

## 摘要

基于互联网的发展，互联网广告行业应运而生，深入生产、消费等每一个环节，在扩大消费、推动经济增长等方面具有重要意义。随着互联网进入 Web3.0 时代，元宇宙、AI 和大数据技术的飞速发展改变了广告表现形式、投放方式，新产品新服务不断涌现，互联网广告企业的业务模式也在随之发生变化。另外，随着流量红利期的消失，互联网广告行业内的竞争越发激烈，我国对互联网广告的监管力度也逐渐加强。总的来说，互联网广告企业面临的环境不断改变，对其相关业务产生直接影响，带来了较高的经营风险。同时，互联网广告企业不仅受外部环境影响大，还具有业务类型广泛且多元、依赖信息系统、资产结构特殊等特点，大大增加了企业财务核算的复杂程度，也给审计人员带来了不小的挑战。事实上，诸多互联网广告企业及其审计机构存在违规情形，最终带来不利影响。因此有必要对互联网广告企业审计风险进行研究，发现该类企业审计特殊性、审计风险点及其影响因素，寻求审计风险的有效应对措施。

本文基于风险导向审计的视角，梳理相关文献，对我国互联网广告上市公司的市场竞争、政策监管等发展现状、违规现状以及审计现状进行分析，探讨互联网广告企业审计特殊性、审计风险点及审计风险产生的深层次原因。在此基础上，选取天龙集团作为案例公司分析其审计风险，该公司自 2016 年至 2022 年被监管机构关注及处罚共计 10 次，作为该公司审计机构的大华会计师事务所也在 2021 年 12 月被处罚。因此本文以天龙集团为例，基于现代风险导向审计理论，识别评估其可能存在的重大错报风险，对会计师事务所面临的检查风险进行分析，并从会计师事务所及审计人员、监管部门和互联网广告企业三个方面提出应对互联网广告企业审计风险的建议，以期能够为大华及其他会计师事务所在进行互联网广告企业审计时提供一些思路。

**关键词：**互联网广告企业；审计风险；会计师事务所

## Abstract

Based on the development of the Internet, the Internet advertising industry came into being, and penetrated into every aspect of production and consumption, which is of great significance in expanding consumption and promoting economic growth. As the Internet enters the Web3.0 era, the rapid development of meta-universe, AI and big data technology has greatly changed the form of advertisement, the way of placing, and the new products and services are constantly emerging, and the business model of Internet advertising enterprises is also changing. In addition, with the disappearance of the traffic dividend period, the competition in the Internet advertising industry has become more and more intense, and China's supervision of Internet advertising has been gradually strengthened. In general, the environment faced by Internet advertising enterprises is constantly changing, which has a direct impact on their related business and brings higher business risks. At the same time, Internet advertising enterprises are not only greatly affected by the external environment, but also characterized by a wide range and diversity of business types, reliance on information systems, and a special asset structure, which greatly increases the complexity of corporate financial accounting and brings considerable challenges to auditors. In fact, many Internet advertising enterprises and their audit organizations have irregularities, which ultimately bring negative impact. Therefore, it is necessary to study the audit risk of Internet advertising enterprises, to discover the audit specialties, audit risk points and their influencing factors of such enterprises, and to seek effective countermeasures for audit risk.

Based on the perspective of risk-oriented auditing, this paper combs through the relevant literature, analyzes the development status of China's listed companies in Internet advertising, such as market competition, policy regulation, the status of violations and the current situation of auditing, and explores the audit specificity, audit risk points and the deep-seated reasons for the audit risk of Internet advertising enterprises. On this basis, Tianlong Group is selected as a case company to analyze its

audit risk, which has been concerned and punished by regulators for a total of 10 times from 2016 to 2022, and Dahua Accounting Firm, which is the company's auditor, was also punished in December 2021. Therefore, this paper takes Tianlong Group as an example, identifies and evaluates its possible risk of material misstatement based on modern risk-oriented auditing theory, analyzes the inspection risk faced by accounting firms, and finally puts forward suggestions to cope with the audit risk of Internet advertising enterprises from three aspects, namely, accounting firms and auditors, regulators, and Internet advertising enterprises, with a view to providing some ideas for Dahua and other accounting firms in conducting the Internet advertising enterprises audit, with a view to providing some ideas for Dahua and other accounting firms in conducting audits of Internet advertising enterprises.

