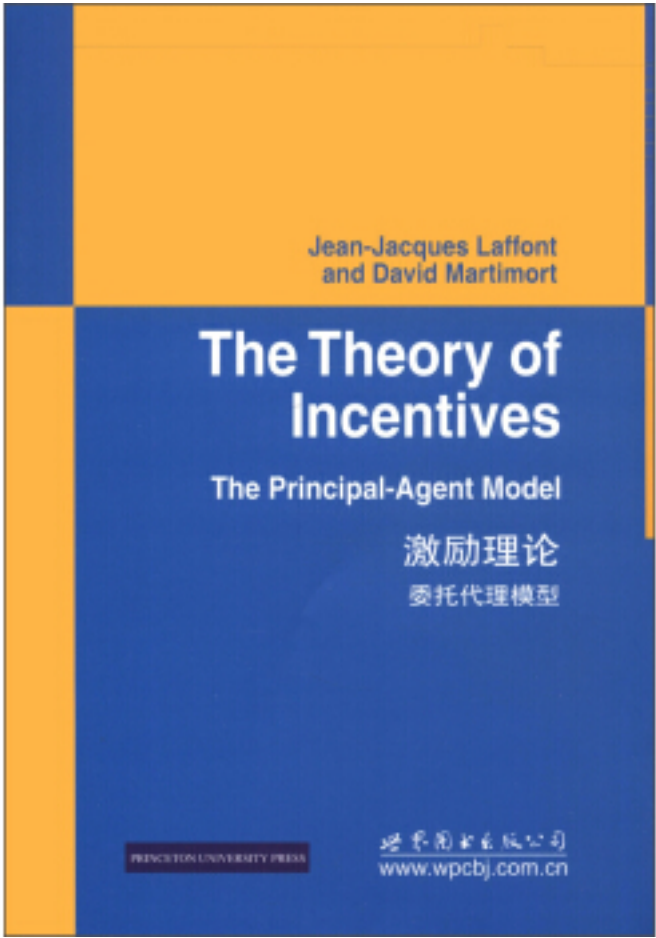


数学与金融经典教材（影印版） · 激励理论：委托代理模型 [The Theory of Incentives:The Principal-Agent Model]



[数学与金融经典教材（影印版） · 激励理论：委托代理模型 \[The Theory of Incentives:The Principal-Agent Model\] 下载链接1](#)

著者:[美] 拉奉特（Laffont J.J.） 著

[数学与金融经典教材（影印版） · 激励理论：委托代理模型 \[The Theory of Incentives:The Principal-Agent Model\] 下载链接1](#)

标签

评论

经典著作，值得购买，性价比高

信息经济学经典

希望多出类似的原版书。翻译的都简直惨不忍睹

别人推荐给我买的，不错！！

书写的不错，内容很全面

给别人买的，还不错！

经典教材，需要慢慢啃

经典教材，不容易看懂，慢慢来吧

经典教材，值得仔细阅读，写论文要用，所以就买了

印刷很好，内容也很好，书很好！

还是比较经典的书，值得读一读

好书，原版的。。好好看

书还不错，值得购买！！！！

印刷质量一般，内容大力推荐

非常满意，五星

都是英文，看不懂啊

没的说，但是就目前水平来说也就是一天几页的速度，加上量化的应用会更考验英文阅读能力

感觉还不错，赞一个感觉还不错，赞一个

去世了这么多年，这本书依旧是经典

好！

好

读者对象：数学、经济相关专业的本科生、研究生和相关经济领域的从业人员。
内容简介近四十年来经济学最重要的发展在于激励领域，它研究了不对称信息下当事人如何获得的潜在的互利收益的激励问题。现在是将这一领域集成并系统化的时候了。让-雅克·拉丰是这一领域最重要的贡献者之一，而大卫·马赫蒂摩也显示了他的理论功底。本书从这一领域最基本的模型出发，完整而清晰地概括了这一领域的发展历程。
目录序 导言 第一章 经济思想中的激励问题 第二章 租金抽取与配置效率的权衡 第三章 逆向选择的激励与参与约束 第四章 道德风险：基本的权衡 第五章 道德风险下的激励和参与约束 第六章 不可验证性 第七章 混合模型 第八章 完全承诺下的动态模型 第九章 局限性与扩展

委托代理理论的主要观点认为：委托代理关系是随着生产力大发展和规模化大生产的出现而产生的。其原因一方面是由于分工进一步细化，权利的所有者由于知识、能力和精力的原因不能行使所有的权利了；另一方面专业化分工产生了一大批具有专业知识的代理人，他们有精力、有能力代理行使好被委托的权利。但在委托代理的关系当中，由于委托人与代理人的效用函数不一样，委托人追求的是自己的财富更大，而代

