

第8章 非对称信息与逆向选择

张维迎
北京大学光华管理学院

关于“禁乞令”的争论

- 实施“禁乞令”的城市：
 - 北京:2003年12月;
 - 苏州:2003年12月15日;
 - 南京:2004年3月1日;
 - 广州;
 - 长沙,成都: 劝戒市民不要向乞讨者施舍钱财;
- 争论:

真乞丐与假乞丐

- 乞丐的“职业化”;
- 南京市公安局:他们去年曾在此次公布的重点救助区域内,对流浪乞讨者做过登记。目前,该区域内共有乞丐1733人,只有85人表示愿意接受救助,只占不到5%,而愿意去救助站的更是少到只有13人。

非对称信息

- **Asymmetric information** 定义: 交易关系中一方知道而另一方不知道的信息, 如果卖者知道商品的质量, 而买者不知道; 职工知道自己的能
力, 经理不知道。
- 双方都不知道的不是非对称信息

分类

- 非对称信息可以分为**事前(ex ante)**非对称和**事后(ex post)**非对称。
- 事前非对称信息是指签约之前存在的非对称信息, 所以, 又称为**隐藏信息(hidden information)**, 如产品质量;
- 事后**非对称信息**指签约之后发生的非对称信息, 又称**隐藏行动(hidden action)**, 如工人的努力水平。

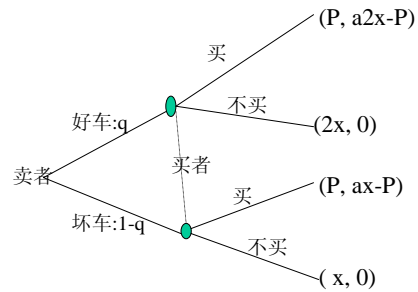
事前非对称信息举例

- 保险公司/投保人;
- 卖者/买者;
- 雇主/雇员;
- 债权人/债务人;
- 股东/经理人;
- 患者/大夫;
- 陌生人之间;

逆向选择

- 旧车市场：卖车人知道车的质量，买车人不知道，只知道平均质量，按照平均质量付价格。但此时，高质量车将退出市场，在市场上的车的平均质量将进一步下降，最后可能只有低质量的车进入交易。
- 保险市场：以癌症保险为例，投保人知道自己的身体状况，保险公司不知道，最后可能只有已经得癌症的人会愿意投保。
- 资本市场：高风险的企业更愿意申请贷款。银行实行的信贷配给与此有关。（问题：为什么银行可以拒绝贷款而商店不能拒绝销售？）

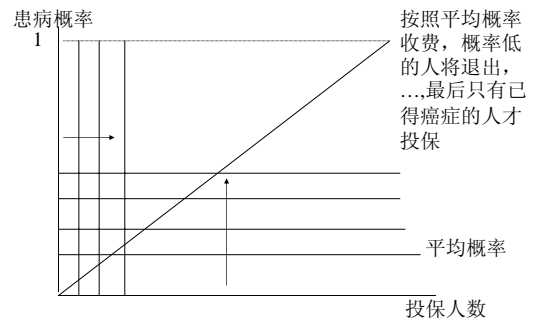
旧车市场



月饼事件

- 2001年9月5日，中央电视台等多家媒体报道了南京冠生园陈馅月饼事件，随后，全国月饼整体销售量下降了40%，各地带有“冠生园”名称的企业受到影响最大。上海冠生园10天内销售量下降了50%，在全国12个主要市场中退出了5个，估计损失在70—80%之间。9月20日，上海冠生园宣布要起诉南京冠生园。2002年春节之后，南京冠生园食品有限公司向南京市中级人民法院申请破产。显然，市场对月饼生产厂家实施了“连带性惩罚”，一些学者将这一事件称之为“品牌株连”。

