

# IPO审计问题研究

IPO SHENJI WENTI YANJIU

郑  
波  
○  
著



辽宁大学出版社  
Liaoning University Press

# IPO 审计问题研究

郑 波 著

辽宁大学出版社

## 图书在版编目 (CIP) 数据

IPO 审计问题研究/郑波著. —沈阳: 辽宁大学出版社, 2018. 11

ISBN 978-7-5610-9508-9

I. ①I… II. ①郑… III. ①上市公司—审计—研究—中国 IV. ①F239. 22

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 249018 号

### IPO 审计问题研究

IPO SHENJI WENTI YANJIU

---

出 版 者: 辽宁大学出版社有限责任公司

(地址: 沈阳市皇姑区崇山中路 66 号 邮政编码: 110036)

印 刷 者: 沈阳师大彩色印刷有限公司

发 行 者: 辽宁大学出版社有限责任公司

幅面尺寸: 148mm×210mm

印 张: 10.25

字 数: 270 千字

出版时间: 2018 年 11 月第 1 版

印刷时间: 2018 年 11 月第 1 次印刷

责任编辑: 刘东杰

封面设计: 润泽文化

责任校对: 冬 仁

---

书 号: ISBN 978-7-5610-9508-9

定 价: 32.00 元

联系电话: 024-86864613

邮购热线: 024-86830665

网 址: <http://press.lnu.edu.cn>

电子邮件: [lnupress@vip.163.com](mailto:lnupress@vip.163.com)

## 内容提要

纵观我国证券市场历史，许许多多拟上市公司，在上市申报材料中披露的企业业绩都非常好，但上市以后业绩却迅速“变脸”，这种情况已经成为我国境内上市公司非常普遍的现象。这一现象的产生，确实在很大程度上与 IPO 审核不严、审计机构过度包装有关。因此，从 IPO 审计源头抓起，把好 IPO 审计的质量关，这是保证我国证券市场健康发展的关键问题。本书探究的就是审计机构对拟上市公司的审计质量问题。

本书内容共分九章，第一章：IPO 概述；第二章：IPO 上市条件；第三章：IPO 尽职调查；第四章：IPO 审计概述；第五章：IPO 企业财务规范性问题；第六章：IPO 企业出资问题；第七章：IPO 企业收入与盈利能力；第八章：IPO 企业成本费用；第九章：IPO 企业财务报表。

## 前 言

股票首次公开发行 (Initial Public Offerings, 简称 IPO), 是指拟上市公司首次在证券市场公开发行股票募集资金并上市的行为。通过 IPO, 发行人不仅募集到所需资金, 而且对以募集方式设立股份有限公司的单位完成了公司的设立, 对已经设立的股份有限公司实现了股票公开发行。

IPO 审计就是首次公开发行并上市审计, 通俗地说就是给拟上市企业做审计, 需要有证券从业资格的会计师事务所出具最近三年及一期的审计报告。与普通上市公司年报审计相比, IPO 审计具有审计时间长、审计程序烦琐、工作量大、内容复杂、审计结果关注度高等特点。

企业首次公开发行股票并上市, 是一项复杂的系统工程, 需要在各个方面满足上市规范的要求。而财务数据是 IPO 的核心数据, 它是企业价值的真实体现, 是保证证券市场稳定和发展的重要基础。因而, IPO 审计问题不仅直接关系企业是否能够成功上市, 而且是关乎国家经济发展和社会稳定的长远大计。

证券监管部门为确保证券市场平稳、健康、正常运转, 为保障投资者尤其是广大中、小股民的切身利益, 对 IPO 审计问题制定了一系列严格的法律规范和监管措施。从程序上看, 一家企业若想上市, 必须经过地方政府、中介机构、地方证监局、证监会发行部、发审委等五道关口的“层层把关”。证券监管部门通过发布制度、规范程序、严格监管等等手段, 严格 IPO 把控制的审核质量。具体措施包括: 一、规定申报 IPO 的企业必须具备的硬性条件。包括净利润总额、现金流量净额、营业收入总额、收入增长率等等; 二、规定申报 IPO 的企业必须具备的软性条件。包括主体资格、独立性、规范运行、财务会计合规等等。这些基

