



华尔街

ENCYCLOPEDIA OF WALL STREET FINANCE AND INVESTMENT

金融与投资百科全书

当代中国出版社



38



第十分册

华尔街金融与投资百科全书

华尔街公司购并

本书编委会
编著



A1002707

当代中国出版社

目 录

第1篇 公司购并理论

第1章 公司购并概述	(3)
本章概要	(4)
本章目标	(4)
1.1 购并的概念	(4)
1.1.1 购并的一般解释	(4)
1.1.2 购并的定义	(6)
1.2 公司购并的类型	(7)
1.2.1 按购并的出资方式划分	(7)
1.2.2 按行业相互关系划分	(8)
1.2.3 按是否通过中介机构划分	(10)
1.2.4 按购并是否取得目标公司的同意与合作划分	(10)
1.2.5 按收购目标公司股份是否受到法律规范强制划分	(11)
1.2.6 按是否公开向目标公司全体股东提出划分	(12)
1.2.7 按是否利用目标公司本身资产来支付购并资金划分	(13)
1.2.8 按购并双方在购并完成后的法律地位划分	(13)
1.2.9 按收购公司与目标公司是否同属一国企业划分	(14)
1.2.10 其他特殊的公司购并形式	(14)
1.3 公开收购要约	(15)
1.3.1 公开收购要约的定义	(15)
1.3.2 联邦证券交易法对于公开收购要约的一般性规定	(16)
要点四要	(17)
案例及应用	(17)

第2章 公司购并理论与动机	(19)
本章概要	(20)
本章目标	(20)
2.1 西方公司购并理论	(20)
2.1.1 篇首案例：花旗银行兼并旅行者金融公司	(20)
2.1.2 效率理论	(21)
2.1.3 信息理论	(24)
2.1.4 代理与管理理论	(25)
2.1.5 自由现金流量假说	(26)
2.1.6 市场势力理论	(27)
2.1.7 税负考虑	(28)
2.2 公司购并的动机与效应	(28)
2.2.1 公司购并的一般动因	(29)
2.2.2 公司购并的成长动因	(31)
要点回顾	(39)
案例及应用	(39)
第3章 公司购并的法律环境	(40)
本章概要	(41)
本章目标	(41)
3.1 公司购并涉及的法律问题	(41)
3.1.1 篇首案例：波音购并麦道	(41)
3.1.2 委托书	(42)
3.1.3 收购要约 (Tender Offer)	(43)
3.1.4 内幕交易	(44)
3.2 美国有关公司购并的法律规定	(45)
3.2.1 对外资进入证券市场的管制	(46)
3.2.2 对外资收购上市公司控制权的限制	(46)
3.3 美国对公司购并的法律监管	(46)
3.3.1 美国的反托拉法和兼并准则	(47)
3.3.2 美国对上市公司收购的法律规定	(50)
3.3.3 关于受益股权和信息披露	(51)
要点回顾	(52)
案例及应用	(52)

第2篇 公司购并的操作

第4章 公司购并的资金来源	(57)
本章概要	(58)
本章目标	(58)
4.1 现金收购	(58)
4.1.1 篇首案例：化学银行购并德克商业银行	(58)
4.1.2 现金收购的特点	(59)
4.1.3 现金收购的影响因素	(61)
4.2 股票收购	(61)
4.2.1 股票收购的特点	(61)
4.2.2 股票收购方式的影响因素	(62)
4.3 综合证券收购	(64)
4.3.1 公司债券	(64)
4.3.2 认股权证	(65)
4.3.3 可转换债券	(65)
4.3.4 其他方式	(66)
要点回顾	(66)
案例及应用	(66)
第5章 公司购并的操作程序	(67)
本章概要	(68)
本章目标	(68)
5.1 一般操作程序	(68)
5.1.1 篇首案例：迪斯尼的惊世兼并案	(68)
5.1.2 关于购并的董事会决议和股东决议	(71)
5.1.3 购并合同	(71)
5.2 上市公司购并程序	(72)
5.3 非上市公司购并程序	(78)
5.4 公司购并的途径	(81)
5.4.1 途径一	(81)
5.4.2 途径二	(81)

5.4.3 途径三	(82)
5.5 选用收购途径时应考虑的重要因素	(82)
5.5.1 税收	(82)
5.5.2 财务	(82)
5.5.3 转移财产	(83)
5.5.4 接收负债	(83)
要点回顾	(84)
案例及应用	(84)

