

# 试析会计师事务所选择的信号传递功能

李明辉

**摘要:** 由于管理当局与投资者之间存在信息不对称,管理当局有通过选择高质量的著名大会计师事务所进行审计,以传递其关于公司质量的私人信息,减少偏低定价的动机。但在我国,上市公司尚缺乏聘请高质量事务所审计的动力,这不利于证券市场的健康发展。应改善注册会计师的执业环境,促使管理当局聘请高质量事务所进行审计。

**关键词:** 信号传递 事务所 审计质量 信息不对称

## 一、逆向选择与信号传递理论

信息不对称是信息经济学研究的一个基本命题,它是指某些参与人拥有另一些参与人不拥有的信息。信息不对称的一个典型后果是逆向选择,所谓逆向选择,是指在签订契约前由于代理人知道自己的类型,而委托人不知道,而选择了不恰当的代理人。也就是说代理人在建立委托代理关系之前,利用掌握的对委托人不利信息签订对自己有利的合同(包括显性和隐性的),而委托人则由于信息劣势处于不利的位置上。1970年阿卡洛夫(Akerlof)提出了旧车市场模型,开创了逆向选择理论的先河。在旧车市场上,旧车的卖者知道车的质量,而买者并不知道,只知道旧车的平均质量,因而只愿意根据平均质量支付价格,那些质量最差的车主最急于将车脱手,当车的价格下降时,那些只有轻度缺陷的车主将退出旧车市场,剩下的将是劣车,即发生坏车驱逐好车现象。这样一来,将导致市场上质量的恶化,帕累托最优的交易不能实现,甚至导致市场的萎缩和不存在。

解决逆向选择问题的一个方法是信号传递。如果拥有私人信息的卖方有办法将其私人信息传递给没有信息的买方,或买方诱使卖方揭示其私人信息(严格地说,这是信号甄别,而不是信号传递,二者的差别在于谁先采取行动,但本文不拟对此加以严格的区分),交易的帕累托改进就能实现。因此,代理人(卖方)有动力显示自己的类型,选择某种信号,使自己的类型能够被委托人(买方)识别。委托人在观察到代理人的信号之后,与代理人签订契约。如在旧车市场上,好车的卖主会愿意发出信号表明他们提供了一辆好车而不是一个蹩脚货。并且质量越高,其披露将越充分。这就是所谓的信号传递(或称信号显示)机制。斯宾塞(Spence,1974)首先考察了劳动力市场上的文凭。在该模型中,教育成本与能力成正比,只有高能力的人才能获得较高的文凭,因而文凭就成为显示劳动者能力的信号。雇主认为那些不接受较高教育的人一定是低能力的,因而只愿意支付较低工资,而愿意对那些较高文凭的人支付较高工资。在这里,教育水平(文凭)传递了能力的信号,将不同的劳动者区分开来。信号传递的其他例子还有名牌产品的高价,等等。潘曼(Penman,1980)以一般商品市场为例说明,拥有较高质量和较低成本水平的卖方会主动向市场传递商品质量和成本等信息以求在价格上得到补偿。

在证券市场上,同样存在着信息不对称及其导致的逆向选择问题。在证券市场背景下,信息不对称是指不同质量的证券可以相同的价格出售。由于股东(委托人)无法观察经理(代理人)的全部行动,也无法充分了解经理的能力,而只能获取关于经理行动和能力的信息。这样,经理等内部人员就拥有了更多、更准确的对企业的现在和未来的信息,也即存在内部信息。投资者由于不能充分了解企业机会和风险信息,因而不能正确地对企业做出评价,进行正确的投资,从而发生逆向选择,导致市场资源配置的低效率。但另一方面,投资者又是理性的,他们将意识到内部信息存在的可能性,但由于他们不能区分企业的质量,因而他们就会采取与旧车买主一样的决策,降低愿意支付的购买股票的价格。投资者和信贷者将会要求更高的资本报酬,以补偿其风险或进行财务分析的成本,导致企业筹资活动的困难和资本成本的上升。

这时,高质量的公司将通过传递信号将其与那些较次企业区别开来,市场也会做出积极的反应,外部用户将那些较高质量的企业从“柠檬”中剔除,而愿以较高的价格来购买其证券,这些公司的股票价格将会上涨,企业的筹资能力将会提高,资本成本将会降低,企业的价值将提高。

