

新《证券法》与审计治理： 基于审计意见购买的抑制效应

许国艺

(天津财经大学会计学院, 天津 300222)

摘要: 新《证券法》对审计师责任风险的加大和审计市场结构的调整影响审计师客户资源配置。从审计师客户资源配置的视角, 考察审计师客户关系不匹配对审计意见购买的影响, 及新《证券法》对审计师客户关系与审计意见购买之间的审计治理机制。研究发现: 审计师客户关系向下不匹配加剧审计意见购买, 而审计师客户关系向上不匹配则抑制审计意见购买; 新《证券法》改善了审计师客户资源配置的匹配度, 抑制审计师客户关系不匹配对审计意见购买的影响, 提升了审计质量。该研究有助于决策部门评估新《证券法》的实施效果, 对审计师客户资源配置和审计意见购买监管治理具有一定的参考价值。

关键词: 审计治理; 审计师客户关系; 审计质量; 审计意见购买

中图分类号: F812.0

文献标识码: A

文章编号: 1005-0566(2024)07-0200-13

New securities law and audit governance: Based on the inhibitory effect of audit opinion shopping

XU Guoyi

(School of Accounting, Tianjin University of Finance and Economics, Tianjin 300222)

Abstract: The new Securities Law will increase the auditor's liability risk and adjust the audit market structure, which will affect the auditor-client resource allocation and lead to audit governance consequences. From the perspective of auditor-client resource allocation, this paper studies the inhibitory effect, mechanism and audit consequences of the new Securities Law on the influence of auditor-client mismatch on audit opinion shopping, so as to evaluate the audit governance effect of the new Securities Law. Research has found that the downward auditor-client mismatch exacerbates audit opinion shopping, while the upward auditor-client mismatch suppresses audit opinion shopping. The new Securities Law improves the degree of auditor-client mismatch, suppresses the impact of auditor-client mismatch on audit opinion shopping, and enhances audit quality. This study is conducive to decision-making agencies evaluate the implementation effectiveness of the new Securities Law, and has certain reference value for the allocation of audit client resources and regulatory governance of audit opinion shopping.

Key words: securities audit market; auditor-client relationship; mismatch; audit opinion shopping

新《证券法》是构建现代金融监管体系、维护证券金融市场稳定健康发展的重大举措。就证券

审计市场而言, 新《证券法》改变了审计市场结构, 加大了注册会计师的责任风险, 影响审计师客户

收稿日期: 2024-01-10 修回日期: 2024-05-26

基金项目: 国家社会科学基金后期资助项目(22FJYB065)。

作者简介: 许国艺(1973—), 男, 河南内乡人, 天津财经大学会计学院副教授, 博士, 研究方向为资本市场审计监管与内部控制。

资源配置。新《证券法》能否改善审计师客户资源配置、抑制审计意见购买进而提升审计治理效果?为此,本文从审计师客户资源配置的视角,研究新《证券法》对审计意见购买的抑制效应,以检验新《证券法》的审计治理后果。审计意见购买对财务报告质量和证券市场健康发展的威胁一直是各国监管机构高度关注的问题,但审计监督的有效性却受到广泛质疑^[1]。研究新《证券法》在审计意见购买方面的法律监管后果对评估新《证券法》的法律后果、加强证券市场监管、稳定证券资本市场、促进社会经济高质量发展具有重要意义。

利用2017—2020年A股上市公司的数据,本文研究发现,审计师客户关系向下不匹配(以下简称“向下不匹配”)加剧审计意见购买,而审计师客户关系向上不匹配(以下简称“向上不匹配”)则抑制审计意见购买;新《证券法》抑制了审计师客户关系不匹配对审计意见购买的影响。作用机制研究发现,新《证券法》改善了审计师客户资源配置的匹配度,使得向上不匹配对审计意见购买的影响由不显著的抑制效应变为显著的抑制效应,进而抑制审计意见购买,提升了审计质量。新《证券法》在审计师客户关系不匹配对审计意见购买影响中的抑制效应表明,新《证券法》发挥审计治理作用。在考虑内生性和样本选择偏误后,稳健性检验结果仍保持一致。

一、制度背景与文献综述

(一) 制度背景

我国新《证券法》规定,会计师事务所从事证券服务业务应当向国务院证券监督管理机构和国务院有关主管部门备案。新《证券法》将从事证券服务业务会计师事务所的市场准入由审批制改为备案制,大幅降低证券审计市场的准入门槛,截至2023年4月,从事证券服务业务的会计师事务所数量由40家增至115家,增加了审计供给。与此同时,新《证券法》规定,公开发行证券由核准制改为注册制,证券发行审核机构只对注册制公司进行形式审查而不进行具体实质判断,将公司投资

价值的判断交给市场及参与主体,放宽了公开发行证券的市场准入,A股市场新股上市数量远超过证券市场试点实施注册制前的新股上市数量,其中2019年A股IPO数目是2018年的近两倍,2020年IPO公司达394家,其中沪市IPO公司233家,IPO数量、融资额位居全球首位^①,增加了审计需求。

新《证券法》创设了证券集体诉讼制度,投资者可以按照“默示加入、明示退出”的原则参加由投资者保护机构参与的证券集体诉讼,完善了民事赔偿责任制度。同时新《证券法》压实会计师事务所等中介机构的责任,加大民事责任处罚力度,加大对信息披露违法违规会计师事务所的处罚,对信息披露违法违规会计师事务所的处罚由业务收入的5倍或30万元提高至业务收入的10倍或500万元,对签字注册会计师的处罚金额由10万元提升至200万元。不仅如此,《证券法》修订后,在立法层面,我国加强资本市场基础制度建设,陆续出台了与《证券法》配套的相关法律,构建了立体化的证券资本市场监管法治体系,合力形成“行政处罚+民事赔偿+刑事惩戒”的法治格局;在执法层面,监管部门以新《证券法》实施为契机,加大证券违法行为的惩处力度,国务院金融委员会提出建制度、不干预、零容忍的方针,对资本市场的财务造假实行零容忍,严厉打击财务造假行为,改变了证券审计市场的法律环境。

(二) 文献综述

1. 审计师客户关系不匹配的研究

审计师与客户对审计质量的供求不一致就会产生审计客户关系不匹配^[2-3]。本应选择大型会计师事务所却选择小型会计师事务所将产生审计师客户关系的向下不匹配,而本应选择小型会计师事务所却选择大型会计师事务所则产生审计师客户关系的向上不匹配^[4-6]。审计师客户关系不匹配降低审计师对审计问题与证据的认知^[7],影响审计师的审计报告决策^[8],导致审计师变更^[2],审计师客户关系越不匹配审计师变更越频繁^[8-9],审

① 数据来源于国家统计局与上交所网站。需要说明的是,2012—2015年IPO出现过两次较长时间的暂停,2016年IPO审核大幅提速,导致2017年A股IPO数量大幅增长,因此2017年的IPO数据不具有可比性。故本文没有将2017年的IPO数据纳入分析范围。

计师和客户会根据各自偏好和期望进行审计师客户关系动态调整以实现最佳匹配^[10]。审计资源配置的研究认为,审计资源配置影响会计信息披露质量^[11]、会计师事务所竞争力^[12]与审计治理效果^[13-15]。审计师客户关系不匹配会影响资本市场信息环境和信息质量,向下不匹配不利于资本市场信息环境的改善^[16]、降低公司会计稳健性^[4]、加剧企业真实盈余管理^[5]、弱化审计监督治理作用^[4]、降低审计质量^[6];相反,审计师客户越匹配审计报告决策越准确、审计质量越高^[8]。

