？



美国政府刺激消费

- 2001年9月，美国政府为纳税的美国公民支付38亿美元——依据年收入每人得到的数额从300、500到600美元不等。
- 政府官员和媒体使用“回扣”（rebate）一词来描述补偿，布什政府认为此举将会刺激消费，激活低迷的经济。
- 而Epley等（2006）认为“回扣”一词限制了它的效力，如果用“奖金”（bonus）一词，公民会更快花掉而不是储蓄这笔钱。

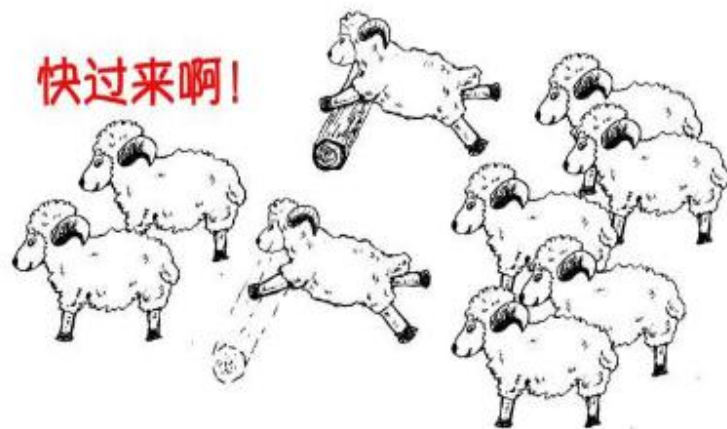




从众行为

羊群行为

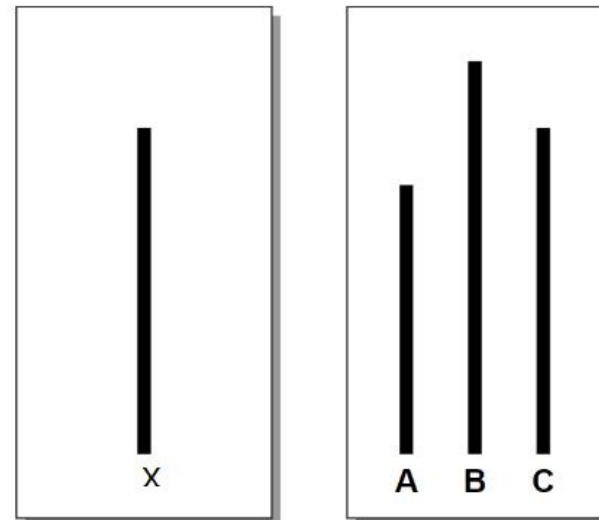
- 在一群羊前面横放一根木棍，第一只羊跳过去，第二只、第三只也会跳过去；这时，把棍子撤走，后面的羊走到这里，仍然像前面的羊一样，向上跳一下，尽管拦路的棍子已经不存在了，这就是“羊群效应”。
- 羊群效应：在一个竞争激烈的行业上，通常也会有一个领先者（领头羊）占据主导地位，整个“羊群”会摹仿领头羊的一举一动，领头羊到哪里去“吃草”，其它羊也去哪里“淘金”。



