

Mc
Graw
Hill Education

Sunyo Translation Series in Accounting Classics

PRINCIPLES OF CORPORATE FINANCE

Concise Edition

Richard A. Brealey Stewart C. Myers Franklin Allen

三友会计名著译丛

“十一五”国家重点图书出版规划项目

公司理财原理

(精要版)

(英) 理查德·A. 布雷利

(美) 斯图尔特·C. 迈尔斯 弗兰克林·艾伦 ● 著

罗菲 ● 译

 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press



Mc
Graw
Hill Education

Sunyo Translation Series in Accounting Classics

PRINCIPLES OF CORPORATE FINANCE

Concise Edition

Richard A. Brealey Stewart C. Myers Franklin Allen

三友会计名著译

“十一五”国家重点图书出版规划项目

公司理财原理

(精要版)

(英) 理查德·A. 布雷利

(美) 斯图尔特·C. 迈尔斯 弗兰克林·艾伦 ● 著

罗菲 ● 译

FE 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press
大连



© 东北财经大学出版社 2010

图书在版编目 (CIP) 数据

公司理财原理: 精要版 / (英) 布雷利 (Brealey R. A.), (美) 迈尔斯 (Myers, S. C.), (美) 艾伦 (Allen, F.) 著; 罗菲译. —大连: 东北财经大学出版社, 2010. 5

(三友会计名著译丛)

书名原文: Principles of Corporate Finance (Concise Edition)

ISBN 978-7-5654-0047-6

I. 公… II. ①布… ②迈… ③艾… ④罗… III. 会计-财务管理 IV. F276. 6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 129687 号

辽宁省版权局著作权合同登记号: 图字 06-2008-389 号

Richard A. Brealey, Stewart C. Myers, Franklin Allen; Principles of Corporate Finance, Concise Edition

Copyright © 2009 by The McGraw-Hill Companies, Inc.

DUFEP is authorized by McGraw-Hill/Irwin to publish and distribute exclusively this simplified Chinese edition. This edition is authorized for sale in the People's Republic of China only (excluding Hong Kong, Macao SAR and Taiwan). Unauthorized export of this edition is a violation of the Copyright Act. No part of this publication may be reproduced or distributed by any means, or stored in a database of retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

All rights reserved.

本书简体中文翻译版由麦格劳-希尔出版公司授权东北财经大学出版社独家出版发行。此版本仅限在中华人民共和国境内 (不包括中国香港、澳门特别行政区及中国台湾) 销售。未经授权的本书出口将被视为违反版权法的行为。未经出版者预先书面许可, 不得以任何方式复制或发行本书的任何部分。

版权所有, 侵权必究。

书封面贴有 McGraw-Hill 公司防伪标签, 无标签者不得销售。

东北财经大学出版社出版
(大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025)

教学支持: (0411) 84710309

营 销 部: (0411) 84710711

总 编 室: (0411) 84710523

网 址: <http://www.dufep.cn>

读者信箱: dufep@dufe.edu.cn

大连图腾彩色印刷有限公司印刷

东北财经大学出版社发行

幅面尺寸: 185mm × 260mm

字数: 966 千字

印张: 43

插页: 1

2010 年 5 月第 1 版

2010 年 5 月第 1 次印刷

责任编辑: 李季 于梅 刘东威 章北蓓 吴焕

责任校对: 惠恩乐

封面设计: 冀贵收

版式设计: 钟福建

ISBN 978-7-5654-0047-6

定价: 82.00 元

译者简介

罗菲，女，1974年出生于内蒙古，现为东北财经大学会计学院副教授。1998年毕业于东北财经大学会计学专业，获管理学硕士学位，并留校任教。后师从我国会计学界泰斗谷祺教授，攻读会计学专业博士学位，于2007年6月获得管理学博士学位。曾于2004年9月至2005年9月接受国家留学基金委资助，在加拿大 University of Alberta 做访问学者；2007年3月至6月，在澳大利亚 Curtin University of Technology 交流访问；2008年7月，在英国 University of Surrey 交流访问。

目前担任2008年度国家双语教学示范课程建设项目 Financial Management 主讲教师、2006年度国家级精品课“财务管理”主讲教师。

已独立出版专著《基于价值管理的研究》；独立出版译著《公司财务危机与破产》；在《财务与会计》等会计领域核心刊物上独立发表论文10篇；主编或参编教材等11部，其中包括普通高等教育“十一五”国家级规划教材以及财政部“十五”规划教材等；另参与译著2部，包括“十五”国家重点图书出版规划项目等；参与中国会计学会、财政部、教育部等项目7项。

