

学校编码：10384

分类号____密级____

学号：17520121151091

UDC____

廈門大學

硕士学位论文

签字审计师声誉机制的作用效果检验

Effectiveness Test of Audit Reputation Mechanism
on Individual Level

李媛

指导教师姓名：苏新龙教授

专业名称：会计学

论文提交日期：2015年4月

论文答辩时间：2015年5月

学位授予日期：

答辩委员会主席：

评阅人：

2015年5月

厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为()课题(组)的研究成果,获得()课题(组)经费或实验室的资助,在()实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名): 李媛

2015年05月25日

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

() 1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。

2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：李媛

2015 年 05 月 25 日

摘要

重大财务报告舞弊伴随着资本市场的发展、所有权经营权相分离而产生，同时也催生了审计行业的发展。近年来，国内外爆发出一系列重大财务报告舞弊案及相应的审计失败案，使整个审计行业的公信力受到严重影响。在如此环境之下，要把审计行业建设成为公众投资者信赖的专业服务领域，需要在提高独立性和专业胜任能力的同时，重视独立审计声誉机制的创建与运用。

美国 PCAOB 和欧盟组织陆续提出审计师需要在审计报告上签字，认为审计师的签名具有信息含量。DeAngelo (1981)^[1]提出审计质量由审计师的专业胜任能力和独立性两项因素决定，学术界通过大量实证研究发现审计师的个人特征、执业经验确实对审计质量有显著的影响。现存对审计声誉的研究集中在会计师事务所整体层面，对审计师个人层面鲜有涉及。

我国会计师行业自脱钩改制以来，经历了数次大规模的合并浪潮，频繁的、不可预期的产权变更使事务所无法形成对长期利益的稳定预期，导致事务所层面的声誉建设缓慢，同时，频繁的合并也加重了一所之内的审计人员在执业水平和独立性上的差异，仅以事务所整体声誉来评价审计师审计质量的高低并不全面。

基于理论和实践分析，本文以我国沪深 A 股 2013 年年审市场 1588 位签字审计师及 2001-2011 年受证监会处罚的 99 位的签字审计师的审计客户为样本，对审计声誉在审计师层面的激励机制和约束机制作用效果进行实证检验。结果显示：(1) 审计师层面的声誉激励机制失效，高声誉审计师能够提供高质量审计服务，但并不能获得声誉溢价。(2) 审计师层面的声誉约束机制生效，主要体现在受处罚审计师原有审计客户流失严重，新客户承接能力减弱，但处罚并没有导致审计收费下降以及负面的市场反应。

结合我国资本市场现状，本文从建立审计声誉信息传递机制、完善审计声誉激励机制、完善审计声誉约束机制三个方面提出政策建议。

关键词：审计师；声誉机制；作用效果

ABSTRACT

With the development of capital market and the separate between ownership and management, financial reporting frauds happen from time to time, this speeds up the development of the audit industry at the same time. Recent years, the outbreak of a series of major financial reporting frauds and audit failure cases destroyed the auditing profession's credibility. Under such environment, in order to build the auditing profession into a professional services which can win the public investors' trustworthy, one must pay more attention to independent auditing reputation mechanism while improve the level of professional ethics and professional competence.

The United States POCAB Organization and European Union put forward that CPAs need to sign on audit report, for they believe that CPAs' signature is informative. According to the DeAngelo's (1981)^[1] definition of audit quality, the auditor independence and professional level of individual CPA have a direct impact on audit quality. A Large amount of research has proved that personal characteristics of CPAs do have significant influences on audit quality. Existed researches about audit reputation focused on office-level, and rarely care about individual level.

Since 1998, certified public accountants industry has been through several large-scale merger waves in China. The frequent, unpredictable property changes make it difficult for offices to have a stable expectation for the interests of the long-term reputation, this causes that the office have no motive to invest in reputation. Otherwise, merger wave make the audit quality within a company become more variable.

