

审计师的地理位置与审计定价策略

刘文军

(厦门大学 财务管理与会计研究院, 福建 厦门 361005)

摘要:文章从经济地理视角研究了审计师的地缘优势及其审计溢价问题,并利用中国上市公司2008—2011年的数据考察了审计师地理位置所带来的审计收费差距。研究发现,由于缺乏地缘优势,审计师对偏远客户的审计收费显著低于临近客户;具有行业专长的审计师有更大的定价空间,对偏远客户降低审计收费的幅度更大;由于向外地拓展市场的动机强烈,审计师对偏远客户降低审计收费主要存在于审计竞争程度较高的市场中。这些结果说明审计师的地理位置影响了其议价能力和定价策略,而审计师定价空间和审计市场竞争则加剧了地理位置对审计定价的影响。文章的研究结论可以为相关监管部门规范审计市场行为提供有益的参考。

关键词:审计师地理位置;审计定价;审计师行业专长;审计市场竞争

中图分类号:F239.43 **文献标识码:**A **文章编号:**1001-9952(2014)09-0121-12

一、引言

审计定价问题一直备受实务界和学术界的关注。一般认为,审计定价主要取决于审计师的努力程度、客户的审计风险以及审计师与客户的相对议价能力等因素(Simunic, 1980; Casterella 等, 2004)。审计师越努力,审计投入越多,则审计定价越高。客户的审计风险越高,审计师面临的诉讼风险就越大,相应地需要越高的审计收费进行补偿。此外,审计收费还取决于审计师与客户之间的讨价还价能力,审计师的议价能力越强,审计收费就越高。一般来说,审计师对临近客户更为熟悉,相对于偏远客户来说投入的审计成本会更低,审计风险也更低。但是由于更加便利的信息沟通以及管理层与审计师更容易建立个人关系,因此临近客户有选择本地审计师的偏好,这便使得本地审计师的议价能力得以提高。可见,审计师的地理位置如何影响审计定价是一个待检验的重要问题。已有文献(Choi 等, 2012; 刘文军, 2014)研究了审计师的地理位置与审计质量的关系,发现审计师临近客户审计质量更高。但目前尚无文献直接检验中国审计市场审计师地理位置如何影响审计师定价,本文的研究旨在提供这方面的初步证据。

在控制了审计师和公司的特征以及地区经济发展水平等因素后,本文研究发现审计师对偏远客户的审计收费更低。从经济意义上看,相对于100公里以内的客户,审计师对100公里以外的客户审计收费要低4.963%,平均约为30 908元。这表明审计师对临近和偏远客户有不同的定价策略。审计师行业专长对审计定价的影响取决于审计师与客户的相对议价能力(Casterella 等, 2004),由于缺乏地缘优势,审计师对偏远客户的议价能力低于临近客户。同时,具有行业专长的审计师因具有规模经济而产生成本优势,其有更大的审计定价空间,我们发现具有行业专长的审计师对偏远客户的审计收费更低。此外,审计市场竞争状况

直接影响审计师行为,审计市场竞争越激烈,审计师向外地拓展市场的动机越强。我们发现,审计师对偏远客户降低审计收费主要集中在竞争程度较高的市场中。

本文可能的贡献主要体现在以下几个方面:(1)丰富了近年来会计和财务领域兴起的从经济地理视角研究市场主体行为的文献(Baik 等,2010;Ayers 等,2011;Kedia 和 Rajgopal, 2011;Chhaochharia 等,2012;Choi 等,2012;Ghoul 等,2013)。我们发现审计师的地理位置是审计定价的重要影响因素,这也拓展了审计定价领域的研究文献。(2)有助于理解为什么近年来国内各大会计师事务所纷纷到各地建立分支机构开展审计业务。这是因为与客户临近能够获得地缘优势,带来更高的审计定价。(3)研究结论可以为相关监管部门提供有益的启示。由于审计师对偏远客户收取低价审计费会影响审计投入,进而降低审计质量,因此,相关部门要加强对审计师可能对偏远客户“低价揽客”行为(*low-balling*)的监管。同时,要培育审计市场集中度,提高审计师独立性。

本文余下部分的安排如下:第二部分为文献综述与研究假设;第三部分为研究设计,包括样本选择与数据来源以及变量定义和模型设定;第四部分为实证结果,包括主要变量描述性统计分析、多元回归分析以及稳健性检验;最后为研究结论。

二、文献综述与研究假设

近年来,大量研究表明经济主体之间地理距离的临近(*geographic proximity*)能够减少信息收集和监督成本,降低信息不对称程度,从而给经济主体带来地缘优势。例如,银行与借款企业以及其他银行之间的距离会影响贷款条件(Degryse 和 Ongen,2005;Agarwal 和 Hauswald,2010);当地的机构投资者能更好地行使监督职能(Chhaochharia 等,2012),约束财务报告的自由裁量空间(Ayers 等,2011),更好地预测未来的权益收益率(Baik 等, 2010),并赚取更多的收益(Coval 和 Moskowitz,2001;Baik 等,2010);临近公司的分析师比其他分析师预测公司盈余更为精确(Malloy,2005);公司靠近金融中心会降低权益资本的成本(Ghoul 等,2013),而靠近 SEC 的公司则更少重述财务报告(Kedia 和 Rajgopal,2011)。

