

千金想買早知道

文・圖／楊雅惠

「早知道，早知道多好，若能早知道就好了」！對人，對事，對物，對時，對地，都想掌握資訊。但是世人對於人間諸事，總是難以早知道，對他人不瞭解，對他物不明白，對未來不明確。雖然資訊散布四處，但人們猶如透過狹窄吸管般汲取資訊，終其一生與資訊不足的困境搏鬥。

每個人對各種人事物相關資訊的掌握，有高低程度之別。資訊多的與資訊少的人，在交易市場上相會，彼此資訊不對稱，資訊少的人努力想要多知道，資訊多的人不想讓對方多知道。

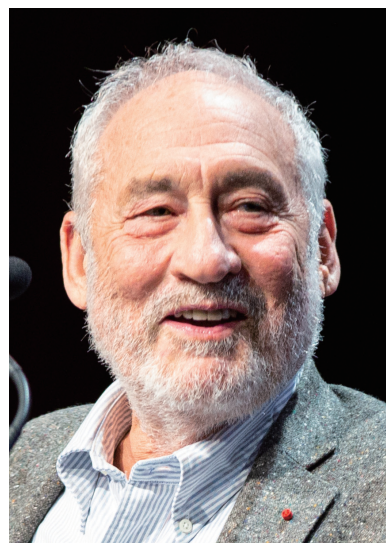
資訊問題林林總總，從資訊的搜集、分類、篩選、研判到運用，人們殫精竭慮，從不同角度進行探討鑽研，致力解決種種資訊相關問題。至於交易市場上的資訊不對稱現象，乃是其中一例，透過傑出學者們深入研究、抽絲剝繭、演繹歸納、分析推導，不但在學術上帶動澎湃浪潮，也對實際問題的分析與解決提出啟示與參考。其貢獻獲得諾貝爾經濟學獎評審之青睞，2001年的桂冠頒給三傑：加州大學柏克萊分校艾古羅夫教授（G. A. Akerlof）、史丹佛大學的史賓斯教授（A. M. Spence）哥倫比亞大學的史蒂格里茲教授（J. E. Stiglitz）。



G. A. Akerlof，圖取自<https://www.flickr.com/photos/>



A. M. Spence，圖取自<https://www.flickr.com/photos/35034363287@N01/2216443802/>



J. E. Stiglitz，圖取自<https://www.flickr.com/photos/117994717@N06/48907338803/>

檸檬市場與諾貝爾獎

2001年諾貝爾經濟學獎頒發給資訊經濟學研究，要從檸檬市場（Lemon Market）談起。這可不是談檸檬的美容養顏聖品功能，而是從吃起來又酸又澀的面向切入，檸檬被美國人用來形容二手車，且是特指二手車中有瑕疵的次等貨色。二手車有保養良好的好車，也有內部引擎零件嚴重耗損的次貨，而最後所看到的景象總是次貨充斥市面，好車退居幕後。

艾古羅夫教授於1970年提出檸檬市場理論（Theory of Lemon Market），發表了代表性論文《檸檬市場：品質不確定與市場機制》（*The Market for “Lemons” : Quality Uncertainty and the Market Mechanism*）。文中設定模型：假設二手車市場上好車及次貨各半，購買者無法從外觀分辨，只有賣家知其底細。好車值10萬，次貨值5萬，消費者預期有50%機率買到次貨，則合理均價為7.5萬。但是賣方不願意以此價格出售好車，只推次貨現身。以此輾轉推理，消費者發現真相之後，只願掏出5萬購車，二手車市場遂成了都是次貨的市場。

這種次貨充斥的現象，關鍵在於「資訊不對稱」。以模型進行分析演繹之推理文獻在當時實屬少見，然艾古羅夫發表該篇論文時，並未立刻得到震聾發聵的評價，經過了時間的考驗，才屢屢被引用衍伸。史賓斯教授另提出「孔雀行為」（peacock behavior）概念，指出求職者刻意美化個人履歷表，資訊浮誇。史蒂格里茲教授則更強調解決問題須從鼓勵提供正確資訊著手，宜採行「篩選與折讓」（screen & deduct）策略。這三位學者皆在「資訊不對稱市場分析」（Asymmetric Information Market Analysis）上作了出類拔萃的研究，這些理論不會過時，只會在實際社會現象中不斷被引用、拓展。其實早在1996年，諾貝爾獎即曾頒給資訊經濟學的學者，不排除此領域未來亦可能更有創見。

保單課對課

保單市場上，雙方立場對立，互相打量較勁，是場典型的資訊攻防心理戰，但處心積慮盤算下來，未必得到好處。保險公司對保戶身體狀況之瞭解有限，屬於資訊弱勢，其推出醫療險原希望體健者多多投保，然而真正有意投保者，多是健康亮了紅燈之高齡體弱者。保險公司不願當冤大頭，在價格上測試，提高保費以增加收入，結果使年輕體健者退出，留下的保戶集中在耄耋之年，對保險公司更為不利。這種資訊弱勢者採取對策後反而對自己不利的現象，稱為「逆選擇」（Adverse Selection）。

