

分类号 \_\_\_\_\_  
U D C \_\_\_\_\_

密级 \_\_\_\_\_  
编号 10741



# 硕士学位论文

(专业学位)

论文题目 传媒行业商誉减值审计风险控制研究  
——以华谊兄弟为例

研究生姓名: 卜艳娇

指导教师姓名、职称: 杨利华 教授 张建红 高级会计师

学科、专业名称: 审计硕士

研究方向: 社会审计

提交日期: 2023年6月19日

## 独创性声明

本人声明所呈交的论文是我个人在导师指导下进行的研究工作及取得的研究成果。尽我所知，除了文中特别加以标注和致谢的地方外，论文中不包含其他人已经发表或撰写过的研究成果，与我一同工作的同志对本研究所做的任何贡献均已在论文中作了明确的说明并表示了谢意。

学位论文作者签名： 卜艳琦 签字日期： 2023.6.12

导师签名： 杨红华 签字日期： 2023.6.12

导师(校外)签名： 李宇义 签字日期： 2023.6.12

## 关于论文使用授权的说明

本人完全了解学校关于保留、使用学位论文的各项规定，同意（选择“同意”/“不同意”）以下事项：

1. 学校有权保留本论文的复印件和磁盘，允许论文被查阅和借阅，可以采用影印、缩印或扫描等复制手段保存、汇编学位论文；
2. 学校有权将本人的学位论文提交至清华大学“中国学术期刊（光盘版）电子杂志社”用于出版和编入 CNKI《中国知识资源总库》或其他同类数据库，传播本学位论文的全部或部分内容。

学位论文作者签名： 卜艳琦 签字日期： 2023.6.12

导师签名： 杨红华 签字日期： 2023.6.12

导师(校外)签名： 李宇义 签字日期： 2023.6.12

# **Risk Control of Goodwill Impairment Audit in Media Industry: a case study of Huayi Brothers**

Candidate :Bu Yanjiao

Supervisor:Yang Lihua Li Zongyi

## 摘要

从 2014 年开始，由于政策的大力支持，中国资本市场在并购重组方面异常活跃，资本市场的商誉规模日益庞大。加之传媒行业轻资产特性明显，并购溢价现象更为突出，2017 年传媒行业商誉规模创历史新高，总计 1,471.74 亿元。传媒行业这些溢价商誉由于未来并不一定产生经济利益的流入，因此从严格意义上来说，并不能将其列入资产。并购增加了上市公司的规模，同时也带来了高溢价并购形成的商誉的减值风险。2018 年，传媒行业上市公司大规模计提商誉减值导致减值风险集中释放，产生了商誉“泡沫”。商誉大规模的凭空消失，很有可能诱发金融危机，为了维护资本市场的稳定，注册会计师在审计的过程中需要对商誉减值审计风险特别关注。

本文着眼于商誉减值审计风险控制研究：首先是现状分析，其次是案例分析最后是提出商誉减值审计风险控制措施。在现状分析部分，本文总结了传媒行业上市公司的商誉及商誉减值情况、商誉减值审计现状以及其审计风险，选择了传媒行业商誉减值损失占净利润超过 100%的样本公司，概括了其近几年商誉减值审计意见类型以及商誉减值监管情况与商誉减值审计风险。在案例分析部分，本文选取了华谊兄弟商誉减值审计的案例，分析了华谊兄弟商誉及商誉减值的形成过程，本文以风险导向审计理论为基础，着重分析了商誉减值审计过程中存在的重大错报风险和检查风险。其中商誉减值审计的重大错报风险主要包括按风险因素分为企业内外部环境风险，按审计风险形成环节，商誉估值不合理、商誉减值测试程序过于复杂和商誉相关会计信息披露不充分这一商誉各个确认环节均会导致审计风险，检查风险主要为注册会计师在商誉减值审计过程中未保持独立性、审计程序执行不到位和会计师事务所未建立监管规范等风险。

通过对本文的研究得出：一是传媒行业商誉并购溢价严重；二是本文从注册会计师的角度提出商誉减值审计风险控制措施，以期能够提高注册会计师的商誉减值审计风险应对水平，为其提供一些在审计实务中应对商誉减值审计的思路。

**摘要：** 传媒行业 商誉减值 华谊兄弟 商誉减值审计风险

## ABSTRACT

Since 2014, China's capital market has been very active in mergers and acquisitions due to the strong support of policies, the scale of goodwill in the capital market has been increasing, and the asset-light characteristic of the media industry is obvious, mergers and acquisitions premium phenomenon is more prominent, in 2017 the media industry goodwill scale hit a record high, a total of 147.174 billion yuan. These premium goodwill in the media industry can not be included as an asset in the strict sense because it does not necessarily generate an inflow of economic benefits in the future. mergers and acquisitions increases the scale of listed companies, but it also brings the risk of impairment of goodwill formed by High Premium mergers and acquisitions. in 2018, the large-scale impairment of goodwill of listed companies in media industry led to concentrated release of impairment risk, created a goodwill“Bubble”. In order to maintain the stability of the capital market, the Certified Public Accountant should pay special attention to the audit risk of goodwill impairment. This paper focuses on the Goodwill Impairment Audit Risk Control Research: first, the status quo analysis, followed by case analysis and finally put forward the Goodwill Impairment Audit Risk Control measures. In the part of status analysis, this paper summarizes the goodwill and goodwill impairment of listed

companies in media industry, the status quo of Goodwill Impairment Audit and its audit risk, this paper selects the sample companies in the media industry whose loss of goodwill impairment accounts for more than 100% of the net profit, and summarizes the types of audit opinions of goodwill impairment in recent years, the supervision of goodwill impairment and the risk of goodwill impairment audit. In the part of case analysis, this paper selects the case of Huayi Brothers' Goodwill Impairment Audit, analyzes the formation process of Huayi Brothers' goodwill and goodwill impairment, based on the risk-oriented audit theory, this paper focuses on the analysis of significant misstatement risk and inspection risk in the process of goodwill impairment audit. The major misstatement risk of goodwill impairment audit mainly includes the internal and external environment risk according to the risk factors, and the forming link according to the audit risk, the unreasonable valuation of goodwill, the complicated testing procedure of impairment of goodwill and the insufficient disclosure of accounting information related to goodwill all lead to audit risk, the inspection risks mainly include the Certified Public Accountant's lack of independence in the course of the Goodwill Impairment Audit, the inadequate implementation of the audit procedures and the lack of regulatory Accounting networks and associations. This paper concludes that the media industry goodwill mergers and acquisitions premium is serious, and the paper proposes

some measures to control the audit risk of goodwill impairment from a Certified Public Accountant perspective, in order to improve the Certified Public Accountant's risk response level of the Goodwill Impairment Audit, and provide some ideas for them to deal with the Goodwill Impairment Audit in the audit practice.

**Keywords:** The media industry; Goodwill Impairment; Huayi Brothers; Audit risk of goodwill impairment

# 目录

<b>1 绪论</b> .....	<b>1</b>
1.1 选题依据及意义.....	1
1.1.1 选题依据.....	1
1.1.2 研究目的、意义.....	2
1.2 研究现状.....	3
1.2.1 商誉减值研究现状.....	3
1.2.2 商誉减值审计风险研究.....	6
1.2.3 商誉减值审计风险控制研究.....	7
1.2.4 文献述评.....	9
1.3 研究的主要内容、研究方法.....	10
1.3.1 研究的主要内容.....	10
1.3.2 研究方法.....	12
<b>2 概念界定与理论基础</b> .....	<b>13</b>
2.1 概念界定.....	13
2.1.1 商誉减值.....	13
2.1.2 商誉减值审计.....	14
2.2 理论基础.....	15
2.2.1 信息不对称理论.....	15
2.2.2 过度自信理论.....	15
2.2.3 盈余管理理论.....	16
2.2.4 现代风险导向审计理论.....	16
<b>3 传媒行业商誉减值审计现状及风险</b> .....	<b>18</b>
3.1 商誉及商誉减值现状.....	18
3.1.1 高商誉的形成.....	18
3.1.2 商誉减值情况.....	21
3.2 商誉减值审计现状.....	22
3.3 商誉减值审计风险.....	24



3.3.1 商誉减值重大错报风险	24
3.3.2 商誉减值检查风险	24
<b>4 华谊兄弟商誉减值审计风险分析</b>	<b>27</b>
4.1 案例回顾	27
4.1.1 商誉及商誉减值情况	27
4.1.2 审计报告情况	30
4.2 财务报表层次重大错报风险	31
4.2.1 股权结构不合理	32
4.2.2 基于 PEST 分析识别宏观环境风险	33
4.3 认定层次重大错报风险	34
4.3.1 商誉初始确认溢价明显	35
4.3.2 商誉减值测试程序复杂	35
4.3.3 上市公司商誉减值信息披露不足	36
4.4 检查风险	38
4.4.1 过分依赖评估结果	38
4.4.2 审计程序执行不到位	38
4.4.3 会计师事务所未建立监管规范	39
<b>5 商誉减值审计风险控制措施</b>	<b>41</b>
5.1 财务报表层次重大错报风险控制	41
5.1.1 重视企业股权结构	41
5.1.2 评估被审计单位的宏观环境	41
5.2 认定层次重大错报风险控制	42
5.2.1 核查商誉初始价值确认是否合理	42
5.2.2 复核企业提供的数据	43
5.2.3 关注上市公司商誉减值信息披露质量	44
5.3 检查风险控制	45
5.3.1 保持职业怀疑	45
5.3.2 制定特定的审计程序	45
5.3.3 会计师事务所完善质量控制体系	46

<b>6 结论与展望</b> .....	<b>48</b>
6.1 结论 .....	48
6.2 展望 .....	49
<b>参考文献</b> .....	<b>50</b>
<b>致谢</b> .....	<b>54</b>

# 1 绪论

## 1.1 选题依据及意义

### 1.1.1 选题依据

我国为了资本市场的经济发展，2014年出台了《上市公司资产重组管理办法》，放宽了上市公司并购政策，由此引起一场国内的并购热潮。传媒行业上市公司大部分是“轻资产”企业，其在并购的过程中，几乎全部使用收益法来确认资产的价值，加之业绩承诺的存在，使得这部分溢价全部放入了商誉这个科目，因此，传媒行业的商誉占总资产的比重十分庞大。

2017年监管机构发现上市公司管理层在并购企业业绩不理想的情况下，更愿意一次性计提巨额商誉减值，从而改善企业日后经营，此时监管部门也意识到了“商誉泡沫”的潜在危害，在2018年就出台了《会计监管风险提示第8号——商誉减值》政策，主要是将业绩承诺期可以不计提商誉减值改为一旦发生减值事项就应该计提减值。与此同时，资本市场众说纷纭，商誉采用摊销法还是减值法争议颇大，大部分企业为了避免商誉采用摊销法，纷纷计提商誉减值从而减小商誉规模。因此2018年传媒行业商誉减值呈井喷式增长，当年商誉减值损失规模超过449.76亿元。虽然传媒行业大量计提商誉减值，但是前期积累的商誉规模十分庞大，因此有理由认为，传媒行业上市公司仍然面临着较大的商誉减值风险，注册会计师了解商誉减值成因以及降低商誉减值审计风险是非常有价值的。

监管机构对传媒行业上市公司计提巨额商誉减值的现象十分重视。2015年，证监会向赛迪传媒出具了首份有关商誉减值问题的处罚决定书，说明商誉减值风险早已存在并受到监管部门的关注，此后证监会在年报监管报告中指出上市公司商誉减值测试程序的披露不充分等问题。商誉减值风险日益严重，2018年商誉被政府部门重视，多家政府监管部门同时下达商誉减值监管风险提示。2019年3月，财政部针对商誉减值审计风险问题召开了会计师事务所年报审计风险警示会，会中对会计师事务所的商誉减值审计工作提出要求，进一步强调了商誉减值审计的紧迫性和必要性。这一要求下，商誉减值审计必然成为注册会计师的高风