**Keywords :** Internet advertising enterprises ; Audit risk ; Accounting firms

## 目录

<b>第一章 绪论</b> .....	<b>1</b>
第一节 研究背景及意义 .....	1
一、研究背景 .....	1
二、研究意义 .....	2
第二节 文献综述 .....	3
一、审计风险相关研究 .....	3
二、互联网广告企业相关研究 .....	5
三、互联网广告企业审计风险相关研究 .....	7
四、文献述评 .....	8
第三节 研究内容、研究方法及技术路线 .....	9
一、研究内容 .....	9
二、研究方法 .....	9
三、技术路线 .....	10
第四节 论文创新点 .....	11
<b>第二章 概念界定和理论基础</b> .....	<b>12</b>
第一节 概念界定 .....	12
一、互联网广告 .....	12
二、互联网广告企业 .....	13
三、审计风险 .....	14
第二节 理论基础 .....	15
一、信息不对称理论 .....	15
二、现代风险导向审计理论 .....	15
三、利益相关者理论 .....	16
四、舞弊三角理论 .....	16
<b>第三章 互联网广告企业审计风险分析</b> .....	<b>17</b>
第一节 互联网广告企业的特点及发展现状 .....	17

一、互联网广告企业的特点 .....	17
二、互联网广告企业发展现状 .....	19
三、互联网广告企业违规现状 .....	22
第二节 互联网广告企业审计现状 .....	24
一、互联网广告企业审计意见现状分析 .....	24
二、会计师事务所审计互联网广告企业的违规现状分析 .....	25
第三节 互联网广告企业审计特殊性及审计风险点 .....	26
一、互联网广告企业审计特殊性 .....	26
二、互联网广告企业审计风险点 .....	30
第四节 互联网广告企业审计风险影响因素及后果 .....	35
一、互联网广告企业审计风险影响因素 .....	35
二、互联网广告企业审计风险导致的后果 .....	37
<b>第四章 天龙集团审计风险案例分析 .....</b>	<b>39</b>
第一节 天龙集团案例概况 .....	39
第二节 大华会计师事务所对天龙集团审计情况 .....	39
一、大华会计师事务所概况 .....	39
二、大华会计师事务所对天龙集团的审计实施情况 .....	40
三、大华会计师事务所受处罚情况 .....	41
第三节 天龙集团审计风险分析 .....	42
一、天龙集团重大错报风险识别与评估 .....	42
二、天龙集团财务报表层次重大错报风险分析 .....	51
三、天龙集团认定层次重大错报风险分析 .....	55
四、大华会计师事务所检查风险分析 .....	62
第四节 大华会计师事务所审计风险控制存在的问题分析 .....	65
一、业务承接风险评估不足 .....	65
二、审计实施过程中风险应对不足 .....	65
三、质量复核不严谨 .....	66
<b>第五章 应对互联网广告企业审计风险的建议 .....</b>	<b>67</b>
第一节 会计师事务所及审计人员层面 .....	67
一、强化业务承接的风险意识 .....	67
二、结合互联网广告企业特点优化审计程序 .....	67

三、创新审计方法 .....	71
四、提高审计人员的综合素质 .....	71
五、加强会计师事务所项目质量控制 .....	73
第二节 监管部门层面 .....	73
一、完善互联网广告行业规范 .....	73
二、适时出台互联网广告相关审计指引 .....	74
第三节 企业层面 .....	75
一、及时优化内部控制 .....	75
二、建立合规的收入核算体系 .....	75
三、加强应收账款管理 .....	76
四、规范商誉减值计提及处理 .....	76
<b>第六章 研究结论、不足和未来展望 .....</b>	<b>77</b>
第一节 研究结论 .....	77
一、互联网广告企业审计现状、审计特殊性及其审计风险点 .....	77
二、影响互联网广告企业审计风险的因素 .....	78
三、互联网广告企业审计风险案例分析结论 .....	78
四、互联网广告企业审计风险的应对建议 .....	78
第二节 本文研究不足之处 .....	79
第三节 未来研究展望 .....	79
<b>参考文献 .....</b>	<b>80</b>
<b>致谢 .....</b>	<b>84</b>
<b>本人在读期间的研究成果 .....</b>	<b>85</b>