2. 审计意见购买的影响因素研究

审计意见购买的文献认为,管理层会通过变更审计师而实施审计意见购买以获得干净的审计意见^[17-18],黄崑等^[19]的研究发现,出具非标准无保留意见审计报告后审计师变更增加,在中国市场客户倾向于选择小型会计师事务所以避免不干净审计意见^[20],Chung 等^[21]的研究发现企业通过变更审计师实施审计意见购买以避免对持续经营有疑虑的审计意见。公司内部因素和外部治理会影响审计意见购买:在公司内部层面,议价能力较低公司的供应链集中度会驱动审计意见购买^[22],较好的企业 ESG 表现会抑制审计意见购买^[23];而在外部治理层面,股权激励^[24]、投资者情绪^[25]与投资者保护^[26]、机构投资者调研^[27]、管理层与审计师的社会关系^[28]、审计委员会^[29]和分析师^[30]等外部因素会影响审计意见购买。

3. 新《证券法》政策效应研究

新《证券法》在资本市场信息环境改善、投资者保护和会计与审计治理方面产生重要的经济与法律后果。一是新《证券法》的实施改善了资本市场信息环境,提升了分析师盈余预测的准确度^[31],降低了公司债信用利差^[32];二是新《证券法》强化了对内幕交易的监管^[33],加大了对证券违法行为的震慑^[34-35],尤其是新《证券法》创设的证券集体诉讼制度,加大了投资者保护力度^[34],公司被起诉和败诉的可能性更大^[36],抑制了股价操纵^[37]和税收规避^[38];三是新《证券法》实施后公司信息披露决策更加谨慎稳健^[39],会计信息质量显著提高^[40],新《证券法》加大了会计师事务所的法律责任

风险,导致较高的审计收费^[41]与审计风险溢价^[42]。

综上所述,审计师客户资源配置具有信息后果和审计后果,审计师客户资源的不当配置可以通过审计师客户关系动态调整进行改善。监管强度的增加^[43]以及法律制度环境变化导致的审计市场结构性的变化会引发审计师客户关系动态调整^[44]。《证券法》修订后法律环境的改变极大提升了证券市场的违法成本和审计师的责任风险,新《证券法》证券发行注册制和证券审计市场备案制极大地改变了审计市场的供求结构,审计师责任风险的加大和审计市场结构的调整将影响审计师客户资源配置,影响新《证券法》的审计治理后果。本文从审计师客户资源配置的视角,研究新《证券法》在审计师客户关系不匹配对审计意见购买影响中的抑制效应、作用机理与审计后果,为新《证券法》的审计治理后果提供经验证据。

二、理论分析与研究假说

1. 审计师客户关系不匹配与审计意见购买

审计市场是按地理区域和客户规模界定的细分市场,小型会计师事务所是审计市场的重要参与者,有更多的潜在客户,在审计市场上更有竞争力,小型会计师事务所更有可能进入大型会计师事务所的审计市场,导致向下不匹配。与此同时,聘请不同类型的会计师事务所具有区分企业质量的信号显示作用,客户会辞聘低质量的审计师而转聘高质量的审计师,由于声誉、审计失败的成本和会计师事务所质量控制的差异,小型会计师事务所通常无法提供与大型会计师事务所相同的审计质量^[45],客户出于监管风险的考虑也会倾向转聘大型会计师事务所,导致向上不匹配。在整个细分的审计市场,由于市场中差异化的审计供给和差异化的审计需求,形成了向下不匹配和向上不匹配并存的格局。

相对于大型会计师事务所,小型会计师事务所更难留住客户,对客户经济依赖会诱使小型会计师事务所为了留住客户而丧失独立性;其次,小型会计师事务所面临的激烈市场竞争,影响其对客户的风险容忍度,小型会计师事务所会承接大型会计师事务所不愿承接的高风险客户的审计

业务,而内在风险较高、具有较高收益操纵动机的客户也会机会主义地选择小型会计师事务所^[46];此外,小型会计师事务所与客户的谈判能力较弱,难以拒绝客户机会主义的会计处理。上述因素导致客户倾向于选择小型会计师事务所以避免不干净的审计意见^[20]。而审计意见购买的研究表明,管理层通过变更审计师从继任审计师获得干净的审计意见就产生了审计意见购买^[17-18]。因此,向下不匹配更容易导致审计意见购买。相反,大型会计师事务所具有良好的质量管理体系和知识共享机制,能够吸引和留住更高质量的人才,对客户具有较少的经济依赖和较强的谈判能力,在很大程度上能够抵制客户机会主义会计处理的压力,提供较高的审计质量,向上不匹配将抑制审计意见购买。基于上述分析,本文提出假设:

H1:向下不匹配加剧审计意见购买,而向上不匹配抑制审计意见购买。

2. 新《证券法》、审计师客户关系动态调整与审计意见购买

已有的研究表明,监管强度的增加加大了审计师的责任风险,审计师会通过接受新客户或剥离现有高风险客户进行客户关系调整^[43]。监管强度预期也会增加客户的风险感知,激励客户选择高质量的审计师^[47]。不仅如此,审计法律制度环境的变化改变了审计供求关系和市场结构,同样会导致审计师客户关系动态调整^[44]。新《证券法》加大了审计师的诉讼风险、增加了客户的风险感知、改变了审计市场供求结构,将审计师客户关系不匹配关系进行动态调整。会计师事务所变更的数量由2017年的220家和2018年的261家增加到2019年的564家和2020年的397家,会计师事务所变更数量的增加将改变审计师客户资源配置的匹配关系。

威慑理论认为,法律诉讼威慑的成本会对犯罪进行一般预防和特殊预防。随着监管力度的加大,新《证券法》将通过强制性的他律矫正审计师客户不利匹配关系。与此同时,法律与监管环境的改变将会使企业产生选择高声誉审计师的激励,前一期向下不匹配更有可能导致客户当期通

过变更审计师去选择大型会计师事务所,以提升审计质量、减少监管风险。而法律自治理论认为,法律规则体系中设定义务的初级规则强制性要求人们从事或禁止一定行为,而赋予权力的次级规则激励人们自发性遵守法律以实现自我约束。由于愿意遵守法律规范的人远多于不愿遵守法律规范的人,法律主体会按照法律行为规范来实现自我约束。新《证券法》将通过自发性的自律激励审计师客户有利的匹配关系。因此,新《证券法》将会对审计师客户的不利匹配关系产生强制性约束,具有矫正效应,而对审计师客户的有利匹配关系产生自发性激励,具有激励效应。基于上述分析,新《证券法》对审计师客户有利匹配的激励效应和对不利匹配的矫正效应将对前一期审计师客户资源配置的匹配程度进行调整,由于新《证券法》的影响,2019年会计师事务所变更的数量大幅度增加,将会改善审计师客户关系的匹配度,进而抑制审计师客户关系不匹配对审计意见购买的影响。基于上述分析,本文提出假设:

H2:新《证券法》将改善审计师客户关系的匹配度,抑制审计师客户不匹配对审计意见购买的影响。

三、研究设计

(一)数据来源与样本选择

本文将新《证券法》通过日期视为《证券法》修订立法政策产生政策影响的起始时点,理由是:第一,Berkowitz等^[48]认为,与正式实施日相比,法律通过日作为事件日会使研究场景更加干净;第二,尽管新《证券法》于2019年12月28日审议通过,但我国证券市场在2019年6月已经开始在科创板试点实施注册制,受注册制的影响2019年开始IPO公司的数目出现较大幅度增长,其中2019年全年IPO的201家公司中科创板为70家,占当年全部IPO公司数的1/3,占A股融资额的32%。无论科创板还是非科创板,在法定审计下,公司都要求接受注册会计师审计,导致审计需求的增加。同时,2019年开始从事证券审计业务的会计师事务所由原来稳定的40家增加到46家,并逐年增加,增加了审计供给。除此之外,由于新《证券法》

