

<<50个心理小实验>>

图书基本信息

书名：<<50个心理小实验>>

13位ISBN编号：9787807454908

10位ISBN编号：7807454903

出版时间：2009-6

出版时间：上海社会科学院出版社

作者：米克·芒戈

页数：211

译者：许原

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<50个心理小实验>>

前言

如今，懂得如何理财已然变得前所未有的重要起来。经济与社会环境的动荡不安使得人们不得不向个人金融决策中投入更多的精力。收入不均的问题日趋严重，迫使工薪阶层转投别处获取额外的盈利，而薪酬本身的获取方式相比从前也大有不同，雇员可以通过投资股票或选择公司储蓄计划等不同方式来获取。房地产市场的蓬勃发展更是加剧了贫富差异，在房产投资者与做其他投资选择的人们之间划下一条几近不可逾越的鸿沟。养老金制度不可避免地趋于资本化，在职人员不得不更多地为自己退休后的生计考虑。同时，金融市场创造出的个人理财产品日新月异，人们拥有一款称心如意的理财产品的机会增加了，选择的难度也同样今非昔比。

换言之，如何更好地理财涵盖了方方面面，不过我们似乎忽略了一个重要因素，也就是人们必须有能力决定每个月理财的额度，并且决定该用这笔钱购买哪些理财产品。正是这些基本决策从长期来看左右了投资个人、夫妇或整个家庭财富的多少。直觉、个人或亲戚朋友的经验都不足以成为在金融决策的泥沼中游刃有余的金科玉律。理性的推论看似无懈可击，却很有可能定格于某种思维程式。

<<50个心理小实验>>

内容概要

- 为何同事会成为你投资养老金的首席顾问？
- 为何男性偏好股票而女性偏好债券？
- 为何在卖房时必须开出超乎寻常的价格？
- 为何人们总是发现可变资本投资公司巨头其实一文不值？
- 为何自从采用网上交易以来您在股市中获利骤减 心理小实验一直得到大众的欢迎。

《50个心理小实验——帮你更好地投资理财》中的心理学小实验使我们更好地理解金融决策中的隐秘机制，揭示我们在投资过程中常犯错误的根源所在，为如何更为有效地投资理财提供详细指导。

<<50个心理小实验>>

作者简介

米克·芒戈毕业于巴黎著名商校ESSEC，目前是巴黎第一大学实验室成员，并于母校ESSEC继续攻读博士学位，研究方向为理财与投资心理。

所著《投资心理与金融市场》一书于2006年荣获杜尔哥奖。

<<50个心理小实验>>

书籍目录

前言第一章 对待传闻的态度 我们是如何以谬误的标准来选择信息的？

1 为什么你会想在股价猛涨时投资股票市场？

跟风误区 2 为什么你在市场上升时购买股票而在市场下跌时购买债券？

管理的动力 3 为什么会确信所有人都和你一样认为股市会上升？

虚假的综合意见 4 为什么Google的成功会让你想去投资高科技板块？

信息的有效性 5 为什么你的股票账户只取得了5%的年收益率，而你曾确信会赢10%以上？

认同偏好 6 为什么从大城市搬去小镇后，你会在当地租一套较贵的房子？

参照点第二章 数学白痴！

简单的数学错误如何影响我们的金融决策 7 为什么你在轮盘赌时压了黑色，却连续开出四次红色？

赌徒谬误 8 为何你对上年度表现最优异的风险投资有信心？

对“手热得发烫”的信任 9 为什么少年储蓄老来富？

被低估的复利 10 为什么通货膨胀令人抛售房产而成为租房者？

货币幻影第三章 所有的鸡蛋放在一个篮子里 我们对于风险的观点如何让我们错误地分散投资 11 为什么你拒绝购买外国股票 遗忘相关性 12 为什么年轻人购买Levi's的股票，而较年长的人购买Hermes的股票？