从众行为 *Herding*

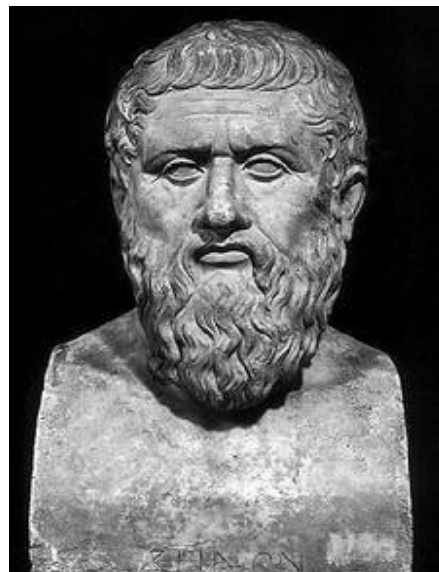
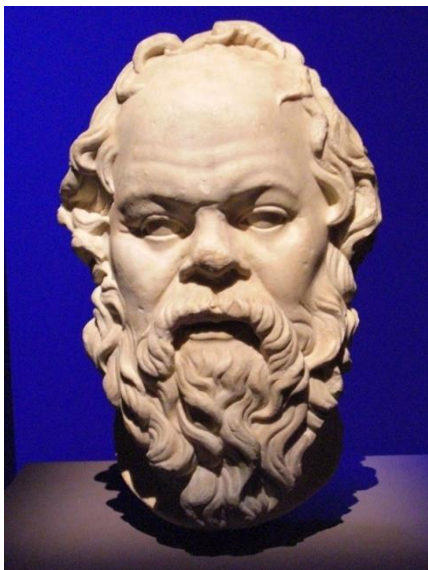
- “羊群行为” (*Herd behaviors*), 即“从众行为”表现为采用同样的思维活动、进行类似的行为, 心理上依赖于和大多数人一样思考、行动, 以减少采取行动的成本, 获得尽可能大的收益。
 - 人们改变自己的观念或行为, 使之与群体一致的心理倾向

阿希从众实验 (Asch, 1956)
(pp.115)



苹果的味道

- 苏格拉底拿的苹果，只有柏拉图指出它是假的。



从众行为产生的原因

缺乏知识经验
及其他一些个性方面的特征

减少恐惧的需要



信息不对称、不完全

推卸责任的需要



过度自信

——信息输出阶段的认知偏差

实验：超过平均水平的驾驶技术

- 你的驾车水平怎么样？
- 调查发现，有65%到80%的人认为自己的驾驶技术高于平均水平。但我们当中只有一半的人有这个能力。所以，大部分人对他们的驾驶技术过度自信了。



实验6-4：区间估计

- 请估计一架普通的、空载的波音747飞机的重量。给出你的最小估计值和最大估计值，以保证正确答案有90%的可能会在你给出的两个数据之间。



实验6-4：区间估计

- 实验结果
 - 波音747飞机的重量是178吨，大多数人没能给出包含正确答案在内的估计范围
- 结果分析
 - 那些回答问题的商界人士自信地把答案限定在较小的范围内，得到错误的估计。所表现出来的是过度自信的心理。

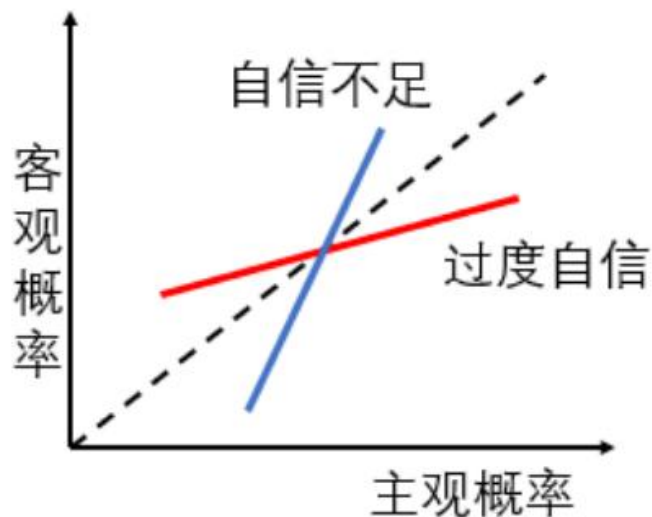
思考与联想：创业估计

- 针对近3000家新公司进行了一项调查，寻问公司创始人自认为创业成功的机率有多大。
- 事实上创业的风险很大，面临各种各样的问题和挑战，大多数的新公司都是以失败收场。
- 访问结果中，多数创业者认为自己的创业成功率为70%，甚至很多创业者估计自己的成功率几乎是别人的2倍。



