第一图书网, tushu007.com

<<投资评估的品牌经济模型及其应用>>

图书基本信息

书名：<<投资评估的品牌经济模型及其应用>>

13位ISBN编号：9787516106327

10位ISBN编号：7516106321

出版时间：2012-8

出版时间：中国社会科学出版社

作者：张超

页数：231

字数：246000

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

内容概要

《投资评估的品牌经济模型及其应用》利用经济学分析方法和分析工具对现有投资评估方法及其体系进行了分析，通过将品牌这个要素纳入投资评估体系及具体的评估方法当中，构建出一般性的投资评估学理论框架。
本书的研究是利用和围绕以选择成本为分析基础的品牌这一核心范畴展开的。

本书将传统投资投资评估理论与以选择成本分析为核心的品牌经济学理论有机结合，并据此对现有的投资评估方法进行了分析和改进，提出了
IVB投资评估分析模型，实现了投资评估理论的创新。
本书利用模型分析的结果对现实中的投资进行了解释，并将其应用在投资评估分析的各个领域。

首先，利用投资评估模型对银行贷款评估的分析与创新。
在对金融机构不良资产问题研究述评和回顾国内外贷款评估现状的基础上，本书对国内贷款评估方法进行了反思。
通过在传统的项目贷款评估体系中引入IVB模型分析内容，可以实现项目贷款评估体系的创新。

其次，利用投资评估模型对证券投资评估的分析与创新。
本书认为，对上市公司的价值分析是证券投资分析的基础，而这涉及如何正确认识公司的价值。
本书指出，品牌是公司实现长期正现金流的根本保证，本书在解释了品牌与公司价值关系的基础上提出了引入品牌的证券投资评估模型，最后建立了更为直观的“品牌一公司价格价值比”模型，得出本书的结论，即品牌解释了公司的可持续竞争优势，将品牌的分析引入公司价值评估模型有利于提高证券投资评估的准确性。

再次，利用投资评估模型对并购投资评估分析与创新。
从并购价值创造的视角出发，本书回顾了MM定理、最优资本结构理论、科斯定理和竞争优势理论，并依次指出了这些理论在解释并购价值创造中的不足。
在此基础上，本书提出了在并购价值评估中引入品牌分析的观点，并建立了检验并购价值效应的理论模型，即MVE模型，对各类并购进行了解释，之后进一步提出了解释并购价值效应的“品牌一成本”二维模型。

最后，投资评估模型的拓展，即由品牌终极优势拓展到品牌垄断。
本书认为，品牌垄断是指某个企业的品牌产品(或服务)在某一市场上具有品牌终极优势，而企图进入这个领域的其他生产厂商会因面临很高的进入障碍而难以进入。
品牌垄断的形成依靠两点：一是企业及其产品在市场中具有品牌终极优势；二是企图进入这个领域的其他生产厂商面临很高的进入障碍，两者共同构成了企业实现品牌垄断之路。
之后本书进一步研究了转换成本的模型并进行了实证分析。

综观《投资评估的品牌经济模型及其应用》，既是已有品牌经济学理论的拓展与应用，也是投资评估理论的创新。
引入以选择成本为基础的品牌分析是本书的最大创新之处。
本书由张超著。

书籍目录

摘要
第一章 导论
 第一节 问题的提出
 第二节 研究思路和框架
第二章 文献综述
 第一节 投资项目评估的发展历程
 第二节 传统项目评估方法综述
 第三节 对传统投资评估方法的简要评论
第三章 基本假设与概念界定
 第一节 基本假设
 第二节 概念界定
第四章 投资评估模型分析
 第一节 投资评估创新的历史背景
 第二节 投资评估中引入品牌分析的意义
 第三节 引入品牌的投资评估模型
 第四节 投资评估模型在项目评估中的应用——改进的项目内部收益率模型
 第五节 小结
第五章 基于投资评估模型的银行项目贷款评估
 第一节 我国银行的历史与现状——以国有商业银行为例
 第二节 金融机构不良资产问题研究述评
 第三节 中外银行贷款评估现状
 第四节 对银行贷款评估体系不足的反思
 第五节 从项目不确定性分析看贷款评估引入品牌分析的意义
 第六节 引入表外评估分析的项目贷款评估
 第七节 项目评估中道德风险的分析与理论创新
 第八节 贷款评估创新对解决中小企业贷款难问题的意义
 第九节 小结
第六章 基于投资评估模型的证券投资评估
 第一节 引言
 第二节 文献回顾
 第三节 品牌对公司价值的影响分析
 第四节 引入品牌的证券投资评估模型
 第五节 巴菲特投资行为的品牌经济解释
 第六节 “品牌-公司价格价值比”二维投资模型
 第七节 小结
第七章 基于投资评估模型的并购价值效应评估
 第一节 引言
 第二节 基于价值视角的并购理论回顾与评价
 第三节 公司并购价值效应解释模型
 第四节 国有企业海外并购失利及原因分析——基于MVE模型
 第五节 刻画并购价值创造的“品牌-成本”二维模型
 第六节 小结
第八章 投资评估模型延伸——品牌垄断与转换成本研究
 第一节 引言：投资评估模型延伸——品牌垄断
 第二节 转换成本模型的提出

第三节 转换成本的实证分析
第四节 基于模型结论的应用
第九章 简要结论与展望
第一节 简要结论
第二节 未来研究展望
参考文献
致谢

章节摘录

1983年9月，中国人民银行专门行使中央银行职能，中国银行与国家外汇管理局分设，至此，中国银行成为人民银行领导下的国家四大专业银行之一。
随着金融体制改革的进一步深化，国家放宽对各家银行经营领域的控制，1994年外汇管理体制改革，国家外汇由外管局经营，各外汇指定银行在外汇业务经营方面享有平等地位，打破了中国银行在外汇业务方面的垄断地位，也标志中国银行正式结束了国家外汇管理机构的历史使命，完成了向综合性商业银行的转型。
作为中国国际化程度最高的银行，中国银行由于具有广泛的海外网络，出众的实力和国际金融，外汇业务优势，使其盈利总额在国内银行中长期居于首位。
3.中国人民建设银行　　1979年8月28日，为了适应改革开放后经济发展的需要，同时也是为了推进“拨改贷”的施行，中国人民建设银行升格为国务院直属部门。
1983年5月，中央批准中国人民建设银行改为独立经营、独立核算、管理基本建设投资的国家专业银行。
中国人民建设银行机构升格后，作为管理固定资产投资的国家专业银行，根据我国改革开放和国民经济迅速发展的要求，在继续行使好财政职能的同时，大力拓展金融业务，业务范围不断扩大。
随着金融体制改革的深入和中国人民建设银行信贷资金总量的迅速增长，1985年4月，国务院决定改革中国人民建设银行资金管理体制，将中国人民建设银行的信贷收支全额纳入国家信贷计划体系。
1985年8月，中国人民银行、中国人民建设银行决定，实行“统一计划，划分资金，实贷实存，相互融通”的信贷资金管理办法，自1985年11月1日起，中国人民建设银行的信贷收支同其他各专业银行一样，全额纳入国家统一的综合信贷计划，使中国人民建设银行真正成为中央银行体系之内的国家专业银行。
……

第一图书网, tushu007.com
<<投资评估的品牌经济模型及其应用>>

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