

侯翠平◎著

创造性

会计手法的识别与监管

研究

CHUANG ZAO XING KUAI JI SHOU FA DE
SHI BIE YU JIAN GUAN YAN JIU

兵器工业出版社

内 容 简 介

本书结合新企业会计准则和新审计准则,详述了基于盈余管理、虚假陈述、财务造假、会计欺诈等的创造性会计手法产生的动因及各种可能歪曲企业财务状况的手段,其间引用上市公司案例,分析操纵盈余的各种手法及危害,并提供一定的会计监管思路。能够帮助读者学到如何分析上市公司的会计欺诈、如何保护自己的投资,对现今中国的资本市场来说非常有现实意义。

图书在版编目(CIP)数据

创造性会计手法的识别与监管研究/侯翠平著. —北京:
兵器工业出版社, 2009. 5

ISBN 978 - 7 - 80248 - 337 - 8

I. 创… II. 侯… III. 会计检查 IV. F231.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 051296 号

出版发行: 兵器工业出版社

发行电话: 010 - 68962596, 68962591

邮 编: 100089

社 址: 北京市海淀区车道沟 10 号

经 销: 各地新华书店

印 刷: 北京兵工印刷厂

版 次: 2010 年 1 月第 1 版第 1 次印刷

责任编辑: 周宜今

封面设计: 揽胜视觉

责任校对: 郭 芳

责任印制: 赵春云

开 本: 787 × 1092 1/16

印 张: 16

字 数: 250 千字

定 价: 38.00 元

(版权所有 翻印必究 印装有误 负责调换)

前 言

公信是证券市场健康发展的基石，市场一旦丧失了公信，也就失去了投资者，融资者也只能是“单相思”。所以上市公司所披露的财务数据的真实性是证券市场有效性的基础，但是这种财务数据的真实性并不能够自动地得到保证，相反，除了已经明显越过公认会计准则界限的虚假财务报告外，某些上市公司还常常利用公认会计准则内的灵活性对财务数据进行“修饰”，使投资者迷失在数字的丛林之中。即所谓的运用创造性会计手法进行利润操纵和财务造假。从2000年开始不断曝光的国内、国际上市公司财务欺诈案层出不穷，诸如美国的安然财务欺诈案、世通财务虚假案、施乐公司利润泡沫案、泰科财务难题、荷兰的会计制度失败案等，我国的大庆联谊——证券民事赔偿第一案、ST猴王财务虚假案、红光实业欺诈上市诉讼案、琼民源虚假财务案、郑百文虚假财务案、中科创业股价操纵案、亿安科技“黑庄”案等。上述现象的存在，一方面要求证券市场的监管部门采取得力措施以维护市场秩序；另一方面也要求投资者自身具有足够的鉴别力，能够不被华丽的业绩数字所误导，透过重重迷雾看到真相。特别是在2007年这样的证券市场大牛市和2008年的大熊市中，保持理性的头脑和稳健的作风尤其重要。而这正是本书的主要目的所在。

关于“创造性会计手法”的概念及方法，美国的查尔斯·W·马尔福德在《上市公司财务欺诈与识别》中有一定的阐述，认为创造性会计手法是进行财务数字游戏的手法，并引用美国真实企业例子进行了分析。而在我国的相关文献中未看到创造性手法的分析，但对于盈余管理、虚假陈述、财务造假、盈余操纵的分析很多。2006年我国进行了较为彻底的企业会计准则和审计准则的改革，出台了39项会计准则和48项审计准则，目的是为了和国际惯例趋同。新准则的出台，虽然遏制了一些传统的创造性会计手法，但新准则中的新规定，导致新的创造性会计手法应运而生，比如公允价值计

量模式在 17 个会计准则中的运用,人为的因素大量存在,不可避免地会出现盈余操纵和财务造假。而这一切在过去的各种各类文献中零散的研究有,如小篇幅的论文中关于公允价值的应用研究等,但对新准则中创造性会计手法完整版的研究没有。这是本书的另一目的。

本书的具体内容简述如下:

