

财务管理 案例

Financial Management Case

魏 静 主编

图书在版编目 (CIP) 数据

财务管理案例 / 魏静主编. — 昆明 : 云南大学出版社, 2022

ISBN 978-7-5482-4676-3

I. ①财… II. ①魏… III. ①财务管理—案例 IV. ①F275

中国版本图书馆CIP数据核字(2022)第096713号

策划编辑: 徐 曼

责任编辑: 周 飞

封面设计: 刘 雨

财务管理案例

CAIWU GUANLI ANLI

魏 静 主编

出版发行: 云南大学出版社

印 装: 昆明理焯印务有限公司

开 本: 787mm×1092mm 1/16

印 张: 10.375

字 数: 250千

版 次: 2022年7月第1版

印 次: 2022年7月第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-5482-4676-3

定 价: 34.00元

社 址: 昆明市翠湖北路2号云南大学英华园内

邮 编: 650091

电 话: (0871) 65031070 65033244 65031071

网 址: <http://www.ynup.com>

E-mail: market@ynup.com

若发现本书有印装质量问题, 请与印厂联系调换, 联系电话: 64167045。

前 言

《财务管理案例》一书是云南省首批一流专业“财务管理专业”和云南省第二批线下一流课程“财务管理”的阶段成果。本书为读者提供了经典、热门和真实的财务管理案例素材，并对此进行了深入、专业的剖析。全书共分9章，每章2个案例，由18个案例组成，含16个中文案例和2个英文案例，内容涉及财务管理基础、货币的时间价值、筹资管理、投资管理、营运资金管理、收益分配管理、并购重组专题、股票回购/分割专题等。

本书从结构和内容的安排上，主要体现了以下四个特点：

1. 在案例的选取上充分体现了专业性、经典化和对当前热点问题的探讨。本书融合财务管理基本理论，每篇案例介绍了理论知识和政策背景，通过案例的分析和探讨，解释、佐证和检验理论，培养学生清晰的专业理念、较高的专业技能和敏锐的专业判断水准。

2. 充分考虑和满足不同教学设计的需要。案例内容基本涵盖了财务管理的基本原理和知识点。在每个案例的内容架构上，不仅包含引言、案例公司简介、案例过程和案例分析部分，还增加了案例教学设计环节，提供了不同的教学思路。

3. 植入思政理念。深入贯彻全国高校思想政治工作会议和全国教育大会精神，落实立德树人根本任务，适当引入思政教育理念，每个案例中均设置了“课堂思政”专题，融入人文历史、科技发展和绿色环保等思政元素。

4. 适当加入英文案例，满足不同层次读者的需要。

本书可作为高校财务管理、会计专业的财务管理案例教材或教师辅助教材，或作为学习初级、中级和高级财务管理理论的课外参考书，也可作为财务管理工作者和会计工作者的参考读物。

本书由昆明学院经济管理学院魏静老师拟定写作大纲并组织编写。具体编写分工如下：第一章和第六章由魏静老师执笔；第二章和第八章由张蕾老师执笔；第三章和第七章由李姗姗老师执笔；第四章和第五章由屈少晶老师执笔；第九章由杨傲老师执笔。全书由魏静老师修改和统稿。

在本书的编写过程中，作者参阅了大量的国内外文献资料，在此，向这些文献资料的作者表示衷心的感谢！书中的不妥或错误之处，敬请读者批评指正。

此外，2021年6月，由昆明学院经济管理学院财务管理学教学团队精心打造的《财务管理案例》慕课在智慧树网成功上线并运营，各位读者朋友可扫描下方二维码查看课程基本信息和部分视频内容；课程完整内容学习需注册平台账号，或下载课程APP登录学习。