市场结构和法律环境的改变,2019 年和 2020 年会计师事务所变更数量较前两年大幅度增加。上述情况表明 2019 年我国证券市场已经开始受新《证券法》的影响。因此,本文选取 2017—2020 年剔除我国金融行业公司后的所有 A 股上市公司为样本。陷入财务困境公司的管理层更有可能投机性地寻求有利的审计意见而实施审计意见购买^[29],本文保留了 ST 企业样本。在剔除了数据缺失的样本后,得到 12 791 个样本观测值。本研究的数据来源于国泰安(CSMAR)数据库。

(二) 变量定义与模型构建

1. 变量定义

(1) 审计师客户关系不匹配(MisMatch)

借鉴 Shu^[2]的适配性模型,估计选择国际四大会计师事务所的概率并确定概率最佳临界值,若估计概率大于最佳概率临界值公司应该选择大型会计师事务所,相反应该选择小型会计师事务所,如果实际选择的结果与预计选择会计师事务所类型不一致,则表明审计师客户关系不匹配,MisMatch 取值为 1,否则取值为 0。借鉴 Bills^[49]、董沛武等^[6]和王文姣等^[4]的研究,本文进一步考察审计师客户不匹配的方向,将审计师客户关系进一步细分为向下不匹配(MisDown)和向上不匹配(MisUp)(见表 1)。

(2) 审计意见购买

本文借鉴 Lennox^[50]审计意见购买的度量方法,运用非标准审计意见的概率模型,分别计算变更审计师和不变更审计师时非标准审计意见概率的累计分布函数,得到公司分别在变更审计师时非标准审计意见类型的概率 $Pr(Q_{it}^1 = 1)$ 和不变更审计师时非标准审计意见类型的概率 $Pr(Q_{it}^0 = 1)$,如果公司成功实施审计意见购买,则审计意见购买的可能性为 $OP = Pr(Q_{it}^1 = 1) - Pr(Q_{it}^0 = 1)$,与是否变更事务所 $Switch_{it}$ 负相关。此外,如果客户保留了审计师且 OP 的系数 β_1 显著为正,则公司也成功实施了审计意见购买(见表 1)。

(3) 新《证券法》政策变量

与李青原等^[51]的监管政策效果评估方法一致,本文设置新《证券法》政策变量 $Post$,将新《证

券法》通过日期视为新《证券法》产生政策影响的起始时点,新《证券法》通过日期前后 $Post$ 分别取 0 和 1(见表 1)。

2. 模型设定

为了验证审计师客户关系不匹配对审计意见购买的影响,本文在 Lennox^[50]审计意见购买模型基础上加入审计师客户关系不匹配与审计意见购买可能性的交互项,构建模型 1 以检验本文的假设 H1。

$$\begin{aligned} Pr(Switch_{it} = 1) = & \beta_0 + \beta_1 OP_{it} + \beta_2 MisMatch_{it} + \\ & \beta_3 MisMatch_{it} \times OP_{it} + \beta_4 Size_{it} + \beta_5 Lev_{it} + \beta_6 ROA_{it} + \\ & \beta_7 Age_{it} + \beta_8 Growth_{it} + \beta_9 OCF_{it} + \beta_{10} ARInv_{it} + \beta_{11} CR_{it} + \\ & \beta_{12} Occupy_{it} + \beta_{13} Loss_{it} + \beta_{14} Mshare_{it} + Industry + \\ & Year + \varepsilon_{it} \end{aligned} \quad (1)$$

正如前文所述,新《证券法》加大了审计师和客户的风险、改变了审计市场供求结构,导致审计师客户关系匹配度的动态调整。相比审计师客户关系匹配的公司而言,审计师客户关系不匹配的公司更容易发生审计师变更,新《证券法》对审计师客户关系匹配程度不同的公司具有差异化的影响,审计师客户关系匹配程度的不同将导致不同程度的审计师变更,差异化的审计师变更最终将导致差异化的审计意见购买后果。这意味着新《证券法》对审计师客户关系匹配程度不同的公司具有差异化的审计治理后果。为此,本文将审计师客户关系不匹配和匹配的公司分别作为实验组和对照组,在模型 1 基础上加入新《证券法》政策变量 $Post$ 、新《证券法》政策变量 $Post$ 与审计师客户关系不匹配和审计意见购买可能性的交互项,构建 DID 模型,见式(2),检验新《证券法》在审计师客户关系不匹配影响审计意见购买中的抑制效应,以检验本文的假设 H2,并进一步考虑向下不匹配和向上不匹配的影响。

$$\begin{aligned} Pr(Switch_{it} = 1) = & \beta_0 + \beta_1 OP_{it} + \beta_2 MisMatch_{it} + \\ & \beta_3 MisMatch_{it} \times OP_{it} + \beta_4 Post_{it} + \beta_5 Post_{it} \times OP_{it} + \\ & \beta_6 Post_{it} \times MisMatch_{it} + \beta_7 Post_{it} \times MisMatch_{it} \times OP_{it} + \\ & \beta_8 Size_{it} + \beta_9 Lev_{it} + \beta_{10} ROA_{it} + \beta_{11} Age_{it} + \beta_{12} Growth_{it} + \\ & \beta_{13} OCF_{it} + \beta_{14} ARInv_{it} + \beta_{15} CR_{it} + \beta_{16} Loss_{it} + \beta_{17} Occupy_{it} + \\ & \beta_{18} Mshare_{it} + Industry + Year + \varepsilon_{it} \end{aligned} \quad (2)$$

表 1 变量定义

变量类型	变量代码	变量名	变量定义
被解释变量	<i>Switch</i>	会计师事务所变更	会计师事务所变更取 1, 否则为 0
	<i>Post</i>	《证券法》修订政策	《证券法》修订前后 <i>Post</i> 取 0 和 1
	<i>OP</i>	审计意见购买	借鉴 Lennox(2000) ^[50] 审计意见购买模型, 计算变更审计师和不变更审计师时非标审计意见概率之差
解释变量	<i>MisMatch</i>	审计师客户关系不匹配	根据大型审计师选择模型, 预计选择事务所类型与实际选择事务所类型不一致为 1, 否则为 0
	<i>MisUp</i>	审计师客户关系向上不匹配	本应选择小型会计师事务所却选择大型会计师事务所为向上不匹配
	<i>MisDown</i>	审计师客户关系向下不匹配	本应选择大型会计师事务所却选择小型会计师事务所为向下不匹配
	<i>Size</i>	企业规模	企业总资产的自然对数
	<i>Lev</i>	资产负债率	债务总额和与总资产的比率
	<i>ROA</i>	资产回报率	以扣除非常项目前的净利润与年初总资产之比
	<i>Growth</i>	成长性	主营业务收入增长率
	<i>OCF</i>	经营活动现金流量	按年初总资产规模计算的经营现金流量
控制变量	<i>Age</i>	公司年龄	上市公司成立年数
	<i>ARInv</i>	存货应收账款占比	存货和应收账款之和除以总资产
	<i>Occupy</i>	关联方资金占用	如果研究期内样本公司存在关联方资金占用情况, 则为 1, 否则取 0
	<i>CR</i>	流动比率	流动资产除以流动负债
	<i>Loss</i>	亏损	公司当前会计年度报告亏损为 1, 否则为 0
	<i>Mshare</i>	管理层持股比例	高管持股数除以公司总股本数量

