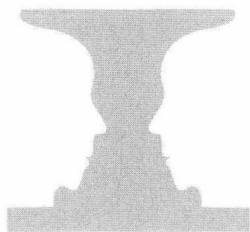


荣誉、地位的最优分配

组织中的非物质激励

姚东旻 / 著

本书受中央财经大学基本科研业务费专项资金资助，
教育部人文社会科学研究项目
“以多学科交叉为特征的财政科学建设路径研究”的子项目资助



荣誉、地位的最优分配

组织中的非物质激励

姚东旻 / 著

中国人民大学出版社
· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

荣誉、地位的最优分配：组织中的非物质激励/姚东旻著. —北京：中国人民大学出版社，2015.6

ISBN 978-7-300-21240-1

I. ①荣… II. ①姚… III. ①组织经济学 IV. ①C936

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 097934 号

荣誉、地位的最优分配

——组织中的非物质激励

Rongyu, Diwei de Zuiyou Fenpei

姚东旻 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)

010-62511770 (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 北京易丰印捷科技股份有限公司

规 格 148 mm×210 mm 32 开本

版 次 2015 年 6 月第 1 版

印 张 6.75 插页 1

印 次 2015 年 6 月第 1 次印刷

字 数 165 000

定 价 36.00 元

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换



序 言

借用 Bruno S. Frey (2008) 的话说，如果一个外星人看到人类在地球上的社会生活，一定会震惊于数量庞大的各种排名、奖章和荣誉称号。现实中，很少有哪个组织是仅仅依靠物质刺激来融合组织成员、实现组织目标的，更为普遍的是，荣誉、地位、排序等非物质激励与货币刺激（薪酬、奖金）一起相互匹配，混合使用。这样，自然引出一个理论问题：作为一种激励手段，荣誉、地位等非物质象征物如何融入主流的组织经济学框架，如何寻求荣誉奖励的最优配置方案？

本书在一个异质性多代理人的委托代理框架下，引入参与人的荣誉比较与认知偏差这两个行为因素，期望对这一问题进行模型化的解答。作为理论模型的案例与旁证，文章大量参考了我国古代勋



爵制度的历史学文献，以及当前欧美国家功勋荣誉制度的典型事实，试图借助模型的抽象力对多样化的荣誉授奖程序和规则作出解释。在技术上，除了假设—演绎的证明之外，本书采用了数值模拟的方式使得部分命题具有可视化效果。本书分为五个章节，各章的主要内容安排如下：

第1章，引言。我们普遍考察现实世界中组织激励的手段和方式，确认了荣誉奖励的确作为物质刺激的重要补充，广泛且持久地存在，并且在文献路径中，提出了本书研究的理论定位与可行方案。

第2章，锦标赛理论的反思与模型的文献基础。在这一章，我们重点对组织经济学中的热点理论——锦标赛理论进行了全面分析。我们指出，荣誉、地位、排名等非物质奖励的特质，将进一步放大、强化锦标赛理论本身的局限，因而我们必须超越主流理论，对组织中的荣誉激励提出新的模型解释，同时基于多学科的研究成果，为我们的模型设定提供文献基础。

第3章，基准模型。在完全信息一期框架下，我们引入了具有荣誉效应、认知偏差的异质性个体，在多代理人框架下，基于最优合约设计的视角研究了委托人如何在荣誉奖励和薪酬激励两个维度上作出最佳的组织运作决策。

第4章，静态非对称信息下的扩展。在完全信息被扩展为不完全信息，异质代理人的特征信息被“私人化”，从而使得委托人无法对代理人进行准确辨识的情形下，基于完全信息的“个性化合约设计”就不再有效，因此，我们引入了代理人之间的静态纳什博弈来刻画此时委托人的最佳合约安排。

