



图解经济学丛书

王则柯 主编

图解信息经济学

DIAGRAM

欧瑞秋 王则柯 著

 中国人民大学出版社



图解经济学丛书

王则柯 主编

图解信息经济学

DIAGRAM

欧瑞秋 王则柯 著

 中国人民大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

图解信息经济学/王则柯主编.

北京: 中国人民大学出版社, 2008

ISBN 978-7-300-09143-3

I. 图…

II. 王…

III. 信息经济学-图解

IV. F062.5-64

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 039148 号

图解经济学丛书

王则柯 主编

图解信息经济学

欧瑞秋 王则柯 著

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室)

010-62511398 (质管部)

010-82501766 (邮购部)

010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司)

010-62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com> (人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 涿州市星河印刷有限公司

规 格 185 mm×240 mm 16 开本

版 次 2008 年 4 月第 1 版

印 张 15.5 插页 2

印 次 2008 年 4 月第 1 次印刷

字 数 281 000

定 价 32.00 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

前言

本书力图运用图形方法讲述信息经济学的基本内容，所使用的图形，绝大部分是平面上的二维图形，也有极少数三维空间里的立体图形。我们希望通过这些图形分析，展开信息经济学的基本内容和基本思想，使读者学起来比较直观而有趣味，因为对于多数读者来说，图形总是比方程和演算来得亲切一些。

现代经济有时被一些人称为“信息经济（information economy）”。这种说法固然很不准确，却也不是无迹可寻：一方面，诸如计算机和互联网等信息技术的高速发展，使得人们可以迅速收集、分析和传输大量的信息；另一方面，信息在个人和企业的决策中越来越重要，大量的经济行为围绕着收集、处理和传播信息进行。可是，无论人们拥有多少信息，与他们想要知道的相比，通常还是会觉得少。也就是说，人们对信息的掌握，通常是感觉不足够的。为了获取更多的信息，人们需要支付成本，包括金钱、时间和精力等。人们对信息的掌握不仅是不完全的，而且往往是不对称的，不同的人拥有不同程度的信息。例如，汽车的卖主通常比买主更清楚汽车的毛病；工人通常比雇用他的企业更了解自己的长处和短处；借方往往比贷方更明白某些可能影响还款能力的突发事件等等。

经济学家很早就注意到，人们对信息掌握的不完全性和不对称性会对市场运作产生重大的影响。现代经济学之父亚当·斯密（Adam Smith, 1723—1790），在他的名著《国富论》（*The Wealth of Nations*, 1776）中写道：

必须注意，法定利率虽应略高于最低市场利息率，但亦不应高得过多。比方说，如果英国的法定利息率规定为百分之八或百分之十，那么，就有大部分待借的货币被借到挥霍者和投机家手里去，因为只有他们这一类人愿意出这样高的利息。理性人只能以使用货币所获的利润的一部分作为使用货币的报酬，所以不会冒险和他们竞争。这样，一国的资本将有大部分不是用在有利的用途上，而是用在浪费和破坏资本的用途上。^[1]

这种经济现象，其实就是我们后面将会谈到的“逆向选择”现象。可是在此后将近两百年的时间里，经济学家在建立经济模型时，一直不自觉地将整个讨论放在假设人们掌握完全信息的基础上。虽然这些经济模型揭示了经济学的许多基本原理，但它们的结论与现实世界时常存在一定的差距，有时甚至存在巨大的差距。

到了最近的三四十年，经济学家开始逐渐将信息因素引入到传统的经济模型中。他们的研究表明，与人们掌握完全信息的情形相比，人们对信息掌握的不完全性和不对称性，有时候会从根本上改变个人和企业的理性行为，以及相关市场的运行方式、均衡结果和企业的内部治理。经济学家的这些研究成果，弥补了传统经济模型的许多缺陷，缩小了经济学理论与现实世界的差距，并逐渐形成了经济学的一个重要分支——信息经济学（the economics of information）。

