

<<中国资本市场论坛>>

图书基本信息

书名：<<中国资本市场论坛>>

13位ISBN编号：9787513617079

10位ISBN编号：7513617074

出版时间：2012-10

出版时间：中国经济出版社

作者：程前 主编

页数：217

字数：152000

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>

<<中国资本市场论坛>>

内容概要

时至今日，中国资本市场论坛已经成功举办了三届，足迹遍布大江南北，议题紧扣时势发展。程前主编的《中国资本市场论坛》的出版更是中国资本市场论坛，乃至A股资本市场上的重大里程碑。

执笔者无一不是A股资本市场成长过程的亲历者和具有丰富项目经验的实践家，本书也是他们首次将从业十余载的点滴故事与珍贵心得凝聚成文字，与读者共享。

身为当今中国资本市场的中坚力量，他们分别从A股市场新股发行体制的历史与变迁、主板及中小板新股发行的现状与展望、A股再融资项目的解析与挑战、海外成熟市场的对比与借鉴以及媒体关系管理等方面，对A股资本市场从创立至今的整个历程进行了细致、独到、真诚的思考，并结合当下推行新股发行体制改革的大背景，深入讨论了对A股资本市场未来的期许。

作者简介

程前，资源产业经济博士、瑞银证券董事总经理、股票资本市场部副主管。
程前女士具有13年以上中国证券业协会认定的证券执业资格，加入瑞银证券之前担任北京证券行政市场部总经理，在A股资本市场特别是股票发行环节具有丰富的实践经验。
程前女士与国内各大券商监管部门及各类机构投资者保持着密切的联系与沟通，参与完成的项目涵盖股票、债券、基金多个领域。

<<中国资本市场论坛>>

书籍目录

新股发行体制改革的思考与展望

一、新股发行体制的由来与现状

二、历次新股发行体制改革与结果

(一) 1990—1992年：新股发行采取发售认购证方式

(二) 1993—1999年：新股发行方式经历了与银行储蓄存款

挂钩、银行全额预缴款后按比例配售、上网竞价、上网定价等方式

(三) 2000—2001年：新股发行方式试行全额市值配售、上网竞价、上网定价资金申购三种方式

(四) 2002—2004年：新股发行实施市值配售与网上累计投标询价相结合的方式

(五) 2005年2月—2005年5月：推行“首次公开发行股票试行询价制度”