## 二、会计师事务所选择的信号传递作用

管理当局与外部股东之间存在信息不对称,外部投资者只能主要从管理当局提供的财务报表了解企业的盈利能力和发展前景,但是,投资者对管理当局报告的信息的真实可信心存疑虑。这种疑虑,将导致企业股票的定价偏低。为了减少偏低定价,管理当局将聘请独立的注册会计师对其报表加以审计,使投资者相信财务报表。审计降低了不确定性,减少了投资者的信息搜寻成本,因而投资者愿意以更高的价格购买公司的股票。高质量公司的管理当局有聘请审计师对财务报告进行审计以表明自己公司质量高、财务报告真实可信的动机,也就是有通过聘请事务所审计来传递关于公司的私人信息的动机。因此,公司接受审计的愿望本身就是一种信号。

私人信息在传递中,如果能让外部人相信,获得经济制度的“凭证”是重要的手段。这里的凭证,如上述旧车市场的好车卖主可以让估价师对旧车进行估价,估价师的估价就是一种凭证,又如劳动力市场的文凭,也是一种凭证。审计是

一项独立性的验证活动,可以在一定程度上提高会计信息的可信度,它免去了投资者对会计信息的观察。这里,注册会计师出具的审计意见,实际上就是一种凭证(标签)。而不同质量的审计所起的凭证作用是不一样的。高质量的凭证更容易令人相信,而低质量的凭证作用就有限。因此,财务报表的可信度部分地依赖于审计质量,注册会计师对财务报告准确性的保证程度与审计的质量有关。迪安吉罗(Deangelo, 1981)将审计质量定义为审计师发现并报告会计系统的违规的可能性。高质量的审计更可能发现并披露企业的不利信息,因此,对于有不利信息的管理者,选择更可信的高质量的审计师是不值得的。如果公司的质量较差,高质量的审计人员进行审计就会发现并报告其财务报告中存在的违规行为。接受高质量的审计师的审计表明管理当局愿意被完全的审核,传递了管理当局的能力和自信。因此,审计质量是一种间接信号,该“信号”表达了管理当局对未来现金流量的预期。高质量的审计更能向投资者传递关于企业质量的信号。

但是,与其他商品和劳务不同的是,审计质量是很难直接观察的,经审计的财务报表的使用者不能直接评价审计这一产品的质量,财务报表使用者往往以事务所规模等可观察的变量来估计审计的质量。事务所也试图通过传递其品牌和声誉等信号来表明其审计质量。因此,管理当局所聘请的会计师事务所的类型可用来作为一种“信号”。

之所以事务所的选择能成为企业质量的信号,一方面,是因为有声誉的大事务所能够提供高质量的审计服务。迪安吉罗认为,仅仅会计师事务所的规模就能解释高水平审计质量的供给,在其他条件相同的情况下,大事务所提供审计服务的质量较高。其论点的中心是由于事务所的启动成本和客户变更成本而存在的特定客户的经济准租,准租等于审计费超过进行审计的可避免成本的差额。当审计技术与特定客户的启动成本显著地相关联时,现任注册会计师能获取与某一特定客户相联系的准租。如果因为屈从于某一特定客户而向其提供了较低质量的审计服务,那么由于事务所的这种机会主义行为被审计报告使用者发现,就会丧失其他客户,因而带来损失。这意味着在其他情况相同的条件下,事务所拥有的客户越多,该事务所以机会主义行事的可能性就越小,因为如果不能发现并指出某个客户的重大的漏报和误报将导致事务所失去一些或全部客户的租,为了避免丧失众多客户的租,其可预期的审计服务的质量就越高。威尔森和格日姆伦(Wilson Jr., Thomas E. & Grumlund, Richard A., 1990)检验了违反证券交易委员会(SEO)规则的事务所相对于其竞争对手往往失去市场份额,在保留客户上也存在更多的困难。这证明事务所声誉的下降将导致其损失客户。克莱因、克劳福德和阿尔钦(Klein, Crawford & Alchian, 1978)指出,品牌资本是企业履行契约的最高专用性价值,是企业预计可以有机会获得专用性资产的可占用准租优势时的一种动产抵押品的等值。克莱因和赖弗勒(Klein & Leffler, 1981)指出,品牌的价值由企业未来销售的准租金决定,品牌资本支出类似于附属担保品,如果企业供给低于预期质量的产品,它就失去这些担保品,在均衡状态下,只能获得正常的收益率。声誉是一种特殊资本,它需要经过长期的投资来建成,却可以毁于一旦,因此,有声誉的厂商不得不战战兢兢地极力维护其声誉。对于审计而言,著名大事务所的声誉都是在长期执业过程中逐渐建立起来的,不能提供高质量的审计服务,将会失去未来准租的现值。因此,为了保持它们在声誉资本上