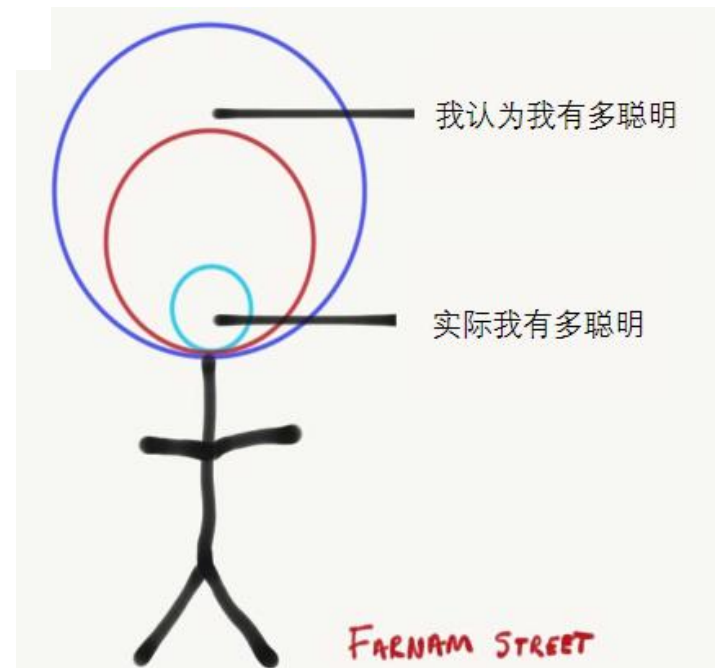
过度自信 (*Over-confidence*)

- 心理学家研究发现，过度自信会导致人们高估自己的判断、低估风险和夸大自己控制事情的能力。
- 过度自信是对主观概率的校准偏误
- 人们对于自己的判断的信心高于实际情况
- 对自己信息赋予的权重大于事实上的权重



过度自信的表现

- 自我优越感，容易高估自己的表现
 - 过分重视自己与他人相比的相对表现
 - 认为自己的表现高于平均水平
 - 夸大自己对不确定信息的判断精度
-
- 人们往往过于相信自己的判断能力，高估自己成功的概率，把成功归功于自己的能力（“**自我归因**”），而把失败归于他人或者客观条件；低估运气、机遇和外部力量在其中的作用



过度自信的后果

- 导致人们高估自己的判断、低估风险和夸大自己控制事情的能力。
 - 金融市场“过度交易”
 - 事后聪明/“后见之明”偏差
(*Hindsight bias*)
 - 事后诸葛亮
 - 预知金融危机



过度自信的成因

- 知识幻觉

- 知识幻觉是指人们通常会相信，随着信息量的增加，对某种信息的认识也会增加，从而改进他们的决策。



互联网时代的知识幻觉

- 专家比新手更加过度自信 (Yates, 1990)

