

网络媒体关注、企业成长机会 与国有企业内部控制质量

董美彤¹

(山东大学管理学院 会计专业, 山东 济南, 250100)

摘要: 内部控制是企业实现高效运营和良好业绩的重要保证。立足于我国市场竞争机制尚不成熟的现状, 我国于 2008 年出台上市公司内部控制的有关规范, 对内部控制有效性进行评价并定期披露。本文基于目标导向下内部控制有效性评价指标体系, 以 2009—2012 年沪深两市 A 股国有上市公司为样本, 研究网络媒体关注度对国有企业内部控制有效性的影响, 以及企业成长机会对媒体关注度与内部控制关系的调节作用。实证研究结果表明, 网络媒体关注度越高, 国有上市公司的内部控制有效性越强, 并且这一影响在成长机会较大的国有企业表现更加明显。本文研究将为政府利用外部机制更好地监督国有企业的内部控制提供合理化建议。

关键词: 目标导向; 成长机会; 内部控制有效性; 国有企业; 媒体监督

一、引言

安然事件后, 美国政府颁布实施了 SOX 法案, 对上市公司的内部治理结构、内控体系、高管行为进行了严格的规范, 以恢复广大投资者对资本市场的信心。受美国 SOX 法案的影响, 为满足国内资本市场的需要, 我国于 2008 年出台了上市公司内部控制的有关规范, 对内部控制有效性进行评价并定期披露。自我国实施内部控制规范以来, 管理层的风险偏好、组织忠诚度以及企业的文化和道德价值观、市场化进程等因素对企业内部控制有效性的影响成为国内学术界研究的热点(程晓陵, 2008; 张颖和郑洪涛, 2010; 李志斌, 2013)。近几年, 从“三聚氰胺”事件到科龙电器的数据造假事件, 再到 2013 年的近 30 家 A 股上市公司被质疑财务造假和 2014 年的上海家化内斗, 作为资本市场“五指理论”的“中指”——媒体的监督成为市场经济深化和持续发展的必要条件(陈志武, 2005)。伴随着现代社会互联网的迅速发展, 互联网媒体监督与上市公司内部控制之间的关系逐渐成为当前学术研究的新热点。而作为具有特殊产权背景的中国, 网络媒体关注对国有企业内部控制有效性的影响有哪些特殊之处, 以及当国有企业处于不同发展阶段时, 企业所面临的不同成长机会对内控有效性会产生怎样的不同影响? 这些问题是现有研究较为缺乏的。为此, 本文基于目标导向下的内部控制评价体系, 选用 2009-2012 年度沪深两市 A 股国有上市公司为样本, 收集来自各类新闻媒体网站的一手数据研究

网络媒体关注对国有企业内部控制的影响, 以及成长机会对其二者的调节作用, 以期能为政府利用外部机制更好地监督国有企业的内部控制提供合理化建议。

二、理论分析与研究假设

媒体监督理论认为, 媒体作为一种有效的信息中介, 通过报道上市公司某些丑闻或不当行为(Bushee, 2010; Miller L 和 Miller D, 2006), 影响企业和经理人声誉, 能够最终促使企业改进治理结构(郑志刚, 2007; Dyck 和 Zingales, 2008; 李培功和沈艺峰, 2010)。国内外学者对媒体发挥治理作用的研究结论可以归为三类(Dyck 和 Zingales, 2002)。第一, 媒体关注导致强大的舆论压力, 驱动企业管理层更有效地贯彻相关法律法规, 实施变革(Besley 和 Prat, 2006)。第二, 上市公司委托代理的存在使得媒体在塑造代理人的公众形象方面发挥着重要作用, 从而督促他们按照法律规范来约束自己的行为(罗进辉, 2012)。第三, 媒体关注会影响公司高管在股东心目中的声誉, 从而在一定程度上控制他们谋取私利的行为。Miller(2006)发现媒体可以通过证券机构、律师事务所等信息中介获得信息或者通过自己调查获得信息, 从而提前披露上市公司的财务欺诈行为。由上市公司内部控制失效而引发的会计舞弊与造假行为, 是资本市场利益相关者普遍关注的问题, 媒体对此也很感兴趣, 充分挖掘这类企业的不当行为来行使其监督职责。与外部审计等显性监督机制不同, 媒体监督体系庞大, 不易被收买, 随时可以发挥变“隐性”约束为