Based on the theory and practice analysis, we choose 1588 signature CPAs in China's Shanghai and Shenzhen Security in year 2013 and 99 CPAs who was published by CSRC between 2001 and 2011, and take their customers for sample object to test the effectiveness of individual reputation incentive mechanism and constraint mechanism. The results show that Individual reputation Incentive Mechanism fails, high- reputation individuals provide high quality audit services, but

customers do not pay more fees for that. Individual Reputation Constraint Mechanism works, CSRC punishment causes a fall in CPAs' customer sum, but the decrease in audit fees and negative market reaction isn't significant.

According to conclusions and institutional environment, we put forward policy suggestions from three aspects: build transmission mechanism of audit reputation, improve audit reputation incentive mechanism, and improve the audit reputation constraint mechanism.

Key Words: Individual auditor; Reputation Mechanism; Effectiveness

目录

第 1 章 绪论	1
1.1 研究背景与意义	1
1.2 研究方法	2
1.3 研究内容与研究框架	2
1.4 主要研究发现及创新点	3
第 2 章 文献综述	5
2.1 审计声誉机制作用效果研究：事务所层面	5
2.1.1 审计声誉的激励机制	5
2.1.2 审计声誉的约束机制	6
2.2 审计声誉机制作用效果研究：审计师层面	7
2.2.1 审计声誉的激励机制	7
2.2.2 审计声誉的约束机制	7
2.3 审计师个人特征、审计质量与审计收费	8
2.3.1 审计师个人特征与审计质量	8
2.3.2 审计师个人特征与审计收费	9
2.4 小结	9
第 3 章 理论基础与制度背景	11
3.1 审计声誉理论基础	11
3.1.1 声誉机制与审计市场	11
3.1.2 审计声誉定义、内涵及功能	12
3.1.3 审计声誉机制的形成及作用	13
3.1.4 审计声誉机制运行机理	15
3.2 制度环境	16
3.2.1 合并浪潮与事务所转制	16
3.2.2 政府管制与市场竞争	17
3.2.3 声誉信息披露制度	18
3.3 小结	19
第 4 章 审计师声誉激励机制实证研究	20
4.1 研究假设	20
4.2 研究设计	20
4.2.1 模型建立与变量设计	20
4.2.2 审计师个人声誉评价	22
4.2.3 样本选择与数据来源	25
4.3 实证分析	25
4.3.1 审计师声誉与审计质量	25
4.3.2 审计师声誉与审计收费	30
4.4 小结	33
第 5 章 审计师声誉约束机制实证研究	35

5.1 我国审计师受处罚情况：2001-2011 年.....	35
5.2 研究假设.....	36
5.3 实证检验及分析.....	36
5.3.1 审计客户流失检验.....	36
5.3.2 市场负面反应检验.....	37
5.3.3 审计师审计收费检验.....	40
5.4 小结.....	45
第 6 章 结论	46
6.1 研究结论.....	46
6.2 政策建议.....	47
6.2.1 完善审计声誉信息的传递机制.....	47
6.2.2 完善审计声誉的激励机制.....	48
6.2.3 完善审计声誉的约束机制.....	48
6.3 研究不足及展望.....	49
[参考文献]	51
致谢	57