2007 年度诺贝尔经济学奖授予明尼苏达大学的莱昂尼德·赫维茨（Leonid Hurwicz）教授、美国普林斯顿高等研究院的埃里克·马斯金（Eric S. Maskin）教授，以及芝加哥大学的罗杰·迈尔森（Rojer Myerson）教授，表彰他们在创立和发展机制设计理论所作出的贡献。机制设计理论是信息经济学的重要内容。在此之前，2001 年度诺贝尔经济学奖授予美国的三位经济学家：美国伯克利加州大学的乔治·阿克洛夫（George A. Akerlof）教授、斯坦福大学的迈克尔·斯彭思（Michael Spence）教授和哥伦比亚大学的约瑟夫·斯蒂格利茨（Joseph Stiglitz）教授。他们是信息经济学的奠基人。1996 年度诺贝尔经济学奖，授予英国剑桥大学的詹姆斯·莫里斯（James A. Mirrlees）教授和美国哥伦比亚大学的威廉·维克瑞（William Vickrey）教授，表彰他们在信息经济学等领域的前驱性工作。如果追溯得远一些，更早获得经济学诺贝尔奖的肯尼思·阿罗（Kenneth J. Arrow）教授和乔治·斯蒂格勒（George J. Stigler）教授，对于信息经济学也有很大贡献。

本书不打算详细讲述信息经济学的所有内容，相反，我们将主要以 1996 年和 2001 年几位诺贝尔经济学奖获得者的一些经典论文为基础，集中精力在这些领域讲述若干重要的专题，包括二手车市场的“逆向选择”问题，保险市场的“逆向选择”问题和“道德风险”问题，教育的“信号示意”作用和“信号甄别”作用，委托—代理关系问题，以及拍卖理论，一共五个这样的专题。我们这样做，目的是希望广大读者能够通过有针对性的学习来掌握信息经济学的基本内容、基本思想和基本方法，为将来进一步学习信息经济学的前沿发展或者进行这方面的研究打好基础。

我们曾经说过，在经济学的最新发展中，信息经济学是比较容易入门的一个分支。了解信息经济学的一些最深刻的架构和最基础的方法，并不需要太多的预备知识。阅读过《信息经济学平话》（北京，北京大学出版社，2006）的读者不难形成这样的判断。但是我们也要指出，进一步深入学习并且运用

信息经济学，不能够停留在《平话》的技术水平上。

《图解微观经济学》完成的时候，闻洁工作室和我们策划了图解经济学丛书，但是与《图解微观经济学》所对付的中级微观经济学相比，信息经济学毕竟是最最新的发展，整个技术难度自然会增加，许多地方需要综合运用中级微观经济学的不同方法。所以，一方面我们努力从几何的角度进行信息经济学的演绎，很大地降低了信息经济学门槛的高度；另一方面这个门槛还是比中级微观经济学本身要高。这是需要预先跟读者讲清楚的。但是，只要你准备认真学习信息经济学的基本理论和方法，特别是准备在学术的意义上把握信息经济学，你就要努力跨过这个门槛。

这本书的初稿是欧瑞秋完成的，我也从中学到许多东西。我是欧瑞秋的老师，可以说是他进入信息经济学的引路人。但是现在，他沿着我强调的几何路线，已经走在我的前面。这是让人非常高兴的事情。

最后说明，图解经济学丛书计划原来包括《图解微观经济学》、《图解宏观经济学》、《图解信息经济学》和《图解经济博弈论》，现在前面三本已经在中国人民大学出版社出版，至于《图解经济博弈论》，是为经济学专业的教师和学生、以及非经济学专业读者而写，难度要大于目前市面上已出版的有关博弈论读本。要完成大体说得上能够反映博弈论全貌的《图解经济博弈论》，恐怕还需要相当长的时间。

