

经济学

前沿理论



范小仲 张跃平 主编

经济学

前沿理论

张其成 主编

中国人民大学出版社

经济学前沿理论

主 编 范小仲 张跃平
副主编 林 琳 徐小鹰 胡卫东

华中师范大学出版社

新出图证(鄂)字 10 号

图书在版编目(CIP)数据

经济学前沿理论/范小仲,张跃平主编. —武汉:
华中师范大学出版社,2014.4
ISBN 978-7-5622-6548-1

I. ①经… II. ①范… ②张… III. ①经济学—理论
研究 IV. ①F0

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 040763 号

经济学前沿理论

©范小仲 张跃平 主编

责任编辑:王 炜

封面设计:罗明波

责任校对:刘 峥

编辑室:第二编辑室

电话:027—67867362

出版发行:华中师范大学出版社

社址:湖北省武汉市珞喻路 152 号

电话:027—67863426/3280(发行部) 027—67861321(邮购)

传真:027—67863291

网址:<http://www.ccnpublish.com>

电子信箱:hscbs@public.wh.hb.cn

印刷:武汉市籍缘印刷厂

督印:章光琼

字数:232 千字

开本:710mm×1000mm 1/16

印张:13.75

版次:2014 年 4 月第 1 版

印次:2014 年 4 月第 1 次印刷

定价:28.00 元

欢迎上网查询、购书

敬告读者:欢迎举报盗版,请打举报电话:027—67861321

前 言

本书是为省级精品课程“西方经济学”、省级经济学专业综合改革试点项目建设而编写的配套教材。

“西方经济学”是经济学类本科专业一门核心课程和主要专业基础课,该门课程教学质量的高低对其他经济学后续课程的教学效果,以至经济学类专业本科教学的质量和经济学类专业硕士研究生的培养质量都有重要影响。为了不断提高该课程的教学质量,选用和编写适合专业培养方向、学生不同层次需求的教材尤为关键。目前,该课程的相关教材种类繁多,但以介绍成熟的经济学理论和方法为多,综合介绍经济学前沿理论和方法的较少;以阐释理论本身内容的较多,梳理理论渊源和前沿进展的较少;以西方发达国家为研究蓝本的较多,结合中国实际的相对缺乏。为弥补这些不足,我们编写了《经济学前沿理论》,该书结合中国目前面临的重大现实经济问题,梳理阐述了相关经济学理论的最新动态,重点分析其理论观点、研究方法和未来研究方向并进行评价,以开阔经济学类本科高年级学生和研究生理论视野,使他们能了解西方经济学重大思潮的发展和前沿变化,初步掌握经济学前沿研究方法,并引导他们运用理论和方法研究我国面临的现实经济问题,这些本身即为精品课程建设和专业综合改革的目标之所在。

本书编写组由中南民族大学经济学院张跃平教授、范小仲博士等组成。全书共分为八章,第一章由张跃平教授编写,第二章由徐小鹰博士编写,第三、四、五、六章由范小仲博士编写,第七章为胡卫东博士编写,第八章由林琳博士编写。全书最后由范小仲博士进行统稿。

本书注重前沿性和问题导向性。在编写过程中,阅读和参考了国内外大量学者的相关书籍和著作,在此谨向他们表示真诚的谢意。由于水平和力量有限,其中缺憾、错误和不当之处在所难免,敬请读者及学界同仁不吝批评指正。

编写组

2013年12月于中南民族大学

• 1 •

第一章 现代委托—代理激励理论新进展

标准的委托—代理激励理论分析框架是由 Spence & Zeckhauser (1971)^①、Ross(1973)^②、Stiglitz(1974^③、1975^④)、Holmstrom(1979)^⑤等人完成的。其基本分析框架是基于“经济人”假定,委托人和代理人有各自的利益。在不完全信息条件下,两者之间的信息不对称导致代理人的努力水平对委托人来说具有不可观测性或不可证实性。因此,在风险中性假设下,委托人通过与代理人分享剩余收益以激励其努力工作。最近十几年,委托—代理激励问题沿着如下几个方面进行:一是研究采取何种方法减少或消除信息不对称对激励的负面影响;二是根据现实展开对共同代理、多任务代理等问题的研究;三是对委托人与代理人“经济人”假设与社会现实的不一致进行分析;四是注重委托—代理激励理论在实际中的应用。

第一节 信息不对称研究进展

产生委托—代理激励问题的核心是信息不对称,学者们经过大量研究,试图通过以下三条途径解决此问题:

① Spence & Zeckhauser. Insurance, Information, and Individual Action [J]. The American Economic Review, 1971, 61(2), pp. 380-387.

