

# 公司财务报告印象管理行为研究述评

田春晓 安莉莉

(兰州理工大学 兰州 730000)

**【摘要】**近年来,随着印象管理的概念被引入会计学研究领域,会计学界越来越重视对印象管理行为的探索和研究。本文以各种相关的研究文献为依据,对近几年来中国上市公司财务报告中的印象管理行为研究的总体情况、存在原因及表现形式进行了概括,并对印象管理行为研究进行了总体评价,为进一步研究印象管理行为提供参考。

**【关键词】**印象管理 财务报告 信息披露

国外关于“印象管理”的研究已有半个多世纪。从早期的关注自我认同、群体关系、环境的影响和信息交互作用的意义,到逐步从个体印象管理过渡到组织印象管理,“印象管理”在社会学、心理学、管理学、组织行为学和沟通学等领域得到迅速发展。国外会计学者们将“印象管理”概念作为一个重要的研究变量,植入到上市公司财务报告信息披露研究领域,取得了比较丰硕的研究成果。受西方学者的影响,我国学者在20世纪90年代中期也开始进行这一领域的研究。

## 一、印象管理的概念发展

所谓“印象管理”(Impression Management),也称印象整饰或自我呈现,最早是由美国社会学家 Goffman(1959)在《日常生活中的自我表现》一书中提出,他认为“印象管理即个人在人际互动中,透过语言或非语言信息,企图操纵或引导他人对自己形成某种良好印象或有利归因的过程。”后来的研究者 Leary 和 Kowalski(1990)认为“印象管理是指人们用来控制其他人对他们所形成的形象的过程”。

国内对于印象管理概念的研究评述中,刘娟娟(2006)从印象管理概念的发展历程、结构及其判断性测量等方面介绍了国内外相关研究的现状。她认为印象管理即控制或管理信息,以影响他人对自身印象有目标指向的行为,是影响他人如何看待自己的手段,每个个体都试图控制他人对自己的印象。刘娟娟区分了自我表现、印象管理和印象整饰的概念,给我国学者进一步开展印象管理研究的方向和方法提供了新的思路。赵敏(2007)定义了自愿性信息披露中印象管理行为的具体含义,即“印象管理是公司管理层利用语言信息的特点和相应法律法规规定的空白,有意识地操纵语言信息披露的内容和形式,试图控制公司信息主要接受者(投资人、债权人、政府机构、供应商及一切利益相关人)对公司的印象,从而最终影响他们的投资决策的行为”。总的来说,目前国内对于印象管理概念的表述尚未形成一致的结论。

## 二、关于印象管理行为在上市公司中的应用研究

国内关于印象管理行为在上市公司中的应用研究起步较晚。孙蔓莉在《论上市公司信息披露中的印象管理行为》(2004)

中对印象管理行为的概念及其内容进行了阐述,在此基础上分析了上市公司财务报告中引入印象管理的原因,即上市公司的信息是公开的,其财务报告中的印象管理行为将在一定程度上促使这些利益相关人的决策向有利于公司和管理层的方向倾斜,甚至这种印象管理将直接或间接地演变为上市公司和管理层的现实经济利益和政治利益;其次,在资本市场上资源的相对稀缺性和上市公司信息的不对称都为上市公司操作财务报告和进行印象管理提供了可能。同时,文章还分析了上市公司管理层在财务报告中采取的印象管理行为的表现形式,即自利性归因和操纵年报可读性两方面。自利性归因即管理层将正面业绩归于自己的主观努力,而将负面业绩归于客观的、个人无法控制的环境因素;操纵年报可读性即绩优公司和绩差公司相比,其财务报告明显容易阅读。

