



内容全面·案例经典·方法实用·语言通俗·讲解透彻



用轻松活泼的语言对博弈论的基本原理进行了深入浅出的探讨，详细介绍了囚徒困境、纳什均衡、智猪博弈等经典博弈模型的内涵、适用范围、作用形式，同时对博弈论的方法和策略在政治、管理、营销、信息战及日常工作和生活中的应用作了详尽而深入的剖析，堪称一部博弈论活学活用的百科全书。

# 博弈论

刘庆财  
编著



人生是一场永不停息的博弈过程，人永远是博弈的局中人。无论你是否知道博弈论，你都常常在与其他人进行着对抗和较量，在进行着一场又一场的博弈。博弈是智慧的较量，互为攻守却又相互制约。有人的地方就有竞争，有竞争的地方就有博弈。若想在现代社会做一个强者，就必须懂得博弈论的运用。

中国华侨出版社



## 一部一看就懂、一学就会的博弈论活学活用百科全书 全面讲解博弈论原理、博弈论模型及博弈论的具体应用

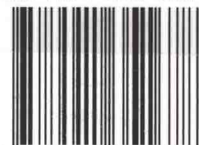
博弈论原是数学运筹学中的一个支系，用来处理博弈各方参与者最理想的决策和行为的均衡，或帮助具有理性的竞赛者找到他们应采用的最佳策略。在博弈中，每个参与者都在特定条件下争取其最大利益。博弈的结果，不仅取决于某个参与者的行动，还取决于其他参与者的行动。目前，博弈论在经济学中占据越来越重要的地位，在商战中被频繁地运用。此外，它在国际关系、政治学、军事战略和其他各个方面也都得到了广泛的应用。甚至人际关系的互动、夫妻关系的协调、职场关系的处理、商场关系的出招、股市基金的投资等等，都可以用博弈论的思维加以解决。而一旦你能够在生活和工作的各个方面把博弈智慧运用得游刃有余，成功也就在不远处向你招手了。

著名经济学家保罗·萨缪尔森说：“要想在现代社会做一个有文化的人，你必须对博弈论有一个大致了解。”博弈无处不在，从战场到商场、从政治到管理、从恋爱到婚姻、从生活到工作……几乎每一个人类行为都离不开博弈。在今天的现实生活中，如果你能够掌握博弈智慧，就会发现身边的每一件让你头痛的小事，从夫妻吵架到要求加薪，都能够借用博弈智慧达到自己的目的。在现代社会，一个人不懂得博弈论，就像夜晚走在陌生的道路上，永远不知道前方哪里有障碍、有沟壑，只能一路靠自己摸索下去，将成功、不跌倒、不受挫的希望寄托在幸运、猜测上。而懂得博弈论并能将这种理论娴熟运用的人，就仿佛同时获得了一盏明灯和一张地图，能够同时看清脚下和未来的路，必定畅行无阻。

出版人：方鸣  
责任编辑：落羽  
封面设计：彼岸

· 海外交流定制版 ·

ISBN 978-7-5113-5167-8



9 787511 351678 >

定价：296.00元(全四册)

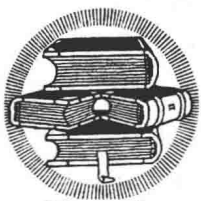
# 博弈论

(第二册)

刘庆财 编著



中國華僑出版社



## 前 言

博弈论，又称对策论，是使用严谨的数学模型研究冲突对抗条件下最优决策问题的理论。作为一门正式学科，博弈论是在 20 世纪 40 年代形成并发展起来的。它原是数学运筹中的一个支系，用来处理博弈各方参与者最理想的决策和行为的均衡，或帮助具有理性的竞赛者找到他们应采用的最佳策略。在博弈中，每个参与者都在特定条件下争取其最大利益。博弈的结果，不仅取决于某个参与者的行动，还取决于其他参与者的行动。