¹作者简介: 董美彤(1995-), 女, 山东威海人, 山东大学管理学院 2013 级会计专业毕业生, 研究方向为财务管理, Email: dongmt1127@163.com

“显性”约束的作用。姚广宜(2012)在阐述网络环境下的媒体监督特点时指出新媒体时代下网络媒体承载信息多,传播及时,准入门槛低,很大程度上打开了言论通道,为舆论监督提供了更广阔的空间。赵渊贤和吴伟荣(2014)以2009-2012年沪市A股上市公司为样本,通过对上市公司经验数据分析证实,媒体关注与内部控制有效性具有显著的正相关关系。逯东等(2015)将媒体分类,采用迪博·中国上市公司内部控制指数作为衡量内部控制质量的指标,系统考察了不同类型的媒体关注上市公司内部控制质量的影响。研究发现政策导向的媒体关注越高,上市公司的内部控制质量越好。无论从监督的主体、对象、载体,还是监督的过程和效果来看,网络媒体监督都更能体现舆论监督的价值和特点。但贺建刚等(2008)在对五粮液做案例分析时却发现,尽管企业治理缺陷能够得到正确的市场定价,但是面对诸多市场纠正机制的约束,特别面对媒体监督,五粮液大股东借助控制权实现利益输送的行为,并没有表现出明显改善或缓解的迹象。因此指出媒体监督在中国具有一定的发现功能,但并不会对上市公司行为产生实质的影响。

综合国内学者对外对网络媒体监督作用的不同研究结论,笔者认为,在我国,国有企业作为特殊产权性质的企业,与当地政府或相关部门存在更多的关联与关系,管理层声誉会对晋升途径产生重要影响。因此,经营管理者会更多关注外部规制对自身声誉的影响,从战略目标、经营目标、报告目标、合规性目标、资产安全性目标五个方面建立高效的内部控制体系,达到企业大股东的满意。因此,本文在使用基于目标导向下的内部控制综合评价指标描述内部控制有效性的前提下做出以下假设:

H1: 网络媒体关注度越高,国有上市公司的内部控制有效性越高。

基于企业生命周期理论,企业成长阶段直接或间接影响企业内部控制的有效性(刘焱,2014;陈汉文,2015)。处于不同生命周期阶段的企业,其防范风险、管理水平、企业价值、人员能力等状况都不同,决定了其内部控制建设重点不同(李小芹,2014)。处于成长期的国有企业规模迅速扩张,筹资活动频繁,经营风险与财务风险加重,企业内部控制存在较多需要改进的问题,加强内部控制的意识随之增强。加之高成长性的国有企业多考虑未来较大的发展机会和空间,在媒体关注度同样的情况下,高成长性的企业往往有更强烈的意愿树立良好的声誉形象。因此,本文基于生命周期理论将企业成长机会的差异性考虑进来,提出以下假设:

H2: 成长机会越大的国有企业,网络媒体关注

度对内部控制有效性的影响作用越大。

三、研究设计

(一) 样本选择与数据来源

本文选取2009-2012年我国沪深两市A股国有上市公司为研究样本,剔除同时发行A股、B股和H股的公司样本;剔除金融类企业;剔除资料不全、存在异常数据的企业;由于在经营过程中出现了异常情况的上市公司按照规定会被监管机构给予特殊处理,在进行经营效果评价时要特别注意被冠以ST或PT的公司,因此样本中不剔除ST、PT企业。本文所使用的网络媒体关注相关数据是通过手工收集整理得到的,其他数据主要来源于国泰安数据库,部分不全数据是通过巨潮资讯网摘自上市公司披露的财务报表,数据分析处理过程采用Stata12.0和Excel来完成的。