编者
2022年5月

目 录

第一章 财务管理的目标及协调	(1)
第一节 财务管理目标与企业社会责任——以腾讯为例	(1)
一、案例内容	(1)
二、案例分析：社会责任与企业财务管理目标的融合	(7)
三、教学设计	(8)
四、理论链接和延伸阅读	(9)
参考文献	(10)
第二节 所有者与经营者之间的利益之争——以万科为例	(11)
一、案例内容	(11)
二、案例分析	(17)
三、教学设计	(19)
四、理论链接和延伸阅读	(20)
参考文献	(22)
第二章 货币的时间价值	(24)
第一节 银行个人住房贷款还款方式比较	(24)
一、案例内容	(24)
二、案例分析	(24)
三、教学设计	(31)
四、理论链接和延伸阅读	(32)
参考文献	(34)
第二节 揭开“校园贷”的神秘面纱——复利终值和现值的计算	(34)
一、案例内容	(34)
二、案例分析	(35)
三、教学设计	(37)
四、理论链接和延伸阅读	(38)
参考文献	(39)

第三章 筹资管理	(40)
第一节 RT 有限责任公司两次分拆上市	(40)
一、案例内容	(40)
二、案例分析	(42)
三、教学设计	(43)
四、理论链接和延伸阅读	(45)
参考文献	(46)
第二节 NH 国际融资案例	(46)
一、案例内容	(46)
二、案例分析	(48)
三、教学设计	(50)
四、理论链接和延伸阅读	(51)
参考文献	(53)
第四章 投资管理案例	(54)
第一节 另类的银行理财产品——A 银行“原油宝”	(54)
一、案例内容	(54)
二、案例分析和启示	(59)
三、教学设计	(60)
四、理论链接和延伸阅读	(62)
参考文献	(63)
第二节 疫情引发的新项目投资——比亚迪投资生产口罩	(64)
一、案例内容	(64)
二、案例分析	(67)
三、教学设计	(69)
四、理论链接和延伸阅读	(71)
参考文献	(71)
第五章 营运资金管理案例	(72)
第一节 美的集团存货管理——基于供应链的角度	(72)
一、案例内容	(72)
二、案例分析	(76)
三、教学设计	(77)
四、理论链接和延伸阅读	(78)
参考文献	(79)
第二节 “海天味业”的 OPM 战略	(79)
一、案例内容	(79)
二、案例分析	(80)

三、教学设计	(84)
四、理论链接和延伸阅读	(85)
参考文献	(86)
第六章 收益分配管理案例	(88)
第一节 上市公司“高送转”案例——以 H 公司为例	(88)
一、案例内容	(88)
二、案例分析：H 公司“高送转”动因	(92)
三、教学设计	(94)
四、理论链接和延伸阅读	(95)
参考文献	(97)
第二节 洋河股份高派现案例	(98)
一、案例内容	(98)
二、案例分析：洋河股份高派现动因分析	(102)
三、教学设计	(104)
四、理论链接和延伸阅读	(106)
参考文献	(109)
第七章 并购与重组专题	(111)
第一节 HT 钢铁重组	(111)
一、案例内容	(111)
二、案例分析	(113)
三、教学设计	(114)
四、理论链接和延伸阅读	(115)
参考文献	(116)
第二节 学生研习案例——HE 并购 GE	(116)
一、案例内容	(116)
二、案例分析	(118)
三、教学设计	(119)
四、理论链接和延伸阅读	(120)
参考文献	(121)
第八章 股票回购与股票分割案例	(123)
第一节 股票回购的动机和效应分析——以 A 公司为例	(123)
一、案例内容	(123)
二、案例分析	(126)
三、教学设计	(131)

四、理论链接和延伸阅读·····	(132)
参考文献·····	(135)
第二节 股票分割——以 Google 双层股权结构为例 ·····	(135)
一、案例内容·····	(135)
二、案例分析·····	(136)
三、教学设计·····	(138)
四、理论链接和延伸阅读·····	(139)
参考文献·····	(141)
第九章 英文案例·····	(142)
Case One M&A Case in English ·····	(142)
ANTA Leading Chinese Investor Consortium Acquires Amer Sports ·····	(142)
1 Case Contents ·····	(142)
2 Case Analysis—Process of M&A ·····	(145)
3 Case Design ·····	(146)
4 Theoretical Link and Extended Reading ·····	(147)
References ·····	(149)
Case Two IPO Case in English ·····	(150)
iQIYI, Inc. 's IPO in NASDAQ ·····	(150)
1 Case Contents ·····	(150)
2 Case Analysis of iQIYI ·····	(151)
3 Case Design ·····	(153)
4 Theoretical Link and Extended Reading ·····	(154)
References ·····	(156)