要解決這種問題，不能一味在價格上測試，須從資訊問題著手。保險公司應重新設計保單，事先要求投保者提出病歷、健檢報告、家庭病史，依年齡與體況區分保費，一方面以差別保費優待誠實提供資訊者，另方面減少虧損。這是史格里茲教授認為契約完成前資訊弱勢者較合宜之策略。

保單成交後，又有另一種偏差惡行可能出現，買保單者認為擁有高額理賠可領，無所畏懼而疏於保養身體，遂提高理賠率。這種現象，乃交易契約完成後，資訊優勢者作出損害對方的行為，學術界稱之為「道德危機」（Moral Hazard）。此外，尚有更離譜的行為見諸報端，如為親人投保再將其殺害以圖領取巨額理賠。可見無論圖謀小貪小利，或作奸犯科重罪，都是利用對方資訊弱勢的可乘之機。

金融區的資訊咖啡廳

講究信用的金融市場，對資訊不對稱問題更為敏感。無論銀行借貸、股市交易、保險契約，多是在彼此提供資訊之後，雙方各自認為已經互相瞭解，坐下來喝杯咖啡，點頭握手，蓋章簽字，就此成交。但是，彼此資訊難以全然對等，總有不對稱之處。交易市場上，遂出現種種加強資訊精確性的機制。

德國的法蘭克福是全世界的金融中心之一，也是歐元中央銀行的總部所在，號稱德國的曼哈頓。記得數年前，我到訪法蘭克福的金融區，站在處處聳立的金融大樓前，不禁遐想多少龐大資金在此易動，也見到多間陣陣飄香的咖啡廳，穿插於高挑辦公大樓中。到了中午時刻，看到不少年輕人走出大樓，三五成群，在咖啡廳裡交頭接耳，剪裁合身的畢挺黑色西裝，透露著專業、嚴肅、緊張的氣氛。當地朋友特地提醒我好好觀察，這些人在咖啡桌上可不是為了品嚐，而是為了交換金融資訊。取得的方法除了在電腦螢幕上搜尋網路資料外，坐下來探聽討論也是重要管道。這讓我明白，為何在金融區喝咖啡的人總是來去匆匆。

瞬息萬變的外匯市場與股票市場上，資訊掌握的快速度與準確度，是左右著獲利或虧損的關鍵。上市公司若有重大決策，影響到股價波動及個人利益，其中擁有內線消息的人士，極可能透過資訊優勢，提前運作，操作股價，獲取暴利。法律為防止這類弊端，遂有內線交易防制法規，違者課以民事與刑事的重罰。惟法官與當事人之間亦存有資訊不對稱，能否真正防止內線交易並課以重責，端賴能否找到足夠的證據。

資訊有價

人們為了掌握資訊、得知情報，殫精竭慮，無所不用其極。社會上為了搜集對方情報與正確評估資訊，專司此項功能的行業應運而生，諸如徵信業、二手車仲介商、會計師、信用評公司等。人們願意對此行業支付報酬，彌補各種資訊缺口，乃是認為資訊有用、資訊有價。

在古今詩詞中，常把命運主宰者比擬成擁有資訊優勢的對手，字字句句抱怨著未能提早知曉，空留至極傷痛。李白《秋風詞》：「早知如此絆人心，何如當初莫相識。」以顫抖的筆端，對著秋風、秋月、落葉、寒鴉，只怨當初的晚知道。唐朝李益：「嫁得瞿塘賈，朝朝誤妾期；早知潮有信，嫁與弄潮兒。」成功立業的大戶總是失信，早知道就嫁個潮汐有時出入守信的漁夫。哎，又是恨只恨著晚知道。幾千年前即出現了算命行業，說命談運，無論鐵口直斷，抑或江湖術士，皆是諳知人們急於打探天機資訊的心態，掛起招牌占卜測字。

畫虎畫皮難畫骨，即使今日資訊傳播的速度已經大增，資訊科技的進步一日千里，資訊不對稱的現象依然不可能消除，試圖解決資訊問題的功課將繼續下去，收集資訊的行業需求將繼續成長。自古人間有憾，無論在經濟、社會、生活、情愫等方面，都與不全的資訊搏鬥。雖然千金難買早知道，仍是千金想買早知道。



楊雅惠 小檔案

學歷：臺大商學系 1978 年畢業

臺大經濟學碩士、博士

美國哈佛大學經濟系訪問學人

現任：考試院考試委員

臺大財務金融系兼任教授

曾任：金融監督管理委員會委員

中央銀行理事

中華經濟研究院研究員兼臺灣經濟所所長

興趣：音樂、文學

合唱團指揮，獲金韻獎作詞作曲獎，曾辦鋼琴獨奏暨獨唱音樂會