

见表6。

从表6的第一列回归结果可以看出,与假设1一致,LSB的系数显著为正,DLEV的系数显著为负,说明高负债的企业股价同步性显著低于低负债企业,LSB和DLEV的交乘项系数为-0.128,并且在10%的水平上显著,说明企业的存量借款水平降低了国有银行贷款与股价同步性的正相关关系。在第二列中,当同时控制负债水平和企业是否国有属性的调节效应时,发现LSB和DLEV的交乘项不显著($t = -1.41$),LSB和NSOE的交乘项系数为-0.686($t = -2.14$),并且在5%的水平上显著。这一结果也进一步说明,国有企业和非国有企业属性差异所导致的预算软约束降低了国有企业的经营风险和破产风险,是影响国有银行贷款与股价同步性关系的主要因素。

六、结论

过去关于股价同步性的研究认为股价同步性的变化与流入股价中企业私有信息和噪音信息的多少有关。然而影响企业股价同步性的另一途径是企业的债权人。本文研究国有银行贷款是否影响股价同步性的,以及这种影响在国有企业和非国有企业当中是否存在非对称性。

本文的结果表明,国有银行贷款比例与股价同步性呈正相关关系,并且这种正相关关系在非国有企业中显著弱于国有企业。这一结果说明,预算软约束的存在,一方面降低投资者可感知的国有企业风险水平,另一方面也减少管理层对外信息披露,这些都是影响股价同步性的重要因素。当进一步将国有银行贷款分为政策性银行贷款和国有商业银行贷款时,发现政策性银行贷款对股价同步性的影响要高于国有商业银行。由于非国有企业的政治联系是产生预算软约束的原因之一,当进一步将非国有企业是否具有政治联系划分为两类,结果表明具有政治联系的民营企业股价同步性与国有企业不存在显著差异,而不具有政治联系的非民营企业股价同步性显著高于国有企业和政治联系的民营企业。这进一步说明预算软约束是影响股价同步性的重要因素之一。

(《会计研究》2013年第7期 略有删节)

预算制度变迁、网络化环境与 政府财务信息传导机制

——基于商务部“三公经费”公开的案例研究

张琦 张娟 吕敏康

一、引言

人类社会的任何改革都需要动力,这些动力会打破改革对象已有制度安排的均衡状态,在市场中形成供需冲突,引致改革实施,并最终形成新的制度均衡(林毅夫,1996)。资本市场中企业会计标准的多次演化能够充分再现上述改革的动力机制。我国过去20年的企业会计改革重复经历着

“资本市场宏观制度变迁”导致“企业财务信息供求冲突”再导致“企业会计标准优化”这一循环进程。随着资本市场的逐步成熟与完善,市场参与者对会计信息的数量与质量产生更高的要求。已有的会计标准体系作为规范信息供求旧的制度安排,难以满足市场参与者日益提升的信息需求,导致新的制度安排出现。

与企业会计改革类似,政府会计改革也由宏观层面的制度变迁提供动力。Zimmerman(1977)的研究表明,如果制度安排未发生变化,政治市场中的各种利益主体都缺乏动机自发地推动政府会计改革的实施。Evans and Patton(1983)进一步阐述了制度安排、利益主体动机与政府会计改革之间的关系。他们认为,城市的负债是否较高、是否加入过“市政财务官协会认证方案”(CCP)、市政官员是否具有职业进取心、政府治理结构中是否实行议会经理制,都将对利益主体的动机产生影响,并最终导致该城市实施或者放弃政府会计改革。Ingram(1984)则认为不同州由于制度安排的差异(包括选民联盟、政治任命权、媒体的力量、市政债券市场的利率决定因素等),在遵循公认会计原则(GAAP)时,存在不同的实践选择。Lüder(1992)在上述研究的基础上,更加直接地分析了制度安排与政府会计改革的关系,提出了的公共部门会计改革权变模型(Contingency Model)。Yamamoto(1997,2000)还区分了不同类型的政治系统变量与管理系统变量,并认为,如果新的政府会计系统不能与现有的政治系统、管理系统等制度安排相匹配,政府会计改革就难以满足利益相关者的需求。近年来,我国学者也借助制度变迁理论,对政府会计改革的驱动机制进行了相关研究,支持了上述研究的结论(陈志斌,2009;路军伟和殷红,2012;成小云,2012;张琦和张娟,2012等)。

