

行为经济学与主流经济学:两个基本概念辨析

乔洪武,刘国华

(武汉大学 经济与管理学院,湖北 武汉 430072)

[作者简介] 乔洪武(1956),男,河南南阳人,武汉大学经济与管理学院经济学系教授,经济学博士,博士生导师,主要从事西方经济学说史研究;刘国华(1979),男,湖南汉寿人,武汉大学经济与管理学院硕士生,主要从事西方行为经济学研究。

[摘 要] 行为经济学自诞生起就与主流经济学存在分歧。其理论争论的焦点在主流经济学的两个基本立论点上,即概率判断与偏好。行为经济学基于心理学的观点对主流经济学的这两个基本概念进行了诸多方面的修正和扬弃,成为区别于主流经济学的重要标志。因此,对这两个基本概念的辨析是明晰行为经济学与主流经济学的基础内容。

[关键词] 行为经济学;主流经济学;判断;偏好

[中图分类号] F014 [文献标识码] A [文章编号] 1672-7320(2006)01-0062-07

行为经济学自诞生之日起就与主流经济学展开了激烈的论争,并发展出一系列与主流经济学不同的理论,向主流经济学提出了挑战。然而,透过这些形形色色的论争我们不难发现,行为经济学与主流经济学的争论核心其实就在两个基本的概念上:判断(judgment)和偏好(preference)。事实上,我们也可以粗略地把行为经济学的主要研究内容分成两个方面:判断和基于偏好的选择。判断主要研究处理人们通常估计事情发生概率的过程;偏好选择研究处理人们通常在许多种行为的决策中,人们也许会做出的相关选择。因此,对判断和偏好这两个基本概念的辨析是我们了解行为经济学与主流经济学究竟有何不同的一个重要的也是必要的基础。

一、主流经济学的观点

判断和偏好无疑是主流经济学中的两个核心概念。建立在理性基础上的主流经济学认为:人们的判断是无差别的,每个人都理性地判断周围确定或不确定的事件。判断的基础来自于人们的偏好。对未来事件的决策取决于主体的预期状态,而预期状态既受获得的客观信息的影响,也受人们主观心理预期的影响。具体地说就是主体对不确定性的主观判断,这在经济学中用偏好加以概括,并被当做一个基本既定前提加以运用。

对于判断与偏好的理解,我们从主流经济学的两个基本概念,即经济人和理性(其实这两个概念本质上是一致的,前者是指经济行为主体,后者是指经济行为本身)切入。S. Hargreaves Heap 对“经济人”的定义是:经济人的称呼通常是加给那些在功利主义意义上的理性人。他们具有完全充分有序的偏好、完备的信息和无懈可击的计算能力。在经过深思熟虑之后,他们会选择那些能够比其它行为更好地

满足自己偏好的行为。这里的理性是一个手段——目的的概念,不存在偏好的来源或价值问题。Amartya Sen 对“理性”给出的规定是:在确定性的情况下,理性行为有两种主要的界定方式。第一种是强调内在的一致性,理性行为必须符合这一要求,即来自于不同子集的各种选择应以一种有说服力的、成体系的方式相互对应(通常被解释为偏好, x 比 y 较受偏好或 y 与 x 无差异)。第二种方式,是以对追求自身利益的推断来表示的。

以上定义在现代经济学(也即主流的新古典体系中)研究中已经得到普遍的认同和运用。其公理化形式也在古诺、帕累托、瓦尔拉斯、马歇尔、冯·诺伊曼、希克斯、阿罗等人的共同努力下,前者由德布鲁在其《价值理论——对经济均衡的公理分析》(1959)及其系列文献中完成,后者及其相应的新古典比较静态分析方法由萨缪尔森在其博士论文《经济分析的基础》(1947)中完成。新古典经济学体系也因此在其理性基础上建立了自己的完美大厦,成为现代西方经济学的主流。

