

2024-2029年中国市值管理服务行业发展全景调研与投资趋势预测研究报告

报告简介

市场上似乎把市值管理变成了用来冷嘲热讽的贬义词，一些上市公司通过迎合不断变化的市场偏好、蹭热点、炒概念、讲故事、甚至换名字，来拉升股价，并视其为市值管理。更有甚者，有通过大宗交易商模式、私募基金模式等方式联合坐庄，拉升股价，掩护大股东或董监高在高位减持。而不少上市公司要么仅仅把市值管理当做临时情急下的权宜之计，要么把市值管理当做神秘兮兮，只可意会不可言传的财技。于是市值管理过度简化成拉升股价的标签，变成了调侃的刻板印象。

落后的观念，僵化的思维，执拗的偏见往往阻碍人的认知，也阻碍公司进一步的发展。其实从境外相对成熟的资本市场实践来看，市值管理已经是上市公司进行价值管理的重要部分，而价值管理是公司治理的核心内容之一。

官方的说法是，市值管理是上市公司基于公司市值信号，综合运用多种科学、合规的价值经营方式和手段，以达到公司价值创造最大化、价值实现最优化的一种战略管理行为。在施光耀、刘国芳编著的《市值管理论》一书中，将市值管理归结为三个方面的内容，既价值创造、价值经营和价值实现。市值管理就是要使价值创造最大化、价值经营最妙化、价值实现最优化，最终实现股东价值最大化。

市值管理的基础是做好主业。公司应当制定正确发展战略、完善公司治理、改进经营管理、培育核心竞争力、创造实实在在的利润，而脱离主业的市值管理如同无源之水，最多一时热闹，但闹腾一下就没什么意思了。

具体来看，市值管理的核心价值有三点：

第一、对内完善公司治理。促使管理层和投资者利益通过股价形成一致，从根本上解决上市公司进行市值管理的动力问题。麦肯锡的实证研究发现，好的公司治理可以带来上市公司20%以上的额外市场价值，超过80%的机构投资者愿意付出更高的价格，购买公司治理更佳的公司股票，其中亚洲89%、拉美83%、欧美81%；还有实证研究发现，公司治理较佳者，其盈余与股票报酬的关系较强，即当盈余宣布时，股价上涨幅度较大；好的公司治理有助于降低资本成本。

第二、对外沟通创造价值，降低不透明的风险补偿。南开大学公司治理研究中心马连福研究深交所上市公司后发现，公司可见度甚至比公司本身更影响股票价格，而投资者关系管理是提高上市公司资本市场可见度的有效手段，起到让投资者了解公司、吸引证券分析师和目标投资者的作用，对上市公司来说，提高公司可见度是资本市场运营的目标。市值管理对公司制度性因素的可见度效应作用明显，降低分析师和机构投资者的风险预期，根据现金流折现模型不难发现，当分母端的风险补偿下降，公司的估值就会上升。

第三、实现内外的动态平衡。市值管理是上市公司和市场的桥梁，上市公司需要主动引导市场、统一思想、求得市场的广泛认同。引导股价回归内在价值，抑制非理性波动，实现公司市值与内在价值的动态均衡。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工信部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国上市公司协会、51行业报告网、全国

及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对中国市值管理服务及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新成果与技术等进行了分析，并重点分析了中国市值管理服务行业发展状况和特点，以及中国市值管理服务行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球的市值管理服务行业发展态势作了详细分析，并对市值管理服务行业进行了趋向研判，是市值管理服务开发、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前市值管理服务业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一章 市值管理服务综述