也有文献从地理位置视角探讨了审计的相关问题,如 DeFond 等(2011)发现远离 SEC 区域办公室的“非四大所”给财务困境公司出具持续经营审计意见的概率较低,Choi 等(2012)和刘文军(2014)发现审计师与客户的距离越近,审计质量越高。但审计师的地理位置是否影响审计定价行为则很少有文献探讨,本文利用中国审计市场的数据旨在提供初步证据。

审计师对偏远客户审计收费可能更高,因为审计师对偏远客户的审计成本和审计风险更高。审计师远离客户,需要支出更多的交通和差旅费用。如果审计师靠近客户,就能有效地获得关于公司的更多具体信息,如更好地了解公司的客户和供应商、从当地媒体获知公司更多的信息等。而对偏远的客户,审计师就缺乏这样的优势,审计师需要进行额外的审计程序,审计投入更多,审计风险也更大。而审计成本和审计风险是审计收费的重要影响因素。

审计师对偏远客户收费也可能更低,因为审计师靠近客户,往往与公司的管理层共处一个社交网络,更容易建立私下的个人关系,从而更便于承揽业务。而且,对临近客户的了解也能提供更高质量的审计服务。从审计的需求方来看,由于更加便利的沟通,公司也有动机选聘临近的审计师。这表明,审计师往往在本地市场具有地缘优势。由于审计师对临近客户具有天然的地缘优势,因此在与客户的谈判中有更大的议价能力。这种地缘优势也会带来竞争优势,如张立民和管劲松(2004)发现中国审计市场存在严重的地区分割现象,本地审计师在本地往往占有较高的市场份额,即临近客户的审计市场在一定程度

上被本地审计师所垄断,偏远审计师想到本地开展审计业务存在进入壁垒。从总体上看,中国审计市场又是高度竞争的市场,审计师为了获得更大的市场份额,有动机向外地承揽审计业务。审计师距离客户越远,越不具有地缘优势,为了获取外地客户,审计师必须提高自身的竞争优势。与产品市场竞争一样,高质量和低价格是审计师获得偏远客户的两种竞争策略。但是由于中国审计市场缺乏高质量的审计需求(DeFond等,1999),甚至排斥高质量的审计(刘峰等,2002),而且由于地缘劣势,对偏远客户提供高质量审计服务意味着审计收费更高,因此,审计师可能不会通过对偏远公司提供高质量的审计服务来招揽业务。有研究发现审计师对偏远客户的审计质量反而更低(刘文军,2014)。另外,中国审计市场的审计诉讼风险极低,为了获取偏远客户,审计师可能会降低审计收费,即采取“低价揽客”(low balling)策略。基于上述分析,我们提出如下假设:

假设1:相对于临近客户,审计师对偏远客户的审计收费更低。

假设1将所有审计师视为同质的,但实际上不同特征审计师的审计定价空间存在差别,这会影响其对偏远客户的审计收费。比如,具有行业专长的审计师会提供高质量的审计服务从而可能产生审计溢价,同时其具有规模经济效应并拥有成本优势,因此其定价空间更大。审计师行业专长对审计定价的影响取决于审计师与客户的相对议价能力。比如,Casterella等(2004)发现审计师行业专长能够赚取审计溢价,但仅存在于小客户市场,在大客户市场则不存在甚至会降低审计收费。这是因为小客户的议价能力较弱,而大客户的议价能力较强,能够迫使审计师在价格上让步。审计师对偏远客户缺乏地缘优势,导致偏远客户的议价能力更强。具有行业专长的审计师具有更大的价格浮动空间,为了承揽偏远客户的审计业务,可能会在价格上给予更大幅度的折扣。基于上述分析,我们提出如下假设:

假设2:具有行业专长的审计师对偏远客户的审计收费更低。

假设1将审计市场竞争程度视为既定的,但实际上审计市场竞争程度存在差别,进而会影响审计师对偏远客户的定价行为。在激烈竞争的审计市场中,审计师为了获得更多的市场份额会降低审计收费,这也使得客户选择审计师的成本降低而议价能力得以提高。有文献(Kallapur等,2010;Numan和Willekens,2012)也发现审计市场竞争程度与审计收费负相关。随着审计市场整体竞争的加剧,审计师向外地市场拓展业务的动机增强,因此给予的价格折扣加大;而随着审计市场集中度的相对增加,审计师为承揽外地审计市场业务而降低收费的动机降低。因此,我们推测随着审计市场竞争的加剧,审计师对偏远客户更可能降低审计收费。基于此,我们提出如下假设:

假设3:审计师对偏远客户降低审计收费主要存在于激烈竞争的审计市场中。

三、研究设计

(一)样本选择与数据来源

我们按照上市公司年报披露的签字审计师姓名从中国注册会计师协会网站行业信息查询系统获取签字审计师所属会计师事务所或分支机构的详细地址,上市公司注册地地址信息来源于RESSET数据库,财务数据和公司治理数据来自CSMAR数据。审计师变更数据从中国注册会计师协会网站公布的年报审计情况快报中手工收集。^①纳入合并范围的子公司数据从上市公司年报中手工收集。本文以2008—2011年上市公司为初始样本,并剔除了以