保险市场



险种为什么如此少？

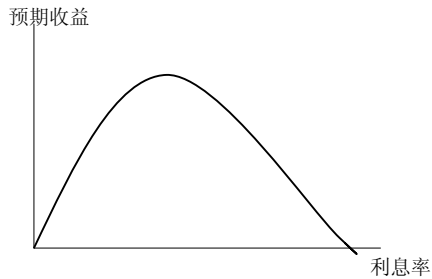
- 以自行车保险为例。

信贷市场

- 谁愿意支付高利息？

项目	投资额	成功	失败	预期收益
A($q=.5$)	100	130($\times 0.9$)	0($\times 0.1$)	117(17%)
B($1-q=.5$)	100	200($\times 0.5$)	0($\times 0.5$)	100(0%)

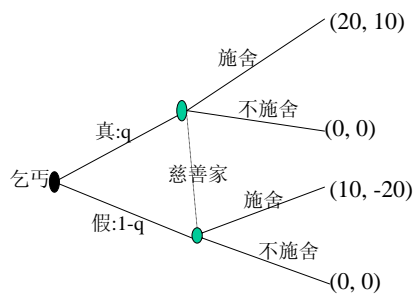
利息与银行预期收益



含义

- 并非好的投资项目就能融到资金;
- 信贷市场的“配给制”;
- 汽车贷款问题;
- 为什么中小企业贷款难?

有慈善之心,无慈善之举



河南人招谁惹谁了?

- 一个老鼠害了一锅粥;

学术界的逆向选择

- 知识创新与抄袭;
- 论文质量与数量;

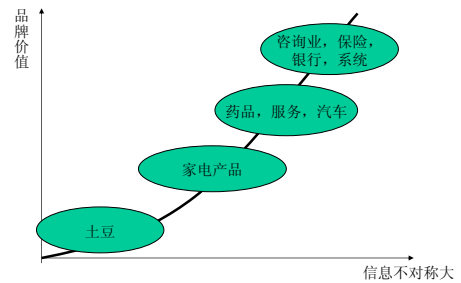
如何解决逆向选择问题

- 直接获取信息;如保险业的精算;
- 信号显示(signaling): 如卖车的承诺保修, 表明他的车质量好, 否则的话, 他不敢承诺; 接受教育的人向雇主显示自己的能力高;
- 信息甄别(screening): 如保险公司向投保人提供不同的合同选择, 投保人根据自己的特征选择合同; 厂商用非线性价格区别具有不同需求强度的消费者。

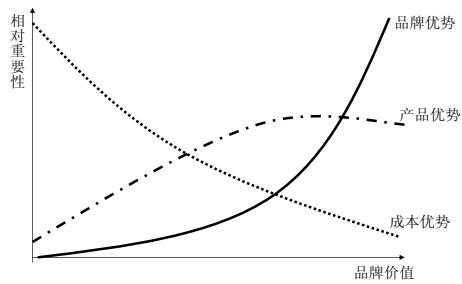
如何解决非对称信息?(2)

- 声誉机制：问题：为什么电视机有品牌而土豆没有品牌？)
- 品牌是让生产者说真话的机制，因为品牌意味着，欺骗将受到惩罚；个人的名声也是一种品牌。
- 政府规制(regulation)：市场准入;政府批准;认证机构;
 - 皇帝的新衣与性病医疗市场。