## 第一章 绪论

### 第一节 研究背景及意义

#### 一、研究背景

互联网的高速发展和信息技术的不断更新迭代，促使传统广告产业向数字化、智能化转变，以互联网广告为代表的数字互动广告随之崛起。而广告作为经济的晴雨表，国家也发布了一系列政策鼓励支持广告产业。《广告产业发展“十三五”规划》鼓励广告业以“互联网+广告”的形式实现整合服务，《“十四五”广告产业发展规划》进一步鼓励广告产业技术创新、模式创新、业态创新，支持人工智能、区块链等新技术在广告产业的应用，加入网络强国、数字中国建设。根据 Quest Mobile 发布的《中国互联网广告市场洞察报告》显示，中国互联网广告市场规模从 2018 年的 4094.5 亿元增长到 2022 年的 6639.2 亿元，复合增长率为 12.84%，预计 2023 年整个互联网广告市场规模有望增长至 7146.1 亿元。

技术和政策驱动下的互联网广告逐渐成为国内龙头互联网企业盈利的主要板块之一，作为互联网广告服务代理商的互联网广告企业也在行业内占据一席之地，许多传统行业通过频繁并购数字营销公司向互联网广告行业转型，互联网广告企业数量逐渐增多，也带来新的挑战。

一方面，互联网技术迭代迅速，资讯、社交和电商的界限变得模糊，三者之间深度融合带来更多新业态，广告企业纷纷在内容、广告与营销方面着力布局元宇宙等业务，推出新产品和新服务，互联网广告企业竞争越发激烈，经营风险随之扩大。另一方面，互联网广告业务环节多、链条长、主体复杂，互联网广告企业在收入、会计政策选择与运用、资产减值等财务舞弊易发高发领域都存在较大的风险点。具体而言，互联网广告企业业务类型、计费模式的选择、广告数据记录和分析等越发多元化、复杂化，增加了收入确认和计量的难度。而且不同的广告收入处理方法不完全一致，会计政策的选择和运用不当容易引起会计信息失真等一系列问题；同时互联网广告行业与传统广告行业相比，其

主要依赖广告交易平台等信息系统开展业务，交易数据的电子化十分明显，以上不仅给业务处理和会计核算增加了难度，也给审计工作带来了新的挑战。

互联网广告企业同时具备互联网和广告营销行业双重特征，传统行业的审计方法不再完全适用于互联网广告行业，在不了解互联网广告企业的经营风险和业务模式的情况下进行审计工作时难以发现其特殊风险点所在，不仅降低审计效率，审计风险也会增加。因此有必要从审计风险的视角出发，研究该类型企业的审计思路和审计风险，做出有效应对，以为互联网广告行业的审计实务提供参考。

## 二、研究意义

### （一）理论意义

随着互联网技术高速发展，对互联网企业审计及审计风险的研究逐渐兴起，但相关研究更多集中于笼统的互联网行业大类以及部分细分行业如电商、网络游戏等，对互联网广告行业的审计风险研究较少，但互联网广告企业也具有其独特的特征和风险点，因此本文拟从互联网广告企业特点出发，有针对性地分析其潜在的风险点，根据分析结果寻找产生风险的原因，基于其特点提出应对互联网广告企业审计风险的建议，丰富审计风险研究内容。

### （二）现实意义

第一，互联网领域 AR、VR、区块链、人工智能、5G 等技术日新月异，发展迅速，每个行业领域都加速涌现各种创新商业模式及新业态，互联网广告行业的营销形式也不断更新，加上互联网广告环节多、链条长、主体复杂，使互联网广告企业普遍面临较高的经营风险。本文总结互联网广告企业的特点及可能存在的重大错报风险，有助于企业发现经营风险点并及时加以应对。

第二，会计师事务所审计互联网广告企业时面临较高的检查风险，本文通过分析互联网广告企业发展情况、违规情况以及会计师事务所审计情况，总结互联网广告企业审计风险影响因素。同时，以在互联网广告企业中具有代表性的天龙集团为例，研究其审计风险并提出应对建议，可以为审计人员进行互联网广告相关审计时提供参考，高效率高质量完成工作。



## 第二节 文献综述

### 一、审计风险相关研究

#### (一) 审计风险内涵及模型

关于审计风险的内涵，在官方定义中，国际审计准则（2004）《重要性和审计风险》指出审计风险是审计人员提供不适当意见的风险。我国审计准则也指出审计风险是当财务报表存在重大错报时，注册会计师发表不恰当审计意见的可能性。对此学术界也有着不同观点。张楚堂（2001）和周家才（2002）都认为该定义不全面，提出审计风险应当是发表不恰当审计意见并给审计主体带来损失的可能性，强调损失。总的来说，目前认可和应用较多的是官方的定义。

