

学校编码: 10384

学号: X2009157101



分类号_____密级

UDC _____

廈門大學

硕士学位论文

移动互联网营销公司收入成本审计问题研究
——以 X 公司为例

Issues in Auditing Practices of Mobile Internet Marketing
Company: Case Study on X Company

吴莹莹

指导教师姓名: 薛祖云教授

专业名称: 会计硕士(MPACC)

论文提交日期: 2017年3月

论文答辩时间: 2017年5月

学位授予日期: 2017年 月

答辩委员会主席:

评阅人:

2017年 月

厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为()课题(组)的研究成果,获得()课题(组)经费或实验室的资助,在()实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日

厦门大学博硕士学位论文摘要库

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，
于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。

2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年 月 日

厦门大学博硕士学位论文摘要库

摘要

文明社会的推动力来源于人类的进步，同时也离不开科学技术的助力。市场经济的飞速发展结合科技的创新也把人类生活带入一个新的高度，新的广度。互联网则是链接生活与经济的门栏。进入互联网时代，跨上这个移动互联网平台，每个人的生活和经济便更息息相关形成一个巨大的商业数据库来源。数据的汇集、分析、整合是一个个经济体在茫茫商海中寻找到彼此进而粘合一起的关键，大数据的收集和应用便成了互联网时代最迫切需要解决的问题。

移动互联网广告平台应势而生，通过对海量的经济上下游数据的收集和处理，辅以精准的广告定位投放和互动性的方式，快速建立企业与消费者之间的联系，推动经济的发展。但由于移动互联网的发展迅猛，相关的监管和规范制度未能及时完善到位，针对广告平台系统的一些收入确认方式和成本费用的确认方法仍存在较多的漏洞，以及一些人为操控的财务风险。

本文先以整个行业的发展态势作为着眼点，了解移动互联网广告企业商业模式和舞弊风险的识别，并确定重要账户和审计目标。进而采用案例研究法，以X公司为研究对象，以公司的商业模式为主线，剖析其盈利模式下的收入和成本费用确认情况，进一步明晰其审计难点和要点所在。笔者认为，在移动互联网营销公司的运作过程中，其审计重点依其盈利模式的变化而变，掌握业务流程和业务系统的各操作环节、收入模型的适用性、收入确认方法的准确性和成本费用确认方法的准确性，从而设计有效的审计程序将极大地帮助审计师发现财务风险和审计问题。

关键词：移动互联网；广告平台；收入审计；成本审计

厦门大学博硕士学位论文摘要库

Abstract

The driving force of the civilization comes from the progress of human beings, and it won't be accomplished without the assistance of science and technology. The rapid development of market economy along with the innovation of science and technology enables human life to be brought into a new height and a wider range. At present, by entering the Internet era and stepping into this mobile internet platform, everyone's life can be more closely related to the economy which builds up a huge commercial database source. Data collection, analysis and integration are critical factors that make each economy bond together in the vast sea of business, and the collection and application of large data has become the most urgent problem the Internet era needs to cope with.

Mobile Internet advertising platform emerges in this particular era, with the measure of collecting and processing massive data of economic downstream. Supplemented by accurate position of advertising delivery as well as interactive manner, it would quickly establish a link between enterprises and consumers which promotes the development of economy. However, due to the rapid development of mobile Internet, the relevant supervision and regulation system has yet to reach the perfect level in a timely manner, some methods of the revenue and cost confirmation for advertising platform system still exist loopholes and the financial risks of artificial manipulation.

This paper aims to understand the business model and the identification of fraud risk based on the development trend of the industry, and it hopes to further determine the important accounts and audit objectives. By means of case study, the paper takes X company as the research object, then it adopts the company's business model as the main line to analyze the revenue and cost confirmation within the company's profit model, and further clarify the difficulties and key points of audit. The author holds the view that the focus point of the audit changes according to the diversification of profit model under the operation process in the mobile Internet advertising company. Mastery of business processes and each operation line in business systems, the applicability of income model, the accuracy of revenue and expense confirmation method, as well as effective design of audit procedures will greatly assist auditors to find the financial risk and audit issues.

Key words: Mobile Internet; advertisements; Income Audit; Expense Audit

厦门大学博硕士学位论文摘要库

目录

第 1 章 导论	1
1.1 论文研究背景	1
1.2 相关概念	2
1.2.1 互联网广告的概念与特点	2
1.2.2 移动互联网广告的概念和特点	4
1.2.3 移动互联网营销公司的概念和特点	7
1.3 研究框架与内容	8
1.4 本文的特色和创新	8
1.5 本文的贡献与不足	9
第 2 章 互联网营销公司的审计相关现状概述	10
2.1 移动互联网广告行业发展概况	10
2.2 移动互联网营销公司研究相关文献综述	13
2.3 互联网营销公司的商业模式及盈利模式	14
2.3.1 互联网营销公司的商业模式	14
2.3.2 移动互联网广告的定价模式	15
2.3.3 移动互联网营销公司盈利模式分析	16
2.4 移动互联网营销公司的收入、成本会计问题	17
2.5 移动互联网营销公司的审计问题	18
2.5.1 移动互联网营销公司审计重大账户与初步审计目标	18
2.5.2 移动互联网营销公司的舞弊风险识别	20
第 3 章 X 公司审计实务问题研究	23
3.1 X 公司整体层面的分析	23
3.1.1 X 公司的基本概况	23
3.1.2 X 公司的商业模式	25
3.1.3 X 公司的盈利模式	26
3.1.4 X 公司的内部管理机制	27
3.2 X 公司的审计问题	30