第 1 章 创造性会计手法产生的动因,主要阐述创造性会计手法的含义及动因。

第 2 章 创造性会计手法的运作环节,主要分析会计政策的选择和运用,公允价值的运用,关联交易及欺诈性财务报告。

第 3 章 创造性会计手法的类别与识别,包括收入提早确认或推迟确认,费用过度资本化和延期摊销,资产和负债的误报,利润表项目的误报,现金流量表项目的误报等。

第 4 章 创造性会计手法的危害——会计信息披露严重失实,主要分析会计信息披露的评价标准以及对会计信息披露中存在的问题进行剖析。

第 5 章 创造性会计手法的管理——证券市场会计监管,包括会计监管理念的确立,会计监管的目标和主体,会计监管的对象和内容及监管对策。

书中结合新会计准则和新审计准则,并大量引用上市公司案例,分析操纵盈余的各种手法及危害,并提供一定的会计监管思路。有利于帮助读者透过报表看到财务结果的本来面目,引导投资者理性投资。对任何有意于理解企业财务状况、经营业绩的人都可获益,

在本书写作过程中,查阅参考了多位专家、学者的观点和思想,谢谢他们!也感谢单位领导、同事、朋友的支持和提供的帮助,在此一并感谢!由于成书时间仓促,加上作者水平有限,错误和疏漏之处在所难免,敬请读者批评指正!如有意见或建议,请发 E-mail 至 qsh508@263.net。

编著

2008 年 6 月 25 日

目 录

第1章 创造性会计手法产生的动因	(1)
1.1 创造性会计手法概述	(1)
1.2 创造性会计手法产生的动因——盈余管理	(5)
1.3 盈余管理的作用分析	(11)
附录一 中国上市公司财务欺诈一览表	(15)
第2章 创造性会计手法的运作环节	(19)
2.1 会计处理方法的选择和运用	(19)
2.2 关联方交易	(27)
2.3 公允价值计量	(43)
2.4 欺诈性财务报告	(57)
第3章 创造性会计手法的类别与识别	(61)
3.1 收入确认的创造性会计手法与识别	(61)
3.2 费用确认的创造性会计手法与识别	(75)
3.3 资产负债表中的创造性会计手法与识别	(81)
3.4 利润表中的创造性会计手法与识别	(90)
3.5 现金流量表中的创造性会计手法与识别	(94)
附录二 “会计魔术”挑战会计规范的有效性 ——来自厦航利润之争案的启示	(101)
附录三 对资产负债表的分析	(106)
第4章 创造性会计手法的危害——会计信息披露严重失实	(117)
4.1 会计信息披露制度及目的	(118)
4.2 会计信息质量的评价标准	(132)
4.3 上市公司会计信息披露的评价标准	(139)
4.4 会计信息披露中的问题剖析	(141)
第5章 创造性会计手法的管理——证券市场会计监管	(148)

5.1 会计监管的目标和主体	(148)
5.2 会计监管的对象和内容	(163)
5.3 会计监管对策分析	(180)
附录六 中外上市公司财务欺诈案例	(185)
参考文献	(246)

第1章 创造性会计手法 产生的动因

1.1 创造性会计手法概述

真实可靠是财务会计信息的首要质量要求。近年来，不论是我国，还是世界上其他国家，上市公司的会计信息失真现象十分严重，已引起各方关注。在这些失真的会计信息中，一部分纯属违背会计法规、会计准则的会计造假；而另一部分则是盈余管理所致。创造性会计手法的运用正是上市公司为了达到种种可告人、不可告人的目的进行财务数字游戏的手法。

1.1.1 创造性会计手法的含义

创造性会计手法（Creative Accounting Practices），是指任何用于进行财务数字游戏的手法，包括对会计政策的过度选择和运用，无论是在公认会计原则的界限之内或之外，以及欺诈性财务报告。它包括任何用来调整财务报告中财务业绩和财务状况以影响或改变人们对公司经营业绩看法的手法。创造性会计手法分激进式会计手法和欺诈式会计手法，激进式会计手法表现为过分或有意地超限度运用会计政策；欺诈式会计手法则纯属违背会计法规、会计准则的会计造假。而这一切都将是我们的研究范围。

关于相关概念的表述如表1-1所示。

尽管财务数字游戏有着许多不同的做法，参与这一游戏却只有一个最终目的——为公司的业绩创造一个良好的印象。通过改变财务报表使用者对于公司业绩的印象，财务数字游戏的管理层则在寻求某种期望的实际成果。

