

中国会计师事务所产业商业模式深度调研与未来 投资环境研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国会计师事务所产业商业模式深度调研与未来投资环境研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/diaochang/226270226270.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

会计师事务所（Accounting Firms）是指依法独立承担注册会计师业务的中介服务机构，是由有一定会计专业水平、经考核取得证书的会计师（如中国的注册会计师、美国的执业会计师、英国的特许会计师、日本的公认会计师等）组成的、受当事人委托承办有关审计、会计、咨询、税务等方面业务的组织。中国对从事证券相关业务的会计师事务所和注册会计师实行许可证管理制度。

在中国，政府发给会计师证书和会计师在社会上承办会计业务的制度，创始于中华民国时期的1918年——1928年，国民党政府规定，经会计师类科高等考试或会计师检核合格，取得会计师资格，领有政府机构发给的会计师证书的，可以充当会计师。会计师向省、市主管机关申请登记后，可以设立会计师事务所，执行业务。

中华人民共和国建立后，政务院财政经济委员会于1951年10月24日颁发了《核定会计师管理规则》，规定经所在地市工商局或县人民政府核准的会计师，得以会计师名义在当地市（县）执行业务，或者联合组成会计服务所执行业务，但执行业务时，应由会计师个人署名负责。后因对私营工商业社会主义改造完成，这种会计师制度逐渐失去作用，名存实亡。1980年，为了适应现代化建设和实行对外经济开放政策的需要，财政部于12月23日颁发了《关于成立会计顾问处的暂行规定》。按照规定，会计顾问处即会计师事务所，是由注册会计师组成的承办审计、会计、咨询、税务等业务的独立单位。成立时，应报经省、自治区、直辖市财政厅、局审查批准，平时应受其监督。

会计顾问处承办下列业务：检查会计账目，提出查帐报告书；设计财务会计制度，指导制度的执行；为有关财务会计问题的咨询，提供建议和意见；代办申报所得税、申请专利权、企业成立及变更的登记、债权债务的清理、企业的解散清算等事项；参与拟订公司章程、经济合同、协议、契约及有关财务会计的各种文件等事项；在发生经济纠纷、经济案件时，担任代理人，参加调解、仲裁等工作；担任委托单位的常年会计顾问，办理上列各项业务。

中国报告网发布的《中国会计师事务所产业商业模式深度调研与未来投资环境研究报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

报告大纲：

第一章：中国会计师事务所发展背景

1.1 会计师事务所概述

1.1.1 会计师事务所定义

1.1.2 会计师事务所业务范围

1.1.3 会计师事务所组织形式

1.1.4 会计师事务所设立条件

1.2 会计师事务所执业环境分析

1.2.1 行业基础环境分析

1.2.2 行业政策环境分析

1.2.3 行业经济环境分析

第二章：新形势下中国会计师事务所战略方向

2.1 会计师事务所经营情况分析

2.1.1 会计师事务所发展数量

2.1.2 会计师事务所人员规模

2.1.3 会计师事务所收入规模

2.1.4 会计师事务所经营效益

2.2 会计师事务所发展结构分析

2.2.1 会计师事务所业务品种结构

2.2.2 大中小会计师事务所结构

2.2.3 会计师事务所人才结构

2.2.4 会计师事务所国际国内业务结构

2.2.5 会计师事务所区域布局结构

2.3 会计师事务所竞争格局分析

2.3.1 会计师事务所集中度

2.3.2 会计师事务所竞争格局

(1) 会计师事务所竞争排名

(2) 国内外事务所竞争格局

(3) 细分业务领域竞争格局

2.3.3 潜在进入者进入的威胁

2.3.4 替代品的替代能力分析

2.3.5 供应者的议价能力分析

2.3.6 客户的议价能力分析

第三章：中国会计师事务所规模化发展路径与策略

3.1 会计师事务所规模化发展背景和动因

3.1.1 事务所规模化发展的客观动因

3.1.2 事务所规模化发展的主观动因

3.1.3 事务所规模化发展的机遇分析

3.2 会计师事务所规模化发展路径分析

3.2.1 内涵式发展

3.2.2 外延式发展

3.3 会计师事务所合并重组与风险防范分析

3.3.1 会计师事务所合并模式与特点分析

- (1) 新设合并与吸收合并
- (2) 强强联合、强弱合并与弱弱联合

3.3.2 国外会计师事务所合并效果及启示

- (1) “八大会计师事务所”合并的动因
- (2) “八大会计师事务所”合并的历程
- (3) “八大会计师事务所”合并的效果
- (4) “八大会计师事务所”合并的启示