^①我们没有将事务所合并而形成的会计师事务所更换视作审计师变更。

下样本:(1)金融类上市公司;(2)没有披露签字审计师的上市公司;(3)无法通过“中注协”查询系统获知签字审计师所属事务所详细地址的上市公司;(4)财务数据不全的上市公司。此外,由于“国际四大”的竞争策略具有独特性,我们还剔除了“国际四大”审计的公司。本文对所有连续变量在上下 1%分位数上做了 Winsorizing 处理。本文最终的样本为 5 016 个公司观测值。

(二) 审计师与客户距离的衡量

我们获知审计师所属事务所详细地址后用谷歌地图查出其经纬度(lon_i, lat_i),并根据上市公司注册地地址用谷歌地图查出其经纬度(lon_j, lat_j),然后根据下列公式计算审计师与客户的距离(Dis)。其中 R 为赤道半径,取值为 6 371.004 公里。

$$Dis = R \times \arccos(C) \times \frac{\pi}{180}$$

$$C = \sin(lat_i) \times \sin(lat_j) + \cos(lat_i) \times \cos(lon_i) \times \cos(lat_j) \times \cos(lon_j) \\ + \cos(lat_i) \times \sin(lon_i) \times \cos(lat_j) \times \sin(lon_j)$$

其中, Dis 为审计师与客户的实际距离, $\sin$ 为正弦函数, $\cos$ 为余弦函数, $\arccos$ 为反余弦函数。本文以 $Dis = \ln(1 + Dis)$ 作为审计师与客户距离的替代变量。同时考虑到距离对审计收费的非线性影响,本文也采用距离虚拟变量(D_Dis),若 Dis 大于 100 公里, D_Dis 取 1,否则取 0。^①之所以以 100 公里为阈值,是借鉴之前文献(Kedia 和 Rajgopal, 2011; Choi 等, 2012)的做法。

(三) 研究模型

为了检验假设 1,我们设计了以下研究模型,变量的定义见表 1:

$$\ln Fee = \alpha_0 + \alpha_1 Dis + \alpha_2 \ln Size + \alpha_3 SqSubs + \alpha_4 Arinv + \alpha_5 Quick + \alpha_6 Lev \\ + \alpha_7 ROA + \alpha_8 Loss + \alpha_9 Opinion + \alpha_{10} Switch + \alpha_{11} SPE + \alpha_{12} Auditcom \\ + \alpha_{13} Big6 + \alpha_{14} SOE + \alpha_{15} Region + \gamma Ind + \delta Year + \epsilon \quad (1)$$

其中,因变量为审计收费的自然对数($\ln Fee$),自变量为审计师与客户的距离(Dis),我们预期 Dis 的系数为负。根据先前文献(Simunic, 1980; Casterella 等, 2004; 吴溪和张俊生, 2012)的做法,我们还控制了客户业务的复杂性($\ln Size$ 和 $SqSubs$)、审计风险($Arinv$ 、 $Quick$ 、 Lev 、 ROA 、 $Loss$ 和 $Opinion$)和审计师特征($Switch$ 、 $Big6$ 和 SPE)等影响审计收费的因素。客户规模($\ln Size$)越大,纳入合并范围的子公司数量越多,则客户业务越复杂,审计收费越高。因此, $\ln Size$ 和 $SqSubs$ 的系数预期为正。审计风险越大,审计师需要收取越高的费用来补偿面临的诉讼风险,因此预期 $Arinv$ 、 Lev 、 $Loss$ 和 $Opinion$ 的系数为正, $Quick$ 和 ROA 的系数为负。审计师可能“低价揽客”,故 $Switch$ 的系数预期为负。我们控制了审计师的行业专长,具有行业专长的审计师(SPE)的审计质量更高,存在审计溢价,由此预期 SPE 的系数为正。国内“六大”(Big6)存在声誉溢价,因此预期 Big6 的系数为正。我们还控制了审计市场竞争程度($AuditCom$),^②审计

①我们同时按照 150 公里和 200 公里进行划分,研究结论没有实质性变化。

②衡量审计市场竞争程度最常用的两种方法为行业层面和区域层面度量法(Cabán-García 和 Cammack, 2011)。前者的具体方法是计算某个行业中,各个事务所市场份额的赫芬达尔指数。后者的具体方法是计算各个事务所在区域内审计市场份额的赫芬达尔指数。先前研究审计市场集中度的文献主要基于美国审计市场,Kallapur 等(2010)和 Newton 等(2013)采用区域层面的衡量方法,而 GAO(2008)则采用行业层面的衡量方法。区域层面衡量审计市场竞争程度的主要依据是审计市场具有明显的区域性特征。比如,Choi 等(2012)发现在美国审计市场有 80% 的客户位于与审计师相同的大都市统计区(Metropolitan Statistical Area, MSA),有 83% 的客户距离审计师 100 公里以内。可以看出,美国审计市场呈现出明显的区域性特征。而根据我们的统计研究,在中国审计市场审计师与客户在同一个省份的比例约为 53.84%,100 公里以内的客户也仅为 45%。可见,审计师在中国呈现出明显的跨区域承揽业务的特征,并不具有明显的区域性。因此,我们采用行业层面衡量审计市场竞争程度的方法。

市场竞争越激烈,审计定价可能越低,因此预期 *AditCom* 的系数为正。国有企业(SOE)缺乏对高质量审计服务的需求,预期 SOE 的系数为负。此外,根据张奇峰(2005)以及陈冬华和周春泉(2006)的研究,客户所在地区的经济发展程度也会影响审计收费,因此我们控制了客户所在地区变量(*Region*),预期其系数为负。我们还控制了行业和年度固定效应。