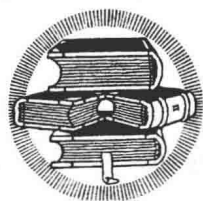
当下社会，人际交往日趋频繁，人们越来越相互依赖又相互制约，彼此的关系日益博弈化了。不管懂不懂博弈论，你都处在这世事的弈局之中，都在不断地博弈着。我们日常的工作和生活就是不停地博弈决策的过程。我们每天都必须面对各种各样的选择，在各种选择中进行适当的决策。在单位工作，关注领导、同事，据此自己采取适当的对策。平日生活里，结交哪些人当朋友，选择谁做伴侣，其实都在博弈之中。这样看来，仿佛人生很累，但事实就是如此，博弈就是无处不在的真实策略“游戏”。古语有云，世事如棋。生活中每个人如同棋手，其每一个行为如同在一张看不见的棋盘上布一个子，精明慎重的棋手们相互揣摩、相互牵制，人人争赢，下出诸多精彩纷呈、变化多端的棋局。在社会的博弈中，人与人之间的对立与斗争会淋漓尽致地呈现出来。博弈论的伟大之处正在于其通过规则、身份、信息、行动、效用、平衡等各种量化概念对人情世事进行了精妙的分析，清晰地揭示了当下社会中人们的各种互动行为、互动关系，为人们正确决策提供了指导。如果将博弈论与下围棋联系在一起，那么博弈论就是研究棋手们“出棋”时理性化、逻辑化的部分，并将其系统化为一门科学。

目前，博弈论在经济学中占据越来越重要的地位，在商战中被频繁地

运用。此外，它在国际关系、政治学、军事战略和其他各个方面也都得到了广泛的应用。甚至人际关系的互动、夫妻关系的协调、职场关系的争夺、商场关系的出招、股市基金的投资，等等，都可以用博弈论的思维加以解决。总之，博弈无处不在，自古至今，从战场到商场、从政治到管理、从恋爱到婚姻、从生活到工作……几乎每一个人类行为都离不开博弈。在今天的现实生活中，如果你能够掌握博弈智慧，就会发现身边的每一件让你头痛的小事，从夫妻吵架到要求加薪都能够借用博弈智慧达到自己的目的。而一旦你能够在生活和工作的各个方面把博弈智慧运用得游刃有余，成功也就不远处向你招手了。

著名经济学家保罗·萨缪尔森说：“要想在现代社会做一个有文化的人，你必须对博弈论有一个大致了解。”真正全面学通悟透博弈论固然困难，但掌握博弈论的精髓，理解其深刻主旨，具备博弈的意识，无疑对人们适应当今社会的激烈竞争具有重要意义。在这个激烈竞争的社会中，在人与人的博弈中，应该意识到你的对手是聪明且有主见的主体，是关心自己利益的活生生的主体，而不是被动的和中立的角色。他们的目标往往会与你的目标发生冲突，但他们与你也包含着潜在的合作的因素。你作出抉择之时，应当考虑这些冲突的因素，更应当注意发挥合作因素的作用。在现代社会，一个人不懂得博弈论，就像夜晚走在陌生的道路上，永远不知道前方哪里有障碍、有沟壑，只能一路靠自己摸索下去，将成功、不跌倒、不受挫的希望寄托在幸运、猜测上。而懂得博弈论并能将这种理论娴熟运用的人，就仿佛同时获得了一盏明灯和一张地图，能够同时看清脚下和未来的路，必定畅行无阻。

博弈是智慧的较量，互为攻守却又相互制约。有人的地方就有竞争，有竞争的地方就有博弈。人生充满博弈，若想在现代社会做一个强者，就必须懂得博弈的运用。本书用轻松活泼的语言对博弈论的基本原理进行了深入浅出的探讨，详细介绍了囚徒困境、纳什均衡、智猪博弈、猎鹿博弈、酒吧博弈、枪手博弈、警察与小偷博弈、斗鸡博弈、协和博弈、海盗分金博弈、讨价还价博弈、路径依赖博弈等博弈模型的内涵、适用范围、作用形式，将原本深奥的博弈论通俗化、简单化。同时对博弈论在政治、管理、营销、信息战及人们日常的工作和生活中的应用作了详尽而深入的剖析。通过本书，读者可以了解博弈论的来龙去脉，掌握博弈论的精髓，开阔眼界，提高自己的博弈水平和决策能力，将博弈论的原理和规则运用到自己的人生实践中，面对问题作出理性选择，避免盲目行动，在人生博弈的大棋局中占据优势，获得事业的成功和人生的幸福。