我的电子信箱是 Lnswwk@mail.sysu.edu.cn，欧瑞秋的电子信箱是 ou-qiu100@gmail.com，敬祈读者和专家继续帮助和批评。

王则柯

识于丁亥年

目 录

第1章 引论	1
1.1 私有信息与信息不对称	1
1.2 道德风险与逆向选择	4
1.3 利益是交易的前提	8
1.4 期望效用理论	17
1.5 博弈论基础知识简介	22
1.6 经济学的基本问题与信息经济学	26
第2章 逆向选择的阿克洛夫模型	31
2.1 商品质量的不确定性与二手车市场	32
2.2 一个简单的分析模型	35
2.3 阿克洛夫模型的进一步分析	45
2.4 评价分布图与逆向选择的另一种演示	48
2.5 关于阿克洛夫模型的讨论	50
第3章 阿克洛夫模型简单拓展	57
3.1 买卖双方的质量评价差异与逆向选择	58
3.2 二手车质量分布与逆向选择	64
3.3 阿克洛夫模型的一个综合拓展	69
3.4 逆向选择的可能解决途径	72
第4章 逆向选择的威尔逊模型	78
4.1 威尔逊模型的初步分析	79

4.2 威尔逊模型的均衡分析	82
4.3 逆向选择其他研究的简单介绍	92

第5章 保险市场的 R-S 模型

99

5.1 R-S 模型的基本假设	100
5.2 R-S 模型的均衡分析	110
5.3 几个专题讨论	115

第6章 R-S 模型的进一步应用

122

6.1 垄断的保险市场	123
6.2 政府限制保险费率	125
6.3 保险市场的道德风险	128
6.4 关于 R-S 模型的进一步讨论	132

第7章 信号示意的斯彭思模型

138

7.1 教育的信号功能	140
7.2 斯彭思模型	142
7.3 一个数字化例子	145
7.4 均衡的比较和精炼	152
7.5 关于斯彭思模型的简单讨论	155

第8章 斯彭思模型拓展与信号甄别模型

158

8.1 一个新的数字化例子	158
8.2 斯彭思模型的一个拓展	160
8.3 劳动力市场的信号甄别	166
8.4 信号传递的其他研究	171

第9章 道德风险的委托—代理模型

181

9.1 “股东—经理”关系和“委托—代理”框架	182
9.2 完全信息的“委托—代理”模型	184
9.3 信息不对称的“委托—代理”模型	187
9.4 “委托—代理”问题的进一步探讨	192

第 10 章 拍卖	201
10.1 拍卖和招标	202
10.2 四种主要的拍卖方式	204
10.3 独立私有价值拍卖	208
10.4 卖主角度：期望收益等价原理	216
10.5 进一步的讨论	218
主要参考文献	229
索引	232

第1章

引 论

本章是全书的热身，主要介绍信息经济学的一些基本的概念、思想和预备知识，为后面的叙述做好铺垫。不过，对于微观经济学的许多概念、知识以及各种相关图形，大家已经熟悉，我们将直接使用，基本上不再进行讲解，顶多只作简单说明。读者如果对这些内容不了解，可以阅读我们编写的《图解微观经济学》或其他有关教材和读物。

本章具体安排如下：1.1节阐释私有信息和信息不对称这两个重要的信息经济学概念。1.2节初步讲述由信息不对称引发的两种常见的经济现象——逆向选择和道德风险。1.3节专门解说利益是交易的前提。乍看起来，这一节似乎游离于全章之外，但是我们感到，如果不把微观经济学的这个专题说清楚，信息经济学的一些重要内容就无法展开，而多数微观经济学著作却对这个问题阐发不足。1.4节介绍期望效用理论。在信息不对称的条件下，我们主要使用期望效用来刻画人们对满意程度的预期。1.5节介绍博弈论的必要知识。事实上，博弈论的思想贯穿信息经济学讨论的始终，博弈论方法是信息经济学的重要工具。在最后一节，我们简单介绍两种基本的经济体制，并且大致交代本书后续章节的内容安排。