CONTENTS

CHAPTER 1 INTRODUCTION	1
1.1 Research Background Significance	1
1.2 Research Methods	2
1.3 Research Contents and Framework	2
1.4 Research Results and Innovation	3
CHAPTER 2 LITERATURE OVERVIEW	5
2.1 Audit Reputation Mechanism Research: Firm Level	5
2.1.1 Reputation Incentive Mechanism.....	5
2.1.2 Reputation Constraint Mechanism	6
2.2 Audit Reputation Mechanism Research: Individual Level	7
2.2.1 Reputation Incentive Mechanism.....	7
2.2.2 Reputation Constraint Mechanism	7
2.3 Personal Characteristics, Audit Quality and Fee	8
2.3.1 Personal Characteristics and Audit Quality	8
2.3.2 Personal Characteristics and Audit Fee	9
2.4 Summary	9
CHAPTER 3 THEORETICAL BASIS AND PRACTICE	11
3.1 Theoretical basis	11
3.1.1 Reputation Mechanism and Audit Market.....	11
3.1.2 Audit Reputation Definition, Connotation and Function	12
3.1.3 Formation and Effect of Audit Reputation	13
3.1.4 Audit Reputation Mechanism	15
3.2 Institutional Environment	16
3.2.1 Government Regulation and Market Competition	16
3.2.2 Merger Wave and Firm Restructuring	17
3.2.3 Reputation Information Transmission	18
3.3 Summary	19
CHAPTER 4 EMPIRICAL STUDY ON INCENTIVE MECHANISM.	20
4.1 Research Hypothesis	20
4.2 Research Design	20
4.2.1 Model and Variables Design	20
4.2.2 Reputation Evaluation of Individual auditor	22
4.2.3 Sample Selection and Data Collection	24
4.3 Empirical Analysis	25
4.3.1 Individual Auditor Reputation and Audit Quality	25
4.3.2 Individual Auditor Reputation and Audit Fee	30
4.4 Summary	33
CHAPTER 5 EMPIRICAL STUDY ON CONSTRAINT MECHANISM	35

5.1 Punished Individual Auditor in China: Year2001-2010.....	35
5.2 Research Hypothesis	36
5.3 Empirical Test and Analysis	36
5.3.1 Audit Clients Loss Test.....	36
5.3.2 Market Negative Reaction Test.....	37
5.3.3 Audit Fee Test	40
5.4 Summary	44
CHAPTER 6 CONCLUSIONS、 SUGGESTIONS & OUTLOOK ...	46
6.1 Conclusion.....	46
6.2 Suggestions.....	46
6.2.1 Improve Reputation Information Transfer.....	47
6.2.2 Improve Incentive Mechanism	48
6.2.3 Improve Constraint Mechanism.....	48
6.3 Outlook.....	49
REFERENCES	51
ACKNOWLEDGEMENTS.....	57

第 1 章 绪论

1.1 研究背景与意义

重大财务报告舞弊伴随着资本市场的发展、所有权经营权相分离而产生，同时也催生了审计行业的发展。近几年，国内外爆发出一系列重大财务报告舞弊案及审计失败案，使得审计行业的公信力受到严重影响。在如此环境之下，要把审计行业建设成为公众投资者信赖的专业服务领域，需要在提高独立性和专业胜任能力的同时，重视独立审计声誉机制的创建与运用。

我国注册会计师行业自 1998 年脱钩改制以来，经历了数次合并浪潮，事务所产权结构变动频繁。最近的一次合并浪潮始于 2006 年。2006 年 9 月，中注协提出“要在 5-10 年的时间，培育 10 家能够提供跨国经营综合性专业服务的国际化事务所”；财政部在规划中提出扶持大型事务所快速发展；2007 年中注协提出支持事务所“做大做强”，2011 年 6 月中注协进一步出台政策意见推动事务所“做强做大”。从“培养国际化事务所”、“加快发展”、“做大做强”到“做强做大”，在财政部和中注协的政策引导和推动下，国内一大批事务所开始强强联合，合并案此起彼伏。

张维迎（2001）^[2]指出稳定的产权结构有助于利益相关者对长期利益追求形成稳定预期。我国本土事务所频繁的、不可预期的产权结构变动使事务所因为担心不能够获得声誉资本的未来报酬而不愿意进行声誉投资，声誉建设缓慢。同时，频繁的合并也会导致事务所内部审计师执业水平和独立性更具差异化，关于事务所整体声誉的认知用于评价审计师个人的审计质量并不全面。根据理性经济人假设，当事务所整体层面的声誉建立缓慢或失效时，审计师便有动机建立个人声誉。