在这样的基础上,主流经济学家们建立了效用函数。该函数的模型表达是:假定对财富 w 存在一个实际价值函数 u , 如果行动 a 使出现不同 w_i 的概率为 p_i , 行动 b 使出现不同 w_i 的概率为 q_i , 那么当满足下列条件时决策者选择 a 行动而不选择 b 行动:

$$\sum_i p_i u(w_i) > \sum_i q_i u(w_i)$$

正如 S. Hargreaves – Heap 对经济人的定义所说的一样,人们会选择那些能够比其它行为更好满足自己偏好的行为。这里的偏好满足三个公理:(1)自反性(reflexivity):对于任意 $x \in X$, 存在 $x \leq x$ 。(2)完备性(completeness):对于任意 $x, y \in X$, 必有 $x \geq y$ 或 $x \leq y$, 成立或同时成立,即消费者具有完全的判断能力并依据其做出选择。(3)传递性(transitivity):对于任意 $x, y, z \in X$, 如果 $x \geq y, y \geq z$, 那么 $x \geq z$, 即消费者选择具有一致性。另外偏好关系还存在三个公设,即人们所谓的偏好关系的三个公设:(1)连续性;(2)严格单调性;(3)严格凸性。

但是,效用函数 u 本身是难以确定的。其原因如下:(1)效用本身的个体主观性和不可计算性、不可加总性(不可能定理);(2)效用随着时间和地点的转移存在边际转换(递增、递减)。这也正是所有经济学(从古典经济学到今天的新古典经济学及其它非主流经济学)的共同难题之所在。

二、行为经济学:概率判断与偏好

(一)概率判断

判断一件事情发生的可能性是我们每个人经常面临的事情。例如,在一次突然的经济萧条时期你是否会失去工作?什么时候利率会上升?哪支股票会上扬?在你去某一个地方休假,这个地方会不会下雨?这些问题的回答都伴随着概率判断的过程。

在标准经济学原理里面的概率判断是基于统计样本的概念,并且在面对新的事情时,我们不断用贝叶斯准则(Bayes' rule)修正自己的预测概率以使之接近实际。然而,贝叶斯准则不可能准确地描述经济学事件,因为经济学的许多因素是认知性的。例如,贝叶斯修正要求先前的判断概率和对后来事件的评估之间相互分离。但是,认知机制会使人运用以前的信息去过滤或者解释被观察到的事情,这显然是违背分离性的(举一个简单的例子:楼道上一般都有消火栓。那么当发生火灾时,你一定比那些不熟悉这样事实的人更快地找到消火栓的位置)。又如,主观期望效用假定对状况的概率判断和来自该状况结果的效用是分离的。然而人们对未来的许多思考和一些自发的行为动机违反了分离性(见 Babcock & Loewenstein, 1997)。再比方说,贝叶斯修正预测中,信息到达的顺序是无关紧要的。但是,由于最近发生的信息在人脑的记忆中的强度最高,所以顺序效应(order effect)在记忆中是非常普遍的,这在心理学中也叫就近效应(recent effect)。例如,Miller 和 Campbell 早在 1959 年就通过编辑法庭审案的抄本,并要求两组不同的人以不同的方式阅读:(1)阅读一部分信息,在一周后再阅读其它的信息并立即做出判断;(2)阅读全部的信息后在一周后再让他们做出判断。他们通过观察发现,前者出现了所谓的

就近效应,后者出现了所谓的先入效应(primacy effects)。先入效应是由于老的记忆会在脑海中不断地重复“运动”,会强化这种记忆。例如,Asch 在 1946 年就设计了一个试验,让人通过一个品质描述来判断对一个人的印象。其中给定一部分人的描述是:嫉妒、顽固、挑剔、冲动、勤勉、聪明,另一半人顺序相反:聪明、勤勉、冲动、挑剔、顽固、嫉妒。结果发现,每种给定的品质描述单词组前面的都比后面的更严重影响人们的印象。顺序效应意味着信息的先后顺序会扭曲对概率的判断。