前 言

财务经理们面临着一些关键的决策问题：公司应该进行什么样的资本投资？为给这些投资筹集资本，公司是应该用已获的利润再投资呢，还是应该发行普通股股票，还是应该借款？什么样的计划才能保证公司在财务方面始终保持强势地位和健康的状况？这本书就为回答这些问题提供基本的理论。

本书是我们《公司理财原理》第九版的精要版。有些《公司理财原理》的读者建议说，那本书的范围太大了，有些他们用不上。考虑到这种建议，我们编写了这本精要版。我们相信，这本精要版能给财务经理提供足够的必要知识。本书的前11章基本上与《公司理财原理》一书保持一致，包括资金的时间价值、债券和股票的估价和实践中的资本预算决策问题。其余章节探讨市场有效性、股利政策、资本结构、期权估价和长短期财务计划。熟悉《公司理财原理》的读者可能会注意到这些章节的一些小变化。在介绍期权的章节中，我们给出了一个简单的例子，介绍扩张期权的估价，但省略了那本书附录中的期权价值的稀释效果。在介绍短期财务计划的章节中，我们增加了对公司可以放置其闲置多余现金的货币市场工具的论述。

当然，决定应该包括什么，应该省略什么总不是那么容易的事情。我们是想加进例如新股发行、兼并、私募股票、信用风险等这样的问题的，但这本书的主旨应该是精要，因此，我们在参阅了大量的财务课程一个学期的内容后，最后决定将内容限定在目前这些最常用的议题上。

我们考虑到，有些老师讲课时可能愿意使用不同的议题顺序，因此，我们尽力使这些内容模块化，以方便按任意顺序介绍本书的各部分内容。例如，即使在没有学习估价和资本投资之前，阅读有关财务报表分析和短期财务决策的问题时也应该是毫无困难的。

在本书中，我们既介绍了公司理财的理论，也描述了公司理财的实务操作。我们几乎不用解释为什么财务经理在其工作中必须掌握这些实践操作的技巧，但我们应该明确为什么进行实务操作的这些财务经理还要掌握理论。

管理者们从经验中学习如何处理常规的问题，但优秀的管理者还应该能应对变化的挑战。为做到这一点，你需要的就不只是历史悠久的经验法则了，你必须理解公司和金融市场为什么会是那个样子，换句话说，你需要的是理财的理论。

听起来像是在威胁你学习吗？不是的。好的理论能够帮助你掌握你周围世界正在发生的事情，它可以帮助你在时间变化和需要分析新问题时提出正确的问题，同时，它还

会告诉你不用担心什么。整本书中我们都在介绍管理者们如何利用财务理论解决实际问题。

当然，本书中列示的理论是不完善的，也是不全面的，实际上没有任何理论是完善和全面的。有很多金融经济学家们不能达成一致意见的有名的争议，我们没有掩盖这些不一致的意见，对每一种意见我们都给出了其基本的观点和论据，然后告诉读者我们支持的是哪一方。

本书的大部分内容都集中关注于了解财务经理怎么做和为什么这样做，但我们还指出了为增加公司价值财务经理应该怎样做。如果理论上认为财务经理做错了，我们也会这样认为，尽管我们也承认他们这样做背后可能也会有他们自己的原因。总之，我们要尽力做到公正，但也会毫无保留地告诉读者我们自己的看法。

让学习更加简单

本书中的每一章都包括概述预览、本章小结和有注释的推荐读物名单，每章章后都有简单、轻松的练习题，既有数字化又有概念化的实务题，另外还有一些思考题。很多问题需要利用真实公司的财务数据，读者可以从标准普尔的市场观察教育网上下载真实公司的资料。本书最后还附有每章练习题的答案、术语表，以及在计算现值和进行期权估价时可能用到的表格。我们还对每章的概念给出了复习问题。每章后都有例题。全部的概念复习题在本书的网站 (www.mhhe.com/bma1e) 上可以找到。

