

# 2024-2030年中国会计师事务所市场评估与投资战略报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2024-2030年中国会计师事务所市场评估与投资战略报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202404/454462.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

目前我国经济总量保持平稳增长，国内外经济合作进一步加深，各类企业不断发展，企业正在逐步“走出去”。会计师事务所是为企业提供鉴证、管理咨询、内部控制、资信调查、投资决策等各种服务的中介机构，经济的发展，势必就为注册会计师行业提供了大量的业务需求。为鼓励中国会计师事务所做强做大，我国政府先后发布实施了《关于推动事务所做大做强的意见》、《事务所内部治理指南》、《关于支持会计师事务所扩大服务出口的若干意见》等若干政策，为会计师事务所发展创造了良好的外部环境。在面临巨大机遇的同时，我国会计师事务所发展中也存在一系列的问题：高端人才缺口较大，做强做大战略需要进一步深化，国际化发展刚刚起步，新业务领域拓展正在探索，行业信息化建设亟待加强，业务结构单一、专业服务能力与市场服务需求尚有差距。此时，各事务所成功的关键在于能否及时掌握会计师事务所未来的发展方向与模式，成功的事务所都会倾尽毕生的精力及资源搜寻相关的海量信息。中企顾问网发布的《2024-2030年中国会计师事务所市场评估与投资战略报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：第1章：中国会计师事务所发展现状剖析

- 1.1 会计师事务所界定及统计说明
  - 1.1.1 会计师事务所界定与分类
    - (1) 会计师事务所定义
    - (2) 会计师事务所业务范围
    - (3) 会计师事务所组织形式
    - (4) 会计师事务所设立条件
  - 1.1.2 本行业关联国民经济行业分类
  - 1.1.3 本报告行业研究范围的界定说明
  - 1.1.4 本报告的数据来源及统计标准说明
- 1.2 中国会计师事务所发展环境
  - 1.2.1 政策环境
    - (1) 行业监管体系及机构介绍
    - (2) 行业标准体系建设现状
    - (3) 行业发展相关政策规划汇总及解读
    - (4) 行业重点政策规划解读
    - (5) 政策环境对行业发展的影响分析
  - 1.2.2 社会环境
  - 1.2.3 技术环境
- 1.3 中国企业数量规模及新增企业数量
- 1.4 会计师事务所经营情况分析
  - 1.4.1 会计师事务所发展数量
  - 1.4.2 会计师事务所人员规模
  - 1.4.3 会计师事务所收入规模
  - 1.4.4 会计师事务所经营效益
- 1.5 会计师事务所发展结构分析
  - 1.5.1 会计师事务所业务品种结构
  - 1.5.2 大中小会计师事务所结构
  - 1.5.3 会计师事务所人才结构
  - 1.5.4 会计师事务所国际国内业务结构
  - 1.5.5 会计师事务所区域布局结构
- 1.6 会计师事务所竞争格局分析
  - 1.6.1 会计师事务所集中度
  - 1.6.2 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
  - 1.6.3 潜在进入者进入的威胁
  - 1.6.4 替代品的替代能力分析
  - 1.6.5 供应者的议价能力分析
  - 1.6.6 客户的议价能力分析
- 1.7 会计师事务所区域发展分析
  - 1.7.1 北京会计师事务所发展
  - 1.7.2 山东会计师事务所发展
  - 1.7.3 广东会计师事务所发展
  - 1.7.4 浙江会计师事务所发展
  - 1.7.5 辽宁会计师事务所发展
  - 1.7.6 江苏会计师事务所发展
- 1.8 中国会计师事务所市场痛点分析

