



legend be here ...

经营班子的实战指南

世界一流公司治理权威扛鼎之作

结合最新理论分析公司治理的中国经典案例

南开大学商学院院长李维安教授倾情推荐

Corporate Governance

[美] 肯尼思·A·金 (Kenneth A. Kim) 纽约州立大学水牛城分校 著
约翰·R·诺夫辛格 (John R. Nofsinger) 华盛顿州立大学

严若森 译

金&诺夫辛格

公司治理： 中国视角

(原书第2版)



中国人民大学出版社
China Renmin University Press

金&诺夫辛格 公司治理： 中国视角

(原书第2版)

[美] 肯尼思·A·金 (Kenneth A. Kim) 著
约翰·R·诺夫辛格 (John R. Nofsinger)
严若森 译

Corporate Governance

图书在版编目 (CIP) 数据

金 & 诺夫辛格公司治理: 中国视角 (原书第 2 版) / (美) 金, (美) 诺夫辛格著; 严若森译.

北京: 中国人民大学出版社, 2008

ISBN 978-7-300-09733-6

I. 金...

II. ①金...②诺...③严...

III. 公司 - 企业管理 - 研究

IV. F276.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 144900 号

金 & 诺夫辛格公司治理: 中国视角 (原书第 2 版)

肯尼思 · A · 金

[美] 约翰 · R · 诺夫辛格 著

严若森 译

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室)

010-62511398 (质管部)

010-82501766 (邮购部)

010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司)

010-62515275 (盗版举报)

网 址 [http:// www. crup. com. cn](http://www.crup.com.cn)

[http:// www. ttrnet. com](http://www.ttrnet.com) (人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 北京京北印刷有限公司印刷

规 格 214 mm × 275 mm 16 开本

版 次 2008 年 10 月第 1 版

印 张 12.5 插页 2

印 次 2008 年 10 月第 1 次印刷

字 数 265 000

定 价 39.80 元

版权所有

侵权必究

印装差错

负责调换

湛庐教材L系列

《金 & 诺夫辛格公司治理：中国视角》

(原书第2版)

Kenneth A. Kim and John R. Nofsinger

Corporate Governance

Second Edition

《贝克曼运营战略》

Sara L. Beckman

Operations Strategy: Competing in the 21st Century

《博维商务沟通英语》

(原书第9版)

Courtland L. Bovee

Business Communication Today

Ninth Edition

《哈佛营销管理与案例》

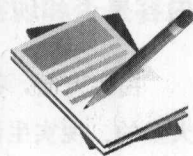
(原书第2版)

Rajiv Lal

Marketing Management

Second Edition

一切为了您的学习



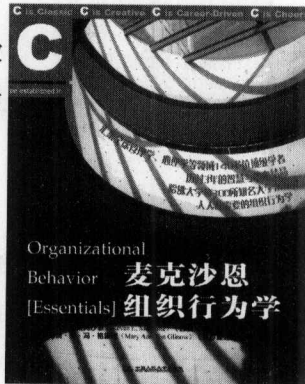
您也许是一名正在学习经济管理专业、MBA或EMBA课程的学生，或是一名正从事管理工作的经理人员，您要想获得系统、正规化的管理知识的培训和学习，教材无疑是您最好的选择。但在选择一本能满足您需求的好教材时，您是否常常面临下面的困境：

1. 市场上的教材品种繁多、琳琅满目，根本无法分辨。
2. 教材的名称都是一样的，到底怎样才算一本好的教材？
3. 很多教材都是老师指定的，但是如果能知道世界顶级大学如美国哈佛、斯坦福、耶鲁、麻省的学生在学什么就好了。
4. 现在很多引进版教材都是大量的国外公司案例，离现实生活或工作太遥远了，根本无法产生共鸣。
5. 如果在复习和备考的时候，能有一本涵盖知识重点小节和相关练习的指导书就好了。
6. 日常管理工作中出现的棘手问题，凭自己的管理经验解决感觉有些力不从心，最好能借鉴一下国外顶级企业的管理经验就好了。
7. 离开学校多年，随着职位的提升，越来越觉得工作中要学的东西实在太多了，能有一本好的教材充充电，最好能像自己的老师一样，随时在身边指导一下自己就太棒了！

