

<<公司理财>>

图书基本信息

书名：<<公司理财>>

13位ISBN编号：9787302139140

10位ISBN编号：7302139148

出版时间：2007-1

出版时间：清华大学

作者：蒋屏

页数：389

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<公司理财>>

### 内容概要

财务学是现代企业管理七大分支之一，其他六大分支是指会计学、营销学、战略管理、行为科学、生产管理和国际企业管理。

财务学自从20世纪初发展以来，随着现代经济环境的变化和信息技术的发展，近年来有了飞速的发展。

作为财务的一门基础课程，公司理财（又称公司财务管理）也随之而迅速发展。

公司理财主要研究的最资金的运作，即围绕“钱”来考虑——资金从哪里来（融资）？

投向哪里（投资）？

企业赚得的钱如何分配？

简单地讲，公司理财就是确定企业价值，也就是说企业值多少钱。

因此，为了讨论方便，本书定义的公司是以股份制企业为主体，但并不影响其他类型企业的理财活动。

随着近年国内外学者在财务领域内理论和方法上的深入研究，加之金融市场中的创新工具的增多，公司理财的手段更加多样化，内容更加丰富，范围也更加广泛，它的理论和方法已日益成为现代企业筹资、投资、加速资金周转和提高企业价值的重要手段之一，成为企业决策的重要依据。

## &lt;&lt;公司理财&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 公司理财概述 第一节 公司理财的发展 第二节 公司目标 第三节 代理问题 同步练习  
第二章 公司理财的环境 第一节 公司理财的10条公理 第二节 金融环境 第三节 市场效率假说及不对称信息理论 同步练习  
第三章 企业价值的确定 第一节 货币的时间价值 第二节 金融证券的价值确定 同步练习  
第四章 风险和收益分析 第一节 风险和收益的度量 第二节 投资组合的风险与收益 第三节 资本资产定价模型 同步练习  
第五章 杠杆分析 第一节 盈亏平衡点分析 第二节 经营杠杆与经营风险 第三节 财务杠杆与财力风险 第四节 综合杠杆 同步练习  
第六章 财务报表分析 第一节 财务报表分析的目的 第二节 财务报表的种类 第三节 财务报表的分析方法 同步练习  
第七章 现金流量分析 第一节 资本成本 第二节 现金流量分析 同步练习  
第八章 资本预算的决策标准 第一节 资本预算决策标准 第二节 风险条件下的资本预算 第三节 资本预算与通货膨胀 第四节 最佳资本预算 同步练习  
第九章 资本结构和股利政策 第一节 资本结构决策 第二节 股利政策 同步练习  
第十章 长期融资 第一节 长期债务融资 第二节 普通股融资 第三节 优先股融资 同步练习  
第十一章 其他长期融资工具 第十二章 营运资本管理决策 第十三章 营运资本管理计算公式一览表公式中的字母表示一览表复利终值系数表年金终值系数表年金现值系数表主要参考文献

## 章节摘录

(二) 场外市场 与有形的二级市场相比较, 还有一种市场称之为场外市场( 又称店头市场或柜台市场), 它与交易所共同构成一个完整的证券交易市场体系。

场外交易市场实际上是由千万家证券公司组成的抽象的证券买卖市场。

在场外市场内, 每家证券公司大都同时具有经纪人和自营商双重身份, 随时与买卖证券的投资者通过直接接触或电话或网络等方式迅速达成交易。

作为自营商, 证券公司具有创造市场的功能。

证券公司往往根据自身的特点, 选择几个交易对象。

作为经纪人, 券商替顾客与某证券的交易商行进行交易。

在这里, 券商只是顾客的代理人, 他不承担任何风险, 只收少量的手续费作为补偿。

场外交易市场与股票交易所的主要不同点是: 第一, 它的买卖价格是券商之间通过直接协商决定的, 而股票交易所的证券价格则是公开拍卖的结果。

第二, 它的证券交易不是在固定的场所和固定的时间内进行, 而是主要通过电话成交。

在股票交易所内仅买卖已上市的股票, 而在场外交易市场则不仅买卖已上市的股票, 同样也买卖未上市的股票。

场外交易市场在证券流通市场的地位, 并不是在所有的国家都一样, 美国的场外交易市场比任何国家都发达。

其主要原因是美国的证券交易委员会对证券在交易所挂牌上市的要求非常高, 一般中小企业无法达到其上市标准。

这样, 许多企业的证券不可能, 甚至不愿意在交易所挂牌流通, 它们的股票往往依靠场外交易市场, 所以比其他国家的都要发达得多。

欧洲国家, 如英国, 则有所不同, 其场外交易市场远不如美国场外交易市场那样发达。

原因很简单, 就是交易所非常发达, 在交易所交易的股票不仅包括所有上市的股票, 也包括许多非上市的中小企业的股票。

投资者如果想买卖某些公司发行的、没有在股票交易所登记上市的股票, 可以委托证券商进行。

他们通过电脑、电话网或电报网直接联系完成交易。

在场外交易市场买卖股票有时需付佣金, 有时只付净价。

场外交易市场的股票通常有两种价格: 公司卖给证券公司的批发价格; 证券公司卖给客户的零售价格。

在这种市场上, 股票的批发和零售价格的差价不大, 但当市场平淡时, 差价就要大一些, 一般来说, 这种差额不得超过买卖金额的5%。

总之, 场外交易市场具有三个特点: 交易品种多, 上市不上市的股票都可在此进行交易; 是相对的市场, 不挂牌, 自由协商的价格; 是抽象的市场, 没有固定的场所和时间。

(三) 第三市场和第四市场 第三市场是指在柜台市场上从事已在交易所挂牌上市交易的证券。

这一部分交易原属于柜台市场范围, 近年来由于交易量增大, 其地位日益提高, 以致许多人都认为它实际上已变成独立的市场。

第三市场是20世纪60年代才开创的一种证券交易市场, 是为了适应大额投资者的需要发展起来的。

一方面, 机构投资者买卖证券的数量往往以千万计, 如果将这些证券的买卖由交易所的经纪人代理, 这些机构投资者就必须按交易所的规定支付相当数量的标准佣金。

机构投资者为了降低投资的费用, 于是便把目光逐渐转向了交易所以外的柜台市场。

另一方面, 一些非交易所会员的券商为了招揽业务, 赚取较大利润, 常以较低廉的费用吸引机构投资者, 在柜台市场大量买卖交易所挂牌上市的证券。

正是由于这两方面的因素相互作用, 才使第三市场得到充分的发展。

.....



版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>