3.2.1 X 公司的收入确认方法.....	31
3.2.2 X 公司的收入审计方法.....	31
3.2.3 X 公司的营业成本确认与审计方法.....	32
3.2.4 X 公司的 IT 审计方法.....	33
3.2.5 X 公司的 IT 审计问题.....	34
第 4 章 互联网营销公司的审计对策及建议	36
4.1 主要审计重点及对策	36
4.1.1 关于收入确认的审计重点及对策.....	36
4.1.2 关于成本费用的审计重点及对策.....	38
4.1.3 关于 IT 审计.....	39
4.2 对互联网营销公司外部监管及自身管理的几点建议	40
4.2.1 对监管部门的建议.....	40
4.2.2 对会计师事务所的建议.....	42
4.2.3 对移动互联网营销公司的建议.....	43
参考文献	45
致谢.....	47

Catalog

Chapter 1 Introduction	1
1.1 Research Background	1
1.2 Related Concepts	2
1.2.1 The concept and characteristics of internet advertising	2
1.2.2 The concept and characteristics of mobile internet advertising	4
1.2.3 The concept and characteristic of internet marketing enterprise.....	7
1.3 Research framework and content	8
1.4 The characteristics and innovation of the paper.....	8
1.5 The difficulties and deficiencies of the paper	9
Chapter 2 An overview of internet marketing enterprises' audit status	10
2.1 The recent development of mobile internet industry	10
2.2 Literature review of research on mobile internet marketing enterprise ..	13
2.3 The business model and profit model of mobile internet marketing enterprise	14
2.3.1 The business model of Internet marketing enterprise	14
2.3.2 The pricing model of mobile internet advertisement	15
2.3.3 The profit model analysis of mobile internet advertising enterprise.....	16
2.4 Revenue recognition and expense confirmation problems of audit mobile internet marketing enterprise.....	错误!未定义书签。
2.5 Audit problems of internet marketing enterprises	错误!未定义书签。
2.5.1 Significant accounts and initial audit objectives	18
2.5.2 The fraud risk of mobile internet marketing enterprise and its recognition	20
Chapter 3 Research on the audit practice of X company	23
3.1 Analysis of X company on the overall level	23
3.1.1 Overview of X company	23
3.1.2 Business mode of X company	25
3.1.3 Profit mode of X company	26
3.1.4 Internal management mechanism of X company	27
3.2 Audit issues of X company	30

3.2.1 Revenue recognition method of X company	31
3.2.2 Revenue audit of X company	31
3.2.3 Expense confirmation and audit method of X company	32
3.2.4 Methods of IT audit in X company	33
3.2.5 Issues of IT audit in X company	34
Chapter 4 The audit countermeasures and suggestions of Internet marketing enterprise	36
4.1 Main audit risks and related countermeasures	36
4.1.1 Audit emphasis and Countermeasures on revenue confirmation	36
4.1.2 Audit emphasis and Countermeasures on expense confirmation	38
4.1.3 Issues of IT audit	39
4.2 Several suggestions for Internet marketing enterprise	40
4.2.1 Suggestions for regulatory authorities	40
4.2.2 Suggestions for accounting firms	42
4.2.3 Suggestions for internet marketing enterprises	43
Reference	45
Acknowledgement	47

第 1 章 导论

本章将阐述论文的选题背景，介绍本文研究思路，研究框架，分析论文的创新之处与不足之处，阐明论文研究互联网营销公司审计实务问题的意义所在。本章也将介绍互联网营销公司的相关概念以及特点。

1.1 论文研究背景

中国本有 56 个民族，现在增加了一族，“低头族”！不仅中国，全球如此，低头族比比皆是。用“三人行，必有一个低头族”来形容恐怕也不足为过了。手机聊天、发红包、微表情感觉是那么亲近，可是身边的人就这么被隔离在千里之外，一句“世界上最远的距离，莫过于心与心的距离”简化成一个手机的距离也是再贴切不过了。虽然有多项危害为人所诟病，可也正是这强大的低头族成就了移动互联网的辉煌。

互联网技术是人类史上的一次突破，移动互联网技术的成熟更是在此基础上的一项飞跃，直接促使大量移动互联网相关企业的涌现，这就包括移动互联网广告相关公司。据中国报告大厅的数据披露，在继 2010-2011 年互联网广告市场的爆发后，2014 年中国互联网广告市场再次迎来发展小高峰，市场规模预计达到 1535.2 亿元，较 2013 年增长 53.5%。预计 2017 年市场规模将达到 3190 亿元^①。随着互联网广告市场的增长，移动互联网广告绝对金额及占比也在快速增长。包括 SMS 广告在内，中国移动广告支出将达到 147.7 亿美元，年增长 80%。据预测，如果所有格式广告都包括在内，2015 年中国移动广告支出将占媒体广告支出的 20.7%，到 2019 年份额将增长至 45.4%。eMarketer 预测，到 2017 年，数字广告将占媒体广告一半以上，到 2018 年，中国可能成为数字广告支出份额最高的国家^②。