作为未来的中国企业管理者，您一直是我们的关注对象，“一切为了您的学习”是我们出品教材的理念！针对您所关心的问题，我们出品的经济管理类教材有着很多与市面上教材的不同之处：

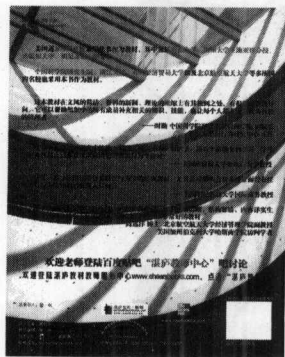
作者是否权威？是不是最新的内容，是否代表最新的研究方向？

在选择教材选题时，我们充分考虑到了世界管理学界各个学科领域著名学者、专家的权威著作所代表的最高学术水平，为您选择了在国外大学采用率高、知名教授学者所编写的、最新版次的教材；另外，我们还将会在教材的封面突显原作者名，让您方便挑选，并保证教材的品质。



这本教材被哪些学校所采用？使用过该教材的老师是如何评价的？

为了让您在选择教材、购买学习产品时，能有所参考借鉴，我们会将这本教材在国内外的采用情况以及使用过该教材的老师或专家的点评放在教材的封底下供您参考。



内容是否和现实贴近？是否有较强的实用性？

内容方面，我们重点选择理论与案例相结合的教材，在普及基础专业知识的同时，引入大量的、现实生活中知名企业的实用案例、实例。部分教材还结合中国经济管理类教学的实际情况，请国内知名大学的老师进行了改编，加入了中国知名企业的案例，推出中国版。

是否有完善的学习辅助产品和延伸学习的支持？

根据这本教材中重点的知识点，我们会在教材中提供您需要进一步阅读的参考读物推荐，让您更好地体验知识的广博且具趣味的魅力！如在《麦克康奈尔 & 布鲁伊经济学》中推荐读《牛奶可乐经济学》、《非凡的经济智慧》等精品图书。

老师可以登录我们的网站注册成为教师会员，填写教辅申请表，就可以获得与该教材配套的教辅产品。学生还可以登录我们的网站下载练习题、学习指南等辅助学习的相关产品。

如果您还需要阅读原汁原味的教材英文原版，还可以购买我们中英文捆绑套装教材或英文原版教材。

那如何在众多的教材中找到我们呢？

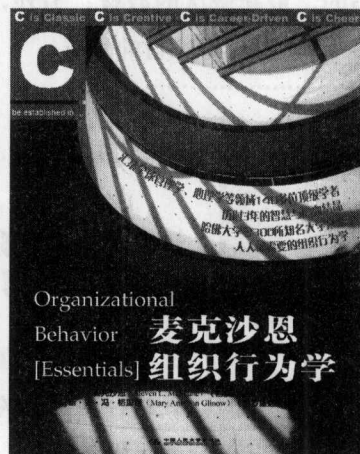
找“小红帽”：为了便于老师辨认，我们在每本教材的书脊上部5厘米处，全部用红色标记，称之为——“小红帽”。同时，“小红帽”上标注“湛庐”字样和标识以及所属课程编码。这便于老师和学生在浩如烟海的教材中轻易准确地找到我们。



找“湛庐文化”：我们所有出品的教材，在图书封底的下部都有“湛庐文化”的标志和“湛庐文化·策划”的字样。



找“系列标识”：根据老师的不同授课需求和选择，我们出品的教材将会在封面左上角的位置放上我们教材系列的醒目标识“C”、“N”、“M”、“L”以及我们打造这些系列教材所要传达的教材理念，并用不同的颜色来区分：