为了检验假设 2,我们在模型(1)的基础上加入了审计师和客户的距离(*Dis*)与审计师具有行业专长(*SPE*)的交互项,具体模型如下:

$$\begin{aligned} \text{LnFee} = & \alpha_0 + \alpha_1 \text{Dis} + \alpha_2 \text{SPE} + \alpha_3 \text{Dis} \times \text{SPE} + \alpha_4 \text{LnSize} + \alpha_5 \text{SqSubs} + \alpha_6 \text{Arinv} \\ & + \alpha_7 \text{Quick} + \alpha_8 \text{Lev} + \alpha_9 \text{ROA} + \alpha_{10} \text{Loss} + \alpha_{11} \text{Opinion} + \alpha_{12} \text{Switch} \\ & + \alpha_{13} \text{Big10} + \alpha_{14} \text{Auditcom} + \alpha_{15} \text{SOE} + \alpha_{16} \text{Region} + \gamma \text{Ind} + \delta \text{Year} + \varepsilon \end{aligned} \quad (2)$$

如果假设 2 成立,即具有行业专长的审计师对偏远客户的审计收费更低,则模型(2)中 α_3 的系数显著为负。

为了检验假设 3,我们将 *AditCom* 小于下四分位的行业定义为高度竞争的审计市场,将 *AditCom* 大于上四分位的行业定义为低度竞争的审计市场,按照审计市场竞争程度(*AditCom*)对模型(1)进行分组检验。^①

表 1 主要变量定义

变量符号	变量定义
<i>LnFee</i>	公司年度审计收费(<i>Fee</i>)取自然对数
<i>Dis</i>	分别采用连续变量 <i>Diss</i> 和虚拟变量 <i>D_Dis</i> 来表示
<i>LnSize</i>	公司总资产取自然对数
<i>SqSubs</i>	纳入合并范围的子公司数量取平方根
<i>Arinv</i>	(应收账款+存货)/总资产
<i>Quick</i>	(流动资产-存货)/流动负债
<i>Lev</i>	负债总额/总资产
<i>ROA</i>	净利润/总资产
<i>Loss</i>	虚拟变量,若公司净利润小于 0 取 1,否则取 0
<i>Opinion</i>	虚拟变量,若公司被出具标准审计意见取 1,否则取 0
<i>Switch</i>	虚拟变量,若公司当年发生审计师变更取 1,否则取 0
<i>Big6</i>	虚拟变量,若公司被国内“六大所”审计取 1,否则取 0 ^②
<i>SPE</i>	虚拟变量,参考谢盛纹(2011)以及江轩宇和尹志宏(2013)的做法,以 10%为阈值。若审计师在某行业客户资产总额占该行业所有公司资产总额的比例(审计师行业市场份额)超过 10%取 1,否则取 0
<i>AditCom</i>	审计师行业市场份额的赫芬达尔指数
<i>SOE</i>	虚拟变量,若公司为国有企业取 1,否则取 0
<i>Region</i>	虚拟变量,参考陈冬华和周春泉(2006)的做法,若上市公司的注册地在贵州、青海、甘肃、宁夏和陕西五省取 1,否则取 0
<i>Ind</i>	行业虚拟变量,基于中国证监会的行业分类设置,对制造业以外的行业按一位代码分类,制造业按二位代码分类
<i>Year</i>	年度虚拟变量

①赫芬达尔指数介于 0 到 1 之间,值越大表示市场集中度越高,竞争越不激烈。为了更好地对比审计行业竞争对审计师对偏远和临近客户审计收费的影响,我们取上四分位和下四分位两个较为极端的部分作为样本。

②国内学术研究一般将会计师事务所分为“十大”和“非十大”,由于十大会计师事务所包括“国际四大”,而我们在研究样本中剔除了“国际四大”,因此我们将事务所分为“六大”和“非六大”。对国内“六大”和“非六大”(会计师事务所)的分类是根据中国注册会计师协会网站每年公布的百强事务所排名。

四、实证结果

(一)描述性统计

表 2 为主要变量的描述性统计结果,从中可以看出,上市公司平均审计收费(*Fee*)约为 62 万元,中位数为 50 万元。年度审计费用自然对数(*LnFee*)的均值为 13.2003,中位数为 13.1224。审计师与客户距离(*Dis*)平均约为 444 公里,中位数约为 143 公里。*Diss* 的均值为 4.5728,中位数为 4.9681。*D_Dis* 的均值为 0.5548,表明有 55.48%的公司距离审计师在 100 公里以外。公司规模的自然对数(*LnSize*)的均值为 21.5158,中位数为 21.4296。*SqSubs* 的均值为 2.7946,中位数为 2.6458。应收账款和存货占总资产的比例(*Arinv*)平均为 26.29%,中位数为 23.60%。速动比率(*Quick*)的均值为 1.9719,中位数 0.9150,表明上市公司总体短期偿债能力一般。资产负债率(*Lev*)的均值为 49.1%,中位数为 47.84%,表明上市公司总体负债水平适中。净资产收益率(*ROA*)的均值为 3.86%,中位数为 4.12%,*Loss* 的均值为 16.09%,表明上市公司总体获利能力较低。*Opinion* 的均值为 0.9434,表明有 94.34%的公司被出具标准无保留审计意见。发生审计师变更(*Switch*)的公司比例为 7.24%,国内“六大”(*Big6*)所占比例为 46.27%。*SPE* 的均值为 0.1204,表明 12.04%的公司选择具有行业专长审计师。*AditCom* 的均值为 0.1139,中位数为 0.0789,表明审计市场竞争整体上较为激烈。国有企业所占比例为 54.61%,贵州、青海、甘肃、宁夏和陕西五省的上市公司所占比例为 5.04%。

