

禀赋效应的心理机制及其影响因素

刘腾飞¹ 徐富明^{1,2} 张军伟¹ 蒋多¹ 陈雪玲¹

(¹华中师范大学心理学院暨湖北省人的发展与心理健康重点实验室, 武汉 430079)

(²中国科学院心理研究所, 北京 100101)

摘要 禀赋效应是指个体在拥有某物品时对该物品的估价高于没有拥有该物品时的估价的现象。这一现象在行为经济学中普遍存在。禀赋效应的研究范式包括经典研究范式与物物交换范式。禀赋效应的心理机制主要包括损失规避与查询理论。禀赋效应的影响因素主要包括认知角度、动机、情绪、交易物品的特征、研究设计的选择等。未来的研究需要从禀赋效应的适用条件、产生根源、研究范式的改进等方面进一步探讨。

关键词 禀赋效应; 损失规避; 查询理论

分类号 B849:C93

1 引言

禀赋效应(endowment effect)是指个体在拥有某物品时对该物品的估价高于没有拥有该物品时的估价的现象。禀赋效应的研究源于研究者使用条件估价法(contingent valuation method, CVM)调查消费者对公共商品的估价。这些调查研究发现, 被试对某一公共商品愿意接受的最低价格(willingness to accept, WTA)高于愿意支付的最高价格(willingness to pay, WTP)。同时, 研究者试图对这种差异作出解释。Thaler (1980)首次提出禀赋效应这一概念, 认为禀赋效应导致了 WTA-WTP 差异, 并将其定义为: 与得到某物品所愿意支付的金钱相比, 个体出让该物品所要求得到的金钱通常更多。在 Thaler (1980)所举的一个经典的禀赋效应例子中, 研究者给被试呈现如下两个情境: 一, 假设在一周内你有 0.001 的概率感染一种疾病, 如果感染的话, 会很快且无痛苦地死去, 那么你最多愿意花多少钱来治愈这种疾病; 二, 假设某项研究需要志愿者, 同样有 0.001 的概率感染这种疾病, 如果你参加这项研究, 你要求研究者最少付给你多少钱。结果发现, 被试在两种情境中所给出的货币量并不一致, 第一个情境中被试给出的价格是 200 美元, 而第二个情境则是 1000 美元。在第二个情境中, 因为被试将自己所拥有的健康看作一种禀赋, 对其评价更加积

极, 而导致被试对其估价增加, 所以产生禀赋效应。

禀赋效应是一种相对稳定的个体偏好(Kahneman, Knetsch, & Thaler, 1991), 是行为经济学中一种极为普遍的现象。大量的研究证实了这一结论。从个体所拥有的物品来说, 无论对咖啡杯(Kahneman, Knetsch, & Thaler, 1990)、彩票(Knetsch & Sinden 1984)、巧克力(Kahneman, Knetsch, & Thaler, 1990)、体育纪念品(List, 2003)等私人商品, 还是对空气(MacDonald & Bowker, 1994)、课程辅导服务(Bischoff, 2008)等公共商品, 个体都表现出禀赋效应。从产生禀赋效应的主体来说, 禀赋效应的强度不随个体的年龄和经验的增加而减弱, 儿童和成人都表现出禀赋效应(Harbaugh, Krause, & Vesterlund, 2001)。最近的研究发现, 其他灵长类动物对食物产生禀赋效应。例如, Brosnan 等人(2007)的一项研究表明, 黑猩猩不愿意以刚刚得到的食物来交易即使它们偏好的食物。此外, 禀赋效应分别在实验室情境(Kahneman, Knetsch, & Thaler, 1990)、现场研究(Hoyer, Herrmann, & Huber, 2002)中得到证实。因此, 禀赋效应并不随情境的变化而消失。由于禀赋效应的普遍性与稳健性, 对其心理机制及影响因素的研究有重大的理论意义和应用价值。

禀赋效应与安于现状偏差(status quo bias)是一对紧密联系而又容易混淆的概念。Samuelson 和 Zeckhauser (1988)认为安于现状偏差是指个体在决策时保持过去或者当前的选择的一种倾向,

收稿日期: 2009-10-16

通讯作者: 徐富明, E-mail: fumingxu@126.com

并且认为禀赋效应就是安于现状偏差。事实上, 两者的相同点是: 禀赋效应与安于现状偏差都是损失规避(loss aversion)的表现(Thaler, 1980; Kahneman, Knetsch, & Thaler, 1991; Novemsky & Kahneman, 2005a)。两者的不同之处在于: 禀赋效应是相对于某一物品而言, 由于损失规避, 个体对拥有的物品估价增加, 不愿意交换被给予的物品; 安于现状偏差是相对于某一事件的状态, 为了避免改变现状所带来的损失, 被试不愿意改变当前的拥有状态(Giraud, 2007)。因此, 我们认为, 在以交换率作为因变量的禀赋效应实验中, 交换率低于传统经济理论的预测时, 被试同时表现出禀赋效应与安于现状偏差, 或者说两者在此时等同。

在介绍了禀赋效应相关概念及其存在的证据后, 我们将详细阐释禀赋效应的研究范式、心理机制及其影响因素, 然后总结当前禀赋效应研究中存在的问题, 并对其未来的研究进行展望。