险领域。因此，加强商誉减值审计风险控制措施研究迫在眉睫。

由于商誉本身存在着大量的判断与估计这一特性，提高了注册会计师商誉减值的审计难度和审计风险。另外，证监会在 2020 年出台了《关于修改〈上市公司非公开发行股票实施细则〉的决定》（简称《再融资规则》），融资政策的松绑，使并购市场再次充满活力。在市场需求如此旺盛的背景下，注册会计师只有尽可能降低商誉减值审计风险，发表高质量的审计意见，才有可能避免诉讼风险和声誉风险。商誉减值审计风险控制的研究，不光可以在目前帮助到会计师事务所应对商誉减值风险，还可以为以后在融资政策影响下产生的商誉在审计时提供商誉减值的审计思路。

### 1.1.2 研究目的、意义

#### （一）研究目的

本文将传媒行业上市公司作为研究对象，通过了解传媒行业商誉减值现状、商誉减值审计现状以及商誉减值风险，一方面希望通过对本文的研究，能够对传媒行业商誉减值审计风险控制理论体系的研究有所帮助，另一方面本文从注册会计师的角度出发，期望能够提出一些有建设性的商誉减值审计风险控制措施。

#### （二）研究意义

##### （1）理论意义

丰富传媒行业商誉减值审计风险控制体系。2018 年证监会提出商誉风险监管 8 号文件使得商誉在一个受多方监管的特殊环境下，且目前针对商誉减值审计风险的实务案例研究文献较少的现状下，本文将围绕传媒行业上市公司审计实务中面临的商誉减值审计风险展开研究，通过运用现代风险导向审计风险模型，解构传媒行业上市公司所面临的商誉减值重大错报风险和检查风险，从理论层面分析商誉减值审计风险的成因，并提出控制措施，期望能够丰富传媒行业的商誉减值审计风险控制体系。

##### （2）现实意义

提高审计工作质量。自从商誉受到多方政府部门的监管，大量的会计师事务所被约谈以及对其商誉减值审计实务提出要求，使得注册会计师在审计上市公司年度财务报表时，不得不直接面对商誉这一复杂的会计估计，但是，商誉减值审

计风险问题在之前的审计实务中并不存在，商誉减值成为注册会计师的难题，近年来商誉减值被列为关键审计事项的频次不断增加。本文通过结合商誉减值实践案例，分析风险所在以及提出控制措施，有助于注册会计师在承接业务时，面对商誉减值审计风险能够做好审计计划、实施审计程序来获取适当的、充分的审计证据，以此降低商誉减值审计风险，提高审计工作质量。

## 1.2 研究现状

### 1.2.1 商誉减值研究现状

#### （一）商誉本质

商誉本质研究起源于 18 世纪，Eldon 首次对商誉的本质做出解释，他认为商店能够吸引顾客再次购买其商品的能力就是商誉，这是商誉好感论的雏形，在后来的商誉本质的研究中，后人不断的丰富了其内涵，将公司管理者的品质、员工的能力等优秀品质也包含其中。英国学者 Leake（1914）认为商誉是企业能够在以后各会计期间实现超额利润的现值之和，在并购的过程中之所以能产生商誉的原因是企业为了获取并购企业的未在财务报表中体现出的盈利能力，超额收益论也受到了众多学者的认可与研究。Paton 和 Littleton（1940）一致认为商誉是企业的无形资产并发表在他们的研究成果《企业会计准则导论》。Canning（1929）研究表明商誉包含了众多无形资源，其认为商誉的本质是“总计价账户论”。Hendriksen（1965）在前人的研究基础上，将商誉的本质总结为“三元论”，即超额收益论、好感价值论及总计价账户论，并从这三个角度详细的阐释了商誉的本质，该观点被学界广泛认可。关于溢价并购是否合理，Laamanen（2007）选择了 458 笔并购案例，通过实证研究其并购后续收益，认为尽管在并购时支付了高额溢价，但这种支付是合理的，并不会导致负的超额收益。

国内对于商誉的研究起步较晚，在国外学者的研究基础上，我国学者也对商誉本质进行了深入的探讨，葛家澍（1996）认为企业之所以愿意支付高额溢价，就是为了获取能够使企业产生超额收益的无形资源，该观点支持了超额收益论。但杨汝梅（2009）在《无形资产论》一文中提出运用超额收益论来确认、计量商誉的可操作性不强，因为未来各期的超额收益在折现的过程中，存在大量职业判

断，这种会计估计的人为影响因素过多，导致商誉并不一定是实际的超额收益。白露珍（2012）通过对商誉本质“三元论”的深入研究，提出好感价值论难以将所有产生收益的“好感”因素列举出来，且这些因素难以用货币衡量出来，因此，好感价值论的实务操作性不强，也难以将商誉的本质概括全面；其认为超额收益论是最符合商誉本质的定义，即商誉是企业获取超额收益的能力，但是商誉在确认的过程中，商誉估计的空间过大，与实际商誉可能会产生较大的偏差，因此，此方法的操作性不强；总计价账户论是运用间接计量的方法确认商誉的一种方法，可操作性强，也被会计实务界广泛认可，但是此观点根本无法揭示商誉的本质。上官鸣和白沙（2019）将商誉本质后续研究进行总结，得出商誉本质还包括核心能力论和共同效应论，核心能力论将企业核心能力下的产物定义为商誉，共同效应论将合并后企业的能力超出合并前各企业的能力总和的部分定义为商誉。总而言之，目前我国在商誉本质的研究中，更广泛的使用的是总计价账户论。

## （二）商誉减值计量

关于商誉的后续计量是采用减值法还是摊销法一直备受争议，Dicksee 等（1928）认为只要企业发生并购，商誉便永远存在，他们主张商誉的后续计量永不采用摊销法。后有学者认为此方法不合理，违背了资产的谨慎性原则，主张一次冲销全部商誉，这两种方法过于极端，并不能反映出商誉后续计量的真实价值。在 2001 年之前，国际会计准则规定商誉采用摊销法，Jennings 等（2000）研究表明商誉摊销法并不能体现商誉本身的价值变动。后来有人也运用实证分析法验证了这一观点。Chamber（2007）通过分析得出企业要想提高商誉在财务报告中的会计信息质量，可以将摊销法和减值法两种方法结合使用。1995 年美国财务会计准则委员会在《长期资产减值会计处理》中提出将商誉后续计量采用减值法，并在 2001 年正式发布了相关要求，国际会计准则如法炮制，在 2004 年发布了针对商誉后续计量也采用减值测试法的相关规定，商誉减值法自发布以来，褒贬不一，Hamlmers 等（2009）认为商誉减值测试可能会成为管理层盈余管理的手段，主要原因是减值测试主观因素过强与对商誉的相关监管不完善。Chalmers（2014）研究表明，商誉减值测试法更能体现出商誉本身的价值。

关于商誉后续计量方法，我国与国际准则趋同，2006 年颁布了将商誉后续计量方法由摊销法改为减值法的新会计准则，并与 2007 年开始实施。国内学者对

商誉减值法发表了不同的看法，葛家澍（1996）依据会计收入、费用配比原则，认为商誉后续计量应该采用摊销法。周晓苏和黄殿英（2008）指出了商誉减值测试法存在的问题，比如商誉减值金额的准确性问题以及商誉减值过程披露不充分的问题等。包勇（2009）发现企业运用新准则，每年年末对商誉进行减值测试，依据未来现金流量来确定其是否发生减值，以此调整商誉的账面价值可以反映出商誉超额收益论的本质。赵宏杰（2008）建议将商誉每年年末都需计提减值改为只有在商誉发生减值时进行减值测试。杜兴强等（2011）通过对商誉的构成进行分解，提出对并购商誉按照其经济实质划分，对不同的部分采用不同的后续处理方法，属于商誉的部分采用减值法，不属于能够给企业带来超额收益而被列入商誉的部分应采用摊销法。孟荣芳（2017）认为只采用减值测试法对会计人员的业务能力要求过高，摊销法和减值法并行更具有可操作性，同时降低了对会计从业人员职业判断的要求。谢德仁（2019）认为减值法更符合会计准则的逻辑与发展，提出就算将商誉后续计量改为摊销法，也无法避免2018年之前就已经积压的巨额商誉带来的危机。

### （三）商誉减值信息披露研究

国外学者 Hayn 和 Hughes（2006）研究发现商誉摊销法与商誉的会计信息质量的相关性较低，一般会落后于商誉本质 3-4 年，有的甚至 10 年，说明商誉减值信息披露的信息没有参考性。Tyrone 等（2007）选择了澳大利亚最大的 50 家上市公司，对其商誉减值信息质量进行检验，发现大部分上市公司在披露商誉减值时并没有按照准则的要求披露。Diogenis 和 Gunna（2014）认为只有在严格遵守商誉减值信息披露的准则要求下，并购商誉在后续计量中才能体现出其公允价值，商誉减值测试过程中管理层的盈余操纵程度也会下降。Carla（2016）认为上市公司商誉减值信息披露质量与管理层关系密切，虽然准则对于商誉减值信息披露的程度标准不够明确，只要管理层能够合理估计相关参数并及时将其过程披露出来，就能够为信息使用者提供高质量的商誉减值信息。

国内关于商誉减值信息披露的研究起步于近几年，李玉菊、吴双（2015）通过对比中美商誉减值披露准则，发现美国商誉减值披露准则与我国相比较为完善，准则落实也比我国执行力高，提出我国可以借鉴美国的商誉减值披露准则来完善我国的商誉减值披露准则；另外我国应尽快建立上市公司诚信档案，以此提

高我国商誉减值披露质量。潘舒畅和黄宁霞（2019）研究表明上市公司对商誉的信息披露不充分、不真实，体现在商誉减值测值程序与一次性计提巨额减值的依据披露不充分，不真实体现在公司经营环境发生不利变化时仍存在不计提减值的现象。张若金和陈秋碧（2020）提出应同等重视商誉的表外披露与表内确认，对商誉表外披露应提出详细的披露要求，以此来提高商誉的会计信息质量。

## 1.2.2 商誉减值审计风险研究

### （一）商誉减值重大错报风险

国外学者 Hayn 等（2006）认为商誉初始确认的金额越大商誉减值风险也就越大，商誉是对标的企业的支付价款与标的企业的可辨认净资产之间的差额。Gu F 等（2011）提出并购企业对商誉的初始确认往往高于协同效应，导致被并购企业大额计提商誉减值，产生商誉减值风险。Laurion（2014）认为管理层在商誉减值测试的过程中，存在大量的估计与职业判断，使得商誉减值额掺有较多的人为因素，所以减值金额的准确性难以保证。Guler（2016）认为管理层通过商誉操纵利润的行为，会影响企业业绩的真实性，产生经营风险。Schatt 等（2016）通过讨论新准则下减值法与投资者对企业超额收益的现值之间的相关联的文献，他们认为虽然管理层披露了商誉减值相关信息，但是由于信息不对称，可能并没有提供真实信息，导致这些信息对于投资者来说可能是没有用的，投资者产生商誉减值负面反应，上市公司市值急速下降，不利于企业的发展。

王竞达、崔卫菁（2012）认为轻资产上市公司在收购时大部分会采用收益法确定其合并成本，管理层对于收益法中的未来收益、折现率等参数的选择过于随意，导致评估的合并成本过高产生商誉溢价。陈敏和黄斌（2015）认为如果商誉在初始确认时溢价过高，后期可能计提商誉减值的风险较大，造成企业日后经营不善的窘境。罗芳（2016）研究表明上市公司倾向于不计提或少计提商誉减值，而前期在并购浪潮中积攒下来的商誉随时面临着商誉减值风险。张黎焱（2019）基于传媒行业上市公司年报中所列示的关键审计事项，提出商誉减值的风险主要体现在：商誉减值程序中管理层盈余操纵的空间较大；不合理的业绩承诺会加大传媒行业的商誉溢价风险；商誉减值会给企业利润带来巨大变化；传媒行业商誉减值信息失真，会给投资者带来巨大损失。武恒光等（2022）通过实证研究，认



