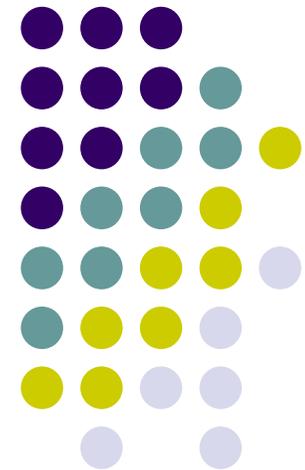


社會化

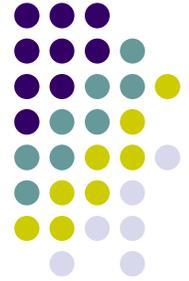
行為財務學數位教材



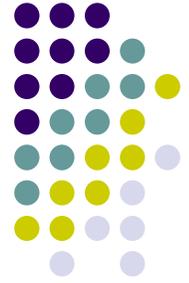
主旨

- 了解人的社會化過程
- 學習社會化過程, 如何影響人的決策



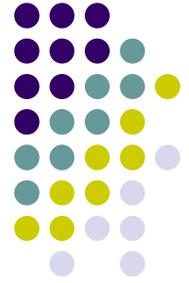


- 若不能計算出XXX.com的價值, 如何做出投資決策呢?
- 不用數量準則來決策的投資人, 往往憑感覺.
- 感覺來自投資的社會化
- 許多人意見變成共識的事實.



社會壓力

- 當你與眾人的看法不一樣的時候, 會使你對於自己的判斷產生懷疑.
- 當你與大家看法一樣的時候. 會對自己的判斷產生過度自信.



一窩蜂

- 社會共識 **social consensus**
- 一窩蜂
- 問題:
- 進一步誇大心理偏誤, 使決策建立在對群眾的感覺上, 而不是建立在正式分析的嚴謹上.



市場狂熱

- eToys, 線上玩具零售商
- 1999上市
- 公司總市值80億美元, 但eToys的盈餘為-2860萬美元, 營收只有3000萬美元
- 玩具反斗城: 零售業者領導廠商
- 公司總市值60億美元, 但獲利3億7600萬美元

- 後來, 玩具反斗城也發展了自己的線上零售系統
- eToys的市值從80億降到了2900萬美元

市場狂熱:com股



- 1998-1999
- 147家上市公司名字改成.com, 或.net, 或加上 *internet*
- 改名後3週, 公司的股票超越大盤的幅度平均有 38%
- 沒有或只有有限的網路經驗, 只因爲改名, 有了股票漲幅

市場狂熱, 引起價格泡沫price bubble



- 2000年, 達康股價格泡沫破了~
 - Nasdaq綜合股價指數由2000年3月, 下跌到2000年12月, 有-54%
 - 同期間, 道瓊工具指數+4%
 - 要多久才會漲回來呢?
-
- 類比:1987年股市崩盤,在2天內大盤-26%,市場花了15個月慢慢回覆

造成市場狂熱有**3**個因素

- 短視short-term focus
- 信心faith
- 社會認同social validation





- 參考資料來源:
- 投資心理學, 2004, John R. Nofsinger著, 郭敏華 譯, 台灣培生教育出版。