基础数据和必备条件，是审核 IPO 的重要依据。这些数据和条件如果不具备或与规范有一定差距，就会影响未来证券市场的正常运作，就会导致投资者利益受到损害。三、规定了对 IPO 企业的审核流程。首先，确定上述基础数据和必备条件的来源是否可靠，其理论推理过程是否科学，在工作底稿上反映出的主管单位、相关协会、竞争对手、下游用户、潜在用户是否真实。其次，确定审核目标、拟订审核提纲、进行实地调查。在调研中，需要特别关注 IPO 企业定位及其模式、市场格局及其排名、市场成长的空间、企业投资的亮点，从而显现企业能够长期投资的价值。通过一系列的程序，最后确定 IPO 企业是否符合相关信息披露规范，IPO 能否确保募投项目的支撑。证券监管部门之所以如此严格，就是为了防止欺诈上市、利益输送、虚假披露等违法违规行为的发生。

本书探究的主要问题是审计机构对拟上市公司的审计质量。纵观我国证券市场历史，许许多多拟上市公司在 IPO 过程中披露的财务资料显示的企业业绩都非常喜人，但成功上市以后企业业绩就迅速“变脸”，这种情况已经成为我国境内上市公司非常普遍的现象。这种现象的产生，确实在很大程度上与 IPO 审核不严、中介机构过度包装有关。因此，从 IPO 审计源头抓起，把好 IPO 审核的质量关，是保证我国证券市场健康发展的关键问题。许多案例证明，在 IPO 过程中，相关会计师事务所在财务数据加工润色方面，起到了相当大的作用。许多 IPO 公司上市后成长性快速下滑，令注册会计师的审计工作质量遭到质疑。实际上，作为 IPO 审计的会计师事务所，在上市辅导期已经对公司整体运营情况有了比较详细的了解，能够对拟上市企业的成长性和持续经营能力做出独立客观的评判，甚至可以对下一报告期业绩做出较为准确的预测。那么，在公司上市以后业绩迅速变脸，难免让人怀疑在 IPO 过程中存在前期财务粉饰的情况。会计师事务所作为有着良好信誉的专业机构，本应对上市公司的信息披露严格把关，行使“经济警察”的职能和作用，但现实情况

是，IPO 企业与审计机构在信息披露过程中的相互关系是非常微妙的，双方相互依赖的经济利益关系，严重地制约了审计机构监督职能的发挥。

本书共九章，第一章：IPO 概述；第二章：IPO 上市条件；第三章：IPO 尽职调查；第四章：IPO 审计概述；第五章：IPO 企业财务规范性问题；第六章：IPO 企业出资问题；第七章：IPO 企业收入与盈利能力；第八章：IPO 企业成本费用；第九章：IPO 企业财务报表。

本书在写作过程中参考了许多 IPO 审计领域的专家和学者的相关研究成果，本人在此向他们表示感谢！由于本人水平有限，书中难免有错误和不当的地方，欢迎各位朋友批评指正。

郑 波

2018 年 4 月 28 日

# 目 录

第一章 IPO 概述	1
第一节 证券发行市场概述	1
第二节 IPO 基本概念	11
第三节 IPO 上市流程及证监会审核要点	16
第四节 IPO 的目的和意义	26
第二章 IPO 上市条件	31
第一节 主体资格与股本及公众持股	31
第二节 公司治理	36
第三节 独立性	39
第四节 同业竞争	42
第五节 关联交易	51
第六节 财务要求	57
第三章 IPO 尽职调查	63
第一节 尽职调查概述	63
第二节 保荐人的尽职调查	71
第三节 IPO 尽职调查的财务问题	98
第四节 IPO 涉税风险管控	103
第四章 IPO 审计概述	111
第一节 IPO 审计的概念及特点	111