② Ross S. The Economic Theory of Agency: the Principal's Problem [J]. American Economic Review, 1973, 63(2), pp. 134-149.

③ Stiglitz J. Incentives and Risk Sharing in Sharecropping [J]. Review of Economic Studies, 1974, 41(2), pp. 219-255.

④ Stiglitz J. Incentives, Risk, and Information: Notes towards a Theory of Hierarchy [J]. The Bell Journal of Economics, 1975, 6(2), pp. 552-579.

⑤ Holmstrom B. Moral Hazard and Observability [J]. The Bell Journal of Economics, 1979, 10(1), pp. 74-91.

一、锦标制

在竞争环境下代理人可以进行业绩比较时,锦标制能在一定程度上确定代理人的努力信息。当代理人处于竞争的环境下,Lazear & Rosen(1981)证明,此时代理人有业绩相关性,相对排名的锦标制是有价值的,可以使委托人比较准确地判断代理人的努力程度。Holmstrom(1982)^①进一步分析了多代理人激励困难的原因所在。由于代理人之间存在“搭便车”的情况,在委托人只能观测到联合产出时,多代理人联合生产是无效率的,需要引入锦标制来评价代理人相对绩效评估问题。Green & Stokey(1983)^②讨论了相对绩效的评估作用,认为该方法的价值在于提供了消除代理人普遍存在的努力行为不确定性信息,实质是进行代理人之间的竞赛以刺激其努力程度。但是 Meyer & Vickers(1994)用两阶段动态模型证明:由于代理人害怕“鞭打快牛”而产生了“棘轮效应”,弱化了激励机制。Tsoulouhas(1999)^③深入研究了多代理人情况下锦标制的相对绩效评估作用。其研究结论表明:当代理人数量较大且存在不对称信息时,使用该方法在一定程度上能有效节约委托人监督成本并激励企业产出。Kale, Reis & Venkateswaran(2009)考察锦标制激励公司 CEO 行为的作用,结果发现当 CEO 是新人,特别是新 CEO 不是由内部产生时,锦标制的作用会弱一些。因此,锦标制在显示代理人努力信息和制定激励依据方面有一定的作用,但也面临代理人业绩是否具有可比性、代理人串谋和棘轮效应的限制。

二、强化监督机制

该方法是委托人自己加强监督或者是聘请监督者加强对代理人监督。最早提出该理论的是 Alchian & Demsetz(1972),他们的基本观点是不对称信息条件下团队工作将诱发个人的偷懒行为。为了解决此类“搭便车”行为,应该引入一个监督者对代理人工作进行监督,该监督者享受剩余收益。Tirole

① Holmstrom B. Moral Hazard in Teams[J]. The Bell Journal of Economics, 1982, 13(2), pp. 324-340.

② Green & Stokey. A Comparison of Tournaments and Contracts[J]. Journal of Political Economy, 1983, 91(3), pp. 349-364.

③ Tsoulouhas T. Do Tournaments Solve the Two-Sided Moral Hazard Problem? [J]. Journal of Economic Behavior & Organization, 1999, 40(3), pp. 275-294.