(二) 变量解释

1、自变量——网络媒体关注度

关于网络媒体关注度的衡量,目前较为通用的做法是,使用新闻标题中包含公司简称的次数来代表相应公司的媒体关注水平(李培功和沈艺峰,2010)。随着互联网传递信息的迅猛发展,各类新闻网站已成为广大投资者获取信息的主要渠道之一(饶育蕾等,2010)。根据百度新闻的官方说明,其新闻来源包含各大报刊杂志电视媒体网站和1000多个综合和地方新闻网站,而且没有收录博客、论坛、广告等方面的信息。因此,本文利用百度新闻搜索引擎获取媒体关注数据。本文借鉴罗进辉(2012)的方法进行手工收集,通过“百度新闻搜索引擎”(http://news.baidu.com)对标题中含有公司简称的报道分年度搜索,将输出的相应的新闻报道条数界定为网络媒体关注度。

2、因变量——内部控制有效性

理论界对内部控制有效性的评价有不同的方法,本文认为内部控制建设主要是为企业实现内部控制目标提供合理保证,应以企业内部控制目标的实现程度作为内部控制有效性的评价标准。因此,借鉴王宏(2011)和张兆国等(2011)的方法,将内部控制目标划分为五个子维度:合法合规目标、资产安全目标、财务报告目标、经营目标和战略目标,对其进行量化,建立内部控制有效性评价指标体系(见表1)。

评价标准和得分方法的合理与否都会影响最终评价结果的准确性,国有上市公司分布在各个行业,不同行业企业的运营方式和内部控制存在着较大的差异,因此在进行评分的过程中进行分行业处理,采用功效系数法评分,其中对适度性指标的适度值选取采用的是行业均值的做法。而对于定性指标,根据评价指标的性质进行处理。例如,在评价经营异常状况

时，如果公司经营正常，得分为基准分 40 分；如果被证券交易所 ST，则该项指标的得分为 20 分；如果被 PT，则得分为 0。对数据进行两个层次量化之后，

得出内部控制有效性的整体得分，以此作为因变量的替代变量。

表 1 内部控制有效性评价指标体系

	评价指标	指标说明
战略目标 (A1)	销售额 (A11)	以当年的营业收入进行衡量
	销售增长率 (A12)	$(\text{当年销售额} - \text{上年销售额}) / \text{上年销售额}$
	长期资产适合率 (A13)	$(\text{所有者权益} + \text{长期负债}) / (\text{固定资产净值} + \text{长期投资净值})$
	资产负债率 (A14)	负债/总资产
	可持续增长率 (A15)	所有者权益本期增加额/期初所有者权益
	TobinQ 值(A16)	$(\text{股票市值} + \text{净债务}) / \text{有形资产价值}$
经营目标 (A2)	存货周转率 (A21)	营业成本/平均存货余额
	应收账款周转率 (A22)	营业收入/平均应收账款余额
	总资产周转率 (A23)	营业收入/平均总资产
	人均销售额 (A24)	营业收入/员工总人数
	营业利润率 (A25)	营业利润/营业收入
	净资产收益率 (A26)	净利润/平均净资产
	净利润现金含量 (A27)	经营活动现金净流量/净利润
	经营异常状况 (A28)	是否被 ST、PT
报告目标 (A3)	非正常应计数(A31)	根据修正琼斯模型进行估计
	报表审计意见(A32)	根据注册会计师出具的审计报告意见确定
	重大会计差错更正(A33)	根据企业的相关公告
	重大会计舞弊行为(A34)	根据相关部门或媒体披露的信息
合规目标 (A4)	罚款数额(A41)	司法行政部门的罚款(包括税收滞纳金)以及合同的违约罚款
	未履行债务 (A42)	$(\text{应交税金} + \text{应付职工薪酬} + \text{到期未偿还债务}) / \text{营业收入}$
	违规行为 (A43)	是否被证监会、交易所处分或谴责
资产安全性目 标 (A5)	资产的盘亏、毁损(A51)	存货、固定资产的盘亏及毁损数额
	资产减值损失(A52)	资产减值损失/年末总资产
	关联方资金占用 (A53)	年末其它应收款/年末总资产
	对外担保 (A54)	对外担保资金总额/年末所有者权益