第5章，模型的总结及其现实意义。本章总结了模型发现，并提出了理论的现实意义和可能的发展方向。

本书的主要研究结论可以概括为以下三个方面：



第一，面对具有荣誉比较效应与认知偏差的代理人，若委托人希望以荣誉和薪酬混合的方式，激励所有代理人都努力工作，则势必破坏直觉意义上的“公平”。在特定的经济环境中，代理人为了获得更高的荣誉，一定会力图扭曲委托人的荣誉授予，因而荣誉奖励对象或内涵品质的多元化，对于组织激励和组织公平来说至关重要。

第二，最优荣誉奖励的合约安排是状态依赖的，针对不同的状态实现，荣誉分配规则都有其特殊含义，并且高度依赖于代理人的参数特征。并不存在一个我们在标准模型中常见的“多产多得”或者标准锦标赛模型中“胜者通吃”的单一教条，这一特征体现了荣誉奖励合约的复杂性、多样性。

第三，在我们所设定的经济环境中，当信息不完全时，通常被认为低效的固定合约，却可以通过高低混合的荣誉薪酬组合的方式激发全部代理人都努力工作，从而使得最大的激励效能以纳什均衡的形式稳定出现。

文章的贡献或者理论创新主要体现在以下三个方面：

第一，从研究视角来看，本书系统考虑了组织中的非物质激励，并提出了荣誉奖励等精神象征物与薪酬刺激相结合的最优合约设计方案。荣誉、地位、排名是组织中普遍使用的激励手段，本书的研究使得这些手段能够进一步融入组织经济学的规范话语中。

第二，在模型构建上，本书引入了异质化的多代理人委托代理框架，并且考虑了代理人的行为因素——具有荣誉比较和认知偏差。这样的设定符合当前行为经济学的一个前沿方向——行为激励理论的内核，在理论上具有一定的独创性，并且能够较好地捕捉荣誉奖励在组织中的核心特征与功能。

第三，在文献分析方面，来自跨学科的实证证据为构建模型的基本假设奠定了基础，同时来自历史学研究的案例材料为本书的命题结论提供了丰富的旁证。



目 录

第 1 章	引言	1
	1.1 选题的现实背景和问题的形成	1
	1.2 在现存文献中的定位与进路	9
	1.3 本书的结构与思路.....	14
第 2 章	锦标赛理论的反思与模型的文献基础	16
	2.1 锦标赛理论的适用性与局限性.....	16
	2.1.1 锦标赛理论的主要假设、基本模型及重要扩展	20
	2.1.2 锦标赛理论的局限性及相关批评	21
	2.1.3 荣誉与地位研究对锦标赛理论的重要拓展	26



2.2	本书模型的理论基础——基于	
	多学科文献分析.....	40
2.2.1	模型的生物学理论基础	40
2.2.2	模型的社会心理学理论基础	41
2.2.3	模型的实验经济学基础	47
2.2.4	文献研究的总结	52
第3章	基准模型	54
3.1	模型基本假设.....	54
3.2	基准模型的情景设定.....	60
3.3	均衡状态.....	63
3.3.1	求解步骤	63
3.3.2	参与人的主观概率分布	65
3.3.3	情形1（全部代理人都努力工作） 下的最优合约设计	71
3.3.4	情形2（代理人1努力工作， 代理人2不努力工作）下的最优 合约设计.....	120
3.3.5	情形3与情形4下的最优合约 设计	124
3.3.6	基准模型中最优合约的比较静态 分析.....	129
第4章	静态非对称信息下的扩展.....	138
4.1	扩展模型的时序和博弈结构	139
4.2	非对称信息下异质性代理人的信念与 支付	143
4.2.1	代理人对状态空间的主观概率 分布	143



	4.2.2 代理人基于状态空间的期望 支付.....	148
	4.3 博弈的纳什均衡	158
第 5 章	模型的总结及其现实意义.....	173
	5.1 对理论模型的回顾	173
	5.2 本书的现实意义	176
参考文献		178
致谢		203