目 录

第一章 现代委托—代理激励理论新进展

第一节 信息不对称研究进展·····	(1)
一、锦标制·····	(2)
二、强化监督机制·····	(2)
三、信息显示·····	(4)
第二节 多任务代理和多委托人的激励问题·····	(7)
一、多任务代理激励问题·····	(7)
二、多委托人激励问题·····	(8)
第三节 委托人与代理人的“经济人”假设向“社会人”假设的拓展·····	(10)
一、引入社会心理因素的委托—代理激励理论实证检验·····	(11)
二、“社会人”假设的理论分析·····	(12)
第四节 委托—代理激励理论的最新应用·····	(13)

第二章 新经济周期理论

第一节 经济周期的基本特征·····	(17)
第二节 经济周期理论的简要回顾·····	(19)
一、古典经济学的经济周期理论·····	(19)
二、凯恩斯主义的经济周期理论·····	(20)
三、货币主义的经济周期理论·····	(21)
四、理性预期学派的经济周期理论——货币经济周期理论·····	(22)
五、新凯恩斯主义经济周期理论·····	(25)
第三节 真实经济周期理论·····	(27)
一、基本理论·····	(27)
二、模型的基本特征·····	(30)
三、真实经济周期理论对宏观经济波动的分析·····	(31)
四、真实经济周期模型的基本结论·····	(33)

五、真实经济周期理论与其他经济周期理论的比较·····	(34)
六、对真实经济周期理论的评价·····	(37)

第三章 宏观经济学分析范式的最新进展:动态随机一般均衡分析方法

第一节 动态随机一般均衡分析方法的形成·····	(41)
一、DSGE 形成的原因·····	(41)
二、DSGE 的理论渊源·····	(44)
三、从 RBC 到 DSGE·····	(45)
第二节 动态随机一般均衡分析的基本思路、基本结构与求解方法·····	(47)
一、基本的分析思路·····	(47)
二、DSGE 模型的基本结构·····	(48)
三、DSGE 模型的求解·····	(49)
第三节 动态随机一般均衡分析方法的缺陷及其改进·····	(51)
一、DSGE 与金融危机·····	(51)
二、DSGE 的改进·····	(53)
第四节 国内 DSGE 研究现状与未来研究方向·····	(54)

第四章 新结构经济学

第一节 对发展经济学思潮和经验的简要回顾·····	(58)
第二节 新结构经济学的理论背景及特点·····	(65)
第三节 新结构经济学的理论框架·····	(68)
一、基本原理和概念框架·····	(68)
二、退出扭曲的战略·····	(74)
第四节 新结构经济学的三大理论进展与贡献·····	(77)
第五节 新结构经济学“新”在何处·····	(80)
一、与以往方法的异同·····	(81)
二、新结构经济学:一些政策洞见·····	(82)
第六节 新结构经济学的成功之处和几个值得探讨的问题·····	(90)

第五章 新经济地理学

第一节 新经济地理学的理论基础·····	(95)
第二节 新经济地理学新在何处·····	(97)
一、对研究主体和市场结构的强调·····	(97)

二、对过于依赖经验和描述的摒弃·····	(97)
三、报酬递增的层次与研究尺度的变化·····	(98)
第三节 新经济地理学的主要理论 ·····	(98)
一、核心—边缘理论·····	(99)
二、城市与区域演化理论(城市层级体系的自组织演化) ·····	(100)
三、产业集聚与贸易理论 ·····	(101)
第四节 新经济地理学的主要模型及其含义·····	(101)
一、迪克西特—斯蒂格利茨模型(D-S 模型) ·····	(101)
二、两区域模型:“核心—周边”模型·····	(103)
三、国际专业化模型 ·····	(104)
四、全球化和产业扩散模型 ·····	(105)
五、区域专业化模型 ·····	(106)
第五节 新经济地理学与传统经济地理学的不同理论假设及其后果 ·····	(107)
一、竞争、规模报酬与运输成本效应·····	(107)
二、内生与外生 ·····	(108)
三、外部性、技术外部性与市场外部性的运用·····	(109)
四、循环累积因果关系驱动因素的不同解释 ·····	(110)
五、内生不对称性与运输成本的敏感性 ·····	(110)
六、历史、预期和路径依赖·····	(111)
第六节 新经济地理学与传统经济地理学的相互评介与总结·····	(112)

