

不确定性感知视角下审计意见购买行为研究

——基于 MD&A 文本分析的经验证据

王海兵,姜天水,张思刚

(重庆理工大学 会计学院,重庆 400054)

[摘要]在经济政策不确定的大环境下,不同企业对不确定性的感知存在显著差异,这种差异化的感知是否会对审计质量产生影响?以 2007—2022 年沪深 A 股上市公司为研究对象,探究企业不确定性感知对审计意见购买行为的影响。研究发现,企业不确定性感知会加剧审计意见购买行为,且企业不确定性感知越强,越会通过续聘审计师的方式进行审计意见购买。机制检验发现,企业不确定性感知通过发挥压力驱动效应和信息遮掩效应,从而加剧审计意见购买行为。异质性检验发现,在高管稳定性较差、有女性高管、互动性信息披露质量较低、数字化转型程度较低的企业中,不确定性感知更会加剧审计意见购买。拓展性分析发现,在大所变更为小所、审计师任期较长的企业中,不确定性感知加剧审计意见购买行为的效应更为突出。所得结论从不确定性感知视角丰富了审计意见购买的相关研究,为进一步优化经济政策制定、加强审计质量监管和改善资本市场信息透明度提供了经验证据。

[关键词]不确定性感知;审计意见购买;审计质量;信息透明度;数字化转型;经济政策

[中图分类号]F239.43 **[文献标志码]**A **[文章编号]**1004-4833(2025)04-0031-11

一、引言

在资本市场中,审计意见不仅是维护市场透明度和保障投资者信心的重要工具,而且是反映企业财务状况的核心依据^[1]。高质量的审计意见能够增强信息披露的可信度,为投资者提供可靠的决策支持。然而,近年来审计意见购买行为被频繁曝光,引发了资本市场对审计质量的广泛担忧。企业通过更换审计师或向现任审计师支付高额费用获得清洁审计意见,以掩盖其财务问题,这种行为不仅破坏了资本市场的信息环境,而且对投资者信心造成了严重损害^[2]。针对这一问题,2021 年国务院办公厅发布《关于进一步规范财务审计秩序促进注册会计师行业健康发展的意见》,明确提出强化审计师独立性与行业监管,保障审计意见的公正性和客观性。与此同时,随着政策调整频率的加快以及经济环境的日益复杂,企业决策行为受外部因素的影响日益显著。企业面临的不确定性主要来自经济环境、政策法规、技术变革和社会文化,其中经济环境不确定性对企业的影响是比较直接和显著的。经济政策的不确定性不仅在宏观层面影响经济运行,还在微观层面塑造企业的经营策略^[3]。近年来,供给侧结构性改革、金融去杠杆等一系列政策的持续推进加剧了企业的外部不确定性感知,这种不确定性使企业在资源配置、融资决策和信息披露等方面面临更大的压力,不确定性逐渐成为影响企业管理层决策的重要因素。为了帮助外部投资者在高度不确定的环境下更好地了解企业的真实情况,证监会发布了《上市公司信息披露内容与格式准则第 2 号》,要求上市公司在年报中详细披露公司经营面临的不确定性和所有风险因素,并对披露的规范性和严谨性作出严格要求,这为我们更真实地量化企业的不确定性感知程度提供了帮助。

不同于经济政策不确定视角下展开的一系列宏观经济研究,本文聚焦企业个体对经济政策不确定性的异质性感受。事实上,不同地区、不同行业面临有差异的经济政策,如针对房地产业的“三道红线”政策对农业企业的直接影响甚微。然而,即使是覆盖全行业的政策(如供给侧结构性改革),企业在应对策略上也会因管理层认知和信息获取渠道的不同而表现出显著异质性^[4]。具体而言,当企业的不确定性感知升高时,一方面管理层可能采取更加谨慎的策略,如缩减投资规模^[5]、减少债务融资^[6],以规避政策波动带来的潜在风险;另一方面管理

[收稿日期]2024-10-06

[基金项目]国家社会科学基金一般项目(21BJY123);重庆市教委人文社科重点研究基地项目(22SKJD112)

[作者简介]王海兵(1978—),男,湖北武汉人,重庆理工大学会计学院教授,博士生导师,从事人本内控与审计研究,E-mail:wanghaibing@yeah.net;姜天水(2001—),男,山东济宁人,重庆理工大学会计学院硕士研究生,从事审计与公司治理研究;张思刚(1998—),男,四川宜宾人,重庆理工大学会计学院硕士研究生,从事审计与公司治理研究。

层也可能通过提高信息披露质量^[7]、强化与投资者及债权人之间的沟通^[8]、推动创新^[9]等措施来应对政策不确定性。尽管这些举措在一定程度上缓解了企业的经营风险,但也带来了新的挑战,特别是加剧了管理层在资金和业绩方面的压力。基于前景理论中的损失规避效应,随着压力的积累,管理层可能倾向于选择短期化、机会主义的策略,旨在通过非正常手段缓解外部压力并维持企业声誉。同时,基于前景理论中的参考点效应,随着企业不确定性感知程度的上升,管理层倾向于进行模糊化的信息披露,导致信息透明度降低,加剧了信息不对称程度,进而削弱了外部监督的有效性^[10]。在内“忧”外“弱”的双重影响下,管理层可能倾向于购买审计意见,通过获取清洁审计报告来掩盖潜在财务风险,维持外部投资者信心,缓解融资约束。虽然审计意见购买能在短期内稳定企业的外部形象,但严重损害了审计意见的真实性,进而对资本市场信息环境的有效性构成挑战。例如,ST三盛在2024年短时间内两次更换审计机构,并且在年报披露前夕突然改聘北京兴华会计师事务所,同时大幅度增加审计费用,这一行为引发了市场对其是否存在审计意见购买行为的质疑。尤其值得注意的是,深圳旭泰在接手审计工作后,由于“工作效率低”和“项目组经验不足”等被终止合作,而兴华会计师事务所接手后,审计费用较前一年增加了72.5%,加之公司与原审计机构之间存在意见不合等情况,这些进一步表明ST三盛可能是通过更换审计机构来规避审计报告中的不利内容。因此,企业不确定性感知如何影响审计意见购买行为以及如何从这一视角助力政府、监管机构和上市公司完善其职能和运营,是一个值得深入研究的问题。

基于以上分析,本文以2007—2022年我国沪深A股非金融类上市公司为研究对象,通过对企业年报“管理层讨论与分析”部分进行文本分析,挖掘企业不确定性感知程度^[11]。证监会发布的《上市公司信息披露管理办法》要求上市公司在年报中披露公司经营面临的不确定性,并对年报行文的规范性、严谨性提出严格要求,这提升了年报中相关文本的真实性,被企业管理层操纵的概率较小,从而为本研究提供了一个可靠的文本数据来源。同时,本文借鉴Lennox和Chen等设计的审计意见购买模型^[12-13],研究企业不确定性感知对审计意见购买行为的影响。本文可能的边际贡献在于:第一,拓展了企业不确定性感知指标在审计领域的应用。目前基于不确定性感知指标深入探讨企业决策行为的研究相对较少,本文借鉴并进一步应用这一创新性指标,将其引入审计意见购买的研究中,并基于前景理论揭示了企业不确定性感知如何影响管理层的主观判断和行为选择。这不仅丰富了企业不确定性感知指标的应用场景,还为后续研究提供了新的视角,即如何利用个体感知差异深入分析企业在复杂经济环境下的各类决策行为。第二,丰富了审计意见购买影响因素的相关研究。现有研究主要集中在企业的财务困境^[14]、股东压力^[15]和治理结构^[16-18]等对审计意见购买的影响方面,而忽视了企业对经济政策异质性感知的影响。本文基于不确定性感知视角,研究企业的不确定性主观感知对审计意见购买的影响,揭示了在复杂经济环境下企业如何通过感知不确定性来调整审计需求,为强化审计监管和维护资本市场信息环境真实可靠提供了经验证据。第三,揭示了企业不确定性感知与审计意见购买之间的内在机制。本文发现企业不确定性感知通过压力驱动效应和信息遮掩效应对审计意见购买产生影响,为理解不确定性感知如何影响企业决策行为提供了新的理论依据。

