

<<股票市场可预测性研究>>

图书基本信息

书名：<<股票市场可预测性研究>>

13位ISBN编号：9787306033406

10位ISBN编号：7306033409

出版时间：2009-6

出版时间：中山大学出版社

作者：何兴强

页数：132

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<股票市场可预测性研究>>

前言

自1990年正式创建以来,在短短十几年间,中国股票市场取得了举世瞩目的发展。与此同时,也暴露出了一些问题,如政策干预过多、市场监管不严、机构操纵市场等。这些问题的普遍存在,会导致股票市场(简称股市)信息失真,信息流通不畅,扭曲股市价格,降低股市效率,导致经济资源的错误配置。

中国已经正式加入WTO,股市也逐步加大了对外开放的力度。在中国股市逐步融入国际资本市场的过程中,如何提高股市的效率,让股市真正承担起有效配置经济资源这一核心功能,已经显得越来越重要。

现有的关于中国股市有效性的实证研究,多是利用线性范式条件下的统计检验方法进行分析;而且,关于中国股市的有效性问题,学界至今仍然有很大的争议,还没有形成共识。

本书立足于过去收益(和交易量)信息,基于弱型市场有效性的信息集,采用先进的非线性统计和计量手段,多视角、多层次实证考察中国股市的可预测性特征,深刻认识、探讨和剖析中国股市的有效性状况及其深层次原因,为中国股市的健康发展提供证据和建议。

本书共分为8章。

第一章简单回顾关于EMH的研究进程和发展脉络,包括EMH理论框架的形成、EMH的实证含义、研究的主要进展、近期发展起来的非线性分析方法在股市分析中的应用,以及围绕解释EMH中的“异象”而发展起来的行为金融学等。

在此基础上,本章简要评述了现有的关于中国股市有效性的实证研究成果。

第二章运用McLeod - Li “和BDS检验探测中国股市收益序列非线性相关的存在性,结果表明,股市收益序列存在显著的非线性相关性。

在此基础上,运用Hsieh检验诊断股市收益随机非线性相关结构的类型,发现股市收益的随机非线性相关性主要表现为积式相关而非和式相关。

之后,运用随机非线性收益模型的考察进一步证实了上述结论。

<<股票市场可预测性研究>>

内容概要

现有的关于中国股市有效性的实证研究，多是利用线性范式条件下的统计检验方法进行分析；而且，关于中国股市的有效性问题，学界至今仍然有很大的争议，还没有形成共识。本书立足于过去收益(和交易量)信息，基于弱型市场有效性的信息集，采用先进的非线性统计和计量手段，多视角、多层次实证考察中国股市的可预测性特征，深刻认识、探讨和剖析中国股市的有效性状况及其深层次原因，为中国股市的健康发展提供证据和建议。

<<股票市场可预测性研究>>

作者简介

肖祥鸿，男，现任上海海事大学经济管理学院工商与公共管理系主任、副教授，毕业于日本Sensyu University工商管理研究科工商管理专业，获工商管理硕士学位。

主要研究方向：企业管理和市场营销。

主持和参与各类课题多项，主编和参编教科书和工具书数本，在国内核心期刊等杂志上发表《企业必须重视伴随结果带来的环境问题》、《企业实行复式管理的必要性探讨》等观点新颖、具有实际应用价值的学术论文20余篇。