第六章 人口红利理论研究新进展

第一节 人口红利与劳动力供给和人力资本积累·····	(118)
一、年龄结构变动与劳动力供给、市场参与·····	(118)
二、年龄结构变动与人力资本积累 ·····	(119)
第二节 人口红利与储蓄、投资 ·····	(120)
一、年龄结构变动的储蓄效应 ·····	(121)
二、年龄结构变动的投资效应 ·····	(125)
第三节 人口红利与发展政策·····	(127)
第四节 拓展研究与理论述评·····	(128)
一、拓展的人口红利理论 ·····	(128)
二、对西方人口红利问题研究的评述 ·····	(129)

第五节 中国人口红利的研究进展	(130)
一、刘易斯转折点是否到来	(130)
二、人口红利是否消失	(131)
三、后人口红利时代的增长源泉	(131)

第七章 现代金融发展理论

第一节 现代金融发展理论的兴起	(135)
一、金融结构理论阶段	(136)
二、金融抑制与深化理论阶段	(137)
三、现代金融发展理论阶段	(138)
第二节 金融发展视角下的经济增长、贫困与收入分配	(142)
一、金融发展指标体系	(142)
二、金融发展与经济增长的实证研究	(144)
三、金融发展与贫困问题、收入分配的研究	(147)
第三节 内生金融发展理论与中国农村内生金融发展	(151)
一、金融发展内生演进的相关理论	(151)
二、中国农村内生金融发展	(152)

第八章 增长源泉、结构调整和经济发展

第一节 经济增长的源泉	(160)
一、经济增长理论的演进	(161)
二、经济增长的经验型研究进展	(181)
三、对经济增长理论发展的简单评述	(184)
第二节 结构主义经济学的进展	(185)
一、结构主义经济学的界定及其方法论	(185)
二、结构主义经济学的内容	(187)
三、新结构经济学	(195)
四、关于结构主义经济学的简单评述	(197)
第三节 经济发展理论的发展	(198)
一、经济发展定义的演化	(198)
二、经济发展理论思想的发展	(200)
三、关于经济发展理论的简单评述	(206)
参考文献	(209)

第一章 现代委托—代理激励理论新进展

标准的委托—代理激励理论分析框架是由 Spence & Zeckhauser (1971)^①、Ross(1973)^②、Stiglitz(1974^③、1975^④)、Holmstrom(1979)^⑤等人完成的。其基本分析框架是基于“经济人”假定,委托人和代理人有各自的利益。在不完全信息条件下,两者之间的信息不对称导致代理人的努力水平对委托人来说具有不可观测性或不可证实性。因此,在风险中性假设下,委托人通过与代理人分享剩余收益以激励其努力工作。最近十几年,委托—代理激励问题沿着如下几个方面进行:一是研究采取何种方法减少或消除信息不对称对激励的负面影响;二是根据现实展开对共同代理、多任务代理等问题的研究;三是对委托人与代理人“经济人”假设与社会现实的不一致进行分析;四是注重委托—代理激励理论在实际中的应用。

第一节 信息不对称研究进展

产生委托—代理激励问题的核心是信息不对称,学者们经过大量研究,试图通过以下三条途径解决此问题:

① Spence & Zeckhauser. Insurance, Information, and Individual Action[J]. The American Economic Review, 1971, 61(2), pp. 380-387.

② Ross S. The Economic Theory of Agency: the Principal's Problem[J]. American Economic Review, 1973, 63(2), pp. 134-149.

③ Stiglitz J. Incentives and Risk Sharing in Sharecropping[J]. Review of Economic Studies, 1974, 41(2), pp. 219-255.

④ Stiglitz J. Incentives, Risk, and Information: Notes towards a Theory of Hierarchy [J]. The Bell Journal of Economics, 1975, 6(2), pp. 552-579.

⑤ Holmstrom B. Moral Hazard and Observability [J]. The Bell Journal of Economics, 1979, 10(1), pp. 74-91.