3、调节变量——成长机会

成长机会代表企业的成长能力，Delmar 在综述大量文献基础上提出了衡量企业成长的一些指标，如市场份额、资产和销售额等。这些具体指标具有各自不同的含义和特点，在遵循适用性的原则下被运用到了企业成长研究的各个方面。刘曜（2011）在研究企业成长测度时指出根据我国会计准则，使用主营业务收入来测度企业成长更准确，主营业务收入剔除了如接受捐赠、补贴等非经常性收入，能够真实地反映企业的生产经营状况。国内研究中最常用的指标就是主

营业务收入增长率。本文基于目标导向的视角，综合已有研究文献采用主营业务增长率来衡量样本企业的成长能力。

4、控制变量

内部控制受很多因素的影响，本文采用的内部控制评价体系已涵盖了大量影响内部控制有效性的变量，综合国内外已有研究，选取两权分离度、是否重组、独立董事比例、未流通股占比等控制变量。研究变量的界定见表 2

表 2 变量定义

变量名称	变量代码	变量定义
内部控制有效性	IC	根据表 1 建立的内部控制体系来计算
媒体关注度	Media	用百度新闻搜索引擎报道数取自然对数
成长机会	Growth	(当年主营业务收入-上年主营业务收入)/当年主营业务收入
两权分离度	SD	所有权和经营权分离
是否重组	RC	当年发生重组行为即为 1，否则为 0
股本结构是否变化	Structure	当年股本结构发生变化即为 1，否则为 0
股本总数	CS	股本总数取自然对数
独立董事比例	Ratio	独立董事占董事会人数的比例，用来控制董事会特征
监事人数	Supervisor	企业监事的数量
未流通股比例	Nontradable	未流通股占总股本的比例
高管持股比例	Mshare	企业高管持有股占总股本的比例

(三) 模型构建

国有上市公司网络媒体关注度与内部控制有效性关系的实证研究使用多元线性回归模型如下：

模型（I）：

$$IC = \alpha_0 + \alpha_1 Media + \alpha_2 SD + \alpha_3 Mshare + \alpha_4 RC + \alpha_5 Structure + \alpha_6 Ratio + \alpha_7 Supervisor + \alpha_8 CS + \alpha_9 Nontradable + \varepsilon$$

模型（II）：

$$IC = \alpha_0 + \alpha_1 Media + \alpha_2 Growth + \alpha_3 Media \times Growth + \alpha_4 SD + \alpha_5 Mshare + \alpha_6 RC + \alpha_7 Structure + \alpha_8 Ratio + \alpha_9 Supervisor + \alpha_{10} CS + \alpha_{11} Nontradable + \varepsilon$$

模型（I）针对假设 H1，将解释变量单独回归对因变量的影响，研究网络媒体关注度与国有上市公司的内部控制有效性的关系。利用该模型进行两次回归，一次是同年度的自变量与因变量之间的回归，一次是当年因变量与上年自变量的回归，以验证二者的因果关系。

模型（II）针对假设 H2，将成长机会这一变量引入回归方程中，检验其对上一模型中存在的关系的调节效应。

四、实证结果分析与讨论

(一) 描述性统计

表 3 是对本文各变量的描述性统计。从表中可以看出内部控制指标最大值是 72.58，最小值是 46.92，平均值为 62.91，说明不同国有企业存在不同的内部控制水平，存在差异比较大。网络媒体关注度在不同国有上市公司中差异明显，最大值为 15.00，最小值为 0.69，说明网络媒体对不同的国有企业的关注存在较大的差异。企业的成长机会均值 0.04，整体水平不高，最大值和最小值之间差距很大，说明国有企业间成长机会差异很大。