第一章 财务管理的目标及协调

第一节 财务管理目标与企业社会责任——以腾讯为例

一、案例内容

(一) 引言

2019年12月开始，一场新型冠状病毒肺炎疫情导致很多小微企业甚至中型企业面临倒闭的风险，中央、各省市纷纷出台减税、免税政策，同时加大财政支出力度，以帮助企业渡过难关。此外，一批大型企业挺身而出，慷慨解囊，其中，以马化腾等为代表的企业家再次伸出援助之手，以解燃眉之急。类似腾讯这样的公司内部专门成立了慈善基金会，并以此为基础进行持续的慈善捐赠。学过经济学理论的我们都知道，企业的目标是利润最大化，而持续的捐赠行为似乎与企业的目标不符。这不禁让我们深思，企业的目标到底是什么？或者财务管理的目标到底是什么？越来越多的企业家开始重视企业的社会责任，不再将股东利益至上作为目标，而是兼顾股东、债权人、员工、社会等一系列相关者的利益。这些企业的目标或财务管理的目标就是相关者利益最大化。

(二) 腾讯及其公益基金会简介

深圳市腾讯计算机系统有限公司（以下简称“腾讯”）于1998年11月在中国深圳成立，创始人为马化腾、张志东、许晨晔、陈一丹、曾李青5位，是中国最大的互联网综合服务提供商之一，也是中国服务用户最多的互联网企业之一。腾讯以技术丰富互联网用户的生活，通过通信及社交软件微信和QQ促进用户联系，并助其连接数字内容和生活服务。通过高效广告平台，协助品牌和市场营销者接触到数以亿计的中国消费者。通过金融科技及企业服务，促进合作伙伴业务发展，助力实现数字化升级。此外，公司还大力投资人才队伍建设，推动科技创新，积极参与互联网行业协同发展。公司的主要业务架构详见图1-1。



图 1-1 腾讯业务架构图

数据来源：腾讯官网。

企业发展事业群。这是公司新业务孵化和新业态探索的平台，推动包括基础支付、金融应用在内的金融科技业务、广告营销服务和国际业务等领域的发展和创新。同时作为专业支持平台，为公司及各事业群提供战略规划、投资并购、投资者关系及国际传讯、市场公关等专业支持。

云与智慧产业事业群。推进云与产业互联网战略，依托云、安全、人工智能等技术创新，打造智慧产业升级方案。探索用户与产业的创新互动，打通产业上下游不同企业，联动线上线下的场景与资源，助力零售、医疗、教育、交通等产业数字化升级，同时协助企业更智能地服务用户，构建连接用户与商业的智慧产业新生态。

互动娱乐事业群。发展网络游戏、电竞等互动娱乐业务，打造一个从策划、研发、发行，运营及营销的垂直生态链。致力为中国以及全球游戏用户创造高品质产品，并通过在线游戏，直播和线下电竞赛事联动用户，提升总体游戏体验。

平台与内容事业群。推进互联网平台和内容文化生态融合发展，整合 QQ、QQ 空间等社交平台和应用宝、浏览器等流量平台，以及新闻资讯、视频、体育、直播、动漫、影业等内容平台，为内容生态创造更好的生长环境。同时，以技术驱动，推动 IP 跨平台多形态发展，为更多用户创造多样化的优质数字内容体验。

技术工程事业群。为公司及各事业群提供技术及运营平台支持、研发管理、数据中心的建设与运营，并为用户提供全线产品的客户服务。作为运营着亚洲最大网络、服务器集群和数据中心的事业群，并牵头腾讯技术委员会，通过内部分布式开源协同，加强基础研究，建设技术中台等措施，支持业务创新。

微信事业群。搭建和运营微信生态体系，依托微信基础平台，以及微信公众号、小程序、微信支付、企业微信、微信搜索等开放平台，为各行各业的智慧化升级提供解决方案和连接能力，同时开发和运营包括邮箱、通讯录、微信读书等产品。