图表目录

图目录

图 3—1	完全信息一期博弈时序图	62
图 3—2	命题 3.3 对于层级组织中腐败必然 出现的一个解释	101
图 3—3	(a_1, a_2) 的分布及其参数限制 ...	107
图 3—4	中国爵位与官位示意图	116
图 3—5	$contract_{p_2}^1$ 下委托人的最大期望效用与代理 人的信念偏误关系的 3D 示意图	132
图 3—6	$contract_{p_2}^1$ 下委托人的最大期望效用与代 理人 a_1 和 a_2 的关系示意图	137
图 4—1	非对称信息下的博弈时序图	142
图 4—2	非对称信息下委托人的思维逻辑 ...	161

表目录

表 1—1	每个国家单位个人所获得的平均
-------	----------------

奖励数量	5
表 2—1 将组织薪酬锦标赛类比为体育赛事的局限性	23
表 2—2 将地位仅作为手段的研究文献小结	28
表 3—1 委托人的主观概率分布	66
表 3—2 代理人 1 认知偏差的概率分布	69
表 3—3 代理人 2 认知偏差的概率分布	69
表 3—4 代理人 1 对代理人 2 的荣誉奖励的猜测	74
表 3—5 代理人 2 对代理人 1 的荣誉奖励的猜测	74
表 4—1 代理人 1 对状态空间的主观概率分布 $F_1(\omega_n e_1)$	146
表 4—2 代理人 2 对状态空间的主观概率分布 $F_2(\omega_n e_2)$	146
表 4—3 代理人 1 和 2 在静态博弈下的支付矩阵	158



第1章

引言

1.1 选题的现实背景和问题的形成

各种不同性质的组织构成了人类社会——诸如政府、企业、宗教、军队。作为组织，通过怎样的机制将能力不同、偏好各异的人结合起来，使其分工协作，共同完成某种特定目标，这是组织经济学讨论的核心问题。现在，这个问题已经有了一些初步的不完整的答案（Robert Gibbons, *The Handbook of Organizational Economics*, 2012）。在委托代理框架下，委托人基于自身目标，考虑一个物



质激励下的最优合约设计问题，从而在薪酬方案、信息传递、决策安排、权威设置等方面全面融合组织中的参与人，实现组织整体的功能。然而，这并不是故事的结局。目前主流的组织经济学文献，在参与人的效用来源方面，大都基本遵从古典主义的假设，认为物质（金钱）激励是最为基础、最为重要的来源，然而这样假设的一个自然后果是无法解释组织中的非物质激励（non-monetary incentives）现象。所谓非物质激励，简单来说，就是组织中的“上级”（委托人）基于某种规则对组织中的“下级”（代理人）授予荣誉、称号、排名、地位等“奖励”，这些“奖励”在被授予的同时，并不能“直接”带给获奖者物质利益（或者说，带来的物质利益可以忽略）。

当然，这样的结果并非是由于前人的无知，而是之前的研究者基于以下三方面的原因刻意为之：

第一，在组织经济学家的视野里，非物质激励这一现象在现实组织中是否广泛存在是一个疑问。如何确认非物质激励是组织共有的情形而非特例？在现实中，我们的确看到各种荣誉、称号、排名与地位，但这些在不同组织（企业、政府、军队与非营利组织）中是否都被普遍使用？具体形式是否有差异？更值得讨论的是，这些表面上看来并没有带给获奖者直接物质收益的荣誉、称号和精神奖励是否间接地为获奖者的未来带来了更高的期望物质收益？代理人正是基于此种职业生涯的考虑（career concern）才在当前表现出对于非物质激励的“追逐”。若果真如此，那么实质上起到激励作用的就并非是精神层面的荣誉，而是未来的物质利益，原有的假设依旧可以解决问题。

第二，非物质激励要起作用，必然涉及参与人效用函数的改变，然而涉及此问题，则必须要有实验或实证层面的心理学证据作为支持。这些基础证据当前是否具备？再者，即使我们具备了