二、理论分析与研究假设

当面临不确定性加剧的情况时,企业出于多种动机,可能倾向于通过购买审计意见来获取清洁的审计报告,以维持外部信心,并减轻外部监督的压力。具体而言,企业不确定性感知从以下两个方面影响审计意见购买。

其一,压力驱动效应对审计意见购买的影响。当企业的不确定性感知程度上升时,会面临更加严峻的资金压力和业绩压力,因此有动机进行审计意见购买。首先,企业不确定性感知程度上升会加剧资金压力。在感知到外部经济环境的不确定性增加时,管理层往往认为未来的收益和风险更加不可预测,因此在融资决策上变得更加谨慎。一方面,为避免在不确定的环境中承担过多的债务风险,管理层往往会减少对外部融资的依赖,降低借贷的意愿^[19];另一方面,当不确定性感知程度上升时,企业投资失败的概率会上升,违约概率也会随之上升,根据融资成本理论,投资者会索要更高的风险补偿,导致企业融资成本增加^[11]。其次,企业不确定性感知程度上升会增加业绩压力。根据管理者风险厌恶理论,面对外部环境的不确定性,管理层通常会选择延缓或减少投资和创新活动^[20],以规避未来收益不确定性带来的风险。类似的保守策略虽然可以在短期内维持财务稳定,但会导致企业长期竞争力的下降,从而增大业绩下滑的压力。

当面对资金压力和业绩压力的双重挑战时,管理层会从事机会主义甚至舞弊操作等违规行为^[19],并采取审

计意见购买这一策略,以获得外部认可和信任,从而稳定投资者和债权人对企业的信心,营造企业发展假象。根据前景理论中的“损失规避”效应,管理层在面临不确定性增加的情况时,会更关注可能带来的“损失”,而非潜在的收益。具体而言,当企业不确定性感知程度上升时,管理层通常担心其财务状况会被外界误解或低估,尤其是投资者和债权人可能会因此产生负面预期。为避免这些负面预期带来的“损失”,如融资成本上升、资本流失或债务违约风险,管理层可能会通过真实盈余管理来“美化”年报^[21]、进行异常积极的语调操纵^[22]、虚构财务信息以展现企业良好的运营现状和光明的发展前景^[23],从而消除外界的疑虑。然而,在不确定性加剧的情况下,投资者和债权人可能会更加审慎,要求更为透明可靠的财务和非财务信息,此时审计意见购买成为一种有效策略。通过购买审计意见,企业能够确保其通过盈余管理“美化”的财务报表获得“清洁”的审计意见。审计意见的背书让外部利益相关者相信企业的财务状况是真实可信的,从而暂时避免对企业财务状况的质疑,稳定了外部投资者和债权人的信心,帮助企业缓解资金约束和业绩压力。

其二,信息遮掩效应对审计意见购买的影响。当不确定性感知程度上升时,企业倾向于进行模糊化的信息披露,导致信息透明度降低,规避了外部监管,因此管理层具备有利的外部条件进行审计意见购买,根据前景理论中的“参考点”效应,外部市场对于企业信息披露的期望构成了“参考点”。当企业面临较大的不确定性时,管理层会意识到,若披露真实的财务状况尤其是潜在的负面信息,会使得外部市场的预期发生较大的负向偏移,导致外界对企业的信心下降,从而引发股价波动、债务成本增加等不利后果。在这种情境下,管理层将这一负偏离视为损失,并可能选择进行模糊化的信息披露,以避免引发市场的恐慌性反应,尤其是在不确定性感知程度上升的情况下,这种风险规避行为更加明显。同时,心理学研究结果表明,当企业面临的不确定性感知程度上升时,管理层的心理压力随之增大,此时管理层对外部经济环境以及未来经营状况的不确定性产生了更多的担忧,这种担忧促使管理层表现出保守谨慎的决策行为^[24]。在心理压力的驱使下进行高频的信息模糊化披露,既能够应对外部监管,又可以保持一定的灵活性,避免外界对企业未达到预期目标或存在风险的负面解读,从而缓解外部压力,并在短期内保持企业形象的稳定性^[25]。尽管管理层表现出谨慎保守的倾向,但不清晰的披露实际降低了外部监督的效力,导致外部监管能力的削弱,在这种信息不对称的情况下,审计意见购买成为管理层维持企业形象的常用手段。通过购买审计意见,管理层能够控制审计过程中的外部评估,进一步降低外界对企业真实经营状况的关注度,从而维持短期内企业形象稳定。因此,在外部监督弱化的情况下,审计意见购买成为企业管理层规避风险的手段。基于上述分析,本文提出假设 H1。

H1:企业不确定性感知的增强会加剧审计意见购买行为。

审计意见购买行为通常被定义为企业为了得到审计师对其会计处理的支持,进而获得清洁审计意见而做出的决策行为。在这一过程中,企业面临是否更换审计师问题,该决策往往取决于企业认为更换审计师后获得清洁审计意见的概率大小。如果企业认为更换审计师更有可能获得清洁审计意见,则倾向于进行变更,反之则倾向于续聘现任审计师。

在不确定的环境中,企业管理层会更加谨慎地考虑审计师变更的风险与成本。具体而言,企业不确定性感知程度的上升不仅加剧了其外部压力,还使得企业在选择审计师时更倾向于降低风险和控制成本。在这种情境下,企业管理层更有可能选择通过续聘现任审计师的方式进行审计意见购买,而非冒险地进行审计师变更。从变更审计师的高风险与高成本角度来看,在不确定性程度上升的情况下,企业已然面临显著的外部压力和内部不确定性,变更审计师将进一步加剧这种局势。有研究发现,变更审计师不仅有可能引起监管机构的密切关注,还会大幅度增大被市场和监管层识别为审计意见购买行为的风险^[16],该风险源自新任审计师可能会采取更严格的审查标准来审阅年报,或者在外界高度关注下不愿配合企业进行审计意见购买^[26]。因此,在高度不确定的环境中,企业不倾向于通过更换审计师来获取清洁审计意见,因为该举措可能适得其反,增大了被发现违规并受到处罚的概率^[12]。此外,变更审计师的过程本身也涉及高昂的成本,包括筛选适宜的新审计师、启动新业务流程、建立信任关系等^[27],这会进一步加重企业的财务和管理负担。综上,企业更倾向于通过控制成本和降低风险来维持稳定,从而使得变更审计师的选项不具吸引力。相比较而言,现任审计师对企业的财务状况和运营流程已有深入了解,从而减少了企业在新审计师磨合过程中的不确定性和潜在风险^[27]。同时,现任审计师已在长期合作中与企业建立了较为稳固的关系,更容易受到企业的影响,从而更倾向于接受企业提出的审计意见购买请求^[26]。因此,续聘现任审计师因其便利性与低风险为企业提

供了更为稳健的选择。

考虑到审计市场的双向选择问题,进行审计意见购买不仅是企业自身的决策权衡,还要从会计师事务所的角度进行考量^[28],不同会计师事务所对客户的选择有不同的标准,特别在高风险环境下,事务所可能会采取更加谨慎的选择策略,尤其是四大会计师事务所为了维护自身声誉,可能不愿意承接不确定性感知程度较高企业的审计业务,排斥这类存在较高审计风险的企业。因此,基于企业与会计师事务所之间的双向选择,在不确定性感知较强的情况下,续聘现任审计师可能是双方都能接受的最优解。基于此,本文提出假设 H2。