在上市公司财务报告信息披露表达形式的研究方面,研究者将其分为数据信息和语言信息,语言信息灵活性的程度决定了印象管理行为操纵空间的大小。孙蔓莉、姚岳在《公司报告语言信息研究》(2005)中认为,上市公司信息的质量决定了资本市场上资源配置的效率,上市公司内外信息不均衡,为公司内部人凭借信息优势谋取私利创造了可乘之机。内部人对公司信息的管理能力并不仅仅局限于数据信息,对语言信息的操纵手段也更加隐蔽和不易觉察。语言信息以股东情况、治理结构、董事会报告、监事会报告、重要事项等非财务信息为主,为企业的自愿性信息披露提供了机会,也为投资者提供了决策增量信息。对语言信息操纵的重点就是印象管理,主要表现形式就是自利性归因和操纵年报可读性。对于提高公司报告语言信息质量,该文提出了通过加强上市公司信息披露的管制、适当提高公司年报的可读性水平、提供多层次的简化型公司报告、以图示法辅助投资者理解、提醒信息使用者注意公司的归因倾向等建议。

在上市公司信息披露方式研究方面,一般认为上市公司信息披露是以强制性信息披露为主、自愿性信息披露为辅。印象管理行为主要存在于企业的自愿性信息披露中,由于法律法规对于自愿性信息披露的格式和内容的相关规定较少,

从而为印象管理的操纵提供了较大的空间。赵敏在《上市公司自愿性信息披露中的印象管理行为分析》(2007)一文中指出,自愿性信息披露中公司运用综合信息传递策略,构建理想的公司形象为主动的印象管理;公司管理层采用一切尽可能的手段弱化财务业绩下降的不良信息的传递策略为被动的印象管理。自愿性信息披露中印象管理行为的经济动因主要是印象管理有利于公司达到上市融资和再融资的目的,而且有利于提升上市公司的市场价值,可以为公司管理层带来一定的经济利益。文章还分析了印象管理的常用手段是选择信息披露的内容与格式、自利性归因和操纵信息阅读难度,同时提出了印象管理行为的控制对策。

上市公司财务报告中存在印象管理行为的表现形式主要集中于年报自利性归因倾向和操纵年报可读性与可理解性,而在年报归因信息披露的自利性研究方面,孙蔓莉、王化成和凌哲佳在《关于公司年报自利性归因行为的实证研究》(2005)中,以我国的上市公司财务报告作为切入点,选取了业绩最优和业绩最差的公司年报样本进行实证检验,修正结果证实,对于业绩归因,绩优公司更倾向于强调管理方的工作,绩差公司更倾向于强调环境因素。孙蔓莉、王化成、凌哲佳(2007)在其后的扩展研究中,重点以“非典”疫情为研究背景,选取了受“非典”疫情影响最为显著的公司的中报进行实证检验,研究结果证实,突发事件对上市公司的自利性归因倾向起到了“放大”的作用,说明我国上市公司对外报告中存在严重的自利性归因行为。孙蔓莉在《年报自利性归因案例研究》(2008)中,选取了东方锅炉股份有限公司年报作为归因案例进行研究,证实管理层在绩差年度强调环境因素而在绩优年度却忽略市场因素,存在典型的自利性归因倾向。其同时归纳分析了投资者辨析自利性归因行为的基本技巧,主要是注重报表数据与业绩分析信息的相互印证,与同行业同地区企业进行比较,与该公司以前年度进行比较,不同来源的信息进行比较。

蒋亚朋在《上市公司盈余变动归因信息披露中的自利性倾向研究》(2008)中,以543份上市公司盈余报告中盈余变动归因解释进行分析,在得出的好消息组和坏消息组的归因数据的基础上进行统计分析,证实管理层解释盈余变化原因时更多地 will 将盈余增长归为管理层自身行动等内部因素,将盈余下降归为经济波动、政策变化等外部因素,存在着明显的自利性倾向。蒋亚朋、张天西在《基于维度的公司业绩归因信息对投资者决策影响的实证研究》(2009)中,从归因信息的部位和稳定性两个维度,剖析了归因信息影响投资者决策的机理,并进行了实证研究,提出了归因的部位维度影响投资者对管理层能力的判断,归因信息的稳定性影响投资者对未来业绩预期的判断,两者共同作用影响投资者的投资决策。

上市公司语言信息披露的可理解性和可读性研究方面,阎达五、孙蔓莉在《深市B股发行公司年度报告可读性特征研究》(2002)中,以深圳证券交易所59家发行B股上市公司的2000年英文版年度报告为样本,以其英文年报中的经营情况介绍部分作为年报可读性研究对象进行实证研究,所提出的假设中只得出我国B股上市公司的年报介于较为难读和