为商誉减值风险与企业的内部控制相关，内部控制缺陷与商誉减值风险正相关，即企业的内部控制缺陷越少，商誉减值的幅度越小，反之，也成立。

## （二）商誉减值检查风险

国外学者 Khurana 和 Kim(2003)研究发现在估计商誉的公允价值的过程中，部分公司所选的估计参数与方法更具有主观性，导致审计人员在审计的过程中难以确定其合理性，加大了审计难度和风险。Akgun 等(2011)认可了前文的观点，提出在商誉的审计过程中，需要配备专业胜任能力更高的审计人员来应对商誉减值测试过程中的管理层主观使用参数的准确性，在不知不觉中加大了商誉减值的审计成本与审计风险。Joseph 和 Wong(2005)认为高质量的审计人员在面对审计失败时，所承担的风险更高，对于公司内部股权结构更为复杂的企业更容易聘请高质量的审计团队。Ettredge(2014)选择了银行控股公司进行实证分析，检验了审计收费与公允价值计量的资产占总资产比例这两者之间存在显著的正相关的关系。

徐玉德等(2011)通过实证分析，得出商誉减值计提多的上市公司更愿意聘请高质量的外部审计，会计师事务所为了降低商誉减值审计风险，会加大资源的投入，也会派出高质量的审计师对计提高额商誉减值的上市公司做出审计应对措施。郝玉贵等(2014)通过实证分析了公允价值计量的资产与审计收费之间的关系，提出公允价值计量的资产价值变动越大，审计收费也越高，而审计收费高的缘由是资产公允价值的估值风险与资产计量的准确性风险，加大了审计风险。冯雪彬等(2014)提出商誉减值过程中需要大量的职业判断，使得原始数据的准确性有待验证，增加了审计的难度与风险。赵彦峰等(2021)实证分析了溢价商誉与审计意见之间的关系，研究表明，溢价商誉会加大企业经营风险，审计师应对超额商誉时不得不加大审计投入来降低审计风险，上市公司越容易被出具非标审计意见，即溢价商誉越明显的企业被出具“非标”审计意见的概率越大。

### 1.2.3 商誉减值审计风险控制研究

国外学者对于商誉减值审计风险直接应对研究相对较少，主要集中在间接降低审计风险方面。

#### （一）重大错报审计风险控制

Bushee 等（2002）认为媒体可以降低信息不对称，因为媒体通过对信息报道有助于将信息传播出来，这说明环境监督有助于降低企业管理层做决定的随意性。Firth 和 Wong（2005）通过对比分析，认为被监管部门处罚过的注册会计师相比于没有被处罚过的更容易出具非标的审计意见，这表明外部监管严格能够提高审计人员的独立性。Defong（2010）认为监管部门加强对会计师事务所的管理有助于会计师事务所对审计实务的重视，提高审计质量。Humayun Kabir 和 Asheq Rahman（2016）认为良好的公司内部控制体系能够保证上市公司会计准则的执行，因此，内控体系完善有助于降低商誉的盈余管理行为。

李长爱（2004）提出以政府监管和行业自律双重监管自实施以来，存在较多问题，只有双重监管体系健全才能更好的指导审计实务。卢锐等（2011）通过实证分析得出，企业的内部控制越完善，管理层的利润操纵的空间也越小，管理层也对自身业绩情况更敏感，保证了会计信息的质量。王世基（2017）从会计政策的角度出发，认为监管部门制定更为详细的商誉后续处理准则，有助于减少应计盈余管理的空间，从而降低审计风险。陈耿、严彩虹（2020）基于委托代理理论，得出管理层代理冲突越大的上市公司，商誉的规模越大，提出企业的内部控制完善是能够降低风险和外部监管机制也能够降低商誉减值风险的观点。许罡（2020）提出及时有效的披露商誉信息，能够发挥市场信号传递的功能，提高商誉的准确性，有助于降低商誉减值的审计风险。

## （二）检查风险控制

Hussainey（2009）认为当被审计单位聘请高质量的审计团队时，保证了上市公司的财务信息的质量，投资者对企业盈利能力的预测也更为准确，更有利于其做出经济决策，说明聘请审计质量高的会计师事务所，有利于降低管理层利用商誉进行盈余管理的动机。Maria Tissen 和 Ruta Senidere（2014）研究发现并购审计的作用不仅仅是帮助并购企业了解被并购企业的财务状况，更是实现企业整合之后的协同发展，提出在并购审计过程中，注册会计师应制定特定的并购审计程序，这样可以更全面的确定被并购企业的真实价值，降低并购后业绩变脸引起的商誉减值风险，进而降低审计风险。

张秋华（2008）认为注册会计师在审计的过程中，应派遣专业胜任能力强、经验更加丰富的审计人员来应对商誉减值这一复杂的会计估计，审计人员应做好

认真计划，另外会计师事务所应做好商誉减值方面的审计人员的培训工作，更好的应对商誉减值审计实务。刘江杰（2018）通过分析 A 股上市公司的商誉减值现象，详细阐述了商誉减值过程产生审计风险的环节，并提出了检查评估专家的评估报告中使用的假设和参数的合理性的审计程序。郭照蕊和黄俊（2020）研究认为聘请高质量的审计团队能够减少上市公司管理层盈余管理的动机，抑制上市公司溢价商誉的产生。张心蕾和冯均科（2022）通过实证分析得出：商誉减值审计专业胜任能力强的注册会计师能够降低商誉减值审计风险。徐新平（2022）通过实证对比分析，认为高质量的审计能够抑制管理层的盈余管理行为，而低质量的审计显著增加了管理层的盈余操纵，表明高质量的审计有助于保障会计信息质量，减少审计风险。

#### 1.2.4 文献述评

综上所述，国内外的研究重点还主要放在对商誉本质、商誉减值程序的复杂性、商誉披露不充分带来的风险等问题上。对于商誉后续计量方法的争议，国内外学者也发表的不同的见解，研究的较为深入。关于商誉减值的风险防范近几年国内外学者也取得了不同程度的成果。现阶段关于商誉减值的审计风险的形成、动因等，已有较多的学者从不同的层面进行了大量的实证分析，不断的将商誉减值审计风险的影响因素挖掘出来，已基本形成其理论体系。但是目前将商誉减值审计风险的理论体系结合商誉减值审计的现实案例研究较少，商誉减值审计实务工作中存在着许多问题还有待解决，关于在审计的过程中，对于重大错报风险的识别和评估，制定审计重要性水平，从而降低检查风险的问题还有待进一步的研究。

自并购热潮以来，传媒行业上市公司并购活动异常活跃，传媒行业大部分上市公司的“轻资产”特性十分明显，在并购的过程中容易产生超额商誉，存在商誉减值审计风险，因此，结合传媒行业的行业特性，了解商誉减值的形成原因以及所带来的风险，并针对商誉减值审计风险提出相应的控制措施是十分必要的。

## 1.3 研究的主要内容、研究方法

### 1.3.1 研究的主要内容

本文一共分为六个部分：

第一部分，绪论。概括当前市场中并购热潮下商誉的形成背景及现状，阐述本文的研究背景及意义，然后通过国内外学者的相关研究引出本文研究的主题及内容。

第二部分，概念界定与理论基础。在这一部分，主要阐述与商誉减值以及商誉减值审计有关的概念界定与理论基础。通过查阅资料，了解到与商誉减值审计风险相关的理论有信息不对称理论，过度自信理论、盈余管理理论以及现代风险导向审计理论等。

第三部分，传媒行业商誉减值审计现状及风险。这一部分介绍传媒行业上市公司近几年的商誉的形成和商誉减值的情况，分析商誉减值审计的现状以及商誉减值审计风险。

第四部分，华谊兄弟商誉减值审计风险分析。首先简要回顾案例，阐述案例中企业商誉形成的过程以及商誉减值的计提情况、回顾华谊兄弟近几年的审计报告；最后依据审计风险模型对商誉减值审计风险进行分拆并逐个分析其存在上述风险的原因。

第五部分，传媒行业上市公司商誉减值审计风险控制措施。依据前文所述的商誉减值审计风险上升到整个行业，然后从审计风险的成因角度分别提出相对应的审计风险控制措施。

第六部分，结论与展望。这一部分将对全文进行总结，提出最后的启示。

研究思路如图 1.1 所示：

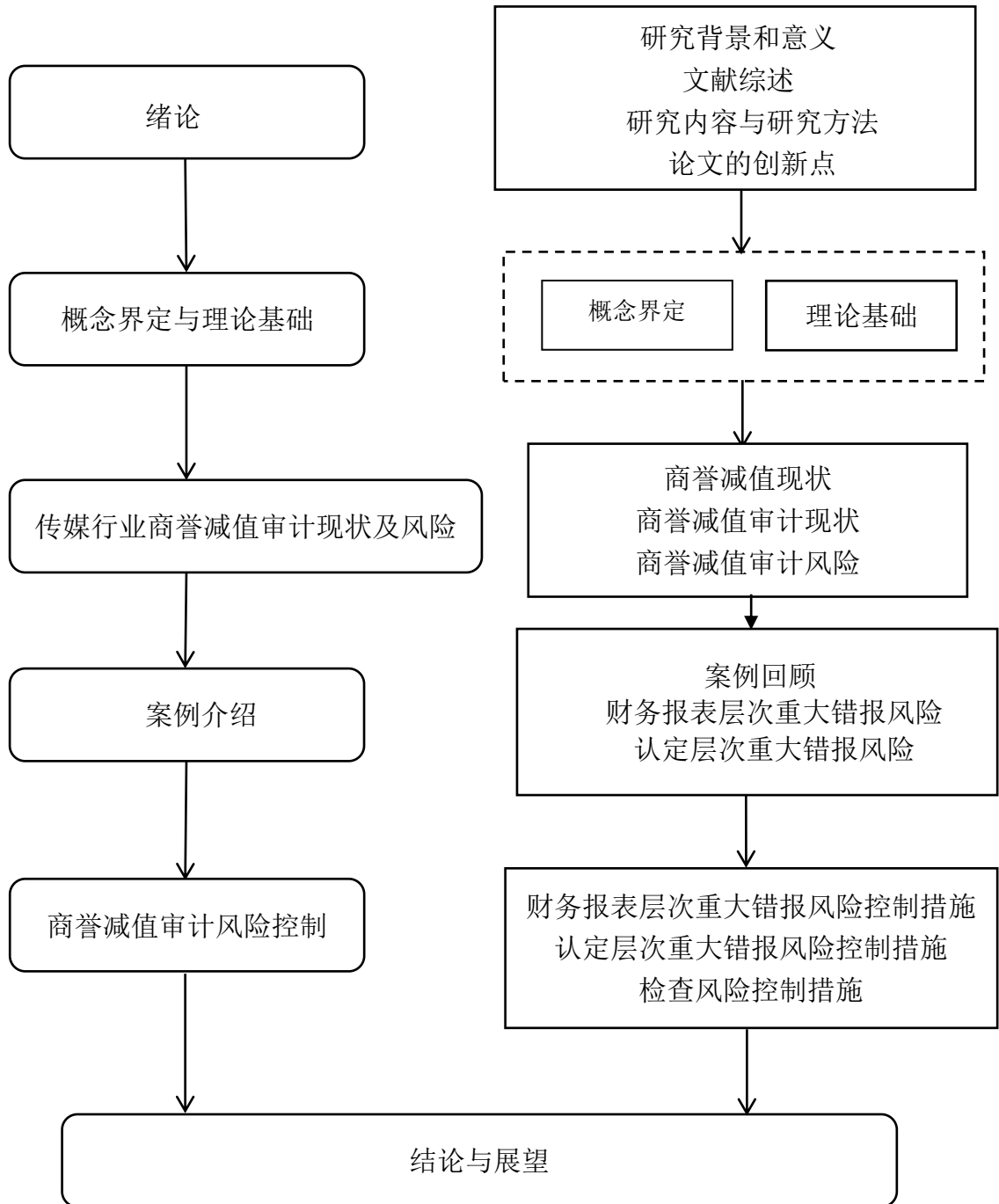


图 1.1 技术路线图

### 1.3.2 研究方法

#### (1) 文献研究法

本文通过查阅中国知网、万方数据库等平台的论文及期刊，了解国内外关于商誉减值审计风险的相关研究现状，以及与商誉减值审计风险有关的信息不对称理论、过度自信理论、现代风险导向审计理论，为案例分析和风险控制对策的提出奠定基础。