的投资,从而保护其能获得的准租,大事务所不得不提供高质量的审计以维护它们的声誉。另外,大事务所一般建立有较为完善的质量保证体系。瓦茨和齐默尔曼(Watts & Zimmerman, 1981)认为,大事务所会提供较高质量的审计服务,因为与小事务所相比,大事务所更能有效地监督合伙人的行为。大事务所还能够更多地在人员培训、技术上投资,因此能够有能力为客户建立内部控制,发现客户会计系统的违规。多普齐和希谬尼克(Dopuch & Simunic, 1980, 1982)提出,投资者认为8大是高质量的,因为大事务所具有更多的可观察的与质量相联系的特征,如专门的训练、由一些有声誉的代理人鉴定、同业检查。另一方面,声誉好的事务所将为它们能提供更高的可信性而要求审计公费溢价。如希谬尼克和斯特恩(Simunic & Stein, 1987)发现8大较之非8大能取得更高的溢价。8大收取的审计公费的系统性差异也许可以看作是8大能提供高质量的审计服务的证据,而不是垄断价格,因为大量的研究表明审计服务市场是有效的和竞争性的(Simunic, 1980; Francis, 1984)。有证据表明(Balverset al., 1988; Beatty, 1989; Simunic & Stein, 1987),投资者愿意为那些财务报表由著名会计师事务所审计的公司的股票支付溢价。换句话说,“信号”所带来的边际收益要大于其边际成本,8大或6大能收取更高额的审计公费溢价,既能证明8大所提供的服务具有更大的价值,也能证明聘请8大这件事本身就是一个信号。总之,企业管理当局愿意花较高成本聘请著名的大事务所进行审计,就表明其对未来的信心。

信号要能发挥作用,该信号必须不能被简单地模仿。旧车市场的信号之所以能发挥作用使得买主能够在两种车之间做出区分,是因为信号只有好车的所有者负担得起,而坏车的所有者不能。如果坏车的所有者能够模仿信号,信号的效率将受到影响。选择大事务所这一信号一般不易被模仿,因为高质量的事务所也要求更高的审计公费。对高风险的客户,大会计师事务所要求审计公费能够弥补潜在的诉讼和声誉损失。并且事务所也能够不屈从于管理当局的意思,指出其报告的缺陷。只有“从事一项活动的成本对于提供高质量产品的人是微不足道的,此活动可作为一种潜在的信号”。因此,管理当局将权衡高质量审计师的效益(减少低定价)和成本(高审计公费),从而选择审计师的类型,减少总的成本。只有在边际效益大于其边际成本时,管理当局才会聘请大事务所进行审计。这一权衡将导致高风险的客户选择较低质量的审计师,而不能模仿高质量的公司聘请大事务所进行审计。

### 三、国外经验研究关于事务所选择信号功能的证据

关于有声誉的大事务所能作为一种有用的信号这个假定,可以从三个方面加以研究:会计师事务所选择对首次发行股票(IPO)定价的影响;IPO前会计师事务所的变更;客户所具有的特征与事务所选择之间的关系。

#### 1. 会计师事务所选择对IPO定价的影响

IPO为研究事务所的选择提供了机会。较之那些成熟的知名的公司,IPO前关于公司的信息有限,发行者有关于公司未来前景的私人信息,投资者无法获取这些私人信息,不得不主要依赖于管理当局的披露,因此,IPO公司的信息不对称问题尤为突出。当公司IPO时,事务所的声誉最可能影响财务报表的可信度,管理者通过选择有声望的事务所来传递它们关于未来盈利的有利信息的知识的动机也最强烈。

