

<<中国会计评论>>

图书基本信息

书名：<<中国会计评论>>

13位ISBN编号：9787301182161

10位ISBN编号：7301182163

出版时间：2010-9

出版时间：王立彦 北京大学出版社 (2010-09出版)

作者：王立彦 编

页数：380

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

《中国会计评论》秉承学术、中立、公正原则，遵守中华人民共和国的各项法律，参照国际规范学术期刊的管理和编辑工作方式运行，实行匿名审稿制。

本刊主要面向大学会计教育和学术界。

本刊内容涵盖（但不局限于）财务会计、管理会计、审计、税务、公司财务管理、会计师职业道德等领域，以实证研究方法为主导。

本刊也刊登高水平的书评和文献综述性文章。

本刊大力提倡国际主流的经验式研究和分析式研究，也欢迎应用案例分析、实验研究、问卷调查、比较分析等方法的文章。

无论采用何种研究方法，都应当坚持严谨、深入、细致、求实的学术风格。

书籍目录

文章品牌的市场估值效应与启示法律渊源、投资者保护与财务报告质量——来自全球主要股票市场的
证据竞争战略与竞争信息自愿性披露盈利率变化与审计意见购买的方式企业R&D投资与内部资金——
来自中国上市公司的研究合规性、公司治理与社会责任信息披露学术信息第九届中国实证会计国际研
讨会征文通知

章节摘录

插图：市场在估值活动中不仅考虑传统的会计账面价值和当期赢利水平，而且还会考虑现有会计报表中尚不体现的无形资产，比如品牌。

这一研究发现对改进我国现有的国有企业考核机制有很大的参考价值。

国资委现有的考核和薪酬机制主要依赖于传统的会计指标，如净资产收益率和国有资产的保值增值。

‘而按现行会计准则，包括品牌在内的自创无形资产的价值在财务报表中几乎没有任何反映。

这种考核机制鼓励了企业的短期行为，使企业缺乏品牌和技术创新的动力，难以建立起长期竞争力，成为困扰国企发展的主要诟病之一。

根据本研究的结论，缓解这一问题的思路主要有两条：其一，加速国有企业整体上市的步伐，将绩效考核从依赖会计指标为主逐步调整为既反映财务指标又反映自创无形资产的股票价值表现为主；其二，对未上市企业的考核，应考虑引入品牌忠诚度、客户满意度等非财务指标。

本文的研究结果也对如何正确理解市盈率以及如何做出正确的投资决策提供了新的思路和经验证据。

高市盈率被广泛看做用来测量股市泡沫风险的一个重要指标。

然而，就个股而言，高市盈率是否就一定意味着泡沫？

虽然我们不能排除这种可能性，但本文的研究结果表明品牌这一无形资产也能在一定程度上导致高市盈率。

因此，在投资决策和监管活动中不能机械使用市盈率指标。

最后，本研究发现品牌所有权归属母公司或大股东会导致其估值效应下降，这不仅表明投资者是理性的，也说明证监会要求大股东要尽量将品牌注入上市公司的相关规定是合理的。

对大股东而言，在全流通的背景下，将品牌注入上市公司能够充分体现其对企业的价值，更好地为全体股东创造财富。

因此，将品牌注入上市公司可能是一个共赢的局面。

编辑推荐

《中国会计评论(第8卷·第3期·总第21期)》是由北京大学出版社出版的。

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>