所以上述五个概念中，“激进式会计”如果有行政、民事或刑事诉讼指控存在以实质性方式误导财务报表使用者的预定意图，就可

表 1-1

概 念	定 义
激进式会计	为了获得所希望的结果，通常是更高的当前利润，故意过度地选择和运用会计准则，不论相应的行为是否符合公认会计准则。激进式会计手法通常不会被指控为舞弊，除非是有行政、民事或刑事诉讼提出指控，特别是对于财务报表中以欺骗财务报表使用者为目的的故意的实质性错误
盈余管理	根据预定目标操纵利润的行为。这一目标可能是管理者设置的，也可能是分析人员的预测或者与更为平滑更具有可持续性的利润流相一致的利润数量
收入平滑	盈余管理的一种形式，用来消除正常利润序列当中的波峰和波谷。这种手法包括在好年成里削减并且“储存”利润以便在效益不佳的年份使用
欺诈性财务报告	在财务报表中故意虚报或遗漏财务事项或金额以欺骗财务报表的使用者，由行政、民事或刑事诉讼确定为欺诈行为
创造性会计手法	任何用于进行财务数字游戏的手法，包括对会计准则的过度选择和运用，无论是在公认会计准则的界限之内或之外，以及欺诈性财务报告。它也包括盈余管理和收入平滑等方法

以被判定为“欺诈性财务报告”；“盈余管理”涉及对利润的故意操纵，可能导致较低的利润或较高的利润，以使其与预定目标一致；“收入平滑”是盈余管理的一种形式，用来消除正常利润序列当中的波峰和波谷，以使人们感觉到利润流风险较小。“创造性会计手法”在这里是广泛意义上使用的，它包括任何被用于调整所报告的财务业绩和财务状况以改变人们对经营业绩印象的手法。因此，激进式会计无论它在公认会计原则的界限之内还是界限之外都包括在创造性手法当中，盈余管理、收入平滑自然也能包括在其中，欺诈性财务报告也是创造性会计手法的一个组成部分，尽管创造性会计手法听起来不像“欺诈性财务报告”那样臭名昭著和麻烦，但管理层确有这样的意图。我们需要一个通用的术语来描述这类行为，以判断其欺诈与否，而“创造性会计手法”正适合这一角色。

1.1.2 创造性会计手法的运用层次

当管理层普遍滥用公认会计原则中的弹性或柔性时，创造性会

计手法出现了。就滥用的程度而言，可分为在公认会计原则的界限内和在公认会计原则的界限外滥用，前者受到证券监督委员会查处的力度小，后者一经发现受到证券监督委员会查处的力度就会很大，很可能受到行政处分或被提起民事或刑事诉讼。但往往等到发现时，已使相关的人受到了很严重的伤害。

所以创造性会计手法的运用可分三个层次，程度逐渐加深：

- ① 在公认会计准则的弹性允许范围内的盈余管理；
- ② 在公认会计准则的弹性界限外的盈余管理；
- ③ 欺诈性财务报告。

(1) 公认会计原则界限内的盈余管理

公认会计准则范围之内，为处理业务和编制财务报告，企业管理层必须在各种政策和方法之间进行选择并做出判断。管理层可以运用各种不同的判断去影响或改变财务报告，在这些判断中包含会计判断和其他管理判断。

首先，管理层对于财务报告中存在的大量未来经济事项必须做出判断，例如长期资产的预计使用寿命和预计残值，养老金与退休金、递延所得税款以及坏账损失等。

其次，对于同一类经济业务，管理者必须在公认的会计方法中选择其中的一种处理方法，像折旧方法中的加速折旧法与直线折旧法、发出存货计价中的先进先出法和加权平均法等。管理者在营运资金管理方面也需要进行判断，例如存货水平、存货发出和采购的时间安排，应收账款的收账政策等，它们都会影响到成本和收入。管理者也必须自主决定一些费用的发生时间，像研究费用、广告费及维护费、开发费等可不可以计入资产成本等。

最后，管理层必须对公司的诸如企业联合、租赁合约以及权益性投资等交易做出决策，这些决策也给管理者提供了判断的空间，管理者可以将企业联合适用联营会计，也可适用购并会计；租赁合约可以是资产负债表内的义务，也可以是表外义务；权益性投资可按权益法核算，也可按成本法核算等。简而言之不外乎以下三种方式：利用权责发生制中存在的会计判断进行盈余管理；通过安排交易发生或交易方式进行盈余管理；通过营运资金的管理进行盈余管理。