理人追求自己的工资津贴收入、奢侈消费和闲暇时间最大化，这必然导致两者的利益冲突。在没有有效的制度安排下代理人的行为很可能最终损害委托人的利益。而世界——不管是经济领域还是社会领域——都普遍存在委托代理关系。

委托代理理论是建立在非对称信息博弈论的基础上的。非对称信息(asymmetric information)指的是某些参与人拥有但另一些参与人不拥有的信息。信息的非对称性可从以下两个角度进行划分:一是非对称发生的时间，二是非对称信息的内容。从非对称发生的时间看，非对称性可能发生在当事人签约之前(ex ante)，也可能发生在签约之后(ex post)，分别称为事前非对称和事后非对称。研究事前非对称信息博弈的模型称为逆向选择模型(adverse selection)，研究事后非对称信息的模型称为道德风险模型(moral hazard)。从非对称信息的内容看，非对称信息可能是指某些参与人的行为(action)，研究此类问题的，我们称为隐藏行为模型(hidden action);也可能是指某些参与人隐藏的知识(knowledge)，研究此类问题的模型我们称之为隐藏知识模型(hidden knowledge)。

委托代理理论是制度经济学契约理论的主要内容之一，主要研究的委托代理关系是指一个或多个行为主体根据一种明示或隐含的契约，指定、雇佣另一些行为主体为其服务，同时授予后者一定的决策权利，并根据后者提供的服务数量和质量对其支付相应的报酬。授权者就是委托人，被授权者就是代理人。

委托代理关系起源于“专业化”的存在。当存在“专业化”时就可能出现一种关系，在这种关系中，代理人由于相对优势而代表委托人行动。现代意义的委托代理的概念最早是由罗斯提出的:“如果当事人双方，其中代理人一方代表委托人一方的利益行使某些决策权，则代理关系就随之产生。”委托代理理论从不同于传统微观经济学的角度来分析企业内部、企业之间的委托代理关系，它在解释一些组织现象时，优于一般的微观经济学。

委托代理理论是过去30多年里契约理论最重要的发展之一。它是20世纪60年代末70年代初一些经济学家深入研究企业内部信息不对称和激励问题发展起来的。委托代理理论的中心任务是研究在利益相冲突和信息不对称的环境下，委托人如何设计最优契约激励代理人。

委托代理理论的主要观点认为:委托代理关系是随着生产力大发展和规模化大生产的出现而产生的。其原因一方面是生产力发展使得分工进一步细化，权利的所有者由于知识、能力和精力的原因不能行使所有的权利了;另一方面专业化分工产生了一大批具有专业知识的代理人，他们有精力、有能力代理行使好被委托的权利。但在委托代理的关系当中，由于委托人与代理人的效用函数不一样，委托人追求的是自己的财富更大，而代理人追求自己的工资津贴收入、奢侈消费和闲暇时间最大化，这必然导致两者的利益冲突。在没有有效的制度安排下代理人的行为很可能最终损害委托人的利益。而世界——不管是经济领域还是社会领域——都普遍存在委托代理关系

激励理论是管理心理学的范畴，管理心理学把激励看成是“持续激发动机的心理过程”。激励水平越高，完成目标的努力程度和满意度也越强，工作效能就越高;反之，激励水平越低，则缺乏完成组织目标的动机，工作效率也越低。[1]

早期的激励理论研究是对于“需要”的研究，回答了以什么为基础、或根据什么才能激发调动起员工工作积极性的问题，包括马斯洛的需求层次理论、赫茨伯格的双因素理论，和麦克利兰的成就需要理论等。最具代表性的马斯洛需要层次论就提出人类的需要是有等级层次的，从最低级的需要逐级向最高级的需要发展。需要按其重要性依次排列为:生理需要、安全需要、归属与爱的需要、尊重需要和自我实现需要。并且提出当某一级的需要获得满足以后，这种需要便中止了它的激励作用。

激励理论中的过程学派认为，通过满足人的需要实现组织的目标有一个过程，即需要通

过制订一定的目标影响人们的需要，从而激发人的行动，包括弗洛姆的期望理论、洛克和休斯的目标设置理论、波特和劳勒的综合激励模式、亚当斯的公平理论、斯金纳的强化理论等等。编辑本段定义

激励是指组织通过设计适当的外部奖酬形式和工作环境，以一定的行为规范和惩罚性措施，借助信息沟通来激发、引导、保持和归化组织成员的行为，以有效地实现组织及其成员个人目标的系统性活动，被认为是“最伟大的管理原理”。

管理心理学把激励看成是“持续激发动机心理过程”。激励水平越高，完成目标的努力程度和满意度也越强，工作效能就越高；反之，激励水平越低，则缺乏完成组织目标的动机，工作效率也越低[2]。编辑本段期望理论 最具代表性的弗洛姆（V. H.