认知心理学家已经提出了引导判断的启发式机制(heuristic mechanism),该机制违反样本原则或者贝叶斯原则。比如,人们也许依据事件是否容易想象或者是否容易从记忆中寻找的基础上来对未来的一个事件进行判断。这种可得性及启发式(availability heuristic)会进一步带来许多特殊的偏见。其中一个就是事后诸葛亮(hindsight),即人们构造的一种对过去的决策似乎是合理的事后法则,使人们对自己的决策能力感到自豪。例如,1987 年 10 月,美国股市出现“黑色星期一”后,Shiller 做了一个有趣的调查,他问了人们关于此事的两个问题:(1)你当天就知道会在什么时候发生反弹吗?人们的回答令人觉得他们是个料事如神的“诸葛亮”。没有参加这次交易的人中有 29.2%的个人和 28%的机构回答是“知道!”。参加了这次交易的人中也有近一半的人回答也是知道。问题是,既然人群中那么多人知道,为什么当“黑色星期一”出现时,人们还是表现出极大惊慌呢?(2)如果回答“知道”,Shiller 就接着问是如何知道的?结果大多数的人和机构的回答是“直觉”、“内心感觉”、“历史线索或是一般常识”等等,很少提到真正的可能因素。Kahneman 和 Riepe (1998)认为这会导致两个方面的坏处,一是造成个人的过度自信(overconfidence),因为这会助长人们认为任何事情是很容易预测的幻觉;二是在股票市场上,当股票下跌时,股民对股票分析师进行无理责难,因为他们认为那些股票分析师应该早就知道事情的结果,但没有告诉他们。

一个更加普遍的判断偏差就是所谓的“知识祸因”(curse of knowledge),即那些拥有很多相关知识的人很难想象那些只拥有少量知识的人是如何行事的。著名心理学家 Jean Piaget 认为教育的困难就在于这种祸因。例如,也许很多大学教授不明白为什么向大学生解释消费者的无差异曲线或者纳什均衡那么困难,“错”就“错”在教授拥有这方面的知识“太多”了。再如,电脑专家对于很多人看不懂电脑操作学习手册同样感到不可理解,这也是因为电脑专家太“专”了。^①

另一种决定概率判断的启发式叫做代表性(representativeness)。Kahneman、Slovic 和 Tversky (1982)指出,人们在不确定条件下,会关注一个事件与另一个事件之间的相似性(代表性),以判断第二个事物与第一个事物的相似之处。像许多启发式一样,代表性也是一种经济捷径(economical shortcut)。这种捷径会在许多事件中,用最小的认知努力向他人传达听起来似乎很有理由的判断,但是这样做会犯十分愚蠢的错误。比方说,根据某一学生的个人简介判断其是否主修心理学或者是计算机科学时,人们本能地看这个学生的简介是否与心理学或是计算机科学相匹配,而不考虑两者之间真实可能性的大小。

代表性的另一个副产品叫做小数定律(law of small numbers)。小样本被看做处理统计过程的一种工具,将小样本均值的统计分布等同于大数样本均值的分布。在标准经济学中起作用的应该是大数定律(law of large numbers)。而许多人认为,如果抛一枚硬币前几次都出现正面,下一次出现反面的可能性很大。尽管我们知道各次抛硬币之间是完全独立的,出现正反面的可能性是一样的。就是说,人们认为一个随机变量连续两次取值的结果是负相关的,这就是所谓的赌徒谬误,它是按照小数定律进行抉择的一个典型现象。人们甚至认为既然前面出现了那么多次的正面,下一次还不出现反面是不公平的。

许多对这些启发式的研究发现,人们在实际生活中大量使用这种“偏见”。认识到启发式的好坏两面是很重要的一件事。当认知能力和时间有限时,好的启发式能迅速得出接近正确的答案。但它同时也违背了逻辑原则,并且在一些场合会导致错误。目前,对此还存在着激烈的争论。在一些早期的研究工作中,Kahneman、Tversky 和其他一些人观察到,这种认知偏差与我们生活中的讲话错误、遗忘、视力幻觉等等是息息相关的。这些哪怕是很少出现的系统错误对于我们了解启发式认知机制是如何进行

的极为有用。正如 Kahneman 和 Tversky (1982, p. 494) 所说:“尽管判断‘误差判断’仅仅是研究认知过程的一种方法,但这种方法已经成为预测的一个重要部分。”