H2:企业不确定性感知越强,越有可能通过续聘审计师进行审计意见购买。

三、研究设计

(一)样本选择与数据来源

本文选取 2007—2022 年中国沪深 A 股上市公司作为研究样本,企业不确定性感知数据来自对企业年报中管理层讨论与分析(MD&A)部分的文本分析,相关的事务所审计数据、公司财务数据来自 CSMAR 数据库和 CNRDS 数据库。为保证研究结果的稳健性,本文对研究样本进行如下筛选:(1)剔除因年报格式转换等问题导致算法处理失败的样本;(2)剔除强制轮换事务所的样本;(3)剔除金融业和保险业样本;(4)剔除 ST、*ST 类上市公司样本;(5)剔除数据缺失的样本。本文最终得到 31600 个样本观测值。此外,为降低极端值的影响,本文对所有连续变量在 1% 和 99% 水平进行缩尾处理。所有回归结果均在公司个体层面进行聚类处理。

(二)变量定义

1. 被解释变量

为了衡量企业是否进行了审计意见购买,本文参考已有研究^[12-13],对审计意见购买行为进行测量。具体而言,首先通过模型(1)估计在 t 期更换审计师与不更换审计师情况下企业获取非标准审计意见的概率,计算其差额作为审计意见购买的度量标准。

$$Q_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 S_{it} + \alpha_2 S_{it} Q_{it-1} + \alpha_3 Q_{it-1} + \sum \alpha_j Controls_{it} + \sum \alpha_k S_{it} Controls_{it} + \sum Industry + \sum Year + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

在上述模型中,若企业 t 期的财务报表被出具非标准审计意见,变量 Q_{it} 取值为 1,否则取 0;若企业在 t 期更换了审计师,则变量 S_{it} 取值为 1,否则取 0。通过 Probit 回归分析,本文获得审计意见购买的估计值 OP_{it} ,具体定义为企业在更换审计师情况下获得非标准审计意见的概率与不更换审计师情况下获得非标准审计意见的概率之差,即 $OP_{it} = Pr(Q_{it}^0 = 1) - Pr(Q_{it}^1 = 1)$ 。若 OP_{it} 显著为负,表明企业通过更换审计师成功规避了非标准审计意见,即进行了审计意见购买行为。在此基础上,本文进一步通过模型(2)来检验审计意见购买与更换审计师之间的关系。

$$S_{it} = \theta_0 + \gamma_1 OP_{it} + \sum \gamma_j Controls_{it} + \sum Industry + \sum Year + \varepsilon_{it} \quad (2)$$

具体而言,若审计意见购买的概率(OP_{it})与更换审计师(S_{it})显著负相关,则表明企业通过更换审计师成功进行了审计意见购买。

2. 解释变量

本文借鉴已有文献的方法^[11],运用文本挖掘技术构建企业不确定性感知的指标。具体来说,本文将企业不确定性感知定义为企业对以经济政策不确定性为主的宏观层面不确定性的感知程度,通过对年报中“经营情况讨论与分析”部分进行文本分析来量化这一感知^①。本文构建了用户词表,包含企业全称、简称、会计科目名称以及与“不确定性”和“经济政策”相关的词汇,“不确定性”词语包括不稳定性、信用风险、动荡等,“经济政策”词语包括中央专项、信贷政策、宏观调控政策等。具体的企业不确定性感知词表未列示,留存备案。我们遍历每

①首先,MD&A 文本的真实性体现在中国证监会对信息披露的严格要求。根据证监会发布的《上市公司信息披露内容与格式准则第 2 号》的规定,上市公司必须在年报中详细披露公司经营过程中面临的不确定性以及所有相关风险因素。文件中明确规定了披露的规范性和严谨性,要求公司提供准确、全面的信息。因此,MD&A 作为企业年报中的核心部分,具备高度的真实性和可靠性,可以为我们量化企业的不确定性感知提供真实依据^[29]。其次,MD&A 文本的有效性表现在其内容反映了企业管理层对未来发展可能面临的各种不确定性和风险的预期与判断。MD&A 文本是管理层基于对行业格局、市场趋势以及可能存在的风险进行深入分析后所作出的未来判断。通过对 MD&A 中相关信息的深入挖掘与分析,我们能够直接了解企业管理层如何看待外部环境的变化以及其对未来不确定性因素的态度和感受^[19]。

个句子,查找是否出现了“不确定性”相关词汇,如果某句中包含这些词汇,则认为该句表述了“不确定性”信息,并记录该句中“不确定性”词的数量为 Unc_s ;若句子中还包含与“经济政策”相关的词汇,则标记为表达“经济政策不确定性”的句子,并记为 PC 。在主回归中,“经济政策不确定性”句子中“不确定性”词的数量占 MD&A 文本总词数的比例表示 $FEPU$ 。稳健性检验中,本文采用“经济政策不确定性”句子数量占 MD&A 文本句子总数的比例表示 $FEPU_{sen}$ 。

为避免文本分析中的潜在计量偏差,本文对企业不确定性感知指标的有效性进行检验,以判断其能否有效反映企业层面的不确定性。首先,分析企业不确定性感知指标与宏观经济政策不确定性指标的相关性。本文将 Baker 等^[18]基于《南华早报》构建的中国宏观经济政策不确定性指标定义为 $BAEPU$,将 Davis 等^[30]基于《人民日报》和《光明日报》构建的中国宏观经济政策不确定性指标定义为 $DAEPU$ 。结果(未列示,备索)显示, $FEPU$ 与 $BAEPU$ 和 $DAEPU$ 的相关系数分别为 0.866 和 0.843,相关性较高。我们进一步探究 $FEPU$ 指标的有效性,结果(未列示,备索)显示,2019—2020 年突发公共卫生事件期间, $BAEPU$ 呈上升趋势,而 $FEPU$ 呈下降趋势,表明宏观经济政策的不确定性与企业层面的不确定性感知尽管相关性高,但仍存在显著差异。因此,在分析不确定性冲击时,有必要考虑企业层面的感知,这初步验证了 $FEPU$ 指标的有效性。其次,为验证该指标能否有效反映企业层面的差异性,本文采用最小二乘法(OLS)对年份、行业以及两者的交互项进行回归估计。为排除行业特征的影响,本文在回归分析中使用估计残差的标准差(SR)作为个体预期分歧的代理变量,并分析其与 $FEPU$ 的关系。若 $FEPU$ 与 SR 显著正相关,则说明该指标能够有效反映企业层面的差异性。结果(未列示,备索)显示, $FEPU$ 与 SR 的变化趋势高度一致,相关系数达到 0.805,强正相关关系明显,表明企业不确定性感知指标能够很好地捕捉企业之间的差异。最后,对不同地区和行业的 $FEPU$ 进行统计分析。结果(未列示,备索)显示,在地区层面,西部地区的 $FEPU$ 较高,东部地区的 $FEPU$ 最低;在行业层面,房地产业的 $FEPU$ 普遍较高,食品饮料行业的 $FEPU$ 则相对较低,说明不同地区和行业的企业不确定性感知存在显著差异,因此构建 $FEPU$ 具有必要性。

3. 控制变量

为了保证模型的准确性和可靠性,参考已有研究^[16],本文选取了相关控制变量:企业规模($Size$)、财务杠杆(Lev)、资本利润率(Roc)、现金流(Cf)、是否亏损($Loss$)、内部股权($Dirs$)、外部股权($Lars$)、产权性质(Soe)、事务所规模($Big4$)、审计复杂度($Arinv$)、是否再融资(Seo)。这些变量用于控制企业财务状况、治理结构以及审计师特征对审计意见购买行为的潜在影响,从而更精确地识别企业不确定性感知对审计意见购买的影响程度。主要变量定义如表 1 所示。

