

你的钱流向哪，你的人生就走向哪

90 后出生在一个相当幸运，却也相当矛盾的年代，作为降生于互联网时代，得以享受这个时代的诸多红利的受益者，我们也在感受渠道爆炸带来的诸多诱惑与纠结。

就比如，伴随着电商的高速发展，我们得以拥有许多五花八门的消费方式。

有人换季就用花呗入手 Dior 最新款的口红，有人看见运费要 5 块钱就不肯掏，有人一件风衣连穿三年，有人每年春节都要屯一身貂。

反观我这个伪极简主义，买的护肤品半年都没用完，衣服有基础款够穿，沉迷写作很久没出门浪，游戏只玩单机不氪金，2020 以来唯一的消费是买了十包 9.9 的辣条，因为突然想重温一下童年的味道。

不要问，问就是简朴。

对于不同人的消费观，我们真的很难定义孰好孰坏，只不过同时作为旁观者和涉入者，我们有意识或无意识的也在心甘情愿地与消费主义共舞。

「割韭菜」这个词 2019 年相当流行，但怎么才算被割，怎么才能预防被割，根据每个人消费观的不同，是找不到一个准确定义和答案的。

今天说说关于消费观的事情，同时也想让大家明白「你的钱流向哪儿，你的人生就走向哪儿」这个道理。

01

每年双十一我的兴趣都不在购物，而在看那些消费套路分析，什么「价格歧视」「比例偏见」「损失厌恶」，感受什么叫为了割韭菜最大化开发了人类的智慧。

这里面有个对于消费观的相当王道的概念，叫做「心理账户」(Mental accounting)。

心理账户：行为经济学中的一个重要概念。由于消费者心理账户的存在，个体在做决策时往往会违背一些简单的经济运算法则，从而做出许多非理性的消费行为。

\$ 心理账户 ¥

加载中...

简单来说，也就是说每个人的消费观之所以不一样，是因为大家心里都有一把秤，这杆秤可以帮你衡量事物的价值做出决策，当你决定是否要购买某样东西时，都是看你内心给它的定价高不高。

比如，同样的 200 块钱，如果是去吃一顿海鲜自助就很便宜，但如果只是买一包辣条就显得贵。

再或者，有的人愿意花 200 块钱去看一次画展或者听一场音乐会，但也有人觉得不值，还不如用这 200 块钱去蹦个迪唱个 KTV。

是的，我们会把钱分门别类地放在不同的心理账户里，有生活开支账户，有旅游出行账户，有恋爱约会账户，有娱乐休闲账户.....

每个人在心里各个账户里存的钱都不一样，由此才衍生出了每个人不同的消费观。



举个例子，在 iPhone 11 的发布会库克介绍全新功能时，无论有没有购买欲望，许多人就已经开始对手机进行一个心理估价了。

根据往期 iPhone 的价格来看，用户对此的心理账户基本都在 7k+。

当我们已经接受了之前 iPhone 高价格的标签时，结果 iPhone 11 却以 5499 元起售，于是很多人内心的心理账户底线就被打破了。

在拼多多上，iPhone11 系列直接送到百亿补贴专区减 500 到 900 元不等。甚至 iPhone 11 最低 4999 元即可到手。而且还可以 24 期免息分期，一期只要 229 起，很多人还会想「这不就等于白送？」，于是果断真香。

这也是为什么去年 iPhone 11 的销量大增的原因。

利用心理账户，许多品牌也都开始花式给消费者洗脑，比如许多直男就会面对女朋友的这种神逻辑：

「你愿意花几千块钱买游戏，但连 Dior 的口红都不愿意给我买？原来在你心里我连 300 块都不值！」

潜台词：「原来在你的心理账户里游戏比我还重要，呵分手。」

好，现在你知道消费观是由心理账户决定的了，那这又会对我们人生产生什么影响呢？

02

我们再来复习一下今天的核心主旨：你的钱流向哪儿，你的人生就走向哪儿。

可以想象一下，高中时大家的日常都差不多，吃一样，学一起，都穿一样丑的校服，也不多给生活费，彼此也都看不出多大的差距。

到了自在点的大学，能从穿着和娱乐方式上看出来一点谁是富二代了，但大家仍然学一起住一起，起跑线差不多，感觉还是能愉快的做朋友的。

而当毕业工作，有了自己可支配收入后，消费观带来的差异就显现出来了。

在一家公司工作的两个有同样收入的人，如果扣除基本生活费，一个人平时会把钱花在购买大牌包包鞋子上，周末看电影和蹦迪上，而另一个平时会把钱花在购买书、看展览、知识付费、深度旅行上。

