

# 第四讲 万元陷阱和智猪博弈

第八章 万元陷阱

第九章 智猪博弈



# 第八章 万元陷阱

## “万元陷阱”

现将 10000 元拍卖给大家，各位互相竞价，以 100 元为加价单位，直到没有人再加价为止。出价最高者以其所出价格获得该 10000 元钱，同时，出价第二高者将其所出价格的数量支付给我。

请问：您的竞拍策略？



## 沉没成本效应与路径依赖

这个游戏是耶鲁大学经济学家苏必克 (M. Shubik) 发明的，想拍卖钱的人几乎屡试不爽地从这拍卖会里‘赚到钱’。它是一个具体而微的‘人生陷阱’，参与竞价的在这个‘陷阱’里越陷越深，不能自拔，最后都付出了痛苦的代价。

自古以来，人类为捕杀动物所设的‘陷阱’，有三个特征：

1. 有一个明显的诱饵。
2. 通往诱饵之路是单向的，可进不可出。
3. 越想挣脱，就越陷越深。



社会心理学家泰格 (A. Teger) 对参加拍卖游戏的人加以分析，发现掉入‘陷阱’的人通常有两个动机，一是经济（理性）的、一是非经济（感性）的。

经济动机包括渴望赢得钞票、想赢回他的损失、想避免更多的损失；

非经济动机包括渴望挽回面子、证明自己是最好的玩家及处罚对手等。



一亿巨资打造的《征途》  
宣布永久免费

装备分白色、蓝色、金色，绿色四个级别，配合属性附加、加星宝石、宝石镶嵌、套装，共有 1953 万亿种变化。如果打造一套你签名的个性化装备，别人对你一定会刮目相看。



当你免费试玩一段时间，很快就会被“征途”的世界所吸引。然而，你渐渐会发现，如果不付钱，就不能称得上是在玩游戏，而只是在游戏中被人玩。那些拥有各种豪华装备和等级的“人民币玩家”会把你蹂躏的生不如死，让你感到自尊被彻底践踏。于是乎，愤怒的你大喝一声“不就是人民币吗？老子也有！”立刻购买全套豪华装备，瞬间升级，把以前的对手彻底打败，满载而归。



由此，你和对手就共同陷入了万元陷阱。为在游戏中获胜，双方不断花钱去买更好的装备。

3 %的高端玩家提供了《征途》70 %的收入。有

3 万活跃玩家每个月在游戏中消费达几千万元。

引诱这些玩家花钱，对史玉柱来说，是所有布局最关键的一步。



2007年11月1日，史玉柱旗下的巨人网络集团有限公司成功登陆美国纽约证券交易所，总市值达到42亿美元，融资额为10.45亿美元，成为在美国发行规模最大的中国民营企业，史玉柱的身价突破500亿元。



# “万元陷阱”

心理学家鲁宾 (J. E. Rubin) 的建议是：

1. 确立你投入的极限及预先的约定：譬如投资多少钱或多少时间？

止盈容易止损难！

2. 极限一经确立，就要坚持到底。（止损）

3. 自己打定主意，不必看别人。

# “万元陷阱”

蒋文华的补充建议是：

1. 不要指望能够以很低的价格买入。（绞刑架，可竞争市场）
2. 尽快传递“势在必得”的信号。（破釜沉舟）
3. 只争馒头不争气，没了馒头终断气。（务实）
4. 高瞻远瞩，深谋远虑。（三思而后行）



# “万元陷阱”

## 课堂讨论：

---

如果你和对手各带 10 万参与竞拍（游戏规则如前所述），在你先开价的情况下，你会出价多少？



在华为和中兴崛起之前，电信业是技术驱动的产业，企业投入巨资研发新产品，然后定高价，赚取高额利润，回收研发成本，再投入开发新产品；当产品量产、跟随者大量进入后，开始降价，产品生命周期快速进入末期，开始向市场推广新产品，赚取高额利润，周而复始，形成良性循环。

后来，华为敏锐地发现，电信业已由技术驱动转变为客户需求驱动，因为技术的发展远远超过了目前的客户需求，新技术越来越难以被市场证明。



华为将自己定位为量产型公司而非技术创新型公司。华为进行了商业模式创新，新产品投入市场即以两三年后量产的模型来定价，一开始就是亏损，这样，西方竞争对手由于在成本上的劣势，往往要丢市场份额，同时，不可能有小公司再度崛起。



# 特别提示：

---

抢占成本的最低点，就是抢占竞争的制高点



# 第九章

## 智猪博弈





# 第一节 智猪博弈：多劳不多得



		小猪	
		按	等
大猪	按	5, 1	4, 4
	等	9, -1	0, 0

	大	小
大先	9	1
小先	6	4
一起	7	3

# 特别提示：

---

智猪博弈是一个搭便车的博弈。一方付出了相应的  
代价，双方共享了所得到的收益。



## 第二节 智猪博弈的扩展

- 1、当  $A \geq 10$  时，大猪小猪都选择不去按。
- 2、当  $6 \leq A < 10$  时，双方都选择等待。
- 3、当  $1 \leq A < 6$  时，小猪等待，大猪去按。
- 5、当  $A < 1$  时，任一方去按的收益都大于 0。（斗鸡）

		小猪	
		按	等
大猪	按	$7-A$ / $3-A$	$6-A$ / $4$
	等	$9$ / $1-A$	$0$ / $0$

# 若干启发

个体理性与集体理性相冲突，还是相一致，取决于制度安排（游戏规则）。

解决个体理性与集体理性之间的冲突不是靠否定个体理性，而是靠修改制度（游戏规则），从而在满足个体理性的基础上实现集体理性。



# 特别提示：

按便左的同时 别忘了给对方以回报

		小猪	
		按	等
大猪	按	7-A / 3-A	6-A / 4
	等	9 / 1-A	0 / 0

# 特别提示：

---

富人愿意行善，离不开穷人的点赞。

# 特别提示：

---

能力越大，责任越大。



# 第三节 实例分析

一、山寨现象（盗版）

二、网络购物

三、抄（复印）笔记

四、汽车定位系统

五、好货不便宜，便宜没好货





# 课堂讨论：

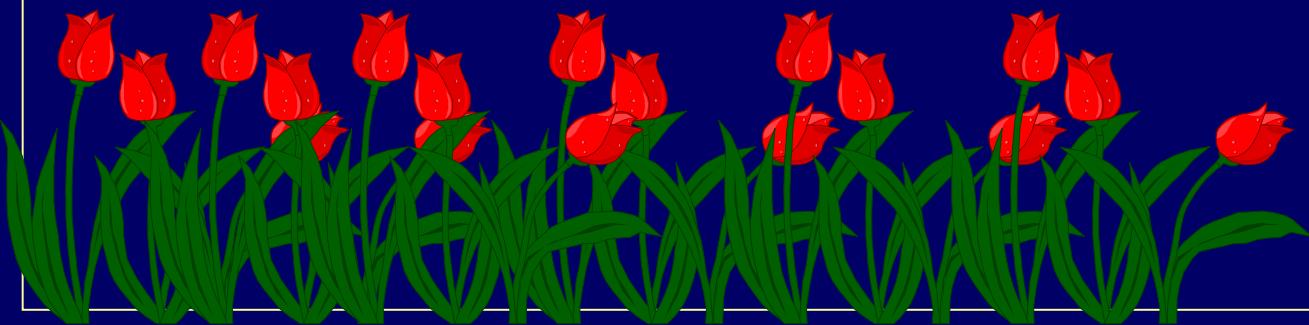
---

山寨会抑制创新还是促进创新？



谢

THANK YOU 谢



浙江大学

