

打造上市公司市值管理生态圈

(2天)

课程背景

不同公司处在同样的行业和盈利水平，为什么市值规模会相差10倍？为什么有的上市公司增发、再融资轻而易举，有的却困难重重？为什么有的公司善用股权激励、减持套现、增持、回购等方式加速财富增长，有的却不会？这些都是市值管理的内容。

老师通过案例讲解，使学员们可以系统和战略性地理解和把握市值管理，更好地打造上市公司市值管理生态圈，赋能企业实现经济效益和股东价值的双丰收。

课程对象

老板、总裁/总经理、首席财务官/财务总监、董秘、证券代表、市值管理部、投资部、人力资源总监、人力资源经理、财务经理、企业中高层等。

课程收益

- 了解影响市值的关键要素
- 掌握如何通过市值管理提升股东价值
- 掌握全生命周期的市值管理方法
- 掌握市值管理的具体做法
- 评价市值管理效果的九大指标

课程亮点

实战派风格，追求“落地”文化，针对性强，诊断式、咨询式培训解决企业痛点，生动幽默，通过视频、分组讨论、点评、角色带入等教学手段，调动学员的参与性和积极性。

确保课程：听得懂、拿得走、用得上、有实效。

课程大纲

第一单元 全流通时代市值管理

- 股东价值的三种体现形式
- 什么是市值管理
- 市值管理的目的
- 市值管理的三个最核心
 - 树立产融互动和创造 EVA 的经营理念
 - 建立市值管理的经营体系
 - 在市值波动中进行价值实现
- 市值的计算
- 影响盈利能力的要素是市值管理对象
 - 产业布局和性质
 - 商业模式
 - 核心竞争力
 - 企业家团队
 - 盈余管理
- 影响市盈率的要素是市值管理对象
 - 股市周期
 - 主题管理
 - 投资者偏好
 - 公司治理
 - 公司品牌
 - 行业地位
 - 激励机制
 - 合规运作
 - 市场景气
 - 行业景气
 - 送转能力
 - 股东结构
 - 市值股价区间
 - 4R 管理能力
 - ◇ 投资者关系
 - ◇ 监管机构关系
 - ◇ 分析师关系
 - ◇ 媒体关系

第二单元 通过市值管理提升股东价值

- 如何通过市值管理提升股东价值
 - 价值分享：衡量绩效 分享价值大/小股东 内/外股东 团队/股东/客户/员工

- 价值创造：优化商业和组织模式；完善考核和激励机制；理顺决策和生产流程；强化财务和资源管理…
- 价值经营：顺应市场规律，丰富经营策略，强化股本管理，优化融资策略，加强权益市值管理…
- 价值实现：完善公司治理；提高运作透明；规范各方行为；加强投资者关系；密切媒介关系…

■ 全生命周期的市值管理方法

- 牛市中的市值管理方式
- 熊市中的市值管理方式

■ 市值管理的具体做法

- 危机公关
- 信息披露
- 路演
- 多元化业务投资
- 创新技术孵化项目
- 股票回购
- 套期保值
- 股权激励
- 产业升级
- 回购股份
- 重组
- 并购
- 优质资产注入
- 概念设计
- 业绩预期安排
- 宣传推广计划
- 投资者管理
- 股权变现
- 股权增持
- 保值增值
- 优化资产配置
- 财务规划
- 变现资产后的增值服务

【案例】中航工业注资中航重机

【案例】某上市公司通过市值管理在一个月内股价变成了原来的三倍多

【案例】揭秘上市公司通过市值管理“割韭菜”的内幕

【案例】上市公司与 PE 和公募基金联手“割韭菜”的案例

【场景讨论】如果你是这家上市公司的 CEO 市值管理如何做

■ 评价市值管理效果的九大指标

- 市值
- 市盈率
- 股权吞吐

- 公司主题
- 研究员热度
- 媒体热度
- 流通股东机构数量
- 股东结构变化
- 市场风格和股性是否明显改善

第三单元 上市公司市值管理模式的选用

- 六种上市公司市值管理模式
 - 券商市值管理模式：盘活存量
 - 大宗交易商市值管理模式：拉升股价
 - 私募基金市值管理模式：联合坐庄
 - 财经公关市值管理模式：媒体公关
 - 管理咨询公司市值管理模式：产业整合
 - 长效市值管理模式：练内功

【案例】三一重工通过价值创造和价值经营双轮驱动的市值管理

【案例】海螺水泥“无控股权、有管理主导权”的市值管理

【课后互动】现场解答学员问题