然而,宏观制度的变迁具体通过何种机制作用于微观层面的政府会计改革,仍是未解的“黑箱之谜”。本文将选择国家商务部“三公经费”公开案例,剖析我国政府财务信息在供给方与需求方之间的传导机制,并试图解释宏观预算制度对微观政府财务信息供求关系的影响机理。发现:(1)在政府预算公开已成为全社会共识,且信息技术已普遍应用的前提下,我国公共领域的政府财务信息在网络化环境下已初步呈现出类似资本市场的活跃供求关系;(2)媒体与意见领袖等信息中介能够有效地通过议程设置功能引导公众的信息需求。但在我国现阶段,由于专业知识的欠缺,信息中介引导信息需求的能力较弱,无法对政府会计制度安排的优化提出要求。培育具备专业知识的信息中介对于优化我国政府会计制度而言至关重要。

二、预算制度变迁对政府财务信息传导机制的影响:研究问题的提出

(一)我国政府财务信息供求关系的演化:信息定制转向信息市场。

我国预算体制改革经历了三个发展阶段。受预算制度变迁的影响,政府财务信息的供求关系与政府会计系统的设计目标都发生了显著性变化,详见表1。

从表1看,近年来,随着社会公众的民主意识进一步提

升,社会公众对政府财务信息的需求程度显著提高。我国现阶段预算管理改革以“预(决)算信息公开”为关键词,逐

表1 预算改革对财务信息供求关系及会计系统的影响

预算改革阶段	预算制度的特点	政府财务信息供求关系	政府会计系统
预算改革前阶段 (1978-1994)	政府财务信息被视为国家秘密,成为各利益主体的共识。	(1)政府不对外披露财务信息; (2)下级政府或部门的财务信息往往按照上级政府或财政部门的需求进行定制。	政府会计系统的设计完全服从预算管理的需求。
预算改革初级阶段 (1994-2007)	(1)政府财务信息仍被视为国家秘密; (2)部门预算改革实施,为立法机构加强预算监督创造条件。	政府财务信息的供给以满足特定信息需求方(上级政府与立法机构)的需求定制为主。	政府会计系统继续强化政府内部的预算控制目标,如强化了部门预算与国库集中收付制度的要求。
预算改革深化阶段 (2007年至今)	(1)2007年颁布的《中华人民共和国政府信息公开条例》颁布,大部分政府信息不再视为国家秘密; (2)国务院要求大力推进部门预决算信息与“三公经费”信息公开。	社会公众的民主意识进一步提升。在信息技术的助力下,社会公众与政府之间形成了良好的互动关系。政府财务信息供求市场初步形成。	我国政府会计系统由仅反映预算收支过程信息,向兼顾披露政府资产、负债与成本等财务结果信息转化。

步提升社会公众参与政府预算的程度,凸显公众对政府的社会问责机制。在微博、博客以及电子政务等信息媒介的支持下,社会公众与政府之间形成了良好的信息互动关系,政府财务信息供求市场初步形成(Zhang and Chan, 2013)。政府期望通过披露财务信息,提升执政公信力,获取信息供给收益。社会公众通过获取并分析财务信息,判断政府公共政策的执行效果,实现对政府的治理,获取信息需求收益。社会公众、立法机构代表等信息需求者与政府及其部门等信息供应者共同决定着财务信息的均衡状态,并对政府财务信息的内容、数量与披露方式等进行博弈。我国公共领域的政府财务信息供求关系已实现信息定制向信息市场形成的转化。基于上述分析,本文提出待检验的问题1与问题2。

问题1:在我国目前的制度环境下,公众对政府财务信息具有较强的需求吗?

问题2:公众对政府财务信息的需求存在明确的指向性与专业性吗(如主要关注政府资产、负债、成本或者预算收支等方面的信息)?

(二)政府财务信息传导机制的关键因素:信息技术与信息中介。

在公共领域中,政府财务信息供求机制并非基于类似资本市场的投融资动机,而是以利益相关者对政府的问责(Accountability)动机为基础。利益相关者通过获取并分析政府财务信息,了解公共政策的执行过程与结果(Ingram and Copeland, 1981),实现政治问责。然而,西方学者对政治问责的研究往往基于选举民主的前置假定,认为离开选举民主,任何关于政治问责的讨论都是毫无意义的(Ma, 2009)。按照这一逻辑,当缺乏活跃的选举市场时,政府财务信息供给者与需求者的供求行为就丧失了动机。其次,即使在西方选举民主的制度环境下,社会公众等政府利益相关者的信息需求仍旧较低,他们对政府会计数据的依赖程度,远不及资本市场中的投资者。公众缺乏动机购买政府财务信息(Zimmerman, 1977)。其中可能的解释是,社会公众投票的效用难以对象化于特定的个体(资本市场的投资者能

够获得投资活动的收益)。再加之,社会公众缺乏资本市场投资者所具备的专业知识,信息分析能力不强,分析成本较高,基于成本效益的权衡,社会公众对政府财务信息表现出较弱的需求。