表 4 是对所有样本公司内部控制指标分年度进行描述性统计的结果。由于 2010 年财政部等五部委联合发布内部控制体系评价，各国企加强了内部控制建设，当年的内部控制水平相比 2009 年有较大水平的提升。但同时可以发现，在随后的两年里，内部控制指标的平均得分有一定程度的降低，标准差却呈现持续增长的趋势，说明内部控制评价体系的颁布没有起到长期的促进企业内控建设的作用，企业间内控水平的差异在增大。

表 3 描述性统计

Variable	Mean	Std. Dev.	Min	Max
IC	62.91	3.38	46.92	72.58
Media	6.01	1.80	0.69	15.00
Growth	0.04	0.52	-11.17	2.87
SD	12.82	14.12	0.00	32.83
RC	0.01	0.12	0.00	1.00
Structure	0.18	0.38	0.00	1.00
CS	21.16	2.28	18.02	25.19
Ratio	0.34	0.04	0.00	0.56
Supervisor	0.49	0.13	0.00	1.00
Nontradable	0.27	0.26	0.00	0.84
Mshare	0.00	0.02	0.00	0.24

表 4 内部控制指标分年度描述性统计

year	Mean	Std. Dev.	Min	Max
2009	63.02	3.60	51.81	71.69
2010	63.62	2.68	53.88	70.57
2011	62.52	3.32	50.65	72.58
2012	62.50	3.70	46.92	70.95

表 5 变量相关系数

变量	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1IC	1.00										
2Media	0.07**	1.00									
3Growth	0.19***	0.03	1.00								
4SD	0.01	-0.08	-0.02	1.00							
5RC	-0.09**	-0.03	-0.03	-0.08**	1.00						
6Structure	0.05	0.12***	0.04	-0.21***	0.07**	1.00					
7CS	-0.04	-0.01	0.04	-0.45***	-0.06*	-0.25***	1.00				
8Ratio	0.06*	0.06*	0.01	-0.13***	0.11***	0.19***	-0.08**	1.00			
9Supervisor	0.02	-0.05	0.02	-0.18***	-0.03	-0.10***	0.40***	0.13***	1.00		
10Nontradable	0.04	-0.05	-0.02	0.63***	-0.02	-0.08**	-0.45***	-0.03	-0.24***	1.00	
11Mshare	-0.05	0.01	0.01	-0.08**	-0.01	0.11***	-0.10***	-0.00	0.07**	0.09***	1.00

注：***表示在 1% 的统计水平上显著，**表示在 5% 的统计水平上显著，*表示在 10% 的水平上显著。

（二）相关性检验与回归分析

利用 Stata12.0 对本文所有变量进行相关性分析，通过表 5 可以看出国有企业内部控制有效性通过网络媒体关注度的相关系数为 0.07 并且在 5% 的统计水平上显著。本文所有变量 1/VIF 值均大于 0.5，表明本文模

型不存在严重的多重共线性问题。为了更好地研究网络媒体关注度对国有上市公司内部控制有效性的影响，考察成长机会对媒体关注度和内部控制有效性关系的影响程度，将成长机会引入模型（III）进行回归。回归结果如下：

表6 回归结果分析 (N=880)

因变量	IC			
	模型 (I)			模型 (II)
控制变量				
SD	-0.01 (-0.95)	-0.01 (-0.88)	-0.00(-0.02)	-0.01(-0.96)
RC	-2.89(-2.92)***	-2.80 (-2.84) ***	-0.12(-0.16)	-2.64(-2.72)***
Structure	0.36(1.07)	0.30 (0.91)	0.42(1.26)	0.23(0.72)
CS	-0.06(-0.92)	-0.06(-0.94)	-0.21(-1.45)	-0.08(-1.22)
Ratio	4.31(1.47)	4.06(1.38)	9.89(3.52)***	4.03(1.40)
Supervisor	1.11(1.13)	1.21(1.24)	1.45(1.67)	1.28(1.33)
Nontradable	0.87(1.48)	0.88(1.50)	-0.57(-0.92)	0.86(1.49)
Mshare	-13.38(-1.97)**	-13.36(-1.97)**	-5.63(-0.76)	-13.95(-2.10)**
解释变量				
Media		0.12(1.86)*	0.18(2.33)**	0.13(2.05)**
调节变量				
Growth				1.18(5.54)***
二维交互效应				
Media*Growth				-0.33(-1.70)*