“C”系列代表经典的国外知名教材，这一系列的教材选取的都是国外采用率最高、版次高、最著名教授的经典教材，选用代表尊贵的“金色”标识。

“M”系列将打造全新的教材理念，它会以杂志的形式呈现现在我们新生代的学生以及整日奔走于职场间的经理人员面前，以满足快速学习的要求。此系列的教材将会用激情洋溢的“红色”来标识。



“N”系列代表的是国外教材改革的最新动向，随着国外管理知识体系的不断更新，一些代表国外最新研究方向、教学理念以及

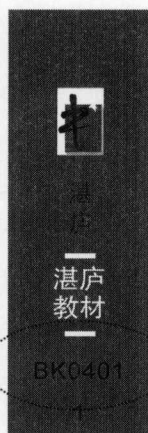


行业最新标准的教材也越来越被老师所需求和认可。我们出版的“N”系列教材所囊括的正是这些新体系教材，我们会用代表春天的颜色“嫩绿”色标识。



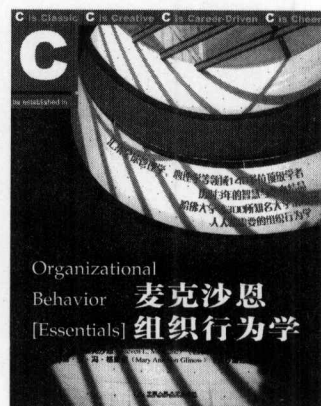
“L”系列是在国外版教材的基础上结合中国经济管理类教学的实际情况，请国内知名大学的老师对原版教材进行了改编，加入了中国知名企业的案例而推出的中国版，此系列教材我们将会用代表博大精深的“蓝色”来标识。

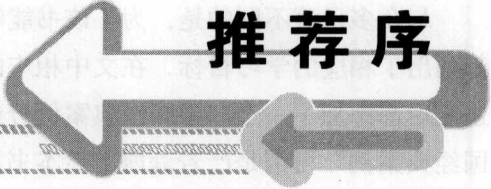
BK0401



找“课程编码”：我们出品的教材，都严格按国际通行的课程编码进行分类，例如营销管理类教材，细心的您会在我们的教材书脊上方发现这样一个编码“BK0401”，这就是国外教材课程的营销类核心教材的分类编码，以方便学生能从浩瀚的教材中快速找到与自己所学课程配套的教材。

留意与众不同的装帧设计：细心的您在众多的教材当中一定不难发现，我们教材有着别具匠心的教材封面与版式，看上去不像以往国内出版的教材，倒像一本生动的艺术书。我们这样的设计源于“学习本来就是一门艺术”的想法，希望出品的教材完全与外版教材保持一致，让严谨的学术内容穿上一件漂亮的外衣，赋予知识生动的外表，让学生学习起来不再枯燥乏味，感觉“原来教材还可以是这样的”！版式上，我们会采用双栏版式，将重点知识点突出，以便学生对章节重点一目了然，学习或复习起来重点突出，针对性更强。





推荐序

李维安 南开大学商学院院长 经济学、管理学博士

公司治理已日渐成为一种深入人心的理念，甚至已发展成为一门“显学”。之所以出现这种情形，其原因大致可以归结为重要的两点：其一，作为人类一项伟大的制度创新，公司制度有效地促进了人类的社会化大生产进程，但与此同时，公司制度也给人类带来了诸多的问题。面对利弊，人们总是想方设法“趋利弊害”，而公司治理恰恰就是这样一种“趋利弊害”的重要手段；其二，企业制度变革，无论是国有企业制度变革，还是民营企业制度变革，其最终目标都在于建立现代企业制度，而现代企业制度不仅是一种静态意义上的制度架构，要想获得这种制度架构的更多收益，则还要求助于动态意义上的公司治理过程，就此而言，公司治理将伴随现代企业制度的始终。

但究竟什么是公司治理呢？这依然是一个没有终结的问题。对此，我们还需要继续思考与探索。对公司治理的认识，可以从两个基本的层面来进行分析：一是什么是公司治理的重要内容；二是公司治理的这种重要性如何得以体现出来。这样的分析方法不仅可能更为现实，而且也可能更为合理。