一、锦标制

在竞争环境下代理人可以进行业绩比较时,锦标制能在一定程度上确定代理人的努力信息。当代理人处于竞争的环境下,Lazear & Rosen(1981)证明,此时代理人有业绩相关性,相对排名的锦标制是有价值的,可以使委托人比较准确地判断代理人的努力程度。Holmstrom(1982)^①进一步分析了多代理人激励困难的原因所在。由于代理人之间存在“搭便车”的情况,在委托人只能观测到联合产出时,多代理人联合生产是无效率的,需要引入锦标制来评价代理人相对绩效评估问题。Green & Stokey(1983)^②讨论了相对绩效的评估作用,认为该方法的价值在于提供了消除代理人普遍存在的努力行为不确定性信息,实质是进行代理人之间的竞赛以刺激其努力程度。但是 Meyer & Vickers(1994)用两阶段动态模型证明:由于代理人害怕“鞭打快牛”而产生了“棘轮效应”,弱化了激励机制。Tsoulouhas(1999)^③深入研究了多代理人情况下锦标制的相对绩效评估作用。其研究结论表明:当代理人数量较大且存在不对称信息时,使用该方法在一定程度上能有效节约委托人监督成本并激励企业产出。Kale, Reis & Venkateswaran(2009)考察锦标制激励公司 CEO 行为的作用,结果发现当 CEO 是新人,特别是新 CEO 不是由内部产生时,锦标制的作用会弱一些。因此,锦标制在显示代理人努力信息和制定激励依据方面有一定的作用,但也面临代理人业绩是否具有可比性、代理人串谋和棘轮效应的限制。

二、强化监督机制

该方法是委托人自己加强监督或者是聘请监督者加强对代理人监督。最早提出该理论的是 Alchian & Demsetz(1972),他们的基本观点是不对称信息条件下团队工作将诱发个人的偷懒行为。为了解决此类“搭便车”行为,应该引入一个监督者对代理人工作进行监督,该监督者享受剩余收益。Tirole

① Holmstrom B. Moral Hazard in Teams[J]. The Bell Journal of Economics, 1982, 13(2), pp. 324-340.

② Green & Stokey. A Comparison of Tournaments and Contracts[J]. Journal of Political Economy, 1983, 91(3), pp. 349-364.

③ Tsoulouhas T. Do Tournaments Solve the Two-Sided Moral Hazard Problem? [J]. Journal of Economic Behavior & Organization, 1999, 40(3), pp. 275-294.

(1986)建立了委托人、监督者、代理人三方激励模型,研究表明,相关激励相容条件会导致监督者与代理人之间串谋。当代理人之间可以串谋时,Laffont(1990)^①发现代理人相互协作形成的联盟就可能对激励合同产生负面影响。对此,Itoh(1993)^②研究表明,当代理人形成联盟时,委托人就不能将对代理人的奖罚完全取决于监督者,因为监督者极易与代理人相互勾结使企业效率降低。Kofman & Lawarree(1993)^③指出打破监督者和代理人的联盟所造成的效率损失问题是系统地利用外部监督和审计服务。Laffont(1997)研究了一个委托人和两个代理人的模型,当两个代理人互相执行监督职能,如果他们之间进行信息沟通会损害委托人的利益。因此,委托人应放弃代理人监督,而由第三方,例如外部审计等机构来承担监督职能。VaFai(2005)对监督者与代理人的串谋现象进行分析,在存在道德风险框架下委托人依靠代理人来获取监督者相关信息,所给予监督者的自由处置权必然会导致监督者对代理人滥用权力或迫使代理人与其串谋。

在不完全信息条件下,如果委托人自己对代理人进行监管,则监管的有效性取决于代理人私人信息结构和取得该信息的成本,越想要准确地对代理人监管,获得代理人的信息的成本就越高。Park(1995)^④和 Kim(1997)^⑤指出在委托人与代理人风险中性条件下,分享机制的责任约束并不是一个硬性约束,在这种情况下,代理人视自己的利益可以偷懒,减少最优产出,高成本的监管会有效阻止代理人的机会主义行为。但 Demougin & Fluet(2001)^⑥证明,委托人监督的边际成本大于代理人努力的边际成本。当委托人花费巨大成本

① Laffont J. Adverse Selection and Renegotiation in Procurement[J]. Review of Economic Studies, 1990, 57(4), pp. 597-626.

② Itoh H. Collusion, Incentives and Risk Sharing[J]. Journal of Economic Theory, 1993, 60, pp. 410-427.