本书还包括 7 个章末微型案例，主要针对的是案例分析的特定问题。这些微型案例的答案在本书网站上的教师辅导资料中可以找到。

教材中有很多表格都是以 Excel 电子表格的形式表示出来的，因此，我们在本书中给出了这些情况下的相应的“活动”电子表格。读者可以利用这些活动电子表格更好地理解这些表格背后的计算原理，并考察基础数据的变化所带来的影响。有些章后的练习题要求学生要利用电子表格来检验他们对输入变量影响的理解。

本书的 20 章一共分为 7 个部分，每一部分首先包括一个简要的介绍，解释本部分中各章节的顺序。第 1 部分至第 3 部分涉及的是估价和资本投资决策；第 4 部分至第 6 部分探讨长期融资问题；第 7 部分集中关注财务计划和短期财务决策问题。

补充内容

在本版中，我们尽力保证以下补充内容与教材本身具有质量上和权威上的等同性。

提供给教师：

教师光盘

ISBN 9780073279404

MHID 0073279404

这张内容丰富的光盘包括为教师提供的以下所有补充内容。为使用起来更方便，我们编辑的是电子格式。打印的纸质版本可以通过你的 McGraw-Hill 销售代表获得。

(1) 教师手册

教师手册是由 C. R. Krishnaswamy of Western Michigan University 完成的，包括每章回顾、教学要点、学习目标、难点问题、关键术语和有注释的大纲，为教师提供 PPT 幻灯片的解释。

(2) 测试库

测试库也是由 C. R. Krishnaswamy of Western Michigan University 开发的，包括选择题、问答题和讨论题。题目的难易程度不同，分别用简单、中等和困难加以区别。

(3) 计算机化的测试库

McGraw-Hill 的 EZ 测试库是一种非常灵活且易于使用的电子测试程序。该程序允许教师根据特定的教材内容创建测试题目。它能容纳多种类型的问题，并且教师还可以根据自己的需要进行添加。教师可以建立测试的多重版本，并且可以将测试外放用于任何的课程管理系统，如 WebCT、BlackBoard 或 PageOut。EZ 网上测试库是一项新的服务内容，它为实行以你的 EZ 测试为基础创建的考试和网上练习提供了方便。该程序在 Windows 和 Macintosh 操作环境下可用。

(4) PPT 系统

University of Indianapolis 的 Matt Will 提供了本书各章的 PPT 幻灯片，用可视的动态方式体现了有关的表格、每章概况、关键问题和每章小结。你可以根据自己课程的需要编辑、打印或调整 PPT 的内容。

提供给学生：

网上学习中心

www.mhhe.com/bmale

网上有丰富的资料！这个网站提供的信息包括有关本书、本书作者的资料以及为教师和学生提供的所有教学和学习资料。具体内容有：

(1) Excel 表格模板

对于书中节选的表格（“活动” Excel）以及有一些需要用 Excel 电子表格解决的章后练习题（原书中都已经用特定的符号进行了标记），我们给出了相应的模板。它们与书中的特定概念相联系，允许学生利用电子表格解决财务问题，并获取经验。章后模板是由 Northwest Nazarene University 的 Peter R. Crabb 提供的。

(2) 交互式 FinSims

这一有价值的工具能对关键的财务问题进行多重模拟。允许学生使用它的目的，是想让学生加强对相关知识的了解，并加强对实务问题操作的练习。

(3) 网上测试题

这些选择题是为学生准备的另外的测试题，可以作为加强学生理解相关知识的又一个工具。问题都是按章准备的，旨在考查学生对每章特定概念的理解和掌握。只要学生一提交，就会立刻给出测试的分数，并提供正确的答案。

致谢

对以前版本的《公司理财原理》提出的建议和对目前精要版给予的帮助，我们有一大串的感谢名单，包括：MIT 的 Aleijda de Cazenove Balsan、Kedran Garrison、Robert Pindyck 和 Gretchen Slemmons；London Business School 的 Stefania Uccheddu；The Brattle Group, Inc. 的 Lynda Borucki、Michael Barhum、Marjorie Fischer、Larry Kolbe、Michael Vilbert、Bente Villadsen 和 Fiona Wang；the University of Maryland 的 Alex Triantis；the University of Pennsylvania 的 Julie Wulf 和 Jinghua Yan；the University of Washington 的 Adam Kolasinski；Duke University 的 Simon Gervais。