#### (2) 案例分析法

本文通过引入商誉减值相关的经典案例，运用现代风险导向审计理论，通过审计风险模型分析商誉减值审计风险及审计风险的产生成因，最后将提出的商誉减值控制措施上升到整个传媒行业，从而降低传媒行业的商誉减值审计风险。

## 2 概念界定与理论基础

### 2.1 概念界定

#### 2.1.1 商誉减值

##### （一）商誉

国外关于商誉准则的研究较早，美国从 20 世纪就开始了商誉会计准则的研究，2001 年财务会计准则委员会颁布第 142 号准则《商誉及其他无形资产》，将商誉定义为“并购企业支付成本超过购买企业各项资产和负债所承担的差额”，同时，将商誉定义为企业资产。商誉从取得方式可以分为自创商誉和外购商誉，本文的研究重点是外购商誉，因为只有外购商誉体现在财务报表中，具有商誉减值的风险。传媒行业的商誉主要包括明星资源、经纪人资源等。

关于商誉的本质，业界广泛流传的有好感价值论、超额收益论和总计价账户论，也就是著名的“三元论”，好感价值论指企业对消费者重复购买的吸引能力，这种能力包含的因素比较众多且复杂，这种吸引力还与顾客的个人消费偏好有关，因此无法准确计算出这种吸引力给企业带来的收益；超额收益论指基于当前的情况对企业未来盈利的预测，由于目前的技术以及未来的不确定性，会计人员在判断商誉所能带来的超额收益时，主观因素过多而影响了商誉的准确性，因此，同样不具有可操作性。总计价账户论是合并成本与被合并企业可辨认净资产份额的差额，这一方法从侧面将商誉的值可以计算出来，但是此观点并不能直接反映出商誉的本质，而且传媒行业可辨认净资产较少，商誉中包含了很多不属于商誉的成分，比如一些由于技术原因无法可靠计量的可辨认资产。

目前国外对于商誉的确认都达成了共识，国际会计准则委员会在 2001 年颁布了商誉有关会计处理的准则，准则中规定采用总计价账户论来计确认商誉。我国关于商誉会计准则的研究从 1995 年开始至今不到 30 年的历史，使得我国在商誉会计准则的制定方面有机会借鉴国外比较丰富的经验，实现与国际会计准则趋同，并在 2006 年颁布了《企业会计准则—企业合并》，准则中关于商誉的初始确认与后续计量都借鉴了国外的经验，制定了适合我国国情企业会计准则。

## （二）商誉减值

新准则规定商誉的后续计量方法采用减值法，并且企业应当每年年末对商誉进行减值测试，商誉由于其不可辨认性，在减值测试时必须依附于资产或资产组组合，如果经过测试发生商誉减值损失，就应该在当期将减值损失计入当期损益，并且一经计提，不得转回。

商誉减值测试步骤：

1、划分资产组与资产组组合。企业在划分资产组或资产组组合时应选择能够单独获取收益的最小的单元为一个资产组，大部分传媒行业上市公司在选择资产组时将并购企业整体作为一个资产组。

2、将商誉的账面价值在资产组或资产组组合之间分摊。分摊的具体原则是按照资产组或资产组组合的公允价值进行分摊，难以取得公允价值的按照账面价值分摊。

3、确定可回收金额。传媒行业经常使用收益法确认相关的资产组可回收金额，以业绩补偿作为未来现金流量的预估值，选择一定的折现率对其折现从而可回收金额。

4、确认商誉减值。首先将可回收金额与不包含商誉的与其相关的资产组的账面价值相比，当可回收金额小于资产的账面价值时，商誉全额计提减值损失；反之，对可回收金额与包含全部商誉的资产组的账面价值进行比较，如果可回收金额小于账面价值，按股权比例计算商誉减值，如果可回收金额大于账面价值，没有发生减值。

5、账务处理。比照上述情况，填制恰当的会计分录。

### 2.1.2 商誉减值审计

商誉减值审计指审计人员接受委托或授权对被审计单位的商誉初始确认以及后续计量的会计资料，在审计过程中，确定商誉的重要程度，判断其合法性、合规性和准确性，依据审计准则，制定审计计划并实施审计程序来降低审计风险的经济监督、鉴证、评价活动。

商誉减值测试过程中资产组的划分、折现率的选择以及未来现金流量的预测等都需要会计人员进行职业判断，这些大量的会计估计导致商誉减值准确性难以



确定的重大错报风险以及管理层存在盈余管理动机的特别风险，因此，在审计过程中，审计人员应对商誉减值重大错报风险和特别风险给予重视。

商誉的审计目标与其他资产一致，都是根据与资产负债表相关、与利润表相关以及与列报披露相关的审计目标来制定具体的目标，一般包括：商誉在财务报表中是否存在；商誉是否是该单位的权利与义务；商誉初始确认与后续计量是否恰当记录；将其他资产计入商誉的情况是否存在，也就是分类是否合理；财务报告附注是否将商誉初始定价、后续减值测试程序以及相关的审计程序进行恰当的披露。

## 2.2 理论基础

### 2.2.1 信息不对称理论

信息不对称理论是指在市场中个体由于对信息传递与获取的时间不同，另外个体对于信息的理解程度也截然不同，因此掌握信息更多的一方可以向信息掌握少的一方收费来实现信息共享，为其带来经济利益的现象。也就是说，有价值的信息是可以为信息拥有者带来一定收益的。本文的信息不对称主要体现在以下两个方面：

一、并购方与被并购方之间的信息不对称。在并购时，被并购企业管理层主要负责企业日常经营管理，对被并购企业的经营状况与财务状况等信息十分了解，但并购方对被并购企业的经营状况等详细情况并不了解，因此双方掌握的信息存在不对称现象，并购企业在对被并购企业估值时很可能会高估企业的未来盈利情况，从而产生并购溢价，形成巨额商誉，增加了以后期间的商誉减值风险。

二、股东与管理层之间存在信息不对称。企业在完成并购重组之后，管理层负责企业的日常运行，对被并购公司的业绩情况更为熟悉，股东并不像管理层那样与企业日常经营联系密切，管理层为了满足自身利益需求，可能会利用信息不对称来操纵企业的利润，使得会计信息失真，导致广大股东利益受损。

### 2.2.2 过度自信理论

过度自信理论是基于心理学对人的行为的解读，该理论认为人在积累了一定

的知识以后，对于其掌握的知识是过于自信的。过度自信理论是行为金融学的四大研究成果之一。投资者过度自信是指投资者在做出决策时，会过分高估能引起人们关注的信息，高估所评估的信息的价格，使得价格与价值相差甚远，增加市场波动。

本文中并购公司的管理层对并购结果过于自信，在并购交易的过程中往往存在高估并购标的公司的价值，另外管理层为了扩大公司规模疯狂并购，在此情况下，并购公司产生大量的超额并购情况，产生了巨额商誉，增加了后期计提商誉减值可能性。目前，过度自信理论是理解当前市场并购时产生大量超额商誉的最多的理论。

### 2.2.3 盈余管理理论

盈余管理理论指企业的管理层在不违背企业会计准则的基础上，为了实现个人利益最大化，对企业的利润进行人为操纵的行为方式。从概念中就可以看出，企业会计准则本身存在一定的弹性，企业管理层利用会计估计就可以实现其目的，另外管理层在现实生活中的利益的诱惑下，甚至违背企业会计准则，通过会计舞弊的方式来操纵企业利润，在这种情形下，盈余管理已经丧失了其中立性的原则，企业的会计信息完全失去参考价值，投资者在不明的情况下做出投资决策，成为上市公司管理层“割韭菜”的棋子，遭受惨重的损失。

准则中本身对商誉的规定存在较多的可选择空间，商誉初始确认时采用对于评估方法的选择、商誉减值测试时折现率的选择以及未来现金流量的预测这些参数的判断使得管理层商誉在计量的过程中存在较大的盈余管理空间。管理层在为了实现业绩要求，就很有可能利用商誉在会计准则中的弹性来操纵盈余，延迟上市公司商誉减值的计提期间，暂时高估了该上市公司的股价，造成市场中小投资者的重大损失，扰乱资本市场的资源配置。

### 2.2.4 现代风险导向审计理论

现代风险导向审计理论指运用现代风险导向审计模型对被审计单位的审计风险量化的一种审计风险理念。该模型具体为：审计风险=重大错报风险×检查风险。重大错报风险指被审计单位的财务报表在审计之前就存在重大错报的可能

性，其包括认定层次重大错报和财务报表层次重大错报风险，检查风险指审计人员在实施了恰当的审计程序后未发现错报的可能性。在审计的过程中，审计人员通过对认定层次和财务报表层次的风险分别进行评估来确认被审计单位的重大错报风险，财务报表层次的重大错报风险主要体现在被审计单位的内外部环境风险，企业的内部经营战略选择不善、行业发展前景不佳等都会带来财务报表层次的重大错报风险，认定层次的重大错报风险主要与相关的经济事项的会计确认、计量以及记录各环节产生的风险有关。检查风险主要体现在审计人员在执行审计过程中的独立性与审计程序制定是否合理有关。

商誉减值审计风险指商誉减值的重大错报或连同其他错报是重大的，审计人员对此发表了不恰当的审计意见的可能性。本文认为商誉减值审计是审计的一部分，因此审计风险模型同样适用于商誉减值，即商誉减值审计风险=商誉减值重大错报风险×商誉减值检查风险。商誉减值的财务报表层次的重大错报风险体现在被审计单位管理层利用内部控制缺陷操纵商誉减值的大小，进而调节企业利润的风险以及企业外部的政治、经济、技术、文化等宏观环境风险。其认定层次的重大错报风险体现在商誉确认的各个环节上。其检查风险体现在审计人员在在审计的过程中实施了一定的审计程序，仍未查出这一商誉减值重大错报的可能性。

### 3 传媒行业商誉减值审计现状及风险

#### 3.1 商誉及商誉减值现状

##### 3.1.1 高商誉的形成

###### （一）行业特征

行业发展。随着我国居民收入的不断提高，个人消费能力也不断上升，人们对于精神文化的需求日益增加，另外政府出台了多部支持文化产业发展的政策，使我国文化多元化发展得到保障，这些相关政策使得我国文化传媒行业受到政府的关注与支持，因此，文化传媒行业的生产总值也不断上升，形成了蓬勃发展的趋势。2012年至2019年不到十年时间里传媒行业总产值实现了2.4倍的增长。但是从2020年开始至2022年年底解封之前，为了降低疫情的感染率，这三年全国各大影院时不时处于半停产状态，传媒行业产值直线下滑。但自解封之后，各大影院重新启动，传媒行业枯木逢春，行业发展前景可观。

“轻资产”特性。传媒行业大部分上市公司实物资产较少，传媒行业并不需要将影视基地这种大额的实物资产买下来，不属于公司的资产，另外核心资源多为难以准确计量的无形资源，比如知识产权资源、明星资源、经纪人资源等，这些资源都是企业的核心竞争力，由于其难以可靠的计量，传媒行业上市公司并购的时候将这部分倒挤在商誉这一会计科目中，“轻资产”特性使得传媒行业溢价收购远高于其他行业，商誉占资产负债表中总资产的比重比其他行业高有一定的合理性。

高风险性。近些年国家广电总局对所有的影视文化作品的把关十分严格，在影视文化作品播出之前必须经过严格挑选、审核的阶段，保证播出高质量的文化作品。其目的是防止向大众传播负能量价值观的和不符合青少年观看的作品。很多影视作品因为种种原因很可能被搁置，比如“限韩令”的执行，我国很多包含韩国演员的作品被禁播，还有部分未上映的作品无法上映，成为永久性的存货，导致影视作品在开拍之前的所有投入“打水漂”，损失惨重。另外明星资源的不稳定性也会带来高风险。流量明星会给传媒公司带来大量的高额收益，但是现代

娱乐圈流量的时效性非常短，如果流量明星没有好的作品，很可能存在昙花一现的情况，另外近几年明星“塌房”现象层出不穷，2021年吴亦凡被爆出“性丑闻”事件，由于其违法行为，很多品牌方为了减少损失纷纷解约，弹指之间明星IP不复存在，还有其之前参演的影视作品与即将上架的《青簪行》也被永久封杀，这些作品的投资方承受了巨额亏损。