声誉机制具有自动履行的特点，通过激励和约束两个方面作用于市场，在防范“机会主义”、降低“代理成本”方面发挥重要功能。由于审计质量的无法辨别以及审计契约的不完全性，审计市场需要声誉机制发挥作用。声誉机制的有效作用体现在市场为高声誉事务所和审计师支付更高的审计费用，而声誉受损的事务所和审计师会受到市场惩罚，包括审计份额流失、审计收费下降等方面。

目前国内外关于审计声誉的作用效果研究主要集中在事务所层面,对审计师个人层面的审计声誉机制的研究较少,这主要是考虑到审计师个人层次声誉信息难以被市场接收或市场不会区分整体和个人声誉等原因。我国上市公司自 2001 年起被要求在年度财务报告中披露负责年报审计的两位审计师的姓名,为审计师层面的审计声誉研究提供了数据。

基于以上,本文以我国年审市场的签字审计师的审计客户为样本,对审计师个人层次的审计声誉机制的作用效果进行实证检验。本文丰富了审计声誉在个人层次上的研究,并对实务具有一定指导意义。

为方便区分,文中所说“事务所”指代整体,“审计师”指代个人。

1.2 研究方法

研究采用规范和实证两种方法。在理论和制度分析部分,对现存审计声誉作用机制效果的研究、审计师个人特征研究、审计声誉理论和我国审计市场相关制度背景进行归纳分析,提出研究假设。在审计声誉激励机制和约束机制的作用效果检验部分,通过构建模型,对样本进行描述性统计、相关系数分析、多元回归分析、稳健性分析及均值检验,验证假设是否成立。

1.3 研究内容与研究框架

本文区分事务所整体声誉与审计师声誉,对我国审计师层面审计声誉机制的作用效果进行检验。

在审计声誉的激励机制方面主要研究:

- (1) 高声誉审计师是否提供更高质量审计服务?
- (2) 高声誉审计师是否能收取更高的审计收费?

在审计声誉的约束机制方面主要研究:

- (1) 审计师声誉受损是否会导致原有客户流失及新客户承接能力下降?
- (2) 审计师声誉受损是否会导致市场负面反应?
- (3) 审计师声誉受损是否会导致审计收费下降?