# 目 录

## ◎第五章 智猪博弈 (续)

第 5 节	奖励机制拒绝搭便车 .....	201
第 6 节	高收入者就应该多纳税 .....	205
第 7 节	学会“搭便车” .....	208
第 8 节	名人效应 .....	211
第 9 节	奥运会：从“烫手山芋”到“香饽饽” .....	214
第 10 节	贪小便宜吃大亏 .....	216
第 11 节	先下手还是后下手 .....	220
第 12 节	跟随战略 .....	223
第 13 节	有时候就得选择冒险 .....	227
第 14 节	弱者如何战胜强者 .....	230
第 15 节	学会隐忍 .....	233
第 16 节	强大是硬道理 .....	236

## ◎第六章 猎鹿博弈

第 1 节	猎鹿模式：选择吃鹿还是吃兔 .....	240
第 2 节	帕累托效率 .....	243
第 3 节	改革中的帕累托效率 .....	246
第 4 节	合作是取胜的法宝 .....	248
第 5 节	屎壳郎换长毛羊 .....	251
第 6 节	合作无界限 .....	253
第 7 节	房地产商的博弈 .....	256
第 8 节	夏普里值方法 .....	259
第 9 节	哈丁悲剧 .....	262

第 10 节	公共悲剧 .....	266
第 11 节	警钟已经敲响 .....	270
第 12 节	命运的十字路口 .....	272

## ◎第七章 酒吧博弈

第 1 节	要不要去酒吧 .....	276
第 2 节	股市中的钱都被谁赚走了 .....	279
第 3 节	压倒骆驼的稻草 .....	281
第 4 节	水滴石穿 .....	284
第 5 节	少数人策略 .....	286
第 6 节	独树一帜 .....	289
第 7 节	最差的土地赏给我 .....	291
第 8 节	破窗理论 .....	293
第 9 节	分段实现人生目标 .....	296
第 10 节	机会只留给有准备的人 .....	298

## ◎第八章 枪手博弈

第 1 节	谁能活下来 .....	302
第 2 节	另一种枪手博弈 .....	304
第 3 节	当你拥有优势策略 .....	306
第 4 节	出击时机的选择 .....	311
第 5 节	胜出的不一定是最好的 .....	313
第 6 节	不要用劣势去对抗优势 .....	316
第 7 节	乱中取胜 .....	320
第 8 节	置身事外的智慧 .....	322
第 9 节	枪手间的同盟 .....	326
第 10 节	不要忽视弱者的力量 .....	331
第 11 节	机会面前不要犹豫 .....	334

## ◎第九章 警察与小偷博弈

第 1 节	警察与小偷模式：混合策略 .....	339
第 2 节	防盗地图不可行 .....	341
第 3 节	混合策略不是瞎出牌 .....	343
第 4 节	电话突然中断该谁给谁打过去 .....	345
第 5 节	混合策略也有规律可循 .....	348
第 6 节	随机策略的应用 .....	351

第7节	随机性的惩罚最起效 .....	353
第8节	真账与假账 .....	356
第9节	概率陷阱 .....	359
第10节	学会将计就计 .....	362

## ◎第十章 斗鸡博弈

第1节	斗鸡博弈：强强对抗 .....	364
第2节	古巴导弹危机 .....	366
第3节	胆小鬼博弈 .....	369
第4节	斗鸡博弈的结局 .....	370
第5节	放下你的面子 .....	374
第6节	是对手也是朋友 .....	376
第7节	学会见好就收 .....	379
第8节	承受能力决定胜败 .....	382
第9节	大国之争 .....	384
第10节	亡命徒往往会成功 .....	386
第11节	关键时候学会妥协 .....	388
第12节	如何让对手害怕自己 .....	390
第13节	展示自己的实力 .....	393
第14节	跳槽：如何跳得高而稳 .....	395
第15节	与老板、同事和谐相处 .....	398



## 第五章 智猪博弈（续）

### 第5节 奖励机制拒绝搭便车

我们都知道，在实行改革开放的政策前，我国实行的是社会主义计划经济。这种经济体制虽然在改革开放初期对国民经济的发展起到了推动作用，使人们的生活水平得到了长足的提高。不过，到了后来这一体制明显束缚了我国经济的发展。是什么原因导致了这种情况的产生呢？除去外部的政治和国家大环境，最主要的因素就是在计划经济体制下实行的平均分配原则。无论干活多少，劳动所得都一样，这就严重挫伤了人们对工作的热情和积极性，让人们处在一种无所谓的状态，工作只是为了完成既定的任务，主动和创新精神更是无从提起了。