第3篇 公司购并的评估

第6章 公司购并的调查和财务分析	(89)
本章概要	(90)
本章目标	(90)
6.1 购并前的调查	(90)
6.1.1 篇首案例：美国机床联合公司购并石油回收设备公司	(90)
6.1.2 调查的意义	(92)
6.1.3 调查的范围	(93)
6.2 目标公司的商业调查	(95)
6.2.1 商业调查的意义	(95)
6.2.2 商业调查的内容	(96)
6.3 公司购并的财务分析	(100)
6.3.1 公司价值评估	(100)
6.3.2 现金购并的财务分析	(106)
6.3.3 股票收购的财务分析	(115)
要点回顾	(123)
案例及应用	(123)

第7章 公司购并价值评估	(124)
本章概要	(125)
本章目标	(125)
7.1 决定价格的定量模型	(125)

第十分册目录

7.1.1 篇首案例：米特勒公司收购兰诺公司	(125)
7.1.2 折现现金流 (DCF)	(130)
7.1.3 市场价值	(132)
7.1.4 合并的市场价值	(133)
7.1.5 账面价值	(133)
7.1.6 市盈率 (P/E)	(134)
7.1.7 财产清理价值	(134)
7.1.8 不动产价值	(135)
7.1.9 清算价值	(135)
7.1.10 预见的增长	(135)
7.1.11 协同作用价值	(136)
7.1.12 投资价值	(136)
7.1.13 持续经营价值	(136)
7.1.14 竞争价值	(136)
7.1.15 重置价值	(137)
7.1.16 再生产价值	(137)
7.1.17 替代价值	(137)
7.1.18 对乘数值的估算方法	(137)
7.1.19 估算预期收益	(138)
7.2 价格的修正	(138)
7.2.1 交易的可能性	(139)
7.2.2 融资能力	(139)
7.2.3 财务结构	(140)
7.2.4 税收优惠	(140)
7.2.5 资本成本	(141)
7.2.6 流动性	(141)
7.2.7 竞标	(141)
7.2.8 防卫	(142)
7.2.9 控制	(142)
7.2.10 理解	(142)
7.2.11 愿望	(142)
7.2.12 协同作用	(143)
7.2.13 经营时机选择	(143)
7.2.14 付款时机选择	(143)
7.2.15 收购时机选择	(143)

第十分册目录

7.2.16 一般风险	(144)
7.2.17 评估定价在实践中的综合	(144)
7.3 购并公式	(146)
7.4 对购并出价的评估	(147)
要点回顾	(148)
案例及应用	(148)

第8章 对上市公司的评估	(150)
本章概要	(151)
本章目标	(151)
8.1 资产评估概述	(151)
8.1.1 篇首案例：收购新概念	(151)
8.1.2 概述	(160)
8.2 账面价值调整法	(160)
8.2.1 对资产项目的调整	(160)
8.2.2 对负债项目的估算与调整	(161)
8.3 收益分析	(161)
8.3.1 收益和每股收益	(161)
8.3.2 传统的短期分析	(162)
8.3.3 传统的短期分析中所固有的问题	(162)
8.3.4 以未来收益为基础的评估	(163)
8.3.5 收益分析中应考虑的其他问题	(164)
8.4 市场比较法	(166)
8.4.1 评估目标公司的资本	(166)
8.4.2 市场效率性	(167)
8.4.3 市场比较法的前提	(167)
8.5 CAPM 模型	(168)
8.5.1 CAPM 模型的内容	(169)
8.5.2 CAPM 模型的优缺点	(169)
要点回顾	(170)
案例及应用	(170)

第9章 对非上市公司的评估	(171)
本章概要	(172)

第十分册目录

本章目标.....	(172)
9.1 主要的估算模型	(172)
9.1.1 篇首案例：汽车交易的特许商之间的购并	(172)
9.1.2 拉巴波特模型 (Rappaport Model)	(175)
9.1.3 沃斯顿模型 (Weston Model)	(176)
9.1.4 杜邦模型 (Du Pont Model)	(177)
9.1.5 估价方法的实际运用	(177)
9.2 影响非上市公司评估的因素	(178)
9.2.1 非上市股票的交易市场	(178)
9.2.2 非上市股票的市场能力	(179)
9.2.3 公司和产业分析	(180)
9.3 非上市公司的评估方法	(180)
9.3.1 资产价值基础	(180)
9.3.2 收益法	(181)
9.3.3 股利法	(182)
9.3.4 折现现金流量分析法	(182)
9.4 商誉及其评估方法	(185)
9.4.1 商誉	(185)
9.4.2 超额利润法	(185)
9.4.3 美国对商誉的评估	(185)
要点回顾	(186)
案例及应用	(186)