四、实证结果

(一) 主要变量的描述性统计

表 2 为主要变量的描述性统计表, 审计师客户关系不匹配变量最小值为 0, 最大值为 1, 均值为 0.09, 标准差 0.28, 表明在我国证券审计市场存在审计师客户关系不匹配的现象。向下不匹配和向上不匹配变量的均值分别为 0.05 和 0.04, 向下不匹配的均值大于向上不匹配的均值, 这意味着在证券审计市场中存在较多审计师客户关系的向下不匹配, 我国审计市场存在选择小型会计师事务所的倾向, 小型会计师事务所进入了本应属于大型会计师事务所的审计市场, 但同时也存在审计师客户关系的向上不匹配。大型会计师事务所与小型会计师事务所之间互相挤占对方审计市场, 存在一定程度的市场竞争。

表 2 描述性统计

变量	Obs	Mean	SD	Median	P25	P75	Min	Max
<i>Switch</i>	12 791	0.11	0.31	0.000	0.000	0.000	0.000	1.000
<i>OP</i>	12 791	-0.90	0.29	-0.979	-0.986	-0.965	-1.000	0.999
<i>MisMatch</i>	12 791	0.09	0.28	0.000	0.000	0.000	0.000	1.000
<i>MisUp</i>	12 791	0.04	0.19	0.000	0.000	0.000	0.000	1.000
<i>MisDown</i>	12 791	0.05	0.21	0.000	0.000	0.000	0.000	1.000
<i>Size</i>	12 791	22.30	1.30	22.133	21.378	23.026	19.795	26.372
<i>Lev</i>	12 791	0.43	0.20	0.417	0.267	0.571	0.063	1.006
<i>ROA</i>	12 791	0.03	0.10	0.036	0.013	0.066	-0.705	0.213
<i>Growth</i>	12 791	0.15	0.42	0.098	-0.032	0.254	-0.715	3.591
<i>OCF</i>	12 791	0.05	0.07	0.049	0.011	0.089	-0.192	0.258
<i>Age</i>	12 791	2.99	0.28	2.996	2.833	3.219	2.197	3.584
<i>ARInv</i>	12 791	0.26	0.16	0.248	0.142	0.362	0.007	0.722
<i>Occupy</i>	12 791	0.02	0.03	0.008	0.003	0.018	0.000	0.216
<i>CR</i>	12 791	0.70	0.51	0.604	0.382	0.860	0.074	3.334
<i>Loss</i>	12 791	0.12	0.33	0.000	0.000	0.000	0.000	1.000
<i>Mshare</i>	12 791	14.12	19.37	1.625	0.003	26.594	0.000	68.337

(二) 基础回归结果

表 3 是审计师客户关系不匹配与审计意见购买的回归结果。从审计师客户关系不匹配与审计意见购买的整体回归结果看, 审计师客户关系不匹配与审计意见购买可能性交互项 $OP \times MisMatch$ 不显著, 表明审计师客户关系整体不匹配不会对审计意见购买产生影响。但向下不匹配与审计意见购买可能性交互项 $OP \times MisDown$ 和向上不匹配与审计意见购买可能性交互项 $OP \times MisUp$ 分别在

表 3 审计师客户关系不匹配与审计意见购买回归结果

变量	<i>Switch</i> (1)	<i>Switch</i> (2)	<i>Switch</i> (3)
	-1.804 *** (-7.46)	-1.722 *** (-7.55)	-1.782 *** (-7.79)
<i>OP</i>			
<i>MisMatch</i>	0.738 * (1.79)	0.013 (0.09)	0.470 *** (3.66)
$OP \times MisMatch$	0.565 (1.30)	—	—
<i>MisDown</i>	—	-1.563 (-0.60)	—
$OP \times MisDown$	—	-0.451 ** (-2.37)	—
<i>MisUp</i>	—	—	0.855 ** (2.11)
$OP \times MisUp$	—	—	0.537 *** (2.81)
<i>Controls</i>	是	是	是
<i>_cons</i>	-2.974 *** (-4.26)	-2.820 *** (-4.05)	-2.897 *** (-4.17)
年度	是	是	是
行业	是	是	是
<i>Pseudo R²</i>	0.015 6	0.016 1	0.016 4
<i>N</i>	12 791	12 791	12 791

5% 和 1% 的水平上显著负相关和显著正相关,表明向下不匹配加剧了审计意见购买,而向上不匹配抑制了审计意见购买,向上不匹配具有强化审计监督治理的作用,证实了本研究的假设 1。

表 4 是新《证券法》对审计意见购买抑制效应的回归结果。新《证券法》政策变量 *Post* 与审计师客户关系不匹配和审计意见购买可能性的交互项 $Post \times OP \times MisMatch$ 系数为 3.582,在 1% 的水平显著,表明新《证券法》抑制了审计师客户关系不匹配对审计意见购买的影响。从审计师客户关系不匹配方向看,新《证券法》政策变量 *Post* 与向下不匹配和审计意见购买可能性的交互项 $Post \times OP \times MisDown$ 系数为不显著正相关,而新《证券法》

表 4 新《证券法》对审计意见购买抑制效应回归结果

变量	Switch	Switch	Switch
	(1)	(2)	(3)
<i>OP</i>	-0.748 *** (-3.24)	-0.734 *** (-3.30)	-0.817 *** (-3.49)
<i>MisMatch</i>	-0.044 (-0.07)	—	—
$OP \times MisMatch$	-0.560 (-0.85)	—	—
<i>MisDown</i>	—	-7.479 (-1.41)	—
$OP \times MisDown$	—	-8.823 *** (-3.72)	—
<i>MisUp</i>	—	—	-0.056 (-0.10)
$OP \times MisUp$	—	—	0.206 (0.34)
<i>Post</i>	-2.829 *** (-4.91)	-2.042 *** (-4.51)	-2.799 *** (-4.93)
$Post \times OP$	-2.916 *** (-6.21)	-2.864 *** (-6.04)	-3.640 *** (-6.13)
$Post \times MisMatch$	2.947 *** (3.04)	—	—
$Post \times OP \times MisMatch$	3.582 *** (3.51)	—	—
$Post \times MisDown$	—	8.452 (1.44)	—
$Post \times OP \times MisDown$	—	9.821 (1.62)	—
$Post \times MisUp$	—	—	3.044 *** (3.28)
$Post \times OP \times MisUp$	—	—	2.931 *** (2.95)
Controls	是	是	是
_cons	-1.900 *** (-2.73)	-1.750 ** (-2.53)	-2.085 *** (-3.00)
年度	是	是	是
行业	是	是	是
Pseudo R ²	0.036 1	0.037 0	0.035 1
N	12 791	12 791	12 791

政策变量 *Post* 与向上不匹配和审计意见购买可能性的交互项 $Post \times OP \times MisUp$ 系数为显著正相关,表明《证券法》修订后向下不匹配对审计意见购买的影响由显著的加剧效应变为不显著的抑制效应,而向上不匹配对审计意见购买的影响则由不显著的抑制效应变为显著的抑制效应,新《证券法》抑制了审计师客户关系不匹配对审计意见购买的影响,《证券法》修订后向上不匹配对审计意见购买的抑制效应更显著。