美国著名学者肯尼思·A·金和约翰·R·诺夫辛格共同推出的这本《公司治理（第2版）》就是基于这样的分析方法得出的结果。该书并无长篇大论，但结构完整。每章都采用同样的行文结构，且每章自成体系，每章都以相关监督机制的一个概要开始，随后再揭示各种相关的潜在公司治理问题。概括地讲，该书第1章提出了一个公司治理的综合系统，随后的10章则分别解析了10种公司治理机制或公司监督机制。很明显，“监督”是肯尼思·A·金和约翰·R·诺夫辛格的“公司治理”要义，也是该书得以展开的主线，“新治理规则”、“企业公民”则是肯尼思·A·金和约翰·R·诺夫辛格在本书中为“公司治理”注入的相对较新的元素，特别是“企业公民”十分切合公司治理发展的时代主题。

与众多的公司治理理论著不同的是，两位作者并没有让我们坠入到晦涩难懂的公司治理理论或者文献的堆砌中，而是采取了一种通俗易懂并辅以鲜活案例的阐述方式，而且两位作者还在本书的每章后面都列出了查阅相关公司治理主题的网络信息，并提供了诸多有意义的复习题、讨论题以及从国际国内两个视角编撰的练习题，这些无疑都非常有助于各类读者加深对公司治理的理解。其中隐含的意义在于，通俗易懂的公司治理理论著有助于扩大公司治理受众的范围，从而使公司治理课程有可能超越一般意义上的管理学或经济学属性。事实上，公司治理与当代管理学家、经济学家、法学家、社会学家乃至心理学家之间都具有极其密切的联系。就此而言，公司治理课程似乎越来越应该成为一门公共的课程。

与众多译著不同的是，为了该书能够更好地适合中国读者，本书译者严若森博士在每章的最前面都列出了相应的学习目标，在文中相应的内容处添加提示学习的知识点及关键词，并在每章的理论阐述之后都添加了一个“中国经典案例分析”部分。这些添加工作都很有意义，特别是那些编加的“中国经典案例”可谓是严若森博士给本书添加的一大亮点，而且这些经典的中国公司治理案例与两位作者的美国公司治理阐述相得益彰。

目前，公司治理热潮在中国迭起，无论是学术界、政府监管部门，还是企业、投资者，甚至是一般民众，都已意识到公司治理的重要性。相信该书能够进一步激发大家对公司治理的兴趣与热情。正如该书所言，“有效的公司治理能够给我们的公司与市场注入信心，并籍此注入信任”，这本《金 & 诺夫辛格公司治理：中国视角》译著能够为中国的公司治理实践提供一定的借鉴与帮助，并为中国的公司与市场注入更多的信心与信任。