第二节	IPO 审计中涉及的财务会计相关法律法规	117
第三节	IPO 审核中重点关注的财务会计问题	127
<b>第五章</b>	<b>IPO 企业财务规范性问题</b>	<b>139</b>
第一节	IPO 企业财务不规范的主要情形	139
第二节	原始财务报表与申报财务报表差异	152
第三节	IPO 企业财务不规范的原因——内部控制	158
<b>第六章</b>	<b>IPO 企业出资问题</b>	<b>170</b>
第一节	IPO 企业出资的相关法规规定	170
第二节	IPO 企业出资不规范的主要表现	180
第三节	IPO 企业出资不规范的处理	192
<b>第七章</b>	<b>IPO 企业收入与盈利能力</b>	<b>196</b>
第一节	利润对企业成功上市的影响	196
第二节	IPO 企业收入	201
第三节	IPO 企业的持续盈利能力	222
第四节	IPO 企业的盈余管理问题	227
<b>第八章</b>	<b>IPO 企业成本费用</b>	<b>234</b>
第一节	成本费用概述	234
第二节	成本费用的核算问题	240
<b>第九章</b>	<b>IPO 企业财务报表</b>	<b>250</b>
第一节	IPO 企业申报财务报表	250
第二节	IPO 企业模拟财务报表	283
第三节	IPO 备考财务报表	291
<b>参考文献</b>		<b>310</b>

# 第一章 IPO 概述

股票首次公开发行 (Initial Public Offerings, 简称 IPO), 是指拟上市公司首次在证券市场公开发行股票募集资金并上市的行为。通过 IPO, 发行人不仅募集到所需资金, 而且对以募集方式设立股份有限公司的单位完成了公司的设立, 对已经设立的股份有限公司实现了股票公开发行。

了解证券发行市场, 熟悉 IPO 的基本概念, 明确企业实施 IPO 的目的, 是实现 IPO 审计目标的基础。

## 第一节 证券发行市场概述

证券发行是发行人通过发行资本证券, 即股票、债券、基金等向投资者募集资金的行为。这一行为应遵循公开、公平、公正的原则和相关法律规定。

### 一、证券发行市场的含义与作用

#### (一) 证券发行市场的含义

证券发行市场又称“一级市场”或“初级市场”是发行人以募集资金为目的, 按照一定的法律规定和发行程序, 向投资者出售新证券所形成的市场。证券发行市场通常无固定场所, 是一个无形的市场。

#### (二) 证券发行市场的作用

##### 1. 为资金需求者提供筹措资金的渠道

证券发行市场拥有大量的运行成熟的证券商品可供发行者

选择, 发行者可以参照各类证券的期限、收益水平、参与权、流通性、风险度、发行成本等不同特点, 根据自己的需要和可能选择拟发行证券的种类, 并根据当时市场的供求关系和价格水平确定证券发行的数量和价格(收益率)。发行市场上还有众多的为发行者服务的中介机构, 他们可以接受发行者的委托, 利用自己的信誉、资金、人才、技术和网点等资源向社会公众推销证券, 有助于发行者及时筹措到所需资金。发行市场还可以突破地区限制, 为发行者扩大筹资范围和对象, 在境内或境外面向各类投资者发行证券、筹措资金, 并通过市场竞争逐步使筹资成本合理化。

### 2. 为资金供应者提供投资的机会, 实现储蓄向投资的转化

政府、企业和个人在经济活动中可能出现暂时闲置的货币资金, 证券发行市场提供了多种多样的投资机会, 实现社会储蓄向投资转化。储蓄转化为投资是社会再生产顺利进行的必要条件。