3.3.3 中国会计师事务所合并历程与效果

- (1) 中国会计师事务所合并动因分析
- (2) 中国会计师事务所合并历程与特点
- (3) 中国会计师事务所合并效果分析

第四章：中国会计师事务所多元化经营与新业务拓展策略

4.1 中国会计师事务所业务结构单一

4.2 业务多元化是事务所的发展方向

4.2.1 多元化经营的必要性分析

4.2.2 多元化经营的可行性分析

4.2.3 多元化经营的困难与挑战

4.3 国外事务所多元化经营经验借鉴

4.3.1 德勤多元化经营经验借鉴

- (1) 德勤业务结构分析
- (2) 德勤非审计业务发展经验
- (3) 德勤多元化经营的启示

4.3.2 安永多元化经营经验借鉴

- (1) 安永业务结构分析
- (2) 安永非审计业务发展经验
- (3) 安永多元化经营的启示

4.3.3 毕马威多元化经营经验借鉴

- (1) 毕马威业务结构分析
- (2) 毕马威非审计业务发展经验
- (3) 毕马威多元化经营的启示

4.3.4 普华永道多元化经营经验借鉴

- (1) 普华永道业务结构分析
- (2) 普华永道非审计业务发展经验
- (3) 普华永道多元化经营的启示

第五章：中国会计师事务所国际扩张模式与对策

5.1 中国会计师事务所国际化扩张的动因

- 5.1.1 应对经济全球化的根本动因
- 5.1.2 服务跨国客户的外在动因
- 5.1.3 保护自身发展的防御动因
- 5.1.4 抢占国外市场先机的进攻动因

5.2 中国会计师事务所国际化扩张机遇与困难

- 5.2.1 国际审计准则的趋同
- 5.2.2 国家政策的大力支持
- 5.2.3 国际化外部环境改善
 - (1) 中国对外投资与合作
 - (2) 中国企业境外上市情况
 - (3) 中国吸收外商投资情况
 - (4) 中国企业海外并购情况
- 5.2.4 事务所国际化存在的困难
- 5.2.5 事务所国际化困难的原因

5.3 “四大”国际化扩张策略与经验借鉴

5.3.1 打破政府管制和地域壁垒

- (1) 增进与政府互利双赢的合作
- (2) 加快合并当地事务所
- (3) 选择战略性城市开设分所

5.3.2 提升长期竞争优势

- (1) 树立独特企业文化
- (2) 完善人才选拔和培训体系
- (3) 提升市场占有率

5.3.3 选择科学的扩张途径

- (1) 选择上市公司集中的城市进行扩张
- (2) 选择投资大的行业进行审计

第六章：中国会计师事务所营销策略与品牌建设

6.1 会计师事务所实施营销策略的背景

6.1.1 事务所实施营销策略的必要性

- 6.1.2 事务所营销环境与运作现状
- 6.1.3 事务所开展营销的特点分析
- 6.2 会计师事务所营销策略构建与案例
 - 6.2.1 市场定位与目标市场的选择
 - 6.2.2 营销策略组合的应用
 - (1) 差异化营销策略的应用
 - (2) 功能化营销策略的应用
 - (3) 附加值营销策略的应用
 - (4) 共鸣营销策略的应用
 - 6.2.3 会计师事务所营销策略案例
 - (1) 会计师事务所概况
 - (2) 会计师事务所存在的问题
 - (3) 制定和实施营销组合策略
- 6.3 会计师事务所品牌建设意义与构建
 - 6.3.1 会计师事务所品牌建设的意义
 - (1) 会计师事务所品牌建设现状
 - (2) 会计师事务所品牌建设的意义
 - (3) 会计师事务所品牌建设的特点
 - 6.3.2 会计师事务所品牌构建策略
 - (1) 会计师事务所品牌定位策略
 - (2) 会计师事务所品牌传播策略
 - (3) 会计师事务所品牌维护与扩张
 - (4) 做大与品牌的关系
 - (5) 员工与品牌的关系
 - (6) 客户与品牌的关系
 - 6.3.3 会计师事务所品牌建设关键因素
 - (1) 品牌建立的前提--品牌定位
 - (2) 品牌建立的基础--业务质量
 - (3) 品牌建立的核心--品牌文化
 - (4) 品牌建立的必要条件--人才资源
 - 6.3.4 会计师事务所品牌策略案例分析
 - (1) 事务所品牌战略目标
 - (2) 事务所品牌战略定位
 - (3) 事务所品牌传播策略
 - (4) 事务所品牌战略实施