表 2 主要变量描述性统计

变量	样本量	均值	下四分位数	中位数	上四分位数	标准差
<i>Fee</i>	5 016	622 820	390 000	500 000	710 000	391 482
<i>LnFee</i>	5 016	13.2003	12.8739	13.1224	13.4730	0.5081
<i>Dis</i>	5 016	444.4164	11.6397	142.7547	677.7048	612.2971
<i>Diss</i>	5 016	4.5728	2.5368	4.9681	6.5202	2.1920
<i>D_Dis</i>	5 016	0.5548	0	1	1	0.4970
<i>LnSize</i>	5 016	21.5158	20.7447	21.4296	22.2386	1.1746
<i>SqSubs</i>	5 016	2.7946	1.7321	2.6458	3.6056	1.6025
<i>Arinv</i>	5 016	0.2629	0.1258	0.2360	0.3640	0.1777
<i>Quick</i>	5 016	1.9719	0.5439	0.9150	1.6752	3.4507
<i>Lev</i>	5 016	0.4910	0.2992	0.4784	0.6376	0.2996
<i>ROA</i>	5 016	0.0386	0.0122	0.0412	0.0752	0.0810
<i>Loss</i>	5 016	0.1609	0	0	0	0.3675
<i>Opinion</i>	5 016	0.9434	1	1	1	0.2311
<i>Switch</i>	5 016	0.0724	0	0	0	0.2591
<i>Big6</i>	5 016	0.4627	0	0	1	0.4987
<i>SPE</i>	5 016	0.1204	0	0	0	0.3255
<i>AditCom</i>	5 016	0.1139	0.0654	0.0789	0.1298	0.0849
<i>SOE</i>	5 016	0.5461	0	1	1	0.4979
<i>Region</i>	5 016	0.0504	0	0	0	0.2189

(二)多元回归分析

1. 假设 1 的检验结果

表 3 审计师和客户距离与审计收费的回归结果

	(1)	(2)
<i>Diss</i>	-0.0106*** (-4.387)	
<i>D_Dis</i>		-0.0509*** (-4.907)

续表3 审计师和客户距离与审计收费的回归结果

	(1)	(2)
<i>LnSize</i>	0.223 *** (33.81)	0.223 *** (33.89)
<i>SqSubs</i>	0.0862 *** (20.51)	0.0862 *** (20.56)
<i>Arinv</i>	-0.197 *** (-5.306)	-0.200 *** (-5.401)
<i>Quick</i>	-0.00391 * (-1.825)	-0.00403 * (-1.877)
<i>Lev</i>	0.0927 *** (3.656)	0.0956 *** (3.775)
<i>ROA</i>	0.230 ** (2.030)	0.233 ** (2.055)
<i>Loss</i>	0.0512 *** (2.731)	0.0506 *** (2.696)
<i>Opinion</i>	-0.110 *** (-4.292)	-0.112 *** (-4.375)
<i>Switch</i>	-0.0631 *** (-3.257)	-0.0638 *** (-3.298)
<i>Big6</i>	0.0862 *** (7.950)	0.0868 *** (7.997)
<i>SPE</i>	0.0673 *** (3.671)	0.0671 *** (3.666)
<i>AditCom</i>	0.279 (0.877)	0.290 (0.910)
<i>SOE</i>	-0.0719 *** (-6.626)	-0.0707 *** (-6.522)
<i>Region</i>	-0.209 *** (-9.082)	-0.211 *** (-9.191)
<i>Constant</i>	8.269 *** (61.23)	8.246 *** (61.33)
<i>Ind</i>	控制	控制
<i>Year</i>	控制	控制
<i>N</i>	5 016	5 016
<i>R²</i>	0.5180	0.5184

注:括号内为 *T* 统计值,***、** 和 * 分别表示在 1%、5%、10% 的水平上显著。下表同。

表 3 是假设 1 的检验结果。从第(1)栏可知,*Diss* 的系数为-0.0106,并且在 1%的水平上显著,表明审计师距离客户越远,审计收费越低,即审计师给予偏远客户审计折价。从第(2)栏可知,*D_Dis* 的系数为-0.0509,并且在 1%的水平上显著,表明审计师对距离 100 公里以外的客户收费更低。上述结果与假设 1 预期一致,说明相对于偏远客户,审计师对邻近客户具有地缘优势,有相对较强的议价能力。同时,为了拓展审计市场业务,审计师用低价抢占相对没有地缘优势的偏远客户。从经济意义上看,审计师对距离 100 公里以外的客户审计收费要低 4.963%,即平均给予30 908元的折扣。

从控制变量的回归结果来看,公司规模(*LnSize*)越大,纳入合并范围的子公司(*Sq-Subs*)越多,审计收费越高,即业务复杂性与审计收费正相关。速动比率(*Quick*)越高,审计收费越低,亏损公司(*Loss*)和被出具非标准审计意见的公司审计收费越高,这些与预期一致,即审计风险越高,审计收费越高。公司业绩(*ROA*)越高,审计收费越高,这与预期并不一致。审计师发生变更(*Switch*)当年审计收费更低,表明审计师存在“低价揽客”行为。国

