

注册会计师行业“品牌建设年”主题活动 实施方案

为深入学习贯彻党的十九届五中全会和习近平总书记关于发展会计等现代服务业的重要精神，贯彻《国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》关于推动会计等服务业发展的要求，落实财政部、国务院国资委、银保监会《关于加强会计师事务所执业管理 切实提高审计质量的实施意见》，根据《注册会计师行业发展规划（2021—2025 年）》和《中国注册会计师行业党委 2021 年工作要点》部署，中国注册会计师行业党委、中国注册会计师协会（以下简称中注协）决定在行业开展“品牌建设年”主题活动，制定如下方案。

一、总体要求

推进行业高质量发展，更好服务新时代国家建设，满足资本市场和市场经济对行业的更高要求，是当前行业工作的中心任务。品牌作为会计师事务所（以下简称事务所）内部治理、专业品质、服务能力、视觉标志、社会评价等因素共同形成的整体形象，蕴涵着职业精神和责任承诺，是引领事务所整合资源、塑造专业形象、实现价值提升、有效开拓市场等的重要文化指引。开展行业“品牌建设年”主题活动，是立足新发展阶段、贯彻新发展理念、服务构建新发展格局，实现行业高质量发展，解决当前行业存在问题的重要引领，是更好满足新时代国家建设要求的战

略选择，是整合提升行业已经取得的技术、制度、人才培养等成果，实现行业乘数效应发展的必然要求。

开展“品牌建设年”主题活动要以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻落实党的十九大和十九届二中、三中、四中、五中全会精神，紧紧围绕服务国家建设这个主题、诚信建设这条主线，大力弘扬和传递注册会计师职业精神，引导相关主体因所、因地构建事务所品牌管理体系，把事务所品牌建设与诚信建设、文化建设、发展战略、人才建设等相融合，实现品牌建设的长效常态化，引领事务所持续提升发展能级和竞争力。

工作中坚持以下原则：

——坚持市场导向。品牌建设要尊重市场规律，充分发挥市场机制作用，事务所作为提供专业服务的市场主体，要在激烈的竞争中不断检视自己、提高自己，提供符合市场需要的高质量专业化服务，从而得到广泛认可，形成独特的自我品牌。

——坚持差异化导向。品牌建设要有清晰明确的品牌定位，事务所要结合行业做优做特和做专做精战略，结合目标客户群体、服务地域范围、自身竞争优势、服务能力等进行差异化选择和定位，形成大中小事务所各具特色的自主品牌和品牌价值。

——坚持价值导向。品牌的知名度、美誉度、信任度来自于客户对事务所提供专业服务的信任和依赖，要坚持诚信为本的理念，重视专业服务质量提升，着力由传统审计鉴证服务向拓展增信服务和增值服务转变，在持续提供服务价值中塑造品牌，提升品牌竞争力。

事务所品牌建设是一个系统工程，要坚持集中推进与融入日常相结合，“十四五”时期，打造10家左右社会公认可信好、能力强、质量高且具有较强国际竞争力和影响力大型优质事务所品牌，打造一批在区域市场或细分领域具有较强竞争力和较高信誉度的中小事务所品牌。2021年的主题年活动，旨在着力促进提升行业品牌意识，推动制定事务所品牌战略，理顺品牌建设机制，为持续推进事务所品牌建设奠定基础，重点实现以下目标：

——进一步深化对品牌建设的认识。通过主题年活动，全面总结国内外品牌建设的丰富实践，深化对品牌价值的认识，深入领会品牌在事务所发展过程中的重要作用，准确把握新时代国家建设对行业高质量服务新的要求，增强事务所和从业人员品牌建设的紧迫感和自觉性。

——进一步完善行业品牌建设支撑条件。通过主题年活动，增强从业人员对品牌建设的广泛认同，进一步夯实行业品牌建设的外部环境、技术标准、制度机制和人才基础等，矫正事务所品牌建设预期，激发品牌建设内在动力。

——进一步健全事务所品牌建设长效机制。通过主题年活动，推动事务所制定完善品牌战略，建立健全品牌设计和传播、品牌管理和维护、品牌监控和评价等制度，形成品牌闭环管理、持续改进机制，促进品牌建设长效常态化。