如果一年下来他俩看着都一样穷，没什么储蓄，但提问：五年、十年之后，你觉得他们分别会有着什么样的储蓄，过着什么样的人生呢？

其实，金钱的流动是有方向的。有的循环流动生生不息，有的则黄河之水搬砖来奔流到海不复回。

购买知识的那个人会感受到金钱经过时间的复利后，循环再回来反哺给他的智识、技能、眼界。对自己花出去的每一分钱，



他心里都有数。

而蹦迪的那位每年年末都会一头雾水：「奇怪，我钱呢？」

这就是个相当有趣的现象，虽然钱呢同样都是储存总的心理账户中，但某些心理账户的消费记忆会随着消费时间的流逝，逐渐淡薄，而有的心理账户中的消费记忆却会历久弥新，甚至主动给记忆又添砖加瓦，衍生出新的意义。

比如「体验向」心理账户的消费记忆就会比「消耗性」心理账户的消费记忆更持久，且更能让人感受到意义感。

体验向心理账户一般是：深度旅行、做手工、看书、写作、健身锻炼等。

而消耗型心理账户一般是：买衣服鞋子口红包包、打车出行、游戏氪金、点外卖等等

温馨提示，购物七折立省 30%，直接不买立省 100% 哦~

很多人都以为，买基金、房地产、存余额宝等行为才算是投资，但实际上，消费才是最大的投资。

按照守恒定律，在哪里耕耘，就在哪里收获，同理在哪里消费，就在哪里收益。

把钱投在娱乐上，你会即刻收获到爽完就忘的即时快乐，而把钱投在自我提升上，你则会持续收获一种无形的，有复利效果的深度体验。

越是抽象无法量化的投入，收获就越神秘且不可估量，种豆得瓜、得蕉、得稻的感觉相当迷人。因为正是这种无法预测投资结果的，来自最原始的求知欲的诱惑，才会引得好奇心旺盛的人类高速演化，发明创新至今。

03

历史上有过许多「当时完全不知道有什么毛用，但后来突然就派上了相当牛逼的用场」的研究成果。

记得欧几里得吗？我们从小学数学背的「直线可以无限延长」「凡是直角都相等」的几何公理就是他提出的，这就是「欧氏几何」，它研究的是平面的图形，比如 $\bigcirc$ 、 $\triangle$ 、 $\square$ 。

但 1826 年，罗巴切夫斯基和黎曼提出了曲面上的几何理论，因为和欧几里得大哥的欧氏几何是相反的，所以叫做「非欧几何」，像是在抬杠。

比如，在欧式几何里，三角形的三个内角加起来 = 180° ，这也是我们从小学到的。

但在曲面的非欧几何里，三角形的三个内角加起来不仅可以 $< 180^\circ$ ，还可以 $> 180^\circ$



加载中...