我们还要感谢以下教师，在我们再版的过程中，他们独到的见解和建议给我们提供了无价的帮助：

Neyaz Ahmed *University of Maryland*

Noyan Arsen Koc *University*

Jan Bartholdy *ASB, Denmark*

Penny Belk *Loughborough University*

Omar Benkato *Ball State University*

Eric Benrud *University of Baltimore*
Peter Berman *University of New Haven*
Michael Roberts *University of Pennsylvania*
Alon Brav *Duke University*
Jean Canil *University of Adelaide*
John Cooney *Texas Tech University*
Charles Cuny *Washington University , St. Louis*
Adri DeRidder *Gotland University*
William Dimovski *Deakin University , Melbourne*
David Ding *Nanyang Technological University*
Robert Duvic *University of Texas at Austin*
Robert Everett *Johns Hopkins University*
Christopher Geczy *University of Pennsylvania*
Stuart Gillan *University of Delaware*
Felix Goltz *Edhec Business School*
Ning Gong *Melbourne Business School*
Gary Gray *Pennsylvania State University*
C. J. Green *Loughborough University*
Mark Griffiths *Thunderbird , American School of International Management*
Re - Jin Guo *University of Illinois , Chicago*
Winfried Hallerbach *Erasmus University , Rotterdam*
Milton Harris *University of Chicago*
Glenn Henderson *University of Cincinnati*
Donna Hitscherich *Columbia University*
Ronald Hoffmeister *Arizona State University*
Ravi Jagannathan *Northwestern University*
Jarl Kallberg *NYU , Stern School of Business*
Ron Kaniel *Duke University*
Steve Kaplan *University of Chicago*
Arif Khurshed *Manchester Business School*
Ken Kim *University of Wisconsin , Milwaukee*
C. R. Krishnaswamy *Western Michigan University*
George Kutner *Marquette University*
David Lins *University of Illinois , Urbana*
David Lovatt *University of East Anglia*
Debbie Lucas *Northwestern University*
Brian Lucey *Trinity College , Dublin*
Suren Mansinghka *University of California , Irvine*
George McCabe *University of Nebraska*
Joe Messina *San Francisco State University*
Dag Michalsen *BI , Oslo*

Franklin Michello *Middle Tennessee State University*
 Peter Moles *University of Edinburgh*
 Claus Parum *Copenhagen Business School*
 Dilip Patro *Rutgers University*
 John Percival *University of Pennsylvania*
 Latha Ramchand *University of Houston*
 Narendar V. Rao *Northeastern University*
 Raghavendra Rau *Purdue University*
 Charu Reheja *Vanderbilt University*
 Tom Rietz *University of Iowa*
 Robert Ritchey *Texas Tech University*
 Michael Roberts *University of Pennsylvania*
 Mo Rodriguez *Texas Christian University*
 John Rozycki *Drake University*
 Marc Schauten *Eramus University*
 Brad Scott *Webster University*
 Jay Shanken *Emory University*
 Chander Shekhar *University of Melbourne*
 Nejat Seyhun *University of Michigan*
 Richard Simonds *Michigan State University*
 Bernell Stone *Brigham Young University*
 Shrinivasan Sundaram *Ball State University*
 Avanidhar Subrahmanyam *University of California , Los Angeles*
 Tim Sullivan *Bentley College*
 Stephen Todd *Loyola University , Chicago*
 Walter Torous *University of California , Los Angeles*
 Ilias Tsiakas *University of Warwick*
 David Vang *St. Thomas University*
 Steve Venti *Dartmouth College*
 John Wald *Rutgers University*
 Kelly Welch *University of Kansas*
 Jill Wetmore *Saginaw Valley State University*
 Patrick Wilkie *University of Virginia*
 Matt Will *University of Indianapolis*
 Art Wilson *George Washington University*
 Shee Wong *University of Minnesota , Duluth*
 Minhua Yang *University of Central Florida*

当然，这个名单还不是完整的。我们知道我们欠 the London Business School、MIT's Sloan School of Management、the University of Pennsylvania's Wharton School 的同事们很多感谢。在很多情况下，本书中出现的一些观点实际上应该是我们共同的观点。

我们还要感谢 McGraw-Hill/Irwin 出版公司为本书付出努力的所有人员，包括

Michele Janicek, Executive Editor; Christina Kouvelis, Developmental Editor II; Lori Koettters, Managing Editor; Ashley Smith, Marketing Manager; Jennifer Jelinski, Marketing Specialist; Cara David, Designer; Michael McCormick, Senior Production Supervisor; Kerry Bowler, Media Project Manager; Greg Bates, Media Producer.