虽然对于哪些判断是公允、中立的判断，哪些属于盈余管理，

哪些又属于盈余操纵，至今理论界和实务界并未给出明确的范围。但有一点是肯定的，管理层在进行上述众多的判断中，都有可能和有条件进行盈余管理。

(2) 公认会计原则的界限外的盈余管理

如果在公认会计准则的界限内运用盈余管理还有一定的合理性，那么在公认会计准则界限外滥用盈余管理，则会导致重大金额和披露事项的误报或遗漏，诸如会计违规行为、欺诈性财务报告等。这些行为的实施已经超出了公认会计准则运用当中合法弹性的范围，盈余管理的实施者会故意采取这些行为来欺骗财务报表的使用者。具体表现形式有：

在收入确认方面，提前确认或确认完全虚假的收入，是滥用盈余管理的普遍形式之一。与提前确认收入比较，记录不存在的销售收入，即虚假收入确认的性质更严重，前者毕竟还存在真实的销售在内。

在费用确认方面，低报费用是滥用盈余管理的另一种形式，它还有高报资产和低报负债这两种衍生效应。如果企业要达到目标利润，可利用低报准备金转化为利润；或高报费用，抵消高利润，实现收入平滑，时刻满足各方对公司利润的预期。

如一个公司可能会稍微高报减值准备金以抵消所实现的投资收益，这样最后的收益就接近于管理层认为可持续的利润水平和趋势，这样一种比较好看的公司关于盈利前景的内部信息传达给了市场，权且看做盈余管理的正面效应。但一个公司可能会低计销售费用以掩饰恶化的财务业绩，这对管理层和短期投机者或许会有好处，但长期来看对公司、投资者是一种深层次的伤害，属于滥用盈余管理的范畴，是谴责的对象。

关于盈余管理的技术或手段，正是我们创造性会计方法主要研讨的对象，后续的很多章节会涉及。

(3) 欺诈性财务报告

在某些情况下，所采用的会计方法越过了公认会计准则的界限，这常常在事后才会被发现。一旦越过了界限，相应的财务报表就不再被认为合理地表述了公司的财务业绩和财务状况，必须予以调整。

关于欺诈性财务报告的阐述见后面章节，本处不再赘述。

1.2 创造性会计手法产生的动因——盈余管理

1.2.1 盈余管理 (Earnings Management) 的含义

对于什么是盈余管理,学术界至今仍未形成统一的认识和定论。有以下几种代表性的观点可供参考:

美国会计学者 Scott (2000) 在其所著的《财务会计理论》一书中认为,“盈余管理是会计政策的选择具有经济后果的一种具体表现”。他认为,“只要企业的管理人员有选择不同会计政策的自由,他们必定会选择使其效用最大化或使企业的市场价值最大化的会计政策,这就是所谓的盈余管理。1999 年期间我们将注意力集中在上市公司因滥用盈余管理而导致的报告问题上。滥用盈余管理涉及使用多种手法扭曲公司的真实财务业绩以实现所需要的业绩。”

美国著名会计学者 Schipper (1989) 认为盈余管理是“通过有目的地控制对外财务报告过程,以获取某种私人利益”,“对该定义的最小扩展是包括实际的盈余管理,如通过规划投融资行为发生的时点来改变报告收益”。

Daviden 和 Weil 认为,盈余管理是“在公认会计原则的允许范围内,为达到预期的报告收益水平而采取的经过周密安排的过程”。

而被普遍认可的是 Healy 等人于 1999 年对盈余管理所作出的解释:“企业管理当局在编制财务报告和规划交易时,利用职业判断来变更财务报告,旨在误导那些以公司经营业绩为基础的利益相关者的决策,或者影响那些以会计报告为基础的契约结果,这时盈余管理就产生了。”

上述对盈余管理的四种不同界定或解释,在下列四个方面有一致性。

第一,盈余管理的主体是企业的管理层,强调管理当局运用判断对财务业绩的改动。而信息的不对称和信息披露的不完全为他们进行盈余管理提供了条件。

第二,在盈余管理的过程中,强调对会计政策的选择。企业管理层是有目的、有意地选择对自身有利的会计政策或交易安排,即管理当局是有意图的。企业管理层,无论是董事会、总经理还是高

级管理人员，他们作为企业信息的加工者和披露者，有权利选择会计政策和方法，有权利变更会计估计，有权利安排交易发生的时间和方式等，这些增加了盈余操作的弹性。但仍属于在公认会计原则弹性范围内进行。