其实，早在春秋时期，纵横家的始祖——鬼谷先生王诩在《鬼谷子》一书中曾经说道：“用赏贵信，用刑贵正。”即“赏信，则立功之士致命捐生；刑正，则受戮之人没齿无怨也”。也就是说，对于建立功绩的人，要给予赏赐，这会让他们更加勤奋，即便是丧失生命也在所不惜。对于那些做错事的人，即使用严厉的刑法进行惩戒，他们也不会怨恨。而且，民间也有“无利不起早”这样的俗语。简单地说，奖励机制非常重要。

从现在众多的企业管理实践来看，很多企业在员工的管理与约束方面，并没有建立起完善合理的奖励机制。

例如，在某些企业中，不仅缺乏有效的培育人才、利用人才、吸引人才的机制，还缺乏合理的劳动用工制度、工资制度、福利制度和对员工有效的管理激励与约束措施。当企业发展顺利时，首先考虑的是资金投入、技术引进；当企业发展不顺利时，首先考虑的则是裁员和职工下岗，而不是想着如何开发市场以及激励职工去创新产品、改进质量与服务。

那究竟采用什么样的激励制度才能够有效驱动物员工呢？

我们知道，“搭便车”是小猪的最优选择，这让小猪可以不费吹灰之力

便获得食物。不过，这种情况源自于“智猪模式”的限定条件，而在实际中，这是一种不太合理的情况。仅从社会资源的角度来看，小猪搭便车的行为正是资源不合理配置的表现。试想一下，如果小猪这种“搭便车”的现象在现实社会生活中是一种绝对合理、的确无疑的做法的话，那么势必会造成一种结果，即大猪的数量逐渐减少，而小猪的数量则会越来越多。所以，我们可以说“智猪模式”对于资源的最优配置来说，是不可取的。

作为一个管理者，无论其管辖范围的大小，也许大到一个国家，或许小到一个家庭，资源得到最佳配置是每一个管理者希望看到的结果。而且，通过智猪博弈模式，我们能够体会到奖励制度对企业的重要性。好的制度可以提高企业员工的工作效率，为企业增加效益。反之，不好的制度规则必定会挫伤员工的工作积极性，给企业带来损失，甚至威胁到企业的存亡。

于是，怎样杜绝“搭便车”现象，如何才能让小猪参与到竞争中来，自然成为管理者们想要破解的难题，也是管理者们制定奖励制度要考虑的核心问题。

以智猪模式为例，每次落在食槽中的食物数量和按钮距离食槽的路程是影响大猪和小猪进食多少的关键所在。那么，就让我们对这两个具有关键性因素的数据进行一些变动，看看改进后会出现什么情况，小猪“搭便车”的情况是否还依然存在。

假设按钮与食槽距离保持原样不动，那么从食物的数量入手，改进的方式有以下两种：

(1) 减少食物的数量。将食物的数量减至原来的一半，即由原来的 10 份食物变为 5 份。如此一来，便会产生这样的情况：

假如大猪去碰触按钮，小猪会在大猪返回食槽前就吃完所有的食物，两者进食比例是 0 : 5；

假如小猪去碰触按钮，大猪会在小猪返回前吃完所有的食物，则两者的进食比例是 5 : 0。

也就是说，无论谁跑去碰触按钮，结果都是无法吃到食物。谁去碰触按钮就等同于将食物拱手让给对方，为对方服务，自己饿肚子。这样一来，大猪和小猪肯定谁也不愿意动弹，结果便是双双挨饿。看来，这不是一种好的改进方案。

(2) 增加食物的数量。将每次落入食槽中的食物总量比原来增加一倍，即变为 20 份食物。这种改进方法为小猪和大猪都提供了充足的食物，不过，也正是由于这一点，无论大猪还是小猪，只要碰触按钮就可以让自己吃饱，不利于提高大猪小猪碰触按钮的积极性。这种不利于竞争、没有效率的改进方案也不是最好的改进方案。

增加食物和减少食物的改进方案都不符合我们的要求，不能再从食物量上面想办法，可以考虑在按钮与食槽之间的距离上动动脑子。下面便是几种改进方案：

(1) 移动食槽位置并减少食物投放量。食物只有原来的一半分量，但同时将食槽与按钮之间的距离缩短。这样，谁碰到按钮之后便会第一时间吃掉落下的食物，而且每次的食物刚好吃完，不会产生浪费。与此同时，随着碰触按钮的次数增加，便会吃到更多的食物，对食物的不懈追求会刺激小猪和大猪抢着碰触按钮的积极性。所以，这一方案既降低了成本，也提高了其工作的积极性。