(三)模型构建

为验证 H1 和 H2,本文分别构建模型(3)、模型(4)来考察企业不确定性感知对审计意见购买的影响。

表 1 主要变量定义

变量类型	变量名称	变量符号	变量说明
被解释变量	审计师变更	S	审计师发生变更取 1,否则取 0
解释变量	概率之差	OP	是否变更审计师获得非清洁审计意见的概率差额
	企业不确定性感知	$FEPU$	“经济政策不确定性”句子中“不确定性”词频占 MD&A 总词数的比例并乘以 100
控制变量	企业规模	$Size$	总资产的自然对数
	财务杠杆	Lev	总资产/总负债
	资本利润率	Roc	息税前利润/(流动负债净额+非流动负债净额-无形资产-递延所得税资产)
	现金流	Cf	经营活动现金流净额/总资产
	是否亏损	$Loss$	当年发生亏损取 1,否则取 0
	内部股权	$Dirs$	高管持股比例
	外部股权	$Lars$	持股比例大于 5% 的非高管持股总和
	产权性质	Soe	国有企业取 1,否则取 0
	事务所规模	$Big4$	经国际“四大”事务所审计取 1,否则取 0
	审计复杂度	$Arinv$	(应收账款+存货)/总资产
	是否再融资	Seo	当年再融资取 1,否则取 0

$$S_{it} = \beta_0 + \beta_1 OP_{it} + \beta_2 (OP_{it} \times FEPU_{it}) + \beta_3 FEPU_{it} + \sum \beta_j Controls_{it} + \sum Industry + \sum Year + \varepsilon_{it} \quad (3)$$

$$S_{it} = \mu_0 + \mu_1 FEPU_{it} + \sum \mu_j Controls_{it} + \sum Industry + \sum Year + \varepsilon_{it} \quad (4)$$

其中, $Controls_{it}$ 与模型(1)、模型(2)中的控制变量保持一致, $Industry$ 和 $Year$ 分别代表行业固定效应和年份固定效应。若 β_2 显著为负,则表明企业不确定性感知的增强会加剧审计意见购买行为, H1 成立。若 μ_1 显著为负,则表明企业不确定性感知越强,越有可能通过续聘审计师进行审计意见购买, H2 成立。

四、实证结果与分析

(一)描述性统计

主要变量的描述性统计结果如表 2 所示,审计师是否变更(*S*)的均值和中位数分别为 0.108 和 0,表明我国审计师变更的整体频率处于较低水平。审计意见购买(*OP*)的均值为 0.013,说明变更审计师获得非清洁审计意见与续聘现任审计师获得非清洁审计意见的概率之差为 1.3%,与已有研究结果基本一致^[15-17]。企业不确定性感知(*FEPU*)的均值为 0.12,标准差为 0.107,比方明月等的研究结果略高^[31],原因可能是本文在文本分析阶段更新了相关用户词表,能更全面地捕获企业不确定性感知程度。

(二)基准回归分析

表 3 报告了模型(2)至模型(4)的回归结果。列(1)中,审计意见购买(*OP*)的系数在 1% 水平上显著为负,说明企业存在审计意见购买行为;列(2)中,审计意见购买与企业不确定性感知交乘项(*OPFEPU*)的系数在 1% 水平上显著为负,表明企业不确定性感知加剧了审计意见购买行为,H1 得到验证;列(3)中,企业不确定性感知(*FEPU*)的系数在 1% 水平上显著为负,表明企业不确定性感知越强烈,越倾向于通过续聘现任审计师的方式进行审计意见购买,H2 得到验证。

(三)内生性处理和稳健性检验

1. 工具变量法

进行审计意见购买的公司可能对外部经济政策不确定性的感知更敏感,为排除这一潜在的内生性干扰,我们使用员工离职率作为企业不确定性感知的工具变量,以同年度同行业其他企业员工离职率作为衡量指标。同年度同行业其他企业员工离职率反映了行业整体的不稳定性程度,行业层面不确定性信号能够显著影响企业管理层的决策偏好^[32]。因此,同年度同行业其他企业员工的离职率满足工具变量的相关性要求。另外,员工离职率本身不会直接影响企业的审计意见购买行为,审计意见购买更多取决于企业与审计师之间的信息博弈和管理层决策,而非同行业其他企业员工离职率直接作用的结果,因此这一指标满足工具变量的外生性要求。结果(未列示,备索)显示,K-P rk LM 统计量和 C-D Wald F 统计量均满足检验条件,工具变量的选择不存在识别不足和弱工具变量问题。回归结果与基准回归结果保持一致,结论依旧稳健。

2. PSM 匹配与熵平衡法

为缓解样本自选择偏误带来的内生性问题,本文采用 PSM 近邻 1:1 匹配法进行检验。为缓解 PSM 导致的样本损失问题,本文采用熵平衡法对所有控制变量进行一阶至三阶矩阵处理,对熵平衡后的处理组和对照组进行回归检验,未列示的结果与基准回归结果保持一致。

3. Heckman 两阶段法

本文按照行业年度中位数进行分组,生成企业不确定性感知虚拟变量(*dummy_FEPU*),将第一阶段 Probit

表 2 主要变量的描述性统计

变量	样本数	平均数	标准差	最小值	中位数	最大值
<i>S</i>	31600	0.108	0.310	0.000	0.000	1.000
<i>OP</i>	31600	0.013	0.021	-0.074	0.007	0.106
<i>FEPU</i>	31600	0.120	0.107	0.000	0.093	0.519
<i>Q</i>	31600	0.027	0.162	0.000	0.000	1.000
<i>Size</i>	31600	22.259	1.294	19.917	22.079	26.221
<i>Lev</i>	31600	0.442	0.203	0.060	0.439	0.894
<i>Roc</i>	31600	0.257	0.549	-1.255	0.129	3.431
<i>Cf</i>	31600	0.049	0.070	-0.157	0.048	0.248
<i>Loss</i>	31600	0.112	0.316	0.000	0.000	1.000
<i>Dirs</i>	31600	0.092	0.159	0.000	0.001	0.625
<i>Lars</i>	31600	0.407	0.195	0.053	0.409	0.846
<i>Soe</i>	31600	0.423	0.494	0.000	0.000	1.000
<i>Big4</i>	31600	0.064	0.245	0.000	0.000	1.000
<i>Arinv</i>	31600	0.263	0.162	0.009	0.244	0.731
<i>Seo</i>	31600	0.112	0.315	0.000	0.000	1.000

表 3 企业不确定性感知与审计意见购买

变量	(1)	(2)	(3)
	<i>S</i>	<i>S</i>	<i>S</i>
<i>OP</i>	-2.580 *** (-4.26)	-1.050 (-1.31)	
<i>FEPU</i>		-0.149 (-1.35)	-0.304 *** (-3.16)
<i>OP × FEPU</i>		-12.691 *** (-3.04)	
<i>Size</i>	-0.039 *** (-3.44)	-0.038 *** (-3.34)	-0.041 *** (-3.54)
<i>Lev</i>	0.195 *** (2.67)	0.203 *** (2.79)	0.186 ** (2.56)
<i>Roc</i>	-0.002 (-0.10)	-0.000 (-0.01)	0.014 (0.66)
<i>Cf</i>	-0.472 *** (-2.94)	-0.471 *** (-2.93)	-0.366 ** (-2.33)
<i>Loss</i>	0.143 *** (4.22)	0.141 *** (4.15)	0.117 *** (3.48)
<i>Dirs</i>	-0.164 * (-1.81)	-0.177 * (-1.94)	-0.089 (-1.00)
<i>Lars</i>	-0.038 (-0.52)	-0.038 (-0.52)	0.091 (1.37)
<i>Soe</i>	0.145 *** (5.57)	0.145 *** (5.59)	0.143 *** (5.51)
<i>Big4</i>	0.088 ** (2.02)	0.087 ** (2.00)	0.067 (1.54)
<i>Arinv</i>	0.007 (0.08)	0.015 (0.18)	0.008 (0.10)
<i>Seo</i>	-0.028 (-0.87)	-0.029 (-0.88)	-0.031 (-0.96)
<i>_cons</i>	-0.200 (-0.81)	-0.229 (-0.93)	-0.256 (-1.04)
<i>Industry&Year</i>	Yes	Yes	Yes
<i>N</i>	31600	31600	31600
<i>Pseudo R²</i>	0.050	0.051	0.049