1.9 新形势下会计师事务所战略方向 1.9.1 行业当前面临的新形势分析 (1) 会计师事务所面临的机遇 (2) 会计师事务所面临的挑战 1.9.2 新形势下会计师事务所战略方向 (1) 会计师事务所规模化经营 (2) 会计师事务所多元化经营 (3) 会计师事务所国际化经营 (4) 会计师事务所品牌化经营 (5) 会计师事务所网络化经营 第2章：全球会计师事务所竞争格局及发展战略分析 2.1 全球会计师事务所发展历程及发展环境分析 2.1.1 全球会计师事务所发展历程 2.1.2 全球会计师事务所发展环境 2.2 全球会计师事务所市场竞争格局及代表性企业案例 2.2.1 全球会计师事务所市场竞争状况 2.2.2 全球会计师事务所企业兼并重组状况 2.3 全球领先会计师事务所发展模式与战略分析 2.3.1 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 2.3.2 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 2.3.3 毕马威会计师事务所 (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 2.3.4 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 2.3.5 德豪国际会计师事务所 (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 2.3.6 RSM罗申美国国际会计师事务所 (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 第3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 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 3.3.4 中国会计师事务所合并案例与经验 3.3.5 中国会计师事务所合并风险与防范 (1) 事务所合并过程中的主要风险 (2) 事务所合并中风险的防范建议 3.3.6 中国会计师事务所合并的主要问题 3.3.7 中国会计师事务所合并问题解决方法 3.4 会计师事务所联盟合作发展模式与对策 3.4.1 事务所联盟合作模式及特点 (1) 会计师事务所联盟模式 (2) “核心所”+“成员所”模式 3.4.2 事务所联盟合作模式现状分析 3.4.3 事务所联盟合作主要问题与对策 3.5 会计师事务所设立分所模式及管理对策 3.5.1 中国会计师事务所分所设立情况 (1) 会计师事务所分所数量规模 (2) 会计师事务所分所地区分布 (3) 主要会计师事务所分所设置 3.5.2 会计师事务所设立分所关键要素 3.5.3 中国会计师事务所分所管理模式 3.5.4 中国会计师事务所分所管理现状 (1) 会计师事务所分所管理现状 (2) 会计师事务所分所管理问题 3.5.5 国际会计师事务所分所管理经验 3.5.6 中国会计师事务所分所管理对策 3.6 中国会计师事务所规模化发展策略 3.6.1 事务所规模化发展路径的选择 3.6.2 事务所合并与联盟对象的选择 3.6.3 事务所规模化发展的资源整合 3.6.4 事务所规模化发展的内部治理 3.6.5 事务所规模化发展的风险控制

第4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 4.4 中国会计师事务所新业务拓展方向 4.4.1 事务所未来可开拓的业务 4.4.2 企业对非审计业务需求项目 4.4.3 非审计业务发展潜力分析 (1) 会计服务业务发展潜力 (2) 税务服务业务发展潜力 (3) 咨询服务业务发展潜力 (4) 鉴证服务业务发展潜力 (5) 专项审计业务发展潜力 (6) 资产评估业务发展潜力 (7) 资信评级业务发展潜力 (8) 证券期货业务发展潜力 (9) 其它创新业务发展潜力 4.5 中国会计师事务所新业务拓展思路 4.5.1 事务所新业务拓展思路 4.5.2 事务所新业务领域选择 4.5.3 事务所拓展业务的条件 4.5.4 事务所新业务拓展模式 4.5.5 事务所新业务拓展策略

第5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 5.4 中国会计师事务所国际化扩张现状分析 5.4.1 国内国际化会计人才供需情况 5.4.2 国内事务所境外分支机构设立情况 5.4.3 国内事务所与海外公司合作情况 5.4.4 国内事务所海外服务收入与效益 5.4.5 国内事务所国际化扩张案例分析 5.4.6 国内会计师事务所国际化局限性 5.5 中国会计师事务所国际化扩张模式与对策 5.5.1 会计师事务所国际化扩张模式选择 5.5.2 会计师事务所国际化扩张客户拓展步骤 5.5.3 会计师事务所国际化品牌打造策略 5.5.4 会计师事务所国际化人才与服务策略 5.5.5 事务所培育国际化竞争力的其它方面 第6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7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8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 8.4 会计师事务所内部控制实践案例分析 8.4.1 股权结构及议事规则案例 8.4.2 风险防范和质量控制案例 8.4.3 内部治理结构调整案例 8.4.4 质量监控制度设计案例 8.4.5 总分式会计师事务所管控案例 (1) 分工的安排 (2) 授权经营 (3) 质量控制 (4) 分散风险责任 (5) 质量责任内部追究和索赔 (6) 公共支出 第9章：中国代表性会计师事务所发展战略案例分析 9.1 中国代表性会计师事务所发展对比 9.2 中国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 9.2.4 信永中和会计师事务所 (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 9.2.5 大华会计师事务所 (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 9.2.6 大信会计师事务所 (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