## （二）商誉的形成过程

2014年，政府出台了《关于推动传统传媒和新兴媒体融合发展的指导意见》以及《上市公司重大资产重组管理办法》，传统传媒行业想要转型为新兴媒体，企业并购是最好的方式之一，加之政府又支持企业通过并购重组来整合资源，高效的利用资源。政策的支持使得传媒行业迅速扩张，传媒行业上市公司进行了大量的并购交易，使传媒行业一度成为并购重组最活跃的行业之一。

我国资本市场积攒了大量的商誉，2018年是我国资本市场商誉规模最高的一年。不同行业商誉的形成也大相径庭，如图3.1所示，本文根据Wind数据库整理出2018年我国行业商誉排名前八的行业，医药生物行业、传媒行业和计算机行业是商誉规模最大、轻资产特性最明显以及商誉占净资产比重最高的行业。资本市场自并购热潮以来，这三个行业并购活动格外频繁且金额巨大，主要是通过并购获取被并购公司的技术、品牌、专利等无形资产，由于无形资产难以合理的估计其以后的盈利能力，因此，这三个行业普遍存在高估值现象，导致行业内上市公司财务报表中存在巨额商誉。

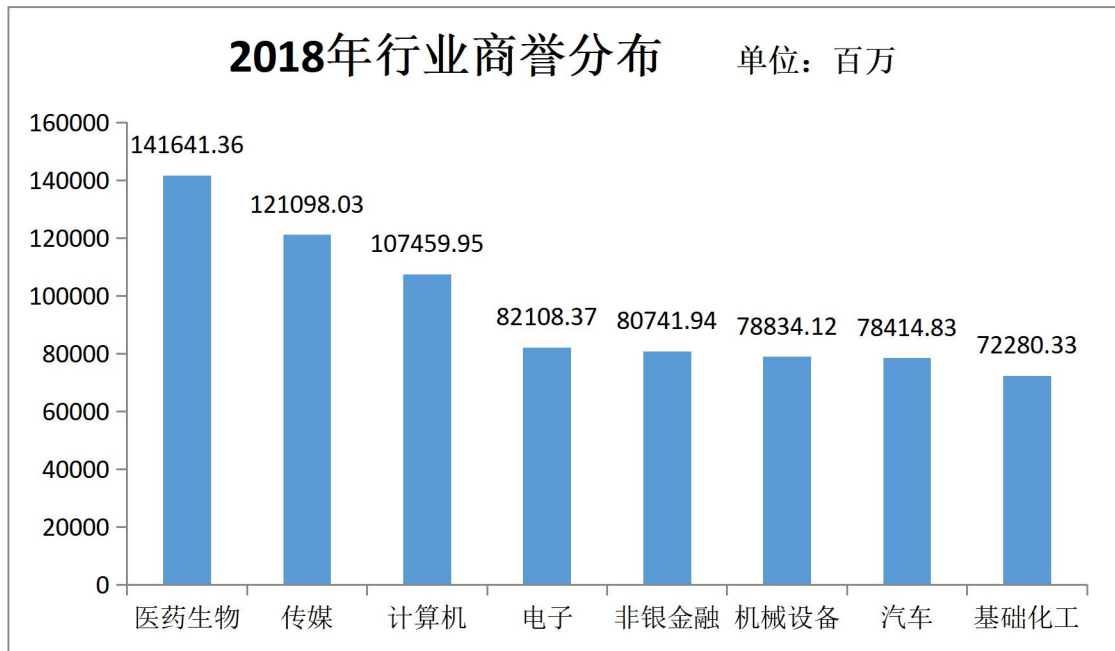


图 3.1 2018 年各行业商誉分布

2018 年政府监管加强之后，轻资产行业大额计提商誉减值，如图 3.2 所示，2021 年，传媒行业商誉与 2018 年相比，减少了 500 多亿，虽然传媒行业这几年商誉存量大幅下降，但是总量仍然十分庞大，商誉减值风险仍是传媒行业面临的重大问题。

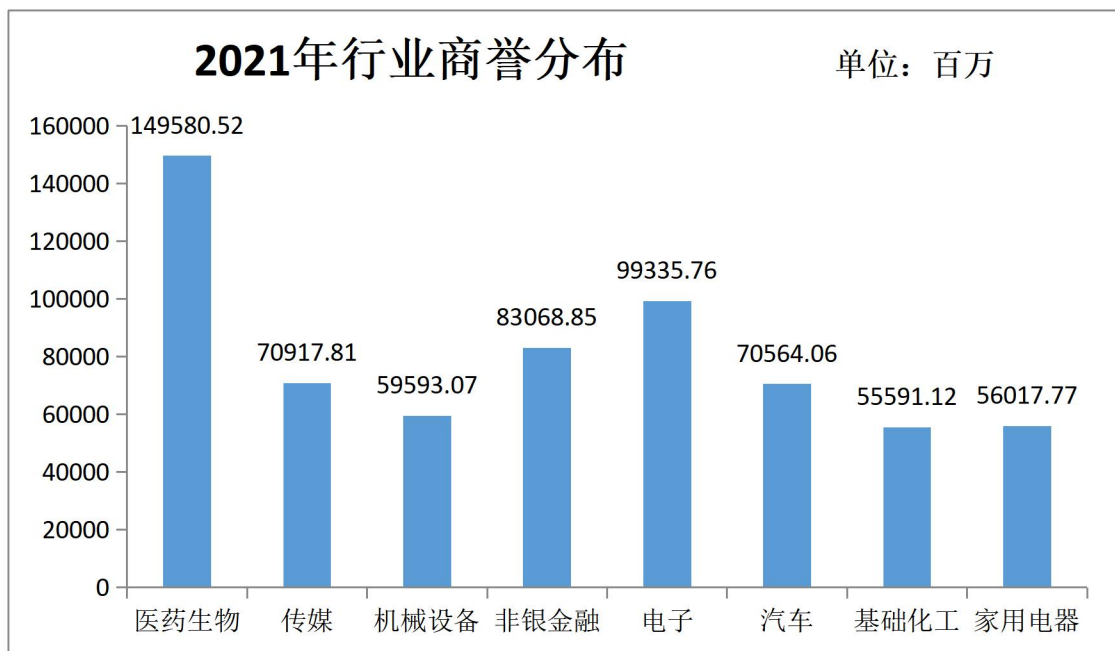


图 3.2 2021 年各行业商誉分布

传媒行业在并购热潮以来，行业内上市公司并购数量不断增加的同时，其商誉的规模也不断扩大，近几年上市公司为了避免商誉泡沫的危害性，计提了不少商誉减值，但是传媒行业商誉规模仍是资本市场商誉规模第二大的行业。如图 3.3 所示，2013 年-2017 年，传媒行业商誉增长率虽然有所下降，但是商誉不断累积，商誉规模不断加大，截止 2017 年年底，传媒行业的商誉规模达到峰值，金额合计 1471.74 亿元，比 2013 年商誉规模涨了 10 倍多。2018 年至今，商誉增长的幅度远小于商誉减值计提的幅度，但是传媒行业商誉总量还是十分庞大的，截止 2021 年，传媒行业商誉还有 709.18 亿。

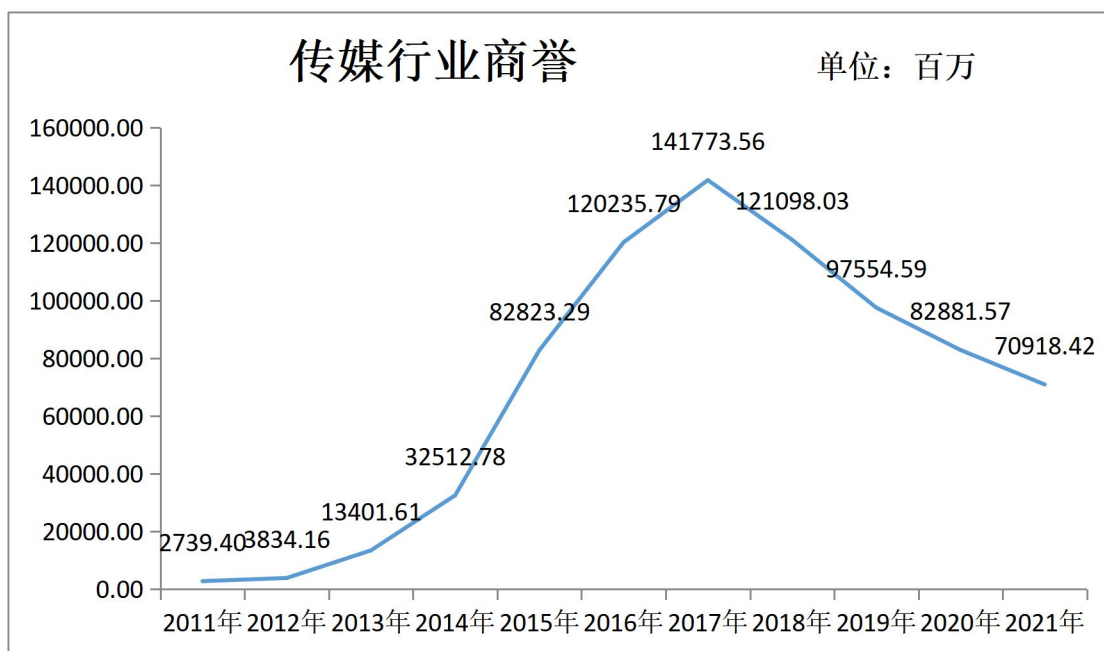


图 3.3 2011-2021 年传媒行业商誉现状

### 3.1.2 商誉减值情况

如图 3.4 所示，2011-2015 年传媒行业上市公司未计提商誉减值，2016-2017 年传媒行业计提了少量的商誉减值，2016-2021 这 6 年间，传媒行业共计 146 家上市公司计提了商誉减值，累积的商誉减值损失总额达 2762 亿元。2018 年传媒行业计提了巨额商誉减值，商誉减值计提额呈现断崖式增长，当年传媒行业只有 38 家上市公司计提了商誉减值，但是商誉减值损失高达 449.76 亿元，与 2016 年相比，计提商誉减值损失增长了近 6 倍。2019 年和 2020 年，传媒行业大肆计

提高商誉减值，仅 2020 年一年就计提了 776.97 亿的高誉减值准备。

通过上述对传媒行业商誉在资本市场中的商誉情况、传媒行业商誉以及商誉减值现状可以看出，传媒行业商誉仍然十分庞大，商誉减值风险仍然存在，传媒行业上市公司商誉以及商誉减值带来的损失不可以忽视，传媒行业仍是研究商誉及商誉减值审计的典型行业。

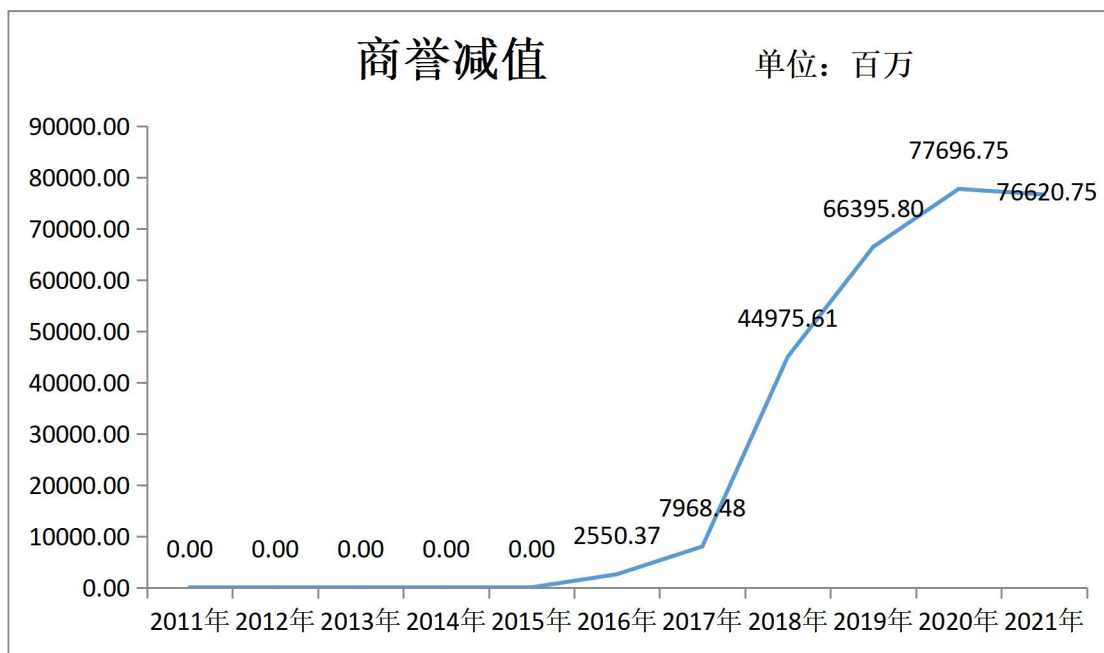


图 3.4 2011-2021 年传媒行业商誉减值情况

### 3.2 商誉减值审计现状

自从监管部门加强对商誉减值风险的关注以来，商誉减值审计也成为注册会计师的审计重点，越来越多的审计报告中将商誉减值列为关键审计事项，这体现了商誉减值存在重大错报的可能性较高以及注册会计师对商誉减值审计的重视。根据 2016 年 12 月《中国注册会计师审计准则第 1504 号》准则规定：2017 年起，注册会计师应当在审计报告中增加关键审计事项段，其主要目的是说明在年报审计中的重要事项。自准则开始实施以来，当年注册会计师就意识到了包含高商誉的上市公司的商誉减值风险，并将风险反映在了关键审计事项中。