最后我们还要感谢我们的妻子——Diana、Maureen 和 Sally，她们当时并没有意识到嫁给我们的同时，她们还嫁给了《公司理财原理》。

理查德·A. 布雷利

斯图尔特·C. 迈尔斯

弗兰克林·艾伦

译者序

作为公司理财方面的权威专家，由理查德·A. 布雷利 (Richard A. Brealey)、斯图尔特·C. 迈尔斯 (Stewart C. Myers) 和弗兰克林·艾伦 (Franklin Allen) 共同编著的《公司理财原理》几经再版，得到了国际上的广泛认可和好评，目前全版书已经出版至第九版。现在，三位权威专家又共同编著了《公司理财原理 (精要版)》，该著作更是优中之优，汲取了《公司理财原理》第九版的精华，并补充了该版中没有涉及的问题。

本人从教 10 多年，一直从事与公司理财相关的教学工作，自 2000 年以来，曾使用多部英文原版教材进行双语教学。这部风靡全球的公司理财教科书是一部非常适用于本科生和硕士生进行双语教学的优秀教材。

本书以独特的视角，完整地构建了公司理财学的基本框架。本书以价值作为出发点，紧密结合公司理财实践的需要，精选了风险、资本预算实务、融资决策与市场有效性、股利政策与资本结构、期权、财务计划与营运资本管理等核心内容。本书理论与实践并重，在论述理论的同时强调公司理财的灵活性，要求公司财务人员要能够根据随时可能发生的变化对理财策略进行调整。

本书结构完整清晰而且比较灵活，读者学习时可有针对性地调整各部分的学习顺序。例如，即使在没有掌握估价和资本投资内容的情况下，也可以首先学习财务报表分析和短期融资决策，从而给读者带来了极大的方便。本书语言平实，系统、扼要、准确地论述了公司理财的基本理论和技能；案例丰富，既包括正文中的案例，也包括课后习题案例；习题类型多样，从较为简单的基本概念复习题、实务操作题到课后案例以及具有一定难度的思考题等，满足了不同层次读者的需要。

本书既适合作为大学商学院会计、财务管理、MBA 等本科生、研究生的教科书，也适合作为财务和投资专业人士、大学相关专业教师和研究人员的必读名著或参考书。书中包括的研究方法、研究内容及案例等，可以使读者从国外公司理财的理论和实务中吸取有益的理财思路和方法，并应用到我国的实践中。

为了保持整体翻译风格一致和前后统一，全书的翻译工作由我一个人完成。在翻译过程中，为了忠实于原文，我尽量采用原文的表述方式，减少读者可能遇到的曲解和混乱。在本书即将出版之际，我想感谢我的硕士生导师刘淑莲教授，她对我的帮助是难以用语言表达的。我要特别感谢东北财经大学出版社的李智慧编辑和李季编辑，感谢她们对我的信任，并在全书的翻译过程中始终给予我热情的鼓励和无私的帮助。

尽管本人在翻译过程中做了大量的努力，但由于水平有限，书中难免存在不妥和错误之处，敬请读者批评指正。如果读者对本书有任何批评或建议，欢迎与我联系。我的邮箱地址是：luofei29@126.com。

罗菲

2009年8月20日

目 录

第 1 部分 价 值

第 1 章 财务与财务经理	3
1.1 什么是公司	4
1.2 财务经理的职责	5
1.3 谁是财务经理	7
1.4 所有权与管理权分离	8
1.5 本书论题	10
本章小结	10
推荐读物	11
概念复习题	11
练习题	11
第 2 章 现值、公司目标与公司监管	13
2.1 现值概述	14
2.2 净现值法则的基础	18
2.3 公司目标与公司监管	23
本章小结	29
推荐读物	30
概念复习题	30
练习题	31
实务题	31
思考题	33
第 3 章 如何计算现值	35
3.1 长期资产估价	35
3.2 简便计算方法——永续年金与年金	40
3.3 更多简便计算方法——增长型永续年金与增长型年金	45
3.4 复利与现值	46