基于上述分析,政府财务信息供求关系的优化必须依靠市场中某些关键因素的介入。信息技术是其中一个关键因素。政府财务官协会(GFOA, 2010)近年来的多项研究表明,互联网的应用能够有效降低政府财务信息市场的交易费用。利用网络披露政府财务信息的边际成本较低,甚至不需要额外成本。网络可以作为政府与公民之间信息交流的重要机制(Justice, Melitski and Smith, 2006)。信息技术和互联网的运用能提升政府的响应度并使单个公民问责政府成为可能,在降低公众信息获取成本的同时,也提高了公众通过财务信息问责政府的效用。政府财务信息供给与公众财务信息需求的良性互动有利于政府财务问责机制的履行,形成类似投票市场的“电子民主(E-democracy)”机制(Rodríguez, Caba and López, 2007)。在这种特殊的民主机制下,政府通过网络向社会公众传递公共资金的分配与使用信息并提高财政透明度,公众通过政府网站上的各种财务信息,参与政府预算的决策过程,并监督执行结果,实现对政府的财务问责。然而,网络技术本身无法解决,政府财务信息披露的充分性与非专业使用者在时间及专业局限性方面的矛盾(Justice, Melitski and Smith, 2006)。因此,第二个关键因素“信息中介”的介入对于优化政府财务信息供求机制就显得尤为重要了。

信息中介的介入能够帮助终端信息使用者筛选、分析复杂的财务信息,有效降低信息使用者的信息获取与分析成本。Smulovitz and Peruzzotti(2000)在界定社会问责机制时,专门强调了媒体与意见领袖等信息中介在公众与政府的问责关系中发挥的重要作用。这种作用在传播学中被称为“议程设置功能”(Agenda-setting Function)。媒体与意见领袖通过新闻报道和信息传达活动,以赋予各种“议题”不同程度显著性的方式,影响着公众对周围世界的各种事件重要性的判断(McCombs and Shaw, 1972)。媒体与意见领

袖等信息中介帮助公众筛选并分析相对重要的信息,节约公众获取与理解信息的成本,并通过追求“关注度”与“娱乐效应”,使信息“可读性”更强,提升了公众阅读信息的效用。在政府财务信息市场中,信息中介能够起到对政府与公众的双向议程设置功能。政府将专业性强的财务信息对外发布,信息中介捕获具有新闻效应的信息,并进行加工与分析,增强财务信息的可读性,引导公众了解政府的相关财务状况与运营业绩。公众阅读媒体或意见领袖设置的“议题”后,通过网络方式(如微博)发表意见与质疑。媒体或意见领袖再次作为信息中介捕获公众的意见与质疑,经过加工后以特定的“议题”对外发布,引起相关横向机构(监督或立法机构)或者上级政府的关注,或直接对发布财务信息的政府施加舆论压力,最终迫使其修正或优化公共政策。当信息中介的介入与网络技术的运用相结合,公众在网络中的高参与度,以及信息在网络中的高传播速度将共同发挥作用,在公共领域形成类似资本市场中的财务信息供求市场,详见图1。基于此,本文提出待检验的问题3与问题4。

问题3:在网络环境下,社会公众在财务信息的获取与分析方面是否受到媒体与专家等信息中介议程设置功能的影响?

问题4:媒体与专家能否有效发挥议程设置功能,引导社会公众的信息需求,优化政府的财务信息供给?

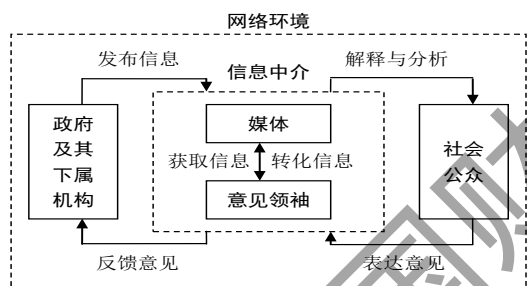


图1：网络环境下的政府财务信息供求机制

三、商务部“三公经费”公开案例研究

(一) 案例选择与研究设计

1. 案例选择。

本部分研究的问题包括：在我国当前网络技术得到广泛运用的环境下，政府财务信息市场中的外部信息需求者（社会公众）对供给者（政府）披露的财务信息是否具有强烈的需求；社会公众的信息需求是否受到信息中介（如媒