(2) 移动食槽位置但不改变食物投放量。食槽与按钮之间的距离缩短后，跑去按按钮的劳动量必然减少，而且，在这种情况下，落入食槽中的食物即使不发生变化，食物的数量相对而言还算充足。那么，无论是大猪还是小猪都会去碰按钮，吃到的食物相应也会增多。不过，在提高积极性方面不如第一种方案。

(3) 移动食槽位置并增加食物投放量。按照这种方案，大猪小猪都会碰按钮，也都会得到更多食物。吃得多长得快，快速达到出售的标准，自然会增加效益。只是这种做法存在一个问题，即成本的增加。这就给每次落下食物的分量提出了很高的要求，如果把握不好有可能会造成浪费。所以，要想成功实施这种方案，存在一定的难度。

综合以上几种情况分析来看，显然移动食槽位置并减少食物投放量的方案既减少了成本，又刺激了大小猪的积极性，是最佳的改进方案。

现在，我们以一个具体的例子来进行一下分析。

一个软件公司的研发部门具有很高的水平，该部门的工作人员个个都是技术高手。公司打算设计开发一款应用软件，经过市场调研，认为一旦开发成功，公司将会赢利 5000 万元。当然，如果研发工作失败，后果不必多说，必定连前期的投入都打了水漂。

在没有其他因素干扰的情况下，这个项目的成败就集中在了该部门人员的工作态度上。如果，他们的工作积极性不高，只是为了应付工作而工作，那么这个项目成功的几率必定会下降，我们把这种状态下的成功几率假定为 50%。只要他们全身心投入工作，自然能够提升该项目的成功几率，我们将这种状态下的成功几率假定为 90%。

为了提高该部门员工的工作积极性，老板决定拿出一笔资金作为该部门人员的奖金。那么，这笔奖金的数额就是这次奖励是否能达到预期效果的关键。

从研发部门员工的角度来说，他们的心中老板发放奖金的数额自然

有所期待。假设研发部门的员工认为，他们所能接受的奖金最低数额是 400 万元，心中的期待值是 600 万元的话，那么老板的奖金数额必须高于 400 万元才行。简单来说，就是老板奖励 400 万元，软件的成功率是 50%；奖励 600 万元，软件的成功率是 90%。

不过，软件公司老板的这种奖励机制是存在问题的。对于公司的老板来说，奖金属于该软件的制作成本。假如在软件还没完成的时候，老板就发放了奖金，的确能够起到刺激员工认真工作的作用。但是，无论是奖励 400 万元，还是奖励 600 万元，软件的成功率都不是 100%。一旦失败，老板所付出的这些奖金也会付之东流。

如此一来，老板必定会向员工许诺，在软件成功后发放奖金。假设奖金是 400 万元，那么只能保证员工会好好工作。奖金的数额对员工的刺激有限。假设奖金是 600 万元，那么员工们肯定会努力工作，全力以赴。

即便如此，老板仍然无法保证该部门的员工将竭尽所能，尽心尽力地完成该项目。那么，到底该采用怎样的奖励机制才能最大限度地发挥员工的能力呢？

我们常说“有奖有罚”。如果公司的老板以此制定奖励机制将会怎么样呢？

老板可能会制定出这样的规定：如果软件研发成功，研发部门将获得 800 万元的奖金，如果软件研发失败，那么研发部门将承担 100 万元的处罚。

从理论上来说，800 万元大大高出了员工的期望值，必定会给员工的工作积极性带来很大的提升。如果研发失败，该部门的员工不仅拿不到额外的奖励，还要为自己的失败买单。这种奖励策略的确可以提高员工工作的热情和工作态度。不过，这就意味着，原本应由老板和公司本身承担的市场风险，其中的一部分以罚金的形式被转嫁到了员工的身上。这种做法不符合常理和实际情况，可行性只停留在理论层面上。

综上所述，该公司老板最合理的奖励方案是：技术部门的每一位员工分得公司股份的 1%，可在年底享受公司分红。另外，该项目研发成功后，技术部门整体将获得 600 万元的奖金。

这样的奖励方案，不仅调动了员工工作的积极性，又通过让员工持有公司的股份，把公司的命运以及可能承担的风险与员工自身的利益结合在了一起。针对于这个案例的具体情况，这个奖励方案是公司老板的最优选择。