过度自信的成因

- 知识幻觉
- 规律情结
 - 人类倾向于从无序中看出规律，尤其是从一大堆随机的数据中，推出所谓的规律。

混淆偶然性与因果律



过度自信的成因

- 知识幻觉
- 规律情结
- 控制幻觉
 - 人们经常会相信自己对某件无法控制的事情有影响力。

控制幻觉与赌博



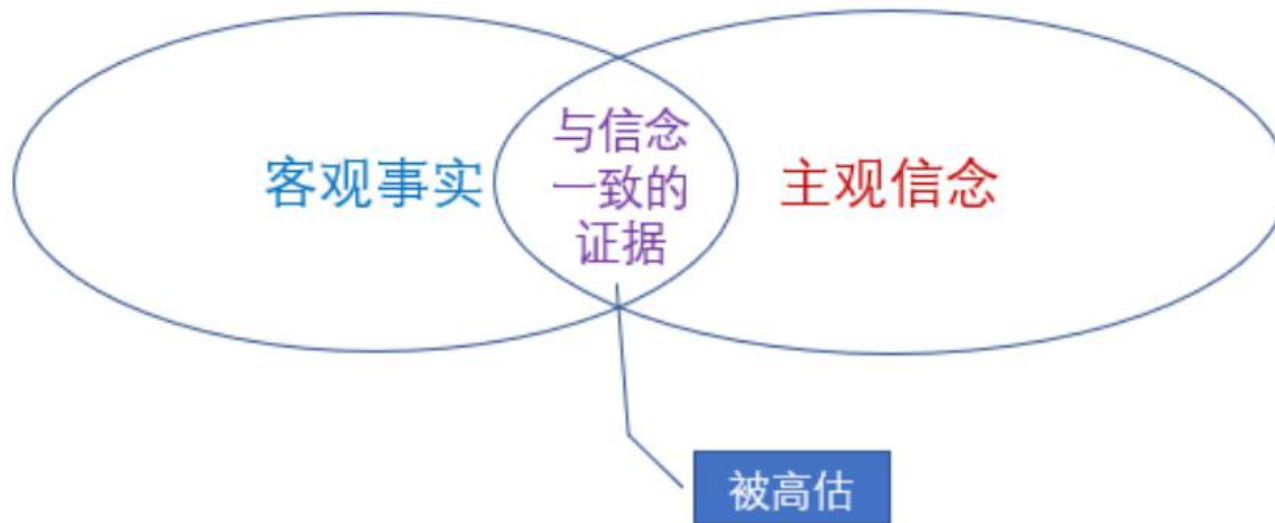


证实偏差

——信息反馈阶段的认知偏差

证实偏差 (*Confirmation bias*)

- 人们有一种寻找支持某个假设的证据的倾向，这种证实而不是证伪的倾向叫“证实偏差”



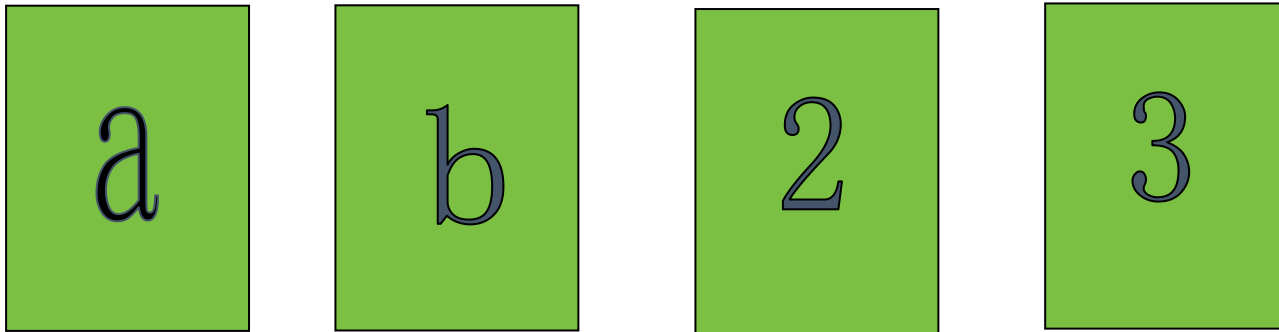
- 为自己的观点找理由或者说只关注和自己的观点一致的证据，而不关注也不收集和自己的观点相抵触的证据

思考与联想：疑邻盗斧



实验6-5：四卡片实验

- 假设：“所有一面是元音字母的卡片，其另一面一定是偶数”
- 请翻看上面这些卡片证明这一假设是否正确。那么，你会翻看什么卡片来证明这个假设呢？



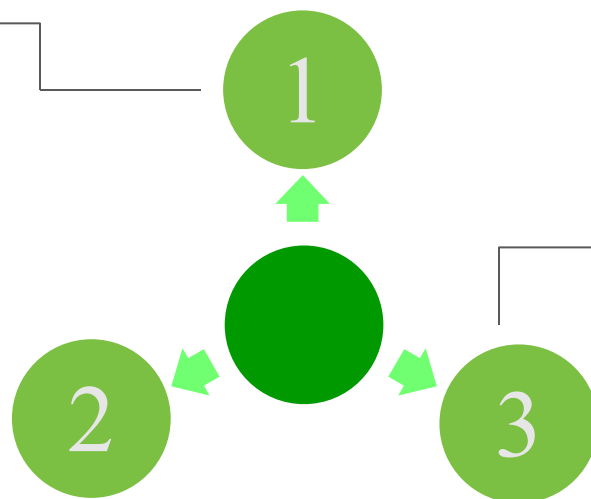
- 实验结果：约50%被试选择翻看卡片a和2. 正确答案是？

证实偏差的成因/后果

锚定效应，锚定于某些期望的证据而忽视反面证据。

信念坚持，以至在决策失误时不断扩大损失。

金融市场上的正反馈机制。





损失厌恶与禀赋效应



同样的物品,拥有它的人对其价值的评估,与想要得到它的人对它价值的评估是完全不同的。那些原本属于我们后来却失去的东西,对我们尤其珍贵。

——亚里士多德

损失厌恶

- 损失厌恶是指人们面对同样数量的收益和损失时，认为损失更加令他们难以忍受。
- 损失厌恶反映了人们的风险偏好并不是一致的
 - 当涉及到收益时人们表现为风险厌恶
 - 当涉及到损失时人们则表现为风险寻求



