

人力资源经验分享：你有几个柠檬同事? PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/276/2021_2022__E4_BA_BA_E5_8A_9B_E8_B5_84_E6_c67_276602.htm 最近，我做了一件事，这件事从理论上讲极不明智：我买了一辆二手车。由于经济学家们不喜欢在安全性和车型款式之间折衷妥协，所以，我买的是辆沃尔沃(Volvo)。你可能认为我应该更明智。我的书的美国版副标题就是：“为什么你永远买不到一辆象样的二手车”。1966年，助理经济学教授乔治阿克洛夫(George Akerlof)试图在一篇名为《柠檬市场》(The Market for Lemons，译者注：“柠檬”在美国有“次品”之意)的论文中阐释个中原因。他的基本洞见很简单：如果某人对某辆汽车拥有丰富驾驶经验，却急于把车卖给你，那你为什么要那么急于去买呢？阿克洛夫向我们表明，这个洞见可以演绎出若干戏剧性结局。买家对于上当受骗怀有完全明智的警惕心理，原则上可能将整个旧车市场致于死地：一个理智的卖家不可能开出低到足以成交的价格。折扣越多，买家就会越发相信，这辆车是糟糕透顶的“柠檬”。更可能出现的结果是，只有那些低价、有问题旧车的交易市场可以幸存。拥有一辆好车的人会坚持拥有这辆车，因为他不能证明车是好的，于是也不指望有人会报出诱人的买价。而如果好的汽车不出售，剩下的就是“柠檬”。这不仅对买家是个问题，对于希望自己受到信赖的卖家也是个问题。这是不是对旧车市场的合理描述，经济学家们各持己见。例如，他们曾热烈争论，一辆二手皮卡是否比相同车龄、没有被出售的皮卡需要更高的保养费用。（如果确实如此，即可证明阿克洛夫的“柠檬”模型。

) 但这其实不是关键之处，因为旧车市场仅仅是阿克洛夫的研究起点。有两家顶级学术刊物拒绝刊登他这篇短小精辟的论文，因为它们看不透所举例子的琐碎之处。他回忆道，第三家刊物《政治经济学杂志》(Journal of Political Economy)拿出了更好的理由来拒绝他：这份论文的命题不可能成立，因为如果它成立，那么经济学理论就会被颠覆。《政治经济学杂志》说对了一半。阿克洛夫确实把经济学倒了过来最终还因此获得了诺贝尔奖，但并不是因为他证明了旧车买卖双方的痛苦，而是因为他向我们表明，一丁点“内幕信息”会对各类市场起到何等破坏作用。保险市场（包括医疗保险）就可能受其所害。贷款和按揭市场也是这样：有些人就是无法获得贷款，无论他们愿意支付多少利息都不行。就业市场也是如此。你的同事中有多少人“柠檬”？如果你很有能力，却又无法向你的老板证明自己的能力，也许你会更愿意当自由职业者。如果其他有能力的员工也这么想，那也许就能解释，为什么你认为你的同事是白痴，而他们也这么看你。这些问题都可以解决，但需要付出代价。为了杜绝高风险客户，按揭贷款公司在某些地方拒绝向整块地区放贷。雇员们会花费数年时间去获取没有什么价值的学历，只是为了尽力证明自己的聪明与敬业。旧车买家会寻找值得信赖的卖家，即使那么做会提高交易成本。我的沃尔沃是我妹夫那里买来的，因为我认为，那样会降低买到“柠檬”的风险。这些解决方案不仅代价颇高，而且也并不总是管用。我的沃尔沃用了不到两周，离合器就坏了：它终究是一只苦涩的小“柠檬”。

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com