第4篇 公司购并专题研究

第10章 公司购并的税收问题	(191)
本章概要	(192)
本章目标	(192)
10.1 税收与购并	(192)
10.1.1 篇首案例：福特收购马自达	(192)
10.1.2 概述	(195)
10.1.3 选择方式	(195)

第十分册目录

10.2 目标公司	(196)
10.2.1 公司税	(196)
10.2.2 资本收益税	(197)
10.2.3 封闭式公司 (Close Company)	(197)
10.3 目标公司股东	(198)
10.4 兼并公司	(198)
10.4.1 公司税	(198)
10.4.2 资本收益税	(199)
10.4.3 其他税	(199)
要点回顾	(199)
案例及应用	(199)
 第11章 公司购并中的会计问题	(201)
本章概要	(202)
本章目标	(202)
11.1 购并的形式及其会计处理	(202)
11.1.1 篇首案例：投资收益的确定	(202)
11.1.2 会计处理	(203)
11.2 公司合并会计报表的方法	(204)
11.2.1 联营法 (Combination Method)	(204)
11.2.2 购买法 (Purchase Method)	(205)
11.3 被控股公司部分股份的合并报表	(209)
11.4 联营法与合并业务的会计处理	(211)
11.4.1 联营法下的会计处理	(211)
11.4.2 联营法的适用条件	(211)
11.5 商誉的会计处理	(212)
11.5.1 商誉的性质	(212)
11.5.2 商誉的摊销	(213)
11.6 股权取得日后合并会计处理	(213)
11.6.1 控股公司对被控股公司的投资核算方法	(213)
11.6.2 投资收益的会计处理	(214)
要点回顾	(216)
案例及应用	(216)

第5第 公司购并策略

第12章 公司购并战略分析	(219)
本章概要	(220)
本章目标	(220)
12.1 购并策略的制定	(220)
12.1.1 篇首案例：高尔特和哈里斯的并购奇迹	(220)
12.1.2 购并策略的制定	(223)
12.2 购并与多角化经营	(223)
12.2.1 中心式多角化经营	(224)
12.2.2 复合式多角化经营	(225)
12.3 公司购并整合策略	(226)
12.3.1 垂直整合	(227)
12.3.2 上游整合	(227)
12.3.3 下游整合	(227)
12.3.4 水平式整合	(228)
12.4 产品生命周期、经验曲线和 PIMS 方法	(229)
12.4.1 产品生命周期	(229)
12.4.2 经验曲线	(231)
12.4.3 PIMS 方法：市场战略的利润效果	(232)
12.5 波士顿咨询公司的增长：市场占有率矩阵	(233)
12.5.1 市场占有率矩阵	(233)
12.5.2 战略分组	(233)
12.5.3 有效收购的步骤	(234)
12.6 指导性政策矩阵	(235)
要点回顾	(237)
案例及应用	(237)
第13章 公司购并策划	(239)
本章概要	(240)
本章目标	(240)
13.1 市场预测	(240)

13.1.1 篇首案例: <i>Koppers</i> 公司对 <i>BNS</i> 的反收购法律策略	(240)
13.1.2 购并前的信息收集	(243)
13.1.3 购并的市场分析与预测	(244)
13.2 积极式购并与机会式购并	(248)
13.2.1 积极式购并	(248)
13.2.2 机会式购并	(249)
13.2.3 两种购并形式比较	(250)
13.3 公司购并的策划	(250)
13.3.1 购并计划	(251)
13.3.2 提出与明确购并目标	(251)
13.3.3 确定购并对象	(252)
13.3.4 挑选资产评估机构	(253)
13.3.5 选择购并方式	(256)
13.3.6 选择购并中介	(257)
13.4 决定购并策略的因素	(261)
13.4.1 公司自我评估	(261)
13.4.2 备选目标的基本情况分析	(262)
13.4.3 购并依据分析	(262)
13.4.4 购并可能性分析	(263)
13.4.5 经济效益与社会效益评估	(264)
要点回顾	(265)
案例及应用	(266)

第14章 公司购并策略	(267)
本章概要	(268)
本章目标	(268)
14.1 公关技巧	(268)
14.1.1 篇首案例: 谈判的技巧使用	(268)
14.1.2 组成工作小组	(269)
14.1.3 做好重点人群的公关工作	(269)
14.2 谈判技巧	(270)
14.2.1 谈判价格	(270)
14.2.2 影响谈判力量的因素	(271)
14.2.3 谈判技巧	(272)

