

[blog/人的行为.md](#)

《人的行为》

《贪婪的多巴胺》一书中，将多巴胺形容成一种欲望分子，我们很多本能的行为，就是由多巴胺驱动的。我们的大脑里存在激素控制的惩罚和奖赏机制。面对美食的诱惑，长胖的惩罚威力无法超越味蕾的奖赏威力。也正是这种惩罚和奖赏机制，驱使生物本能的趋利避害，来保证生物的延续性。忽略这种机制，会导致个体或者群体灭亡。

人的行为除了受本能的生物机制控制，还受主观意识的影响。主观意识是可以被塑造的，由自己主动的或者被别人被动的塑造。主观意识可以放大或缩小生物机制的作用。比如看美食节目，会加强自己的食欲，更加相信美食能给自己带来更大的快乐。主观意识也能构想出超出生物机制范围的概念，比如宗教。这就是《人类简史》中所说的人类共同想象力。一个人的主观意识可能无足轻重，但是一群人的主观意识会形成一种强大的力量。比如宗教或舆论。舆论是无冕之王。能够影响和控制舆论的，便是王中之王。

人的行为，本质上就是由客观的激素和主观的意识共同驱动。激素和意识会让人产生想要的需求。这些需求可以按马斯洛需求模型分层归类。维持正常的需求，是健康的保障。需求太弱，就表现出没有动力和斗志，或躺平或虚无。需求太强而长期不能被满足，也会出问题。可以通过建立更容易达成的小目标让自己重新找回需求被满足的本能快乐。而人生的意义，就是不断的满足需求而获得快

乐。尼采是虚无主义者，说一切都没有意义，但还是能分出强者和弱者，强者能塑造自己和别人的主观，让自己和别人坚信特定行为是有意义的。这些强者就是宗教领袖、统治者、商人。

人的行为在满足需求的过程中产生。大部分需求，都无法通过自身满足，需要和外界交换价值。这就是交易行为。价值不是绝对的，而是对应着需求的强弱。对某一事物需求强烈则认为它的价值大，需求弱或者没有需求，则价值小甚至没有价值。发生交易的必要条件是同一事物对双方来说有价值差且都认为通过交易获得了更多价值。例如物物交易中，种田人A想用M斤大米交换养猪人B的一头猪，只有当AB都觉得自己获得了更多价值，交易才会发生，有一方觉得自己亏了就不会同意交易。之所以都感觉自己获得了更多价值，是因为同样的物质，对双方来说价值是不一样的，A觉得M斤大米和一头猪相比，一头猪更能满足自己的需求而价值更大，而对B来说，M斤大米更能满足自己的需求而价值更大。至于M是多少，就是定价。大米很多猪很少时显然养猪人更有权利决定M是多少，而且会尽可能调高M，反之亦然。当然不是某一个养猪的人能决定价格，除非他垄断了所有的猪，要不然会有另一个养猪人觉得(M-1)斤大米也是值得的，那么大家就会去找这个人交易。真实定价是在双方群体所形成的市场中共同博弈出来的。两种物质的产量是动态的，导致定价权也是动态变化的，哪方群体有定价权，哪方就能在交易中占据主动地位，进而客观上获得更多价值。也就是交易一般都会伴随价值转移，等价交易几乎是不存在的。物物交换限制了交易，也就限制了人能满足的需求数量，需要突破这个限制，于是产生了一般等价物。占有的一般等价

物足够多，就能不断满足新的需求。有两类人开始利用这个规则，一类就是造假币的人，用假币骗取交易对手的商品来满足自己的需求，一类就是政府，用毫无价值的法币来控制商品的分配。比如用发行超量的法币来购买你用时间创造的财富，然后再用昂贵的房子和股市来回收你手上的法币。公司IPO是笔非常好的买卖，把公司的股份以高价卖给大众来融到巨额的资金，而没有人关心这笔资金的真实用途。在二级市场买卖股票类似进货卖货的小商贩，企图以高于进价的价格卖出自己进的货。一般等价物产生于物物交换，逐步选择出适合作为一般等价物的商品。黄金渐渐演化成这种商品被所有世人接受。它产量相对固定，可替代性低。比特币可替代性强，每个人都能发行自己的数字货币，很难挑战黄金的地位。法币只是政府管理的一种手段，不代表真正的财富。但现有交易，政府又规定必须基于法币进行，于是大家的需求都转化成对法币的需求。政府通过法币间接的控制了所有人。