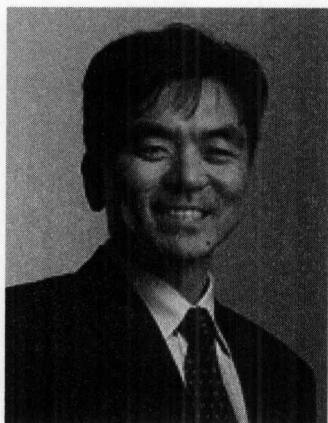
是以欣然为推荐序。

李维安

2008年9月15

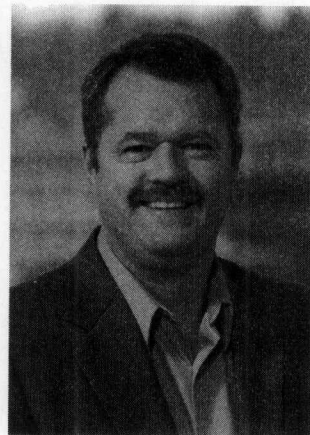
于南开园

作者简介



肯尼思·A·金 (Kenneth A. Kim) 博士，纽约州立大学水牛城分校金融学教授。金最近曾任职特许金融分析师协会“知识体系”项目的公司治理顾问。在1998年至1999年期间，他曾担任位于华盛顿特区的美国证券交易委员会的金融经济学家，并在那里致力于公司金融及公司治理研究，包括并购监管。他的主要研究兴趣包括公司金融、公司治理与行为金融。他已在《金融杂志》(*Journal of Finance*)、《商业杂志》(*Journal of Business*)、《公司财务杂志》(*Journal of Corporate Finance*)以及《银行与金融杂志》(*Journal of Banking and Finance*)等顶尖杂志上发表过论文。金还是《传染性贪婪》(*Infectious Greed*)以及教材《全球公司金融》(*Global Corporate Finance*)的合著者。

约翰·R·诺夫辛格 (John R. Nofsinger) 博士，华盛顿州立大学金融学教授。他独著有《疯狂投资》(*Investment Madness*)、《投资心理学》(*The Psychology of Investing*)与《投资失误》(*Investment Blunders*)，并合著有《传染性贪婪》。他是公认的世界一流投资心理学及行为金融学专家。他的言论频繁地被《华尔街日报》(*Wall Street Journal*)、《财富》(*Fortune*)、《商业周刊》(*Business*)、《精明理财》(*SmartMoney*)、彭博财经 (*Bloomberg*)、CNBC 电视台等金融媒体及其他从《华盛顿邮报》(*Washington Post*) 到有线网络公司 (*Wired.com*) 的媒体所引用。诺夫辛格已在顶尖专业学术期刊上发表了20余篇论文。他的研究成果获得过财务管理学会 (*The Financial Management Association*)、芝加哥定量联盟 (*Chicago Quantitative Alliance*)、亚太资本市场研究中心会议 (*PACAP conferences*) 的奖励。他还曾为纽约证券交易所 (*New York Stock Exchange*) 及投资管理与研究协会 (*The Association for Investment Management and Research*) 担任过高级研究员。



译者简介

——中国经典案例分析人

严若森 武汉大学经济与管理学院副教授，武汉大学管理学博士，南开大学工商管理博士后流动站 / 南开大学公司治理研究中心博士后出站。主要研究领域包括公司治理、契约理论与制度分析、国家竞争战略。在《中国工业经济》、《会计研究》、《经济社会体制比较》、《改革》等重要学术期刊上发表论文数十篇；主持或参与国家自然科学基金项目、国家社会科学基金项目、教育部哲学社会科学重大课题攻关项目以及中国博士后基金项目共计十余项，曾获董辅初经济科学奖与教育部第三届中国高校人文社会科学研究优秀成果奖。主讲课程包括《公司治理》(本科生)、《公司治理理论》(硕士研究生)、《企业理论专题》(硕士研究生)、《管理学》(MBA)、《公司治理与资本运作》(EDP)，并在中国高校中率先开设了《公司治理》的公共选修课。



《金 & 诺夫辛格公司治理：中国视角》是以下课程的完美教材：

1. 公司理财课程班；
2. 会计课程；
3. 各种管理课程，比如战略、伦理以及特别的商业和社会课程；
4. 商业法律课程。

此外，这本教材自身体系完备，足以单独作为工商管理课程班的教材，特别是公司治理。这本书也可以适用于经理人培训项目，为此，它可以作为经理人员以及图书馆的重要参考资料。

十几年前，“公司治理”一词大部分时候还是一个学术性的行话。如今，这个术语已经为大多数人所熟知。不幸的是，我们的这种熟知是由于一个接一个惊人的公司丑闻的披露而产生的：经理偷窃公司财产；会计帮助公司修改财务数字；分析师不负责任的大肆宣传网络股（internet stocks）。同时，董事会、债权人和信用评级机构、股东积极主义者以及管理者在阻止这些危机的问题上要么缺席、要么显得无效率。市场在 21 世纪早期陷入停滞。随着投资者信心的下降以及公司治理系统缺点的显现，每个人的反应都是要求进行监管改革以及改善公司治理状况。

