

<<并购学>>

图书基本信息

书名：<<并购学>>

13位ISBN编号：9787501779277

10位ISBN编号：7501779279

出版时间：2010-1

出版时间：中国经济

作者：张秋生

页数：357

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>

## &lt;&lt;并购学&gt;&gt;

## 前言

《并购学：一个基本理论框架》终于能够和读者见面，五年来这个沉重的心愿总算落了地。尽管现在心里还有些忐忑，从形式和内容上还有很多不如人意的地方，书名也从设计时的《并购学》变为《并购学：一个基本理论框架》，但本书的出版，希望回报国内外社会各界对我和北京交通大学中国企业兼并重组研究中心成立11年来的支持与厚爱。

并购活动和其他经济活动一样，是科学和艺术的结合。本书并无力顾及并购活动中的艺术成分，只能着重于其中的科学内涵。

我们对“并购学”是否成立非常慎重。

任何一个学科，都是科学体系的有机组成部分。

新学科是以既有学科为基础、经过学科的交叉融合创新发展起来的，出现在自然与人类活动之后，既来源于自然与人类活动，又解释和服务于自然与人类活动。

并购活动属于经济活动，属于市场经济活动，属于发达的市场经济活动，但并购活动的历史现未有考证，并购活动被人们集中关注并加以研究始于美国近代产业集中，至今成为世界各国市场经济中普遍存在的、有别于常规贸易、新建和改扩建投资、战略联盟的单独一类经济活动。

并购学有其独立的研究对象和服务对象。

并购学要作为一个独立学科存在，还必须具有其独特的相互关系的概念体系和方法体系。

例如，会计学以资产、负债、所有者权益、收入、费用、利润等相互关系的概念作为支撑，运用历史成本或者公允价值等计量方法、依靠日记账、总账和明细账、报表进行组织，形成了记录和披露经济体开展经济活动的完整的信息系统科学以及建立在信息系统基础上运用其他学科成果提供决策辅助的经济管理科学。

并购学基本理论中相互关系的概念体系包括并购动机、并购能力、并购边界、并购方向、并购匹配、并购协同、并购绩效、并购市场这八个核心概念。

并购动机说明并购活动要达到什么目的，并购能力说明并购需求是否有能力作为基础，并购边界说明要达到的目的并购是否为最合理的手段，三者之间相互依存、相互制约，而且作为并购方向的起点。

并购方向规定了并购目标的属性，即并购目标所处地点、产业、规模、效益以及并购时机。

并购匹配，表达了收购方和目标方属性的关系状态，并购协同表达了收购方和目标方在特定关系下预期产生的结果；并购绩效说明并购活动产生的各种结果，且可以与并购动机相对比。

并购市场作为并购活动的环境，且处于变化之中。

## &lt;&lt;并购学&gt;&gt;

## 内容概要

并购学是以解释和揭示并购活动的规律，来指导并购实践活动的一门学科。

本书在其基本理论框架中建立了一个相互关系的概念体系，包括并购动机、并购能力、并购边界、并购方向、并购匹配、并购协同、并购绩效、并购市场这八个核心概念——并购动机是并购利益相关人在内驱力和诱因共同作用下的复杂的并购期望系统。