2 禀赋效应的研究范式

在禀赋效应的经典研究范式中, 被试被随机分为卖者和买者, 卖者被给予一件物品(如咖啡杯, 糖果, 葡萄酒等), 而买者则没有得到任何物品, 但得到金钱。然后, 卖者被要求给出出让这个物品愿意接受的最低价, 而买者被要求给出得到这个物品愿意支付的最高价格, 或者是让卖者与买者分别给出卖出价格与购买价格。在出价的过程中, 为了让被试给出对物品的真实估价, 研究者通常使用 BDM (Becker, DeGroot, & Marschak, 1964)程序来诱导被试给出对物品的真实估价。按照这一程序, 被试给出他们对某一物品的最低卖出价格与最高购买价格, 而实际的交易价格则是从特定价格范围中随机选取。如果这一价格比出售者的最小出售价格要高, 被试将以这一随机选择的价格卖出。如果这一价格比购买者的最大购买价格要低, 被试将以这一随机购买价格购买。实验研究表明, WTA 是 WTP 的 2 到 3 倍。禀赋效应的大部分研究都采用这一研究范式, 但是, 研究者出于不同的研究目的, 可能采用不同的研究设计。例如, List (2003)为了研究市场经验是否可以消除禀赋效应, 而采用重复交易的实验设计, 以便被试在随后的交易中获得交易的经验, 而且采用现场研究, 使得实验结果的外部效率更高, 符合个体在现实市场中的行为表现。

此外, 在早期的禀赋效应研究中, 研究者还采用物物交换的研究范式。在此研究范式中, 被试被分为两组, 且分别得到不同的物品, 在消除经济因素对被试的选择行为的影响后, 让两组被试交换他们所拥有的物品(Knetsch, 1989)。按照经济学理论的预测, 一半的被试将会交换所拥有的物品, 但实验结果通常是交换率低于 50%。据此, 研究者推测被试对于拥有的物品的估价增加, 因而不愿意交换已经拥有的物品。

两种研究范式都能够证实禀赋效应的存在, 而且早期的研究者同时采用两种研究范式来研究禀赋效应。但是, 与前一种研究范式相比, 物物交换的研究范式采用间接的测量方法, 被试并不对物品的价值进行直接的评估, 因而, 被试不交换物品的原因可能并不是对拥有的物品的估价增加, 也可能是其他原因, 所以后来的研究者很少采用物物交换的研究范式。

3 禀赋效应的心理机制

自禀赋效应正式提出以来, 许多研究者试图探索这一现象产生的原因, 而目前对禀赋效应的解释主要有如下两种观点。

3.1 损失规避

Kahneman 和 Tversky (1979)提出预期理论(prospect theory), 该理论是关于风险决策的描述性理论。预期理论由价值函数和决策权重函数构成。在价值函数上, 决策者在做决策时关注相对参照点的改变(受益还是损失)。在损失区, 价值函数曲线呈凸形, 而在受益区, 价值函数曲线呈凹形, 而且损失区的价值函数曲线比受益区的价值函数曲线陡峭。在决策权重函数曲线上, 小概率往往被高估, 而中高概率往往被低估。其中, 损失规避是价值函数的一个重要特征, 也是预期理论的一个核心概念和基石。损失规避在价值函数上表现为损失区的价值函数曲线比受益区的陡峭, 即损失比等量受益所产生的心理感受更加强烈。例如, 失去 300 元钱所带来的痛苦体验要比发 300 元奖金所带来的快乐体验要强烈得多。虽然损失规避首先被用于解释风险状态下的决策, 但 Thaler (1980)首次将损失规避引入无风险领域, 用来解释禀赋效应。他认为卖者把失去物品看作损失, 把得到金钱看作受益, 而买者把失去金钱看作损失, 获得物品看作受益, 由于损失比等量受益产生的心理感受更加强烈, 所以双方为了

避免损失带来痛苦，卖者倾向于提高卖价，而买者倾向于降低买价，因而导致个体表现出禀赋效应。

损失规避具有参照依赖性，也就是说，损失和受益是相对于某一参照点而言的，当参照点发生改变时，个体对物品的估价也发生改变。据此，后续的研究者整合适应水平理论(adaptation-level theory)与损失规避，提出用参照点转换(shifting-reference-point)理论来解释禀赋效应(Strahilevitz & Loewenstein, 1998)。根据这一理论的解释，适应(adaptation)是指拥有某物品后，人们在心理上对该物品的拥有状态的改变逐渐习惯的倾向。例如，一个人在一段时间里适应了一台新计算机的速度。如果这台新计算机出了故障，又被迫使用旧计算机，那么他会感觉旧计算机的速度简直难以忍受。在这一理论中，适应水平是个体估价的

一个参照点，而且这一参照点随着时间变化。Strahilevitz 和 Loewenstein (1998)利用价值函数来描述参照点转换理论对禀赋效应的解释。如图 1 所示，个体从拥有物品前到拥有物品一段时间后，由于个体对物品拥有状态的适应，对物品的价值判断的参照点也从适应前的水平($r = 0$)转换到完全适应水平($r = x$)。在任何适应发生前，即 $r = 0$ 时，如果个体得到某一物品，那么他将体验到正值 $V(x)$ ；如果没有得到该物品，他的价值体验为中性 $V(0) = 0$ 。在 $r = x$ 时，物品的拥有被看作是现状($V(x-r) = V(0)$)，但失去该物品被看做损失(例如， $V(0-r) = V(-r) = V(-x)$)。简言之，由于损失规避，没有拥有某物品的个体在获得某物品时，对该物品的估价 $V(x)$ 将小于拥有和适应该物品的个体在没有损失该物品时对它的估价 $-V(-x)$ (Strahilevitz & Loewenstein, 1998)。