(三)作用机制检验

1. 会计师事务所规模与审计意见购买

向下不匹配加剧了审计意见购买,而向上不匹配抑制了审计意见购买,出现该结果的可能原因是相对大型会计师事务所,小型会计师事务所更容易实施审计意见购买。为了验证上述分析,与前文将国际四大和非四大作为会计师事务所的分类标准一致,本文将研究样本分为大型会计师事务所和小型会计师事务所,分别研究不同类型会计师事务所参与实施审计意见购买的可能性。从表 5 的回归结果看,小型会计师事务所分组加剧了审计意见购买的可能性,而大型会计师事务所分组却抑制审计意见购买,小型会计师事务所比大型会计师事务所更容易参与实施审计意见购买,导致向下不匹配加剧了审计意见购买,而向上不匹配抑制审计意见购买。

表 5 会计师事务所规模与审计意见购买

变量	Switch	Switch
	(BigN)	(N-BigN)
<i>OP</i>	0.091 (0.10)	-1.973 *** (-6.67)
Controls	是	是
_cons	4.859 * (1.75)	-3.354 *** (-4.16)
年度	是	是
行业	是	是
Pseudo R ²	0.051 4	0.018 4
N	707	9 103

2. 审计师变更与审计师客户关系匹配度的改善

《证券法》修订之后审计师客户关系不匹配对审计意见购买的抑制效应,可能的原因有:一是大型会计师事务所放弃高风险的客户,或原本聘任

小型会计师事务所的客户改聘大型会计师事务所,激励了审计师客户向上有利匹配;二是《证券法》修订后,审计师变更改善了审计师与客户的匹配度,对审计师客户向下不利匹配关系进行纠偏,使得原本选择小型会计师事务所的客户转聘大型会计师事务所。

为了验证新《证券法》对审计师客户向上有利匹配的激励效应和对向下不利匹配关系的纠偏效应,本文将是否发生审计师变更作为因变量,将审计师变更前一期审计师客户关系不匹配(*MisMatch*)作为解释变量,研究前一期审计师客户关系不匹配与新《证券法》政策变量的交互项对当期审计师变更的影响,构建模型3,借鉴现有研究^[9],本文控制了前一期客户特征与审计师特征的变量。在此基础上进一步考虑前一期审计师客户关系不匹配方向对当期审计师变更方向的影响。

$$\Pr(\text{Switch}_{it} = 1) = \beta_0 + \beta_1 \text{Post}_{it} + \beta_2 \text{MisMatch}_{it-1} + \beta_3 \text{Post}_{it} \times \text{MisMatch}_{it-1} + \beta_4 \text{Size}_{it-1} + \beta_5 \text{Lev}_{it-1} + \beta_6 \text{ROA}_{it-1} + \beta_7 \text{Growth}_{it-1} + \beta_8 \text{ARInv}_{it-1} + \beta_9 \text{Loss}_{it-1} + \beta_{10} \text{OCF}_{it-1} + \beta_{11} \text{DA}_{it-1} + \beta_{12} \text{ICQ}_{it-1} + \beta_{13} \text{Tenure}_{it-1} + \beta_{14} \text{Opinion}_{it-1} + \beta_{15} \text{Mshare}_{it-1} + \beta_{16} \text{Clientimp}_{it-1} + \text{Industry} + \text{Year} + \varepsilon_{it} \quad (3)$$

从前一期审计师客户关系不匹配对当期审计师变更影响的回归结果看,前一期审计师客户关系不匹配导致当期更多的审计师变更;从审计师客户关系不匹配方向看,表明前一期向上不匹配导致当期更多审计师向下变更,而前一期向下不匹配导致当期更多审计师向上变更,但向下不匹配导致向上变更的显著性水平不如向上不匹配导致向下变更的显著性水平,这与Lai等^[9]的研究结果一致,审计师客户关系不匹配的客户会通过变更审计师来改善审计师与客户的匹配度。

从《证券法》修订与审计师客户关系不匹配的交互影响看,《证券法》修订后前一期向上不匹配的公司当期选择小型会计师事务所的可能性显著降低,而是选择继续聘任大型会计师事务所;而前一期向下不匹配的公司向上选择大型会计师事务所的可能性也在降低,前一期向下不匹配的公司并没有向上选择大型会计师事务所来改善向下

不匹配,反而通过审计师更换继续在当期选聘小型会计师事务所。这表明新《证券法》对审计师客户关系的向上有利匹配具有激励效应,而对向下不利匹配的纠偏效应并不明显。

表6 审计师客户关系不匹配与审计师变更

变量	<i>Switch</i> (1)	<i>SwitchDown</i> (2)	<i>SwitchUp</i> (3)
<i>Post</i>	0.656 *** (7.28)	0.873 *** (4.31)	0.526 ** (2.55)
<i>MisMatch</i>	0.492 ** (2.01)	—	—
<i>Post × MisMatch</i>	-0.711 ** (-2.45)	—	—
<i>MisUp</i>	—	3.736 *** (5.81)	—
<i>Post × MisUp</i>	—	-1.506 * (-1.89)	—
<i>MisDown</i>	—	—	1.485 ** (2.34)
<i>Post × MisDown</i>	—	—	-1.242 (-1.57)
<i>Controls</i>	是	是	是
<i>_cons</i>	-0.616 (-0.44)	3.325 (1.25)	-1.378 (-0.36)
年度	是	是	是
行业	是	是	是
<i>Pseudo R²</i>	0.025 8	0.198 9	0.179 4
<i>N</i>	8 397	8 370	8 370

3. 新《证券法》对审计师客户关系匹配度的影响

由于新《证券法》对审计师客户关系向下不利匹配的纠偏效应不明显,会抵消对审计师客户关系向上有利匹配的激励效应,使得《证券法》修订后对审计师客户资源配置匹配度的改善具有不确定性,为了验证新《证券法》对审计师客户资源配置匹配度的影响,本文在Lai等^[9]的审计师客户关系适配性模型的基础上,加入新《证券法》政策变量*Post*,并对影响审计师客户关系适配性的审计师特征和公司特征的变量进行控制,构建模型4:

$$\Pr(\text{MisMatch}_{it} = 1) = \beta_0 + \beta_1 \text{Post}_{it} + \beta_2 \text{Size}_{it} + \beta_3 \text{Lev}_{it} + \beta_4 \text{ROA}_{it} + \beta_5 \text{Growth}_{it} + \beta_6 \text{Client}_{it} + \beta_7 \text{Reputation}_{it} + \beta_8 \text{Lag}_{it} + \text{Industry} + \text{Year} + \varepsilon_{it} \quad (4)$$

从新《证券法》与审计师客户关系不匹配的回归结果看,《证券法》修订后审计师客户关系不匹配程度有所增加。从审计师客户关系不匹配方向看,《证券法》修订后审计师客户关系的不匹配主要是向上不匹配,前一期向上不匹配的公司当期继续选择大型会计师事务所将降低审计意见

买的可能性,因此,新《证券法》改善了审计师客户的匹配程度,使得向上不匹配对审计意见购买的影响由不显著的抑制效应变为显著的抑制效应进而抑制审计意见购买。

表 7 《证券法》修订与审计师客户关系不匹配回归结果

变量	MisMatch	MisDown	MisUp
	(1)	(2)	(3)
Post	0.149 **	0.065	0.165 *
	(2.21)	(0.64)	(1.91)
Controls	是	是	是
_cons	-6.461 *** (-6.46)	-6.213 *** (-4.17)	-8.412 *** (-6.59)
年度	是	是	是
行业	是	是	是
Pseudo R ²	0.091 6	0.351	0.242 1
N	12 791	12 791	12 791

(四)拓展分析

基于前文的研究,新《证券法》对审计师客户关系的有利匹配关系具有的激励效应抑制了审计意见购买,而新《证券法》在审计师客户关系有利匹配对审计意见购买的抑制作用能否提升审计质量?为此,本文进一步分析新《证券法》在审计师客户关系不匹配对审计意见购买影响的抑制作用是否具有审计治理效果。