体与网络意见领袖等）“议程设置”功能的影响；政府外部的信息需求者（包括社会公众与信息中介）对政府财务信息存在哪些需求等。为了验证上述问题，本文确定了案例选择的标准：一是政府在其官方网站上公开披露其预（决）算与“三公经费”等财务信息；二是披露财务信息的政府部门应该是社会关注度较高的机构，如中央部委；三是政府利益相关者对政府公开的财务信息产生质疑，并展开讨论，甚至有可能导致其他横向机构介入该质疑的调查；四是政府部门对利益相关者的质疑进行了回应。按照上述标准，本文对2009年（我国政府网上公开财务信息的元年）至2012年中央部委网上公开财务信息并引起媒体与公众讨论的事件进行筛选，最终确定将国家商务部2011年在其官方网站上公开“三公经费”财政拨款支出情况作为本文案例研究的对象。

2. 研究设计。

我国的互联网普及程度在近年来得到了显著提升。据中国互联网络信息中心2012年1月发布的《中国互联网络发展状况统计报告》，截至2011年12月底，中国网民规模突破5亿，达到5.13亿，其中48.7%的网民成为微博用户。互联网与微博已逐步替代传统渠道成为网民们获取信息的重要渠道。在本文研究的政府财务信息公开案例中，政府部门依靠官方网站公开财务信息，公众通过网络对政府公开的财务信息发表意见，整个政府财务信息市场都以互联网为基础构建。因此，本文依托网络数据开展案例研究。研究变量及其数据来源见表2。

(二) 案例描述。

2011年7月14日20点41分，商务部在其官方网站上主动公开了2010年“三公经费”财政拨款支出情况，以及2011年“三公经费”财政拨款预算情况。2011年7月15日开始，新浪网、和讯网、网易、凤凰网与新华网等网络媒体开始转载商务部公开的“三公经费”信息，并对商务部的出国（境）费、公车购置及运行费，以及公务接待费提出质疑，特别对商务部出国（境）费占“三公经费”总额的94%表示不满。媒体的报道引起了网民对商务部“三公经费”披露的大讨论。7月15日，商务部举行例行的新闻发布会，新闻发言人姚坚就此作出回应，称出国费用偏高与商务部的工作性质有关，也与我国在国际格局中不断演变的地位有关。“出国经费与国家地位有关”成为网民热议的热门话题，同时，网络媒体继续跟进讨论商务部新闻发言人的回应。商务部“三公经

表2 研究变量与数据来源

研究变量	变量定义	数据来源
公众关注度	事件发生后，每天关注该事件的公众人数（公众简单关注度与公众深度关注度之和）	新浪、腾讯与搜狐三大门户网站中，每天关注该事件的微博条数（具体分析时，由于绝大部分数据集中于新浪微博，部分分析只使用了新浪微博的数据）
公众简单关注度	事件发生后，每天仅转引媒体报道的公众人数	新浪微博中，每天仅转引媒体报道新闻的微博条数
公众深度关注度	事件发生后，每天发表评价或分析的公众人数	新浪微博中，每天评价媒体报道新闻的微博条数
媒体关注度	事件发生后，每天媒体关注该事件的新闻条数	百度新闻中，以该事件为关键词的新闻条数
意见领袖关注度	事件发生后，每天关注该事件的意见领袖人数	新浪微博中，每天关注该事件的认证用户（加V）微博条数

注：(1) 新闻检索使用“百度新闻”搜索引擎，关键词为“商务部”+“三公”；

(2) 微博检索使用三大门户网站微博平台的搜索引擎，关键词为“商务部”+“三公”。

费”公开事件在网络中持续发酵。2011年8月5日，在媒体与网民的强烈关注下，国家审计署介入商务部出国(境)费较高的调查。商务部承认其因超标准消费及替他人“埋单”等原因导致2010年出国经费超支10%。在审计署提出整改意见后，商务部在针对压缩出国经费的通知中明确要求，各所属单位合理确定出访国别及线路，选择优惠机票和酒店，严格执行费用开支标准，压缩国际旅费和住宿费。

(三)数据分析与讨论。

1. 政府财务信息的传导机制：媒体、意见领袖与公众之间的关系。

本部分需要首先验证的问题是政府财务信息市场中的传导机制，即政府财务信息如何在政府部门、媒体、意见领袖与公众之间进行传递。按照案例发生的时间安排，2011年7月14日20点41分商务部开始公开“三公经费”信息。选择2011年7月14日至2011年7月24日共11天作为研究窗口。媒体关注度与公众关注度如表3所示。

表3 媒体、公众与意见领袖的关注程度

关注程度	媒体			公众					意见领袖		
	日期	合计	媒体报道	媒体转载	合计	新浪				腾讯	搜狐
						小计	简单关注	深度关注			
1	61	3	58	6	4	2	2	2	0	2	
2	186	25	161	465	384	195	189	50	31	65	
3	129	17	112	562	445	237	208	85	32	40	
4	28	3	25	274	268	123	145	4	2	9	
5	10	3	7	284	273	12	261	3	8	3	
6	0	0	0	48	37	1	36	6	5	7	
7	0	0	0	44	39	1	38	2	3	7	
8	0	0	0	16	15	0	15	1	0	1	
9	0	0	0	22	19	0	19	2	1	1	
10	0	0	0	7	5	0	5	0	2	0	
11	0	0	0	2	1	0	1	1	0	0	