第一节 市值管理相关概述

一、市值管理的定义

二、市值管理的误区

三、市值管理的服务对象

四、市值管理对上市公司的影响

第二节 市值管理服务发展背景

一、股权分置改革背景

二、经济证券化发展背景

三、中国资本市场化背景

第三节 上市公司市值影响因素分析

一、宏观因素影响分析

二、上市公司盈利能力

三、机构投资者持股影响

第四节 市值管理服务投资特性分析

一、市值管理服务准入门槛

二、市值管理服务竞争程度

三、市值管理服务客户黏度

四、市值管理服务投资成本

五、市值管理服务盈利水平

第二章 市值管理服务市场环境分析

第一节 市值管理服务政策环境分析

一、国内重要产业政策分析

二、国务院出台的相关政策

三、证监会出台的相关政策

四、流动性与相关货币政策

第二节 市值管理服务宏观环境分析

一、市值管理与宏观经济的关系

二、上市行业抗周期性特征分析

第三节 市值管理服务股票市场环境

一、全流通形势对行业的影响

二、大小非减持规模分析

第四节 上市公司市值表现状况分析

一、不同板块a股市场市值分析

1、a股主板市场市值分析

2、a股创业板市场市值分析

二、不同类型上市公司市值分析

1、按上市公司所属地划分

2、按上市公司行业版块划分

三、周期性行业上市公司市值分析

四、上市公司市值增长趋势分析

第五节 新三板公司市值表现状况分析

一、新三板股市场市值分析

二、新三板类型上市公司市值分析

第三章 市值管理服务市场需求与经营现状分析

第一节 市值管理服务市场需求分析

一、上市公司数量规模分析

二、上市公司行业分布分析

三、上市公司增发及减持需求分析

四、上市公司对市值管理的需求动机

五、上市公司对市值管理服务的有效需求测算

第二节 市值管理服务市场供给分析

一、市值管理服务市场服务机构

二、市值管理服务机构差异性分析

第三节 市值管理服务经营效益分析

一、市值管理服务市场规模

二、市值管理服务收费标准

三、市值管理服务收益分析

第四节 上市公司市值管理模式分析

一、价值创造型管理模式

二、价值实现型管理模式

三、价值经营型管理模式

四、综合型管理模式分析

第五节 市值管理机构融合模式分析

一、上市企业自身操作要点

二、与期货公司的合作模式

三、与商业银行的合作模式

四、与证券公司的合作模式

五、与基金公司的合作模式

第六节 市值管理工具应用现状分析

一、牛市中市值管理工具分析

1、上市公司增发配股分析

2、上市公司减持股份分析

3、上市公司分拆公司分析

4、上市公司资产剥离分析

二、熊市中市值管理工具分析

1、上市公司股份回购增持

2、上市公司股权激励分析

3、上市公司收购兼并分析

三、上市公司资本品牌管理分析

四、媒介关系管理现状分析

第七节 新三板上市公司市值管理需求分析

一、新三板上市公司市值管理政策

二、新三板市值管理优势分析

三、新三板公司市值管理对策及建议

1、国外经验借鉴

2、国内典型案例分析

3、不同规模企业管理策略分析

第四章 中国市值管理服务行业整体运行指标分析

第一节 2019-2023年中国市值管理服务行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、人员规模状况分析

三、行业资产规模分析

四、行业市场规模分析

第二节 2019-2023年中国市值管理服务行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第五章 市值管理服务行业产业结构分析

第一节 市值管理服务产业结构分析

一、市场细分充分程度分析

二、各细分市场领先企业排名

三、各细分市场占总市场的结构比例

四、领先企业的结构分析(所有制结构)

第二节 产业价值链的结构及整体竞争优势分析

一、产业价值链的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第三节 产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国市值管理服务行业参与国际竞争的战略市场定位

四、产业结构调整方向分析

第六章 市值管理服务市场竞争主体分析

第一节 证券公司市值管理业务分析

- 一、证券公司市值管理业务优劣势分析
- 二、证券公司市值管理服务模式分析
- 三、券商市值管理业务客户开发方式
- 四、证券公司市值管理业务发展前景
- 第二节 财经公关机构市值管理业务分析
- 一、财经公关市值管理业务优劣势分析
- 二、财经公关市值管理服务模式分析
- 三、财经公关市值管理业务客户开发方式
- 四、财经公关市值管理业务发展前景
- 第三节 咨询管理公司市值管理业务分析
- 一、咨询管理公司市值管理业务优劣势分析
- 二、咨询管理公司市值管理服务模式分析
- 三、咨询管理公司市值管理业务客户开发方式
- 四、咨询管理公司市值管理业务发展前景
- 第四节 其他机构市值管理业务拓展分析
- 一、会计师事务所市值管理业务拓展分析
- 二、律师事务所市值管理业务拓展分析
- 三、信托公司市值管理业务拓展分析
- 四、私募机构市值管理业务拓展分析
- 五、基金公司市值管理业务拓展分析
- 六、商业银行市值管理业务拓展分析
- 第七章 上市公司市值管理经典案例分析
- 第一节 上市公司市值管理绩效分析
- 一、上市公司市值管理评价体系简况