以修正琼斯模型确定的可操控应计作为审计质量的衡量变量,在审计质量模型中加入审计师客户关系不匹配变量、审计师客户关系不匹配与审计意见购买变量的交互项,以及新《证券法》政策变量、审计意见购买公司变量和审计师客户关系不匹配 3 个变量的交互项,研究新《证券法》在审计师客户关系不匹配对审计意见购买影响抑制作用的审计治理效果。

表 8 是拓展分析的回归结果。从回归结果看,审计师客户关系不匹配和审计意见购买以及审计师客户关系不匹配和审计意见购买交互作用显著降低审计质量。从新《证券法》政策变量、审计意见购买公司变量和审计师客户关系不匹配 3 个变量的交互项对审计质量的影响看,尽管《证券法》修订后审计师客户关系不匹配现象有所增加,但《证券法》修订后审计师客户关系不匹配和审计意见购买的交互作用对审计质量的不利影响显著改善,表明新《证券法》抑制了审计师客户关系不匹

配和审计意见购买交互作用对审计质量的不利影响,显著地改善了审计质量,这意味着新《证券法》在审计师客户关系不匹配对审计意见购买影响的抑制作用中具有审计治理效果。

表 8 审计师客户关系不匹配与审计质量回归结果

变量	DA	DA	DA	DA
	(1)	(2)	(3)	(4)
MisMatch	0.009 *** (5.21)	—	0.008 *** (4.31)	0.008 *** (4.35)
ShopClient	—	0.004 *** (3.18)	0.003 ** (2.25)	0.003 (1.50)
ShopClient × MisMatch	—	—	0.011 ** (2.50)	0.019 *** (3.26)
Post	—	—	—	0.002 ** (2.00)
Post × MisMatch	—	—	—	-0.001 (-0.25)
Post × ShopClient × MisMatch	—	—	—	-0.017 ** (-2.10)
Controls	是	是	是	是
_cons	0.027 (1.28)	0.026 (1.22)	0.024 (1.16)	0.024 (1.16)
年度	是	是	是	是
行业	是	是	是	是
R ²	0.163 8	0.162 1	0.159 6	0.166 4
N	8 169	8 169	8 169	8 169

五、稳健性检验

1. 考虑瑞华事务所客户转所的影响

2019 年曾经在全国排名第二的瑞华会计师事务所因为康得新财务造假被证监会查处后,瑞华会计师事务所的合伙人团队和审计客户大量流失,瑞华会计师事务所被证监会查处导致的审计师变更可能会对研究结果产生影响,为了研究结果的稳健性,本文剔除瑞华会计师事务所因康得新财务造假被证监会查处导致审计师变更的样本,研究结果不变。

2. 替换变量

用 Chen 等^[52]和 Chung 等^[21]定义审计意见购买公司的方法,将审计意见购买公司(ShopClient)替换基于 Lennox^[50]审计意见购买模型确定的审计意见购买衡量方法,研究结论不变。运用 Shu^[2]的适配性模型估计选择大型会计师事务所的概率时,将四大定义为大型会计师事务所。为了结果的稳健,本文将包括国际四大的国内十大会计师事务所定义为大型会计师事务所,通过估计选择大型会计师事务所的概率确定审计师客户关系不匹配指标,研究结论不变。

3. 考虑内生性

审计师客户关系不匹配影响审计师变更,进而会对审计意见购买产生影响,然而可能存在因审计意见购买而改变审计师客户关系原本的适配性,致使审计师客户关系由原来的适配变得不匹配。为解决可能存在的内生性问题,本文运用Probit模型进行第一阶段回归,计算审计师客户关系不匹配对审计师变更的影响,在第一阶段回归的基础上,计算审计师客户关系不匹配影响审计师变更的逆米尔斯比率(IMR),将所生成的逆米尔斯比率引入模型1,分别考虑审计师客户关系总体不匹配以及审计师客户关系向下与向上不匹配对审计意见购买的影响。

表9是运用逆米尔斯比率解决内生性问题的两阶段回归结果,从第二阶段回归结果看,无论是审计师客户关系总体不匹配样本以及审计师客户关系向下与向上不匹配子样本,逆米尔斯比率均在1%水平上显著,表明运用逆米尔斯比率可以较好地解决审计师客户关系不匹配与审计意见购买之间的内生性问题。从审计师客户关系不匹配对审计意见购买影响的回归结果看,与前文结论基本一致。

表9 内生性两阶段回归结果

变量	第一阶段回归		第二阶段回归	
	Switch	Switch	Switch	Switch
	(1)	(2)	(3)	(4)
OP	—	-1.802 *** (-7.45)	-1.400 *** (-6.44)	-1.841 *** (-7.54)
MisMatch	0.200 ** (2.04)	0.548 (1.32)	—	—
OP × MisMatch	—	0.569 (1.31)	—	—
MisDown	—	—	-2.005 (-0.76)	—
OP × MisDown	—	—	-2.307 (-0.85)	—
MisUp	—	—	—	0.606 (1.49)
OP × MisUp	—	—	—	0.922 ** (2.12)
IMR	—	-1.107 *** (-3.96)	-1.297 *** (-5.35)	-1.264 *** (-4.83)
Controls	是	是	是	是
常数项	-2.230 *** (-3.36)	0.019 (0.02)	1.080 (1.17)	0.287 (0.29)
年度	是	是	是	是
行业	是	是	是	是
观测值	12 791	12 791	12 726	12 791

4. PSM 处理

审计师客户关系不匹配公司和匹配公司之间可能存在的系统性差别,且审计师客户关系不匹配公司的数目远小于匹配公司的数目,二者之间差异的存在会影响本文的研究结论。对此,本文采用倾向得分匹配法(PSM),将实验组和对照组按照1:1匹配方法在0.01的半径内进行配对,筛选出审计师客户关系不匹配公司的配对样本。表10是审计师客户关系匹配前后对照组和实验组均值差异检验,从检验结果看,匹配后的对照组和实验组匹配变量均值不存在显著差异,卡方检验结果(P值为0.656, $LR\ chi^2 = 6.82$)呈现同样的结果。对于审计师客户关系的向下不匹配和向上不匹配,本文同样设立对照组和实验组,按照1:1匹配方法在0.01的半径内进行配对,匹配后的对照组和实验组匹配变量均值均不存在显著差异。

表10 配对样本平衡性检验

变量	Unmatched	Mean		Bias (%)	% reduct bias	t - test	
	Matched	Treated	Control			t	p > t
Size	U	22.928	22.265	40.8	—	12.41	0.000
	M	22.928	22.956	-1.8	95.6	-0.28	0.776
Lev	U	0.499 22	0.423 07	35.8	—	9.10	0.000
	M	0.499 22	0.511 56	5.8	83.8	0.99	0.324
ROA	U	0.020 03	0.028 11	-8.4	—	-2.04	0.041
	M	0.020 03	0.016 8	3.3	60.1	0.57	0.571
Growth	U	0.674 77	1.513 1	-1.4	—	0.24	0.808
	M	0.674 77	0.622 11	0.1	93.7	0.15	0.884
OCF	U	0.056 6	0.049 01	10.9	—	3.54	0.000
	M	0.056 6	0.056 32	0.4	96.3	0.10	0.922
Age	U	3.060 8	2.983 8	27.5	—	6.69	0.000
	M	3.060 8	3.052 2	3.1	88.8	0.54	0.591
ARInv	U	0.249	0.264 02	-8.6	—	-2.30	0.022
	M	0.249	0.249 33	-0.2	97.8	-0.03	0.974
CR	U	0.851 28	0.697 33	27.8	—	7.29	0.000
	M	0.851 28	0.892 68	-7.5	73.1	-1.15	0.249
Loss	U	0.103 73	0.122 99	-6.1	—	-1.87	0.062
	M	0.103 73	0.126 48	-7.2	-18.1	-1.67	0.095
Mshare	U	8.427 5	14.408	-33.0	—	-7.48	0.000
	M	8.427 5	10.24	-10.0	69.7	-1.88	0.060
LR chi2 (p 值)	U	484.60(0.000)					
	M	6.82(0.656)					