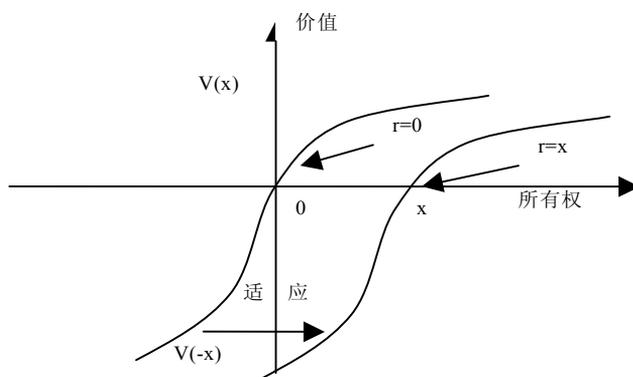


图 1 无适应和完全适应下的价值函数
(引自: Strahilevitz & Loewenstein, 1998)

显然，参照点转换理论基于损失规避概念，将参照依赖与时间因素考虑进来，有助于更好地理解长时禀赋效应(long-term endowment effect)。但是，刘欢、梁竹苑和李纾(2009)提出了不同于参照点转换理论的观点，从一个全新的角度来解释损失规避，即从得失程数(route)变化的角度来解释损失规避。程数是指同一拥有物(possession)(可见或不可见)经过拥有者的次数，即该拥有物的所有权变更次数。在禀赋效应的经典研究范式中，物品的获得是“单程”(one-route)——从无到有；而物品的损失是“双程”(two-route)——先获得某一物品，然后再失去该物品，也即从无到有、再从有到无。由于损失比受益多了“一程”，所以损

失比获益所引起的心理感受更强烈，故而出现损失规避，使得个体对拥有的物品的估价更高。

损失规避的解释表明，个体在对物品进行估价时存在着一种稳定的偏好，这一偏好是参照依赖的，个体往往对当前拥有的物品估价更高。随着对损失规避研究的深入，损失规避的解释也受到一些研究者的质疑(Morewedge, Shu, Gilbert, & Wilson, 2009; Brown, 2005)，尽管如此，损失规避仍然是目前解释禀赋效应的主流观点，甚至采用功能性核磁共振技术(functional magnetic resonance imaging, fMRI)对禀赋效应进行研究的结果也支持损失规避的解释(Knutson, Wimmer, Rick, Hollon, Prelec, & Loewenstein, 2008)。

3.2 查询理论

Johnson, Häubl 和 Keinan (2007)从记忆的视角来解释禀赋效应,针对禀赋效应产生的过程提出查询理论(query theory)。查询理论基于这样一种观点:估价取决于记忆的提取过程。概括地说,这一理论对禀赋效应的解释可以表述为:卖者和买者分别提出一系列顺序不同的问题来建构物品的价值,由于记忆中的输出干扰(output interference),这些问题提取物品的不同方面的属性,从而导致卖者和买者对同一物品产生不同的估价。

查询理论对禀赋效应的解释包括四个假设(Johnson, Häubl, & Keinan, 2007)。第一,估价基于一系列问题,并且决策者自发分解这些问题。例如,决策者将“我的卖价(买价)应该是多少?”分解为一系列问题,如“我为什么要交易?”或者“我为什么不交易?”更精确地说,决策者首先考虑当前状态或者现状的优点,然后再考虑与之相反的状态。例如,卖者倾向于首先评估拥有一个杯子的好处。第二,这些问题的提出是逐个且连续进行的,而且不同的反应模式(response mode)有不同的查询次序。这两个假设中,问题的分解与查询这两个过程都是自动的,不需要决策者的意识参与。第三个假设是基于记忆研究中的输出干扰,即回忆列表中引导性内容可能导致列表中没有被引导部分的记忆减少。查询次序至关重要,查询次序决定查询的结果。也就是说,第一个查询比第二个查询产生更加丰富,更大权重的表征。第四,查询次序取决于禀赋状态(是否拥有杯子、彩票等物品),对禀赋状态的不同的反应模式产生不同的查询次序。买者倾向于首先考虑为什么他们不进行交易,然后再考虑为什么他们进行交易,而卖者则以相反的次序查询这两个相同的问题。

为了验证以上的假设,研究者采用口语报告法的一种变式一层面列表法(aspect listing),让被试在计算机上输入他们在做定价决策时正在考虑的事情,以记录下被试想到的问题、顺序及其反应时。虽然查询可能是自动的、无意识的,但是层面列表法可以记录下查询的结果(Johnson, Häubl, & Keinan, 2007)。其研究表明,由于拥有某物品,个体在估价时考虑的各方面问题和改变回忆这些问题的顺序会发生变化,而且这些问题与决策者对物品的估价相关,更加重要的是,改变查询的顺序可以消除禀赋效应,而决策者在