心理学上的证据，引入这一概念能够起到何种作用？和当前主流文献中广泛采用的绩效工资形式的薪酬激励相比，非物质激励有何独特之处？能否解释更多问题？

前两个问题可以概括为：非物质激励现象是否存在？即使存在，是否的确不能被传统假设所解释？换句话说，在各种不同组织中，非物质激励是否是一个真问题。

第三，从文献发展来看，组织经济学属于近 30 年来繁荣发展的子领域，因此关键任务乃是沿用主流假设，采用学科优势的方法系统（主要是合约理论），讨论企业和组织的行为现象，力求使其解释富有学科特点，并与其他子领域有所差异。毕竟一个经济学子领域的关键之处应该在于其研究方法和研究领域，而不应在于其独特的假设（当然，行为经济学是个例外，其假设虽然不同，但方法和领域却与主流较接近）。在大量学者的努力下，虽然人事管理经济学（personnel economics）已经具备了 JEL 分类号 M5，但与传统劳动经济学子类 J2, J3, J4, J5 仍有很大重复。然而，组织经济学（organizational economics）目前仍未获得 JEL 分类号，从这一侧面我们也可以看到组织经济学在“沿用主流假设解决独特问题”方面还有很长的路要走。

回应以上三个问题，正是本书立论的基础。

用 Frey (2008) 的话说，如果一个外星人看到人类在地球上的社会生活，一定会震惊于数量庞大的各种排名、奖章和荣誉称号。荣誉奖励在各种不同的政体下广泛存在，无论是君主制还是共和制。

荣誉奖励与物质激励的性质和效用都不相同，这也使得单独对荣誉激励的研究变得有价值。长期以来，经济学家往往关注对物质福利的研究，而忽视了荣誉奖励。其原因包括：

(1) 荣誉奖励没有物质激励的效率，因为荣誉奖励无法被替



代，从而无法被边际化计算利用。因此，荣誉奖励的使用在市场中被逐渐削减。

(2) 荣誉奖励可能是高积极性和成功表现带来的结果，而不是结果的驱动因素。尽管一些荣誉奖励授予单位将奖励授予名人是为了建立名人和它们之间的联系，大多数荣誉奖励还是为了起直接或间接的激励作用，直接激励比如激励获奖员工付出更多努力，间接激励比如为他人树立模范，影响并改变他们的行为。

(3) 荣誉奖励具有激励作用可能是因为它们能带来未来的物质回报及非物质回报。例如，Ginsburgh 和 van Ours (2003) 研究发现，获得世界最著名的钢琴或小提琴大赛的奖励会明显地提升艺术家后期的市场效应，带来物质回报。而 Huberman 等人 (2004) 指出，人们对高地位的追求并不受到金钱回报的影响，他们情愿用物质回报换取这种荣誉奖励。

(4) 经济学家会因为数据匮乏而避开对荣誉奖励的研究。到目前为止，对社会中各个领域各个行业（政府、艺术、文化、媒体、体育、宗教、学术、非营利性组织和营利性企业）还没有完整的荣誉奖励类型列表。尤其是对于私营机构中授予的各种荣誉奖励，并不如军队或政府记载的完善。因此，想从奖励供应方来研究和度量荣誉奖励的使用几乎是不可能的。

为了讨论荣誉奖励的广泛性，Frey 和 Neckermann (2009) 利用 International Who's Who (IWW) 的数据库资料^①，从 82 个国家中随机选取了每个国家 50 人的样本，来考察荣誉奖励在不同国家不同部门的使用频率，整理得到表 1—1。

^① 关于此数据库的更多介绍，可以参考链接：<http://www.taylorandfrancis.com/books/details/9781857435108/>。之所以选取其作为数据来源，关键在于该数据库要求参与者说明他们所获荣誉奖励的数量。