非常难读水平之间,很多投资者在阅读B股公司年报时会存在困难。文章提出的假设:盈利状况好的上市公司对经营情况的描述要多于盈利状况不好的上市公司;盈利状况好的上市公司年报可读性要强于盈利状况不好的上市公司;规模大的上市公司年报非财务信息的可读性要弱于中小规模的上市公司,都没有得到有力的证实。

上市公司社会责任信息披露被引入财务报告以来,形成了单独编制、独立披露的格局,从印象管理的角度看,上市公司有主动披露社会责任信息并提升自身形象的动机。梅跃碧在《从印象管理管窥社会责任信息披露质量》(2009)中,分析了社会责任信息披露中印象管理的构建方法,即精心打造语言特色,披露内容的选择、操纵可读性等,并结合上市公司社会责任报告的相关统计分析和会计信息质量的要求,结合具体分析数据,认为随着企业对社会责任感信息披露给予越来越多的重视,印象管理有助于促使公司尽早地披露社会责任报告。文章用印象管理解释了社会责任信息与企业价值的相关性,即承担社会责任越多的企业,企业价值越低。李红、王建琼、屠嘉在《管理层印象管理行为与社会责任信息披露》(2009)中,从研究管理层信息披露的动机出发,结合我国社会责任信息披露的实践和特点,分析了企业社会责任信息披露中存在印象管理行为的可能性,即印象管理具备操纵的空间,而社会责任信息的真实性却很难验证。文章提出印象管理行为对社会责任信息披露质量的影响,并就如何控制企业印象管理行为提出了相关建议,以期为社会责任感信息披露质量的完善提供参考。吉利、冯利花、王环环在《组织印象管理对CSR报告质量特征的影响》(2010)中,分析了企业社会责任报告与印象管理的渊源,重点剖析了组织印象管理对企业社会责任报告质量特征的影响主要是平衡性和可靠性,并提出适时改变和完善企业社会责任报告,制定适合中国的CRS报告标准和成立专门的CRS报告评估机构等建议和对策。

### 三、研究评述及未来研究展望

1. 从信息披露的角度来看,对于财务报告的研究应该更加关注非财务信息的披露,增加自愿性信息披露的内容。财务信息一直是预期使用者关注的重心,主要是因为财务信息从内容到形式上都有严格的规范,反映了企业过去的财务业绩,内容和形式上更直观且更具有可比性。但是,投资者的决策主要是基于对未来的预期进行的,仅仅依靠财务信息所反映的历史信息已经不足以成为决策者预测未来的全部依据,公司的组织文化、人力资源、产品竞争力等都对预测企业未来的盈利能力有重大影响,而这些信息更多的是以非财务信息的形式存在。那些拥有良好业绩和发展潜力的公司更愿意增加自愿性信息披露的内容,以展示自己的核心竞争力、行业前景、研发能力、声誉以及管理水平等非财务信息。

2. 国内研究者对于印象管理在财务报告中产生的原因、行为表现及其规律性的研究尚不系统和充分。印象管理理论引入我国的时间不长,与会计领域的结合也是一个新兴的课题,相关研究尚只是借鉴外国学者的研究结论,进行的验证性质的研究,所以其表现形式和规律性的把握还不充分。大

# 西安财政会计基础工作规范化考核的成效与经验

陈谦民

(西安市财政局 西安 710001)

从2008年开始,西安市按照“强化基础、加强管理、规范秩序、提升质量”的总体思路,以夯实财政基础性工作为出发点,以提高会计管理水平、保证财政资金安全有效、提高财政资金使用效益为目标,通过对单位财务运行各个环节、各个节点的量化考核,逐步在全市范围内实施了会计基础工作规范化考核。考核工作取得了显著成效。