二、主要任务

（一）树牢品牌理念

1. 开展品牌建设大学习大讨论。把品牌建设大学习大讨论与

行业党校培训、党的组织生活结合起来，与行业继续教育结合起来，与庆祝建党 100 周年群众性主题宣传教育活动结合起来，组织全体党员和从业人员深入学习贯彻习近平总书记关于发展现代服务业的重要论述，深入把握新时代国家建设对行业高质量服务新的要求，围绕什么是品牌价值、为什么要建设品牌、怎样建设品牌等，灵活设计演讲比赛、专题讨论、品牌故事征文、品牌案例教学等，开展品牌建设大学习大讨论，加深对品牌建设与技术建设、制度创新、管理提升、人才培养关系的理解，结合自身实际思考品牌定位、品牌内涵、品牌形象和实现路径。

2. 培养品牌建设能手。各级行业党组织、注协要通过举办品牌建设和危机处理等专题培训班、研修班，举办品牌建设论坛，组织到知名事务所现场观摩，开展品牌建设岗位能手评选表彰等，在事务所合伙人中重点培养一批品牌建设能手。事务所应通过完善合伙人管理、追责与奖惩、组织专题学习研讨等持续提升合伙人品牌意识，明确一名管理合伙人负责品牌建设，有条件的设立品牌工作机构，持续推进事务所品牌建设。

3. 宣传行业专业价值。围绕行业庆祝建党 100 周年、贯彻落实《注册会计师行业发展规划（2021-2025 年）》《注册会计师行业信息化建设规划（2021-2025）》等重点工作，着力宣传推介行业专业贡献、专业价值，宣传行业监督管理体系建设成果、会计责任与审计责任的区分等，弥补行业与公众期望偏差。组织开展打造品牌事务所倡议，总结推介事务所品牌建设成果等活动，向社会传递行业内在价值追求，展示优秀事务所风采和品牌。加强

行业舆情监控，针对行业突发事件，及时回应并发出行业声音，维护行业形象。

（二）完善事务所品牌建设支撑

4. 优化外部执业环境。各级注协要积极参与《注册会计师法》《会计法》等相关法律法规的修订制订，反映行业诉求。研究推动建立职业责任鉴定机制，规范事务所职业风险基金和职业责任保险相关制度。加强与最高人民法院、最高人民检察院的沟通协调，跟踪推动最高法修订责任承担与过错程度一致的司法解释。加大对行业低价竞争等问题的政策研究和对外协调力度，依法打击在第三方平台售卖鉴证业务报告的违法行为，加大对注册会计师电子签章和身份认证的政策研究，促进形成相关制度规范。跟踪研究解决银行函证问题，支持第三方函证平台建设，推动实现函证数字化。

5. 完善和落实职业准则。中注协制定发布事务所质量管理相关准则应用指南，并结合我国注册会计师执业实践，及时制定发布相关审计准则和应用指南。加强职业准则的宣传、培训和指导，提升注册会计师对职业准则的理解和应用。各级注协要发挥战略引领和政策引导作用，健全事务所信息化建设激励机制，重点推动审计软件在中小所的应用，为职业准则的贯彻实施提供技术支撑。事务所要研究数据分析技术在审计中的应用，拓展基于数据的产品和服务，提升识别财务造假的能力。

6. 持续加强人才培养。保持注册会计师考试制度的科学性和前瞻性，进一步完善考试大纲和辅导教材，更加突出实践要求和

职业道德考察。深化继续教育体系改革，借鉴职业会计师国际教育新成果，修订《中国注册会计师胜任能力指南》《中国注册会计师继续教育制度》等，更好地促进提升注册会计师专业胜任能力和道德操守，提升行业诚信度和服务国家建设能力。做好行业高端人才培养，制定高端人才培养方案、考核管理办法等，切实培养一批德业双馨的行业高端人才，示范引领新时代行业人才队伍建设。

（三）激发事务所品牌建设动力

7. 强化正向激励引导。各级注协要加强诚信教育，强化对诚信价值和执业行为的正向引领，通过评选、表彰等方式激发事务所和广大从业人员追求卓越的执业意识。中注协要对标国际一流，提升事务所综合评价的公信力和国际影响力；继续开展中注协资深会员评选。各级行业党组织定期开展评选表彰活动，贯彻《中国共产党统一战线工作条例》，加强行业代表人士发现、培养、推荐、使用力度，大力支持行业代表人士发挥作用。各级行业团组织坚持开展“五四”系列评优活动和“青年文明号”创建工作。