注：在新浪微博的数据中，进一步分析了公众对商务部“三公经费”的两种不同关注：直接转引媒体新闻的简单关注，以及发表评价的深度关注。

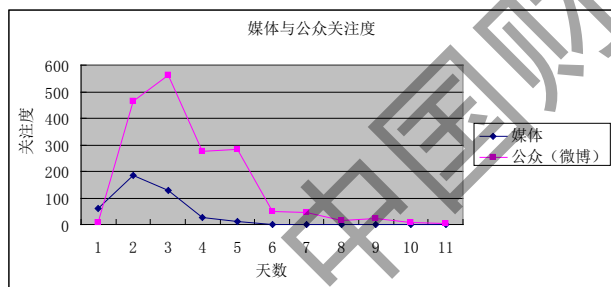


图2：媒体(合计数)与公众关注度

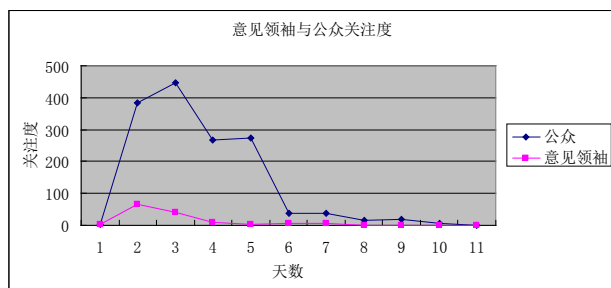


图3：意见领袖(新浪微博数据)与公众关注度(新浪微博数据)

根据表3数据，作出图2与图3，分别研究媒体关注度对公众的影响，以及意见领袖关注度对公众的影响。

根据上述图表与案例中事件发展的情况，得到以下初

步结论：

第一，就商务部“三公经费”披露事件而言，媒体与公众的关注程度之间呈现出较强的关联度，且媒体关注度影响着普通社会公众的关注度。在表3中，商务部披露“三公经费”的当天，媒体已经出现了61条相关新闻，但三大微博平台中仅6条微博关注该事件。随后的10天中，公众关注度随着新闻媒体对该事件关注度的增加不断提升。媒体关注度在第2天达到峰值，而公众关注度则在第3天达到峰值。媒体关注度在第6天减少至0，而公众关注度则一直持续至第11天。从图2中媒体关注度与公众关注度的曲线对比，我们发现，公众对商务部“三公经费”披露的关注度滞后于媒体。

此外，在表3中，按照公众简单转引信息中介观点(包括媒体新闻与意见领袖观点)或发表新观点，将新浪微博中的数据分为了“简单关注”与“深度关注”两类。我们发现，在商务部公布“三公经费”信息后的前3天，新浪微博中的“简单关注”微博数量持续大于“深度关注”微博数量(第三天为“简单关注”与“深度关注”微博数量对比的转折点，这天也是公众关注度的峰值)。但从第4天起，“深度关注”的微博数量开始大于“简单关注”的微博数量。且从第8天起，“简单关注”的微博数量减少至0，而“深度关注”的微博则一直持续至第11天。这一数据说明，当公众关注达到峰值前，公众对商务部“三公经费”信息的关注主要以引用媒体报道为主，而达到峰值后，公众对该事件的观点逐步形成，公众关注度以评价与分析为主。

结合图2的曲线(公众关注度滞后于媒体关注度),我们推测,公众对商务部“三公经费”关注受到媒体的影响。在政府财务信息市场中,政府向公众的信息传递呈现出以下路径:第一步,政府(商务部)公开财务信息;第二步,媒体报道或评价政府财务信息(商务部的“三公经费”信息);第三步,其他媒体转载;第四步,公众转引媒体报道,并逐渐形成自己的观点,独立评价政府财务信息。可见,媒体的“议程设置”功能在商务部财务信息公开案例中得以证实。

第二,就商务部“三公经费”披露案例而言,意见领袖的关注度与公众关注度之间也呈现出较强的关联度,且意见领袖关注度影响着普通公众的关注度。意见领袖关注度在第2天达到峰值,而公众关注度则在第3天达到峰值。意见领袖关注度在第8天起减少至1,第10天起减少至0,而公众关注度则一直持续至第11天。从图3中意见领袖关注度与公众关注度的曲线对比,我们发现,公众对商务部“三公经费”披露的关注度滞后于意见领袖。此外,通过对新浪微博的数据进行分析,我们发现:(1)绝大部分认证用户的微博都属于“深度关注”范畴;(2)属于“简单关注”的微博中,一部分微博直接转引了媒体报道,而剩余的“简单关注”微博则引用认证用户发表的“深度关注”微博。综合上述分析,推测意见领袖(认证用户)的意见的确影响着普通公众的关注度。意见领袖作为信息中介,也发挥着“议程设置”功能。