③ Kofman & Lawarree. Collusion in Hierarchical Agency[J]. Econometrica, 1993, 61(3), pp. 629-656.

④ Park E. Incentive Contracting under Limited Liability[J]. Journal of Economics and Management Strategy, 1995, 4(3), pp. 477-490.

⑤ Kim S. Limited Liability and Bonus Contracts[J]. Journal of Economics and Management Strategy, 1997, 6(4), pp. 899-913.

⑥ Demougin & Fluet. Monitoring vs Incentives[J]. European Economic Review, 2001, 45(9), pp. 1741-1764.

来确定代理人信息时,产生的激励作用有限,造成收集的信息是负价值的。这也许会阻止委托人收集监督信息,尽管这样做可能使其可以获得最优产出。Garcia(2003)研究了委托人面对代理人具有私人信息,在制定激励合同时,其必须在提高代理人努力程度和付出探求代理人信息租金之间进行权衡取舍。

三、信息显示

该方法的实质是通过激励机制设计诱导代理人说真话。最早的成果是 Myerson(1979)的显示性原理:任何一个激励机制所能达到的结果都可以通过一个说真话的直接机制实现。因此,委托人的关键问题是如何进行机制设计。目前的研究热点是在不对称信息条件下,建立各种可验证信息机制帮助委托人有效地改进对代理人的激励。最早的机制设计是由 Holmstrom(1979)^①研究的,他认为任何有效传达代理人努力的信号都应该用于调整代理人的补偿收益。Demougin & Fluet(1999)^②则通过给出代理人的努力所产生的概率分布,将代理人的工作表现信息内生化的,委托人据此信息分布制定激励合同。现实中,委托人往往依据代理人显示的信息,进行下阶段的激励机制设计,这样委托—代理激励机制设计便进入动态化。对于不对称信息的动态化研究最早且最有影响力的是 Abreu, Pearce & Stacchetti(1990),在他们的模型中有 n 个参与者进行重复博弈,每一期中,每一个参与者都采取私人行动,这些私人行动共同构造了一个公共随机信号,每个参与者的回报取决于他们自己的行为 and 信号。在重复博弈条件下,参与者的总回报由他们第一期行动及显示的信号所决定。Erica, Plambeck & Stefanos(2000)设计了新的动态激励模型,将 Markov 过程引入委托—代理激励机制设计:委托人对代理人的下期激励程度完全取决于当期企业业绩和代理人所显示的信息,然后利用贝爾曼一般均衡法则,求出动态最优激励机制解。Cole & Kocherlakota(2001)扩展了上述模型,在每一期期末,参与者根据公共信号更新他们对其他参与者未来状态的看法并决定自己的下一步行为。Battaglini(2006)^③通过设计一个

① Holmstrom B. Moral Hazard and Observability [J]. The Bell Journal of Economics, 1979, 10(1), pp. 74-91.

② Demougin & Fluet. Monitoring vs Incentives; Substitutes or Complement? [M]. Mimeo, UQAM, 1999.

③ Battaglini M. Joint Production in Teams [J]. Journal of Economic Theory, 2006, 130(1), pp. 138-167.

内部信息流动机制,类似于基层单位或个人工作情况汇报,将各个代理人的工作表现予以记录,并在代理人内部之间流动。这样委托人在多代理人之间根据此流动信息进行剩余收益分配,从而打破代理人之间的内部联盟,使其提高效率。Sannikov(2007)把委托人与代理人之间的关系看成是两个不完全信息下的动态博弈,双方都根据对方所采取行动的观察结果来随机确定自己的策略,从博弈中得到公平支付。因此,解决一个委托人同时对多个代理人激励问题的关键是:设计信息结构识别各代理人努力程度并及时奖惩。Zhang & Zenios(2008)建立了有隐藏信息的动态委托—代理问题的一般框架,在此激励合同中,委托人的效用由系统状态决定,但委托人对系统的控制权授权给代理人,代理人具有关于系统状态的私人信息。这样,多阶段激励问题便转化为动态优化问题,即委托人考虑每个阶段自己的效用最大化并向代理人提供预期回报选择菜单,代理人在效用最大化情况下选择自己的行为并进行真实报告,委托人使用逆向归纳算法得到最优激励合同。

