

<<发行中介声誉、IPO抑价及滞后效应>>

图书基本信息

书名：<<发行中介声誉、IPO抑价及滞后效应>>

13位ISBN编号：9787309082272

10位ISBN编号：7309082273

出版时间：2011-7

出版时间：复旦大学出版社

作者：邱冬阳

页数：172

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>

<<发行中介声誉、IPO抑价及滞后效应>>

内容概要

由邱冬阳编著的《发行中介声誉、IPO抑价及滞后效应——基于中小板市场的实证研究》对我国新股发行市场上的IPO高抑价现象进行了实证研究，以实证结论来回答发行中介声誉对抑价的解释作用有多大，如何影响IPO的抑价程度，以及IPO在二级市场上是否存在滞后效应等问题。

《发行中介声誉、IPO抑价及滞后效应——基于中小板市场的实证研究》的主要结论包括：IPO抑价不仅仅是一级市场定价效率的体现，同时也是二级市场定价效率的体现。

在一级市场发行中介机构对区别IPO公司质量高低没有效果的现实情况下，二级市场的“炒新”投资者基于上期IPO抑价率的预期对IPO首日超额收益率具有决定作用。

在二级市场本身的股价水平偏高时，IPO上市首日的抑价程度更高。

因此，要使IPO首日超额收益合理化，不能仅仅依靠一级市场发行政策的频繁变更，有效的二级市场和完善的一级市场同等重要。

IPO的市场化可以使发行人同样承担股票价格变化所带来的风险，可以平衡市场参与者的利益机制，从而合理降低IPO首日超额收益。

《发行中介声誉、IPO抑价及滞后效应——基于中小板市场的实证研究》既有理论价值又有实用价值，可读性很强，适用于高校经济管理、金融类师生使用，也可作为实务工作者的参考读物。

书籍目录

第1章 绪论

- 1.1 问题提出
- 1.2 研究意义
- 1.3 研究思路与结构安排
- 1.4 特色及创新

第2章 国内外相关研究综述

- 2.1 发行市场对IPO抑价综述
 - 2.1.1 发行人和投资者之间的信息不对称
 - 2.1.2 投资者之间的信息不对称
 - 2.1.3 承销商和投资者之间的信息不对称
- 2.2 二级市场对IPO抑价的解释
 - 2.2.1 意见分歧假说
 - 2.2.2 狂热投资者假说
 - 2.2.3 正向反馈交易者假说
 - 2.2.4 信息瀑布流假说
- 2.3 中国IPO研究综述
 - 2.3.1 我国IPO首日抑价的研究
 - 2.3.2 我国IPO长期表现的研究
- 2.4 本章小结

第3章 承销商声誉与IPO抑价

- 3.1 引言
- 3.2 研究设计与数据
 - 3.2.1 研究假设
 - 3.2.2 变量选取
 - 3.2.3 样本数据收集
- 3.3 首日抑价的实证分析
 - 3.3.1 对比统计分析
 - 3.3.2 回归分析
- 3.4 承销商声誉与中期回报
 - 3.4.1 中期回报界定
 - 3.4.2 中期回报率的统计检验
 - 3.4.3 承销商声誉与中期回报
- 3.5 实证结论与政策建议
 - 3.5.1 实证结论
 - 3.5.2 政策建议

第4章 会计师事务所声誉与IPO抑价

- 4.1 引言
- 4.2 研究设计
 - 4.2.1 会计师事务所声誉评价
 - 4.2.2 样本选择与数据来源
 - 4.2.3 描述统计
- 4.3 会计师事务所选择因素分析
 - 4.3.1 研究假设
 - 4.3.2 变量定义
 - 4.3.3 Logistic检验

<<发行中介声誉、IPO抑价及滞后效应>>

4.3.4 OLS检验

4.4 会计师事务所声誉与IPO抑价

4.4.1 控制变量的引入

4.4.2 排名与IPO抑价实证

4.4.3 费用与IPO抑价实证

4.5 实证结论与政策建议

4.5.1 实证结论

4.5.2 政策建议

第5章 内控信息披露与IPO抑价

5.1 引言

5.2 研究设计与数据

5.2.1 理论框架

5.2.2 研究假设

5.2.3 变量选取

5.2.4 样本数据收集

5.3 实证过程与结果

5.3.1 描述统计

5.3.2 相关性检验及分析

5.3.3 多元回归分析

5.4 实证结论与政策建议

5.4.1 实证结论

5.4.2 政策建议

第6章 IPO抑价的分解

6.1 引言

6.2 随机前沿方法简介

6.3 样本选择、数据来源和变量定义

6.4 实证结果及分析

6.5 本章小结

第7章 IPO抑价的滞后效应

7.1 研究背景

7.1.1 对IPO的行为金融分析

7.1.2 IPO与投资者非理性

7.1.3 IPO抑价的滞后效应

7.2 理论分析

7.2.1 IPO抑价率自相关

7.2.2 IPO抑价率的波动性

7.3 研究设计

7.3.1 序列的选取与构造

7.3.2 样本选取

7.4 首日抑价率的GARCH模型实证

7.4.1 统计特征

7.4.2 稳定性检验

7.4.3 建立自回归

7.4.4 ARCH效应检验

7.4.5 建立GARCH模型

7.5 GARCH模型的比较分析

7.5.1 不同序列GARCH的比较分析

7.5.2 GARCH模型间的比较分析

7.6 实证结论及政策建议

7.6.1 实证结论

7.6.2 政策建议

第8章 结论

8.1 本书的主要结论

8.2 研究展望

参考文献

<<发行中介声誉、IPO抑价及滞后效应>>

编辑推荐

《发行中介声誉、IPO抑价及滞后效应：基于中小板市场的实证研究》拟通过研究解决以下问题：
：发行市场中发行中介声誉对抑价的解释作用有多大？
发行承销商、会计师事务所和发行公司的行为特征如何影响IPO在一级市场的抑价程度？
IPO在二级市场上是否存在前后传递的滞后效应？
非理性投资者是否通过滞后效应来影响IPO抑价？

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>