第三,媒体、意见领袖与公众对政府财务信息的关注,

表4 新浪微博用户对商务部“三公经费”信息的关注内容

排序	关注内容	关键词检索	微博条数
1	信息发布是否及时	及时、最后	359
2	“三公经费”排序	排名、排行、夺冠、最高、冠军	233
3	“三公经费”的使用目的	谈生意、公干、干嘛、原因	201
4	信息的发布时点	周末、下班	130
5	信息公开的监督作用	民主监督	53
6	信息的真实性	信不、不信、相信、信吗、真实、忽悠、假、不可能	45
7	信息的可读性	笼统、明细、细节、清楚、看不懂、懂不、看懂	10
8	信息发布标准的统一性	标准、规范、统一	4

从表4中,发现,尽管在我国目前的政府财务信息市场中,信息中介(媒体与意见领袖)已经在信息传导过程中发挥了重要的引导作用,但公众对政府财务信息的关注点仍旧缺乏信息中介专业的引导。公众关注的内容与政府资产、负债、成本或者预算收支等方面的信息缺乏关联。

在新浪微博用户留言中并未发现针对“三公经费”核算与披露过程的评价或意见。所有留言都未涉及到商务部的“三公经费”数据本身。进一步分析了媒体的新闻报道与意见领袖的发言,它们涉及的内容一部分援引商务部官方网站上的原始数据,另一部分内容基本与表4中的关注内容相吻合。在此案例中,媒体与意见领袖显示出强大的“议程设置”功能。但表4的数据表明,仅就商务部“三公经费”公开案例而言,我国的政府财务信息供求机制仍不够完善。尽管网络技术的发展已经为政府财务信息市场搭建了一个基于互联网的信息平台,且媒体与网络意见领袖也介入了政府财务信息市场中的信息供求过程,但信息中介与信息的中

最终导致政府的回应,或引发其他横向机构的介入。在商务部公开“三公经费”案例中,商务部在2011年7月15日曾对媒体与公众质疑的“出国经费”进行了回应与说明。但该回应引发了媒体与公众更大程度的质疑,媒体与公众对该事件的关注度分别在7月15日与7月16日达到了峰值,且公众的关注度一直持续了11天。8月5日,国家审计署介入商务部出国(境)费较高的调查。商务部被迫承认其因超标准消费及替他人“埋单”等原因导致2010年出国经费超支10%。

综合上述三点结论,认为,就商务部“三公经费”公开案例而言,我国基于互联网平台的政府财务信息供求市场已基本形成。在政府部门公开财务信息后,这些信息将会首先被媒体或者意见领袖等信息中介捕获、分析并传播。信息中介将加工后的信息低成本地传递至社会公众,并引发公众讨论。公众的讨论被信息中介放大,对政府部门形成强大的舆论压力,最终导致政府部门的回应或者引起其他横向机构介入。上文提出的问题1与问题3得以证实。

2. 政府财务信息的内容:公众关注对象。

在明确政府财务信息市场的信息传导机制后,需要继续验证,信息中介能否通过影响社会公众的信息需求,从而有效引导政府的财务信息供给,最终优化政府会计制度安排。为了验证该问题,分析了新浪微博平台中用户对商务部“三公经费”信息发布的微博留言,对新浪微博用户最关心的内容进行了排序,详见表4。

端外部需求者(普通的社会公众)仍无法正确地引导市场中的政府财务信息供给,难以通过政府财务信息市场的供求机制实现上文所述的政府会计制度安排优化的预期。猜测,这可能是由于我国现阶段媒体与意见领袖等信息中介缺乏完备的专业知识背景,无法有效地对终端信息需求者实施正确的信息引导。

结合上文提出的问题2,认为,在我国目前阶段,即使媒体与意见领袖等信息中介介入政府财务信息的传导机制,社会公众对政府财务信息的需求仍缺乏专业的指向性,无法有效地引导政府财务信息的供给。

3. 信息中介的背景:媒体与意见领袖的专业程度。

信息中介在政府财务信息市场中发挥着重要的信息供求引导作用。信息中介是否具备专业的财务知识背景,成为其能否实现信息供求引导功能的前提。为了进一步验证本案例中信息中介的专业背景,列出了同行新闻转载率前10的媒体,以及微博转载率前10的新浪认证用户。详见表5。

