

<<创造价值的投资决策>>

图书基本信息

书名：<<创造价值的投资决策>>

13位ISBN编号：9787500592877

10位ISBN编号：7500592876

出版时间：2006-7

出版时间：中国财政经济出版社

作者：张小利

页数：234

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>

## <<创造价值的投资决策>>

### 内容概要

国力的较量，实质上是企业的较量；国力的背后，是企业的实力。中国要实现强国梦，必须有一大批世界级的企业，而要成为世界级的企业，必须有世界级的管理水平。

应该说，自从“巨人”倒下以后，中国企业的管理能力，已经有了长足的进步，它们中的佼佼者，包括国人所熟悉的海尔、华为、联想、TCL、格兰仕、万向和奇瑞等，已经从本土走向海外。然而，与美国、欧洲和日本的企业相比，差距仍然是巨大的。例如，在全球500强中，近半数为美国企业，三分之一强为欧洲企业；在其中近60家的亚洲企业中，日本就占了46家。

当然，最关键的还是要提高管理水平，提高作出创造价值管理决策的能力，特别是其中的投资决策。这需要时间。

中国的企业，应当以更多的耐心、专心和精心来研究如何改善自己的管理。

《创造价值的投资决策》不仅为管理者提供了一个制定创造价值投资决策的理论和框架，更侧重于提出这些理论和框架的目的——在实践中应用，希望能够为实际工作者提供切实的指导，解决实际工作中的问题。

## <<创造价值的投资决策>>

### 作者简介

张小利，中央财经大学管理工程学院副教授。  
毕业于英国布莱德福德大学发展与项目规划中心，获理科硕士学位。  
主要研究方向为企业投资决策、企业管理、项目管理。  
著有《投资项目社会评价》、《投资运营的经济分析》、《发展项目财务与经济分析手册》等译著多部并在《投资研究》、《财务与会计》等核心期刊和《人民日报》上发表论、译文20余篇。

## &lt;&lt;创造价值的投资决策&gt;&gt;

## 书籍目录

引子：“巨人”为什么倒下1 企业投资决策的目标1.1 企业需要作哪些管理决策1.2 企业管理决策的目标1.3 什么管理决策最重要：海尔、TCL和巨人1.4 项目管理周期与企业投资决策程序1.5 企业投资决策中的财务分析及其目的和依据1.6 财务分析的基本内容1.7 经济分析1.8 经济分析与财务分析的关系2 价值的衡量2.1 经济增加值2.2 经济增加值的计算2.3 市场增加值2.4 经济增加值与市场增加值2.5 经济增加值与市场增加值在中国2.6 什么是价值2.7 案例分析：东方公司的经济增加值3 现金流量识别的依据3.1 企业发展战略及发展战略定位：海尔的例子3.2 企业的核心竞争力3.3 海尔与巨人的核心竞争力3.4 构成企业核心竞争力的要素3.5 打造企业核心竞争力时应处理好的几个关系3.6 企业发展战略与投资决策3.7 市场环境问题3.8 市场预测还有多大价值4 现金流量识别4.1 东风电子公司新产品项目4.2 现金流量识别的原则4.3 现金流量识别中应注意的问题4.4 东风公司新产品项目的相关费用与效益4.5 现金流量的归类与列示4.6 关于全部投资与自有资金投资效益问题的议论4.7 案例分析：东风公司新产品项目现金流量的计算5 折现率测算5.1 为什么要折现5.2 用什么作为折现率5.3 投资项目应采用的折现率5.4 折现率的用途5.5 测算折现率的依据：参照企业的资金成本5.6 决定资金成本高低的主要因素5.7 企业需要多少折现率5.8 资本资产定价模型是否仍然有效5.9 中国目前条件下资本资产定价模型的运用5.10 测算资金成本时应注意的问题5.11 B系数实际使用时应作的调整5.12 B系数的局限性5.13 测算资金成本的步骤5.14 案例分析：东风公司新产品项目的资金成本6 决策指标选用6.1 评价指标选用的原则：有效与简明6.2 非折现类指标及其评价6.3 折现类指标及其评价6.4 决策指标的综合评价与选用6.5 案例分析：东风公司项目的投资回收期与净现值7 风险分析与选择机会的价值7.1 传统的风险分析7.2 风险分析与投资决策7.3 风险分析的局限性7.4 企业拥有的选择机会7.5 实物期权方法与净现值法的关系7.6 实物期权的种类及价值意义7.7 实物期权与投资决策8 投资方案优选8.1 方案优选时的项目分类8.2 什么情况下需要对投资方案进行优选8.3 方案优选的适用指标8.4 寿命期相同项目的优选8.5 寿命期不同项目的优选后记

<<创造价值的投资决策>>

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>