(六) 2006年6月—2008年9月：新股发行采用网下询价配售和网上资金申购相结合的方式

(七) 2009年6月：启动第七次新股发行体制改革

(八) 2012年5月：启动第八次新股发行体制改革

三、新股发行体制改革的难点及原因

四、对新股发行体制改革的思考

(一) 新股发行审还是不审——困扰中国证券市场最核心的问题

(二) 新股发行价格是放开还是限制——中国证券市场新股发行体制改革最难突破、广为争议的问题

(三) 怎样建立投资者和融资者之间的博弈——中国证券市场亟待解决却仍未引起高度重视的课题

五、新股发行体制改革的展望主板IPO发行的现状与未来

一、主板发行风光不再

(一) 2009年以来IPO热点从主板向中小板、创业板转移

(二) 主板新股上市表现日益低迷

(三) 投资者参与主板IPO的热情下降

(四) 发行价格重心下移

二、市场采取措施积极应对

(一) 卖方采取的措施

(二) 买方进行的应对

三、对A股IPO现状及未来的思考

(一) 发行价格

(二) 网上网下发行设定

(三) 询价机构多样性

(四) 信息披露与缄默期的关系

(五) 保护中小投资者利益与市场实践教育

(六) 免责自证与抽查

(七) 增加流通数量与存量发行

(八) 关于网下发行部分的锁定期

由格力电器、内蒙华电再融资案例引发的对A股再融资的思考

一、案例分析

(一) 格力电器公开增发案例分析

(二) 内蒙华电非公开发行案例分析

二、再融资工作关注重点

(一) 大型公开增发需要基石投资者

(二) 设计公开增发发行方案时要考虑全面

(三) 大型非公开发行要掌握战略投资者及财务投资人并重原则

(四) 公开增发须有包销的充分准备

<<中国资本市场论坛>>

三、再融资法规问题

(一) 公开增发调整定价原则

(二) 非公开发行定价原则及对放宽投资者数量的要求

关于中小板、创业板IPO定价问题的思考与探讨

一、中国多层次资本市场与中小板、创业板定价制度

(一) 中国多层次资本市场发展概况

(二) 全球多层次资本市场体系

(三) 不同国家或地区定价模式比较

二、中小板、创业板IPO运作现状及未来发展方向

(一) 新旧制度及其产生的市场效应对比

(二) 改革前后定价参考的主要分析指标对比

(三) 现阶段市场主流券商中小板、创业板项目的经营模式及未来发展方向

三、新股制度改革后, ECM将面临的机遇与挑战

海外资本市场发行制度实践及案例

一、新股发行制度

(一) IPO存量发行制度

(二) IPO路演及询价制度

(三) IPO定价制度

(四) IPO配售制度

二、海外上市公司再融资

(一) 配售

(二) 配股

(三) 可转债

投资者关系和媒体关系管理

一、投资者关系和媒体关系管理的基本概念

(一) 投资者关系管理的定义

(二) 投资者关系和媒体关系管理工作的内容

二、首次公开发行股票中的投资者关系和媒体关系管理

(一) IPO期间投资者关系和媒体关系管理的主要工作

(二) 设计传播方式及渠道等传播策略

(三) IPO期间的媒体关系管理

三、常年投资者关系和媒体关系管理

(一) 公众市场信息的收集与监测

(二) 上市公司常年投资者关系和媒体关系管理策略

(三) 上市公司信息反馈及传导

四、再融资及并购活动中的投资者关系和媒体关系管理

五、参考文献

章节摘录

(二) 1993-1999年：新股发行方式经历了与银行储蓄存款挂钩、银行全额预缴款后按比例配售、上网竞价、上网定价等方式1.与银行储蓄存款挂钩发行方式 由于新股认购证弊端的显现，1993年8月18日，国务院证券委颁布了《1993年股票发售与认购办法》，规定新股发行可以采用与银行储蓄存款挂钩方式，具体做法是：
· 主承销商在发行新股时通过指定的银行无限量地向社会投资者发售专项定期定额存单（不得超过3个月），每张存单附一张抽签表，由社会投资者认购；
· 主承销商根据存单的发售数量、批准发行股票数量及每张存单可认购股份数量确定中签率，通过公开摇号的方式决定中签者；
· 中签者按规定要求办理申购缴款手续。

这种发行方式相对于认购证方式，减少了社会资源的浪费，降低了一级市场成本，还可以吸收社会闲置资金，但却引发了银行储蓄存款的“大搬家”。

2.银行全额预缴款后按比例配售发行方式1994年，证监会将新股发行方式改为银行全额预缴款后按比例配售的方式，具体做法是：投资者在规定申购时间内，将全额申购款存入主承销商在收款银行设立的专户中，申购结束后冻结全部资金，在对到账资金进行验资和确定有效申购后，根据股票发行量和申购总量计算配售比例，进行股票配售。

随着计算机技术的进步，新股手工发行方式逐步退出中国股票发行市场，取而代之的是交易所电子化集合竞价平台。

当时，新股上市首日涨幅惊人，申购新股成为无风险暴富的途径。按银行全额预缴款比例配售的新股发行方式，使得具有资金优势的投资者能够申购到更多的新股，因而遭到非议。

.....

<<中国资本市场论坛>>

媒体关注与评论

『最大程度地平衡好融资人的诉求与投资人的利益，是我们工作的出发点。

』——刘彤 『专注所以专业，专业创造价值。

寄语每一个资本市场的专业人士，让我们一同为客户创造价值，推进专业的持续发展！

』——姜英爱 『我以为，世界上所有的东西，包括资本市场，所谓规律其实都是简单朴素的，只是真正从心里认同、尊重且循律做事却是非常难的，需要的不仅是悟性，更要有勇气。

』——陈湄 『国资本市场携手实体经济，一路走好！

』——张小奇

<<中国资本市场论坛>>

编辑推荐

《中国资本市场论坛2012》是A股资本市场前沿资深实践家首度巨献，细数A股市场的沧海桑田，深析买卖双方的对策博弈，探究中国股市将何去何从。

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>