1.1 私有信息与信息不对称

所谓信息（information），归根结底是关于某些指定事实的一些消息。根

据人们对所论信息的了解情况的不同，我们将信息分成公共信息和私有信息两类。如果一则信息为大家所共知，或者为所有有关的人所共知，这则信息就叫做**公共信息**（common information）；相反，如果一则信息只有一些人知道，而其他的人不知道，那么相对而言，这则信息就叫做前者的**私有信息**（private information）。举例来说，如果我知道一些你不知道的东西，那么我之所知就是我“私自拥有”的私有信息。

一则信息要成为私有信息，基本前提是它本身具有隐蔽性。具体来说，私有信息一般只能被熟悉相关事实的人获取，而那些不熟悉相关事实的人则无法获取，或者很难获取。比如你驾驶自己的小轿车已经有一段时间，那么关于这辆小轿车是否省油、是否适合长途行驶等信息，往往是你的私有信息，其他人一时之间很难了解这些信息。相反，有关这辆小轿车的大小和颜色等信息，没有隐蔽性，一眼就可以看出来，因而不大可能成为你的私有信息。所以，我们又常常将私有信息称为**隐蔽信息**（hidden information）。对于不了解情况的人来说，别人的私有信息是他难以观察的信息，是隐藏起来的信息。

现代市场经济是法治条件下的契约经济，经济活动常常采取达成合同关系的形式进行。这里所说的**合同**（contract），泛指合同双方达成的关于经济活动具体如何进行以及双方相关责任与收益的协议（agreement），不仅包括法律约束力很强的正式协议（formal agreement），也包括法律约束力较弱的非正式协议（informal agreement）或隐含协议（implicit agreement）。合同的具体形式可以是书面的，也可以是口头的，甚至采用只是双方默契的形式。以你去商店买一样商品这样简单的经济活动为例，你与商店实际上已经成立了这样的合同：你按照商店确定的价格或者你与商店商定的价格付钱给商店，商店按照确定的规格和质量向你提供所需要的商品。虽然这个合同只是口头的合同，甚至是未曾明显意识的合同，但是合同关系已经成立，而且理应受到法律的保护。一句话，我们讨论的是法治条件下的契约经济，所有的合同都依法成立，受法律保护。

我们关心的私有信息，主要是与合同双方的利益相关的那些信息。如图1-1所示，依据相关事实发生在合同订立之前和之后，私有信息可以分成两类：一类是关于订立合同时的既存事实和历史的私有信息，体现某人某事的特点或特征，称为**隐蔽特征**（hidden character）；另一类指订立合同后发生的事实的隐蔽信息，主要是别人难以观察到的行为或活动，称为**隐蔽行为**（hidden action）。隐蔽特征和隐蔽行为没有绝对的界限，随着时间的转移，隐蔽行为可以变成隐蔽特征。举例来说，如果一个业主无法观察员工的工作情况，那么签订劳动合同时，员工将来在合同期间的工作活动就是员工的隐蔽行为，等到劳动合同结束之后，相关的信息便成了员工的隐蔽特征。我们区分隐蔽特征和隐蔽行为，主要是因为它们会引起不同的经济现象。不过，为了行文

的简便,我们有时会笼统地把二者都概括为私有信息。这个时候,读者一般容易从上下文判断当时所谈的是隐蔽特征还是隐蔽行为。另外注意,为了照顾读者的语言习惯,有时候会把隐蔽特征叫做隐蔽信息。

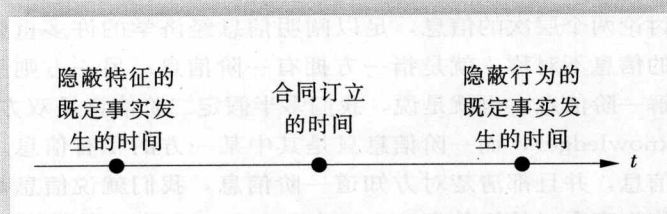


图 1—1 隐蔽特征与隐蔽行为的区别

私有信息的存在导致了信息(的)不对称(information asymmetry):合同的一方了解的情况比另一方要多。像天平称东西一样,把你掌握的关于某个事物的信息放在天平的一边,把对方掌握的关于同一事物的信息放在天平的另一边,一边“轻”一边“重”,就是所谓的信息不对称。