IPO的发行价格一般都低于以后的市场价格,就叫做偏低定价。偏低定价的产生主要是由于信息不对称导致投资者、承销商对公司价值的不确定。如果更有声誉的大会计师事务所的意见包含的信息更为准确,对公司情况不了解的投资者能作出更好的对证券预期回报的分布的估计。投资者事前不确定性的降低,将反映为愿为该证券支付更高的价格。因此,IPO的发行者有动力通过选择有声誉的事务所传递它们关于公司价值的有利的知识,或降低未来盈利的不确定性,从而减少偏低定价。因此,客户所聘请的事务所的类型能够影响IPO的定价(Titman&Trueman,1986)。

卡朋特和斯特若瑟(Carpenter&Strawser,1971)调查后发现,大多数发行权益性股票的公司都将事务所变更为8大,以确保股票最好地定价。贝蒂(Beatty,1989)和巴尔佛等(Balversetal.,1988)提出偏低定价,即IPO的发行价与首日停牌价的差额,是该发行价值的事前不确定性的函数。聘请有声誉的事务所,减少了这一不确定性。贝蒂(Beatty,1989)发现IPO在一级市场的回报,非8大的客户高于8大的客户。贝蒂(Beatty)的结果说明那些聘请要求高审计公费的(有声誉的)大事务所的公司的低定价较少,也就是说,大事务所能够减少偏低定价。巴尔佛等(Balversetal.,1988)也发现聘请有声誉的事务所审计的客户有较低的低定价。

在美国,股票承销商总是督促其客户在IPO时聘请声名卓著的全国性事务所。如希谬尼克和斯特恩(Simunic&Stein,1987)、巴尔佛等(Balversetal.,1988)、贝蒂(Beatty,1989)发现,许多有名的股票承销商倾向于让其客户聘请8大,而且那些聘请8大的IPO公司股票的市场表现较好。因为IPO往往采用包销制,投资银行(证券承销商)往往按照招标价格买下发行股票公司的股票,然后再按照发行价销售给投资者,如果发行的股票的价格标高,承销商就不得不买下那些未能销售出去的股票或者以更低的价格出售,这样,实现的佣金就较低,因此承销商就有一定的风险,并可能因为该发行不当定价而丧失其声誉资本。投资银行依赖于审计后的财务报告验证公司价值并决定是否承销,有声誉的大事务所提供了招标价和发行价赖以确定的财务信息的可靠性的合理保证,可以帮助承销商减少这些风险,为了保证其声誉,一些投资银行往往拒绝那些没有聘请著名事务所审计的发行。因此,一方面,有声誉的事务所为投资银行提供了更多的关于财务数据的保证,这些财务数据是发行价据以确定的基础,从而减少了投资银行自己的信息搜寻成本。由于最有名的事务所被认为有“深口袋”,承销商相信这将减轻潜在的诉讼损失。帕姆罗斯(Palmrose,1988)采用发生的诉讼衡量会计师事务所审计的质量,发现非8大较之8大更容易发生诉讼。另一方面,如果与更著名事务所联系的IPO对投资者更有吸引力,将使IPO更加便于销售,投资银行的承销委托风险将会降低,发行公司的承销费用将较低。因此,企业聘请大事务所审计往往支付给承销商的承销费也较低。如米农和威廉斯(Menon,Krishnagopal&Williams,DavidD.,1991)发现美国国内发行者如果在IPO前保持有声誉的事务所,将支付较低的承销费。汤姆泽克(Tomczyk,Stephen,1996)检验了1984-1991年间在美国IPO的外国公司审计师的声誉与股票承销费之间的关系,发现,聘请6大的IPO客户的平均承销费是6.9%,承销费的中位数为7.0%,而非6大则分别为9.1%、9.5%。

## 2. IPO前事务所的变更

不同规模的事务所提供的服务的质量水平不同,这意味

着公司要改变审计质量就要改变审计师,在IPO前将有大量的事务所变更以提高可信度。而如果预期的效益超过成本,IPO客户将会保留国际知名的审计师。

AICPA会计师更换委员会(1971)调查表明,在向委员会报告的103例变更会计师事务所的案例中,有98例是被全国知名的事务所取代。几乎所有向委员会陈述变更的原因均是:股票承销商向客户表明,聘请全国性知名的事务所是他们以较高价格发行股票的必要条件。卡朋特和斯特若瑟(Carpenter&Strawser,1971)发现,在1969年第四季度到1970年第一季度间IPO的379家公司上市过程中,那些地方性的和区域性的会计师事务所常常被更换。“之所以做出这样的决定,最基本的原因在于:全国性大事务所具有地方性的和区域性的会计师事务所所不具备的威望、声誉和从事股票上市审计的专门才能。管理当局实在是太想其股票能在上市后有良好的表现了,而由全国性的知名大事务所对其财务报告的可靠性做出签证,无疑是一张极好的‘介绍信’,从而有助于管理当局达到上述目标”。