实验6-6：咖啡杯拍卖

- 第1组（卖者）：
 - 给了他们咖啡杯后, 在0.25-9.25美元的价格范围内, 愿意以其中多少价格出售杯子
- 第2组（买者）：
 - 刚开始没有拥有咖啡杯, 然后询问他们愿意在以上范围内多少价格购买杯子
- 第3组（选择者）：
 - 刚开始没有拥有咖啡杯, 然后给出一系列从低到高的价格, 让参与者在咖啡杯与按不同价格给出的一笔现金之间进行选择



实验6-6：咖啡杯拍卖



- 实验结果
 - 第1组（卖者）：卖价中位数7.12美元
 - 第2组（买者）：买价中位数2.87美元
 - 第3组（选择者）：平均定价3.12美元
- 结果分析
 - 人们对同一个东西给予了不同的定价，即放弃的痛苦要比得到同样东西的快乐更强烈，这就是**禀赋效应**。

禀赋效应 (*Endowment effect*)

- 禀赋效应是与**损失厌恶**相关联的现象
- 人们放弃所拥有物品的痛苦大于得到物品所带来的喜悦，因而在定价方面，同一种物品的卖价高于买价，这种现象被称为“禀赋效应”
- 禀赋效应导致个人产生强烈的“**安于现状的偏差**”（避免失去禀赋）
 - 宋·陆游《秋思》：“遗簪见取终安用，敝帚虽微亦自珍。”



禀赋效应

- 传统经济理论认为人们为获得某商品愿意付出的价格和失去已经拥有的同样的商品所要求的补偿没区别，即自己作为买者或卖者的身份不会影响自己对商品的价值评估。
- 禀赋效应理论认为人们拥有一件东西之后，人们会倾向于认为，自己拥有的事物比别人拥有的同样的事物更有价值。
- 它是由Thaler(1980)提出的，他认为这一现象可以用行为金融学中的“损失厌恶”理论来解释。

曾经有一份真诚的爱情放在我面前，
我没有珍惜，等我失去的时候
我才后悔莫及，人世间最痛苦的事
莫过于此。

——至尊宝台词，《大话西游》





《菜根譚》

“恩宜先淡后浓，
先浓后淡者，人忘
其惠；威宜先严后
宽，先宽后严者，
人怨其酷”

运用禀赋效应的销售手段

- 先将一些限时促销的折扣券赠送给消费者，临近截止日期时通知消费者折扣券马上就要过期，若不及时使用就会损失多少……





后悔厌恶

——信息反馈阶段的认知偏差

后悔厌恶 (*Regret aversion*)

- 后悔是因为做出了错误决策时的情绪体验，是认识到自己本该做得更好而感到痛苦
- 后悔比受到损失本身更加痛苦
- “后悔厌恶”即当人们做出错误决策时感到痛苦，为了避免后悔而常常做出一些非理性的行为



后悔厌恶的三个定理

- 定理
 1. 在胁迫情形下采取行动所引起的后悔比非胁迫情形下的后悔要轻微
 2. 没有做引起的后悔比做了错误的行动引起的后悔要轻微
 3. 个体需对行动的最终结果承担责任情形下引起的后悔比无需承担责任情形下的后悔要强烈



模糊厌恶与熟悉偏好

模糊厌恶 (*Ambiguity averse*)

- “模糊”是指信息应该得知却又不被得知的状态
- “模糊厌恶”是指人们在熟悉的事情和不熟悉的事情之间更喜欢熟悉的那个，而回避选择不熟悉的事情



我们对事物的恐惧与我们对它们的无知成正比。”