由此，也让我们意识到，作为一个管理者在制定制度的时候，应当注意以下四点：

第一，奖励机制的奖励程度必须适当。如果奖励太多，就给员工们形成了一个太过于宽松的大环境，造成员工危机感的缺失。奖励太少，不仅起不到奖励的作用，甚至可能会让员工产生埋怨和不满的情绪，得不偿失。所以，奖励机制把握奖励的合理程度，“不及”和“过了头”都不好。

第二，针对不同的奖励对象，奖励机制也要有所不同。例如，一个公司内部的各个部门，分工不同，职责不同，工作的强度和难度不同。所以，奖励机制也应当根据各部门的实际情况略有变动。

第三，有赏有罚，赏罚分明。每个人都各有所长，工作能力有强有弱。作为公司的领导要及时发现自己下属员工的优缺点。对于员工的工作成绩要予以肯定和奖励，激发员工的工作热情。当然，对于那些工作不认真、不合格的员工也要及时发现，做出相应的处罚。

第四，奖励制度必须考虑成本。公司运营的目的就是营利。对于员工的奖励同样属于公司的运营成本，如果只是一味注重奖励的效果，制定出不符合实际情况的奖励制度，既造成了资金上的无谓浪费，也给公司增加了成本上的负担。这种奖励制度无疑将不利于公司未来的发展。

## 第6节 高收入者就应该多纳税

在前面的章节中，我们曾提到过“占有资源越多，承担的义务越多”这一观点。例如很多大公司经常会在公共事业方面进行一定的投资。如果稍加留意会发现，这些由大公司出资建设的公共设施有时刚好涉及这些公司的切身利益。

在美国，一些主要的航道上都建有不少为夜间航行提供照明的灯塔。要知道，这些灯塔的建造者不是美国政府，而是那些大型的航运公司。因为这些大型航运公司的业务繁多，有不少需要夜间出航的班次。为了夜间航行的便利，在航道上建造一些灯塔非常有必要。

事实上，要在这些主航道上夜航的船只中，不仅有那些大公司的船只，还有一些小的航运公司的船只。不过，与积极主动采取行动的大公司不同，这些小公司对建造灯塔的活动并不热衷。理由很简单，因为建造灯塔需要投入大量的资金。对于收益不高的小公司来说，这笔支出远远高于灯塔建造好后给自己带来的收益。

但是，对于该行业的大公司来说，则刚好相反。设置灯塔后，航运的安全得到了保障，提高了航行的速度，缩短了航行的时间，给公司带来的收益自然随之增加。所以，大公司认为这是极为划算的一笔投资，即使完

全独自承担这笔费用，它们也是乐意为之。

于是，这项同行业都可以获得益处的公共设置就这样建造完成了。那些小公司搭乘大公司的便车，未出分文便享受到了灯塔给自己带来的收益。

也许会有人说，这种做法未免有失公平。不过，从获得利益多少的角度来看，我们会发现，只用“公平”两个字很难去界定这种情况。更何况“多劳”在很多时候是“多得者”心甘情愿的选择。

现在，在很多国家都推行的个人所得税上也体现着这一点。具体说来，就是对那些高收入的人群征收高额的税款，收入越高，税收的比率越高，然后将这些税款用于社会公共和福利事业。例如美国的个人所得税的最高税率在上世纪六七十年代高达70%，在瑞典、芬兰这些北欧国家，最高税率甚至超过了70%，被称为“高福利国家”。

但是，这种高额税率的个人所得税制度也存在着明显的弊端，因为它会严重影响人们的工作积极性，导致劳动者对努力工作产生抵触情绪。毕竟，在一个社会安定的国家，辛勤工作，努力争取更好生活的人群还是占大多数的，整日无所事事、游手好闲的人毕竟是少数。所以，在20世纪90年代的时候，这种个人所得税的最高税率得到了重新调整，并日趋合理。

另外，“占有资源多者，承担更多的义务”这种观点还体现在很多方面。再例如股份有限制、有限责任制等现代企业所采用的制度中，大股东和小股东的差异也是这种观点最为直观的体现。