第三，强调对盈余管理的滥用，意味着有一些盈余管理行为超越了公认会计原则的限度而变为滥用，其目的是为了扭曲公司真实的财务业绩，产生欺诈性财务报告。

第四，管理层进行盈余管理的目的在于获得自身利益。虽然盈余管理的直接结果是使得一些利益相关者对企业的经济收益产生误解，但其最终目的是使得自身利益最大化。

笔者认为，盈余管理是会计报告人为获取个人利益和局部利益而采取的一系列活动，如选择更有利的会计处理方法、规划有失公允的交易事项，还包括那些能够影响会计盈余的政治游说活动等，该行为最终会导致财务报告不能公允地反映企业的经营业绩和财务状况。

与盈余管理较为接近的概念是利润操纵、财务造假。如果从财务数据的真实性和公允性来看，盈余管理只是破坏了财务数据的公允性，没有破坏它的真实性；利润操纵所涵盖的范围更宽，那些破坏财务数据真实性的造假行为也包含其中；财务造假所涵盖的范围要小于利润操纵，它仅限于直接破坏财务数据真实性的行为，如伪造财务凭证、篡改财务数据等。几个概念的关系如图 1-1 所示。

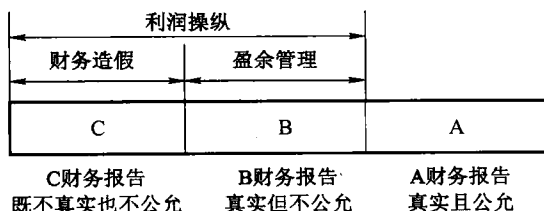


图 1-1 盈余管理、利润操纵和财务造假的概念辨析

1.2.2 盈余管理的动机

关于会计报告人的盈余管理动机，在学术界有两种不同的观点，即机会主义观（Opportunistic Perspective）和信息观（Information Perspective）。机会主义观认为，会计报告人管理盈余的目的是为了获得

私人利益；信息观认为，企业管理当局管理盈余是为了向外部投资者传递他们对企业未来现金流预期的相关信息。上述的各种观点及国内外的许多研究已经证明了盈余管理的机会主义观，信息观没有得到证实。另外从实务界和监管部门的观点来看，他们也一般倾向于机会主义观，例如，前美国证券交易管理委员会（SEC）主席 Levitt 将盈余管理形容为“数字游戏”，并指出 SEC 将严惩那些有严重盈余管理行为的上市公司（Levitt, 1998）。笔者认为盈余管理的终结动机应界定为机会主义观，即盈余管理的目的是为了获取私人利益或局部利益。此外，还应有另外一种追求企业发展的中介动机，如资本市场动机、契约动机、监管动机。这一切动机的存在会诱发滥用盈余管理进行利润操纵、会计造假。

（1）终结动机——获取私人利益

一般认为，通过盈余管理获取私人利益的主体是掌握企业管理权的高级雇员，包括总经理、部门经理和其他高级主管。现代意义上的公司制企业是以股权与经营权的分离为基础的，公司的大股东可能并不参与日常经营管理，真正掌握管理权的往往是公司的高级雇员。由于管理者与股东的目标并不完全一致，他们都有各自的小算盘。因此，委托—代理关系一经建立，“道德风险”、“信任危机”等问题也将随之产生。为使二者的目标趋于一致，委托方（股东）通常采用业绩—报酬激励的方式来促使管理者尽最大努力工作。

管理激励机制产生了双重效应。一方面，它使管理者的管理活动迅速向股东的目标靠拢；另一方面，它又使管理者更积极地谋求任期内自身利益的最大化，包括报酬最大化、更多晋升机会等；为此，管理者就有动因采用盈余管理来达到自己的目的。如果净利润低于奖金方案的下限，管理者就会有进一步降低净利润的动机，即所谓的“洗澡”（Taking A Bath）。这样，下一年度得到奖金的概率就会增加。相反，如果净利润高于奖金方案的上限，管理者在计算报告利润时就会尽量去除超过上限的部分，因为这部分利润得不到奖金。只有当净利润在奖金方案的上限和下限之间时，管理者才会有增加报告利润的动机。此外，管理者在卸任之前通常会选择有利的会计政策调增报告利润，以获取最后一次高额奖金。同样，业绩较差的企业管理者在任期将到时，为防止或推迟被解雇，也会利用盈余管理来粉饰真实业绩。但是，一旦管理者的变动得到确定，管