目前,行为经济学家把他们的观察结果提炼出一个比较有发展意义的模型化方法,这就是准贝叶斯理论(quasi-Bayesian),即假定人们虽然错误指定一系列假设,或者是错误地进行编码,而使用的却是标准的贝叶斯规则。例如 Rabin 和 Schrag (1999) 的确定性偏见(confirmation bias)模型认为,那些相信假设量 A 与 B 相比更好的人将不会对 A 进行错误的编码,但是有时候会为支持 A 而对 B 进行错误编码。Rabin 通过假定人们对一种没有替代物的茶水壶进行抽签的过程所产生的错误思考(尽管每次所有的抽签实际上都是相互独立的),在准贝叶斯定理形式下模型化为小数定律(law of small numbers)。他向人们展示了这种误判在金融、证券和管理等领域的许多令人惊奇的结果。比方说,在专业投资的经理中,其投资技巧的好坏其实受许多外部因素的影响,即使根本不存在任何外部影响时也受其它内部因素的影响。然而,一位连续几年投资收益好的经理的投资技巧能力会被人们错误地看作是一种天才的能力,于是人们用准贝叶斯定理推测这个经理事实上一定是一个好的投资经理。

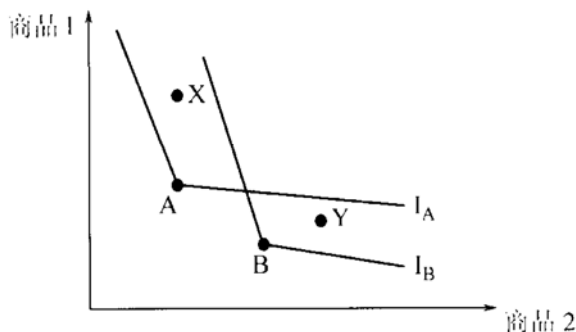
Barberis、Shleifer 和 Vishny (1998) 采用这样一种准贝叶斯定理方法去解释为什么股票市场在短期内对信息反应不足(under reacts)和在长期内过度反应(over reacts)。在他们的模型中,收入是一个随机量。他们认为人们在进行决策的时候,代表性启发促使投资者过分重视近期数据,从而造成对股票市场总体特征不敏感,进而造成人们依据这种小样本进行推断,人们乐观的情绪导致过度反应。而保守的投资者不能及时地根据股票市场情况的变化调整自己的预测,又会出现反应不足。

与此同时,其他一些模型的建立也使认知心理学的方法得到了规范并形成了一定的体系。部分经济学家认为,准贝叶斯定理的观点将会迅速地推进认知心理学运用于对抉择判断的研究,并成为替代贝叶斯规则的一种标准方法。

(二) 偏好

偏好的分析几乎纳入了目前所有主流经济学教科书体系,经济学家都把其当作经济研究的基础,特别是微观经济学领域更是如此。但是,随着心理学纳入经济学的分析,特别是行为经济学的兴起,标准的偏好理论受到了前所未有的挑战。因此,对偏好的分析就成了行为经济学和主流经济学争论的焦点之一。

标准的偏好理论是与大量严格的假定联系在一起的。例如,它假定偏好是与参考点无关的,换句话说,偏好不会受到个人目前财富水平的影响。然而,许多经济学试验证明却并非如此。例如,Knetsch 在 1989 年用试验证明人们原有的选择点(可视为参考点)会严重影响后面的选择。如下图:



其中 I_A 和 I_B 为两条无差异曲线^②, A、B 为原来的选择点(参考点), X、Y 为重新选择点。如果某人原来的选择在 A 点,那么当他发生改变的时候他会倾向于距 A 点较近的点,即此时会选择 X 点,而不是 Y 点。反过来,如果某人原来的选择在 B 点,那么当他发生改变的时候他会倾向于距 B 点较近的点,即此时会选择 Y 点,而不是 X 点。因此, Rabin (1996) 认为,由于参考点会对偏好产生影响,所以在某一时间点 t 的效用 U_t 不单取决于该时间点的消费 C_t , 还应取决于过去和未来的参考点与其消费的关系 r_t (r 即 reference, 参考点)。于是效用方程的形式不应是 $U_t(C_t)$, 而应该是 $U_t(r_t, C_t)$ 。

