

上市公司粉饰业绩的案例有哪些—关于财务报表粉饰的论文是写上市公司容易还是写中小型企业容易-股识吧

一、近年来的企业财务危机案例有哪些

财务危机是指企业明显无力按时偿还到期的无争议的债务的困难与危机。由于山东齐星集团债务危机的恶化，同处山东省滨州市邹平县的担保方之一西王集团也陷入困境，而曾经跻身中国500强企业的山东天信集团债务危机的爆发，更导致7家关联公司进入破产整顿。在山东债务危机发酵的同时，山东的魏桥集团也受到做空机构攻击。

二、上市公司信息披露有哪些

- (1)公开发行募集文件，即招股说明书；
- (2)上市公告书；
- (3)定期报告，包括年度报告和中期报告；
- (4)临时报告，主要是重大事件公告、上市公司的收购或合并公告；
- (5)公司的董事、监事、高级管理人员的持股情况；
- (6)证券交易所要求披露的信息；
- (7)其他信息。

三、企业上市有哪些风险 上市公司风险分析

四、世界500强企业宝洁公司的案例资料，详细点，越多越好，急用！

市场营销中，我们知道：竞争市场中有四种处于不同地位的企业，他们是市场领导者、市场挑战者、市场追随者、市场补缺者（或称市场渗透者）。

显然，不同的市场地位决定了他们应该采取不同的品牌策略。

处于市场领导者地位，他们的市场份额一般在40%左右。

他们一方面要将自己的领先地位保持住，一方面又要防御挑战者的进攻，就必须更加关注自己的品牌，加大自身品牌的美誉度。

他们采取的品牌策略主要有：一、更加注重产品的质量，维持目前的广告投入或适度增加广告投入，进行产品创新和品牌创新。

象宝洁公司，在洗发水产品上维持目前已有的“潘婷”、“飘柔”、“海飞丝”以外，还及时推出“润妍”品牌，并在外包装上采用透明的包装。

二、极力关注市场上的新品牌。

众所周知，当日本富士公司进军美国市场的时候，忽视了柯达公司在日本市场上的反击。

柯达在日本直接设立工厂，生产柯达胶片，并利用日本的经销商进行市场营销，取得了成功。

三、将自身的品牌向纵深发展。

品牌进入市场，总是从大城市到小城市，但作为市场领导者往往沉迷于已经取得的成绩，不愿意向纵深的销售网络末梢发展，这些市场往往被其他厂商占领。

看看中国家电企业走过的历程就会明白，目前处于领导者地位的长虹和海尔也只是将品牌推广到地级市场，这些值得我们做进一步的研究。

处于市场挑战者地位，他们唯一的目标就是不断扩大自身的市场份额，加强自身的品牌塑造。

他们采取的品牌策略主要有：一、直接向大品牌挑战。

象“雕”牌洗涤产品，他们的宣传口号是：“只买对的，不买贵的”。

由于处于市场领导者的品牌产品大多具有较高的品牌附加值，利润较大。

所以，“雕”牌利用了这一品牌攻击策略，并取得了成功。

但值得一提的是，此策略具有很大的风险，因为大品牌会还击，挑战者必须具备雄厚的势力应战才行。

二、品牌协同作战策略。

以国产手机行业为例，“科健”、“波导”、“TCL”三家声称是“国产手机三巨头”，这一方面回避了国外手机“诺基亚”、“摩托罗拉”、“爱立信”的还击（因为这三家占了市场近60%的份额），又抛开了国产其他品牌手机（如首信、中国普天等）的追击。

三、“围剿”本地区的小品牌，树立自身品牌的卓越地位，但要注意有理有节。

处于市场追随者地位，他们的目标不仅是迅速扩大自身的品牌影响力度，还有紧紧跟随在挑战者后面，伺机迎头赶上。

值得注意的是，追随者必须作到韬光养晦，认真学习优秀品牌的品牌推广经验，制定出长远的品牌发展计划。

在此，以“旭日升”为例说明，“旭日升”请香港明星刘德华作为产品的形象代言人，是中国最早提出“冰茶”概念的，但它忽视了品牌内涵的塑造，在营销网络上没有加以健全和完善，被同行业的“统一”和“康师傅”借用“冰红茶”名称反而