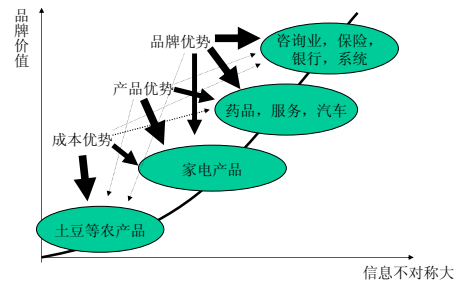
信息不对称与品牌价值



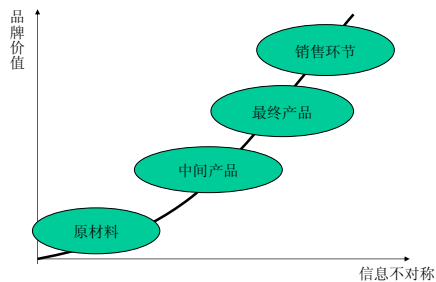
品牌价值与竞争优势的相对重要性



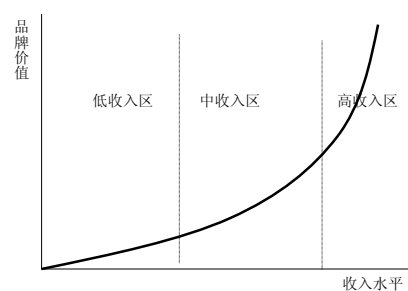
品牌价值与竞争优势的相对重要性 (续)



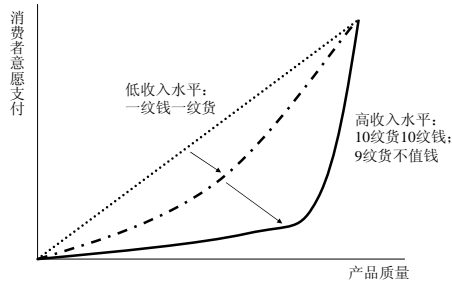
品牌价值与产业链



品牌价值与居民收入水平



产品质量与消费者意愿支付



计算机市场

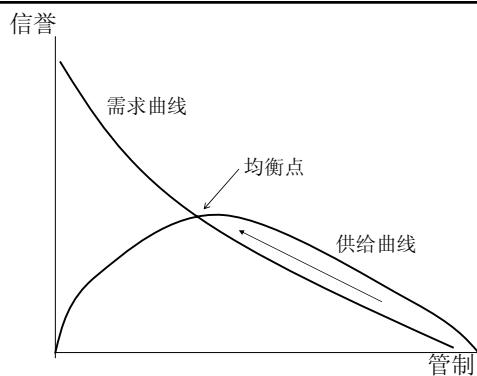
- 品牌机与组装机;

管制的失败（政府的失败）

- 原因：a/无知的政府
(asymmetric information)
- b/自私的官员---regulatory capture
- c/言而无信政府.

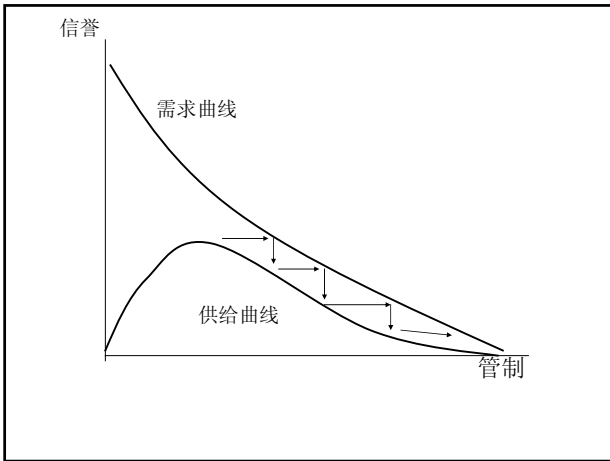
政府管制与信誉

- 政府管制与信誉的关系可以从需求和供给两个方面考察：
- 从需求方面看，企业越不讲信誉，政府管制就越多；
- 从供给方面看，最初的管制有助于信誉的建立，但当管制超过一个度之后，政府管制越多，企业越不讲信誉。



为什么？

- 更多的管制，更多的自由裁量权，更大的不确定性，未来更不可预测，更追求短期行为；
- 管制创造垄断租金；惩罚更不可信；信誉的价值降低；
- 管制引起腐败：贿赂政府官员比贿赂投资者和客户更合算。



以股票市场为例

- 净资产回报率的规定带来什么后果?

行业协会

- 解决非对称信息;
- 会计业;
- 律师业;
-