

媒体监督影响审计师的审计意见决策吗？

——来自中国证券市场的实证证据

余玉苗¹, 张建平², 梁红玉³

(1. 武汉大学 经济与管理学院, 湖北 武汉 430072;

2. 广东商学院 会计学院, 广州 广东 510320; 3. 广东商学院 金融学院, 广州 广东 510320)

[摘要]媒体监督在公司治理中的作用已引起了广泛的关注,然而关于媒体监督对审计师行为的影响这一论题的研究还不多见。以2001年到2009年中国A股上市公司为样本,首次对媒体监督是否影响以及如何影响审计师的意见决策进行实证考察。结果发现,媒体对上市公司负面报道越多,审计师对其发表非标准审计意见的概率越大;国际“四大”会计师事务所的声誉机制并不能加强这一结论;当年财经媒体对上市公司负面报道越多,审计师改善次年审计意见类型的概率越高。这说明媒体监督起到了审计治理的作用。

[关键词]媒体监督; 审计风险; 审计声誉; 审计意见; 公司治理; 审计师行为; 审计治理

[中图分类号]F239.43 **[文献标识码]**A **[文章编号]**1004-4833(2013)01-0026-11

一、引言

在高度信息化的当今社会,报纸、电视、网络等媒体发挥着收集和传播信息的重要功能。媒体通过引导公众话题和舆论导向,在公司治理中的监督作用已被广泛认可^[1-7]。然而,媒体报道了上市公司的负面信息后,也会“殃及池鱼”。2001年轰动一时的“安然事件”最先由美国《财富》杂志发表的《安然股价是否太高?》对其进行揭露,继而引起了公众的广泛关注,安达信会计公司也随之遭遇灭顶之灾。2001年8月,“银广夏”虚构主营业务收入和巨额利润的问题被媒体曝光后,为其出具严重失实审计报告的中天勤会计师事务所也东窗事发,执业资格及证券相关业务许可证被吊销,签字的两名注册会计师被依法追究刑事责任。众多案例表明,被媒体负面报道的上市公司更容易受到监管机构、投资商等其他利益相关者的关注,潜在风险较大,这对审计师起到了风险警示作用,甚至直接影响着会计师事务所的荣辱存亡。然而,有关媒体监督与独立审计关系的研究文献凤毛麟角。媒体监督是否影响了审计师的决策行为?如果有那么是如何影响的?这是非常值得研究的审计问题。

本文的主要贡献体现在以下几点。第一,通过手工收集我国上市公司和媒体报道的有关数据,深入分析媒体监督对审计师发表审计意见这一行为的影响,以期发现媒体监督对审计师行为的治理效应。以往文献大多从公司治理角度考察媒体报道的作用^[1-7],鲜有学者从独立审计的角度考察媒体负面报道的效应,本文从媒体负面报道影响了审计师判断和发表审计意见行为这一角度出发研究了媒体监督的治理效应。第二,本文实证检验了以下研究结论即国际“四大”会计师事务所的审计声誉机

[收稿日期]2011-06-29

[基金项目]国家自然科学基金项目(70702018;70572063);教育部人文社会科学研究规划基金项目(10YJA790236)

[作者简介]余玉苗(1965—),男,安徽金寨人,武汉大学经济与管理学院教授,博士生导师、会计系副主任,武汉大学MPAcc教育中心副主任,从事资本市场中的财务与会计问题、审计理论与方法研究;张建平(1981—),女,湖北武汉人,广东商学院会计学院讲师,博士,从事资本市场会计与审计研究;梁红玉(1982—),女,广东高州人,广东商学院金融学院讲师,博士,从事公司财务研究。

制并不能加强媒体监督的治理效应,为“声誉机制有助于发挥媒体监督的治理作用”这一结论提供了相反的证据,补充了现有的研究结论。第三,本文运用动态的视角考察了媒体负面报道对审计师次年发表审计意见的影响,更加注重媒体监督的长期效应,这点与之前只关注短期治理效应的研究相比有了明显的进步。本文研究发现,媒体对上市公司负面报道越多,审计师发表非标准审计意见的概率越大。国际“四大”会计师事务所的声誉机制并不能加强这一结论;当年财经媒体对上市公司负面报道越多,审计师改善次年审计意见类型的概率越高。这一结论表明媒体监督影响了审计师发表审计意见的决策,对独立审计质量也具有治理作用。

文章接下来的安排如下:第二部分就相关文献进行回顾;第三部分为理论分析与研究假设的推演;第四部分为研究设计,包括样本选取、数据来源、变量选择和模型构建;第五部分为实证检验结果及其分析和稳健性检验;最后为本文的结论与启示。

二、文献回顾

媒体作为现代经济生活中非常重要的信息媒介,是解决信息不对称的有效渠道。严晓宁认为媒体具有解决信息不对称、监管公司和协调利益群体等多元功能^[8]。张焯则指出,从信息披露的角度看,权威而又独立的媒体报道将会减少投资者获取信息的成本,引导舆论导向,使投资者形成正确的投资理念;从公司治理的角度来看,权威媒体的报道可通过社会舆论压力等途径对企业经理层的声誉施加影响,迫使他们积极行动,进而引致公司相关法律的变革^[9]。

媒体监督的治理效应已得到国内外学者的普遍认可。Besley 和 Pratt 认为媒体监督是社会民主监督机制中不可缺少的监督形式,是社会制度的一部分^[10]。Dyck 和 Luigi 认为媒体监督作为一种非正式的外部约束和惩戒机制,有利于改进公司治理安排,对管理层的决策产生重要的影响,促使管理层行为符合股东价值最大化的目标^[11]。Dyck 和 Zingales 以发行量作为媒体影响力的代理变量,研究发现媒体能有效降低控制权的私人收益^[1]。Miller 认为媒体在揭示会计丑闻的过程中扮演了积极的“看门狗”角色^[2]。Dyck 等进一步发现,媒体曝光能促使企业改正侵害外部投资者权益的行为^[12]。Joe 等发现,在媒体曝光缺乏效率的董事会名单后,这些公司通常会采取积极措施以提高董事会效率^[3]。另外,Joe 通过实验研究发现媒体对上市公司的负面报道也会影响到审计师的行为,指出审计师能够借助媒体的负面报道感知客户的破产风险进而修正审计意见^[13]。