注：***表示在1%的统计水平上显著，**表示在5%的统计水平上显著，*表示在10%的水平上显著。

从样本回归结果来看，同一年国有上市公司的网络媒体关注和其内部控制有效性在10%的统计水平上显著正相关($\beta=0.12$)，说明媒体关注度高的国有企业内部控制质量更高；上年的网络媒体关注度和当年企业内部控制有效性在5%的统计水平上呈现显著的正相关关系($\beta=0.18$)，说明网络媒体关注度越高，企业的信息越公开透明，为了保持其本身良好的声誉，企业会更有动力通过加强内部控制建设来提高企业的综合治理能力，表现出内部控制结果的高效。模型(I)回归分析结果与假设H1一致。考虑到处于生命周期不

同阶段的企业会有不同的行为和表现，所以引入成长机会(Growth)这一变量继续研究，从运行结果来看，交互项Media*Growth在10%的统计水平上显著($\beta=-0.33$)，说明在成长机会高的国有企业，网络媒体关注度对其内部控制有效性的影响会更明显。成长机会较高的企业相比于成长机会较低的企业来说，企业成长空间大并且内控制度可改进的地方多，在媒体关注度同样高的时候，具有高成长的企业反映会更强烈以树立良好的企业外部形象，提高投资者对企业的信心。模型(II)回归分析结果使假设H2得到验证。

表7 内部控制具体维度回归分析 (N=880)

因变量	A1	A2	A3	A4	A5
控制变量					
SD	-0.03(-0.69)	-0.01(-0.47)	0.01(0.49)	0.02(1.29)	-0.11(-3.08)***
RC	-9.45(-2.56)**	-6.26(-3.02)***	-0.94(-0.62)	0.66(0.64)	-2.19(-0.74)
Structure	1.62(1.31)	0.79(1.13)	0.05(0.11)	0.11(0.33)	-0.51(-0.52)
CS	-0.33(-1.31)	0.23(1.67)*	-0.08(-0.81)	0.10(1.43)	-0.81(-4.05)***
Ratio	4.30(0.39)	15.66(2.55)**	1.45(0.33)	-9.12(-2.99)***	3.22(0.37)
Supervisor	9.90(2.71)***	-2.44(-1.19)	0.39(0.26)	0.56(0.55)	9.40(3.21)***
Nontradable	-0.78(-0.35)	1.58(1.28)	0.73(0.82)	0.42(0.69)	1.38(0.78)
Mshare	-48.41(-1.91)*	-8.89(-0.63)	-3.80(-0.37)	7.33(1.04)	-70.41(-3.48)***
解释变量					
Media	-0.24(-0.99)	0.40(3.01)***	0.21(2.20)**	0.02(0.26)	-0.62(-3.28)***

注：***表示在1%的统计水平上显著，**表示在5%的统计水平上显著，*表示在10%的水平上显著。

表 8 稳健性检验结果

因变量	IC			
		模型 (I)		模型 (II)
控制变量				
SD	-0.00 (-0.34)	-0.00 (-0.26)	0.02(2.14)**	-0.00(-0.52)
RC	-1.06(-1.69)*	-0.99 (-1.58)	0.13(0.30)	-0.70(-1.08)
Structure	0.07(0.36)	0.30 (0.16)	0.22(1.35)	-0.07(-0.33)
CS	-0.05(-1.15)	-0.05(-1.17)	-0.10(-1.23)	-0.07(-1.59)
Ratio	2.71(1.47)	2.53(1.36)	5.41(3.05)***	2.58(1.39)
Supervisor	0.38(0.64)	0.46(0.76)	0.43(0.84)	0.55(0.90)
Nontradeable	0.18(0.52)	0.19(0.54)	-0.38(-1.05)	0.22(0.60)
Mshare	-6.27(-1.45)	-6.31(-1.45)	-0.86(-0.20)	-7.19(-1.61)*
解释变量				
Media		0.09(2.24)**	0.12(2.45)**	0.12(2.55)**
调节变量				
Growth				2.36(4.20)***
二维交互效应				
Media*Growth				-0.71(-2.07)**