标准的偏好理论同时也假定选择方式用各种不同形式描述时,是一种不变量。在各种不同的激励中,人们都会显示其真实的偏好。但是,所有这些假定都与现实情况有十分明显的区别(见 Slovic, 1995)。例如,无数的框定效应(framing effects)表明,呈现给个人的选择描述通常决定了人们显示出来实际偏好。框定效应最经典的例子就是亚洲病症问题(Asian disease problem)。在该问题中,人们被告知这种病威胁到 600 个居民的安全并要求人们在两种可供选择的不得不进行的方案中进行选择(Tversky & Kahneman, 1981)。在正面的框定描述中,人们在给定的选择中进行选择:(A)能确定救活 200 人;(B)有 $1/3$ 的可能救活全部 600 人,但也有 $2/3$ 的可能性是一个都不能救活。在负面的框定描述中人们在以下两种方案中进行选择:(C)确定会死亡 400 人;(D)有 $2/3$ 的可能 600 人全部死亡, $1/3$ 的可能是一个都不病死。A 与 C 是对等的(都意味着失去 400 条生命),B 与 D 也是对等的(都是意味着有 $1/3$ 的几率救活 200 人),但是试验中人们的选择的结果是 A 超过 B, D 却又超过 C。

另一个与标准理论不符合的现象叫做锚定效应(anchoring effect)。经典的关于锚定效应的例子是 Tversky 和 Kahneman 在 1974 年提出来的:试验主体被要求对非洲国家在联合国中所占的席位的百分比进行估计。因为分母是 100,所以实际上只要求试验主体对分子的数值进行估计。首先,试验主体被要求旋转摆在面前的一个,转盘上面绕中心写下了 1 到 100 个数字。当转动的盘子停下来时,试验主体被暗示转盘指示的数字比实际分子更高还是更低。接下来要求主体对随机选定的数值进行向下或是向上调整来估计分子。他们发现,当面对不同的随机选定的数字时,试验主体对数值的估计也有一个显著的不同。例如,如果当转盘停的位置分别是 10 和 65 时,主体的估计平均值分别为 25 和 45。按照 Kahneman 和 Tversky 的解释,这是因为主体似乎锚定在转盘初始值上,然后在这个值的基础上根据他们所知道的或是想象的进行调整。但是,这种调整显然是不够的。在另一项研究中,告诉试验主体他们在赌博中确信的值得比一个随机选定的值是大还是小,然后要他们为赌博的确信值进行修正(Johnson & Schkade, 1989)。试验再次证明,原来被随机宣布的值与他们最终的选择的修正值是十分相关的。

在新近的一项有关锚定效应的研究里, Ariely、Loewenstein 和 Prelec 把几件商品(一个 100 美元无线键盘,一只有趣的计算机鼠标,一瓶酒以及一盒价格较贵的巧克力)出售给 MBA 的学生。给那些学生每展示一种物品时就问他们是否愿意用他们买的社会保险金数目(即要求在美国获得工作的保险金,在试验中实际上是一个与买卖商品价值无关的数字)的最后两位数阿拉伯数字那样大小的价格买取该商品,当然他们可以对这两位数字进行修改调整后说出他们的价格。例如,如果某人买的社会保险金的最后两位数字是 79,那么就假定该物品的价格也是 79 美元。然后问试验主体“你愿意支付 79 美元吗?”,主体必须回答“愿意”或是“不愿意”。如果不同意,试验主体就说出他们愿意支付的价格水平。虽然试验设计者提醒试验主体社会保险金的最后两位数字实质上与物品价格是无关的,但试验主体整体上出现了这样一种结果,那些买的社会保险金数末两位数较高的人愿意为同一产品支付的金额也更多。例如,那些保险金数目最后两位数较小的人愿意为一瓶酒支付的价格平均为 11.62 美元,而那些保险金末尾两位数较大的人愿意为同样一瓶酒支付的价格平均为 19.95 美元。