熟悉感偏好 13 为什么你手里90%的股票都是法国公司？

国家偏好 14 为什么你会购买你所在地区公司的股票？

地域偏好 15 为什么你会购买你所工作公司的股票？

雇主偏好 16 为什么垃圾处理行业公司的股票不能吸引投资者？

情绪推论第四章 我，与众不同！

乐观情绪和过度自信是如何让我们承担被夸大的风险 17 为什么你总是更容易看到一项投资上升的潜能而非其下跌的可能？

乐观主义偏好 18 为什么你认为自己能准确知晓何时发生股市崩盘？

自信过度 19 为什么在市场下挫时，你总是认为投资公司的管理者都是白痴？

回溯偏好 20 为什么在市场的上升期你总会做更多笔交易？

自我认同偏好 21 为什么你在获得预计外收益后去承担更多风险？

“赢来的钱”（庄家的钱）效应 22 为什么你每年在股市中会做那么多笔交易？

交易过度 23 为什么自你开始网上交易后在股市的收益降低？

网上控制的幻影第五章 一个挥之不去的念头：永不言悔 对于失败和后悔的厌恶是如何妨碍我们的行为 24 为什么在房价下跌时你会想用一個不合理的高价抛售你的房产？

对失败的厌恶 25 为什么你会在股价下跌时而非股票上涨时长时间持仓？

位置效应 26 为什么你会在同一天割肉所有亏损的金融品？

快乐水车 27 为什么你会在正在亏损的股票上重复投资？

对花销的责任心效应 28 为什么你从不重新买入让你亏钱的股票？

“一朝被蛇咬”效应 29 为什么你不喜欢买入刚开始下跌的股票？

规避后悔 30 为什么你从不改变你从祖母那里继承的账户？

现状偏好 31 为什么你保留着股票账户，虽然你以后也不会去买入股票？

禀赋效应第六章 当火星和金星决策要储蓄 男女面对风险的不同态度及不同的金融决策 32 为什么火星投资得比金星多？

男女差异：面对风险的不同态度 33 为什么火星偏爱股票而金星偏爱债券？

男女差异与投资选择 34 为什么火星比金星更经常改变投资内容？

男女差异与自信 35 为什么随着时间流逝，金星会逐渐接近火星的模式？

男女差异与金融市场的经验第七章 对太阳投资 气候与日历如何影响投资心情 36 为什么在天晴时市场上涨？

晴天效应 37 为什么在买股票前应该看看天？

<<50个心理小实验>>

月亮效应 38 为什么市场在周一下跌？

忧郁的周一 39 为什么你恰好在圣诞节前买人股票？

假期效应第八章 先天还是经验？

我们的金融行为如何取决于个人性格和教育程度？

40 为什么那些在圣诞节最后一刻购物的人不如其他人富裕？

个人偏好与储蓄行为 41 为什么最好让你的孩子们从睡前念书起就接受管理教育？

学校里的金融教育 42 为什么在企业里接受金融培训是个赢利行为？

成人的金融教育第九章 不能比邻居更笨 社会关系如何决定了我们的金融决策 43 为什么去教堂会刺激我们买股票？

社会互动 44 为什么你在考虑参加退休储蓄时，首先会去咨询你的同事？

社会准则 45 为什么投资俱乐部偏好大部分人热衷的投资项目？

群体思维 46 为什么投资俱乐部比个人投资更担风险 对风险的极端化态度第十章 包装同样重要 金融产品的介绍如何改变我们的选择 47 为什么你的投资分配取决于你的基金提供的产品？