依照股份制的要求，每一个股东都具有监督公司运营的义务。不过，这种监督需要投入大量的时间、精力和资金以获取相关的信息，并对公司的运营状况进行分析。这是一笔不小的开支。而且，我们也知道，在一个股份制的公司中，公司的赢利最终会按照占有股份的比例进行分配。大股东的收益多，小股东的收益少。因此，便造成这样一种局面：大股东和小股东在承担了这样一笔不小的监督开支后，在收益方面的差异会愈加明显。所以，小股东要么在承担监督费用后，获得较少的收益，要么不参与公司运营的监督，直接领取公司分配的收益。很明显，参与监督后，小股东的收益要减去监督的费用。不参与监督，便不存在因监督而产生的开支。两者比较之下，就导致小股东不会像大股东那样积极地参与对公司运营的监督。

事实上，大股东非常清楚小股东是在搭自己的便车。但是，如果自己也像小股东那样不参与公司运营的监督，那么公司便会处于无人监管的境地，不利于公司的发展，也会影响到股东们的最终收益。在这种情况下，大股东们没有更好的措施，只好像“智猪模式”中的那只大猪一样，放任小股东们的这种做法，为了自己的最终利益来回奔波，独自承担起监督费

用，履行自己对公司的运营义务。

所以，我们看到在一个股份制的公司中，会存在一个负责监督公司运营的董事会。其中的成员都拥有该公司一定量的股份，并对公司的具体运营操作拥有发言权和投票权。而那些小股东自然就是搭乘顺风车的“小猪”，不再花费精力和财力监督公司的经营，对公司的发展也不再拥有主导权，只是坐享大股东所带来的利益。

我们可以通过具体的数字来理解这一情况。假如存在这样一个股份制公司，公司的运营情况的好坏和公司的最终赢利直接挂钩，并会按照拥有公司股份的比例进行分配。由公司聘来的经理们负责该公司具体运营工作。另外，针对这些经理们的监督工作，每年的费用是10万元。A先生购买了该公司1000万份股票，成了该公司的大股东。B先生购买10万份该公司的股票，成了该公司的小股东。

当公司发展运行正常的时候，A先生作为大股东分得的利润是100万元，B先生作为小股东分得的利润是1万元。那么，除去监督费用，A先生最终获得90万元，而B先生则要另外再支付9万元。100:1的收益比例，已经让两人的收益形成了强烈的对比，在扣除监督费用后，B先生不仅没有从公司获得利益，反而还要从自己的口袋里拿出9万元，这就进一步拉大了两人收益的差异。

从B先生的角度出发，如果不用承担监督的支出，自己还能获得1万元的收益，一旦付出监督费用后，这项投资就变成了一桩赔钱的买卖。B先生自然不愿去开展监督公司运营的活动。另一方面，从A先生的角度来看，可以聘请一位优秀的经理来监督公司的运营状况，让公司运营得更好，获得更多的收益。这样一来，聘请经理和前期投入一定的资金是值得的。因为那会给他带来更多的利润，这种投资是非常值得的。

此外，如果公司的运营状况不佳，出现了亏损，作为大股东的A先生不仅拿不到更多的利润，还会因为占有公司大部分的股份而损失更多的金额，所以，A先生会更加积极主动地关注公司的运营情况，而B先生也乐得退出公司的监督管理层，在一旁等着分享由A先生带来的利益。鉴于自身利益的考虑，A先生对B先生的做法，也只得睁一只眼闭一只眼，不加干涉。

在这个股份制公司的股东中，A先生就是那只是为了吃到食物不停奔波的“大猪”，而B先生则是在食槽旁等着落下食物的“小猪”。最终，两者都实现了各自的利益，达到了一种平衡，共同发展。

“不可能存在绝对的平等，但是，在某种程度上的不平等，不仅是应当存在的，而且是必须、不可缺少的存在。”正如20世纪著名的思想家哈耶克

所说，在这个客观世界，无论在哪个方面，科技、知识、人们的生活水平，所有人都处在同一个水平或是境况中是不可能的，也是不现实的。就像改革开放时，邓小平曾说过要让一部人先富起来那样，总会有少数人走在多数人的前头，然后带动大部分人共同发展提高。

在经济学中，有一个叫作“边际效用”的概念，具体是说：“在一定时间内消费者增加一个单位商品或服务所带来的新增效用，也就是总效用的增量。在经济学中，效用是指商品满足人的欲望的能力，或者说，效用是指消费者在消费商品时所感受到的满足程度。”其实，即便是在“智猪模式”中，大猪来回奔波也不能说不是是一种心甘情愿的做法。毕竟，它吃到的食物总是要比小猪的多，而小猪等在食槽旁也只不过是為了吃到食物而已。这不也是一种符合“边际效用”的做法吗？在一定程度上形成了一种平衡的局面，又何尝不是一种“公平”呢？