2004 年 6 月 16 日，公司在香港联合交易所主板公开上市，股票代码为 00700，马化腾为董事会主席兼首席执行官。2019 年 12 月 31 日，第一大股东为 MIH TC，持股比例 31%；第二大股东为 Advance Data Services Limited，持股比例 8.38%。2021 年 4 月 7 日，MIH TC 减持腾讯约 2% 的股份，持股比例减至约 28.8%。（详见表 1-1）

表 1-1 腾讯股东结构

股东名称	好仓/淡仓	权益性质/身份	所持股份/ 相关股份数目	持股 百分比
MIH TC	好仓	公司（附注 1）	2,769,333,600	28.82%
Advance Data Services Limited	好仓	公司（附注 2）	804,859,700	8.38%

数据来源：腾讯 2021 年报。

（三）腾讯社会责任观的实践

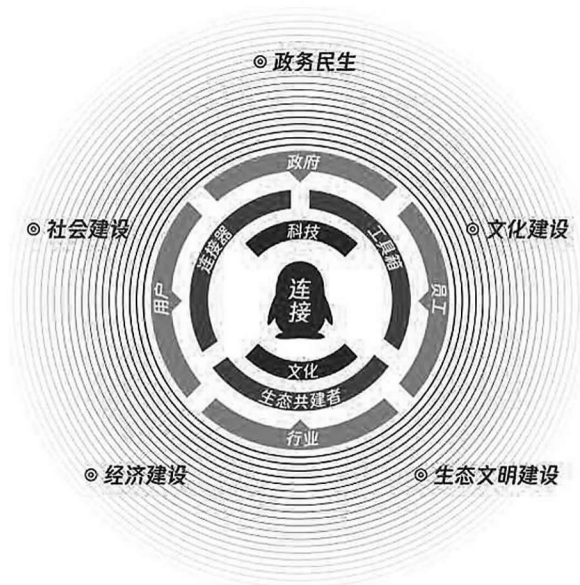


图 1-2 腾讯的社会责任观

成立 20 多年来，腾讯一直秉承一切以用户价值为依归的经营理念，坚持一切以用户价值为依归，将社会责任融入产品及服务之中；推动科技创新与文化传承，助力各行各业升级，促进社会的可持续发展。

2015 年，民营企业 100 强公益发展指数平均得分为 21.20 分，近八成企业的公益事业仍处于旁观阶段，其中，腾讯位列第三位。2020 年 5 月，人民日报中国品牌发展研究院发布首期“中国企业社会责任领先指数”^①，腾讯排名首位。

此外，腾讯认为，企业追求可持续发展离不开利益相关方的理解和支持。企业应当有效管理和改善自身与利益相关方之间的相互影响，充分认识和回应利益相关方的要求。因

^① 该指数是以 ISO26000:2010《社会责任实施指南》为根据，遵循《公司法》对企业社会责任的总体要求，从企业社会责任治理能力和社会责任综合认可水平的双向维度，结合社会责任年度重要主题和议题，对中国品牌发展指数全样本企业社会责任绩效水平给予测评。

此，腾讯非常重视社会责任沟通工作。腾讯自 2008 年开始编写和发布企业社会责任报告。2019 年底开始，腾讯陆续启动企业社会责任简报、专报和月报等系列工作，建立更加完善的报告体系。除报告外，腾讯积极探索更加多样化的社会责任沟通方式，如腾讯公益和社会责任主题展区、用户开放日（T-DAY）、员工家属开放日等。

1. 治理护航：建立透明阳光的治理体系

腾讯遵循《公司法》、香港联交所上市规则等法律法规及制度要求，构建起现代公司治理架构。腾讯致力于维持最高水平的公司管治，让投资者充分了解公司的管理和发展，为股东创造可持续的价值。具体包括：优化治理结构，强化公司内部管控；力行阳光准则，严格处理贪污舞弊；坚持数据有度，保障用户隐私安全。