二、2019-2023年度百佳市值管理上市公司总体情况

第二节 三聚环保市值管理案例分析

一、三聚环保当时所处环境分析

二、三聚环保市值管理策略应用

三、三聚环保市值管理过程分析

四、三聚环保市值管理效果分析

五、三聚环保市值管理经验借鉴

第三节 安信信托市值管理案例分析

一、安信信托当时所处环境分析

二、安信信托市值管理策略应用

三、安信信托市值管理过程分析

四、安信信托市值管理效果分析

五、安信信托市值管理经验借鉴

第四节 天齐锂业市值管理案例分析

一、天齐锂业当时所处环境分析

二、天齐锂业市值管理策略应用

三、天齐锂业市值管理过程分析

四、天齐锂业市值管理效果分析

五、天齐锂业市值管理经验借鉴

第五节 北方稀土市值管理案例分析

一、北方稀土当时所处环境分析

二、北方稀土市值管理策略应用

三、北方稀土市值管理过程分析

四、北方稀土市值管理效果分析

五、北方稀土市值管理经验借鉴

第六节 市值管理模拟执行案例分析

一、a公司基本情况介绍

二、a公司面临的市场环境分析

三、a公司存在的主要问题分析

四、导致a公司问题的原因分析

五、a公司提升市值的执行过程

六、a公司市值管理效果分析

七、a公司市值管理成功因素

第八章 2024-2029年市值管理服务行业领先企业经营形势分析

第一节 湖南金证投资咨询顾问有限公司

一、企业基本信息分析

二、企业客户群体分析

三、企业业务结构分析

四、企业业务模式分析

五、企业最新发展动向分析

第二节 北京鹿苑天闻投资顾问有限责任公司

一、企业基本信息分析

二、企业客户群体分析

三、企业业务结构分析

四、企业业务模式分析

五、企业最新发展动向分析

第三节 广州经传多赢投资咨询有限公司

一、企业基本信息分析

二、企业客户群体分析

三、企业业务结构分析

四、企业业务模式分析

五、企业最新发展动向分析

第四节 上海秦凰企业顾问有限公司

一、企业基本信息分析

二、企业客户群体分析

三、企业业务结构分析

四、企业业务模式分析

五、企业最新发展动向分析

第五节 深圳市万全智策企业管理咨询服务股份有限公司

一、企业基本信息分析

二、企业客户群体分析

三、企业业务结构分析

四、企业业务模式分析

五、企业最新发展动向分析

第六节 北京翰海宏业投资咨询有限公司

一、企业基本信息分析

二、企业客户群体分析

三、企业业务结构分析

四、企业业务模式分析

五、企业最新发展动向分析

第七节 北京金证互通资本服务股份有限公司

一、企业基本信息分析

二、企业客户群体分析

三、企业业务结构分析

四、企业业务模式分析

五、企业最新发展动向分析

第八节 上海怡桥财经传播有限公司

一、企业基本信息分析

二、企业客户群体分析

三、企业业务结构分析

四、企业业务模式分析

五、企业最新发展动向分析

第九节 北京和君咨询有限公司

一、企业基本信息分析

二、企业客户群体分析

三、企业业务结构分析

四、企业业务模式分析

五、企业最新发展动向分析

第十节 上海润言投资咨询有限公司

一、企业基本信息分析

二、企业客户群体分析

三、企业业务结构分析

四、企业业务模式分析

五、企业最新发展动向分析

第九章 上市公司市值管理发展路径与前景分析

第一节 上市公司市值管理效应分析

- 一、IPO首发上市的市值效应
- 二、定向增发的市值效应分析
- 三、资产注入的市值效应分析
- 四、整体上市的市值效应分析
- 五、买壳与借壳的市值效应分析
- 六、吸收合并的市值效应分析
- 七、股权激励的市值效应分析

