

## 旅游联盟收益分配的博弈分析

文/柳春锋

### 一、引言

当今世界，国际旅游联盟已蔚然成势。圣达特饭店集团、精品国际集团都采取特许经营联号组建联盟，美国的里奇菲尔得饭店管理公司采取管理合同管理着希尔顿、喜来登等大量饭店。

受此影响，中国的许多旅游企业纷纷组成饭店联合体、旅行社联合体、委托管理、旅游网站联盟等联盟形式。如黑龙江省9个旅游城市的9家知名饭店成立了“黑龙江旅游饭店联合体”，以加强彼此的合作，并开展联合促销活动；杭州22家旅行社于今年组成了浙江诚信旅游联合体，推出统一产品。

然而，旅游联盟的不稳定性已是有目共睹。联盟在预订、促销、产品开发，资源共享等方面进行着合作，而在收益分配时主要表现为竞争。虽然联盟在运作以前就应对收益分配达成共同认可的方案，但随着市场的开拓和形势的变化，额外的收益往往成为各成员争夺的焦点，这也是导致联盟解体的重要原因。

### 二、影响收益分配的因素

旅游联盟内部在进行收益分配时应当遵循互惠互利、风险补偿、多劳多得、民主决策、科学分配的原则。在收益分配过程中主要考虑如下因素：

(1)投入的硬资源。如设备设施、具有通用技能的员工、地理位置等，它们是较易估价的，或者说，它们有一个相对明确的评估标准和认可程度。例如，设备设施有市场价，具有通用技能的员工有行业普遍认可的薪酬水平，旅游企业的地理位置、星级档次也有普遍认可的行业平均价格。所以，这部分资产的价值评估就较为简单，可在协议中直接规定下来。

(2)投入的软资源。如品牌、商誉、具有特殊技能的员工、管理系统、企业文化等，它们难以估价，没有明确的评估标准，而恰恰就是这些投入资源增强了旅游联盟的实力。所以，联盟旅游企业应高度重视其价值评估，避免影响利益分配的公平性，削弱联盟的竞争力。软资源的价值评估一般都是在参考一些相似资源的市场价值后最终由联盟各方协商定价。

(3)承担的风险。风险与收益密不可分，风险越大，所获收益相应越多。

### 三、联盟收益分配的讨价还价模型分析

我们假设旅游联盟只有两个成员企业1和企业2，它们不断地“出价—还价”，直到一方的出价被另一方接受为止。设为贴现因子（可以理解为讨价还价的一种成本），总收益为1。我们用和分别表示企业1出价时企业1和企业2的份额，和分别表示企业2出价时企业1和企业2的份额。假定企业1和企业2的贴现因子分别为和。这样，如果博弈在时期结束，是企业的出价阶段，企业1的支付的贴现值是，企业2的支付的贴现值是。

假设此博弈过程无限期（），根据萨克德（Shaked）和沙腾（Sutton）的结论，从企业1出价的任何一个阶段开始的子博弈等价于从开始的整个博弈，我们可以应用有限阶段逆向归纳法的逻辑寻找子博弈精练均衡。假定在时期企业1出价，企业1能得到的最大份额时。因为对企业1而言，期的等价于的，企业2知道在期的任何的出价将被企业1接受，因此企业2出价，自得；因为对企业2而言，期的等价于期的，企业1知道期的任何出价将被企业2接受，因此企业1出价，留给企业2。因为从开始的博弈与从开始的博弈完全相同，企业1在能得到的最大份额一定与其在期得到的最大份额相同，因此我们有：，即。

现在假定企业1在期能得到的最小份额为。因为期的等价于的，企业2在期最多得到。因为期的等价于期的，企业1在期至少得到。因此我们有，即。

因此企业1能得到的最大份额与最小份额相同，均衡结果是唯一的：

，特别地，给定，当时，，即企业1得到所有收益；给定，当时，，即企业2得到所有收益。这可以说是“耐心优势”，有绝对耐心的企业总可以通过拖延时间使自己独吞所有收益。这个“耐心优势”一般情况下也是成立的：给定其它情况（如出价次序），越有耐心的人得到的份额越大。

这个博弈还有个“先动优势”：当时，，即企业1的份额总是多于企业2的份额。如果每一阶段的长度任意小，这个先动优势将消失。

### 四、结论

旅游联盟的收益分配应在考虑投入资源与承担风险的基础上，设法削弱“耐心优势”和“先动优势”。在“讨价还价”过程中，联盟可对成员企业的每一次拒绝征收一定的费用，以提高谈判成本，削弱“耐心优势”，使谈判尽早结束。另外，联盟应尽量缩短每一轮谈判的间隔，这可削弱

相关链接

论我国社会养老保险筹资模式存在的问题及对策  
我国农业保险三大主体间利益冲突的成因分析  
我国工厂化农业效益的制约因素分析  
利用第三方推动逆向物流的发展  
目前物流业的困惑和难题探析  
服装企业如何开拓国际市场  
旅游联盟收益分配的博弈分析  
建筑物区分所有权的生存空间  
整车物流中布局问题的区间规划

本网站为集团经济研究杂志社唯一网站，所刊登的集团经济研究各种新闻、信息和各种专题专栏资料，均为集团经济研究版权所有。

地址：北京市朝阳区关东店甲1号106室 邮编：100020 电话/传真：（010）65015547/ 65015546

制作单位：集团经济研究网络中心