2. 以人为本：员工是腾讯最大的财富

人才是腾讯最宝贵的财富。腾讯 6 万多名员工（注：截至 2019 年 12 月 31 日，腾讯共有雇员 62 885 名；2020 年第一季度财报数据显示，雇员数量为 64 238 名）中有 2 万多名为技术工程师，他们来自全球 18 个国家和地区，其中硕士及以上学历者占 50.2%，本科及以上学历者占 98%。腾讯坚持“以人为本”，努力为员工提供丰厚的物质生活和精神文化保障，满足员工个性化成长需求。具体包括：为员工提供全面福利，让员工能够畅所欲言，为员工铺就成长之路。

3. 助力社会、保护环境

(1) 慈善捐赠

2006 年 9 月，腾讯公司发起筹备腾讯基金会，2007 年 6 月由国家民政部注册，是中国第一家由互联网企业发起的公益基金会，由陈一丹担任荣誉理事长。腾讯公司捐赠原始基金 2000 万，并承诺每年按照利润的一定比例持续捐赠。秉承着“人人可公益的创联者”的理念，腾讯基金会推动互联网与公益慈善事业的深度融合与发展，通过互联网的技术和服务推动公益行业的发展；以“腾讯网络捐赠平台”“益行家”“腾讯公益网”等产品为平台，培养亿万网友的公益习惯，推动人人可公益的生态建设。此外，腾讯基金会通过“为村开放平台”“腾讯立体救灾”等项目，在乡村发展、教育、扶贫、紧急救灾、员工公益等多个领域长期探索互联网与公益结合的前沿与可能。

福布斯中国慈善榜统计了中国企业每年的慈善捐赠上榜情况，如表 1-2 所示，2010 年至 2021 年期间，除 2011 年和 2012 年外，腾讯年慈善捐赠总额均保持在前 10 名以内，尤其是 2016 年和 2017 年连续两年蝉联榜首。

表 1-2 福布斯中国慈善榜之腾讯排名

年份	排名	现金捐赠总额（万元）	主要捐赠
2021	3	260,000	设立国内战疫基金、全球战疫基金
2020	6	85,000	腾讯公益基金会
2019	4	73,084	腾讯公益基金会
2018	4	82,000	腾讯公益基金会
2017	1	236,967	腾讯公益基金会

续 表

年份	排名	现金捐赠总额（万元）	主要捐赠
2016	1	29, 200	腾讯公益基金会
2015	4	32, 634	腾讯公益基金会
2014	8	合计 53, 000 万元	腾讯公益基金会
2013	6		腾讯公益基金会
2012	11		腾讯公益基金会
2011	21		腾讯公益基金会
2010	7		腾讯公益基金会

数据来源：<https://www.forbeschina.com/>。

此外，2008 年汶川大地震后，由腾讯基金会发起设立和运营的腾讯公益平台，是民政部根据《慈善法》指定的 20 家互联网募捐信息平台之一，也是其中累计筹款金额最大的平台。