8. 加强监管和处罚力度。大力推进注协监管与财政监管的协调，加强与其他部门的沟通，促进行业监管上下联动、左右协同、前后衔接。中注协制定注协监管措施实施办法、约谈质询办法，修订执业质量检查制度、会员执业违规行为惩戒办法等，建立健全行业大数据监控系统，织密日常监管网。要整顿审计秩序，净化行业风气，坚决依法严厉打击财务造假，各级注协对监控到的

审计质量风险事件，要及时约谈质询并公开约谈信息，协调加大违法违规行为处罚和民事赔偿力度，加大对责任合伙人追责和处罚力度，提高违法违规成本，加大对查处案件的宣传，发挥警示作用，形成长效震慑。

(四) 建立健全事务所品牌建设路径

9. 引导事务所制定品牌战略。各级注协要结合事务所做优做特和做专做精战略，引导事务所分层分类进行品牌定位和建设，事务所要根据自身总体战略、机构治理、制度体系、专业品质、人才资源、历史文化传承等内部因素，以及国际和区域经济发展战略、法律法规政策、市场竞争状况、客户评价和期望等外部因素，确定品牌定位、品牌内涵和品牌形象，形成事务所品牌战略，统筹实施、持续推进。

10. 积极构建事务所品牌传播机制。事务所根据自身条件制定品牌策略，研究运用专业讲座与论坛、发布行业研究报告、出版专业著作、参与制定和解读行业标准、支持社会公益、参政议政、支持学术研究、开展校园招聘、参加国内外权威机构排名、参与行业组织工作，以及开设网站、微博、微信公众号和创办刊物等，持续不断强化与品牌相关方交流沟通，积极获取高端和重要客户，以提高品牌的知名度、美誉度，工作中既要解决客户的专业需要和咨询需求，也要建立员工与客户接触、完成服务、建立信任关系等的行为标准，规范员工品牌行为，保证客户消费体验上的良好心理感知和理性认同。

11. 构建事务所品牌维护和危机管理机制。事务所要持续加

强诚信和合伙文化建设、强化人才培养、提升服务品质、进行技术创新等，以达到品牌自我维护的目标。积极通过知名商标、驰名商标、专利等知识产权申报与注册的法律方式确保品牌权益得到正当合法保护。制定品牌危机管理应急机制，制定危机管理预案，明确危机处理原则和方式，以应对事务所自身、客户、同行等因素引发的突发事件对品牌形象造成的不良影响、信任度下降引发的品牌危机。

12. 构建事务所品牌监控评价和持续改进机制。围绕目标市场占有率、品牌传播情况及传播效率、专业价值和服务品质提升度、品牌知名度、美誉度、信任度等品牌建设关键指标，监测、评价品牌建设成效，分析品牌战略、品牌传播策略、品牌维护和管理机制等方面存在的不足，并循环持续改进，形成品牌建设闭环。

三、组织领导

13. 加强组织领导。行业各级党组织、注协及事务所领导班子负责主题年活动的组织实施，要把组织开展主题年活动摆上重要议事日程，制定具体方案、任务清单和措施等，任务要聚焦，突出重点，体现特色；步骤要严密，层层递进，逐步深入；载体要便捷，不片面追求形式，注重实效。

14. 强化党建引领。党组织和行政班子要加强协调，发挥党组织在主题年活动中的政治引领、组织动员和督促把关作用，把主题年活动作为行业党史学习教育“我为行业添光彩”实践活动重要内容，督导抓好落实。事务所党组织要结合“三会一课”和

组织生活会等对事务所品牌建设开展情况进行评议，引导活动深入开展。注重发挥党员先锋模范作用，示范带动主题活动开展和品牌创建。工青妇组织要引导广大从业人员广泛投入主题年活动，提高主题年活动的广泛参与性和活动形式的丰富性。

15. 加强督促指导。 行业各级党组织和注协要跟踪掌握主题年活动的进展信息，定期通报各地和事务所开展主题年活动的情况，总结交流各地好做法好经验，发挥典型示范引领作用。对组织活动不力、进展不快的地区要作出提示。要将组织开展主题年活动的情况纳入行业党建工作年度考核评价的范围。把指导开展主题年活动情况作为各级党组织书记年度述职评议考核的重要内容。

16. 培育推广典型。 各级行业党组织要充分发挥联系点工作制度的优势，加强对联系点品牌建设的督促指导，帮助解决实际问题，激发所联系事务所及其从业人员品牌建设的主体意识和进取精神，力争把联系点培养成为主题年活动和品牌建设的先进典型，以点带面推进主题年和品牌建设深入持续开展。