## 一、考核工作的组织及开展方式

1. 群策群力,科学制定考核方案。为了使考核方案切合实际,考核标准重点突出、摸索经验,2008年我们在市区两级86家单位进行了试点,对考核方案和考核标准进行了初步评估和测试。同时,多次组织市级部门、区县、局内相关处室就考核组织形式是否有力、考核项目是否全面合理、分值设置是否适当、奖惩措施是否有效等问题进行研究讨论,又先后十余次对考核方案进行了修订完善,从而保证了考核方案的合理性、考核标准的客观性、考核方法的可操作性。

多数研究认为印象管理的表现形式主要是自利性归因和操纵年报可读性,但是语言特色只是印象管理操纵的主要方面,在现实生活中,企业是通过运用报告内容、语言形式、封面、图片、颜色、字体、图表等综合信息来构建公司形象的,所以我国这方面的研究还有待进一步扩展。

3. 我国大部分会计领域的印象管理行为的研究仅局限于理论上,研究角度比较单一,尚未针对我国会计改革的现状和规范立法的要求提出可供改善的系统措施。如孙蔓莉对可读性的研究以年报中的管理层讨论和分析为基础,在董事会报告范围内进行了一定的扩展。对于组织印象管理的研究,也有学者选取了财务报告中的企业社会责任信息披露这一部分探讨了印象管理的影响。上市公司财务报告中非财务信息还涉及公司基本情况、资本来源、治理结构、经营情况报告、会计报表附注、监事会报告、审计报告、重大事项说明等多方面的内容,研究者可以从不同角度进行扩展研究,以充实印象管理行为研究的理论体系,为相关立法和监督提供可供参考的依据。

4. 印象管理的概念自引入会计领域以来,理论研究有了一定的发展,但是对于企业价值影响的量化分析和具体应用没有形成统一标准。对上市公司财务报告中财务信息的管理和对非财务信息的表述,都是管理层出于自身利益最大化或企业价值最大化进行的一种操纵,以改变监管机构、投资人等预期使用者对公司管理层和上市公司的印象,进而获得不同

2. 加强组织领导,层层落实责任。考核工作涉及面广,政策性、专业性强,为了确保考核工作的顺利进行,市财政局成立了西安市会计基础工作规范化考核领导小组,全面负责组织、协调、指导、监督全市的考核工作。同时在考核方案中明确了各区县、各主管部门的管理责任。各区县、主管部门也都结合各自实际制定了具体的工作规划和措施,成立了由单位负责人(或主管会计工作的负责人)负总责、财务部门牵头、相关业务部门参与的考核组织机构,市体育局、市容园林局、市教育局等部门专门召开会议对考核工作进行安排部署,为搞好考核工作奠定了坚实的基础。

3. 对照考核标准,扎实开展自查自纠。各部门、单位对照考核标准扎扎实实地开展自查自纠,寻找差距和不足。市卫生局、市广播电视局等部门专门抽调人员组成检查组开展自查;一些市级部门还聘请会计师事务所帮助自查和建账。为了加深对考核政策的理解和掌握,各部门还组织了形式多样的会

的机会和资源。关于财务报表、盈余管理等财务信息的研究已经相对成熟规范,并且这些数字形式的财务指标具有客观的凭证依据、会计法规的制约和外部审计的保证。所以我们所研究的非财务信息有必要借鉴数据信息已取得的成果和方法,在研究深度和广度上进一步扩展和规范,以形成一个可以量化分析的标准。

5. 在具体研究方法上,对于印象管理在上市公司财务报告中的研究应该进行更大样本容量和更长时间区间的实证研究,不断完善模型构建,以增强实证研究的科学性以及检验结果的稳健性。

可见,有关印象管理在我国上市公司财务报告中的影响的研究才刚刚起步,我们应吸取国外学者研究方法和模型构建经验,结合我国国情和财务报告特点,扩展研究视角。

## 主要参考文献

1. 赵敏.上市公司自愿性信息披露中的印象管理行为分析.会计研究,2007;3
2. 孙蔓莉,姚岳.公司报告语言信息研究.甘肃社会科学,2005;3
3. 孙蔓莉,王化成,凌哲佳.公司报告归因倾向的扩展研究.商业经济与管理,2007;1
4. 蒋亚朋.上市公司盈余变动归因信息披露中的自利性倾向研究.现代管理科学,2008;6