9.2.7 天职国际会计师事务所 (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

9.2.8 致同会计师事务所 (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

9.2.9 中审亚太会计师事务所 (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

图表目录 图表1：我国会计师事务所组织形式 图表2：我国会计师事务所设立条件 图表3：《国民经济行业分类（GB/T 4754-2021年）》中会计师事务所所归属类别 图表4：本报告会计师事务所研究范围界定 图表5：本报告的主要数据来源及统计标准说明 图表6：截至2021年会计师事务所标准汇总 图表7：截至2021年会计师事务所发展政策汇总 图表8：2008-2021年会计师事务所数量增长情况（单位：家） 图表9：截至目前我国取得取得证券、期货相关业务许可证会计师事务所 图表10：2012-2021年中国注册会计师数量（单位：人） 图表11：2008-2021年中国会计师事务所收入规模（单位：亿元） 图表12：2008-2021年中国百强会计师事务所收入规模（单位：亿元） 图表13：中国主要会计师事务所注册会计师人数及人均业务收入情况（单位：万元，人） 图表14：2008-2021年中国百强会计师事务所审计业务占比变化情况（单位：%） 图表15：中国中小型会计事务所定位 图表16：全国前百家会计事务所业务收入分布情况（单位：家） 图表17：我国前百家会计师事务所注册会计师年龄结构（单位：%） 图表18：我国前百家会计师事务所注册会计师学历结构（单位：%） 图表19：我国会计师事务所国际国内业务比重（单位：%） 图表20：全国会计师事务所数量前10名占比情况（单位：%） 图表21：2008-2021年我国会计师事务所前百强集中度变化趋势（单位：%） 图表22：2008-2021年我国会计师事务所前十强（按业务收入）集中度变化趋势（单位：%） 图表23：2008-2021年会计师事务所注师数量前5名人数占比（单位：%） 图表24：2012-2021年度会计师事务所注师数量前100名人数占比（单位：%） 图表25：我国营业收入排名前十五的会计师事务所（单位：万元） 图表26：“本土所”与“国际所”收入对比（单位：万元，%） 图表27：中国会计师事务所行业潜在进入者进入壁垒分析 图表28：我国会计师事务所替代品替代能力分析 图表29：我国会计师事务所对注册会计师的议价能力分析 图表30：我国会计师事务所对下游客户议价能力分析 图表31：北京营业收入排名前十五的会计师事务所（单位：万元） 图表32：山东省会计事务所业务收入分布