对于审计风险模型的研究，美国最早提出审计风险包括固有风险、控制风险和检查风险。但在实务操作时该模型暴露出很多问题。2003年现代审计风险模型发布并使用至今，即 $\text{审计风险} = \text{重大错报风险} \times \text{检查风险}$ ，该模型注重对企业整体风险的评估。随着实务发展，不少学者提出了更细化的模型。宋夏云（2005）认为在审计风险模型中还应加入风险警示系数，考虑注册会计师被查处的概率。刘蓉（2016）立足信息化环境，提出重大错报风险来源于信息系统、内部控制、领导三个层面，并据此构建起数据式审计模式下的审计风险模型。

#### (二) 审计风险成因

许多学者从企业方面对审计风险的成因展开研究。王秋菲等（2018）分析因财务舞弊受到证监会处罚的公司后，得出企业盈亏状况、第一大股东持股比例这两个因素与审计风险显著正相关。孙艺宁、彭颖（2020）提出企业会计信息失真程度越高，审计人员无法精准掌握企业情况、甄别其盈余管理行为，产生的审计风险程度更高。张羽翀（2021）认为关联方交易能通过低质量的信息披露、真实盈余管理等多个途径增加审计风险。辛金国、郭晶晶（2023）研究发现企业数字化转型会增加经营不确定性，也会激励企业采取多元化战略，进而导致更高的审计风险，而企业高质量的内部控制能够有效抑制数字化转型对审计风险的提高效应。陈伟、王子怡（2023）提出电子会计档案数据存在采集风险、存储管理风险、运行管理风险、不可读取风险，影响审计结果的准确性，增大了数字化环境下的审计风险。

会计师事务所及注册会计师的不足也是审计风险产生的原因之一。在审计过程中，Yunji Liang、Lijun Bu（2016）指出在网络支持下，企业业务变得复杂化、隐蔽化，审计人员缺乏计算机、网络和电子商务知识，将无法随审计线索的变化展开审计，增加审计风险。王妃（2019）认为审计工作流程不规范以及会计师事务所的人员综合素质不高导致审计工作质量不高，继而出现审计风险。另外在会计师事务所层面，刘婧等（2019）通过研究会计师事务所总体情况、受处罚情况等，指出事务所内部治理水平与审计风险显著相关。Jürgen Ernstberger（2020）研究发现会计师事务所薪酬政策会影响审计质量，合伙人利用可变薪酬政策减少利润分享，可能引起审计人员的不满，增加审计工作面临的风险。熊子青（2021）提出激烈的市场竞争下事务所可能与企业有利益往来，失去独立性，以及受成本约束导致审计工作不到位，这些都增大了审计风险。

此外，审计环境也会对审计风险产生影响。涂君（2016）认为法律法规的不一致导致注册会计师责任不明确和行业多头监管这两个环境因素加重了审计风险。张宜霞等（2022）提出区块链技术的应用将改变审计环境，影响审计程序与方法等，最终影响审计风险。

### （三）审计风险应对措施

包刚（2022）和郭颖、李文文（2023）都认为注册会计师应始终保持职业怀疑，在承接业务前充分做好初步风险评估，多渠道多手段了解被审计单位情况。Rusmin、John Evans（2017）的研究指出应对审计风险的一个重要因素是审计人员的胜任能力，具备专业胜任能力的审计人员能够更好地在审计时应用其卓越的行业特定知识和专业技能，并且能更快地熟悉客户的业务运营，从而降低审计风险。基于这一角度，韩维芳（2017）认为当评估审计客户的审计风险较高时，事务所应该增加审计投入，派出以更有经验的注册会计师为主体的审计团队。Velina K（2018）也提出面对较高的舞弊风险时应调整审计程序并选取经验丰富的审计人员参与。

对于审计过程中审计风险的应对，Helen Brown-Liburd 等（2015）从技术角度出发，提出事务所应开发大数据审计工具，有效利用数据可视化、数据仓库等技术或软件来应对分析数据可能遇到的问题。常启军等（2021）也提出大数据技术和云平台有助于收集、整合、管理审计证据，自动识别风险，降低检查

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/415011003041012013>