随着市场规模的日渐扩大，一批优秀的移动互联网广告营销公司应运而生，

^① 易观国际.《2014-2017 年中国互联网广告市场预测》[R]. <http://www.iyunying.org/news/4967.html>

^② 东方财务网.《中国在全球移动互联网广告支出总额中占 20%》[R]. 2016-01-19
<http://finance.eastmoney.com/news/1360,20150409495168160.html>. 2016-04-19

推动着网络经济的快速发展。由于互联网企业业务的虚拟特性以及运营方式的繁杂性，在财务会计上选择激进的会计政策和会计估计，业务数据由系统自动生成等因素，因此在造假手段上具备先天优势，并且隐蔽性更强；加上技术更新替换的快速和日益复杂性，相关法规出台的滞后性，也给注册会计师的审计工作带来更多的挑战。因此有必要明确该类型互联网企业的审计思路和审计方向，以此为互联网广告行业的审计实务提供参考。

1.2 相关概念

1.2.1 互联网广告的概念与特点

（一）互联网广告的概念

互联网广告又称为在线广告，通俗地说即通过网络广告平台投放广告。广义的互联网广告包括以计算机为核心组成的计算机网络以及其他所有以电子设备相互链接而组成为网络媒介的广告行为，例如以移动互联网、移动的电子显示屏为载体的广告行为，利用广告上的广告横幅、文本链接、多媒体方法来传递企业信息。

（二）互联网广告包含的相关要素和概念

1、主体

根据主体的角度定位不同，移动互联广告体系中的主体可以分为：广告主、媒体、广告平台这三类，每个角色立足点不同，功能、作用、提供的数据也都不同。

（1）广告主：广告活动的发布者，按其主体性质又可以分为个人和企业，也可以根据对广告效果的评估，分为品牌广告主以及效果广告主。一般而言，效果广告主会比较重视广告能带来的直接效果，比如点击量的增加，订单数量的增加，常见的百度的关键词广告就是这类广告主光顾的地方。而品牌广告主一般会更重视广告本身的传播和曝光，如 NIKE、Adidas 等一些运动品牌的创意广告。

（2）媒体，包括门户网站、微信、腾讯视频、微博等各种网络平台以及为各种应用而生的 APP、电子书等。有些广告主同时也是广告媒体，比如个人公众号、电商、游戏商等，他们也会互相在自己的广告平台上给对方做宣传。

(3) 广告平台，是整个广告系统的中介，作为中间环节，本身就是一个巨大的生态系统，各种垂直细分平台多得数都数不清，除了做 DSP、Ad Exchange、RTB Exchange、SSP 主生态链条之外，也包括做检测、数据、媒体、验证等等。

2、常见广告投放模式

网站的常见广告投放形式：网站本身广告位、悬浮式窗口广告位、弹窗广告、视频广告、文字链接广告、电子邮件广告等。

(1) 网站本身广告位。比如厦门人才网，网页的界面分布着不同的公司职位招聘信息，有的以文字展现，有的以图文方式展现，根据展位的不同收取不同的价格。

(2) 悬浮式窗口广告。是指悬浮在页面某些位置的广告。

(3) 弹窗广告。这类广告和网站本身不相关，而是在打开网站的时候弹出，一般会影响用户体验，因此很多浏览器设置了屏蔽弹窗的功能。

(4) 视频广告。直接将广告主提供的商品广告内容转换成视频，在特定界面播放，如爱奇艺网，点击查看影片的时候，片头一般会有 1 个甚至数个视频广告，广告时间也有几秒甚至几十秒不等。

(5) 文字链接广告。是以一排文字作为一个广告，点击可以链接至相应的广告界面，更细致地描述商品本身，以及广告主所期望展现的其他商品信息。

(三) 互联网广告的特点

互联网广告是基于传统媒体广告的发展而发展的，其广告的内容和商业模式、功能及盈利目的的特性和传统媒体广告较为相似，但传播媒体互联网具有的特殊属性，使互联网广告在以下几点显示出了超越其他媒体广告不同的特性。

1. 信息以海量的方式爆发

理论上所有的网页页面皆有可能成为互联网广告的载体，信息容量之巨大，内容之丰富，产生之快速均是其他媒体无法媲美的。例如一条 Banner 广告的超链接蕴藏的信息就可能远远超过传统印刷宣传品所能呈现的信息。

2. 信息传播的多维性

互联网广告拥有较高的灵活性，信息传播的层面也不局限于一个层面，可以是多维层面的。在网络上，广告主可以通过多个平台展现，利用多种方式，无限可能地将自己所要发布的产品信息或服务、活动等信息添加进来，向用户展示。

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库