内“六大”(Big6)的审计收费更高,即“大所”存在声誉溢价。具有行业专长的审计师(SPE)审计收费更高,表明行业专长存在声誉溢价。由于国有企业(SOE)缺乏高质量的审计需求,审计收费更低。以上控制变量的回归结果与吴溪和张俊生(2012)的发现基本一致。而与陈冬华和周春泉(2006)的发现相一致的是,处在贵州、青海、甘肃、宁夏和陕西五省的上市公司审计收费更低。审计市场竞争的系数与预期一致,但并不显著,这可能是因为中国审计市场总体集中度较低,审计市场竞争激烈,AditCom 缺少变异性。应收账款和存货占资产比例(Arinu)越高,审计收费越低,这与预期并不一致。^①

2. 假设 2 的检验结果

表 4 是假设 2 的检验结果。从第(1)栏可以看出,Diss 的系数显著为负,SPE 的系数显著为正,Diss×SPE 的系数不显著。但从第(2)栏可知,D_Dis 的系数为-0.0414,并且在 1%的水平上显著,表明不具有行业专长的审计师对 100 公里以外的客户的审计收费要低 4.055%。D_Dis×SPE 的系数为-0.0799,且在 5%的水平上显著,表明具有行业专长的审计师对 100 公里以外的客户的审计收费更低,即具有行业专长的审计师为了承揽外地审计业务,在价格上给予了更大的折扣,这与假设 2 预期一致。从经济意义上看,具有行业专长的审计师对本地客户收取 11.7395%的审计溢价,而对 100 公里以外的客户不但没有审计溢价,而且还给予了 1.025%的折价。

表 4 审计师和客户距离、审计师行业专长与审计收费的回归结果

	(1)	(2)
Diss	-0.00929*** (-3.641)	
D_Dis		-0.0414*** (-3.775)
SPE	0.113*** (3.049)	0.111*** (4.301)
Diss×SPE	-0.0101 (-1.398)	
D_Dis×SPE		-0.0799** (-2.448)
Constant	8.261*** (61.14)	8.237*** (61.32)
控制变量	控制	控制
N	5 016	5 016
R ²	0.5182	0.5190

注:受篇幅限制,控制变量结果未报告,下表同。

3. 假设 3 的检验结果

表 5 是假设 3 的检验结果,可以看出,在审计市场高度竞争的子样本中,Diss 和D_Dis 的系数均为负,且在 1%的水平上显著。而在市场低竞争的子样本中,Diss 和 D_Dis 的系数均不显著。这与假设 3 预期一致,表明审计市场竞争越激烈,为了获得市场份额,审计师越有动机低价承揽外地客户,而随着审计市场集中度的提高,这种低价竞争外地客户的动机有所减弱。

^①这与 He 等(2014)的发现部分相吻合,He 等(2014)也发现存货比例越高的公司审计收费越低。

表 5 审计师和客户距离与审计收费的回归结果(按审计行业市场竞争程度分组)

	高度竞争的市场		低竞争的市场	
	(1)	(2)	(1)	(2)
<i>Diss</i>	-0.0225*** (-4.477)		0.00104 (0.206)	
<i>D_Dis</i>		-0.0823*** (-4.087)		-0.00516 (-0.244)
<i>Constant</i>	8.581*** (32.47)	8.531*** (32.38)	8.071*** (30.89)	8.076*** (30.91)
控制变量	控制	控制	控制	控制
<i>N</i>	1 270	1 270	1 217	1 217
<i>R</i> ²	0.4362	0.4342	0.5805	0.5805

(三)稳健性检验

1. 内生性问题

为了控制公司对远近审计师的自选择问题,我们采用倾向得分配对(*propensity score matching*)来试图缓和这种选择性偏差造成的内生性问题。我们在进行倾向得分配对时控制了公司规模(*LnSize*)、资产负债率(*Lev*)、公司业绩(*ROA*)以及行业和年度效应,采用最邻近配比法进行配对。表 6 为采用倾向得分配对后获得的样本利用模型(1)进行回归的结果,可以看出,*D_Dis* 的系数为-0.0558,并且在 1%的水平上显著,表明在控制了内生性问题后,我们的主要研究结论没有发生实质性变化。

表 6 审计师和客户距离与审计收费的回归结果(倾向得分配对)

	(1)
<i>D_Dis</i>	-0.0558*** (-5.080)
<i>Constant</i>	8.294*** (56.62)
控制变量	控制
<i>N</i>	4 466
<i>R</i> ²	0.5157