注:*t* 值经公司层面聚类调整,*、**和*** 分别代表 10%、5% 和 1% 的显著性水平。下同。

回归估计出的逆米尔斯比率 (*IMR*) 作为控制变量放入模型 (3)、模型 (4) 中,以纠正可能存在的样本自选择偏差。结果 (未列示,备索) 显示,*IMR* 的回归系数不显著,说明样本自选择偏误问题不存在。

4. 剔除行业同质信息的影响

为了确保本研究从企业年报 MD&A 中提取的不确定性感知指标能够真实反映企业管理层对经济政策不确定性的独特感知,本文借鉴 Hanley 等的做法^[33],对行业同质因素进行剔除,将企业不确定性感知作为被解释变量、同年度同行业企业不确定性感知的均值作为解释变量进行 OLS 回归,得到残差的估计值 (*FEPU_pure*)。结果 (未列示,备索) 表明,审计意见购买与不确定性感知交乘项的系数 (*OPXFEPU_pure*) 和不确定性感知的系数均在 1% 水平上显著为负,说明本文主要研究结论是稳健的。

5. 稳健性检验

为确保研究结论的可靠性,本文进行一系列稳健性检验:第一,参考 Zhou 等的研究^[34],对企业不确定性感知进行滞后一期处理。第二,使用“经济政策不确定性”句子数量占 MD&A 文本句子总数的比例 (*FEPU_sen*) 来衡量解释变量。第三,剔除 2008 年和 2020 年的样本数据,排除金融危机和全球卫生事件的影响。第四,参考聂辉华等的研究^[11],进一步控制高阶固定效应,引入年份乘行业固定效应和年份乘省份固定效应,以排除行业动态因素和地区动态因素的影响。第五,排除企业外部宏观经济政策不确定性的影响。本文参考 Davis 等的研究^[30],构建中国宏观经济政策不确定性指标 (*DAEPU*),通过控制 *DAEPU* 变量,确保本文的分析主要集中于企业对外部宏观经济政策不确定性的主观感知,从而排除宏观经济政策不确定性本身带来的直接影响。第六,排除企业 MD&A 负面语调的影响。借鉴底璐璐等的研究^[35],构建企业 MD&A 净负面语调 (*Negtone*) 指标,以量化年报中的负面情绪,并将其作为控制变量纳入模型中。所有稳健性检验结果均与基准回归保持一致。

五、进一步分析

(一) 机制检验

基于前文理论分析,企业不确定性感知促使公司进行审计意见购买的机制包括两个方面:一是企业不确定性感知会加剧资金压力和业绩压力,即压力驱动效应;二是企业不确定性感知会降低信息披露质量,加剧信息不对称,从而削弱外部监督力量,即信息遮掩效应。

1. 压力驱动效应

当企业不确定性感知增强时,管理层面临严峻的资金压力和业绩压力,需要迅速提升外部投资者和债权人的信心。高融资约束意味着企业必须承担更高的融资成本和违约风险,而低盈利能力则加剧了市场对企业持续经营能力的质疑。因此,管理层认为通过购买审计意见获取清洁的审计报告,可以在短期内有效缓解资金和业绩压力,并维持外界对企业的信心。如果压力驱动效应成立,那么在资金压力和业绩压力较大的情境下,企业的不确定性感知应该会显著增大其进行审计意见购买的可能性。

为了验证压力驱动效应,本文对企业的盈利能力和融资水平进行分组检验,分别探讨在高融资约束和低盈利能力的企业中,企业不确定性感知能否更显著地影响审计意见购买行为。借鉴张玉明等的研究^[36],本文根据企业当年资产收益率是否低于上一年度资产收益率,将样本划分为高业绩压力组和低业绩压力组,结果如表 4 列 (1)、列 (2) 所示,在高业绩压力的企业中,企业不确定性感知对审计意见购买的影响显著增强,且组间差异显著,进一步支持了压力驱动效应假设,表明在业绩压力较大的情况下,管理层更有可能通过审计意见购买来暂时维持外界对企业的信心。同时,本文使用 KZ 指数表征融资约束水平,以 KZ 指数是否高于全样本中位数进行分组检验,结果如表 4 列 (3)、列 (4) 所示,当企业的融资约束程度较高时,企业不

表 4 机制检验:压力驱动效应

	(1)	(2)	(3)	(4)
变量	高业绩压力 S	低业绩压力 S	高资金压力 S	低资金压力 S
<i>OP</i>	-0.618 (-0.65)	-2.426 (-1.53)	-0.842 (-0.91)	-0.381 (-0.21)
<i>FEPU</i>	-0.119 (-0.86)	-0.214 (-1.18)	0.074 (0.49)	-0.428** (-2.55)
<i>OP × FEPU</i>	-18.791*** (-3.67)	0.016 (0.00)	-18.487*** (-3.85)	-2.192 (-0.26)
<i>Controls</i>	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>_cons</i>	-0.247 (-0.83)	-0.572 (-1.43)	-0.142 (-0.46)	-0.485 (-1.14)
<i>Industry&Year</i>	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>N</i>	19988	11612	15568	15568
<i>Pseudo R²</i>	0.057	0.048	0.047	0.057
组间差异	0.012**		0.032**	

注:组间差异为费舍尔组间系数差异检验结果,自抽样次数为 1000。下同。

确定性感知对审计意见购买的正向作用显著增强,且组间差异显著,表明在高资金压力下,管理层更倾向于通过审计意见购买来缓解压力,验证了压力驱动效应的存在。

2. 信息遮掩效应

当企业感知到更高的外部不确定性时,管理层会选择发布更加模糊的信息,试图干扰外界对企业内部运营风险的评估。信息模糊化行为可以被视为一种应对外部压力的防御机制,其目的在于削弱外部监督者对企业真实经营状况的评估能力,由此管理层能够获得更多机会来通过审计意见购买掩盖企业内部的潜在问题。因此,在信息不对称程度较高的情况下,管理层认为外界较难发现企业的真实财务状况,从而更加倾向于利用审计意见购买来“美化”财务报告,以维护企业形象,在这种情境下,信息不对称程度成为影响企业不确定性感知与审计意见购买之间关系的重要因素。

为了验证信息遮掩效应,本文通过分组检验来分析在信息不对称程度较高的企业中,企业不确定性感知对审计意见购买的影响是否更加显著。具体而言,本文使用企业的分析师跟踪人数和报道新闻数作为衡量信息不对称程度的指标。当分析师跟踪人数较少或报道新闻数较少时,信息不对称程度较高,外部监督力量较弱,因此,在该情境下,企业不确定性感知对审计意见购买的影响应当更为显著。据此,本文根据企业分析师跟踪人数是否低于全样本的年度行业中位数进行分组检验,结果如表5列(1)、列(2)所示。结果表明,在分析师跟踪人数较少的企业中,企业不确定性感知对审计意见购买的正向作用更为显著,且组间差异显著,信息遮掩效应假设得到支持。另外,本文根据企业的报道新闻数是否低于全样本的中位数进行分组检验,结果如表5列(3)、列(4)所示,当企业的报道新闻数较少(媒体关注度低)时,企业不确定性感知对审计意见购买的影响显著增强,且组间差异明显,进一步验证了信息遮掩效应的存在。