我国学者同样证实了媒体监督的公司治理作用。李培功、沈艺峰证实了媒体对上市公司的负面报道有助于提高该公司的治理水平,有助于保护外部投资者权益,另外,上市公司改正违规行为的概率会随着媒体负面报道次数的增加而提高^[5]。辛宇、徐莉萍发现,在控制其他影响因素的前提下,媒体关注度越高,公司治理环境越好,中小流通股股东所面临的信息风险越低,其所要求的实际对价也会相对较低^[6]。权小锋、吴世农的研究显示,媒体关注有效地抑制了管理层的盈余操纵行为,从而提高了会计信息质量并最终提升了市场对盈余构成信息的定价效率,降低了应计的误定价^[14]。李焰、秦义虎发现媒体负面报道量和独立董事的辞职概率显著正相关,且影响力越大的媒体对独立董事辞职概率的影响越大;媒体报道之后,越重视自己声誉的独立董事辞职的概率越大,说明声誉机制可以发挥很好的治理作用^[15]。

从以上研究结论可以看出,媒体在公司治理中的监督作用主要是减少上市公司与利益相关者之间的信息不对称、降低信息成本、发挥舆论引导作用,以使上市公司备受关注,乃至直接影响经理人的声誉或使其面临风险,进而促使其改进行为、提高公司治理水平。媒体监督的公司治理机制在独立审计中是否也适用呢? Joe 仅通过实验的方式对此做了初步判断,其结论难具普适性^[3]。且现有文献仍然缺乏来自中国关于媒体监督影响审计师决策的经验证据。基于这点考虑,本文拟选取九年的观测数据来检验这个问题,以拓展对媒体监督治理作用以及审计意见决策影响因素方面的研究。

三、理论分析与研究假设

(一) 媒体监督与审计意见

安然、中天勤等一系列公司会计舞弊案件发生后,审计风险显著增加,审计师的执业风险意识得到增强^[16-17]。这是因为,一方面随着媒体业的蓬勃发展和信息传递成本的日益降低,媒体之间的竞争日益加剧,越来越多的热点新闻、明星公司被媒体争相报道,上市公司的信息日益透明化;另一方面,证券监管机构和行业组织为保护投资者权益,不断加强对审计师的监管检查与处罚力度。由此,规避风险成为影响审计决策的重要因素。为了规避审计风险,审计师必须针对公司财务报告的各个环节执行更多测试,以尽可能地发现财务报表存在的重大错报。此时,充分利用各种信息尤其是媒体报道的公司信息就成为审计师的理性选择。某种意义上,媒体对上市公司的负面报道降低了审计师与上市公司之间的信息不对称程度。审计师关注公司的负面新闻为其实施重点审计提供了思路,这将有助于审计师发现公司财务报告中可能存在的重大错报。同时,审计师可利用媒体报道某公司的负面新闻,尤其是资深财经记者深度挖掘的有用信息,收集充分的审计证据以降低检查风险,且更容易察觉可能存在的错报,从而更倾向于发表非标准审计意见。

“银广夏”事件的爆发,使得会计实务界和理论界更加深刻地感受到前所未有的审计风险,风险导向审计开始风靡全球。刘峰和许菲认为风险导向型审计的实质在于风险控制,而与审计相关的风险最终都体现为客户的经营风险^[18]。如果客户没有出现重大“丑闻”或者经营失败,审计师通常不会承受风险。而被媒体负面报道的上市公司可能传递出错报风险较高的信号,审计师感受到较高的审计风险,因而秉持更加谨慎的职业态度,加大审计资源的投入,从而更可能发现错报。同时,被媒体负面报道的公司更容易引起监管部门的关注,审计师出于防范风险的考虑,更可能出具非标准审计意见。Joe 也认为被媒体负面报道的客户更容易被审计师觉察到其破产风险,从而导致审计师修改审计意见^[19]。杨德明的研究表明,被媒体负面报道的上市公司更容易收到非标准审计意见^[20]。这其中的原因是那些负面新闻较多的公司财务报告存在重大错报的可能性较大,被监管部门“盯住”的可能性也较大,出于规避审计风险的考虑,审计师更倾向于出具非标准审计意见的报告。基于此,我们提出如下假设。

假设 1:在其他条件不变的情况下,媒体对上市公司负面报道越多,审计师对公司出具非标准审计意见的概率越高。

(二) 媒体监督、声誉机制与审计意见

媒体的报道能迅速扩散信息,提高事件的知名度,短时间内使得受众群体人数剧增,从而更有利于市场声誉机制作用的发挥,借以制约上市公司行为^[1]。另外,媒体的报道也会通过社会大众的舆论压力,迫使行政管理机构修改公司法并有效实施、督促董事会或管理者保持“好”声誉、影响公司公众形象途径从而实现公司治理作用^[10,21]。媒体依赖外部监督机制和声誉机制发挥监督治理作用同样适用于独立审计领域。媒体对上市公司的负面报道引起了相关利益群体的关注,在媒体的频频曝光下,行政监管机构迫于公众舆论的压力会调查上市公司,为其提供审计服务的注册会计师也会“被接受”大众视线的严格审查。在这种放大镜的作用下,审计师会格外注重自己的声誉^①,努力维持“好”的社会声誉和公众形象。而良好的独立审计声誉机制对于会计师事务所的发展尤为重要,良好的审计声誉具有信号传递功能、质量担保功能、节约社会成本功能和规范与发展功能。反之,如果审计师没有对被媒体负面报道的上市公司保持较好的独立性,未履行相应的职责,提供了质量差的审计

^①所谓独立审计声誉是指社会公众对事务所的审计服务质量予以信任和赞美的程度,它是由知名度、美誉度、客户忠诚度等内在品质构成的。具体包括卓越的审计服务品质、足够的综合能力、适度的事务所规模、较高的品牌专用性以及较悠久的历史沉淀。

服务,良好的声誉就会毁于一旦。另外,在媒体曝光之后,公众的聚焦之下,审计师很可能遭遇诉讼风险。作为理性的“经济人”,审计师为了获取审计业务的持续经济准租和未来预期收益,会避免参与审计合谋、偷懒等行为,这点在国际“四大”会计师事务所表现得尤为明显^[22]。鉴于国际“四大”所有较大的规模、严格的人才筛选和培训制度、雄厚的资历及良好的声誉,因此笔者认为在同等条件下,国际“四大”所比其他所更注重审计声誉,在媒体披露被审计方负面信息时,国际“四大”所比非“四大”所更倾向于发表非标准审计意见。因此我们提出假设2。