第十分册目录

14.2.4 谈判中其他注意事项	(274)
14.3 投标技巧	(274)
14.3.1 竞标的过程	(274)
14.3.2 竞标中可采取的策略	(275)
14.4 收购后付款技巧	(276)
14.4.1 现金支付	(276)
14.4.2 换股支付	(276)
14.4.3 卖方融资支付	(277)
要点回顾	(278)
案例及应用	(278)
 第15章 杠杆收购与垃圾债券	(280)
本章概要	(281)
本章目标	(281)
15.1 杠杆收购	(281)
15.1.1 篇首案例：杠杆收购七喜公司	(281)
15.1.2 杠杆收购的概念与机制	(282)
15.1.3 杠杆收购的发展历程	(284)
15.1.4 杠杆收购的类型	(286)
15.1.5 杠杆收购的融资体系	(288)
15.1.6 融资的创新：表外工具	(292)
15.2 垃圾债券	(292)
要点回顾	(293)
案例及应用	(293)
 第16章 公司购并中的投资银行与反购并策略	(295)
本章概要	(296)
本章目标	(296)
16.1 投资银行概述	(296)
16.1.1 篇首案例：MCI 公司与世界电信公司联姻	(296)
16.1.2 投资银行定义	(302)
16.1.3 投资银行业概貌	(304)
16.2 投资银行的业务	(306)
16.2.1 证券承销 (Underwriting of Securities)	(306)

第十分册目录

16.2.2	证券交易 (<i>Trading of Securities</i>)	(309)
16.2.3	私募发行 (<i>Private Placement</i>)	(310)
16.2.4	兼并与收购 (<i>Merger & Acquisition</i>)	(311)
16.2.5	基金管理 (<i>Fund Management</i>)	(313)
16.2.6	风险资本 (<i>Venture Capital</i>)	(314)
16.2.7	风险控制工具的创造与交易	(315)
16.2.8	咨询服务 (<i>Advisory Service</i>)	(315)
16.3	公司购并中的投资银行	(316)
16.3.1	作为买方代理策划购并	(317)
16.3.2	作为卖方代理实施反兼并措施	(317)
16.3.3	参与购并合同的谈判, 确定购并条件	(318)
16.3.4	协助买方筹集必要的资金	(318)
16.3.5	投资银行购并业务的收入	(319)
16.4	反购并策略	(320)
16.4.1	股份回购	(320)
16.4.2	诉诸法律	(321)
16.4.3	寻求股东支持	(321)
16.4.4	“白衣骑士”	(322)
16.4.5	“金色降落伞”	(323)
16.4.6	“毒丸计划”	(324)
16.4.7	锡伞降落	(325)
16.4.8	强制发盘	(326)
16.4.9	稳定持股结构	(327)
要点回顾		(327)
案例及应用		(328)

第 1 篇

公司购并理论

-
- 第 1 章 公司购并概述
 - 第 2 章 公司购并理论与动机
 - 第 3 章 公司购并的法律环境

本

篇从公司购并的基本理论着手，论述了购并的理论，购并的动机，以及购并的法律环境，为以后购并的操作、收购、反收购做铺垫。

花旗银行同旅行者的此次合并将把金融行业中最优秀的一些人汇集到一起，并为顾客创造一种无人能及的服务资源。我们合并的时机已经到来。

——约翰·S·里德

许多人包括企业领导人无不好大喜功，经营大企业当然比屈居小企业更有权势，显然没有一位经理会承认在其一系列兼并活动的背后自我实现是一个基本原因，但明察秋毫的学者们早已认定经理的自我意识在兼并决策中确实起着举足轻重的作用。

——尤金

购并是企业占领市场的一条捷径，它与新建企业相比明显占优势。并可以充分利用原有企业的生产设备、专门技术、产品品牌、销售网络、管理经验与企业文化等，大幅度降低企业发展的风险和成本。

——A·A·ARROW

并购市场一直是美国商业活动中不断创新的一部分。市场的动力来自战略买方、财务性买方和合并者。

——托马斯·利奥

第 1 章

公司购并概述

华尔街英语

Wall Street English

华尔街金融与投资百科全书

购并 (Merger and Acquisition, M&A)
标购 (Tender Offer)
营运中企业 (Going Concern)
重组 (Restructuring)
横向购并 (Horizontal Merger)
纵向购并 (Vertical Merger)
杠杆收购 (Leveraged Buy-out)