米农和威廉斯(Menon,Krishnagopal&Williams,DavidD.,1991)对1985-1986间公开上市的经验研究表明,尽管在IPO发行前变更事务所的并不多,但是在那些变更事务所的公司中,有明显的变更为更可信的事务所的偏好。Logistic回归分析表明,那些聘请有声望的投资银行的公司更可能将事务所由地方性所变更为更可信的事务所。

汤姆泽克(Tomczyk,Stephen,1996)研究了公司在IPO前是否趋向变更事务所为国际知名事务所,发现有75%的公司IPO前聘请国际著名事务所(6大或8大),米农和威廉斯(Menon&Williams,1991)对国内发行的研究中为76%,希谬尼克和斯特恩(Simunic&Stein,1987)的研究中聘请8大的比例稍低,为62%。同时发现,那些不聘请6大的国外公司往往风险较大并且成功发行量较小。因此它们往往要承担较高的承销成本。

另外,测试投资者对公司变更事务所这一事件的反应的反应也发现了支持信号假说的证据(Nichols&Smith,1983)。

### 3. 客户所具有的特征与事务所选择之间的关系

按照信号传递理论,聘请有声誉的大事务所的公司是高质量的公司,因此,可以研究事务所的客户的特征来看事务所的选择是否具有信号传递作用。许多研究表明,那些选择8大作为其主审事务所的公司大都具有较高的增长率和较低的经营风险。事务所的选择与客户的特征(经营业绩、资产规模、经营风险和财务风险)是相关的。这种相关性表明事务所的类型是一种成功的信号。

迪丰(DeFond,1992)、伊钱谢和西尔茨(Eichensener&Schields,1989)、佛兰西斯和威尔森(Francis&Wilson,1988)测试了变更事务所的公司其公司规模、财务杠杆、成长性等财务指标在变更前后的变化,发现,将主审事务所变更为8大的公司,相对而言,其公司规模在不断扩大,财务杠杆比率较高,而且其成长性较高。

约翰森和莱斯(Johnson&Lys,1990)发现,客户所聘请会计师事务所的规模大小与下列因素具有很强的相关性:总资产规模在变更前的增长、变更后新增负债与新增所有者权益的和与总资产的比率、现金流量与总资产比率在变更前后的大小。希利和莱斯(Healy&Lys,1986)研究了当其主审事务所被8大兼并时,客户公司的相应反应,发现那些继续聘请兼并后的8大事务所的公司大都规模较大且在事务所兼并前3年有较高的增长率,而那些资产规模较小、总资产增长

率较低的公司则倾向于聘请另外的非 8 大事务所。希谬尼克和斯特恩 (Simunic&Stein,1987 ) 发现 8 大的客户大都规模较大且经营风险较小。米农和威廉斯 (Menon,Krishnagopal&Williams,DavidD.,1991 ) 也发现聘请著名承销商的 IPO 公司往往聘请大事务所审计,而且他们也往往在规模上大于那些继续保留小事务所审计的公司。

#### 4. 其他关于事务所选择的研究

帖欧和黄德尊 (Teoh,SiewHong&Wing,T.J.,1993 ) 检验了事务所规模与财务报告可信性的联系。他们将高质量的审计师定义为能导致更可信的盈余报告的审计师。他们检验了盈余反应系数 (ERC 在 8 大和非 8 大之间是否存在差异,发现 8 大客户的 ERC 在统计上显著高于非 8 大的客户。所谓 ERC,是某一证券的超额市场回报相对于该证券发行公司报告的盈利中的非预期因素的反应程度。ERC 能够衡量盈余的质量,盈余报告中的噪音低,ERC 就高。因此 8 大的客户 ERC 高于非 8 大的客户说明大事务所能导致更准确的盈余信息。