注：***表示在 1% 的统计水平上显著，**表示在 5% 的统计水平上显著，*表示在 10% 的水平上显著。

(三) 进一步分析

以上分析了网络媒体关注度对国有企业内部控制综合水平的影响，在此基础上，下面将进一步分析网络媒体关注度对衡量内部控制有效性的五个维度的影响，回归结果如表 7。

根据回归结果可以看出，网络媒体关注度与国有企业战略目标有不显著的负相关关系，可见媒体关注度对企业战略选择与实施方面并没有产生明显的作用；相反媒体关注度与经营目标在 1% 的水平上显著正相关，说明媒体关注的增多对企业经营过程的控制机制促进作用明显；媒体关注度与企业报告质量在

5% 的水平上显著正相关，媒体公开国有企业信息越多，企业出具的报告质量越高，舞弊行为越少；媒体关注度与企业合规目标间有不显著的正相关关系，与资产安全性目标之间存在显著的负相关关系。

五、研究结论与启示

本文以 2009—2012 沪深两市 A 股国有上市公司为样本，基于目标导向的内部控制评价体系，研究网络媒体关注度对国有上市公司内部控制有效性的影响，以及企业成长机会对二者的调节作用，得到以下结论：网络媒体关注度越高，国有上市公司的内部控制有效性越高，并且这一影响作用在成长机会较大的企业表现得更加明显。进一步地研究表明，通过对内部控制体系 5 个目标的分别考察，发现网络媒体关注度与国有企业经营目标、报告目标有显著的正相关关系。

从研究结论可以得到启示：在我国这样市场竞争机制尚不成熟的国家，网络媒体监督在改进国有企业内部控制质量方面发挥着重要作用。因此，政府在对国有企业尤其是处于成长阶段的企业内部控制问题进行治理时，应更多考虑媒体监督等外部机制的作用，利用媒体的舆论作用影响国有企业管理层更好地管理运营企业。媒体

作为“隐性”的外部监督机制，在一定程度既可以通过了解揭露企业内部治理的问题，同时又可以通过新闻报道等多渠道的手段为企业树立外部形象。对于企业来说，迫于市场声誉的压力会采取各种措施使内部控制效果得以改善，从而通过媒体在大股东和广大投资者前保持良好的企业形象。因此，在国有企业内部治理尤其是内部控制治理方面的问题上，要外部控制和内部控制相配合，才能达到更好的效果。完善媒体的监督治理功能，保证网络媒体的言论自由，让市场的声誉机制弥补单纯的政府、法律监管带来的低效率。

参考文献

[1]Andrew J Leone. Factors Related to Internal Control Disclosure: A Discussion of Ashbaugh, Collins, and Kinney(2007) and Doyle, Ge, and McVay(2007)[J]. Journal of Accounting and Economics, 2007, 44(1/2): 224-237.
 [2]BretonMiller L, Miller D. why Do Some Family Businesses Out-Compete?Governance, Long Term Orientations, and Sustainable Capability[J]. Entrepreneurship Theory and Practice, 2006, 30(6): 731-746.