想要得到足够多的法币，就得把自己所拥有的卖给其他人，来换取法币，然后用法币去满足自己的其他需求。所有人都成了卖方，所有人都有上帝一样的顾客。世界上最稀有的资源是空间和时间，在土地公有制国家，我们不拥有土地，无法卖地赚钱，所以只能卖自己的时间。最初级的售卖形式是找个工作得到相应报酬。一种隐性的形式是，通过自己的时间换取其他产品或服务来满足自己的需求得到快乐而不是法币，比如刷短视频。更高级的形式是，把自己的时间和知识能力变成更高级的服务和产品，通过售卖服务和产品来得到报酬，最高级的服务和商品是信仰。自己所能获得的报酬= (定价 - 成本) * 数量。如果是直接售卖时间，那么自己的时间是稀缺的，只能卖一次

(最多再多个兼职或者延长下工作时间)，忽略机会成本的话成本可以忽略，报酬取决于定价，要想得到突破性的高报酬，只能提高自己的定价权。想要提高定价权，就要提升自己的能力让自己的时间具有更高的不可替代性。如果是售卖服务和产品，首先确认服务和商品是否可以低成本复制，如果不能则会回退到初级模式。然后就得考虑如何扩大受众形成规模化，如何降低成本，如何提高定价权。要扩大受众，就得把握大众普遍的需求，通过宣传，让更多人坚信自己的产品能更好的满足他们的需求。要降低成本，就要通过各种管理和技术手段，提升效率。要提高定价权，就得让自己的服务和产品具备独一无二的优势，甚至是完全垄断，同时给大众树立信仰，让大家坚信商品和服务除了满足他本身的功能需求，还能满足精神或社会层面的需求。卖产品的潜在报酬明显大于单纯卖时间的，就是打工的始终干不过当老板的，但当老板也很难。人的需求越丰富，交易就会越频繁，交易越频繁，财富就会越聚集。所以共同富裕是违背自然规律的，是一个为了塑造主观意识的概念。共同贫穷是可能成为现实的，大家减少交易就能实现。

打工人往往是被动的，不用思考太多，把岗位该做的事情做了，就能拿到对应的报酬，很容易就抹杀掉自己争取定价权的积极性，停止经营自己的顾客（公司），习惯于被公司管理，最终可能成为一个没有市场的被淘汰的卖家。但是老板每时每刻都明白，只有自己的服务或产品在市场上取得成功，自己才能获得丰厚的报酬。老板时时刻刻都明白自己是一个卖家。不管是打工人还是老板，都有一些方法模式来帮助自己提升。第一个模式是PDCA模式，先搞清楚明确的问题或目标，然后制定执行方案并实施，然

后检查效果，然后分析原因和改进，进行下一次优化。主观上彻底信任这个问题或目标的价值，能让执行的时候事半功倍。这个模式在很多方面可以应用。设计产品时的MPV策略和这个是相通的。人员管理时，明确问题或目标是最关键的一步，否则大家很难形成团队合力。给自己设定计划时，也可以用这个模式，确保真正计划起作用，防止自己的健身减肥计划一次次泡汤。第二个模式是把大的问题，拆分成独立的小问题，各个击破。梳理拆分的过程，本身已经在解决问题了。在编程领域，高内聚低耦合，就是这个模式的应用。人员管理上的组织结构划分也是这个模式的应用。第三个模式是智能化，就是更多的解放人，让机器做更多的工作。人的需求是享受，不是劳动。如果不劳动就能享受，那多美好。这三个模式可以解释很多现象，也能帮助分析如何提高自己的定价权，让自己成为更好的卖家。