——蒂托·李维

思考：不确定性、模糊与风险的区别？

- 不确定性
 - 我们在描述当前情况或估计将来结果时所面临的知识匮乏。
 - 不确定性可以分解成为模糊和风险两个维度。
- 风险与模糊的区别
 - 风险：概率分布已知但结果未知的不确定性
 - 模糊：概率分布未知的不确定性
- 男性相对于女性更加喜欢风险，更加厌恶模糊
- 与风险态度一样，模糊态度也可分为模糊厌恶、模糊喜好和模糊中性



- 所有伴随风险的不确定性中下注的话，人们倾向于下注已知的不确定类型，而不是未知类型。
- 人在风险决策中喜欢用已知的概率作根据，而非未知的概率。

模糊厌恶的成因

成因之一：墨菲定律

- 凡是可能出错的事有很大几率会出错
 - 任何事都没有表面看起来那么简单
 - 事情可能比你预计的时间长
 - 会出错的事总会出错
 - 如果你担心某种情况发生，那么它就更有可能发生
- 人总是倾向于往坏的方向去想模糊的事情
- 人类具有轻微的偏执狂想症



模糊厌恶的成因

成因之二：熟悉偏好

- 熟悉的定义
 - 一个人对任务或事物拥有的知识或经验的程度（Gigerenzer和Todd, 1999）
- 熟悉的心理学意义
 - 心理学上往往认为对待熟悉的人和事物，人们更具有安全感。
 - 现代心理测量学发现相对不熟悉的某类东西，人们更喜欢熟悉的一类，熟悉程度在对事物的喜欢程度中占重要作用。
 - 行为金融学认为熟悉偏好是投资者在进行投资时，根据对风险事件的熟悉程度而改变个人风险认知的一种倾向或偏见。

实验6-9：熟悉偏好

- 实验设计
 - 12张毕业生的大头照，随机抽出几张照片并让受试者观看
 - 6个不同小组，分别观看大头照0次、1次、2次、5次、10次、25次，每次呈现两秒钟
 - 采用7点计分方式对照片上的人的好感度打分

实验6-9：熟悉偏好

- 实验结果
 - 接触次数对好感度的影响显著为正
- 结果分析
 - 观看大头照的次数增加时，不管照片的内容如何，好感度都会明显的增加。被试者表现出了熟悉偏好
 - 个体对特定事物的接触频率与喜爱程度之间的相关性，社会心理学称之为“纯粹接触效应”，也就是通常所说的“日久生情”。



对金融知识的缺乏导致低股票参与度

- 每5个美国年轻人中有1个缺乏最基本的金融知识
- 在适合工作年龄的人口，仅有29%的女性和47%的男性具有基本的金融知识
- 仅有20%的学生有机会参与金融教育



- 实证结果发现，金融知识和股票参与之间存在一种正相关关系。
- 在没有金融知识的情况下，一个人对金融投资领域是完全不懂的情况下，选择了不参与股市投资。



时间偏好与拖延习惯

时间偏好

- 人们倾向于推迟执行那些需要立即投入而报酬滞后的任务，而马上执行那些能立即带来报酬而投入滞后的事情，即表现出“时间偏好”。
- 拖延习惯与此密切相关。



实验6-10：共同差异效应

- 下面哪种情形是你愿意选择的



问题1

今天得到100美元
或4周后得到110美元



问题2

26周后得到100美元
或30周后得到110美元

实验6-10：共同差异效应

- 实验结果
 - 问题1中，今天得到100美元（82%），4周后得到110美元（18%）
 - 问题2中，26周后得到100美元（37%），30周后得到110美元（63%）
- 结果分析
 - 说明随着时间的推移，时间偏好是敏感性递减的，对时间的感觉依赖于与当前时间这个参考点，离参考点越远，时间长度越被低估

时间偏好不一致

- 一个人今天对将来某个时差与将来对同一个时差的偏好是不同的，也就是说偏好是时间不一致的。

本章小结

- 人们在判断和决策的过程中，存在心理偏差与偏好。
- 心理偏差有心理账户、从众行为、过度自信、证实偏差等。
- 心理偏好有后悔厌恶、模糊厌恶、熟悉偏好、时间偏好等。