幼稚的分散投资 48 为什么你从不选择最保险的和最有风险的投资基金？

对极端的厌恶 49 为什么你的理财师只向你建议他投资组合里的一部分产品？

选择的困难 50 为什么自动注册要比退休储蓄计划招入更多员工？

遗漏偏好 51 为什么在出售自己房产时应要求一个偏高的价格？

定参考数 52 为何每日查看你投资的表现会刺激你购买债券？

对眼前损失的厌恶附赠 章不动产：不仅是一项投资 购置不动产如何影响金融活动之外的生活 53 业主是否不如房客那样经常更换住处？

业主与搬家 54 业主是否比房客就业率更高？

业主与工作 55 业主是否比房客活得更幸福？

业主与心理学上的幸福感 56 业主是否比房客的身体更好？

业主与生理健康 57 业主的子女是否比房客的更优秀？

业主与子女行为

<<50个心理小实验>>

章节摘录

第一章 对待传闻的态度 6 为什么从大城市搬去小镇后，你会在当地租一套较贵的房子？

参照点 想象自己去到一个遥远的国家度假，这里的物价打败所有竞争者。

你习惯在小镇里溜达的时候，在路边小摊上坐下来喝上一罐你喜欢的饮料。

你晓得按照市价每次为此要花0.5欧元。

有天你口渴难耐，于是按照习惯你走进了一家和之前去过的并无两样的小店，要了一罐冰镇饮料。

正在翻：零钱包的当口……年轻的服务生告诉你饮料的价格是1.5欧元！

你怎么办？

是不是有强烈的愿望要退了这罐饮料，走出小店，跑去别家购买？

就为了1欧元？

在树荫下温度也达40度的天气里？

当然换个角度看，你觉得消解口渴最多也就该花0.5欧元。

因此你理所当然要去这么折腾一回。

然而为什么在宾馆的商店里，你却接受同样一罐饮料要2欧元呢？

这只能用参照物的观点来解释。

在上述两种处境（在小镇和旅馆）里的唯一不同，是你使用的参照物。

在你头脑中小镇上一罐饮料的标准价就：是0.5欧元，而宾馆里的饮料就至少应该卖2欧元。

因为坚持着这两条标准，所以小镇上1.5欧的饮料让你觉得太贵了，而宾馆里的开价就较合理。

因此，用1.5欧元来购买本来只“值”0.5欧元的东西，你自然会觉得在这次交易中亏了钱。

先定一个参照标准，再出发来寻找好买卖是种传统模式，然而在做金融决策时，这种模式却并不理想。

按照塔勒在1985年的研究，个人在进行消费（投资）行为时，寻求两种不同的效能：获取效能——用以衡量一件货物（资产）的性价比。

这点同经济学中消费者增值概念极相似。

消费者只有在拥有某件货物的幸福感可以补偿他将支付的金额时，才会决定购买此物。

这个效能可以检验消费的合理性。

交易效能——衡量交易本身。

这个概念的定义是支付的价格与消费者为此类货品自定的参照价之差。

当消费者在追求交易效能时，他只有在自认交易“合理”时，即支付的价格要低于参照价时才会付钱购买。

在做决定时，消费者不会去考虑这项货物对自己到底价值多少，而只会将其价格同已知的同类货物的价格进行比较。

西蒙所和路维斯坦在2006年的研究分析了房屋业主和租房者在搬去另一座城市居住时所持的参照点。

研究者假设，搬往同一个城市，来自房价较高地方的居民会愿意为新的住处支付较高的租金或购房价，而来自房价较低城市的居民的出价就较低。

为此，他们对650名租房者和278名业主进行年度调查，了解他们的年龄、教育程度、收入、成年人和未成年人数等各方面情况。

研究人员将租房者现在所付的租金与当地平均房租水平之差，按照租房者原来住的城市中平均房租水平进行排序。

结果发现原来城市中的平均房租水平这个因素极其重要。

原来城市房租越高，租房者在新的城市中支付的房租也越高。

具体而言，两个来自不同城市的租房者，若原来所支付的租金相差一个单位（方差），他们在同一个新城市里的租金之差为4.2%。

对于房屋业主，这个效应更明显。

在原来的城市中房价每增加一个单位，业主为新家所支付的金额便增高11%。

<<50个心理小实验>>

若居民搬离一座房价较高城市（比如纽约）去往阿拉斯加，与另一名同样决定搬到阿拉斯加，然而原来居住的城市房价水平要比纽约便宜2个单位的人相比，前者在阿拉斯加所买的房子会比后者贵上22%。

然而，对于搬往较便宜城市的房屋业主，在参照点这一因素外，其财产水平这一因素要来得更重要。

为了在研究中不受财产水平这一因素的影响，研究者着手只研究租房者的情况。

他们做了第二个假设：在新城市中再次搬家时选择较便宜公寓的居民往往原先来自房价水平较贵的城市。

这些居民由于在初次到达时选择了租金较为昂贵的住房，故而在再次选择时便对参照点效应产生了逆反心态。

统计数据研究证实了这一假设。

研究者又做了另外3种假设：居民财产水平有差异，品味有差异，以及初来者掌握不到足够的信息（这会让他们认为新城市的房价同原来城市一个水平），用来解释观察到的现象。

而经分析后，研究者都放弃了这些自相矛盾的假设。

比如假设，如果来自较昂贵城市的居民本身就比来自物价较低城市的居民来得富有，那么前者就应当在同样的新城市中租一套更贵的公寓。

然而由于来自不同城市的居民在其他消费行为中并没有表现出明显的差异，这个假设不能成立。

<<50个心理小实验>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>