

禀赋效应对大学生二手交易行为中定价的影响

——以闲鱼 APP 为例

周佩婷

(中南财经政法大学 430073)

【摘要】在循环经济成为时代潮流的今天,中国的物联网逐步走向成熟。面临信息化、媒体化大环境的高校大学生,对于循环经济也有其独特的见解。作为典型循环经济产物的二手交易市场在大学生群体中流行开来,而这种交易行为受到禀赋效应的显著影响。以禀赋效应的心理机制为研究基础,对循环经济时代背景下高校大学生二手交易行为进行研究,分析这种心理机制产生的影响及对策。

【关键词】二手交易行为;禀赋效应;循环经济

DOI:10.15880/j.cnki.zsji.2017.11.034

在资源和环境问题成为全球热议话题和经济发展瓶颈的时代背景下,循环经济由美国经济学家 K. 鲍尔丁提出,强调以科学可持续发展的观念,实现传统经济向集约化、高效化的经济形态转变。校园二手交易市场就是在这种社会大环境中被提出的,它充分利用了当前的互联网热潮,抓住当前资源稀缺和环境污染的矛盾加剧的痛点。信息化、媒体化高速发展的当下,大学生受到良好的网络教育、社会教育和正规教育,对以循环经济为理念的二手交易也有着独到的见解。然而,由于禀赋效应心理机制存在的影响,本该蓬勃发展的二手交易行为收到或多或少的限制,循环经济的发展颠扑不破,引起了社会各阶层人士的思虑。

一、文献综述

(一) 禀赋效应

1、禀赋效应的定义

禀赋效应由 Richard Thaler 提出的,是指当个人一旦拥有某项物品,那么他对于该物品价值的评价要比未拥有之前大大增加。这是“所有权”产生的特殊化学反应,让人产生一种不情愿之感,阻止人们进行看似有利可图的经济交易。在行为金融学中可以归纳为“损失规避”的现象,即人们唯恐失去自己已经拥有的东西,这种恐惧加剧了人们对失去一种东西之后所将要经历的痛苦的预期。例如,对于大多数消费者来说,失去 100 元钱所带来的痛苦体验要比得到 100 元钱的奖金带来的快乐体验强烈的多。另一方面,人们也对自身价值有过高的估计和评估,倾向于喜爱那些分配给自己的东西,尽管起初的心理是保持中立甚至是略微抗拒的。这种心理机制,也可以由“乌比冈湖效应”解释,即自我抬高偏差,认为自己所拥有的性格、特质等均好于平均水平。

此外,Johnson, Gerald H. 和 Anat Keinan(2007) 针对禀赋效应提出了查询理论,认为记忆的输出干扰,买者和卖者提出物品价值的顺序对于统一物品的估价顺序也将产生影响。这种理论强调,人们对其拥有的产品的需求并不仅仅基于所有权,还在思想过程中参与构建价值判断的过程。卖方倾向于考虑积极因素从而提高价格判断,而买方则相反,倾向于降低价格,交易就较难达成。

2、禀赋效应的影响因素

(1) 认知角度

心理学家对禀赋效应的研究表明,禀赋效应的作用机制,受到买卖双方对交易行为的认知角度和认知差异的影响,从而对禀赋

效应的强弱产生影响。在二手交易行为中,买卖双方的注意力集中于他们将要放弃的内容,卖者关注可能失去的所拥有的物品,买者关注交易发生时可能失去的金钱(Carmon and Ariely 2000)。因而卖者倾向于给出高价格,买者倾向于给出更低价格,从而拉大了买卖双方的价格差异,加剧交易的困难。

(2) 交易标的物的特征

由于二手交易过程中,交易的物品类型、折旧程度、耐用性等因素的影响,禀赋效应的敏感程度也将受到不同程度的影响。在耐用品的交易中,禀赋效应的作用程度明显高于非耐用品。物品品种、品类、品牌等,在二手交易中对禀赋效应的影响也呈现出不同的趋势。