理者可能会采用“洗澡”的方式降低当期利润，以增加未来盈利的可能性。在实行承包制的企业中，管理者更是具有强烈的盈余管理动机。

管理者报酬与会计利润挂钩的制度原本是用来消除股东与企业管理者之间的“信任危机”的，但实施的结果却是事与愿违，非但没有消除危机，反而加深了危机。最终的结果是管理者通过盈余管理获取了巨大的私人利益，而股东、底层雇员却成了名副其实的受害者。

(2) 中介动机

中介动机是企业管理者在采用盈余管理谋求私人利益的过程中有意促进企业发展的动因。对管理者而言，盈余管理的一般中介动因是追求企业发展。至于终极动因，则表现为公司规模扩张之后管理者报酬的增加、在职消费层次的提高以及政治前途的发展等。因此，管理者会潜意识地将终极动机与中介动机相统一，以企业利益为基础实现私人利益的最大化。中介动机主要有以下几方面：

1) 盈余管理的资本市场动机

财务信息被投资者广泛用于对公司股票的估价，因此管理层可以通过操纵盈余来影响公司股票的短期价格。为了影响公司股价而进行的盈余管理往往与某些事件有关，如股票发行、管理层收购，或者与某些诱导因素有关，如盈利预测、内部交易等。可见盈余管理的资本市场动机假设认为投资者没有能力“看穿”企业管理层的盈余管理行为，否则盈余管理行为就不会产生。

具体来讲，一是利用盈余管理提高股票价格的动因，需要从投资者的动机分析入手。投资者投资的目的是为了获得高于投资额的价值回报，因而上市公司的盈余状况对其投资行为有相当程度的影响。理论上有一种机械性假说，它假定盈余与股票价格之间存在一种机械性联系，在实证会计研究成果中，许多研究都证明了机械性假说的正确性。尽管会计盈余不是证券市场唯一的信息来源，但实践研究证明：股价的变动与其后公布的会计信息往往一致，因此，以提高股价为目的的盈余管理，就是为了完成市场对它的利润预期，以提高股票价格。

二是管理层收购与企业并购的动因。盈余信息在管理层下市收购的股价中是重要的，操纵性盈余在管理层下市收购前有可能会是

负的，即可能存在减少收益的盈余管理行为。

三是迎合盈利预测的盈余管理动机。会计师对盈利预测的分析报告是资本市场的重要信息。那些股票价格对盈余信息敏感度高的企业（如被推荐为买入的企业），倾向于采用激进的盈余管理手法使盈余达到预测的水平；相反，那些股票价格对盈余信息敏感度低的企业（如被推荐为卖出的企业），倾向于采用保守的盈余管理手法使收益降低。

四是内部交易的盈余管理动机。那些违反公认会计原则而高估盈余的企业，在盈余被高估的期间，它们的管理者更多地减持了手中的股票。如果企业有正的应计盈余并且管理者有异常的卖出行为时，应计盈余被错误估计的程度很严重，管理者能够使自己在合适的时机以较高的价格卖出手中的股票。

2) 盈余管理的契约动机

企业盈余作为某些契约的基础，被用来调整各个利益相关者的利益关系，例如明示的或隐含的管理报酬契约被用来激励公司经理，成文的贷款契约被用来限制管理当局以牺牲债权人的利益为代价为公司股东谋取利益。

债务契约：债权人与企业签订债务契约是为了限制管理者用债权人的资产为企业获利但却有损于债权人利益的行为。债务契约中通常包含一些保证条款以保护债权人利益，如不能过度发放股利、不进行超额贷款、计提一定比例的偿债准备金等。有些商业银行甚至规定不得向亏损企业贷款。这些都使得企业不敢轻易违反有关条款，因为违反这些条款会招致很高的违约成本。如果企业的财务状况越接近于违反债务契约，管理者就越有可能调增报告利润，以减少违约风险，如果是长期债务合约，企业管理者通常会将各期收益均衡化，避免偿债能力比率大起大落，从而减少违约的可能性。这样，盈余管理就成为企业减少违约风险的一个工具。

管理报酬契约：管理层运用会计判断来增加盈余，以提高基于盈余的奖金报酬。公司经理们在无法达到其奖励计划规定的盈余目标时，或无法达到报酬契约规定的最高奖金限额时，他们可能会递延收益。另外，在公司经理们的职位受到威胁时，盈余管理的频率会提高。他们为了增加职位的安全会使收益平滑。特别地，股票期权是一种特殊的报酬机制，被认为可以有效地解决股东和管理者之