为了更加明确信息不对称的概念,我们谈谈所谓的一阶信息和二阶信息。如果一种信息是由另一种比较原始的信息综合起来得到的,就叫做二阶信息(second-order information),作为基础的那些比较原始的信息,称为一阶信息(first-order information)。因此你可以说二阶信息是由一阶信息统计得来的信息。像楼梯那样,“二阶”建筑在“一阶”之上。

一阶信息和二阶信息是相对而言的。在 2004 年雅典奥运会上,中国代表团一共获得 63 枚奖牌,包括 32 枚金牌、17 枚银牌和 14 枚铜牌,其中金牌有:刘翔的 110 米栏金牌、郭晶晶的 3 米板跳水金牌、中国女子排球队的女子排球金牌……这时候,我们可以将 32 枚金牌、17 枚银牌和 14 枚铜牌视为一阶信息,将 63 枚奖牌视为二阶信息,也可以把刘翔的 110 米栏金牌、郭晶晶的 3 米跳板金牌、中国女子排球队的女子排球金牌和其他项目的金牌看作一阶信息,把 32 枚金牌看作二阶信息。

照这么说,似乎可以有一阶信息(刘翔等人和女子排球队等队伍夺得金牌等)、二阶信息(中国代表团获得 32 枚金牌等)、三阶信息(中国代表团获得 63 枚奖牌),甚至四阶信息、五阶信息,等等。其实不然。经济学一般只讨论两个层次的信息,所以我们就讲到二阶信息为止。没有必要展开那么多层次,因为层次太多可能带来的概念上的麻烦,比我们可以得到的好处还多。

重要的是明确,从原理上说,二阶信息是一阶信息统计和提炼的结果:如果一阶信息清楚,二阶信息就一定清楚。反过来,二阶信息清楚了,一阶信息不一定清楚。事实上,我们常常遇到二阶信息清楚,而一阶信息不清

楚的情况。比如有些人知道中国代表队在 2004 年雅典奥运会上获得 32 枚金牌,但具体到哪些运动员和队伍在哪些项目上获得金牌,就不一定十分清楚了。

以后分析具体的信息不对称问题时,我们将限于讨论两个层次的信息。讨论两个层次的信息,足以阐明信息经济学的许多重要原理和规律。这时候的信息不对称,就是指一方拥有一阶信息;另一方则只拥有二阶信息,不了解一阶信息。也就是说,我们多半假定二阶信息是双方的公共知识 (common knowledge),而一阶信息只是其中某一方的私有信息。如果双方都知道一阶信息,并且都清楚对方知道一阶信息,我们就说信息都是完全的,这种情况称为**完全 (的) 信息** (complete information) 的情况。如果至少有一方只知道二阶信息而不知道一阶信息,我们就说信息是不完全的,这种情况称为**不完全 (的) 信息** (incomplete information) 的情况。但是为了后面行文的方便,我们现在约定,以后谈到不完全信息都专指双方都只知道二阶信息而不知道一阶信息的情况。信息不对称指一方拥有完全信息;另一方拥有不完全信息,即双方拥有**不对称 (的) 信息** (asymmetric information)。双方拥有完全信息和双方拥有不完全信息的情况,都可以称为**信息对称** (information symmetry),因为双方拥有相同的信息或对称 (的) 信息 (symmetric information)。合同双方对相关信息的掌握情况,常常称为相关经济问题的**信息结构** (information structure)。按照我们的约定,不完全信息专指双方都只知道二阶信息而不知道一阶信息的情况,所以信息结构主要存在三种情况:信息不对称、完全信息和不完全信息。

在许多情况下,我们不必明确提及“一阶信息”和“二阶信息”这两个术语,但是读者容易从上下文判断哪些信息属于原始的一阶信息,哪些信息属于由原始信息综合得到的二阶信息。