本章小结	51
网上练习题	52
概念复习题	52
练习题	53
实务题	53
思考题	56
第4章 债券估价	58
4.1 利用现值公式评估债券价值	59
4.2 利率变化时债券价格如何变化	62
4.3 利率的期限结构	66
4.4 解释期限结构	68
4.5 实际利率与名义利率	71
本章小结	77
推荐读物	78
网上练习题	78
概念复习题	78
练习题	78
实务题	80
思考题	82
第5章 普通股估价	84
5.1 普通股如何交易	85
5.2 普通股如何估价	87
5.3 估计权益资本成本	90
5.4 股票价格与每股收益的关系	96
5.5 利用折现现金流评估企业价值	100
本章小结	105
推荐读物	106
概念复习题	106
练习题	106
实务题	107
思考题	111
【微型案例】 力臂运动器材公司 (Reeby Sports)	111
第6章 为什么与其他标准相比, 净现值法则能保证更优的投资决策	113
6.1 基础知识回顾	114
6.2 投资回收期	117
6.3 内部收益率 (或折现现金流收益率)	119
6.4 资源有限条件下资本投资决策	127
本章小结	131
推荐读物	132

概念复习题	132
练习题	132
实务题	134
思考题	136
【微型案例】 Vegetron 公司 CFO 的再次造访	137
第 7 章 利用净现值法则进行投资决策	139
7.1 应用净现值法则	140
7.2 示例——IM&C 公司肥料项目	144
7.3 等价年成本	151
本章小结	156
概念复习题	157
练习题	157
实务题	159
思考题	163
【微型案例】 新经济运输公司 (New Economy Transport) (A)	164
<hr/>	
第 2 部分 风 险	
第 8 章 风险、收益及资本机会成本概述	169
8.1 资本市场百年历史简要回顾	169
8.2 投资组合风险衡量	177
8.3 投资组合风险计算	186
8.4 单个证券如何影响投资组合风险	190
8.5 分散化与价值可加性	194
本章小结	195
推荐读物	196
概念复习题	196
练习题	196
实务题	198
思考题	201
第 9 章 风险与收益	203
9.1 哈里·马科维茨与投资组合理论的产生	204
9.2 风险与收益的关系	211
9.3 资本资产定价模型的有效性及其作用	214
9.4 其他理论	219
本章小结	224
推荐读物	225
概念复习题	226
练习题	226
实务题	228

思考题	232
【微型案例】 John 和 Marsha 的投资组合选择	233
第 10 章 资本预算与风险	235
10.1 公司资本成本与项目资本成本	236
10.2 权益成本衡量	239
10.3 无 β 值时折现率的确定	243
10.4 确定当量——进行风险调整的另一种方法	246
10.5 国际项目的折现率	251
本章小结	253
推荐读物	255
概念复习题	255
练习题	255
实务题	256
思考题	259
【微型案例】 琼斯家族公司	260

第 3 部分 资本预算实务

第 11 章 项目分析	265
11.1 资本投资程序	266
11.2 敏感性分析	268
11.3 蒙特卡罗模拟	275
11.4 实物期权与决策树	280
本章小结	289
推荐读物	291
概念复习题	291
练习题	291
实务题	292
思考题	295
【微型案例】 Waldo County	295

第 4 部分 融资决策与市场有效性

第 12 章 有效市场与行为融资	299
12.1 净现值法则是我们始终坚持的原则	300
12.2 有效市场是什么	302
12.3 非市场有效的证据	310
12.4 行为融资	315
12.5 市场有效性的 6 点启示	318
本章小结	324
推荐读物	325

概念复习题	326
练习题	326
实务题	327
思考题	330

第5部分 股利政策与资本结构

第13章 股利政策	333
13.1 股利政策的选择	334
13.2 公司如何发放股利及回购股票	335
13.3 公司如何进行股利决策	337
13.4 股利及股票回购的信息	338
13.5 股利政策的争议	341
13.6 保守的右派	346
13.7 税收与激进的左派	348
13.8 中庸的中间派	352
本章小结	355
推荐读物	356
概念复习题	356
练习题	357
实务题	358
思考题	361
第14章 负债政策重要吗	363
14.1 无税收竞争经济下的财务杠杆效应	364
14.2 财务风险与期望收益	370
14.3 加权平均资本成本	374
14.4 对税后加权平均资本成本的最后说明	378
本章小结	380
推荐读物	381
概念复习题	381
练习题	382
实务题	383
思考题	385
第15章 公司负债该有多少	387
15.1 公司税金	388
15.2 公司税与个人税	392
15.3 财务危机成本	395
15.4 融资决策的啄食理论	409
本章小结	414
推荐读物	415