由于信息结构的未知性,经济学家把干中学理论引入委托—代理模型中,以便使委托人逐步掌握随机环境下代理人出现道德风险时的信息,消除代理人的机会主义行为。该领域最早的研究成果是 Hart & Holmstrom(1987)^①给出的存在道德风险、代理人行为不可观测或无法验证情况下的最优委托—代理合同理论。根据 Arrow & Kenneth(1962)^②干中学模型,Stokey(1988)^③提出了在微观水平的单个委托人可观测的学习模型。研究结论表明,通过学习委托人可以逐步提高激励能力、扩大产出。Thornton & Thompson(2001)^④发现学习的溢出绩效模型对企业的产出比一般模型给出

① Hart & Holmstrom. The Theory of Contracts[M]//Bewley T. F. (ed.). Advances in Economic Theory, Fifth World Congress of the Econometric Society. Cambridge, 1987.

② Arrow & Kenneth. The Economic Implications of Learning by Doing[J]. Review of Economic Studies, 1962, 29(3), pp. 155-173.

③ Stokey N. Learning by Doing and the Introduction of New Goods[J]. Journal of Political Economy, 1988, 96(4), pp. 701-717.

④ Thornton & Thompson. Learning from Experience and Learning from Others: An Exploration of Learning and Spillovers in Wartime Shipbuilding[J]. American Economic Review, 2001, 91(5), pp. 1350-1368.

的产出结果好。Cunningham (2004)^①发现在干中学的模型下,半导体企业经理人员更注重采用新技术增加产出。但是干中学理论成功引入委托—代理模型也需要一定的条件。Arifovic & Karaivanov(2010)^②将学习引入了委托—代理模型。结论发现,干中学理论尽管已在很多通常形式的博弈中(主要基于纳什博弈)或者是各种宏观模型中被证明是成功的,但可能并不适合于委托—代理模型中产生的结构化激励的序贯战略问题。学习成功需要善于总结经验的委托人,要求委托人能掌握他们所处环境的更多信息,例如,关于参与者和激励约束的性质,生产技术受限的随机过程的性质和代理人风险厌恶的程度,并对此信息进行加工分析,设计激励方案,在实施过程中总结经验。

同样,信息对代理人也非常重要。Cremer, Khalil & Rochet(1998)^③提出代理人也非常重视委托人信息和将要签订的委托—代理合同信息,他们往往是在收集信息之后再决定是否签订合同。Laffont & Martimort(2002)^④给出了一个分析框架,说明代理人在何种情况下愿意收集信息并签订激励合同。Flechinger(2007)^⑤证明当代理人面对补偿激励时,Maskin & Tirole(1990)^⑥的“如果合同开始执行前,有拟线性偏好和私人价值的信息灵通委托人的私人信息泄漏,则他既不会获得收益也不会有损失”这一结果不成立,代理人可以从委托人的私人信息中判断是否签约和履行合同,进而对委托人的收益产生影响。

① Cunningham R. Investment, Private Information, and Social Learning: A Case Study of the Semiconductor Industry[R]. Bank of Canada, Working Paper, 2004.

② Arifovic & Karaivanov. Learning by Doing vs Learning from Others in A Principal-Agent Model[J]. Journal of Economic Dynamics & Control, 2010, 34(10), pp. 1967-1992.

③ Cremer, Khalil & Rochet. Strategic Information Gathering before a Contract If Offered[J]. Journal of Economic Theory, 1998, 81, pp. 163-200.

④ [法]拉丰、马赫蒂摩. 激励理论(第一卷): 委托—代理模型[M]. 陈志俊, 等, 译, 北京: 中国人民大学出版社, 2002.

⑤ Flechinger P. Informed Principal and Countervailing Incentives[J]. Economics Letters, 2007, 94(2), pp. 240-244.

⑥ Maskin & Tirole. The Principal-Agent Relationship with an Informed Principal: The Case of Private Values[J]. Econometrica, 1990, 58(2), pp. 379-409.