6.3.5 会计师事务所品牌建设几点建议

第七章：中国会计师事务所组织形式演变及展望

7.1 会计师事务所组织形式及其特征分析

7.1.1 独资型会计师事务所

7.1.2 普通合伙制会计师事务所

7.1.3 有限责任制会计师事务所

7.1.4 特殊普通合伙会计师事务所

7.2 国外会计师事务所组织形式的演变过程

7.2.1 英国会计师事务所组织形式的演变

7.2.2 美国会计师事务所组织形式的演变

7.3 中国会计师事务所组织形式演变展望

7.3.1 中国会计师事务所组织形式格局现状

7.3.2 中国大中型会计师事务所特殊普通合伙转制

(1) 政府对大中型会计师事务所转制的推动

(2) 大中型会计师事务所组织形式转制情况

(3) 大中型会计师事务所组织形式转制方式

(4) 特殊普通合伙制最佳转换方式及操作

7.3.3 中国小型会计师事务所组织形式要求

(1) 小型会计师事务所组织形式分布情况

(2) 新设小型会计师事务所组织形式要求

7.3.4 中国会计师事务所组织形式未来演变

(1) 特殊普通合伙制的争议

(2) 会计师事务所组织形式的演变展望

第八章：中国会计师事务所内部控制与内部管理

8.1 中国会计师事务所内部控制现状及成因

8.1.1 会计师事务所运作特点分析

8.1.2 事务所加强内部控制的必要性

8.1.3 事务所内部控制现状及其成因

8.2 强化会计师事务所内部控制的总体思路

8.2.1 执业风险是会计师事务所需控制的主要风险

8.2.2 执业人员专业判断是会计师事务所管理工作薄弱环节

8.2.3 质量控制在会计师事务所内部控制中发挥基础性作用

8.2.4 良好的监控和反馈机制是内部控制的必要保障

8.3 中国会计师事务所内部控制体系的构建

8.3.1 会计师事务所内部控制结构的构建

- (1) 股权结构的设计
- (2) 内部治理结构设计
- (3) 内部组织结构设计
- (4) 内部监督机制设计
- (5) 利润分配的安排
- (6) 合伙文化的建设

8.3.2 会计师事务所内部管理控制制度构建

- (1) 风险管理控制
- (2) 业务质量控制
- (3) 绩效考核设计
- (4) 员工薪酬制度设计
- (5) 人事管理及后备人才培养
- (6) 对分所授权的管理

第九章：国内外领先会计师事务所发展战略案例分析

9.1 国外领先会计师事务所发展模式与战略分析

9.1.1 德勤会计师事务所

- (1) 事务所发展历程
- (2) 事务所经营情况分析
- (3) 事务所组织形式分析
- (4) 事务所业务范围及拓展
- (5) 事务所国际化扩张策略
- (6) 事务所规模化发展策略
- (7) 事务所人力资源策略
- (8) 事务所品牌与营销策略
- (9) 事务所内部控制与管理

9.1.2 普华永道会计师事务所

- (1) 事务所发展历程
- (2) 事务所经营情况分析
- (3) 事务所组织形式分析
- (4) 事务所业务范围及拓展
- (5) 事务所国际化扩张策略
- (6) 事务所规模化发展策略
- (7) 事务所人力资源策略
- (8) 事务所品牌与营销策略
- (9) 事务所内部控制与管理

9.1.3 安永会计师事务所

- (1) 事务所发展历程
- (2) 事务所经营情况分析
- (3) 事务所组织形式分析
- (4) 事务所业务范围及拓展
- (5) 事务所国际化扩张策略
- (6) 事务所规模化发展策略
- (7) 事务所人力资源策略
- (8) 事务所品牌与营销策略
- (9) 事务所内部控制与管理

9.2 国内领先会计师事务所发展模式与战略分析

9.2.1 立信会计师事务所

- (1) 事务所发展历程
- (2) 事务所经营情况分析
- (3) 事务所组织形式分析
- (4) 事务所业务范围及拓展
- (5) 事务所规模化发展策略
- (6) 事务所国际化扩张策略
- (7) 事务所人力资源策略
- (8) 事务所品牌与营销策略
- (9) 事务所内部控制与管理

9.2.2 瑞华会计师事务所

- (1) 事务所发展历程
- (2) 事务所经营情况分析
- (3) 事务所组织形式分析
- (4) 事务所业务范围及拓展
- (5) 事务所规模化发展策略
- (6) 事务所国际化扩张策略
- (7) 事务所人力资源策略
- (8) 事务所品牌与营销策略
- (9) 事务所内部控制与管理

9.2.3 天健会计师事务所

- (1) 事务所发展历程
- (2) 事务所经营情况分析
- (3) 事务所组织形式分析

- (4) 事务所业务范围及拓展
- (5) 事务所规模化发展策略
- (6) 事务所国际化扩张策略
- (7) 事务所人力资源策略
- (8) 事务所品牌与营销策略
- (9) 事务所内部控制与管理

图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/diaochang/226270226270.html>