1.2 道德风险与逆向选择

术语“**逆向选择** (adverse selection)”和“**道德风险** (moral hazard)”首先出现在研究保险市场的文献中,它们描述保险市场中的两种特定的经济现象。

设想一群人想买医疗保险或者人寿保险。其中一些人具有与生俱来的高风险,他们或者很容易得病,或者有家族病史,或者天生喜欢以比较危险的生活方式生活;而另外一些人则具有与生俱来的低风险,他们很少得病,家族寿命也比较长,而且很注意有规律的生活。在竞争性市场的条件下,如果保险公司知道投保人的风险信息,就会对高风险的投保人实行较高的保险费

率,对低风险的投保人实行较低的保险费率。然而,投保人的风险信息常常是他自己的私有信息,保险公司很难获取。于是,高风险的投保人便可以利用自己的信息优势说谎,声称自己也是低风险的投保人,然后与低风险的投保人以同样的保险费率交纳保费。从道理上说,保险公司应该按照平均得病率或平均寿命来计算并确定保险费率。可是这样一来,低风险的投保人很可能会觉得保费过高而退出保险,剩下高风险的投保人留在在保险市场上。

这就是保险市场的逆向选择现象:由于是否具有高风险是当事人的私有信息,高风险的投保人就可能利用信息优势说谎,结果导致低风险的投保人退出市场。平常我们说的“选择”,是随着选择过程的进行,剩下来的人越来越少,同时也越来越好,越来越强,都是往好的方面选,而逆向选择恰恰相反,随着这种选择过程的进行,剩下来的人越来越少,但却越来越差,是往不好的方面“选”。本来,在完全信息的条件下,如果保险费率相同,保险公司会首先选择向低风险的投保人提供保险。但现在由于信息不对称,人们可以隐蔽其“坏”的特征,保险公司通过市场这么逆向选择“选择”出来的投保人,却是比较“不好”的高风险的投保人。

保险市场中的道德风险现象,则描述这样的情况:一旦人们办理保险,就会降低防范相关风险事故的努力程度,从而增加了保险公司赔付的风险。比如一个人购买了家庭财产保险,将不再像以前那样仔细地看管家中的财物。因为如果屋子失窃了或者着火了,他将获得保险公司的赔偿。作为极端的例子,有人甚至自己故意制造火灾来骗取保费。投保人之所以会这样做,是因为他们预料保险公司观察不到他们的相关行为。

一般来说,保险合同会规定或者至少隐含规定,投保人具有防范相关风险事故的责任和义务。但是,有时投保人为了自己方便或者为了骗取保费,没有承担自己的责任和履行自己的义务,从而导致保险公司蒙受额外的损失。这样的行为被认为是不道德的,因而我们说保险公司要面临道德风险,也把这种经济现象称为道德风险。

如上所述,保险行业引发逆向选择和道德风险的直接原因,主要是投保人对保险公司进行欺骗。高风险的投保人在自己的风险信息上撒谎,结果引发了逆向选择。投保人不遵守合同中的承诺,对于自己将来的行为撒谎,结果引发了道德风险。

说到欺骗,人们通常都很讨厌。的确,“欺骗”是个贬义词。不过因为经济学不直接讨论伦理道德问题,所以我们建议读者在这些话题的前面,尽可能避免先入为主的道德谴责。有道是“兵不厌诈”,这个“诈”字也是欺骗。同样,基于“诈”字的“空城计”和“声东击西”,你说是褒还是贬?况且,如果把善意的谎言和欺骗也算进来的话,可以说世界上绝大多数人,都曾经有过说谎或欺骗的行为。

建议避免先入为主的道德谴责，不等于不关心道德问题。大家知道，经济学论题依“是不是”的讨论和“该不该”的讨论，分为**实证经济学**（positive economics）问题和**规范经济学**（normative economics）问题。经济学通常是在把“是不是”的实证经济学问题分析清楚以后，才讨论“该不该”的规范经济学问题。比起随后的规范讨论，前面的实证分析更加要紧，因为它能够揭示经济运行的规律。