### 3. 形成资金流动的收益导向机制, 促进资源配置的不断优化

在现代经济活动中, 生产要素都跟随资金流动, 只有实现了货币资金的优化配置, 才有可能实现社会资源的优化配置。证券发行市场通过市场机制选择发行证券的主体, 那些产业前景好、经营业绩优良和具有发展潜力的企业更容易从证券市场筹集所需要的资金, 从而使资金流入最能产生效益的行业和企业, 达到促使资源优化配置的目的。

## 二、证券发行分类

证券发行的种类决定了证券市场的种类。证券发行分类的方法很多, 经常采用的分类标准主要是按发行对象不同和有无中介机构介入为依据, 这是证券发行最基本、共有的分类方法, 也是发行主体选择证券发行方式时首先要考虑的问题。

### (一) 按发行对象分类

证券发行按发行对象分类, 可分为公募发行和私募发行。

#### 1. 公募发行

又被称为“公开发行”, 是发行人向不特定的社会公众投

投资者发售证券的发行。在公募发行方式下，任何合法的投资者都可以认购拟发行的证券。采用公募发行的有利之处在于以众多投资者为发行对象，证券发行的数量多，筹集资金的潜力大；投资者范围大，可避免发行的证券过于集中或被少数人操纵；公募发行可增强证券的流动性，有利于提高发行人的社会信誉。但公募发行的发行条件比较严格，发行程序比较复杂，登记核准的时间较长，发行费用较高。公募发行是证券发行中最常见、最基本的发行方式，适合于证券发行数量多、筹资额大、准备申请证券上市的发行人。IPO 即属于公募发行。

## 2. 私募发行

又被称为“不公开发行”或“私下发行”“内部发行”，是指以特定投资者为投资对象的发行。私募发行的对象有两类，一类是公司的老股东或发行人的员工，另一类是投资基金、社会保险基金、保险公司、商业银行等金融机构以及与发行人有密切往来关系的企业等机构投资者。私募发行有确定的投资者，发行手续简单，可以节省发行时间和发行费用，但投资者数量有限，证券流通性较差，不利于提高发行人的社会信誉。

### （二）按有无发行中介分类

证券发行按有无发行中介分类，可分为直接发行和间接发行。

#### 1. 直接发行

即发行人直接向投资者推销、出售证券的发行。这种发行方式可以节省向发行中介机构缴纳的手续费，降低发行成本。但如果发行量较大，由于缺乏专业人才和发行网点，发行者自身要担负较大的发行风险。这种方式只适用于有既定发行对象或发行人知名度高、发行数量少、风险低的证券。

#### 2. 间接发行

是由发行公司委托证券公司等证券中介机构代理出售证券的发行。对发行人来说，采用间接发行可在较短时期内筹集到所需资金，发行风险较小；但需支付一定的手续费，发行成本较高。

一般情况下，间接发行是基本的、常见的方式，特别是公募发行，大多采用间接发行；而私募发行则以直接发行为主。

### 三、证券发行制度

证券发行制度是指发行人在申请发行证券时必须遵循的一系列程序化的规范。证券发行制度主要有两种：一是注册制，以美国为代表；二是核准制，以欧洲各国为代表。

#### （一）注册制

证券发行注册制实行公开管理原则，实质上是一种发行公司的财务公开制度。它要求发行人提供关于证券发行本身以及和证券发行有关的所有信息。发行人不仅要完全公开有关信息，不得有重大遗漏，并且要对所提供信息的真实性、完整性和可靠性承担法律责任。证券监管机构不对证券发行行为及证券本身作出价值判断，对公开资料的审查只涉及刑事，不涉及任何发行实质条件。发行人只要按规定将有关资料完全公开，监管机构就不得以发行人的财务状况未达到一定标准而拒绝其发行。证券发行相关材料报证券监管机构后，一般会有一个生效等待期，在这段时间内，由证券监管机构对相关文件进行形式审查。注册生效等待期满后，如果证券监管机构未对申报书提出任何异议，证券发行注册生效，发行人即可发行证券。但如果证券监管机构认为报送的文件存在缺陷，会指明文件缺陷，并要求补正或正式拒绝，或阻止发生产效。目前，澳大利亚、巴西、加拿大、德国、法国、意大利、荷兰、菲律宾、新加坡、英国和美国等国家，在证券发行上均采取注册制。