- [3]Bushee BJ, Core JE, W Guay. The Role of the Business Press as an Information Intermediary[J]. Journal of Accounting Research, 2010, 48(1): 1-19.
- [4]Dyck, Alexander, Natalya Volchkova, and Luigi Zingales. The Corporate Governance Role of the Media: Evidence from Russia[J]. Journal of Finance, 2008, (63): 1093-1136
- [5]Miller G S. The press as a watchdog for accounting fraud[J]. Journal of Accounting Research, 2006, 44(5): 1001-103.
- [6]陈汉文. 建立适合我国国情的内部控制评价体系[N]. 证券时报, 2010-06-11(A10).
- [7]陈汉文,程智荣. 内部控制、股权成本与企业生命周期[J]. 厦门大学学报(哲学社会科学版),2015,02:40-49.
- [8]程晓陵,王怀明. 公司治理结构对内部控制有效性的影响[J]. 审计研究,2008,04:53-61.
- [9]池国华,杨金,邹威. 高管背景特征对内部控制质量的影响研究——来自中国 A 股上市公司的经验证据[J]. 会计研究,2014,11:67-74+97.
- [10]逯东,付鹏,杨丹. 媒体类型、媒体关注与上市公司内部控制质量[J]. 会计研究,2015,04:78-85+96.
- [11]戴彦. 企业内部控制评价体系的构建——基于 A 省电网公司的案例研究[J]. 会计研究 2006(1): 69-76.
- [12]贺建刚,魏明海,刘峰. 利益输送,媒体监督与公司治理:五粮液案例研究[J]. 管理世界, 2008(10): 141-150.
- [13]李培功,沈艺峰. 媒体的企业治理作用——中国的经验证据[J]. 经济研究, 2010(4): 14-27.
- [14]李志斌. 市场化进程、实际控制人与内部控制有效性——来自我国上市公司的经验证据[J]. 财经科学,2013,06:63-70.
- [15]李小芹. 多元化集团构建内控评价模型初探[J]. 中国注册会计师,2014,06:83-89.
- [16]刘焱,姚树中. 企业生命周期视角下的内部控制与公司绩效[J]. 系统工程,2014,11:19-27
- [17]刘曜,干胜道. 企业成长:定义及测度[J]. 软科学,2011,02:141-144.
- [18]罗进辉. 媒体报道的公司治理作用——双重代理成本视角. 金融研究, 2012, 10: 153-166.
- [19]骆良彬,王河流. 基于 AHP 的上市公司内部控制质量模糊评价[J]. 审计研究, 2008(6): 84-90.
- [20]南京大学会计与财务研究院课题组. 论中国企业内部控制评价制度的现实模式——基于 112 个企业案例的研究[J]. 会计研究, 2010(6): 51-61.
- [21]饶育蕾,彭叠峰,成大超. 媒体注意力会引起股票的异常收益吗?——来自中国股票市场的经验证据[J]. 系统工程理论与实践,2010,02:287-297.
- [22]深圳市迪博企业风险管理技术有限公司. 中国上市公司 2008 内部控制白皮书摘要等资料[N]. 中国证券报. 2008-06-24.
- [23]王宏,等. 中国上市公司内部控制指数研究[J]. 会计研究, 2011(12): 20-24.
- [24]王立勇. 内部控制系统评价定量分析的数学模型[J]. 审计研究, 2004(8): 53-59.
- [25]姚广宜,张砥. 网络环境下的媒体监督特点[J]. 中国政法大学学报,2012,01:138-143+161.
- [26]于增彪,王竞达,瞿卫菁. 企业内部控制评价体系的构建——基于亚新科工业技术有限企业的案例研究[J]. 审计研究, 2007(3): 47. 52.
- [27]于忠泊,叶琼燕,田高良. 外部监督与盈余管理——针对媒体关注、机构投资者与分析师的考察[J]. 山西财经大学学报, 2011(9): 90-99.
- [28]张谏忠,吴轶伦. 内部控制自我评价在宝钢的运用[J]. 会计研究, 2005(2): 11-17.
- [29]张先治,戴文涛. 中国企业内部控制评价系统研究[J]. 审计研究, 2011(1): 69-78.
- [30]张颖,郑洪涛. 我国企业内部控制有效性及其影响因素的调查与分析[J]. 审计研究,2010,01:75-81
- [31]张兆国,张旺峰,杨清香. 目标导向下的内部控制评价体系构建及实证检验[J]. 南开管理评论, 2011, 14(1): 148. 156.
- [32]郑志刚. 法律外制度的企业治理角色——一个文献综述[J]. 管理世界, 2007(9): 136. 159.
- [33]赵渊贤,吴伟荣. 企业外部规制影响内部控制有效性研究——来自中国上市公司的经验证据[J]. 中国软科学,2014,04:126-137.

(转第13页)