小多塞特,杜契克和沃伦 (Doagibett Jr.,Edward B.;Duchac,Jonathan E.&Warren,Dorothy Lee,2001 ) 对事务所规模与银行监管评级之间的关系进行了研究。结果表明审计质量影响监管者对银行财务状况的评价。在控制了其他监督机制和银行的内在经济特征后,选择 5 大与银行的总体等级正相关。这一结果反映了监管者对高质量审计师对管理控制系统、资产和负债计量、传递管理当局的自信的贡献的反应。审计质量 (以事务所规模代表) 正向影响监管者对银行安全性和健康性的评估,银行管理当局选择低质量的事务所促使监管者降低其管理控制的等级,提高了对资产负债计量的怀疑并降低了他们对管理当局的信心。

佛兰西斯和梅杜 (Francis,Jere R.&Maydew,Edward L.,1999) 认为,对 6 大的需求部分是因为能够减少管理当局对应计制基础的盈余的机会主义的可能。应计盈余是契约的要素,是投资者估计公司价值的依据。管理当局为了私人利益 (如管理报酬) 可能进行盈余管理,这给外部投资者关于财务报告和盈余是否根据 GAAP 呈报带来了不确定性。由于不能直接观察盈余,外部投资者认为管理者进行了盈余管理。投资者和契约集团将通过价格加以保护。这导致具有较高应计部分的管理当局将通过聘请高质量的事务所审计来传递他们报告盈余的可信性。他们首先研究了聘请 6 大是否提高了盈余管理的机会,发现应计项目内生特征更多 (营业周期更长、资本密度更高) 的公司更倾向于聘请 6 大审计。其次,他们研究了 6 大是否能约束应计项目报告的机会主义,减少公司的盈余管理行为。结果发现,尽管 6 大的客户有更高的总应计项目水平,但这些公司相对与非 6 大的客户估计的操控性应计项目的数额更低。扩展到三个不同的审计质量水平,得到的结果类似。聘请 6 大的公司操控性应计项目低于聘请全国性事务所审计的公司,而后者又低于地方性事务所审计的公司。

#### 四、事务所选择信号功能对我国的启示

在中国,却出现了与国外不同的现象,上市公司不是聘请那些国外著名事务所进行审计,而往往聘请一些较为配合的事务所进行审计。也就是说,中国的公司很少利用选择事务所来传递公司价值的信号,会计师事务所选择的信号传递功能基本丧失。究其原因:

(1) 在我国,无论是原先的额度制,还是核准制,上市资

格事实上成为一种具有很高价值的稀缺商品。上市资格的取得几乎不是市场选择的结果,而是政府选择的结果。上市公司以及当地政府只是希望事务所在为公司争取上市资格上提供支持,而不是要其提供高质量的审计。聘请高质量、独立性高的会计师事务所来传递公司投资价值的信号作用因此遭到了很大的削弱。新股发行市场供不应求,一级市场“无风险高收益”的特征也使得新股的投资者无须对上市公司的经营状况、发展前景以及盈利预测等做出认真细致的分析,新股的投资者关心的仅仅是能否买到新股……在这种情况下,本应关心上市公司财务信息质量的社会公众股东,几乎无暇关心是哪一家会计师事务所审计该公司了。而由于承销业务竞争激烈,承销商也倾向于聘请独立性偏低与较为配合的事务所。

(2) 注册会计师行业缺乏竞争性。长期以来事务所挂靠在高校、政府机关等下面,由于行业和地方的利益,一些地方和部门往往规定由本地区或本部门的事务所审计。直至 2000 年底,事务所与挂靠单位才在形式上脱钩。

(3) 公司治理结构不完善。我国上市公司大股东控制和“内部人控制”问题突出,作为被审计人的经营者决定着审计人的聘用、续聘、收费等事项,在缺乏强有力的监督的环境下,管理当局往往聘请较合作的事务所,以掩盖其经营不善和其他侵害股东利益的行为。

(4) 我国的证券市场缺乏有效性,股票价格不能充分反映公司价值,因此,管理当局缺乏传递公司价值的信号的动力。

(5) 审计公费的考虑。大事务所由于能提供优质服务,因此往往收费高于一般事务所,而一些小所为了争夺业务,往往降低收费。一些公司从审计公费的考虑,不愿聘请大事务所审计。一些公司在上市前为了给投资者一个好印象,往往会请发达地区规模大信誉好的事务所做评估,而在上市后,出于方便联系及节省费用的考虑,就会换成当地的事务所。目前,国内注册会计师事务所审计一次年报的费用大约为 20~50 万元,对于这笔不菲的费用,一些公司只好弃高就低。

