

“智猪博弈”的故事

在一个双方公平、公正、合理和共享竞争环境中,有时占优势的一方最终得到的结果却有悖于他的初始理性

博弈论里面有个十分卡通化的博弈模型,叫做“智猪博弈”(Pigs'payoffs)。

整个故事是这样的:笼子里面有两只猪,一大,一小。笼子很长,一头有一个踏板,另一头是饲料的出口和食槽。每踩一下踏板,在远离踏板的猪圈的另一边的投食口就会落下少量的食物。如果有一只猪去踩踏板,另一只猪就有机会抢先吃到另一边落下的食物。当小猪踩动踏板时,大猪会在小猪跑到食槽之前刚好吃光所有的食物;若是大猪踩动了踏板,则还有机会在小猪吃完落下的食物之前跑到食槽,争吃到另一半残羹。

如果定量地来看,踩一下踏板,将有相当于10个单位的猪食流进食槽,但是踩完踏板之后跑到食槽所需要付出的“劳动”,要消耗相当于2个单位的猪食。

如果两只猪同时踩踏板,再一起跑到食槽吃,大猪吃到7个单位,小猪吃到3个单位,减去劳动耗费各自2个单位,大猪净得益5个单位,小猪净得益1个单位。

如果大猪踩踏板,小猪等着先吃,大猪再赶过去吃,大猪吃到6个单位,去掉劳动耗费2个单位净得4个单位,小猪也吃到4个单位。

如果小猪踩踏板,大猪等着先吃,大猪吃到9个单位,小猪吃到1个单位,再减去劳动耗费,小猪是净亏损1个单位。

如果大家都等待,结果是谁都吃不到,可以得出结论,唯一解是大猪踩踏板,小猪等待。

那么,两只猪各会采取什么策略?答案是:小猪将选择“搭便车”策略,也就是舒舒服服地等在食槽边;



而大猪则为一两点残羹不知疲倦地奔忙于踏板和食槽之间。

因为,小猪踩踏板将一无所获,不踩踏板反而能吃上食物。对小猪而言,无论大猪是否踩动踏板,不踩踏板总是好的选择。反观大猪,已明知小猪是不会去踩动踏板的,自己亲自去踩踏板总比不踩强吧,所以只好亲力亲为了。

“智猪博弈”的结论似乎是,在一个双方公平、公正、合理和共享竞争环境中,有时占优势的一方最终得到的结果却有悖于他的初始理性。

这种情况在现实中比比皆是。

比如,某种新产品刚上市,其性能和功用还不为人所熟识的情况下,如果生产的不仅是一家小企业,还有其他生产能力和销售能力更强的企业。那么,小企业完全没有必要作出头鸟,自己去投入大量广告做产品宣传,只要采用跟随战略即可。

“智猪博弈”告诉我们,谁先去踩这个踏板,就会造福全体,但多劳却并不一定多得。

生活中的博弈论(二)

◆ 余治国 江雨燕

“大猪”知道“小猪”一直是过着不劳而获的生活,而“小猪”也知道“大猪”总是碍于面子或责任心使然,不会坐而待之

在现实生活中,很多人都只想付出最小的代价,得到最大的回报,争着做那只坐享其成的小猪。在日常的人际关系中,有些人会成为不劳而获的“小猪”,而又有另一些人充当了费力不讨好的“大猪”。

有一个笔者亲见的真实故事。某大学公开招聘两名教授,一个是教经济学的,一个是教会计学的。经过层层选拔,最终有两人获得机会,姑且称之为A教授和B教授。

接下来就是一个让所有人想不通的选择过程,但这个事情却是现实得不能再现实了。

会计学教授的工资是5000元/月,而经济学教授的工资是3500元/月。A、B两教授具有相同的学历背景——会计学硕士。同时又都有经济学的教学经验,A教授的会计学教学经验优于B教授。

依一般人的想法,A教授理所当然地会获得会计学教授职位。这就是我们这些聪明人的天真之处,殊不知现实并非如此。

因为B教授知道市场行情,且知道目前不可能有新的竞争者加入。因此,在与教务主任谈判时,极力否认有经济学的教学经验,甚至说如让他去讲授经济学会误人子弟,与其这样,自己宁可不要这份工作。

而A教授为了证明自己的能力,一开始就和盘托出,甚至大谈特谈自己的经济学教学经验。事情到此为止,我想每个人都看出了门道,学校不可能重新招聘,而两个教授也都不可能随便丢掉到手的美差。最终的结果就是B教授获得了会

计学的教授职位,而A教授只好退而求其次,教授经济学。

在我们的企业中,什么都缺,就是不缺人,所以每次不论多大的事情,加班的人总是越多越好。本来一个人就可以做完的事,总是会安排若干个人去做。这时,“三个和尚”的现象就出现了。

如果大家都耗在那里,谁也不动,结果是工作完不成,挨老板骂。这些常年在一起工作多年的战友们,对对方的行事规则都了如指掌。“大猪”知道“小猪”一直是过着不劳而获的生活,而“小猪”也知道“大猪”总是碍于面子或责任心使然,不会坐而待之。

因此,其结果就是总会有一些“大猪们”过意不去,主动去完成任务。而“小猪们”则在一边逍遥自在,反正任务完成后,奖金一样拿。

智猪博弈用句通俗的话来形容就是“枪打出头鸟”。一个很常见的现象就是在企业中,不论国企还是民企或是外企,在企业内部总会存在各种各样的小团体。套用组织行为学的专业术语来说就是存在各种非正式组织。而每一个团体都代表了一部分人的利益,因此不可避免地会产生冲突。