#### （二）核准制

核准制是指发行人申请发行证券，不仅要求公开披露与发行证券有关的信息，符合公司法和证券法所规定的条件，而且要求发行人将发行申请报请证券监管机构决定的审核制度。证券发行核准制实行实质管理原则，即证券发行人不仅要以真实状况的充分公开为条件，而且必须符合证券监管机构指定的若干适合于

发行的实质条件。只有符合条件的发行人经证券监管机构的批准方可在证券市场发行证券。实行核准制的目的在于证券监管机构能尽法律赋予的职能，使发行的证券符合公众利益和证券市场稳定发展的需要。

注册制是监管的方法论的要求，和行政核准制并不对立。

### （三）我国的证券发行制度

我国证券市场上市交易的金融工具包括股票、债券、证券投资基金、权证等。根据《证券法》《公司法》等有关法律法规的规定，公开发行股票、可转换公司债券、公司债券和国务院依法认定的其他证券，必须依法报中国证监会核准。

#### 1. 证券发行核准制

在我国，证券发行核准制是指证券发行人提出发行申请，保荐机构（主承销商）向中国证监会推荐，中国证监会进行合规性初审后，提交发行审核委员会审核，最终经中国证监会核准后发行，核准制不仅强调公司信息披露，同时还要求必须符合一定的实质性条件，如企业盈利能力、公司治理水平等。核准制的核心是监管部门进行合规性审核，强化中介机构的责任，加强市场参与各方的行为约束，减少新股发行中的行政干预。

#### 2. 证券发行上市保荐制度

证券发行上市保荐制度是指由保荐机构及其保荐代表人负责发行人证券发行上市的推荐和辅导，尽职调查核实公司发行文件资料的真实、准确和完整性，协助发行人建立严格的信息披露制度。主要包括以下内容：

（1）发行人申请首次公开发行股票并上市、上市公司发行新股、可转换公司债券或公开发行法律、行政法规规定实行保荐制度的其他证券的，应当聘请具有保荐资格的机构担任保荐机构。中国证监会或证券交易所只接受由保荐机构推荐的发行或上市申请文件。

（2）保荐机构及保荐代表人应当尽职调查，对发行人申请文件、信息披露资料进行审慎核查，向中国证监会、证券交易所

出具保荐意见，并对相关文件的真实性、准确性和完整性负连带责任。

(3) 保荐机构及其保荐代表人对其所推荐的公司上市后的一段期间负有持续督导义务，并对公司在督导期间的不规范行为承担责任。

(4) 保荐机构要建立完备的内部管理制度。

(5) 中国证监会对保荐机构实行持续监管。

### 3. 发行审核委员会制度

发行审核委员会制度是证券发行核准制的重要组成部分。

《证券法》规定国务院证券监督管理机构设发行审核委员会(简称发审委)。发审委审核发行人股票发行申请和可转换公司债券等中国证监会认可的其他证券的发行申请。发审委的主要职责是:根据有关法律、行政法规和中国证监会的规定,审核股票发行申请是否符合相关条件;审核保荐机构、会计师事务所、律师事务所、资产评级机构等证券服务机构及相关人员为股票发行所出具的有关材料及意见书;审核中国证监会有关职能部门出具的初审报告;对股票发行申请进行独立表决,依法对发行申请提出审核意见。中国证监会依照法定条件和法定程序作出予以核准或者不予核准股票发行申请的决定,并出具相关文件。发审委制度的建立和完善是不断提高发行审核专业化程度和透明度、增加社会监督和提高发行效率的重要举措。