本文以 2021 年商誉减值损失占净利润的比重超过 100%的传媒行业上市公司为样本，总共 53 家样本上市公司，不包括 2 家因为非商誉相关的事项而被出具



无法表示意见的审计报告的上市公司。为了深入研究传媒行业的商誉减值审计现状，本文将围绕这 53 家样本公司的审计意见类型和关键审计事项展开分析，其中 34 家上市公司的商誉减值被列为关键审计事项，说明大部分商誉减值占净资产比重较高的上市公司商誉减值风险处于高风险。

审计意见是注册会计师在执行完审计程序后，对上企业财务报表是否遵循鉴证标准而发表的意见，审计意见包括标准无保留意见和“非标意见”两大类，其中“非标意见”包括带强调事项段的无保留意见、保留意见、无法表示意见和否定意见四种。如表 3.1 所示，通过将 53 家样本公司与传媒行业 146 家的审计意见进行对比，样本公司被出具非标审计意见的比例为 9.1%，明显商誉减值占净利润比例高的上市公司比传媒行业总体被出具非标审计意见的比例高，这意味着商誉减值所带来的重大错报风险相比于行业来说处于高风险水平。研究发现，传媒行业上市公司并购重组溢价严重，但是并购企业经常以现金兑付，导致企业短期经营现金减少，偿债能力减弱，影响企业的日常经营，这是导致上市公司被出具非标审计意见的重要原因。

表 3.1 审计意见类型

审计意见	样本公司	传媒行业
无法表示意见	2	3
保留意见	3	5
无保留意见	50	138
合计	55	146

资料来源：wind 数据库

准则中规定对商誉的后续计量采用减值法，商誉减值测试程序中许多主客观因素的影响使得商誉减值金额的准确性难以确定，被审计单位的管理层有机会利用商誉减值操控利润，因此，注册会计师在审计实务中应重点关注商誉减值带来的重大错报风险，另外，2019 年大部分上市公司出现亏损，主要原因是资本市场中传出商誉后续计量将采用摊销法，上市公司为了以后利润不被吞噬疯狂计提商誉减值，财政部为了避免商誉带来金融风险，在 2019 年财政部再次声明商誉的后续计量方法仍采用减值法，这意味着审计人员在以后的审计过程中仍需面对

商誉减值这一风险。

### 3.3 商誉减值审计风险

商誉减值审计是年报审计的重要的一部分，注册会计师在审计工作开展中可以依据审计风险模型来建立商誉减值审计风险模型。商誉减值审计风险主要来源于商誉减值本身对财务报表影响重大审计师却难以发现其计量的不合理的可能性。因此，在审计风险一定的情况下，商誉减值重大错报风险与商誉减值检查风险是负相关的，商誉减值重大错报风险越高，那么可接受的检查风险的水平就越低，注册会计师应追加审计程序。反之，也成立。

#### 3.3.1 商誉减值重大错报风险

商誉减值重大错报风险在审计前就存在，与审计工作无关且独立存在的。按照重大错报风险形成过程的逻辑可以构建商誉减值重大错报风险识别体系，可以依据风险因素来识别商誉减值重大错报风险，从而更进一步分析出这些风险因素是如何导致商誉减值重大错报风险的。风险因素按被审计单位分为主观和客观风险因素，按照风险形成环节可以分为商誉初始确认环节风险、商誉减值测试环节风险以及商誉披露环节风险，审计人员在制定审计计划、执行审计程序时，可以按照风险形成过程分环节应对重大错报风险带来的审计风险。

#### 3.3.2 商誉减值检查风险

##### （一）商誉减值审计问题

从商誉监管年 2018 年开始截止 2020 年 11 月，证监会对 13 家会计师事务所因商誉减值审计工作不到位出具了警示函，其中涉及上市公司 22 家，包括 23 个审计项目，这些项目不仅包括了当期的年报审计项目，还包括对以前年度的审计项目的复查。另外，每年证监会检查审计机构，并指出这些审计机构在商誉减值审计中存在的问题，如表 3.2 所示，审计机构在商誉减值审计工作中存在一些共性问题，如资产主划分不准确问题、审计程序执行不到位问题以及未保持独立性直接利用专家成果问题。这些商誉减值审计问题均会带来商誉减值的审计风

险，审计人员应尽可能识别并制定相应的审计程序。

表 3.2 商誉减值审计监管情况

年份	检查审计机构数量	减值审计项目数量	商誉减值审计存在的问题
2018 年	4 家全面检查 5 家专项检查	未披露	对商誉减值测试审计过程中未执行相应的审计程序、直接利用专家工作，未保持审计独立性。
2019 年	2 家全面检查	131	资产组划分不合理，审计程序执行不到位；在审计报告中未披露商誉减值相关的测试程序过程相关的信息相关参数等；在审计过程中与上市公司管理层没有进行有效的沟通与协调工作；在审计评估过程中，缺乏其估值的相关原文件，影响商誉减值的准确性。
2020 年	2 家全面检查	未披露	商誉减值审计程序执行不到位，尤其是在资产组的划分、变更等方面。

资料来源：证监会官网

## （二）商誉减值审计检查风险

商誉减值检查风险体现在注册会计师审计程序设计的合理性以及执行的有效性，当企业商誉减值的重大错报风险较高时，注册会计师为了尽可能降低商誉减值的检查风险，应该设计和执行更多的审计程序以此来取得充分适当的审计证据。如何应对商誉减值检查风险，首先要了解当前产生检查风险的风险因素。本文主要结合注册会计师商誉减值审计的各个阶段，列出商誉减值审计检查风险的风险因素。

表 3.3 商誉减值审计检查风险的风险因素

审计阶段	风险因素
审计准备阶段	①针对于商誉的特殊性未给予重视；②在承接业务之前未评价自身胜任能力；③未合理分配审计资源；④审计计划制定不合理；⑤审计程序设计不恰当

审计阶段	风险因素
审计实施阶段	①未审计商誉期初余额；②完全利用专家工作而未执行相应的审计程序；③未关注管理层利用商誉减值进行盈余管理动机；④未有效复核商誉减值测试过程中的可收回金额以及相关参数；
审计报告阶段	①对商誉初始确认估值过程披露不够；②商誉减值测试程序披露不足；
审计后续阶段	质量控制复核不严

资料来源：笔者手工整理

## 4 华谊兄弟商誉减值审计风险分析

### 4.1 案例回顾

#### 4.1.1 商誉及商誉减值情况

##### （一）公司简介

1994年，王中军毕业回国与其弟王中磊共同投资设立了华谊兄弟广告有限公司，公司发展迅速，三年内就跻身于中国前十大广告公司，1997年，华谊兄弟无意中投资了电视剧《心理诊所》，赚的盆满钵满，这让王中军意识到传媒行业带来的超额回报，1998年王中军与冯小刚结识，当年华谊兄弟投资了冯小刚电影《没完没了》，成功进入传媒行业。此后，华谊兄弟凭借10多部炙手可热的影视作品，一跃成为传媒行业龙头企业。2005年华谊兄弟更名为华谊兄弟传媒集团，2009年9月，华谊兄弟在创业板成功上市，成为国内第一家公开发行业股票的传媒公司。公司涉猎十分广泛，支持多元化发展，其主营业务为艺人经纪、电影、电视剧等。

本文选取华谊兄弟为研究对象，主要原因是华谊兄弟是创业板上市的第一家传媒公司，通过多次并购重组，积攒了高额商誉。2018年政府加强商誉监管之后，华谊兄弟一次性大额计提商誉减值，因此，本文在案例的选择具有典型性和代表性，研究华谊兄弟的商誉减值审计风险可以为注册会计师对传媒行业商誉减值审计提供借鉴。

##### （二）商誉的形成

从2009年上市至2017年，华谊兄弟从未计提过商誉减值，截止2017年年底，华谊兄弟财务报表中已积攒了30.5亿的商誉，具体如表4.1所示。通过对华谊兄弟近十年的商誉及商誉减值情况分析，可以看出2015年华谊兄弟商誉突然增加了21亿多，从当年的年报可以得出华谊兄弟当年商誉大幅增加的主要原因是并购了东阳浩瀚和东阳美拉这两家明星公司，此次并购产生的商誉占华谊兄弟这十年总商誉的74%，这两家明星公司在并购时就存在很大争议，因为两家公司在并购时刚成立不久，公司并没有什么实物资产，可以说这两家公司产生的高

商誉完全是基于与明星公司签订业绩承诺而溢价并购的，其主要目的是获取明星资源，另外，在当年的收购公告与年度审计报告中，并没有将评估过程以及高估值的原因披露出来。

表 4.1 2010-2021 年商誉及商誉减值情况

年份	年初余额	年末余额	本年计提的商誉减值准备
2011	86,538,641.31	86,538,641.31	
2012	86,538,641.31	42,038,641.31	
2013	42,038,641.31	362,913,496.63	
2014	362,913,496.63	1,486,062,784.84	
2015	1,486,062,784.84	3,570,248,752.49	
2016	3,570,248,752.49	3,570,248,752.49	
2017	3,570,248,752.49	3,046,793,923.80	
2018	3,046,793,923.80	3,069,399,851.10	973,124,141.64
2019	3,069,399,851.10	1,738,257,374.10	169,653,037.14
2020	1,738,257,374.10	1,738,257,374.10	186,202,890.89
2021	1,738,257,374.10	1,662,376,556.89	40,642,531.36