<<股票市场可预测性研究>>

书籍目录

第一章 EMH和股市可预测性研究回顾 第一节 EMH的早期研究 第二节 EMH的3种类型 一、弱型有效 二、半强型有效 三、强型有效 第三节 EMH的实证含义 一、EMH的一般性表述 二、EMH、“鞅”和“公平游戏” 三、EMH和随机游走 第四节 1970年后EMH的发展 一、EMH分类的调整 二、收益可预测性 三、事件研究 四、内幕消息检验 第五节 EMH的局限 一、EMH与交易成本、信息成本和意见分歧 二、EMH与市场流动性 三、EMH、联合假定和资产定价理论 四、EMH、思维范式和市场特性 第六节 EMH的近期相关研究 一、“异象”与行为金融理论 二、EMH与非线性范式 第七节 中国股市有效性实证研究简评第二章 中国股市收益非线性相关结构的实证检验 第一节 研究回顾 第二节 随机非线性模型 第三节 非线性相关检验方法 一、McLeod-Li检验 二、BDS检验 三、Hsieh检验 第四节 数据说明和基本描述统计 第五节 非线性相关性的实证检验 第六节 股市收益非线性相关结构的随机模型考察 第七节 小结第三章 上证指数收益和波动性的周内效应检验 第一节 研究概况 第二节 计量检验方法 第三节 周内效应实证检验 第四节 小结第四章 牛、熊市周期和股市间的周期协同性 第一节 研究回顾 第二节 研究方法 一、牛、熊市判别方法与标准 二、牛市和熊市的数量特征 三、股市间的协同和滚动协同指数 第三节 实证分析 第四节 小结第五章 不同市场态势下股市的非对称反应 第一节 研究回顾 第二节 研究方法 一、非对称均值回归计量检验的基本原理 二、ANST-GARCH(M)-GED模型 三、收益自相关系数和未来波动的相关性 四、牛、熊市诊断方法 第三节 实证分析 一、数据说明和牛、熊市周期诊断 二、牛、熊态势下股市非对称反应的ANST-GARCH(M)-GED模型探测 三、收益自相关系数与未来波动的相关性和股市的非对称反应 第四节 小结第六章 股市收益和波动性长期记忆的V/S分析 第一节 研究回顾 第二节 研究方法 一、V/S及其相关统计量 二、方差漂移突变的ICSS诊断法 第三节 实证分析 一、沪市阶段性的方差漂移突变诊断 二、沪市收益的长期记忆效应及其阶段性 三、沪市部分个股收益长期记忆效应的V/S分析 四、股市收益长期记忆的国际比较 五、股市波动性长期记忆的国际比较 第四节 结论与含义第七章 中国股市收益的长期记忆：有限长度还是无限缓慢衰减 第一节 文献简要回顾 第二节 研究方法 一、经典R/S分析 二、修正R/S分析 三、GPH检验 第三节 实证分析 一、股市日收益非周期性循环和长期记忆的经典R/S分析 二、股市日收益长期记忆的修正R/S分析 三、股市收益长期记忆的GPH检验 第四节 小结与讨论第八章 中国股市收益和交易量动态引导关系的实证分析 第一节 研究回顾 第二节 研究方法 一、线性Granger因果检验 二、非线性Granger因果检验 第三节 实证分析 一、APGARCH模型探测收益和交易量的ARCH效应和波动非对称性 二、股市收益和交易量变动率线性Granger因果检验 三、股市收益和交易量之间非线性Granger因果检验 第四节 小结参考文献

<<股票市场可预测性研究>>

章节摘录

第一章 国际市场营销学概述 本章学习目标 通过本章的学习,要求学生掌握以下内容:了解国际市场营销的概念,了解和掌握国际市场营销学的研究对象和内容;了解市场营销的发展及国际市场营销学与市场营销学的关系;了解国际贸易的概念功能,重点掌握国际市场营销与国际贸易的区别与联系;了解国际市场的变化趋势及企业所面临的机遇和挑战。

第一节 国际市场营销学的研究方法和内容 国际市场营销学的产生是由于营销学发展的结果。为了在竞争中获胜,一些大公司开始将市场营销学原理应用于国际市场的开拓,制定进入国际市场进而占领国际市场的策略。

许多市场营销学专家也开始着手国际市场营销理论的研究。

国际市场营销学著作在20世纪50年代末首先出现在美国,1956年,爱德华·E.帕拉特正式使用

“ExportMarketing”(出口市场营销学)一词,1959年,R.L.克莱姆最早把国际市场营销理论系统化。之后,国际市场营销理论不断完善,逐步形成了一门独立的专门学科。

一、国际市场营销学的研究对象与研究方法 (一)国际市场营销学的研究对象 国际市场营销学通常是从微观角度着手探求一个企业如何运用科学的经营管理手段,增强竞争能力,打入国际市场。

其研究对象是微观的、发生在不同国家之间的国际市场营销,而且主要着眼于企业的出口营销活动。具体说,是研究企业如何从国际市场顾客需求出发,依据国内外不可控的环境因素(人口、经济、政治法律、社会文化及竞争环境等),运用企业可控制因素(即产品、定价、分销及促销),制定、执行及控制国际营销计划,实现企业营销目标。

<<股票市场可预测性研究>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介, 请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>