第二节 上市公司市值管理路径分析

- 一、股权变现路径分析
- 二、大宗股票买断式回购
- 三、保值增值路径分析
- 四、其他股东价值提升路径
- 1、优化资产配置路径
- 2、单向增持路径分析

第三节 上市公司市值管理发展前景

- 一、市值管理业务规模预测
- 二、市值管理机构竞争趋势
- 三、市值管理服务创新趋势
- 四、市值管理业务发展方向

第四节 市值管理风险与防范建议

- 一、上市公司市值管理风险现状
- 1、滥用资本手段风险
- 2、追求短期盈余风险
- 3、不当信息披露风险

4、其他法律风险分析

二、上市公司市值管理风险案例

三、上市公司市值管理风险防范

第五节 上市公司市值管理策略建议

一、上市公司价值创造策略

二、上市公司价值经营策略

三、上市公司价值实现策略

第十章 2024-2029年市值管理服务行业投资机会与风险防范

第一节 市值管理服务行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、市值管理服务行业投资现状分析

第二节 2024-2029年市值管理服务行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、市值管理服务行业投资机遇

第三节 2024-2029年市值管理服务行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第四节 中国市值管理服务行业投资建议

一、市值管理服务行业未来发展方向

二、市值管理服务行业主要投资建议

三、中国市值管理服务企业融资分析

第十一章 2024-2029年市值管理服务行业面临的困境及对策

第一节 2019-2023年市值管理服务行业面临的困境

第二节 市值管理服务企业面临的困境及对策

一、重点市值管理服务企业面临的困境及对策

1、重点市值管理服务企业面临的困境

2、重点市值管理服务企业对策探讨

二、中小市值管理服务企业发展困境及策略分析

1、中小市值管理服务企业面临的困境

2、中小市值管理服务企业对策探讨

三、国内市值管理服务企业的出路分析

第三节 中国市值管理服务行业存在的问题及对策

一、中国市值管理服务行业存在的问题

二、市值管理服务行业发展的建议对策

1、把握国家投资的契机

2、竞争性战略联盟的实施

3、企业自身应对策略

三、市场的重点客户战略实施

1、实施重点客户战略的必要性

2、合理确立重点客户

3、重点客户战略管理

4、重点客户管理功能

第四节 中国市值管理服务市场发展面临的挑战与对策

第十二章 市值管理服务行业发展战略研究

第一节 市值管理服务行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对中国市值管理服务品牌的战略思考

一、市值管理服务品牌的重要性

二、市值管理服务实施品牌战略的意义

三、市值管理服务企业品牌的现状分析

四、中国市值管理服务企业的品牌战略

五、市值管理服务品牌战略管理的策略

第三节 市值管理服务经营策略分析

一、市值管理服务市场细分策略

二、市值管理服务市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、市值管理服务新产品差异化战略

第四节 市值管理服务行业投资战略研究

一、2024-2029年市值管理服务行业投资战略

二、2024-2029年细分行业投资战略

第十三章 研究结论及投资建议

第一节 市值管理服务行业研究结论及建议

第二节 中道泰和市值管理服务行业投资建议

图表目录

图表：市值管理服务行业生命周期

图表：市值管理服务行业产业链结构

图表：2019-2023年全球市值管理服务行业市场规模

图表：2019-2023年中国市值管理服务行业市场规模

图表：2019-2023年市值管理服务行业重要数据指标比较

图表：2019-2023年中国市值管理服务市场占全球份额比较

图表：2019-2023年市值管理服务行业销售收入

图表：2019-2023年市值管理服务行业利润总额

图表：2019-2023年市值管理服务行业资产总计

图表：2019-2023年市值管理服务行业负债总计

图表：2019-2023年市值管理服务行业竞争力分析

图表：2019-2023年市值管理服务市场价格走势

图表：2019-2023年市值管理服务行业主营业务收入

图表：2019-2023年市值管理服务行业主营业务成本

图表：2019-2023年市值管理服务行业销售费用分析

图表：2019-2023年市值管理服务行业管理费用分析

图表：2019-2023年市值管理服务行业财务费用分析

图表：2019-2023年市值管理服务行业销售毛利率分析

图表：2019-2023年市值管理服务行业销售利润率分析

图表：2019-2023年市值管理服务行业成本费用利润率分析

图表：2019-2023年市值管理服务行业总资产利润率分析

图表：2019-2023年市值管理服务行业需求分析

图表：2019-2023年市值管理服务行业集中度

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20190412/115550.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)