资料来源：华谊兄弟年报

## (二) 2010-2021 年商誉减值情况

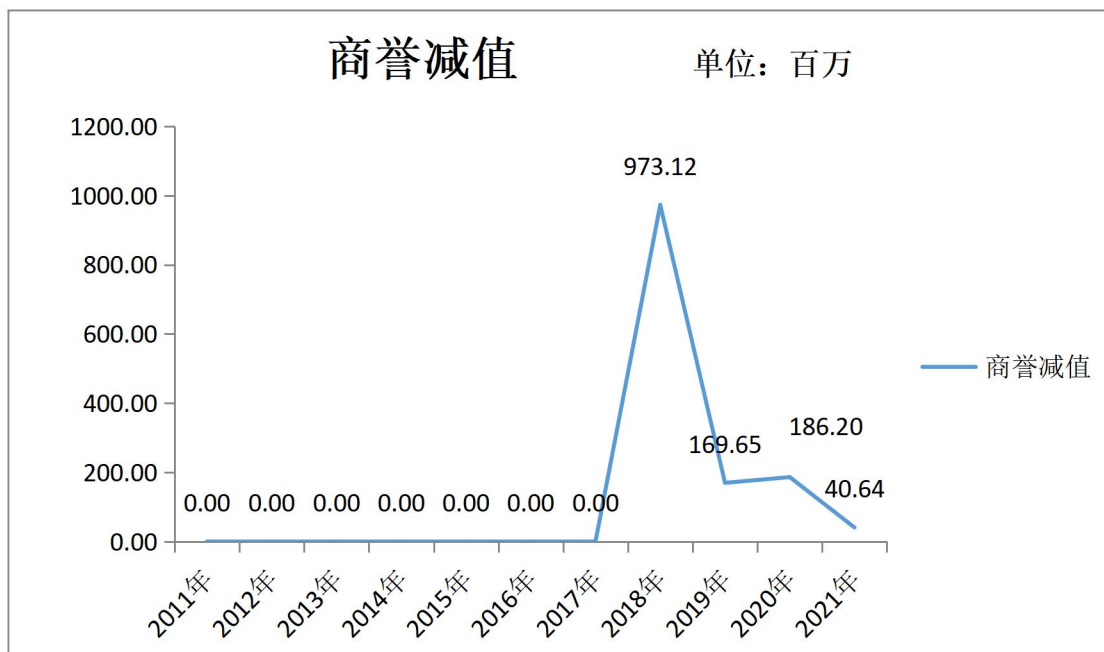


图 4.1 华谊兄弟商誉减值计提情况

本文通过研究华谊兄弟的年报,发现华谊兄弟 2011 年至 2017 年没有计提过商誉减值,但存在商誉减值迹象。东阳浩瀚在 2015 年、2016 年和 2018 年这三年均没有完成对赌的业绩要求,华谊兄弟在初次并购时是以业绩承诺作为未来现金流量的预测数的,那么业绩对赌并没有完成就表明减值迹象已存在,但是华谊兄弟并没有计提商誉减值。东阳美拉也存在同样的问题,2016 年和 2018 年东阳美拉没有完成业绩承诺,华谊兄弟在公司公告中却声称东阳美拉 2016 年的净利润应与 2015 年的相加,这样就达到了对赌业绩,从而没有对其计提减值。如表 4.2 所示,华谊兄弟在 2016 年早已存在减值迹象却不计提减值,表明华谊兄弟计提商誉减值期间明显不合理,存在延迟计提商誉减值现象。

表 4.2 2016 年业绩承诺实现概况

(单位:百万)

公司	业绩承诺	实际净利润
东阳浩瀚	103	101
东阳美拉	100	55

资料来源:华谊兄弟年报

华谊兄弟 2018 年的年报披露的数据显示,当年公司一次性计提了 9.73 亿的商誉减值损失,使得公司净利润为-9.09 亿,这是华谊兄弟在创业板上市以来第一次发生亏损,与 2017 年的净利润相比,同比下降 192%,随后华谊兄弟股价暴跌,大量市值在一夜之间灰飞烟灭,给投资者带了巨大的损失。

2018 年华谊兄弟管理层聘请的评估机构进行了商誉减值测试程序,确定了商誉所在的资产组的可回收金额,并判断出商誉发生了减值以及减值金额,最终计提了商誉减值准备,如图 4.2 所示,商誉减值主要集中在浙江东阳美拉传媒有限公司、浙江常升影视制作有限公司、深圳市华宇讯科技有限公司、GDC Tech BVI 这四家公司。

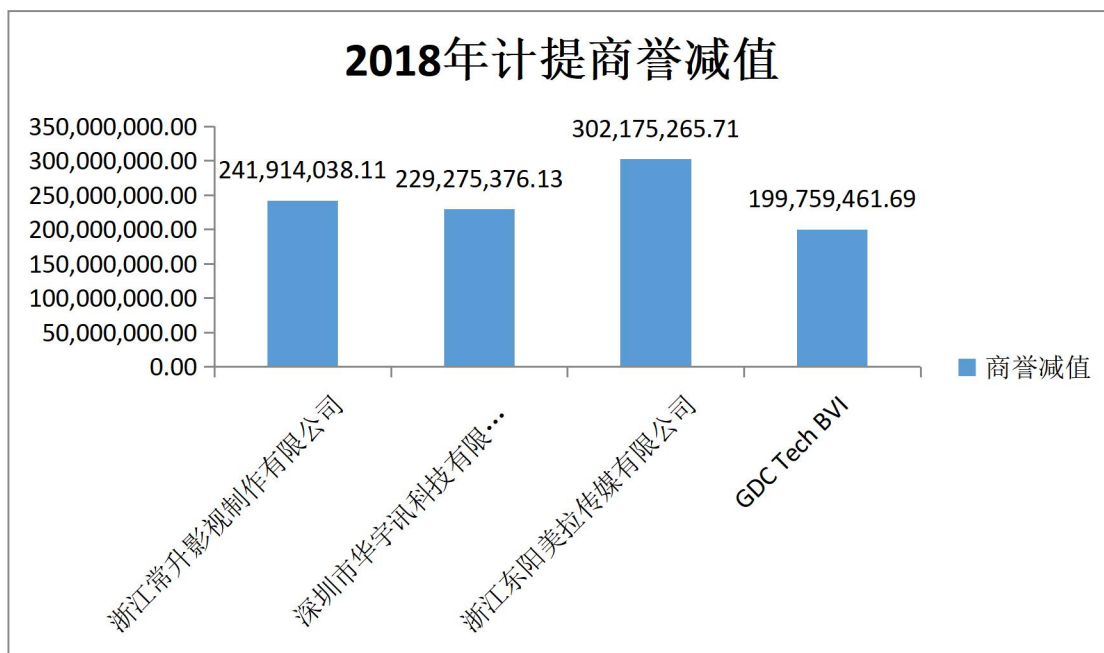


图 4.2 2018 年减值情况

2019-2021 年，这几年华谊兄弟都在小幅计提商誉减值，商誉的值却下降的比较快，主要是因为华谊兄弟发展过程中，出售了发展方向与公司本身发展方向不一致的被并购企业，将其剥离合并范畴，很大程度上降低了自身商誉的规模。

#### 4.1.2 审计报告情况

如表 4.4 所示，华谊兄弟在 2011 和 2012 年聘请的会计师事务所是中瑞岳华，这两年中瑞岳华均发表了无保留审计意见。华谊兄弟 2013-2018 年度财务报告的审计机构为瑞华会计师事务所，该事务所每年对华谊兄弟的财务报告发表了标准无保留意见。2019 年，华谊兄弟将审计机构变更为信永中和，信永中和对当年华谊兄弟的财务报告审计之后发表了保留意见。华谊兄弟仅聘请了信永中和一年就将审计机构变更为大华会计师事务所，2020 至 2021 年华谊兄弟大华会计师事务所对华谊兄弟年度财务报告发表了无保留审计意见。在 2017-2021 年年报审计中，审计机构均将商誉减值测试事项列为了关键审计事项，就算是不同审计机构，但每年对商誉减值审计的应对程序大同小异，没有针对性的商誉减值审计的审计程序。

表 4.4 华谊兄弟近十年审计报告类型



年份	审计意见类型	审计机构
2011	无保留审计意见	中瑞岳华
2012	无保留审计意见	中瑞岳华
2013	无保留审计意见	瑞华
2014	无保留审计意见	瑞华
2015	无保留审计意见	瑞华
2016	无保留审计意见	瑞华
2017	无保留审计意见	瑞华
2018	无保留审计意见	瑞华
2019	保留意见	信永中和
2020	无保留审计意见	大华
2021	无保留审计意见	大华

资料来源：笔者手工整理

2018年，华谊兄弟第六年继续聘请了瑞华会计师事务所作为其审计机构，当年瑞华会计师事务所对华谊兄弟出具了无保留的审计意见。对华谊兄弟当年计提的9.73亿的巨额商誉减值视而不见，这样大额计提商誉减值对于华谊兄弟的财务报表层面来说十分巨大，另外结合上文的分析，华谊兄弟在存在商誉减值迹象的情况下没有计提商誉减值，瑞华会计师事务所2016年同样出具了无保留审计意见。这种明显不合理的审计认可，遭到了公众质疑从而引起了证监会的关注，证监会就此次商誉减值问题对华谊兄弟开展了问询。2022年12月，浙江证监局就大华会计师事务所在年报审计中存在众多问题而出具了警示函，其中包括商誉减值审计程序执行不到位的问题。

## 4.2 财务报表层次重大错报风险

财务报表的重大错报风险的识别主要通过注册会计师实施风险评估程序，那么商誉减值重大错报风险识别就是注册会计师通过实施风险评估程序找出被审计单位的重大错报风险点，商誉减值的重大错报风险主要来源于其企业内外部环境风险。

### 4.2.1 股权结构不合理

华谊兄弟从 2011 年开始就将手中股权多次质押，截止 2019 年，王中军、王中磊二人合计进行股权质押 269 次，仅 2018 年股权质押就高达 98 次，最终股权质押率分别为 92.75% 和 99.67%，这种“质押新的、解押旧”的模式，使得股权质押率不断攀升。但是华谊兄弟的公告中称质押的目的是为了个人投资项目，没有详细披露质押所得的现金的用法以及用途。华谊兄弟如此疯狂质押公司股票很可能随时被强制平仓，经营风险很大。

并购企业的股权结构与治理结构的合理性和有效性直接影响着并购时企业的并购方案和并购后企业的发展情况。如果公司的股权结构不合理，并购审计时就会影响到审计人员对公司财务与经营成果的判断，出具不恰当的并购审计意见。2015 年，华谊兄弟在并购东阳浩瀚和东阳美拉这两家明星公司时均采用现金结算，如图 4.3 所示，这两次溢价并购的决策层都是王中军、王中磊兄弟，其他前十大股东在华谊兄弟的股份比较小，在决策时没有话语权，但是上市公司动辄十几亿的现金支出，势必会影响企业的日常经营所需的现金流，另外，这种内部股权结构风险很大，一旦后期整合效果不佳，中小股东会遭受巨大损失。

被并购企业的内部治理层次不合理也会给企业带来较大的经营风险，东阳美拉和东阳浩瀚在并购是成立时间不久，东阳浩瀚甚至仅成立一天就被并购，这两家明星公司内部治理结构不成熟，也没有正式运营一段时间，没有主营业务，这种情况更容易产生估值不合理的可能性，增加注册会计师在初始并购审计和年报审计的难度，进一步增加了注册会计师的审计风险。

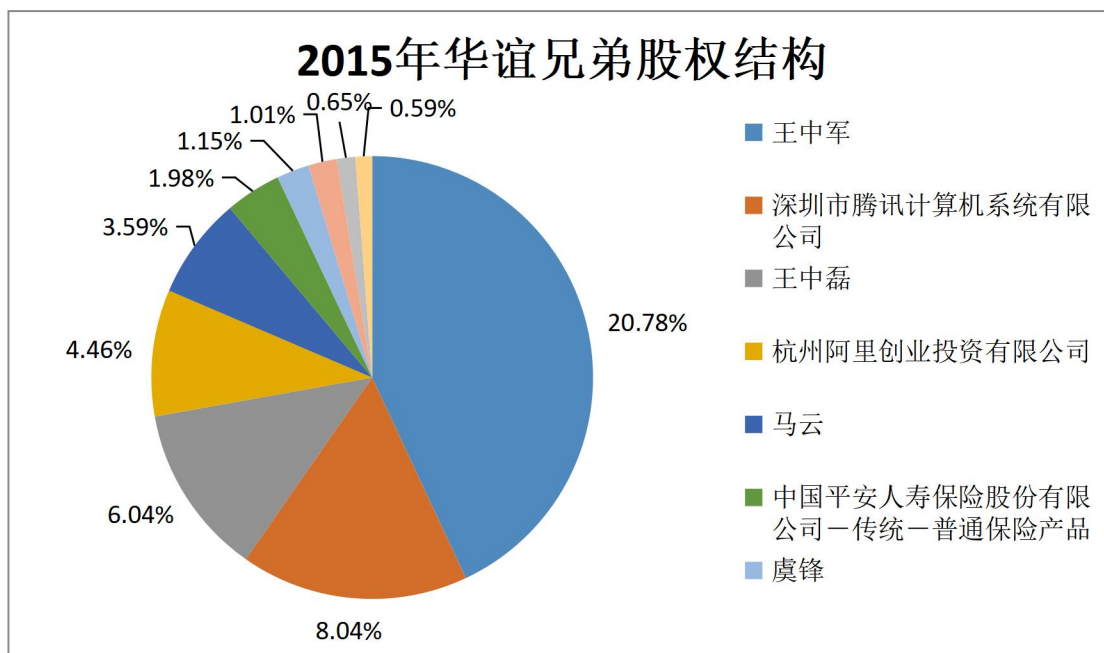


图 4.3 2015 年华谊兄弟股权结构图

#### 4.2.2 基于 PEST 分析识别宏观环境风险

外部环境对于传媒行业的影响是显而易见的。注册会计师需要了解被审计单位的外部环境，从而更好的识别和应对重大错报风险。以下分别从政治、经济、社会和技术四个层面来分析传媒行业面临的外部环境风险。