取胜，“旭日升”的后果是让人扼腕叹息的。

处于市场渗透者地位，他们一般不进行大面积的品牌推广活动，而是采取“各个击破”的品牌策略。

最明显的例子就是“全力”，该品牌诞生在安徽省潜山县，主要产品是洗涤用品。

它的广告颇有特色，“五款包装都上市，全心全意用全力”。

它做的只是洗衣粉广告，与“奥妙”、“汰渍”无法媲美。

“全力”非常清楚自己的市场地位，他们放弃在大城市的品牌推广活动，而是把重点放在地市和乡镇，同样取得了良好的经营业绩。

五、关于财务报表粉饰的论文是写上市公司容易还是写中小型企业容易

肯定是上市公司的，中小企业的数据很少公开、而且参差不齐，不好写的

六、某上市公司的财务分析案例

(1) 该公司股票的系数为1.5 (

2) 该公司股票的必要收益率=5%+1.5×(8%-5%)=9.5% (

3) 甲项目的预期收益率=(- 5%)×0.4+12%×0.2+17%×0.4=7.2% (

4) 乙项目的内部收益率= (5) 判断是否应当投资于甲、乙项目：

甲项目预期收益率7.2% <

lt;

该公司股票的必要收益率9.5% 乙项目内部收益率 14.4% <

gt;

该公司股票的必要收益率9.5% 不应当投资于甲项目，应当投资于乙项目 (

6) A、B两个筹资方案的资金成本：

A筹资方案的资金成本=12%×(1-33%)=8.04%

B筹资方案的资金成本=10.5%+2.1%=12.6% (

7) A、B两个筹资方案的经济合理性分析 A筹资方案的资金成本8.04% <

lt;

乙项目内部收益率14.4% B筹资方案的资金成本12.6% <

lt;

乙项目内部收益率14.4% A、B两个筹资方案在经济上都是合理的 (

8) 再筹资后该公司的综合资金成本：== (9) 对乙项目的筹资方案做出决策：

8.98% A筹资方案优于B筹资方案。

七、求翻译：随着世界经济的全球化发展，近年来在国际、国内不断的有会计丑闻爆出，各种经济犯罪活动和会计信息失真已经成为普遍关注的国际性问题。很多企业通过对财务报表的粉饰，从而达到转移国家资产、粉饰财务业绩、偷逃税收等目的。要准确点呀

With the globalization of the world economy , ;
in recent years ;
in the international , ;
domestic ;
the ;
accounting scandals , ;
all kinds of economic crimes ;
and ;
the distortion of accounting information ;
has become international ;
issues of common concern. ;
Many enterprises through ;
to whitewash financial statements , ;
so as to achieve the transfer of state ;
assets , ;
whitewash ;
financial performance , ;
tax evasion and other ;
objective.

八、上半年业绩未做好的原因分析，以及下半年应该怎么做才能提升业绩

1、年线猜想目前沪市年线的指数位是4378点，该位置是真正的牛熊分界线，机构投资者是非常重视该指数位的，该指数位对沪市指数会有强烈的支撑，指数有望在

年线附近产生有一定力度的反弹，如果万一指数跌破年线，这将产生一次最佳机会。

2、春节猜想沪深股市诞生18年，不管市场当时强弱，几乎每个农历年的最后一个交易日（2月5日）都是大涨，在偏强的市道中最后三个交易日上涨的概率为70%、80%、90%。

因此剩下的5个半交易日，卖股票的时间应选在春节之后。

3、节奏猜想

上半年市场的波动方式是震荡形状的，别指望那些随便说说的10000点啦。

今年机会把握得重要方式就是超跌反弹，是老鼠挖洞看准了偷金子，不是猪八戒用钉耙乱扒金子。

因此，要用波段操作法，折中操作法，偶尔用最佳操作法。

4、糊涂猜想 问君能有几多愁？恰似股票被套后的梦游！多年股市经历，感触最深的是：长线害人，不自量力害人！其实，股市预测不太难？但是有人在最危险的时候告诉我，那不是集结号，而是开饭号，他正在吃红烧肉，真香呀！

参考文档

[下载：上市公司粉饰业绩的案例有哪些.pdf](#)

[《东方航空现在股票叫什么名字》](#)

[《什么是成长股龙头》](#)

[《股票中cras是什么指标》](#)

[《腾讯股票下跌为什么要裁员》](#)

[下载：上市公司粉饰业绩的案例有哪些.doc](#)

[更多关于《上市公司粉饰业绩的案例有哪些》的文档...](#)

声明：

本文来自网络，不代表

【股识吧】立场，转载请注明出处：

<https://www.gupiaozhishiba.com/read/47083382.html>