表5 前10大转载率的媒体与意见领袖

媒体	新闻转载率	意见领袖	微博转载率
新浪	58	郑克强	16163
和讯	45	财经网	3335
新浪	45	胡锡进	716
网易新闻	29	舟亦洲	695
凤凰网	26	头条新闻	532
网易新闻	23	头条新闻	436
和讯	22	新浪财经	282
新华网	17	中国企业家杂志	250
中国广播网	15	中国企业家杂志	160
中国新闻网	11	袁岳	117

注：同一媒体或意见领袖报道因发布多条新闻或微博可能在表5中出现多次。

从表5的数据来看,发现,同行新闻转载率前10位的专业媒体几乎全是综合性的新闻门户网站。即使是设有财经频道的网站,如新浪财经或凤凰财经等,报道本案例的新闻仍旧由综合新闻版块发布,而非由专业的财经频道发布。微博转载率前10的意见领袖中,大部分仍是媒体的官方微博,如新浪财经与财经网等。以个人微博形式出现的意见领袖仅“郑克强”、“胡锡进”、“舟亦洲”与“袁岳”等4位。从这4位个人意见领袖的微博认证资料,我们发现,“郑克强”为管理科学与工程教授,“胡锡进”为《环球时报》总编辑,“舟亦洲”为财经评论员,“袁岳”为零点研究咨询集团董事长(该公司是专业的指标数据与政策咨询公司)。这4位个人意见领袖的专业背景都与广义的经济与管理有联系,其中“袁岳”甚至是专业指标分析公司的管理者,他们对政府财务信息具备一定的识别与分析能力。但也必须指出,政府财务信息不是一般意义上的经济与管理信息,它是经过凭证、账簿层层加工、整理与汇总而形成的报表数据。上述个人意见领袖无一人具备专业的会计学背景,很难就政府财务信息的细节内容、质量等发表专业意见。由此可见,无论是新闻转载率前列的媒体,还是微博转载率前列的意见领袖,都难以从政府财务信息的产生过程、信息的内容与质量等方面进行分析或提出质疑,无法有效地帮助普通社会公众阅读、分析政府财务信息。就本案例而言,我国现阶段信息中介的信息需求引导能力较弱,难以实现其优化政府财务信息市场供求机制的功能,更无法对政府的会计制度安排实施正向且有效影响。基于上述分析并结合问题4,本文认为,在我国现阶段,信息中介(媒体与意见领袖)缺乏会计学、财政学等用于分析政府财务信息的专业知识与教育背景,可能是导致其无法有效发挥议程设置功能的主要原因。

四、本文的研究结论与局限

(一)研究结论。

本文通过理论与国家商务部“三公经费”公开的案例研究,得到以下主要结论:

第一,我国预算制度变迁影响了政府财务信息的供求关系与传导机制。政府会计信息的供求关系由为特定信息

需求者定制信息,逐步转化为由信息市场决定信息的供应水平与质量。在我国预算改革前两个的阶段,政府财务信息被视为国家秘密。随着政府问责由强调政府内部的官僚问责,转为兼顾政府外部立法机构的横向问责,政府财政部门也由最初仅按照上级政府的需求定制财务信息,转向兼顾立法机构的要求定制财务信息。在预算改革的第三阶段,社会问责的需求提升,政府财务信息公开逐步成为全社会的共识。社会公众成为了政府财务信息的需求者之一,政府财务信息市场初步形成。政府财务信息市场的供求关系成为决定政府会计制度安排的重要因素。

第二,政府财务信息市场能够通过供求机制的调节,决定政府财务信息供给的数量、质量与内容,从而影响政府的会计制度安排。信息技术的发展与信息中介的介入能够通过降低市场参与者的信息供求成本,提高信息供求收益,优化需求并引导供给,从而提升政府财务信息市场对信息供求的调节能力。我们通过商务部“三公经费”公开的案例研究发现,在互联网环境下,媒体与意见领袖等信息中介的确能够引导普通社会公众的信息需求,帮助公众分析、解释政府公开的财务信息;社会公众也乐于获取经过信息中介加工后的新闻报道或者微博留言,以便节约直接分析政府财务信息的成本。此外,社会公众、信息中介与政府部门形成的政府财务信息市场已初步发挥出影响信息供给的调节功能。在政府财务信息市场的干预下,国家审计署最终介入商务部“三公经费”公开案例,商务部最终承认出国经费过高,并决定采取措施节约相关经费。