## 四、证券承销制度

证券发行的最终目的是将证券推销给投资者。发行人推销证券的方法有两种:一是自行销售,被称为“自销”;二是委托他人代为销售,被称为“承销”。一般情况下,公开发行以承销为主。承销是将证券销售业务委托给专门的证券经营机构(承销商)销售。按照发行风险的承担、所筹资金的划拨以及手续费的高低等因素划分,承销方式有包销和代销两种。

### (一) 包销

证券包销是指证券承销商将发行人的证券按照协议全部购入，或者在承销期结束时将售后剩余证券全部自行购入的承销方式。包销可分为全额包销和余额包销两种。

#### 1. 全额包销

是指由承销商先全额购买发行人该次发行的证券，再向投资者发售，由承销商承担全部风险的承销方式。

#### 2. 余额包销

是指承销商按照规定的发行额和发行条件，在约定的期限内向投资者发售证券，到销售截止日，如投资者实际认购总额低于预定发行总额，未售出的证券由承销商负责认购，并按约定时间向发行人支付全部证券款项的承销方式。

### (二) 代销

代销是指承销商代发行人发售证券，在承销期结束时，将未售出的证券全部退还给发行人的承销方式。

## 五、多层次资本市场

在资本市场上，不同的投资者与融资者都有不同的规模大小与主体特征，存在着对资本市场金融服务的不同需求。投资者与融资者对投融资金融服务的多样化需求，决定了资本市场应该是一个多层次的市场体系。

我国资本市场从 20 世纪 90 年代发展至今，资本市场已由场内市场和场外市场两部分构成。其中场内市场的主板(含中小板)、创业板(俗称二板)和场外市场的全国中小企业股份转让系统(俗称新三板)、区域性股权交易市场、证券公司主导的柜台市场共同组成了我国多层次资本市场体系。

多层次资本市场体系是指针对质量、规模、风险程度不同的企业，为满足多样化市场主体的资本要求而建立起来的分层次的市场体系，具体说来包括以下几个方面：

### (一) 主板市场

主板市场也称为一板市场，即证券交易所市场，是指在有



组织交易所进行集中竞价交易的市场，是一个国家或地区证券发行、上市及交易的主要场所。主板市场对发行人的营业期限、股本大小、盈利水平、最低市值等方面的要求标准较高，上市企业多为大型成熟企业，具有较大的资本规模以及稳定的盈利能力。

我国主板市场是指在上海证券交易所和深圳证券交易所的主板和中小企业板。上海证券交易所成立于1990年11月26日，深圳证券交易所成立于1990年12月1日，归属中国证监会垂直管理。2004年5月，经国务院批准，中国证监会批复同意深圳证券交易所主板市场内设立中小企业板块，设立中小板块的宗旨是为主业突出、具有成长性和科技含量的中小企业提供直接融资平台，并为创业板的设立积累经验。从资本市场架构上也从属于一板市场。

主板市场是资本市场中最重要的组成部分，很大程度上能够反映经济发展状况，有“国民经济晴雨表”之称。主板市场主要为行业龙头、大型和骨干型企业提供上市服务。

## （二）二板市场

又称为创业板市场[GEM(growth enterprises market)board]，是地位次于主板市场的二级证券市场，以NASDAQ市场为代表，在中国特指深圳创业板。在上市门槛、监管制度、信息披露、交易者条件、投资风险等方面和主板市场有较大区别。其目的主要是扶持中小企业，尤其是高成长性企业，为风险投资和创投企业建立正常的退出机制，为自主创新国家战略提供融资平台，为多层次的资本市场体系建设添砖加瓦。

2009年，我国在深圳交易所推出创业板市场。创业板市场是为了适应创业和创新的需要而设立的新市场。与主板市场只接纳成熟的、已形成足够规模的企业上市不同，创业板以成长型创业企业为服务对象，重点支持具有自主创新能力的企业上市，具有上市门槛相对较低、信息披露监管严格等特点，它的市场风险要高于主板。在创业板上市的企业大多处于成长期，规模较小，经营稳定性相对较低，总体上投资风险较主板大，因此，适合于