假设2:在其他条件不变的情况下,媒体对上市公司负面报道越多,国际“四大”会计师事务所比非“四大”所发表非标准无保留审计意见的概率更高。

(三) 媒体监督与次年审计意见改善

当年媒体对上市公司的负面报道是否也会影响到次年审计师出具的审计意见类型呢?笔者认为媒体对上市公司的负面报道会从如下两个方面影响到下一年度审计师选择审计意见类型。第一,基于媒体的信息传播功能,当媒体对上市公司负面报道越多,这种坏消息的迅速广泛传播会降低投资者的预期,使投资者竞相抛售股票,引起股价的下跌。一方面,市场回报的减少会降低公司市场价值,导致股东财富遭受损失,从而使得股东、董事会和管理层迫于重大压力而积极采取相应措施,提高管理效率,改善公司经营绩效,因而次年被出具标准审计意见的概率加大。另一方面,媒体的曝光,受众的舆论也会引起行政监管部门的关注,通过行政介入和管制,迫使上市公司加强管理,改善企业绩效^[5]。第二,基于媒体的监督治理功能,当年媒体对上市公司负面报道越多,审计师越倾向于对其出具非标准审计意见。这会使得管理者面临巨大压力,从而提高管理效率,改善企业绩效,以争取次年被审计师出具标准无保留审计意见^[23]。综上所述,我们可以看到,无论是从媒体的信息传播功能和监督治理功能,还是从管理者和审计师的“经济人”角度以及市场、行政监管机构角度,都可以推断本年上市公司被财经媒体负面报道越多,下一年度其审计意见类型改善的概率越高,故我们可以提出假设3。

假设3:当年上市公司被财经媒体负面报道次数越多,审计师改善次年审计意见的概率会越高。

四、研究设计

(一) 样本选择

本文的样本数据取自于CSMAR数据库,其中媒体对上市公司负面报道的数据是通过中国资讯行的中国商业报告库手工收集而成的。数据选取的时间段是2001年到2009年,公司样本主要是A股非金融类上市公司,并剔除掉每股净资产为负以及财务数据和公司治理数据缺省的公司。为了消除异常值的影响,本文还对除媒体监督、审计意见以外的所有连续变量在0—1%和99%—100%之间进行了Winsorize处理,最终得到5476个样本观测值。其中,财务数据和公司治理数据来自于CSMAR数据库,媒体监督数据来自于中国资讯行的中国商业报告库。所有数据均使用Stata11软件进行分析处理。

(二) 变量描述

1. 因变量。本文采用审计意见类型(Audtyp)作为因变量。其中审计意见类型为虚拟变量,如为标准无保留意见取值为“0”,如为其他四种审计意见类型则取值为“1”。

2. 测试变量。本文以媒体监督作为测试变量。媒体监督是指媒体对上市公司的负面报道^①,本文使用每年媒体对上市公司的负面报道次数作为媒体监督的替代变量^②^[14-15]。这些新闻报道来自中

^①负面报道的界定根据媒体对公司新闻报道的标题和内容中是否包含揭露、批评、质疑和负面评价的语言来判断。几位博士研究生分别判断,最后讨论得出。

^②合理的做法是在考虑媒体级别、出版自由度和独立性、发行量或受众数量(如报刊的发行量、电视的收视率和网络的点击率)等因素基础上,赋以权重分别度量各类媒体监督作用的差异性,但我们认为赋值难免带有主观臆断性,缺乏说服力,故本文没有考虑。

国证券报、证券时报、证券日报、上海证券报、财经、21世纪经济报道、每日经济新闻、第一财经日报、南方都市报、经济观察报、新京报等一百多家新闻媒体。数据基本涵盖了主要财经媒体报道的所有关于上市公司上市之后的相关新闻。参照其他研究的做法,另取 $Media1 = \ln(\text{上市公司被媒体负面报道的次数} + 1)$ [24]。

3. 控制变量。结合已有研究,上市公司规模、现金流量、资产负债率、公司盈利能力、是否“四大”所审计、业务复杂程度、股权集中度、董事会规模、上市年份数、上市公司实际控制人性质^①等因素会影响上市公司的审计意见类型 [22-30],因此我们控制了以下变量(见表1)。另外我们也对行业和年度因素进行了固定效应的处理。

(三) 模型构建

表1 各个变量的定义

借鉴以往文献,本文构建如下逻辑回归模型(1) 检验假设1。

$$Logisit(Audtyp = 1)_{k,t} = \beta_0 + \beta_1 Media_{k,t} + \sum_{i=1}^{i=15} \beta_i Control_{i,t} + Fixeffect_{k,t} + \xi_{k,t} \quad (1)$$

针对假设2,在模型(1)的基础上添加媒体负面报道与审计师类型的交乘项构建模型(2)。

$$Logisit(Audtyp = 1)_{k,t} = \beta_0 + \beta_1 Media_{k,t} \times Big4_{k,t} + \sum_{i=1}^{i=15} \beta_i Control_{i,t} + Fixeffect_{k,t} + \xi_{k,t} \quad (2)$$

针对假设3,我们构建如下模型(3)。

$$Logisit(AudtypC = 1)_{k,t} = \beta_0 + \beta_1 Media_{k,t-1} + \sum_{i=1}^{i=15} \beta_i Control_{i,t} + Fixeffect_{k,t} + \xi_{i,t} \quad (3)$$

变量类型	变量名称	变量符号	变量定义
因变量	审计意见	Audtyp	审计意见为非标准无保留意见取“1”,否则取“0”
		Media	每年媒体对企业的负面报道次数
		Media1	$\ln(\text{上市公司被负面报道次数} + 1)$
测试变量	媒体监督	Media_lag	Media的滞后一期的工具变量
		Media1_lag	Media1的滞后一期的工具变量
	交乘项	Media × Big4	媒体报道的次数与审计师类型的交互变量
控制变量	企业规模	Size	年末资产的自然对数
	现金流量	Cfo	经营活动的现金流量/期末总资产
	净利率	Roa	净利润/期末总资产
	资产负债率	Leverage	总负债/总资产
	应收账款比率	Recreate	应收账款/总资产
	流动性	Liquidity	流动资产/总资产
	速动比率	Quick	(流动资产 - 存货)/流动负债
	销售增长率	Salegr	主营业务收入增长率
	可操控性应计	EM	可操作性应计盈余利润的绝对值
	股权集中度	Share1	第一大股东持股比例
		Share2	第二大股东至第十大股东持股比例之和
	董事会规模	Board	董事会总人数的自然对数
	审计师类型	Big4	如果由国际“四大”所审计取“1”,否则取“0”
上市年数	Lyear	上市年份数,即用当年年数减去上市时间	
企业性质	Nature	如果国有控股公司取“1”,非国有控股公司取“0”	

五、实证检验及其结果分析

(一) 描述性统计及 T 检验

下页表2列示出主要变量的描述性统计数值。其中,审计意见均值为0.1127,可见标准审计意见居多。媒体监督次数的特征值说明媒体对上市公司的报道存在轰动效应,但经过自然对数处理后,均值变为0.2807,标准差由原来的1.2243变为0.4851,最大值由也原来的18降为2.9444。其中选择国际“四大”所的样本均值为0.0405,预示着本土会计师事务所更受我国上市公司的青睐,国际