表 1—1 每个国家单位个人所获得的平均奖励数量

国内					
	全部奖励	国家奖励		企业奖励	
平均值	2.66	平均值	0.43	平均值	0.06
方差	1.96	方差	0.11	方差	0.01
每个类别最高的五个国家					
加拿大	6.82	波兰	1.78	加拿大	0.52
英国	6.78	法国	1.32	新加坡	0.46
波兰	6.16	突尼斯	1.05	美国	0.34
澳大利亚	5.66	埃及	1.02	沙特阿拉伯	0.27
塞内加尔	5.30	马来西亚	1.00	澳大利亚	0.26
每个类别最低的五个国家					
洪都拉斯	0.83	尼加拉瓜	0.05	特立尼达和多巴哥	0.00
孟加拉国	0.78	洪都拉斯	0.04	乌干达	0.00
乌干达	0.76	乌拉圭	0.04	乌克兰	0.00
坦桑尼亚	0.62	瑞士	0.02	乌拉圭	0.00
萨尔瓦多	0.30	萨尔瓦多	0.00	委内瑞拉	0.00
另外七国					
美国	3.80	美国	0.22	美国	0.34
加拿大	6.82	加拿大	0.86	加拿大	0.52
英国	6.78	英国	0.78	英国	0.04
法国	3.60	法国	1.32	法国	0.04
德国	2.46	德国	0.48	德国	0.06
西班牙	4.20	西班牙	0.70	西班牙	0.06
意大利	1.96	意大利	0.22	意大利	0.04

资料来源: Own calculations using data constructed from the International Who's Who 2007 (Neil, 2006).

从表 1—1 中, Frey 和 Neckermann 得到了以下几点经验事实:

第一, 在人们的印象中, 精神层面的荣誉奖励总是与君主政体或集权制紧密相连 (例如女王时代的大英帝国、苏共时代的苏联)。但在今天, 数据显示情形并非如此。在任何政体, 荣誉性质的奖励都广泛存在, 标准的共和制国家, 如法国、美国、瑞士, 在荣誉奖励的使用上, 甚至进入了全部样本的前 10 名, 这说明了荣誉奖励的普遍适用性。



第二，在大众印象里，军队是一个较为特殊的组织，其中的个体，会涉及各种奖章、头衔、荣誉、地位，因此，是否荣誉奖励只是在这类要求高度服从与配合的组织中才成为普遍现象呢？然而，数据并不支持这样的论调。在有军人数据的 49 个国家中，军人获得的全部奖章只占有所有荣誉奖励的 11%，尽管存在个别国家，例如乌干达、巴拉圭、委内瑞拉会将全部荣誉的 $1/3 \sim 1/2$ 授予军事人员，但这种情形只是特例而非规律。

第三，和军队相对应的是学术群体。经济学家们可能认为，较平常人更为理性的学者也许对这样的非物质激励并不感兴趣，然而实际情况却大相径庭。学术界具有详尽且广泛的精神奖励体系。在所有样本中，大约 22% 的荣誉奖励给了学术界的个体。在瑞士、比利时、土耳其，这一比例甚至高达 60%。理性的学者对不带来实际收益的荣誉奖励并不“免疫”，反而是这类奖励的主要承载者。

第四，政府层面的荣誉奖励不胜枚举。^① 更为有趣的是，市场经济中的公司、企业也在广泛使用荣誉奖励作为薪酬激励的重要补充。从数据来看，全样本中平均每人从企业界获得 0.06 个精神奖励。这一数据很小，原因在于我们采用的数据库 International Who's Who 对工商业并不关注，因此数据并不完备。现有数据显示，在商业部门授予个人荣誉奖励前十名的国家既包括发达国家如美国、加拿大、新加坡，也包括发展中国家如土耳其、菲律宾。更为有趣的是，我国在商业领域授予的荣誉奖励在个人平均意义上高

^① See Frey (2008). 例如，在法国，荣誉军团勋章的作用很重要，每年颁发了 3 000 个这类勋章 (House of Commons, 2004)。在美国，总统和国会颁发奖章，同时，美国授予军人的紫金勋章以及铜星和银星勋章也越来越多 (Cowen, 2000, p. 93)。众所周知，在共产主义国家，例如苏联和民主德国，众多称号、奖章和头衔被授予，如苏联英雄或者社会主义劳动模范。