本文分为绪论、文献综述、理论基础与制度环境、审计声誉激励机制实证研究、审计声誉的激励机制实证研究、结论、建议及不足与展望六个章节,研究框

架如图 1-1。

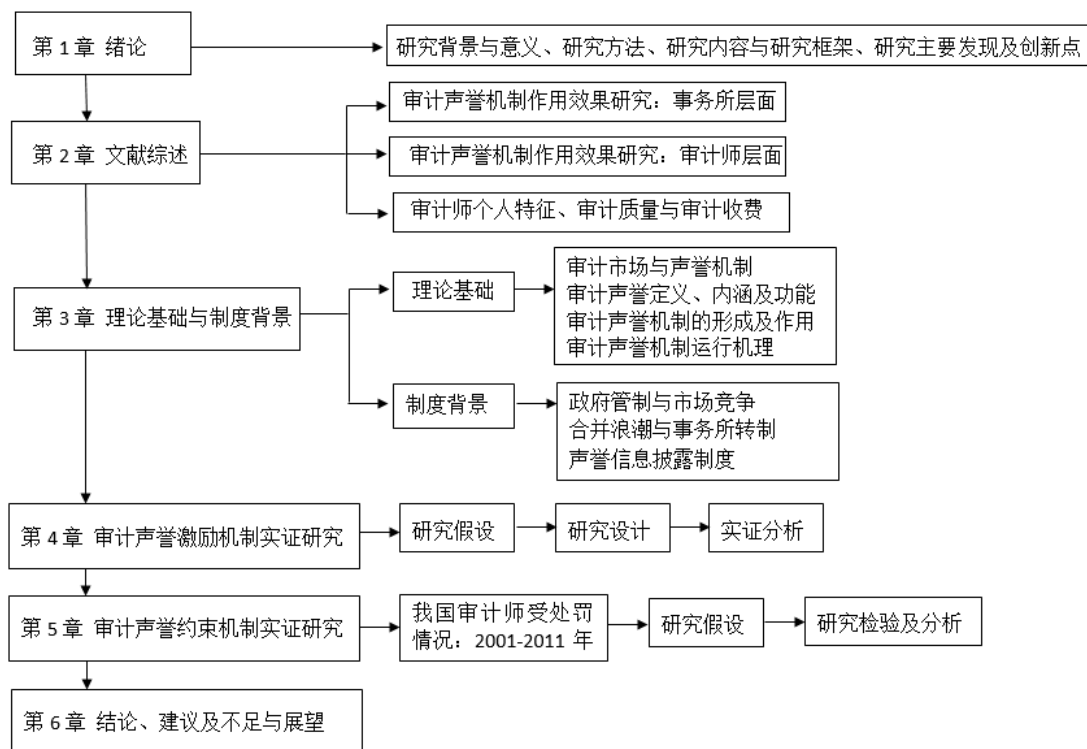


图 1-1：研究框架图

1.4 主要研究发现及创新点

在审计声誉激励机制的作用效果检验中，以我国沪深 A 股 2013 年年审市场 1588 位签字审计师的审计客户为样本对象，构建审计质量、审计收费多元回归模型，检验审计师声誉与审计质量、审计收费的关系，数据结果显示高声誉审计师能够提供高质量审计服务，但并不能够获得更高的审计收费。

在审计声誉约束机制的作用效果检验中，以我国 2001-2011 年受证监会处罚的 99 位签字审计师的审计客户为样本，检验声誉约束机制在客户流失、市场负面反应、审计收费下降方面的作用效果，数据结果显示审计师层面的声誉约束机制生效，主要变现为受罚审计师原有客户大量流失，新客户承接能力减弱，但是受罚并没有导致审计收费下降和负面的市场反应。

本文的创新之处在于从审计师层次，从激励机制和约束机制两方面，完整的研究了我国现行审计市场环境中独立审计声誉机制的作用效果，得到不同前人的研究结论，并对检验结果进行深入的分析，丰富了独立审计声誉在个人层面的研

究，并对实践具有一定的指导意义。

笔者在借鉴前人研究（周鹭，2014^[3]；王兵，2013^[4]；刘峰等，2010^[5]）的基础上，进一步细化了模型设计，如本文提出了更完善的审计师声誉的评价标准、将事务所声誉纳入模型进行控制、从原有客户维系及新客户承接角度对受罚审计师审计客户变化进行分析、选择上市公司公告时间作为计算市场负面反应的事件日等。

厦门大学博硕士论文摘要库

第 2 章 文献综述

审计声誉机制的作用效果分为激励和约束两个方面。审计声誉的激励机制是指审计客户会为高声誉事务所和审计师支付更高的审计费用，当事务所和审计师预期高声誉带来的审计收费溢价多于为塑造声誉而付出成本时，便会受到激励进行声誉投资，提高专业胜任能力和独立性，提升审计质量。

审计声誉的约束机制是指当事务所和审计师放弃维持现有声誉或做出损害声誉的行为并被市场发现时，会遭受客户流失、市场负面反应及审计收费下降的惩罚。约束机制从反面促进事务所和审计师保持现有声誉水平。