腾讯公益平台捐赠生态

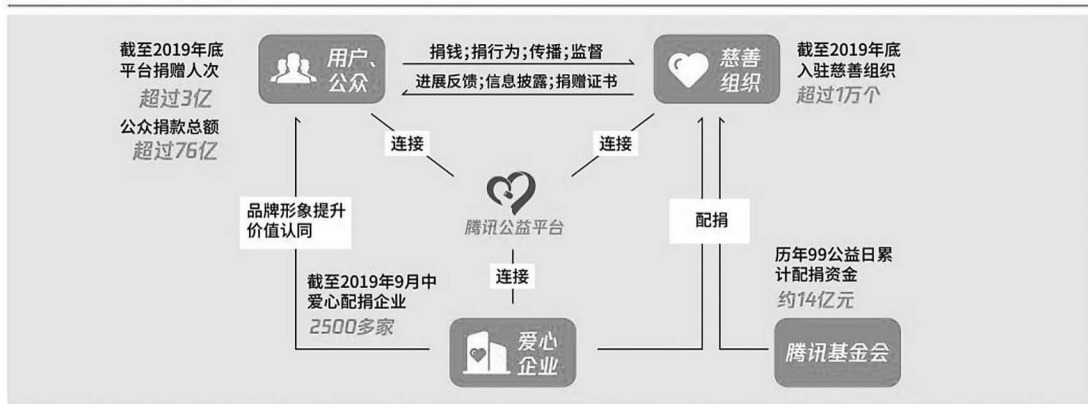


图 1-3 腾讯公益平台捐赠生态

数据来源：腾讯社会责任报告。

(2) 火线驰援：从中国到世界，展示科技本色

新冠肺炎疫情肆虐全球，不仅严重威胁人类生命健康，也给生产和生活造成沉重和持续的打击。在这场没有硝烟的“战疫”中，腾讯一直在与时间赛跑，先后设立 15 亿人民币国内战疫基金和 1 亿美元全球战疫基金，并不遗余力地提供科技能力支持，持续为全球“战疫”贡献力量。

(3) 守护绿色家园

地球是人类赖以生存的家园，生态保护是人类共同责任。腾讯始终坚持绿色运营，以大数据、云计算、人工智能技术提供生态环保解决方案，带动亿万公众践行可持续生

活，为共建生态城市、守护绿色地球做出应有贡献。具体包括：低碳运营，环保从自身做起；科技助力，一起打造环保社区；面向未来，倡导绿色发展理念。

利益相关方一览

维度	必尽责任诉求	应尽责任诉求	愿尽责任诉求	责任沟通与实践
 用户	提供稳定、可靠的科技和文化产品服务	及时倾听用户声音，持续改善服务品质	创新产品，引领用户新的生活方式	从用户需求出发，提出科技+文化战略，满足用户体验需求，从产品、技术、设计等方面开展创新，为用户创造新的移动生活价值
 股东	完善的经营模式，合理的投资回报	及时、准确、全面、合法的公司财务、经营信息披露	面对面、多种互动形式的投资者沟通活动	建立完善的董事会，按季度公布业绩，定期举行股东大会和股东特别大会，建立专门的投资者关系部，积极与股东和投资者交流
 员工	合理、健全的员工保障体系	关爱员工，提供培训与发展机会	建立多元的企业文化氛围	建立专门的人力资源部，统筹劳动保障体系，设立专门的OHS委员会，推进员工职业安全和卫生保证体系；设立腾讯学院，为员工提供不间断的培训机会
 政府	遵守相关法律法规，诚信经营依法纳税	落实国家相关政策	协助政府解决社会民生问题	设立公共事务部，统筹、规划、执行与政府合作的各类相关项目，并与政府部门建立良好的沟通机制
 商业合作伙伴	遵守商业道德、杜绝贿赂	定期的合作伙伴沟通活动	帮助合作伙伴成长	定期举行供应商大会、合作伙伴论坛等活动，沟通合作中存在的问题与发展机会与潜在缺陷，帮助伙伴成长；设立完全独立运营的反商业贿赂工作组，杜绝任何损害商业合作伙伴的行为
 公益组织	参与公益慈善，进行合理适度的捐赠	创新公益活动形式，提升影响力	帮助公益组织成长	搭建互联网慈善平台，开放技术、产品和数据能力，为各类公益慈善组织开展公众募捐、项目管理、品牌传播和财务披露等提供数字科技支撑
 所处社区	将互联网工具与社区发展相结合	针对特定事件的定向捐赠	探索公益性项目	通过腾讯基金会向社区发展项目做定向捐赠，为社区建设贡献资金和资源；利用互联网技术优势，推进智慧社区建设

图 1-4 腾讯主要利益相关方

数据来源：腾讯社会责任报告。

二、案例分析：社会责任与企业财务管理目标的融合

表 1-3 2012—2020 年腾讯主要财务指标

年份	净利润 (亿元)	每股经营现金流 (元)	每股收益 (元)	ROA (%)	ROE (%)	经营现金流/营业收入 (%)
2012	127.32	10.4835	6.9650	19.2819	36.5012	44.2648
2013	155.02	13.0894	8.4640	16.9893	31.2405	40.3296
2014	238.10	3.4908	2.5790	17.1048	34.5178	41.4420
2015	288.06	4.8311	3.0970	12.0531	28.7991	44.1665
2016	410.95	6.9133	4.3830	11.6960	27.8933	43.1215
2017	715.10	11.1737	7.5980	15.0457	33.2066	44.6417
2018	787.19	11.1806	8.3360	12.3172	27.1640	34.0406
2019	933.10	15.5549	9.8560	11.1248	24.6781	39.3836
2020	1598.47	20.2336	16.8440	13.9762	28.1250	40.2683