为什么公司治理变得如此重要呢？每个企业的目标都是增加股东的财富。然而，当企业无法获得股东的信任时，企业的价值是下降的。没有了投资者的信任，企业就无法获得新的资本和成长。当信任损毁时，整个经济将遭遇不幸。有效的公司治理能够给我们的公司、市场输入信心，进而也输入了信任。

不论你相信与否，我们已经有了一个广泛的公司治理体系。这个体系虽然还不完美，但是我们已经开始关注它。现在，媒体也时常讨论公司治理问题。商学院和法学院开始将公司治理的主题纳入他们的课堂及课程里面。

亮点

在第 1 章，我们提供了一个关于公司的概览。接下来，我们回答了为什么有效的公司治理是必要的这一问题。总体而言，我们相信有许多机制可以对公司进行有效地监控。

在第 1 章之后，本书余下部分章节的构成如下：每一章讨论一个公司治理机制。

每一章都采用同样的组织方式，但每章都是自成体系的。每章都以监管或者监管机制的一个细致的概览开始，随后重点指出各种潜在的问题。

在每一章中，我们都用一个真实的案例来概括性地描述问题。

每章都提供了一个“全球实践”以及一个网址列表，以供学生了解公司治理领域的最新进展。

每章末都新增了有关中国公司治理的经典案例，从中国视角来分析公司治理对中国企业经营班子的指导意义，并为其提供丰富的实战经验。

每章增加“知识点”、“关键词”等栏目。

每章章首增加“学习目标”一栏，便于读者对学到的知识进行自检。

在每章的结尾，我们提供了基于这一章内容的复习题，以及便于课堂进行的讨论问题。同时，我们还为学生提供了课后练习题，以加深他们对整个章节内容的理解。

本版的新增章节

1. 3个崭新的章节

● 第8章——公司接管能否为一种治理机制：讨论了那些经营差的公司如何被其他公司收购。

● 第10章——新治理规则：给出了新的公司治理规则的总结以及讨论。

● 第11章——企业公民：本章聚焦于企业利益相关者观点的现代演化，即企业社会责任或企业公民。

2. 原“投资银行”以及“证券分析师”两章现已合成一章，这一章包含一个证券交易管理委员会（SEC）关于分析师偏见以及投资银行动机的调查结果的讨论（第5章——投资银行与金融分析师）。

3. 新增的内容还包括关于债权人作为监督者的讨论——即银行怎样监督那些获得他们贷款的企业（第6章——债权人与信用评级机构）。

致教师

下面的补充资料对于采用本教材的教师是可用的。更详细的信息，请访问：www.prenhall.com/nofsinger

在线教师资源中心（IRC）：登录 www.prenhall.com/irc。

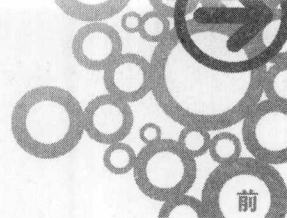
幻灯片（由作者制作）：访问本书的教师资源中心（IRC）。

教师资源中心

注册、执行、登录

www.prenhall.com/irc 是教师获取本书附带的各种可供下载的印刷品、多媒体以及展示资源等电子格式资源的地方。

需要帮助？我们的专注的技术支持团队已经准备好了帮助教师解决关于本书附带的媒体资源的问题。访问：<http://247.prenhall.com/> 寻找经常被问及的问题的答案。

致 谢

没有那些贯穿我们职业生涯的人的引导以及支持，这本书不可能完成。我们感谢我们以前的所有老师以及同事，以前及现在的研究伙伴，是他们塑造了我们对于公司治理问题的思考方式。我们也很欣然地感谢我们的朋友，是他们持续地在“真实”世界工作，使我们能够立足于现实，而避免了被理论左右。我们同样感激以前的学生，是他们让我们在自己的课堂上“试验”了本书的大多数内容。我们感谢出版商，普伦蒂斯-霍尔出版公司（Prentice Hall）（特别是 Francesca Calogero），以及那些与我们一起工作，那两个版本提供了宝贵反馈意见的评论者：