(6) 国内事务所优秀品牌的匮乏。国外著名事务所的品牌是在数百年的执业中建立起来的,我国注册会计师行业不到 20 年,国内所无论是规模、执业水平,都不够高,缺乏真正的名牌。因此,缺乏可以作为传递信号的有声誉的大事务所。

(7) 会计信息失真现象严重,聘请大事务所审计不符合成本效益原则。前已述及,管理当局只有在边际收益大于边际成本时,才会选择高质量的事务所审计。我国目前对会计信息失真制裁力度较小,提供虚假财务报告往往只是被不痛不痒地“谴责”,民事诉讼尚处于起步阶段,出具虚假财务报告成本较低。比较而言,高质量的著名事务所不会迫于客户压力而与管理当局合谋,出具虚假审计报告。这样,那些财务报告有问题的上市公司聘请高质量事务所审计可能会面临被出具非标准无保留审计意见,这一成本远远大于造假被发现后的处罚成本,因此,聘请著名事务所审计将提高公司的成本,对公司是不利的。且目前注册会计师法律意识淡薄,一些小事务所为了争取客户往往屈从于客户的意思。因此,从成本效益的角度,上市公司往往聘请那些愿意合作的事务所进行审计。

综上,由于不完善的执业环境,目前我国注册会计师行业远未发展到以质取胜的阶段,市场并不具备自行检验、区

分服务质量的能力。审计合谋舞弊、审计失误现象较为严重,一些存在严重问题的财务报告仍被出具无保留意见审计报告。这给投资者和债权人造成了误导,人们无法对审计意见产生信任,无法鉴别哪些会计信息的信号是真实的,因而也就无法对上市公司的价值进行评估。正如假文凭泛滥对真正有才学的人产生不良影响一样,高质量的企业将受到虚假会计信息和不真实的审计意见的不良影响,主要表现为整个市场的资本成本上升,企业筹资难度加大。其结果,证券市场的效率将受到不良影响。

可喜的是,随着我国证券市场及注册会计师行业的逐步规范,一些上市公司已经逐渐认识到著名会计师事务所审计对企业的好处。如民生银行1996年成立时和2000年上市时均聘请普华永道审计。许多B股、H股公司,也经常聘请国际会计师事务所如普华、毕马威等进行审计。李树华(2000)发现,1994年后财务健康的IPO公司已有聘请中国的10大,以此传递自己质量更高因而值得投资的信号的倾向。从我国会计师事务所的市场份额来看,据《证券时报》的报道,1998年,为上市公司出具评估和审计报告的注册会计师事务所约有50家,它们的业务量比较平衡,最多的出具了7个报告,出具5个以上报告的占20%左右,大多数在5个以下。1999年,会计师事务所的数量有所增加,各所的业务占有量也发生了显著变化,约4家事务所为上市公司出具的报告达到30家以上,有20多家出具的报告在10~30个之间,一半以上在10个以下。2000年,出具30个以上报告的事务所达到10家左右,10~30个的有20多家,有的事务所出具报告达70个,同时,只出1个报告的事务所也有十几家。业内人士认为,这主要是由上市公司越来越注重会计师事务所的信誉而引起的。在ST张家界业绩造假案发生后,部分上市公司已不再续聘开元会计师事务所。部分公司考虑聘请国际著名会计师事务所来对自己的报告实施审计。它们认为,目前我国国内的会计师事务所执业的客观性其实已经相当程度地受到了市场的质疑,作为一家规范运作、并有着国际化战略构想的上市公司,不想因会计师事务所的选择问题,使公司的发展和信誉受到不必要的负面影响。这说明我国部分上市公司已有通过聘请高质量的事务所审计以传递公司质量的信号的倾向。

但是,客观地讲,目前上市公司利用聘请大事务所审计传递企业质量的信号的动机仍然不强。笔者认为,为了提高证券市场配置资源的效率,应当从改善环境出发,促使上市公司聘请高质量的事务所进行审计,以便外部投资者更好地对公司的价值和前景作出估计。首先,整顿注册会计师执业环境,使事务所之间进行有序竞争,加大对任意降低审计收费、出具虚假审计报告等审计违规行为的处罚,使造假成本大于收益,同时应当加强注册会计师和事务所的民事赔偿责任。其次,加快会计师事务所的合并重组,创建中国事务所的名牌。需要指出的是,在规模发展的同时要注重质量。仅仅在人员数量、业务收入等方面上规模没有什么太大的意义,重要的是事务所的品牌、质量和服务,执业水平要跟上去。如银广夏事件中的中天勤事务所,由深圳中天会计师事务所和天勤会计师事务所合并而成。从业人员达到300多人,注册会计师接近100人,具有证券期货相关业务资格的注册会计师40多人,年业务收入达4000多万元,其规模跃居国内事务所前列。但由于缺乏严格的统一管理,没有建立严格的内部控制,为银广夏出具严重失实的无保留意见审计