^①实际控制人性质是根据CSMAR数据库(或CCER数据库)中关于实质控制人性质的规定来界定的,其中实际控制人是按照《上市公司收购管理办法》的标准界定,即如果收购人有下列情形之一的,构成对一个上市公司的实际控制:在一个上市公司股东名册中持股数量最多的,但是有相反证据的除外;能够行使、控制一个上市公司的表决权超过该公司股东名册中持股数量最多的股东的;持有、控制一个上市公司股份、表决权的比例达到或者超过百分之三十的,但是有相反证据的除外;通过行使表决权能够决定一个上市公司董事会半数以上成员当选的;中国证监会认定的其他情形。因此在文中应该是实质上控制。

“四大”所会遭受冷遇。企业性质的均值为 0.7124,说明被媒体报道的大部分公司为国有控股上市公司

表 2 主要变量的描述性统计

样本	标准审计意见样本(4859个观测值)					非标准审计意见样本(617个观测值)					整体样本(5476个观测值)					T检验
	均值	标准差	中位数	最小值	最大值	均值	标准差	中位数	最小值	最大值	均值	标准差	中位数	最小值	最大值	
Audtyp	0	0	0	0	1	0	1	1	1	0.1127	0.3162	0.0000	0.0000	1.0000		
Media	0.4888	1.1019	0	0	18	1.0049	1.8739	0	0	14	0.5469	1.2243	0.0000	0.0000	18.0000	-9.9507 ***
Media1	0.2592	0.4601	0	0	2.9444	0.4498	0.6247	0	0	2.7081	0.2807	0.4851	0.0000	0.0000	2.9444	-9.2617 ***
Size	21.3682	0.9917	21.2776	18.1569	25.2206	20.5138	1.1076	20.5658	18.1569	23.7867	21.2731	0.8148	21.2010	20.0613	22.6431	19.8853 ***
Cfo	2.11e+08	5.65e+08	7.77e+07	-2.12e+09	7.26e+09	2.50e+07	1.60e+08	6114656	-5.56e+08	1.59e+09	1.90e+08	5.38e+08	6.62e+07	-2.12e+09	7.26e+09	8.1264 ***
Roa	0.0270	0.0641	0.0280	-0.8458	0.4286	-0.1175	0.2275	-0.0371	-1.1779	0.4286	0.0107	0.1074	0.0242	-1.1779	0.4286	34.7478 ***
Leverage	0.4965	0.2019	0.5021	0.0875	3.2148	1.0261	0.8360	0.7370	0.0875	3.2148	0.5561	0.3800	0.5160	0.0875	3.2148	-36.5754 ***
Recreate	0.1137	0.0989	0.0905	0	0.8561	0	0.1597	0.1332	0	0.9279	0.1206	0.1091	0.0940	0.0000	0.0000	-13.3451 ***
Liquidity	0.5118	0.1949	0.5107	0.0865	0.9505	0.5020	0.2266	0.5038	0.0865	0.9505	0.5107	0.1988	0.5107	0.0865	0.9505	1.1584
quick	1.0624	0.8871	0.8120	0.0713	5.6097	0.7775	0.8873	0.5674	0.0713	5.6097	1.0303	0.8916	0.7851	0.0713	5.6097	7.5133 ***
Salegr	0.2254	0.5680	0.1295	-0.8684	3.7884	-0.0303	0.6779	-0.0795	-0.8684	3.7884	0.1966	0.5869	0.1123	-0.8684	3.7884	10.2901 ***
EM	0.0771	0.0981	0.0524	0.0000	2.5312	0.0677	0.0627	0.5446	0.0003	0.5045	0.0761	0.0948	0.0526	0.0009	2.5312	2.3109 ***
Share1	0.4057	0.1682	0.3877	0.1	0.75	0.3391	0.1557	0.2950	0.1	0.75	0.3982	0.1681	0.3737	0.1000	0.7500	9.3405 ***
Share2	0.1711	0.1328	0.1381	0.0068	0.5194	0.2131	0.1392	0.2241	0.0068	0.5193	0.1758	0.1342	0.1461	0.0068	0.5193	-7.3718 ***
Board	9.4748	2.1923	9	4	19	9.0259	2.0567	9	3	15	2.2169	0.2308	2.1972	1.0986	2.9444	4.8234 ***
Big4	0.0432	0.2034	0	0	1	0.0194	0.1382	0	0	1	0.0405	0.1972	0.0000	0.0000	1.0000	2.8216 ***
Listyear	7.6602	3.6088	8	0	19	8.2853	3.5670	8	0	19	7.7306	3.6092	8.0000	0.0000	19.0000	-4.0578 ***
Nature	0.7294	0.4443	1	0	1	0.5786	0.4942	1	0	1	0.7124	0.4527	1.0000	0.0000	1.0000	7.8353 ***

注:T统计值为未被媒体负面报道的上市公司样本与被媒体负面报道的上市公司样本相关变量的均值检验,***、**、*分别表示在1%、5%和10%的水平上显著。

司。第一大股东持股比例最大值为 75%,最小值为 10%,均值为 39.82%,依然呈现一股独大的特征。第二大股东至第十大股东持股比例之和均值为 17.58%,不到第一大股东持股比例均值的一半,说明第一大股东与其他股东持股比例之和差额比较悬殊。另外,我们按照是否被审计师发表标准无保留意见将样本分为两组(即标准无保留意见和非标准无保留意见样本组)进行均值 T 检验,其结果列在表 2 最后一列。从表中可以看出,被审计师出具非标准审计意见样本组被媒体负面报道的次数显著高于标准审计意见样本组被媒体负面报道的次数,该结论通过了 1% 的显著性水平,这在一定程度上验证了假设 1。相对于非标准审计意见样本组,标准审计意见样本组具有更大的资产规模,更多的经营现金流量、更高的资产净利率、更高的速动比例、更高的销售增长率、更高的每股收益、更高的第一大股东比例、更大的董事会规模,更有可能是国有控股上市公司。另外我们也可以看出,“四大”所出具标准审计意见的概率要高于其他事务所。