数据来源：根据腾讯控股各年年报整理所得。

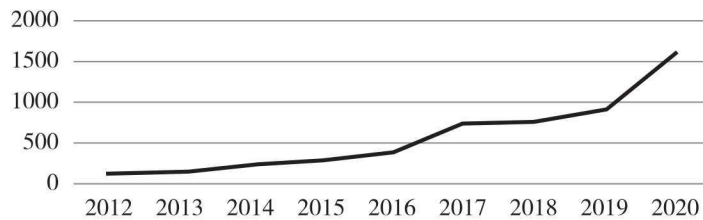


图 1-5 腾讯控股 2012—2020 年净利润变动情况

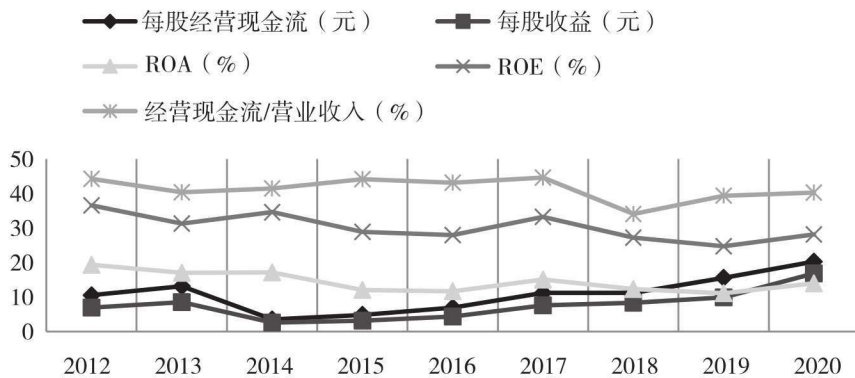


图 1-6 腾讯控股 2012—2020 年主要财务指标变动情况

由表 1-3 及图 1-5、图 1-6 可知，腾讯在履行社会责任的主要年份中，净利润、每

股经营现金流和每股收益基本呈逐年递增趋势，ROA、ROE 和财务质量指标（经营现金流/营业收入）基本呈平缓波动趋势。由此可见，腾讯不仅实践了企业创立时的使命，同时也为企业带来了财富，实现了股东利益与其他利益相关者利益的双赢，将企业社会责任真正融入到了财务管理目标中。

三、教学设计

（一）教学目的

通过对本案例的学习，可缩短教学情境与公司实际情境的距离，做好财务管理理论与公司实践的有效衔接。具体要求学生在理论层面掌握公司财务管理的主要目标、优缺点；在实践层面了解腾讯财务管理目标的现实选择，在思政层面对上述案例公司财务管理目标的实践进行思考和总结，在教学层面了解公司财务案例的讲授方法和注意事项，在科研层面了解公司财务案例素材的收集、整理以及案例论文的写作方法。

（二）课程思政

1. 要求学生学习马化腾这种“舍小家为大家”“抛私利为公利”的企业家精神，树立积极向上的世界观、人生观和价值观。

2. 要求学生社会主义核心价值观进行深入的思考，做到爱国、诚信、爱岗、敬业，将个人理想和事业追求融于国家发展和社会的进步之中，成为一个具有社会责任意识的好公民。

3. 要求学生思考腾讯如何将社会责任观融入企业的财务管理目标，讨论股东财富最大化目标与相关者利益最大化目标如何做到统一。

（三）教学方法

本案例教学采用“情境式”教学法，具体做法如下：

1. 强调案例课程的学习特点要把握“三环节”，即“全面预习”+“积极讨论”+“提炼反思”=“案例学习”。

2. 采用“情境式”教学方法，让学生通过阅读，熟悉案例和相关资料，抓住主线，进入事实情境和设定情境，启动自身全部经验、知识和热情，围绕主线，消化案例材料中所含的所有相关信息，最充分、自由地表达意见；同时，教师给学生以适当的分析、提示和启发。