情况（单位：家） 图表33：浙江省营业收入排名前十的会计师事务所 图表34：辽宁省前百家会计事务所业务收入分布情况（单位：家） 图表35：中国会计师事务所市场发展痛点分析 图表36：会计师事务所品牌构建逻辑图 图表37：普华永道会计师事务所基本情况 图表38：普华永道会计师事务所发展历程 图表39：普华永道会计师事务所业务范围 图表40：普华永道会计师事务所合并扩张案例 图表41：德勤会计师事务所基本情况 图表42：德勤会计师事务所发展历程 图表43：德勤会计师事务所营业收入情况（单位：亿美元，%） 图表44：德勤会计师事务所营业收入来源情况（单位：十亿美元） 图表45：德勤业务收入结构（单位：亿美元，%） 图表46：德勤会计师事务所业务范围 图表47：毕马威会计师事务所基本情况 图表48：毕马威会计师事务所发展历程 图表49：毕马威会计师事务所业务范围 图表50：毕马威会计师事务所主要国际客户 图表51：毕马威会计师事务所合并扩张案例 图表52：毕马威会计师事务所人员分布情况（单位：人） 图表53：安永会计师事务所基本情况 图表54：安永会计师事务所发展历程 图表55：安永会计师事务所业务收入情况（单位：百万美元，%） 图表56：安永会计师事务所地区收入情况（单位：百万美元，%） 图表57：安永会计师事务所主要国际客户分行业情况 图表58：安永会计师事务所主要国际客户分行业情况 图表59：安永会计师事务所业务范围 图表60：安永会计师事务所合并扩张案例 图表61：安永会计师事务所员工数量分业务情况（单位：人，%） 图表62：德豪国际会计师事务所基本情况 图表63：德豪国际会计师事务所发展历程 图表64：德豪国际会计师事务所经营情况（单位：百万美元，百万欧元） 图表65：德豪国际会计师事务所收入来源分布（单位：%） 图表66：德豪国际会计师事务所业务范围 图表67：德豪国际会计师事务所合并扩张案例 图表68：2012财年以来德豪国际会计师事务所分所设立情况（单位：个） 图表69：2012财年以来德豪国际会计师事务所人员情况（单位：人） 图表70：罗申美国国际会计师事务所基本情况 图表71：罗申美国国际会计师事务所发展历程 图表72：罗申美国国际会计师事务所业务范围 图表73：罗申美国国际会计师事务所合并扩张案例 图表74：2008-2021年中国境内上市公司数量走势（单位：家） 图表75：2008-2021年中国沪深两市总市值情况（单位：万亿元） 图表76：2011-2021年中国货物进出口总额（单位：万亿元） 图表77：国际“六大”的形成 图表78：我国会计师事务所分所地区分布（单位，家） 图表79：会计师事务所外延式规模化发展模式矩阵 图表80：会计师事务所外延式规模化发展模式示意图 图表81：国际会计网络收入排名前十（单位：百万美元，%） 图表82：会计年度德勤业务结构（单位：%） 图表83：安永业务收入及增长情况（单位：十亿美元，%） 图表84：安永咨询服务分析 图表85：毕马威业务结构分析（单位：%） 图表86：普华永道业务结构分析（单位：%） 图表87：注册会计师业务分类 图表88：企业对会计师事务所非审计业务需求项目分析表 图表89：会计师事务所跟进审计业务拓展新业务 图表90：会计师事务所跟进企业生产周期拓展业务（一） 图表91：会计师事

务所跟进企业生产周期拓展业务（二） 图表92：会计师事务所跟进企业生产周期拓展业务（三） 图表93：会计师事务所知识型的组织系统 图表94：2009-2021年我国对外投资情况（单位：亿美元，%） 图表95：2008-2021年中国企业海外上市统计（单位：家，亿元） 图表96：中国企业海内外上市交易所分布（单位：家，%） 图表97：中国企业海内外上市交易所分布（单位：亿元，%） 图表98：中国企业海内外IPO融资额行业分布统计（单位：家，亿元，%） 图表99：2010-2021年中国外商直接投资实际利用金额（单位：亿美元，%） 图表100：对华投资前十国家/地区排名情况（单位；亿美元） 图表101：外商直接投资行业及其增长速度（单位：家，%，亿元） 图表102：各地区实际使用外商投资总额（单位：亿元，%） 图表103：中国并购市场行业分布（单位：起，亿元，%） 图表104：有关国际“四大”执业范围的有关信息 图表105：世界主要国家和地区注册会计师资格考试管理情况对照 图表106：国际“四大”分所城市分布 图表107：国际“四大”会计师事务所文化分析 图表108：国际“四大”会计师事务所培训体系分析 图表109：大型会计师事务所海外发展执业网络情况一览表（单位：家） 图表110：中国会计师事务所国际化扩张的阶段与模式 图表111：会计师事务所国际化扩张品牌构建流程图 图表112：具体审计项目质量控制程序 图表113：我国品牌知名度较高的会计师事务所 图表114：会计师事务所品牌定位的步骤 图表115：BH会计师事务所组织架构 图表116：服务质量、顾客和品牌的 关系 图表117：独资型会计师事务所的特征分析 图表118：普通合伙制会计师事务所的特征分析 图表119：有限责任制会计师事务所的特征分析 图表120：特殊普通合伙会计师事务所的特征分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202404/454462.html>