(二) 相关性分析

表 3 列出了全样本各变量的 Pearson 的相关性分析结果。从中可以看出,自变量的相关系数均较小,不存在严重共线性问题。

(三) 多元回归结

表 3 各变量的 Pearson 相关性分析

果分析	相关系数									
	A 版	Audtyp	Media	Media1	Size	Cfo	Roa	Leverage	Recreate	Liquidity
下页表 4 提供了假设 1 的回归结果。表中第 2 列显示的是分别采用 Media 和 Media1 代入模型(1)对全样本进行的逻辑回归,媒体监督的回归系数均显著为正(p < 0.000)。这说明在控制其他变量后,上市公司被媒体负面报道的次数越多,审计师出具非标准审计意见的概率越大。另外,考虑到我国企业性质这一特殊因素,本文将样本按是否为国有控股进行分组回归,结果如第 4 列所示。不难	Audtyp	1								
	Media	0.1333 ***	1							
	Media1	0.1242 ***	0.9222 ***	1						
	Size	-0.2596 ***	0.072 ***	0.0753 ***	1					
	Cfo	-0.1092 ***	0.0623 ***	0.0624 ***	0.4782 ***	1				
	Roa	-0.4251 ***	-0.1512 ***	-0.1388 ***	0.2599 ***	0.1676 ***	1			
	Leverage	0.4432 ***	0.1146 ***	0.1105 ***	-0.1866 ***	-0.0448 ***	-0.4518 ***	1		
	Recreate	0.1775 ***	-0.0062	-0.0199	-0.2508 ***	-0.1767 ***	-0.2168 ***	0.0568 ***	1	
	Liquidity	-0.0157	-0.0039	-0.0099	-0.0423 ***	-0.1275 ***	0.0522 ***	-0.011	0.3709 ***	1
	Quick	-0.101 ***	-0.0403 ***	-0.0409 ***	-0.0787 ***	-0.0252 *	0.1924 ***	-0.4462 ***	0.106 ***	0.2357 ***
	Salegr	0.0008	-0.0089	-0.0105	-0.0065	-0.0082	0.0205	0.0147	0.0059	0.0442 ***
	EM	-0.0314 **	0.0106	0.0084	0.0075	0.0543 ***	0.0615 ***	0.0073	-0.0177	0.2325 ***
	Share1	-0.1253 ***	-0.0502 ***	-0.0512 ***	0.2047 ***	0.132 ***	0.134 ***	-0.1733 ***	0.0147	0.0145
	Share2	0.0991 ***	0.0309 **	0.0245 *	-0.1606 ***	-0.0196	-0.0524 ***	0.0899 ***	0.0486 ***	0.0061
	Board	-0.0651 ***	-0.0159	-0.0205	0.2276 ***	0.1421 ***	0.0868 ***	-0.0859 ***	-0.0585 ***	-0.0711 ***
	Big4	-0.0381 ***	0.0156	0.0076	0.2356 ***	0.2297 ***	0.0612 ***	-0.0528 ***	-0.0922 ***	-0.0719 ***
	Listyear	0.0548 ***	0.0746 ***	0.1024 ***	0.1055 ***	0.1033 ***	-0.0464 ***	0.2122 ***	-0.1659 ***	-0.0367 ***
	Nature	-0.1053 ***	-0.0338 **	-0.035 ***	0.2162 ***	0.0968 ***	0.0778 ***	-0.157 ***	-0.0284 **	-0.0654 ***
	B 版	Quick	Salegr	EM	Share1	Share2	Board	Big4	listyear	Nature
	Quick	1								
	Salegr	-0.013	1							
	EM	0.0517 ***	0.057 ***	1						
	Share1	0.0772 ***	0.0187	0.0042	1					
	Share2	0.012	-0.0008	0.0578 ***	-0.5906 ***	1				
	Board	-0.0035	-0.0355 ***	-0.057 ***	0.0112	0.0911 ***	1			
	Big4	0.0152	-0.0048	-0.0181	0.0634 ***	0.0439 ***	0.0874 ***	1		
	Listyear	-0.2048 ***	0.0193	0.0782 ***	-0.2993 ***	-0.0352 ***	-0.0929 ***	0.061 ***	1	
	Nature	0.0382 ***	-0.0282 **	-0.0652 ***	0.3039 ***	-0.2121 ***	0.1579 ***	0.0365 ***	-0.1124 ***	1

注:***、**、*分别表示在1%、5%和10%的水平上显著。由于版面限制,B版内容实质为A版内容的横向接续。

看出,企业性质并未影响到假设1的成立。

表4 模型(1)的回归结果(检验假设1)

	全样本		国有控股公司组		非国有控股公司组	
Media	0.1651 *** (4.52)		0.1593 *** (3.56)		0.1498 ** (2.25)	
Media1		0.4452 *** (4.36)		0.4742 *** (3.84)		0.3081 * (1.74)
Size	-0.2655 *** (-3.18)	-0.2613 *** (-3.14)	-0.1518 (-1.49)	-0.1468 (-1.45)	-0.3996 ** (-2.45)	-0.3651 *** (-3.05)
Cfo	-7.67e-10 *** (-3.18)	-7.73e-10 *** (-3.21)	-5.67e-10 ** (-2.28)	-5.67e-10 ** (-2.29)	-1.98e-09 *** (-2.97)	-2.12e-09 *** (-3.13)
Roa	-4.0240 *** (-4.10)	-4.0568 *** (-4.13)	-3.7924 *** (-2.93)	-3.7923 *** (-2.94)	-3.7744 ** (-2.37)	-3.5883 ** (-2.29)
Leverage	3.2422 *** (12.31)	3.2398 *** (12.31)	2.9473 *** (8.10)	2.9374 *** (8.07)	3.5133 *** (8.75)	3.3695 *** (8.27)
Recreate	2.5322 *** (4.75)	2.5283 *** (4.74)	2.4444 *** (3.55)	2.4182 *** (3.52)	3.0188 *** (3.38)	3.0539 *** (3.42)
Liquidity	-0.8745 ** (-2.38)	-0.8672 ** (-2.37)	0.5048 (1.08)	0.4959 (1.06)	-3.1169 *** (-4.80)	-3.0190 *** (-4.65)
Quick	0.3888 *** (4.94)	0.3887 *** (4.94)	0.3026 *** (3.12)	0.3037 *** (3.14)	0.4280 *** (2.89)	0.3810 ** (2.52)
Salegr	-0.5428 *** (-4.24)	-0.5412 *** (-4.24)	-0.8486 *** (-4.24)	-0.8452 *** (-4.23)	-0.2429 (-1.48)	-0.2304 (-1.41)
EM	-0.3685 (-0.45)	-0.3376 (-0.41)	0.0390 (0.04)	0.1211 (0.12)	-1.2562 (-0.81)	-1.3503 (-0.87)
Share1	0.2217 (0.45)	0.2210 (0.45)	0.6619 (1.11)	0.6628 (1.12)	-0.8672 (-0.86)	-0.8537 (-0.85)
Share2	1.0505 ** (2.00)	1.0713 ** (2.04)	1.9017 *** (2.92)	1.9080 *** (2.93)	-0.1195 (-0.12)	-0.2698 (-0.26)
Board	0.2489 (0.97)	0.2337 (0.91)	-0.2255 (-0.50)	-0.1449 (-0.47)	0.9428 * (2.06)	0.9996 ** (2.22)
Big4	0.0272 (0.07)	0.0410 (0.11)	-0.0225 (-0.05)	-0.0274 (-0.06)	0.1779 (0.23)	0.4022 (0.52)
Lyear	0.0451 * (1.85)	0.0461 * (1.91)	-0.0288 (0.94)	0.0321 (1.05)	0.0856 ** (1.98)	0.0763 * (1.77)
Nature	-0.0748 *** (-0.58)	-0.0717 (-0.56)				
常数项	0.2969 (0.872)	0.1729 (0.09)	-2.4524 (-1.08)	-2.6474 (-1.17)	3.0165 (0.82)	2.2624 (0.81)
年度/行业	控制	控制	控制	控制	控制	控制
N	5476	5476	3852	3852	1553	1553
LRchi ²	1365.94 ***	1365.41 ***	694.66 ***	696.69 ***	669.79 ***	670.98 ***
PseudoR ²	0.3542	0.3541	0.2921	0.2930	0.4784	0.4793