表11分别是审计师客户关系不匹配(MisMatch)、向上不匹配(MisUp)和向下不匹配(MisDown)的对照组和实验组按照1:1匹配后对审计意见购买影响的回归结果。第一列是审计师客户关系不匹配的对照组和实验组按照1:1匹配后对审计意见购买的回归结果,OP × MisMatch系数为-0.401,在10%水平显著,表明对照组和实验组匹配后,审计师客户关系不匹配加剧审计意见购买的结论仍然

成立,第二列 $OP \times Post \times MisUp$ 系数为 1.303,在 1% 的水平上显著,表明《证券法》修订后向上不匹配显著抑制了审计意见购买,与前文的研究结论一致。

表 11 PSM 回归结果

变量	Switch	Switch	Switch
	(1)	(2)	(3)
OP	0.049 (0.09)	-2.102 (-0.88)	-16.556 *** (-3.17)
$OP \times MisMatch$	-0.401 * (-1.75)	—	—
$Post$	-2.790 *** (-5.11)	0.976 *** (2.97)	-0.041 (-0.13)
$Post \times OP$	0.830 (0.80)	-0.5097 (-0.15)	-1.231 (-0.36)
$Post \times MisMatch$	9.878 *** (11.49)	—	—
$OP \times Post \times MisMatch$	0.655 (0.84)	—	—
$OP \times MisUp$	—	-3.734 (-1.01)	—
$OP \times Post \times MisUp$	—	1.303 *** (3.04)	—
$OP \times MisDown$	—	—	9.246 ** (2.00)
$OP \times Post \times MisDown$	—	—	-0.468 (-0.91)
Controls	是	是	是
_cons	0.406 (0.19)	-4.592 (-1.34)	-16.315 *** (-3.09)
年度	是	是	是
行业	是	是	是
Pseudo R^2	0.552 1	0.042 2	0.066 9
N	2,198	970	840

六、结论与建议

研究发现,《证券法》修订背景下审计师客户关系不匹配显著影响审计意见购买,其中向下不匹配加剧审计意见购买,向上不匹配抑制审计意见购买,向下不匹配和向上不匹配对审计意见购买具有强化效应和抑制效应。《证券法》修订后,前一期向上不匹配的公司当期继续选聘大型会计师事务所抑制了审计意见购买,而前一期向下不匹配的公司当期继续选聘小型会计师事务所加剧了审计意见购买,由于前者的抑制效应显著高于后者的强化效应,《证券法》修订后审计师客户关系不匹配抑制了审计意见购买。新《证券法》对审计师客户的有利匹配关系具有激励效应,而对审计师客户的不利匹配关系的纠偏效应并不明

显。新《证券法》抑制了审计师客户关系不匹配和审计意见购买对审计质量的不利影响,改善了审计质量。

这一研究发现对审计市场监管具有重要意义。第一,突出监管重点,提升审计意见购买监管的精准性。本文的研究发现,小型会计师事务所比大型会计师事务所更容易参与审计意见购买,向下不匹配加剧审计意见购买。对此,建议监管层按照十四届全国人大政府工作报告提出的“坚持依法监管,严格落实监管责任,提升监管精准性”的要求,将证券审计市场监管重点放在向下不匹配的公司,阻止公司通过更换小型会计师事务所来获得更有利的审计意见而实施审计意见购买;对向上不匹配的公司可以实施较少的监管措施,提升审计意见购买监管的精准性,减少监管成本。第二,遵循审计师客户资源配置与审计意见购买的内在规律,提升监管的有效性。本文深入探究了审计师客户资源配置与审计意见购买的内在发展规律,研究发现向下不匹配加剧审计意见购买,而向上不匹配则抑制审计意见购买,新《证券法》改善了审计师客户资源配置的匹配度,使得向上不匹配对审计意见购买的影响由不显著的抑制效应变为显著的抑制效应进而抑制审计意见购买。建议监管层遵循审计师客户资源配置与审计意见购买的内在机制机理,强化对审计师客户资源向下配置的监管,提升审计意见购买监管的有效性。第三,加大新《证券法》执法力度,服务资本市场和社会经济高质量发展。尽管《证券法》修订后审计师客户关系不匹配抑制了审计意见购买、改善了审计质量,但是新《证券法》对审计师客户关系向下不利匹配关系的纠偏效应并不明显,前一期向下不匹配的公司并没有向上选择大型会计师事务所来改善审计师客户关系的向下不利匹配关系,相反通过审计师更换继续在当期选聘小型会计师事务所,表明新《证券法》在抑制审计师客户关系向下不利匹配关系方面发挥的作用比较有限。因此,建议监管层加大新《证券法》执法力度,对审计师客户关系向下不利匹配关系实施有效的纠偏措施,切实抑制审计师客户关系不利匹配关

系对资本市场的影响,助力资本市场和社会经济高质量发展。第四,以适配性为抓手对涉嫌审计意见购买的公司实施深度监管。本文的研究发现,前一期向下不匹配的公司当期继续选聘小型会计师事务所加剧了审计意见购买,这表明在新《证券法》加大监管力度的背景下,我国证券审计市场仍然存在通过选聘小型会计师事务所而实施审计意见购买的主观故意。尽管监管层对证券审计市场中的审计意见购买行为高度警惕,近年来证券交易所对证券市场可能进行审计意见购买的公司进行监管问询,但审计意见购买监管问询后鲜有对涉嫌审计意见购买公司的深度监管,对涉及审计意见购买的监管问询,其结果基本上都是不了了之。对此,建议监管层贯彻十四届全国人大政府工作报告提出的“压实企业主体责任、部门监管责任”的要求,以审计师客户关系适配性为抓手,对涉嫌审计意见购买的公司实施深度监管,提升新《证券法》的审计监管效果。

参考文献:

- [1]周华,戴德明,刘俊海. 增强审计监督合力:基于注册会计师行业职能的历史考察[J]. 中国社会科学,2022(4): 83-101,206.
- [2]SHU S Z. Auditor Resignations: Clientele effects and legal liability [J]. Journal of accounting and economics, 2000, 29 (2): 173-205.
- [3]LANDSMAN W R, NELSON K K, ROUNTREE B R. Auditor switches in the pre-and post-Enron Eras: risk or realignment? [J] The accounting review, 2009, 84 (2): 531-558.
- [4]王文姣,王靖懿,傅超. 客户和审计师不匹配关系与会计稳健性[J]. 审计研究,2020(3):105-114.
- [5]沈娅莉,常越. 客户—审计师不匹配关系与真实盈余管理:基于机构投资者的调节视角[J]. 财经理论研究, 2022(2):74-88.
- [6]董沛武,程璐,乔凯. 客户关系是否影响审计收费与审计质量[J]. 管理世界,2018,34(8):143-153.
- [7]BENNETT G B, HATFIELD R C. The effect of the social mismatch between staff auditors and client management on the collection of audit evidence [J]. The accounting review, 2013, 88(1): 31-50.
- [8]BROWN S V, KNECHEL W R. Auditor-client compatibility and audit firm selection [J]. Journal of accounting research, 2016, 54(3): 725-775.
- [9]LAI K-W, LEUNG P W. Auditor-client match: timing of auditor change following mismatch and improvement through the change [J]. Managerial auditing journal, 2023, 38(5): 579-601.
- [10]DODGSON M K, AGOLIA C P, BENNETT G B, et al. Managing the auditor-client relationship through partner rotations: the experiences of audit firm partners [J]. Accounting review, 2020, 95(2):89-111.
- [11]王彪华,唐凯桃,陈凯歌. 签字审计师超额配置与分析师关注[J]. 中国软科学,2021(11):117-125.
- [12]王咏梅,王鹏. 中国会计师事务所的加盟战略效果研究[J]. 管理世界,2012(3):61-71.
- [13]马晨,程茂勇,张俊瑞. 事务所变更更能帮助公司提升审计质量吗?:来自二次财务重述的经验证据[J]. 中国软科学,2014(10):109-120.
- [14]程璐,董沛武,于海瀛. 区域会计师事务所数量对审计质量的影响研究[J]. 中国软科学,2019(5):104-115.
- [15]李睿,陈露丹,张铎兮. 会计师事务所利益派系与审计业务安排[J]. 会计研究,2022(10):179-192.
- [16]李璐,严永焕,阮茜. 审计师客户不匹配关系如何影响资本市场信息环境?:基于关键审计事项披露视角[J]. 审计与经济研究,2022,37(6):32-42.
- [17]李青原,赵艳秉. 企业财务重述后审计意见购买的实证研究[J]. 审计研究,2014(5):101-107.
- [18]CHUNG H, KIM Y, SUNWOO H Y. Korean evidence on auditor Switching for opinion shopping and capital market perceptions of audit quality [J]. Asia-Pacific journal of accounting and economics, 2021, 28(1): 71-93.
- [19]黄崑,张立民. 监管政策、审计师变更与后任审计师谨慎性[J]. 审计研究,2010,153(1):65-74,64.
- [20]DEFOND M L, WONG T J, LI S. The impact of improved auditor independence on audit market concentration in China [J]. Journal of accounting and economics, 2000, 28 (3): 269-305.
- [21]CHUNG H, SONU C H, ZANG Y, et al. Opinion shopping to avoid a going concern audit opinion and subsequent audit quality [J]. Auditing: a journal of practice & theory, 2019,38(2):101-123.
- [22]薛爽,耀友福,王雪方. 供应链集中度与审计意见购买[J]. 会计研究,2018(8):57-64.
- [23]沈喆,张锟澎. 企业 ESG 表现与审计意见购买[J]. 山西财经大学学报,2024,46(1):114-126.
- [24]陈宋生,曹圆圆. 股权激励下的审计意见购买[J]. 审

计研究,2018(1):59-67.

[25] AMIN K, ESHLEMAN D, GUO P. Investor sentiment and audit opinion shopping [J]. Auditing: a journal of practice & theory, 2021, 40(3):1-26.

[26] 江雅婧,郭炯. 中小投资者保护何以抑制审计意见购买:基于投服中心行权视角[J]. 山西财经大学学报,2024, 46(3):111-126.

[27] 闫焕民,朱紫玲,熊洪莉. 机构投资者调研与公司审计意见购买行为:刺激效应还是抑制效应? [J]. 管理工程学报,2024,38(2):104-120.

[28] DU X, XIAO L, DU Y. Does CEO-Auditor dialect connectedness trigger audit opinion shopping? evidence from China [J]. Journal of business ethics, 2023, 184(2): 391-426.

[29] BERGLUND N R, DRAEGER M, STERIN M. Management's undue influence over audit committee members: evidence from auditor reporting and opinion shopping [J]. Auditing: a journal of practice & theory, 2022, 41(1):49-74.

[30] LIN Zhijun, WANG Longmei. Analyst following, financial constraint, and audit opinion shopping: from the perspective of earning management [J]. Journal of international financial management & accounting, 2023, 34(1):71-96.

[31] 张岩. 新《证券法》的实施改善了资本市场信息环境吗:基于分析师盈余预测准确度的解释[J]. 当代财经, 2024(4):58-70.

[32] 甄红线,李佳. 法治建设与债券信用利差:基于新《证券法》审议通过的准自然实验研究[J]. 证券市场导报, 2024(1):53-63.

[33] 姜华东,黄波. 新《证券法》、可感知法律威慑力与内幕交易零容忍监管[J]. 会计与经济研究,2021,35(2): 84-102.

[34] 徐文鸣. 民事责任能威慑证券市场违法行为吗:基于证券代表人诉讼判决的准自然实验[J]. 广东财经大学学报,2022,37(2):100-112.

[35] 赵瑞瑞,陈运森. 蚍蜉撼大树? 中小股东诉讼的市场反应研究[J]. 财经研究,2023,49(11):65-79.

[36] 杨志强,彭韵,石水平. “瞒天过海”:集体诉讼与投资者调研:基于新《证券法》颁布的事件研究[J]. 外国经济与管理,2021,43(10):135-152.

[37] 姜华东,乔晓楠. 法律完备度、激励合约与股价操纵[J]. 系统管理学报,2023,32(3):617-633.

[38] 王雪. 新《证券法》实施与公司避税[J]. 财会月刊,

2024,45(7):51-57.

[39] 唐雪松,廖强,白静. 法律基础建设与上市公司信息披露决策:基于新《证券法》的准自然实验[J]. 当代经济科学,2023,45(3):127-138.

[40] 孙洁,王梓臣. 新《证券法》的信息效应:基于业绩预告的证据[J]. 广东财经大学学报,2023,38(4):77-97.

[41] 郭飞,李鑫,王亮. 法律基础建设与审计收费:来自新《证券法》的证据[J]. 上海财经大学学报,2024,26(2): 80-94.

[42] 张岩,吴芳. 证券市场法律威慑力与审计定价:基于新《证券法》的准自然实验[J]. 财经论丛,2024(3):58-68.

[43] BROCARD M, FRANKE B, VOELLER D. Enforcement actions and auditor changes [J]. European accounting review, 2018, 27(3): 407-436.

[44] DEFOND M L, LENNOX C S. The effect of SOX on small auditor exits and audit quality [J]. Journal of accounting and economics, 2011, 52(1):21-40.

[45] DEANGELO L E. Auditor size and audit quality [J]. Journal of accounting & economics, 1981, 3(3):183-199.

[46] COMPTON J, HUANG H. Does auditor size matter? evidence from small audit firms [J]. Advances in accounting, 2015, 31(1): 11-20.

[47] WILSON T, GRIMLUND R. An examination of the importance of an auditor's reputation [J]. Auditing: a journal of practice & theory, 1990, 9(2):43-59.

[48] BERKOWITZ D, LIN C, MA Y. Do property rights matter? evidence from a property law enactment [J]. Journal of financial economics, 2015, 116(3): 583-593.

[49] BILLS K. The effect of significant changes in auditor clientele and auditor-client mismatches on audit quality [D]. Norman:University of Oklahoma, 2012.

[50] LENNOX C. Do companies successfully engage in opinion-shopping? evidence from the UK [J]. Journal of accounting and economics, 2000, 29(3): 321-337.

[51] 李青原,陈世来,陈昊. 金融强监管的实体经济效应:来自资管新规的经验证据[J]. 经济研究,2022,57(1): 137-154.

[52] CHEN F, PENG S, XUE S, et al. do audit clients successfully engage in opinion shopping? partner-level evidence [J]. Journal of accounting research, 2016, 54(1):79-112.

(本文责编:希 文)