(3) 其他因素

禀赋效应也受交易双方的动机作用,从而影响人们在二手交易过程中对物品的定价。当个体处于预防定向时,倾向于不愿意达成交易,而处于促进定向的个体则恰恰相反。此外,个体的情绪也会影响交易双方受禀赋效应的影响。当个体处于厌恶情绪能消除禀赋效应,而处于悲伤情绪时则会加强禀赋效应。

(二) 二手交易平台发展现状

信息化渗透的当前,网络校园二手交易市场通过搭建平台,汇集大部分高校大学生,紧跟循环经济和共享经济热潮,逐渐树立起相对成熟理性的消费理念,纷纷参与二手交易经济。在这种“转闲置”的热潮中和巨大的消费需求下,不少电商平台如雨后春笋般涌现。针对不同目标人群和不同品类的二手交易平台也不断细化着这个市场,出现转转、闲鱼、跳蚤市场等各种二手交易电商 APP。

在二手交易在市场上火爆发展的同时,其出现的问题也不容忽视,由于产品品质界定难度大,假货问题将会极大影响交易的长足发展,建立一个标准化的认证模式是二手交易发展亟待解决的问题。同时,财产安全问题涉及到利用平台交易的用户双方,这也需要市场监管部门的督促和平台设置相应的准入门槛来进行解决。此外,由于市场上二手交易平台层次不齐,平台的合法性与安全性也需要进一步认证与维护。

闲鱼作为阿里巴巴旗下的闲置交易 APP 客户端,利用“淘宝网”搭建的强大平台,登录会员账号即可达成包括一键转卖个人淘宝账号中“已买到的宝贝”、自主拍照上传二手闲置物品、以及在线交易等诸多功能。通过无缝介入淘宝信用支付体系,闲鱼也在一定程度上保障了交易安全。淘宝推出的这款二手交易 APP,迎合了众多买家转闲置的想法,响应了社会低碳生活的号召。

(三) 禀赋效应影响下的二手交易行为

二手交易作为一种低碳环保的循环经济模式,本应在市场交易中蓬勃发展,成为当今共享经济与“互联网+”时代的领跑者。然而,它真正的发展仍局限于狭窄的时间与空间范围内,并没有突破性的进展,覆盖的范围尚未达到其理论预期。这与禀赋效应的

心理机制对人们的交易行为带来的影响密不可分。在禀赋效应的影响下,人们倾向于对自己本身持有的物品提高评价,这使得卖方期待更高的价格出售物品,买方倾向更低价格(金钱持有的心理机制也作为一种禀赋效应),这使得买卖双方间对交易价格的差距拉大,加剧了二手交易的困难。同时,由于禀赋效应也将受到交易标的物特征的影响,二手交易在不同交易标的物影响情况下开展难度也存在差异。

二、研究方法

(一) 实验假设

H1: 大学生二手交易行为受禀赋效应的影响。

H2: 二手交易中,所有权使卖方倾向于提高物品价格。

H3: 二手交易中,交易标的物的特征影响禀赋效应的作用。

(二) 实验目的

本文采用实验设计的方法考察禀赋效应及其心理机制对大学生二手交易行为的影响情况。本实验设立了一个对照组(A组和B组)、一个实验组(A组和B组)。实验通过控制是否拥有二手交易中物品的所有权来验证假设一和假设二;通过控制标的物的特征验证假设三。

(三) 实验设计

1. 实验说明

选择的实验产品是大学生群体较为熟悉的手机。采用单因子设计,自变量为是否在二手交易行为中拥有物品的所有权,因变量为大学生在二手交易行为中对物品的定价。手机选择为人民币原价2000的国产品牌华为手机。

其中,对照组为排除除去物品所有权外,其他因素对大学生二手交易中价格制定造成的影响,排除干扰。实验组为拥有物品所有权,排除其他因素干扰,对大学生二手交易中进行价格制定(为排除其他影响,实验组和控制组选择的手机,均为同一品牌,全新未使用过的产品)。对照组与实验组均分为A组、B组,选择同一品牌手机相同价格的不同系列,排除手机功能以外其他因素的影响。