没有对物品有实际所有权的情况下也可以产生禀赋效应。

同时,Johnson, Häubl 和 Keinan (2007)认为这一理论解释有四个优点。第一,该理论将对物品的估价与记忆联系起来,而且促进我们对提取的理解。第二,该理论有助于我们确定禀赋效应的限制条件,描述禀赋效应在什么情况下产生或不产生。第三,对禀赋效应产生过程的解释能帮助我们识别反映体验偏好(experienced preferences)的损失规避是否是由于价值评价过程中的人为因素造成的。最后,这一机制表明,干扰可能减少或者消除禀赋效应。

查询理论对禀赋效应的解释强调了记忆提取在物品估价中的作用,而且有很多优点。尽管目前验证查询理论解释禀赋效应的研究相对较少,但是之前的研究结果与这一理论吻合。例如,Nayakankuppam 和 Mishra (2005)的研究发现,被试在熟悉杯子的积极与消极特征后对其作出定价,然后再回忆杯子的特征,结果被试对积极特征的回忆比对消极特征的回忆更精确。这一结果与查询理论对禀赋效应的预测一致。

损失规避与查询理论两个心理机制从不同的角度来解释禀赋效应。损失规避对禀赋效应的解释是基于预期理论的,其隐含的假设是参照依赖,个体以现状(拥有某一物品这一现状)作为参照点对物品的价值进行判断。而查询理论则从记忆的角度深入地分析了个体对拥有的物品进行估价的建构过程,其假设是估价取决于记忆的提取过程。就两者的解释力来说,查询理论有诸多优点,能够预测禀赋效应的产生,因此这一机制可能比损失规避具有更广泛的基础。虽然损失规避得到众多研究者的认同,但是这一机制有循环论证的嫌疑。研究者一方面认为禀赋效应是损失规避的表现,一方面有又用损失规避来解释禀赋效应。最新的研究表明,禀赋效应不是由于损失规避,而是个体对物品的所有权所导致的(Morewedge, Shu, Gilbert, & Wilson, 2009),而且可能与纯粹所有权效应(mere ownership effect)具有相同的心理机制(Gawronski, Bodenhausen, & Becker, 2007)。

4 禀赋效应的影响因素

4.1 认知角度

在禀赋效应的研究中,被试一般被随机分为

卖者和买者,因为卖者与买者的角色不同,所以买卖双方对交易的认知角度(cognitive perspective)也不尽相同,同时他们对物品的认知也有差异,从而影响禀赋效应的强弱。对于交易的认知角度来说,卖者与买者将他们的注意集中于交易中将要放弃的,但卖者关注交易发生时可能失去的物品,而买者关注交易发生时可能失去的金钱。因此,卖者给出更高的卖出价格,而买者给出更低的购买价格,从而导致买卖价格差异增大(Carmon & Ariely, 2000)。就交易物品的认知角度来说,卖者与买者以不同的方式知觉同一物品,卖者比买者更易想起与物品相联系的积极特征(受益意味着积极特征),而较少想起其消极特征,最终调节买卖价格的差异(Nayakankuppam & Mishra, 2005)。事实上,这一因素对禀赋效应的影响并不是孤立的,情绪对禀赋效应的影响可以通过认知角度来调节(Novemsky & Kahnema, 2005a)。此外,交易者的目标可能会改变个体的认知定向(cognitive focus),或者改变对损失的预期情绪反应以及参照点等来调节禀赋效应的大小(Novemsky & Kahnema, 2005b)。

4.2 动机因素

个体的定价决策是受动机诱发的,所以个体在估价时表现出的禀赋效应也受动机因素的影响。Liberman, Idson, Camacho 和 Higgins (1999)的研究表明,被试处于预防定向(prevention focus)时,不愿意交换被给予的物品,但当被试处于促进定向(promotion focus)时,结果却相反。这一研究与调节性匹配理论(regulatory fit theory)一致。根据调节性匹配价值(value from fit)的含义:预防定向的个体倾向于使用警惕的决策策略以避免行动所带来的错误,这一策略使得被试不愿交易所拥有的物品;促进定向的个体则偏好渴望—接近的决策策略,而更加愿意改变现状,不易产生禀赋效应(Higgins, 2002)。对禀赋效应产生更直接影响的动机因素是交易需求(transaction demand),即产生和完成一个交易的动机与欲望。当交易需求增加,卖者将以低价卖出葡萄酒,而买者将以高价购买葡萄酒,而且当卖者与买者都有高交易需求时,买卖价格差异将最小(Mandel, 2002)。

4.3 情绪因素

对物品的主观估价受情绪的影响,禀赋效应作为物品主观估价领域中的一个重要现象,同样

也受情绪的影响。研究者从情绪的不同维度与种类来探讨情绪对禀赋效应的影响。研究发现,不论是积极情绪,还是消极情绪(Peters, Slovic, & Gregory, 2003),抑或是预期情绪(Zhang & Fishbach, 2005)都在禀赋效应的产生过程中扮演着重要的角色。

根据情绪一致性模型(emotion congruency model, ECM),消极情绪会对物品和事件的评价产生消极影响,而积极情绪会对物品和事件的评价产生积极影响(Iness-Ker & Niedenthal, 2002)。积极情绪会促进禀赋效应的产生,而消极情绪会减小甚至消除禀赋效应。在 Lin, Chuang, Kao 和 Kung (2006)的研究中,一半被试得到咖啡杯,而另一半没有得到任何物品,然后他们诱导被试要么产生快乐情绪(积极),要么产生悲伤情绪(消极),随后再让两组被试分别给出愿意接受的最高价格和愿意购买的最低价格。结果表明,消极情绪减弱禀赋效应。但是,不同的消极情绪对禀赋效应的调节作用并不相同。