本文区分事务所整体层面和审计师层面的审计声誉，从激励机制和约束机制两个方面对现有研究成果进行梳理，同时也对现存审计师个人特征的研究进行了归纳。

2.1 审计声誉机制作用效果研究：事务所层面

2.1.1 审计声誉的激励机制

目前有关审计声誉激励机制的研究大多采用实证研究方法，研究内容主要有审计声誉与审计质量、审计溢价的关系以及 IPO 市场中声誉溢价。

对审计质量与审计声誉的关系的研究多以经审计过的上市公司财务报表的盈余质量或事务所规模作为审计质量的替代指标。现存研究表明，在西方市场中事务所规模、事务所声誉和审计质量存在稳定的关系，审计声誉机制的正常运转提高了资本市场的信息透明程度、引导资源合理配置。而目前国内关于事务所声誉、审计质量之间的关系尚未达成一致意见。

漆江娜等（2004）^[6]发现经具有较高声誉的四大会计师事务所审计的公司的可操控性应计略低于本土事务所审计的公司，表明高声誉能够提供高质量审计服务。曹建新，颜利胜（2012）^[7]以 2009-2010 年沪深两市 A 股上市公司年报为研究样本，发现国际“四大所”、国内“六大所”与其他会计师事务所的审计质量并无明显差别，这说明我国证券市场存在审计质量与事务所声誉的背离，高声誉并不意味着高审计质量。方卉（2014）^[8]指出大规模事务所并非一个整体，事务所的

概念正在不断弱化, 审计师与“准租”存在紧密联系, 并存在审计客户资源个人化的现象。

审计声誉与审计收费的关系: 国外学者 Ireland and Lennox (2002)^[9]研究发现事务所的规模越大, 审计质量越高, 国际五大会计师事务所相比其他所能带来约为 50% 的审计收费溢价。Bugeja (2006)^[10]使用事务所规模作为审计质量的替代变量, 发现在年初宣布收购且目标公司由声誉较高的“四大”审计时, 股东获得更高的收购溢价。李连军、薛云奎 (2008)^[11]通过对比国际四大和本土四大事务所的声誉溢价程度发现国际四大中国分所的声誉溢价程度远远超过本土四大, 分别为 23.12% 和 7.57%。翁健英 (2013)^[12]研究了 IPO 审计中审计收费溢价情况, 发现民营公司和国有公司都为发审委员所属会计师事务所支付了显著的溢价审计费用。

2.1.2 审计声誉的约束机制

政府管制部门的行政处罚是事务所声誉毁损的标志之一, 目前有关审计声誉约束机制的研究大多采用事件法, 研究事务所受处罚后的市场负面反应程度, 包括审计份额流失、股价超额负面反应、审计收费下降三个方面。

声誉毁损与审计份额的流失: Blouin and Grein (2005)^[13]对由安达信审计的 425 个上市公司在安达信倒闭后的事务所和审计师的选择情况进行了分析, 发现约 44.48% 的上市公司选择寻找全新的事务所和审计师, 剩下的客户仍然跟随安达信原有的审计团队。刘峰、张立民 (2002)^[14]发现银广夏事件中, 中天勤事务所倒闭后原来的 63 家客户中相当多的客户仍选择跟随中天勤原有的审计团队。刘峰和赵景文 (2010)^[5]研究表明当声誉受损事件发生时, 相关联上市公司会出现一定程度的负反应, 但并不影响事务所市场份额及开拓新市场的能力。朱红军、夏立军、陈信元 (2004)^[15]研究发现在我国受过监管部门处罚的事务所在 IPO 市场中获得的市场份额显著低于其他事务所。

声誉毁损与市场负面反应: Chaney and Philipich (2002)^[16]研究发现在安达信宣告其在安然公司造假中存在审计过失的三个事件日的 (0, 3) 窗口期内, 其除安然以外的 284 家审计客户的累计超额回报率 CAR 显著为负。Cahan, Emanuel and Sun (2009)^[17]研究了安达信声誉受损事件在海外市场的溢出效应程度, 发现安达信美国的客户和海外分部的客户均受到影响。国内研究中, 方军雄、许平、

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

廈門大學博碩士論文摘要庫