当时的数学家都不理解，研究弯曲空间的几何有什么用？这只适用于抽象层面啊，咱们就好好研究现实的平面三角形它不香吗？

但近百年后，1905年，爱因斯坦借用非欧几何的曲面理论，提出了能解释宇宙的广义相对论。（因为天体是曲面的）

包括大哲学家苏格拉底，他也出生在了个好时候。

当时是西方文明发展的重要时期，希腊皇室天天好吃好喝的供着他，每天苏格拉底只需要干一件事，就是裹着个大毯子和其他哲学家聊聊人生，聊聊世界的本质。

由此不知不觉他提出了「心灵的转向」「灵魂不灭说」「苏格拉底反诘法」等影响后世的伟大哲学主张和辩证法。

可能他们也曾经浪费了许多个下午，白喝了不少葡萄酒。

他们或许也并不知道自己在讨论的东西在未来有什么用处，会对世界产生什么影响，只是单纯的愿意把时间与金钱投资在对知识的探索上，仅此而已。

有些投资是绝对只会得到正向收益的，就比如知识。

有些最贵的东西往往也是最便宜，最容易投资的，就比如书。

李笑来说：「一个精英人士花时间认真写出来的书，传递着知识的结晶，却以几乎接近纸张本身的价格卖，贵吗？怎么可能！」

这并非是在鼓吹知识付费，只是，把钱花在像看书或学一门特长爱好上，怎么都比买一些不符合自己目前消费水平的奢侈品好很多。

不过，这也得看你的心理账户如何定义。

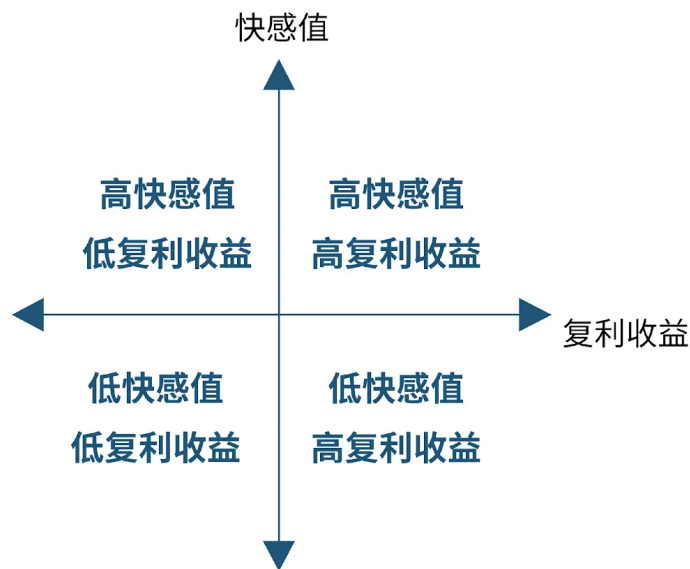
其实奢侈品这个词本身就是一个伪概念，因为对于真正的富人来说，「奢侈品」只不过是他们的日用品，只有被消费主义所洗脑的伪中产阶级才会通过购买「奢侈品」来刻意彰显自己的生活水平。

将超过 60% 的收入集中消耗在一个非刚需品华而不实的领域，在刚需的吃穿住行上能省则省，这种极化的，不平衡的心理账户会严重影响我们真实的生活水准，此时的恩格尔系数小可不代表你很富裕，只能代表你是一根茁壮的韭菜。

至少从我的角度而言，我希望你能够把知识/学习的心理账户，再给得多一点，在意一点。

心理账户，说白了只是一种认知幻觉，但决定用什么样的幻觉去换取怎样的生活和未来，是你自己的权利。

艾菲曾提出过一个消费观的「二维四象限模型」，对我很有启发：



加载中...

纵轴代表着「快感值」：是指在通过当下的消费较短时间内给你带来「快感」，包括身体感受到的快感、精神体会到的「快感」以及物质得到满足后的「快感」。

横轴代表着「复利收益」：是指某种消费能够产生复利效应，进而对你的整个人生产生长期正向影响的收益。

不过这里也需要强调一下，一项消费到底是「高快感值」还是「低快感值」还是根据心理账户而言的，比如对追星女孩来说，去听一场人声鼎沸的爱豆的演唱会就是高快感值的，但对于清心寡欲老学究来说，这就是一种失去理智人群的大型扰民活动，快感值直接为负。

而一项消费究竟是「高复利收益」还是「低复利收益」，就和我们想要实现的人生愿景有关了，比如有的人是创业型人格，对他来说结交行业大咖交换一手人脉资源就是高复利收益的事情，而对于隐居型人格，能自己静静的坐在图书馆读读被遗忘的历史就是高复利收益的事情。

所以，我们在构建自己消费观的时候，也该先思考自己的人生愿景和快感渠道，并且尽量去调整快感渠道以适配人生愿景。

划重点：为什么快感渠道需要调整呢？因为在全民娱乐的时代，许多快感都是被人为设计好塞给我们的一次性廉价快感，所以我们需要尽量摆脱掉这种塑料快感，多去寻找自我实现类的快感，当然这又称：「正反馈」。

所谓成长精进，无非就是多去做「高复利收益」的事，少做「低复利收益」的事，并不断提高自己做「高复利收益」的事时的快感值，又把它变成「高复利收益高快感值」的事情。

相对的，什么最值得你做，什么就最值得你消费。

04

拿我自己来说，虽然在物质生活方面比较佛系简朴，无欲无求，但在精神生活方面却相当不将就，比如我在知识付费上、深度旅行上、高质量社交上花钱都比较狠，综合下来，我也并没有从物质生活上的节俭那省下来多少。

只是，我很明白我金钱的流向最终都是指向我的人生的。

真的很希望你记住这句话：你的钱流向哪儿，你的人生就指向哪儿。

曾经我的性格还比较浮躁的时候，经常和对我观点抬杠的人争吵，但后来我的专业老师跟我说了这句话：

「其实你没必要跟一个认知维度不同的人争论，而且喜欢主动来和你争论的大部分是眼界和认知都没有你高的人，对此很简单的一个判断标准就是看他的财富自由程度。」

当时让我豁然开朗，所以现在我也把这句话送给你：

「判断一个人的认知是不是足够高和全面，看他的财富自由程度就够了。」

05

没有那么多理想主义，单单看一个人是怎么花钱的，其实就能大致判断这个人会过怎样的人生了。

看不见的收益才是最好的，看不见的成本才是最贵的。

当你把金钱，或者时间花在了那些无法带来复利的消费上，你付出的成本就是自我的成长和美好的未来。

希望所有你曾经花出去的钱，在未来都能变成扎实的养分，加倍的返还给你自身。

我和你共勉。

本文由 Circle 阅读模式渲染生成，版权归原文所有