Lerner, Small 和 Loewenstein (2004)的研究发现处于厌恶情绪状态下的个体对拥有的物品和将要买进的物品有排外倾向,因此厌恶情绪会导致买方出价和卖方要价的降低,进而消除了禀赋效应,而处在悲伤情绪状态下的个体会通过改变现状来改变情绪,因此悲伤情绪会导致买方的出价偏高,卖方的要价偏低,从而导致被试出现了反转的禀赋效应(reverse endowment effect)。

同样,预期情绪也影响禀赋效应的大小。最近的研究表明,因为对损失的预期消极情绪(尤其是后悔)阻止人们交易所拥有的物品,所以预期消极情绪增强禀赋效应,而减少与错误行为相关的消极经验,或者增加与不采取行动相关的消极经验则会减小卖价与买价之间的差异,即禀赋效应减弱(Zhang & Fishbach, 2005)。

4.4 交易物品的特征

尽管众多的研究证实,个体对许多商品都表现出禀赋效应,例如彩票、圆珠笔、咖啡杯、葡萄酒、巧克力棒、篮球比赛的门票等(Knetsch & Sinden, 1984; Kahneman, Knetsch, & Thaler, 1990; van Dijk & van Knippenberg, 1998; Carmon & Ariely, 2000),但是,个体对不同种类的商品表现出的禀赋效应的敏感度并不一样(van de Ven, Zeelenberg, & van Dijk, 2005)。Horowitz 和

McConnell (2002)的元分析研究表明, WTA/WTP 最高的是公共或者非市场化的商品, 其次是私人商品, 最低的是用于实验的某种形态的货币(代金券)。对交换商品(exchange good)(以交换为目的的商品)而言, 研究者认为卖者可能不将卖出商品看作损失, 买者也不将购买一件商品看作受益, 也就是说, 损失规避在日常的经济交易中的影响很小(Kahneman, 1992), 个体对交换商品并不产生禀赋效应。但是, 交换商品的价值不确定阻止人们对交易中的损失与受益进行评价, 此时, 禀赋效应仍然存在(van Dijk & van Knippenberg, 1996)。此外, 物品的可替代性低时, 被试更不愿意交换获得的物品, 卖出的价格也更高, 从而导致 WTW/WTP 比率更大(Hanemann, 1991)。

在交易范式的禀赋效应研究中, 交易的物品的可比较性也是一个影响因素。当交易双方的两种商品的可比较性较低(例如, 咖啡与圆珠笔)时, 交易者难以比较交易中的损失与受益, 交易的比率减小; 而当交易的商品可比较性较高(例如, 两种品牌的葡萄酒)时, 交易的比率更大(van Dijk & van Knippenberg, 1998)。

4.5 研究设计的选择

在对禀赋效应进行测量时, 研究者需要诱导被试对商品给出真实的价值, 但他们对此所采取的研究设计不尽相同。而研究者对研究设计的选择也成为影响禀赋效应大小的一个重要因素。例如, 同样是为了激励被试对商品的真实估价, 采用维克瑞拍卖(Vickrey auction)(潜在的买主向拍卖主持人递交密封出价, 出价最高的买主赢得交易, 但他只需要支付等于第二高出价的价格)所设计的研究表明, 禀赋效应在重复市场(repeated market)条件下减小甚至消失(Shogren, Shin, Hayes, & Kliebenstein, 1994), 而采用 BDM(Becker, DeGroot, & Marschak, 1964)程序设计的研究却发现, 禀赋效应仍然稳定地存在(Kahneman, Knetsch, & Thaler, 1990)。另外, 一项对禀赋效应的元分析检验了重复出价(iterative bidding)、被试间/内设计、明确的价格信息、现金支出(out-of-pocket)等因素对禀赋效应的影响。结果表明, 重复出价和被试内设计减弱 WTA-WTP 差异, 而现金支出增加了 WTA-WTP 差异(Sayman & Öncüler, 2005)。由此可见, 禀赋效应的大小与研究设计的选择存在着很大的关联, 而

且一些研究设计的程序繁杂可能使被试产生误解, 进而导致禀赋效应消失(Plott & Zeiler, 2005)。

禀赋效应的影响因素纷繁众多, 除了以上影响因素以外, 还有情感依恋(emotional attachment)(Ariely, Huber, & Wertenbroch, 2005)、不确定性(uncertainty)(Isik, 2004)、自我中心移情差距(egocentric empathy gap)(van Boven, Dunning, & Loewenstein, 2000)、物质主义(materialism)(Lens, Pandelaere, & Warlop, 2009)等因素。但根据上述影响因素的阐释, 除了研究设计的选择这一人为因素外, 我们可以将这些影响因素分为两类: 一类是个体的心理因素, 包括动机、情绪、情感依恋、认知角度; 另一类是交易物品的特征, 即禀赋效应发生的对象物。而且, 从禀赋效应的心理机制来看, 我们发现, 第一类因素主要影响个体在交易中的损失与受益的评价以及参照点的转换, 从而导致禀赋效应的强弱, 而第二类因素则与程数说相联系。交易物品的特征即损失规避对象的性质, 物品的可替代性与重要程度对损失规避的作用可能是基于程数的变化的, 其作用表现为两面性: 在“损失程数大于获得程数”时, 可能加强了损失的心理感受, 而在“获得程数大于损失程数时”可能加强了获得的心理感受(刘欢, 梁竹苑, 李纾, 2009)。