Vroom）的“期望理论”认为，一个目标对人的激励程度受两个因素影响：目标效价指人对实现该目标有多大价值的主观判断。如果实现该目标对人来说，很有价值，人的积极性就高；反之，积极性则低。期望值

指人对实现该目标可能性大小的主观估计。只有有人认为实现该目标的可能性很大，才会去努力争取实现，从而在较高程度上发挥目标的激励作用；如果人认为实现该目标的可能性很小，甚至完全没有可能，目标激励作用则小，以至完全没有。委托代理(agency

by agreement)，是指代理人的代理权根据被代理人的委托授权行为而产生。因委托代理中，被代理人是以意思表示的方法将代理权授予代理人的，故又称“意定代理”或“任意代理”。

民事法律行为的委托代理，可以用书面形式，也可以用口头形式。法律规定用书面形式的，应当用书面形式。[1]

书面委托代理的授权委托书应当载明代理人的姓名或者名称、代理事项、权限和期间，并由委托人签名或者盖章。

委托书授权不明的，被代理人应当向第三人承担民事责任，代理人负连带责任。

委托代理人为被代理人的利益需要转托他人代理的，应当事先取得被代理人的同意。事先没有取得被代理人同意的，应当在事后及时告诉被代理人，如果被代理人不同意，由代理人对自己所转托的人的行为负民事责任，但在紧急情况下，为了保护被代理人的利益而转托他人代理的除外。

读了这本书之后，数学与金融经典教材（影印版）·激励理论委托代理模型，超值。买书就来京东商城。价格还比别家便宜，还免邮费不错，速度还真是快而且都是正版书。买回来觉得还是非常值的。我喜欢看书，喜欢看各种各样的书，看的很杂，文学名著，流行小说都看，只要作者的文笔不是太差，总能让我从头到脚看完整本书。只不过很多时候是当成故事来看，看完了感叹一番也就丢下了。所在来这里买书是非常明智的。然而，目前社会上还有许多人被一些价值不大的东西所束缚，却自得其乐，还觉得很满足。经过几百年的探索和发展，人们对物质需求已不再迫切，但对于精神自由的需求却无端被抹杀了。总之，我认为现代人最缺乏的就是一种开阔进取，寻找最大自由的精神。中国人讲虚实相生，天人合一的思想，于空寂处见流行，于流行处见空寂，从而获得对于道的体悟，唯道集虚。这在传统的艺术中得到了充分的体现，因此中国古代的绘画，提倡留白、布白，用空白来表现丰富多彩的想象空间和广博深广的人生意味，体现了包纳万物、吞吐一切的胸襟和情怀。让我得到了一种生活情趣和审美方式，伴着笔墨的清香，细细体味，那自由孤寂的灵魂，高尚清真的人格魅力，在寻求美的道路上指引着我，让我抛弃浮躁的世俗，向美学丛林的深处迈进。合上书，闭上眼，书的余香犹存，而我脑海里浮现的，是一个皎皎明月，仙仙白云，鸿雁高翔，缀叶如雨的冲淡清幽境界。愿我们身边多一些主教般光明的使者，有更多人能加入到助人为乐、见义勇为的队伍中来。社会需要这样的人，世界需要这样的人，只有这样我们才能创造我们的生活，.....我曾经属于后一类。那时，我处于极度危险的境地。看薛老师这些话，你能觉得这是一个真实的老师，她说的话就象是邻居唠家常那样真诚自然。对于书中她大胆、直率的言辞，我很钦佩，不是每个人都有这种胆识、思维的。她能把一件看似简单惯常的事情剖析提头头是道，透过表象看到了它的内在根源。她有勇气把一些不同与大家都说的话写在纸上，让别人看，虽然多数人心理或许也如她所想。但凭这一点儿，就让人佩

服至极。比如,她对老师象蜡烛、春蚕,没有教不好的学生,只有教不好的老师这些话的评析,一针见血,道出了我们老师的共同心声。之所以造就了她敢说真话,敢于抵制一切不利于学生成长和进步的制度。因为薛老师的人生信念就是缺乏真诚、理性和趣味的日子是不值得过的。教育教学中有了平衡愉悦的心态,正确的定位和良好的策略,才能在饱满热情中,在正确策略中扶植学生向上。薛老师在自序中写道,我是特意捕捉了清风、乐声和野芳,录在这里,专门用于鼓励自己,就算是不定期地给自己献一小朵小花吧——真诚美丽的文字,正是心灵开出的花朵。又一次阐述了她的

让-雅克·拉丰教授,一位享有国际盛誉的经济学家,由于他在激励机制设计、公共经济学和信息经济学等诸多领域的杰出贡献,被推选为经济计量学会主席(1992年),欧洲经济学会主席(1998年),³美国经济学会荣誉会员(1991年),美国科学院外籍荣誉院士(1993年),并于1993年获欧洲经济学会的Yrjö-Jahnsson奖。他是经济学界公认的未来的诺贝尔奖得主。