## 第7节 学会“搭便车”

智猪博弈模式中有一种非常奇怪的现象，那就是小猪如果等着大猪去碰按钮，还能抢得一半食物吃。而如果是自己去碰按钮，反而没有食物吃。也就是劳动反而不如不劳动，既然如此，小猪的优势策略就是趴在一边，等着分享大猪的劳动成果。也就是“搭便车”。

“搭便车”是一种非常符合经济学理论的行为。而且，在某种程度上来说，实力稍弱的一方可以利用他人的强势，为自己服务，甚至最终获得凌驾于对手之上的结果。所以，当置身于“智猪模式”的博弈环境中时，“搭便车”就是极为明智的做法。像前文中提到的约翰逊公司就是通过弗雷公司的“车”，获得了最终的成功。

事实上，这种行为在社会上并不少见。以现在的图书市场为例，我们通常会看到这样的现象，如果某本图书或是某种类型的图书比较畅销，在随后很短的时间内，市场上就会出现与该书内容相似或相近的图书。例如，《狼图腾》一书在图书市场出现销售火暴的情况后，相关内容的书籍便纷纷出炉，争相登场。这种情况的出现并不能表明制作这类书籍的书商存在什么道德问题，毕竟从商业利益的角度来看，这种做法能让他们以最小的成本获取最大收益。对于这些书商来说，这是他们的最佳选择。

其实，就以获取利益为目的的营销者来说，“搭便车”是类似于坐收渔翁之利的营销策略。例如，四川的泸州老窖是国内白酒产品中位列前十名的名牌产品。不过在20多年前，泸州老窖也只是在四川省省内小有名气，



远没有今天这样的知名度。

1987年，在泰国曼谷召开了国际饮料食品展览会。泸州老窖系列产品中的特曲酒获得该届展览会的最高奖。3年后，这款特曲酒又在第十四届巴黎国际食品博览会上，荣获了中国白酒产品中唯一的金奖。泸州老窖酒厂抓住时机，借助这两次国际展销会的声望和影响，邀请了当时的一些领导人以及各界有影响力的知名人士参加在人民大会堂召开的正式庆祝活动。同时，在当时的条件下，还借助各种形式的媒体，以获得的国际奖项为由，加大对产品的宣传力度。一时间，泸州老窖的名字传遍了大江南北，成为了全国的知名产品。

对泸州老窖来说，只要质量过硬，必定能把自己的产品打入全国市场，乃至国际市场，只是需要一定的时间罢了。但是，泸州老窖酒厂借助产品获得国际奖项的机会，不仅提早完成了扩展市场的目标，而且省时省力，在很短时间内就见到了成效。可谓是成功运用“搭便车”这一策略的范例。

通常情况下，“搭便车”的行为多是实力稍弱者采用的策略。实力弱的小企业借助强势大企业的实力，经常可以通过很少的投入，获得较多的回报。有些时候，小企业不仅能和大企业收获相同的回报，甚至会在收益方面出现小企业高于大企业的情况。在这种情况下，便会产生大企业被众多小企业拖垮的可能。大企业为了避免被小企业赶超或是拖垮，必定会不断提高自身产品的质量，加快技术的革新，制造出领先一步的新产品，抢先占领新市场。所以说，商业竞争中的这种情况对于消费者来说是有利的。

在博弈中，“搭便车”的行为不仅限于实力存在差距的博弈者之间，即便是在博弈者实力相当的博弈中，这种策略也是可行的。例如，英特尔和AMD之间的博弈就是如此。

对于广大的普通消费者来说，人们更熟悉英特尔这个品牌。其实，那些真正从事电脑产业的人很清楚，AMD和英特尔一样，也是CPU产业中的佼佼者。两者在技术方面都具有强劲的实力，甚至在某些时候，AMD的技术实力更胜一筹。在CPU的更新换代上，两者之间的竞争从来都没有停止过。

我们总是从广告中，得知英特尔推出的新一代CPU产品的信息。这样的信息，很容易让人以为英特尔在CPU产品的更新升级方面始终处于领先地位。然而，事实恰恰相反，CPU的每一次升级都是由AMD率先完成的。

最典型的的就是CPU的规格从奔腾Ⅲ升级为奔腾Ⅳ。最先完成这一升级