(二) 异质性检验

1. 高管多元化

本文从高管团队的稳定性和高管性别两个方面分析高管多元化。一方面,高管团队稳定性是影响决策的重要因素。对于高管团队稳定性较低的企业来讲,其未来职业发展更多依赖于短期业绩表现,而非长期战略成效^[37],管理层出于自身职业安全的考虑,在决策方面更加关注短期效果,而忽视长期影响。因此,高管稳定性较低的企业在不确定性情境下,会更倾向于采取谨慎策略,通过审计意见购买来掩盖短期问题,进而维护企业和自身的声誉。另一方面,高管性别特征会影响企业的决策行为,女性高管在面对不确定性时会表现出更高的敏感性和更强的风险规避倾向^[38]。因此,有女性高管的企业更倾向于采用短期策略来稳定外部信心,通过审计意见购买获取清洁的审计报告,以减少市场波动给企业带来的不利影响。

基于上述分析,本文首先根据高管稳定性的年度行业中位数,将样本划分为高管稳定性高组和高管稳定性低组^[39];其次将样本划分为有女性高管组和无女性高管组。表6列(1)、列(2)为高管稳定性异质性检验结果,在高管稳定性低组中,审计意见购买与企业不确定性感知交乘项的系数在1%水平上负向显著;表6列(3)、列(4)为高管性别异质性检验结果,在有女性高管组中,审计意见购买与企业不确定性感知交乘项的系数在1%水平上负向显著。

表5 机制检验:信息遮掩效应

变量	(1) 分析师 人数多 S	(2) 分析师 人数少 S	(3) 媒体 关注度高 S	(4) 媒体 关注度低 S
OP	-0.659 (-0.47)	-1.229 (-1.05)	-1.606 (-1.27)	-0.578 (-0.53)
FEPUI	-0.215 (-1.30)	-0.103 (-0.63)	-0.094 (-0.59)	-0.283 * (-1.77)
OP × FEPUI	-3.400 (-0.53)	-17.886 *** (-2.93)	-4.437 (-0.78)	-17.194 *** (-2.78)
Controls	Yes	Yes	Yes	Yes
_cons	-0.025 (-0.07)	-0.903 ** (-2.09)	0.095 (0.28)	-1.041 ** (-2.50)
Industry&Year	Yes	Yes	Yes	Yes
N	16252	13507	15523	15366
Pseudo R ²	0.056	0.050	0.056	0.051
组间差异		0.072 *		0.050 **

表6 基于高管特征的异质性检验

变量	(1) 高管 稳定性高 S	(2) 高管 稳定性低 S	(3) 有女性 高管 S	(4) 无女性 高管 S
OP	-1.256 (-0.96)	-0.825 (-0.82)	-0.423 (-0.43)	-2.825 ** (-2.08)
FEPUI	-0.416 ** (-2.45)	-0.021 (-0.14)	-0.121 (-0.87)	-0.238 (-1.30)
OP × FEPUI	0.527 (0.08)	-19.196 *** (-3.68)	-17.032 *** (-3.26)	-1.359 (-0.20)
Controls	Yes	Yes	Yes	Yes
_cons	-0.632 * (-1.74)	0.137 (0.42)	-0.169 (-0.55)	-0.469 (-1.13)
Industry&Year	Yes	Yes	Yes	Yes
N	15689	15905	20110	11488
Pseudo R ²	0.067	0.043	0.050	0.064
组间差异		0.012 **		0.042 **

2. 投资者互动

互动式信息披露质量对企业信息透明度和外部监督效果有着重要影响。更加频繁的投资者互动代表企业更充分的信息披露,能够对外传递积极的经营信号,从而降低面临的经营不确定性;而在互动式信息披露较少的企业中,信息不对称现象比较严重,外部监督者难以获取准确和充分的信息来评估企业的真实财务状况和经营风险^[40],购买审计意见的概率更大。因此,本文预计投资者互动较弱的企业更倾向于购买审计意见,以应对外部压力并维持信心。

基于上述分析,本文根据公司回复投资者提问充分性的中位数将样本划分为互动式信息披露程度较高组和互动式信息披露程度较低组^[41],回归结果如表 7 列(1)、列(2)所示,在互动式信息披露程度较低组中,审计意见购买与企业不确定性感知交乘项的系数在 5% 水平上负向显著,表明在互动式信息披露程度较低的企业中,企业不确定性感知对审计意见购买的正向影响更为显著,且通过了组间差异检验。

3. 数字化转型

数字化转型在提升企业信息处理能力和信息披露质量方面具有重要作用,较高的数字化转型程度可以增强企业的信息透明度和内部控制能力,从而减少信息不对称问题,抑制管理层的盈余管理行为^[42]。当企业的数字化转型程度较低时,信息披露的透明度和及时性难以保证,外部监督者在这种情况下很难有效监控企业的真实经营状况,使得企业更容易通过审计意见购买来减少外部监督压力,维持其在外部市场中的良好形象。

基于上述分析,本文根据企业数字化转型词频^[42]的中位数将样本划分为数字化程度高组和数字化程度低组,回归结果如表 7 列(3)、列(4)所示,在数字化程度低组中,审计意见购买与企业不确定性感知交乘项的系数在 5% 的水平上负向显著,说明企业不确定性感知加剧审计意见购买这一现象在数字化程度低组中更明显,且通过了组间差异检验。

(三)拓展性分析

1. 事务所变更方向

不同规模会计师事务所的独立性存在差异。大型会计师事务所严格的审计标准和较高的独立性使其不易受到企业管理层的操控,导致企业较难通过购买审计意见来实现预期目标^[43];而小型会计师事务所由于竞争激烈、资源有限,可能更倾向于迎合客户需求,以维持与客户的关系和自身市场份额。因此,在企业所聘审计师从大型事务所变更为小型事务所的情境下,审计意见购买行为将更为显著。为此,本文根据会计师事务所变更的方向对样本进行分组检验,结果(未列示,备索)表明,与小型事务所变更为大型事务所的情境相比,在大型事务所变更为小型事务所的组别中,企业的审计意见购买行为更明显。

2. 审计师任期

审计师在与同一企业长期合作的过程中,可能会与企业管理层建立较为密切的关系,从而影响其独立性。随着审计师任期的延长,审计师与企业的关系更加紧密,可能会导致审计师更容易受到企业压力的影响,从而更倾向于迎合企业的需求,提供对企业有利的审计意见^[26]。在不确定性增大的情境下,企业管理层可能会利用这一关系,通过购买审计意见来获得清洁的审计报告,以减轻外部压力。因此,在审计师任期较长的企业中,审计意见购买行为可能会更为明显。本文根据审计师任期长短对样本进行分组检验,结果(未列示,备索)表明,在审计师任期较长的组别中,企业审计意见购买现象更加明显。

表 7 基于信息环境质量的异质性检验

变量	(1)	(2)	(3)	(4)
	信息披露 程度高 S	信息披露 程度低 S	数字化 程度高 S	数字化 程度低 S
OP	-0.990 (-0.72)	-1.149 (-0.95)	-2.555 ** (-2.32)	0.021 (0.02)
FEPU	-0.204 (-1.15)	-0.279 (-1.61)	-0.036 (-0.21)	0.040 (0.27)
OP × FEPU	-6.151 (-0.96)	-14.154 ** (-2.42)	-1.868 (-0.31)	-13.842 ** (-2.36)
Controls	Yes	Yes	Yes	Yes
_cons	-0.888 ** (-2.01)	-0.365 (-0.93)	0.427 (1.08)	-0.518 (-1.50)
Industry&Year	Yes	Yes	Yes	Yes
N	12901	12897	15354	14714
Pseudo R ²	0.054	0.034	0.050	0.051
组间差异	0.088 *		0.090 *	

六、研究结论与启示

本文以 2007—2022 年我国沪深 A 股上市公司为研究对象,探究了企业不确定性感知对审计意见购买行为的影响。研究发现,企业不确定性感知的增强会加剧审计意见购买行为,并且企业不确定性感知越强,越可能在