蒂姆·迈克尔（Tim Michael）——休斯敦大学明湖分校

贝蒂·西姆金斯（Betty Simkins）——俄克拉何马州立大学

柯特·H·斯泰尔斯（Curt H. Stiles）——北卡罗来纳大学威尔名顿分校

黛安娜·斯旺森（Diane Swanson）——堪萨斯州立大学

梅利莎·威廉斯（Melissa Williams）——休斯敦大学明湖分校

最后，我们深深感激我们亲密的朋友以及家人的支持，是他们帮助我们保持健康心智。

反 馈

本书作者以及产品团队将很高兴收到您的来信！请写信至 gyx@cheersbooks.com，让我们知道您对于本书的看法。请在标题栏写明“关于金 / 诺夫辛格第二版的反馈”。

如果你有关于本产品的相关问题，请联系我们 gyx@cheersbooks.com。

尊敬的老师：

您好！首先，在此感谢您选用湛庐文化传播有限公司出版的教材。作为国内领先的出版内容和学习解决方案提供商，北京湛庐公司秉承“一切为了您的学习”的教材出版理念，与国际著名教育出版公司McGraw-Hill、Pearson Education、John Wiley等公司通力合作，致力于经济管理类和心理学领域国外优秀大学教材的引进与出版。

我们为您提供的相关教学服务有：

1. 您选用我们出版的教材，我们将为您免费提供该教材的样书；
2. 在您选做教材后，赠送教学辅助产品，如教师手册（Instructor's Manual）、习题库（Test Bank）、教学演示（Power Point）等教学相关资料；
3. 在您选用我们出版的教材，填写我们的教辅暨教师会员申请表后，您将自动成为Cheers阅读俱乐部教师会员，您将独享如下服务：

- 好书推荐：主编定期从各系列新书中，推荐一本好书。
- 专家书评：针对好书精选专家书评。
- 畅销书单：定期提供畅销书单，了解最新阅读热点。
- 价格优惠：会员享受全年全场85折优惠及不定期的会员价格特惠活动。
- 深度阅读：会员可阅读更多相关内容，如精彩书摘、书评、相关资料等。
- 出版机会：对会员的投稿，出版机会优先。
- 会员活动：不定期举办会员活动，如主题讲座、与作家对话、导读或读书会等，使会员有更多面对面的交流机会。

另外，教师会员还将独享图书回馈：

如果您的学生从我们公司直接团购或通过当地书店购买我们的教材，在传真购书发票或小票后，我们将根据购买教材的总价值的3%回馈赠送给您我们出版的同等价值的图书，您可以从我们书目中挑选。



湛庐文化传播有限公司

教辅产品暨教师会员申请表

申请教师姓名			
所在学校		所在院系	
联系电话		电子邮件地址	
通信地址			
教授课程名称		学生人数	
您的授课对象	本科 ☐ 研究生 ☐ MBA ☐ EMBA ☐ 高职高专 ☐ 其他 ☐		
教材名称		作者	
书号		订购册数	
您对该教材的评价			
您教授的其他课程名称		学生人数	
准备选用或正在使用的教材 (教材名称 出版社)			
您的研究方向		是否对教材翻译或改编有兴趣?	是 ☐ 否 ☐
您是否有相关领域值得推荐的国外教材? 是 ☐ 否 ☐			
您推荐的国外教材是: _____			
推荐理由: _____			

为确保教辅资料仅为教师获得, 请将此申请表加盖院系公章后传真或寄回给我们, 谢谢!

教师签名:

院/系办公室公章

我们的联系方式:



北京湛庐文化传播有限公司

联系人: 高进

地址: 北京市朝阳区惠新西街 16 号

蓝珏苑 1 单元 803 室

电话: 64970851

传真: 010-84724934

电子邮件: gaojin@cheersbooks.com

网址: [http:// www.cheersbooks.com](http://www.cheersbooks.com)

或抄袭、复制或寻求本书中的任何部分。

微采固，微儿防内你登。