间的利益冲突。一般认为在管理者被授予股票期权前一年度，企业有降低收益的盈余管理行为，管理者通过盈余管理来影响股票价格。

总之，债务契约和管理报酬契约会诱发一些公司的盈余管理行为，以增加奖金报酬、提高职位安全等的可能性。

3) 盈余管理的监管动机

我国证监会将上市公司的一些监管政策与上市公司的报告收益相联系，上市公司会进行相应的盈余管理。例如：

一是在首次发行阶段。《中华人民共和国公司法》对企业上市有着严格的规定，其中一条是必须在近三年内连续盈利，才能申请上市。为达到目的，企业便采用盈余管理，进行财务包装，合法合规地“骗”得上市资格。同时，经过粉饰的报表反映尽可能好看的盈利状况，这有助于企业获得较高的股票定价。

二是在配股分红阶段。中国证监会有关文件规定，上市公司要配股，“最近三年内净资产收益率每年都必须在10%以上，属于能源、原材料、基础设施类的公司可略低于9%”，这些规定导致了巨额冲销和“10%现象”。后对配股资格重新规定为“净资产收益率最近三年平均10%以上，但任何一年不得低于6%”，这虽然遏制了“10%现象”，但却有可能导致“6%现象”的重演。后又改成了净资产收益率最近三年平均10%以上。为了达到配股及格线，上市公司积极利用盈余管理调整净资产收益率。

三是在增发新股阶段。上市公司增发新股的定价由承销商与发行公司协商，这也会导致上市公司的盈余管理行为。

另外，《中华人民共和国公司法》规定，“最近三年连续亏损”的上市公司应暂停其股票上市。这一政策极易诱发那些实际已经发生亏损的上市公司的盈余管理。有关统计数据表明：上市公司在首次出现亏损年度明显地非正常调减盈余；而在扭亏为盈的年度，又明显地存在调增收益的盈余管理行为。其目的只有一个，就是要避免出现连续三年亏损而受到证券监管部门的处罚。

4) 盈余管理的政治成本动机

政治成本是指某些企业面临着与会计数据明显正相关的严格管制和监控；一旦财务成果高于或低于一定的界限，企业就会招致严厉的政策限制，从而影响正常的生产经营。企业面临的政治成本越大，管理者越有可能调整当期报告盈余。特别是战略性产业、特大

型企业、垄断性公司，其报告盈余较高时，会引起媒介或消费者的注意，政府迫于政治压力，往往会对其开征新税，进行管理或赋予更多的社会责任。为了避免发生政治成本，管理者通常会设法降低报告盈余，以非暴利的形象出现在社会公众面前。此外，许多私营企业也因害怕“树大招风”，而通过盈余管理减少利润。

而与之相反，一些国有企业为达到蒙骗上级主管和捞取政治资本的目的，往往会调增利润，以避免企业及其管理者受到的政策管制和行政处罚。

此外利用盈余管理规避所得税的动机，因新所得税法的实施而趋缓。

总之，上市公司进行盈余管理的动机是多种多样的，而且往往并不是单一的动机，而是多种动机的结合。管理层进行盈余管理的根本目的是获得自身利益。自身利益有许多方面，一般地，企业管理当局会在资本市场回报、管理层收购、所签订的合同以及在政府政策等几个方面进行盈余管理，以实现自身收益的最大化。在我国，上市公司为了获得股票初次发行（IPO）和配股资格，减少纳税，避免被证券监督管理委员会摘牌，都有可能通过盈余管理达到其目的。因此，了解企业盈余管理的动机将有助于财务信息的使用者正确理解会计数据，进而做出公允的评价。

1.3 盈余管理的作用分析

盈余管理的有效性在于它是否会导致相关的动机得以实现。而为了实现动机所采取的方法可能在传统公认会计准则的弹性范围之内，也可能在界限边缘，甚至可能超出界限而进入欺诈性财务报告的领域。所以盈余管理有正反两方面的效应。

1.3.1 关于盈余管理的性质，认为好的观点

关于盈余管理的性质，认为好的观点：适当的盈余管理有助于企业长期稳定地发展，而且在信息充分披露的条件下，市场将会很好地处理财务报表中盈余管理的效应，而证券也会被正确定价。欺骗投资者的事可能是无意的，也不会太严重。有一个 CEO 这样描述“好”的盈余管理：“盈余管理是合理而恰当的行为，它是良好经营