2. 具体设计

(1) 大学校园中,每组随机选择50名大学生(确保男女生选择的比例相当,确保被试均匀分布为不同年级的大学生),在校园自习室内模拟二手交易环境,要求其作为不同角色为手机进行价格制定,并要求价格估计精确到个位。对照组模拟手机代理第三方,实验组模拟手机持有者。

(2) 在模拟情境中,通过填写问卷的方式让被试者制定价格。实验结束后,对不同实验组的定价分别取平均值。

(3) 由问卷结果得出,大学生在同样条件下,对交易物品定价的变化情况。

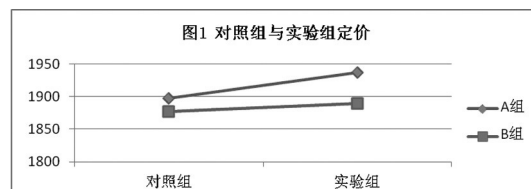
三、结论与讨论

(一) 研究结论

1. 大学生二手交易过程中存在禀赋效应

本研究认为,通过比较对照组和实验组的定价数据,可以测量出禀赋效应对二手交易中定价的影响。由于实验组和对照组的唯一变量为是否拥有交易标的物(手机)的所有权,若实验组和对照组的定价评分有显著性差异的,即可认为在二手交易中存在禀赋效应。实验结果如图1所示:

2. 禀赋效应使得卖方(拥有所有权一方)倾向于提高物品价格



通过比较对照组和实验组定价数据的组间差异,可以明显得出(如图1),禀赋效应影响下,卖方定价时倾向于提高交易物价格。

3. 交易标的物的特征影响禀赋效应的作用强度

本研究通过选择不同功能的手机,控制交易标的物的特征,对照实验组A组和B组的实验结果得出,禀赋效应的作用强度存在差异。通过比较这两组的分差进行独立样本t检验后,实验结果见表1

表1 A组与B组定价之差独立样本t检验

| | 组别 | N | 均值 | 标准差 | t值 | df | P值 |
|-----------------|----|-----|---------|--------|-------|----|------|
| 标的物特征影响禀赋效应作用强度 | A组 | 100 | 1917.50 | 34.398 | 4.685 | 99 | .100 |
| | B组 | 100 | 1883.30 | 20.194 | | | |

(二) 对促进二手交易的建议

在二手交易的过程中,由于买卖双方受禀赋效应的影响,趋向于交易价格的两极化,这加剧了交易的困难性。交易双方对交易物强烈的禀赋效应会影响二手交易经济的更进一步发展。为减弱这种心理机制的影响,交易平台可以将本身角色由交易媒介转变为交易中介,引入中立方,客观理性地对交易物进行估值,制定合理的价格,促成交易的顺利进行。此外,由于交易标的物的特质对禀赋效应作用的强弱存在不同影响,为促进二手交易的发展,平台也需细化、标准化交易物品的各类特征描述要求,以便交易双方据此达成一致。

(三) 研究局限与展望

本文的贡献在于通过实验的方法,证实了禀赋效应对大学生二手交易定价过程中的存在及影响。同时基于实验数据,不仅为交易平台如何“减弱”禀赋效应对交易双方的影响提供了具体操作建议,同时也为二手交易经济的发展指出了进一步努力的方向。

本研究属于探索性研究,存在一定的局限性。首先,本实验是在模拟交易的环境中进行的,尽管这样能尽可能控制干扰变量和无关变量,但模拟交易环境仍与真实交易场景有差距;其次,尽管本实验验证了在二手交易过程中存在禀赋效应、禀赋效应会提高卖方对交易价格的预期,但对A、B两组受到的禀赋效应的大小方面,缺少对相关数据的测量。

禀赋效应对二手交易行为影响的考察仍有较大的空间,本文仅针对所有权和交易标的物特征的影响,而认知角度、动机、情绪等禀赋效应的因素对二手交易行为的影响,仍待进一步研究。

【参考文献】

- [1] Thaler R. H. Toward a Positive Theory of Consumer Choice [J]. Journal of Economic Behavior and Organization, 1980(1)
- [2] 托马斯·吉洛维奇. 理性犯的错: 日常生活中的6大思维错误 [M]. 中国人民大学出版社, 2013