第三,在我国现阶段的政府财务信息传导机制中,信息中介通过议程设置功能发挥的作用仍然有限,难以就政府财务信息披露中深层次、专业性的问题发表意见并设置议程,无法有效地引导社会公众的信息需求,尚无能力对政府财务信息的供给提出具体要求。通过案例研究,发现,我国的政府财务信息市场仍处于发展初期,信息供求机制的调节功能尚未完全显现。尽管近年来,我国公共领域的宏观制度环境得到了较大程度的优化,网络技术的普及程度迅速提高,政府“三公经费”等财务信息的公开也成为全社会的共识,但由于专业知识的缺乏,媒体与意见领袖等信息中介难以有效地引导普通社会公众的信息需求,更难以通过供求机制的调整,对我国现有的政府会计制度安排实施正向的影响。认为,政府财务信息公开将是我国未来政府会计改革的重要驱动因素,但如何通过发挥政府财务信息市场的供求调节功能,值得深入研究与思考。此外,培育专业的财经媒体,鼓励更多具有会计、财务知识背景的专业人士对政府公开的财务信息进行评论与分析,将有可能提升我国政府财务信息市场的供求调节功能。

(二)研究局限与未来研究的方向。

本文受研究范式与研究样本的限制,存在以下局限:(1)在政府财务信息传导机制的分析方面,缺乏大样本数据的实证研究,仅通过商务部“三公经费”公开的单一案例进行研究,研究结论可能存在一定的偏差;(2)本文以互联网数据作为研究基础,但微博数据能否视为普通社会公众关注的最优代理变量尚待证实。对于那些未使用微博平台,但同样在

网络中关注政府财务信息的社会公众而言,无法纳入本案例研究的范围。这将可能影响本文研究结论的可靠性;(3)本案例研究中绝大部分数据为手工收集。手工收集数据导致的数据缺失等问题,同样可能对研究结论造成影响。针对

上述研究局限,我们未来将通过分析我国政府预(决)算信息公开以来的所有样本,通过大样本实证研究的方式,更加精确地检验我国政府财务信息市场中的供求机制。

(《会计研究》2013年第12期 略有删节)

中国会计学会 2013 年度会计学优秀论文获奖名单

拟获奖项	论文题目	刊物刊次	作者姓名	作者单位	推荐单位
一等奖	企业分红能力之理论研究	《会计研究》 2013年第2期	谢德仁	清华大学经管学院	《会计研究》编辑部
一等奖	State-bank Loan and Stock Price Synchronicity 国有银行贷款与股价同步性	China Journal of Accounting Studies 2013, Vol.1(2)	王艳艳 于李胜	厦门大学管理学院	《会计研究》编辑部
一等奖	预算制度变迁、网络化环境与政府财务信息传导机制——基于商务部“三公经费”公开的案例研究	《会计研究》 2013年第12期	张琦 张娟 吕敏康	中南财经政法大学 政府会计研究所、 财政部会计司	《会计研究》编辑部
二等奖	信息发布者与资本市场效率	《经济研究》 2013年第10期	毛新述 王斌 林长泉 王楠	北京工商大学商学院	北京工商大学商学院
二等奖	企业社会责任与财务绩效之间交互跨期影响实证研究	《会计研究》 2013年第8期	张兆国 靳小翠 李庚秦	华中科技大学 管理学院	湖北省会计学会
二等奖	媒体负面报道、诉讼风险与审计契约稳定性——基于外部治理视角的研究	《管理世界》 2013年第11期	刘启亮 李祎 张建平	武汉大学经济与管理 学院、广东财经大学 会计学院	湖北省会计学会
二等奖	公共绩效管理框架下的政府财务绩效报告体系构建研究	《会计研究》 2013年第8期	常丽	东北财经大学 会计学院/中国内部 控制研究中心	东北财经大学 会计学院
二等奖	会计准则变革、企业财务行为与经济发展的传导效应和循环机理	《会计研究》 2013年第10期	张先治 于悦	东北财经大学 会计学院/中国内部 控制研究中心	辽宁省会计学会
二等奖	The Impact of Ineffective Internal Control on the Value Relevance of Accounting Information 内部控制无效对会计信息价值相关性的影响	Asia-Pacific Journal of Accounting & Economics 2013, vol.20(3)	胡楠 齐保垒 田高良 李尧 曾振	西安交通大学 管理学院	西安市会计学会
三等奖	公允价值计量、金融投资行为与公司资本结构	《金融研究》 2013年第3期	曾雪云 徐经长	北京邮电大学经济 管理学院、 中国人民大学商学院	北京邮电大学 经济管理学院
三等奖	企业从战略联盟的学习中发展了能力吗?——绩效理论的解释与拓展	《会计研究》 2013年第12期	戴璐	中国人民大学商学院	中国人民大学商学院
三等奖	企业经济基础与收入确认政策选择:来自软件行业的经验证据	《会计研究》 2013年第11期	陈旭霞 吴溪	中央财经大学 会计学院	《会计研究》编辑部