拉丰教授1947年生于法国图卢兹,1973年秋,在他获得应用数学博士学位后不久就直接奔赴哈佛,拜在经济学大师肯尼思·阿罗的门下。他仅用一年半的时间就获得了哈佛大学经济学博士学位(1975年),并在公共经济学和机制设计领域作出了重要贡献。1979年,拉丰教授的专著《公共决策中的激励》(与格林合著)出版,确立了他在公共经济学领域的学术地位。自20世纪80年代初起,拉丰教授开始探索将信息经济学与激励理论的基本思想和方法应用于垄断行业的规制理论的道路。在批判传统规制理论的基础上,他和梯若尔(Tirole)创建了一个激励性规制的一般框架,并以1993年出版的著作《政府采购与规制中的激励理论》完成了新规制经济学理论框架的构建,从而奠定了他们在这—领域的学术领导者地位。

与许多理论经济学家不同的是,拉丰教授非常重视经济学理论的应用与检验。从80年代中期开始,他和梯若尔就努力将新规制经济学的基本思想和方法应用于诸如电信、电力、天然气、交通运输等垄断行业的规制问题,分析各种规制政策的激励效应,并建立了一个规范的评价体系。拉丰教授积极参与并领导了法国电信改革的实证研究工作。2000年,作为对十几年垄断行业规制理论与政策研究的总结,《电信竞争》一书(与梯若尔合著)为电信及网络产业的竞争与规制问

题的分析和政策的制定提供了一个最为权威的理论依据。

从90年代初起,拉丰教授开始关注组织中的激励问题,他深刻认识到了组织中的串谋行为对激励机制造成的扭曲是导致经济组织效率低下的一个最为根本的原因,因此在设计一个经济组织的激励机制时,必须考虑防范串谋的激励机制。^a拉丰教授在这一领域作出了开创性的贡献,并将这些理论贡献集成在《激励与政治经济学》(1999年)一书中。

拉丰教授认为激励问题是经济学的核心问题,因而几十年来,他一直献身于激励理论的研究与应用,而三卷本的巨著《激励理论》(与马赫蒂摩合著,第一卷已于2002年出版)是集这一理论40年发展之大成之作,⁹标志着激励理论的一个统一的标准理论框架的形成,⁹被经济学大师肯尼思·阿罗誉为激励理论发展的一个里程碑。

拉丰教授是一个极其勤奋,因而高产的学者,迄今为止已经出版了12本专著和300多篇高水平的学术论文。他的学术贡献为他在经济学界赢得了极高的声誉。同时,作为一个著名的经济学教育家,他为法国经济学的振兴作出了巨大的贡献。

1975年,拉丰教授放弃了在美国一流大学任教的机会,毅然回到法国开始了他艰难的振兴法国经济学的历程。由于在巴黎法国理工学院推行经济学改革遭遇的阻力太大,他只身回到家乡图卢兹,在图卢兹大学任教并传播主流经济学,同时不懈地开创经济学的新领域。经过十几年孤独而又艰苦的创业,1990年,法国产业经济研究所(IDEI)宣布成立,拉丰教授任IDEI主任。在他的爱国热情的感召下,包括让·梯若尔在内的一批在国际上享有盛誉的法国经济学家都来到使它的学术水平和教育质量获得了空前的提高。如今的IDEI已经成为经济学界公认的世界第一的产业经济学研究中心。拉丰教授传播经济学的热情并不局限在法国,他尤其关注发展中国家发展过程中制度变革所带来的激励问题。^a他认为发展中国家制度变革的选择最终决定了该国的发展道路,而要顺利地完成一个合理、有效的制度变迁,必须要有一批真正的经济学家参与这一过程。为此,他不遗余力地为发展中国家培养年轻的经济学者,并要求他们学成后回国积极投身经济制度改革。同时他不辞辛劳地到中

国、拉美、非洲等地讲学,传播经济学思想,并积极参与发展中国家产业规制政策的实证研究。拉丰教授传播经济学思想的热情和对经济学理论所作的巨大贡献使他赢得了极高的国际声誉。

The book allows for two levels of reading. Certain sections in some chapters are marked with a star to the right of the section head. A first reading should concentrate on the non-starred sections. These sections are accessible to readers who have a simple knowledge of maximization with inequality constraints. Most essential economic lessons can be understood from this first level of reading. Covering the starred sections will enable students to manipulate the concepts for better assimilation and will put them in contact with the advanced topics of the field.

[illegible]

数学与金融经典教材（影印版）·激励理论：委托代理模型 [The Theory of Incentives: The Principal-Agent Model]_下载链接1_

数学与金融经典教材（影印版）·激励理论：委托代理模型 [The Theory of Incentives: The Principal-Agent Model] 下载链接1