很多研究还表明,这种诱导偏好的方法能发生戏剧性的结果,有时会产生偏好反转(preference reversals),即个体决策与定价不一致的现象(例如, Grether & Plott, 1979)。最著名的例子是在人们怎样在两个赌注之间进行选择与他们分别对该赌注所制定的售价进行对比。如果作为小回报的 A 赌注赢的可能性大而作为高回报的赌注 B 的赢的机会小的话,那么按照标准的理论,当问及他们时,他们一般会选择保守的 A 方案。但是,当要求他们分别对赌注定价的时候,他们却会愿意为风险更大的 B 方案制定更高的价格。偏好反转的另一种形式为对一对商品进行分别估价和联合估价(Hsee, 1999; Hsee & LeClerc, 1998)^③。当对这两个商品独立评价时,人们经常会把其中一个项目(如 A)的定价定得比另一项目(如 B)高;但是,与此同时,当对两个项目联合评价或是对比评价时, B 的定价通常又比 A 的价格高。

除了框定效应和锚定效应之外,还有一种关联效应(Context effects)。在这种效应里,人们在几项

选择之间的某种选择偏好依赖于其它的可能选择方案的情况。例如,如果某种选择具有支配其它选择的能力,人们一般被它所吸引(Huber, Payne & Puto, 1982)。他们也可能在可供选择的对象之间进行“折中”,即估价一个在两者之间的位置作出选择(Simonson & Tversky, 1992)。

所有上述研究结论都表明,偏好并不是像标准微观经济学教科书里的无差异曲线那样被事先定义好的。实际上,它们经常被错误的定义了,它们有延伸性和相互依赖性。虽然如此,当必须对某种经济决策进行选择的时候,人们还是得做出他们的选择。行为经济学家称这种决策偏好为构造偏好(constructing preferences)(Payne, Bettman & Johnson, 1992; Slovic, 1995)。

不过,在新近的研究中证明,虽然人们经常显示不一致或者任意的偏好,但当事件是透明的时候,他们一般还是服从经济学理论的标准原则。Ariely、Loewenstein 和 Prelec 称这种模式为一致的任意(coherent arbitrariness)。

三、结 语

从以上对行为经济学与主流经济学对判断与偏好两个基本概念考察中可以看出,行为经济学对主流经济学的风险决策预期效用模型提出了质疑,从而撼动了整个新古典经济学大厦的理论基石。它几乎违背了所有原有的预期效用理论的公理化假设,这些假设包括优势性(dominance)、不变性(invariance)、传递性(transitivity)和可撤销性(cancellation)。与预期效用理论相比,行为经济学家所提出的期望理论在更为准确地描述个人在风险条件下的决策行为方面迈出了重要的步伐,现已成为该领域许多应用经济研究的基础。正因如此,瑞典皇家科学院将2002年诺贝尔经济学奖授予Kahneman教授,以奖励他“将来自心理研究领域的综合洞察力应用在经济学当中,尤其是在不确定情况下的人为判断和决策方面做出突出贡献。”当然,正如Kahneman教授所说,行为经济学的发展并不意味着对新古典经济学的完全替代。它并没有完全否定效用最大化、均衡以及市场有效论为基础的新古典主义的方法。行为经济学的核心任务在于更加真实地解释现实经济世界,帮助个人和机构做出更好的预测和决策,使经济学成为一门能更加精确地描述和揭示人们经济行为的学科。

注 释:

- ① 这里有一个商业领域的实例:微软公司的软件工程师完全不相信人们在使用他们开发的软件时会有困难,为此公司不得不安装一个只能单面看到对方的镜子,这样才能让工程师们看到人们在使用时遇到的麻烦。
- ② 传统的经济学理论中无差异曲线像地理学里面的等高线一样是不可能相交的。然而Knetsch1989年发表在《美国经济评论》上的文章指出了相交的无差异曲线的存在。具体原因请参阅Knetsch, J. L. (1989). “The Endowment Effect and Evidence of Nonreversible Indifference Curves.” American Economic Review 79: 1277-1284.
- ③ Hsee(奚恺元)是芝加哥大学商学院的华裔教授。他提出的“评估力”(Availability)概念,很好地解释了困扰学术界已久的“独立评价”(Separate evolution)和“联合评价”(joint evolution)两种情况下的“偏好反转”现象。