所以，我们更加关心这样的问题：什么因素导致欺骗行为发生？答案是：信息不对称和利益驱动。信息不对称，是欺骗得逞的基本前提。如果保险公司事先知道投保人的风险信息，高风险的投保人就无法说谎。同样，如果保险公司能够观察到投保人的相关行为，就可以监督投保人履行合同。但是，如果投保人违反合同的行为在法律上是不可证实的（unverifiable），那么即使能够观察到投保人的相关行为，投保人仍然有可能不遵守合同。因为按照“无罪推定”中的“疑罪无从”原则，投保人可以“逍遥法外”，不受惩罚。这时候的信息不对称，是指仲裁方不了解当事人的情况，无法裁断当事人的行为。类似地，如果经理无法观察员工的工作活动，员工们就可能偷懒少干活。

不过，信息不对称不一定会引发欺骗行为。只有存在获利的可能性时，人们才有进行欺骗的动机。比如你昨天喝了几杯水是你的私有信息，但是你一般不会刻意在这样的事情上撒谎，因为你不能从中获得什么好处。相反，如果某君喝了一点儿酒，酒后驾驶闯了祸被警察抓住，这时候是否能够隐藏他喝过酒的事实，对他的利益关系很大，他就可能隐瞒开车前喝过酒的事实。所以警察要使用测酒器。在这个例子中，我们特别强调喝了“一点儿”酒，这“一点儿”的分量，界定在既违规又不容易“视诊”出来的程度。如果那“一点儿”本身并不违规，他就没有必要说谎。如果不是喝了“一点儿”而是喝得醉醺醺，同样也没有必要撒谎，因为撒谎也没有用。如果喝得醉醺醺，那么就是否喝酒这个具体问题来说，这时候已经不存在信息不对称。

总而言之，在信息不对称的条件下，如果有利益的驱动，拥有信息优势的一方就很可能利用信息优势进行欺骗。

理性主体人在交易活动中为了自己的利益的最大化而进行欺骗，用经济学的术语说就是一种**机会主义**（opportunism）的行为。按照是在合同订立前说谎还是在合同订立后不遵守合同的界线，机会主义可以划分为**合同前（的）机会主义**（pre-contractual opportunism）和**合同后（的）机会主义**（post-contractual opportunism）。合同前机会主义是利用隐蔽信息进行欺骗，提供虚假的信息，用俗话说就是说谎（lying）；合同后机会主义是利用隐蔽行为进行欺骗，不遵守承诺（commitment），用俗话说就是欺诈（cheating）。

回到本节的主题，起源于保险市场的术语“逆向选择”和“道德风险”，

现在泛指两种具有具体特征的经济现象。逆向选择指这样的经济现象：在交易活动中，拥有信息优势的一方为最大化自身的利益而说谎，结果导致“不好”的交易商品将“好”的交易商品“驱逐”出市场。举例来说，在二手商品市场上，商品的质量状况是卖者的私有信息，所以所有的商品只好都以相同的“平均”水平价格出售，结果导致质量较好的商品退出市场。在劳动力市场上，工作能力是求职者的私人信息，由于不掌握求职者能力的一阶信息，企业只能付给所有工人相同的“平均”水平工资，最终导致工作能力较强的求职者退出市场。

道德风险则指在存在隐蔽行为的情况下，合同中拥有信息优势的一方为追求自身的利益，不遵守合同中的承诺，欺诈合同的另一方，致使后者蒙受损失。例如现代公司管理中的“委托—代理”（principal-agent）问题：股东委托经理管理公司，但股东很难观察到经理的行为，于是经理追求的往往不是合同规定的股东利益最大化，而是他自己的利益最大化。这里，股东是**委托人**（principal），经理是**代理人**（agent）。

有时候，同一个市场还会同时出现逆向选择和道德风险两种现象。比如在保险市场上，保险公司常常要同时面临投保前的逆向选择问题和投保后的道德风险问题。又比如在经理市场上，股东同样面临签约前的逆向选择问题和签约后的道德风险问题。