5 总结与展望

5.1 禀赋效应的适用条件

在近 30 年的禀赋效应研究历程中, 它的适用条件一直是研究者关注的焦点, 但目前这方面的研究仍然存在着一些问题。首先, 由于个体对物品的拥有存在不同的状态, 禀赋效应是在实际所有权或者主观所有权状态下存在, 还是在两者的交互作用下存在, 仍然不得而知。早期的研究只注意到了实际所有权状态下的禀赋效应, 而忽视了主观所有权状态下的禀赋效应。最新的研究结果表明, 禀赋效应并不依赖于个体对物品实际的所有权, 而是依赖于占有物品所导致的主观所有感(Jochen & Connolly, 2007)。因此, 后续的研究需要进一步探讨在不同的所有权状态下, 禀赋效应的存在以及其强弱。其次, 当前的研究主要集中在个体对物品与权利的禀赋效应, 但是对于个体对哪些物品与权利产生禀赋效应, 研究者有不同的偏好。此前关于禀赋效应的证据大多来自

私人商品,只有少量来自公共商品(Bischoff, 2008),而且禀赋效应主要适用于低价商品、单件商品,很少涉及高价的商品、多单位商品。另外,研究者相对重视必需品,忽视非必需品。再者,在真实的市场中,个体是否会表现出禀赋效应仍然存在争议。List (2003, 2004)的研究表明,经过交易练习的被试积累市场经验后不存在禀赋效应,但早期 Kahneman, Knetsch 和 Thaler (1990)的研究却表明,重复市场实验条件下, WTA 仍然大于 WTP。因此,未来的研究需要更加全面地研究物品的各种所有权状态下的禀赋效应,以深化对禀赋效应的认识。

5.2 禀赋效应产生的根源

目前,禀赋效应的产生机制的研究取向主要有经济学和心理学两种,但这两种取向对禀赋效应的解释都存在一些缺陷。禀赋效应的产生机制及根源仍然不是很明朗,需要未来的研究进一步探索。就损失规避而言,尽管这一解释得到的大量的研究证实,而且对禀赋效应的神经生理机制的研究支持损失规避的解释(Knutson, Wimmer, Rick, Hollon, Prelec, & Loewenstein, 2008),但是最近也有研究对这一心理机制提出质疑。例如 Brown (2005)采用口头报告方法发现禀赋效应产生的原因不是损失规避,而是“不愿意吃亏”(seeking a good deal)。另外,损失规避本身就是一个比较含糊的概念,其本质与基本特性并不明确,而且将损失规避这一描述性概念作为对禀赋效应的解释是否适当仍是一个问题(刘欢,梁竹苑,李纾,2009)。目前的这种研究现状说明,对禀赋效应的本质及产生根源等深层次的问题的研究还远远不足。不过,一些研究者已经意识到了这些问题,并进行了有益的探索。例如, Huck, Oechssler 和 Kirchsteiger (2003)尝试从进化论的角度来研究禀赋效应产生的根源,认为禀赋效应能够提高个体在双边交易中讨价还价的优势,而且积极的禀赋效应能在进化过程中长期存在。而且最近的一项以卷尾猴为被试的研究表明,卷尾猴和人类一样,不愿意以已经拥有的食物交换同等喜欢的食物,这一研究也为进化心理学对禀赋效应的解释提供了证据(Lakshminaryanan, Chen, & Santos, 2008)。因此,未来对禀赋效应的产生根源进行研究可从以下几点出发:首先,应该在现有的研究基础上,加深对损失规避的本质及其神

经机制等问题的研究。其次,应该从不同的视角来研究禀赋效应,例如, van de Ven, Zeelenberg 和 van Dijk (2005)从购买者的角度出发,认为禀赋效应可能不是通常所说的卖者的拥有权,也可能是由于购买者的行为而导致的。再次,禀赋效应可能像其他行为偏差一样,是在人类长期的进化过程中形成的。因此,从进化论的角度进行跨物种研究能为禀赋效应的产生根源提供更加有说服力的理论基础。

5.3 研究范式的改进

目前,研究者对禀赋效应的研究主要采用上文提到的第一种研究范式。尽管这种范式在实验室实验(Kahneman, Knetsch, & Thaler, 1990)、现场研究(Hoyer, Herrmann, & Huber, 2002)以及情景问卷中(Mandel, 2002)都验证了禀赋效应的存在。但是,有研究表明,这种实验范式所测量到的 WTA-WTP 差异可能是由于被试对诱导物品真实估价的实验程序的误解(subject misconceptions)所导致的(Plott & Zeiler, 2005, 2007)。而且,最近有研究采用口头报告法(van de Ven, Zeelenberg, & van Dijk, 2005; Johnson, Häubl, & Keinan, 2007)、计算机模拟技术(Raban & Rafaeli, 2006)等方法来改进目前的实验范式,得到了与以往研究不一样的结论。因此,对禀赋效应的实验范式的改进是未来加深对禀赋效应的认识的有效途径,是很有必要的。