[参 考 文 献]

- [1] 新帕尔格雷夫经济学大辞典:第2卷[G]. 北京:经济科学出版社,1992.
- [2] Babcock, L. & G. Loewenstein. Explaining Bargaining Impasse: the Role of Self serving Biases[J]. Journal of Economic Perspectives, 1997, 11:109-126.
- [3] Barberis, N. & A. Shleifer, R. Vishny. A Model of Investor Sentiment[J]. Journal of Financial Economics, 1998, 49(3):307-343.
- [4] Debreu, G. Value Theory[M]. New York: Wiley, 1959.
- [5] Grether, D. M. & C. Plott. Economic Theory of Choice and the Preference Reversal Phenomenon[J]. American Economic Review, 1979, 69(4):623-638.
- [6] Heath, C. & R. P. Larrick, J. Klayman. Cognitive Repairs: How Organizational Practices Can Compensate for

- Individual Shortcomings[J]. Review of Organizational Behavior, 1998, 20: 1-38.
- [7] Hsee, C. K. & F. Leclerc. Will Products Look More Attractive When Evaluated Jointly or When Evaluated Separately? [J]. Journal of Consumer Research, 1998, 25: 175-186.
- [8] Hsee, C. K. & G. Loewenstein, S. Blount, M. Bazerman. Preference Reversals between Joint and Separate Evaluations of Options: A Theoretical Analysis[J]. Psychological Bulletin, 1999, 125(5): 576-590.
- [9] Johnson, E. J. & D. A. Schkade. Bias in Utility Assessments: Further Evidence and Explanations[J]. Management Science, 1989, 35: 406-424.
- [10] Kahneman, D. & A. Tversky. On the Study of Statistical Intuitions[A]. Kahneman, D. & P. Slovic, A. Tversky. Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases[C]. Cambridge: Cambridge University Press, 1982.
- [11] Knetsch, J. L. The Endowment Effect and Evidence of Nonreversible Indifference Curves[J]. American Economic Review, 1989, 79: 1277-1284.
- [12] Payne, J. W. & J. R. Bettman, E. J. Johnson. Behavioral Decision Research: A Constructive Processing Perspective[J]. Annual Review of Psychology, 1992, 43: 87-131.
- [13] Rabin, M. & J. Schrag. First Impressions Matter: A Model of Confirmatory Bias[J]. Quarterly Journal of Economics, 1999, 114(1): 37-82.
- [14] Simonson, I. & R. S. Winer. The Influence of Purchase Quantity and Display Format on Consumer Preference for Variety[J]. Journal of Consumer Research, 1992, 19: 133-138.
- [15] Slovic, P. The Construction of Preferences[J]. American Psychologist, 1995, 50: 364-371.
- [16] Tversky, A. & D. Kahneman. The Framing of Decisions and the Psychology of Choice[J]. Science, 1981, 211: 453-458.
- [17] Tversky, A. & D. Kahneman. Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases[J]. Science, 1974, 185(4157): 1124-1131.

(责任编辑 邹惠卿)

Behavioral Economics and Mainstream Economics: Differentiations and Analysis for Two Basic Conceptions

QIAO Hongwu, LIU Guohua

(School of Economics & Management, Wuhan University, Wuhan 430072, Hubei, China)

Biographies: QIAO Hongwu (1956), male, Doctor, Professor, Doctoral supervisor, School of Economics & Management, Wuhan University, majoring in history of economical thoughts; LIU Guohua (1979), male, Graduate, School of Economics & Management, Wuhan University, majoring in Western behavioral economics.

Abstract: Difference always exists between behavioral economics and mainstream economics since behavior economics come into the world, but its discussing focus often concentrates on two respects: judgment and preference. Based on psychology of the behavior, behavioral economics take some revision for the two respects for mainstream economics. So differentiating and analyze to two concepts is the economics basic distinguished with mainstream economics.

Key words: behavioral economics; mainstream economics; judgment; preference