注:与变量名在同一列的数值为各变量的回归系数;下面的数值为其对应的z值,“***”、“**”、“*”分别表示在1%、5%和10%的水平上显著。

针对假设2,下页表5提供了模型(2)的回归结果,其中第2列是把全样本分别将Media和Media1以及Media×Big4和Media1×Big4测试变量代入进行逻辑回归,从中我们可以看出,交乘项Media×Big4并不显著,虽然媒体负面报道次数与审计师出具非标准审计意见成正相关这一结论仍成立。由此可以得出假设2不成立。另外我们按照以上方法将样本按照企业性质分成两组,即分为国有控股上市公司样本组和非国有控股上市公司样本组,结果发现针对不同的企业性质,假设2仍然不成立,这说明国际“四大”所的声誉机制在我国高质量审计需求严重不足的情况下并不能起到很好的

激励作用。

表5 模型(2)的回归结果分析(检验假设2)

	全样本(5421)		不同企业性质分组回归			
			国有控股组(3817)		非国有控股组(1535)	
Media	0.1834 ^{***}		0.1770 ^{***}		0.1751 ^{**}	
	(4.81)		(3.91)		(2.33)	
Media1		0.4833 ^{***}		0.5288 ^{***}		0.2936
		(4.63)		(4.20)		(1.48)
Media * Big4	-0.2245		-0.4680		-0.1017	
	(-0.89)		(-0.99)		(-0.50)	
Media1 * Big4		-0.5497		-1.1525		0.3340
		(-0.81)		(-1.15)		(0.36)
Big4	0.3426	0.3690	0.3362	0.4029	0.5540	0.2456
	(0.86)	(0.88)	(0.75)	(0.87)	(0.65)	(0.23)
Size	-0.3130 ^{***}	-0.3115 ^{***}	-0.2101 ^{***}	-0.2102 ^{**}	-0.4215 ^{**}	-0.4162 ^{***}
	(-4.60)	(-4.59)	(-2.43)	(-2.44)	(-3.42)	(-3.39)
Cfo	-7.59e-10 ^{***}	-7.39e-10 ^{***}	-5.49e-10 ^{**}	-5.23e-10 ^{**}	-2.31e-09 ^{***}	-2.31e-09 ^{***}
	(-2.84)	(-2.80)	(-1.96)	(-1.89)	(-3.23)	(-3.26)
Roa	-3.8697 ^{***}	-3.8934 ^{***}	-3.8669 ^{***}	-3.8991 ^{***}	-3.6487 ^{**}	-3.5675 ^{**}
	(-3.89)	(-3.90)	(-2.94)	(-2.96)	(-2.28)	(-2.21)
Leverage	3.0665 ^{***}	3.0657 ^{***}	2.7830 ^{***}	2.7722 ^{***}	3.2763 ^{***}	3.2784 ^{***}
	(11.58)	(11.58)	(7.70)	(7.65)	(7.99)	(7.98)
Recreate	2.4847 ^{***}	2.4793 ^{***}	2.3585 ^{***}	2.3526 ^{***}	3.2197 ^{***}	3.1332 ^{***}
	(4.61)	(4.60)	(3.38)	(3.37)	(3.53)	(3.45)
Liquidity	-0.6769 [*]	-0.6725 [*]	0.6932	0.6878	-2.9716 ^{***}	-2.9225 ^{***}
	(-1.79)	(-1.78)	(1.44)	(1.43)	(-4.43)	(-4.37)
Quick	0.3316 ^{***}	0.3320 ^{***}	0.2691 ^{***}	0.2674 ^{***}	0.2899 [*]	0.2879 [*]
	(4.07)	(4.07)	(2.75)	(2.73)	(1.77)	(1.76)
Salegr	-0.4988 ^{***}	-0.4998 ^{***}	-0.7779 ^{***}	-0.7756 ^{***}	-0.2154	-0.2174
	(-3.93)	(-3.94)	(-3.93)	(-3.92)	(-1.30)	(-1.31)
EM	-0.4378	-0.3923	-0.0387	0.0438	-1.3012	-1.3081
	(-0.53)	(-0.48)	(-0.04)	(0.04)	(-0.84)	(-0.85)
Share1	0.1481	0.1503	0.6793	0.6475	-1.1997	-1.1396
	(0.30)	(0.30)	(1.12)	(1.07)	(-1.15)	(-1.10)
Share2	1.0023 [*]	1.0270 [*]	1.99961 ^{***}	1.9886 ^{***}	-0.4038	-0.3554
	(1.87)	(1.92)	(3.01)	(3.00)	(-0.38)	(-0.34)
Board	0.4103	0.3863	-0.0143	0.0060	1.1257 ^{**}	1.0998 ^{**}
	(1.62)	(1.53)	(0.05)	(0.02)	(2.45)	(2.39)
Lyear	0.0389	0.0405 [*]	-0.0264	0.0291	0.0763 [*]	0.0750 [*]
	(1.56)	(1.62)	(0.84)	(0.93)	(1.74)	(1.71)
Nature	-0.0440	-0.0393				
	(-0.34)	(-0.30)				
常数项	1.1093	1.0456	-1.6082	-1.6904	3.5650	3.5155
	(0.71)	(0.67)	(-0.80)	(-0.85)	(1.24)	(1.23)
年度/行业	控制	控制	控制	控制	控制	控制
N	5421	5421	3817	3817	1535	1535
LRchi ²	1367.60 ^{***}	1366.55 ^{***}	703.07 ^{***}	705.62 ^{***}	673.21 ^{***}	670.53 ^{***}
PseudoR ²	0.3602	0.3599	0.2994	0.3005	0.4899	0.4880

注:与各变量名在同一行的数值为各变量的回归系数;位于其下方括号中的数值为其对应的z值,“***”、“**”、“*”分别表示在1%、5%和10%的水平上显著。

针对假设3,下页表6提供了模型(3)的回归结果。第2列显示全样本回归结果,可见Media_lag和Media1_lag这两个系数都在1%的水平显著为正,说明当年财经媒体对上市公司负面报道越多,审