这时,每个团体都会推选出各自的代言人。这些代言人是集体利益作出积极行动的领头人。但我们这时会发现,被推选为代言人的总是那些胸无城府、意气用事的人。

然而,群体活动的最大受益者“小猪”们则永远躲在幕后。活动成功了,他们可以毫发无伤地优先分到一杯羹;如果失败了,他们也可以发表一通与我无关,我是受害者之类的演讲,让“大猪”成为永远的牺牲者。从另一个角度来看,懂得智猪

博弈对于个人并非是件坏事。

实际上,作为一个有理性的人,谁都不愿意甘冒风险而为他人带来好处。如果是这种情况,智猪博弈便无法形成。在智猪博弈的模型中,要摆脱大家都无法生存的困境,就要让双方的期望值不同,然后由一方作出现象上的让步。实际上,让步一方只是在表面上看起来是谦让了。但他不是无原则无目的的让步,绝不像孔融让梨那样是出自道德心,而是出自自己理性的盘算和对期望值的估计。这样一来,别人看来你是让步了。因为表面上是如此的,而你在不违背自己意愿的基础上,打破了困境,实现了自己的期望。这看似愚蠢,实则智慧至极。

在智猪博弈里,利用他人的努力来为自己谋求利益的智者是最大的受益人,因为他不必付出什么劳动就能获得自己想要的东西。因此,关键就在于如何让对手心甘情愿地按照自己的期望去行动。

由此看来,中国人立身处世的态度——各家自扫门前雪,莫管他人瓦上霜,其结局必然是整体利益受到损害。尽管人们只希望自己的行为对自己无害,并不想对他人有利。

反过来说,“智猪博弈”毕竟有前提条件。在生活中,不管是先发制人还是后发制人,不过是一个策略的选择,而非根本的原则分歧。到底是选择先发还是后发,在博弈论中,就要先分析形势,按照风险最小利益最大的原则,把风险留给对手,把获益机会把握在自己手中。

总而言之,在博弈中既有先动优势策略,也有后动的优势策略。至于在具体的博弈中究竟是选择先动还是后动,都是由博弈参与者的各方具体情形所决定的。



光明食品(集团)有限公司
BRIGHT FOOD (GROUP) CO.,LTD.

光明合家欢 美味健康行

光明食品节9月26日隆重开幕

光明食品(集团)有限公司是以食品产业为核心主业、集一二三产为一体的大型企业集团,2006年销售规模600亿元,据统计在上海市企业集团100强中名列第7位,在中国企业500强中名列第88位。集团拥有光明乳业、第一食品、上海梅林、海博股份4家上市公司;拥有光明、冠生园、大白兔、梅林、和酒、石库门、海丰、正广和、金枫、玉棠、一只鼎、爱森、大瀛、佛手、申丰、博士蛙、思乐得等众多中国驰名商标、中国名牌产品、中国名牌农产品和上海市著名商标、上海市名牌产品。

2007年光明食品节七大亮点:(1)光明食品集团推出160余种食品新品;(2)推出三条“欢乐健康游”产业观光旅游线路;(3)向市民限量发售装满光明食品集团产品的“光明福袋;”(4)启动“光明号”地铁列车宣传光明食品品牌;(5)光明食品集团10个荣获国家老字号荣誉称号的品牌在上海老字号博览会集中亮相;(6)以光明食品节为纽带加强区域经济联动,北大荒集团有机绿色食品、新疆生产建设兵团新天国际葡萄酒、上海崇明县名特优农产品闪亮登场;(7)光明食品集团内的通路企业农工商超市、第一食品、可的便利、捷强专卖、光明便利、富尔网络、都市营销、城隍庙第一购物中心等上下联动,丰富食品节内涵。

光明合家欢·欢乐健康游

活动期间(2007年9月26日-10月10日)在第一食品购买光明食品(集团)旗下指定产品,当日累计每满58元即可参加抽奖赢取如下奖品:

① **欢乐健康游双人行枫** 泾古镇、金枫酒业公司和酒事馆;都市菜园和奉贤田园风光;瀛丰五斗有机米基地和崇明生态岛风光。共240名

② **光明十月歌会免费限量版入场票** 金色十月,光明歌会,明星阵容,震撼登场!

好男儿活力加盟引爆歌会。200张限量入场票发放中!

③ **影院免费入场票** 柯达影城,国际巨片,影院感受。

光明鲜奶·限量抢购

光明优倍鲜奶(950ml)+光明减脂90%脱脂鲜牛奶(950ml)

健康活力组合 仅售**10元**
南东店、五角场店限量2000组;长宁店、梅陇店限量500组
9月26日当天销售,每人限购1组,数量有限,售完为止



超值光明福袋·倾情回馈

光明食品(集团)旗下各大品牌联手倾情回馈,为消费者献上品位食尚经典福袋,市场价**185元** 优惠价**118元**(9月26日当天发售),南东店、五角场店各200份;长宁店、梅陇店各50份,数量有限,售完为止。

本福袋内含:防水背袋1个,石库门上海老酒红标1瓶,冠生园洋槐蜂蜜1瓶,常温优加纯牛奶1包,天喔Q猪猪肉脯1袋,天喔Q猪香辣小香肠1袋,一只鼎冷盆泥螺1瓶,大瀛酱鸭1袋,冠生园大白兔奶糖1袋,天喔辣话梅1瓶,瀛丰五斗有机珍珠米1包,日本小南瓜1个,梅林八宝饭1听。