报告,结果不仅被监管机构严厉查处,而且为市场所唾弃。这告诉我们不能单纯追求事务所的规模,而应该质量控制与规模发展相协调。第三,有步骤地开放我国的会计市场,允许国外著名会计师事务所进行上市公司审计。允许国外著名会计师在我国执业,鼓励中国事务所与其合作,能提高我国注册会计师的执业水平,同时那些高质量的公司也能聘请著名事务所审计。第四,完善上市公司治理结构,使国有股得以流通,从而提高股价与价值的相关性;完善独立董事制度,规定由独立董事为主的审计委员会决定事务所的聘请,对审计质量进行监督。第五,进一步完善上市机制,真正由市场来决定上市公司的选择,对于那些质量差的公司应当予以退市。

顺便指出的是,2002年美国发生了安然(安达信)事件,因此有人对大事务所的审计质量提出疑问。笔者认为,安然事件毕竟是个别现象,并不能否认(声誉良好的)大事务所审计质量较之小事务所要高。上述大量实证研究都证明了这一点。换一个角度分析,其他事务所发生的舞弊事件何其多,何以只看到一个安达信?国内对安然事件的评论和报道,许多是出于国内事务所利益,带有明显的偏向性。可以说是安然事件救了由于银广夏等众多审计失败而遭受严重诚信危机的国内所一把。更何况安然事件发生后,安达信承担责任的能力远远高于一般的事务所,这本身也在一定程度上说明事务所规模的作用。同时必须承认的是,即使在监管严格、对审计独立性要求较高的美国,也不能完全排除大事务所部分注册会计师和合伙人舞弊的可能,事务所的规模只是在一定程度上提高审计质量而不是影响审计质量的唯一因素。

#### 注释:

Beaver, William, 1998. *Financial Reporting: An Accounting Revolution*. Prentice-Hall, Inc., p.30.

除了信号理论外,还有许多人从代理理论的角度解释事务所的选择。根据詹森和麦克林(1976)的理论,审计是用于监督以降低代理成本的一个手段。管理当局将自愿通过聘请独立审计师监督其行为来提高其行为的可观察性。聘请有声誉的事务所审计,提高了报表的可信度,降低了监督成本。而聘请声誉不佳的事务所进行审计,降低了审计预期的监督价值,因此,事务所的声誉将影响被审计者承担的代理成本的大小。参见瓦茨和齐默尔曼:《实证会计理论》,中文版,大连,东北财经大学出版社,1999。

Deangelo, L., 1981. "Auditor Size and Audit Quality." *Journal of Accounting & Economics* (December), pp. 183-199.

李树华:《审计独立性的提高与审计市场的背离》,60~61、110~112页,上海,上海三联书店,2000。

本杰明·克莱因、罗伯特·克劳福德、阿尔曼·阿尔钦:《纵向一体化、可占用性租金与竞争性契约过程》;本杰明·克莱因、基思·莱弗勒:《市场力量在确保契约绩效中的作用》,见陈郁编:《企业制度与市场组织——交易费用经济学文选》,上海,上海三联书店、上海人民出版社,1996。

杰克·赫什莱佛、约翰·G·赖利:《不确定性与信息分析》,中文版,503页,北京,中国社会科学出版社,2000。

Hogan, Chris E., 1997. "Costs and Benefits of Audit Quality in the IPO Market: A Self-Selection Analysis." *Accounting Review*, January, Vol. 72, Issue 1, pp. 67-86.

Scott, William, 1977. *Financial Accounting Theory*. Prentice-Hall, Inc., p. 112.

李映宏:《找谁来审计我?会计市场面临信用危机》,载《中国证券报》,2002-09-06。

(作者单位:厦门大学会计系 厦门 361005)  
(责任编辑: M)