（四）教学过程

1. 引导性讲授。由教师对本节相关理论知识点以提问的方式进行全面回顾。

2. 案例讲授。由教师进行案例的详细介绍。

3. 讨论发言。案例讲解结束后，全班同学对本案例相关内容进行讨论发言。

4. 总结评论。由主讲教师对师生讨论中涉及的问题进行归纳，对引导性讲授内容进行补充，并回答同学和其他教师的提问。

（五）课前准备

1. 教师：熟悉教材和教学大纲；通过“雨课堂”“课堂派”等在线平台发放案例资料和要求；组织集体备课，妥善安排课堂的讲授与讨论内容上的配合；书写教案，再次讲授

同样内容时，根据前次授课效果及时反馈意见并进行适当调整。

2. 学生：课前详细阅读本案例相关内容和要求，充分准备讨论的问题。

（六）课后要求

1. 了解学生对教学的反应，通过“雨课堂”“课堂派”等在线平台对课后作业进行督导，并对普遍性问题及时加以解释。

2. 了解听课教师对自己授课情况的评价和建议，发现问题及时改进。

3. 学生应该及时完成课后作业，通过延伸阅读，搜集相近案例资料，为案例的选材及课程论文和毕业论文的写作积累素材。

四、理论链接和延伸阅读

（一）理论知识

财务管理的目标是企业理财活动所希望实现的结果，是评价企业理财活动是否合理的基本标准。财务管理目标制约着财务运行的基本特征和发展方向，是财务运行的一种驱动力。不同的财务管理目标，会产生不同的财务管理运行机制；科学地设置财务管理目标，对优化理财行为，实现财务管理的良性循环，具有重要意义。中外关于财务管理目标问题，争议一直较大，我国和西方国家广泛应用的观点主要有如下四个：

一是产值最大化。在传统的计划经济管理模式下，企业的财产所有权与经营权高度集中，企业的主要任务就是执行国家下达的总产值目标，企业领导人职位的升迁、职工个人利益的多少均由完成产值计划指标的程度来决定，这就决定了企业必然要把总产值作为企业经营的主要目标。随着时间的推移，人们逐渐认识到，这一目标存在如下缺点：只讲产值，不讲效益；只讲数量，不求质量；只抓生产，不抓销售；只重投入，不讲挖潜。因此，把总产值最大化当作财务管理的目标，是不符合财务运行规律的。

二是利润最大化。利润最大化目标是指通过对企业财务活动的管理，不断增加企业利润，使利润达到最大。20世纪50年代以前，西方财务管理理论界一直认为利润最大化是财务管理的最优目标。该目标的优点在于通过经济核算、加强管理、改进技术，能够提高劳动生产率、降低产品成本，从而提高经济效益。但以利润最大化作为财务管理的目标存在以下缺点：没有考虑利润发生的时间、货币的时间价值和风险因素，会使财务人员不顾风险去追求最多的利润，使财务决策带有短期行为倾向。

三是股东财富最大化。股东财富最大化是指通过财务上的合理经营，为股东带来最多的财富。根据资本市场有效性假说，股票价格是衡量股东财富最有力的指标。相比利润最大化目标，股东财富最大化目标的优点在于：反映了货币时间价值（股票价格受到企业每股预期收益大小及取得时间的影响，在一定程度上能够克服公司在追求利润上的短期行为）、考虑了风险因素（风险高低会对股票价格产生重要影响）、反映了资本与收益之间的关系（股票价格是对每股股票的一个标价，反映的是单位投入资本的市场价格）。但是，股东财富最大化目标也存在一些缺点：只适用于上市公司、只强调股东的利益、股票价格受多种因素影响。

四是相关者利益最大化。企业的利益相关者包括：投资者、债权人、客户、供应商、政府和社会等。持该观点的人认为，股东财富最大化目标没有将公司更多的利益相关方考