总而言之,禀赋效应是日常经济生活中一个普遍存在的现象,对其本质、适用条件以及产生根源等问题的研究有着很重要的理论与现实意义。

参考文献

- 刘欢,梁竹苑,李纾.(2009).行为经济学中的损失规避. *心理科学进展*, 17(4), 788-794.
- 刘欢,梁竹苑,李纾.(2009).得失程数的变化:损失规避现象的新视点. *心理学报*, 41(12), 1123-1132.
- Ariely, D., Huber, J., & Wertenbroch, K. (2005). When do losses loom larger than gains? *Journal of Marketing Research*, 42, 134-138.
- Becker, G. M., DeGroot, M. H., & Marschak, J. (1964). Measuring utility by a single-response sequential method. *Behavioral Science*, 9, 226-232.
- Bischoff, I. (2008). Endowment effect theory, prediction bias and publicly provided goods: An experimental study. *Environmental and Resource Economics*, 39, 283-296.
- Brosnan, S. F., Jones, O. D., Lambeth, S. P., Mareno, M. C.,

- Richardson, A. S., & Schapiro, S. J. (2007). Endowment effects in chimpanzees. *Current Biology*, 17, 1–4.
- Carmon, Z., & Ariely, D. (2000). Focusing on the forgone: How value can appear so different to buyers and sellers. *Journal of Consumer Research*, 27, 360–370.
- Gawronski, B., Bodenhausen, G. V., & Becker, A. P. (2007). I like it, because I like myself: Associative self-anchoring and post-decisional change of implicit evaluations. *Journal of Experimental Social Psychology*, 43, 221–232.
- Giraud, R. (2007). Money matters an axiomatic exploration of the endowment effect and the preference reversal phenomenon. *Working Papers*. University of Paris I. Retrieved September 8, 2009, from http://emlab.berkeley.edu/users/webfac/szeidl/e208_f07/giraud.pdf.
- Hanemann, W. M. (1991). Willingness to pay and willingness to accept: How much can they differ? *The American Economic Review*, 81, 635–647.
- Harbaugh, W. T., Krause, K., & Vesterlund, L. (2001). Are adults better behaved than children? Age, experience and the endowment effect. *Economics Letters*, 70, 175–181.
- Higgins, E. T. (2002). How self-regulation creates distinct values: The case of promotion and prevention decision making. *Journal of Consumer Psychology*, 12, 177–191.
- Horowitz, J. K., & McConnell, K. E. (2002). A review of WTA/WTP studies. *Journal of Environmental Economics and Management*, 44, 426–447.
- Hoyer, W. D., Herrmann, A., & Huber, F. (2002). When buyers also sell: The implications of pricing policies for customer satisfaction. *Psychology and Marketing*, 19, 329–355.
- Huck, S., Oechssler, J., & Kirchsteiger, G. (2003). Learning to like what you have: Explaining the endowment effect. *The Economic Journal*, 115, 689–702.
- Iness-Ker, A., & Niedenthal, P. M. (2002). Emotion concepts and emotional states in social judgment and categorization. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83, 804–816.
- Isik, M. (2004). Does uncertainty affect the divergence between WTP and WTA measures? *Economics Bulletin*, 4(1), 1–7.
- Johnson, E. J., Häubl, G., & Keinan, A. (2007). Aspects of endowment: A query theory of value construction. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 33, 461–474.
- Jochen, R., & Connolly, T. (2007). Possession, feelings of ownership and the endowment effect. *Judgment and Decision Making*, 2, 107–114.
- Kahneman, D. (1992). Reference points, anchors, norms, and mixed feelings. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 51, 296–312.
- Kahneman, D., Knetsch, J. L., & Thaler, R. H. (1990). Experimental tests of the endowment effect and the Coase theorem. *Journal of Political Economy*, 98, 1325–1348.
- Kahneman, D., Knetsch, J. L., & Thaler, R. H. (1991). The endowment effect, loss aversion, and status quo bias. *Journal of Economic Perspectives*, 5, 193–206.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47, 263–291.
- Knetsch, J. L. (1989). The endowment effect and evidence of nonreversible indifference curves. *The American Economic Review*, 79, 1277–1284.
- Knetsch, J. L., & Sinden, J. A. (1984). Willingness to pay and compensation demanded: Experimental evidence of an unexpected disparity in measures of value. *The Quarterly Journal of Economics*, 99, 507–521.
- Knutson, B., Wimmer, G. E., Rick, S., Hollon, N. G., Prelec, D., & Loewenstein, G. (2008). Neural antecedents of the endowment effect. *Neuron*, 58, 814–822.
- Lakshminaryanan, V., Chen, M. K., & Santos, L. R. (2008). Endowment effect in capuchin monkeys. *Philosophical Transactions of the Royal Society*, 363, 3837–3844.
- Lerner, J. S., Small, D. A., & Loewenstein, G. (2004). Heart strings and purse strings: Carryover effects of emotions on economic decisions. *Psychological Science*, 15(5), 337–341.
- Lens, I., Pandelaere, M., & Warlop, L. (2009). The role of materialism in the endowment effect. *Working Papers of Faculty of Economics and Business Administration*, Ghent University, Belgium with number 09/578. Retrieved September 11, 2009, from http://www.feb.ugent.be/nl/Ondz/wp/Papers/wp_09_578.pdf.
- Liberman, N., Idson, L. C., Camacho, C. J., & Higgins, E. T. (1999). Promotion and prevention choices between stability and change. *Journal of Personality and Social Psychology*, 77, 1135–1145.
- Lin, C. H., Chuang, S. C., Kao, D. T., & Kung, C. Y. (2006). The role of emotions in the endowment effect. *Journal of Economic Psychology*, 27, 589–597.
- List, J. A. (2003). Does market experience eliminate market anomalies? *Quarterly Journal of Economics*, 118(1), 41–71.
- List, J. A. (2004). Neoclassical theory versus prospect theory: Evidence from the marketplace. *Econometrica*, 72(2), 615–625.
- MacDonald, H. F., & Bowker, J. M. (1994). The endowment effect and WTA: A quasi-experimental test. *Journal of Agricultural and Applied Economics*, 26 (2), 545–551.
- Mandel, D. R. (2002). Beyond mere ownership: Transaction demand as a moderator of the endowment effect. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 88, 737–747.
- Morewedge, C. K., Shu, L. L., Gilbert, D. T., & Wilson, T. D. (2009). Bad riddance or good rubbish? Ownership and not