概念上非常清楚，逆向选择是由合同前机会主义引起的，道德风险是由合同后机会主义引起的。

逆向选择和道德风险的经济模型通常假设人们不会永远受骗。意思是如果有人老是欺骗你，他可以骗你一次、两次，但最终你会明白和他的交往是不可信的。这个假设实际是古语“可愚人一时，不可愚人一世”的现代经济学版本。

在逆向选择的经济模型中，这个假设是**理性预期**（rational expectation）的另一种说法。尽管在个别具体的情况下，人们的判断会出错，但就大量事件统计的社会平均情况而言，人们总是能够做出比较准确的判断。基于这样的假设，在人群中存在骗子这一事实的后果，是最终降低了人们的社会交往中信息的真实性方面的质量，使得人们不敢轻易相信别人。所以，谎言的最后结果，并不是能够系统地一直愚弄他人，而是减弱了或破坏了传递私有信息的社会机制的有效性，使人们不敢互相信任。试想，明明是好东西拿出来卖，但是因为你说了它好，反而引起别人怀疑，交易没有做成；明明是看到他的电器或设备有隐患想帮他修好，但是因为你显得热心，同样引起别人怀疑，本来是互利的交易也没有做成。这样的情况不是很多吗？最终，无论是掌握信息的一方，还是缺乏信息的一方，都因为信息沟通的成本剧增而遭受损失。归根结底，谎言使整个社会遭受损失。

类似的分析适用于道德风险的经济模型。你可能永远也不会发现自己在某个具体的时候和场景中受过骗，但经验、惯常的观察和常识将告诉你，欺骗在什么时候可能会发生。结果，我们必须假设人们意识到了危险的存在，并且具有警惕其他人会为了他们自己的利益而欺骗的自我防卫意识。例如到自由市场上去买东西，或者请人给你即将入住的新居装修时，也许你并不需要观察到实际的欺骗行为，但是只要你明白其他人如果欺骗得逞就会得到好处，你就会意识到要警惕这些人弄虚作假。于是，人们便倾向于寻找办法保护自己，尽可能地减少受骗的可能性。这样做的结果只能是交易各方都会因此而受损失。

总的来说，谎言和欺骗的最后结果，都是破坏互利的交易，导致市场萎缩甚至瓦解。

1.3 利益是交易的前提

大家知道，交易是互利的行为。对你有好处，对他也有好处，交易就做成了。本来，交易利益是交易的前提，可是对于这一点，人们有时候并不那么清醒。

何以见得？这只要看老太太买东西常常唠叨“又吃了亏”就知道了。

买东西是自愿的行为。如果你觉得吃亏，不买就是了。一方面唠叨吃亏；另一方面却还是要买，那不是口是心非是什么？没有人强迫你买呀。真的觉得吃亏，不掏钱就是了，为什么自愿掏钱买亏吃？

不过，我们也不要过多责备老太太，更不要讥笑老太太。如果说老太太口是心非，那是不自觉的口是心非，因为她不明白。虽然她并不吃亏，但是她真的觉得自己吃亏。她的感觉是失真的，但是她的话语却是她的感觉的忠实反映。值得注意的是，饱受经济学教育的学子和学者，也会犯老太太这样的糊涂。事实上，虽然我们的经济学教育也孤立地讲了交易利益，但是在融会贯通方面做得很差，以至于常常自觉或者不自觉否定了这样一个重要的事实：交易利益是交易的前提。

因为交易是自愿的，我们可以建立下面这样的命题：

命题 在交易的当时，交易各方都不会真的吃亏。

证明 若不然，只要有一方真的吃亏，他就没有道理参与和实施这笔交易。

这是很简单的反证法的证明。

既然交易一定是互利的，为什么却有那么多人感觉因为交易而吃亏了呢？这可能是两个因素在作怪：一是人们混淆了事实需求和心理期望；二是人们