并购能力是企业利用自身剩余资源完成并购活动的实力。

并购边界即并购活动适用边界，解决企业发展战略是否通过并购这种外部发展方式进行。

并购动机、并购能力、并购边界三者之间相互依存、相互制约，而且作为并购方向的起点。

并购方向规定了并购目标的属性，即并购目标所处地域、产业、规模、效益以及并购时机。

本书运用价值链和企业资源要素建立了并购方向决策分析模型。

并购匹配表达了收购方和目标方属性的关系状态，以尽职调查为界限划分为两个类型：运营匹配和资源匹配。

并购协同表达了收购方和目标方在资源独立、互补、替代、增进、冲突5种关系下，在管理、经营和财务等方面预期产生规模经济、范围经济和网络经济效果进行事前评估。

并购绩效说明并购活动产生的宏观、中观和微观经济社会长短期效果，且可以与并购动机相对比。

并购市场（控制权市场）作用的理论解释、主要控制权市场模式以及影响控制权市场的因素

## <<并购学>>

### 作者简介

张秋生，北京交通大学中国企业兼并重组研究中心主任，北方交通大学经济管理学院教授，博士生导师。

专注于企业并购领域的研究与实践，已出版《企业兼并与重组》等多本专著，主持翻译《并购的艺术》等多套丛书，并在并购领域发表论文数十篇。

## &lt;&lt;并购学&gt;&gt;

## 书籍目录

1 绪论 1.1 并购活动 1.2 并购研究的发展 1.3 并购定义 1.4 并购学的基本理论问题 1.5 并购学的学科体系及其认识论 2 并购动机 2.1 并购动机概念 2.2 并购动机系统 2.2.1 由内驱力引起的动机 2.2.1.1 追求协同效应 2.2.1.2 追求市场势力 2.2.1.3 降低风险 2.2.1.4 获取目标公司优势资产 2.2.1.5 进行产业组织 2.2.2 由诱因引起的动机 2.2.2.1 低价资产出现 2.2.2.2 有利的技术和经济状况出现 2.2.2.3 法律允许和放松管制 2.2.2.4 资本市场驱动 2.2.3 内驱力和诱因的共同作用 2.3 企业并购动机系统 2.3.1 外部视角：企业并购动机 2.3.2 内部视角：利益相关者并购动机 2.3.2.1 并购动机与公司治理 2.3.2.2 利益相关者并购动机 2.3.3 并购动机的综合作用及表现 3 并购能力 3.1 现实及理论背景 3.2 企业资源理论简要回顾 3.3 并购能力的定义 3.4 并购能力的结构分析 3.4.1 并购能力的要素 3.4.2 并购能力的结构 3.4.2.1 并购能力要素——资源 3.4.2.2 并购能力要素——并购管理能力 3.4.2.3 并购能力要素与并购能力的关系 3.5 并购能力模型 3.5.1 模型基本假设 3.5.2 并购能力理论模型 3.5.3 并购能力函数的性质 3.5.3.1 并购能力函数要素的边际贡献 3.5.3.2 并购能力要素贡献弹性 3.5.3.3 并购能力函数与规模报酬 3.5.3.4 并购能力要素的边际替代率 3.6 基于资源属性的并购能力 3.6.1 剩余资源的方向属性 3.6.1.1 产业维度 3.6.1.2 地理维度 3.6.2 剩余资源的流程属性 3.6.3 基于资源属性的并购能力 3.6.3.1 基于资源属性的并购能力的前提假设 3.6.3.2 基于资源属性的并购能力矩形图 3.6.4 并购能力矩形图与并购决策 4 并购边界 4.1 并购边界的概念 ..... 5 并购方向 6 并购匹配 7 并购协同 8 并购绩效 9 公司控制权市场 参考文献

## 章节摘录

并购通常被理解为企业扩张的一种战略，但从并购市场的交易主体角度看，一个企业通过并购来扩张，必然对应一个企业通过售出（Sell-offs）来收缩（Downsizing），因此无论扩张或者收缩，只要符合并购定义的收缩活动也是并购的研究对象，不是并购范围的分立当属企业重组。

在并购研究中，除非另有界定，是以收购方（投资方）作为主体开展研究的。

并购是企业巨型的投资、一揽子的综合交易；并购没有预演，不可能有彩排的机会。

因而并购是企业的风险投资。

并购之前控制风险的常用手段或者是不直接收购，先采取少数股权投资、合资、战略联盟或者协议，或者是控制并购规模。

一旦确定了收购目标，只有通过详尽地尽职调查、合理地估价、艰难地谈判、细致地整合等工作来降低并购风险。

人们对于并购，还只能是小心翼翼、谨小慎微地行事，还没有可以大胆放心地使用的规律可循。

并购是价值增进还是价值破坏？

如果是价值增进，那又是价值发现还是价值创造？

一个企业对另外一个企业的收购，从价值的角度分析，可以认为收购方发现了目标方的价值，目标方或者标购方也认识到收购方发现的价值，由于市场机制的作用，这个价值被平摊了，发现的价值大部分被目标方收获了。

如果收购能够创造新的价值，且不被目标方或者标购方发现或者承认的话，创造的价值才能归收购方所有，至少大部分由收购方获得。

因此，发现价值同然是件好事，但对于并购的真正挑战是创造价值。

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>