- loss aversion causes the endowment effect. *Journal of Experimental Social Psychology*, 45, 947–951.
- Nayakankuppam, D., & Mishra, H. (2005). The endowment effect: Rose-tinted and dark-tinted glasses. *Journal of Consumer Research*, 32, 390–395.
- Novemsky, N., & Kahneman, D. (2005a). The boundaries of loss aversion. *Journal of Marketing Research*, 42, 119–128.
- Novemsky, N., & Kahneman, D. (2005b). How do Intentions affect loss aversion? *Journal of Marketing Research*, 42, 139–140.
- Peters, E., Slovic, P., & Gregory, R. (2003). The role of affect in the WTA/WTP disparity. *Journal of Behavioral Decision Making*, 16, 309–330.
- Plott, C. R., & Zeiler, K. (2005). The willingness to pay-willingness to accept gap, the endowment effect, subjective misconceptions, and experimental procedures for eliciting valuations. *The American Economic Review*, 93, 530–545.
- Plott, C. R., & Zeiler, K. (2007). Exchange asymmetries incorrectly interpreted as evidence of endowment effect theory and prospect theory? *The American Economic Review*, 97, 1449–1466.
- Raban, D. R., & Rafaeli, S. (2006). The effect of source nature and status on the subjective value of information. *Journal of the American Society for Information and Technology*, 57(3), 321–329.
- Samuelson, W. F., & Zeckhauser, J. Z. (1988). Status quo bias in decision making. *Journal of Risk and Uncertainty*, 1, 7–59.
- Sayman, S., & Öncüler, A. (2005). Effects of study design characteristics on the WTA-WTP disparity: A meta analytical framework. *Journal of Economic Psychology*, 26(2), 289–312.
- Shogren, J. E., Shin, S. Y., Hayes, D. J., & Kliebenstein, J. B. (1994). Resolving differences in willingness to pay and willingness to accept? *The American Economic Review*, 84, 225–270.
- Strahilevitz, M., & Loewenstein, G. (1998). The effect of ownership history on the valuation of objects. *Journal of Consumer Research*, 25, 276–289.
- Thaler, R. H. (1980). Toward a positive theory of consumer choice. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 1, 39–60.
- Van Boven, L., Dunning, D., & Loewenstein, G. (2000). Egocentric empathy gaps between owners and buyers: Misperceptions of the endowment effect. *Journal of Personality and Social Psychology*, 79, 66–76.
- van Dijk, E., & van Knippenberg, D. (1996). Buying and selling exchange goods: Loss aversion and the endowment effect. *Journal of Economic Psychology*, 17, 517–524.
- van Dijk, E., & van Knippenberg, D. (1998). Trading wine: On the endowment effect, loss aversion, and the comparability of consumer goods. *Journal of Economic Psychology*, 19, 485–495.
- Zhang, Y., & Fishbach, A. (2005). The role of anticipated emotions in the endowment effect. *Journal of Consumer Psychology*, 15(4), 316–324.

The Psychological Mechanism and Influential Factors of Endowment Effect

LIU Teng-FEI¹; XU Fu-Ming^{1,2}; ZHANG Jun-Wei¹; JIANG Duo¹; CHEN Xue-Ling¹

(¹School of Psychology, Central China Normal University, and Hubei Human Development and Mental Health Key Laboratory, Wuhan 430079, China)

(²Institute of Psychology, Chinese Academy of Sciences, Beijing 100101, China)

Abstract: Endowment effect refers to a phenomenon that people sometimes demand much more to give up an object of their own than they are, or would ever be, willing to pay to acquire the very same object. This phenomenon is universal in behavioral economics. This paper introduced the concepts and research paradigms of endowment effects, including the classical paradigm and barter trade paradigm, and elaborated two psychological mechanism of endowment effect, namely, loss aversion and query theory. Then the paper came to some influential factors of endowment effect, including motivation, emotions, object's character, and study design characteristics. Finally, the issues deserved further research were also outlined, such as the origin and applied conditions of endowment effect.

Key words: endowment effect; loss aversion; query theory