

拍卖的意义及其形式

拍卖



拍卖的普遍性

- 拍卖（auction）是再典型不过的节点之间的互动了，例
 - 一 佳士得和苏富比拍卖艺术品
 - 一 政府拍卖地块、车牌、债券，等等
 - 一 毕业了，摆个摊，把自己不要的书和杂碎卖了
- 竞标（bidding）也是一种拍卖
 - 一 卖家将合同机会进行拍卖

拍卖的意义

- 拍卖是普遍存在的经济互动形态
 - 模式简单，互动却复杂
- 也是博弈论应用的典型场景
 - 参与者：参加拍卖的人，买、卖双方，就相当于两方博弈
 - 策略：出价
 - 收益：对物品的估值（支付价格），或为0，即不成交；对卖方而言，就是其得到的支付价格，或者为0
 - 均衡：即在该状态下所有参与者的策略互为最佳应对，任何个人都没有理性的动机来改变自己的策略，在拍卖中如何体现？

拍卖的形式

- 在拍卖中，均衡是拍卖规则下的均衡，因此，拍卖规则或拍卖形式，对均衡的达成具有直接影响
- 最简单的，单品拍卖，至少有以下形式

拍卖的形式

	拍卖方式	成交规则	支付价格	是否知道他人出价	应用场景
英式拍卖	竞买者逐步加价，直到最后只有一个人投标	出价最高者得到拍卖品	最高的报价	是	古董和艺术品的拍卖
荷兰式拍卖	出售者从一较高价格开始，逐步降价，直到有人愿意购买	出价最高者得到拍卖品	最高的出价	是	农产品的交易，如荷兰的鲜花
首价密封拍卖	在某一个约定的时间同时公开所有投标人的报价	最高（竞买时） 最低（竞卖时）	最高的，或最低的报价	否	招标
次价密封拍卖	在某一个约定的时间同时公开所有投标人的报价	最高（竞买时） 最低（竞卖时）	最高的，或最低的报价	否	互联网门户或搜索引擎公司出售网页上的广告位

拍卖规则要点

- 成交规则，谁获得拍品？
 - 通常都是最高或最低报价者
- 支付价格，首价或次价
 - “次价”规则的引入，对竞拍者的出价策略是有影响的
- 是否知道他人出价
 - 密封拍卖是不知道的，需要竞价者自己做出独立判断，且是否竞得，只有一次机会
 - 非密封拍卖，知道他人的出价，且会受到他人出价的影响

小结

- 日常生活中，拍卖是随时发生的现象，对于我们理解博弈论的应用，是一个难得的典型的情境
- 拍卖的形式多种多样，简单的、典型的拍卖，从出价方式来看，有增价、降价、密封，三种形式；从支付方式，有首价和次价两种方式
- 不同的拍品，适用于不同的拍卖方式