续聘审计师的情境下进行审计意见购买;机制检验发现,企业不确定性感知通过增大管理层的资金压力和业绩压力,降低披露信息质量,从而进行审计意见购买;进一步研究发现,企业不确定性感知加剧审计意见购买行为在高管稳定性较低、有女性高管、信息披露程度较低、数字化程度较低、大所变更为小所、审计师任期较长的企业中更显著。本文所得结论从不确定性感知视角丰富了与审计意见购买相关的研究,也为优化经济政策制定、强化审计监管和企业内部治理提供了经验证据。

本文的政策启示如下:(1)决策部门要注重经济政策的稳定性。在政策制定和调整过程中,提高政策的透明度和程序性,确保政策的制定和执行过程公开、合理、可预测,这不仅可以为企业提供更加稳定的经营环境,还能够尽可能减少不确定性所带来的负面影响,从而营造出“稳定、公平、透明、可预期”的营商环境。(2)监管机构要强化企业审计质量监管。借助大数据和信息技术,对审计师变更、审计费用异常波动等高风险情况进行实时监控,并适时发出质询,通过提高这类公司的市场关注度和可见度,对其施加更大的外部压力,促使企业和注册会计师更加审慎地进行审计工作,防止审计意见购买行为的发生;与注册会计师行业协会建立联动检查机制,重点对可能因客户公司审计意见购买行为而影响审计独立性的审计业务进行适时检查,尤其在审计师任期较长或事务所变更时,需加大检查力度,以确保审计师能够保持独立性和客观性;对于发现出具不适当审计意见的注册会计师及其所属事务所,应当依法依规予以严厉处罚,从而维护审计行业的公正性和专业性,提升市场整体的审计质量。(3)企业要优化内部治理。赋予审计委员会独立决策权,确保注册会计师的任免和审计费用调整不受高管层干预,减少审计意见购买行为的发生;明确与不确定性相关的经营管理费用的强制披露规则,借助区块链等技术提升财务透明度,防止管理层通过审计意见购买掩盖真实经营状况;提升管理层应对不确定性环境的决策能力,避免依赖短期策略(如审计意见购买)来维护企业的长期利益。

参考文献:

- [1] 许国艺. 新《证券法》与审计治理:基于审计意见购买的抑制效应[J]. 中国软科学, 2024(7): 200-212.
- [2] 李增福, 陈俊杰, 连玉君, 等. 经济政策不确定性与企业短债长用[J]. 管理世界, 2022(1): 77-89+143+90-101.
- [3] 刘贯春, 刘媛媛, 张军. 经济政策不确定性与中国上市公司的资产组合配置——兼论实体企业的“金融化”趋势[J]. 经济学(季刊), 2020(5): 65-86.
- [4] Bloom N. Fluctuations in uncertainty[J]. Journal of Economic Perspectives, 2014, 28(2): 153-176.
- [5] Gulen H, Ion M. Policy uncertainty and corporate investment[J]. Review of Financial Studies, 2016, 29(3): 523-564.
- [6] 蒋腾, 张永冀, 赵晓丽. 经济政策不确定性与企业债务融资[J]. 管理评论, 2018(3): 29-39.
- [7] 林润辉, 谢宗晓, 刘孟佳, 等. 大股东资金占用与企业绩效——内部控制的“消化”作用[J]. 经济与管理研究, 2015(8): 96-106.
- [8] 尹海员, 杨庆松. 投资者互动平台信息交互对上市公司股价泡沫的影响——基于文本深度学习的证据[J]. 系统工程理论与实践, 2024(11): 3550-3573.
- [9] 李青原, 肖泽华. 异质性环境规制工具与企业绿色创新激励——来自上市企业绿色专利的证据[J]. 经济研究, 2020(9): 192-208.
- [10] 张洪辉, 平帆, 章琳一. 经济政策不确定性与内部人寻租:来自内部人交易超额收益的证据[J]. 会计研究, 2020(6): 147-157.
- [11] 聂辉华, 阮睿, 沈吉. 企业不确定性感知、投资决策和金融资产配置[J]. 世界经济, 2020(6): 77-98.
- [12] Lennox C S. Do companies successfully engage in opinion-shopping? Evidence from the UK[J]. Journal of Accounting and Economics, 2000, 29(3): 321-337.
- [13] Chen P F, He S, Ma Z, et al. The information role of audit opinions in debt contracting[J]. Journal of Accounting and Economics, 2016, 61(1): 121-144.
- [14] 刘瑶瑶, 路军伟. 财务困境公司审计意见购买行为研究——来自持续经营审计意见的经验证据[J]. 财经论丛, 2021(3): 71-81.
- [15] 曹丰, 李珂. 控股股东股权质押与上市公司审计意见购买[J]. 审计研究, 2019(2): 108-118.
- [16] 陈骏, 徐捍军, 林婧华. 企业寻租如何影响审计意见购买? [J]. 会计研究, 2021(7): 180-192.
- [17] 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(2): 104-120.
- [18] Baker S R, Bloom N, Davis S J. Measuring economic policy uncertainty[J]. Quarterly Journal of Economics, 2016, 131(4): 1593-1636.
- [19] 陆超, 王宸. 经济政策不确定性与公司违规行为[J]. 中南财经政法大学学报, 2022(3): 17-28.
- [20] 何超, 李延喜, 徐润香. 企业不确定性感知对创新决策的影响研究[J]. 管理学报, 2023(4): 543-557.
- [21] 黄庆成, 闻岳春, 陈秋昊. 经济政策不确定性对企业真实盈余管理的影响[J]. 证券市场导报, 2022(5): 69-79.
- [22] 曾庆生, 周波, 张程, 等. 年报语调与内部人交易:“表里如一”还是“口是心非”? [J]. 管理世界, 2018(9): 143-160.
- [23] 黄宏斌, 于博, 丛大山. 经济政策不确定性与企业自愿性信息披露——来自上市公司微博自媒体的证据[J]. 管理学报, 2021(6): 63-87.
- [24] March J G, Shapira Z. Managerial perspectives on risk and risk taking[J]. Management Science, 1987, 33(11): 1404-1418.
- [25] 王福胜, 王也, 刘仕煜. 网络媒体报道对盈余管理的影响研究——基于投资者异常关注视角的考察[J]. 南开管理评论, 2021(5): 116-129.

- [26] Johnson V E, Khurana I K, Reynolds J K. Audit-firm tenure and the quality of financial reports[J]. Contemporary Accounting Research, 2002, 19(4): 637-660.
- [27] Whisenant S, Sankaraguruswamy S, Raghunandanm K. Evidence on the joint determination of audit and non-audit fees[J]. Journal of Accounting Research, 2003, 41(4): 721-744.
- [28] 陈娇娇, 方红星. 审计关系错配、盈余质量与整合审计收费[J]. 审计与经济研究, 2019(1): 24-32.
- [29] 陈雯, 范茵子. 企业供应链风险感知与合作关系稳定性[J]. 管理世界, 2024(11): 209-228.
- [30] Davis S J, Liu D, Sheng X S. Economic policy uncertainty in China since 1949: The view from mainland newspapers[R]. Chicago Booth Research Paper, 2019.
- [31] 方明月, 聂辉华, 阮睿, 等. 企业数字化转型与经济政策不确定性感知[J]. 金融研究, 2023(2): 21-39.
- [32] 胡建雄, 殷钱茜. “羁束”还是“自由裁量”? ——管理决断权调整研究述评与展望[J]. 经济管理, 2018(5): 193-208.
- [33] Hanley K W, Hoberg G. The information content of IPO prospectuses[J]. The Review of Financial Studies, 2010, 23(7): 2821-2864.
- [34] Zhou H, Zhang X, Ruan R. Firm's perception of economic policy uncertainty and corporate innovation efficiency[J]. Journal of Innovation & Knowledge, 2023, 8(3): 100371.
- [35] 底璐璐, 罗勇根, 江伟, 等. 客户年报语调具有供应链传染效应吗? ——企业现金持有的视角[J]. 管理世界, 2020(8): 148-163.
- [36] 张玉明, 张馨月, 李双. 投资者网络舆论关注对 MD&A 语调操纵的影响研究[J]. 管理学报, 2024(3): 454-463.
- [37] 杨金玉, 罗勇根, 陈世强. 团队稳定性是否提高了企业二元创新? ——基于研发人员合作关系的实证研究[J]. 科学与科学技术管理, 2023(4): 82-101.
- [38] 李小荣, 刘行. CEO vs CFO: 性别与股价崩盘风险[J]. 世界经济, 2012(12): 102-129.
- [39] 罗进辉, 刘海潮, 巫奕龙. 高管团队稳定性与公司创新投入: 有恒产者有恒心[J]. 南开管理评论, 2023(6): 159-168+211+169-170.
- [40] 赵杨, 林琳, 杨斌. 互动式信息披露的质量特征及其影响因素研究[J]. 中国软科学, 2023(7): 127-141.
- [41] 张新民, 金琰, 刘思义, 等. 互动式信息披露与融资环境优化[J]. 中国软科学, 2021(12): 101-113.
- [42] 吴非, 胡慧芷, 林慧妍, 等. 企业数字化转型与资本市场表现——来自股票流动性的经验证据[J]. 管理世界, 2021(7): 130-144+10.
- [43] Francis J R, Yu M D. Big 4 office size and audit quality[J]. The Accounting Review, 2009, 84(5): 1521-1552.