计师次年改善审计意见的概率越高。另外我们将样本按照企业性质分别进行逻辑回归,发现所有的测试变量的系数都在1%的水平上显著为正。这说明假设3针对不同性质的上市公司都成立。

表6 模型(3)的回归结果分析(检验假设3)

	全样本(4426)		不同性质企业分组回归			
			国有控股组(3106)		非国有控股组(1535)	
Media_lag	0.1671 *** (3.59)		0.1084 *** (2.47)		0.2878 *** (3.52)	
Media1_lag		0.6031 *** (4.29)		0.4710 *** (2.58)		0.8287 *** (3.42)
Big4	-0.9417 (-1.23)	-0.9356 (-1.22)	-0.4211 (-0.57)	-0.3497 (-0.47)		
Size	-0.2409 ** (-2.33)	-0.2479 ** (-2.40)	-0.1067 (-0.70)	-0.1797 (-1.38)	-0.3106 * (-1.68)	-0.3136 * (0.17)
Cfo	-5.65e-11 (-0.19)	-3.53e-11 (-0.12)	-1.63e-10 (-0.57)	-8.51e-11 (-0.29)	1.95e-10 (0.24)	1.37e-10 (0.17)
Roa	6.6937 *** (4.61)	6.6265 *** (4.54)	6.7071 *** (2.59)	6.6012 *** (2.57)	7.8922 *** (3.33)	7.6625 *** (3.21)
Leverage	0.1661 (0.74)	0.1577 (0.70)	0.6499 ** (2.12)	0.5712 * (1.85)	-0.5108 (-1.30)	-0.4322 (-1.12)
Recreate	2.4458 *** (3.12)	2.4576 *** (3.13)	2.5550 ** (2.37)	2.4289 ** (2.25)	2.9501 ** (2.38)	2.9827 ** (2.42)
Liquidity	-0.7538 (-1.37)	-0.7565 (-1.37)	-0.5881 (-0.81)	-0.5328 (-0.73)	-1.4566 (-1.61)	-1.4446 (-1.60)
Quick	-0.1879 (-1.37)	-0.1936 (-1.41)	-0.0340 (0.21)	-0.0586 (-0.36)	-0.4277 (-1.60)	-0.4348 (-1.64)
Salegr	0.1655 (1.50)	0.1649 (1.49)	-0.0280 (-0.14)	-0.0191 (-0.10)	0.2450 * (1.71)	0.2326 (1.63)
EM	2.9104 *** (3.79)	2.9248 *** (3.80)	4.0668 *** (4.37)	3.9779 *** (4.21)	1.5132 (1.05)	1.5613 (1.08)
Share1	0.1452 (0.20)	0.1844 (0.25)	-0.6318 (-0.72)	-0.5785 (-0.66)	1.6266 (1.23)	1.8979 (1.44)
Share2	0.0061 (0.01)	-0.0208 (-0.02)	-0.4269 (-0.41)	-0.5318 (-0.52)	1.3818 (0.96)	1.3347 (0.93)
Board	-0.1249 (-0.33)	-0.1384 (-0.37)	-0.2445 (-0.51)	-0.1864 (-0.39)	-0.2693 (-0.42)	-0.2558 (-0.40)
Lyear	0.0021 (0.06)	0.0033 (0.09)	-0.0397 (-0.87)	-0.0409 (-0.89)	0.0585 (0.93)	0.0573 (0.91)
Nature	-0.0302 (-0.16)	-0.0350 (-0.19)				
常数项	0.6164 (0.25)	0.6464 (0.27)	-1.8506 (-0.53)	-0.4368 (-0.14)	2.2480 (0.52)	2.0284 (0.47)
年度/行业	控制	控制	控制	控制	控制	控制
N	4426	4426	3106	3106	1213	1213
LRchi ²	159.92 ***	165.76 ***	93.13 ***	98.62 ***	83.68 ***	83.03 ***
PseudoR ²	0.1085	0.1125	0.0953	0.1009	0.1730	0.1717

注:与各变量名在同一行的数值为各变量的回归系数;位于其下方括号中的数值为其对应的z值,“***”、“**”、“*”分别表示在1%、5%和10%的水平上显著。

(三) 稳健性检验

本文做了如下稳健性检验:一是为了避免共线性问题,将模型(1)、(2)与模型(3)按照 Cluster 聚类回归,上述结果依然成立;二是为了避免财经媒体的负面报道与审计意见之间可能存在的内生性问题,这些受到财经媒体负面报道的上市公司中,可能普遍是问题较多即业绩较差的公司,公司本身所具有的这些特点会导致审计师对其发表非标准无保留审计意见。我们使用滞后一期的媒体监督数据

作为工具变量做了稳健性检验,其结果仍然不变^[31]。显然,上一年度上市公司被媒体负面报道的次数多少会影响当年审计意见,但当年审计意见不会影响到上一年度上市公司被媒体负面报道的次数。工具变量的系数在1%的水平显著为正($p < 0.0000$),再次验证了假设1的成立。限于篇幅,本文没有列出相关数据。

六、结论与启示

本文首次实证考察了媒体负面报道对外部审计师发表审计意见的影响,并实证检验了审计声誉是否能加强媒体监督的审计治理机制,运用动态的视角考察了媒体监督的长期治理效应。本文选取2001年到2009年中国A股上市公司为样本,采用审计意见类型作为因变量,以上市公司当年和上一年度媒体报道次数以及其自然对数作为自变量,以公司规模、现金流量、资产净利率、资产负债率、业务复杂程度(应收账款比例、流动性、速动比率)、销售增长率、可操控性应计、股权集中度、公司治理结构(董事会规模)以及是否由国际“四大”所审计、上市年数和企业性质等作为控制变量,并对年度和行业进行固定效应处理,构建逻辑回归模型实证检验媒体监督对审计师发表以及次年改善审计意见的影响,并从声誉机制方面探寻这种影响的作用机制。研究发现,媒体对上市公司负面报道越多,审计师越倾向于发表非标准无保留意见;国际“四大”所的声誉机制并不能加强这一结论;当年媒体对上市公司负面报道越多,审计师改善次年审计意见的概率越高。

本文的研究结论表明,在我国当前转型经济体制下,正式的法律制度尚不完善,执法效率较为低下,信息披露不够充分,审计市场也不够规范,媒体监督影响了审计师的审计意见决策,增加了非标准审计意见的概率,起到了良好的审计治理作用。媒体作为一种法律外的治理机制对我国审计市场的建设具有重要意义。因此,我们应积极发挥媒体的监督职能以弥补正式机制的低效,通过市场化改革的深化进一步强化媒体的“第四方权利”,让“阳光成为最好的杀毒剂”。

参考文献:

- [1] Dyck A, Zingales L. Private benefits of control: an international comparison[J]. *Journal of Finance*, 2004, 59(2): 537-600.
- [2] Miller G S. The press as a watchdog for accounting fraud[J]. *Journal of Accounting Research*, 2006, 44(5): 1001-1033.
- [3] Joe J, Louis H, Robinson D. Managers' and investors' responses to media exposure of board ineffectiveness[J]. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 2009, 44(3): 579-605.
- [4] Dyck A, Morse A, Zingales L. Who blows the whistle on corporate fraud [J]. *Journal of Finance*, 2010, 65(6): 2213-2253.
- [5] 李培功,沈艺峰.媒体的公司治理作用:中国的经验证据[J]. *经济研究*, 2010(4): 14-27.
- [6] 辛宇,徐莉萍.媒体治理与中小投资者保护[J]. *南开管理评论*, 2011(6): 36-47.
- [7] 姚益龙,梁红玉,宁吉安.媒体监督影响企业绩效机制研究[J]. *中国工业经济*, 2011(9): 151-160.
- [8] 严晓宁.媒体在上市公司治理中的角色和功能[J]. *经济管理*, 2008(9): 72-76.
- [9] 张焯.媒体与公司治理关系研究述评[J]. *经济学动态*, 2009(6): 137-141.
- [10] Besley T, Pratt A. Handcuffs for the grabbing hand? media capture and government accountability[J]. *American Economic Review*, 2006, 96(4): 720-736.
- [11] Dyck A, Luigi Z. The corporate governance role of the media”, in roumeen islam, the right to tell: the role of mass media in economic development[M]. Washington D. C.: World Bank, 2002: 107-140.
- [12] Dyck A, Volchkova N, Zingales L. The corporate governance role of the media: evidence from Russia[J]. *Journal of Finance*, 2008, 63(3): 1093-1135.
- [13] Joe J R. Why press coverage of a client influences the audit opinion[J]. *Journal of Accounting Research*, 2003, 41(1): 109-133.
- [14] 权小锋,吴世农.媒体关注、盈余操纵与应计误定价——基于我国股市媒体关注的治理效应及其治理机制探讨[C]. 第九届实证会计国际研讨会论文, 2010.
- [15] 李焰,秦义虎.媒体监督、声誉机制与独立董事辞职行为[J]. *财贸经济*, 2011(3): 36-41.
- [16] 李爽,吴溪.后中天勤时代的中国证券审计市场[J]. *会计研究*. 2005(6). 10-15.

- [17] 辛清泉, 黄琨. 监管政策、审计意见和审计师谨慎性[J]. 中国会计与财务研究, 2009(1): 60-89.
- [18] 刘峰, 许菲. 风险导向型审计·法律风险·审计质量——兼论“五大”在我国审计市场的行为[J]. 会计研究, 2002(2): 21-28.
- [19] Joe J R. Why press coverage of a client influences the audit opinion[J]. Journal of Accounting Research, 2003, 41(1): 109-133.
- [20] 杨德明. 媒体具有治理功能么? ——基于审计视角的研究[C]. 中国会计学会 2011 学术年会论文集, 2011.
- [21] 郑志刚. 法律外制度的公司治理角色——一个文献综述[J]. 管理世界, 2007(9): 136-147, 159.
- [22] DeAngelo L. Auditor size and auditor quality[J]. Journal of Accounting and Economics, 1981, 3(3): 133-127.
- [23] 杨德明, 胡婷. 内部控制、盈余管理与审计意见[J]. 审计研究, 2010(5): 90-97.
- [24] Core J E, Guay W, Larcker D F. The power of the pen and executive compensation[J]. Journal of Financial Economics, 2008, 88(1): 1-25.
- [25] Lennox C. Do companies successfully engage in opinion shopping? evidence from the UK[J]. Journal of Accounting and Economics, 2000, 29(3): 321-337.
- [26] 陆正飞, 童盼. 审计意见、审计师变更与监管政策[J]. 审计研究, 2003(3): 30-35.
- [27] 漆江娜, 陈慧霖, 张阳. 事务所规模、品牌、价格与审计质量[J]. 审计研究, 2004(3): 59-65.
- [28] 陈信元, 夏立军. 审计任期与审计质量: 来自中国证券市场的经验证据[J]. 会计研究, 2006(1): 40-49.
- [29] 于鹏. 公司特征、国际四大与审计意见[J]. 审计研究, 2007(2): 53-60.
- [30] 鲁晓岚, 张文杰. 基于供需视角的审计意见生成: 框架、特征与应用[J]. 审计与经济研究, 2009(4): 32-37.
- [31] Simunic D A. The pricing of audit services: theory and evidence[J]. Journal of Accounting Research, 1980, 18(1): 90-161.
- [32] 陈良华, 冯文滔, 陈吉凤. 机会主义倾向、经营风险与审计质量[J]. 审计与经济研究, 2011(4): 21-28.
- [33] 王良成. 政府管制、事务所规模与审计意见——基于我国 SEO 管制的实证研究[J]. 审计与经济研究, 2012(3): 32-39.
- [34] 余玉苗, 刘颖斐. 上市公司审计收费的供需决定模型及均衡分析[J]. 审计研究, 2003(5): 28-31.
- [35] Houston R W, Peters M, Pratt J H. The audit risk model, business risk and audit-planning decisions[J]. The Accounting Review, 1999, 74(3): 281-298.
- [36] Houston R W, Peters M, Pratt J H. Non-litigation risk and pricing audit services[J]. Auditing: A Journal of Practice and Theory, 2005, 24(1): 37-53.
- [37] 蔡吉甫. 公司治理、审计风险与审计费用关系研究[J]. 审计研究, 2007(3): 65-71.

[责任编辑: 刘 茜, 高 婷]

Does Media Monitoring Affect Audit Opinion Empirical Evidence from China Securities Market

YU Yumiao¹, ZHANG Jianping², LIANG Hongyu³

(1. School of Economics and Management, Wuhan University, Wuhan 430072, China;

2. School of Accounting, Guangdong Institute of Business, Guangzhou 510320, China;

3. School of Finance, Guangdong Institute of Business, Guangzhou 510320, China)

Abstract: The role of media monitoring in the corporate governance has gained a wide attention. However, there was little research on the effect of media in the auditing field. This paper examined whether and how media monitoring affects the independent auditor's decision by selecting a sample negatively reported by media from 2001 to 2009. The investigation found that the auditors increase the propensity to issue non-standard unqualified auditing opinion for the company which has been subject to negative press coverage, Mechanism of the international "Big Four" accounting firms' reputation does not strengthen this conclusion; The more negative reports of the financial media on the listed companies in the current year, probably auditors more improve audit opinion type next year.

Key Words: media monitoring; audit risk; audit reputation; audit opinion; corporate governance; auditor behavior; audit governance