2. 控制本地和异地会计师事务所的影响

已有研究表明,本地会计师事务所与异地会计师事务所之间的审计质量存在差别(Chan 等,2006;Wang 等,2008)。本地客户更愿意聘请本地审计师,而审计师对本地客户的收费也确实更低,这主要是由于政府对当地审计师存在一定的政治影响(夏立军,2005)。但我们的研究结论和夏立军(2005)的发现并不吻合。为了检验当地政府政治干预是否造成审计收费差别,我们在模型中控制了本地会计师事务所(*Loc*)的影响。*Loc* 为虚拟变量,若公司的注册地与审计师在同一个省份、自治区或直辖市取 1,否则取 0。我们对模型(1)重新回归,回归结果(见表 7 第 1 列)显示,在控制了本地会计师事务所的影响后,*D_Dis* 的系数依然显著为负,而 *Loc* 的系数显著为正,这表明本地会计师事务所的审计收费比异地会计师事务所的更高。我们还发现,*D_Dis* 和 *Loc* 之间有较强的相关性,相关系数达到-0.5567,这可能是由于审计师与客户距离越近,二者就越有可能处于同一个行政区划之下。因此,*Loc* 捕捉到的可能还是距离而不是政府干预的影响。为了进一步检验本地会计师事务所的高收费不是由当地政府的政治影响而是由本地会计师事务所的地缘优势造成的,我们选取了审计师与客户注册地在同一个省份的样本重新检验了 *D_Dis* 对审计收费的影响。回归结果(见表 7 第 2 列)显示,*D_Dis* 的系数依然显著为负,这表明即便在同一个省

份内, 审计师距离客户越远, 审计收费也就越低。

表 7 审计师和客户距离与审计收费的回归结果(控制本地会计师事务所的影响)

	(1)	(2)
<i>D_Dis</i>	-0.0286 ** (-2.448)	-0.0395 ** (-1.971)
<i>Loc</i>	0.0396 *** (3.407)	
控制变量	控制	控制
<i>N</i>	5 016	2 273
<i>R</i> ²	0.5194	0.5342

3. 控制北京、上海和深圳的影响

如果公司临近强大的监督者, 那么其舞弊倾向会有所减少(Kedia 和 Rajgopal, 2011)。因为北京、上海和深圳这三个区域具有更完善的法制环境, 更临近证券监管部门, 也面临媒体和金融中介更严格的监督; 所以, 在北京、上海和深圳的公司可能会有更高的审计质量需求, 也会购买更多的审计服务。而且, 大部分会计师事务所也在北京、上海和深圳设立总所或分支机构; 那么, 这是否意味着本文的研究结论是由注册在北京、上海和深圳的公司所驱动的呢? 为了检验上述推测, 我们在模型中加入公司与地区的交互项 *Firm_location*。如果公司注册地在北京、上海或是深圳, *Firm_location* 取 1, 否则取 0。结果表明, 主要研究结论并未发生实质性的变化。如果剔除样本中注册地在北京、上海和深圳的公司, 研究结论也没有发生实质性变化。

4. 其他稳健性检验

我们还进行了其他的稳健性检验, 包括控制了审计师是否给上市公司提供内部控制审计、审计收费是否包括餐饮费、公司经营地与注册地不一致的影响以及审计委员会特征等, 研究结论也没有发生变化。此外, 我们还对审计师行业专长和审计市场竞争重新定义以及按事务所规模分组检验, 研究结论同样没有发生实质性变化。

五、研究结论

本文基于中国上市公司 2008—2011 年的数据研究了审计师的地理位置对审计定价的影响。研究发现, 审计师对偏远客户的审计收费更低; 由于具有行业专长的审计师有更大的定价空间, 其对偏远客户的审计收费更低; 审计市场竞争加剧了审计师向外地拓展市场的动机, 因此审计师对偏远客户降低审计收费主要存在于竞争激烈的市场中。

本文的研究具有如下启示: 首先, 审计师的地理位置会影响审计定价策略的研究结论有助于我们理解会计师事务所去客户集中的地区建立分支机构的必要性。审计师对偏远客户的审计收费较低, 这会严重影响审计质量, 相关监管部门要对这种“低价揽客”行为引起足够的重视。其次, 行业专长引起的审计师定价空间的扩大将导致地理位置对审计定价产生更大的影响, 这一研究发现让我们对具有行业专长的审计师的审计定价行为有了新的认识, 这表明由地理位置产生的议价能力会使具有行业专长的审计师在向偏远客户开展业务时拥有成本优势。最后, 由于审计市场竞争在审计师地理位置影响审计定价的过程中具有调节作用, 降低审计市场竞争程度成为约束审计师对偏远客户可能存在的“低价揽客”行为的一个重要机制。因而, 相关监管部门要进一步规范审计市场竞争行为, 引导会计师事

务所合规、合理地做大做强。

参考文献:

- [1]陈冬华,周春泉.自选择问题对审计收费的影响——来自中国上市公司的经验证据[J].财经研究,2006,(3):44—55.
- [2]刘峰,张立民,雷科罗.我国审计市场制度安排与审计质量需求——中天勤客户流向的案例分析[J].会计研究,2002,(12):22—27.
- [3]刘文军.审计师的地理位置是否影响审计质量? [J]. 审计研究,2014,(1):79—87.
- [4]江轩宇,尹志宏.审计行业专长与股价崩盘风险[J].中国会计评论,2013,(2):133—150.
- [5]夏立军.政府干预与市场失灵——上市公司之会计师事务所选择研究[D].上海:上海财经大学,2005.
- [6]谢盛纹.最终控制人性、审计行业专业性与控股股东代理成本——来自我国上市公司的经验证据[J].审计研究,2011,(3):64—73.
- [7]吴溪,张俊生.中国本土会计师事务所的市场地位与经济回报[J].会计研究,2012,(7):80—88.
- [8]张立民,管劲松.我国A股审计市场的结构研究——来自2002上市公司年度报告的数据[J].审计研究,2004,(5):31—36.
- [9]张奇峰.政府管制提高会计师事务所声誉吗?——来自中国证券市场的经验证据[J].管理世界,2005,(12):14—23.
- [10]Agarwal S, Hauswald R. Distance and private information in lending[J]. Review of Financial Studies , 2010, 23(7):2757—2778.
- [11]Ayers B C, Ramalingegowda S, Yeung P E. Hometown advantage: The effects of monitoring institution location on financial reporting discretion[J]. Journal of Accounting and Economics , 2011, 52(1): 41—61.
- [12]Baik B, Kang J K, Kim J M. Local institutional investors, information asymmetries, and equity returns [J]. Journal of Financial Economics, 2010, 97(1):81—106.
- [13]Cabán-García M T, Cammack S E. Industry and city-level audit market concentration[J]. International Journal of Auditing, 2011, 15(1): 21—42.
- [14]Casterella J, Francis J, Lewis B, et al. Auditor industry specialization, client bargaining power, and audit pricing[J]. Auditing: A Journal of Practice & Theory, 2004, 23 (1): 123—141.
- [15]Chhaochharia V, Kumar A, Niessen-Ruenzi A. Local investors and corporate governance[J]. Journal of Accounting and Economics, 2012, 54(1): 42—67.
- [16]Chan K H, Lin K Z, Mo P L. A political economic analysis of auditor reporting and auditor switches[J]. Review of Accounting Studies, 2006, 11(1):21—48.
- [17]Choi J H, Kim J B, Qiu A A, et al. Geographic proximity between auditor and client: How does it impact audit quality? [J]. Auditing: A Journal of Practice & Theory, 2012, 31(2): 43—72.
- [18]Coval J, Moskowitz T. The geography of investment: Informed trading and asset prices[J]. Journal of Political Economy, 2001, 109(4): 811—841.
- [19]DeFond M, Francis J R, Hu X. The geography of SEC enforcement and auditor reporting for financially distressed clients [R]. Working Paper, University of Southern California, 2011.
- [20]DeFond M, Wong T J, Li S. The impact of improved auditor independence on audit market concentration in China[J]. Journal of Accounting and Economics, 1999, 28(3): 269—305.
- [21]Degryse H, Ongena S. Distance, lending relationships, and competition[J]. Journal of Finance, 2005, 60 (1):231—266.
- [22]General Accounting Office. Audits of public companies: Continued concentration in audit market for large public companies does not call for immediate action[C]. Washington, D.C.: United States Government Accountability Office, 2008.

- [23]Ghoul S E, Guedhami O, Ni Y, et al. Does information asymmetry matter to equity pricing? Evidence from firms' geographic location[J]. Contemporary Accounting Research, 2013, 30(1): 140—181.
- [24]He X, Pittman J, Rui O M, et al. Do social ties between external auditors and audit committee members affect audit quality? [R]. Working Paper, Shanghai University of Finance and Economics, 2014.
- [25]Kallapur S, Sankaraguruswamy S, Zang Y. Audit market concentration and audit quality[R]. Working Paper, Indian School of Business, National University of Singapore, Singapore Management University, 2010.
- [26]Kedia S, Rajgopal S. Do the SEC's enforcement preferences affect corporate misconduct? [J]. Journal of Accounting and Economics, 2011, 51(3): 259—278.
- [27]Kim J B, Liu X, Zheng L. The Impact of mandatory IFRS adoption on audit fees: Theory and evidence [J]. The Accounting Review, 2012, 87(6):2061—2094.
- [28]Malloy C. The geography of equity analysts[J]. Journal of Finance, 2005,60(2):719—755.
- [29]Newton N J, Wang D, Wilkins M S. Does a lack of choice lead to lower quality? Evidence from auditor competition and client restatements[J]. Auditing: A Journal of Practice & Theory, 2013, 32(3):31—67.
- [30]Numan W, Willekens M. An empirical test of spatial competition in the audit market[J]. Journal of Accounting and Economics, 2012, 53(1—2): 450—465.
- [31]Simunic D. The Pricing of audit services: Theory and evidence[J]. Journal of Accounting Research, 1980, 18(1):161—190.
- [32]Wang Q, Wong T J, Xia L. State ownership, the institutional environment, and auditor choice: Evidence from China[J]. Journal of Accounting and Economics, 2008, 46(1):112—134.

Auditor Location and Audit Pricing Strategy

LIU Wen-jun

(Institute for Financial & Accounting Studies, Xiamen University, Xiamen 361005, China)

Abstract: This paper studies geographical advantages and audit premium of auditors from a perspective of economic geography and audit fee differences resulting from auditor location by using the data of Chinese listed companies from 2008 to 2011. It comes to the following conclusions: firstly, owing to the lack of geographical advantages, audit fees auditors charge from remote clients are significantly lower than the ones auditors charge from neighboring clients; auditors with industry expertise have bigger pricing space and greater reduction in audit fees they charge from remote clients; secondly, due to strong motive for the expansion of external markets, the reduction in audit fees auditors charge from remote clients mainly exists in audit markets with higher competitive level. These results indicate that auditor location affects auditors' bargaining power and pricing strategy, and auditor pricing space and audit market competition exacerbate the effect of auditor location on audit pricing. It provides useful reference for the regulation on audit market behavior by relevant regulatory authorities.

Key words: auditor location; audit pricing; auditor industry expertise; audit market competition

(责任编辑 景 行)