[责任编辑: 王丽爱, 刘 茜]

Research on Audit Opinion Shopping from the Perspective of Uncertainty Perception: Empirical Evidence Based on MD&A Text Analysis

WANG Haibing, JIANG Tianshui, ZHANG Sigang

(School of Accounting, Chongqing University of Technology, Chongqing 400054, China)

Abstract: In the context of economic policy uncertainty, different enterprises perceive uncertainty in significantly different ways. Does this differential perception negatively affect audit quality? This paper examines A-share listed companies on the Shanghai and Shenzhen stock exchanges from 2007 to 2022, exploring the impact of corporate uncertainty perception on audit opinion shopping. The study finds that a heightened perception of uncertainty by companies intensifies the occurrence of audit opinion shopping. Specifically, the stronger the perception of uncertainty, the more likely companies are to engage in audit opinion shopping by reappointing their auditors. Mechanism tests reveal that corporate uncertainty perception exacerbates audit opinion shopping through two main effects: the pressure-driven effect and the information obfuscation effect. Heterogeneity analysis reveals that the perception of uncertainty further intensifies audit opinion shopping among firms characterized by lower executive stability, the presence of female executives, lower-quality interactive information disclosure, and a lower degree of digital transformation. Extended analyses demonstrate that the effect of uncertainty perception on audit opinion shopping is particularly pronounced in enterprises that switch auditors from larger to smaller audit firms, as well as in those with longer auditor tenures. This paper enriches research on audit opinion shopping from the perspective of uncertainty perception and provides empirical evidence for optimizing economic policy formulation, strengthening the supervision of audit quality, and improving the transparency of information in the capital market.

Key Words: uncertainty perception; audit opinion shopping; audit quality; information transparency; digitalized transformation; economic policy

数据资产信息披露会影响审计师选择吗？

刘道钦¹, 陈志斌¹, 黄冠华²

(1. 东南大学 经济管理学院, 江苏 南京, 211189; 2. 中国农业发展银行 江西省分行, 江西 南昌 330025)

[摘要] 数据资产是形成新质生产力的重要基础, 然而其信息披露机制不健全引发的复杂问题提高了对审计服务的要求。通过探讨数据资产信息披露对审计师选择的影响, 研究发现, 数据资产信息披露提高了企业聘请高质量审计师的概率。机制检验表明, 第一类代理成本、第二类代理成本和媒体关注发挥了中介作用, 支持了代理动机和信号传递动机, 但保险动机未得到支持。异质性检验显示, 当处于数据密集型、非传统制造等行业或者会计师事务所发生变更、任期短、行业专长低时, 企业对高质量审计服务的需求更高。此外, 高质量审计师会更频繁地在关键审计事项中关注数据资产信息披露情况, 并强化数据资产信息披露与企业价值的正向关系。

[关键词] 数据资产信息披露; 审计师选择; 审计质量; 代理问题; 信息传递; 审计费用; 审计意见

[中图分类号] F239.34 **[文献标志码]** A **[文章编号]** 1004-4833(2025)04-0042-10

一、引言

推动数据资产入表、畅通数据资产流通渠道, 促进形成新质生产力的优质生产要素, 对于加快数字经济的繁荣以及数字中国建设具有深远战略意义。尽管财政法规已经开始重视数据资产相关事项, 但由于数据资产入表尚处在实践探索阶段^[1], 其会计处理及对外披露工作给审计师的鉴证工作带来了新挑战。2024 年, 财政部印发的《企业数据资源相关会计处理暂行规定》正式施行, 为企业数据资源的相关会计处理提供了行为规范和客观标准, 旨在提升数据资产入表过程的会计信息披露质量。然而, 上海数据交易所发布的《数据要素视角下的数据资产化研究报告》指出, 数据资产的政策框架尚不健全, 缺乏可以指导数据资产入表实践及其披露行为的路线图。换言之, 数据资产入表及其对外披露之路并非坦途, 面临着成本估算、价值评估、权属界定、披露标准等一系列复杂问题^[1-2], 这些问题直接影响数据资产信息披露的规范性和准确性。鉴于此, 企业迫切需要解决数据资产信息披露的难题, 而聘任大型会计师事务所提供高质量审计服务成了企业的现实需求。

大型会计师事务所能更好地应对数据资产信息披露带来的新挑战。区别于传统资产, 数据资产属于新兴资产类型, 以其非实体性、价值易变性、类型多样性等特点, 在确认、计量和信息披露上交织存在着复杂的技术、法律和会计问题^[3]。数据资产信息披露对事务所审计服务质量提出了更高要求。大型会计师事务所更可能积累数据资产领域的专业知识和实践经验, 并派遣专业技能强或行业经验丰富的审计师处理数据资产信息披露中存在的复杂问题。从学术角度来看, 审计师选择的动因被概括成三种理论解释: 代理理论、信号传递理论和保险理论^[4-6]。数据资产信息披露可能通过上述三种机制提高对高质量审计师的依赖程度。第一, 由于数据资产信息披露的规范性和准确性不足, 企业需要聘请高质量审计师来处理代理问题。数据资产入表尚处于探索阶段, 其信息披露机制尚不健全, 存在会计操纵风险^[7]。为了缓解代理冲突, 企业倾向于聘请大型会计师事务所, 利用其专业性和独立性, 对数据资产信息进行鉴证, 确保能向董事会及时反映资产真实情况, 降低代理成本。第二, 由于数据资产信息披露往往伴随着融资和发债需求, 企业需要聘请高质量审计师来传递优质信号。鉴于资本市场存在利用数据资产进行“蹭热点”“炒概念”等误导投资者的行为, 企业倾向于借助高质量审计师的声誉机制传递正面信号, 以便获取融资和发行债务。第三, 由于数据资产信息披露存在虚假陈述风险^[8], 企业需要聘请高质量审计师来发挥保险作用。大型会计师事务所因具备较强的赔付能力, 能够在发生虚假陈述时有效减少投资者

[收稿日期] 2025-01-09

[基金项目] 国家社会科学基金重大项目(19ZDA097)

[作者简介] 刘道钦(1997—), 男, 江西上饶人, 东南大学经济管理学院博士生, 从事财务会计研究; 陈志斌(1965—), 男, 江苏南京人, 东南大学经济管理学院教授, 东南大学高质量发展综合评价研究院院长, 博士生导师, 从事财务会计研究, 通信作者, E-mail: 230238761@seu.edu.cn; 黄冠华(1992—), 男, 湖北黄冈人, 中国农业发展银行江西省分行经理, 博士, 从事财务会计研究。