从政治层面来说，商誉减值监管缺位和监管措施力度弱。目前适用于商誉减值监管的法律规范只有关于舞弊的惩处措施，而财务舞弊的规定多为原则性条款，在具体执行上，没有可以参考的法律规范。另外，相关法律规定中没有对惩处措施的具体规定，缺乏刑事责任和民事责任承担的规定，而行业内协会制定的自律性规章制度约束力差，证监会也只能以问询的方式干预上市公司商誉减值问题，被点名的企业换个名字又会重返市场。华谊兄弟公司年报显示 2018 年净利润为亏损 9.09 亿元，但回看华谊兄弟 2018 年季度报表可以发现前三季度实现了净利润 3.28 亿元，而四季度却亏损 12.37 亿元，产生这种极端情况的幕后推手就是商誉减值，2018 年华谊兄弟计提商誉减值高达 9.73 亿元，对利润的影响超过了 100%，对此，深交所也无法执行具体约束措施，只是对其出具问询函，要求其就此情况进行解释。总而言之，政治层面的监管约束力弱一定程度上加剧了审计风险。

从经济层面来说,随着我国居民可支配收入的提升,第三产业得到了大力发展,文化传媒行业的发展更为迅猛。大量资本涌入传媒行业,传媒行业发展的同时也出现很多恶性竞争事件,为了能够保持市场份额,有的传媒公司签订了以业绩增长为基础的业绩承诺,但是高额的业绩承诺通常难以实现,因此企业很可能依赖商誉的可操作性进行舞弊,导致商誉减值审计风险加剧。

从社会层面来说,我国的传媒行业市场目前已经饱和,碎片化、日常化的信息产品铺天盖地的进入我们的日常生活中,人们能更方便的接触到传媒行业的“丑闻”,比如本文的案例公司华谊兄弟在并购其他企业时,毫无理由的高估被并购企业的价值,形成了巨额商誉。在计提商誉减值准备时,没有向信息使用者公布合理理由,给投资者、债权人带来了不可估量的损失,也丧失了自己在业界的领头地位和公信力,因此,投资者对审计期望过高,也会加大审计的压力。

从技术层面来说,互联网技术、新媒体技术的迅速发展,挖掘出了更多的信息价值,促进了传媒行业的业态升级。技术发展无疑能为行业带来新的机遇,却也伴随着无法控制的风险,一方面,企业内的员工如果不能适应新技术的发展,不愿意改变过去陈旧的工作方式,不可避免的会让企业走下坡路,另一方面新型财务软件的推广,使得会计舞弊的方式多种多样。企业在行业巨变的背景下,很容易出现舞弊动机,从而导致审计风险加剧。

在这样的外部环境下,并购行为日趋复杂,其行为涉及主体也越来越多,致使会计师事务所并购审计过程中面临更为严峻的审计风险。华谊兄弟在并购行为发生前失去了大量的明星资源,为了保持发展势头,华谊兄弟选择了明星公司进行并购,商誉溢价十分严重,且轻资产企业的稳定性不强,经营风险较高,这些外部环境风险无疑会导致企业利润受损,增加会计师事务所的审计风险。

### 4.3 认定层次重大错报风险

根据现代风险导向的审计风险模型,认定层次的重大错报风险指的是与商誉的初始确认、计提的具体金额和商誉的信息披露等方面发生重大错报的可能性。该部分风险与商誉自身的会计处理密切相关。

### 4.3.1 商誉初始确认溢价明显

随着并购重组的迅猛发展，传媒行业这种高收益、高风险的行业使得企业家都想分一杯羹，很多资本进入传媒行业，这种过度扩张的非理性并购行为使得传媒行业的高估值现象十分严重。当前对资产的评估方法比较常用的有资产基础法、市场法、收益法。资产基础法是以以往的财务报表为基础来评估企业资产价值的一种方法，市场法是根据市场上同类资源的价值来确定资产价值的一种方法。华谊兄弟并购的这两家明星公司刚成立不久，根本没有往期的财务数据作为参考，明星资源的特殊性使得市场上没有同类型的资源，这使得收益法成为华谊兄弟的评估首选。

收益法是以未来现金流的现值作为资产估值的价值的一种方法，收益法在运用过程中，使用的未来现金流、折现率以及收益期限都需要评估人员做出会计估计，这些数据的估计可以参照往期的数据，但是华谊兄弟没有往期可参考的数据，更多依靠自身职业判断，这种会计的可操作空间太大使得管理层存在利用的空间与机会。华谊兄弟还与这两家公司签订了业绩承诺，评估机构在评估时将业绩承诺作为未来现金流折现，而被并购企业往往签订过高的业绩承诺，导致初始并购估值过高，企业的可辨认资产固定不变，这之间的差额都倒挤在商誉中，所以商誉价值过高。

商誉减值风险与商誉初始确认的范畴密不可分，并购时商誉溢价规模越高，越可能发生潜在的商誉减值。为了吸引投资者的投入，并购时并购企业更愿意将交易价格抬高，对于并购审计的注册会计师来讲，商誉初始确认的准确性难以确定，只能推测是否在合理的范围，审计风险较大，需要投入大量的审计工作来取得充分的和恰当的审计证据。

### 4.3.2 商誉减值测试程序复杂

商誉减值不仅能调节利润表中的净利润的大小，还能给企业带来巨大的负面影响，商誉减值的影响途径是通过商誉初始溢价明显存在潜在商誉减值风险，后来高业绩承诺的难以完成使得发生真实商誉减值，最后披露在审计报告中，市场感知企业经营恶化，抛售股票，上市公司的市值大量蒸发。所以大部分上市公司

商誉减值计提延迟现象十分明显,但是准则中规定每年年末必须执行商誉减值测试程序。

商誉是不可以单独产生现金流的,所以其减值测试必须结合所在的资产或资产组组合,在资产组或资产组组合的可收回金额的确认中,需要对相关参数进行会计估计,比如未来的预测收入、折现率等等,这些数据指标大多需要企业的内部经营数据来预测,而管理层主要负责企业的日常经营,若管理层故意将这些指标进行操纵,使得评估机构评估出管理层需要的数据,商誉就成为了管理层操纵利润的工具,商誉的公允价值的准确性难以合理确定。

2018年,华谊兄弟商誉减值测试的过程中将被并购公司作为一个资产组,评估机构对每一个资产组进行了商誉减值测试,其测试过程如下:

首先,华谊兄弟选用收益法来确定资产组或资产组组合的价值估值。资产的公允价值是以业绩承诺为未来现金流折现得出的。其次预测的现金流的有效期限为永续期限,将2019年至2023年的各资产组的收益情况处于变化之中,根据资产的经营情况与日后的预测使用情况来确认收益,2024年之后现金流的预测是稳定的,即资产组的收益在各个期间保持稳定。最后是折现率的确定,根据加权资本成本确定了未来的收益率,从而确定了折现率。

瑞华会计师事务所在2018年的审计报告中执行了应对程序,认可了评估机构的商誉减值测试,并将其确定为关键审计事项。虽然我国会计准则规定每年年底必须进行商誉减值测试,但在商誉减值测试的过程中,管理层在折旧率、收益期限以及未来现金流的预测方面有较大的主动选择权,这使得商誉减值审计过程存在众多判断,对审计职业人员的胜任能力的要求较高,审计难度较大,导致审计风险居高不下。

#### 4.3.3 上市公司商誉减值信息披露不足

影视传媒行业为了提高竞争力和影响力,扩大经营规模,会选择并购其他小型传媒公司,但在并购商誉的信息披露上存在很大不足。华谊兄弟作为传媒行业的领头人,在其官网和创业板信息披露平台也无法检索到其对商誉减值的完整明晰说明,对商誉减值测试信息的披露更是少之又少,再加上评估机构评估过程不透明,评估结果不披露。这会造成外部信息使用者的决策失误。华谊兄弟在商誉

减值测试披露中存在以下问题：

第一，华谊兄弟商誉资产组划分披露不清晰。从 2018-2021 年的财务报表可以看出，华谊兄弟对商誉相关的关键信息只字不提，只是从资产分类的角度说明资产组组合包括固定资产、无形资产等，没有详细说明资产组组合成分，也没有说明组合划分依据、减值损失的分摊标准和如何为企业产生现金流流入等，这种不清晰的信息披露会导致信息使用者无法判断其资产组组合划分的合理程度。第二，在后续的商誉评估和计量过程上，华谊兄弟也存在信息披露不充分问题。在并购东阳浩瀚时，其净资产面值 1000 万元，但华谊兄弟却支付了 7.56 亿元并购东阳浩瀚，导致商誉价值远远超过其净资产价值。虽然东阳浩瀚有杨颖、冯绍峰等当红明星可以为公司带来巨大收益，但超过净资产价值 75 倍的商誉溢价是否合理，华谊兄弟在年度报告中并未对此做出解释，同样值得疑惑的是，东阳浩瀚是否存在值得 7 亿多元收购的核心价值。2015 年 11 月，华谊兄弟并购 9 月成立的东阳美拉，东阳美拉净资产为负值，但华谊兄弟对其估值高达 15 亿，最终以 10.5 亿元的价格成交。一个新成立的公司，在成立期初便签订了高额的对赌协议，在并购时并未完成业绩约定，却在两个月内创造了数十亿的商誉，这不禁引起公众的质疑，但华谊兄弟对此并未做出回应，年报中对商誉只是说明其并未发生减值，没有对高额商誉估值做出详细解释。这种巨额商誉溢价让人不得不怀疑企业是否另有所图。

总而言之，华谊兄弟对商誉信息的披露存在不完整、不具体和不透明现象，也缺乏对不合理估值的解释说明，这会导致信息使用者难以判断企业商誉估值是否合理。在 2010 年-2017 年间，华谊兄弟没有进行一次商誉减值计提，即使在存在减值迹象的年度也未计提，导致企业账面利润虚高，存在减值风险。2018 年，华谊兄弟计提大额商誉减值准备，当年的净利润急转直下，企业由盈利走向亏损。被审计单位信息披露不足会导致会计师事务所获取商誉减值审计证据的难度加大。瑞华所作为华谊兄弟 2017 年和 2018 年年度报表的审计机构，在审计报告中也未充分说明其商誉减值存在风险，在整个过程中没有发挥第三方监督作用。这对会计师事务所自身的声誉也会产生不利影响。

## 4.4 检查风险

检查风险主要来源于审计方,审计人员未保持独立性、审计程序执行不到位、会计师事务所未建立监管规范等因素的影响,都会增加商誉减值的检查风险。

### 4.4.1 过分依赖评估结果

从前文的分析中可以得出华谊兄弟在 2018 年就存在商誉减值情况,但是华谊兄弟却迟迟没有计提商誉减值,却在 2018 年计提了巨额的商誉减值,作为华谊兄弟的审计机构瑞华会计师事务所在执行审计程序的时,对评估机构的独立性、商誉减值测试等方面没有保持审计职业怀疑。

瑞华会计师事务所连续 6 年未华谊兄弟进行年报审计和多年的并购审计,对华谊兄弟的每年的财务状况十分了解,华谊兄弟在 2018 年突然计提大额商誉减值,华谊兄弟并没有发挥审计作为独立第三方的监督作用,出具了无保留审计意见,在一定程度上说明瑞华认可了华谊兄弟管理层计提大额商誉减值的操纵利润的反常行为,这引起了证监会的质疑,证监会对瑞华进行问询时,注册会计师用外部审计机构的评估结果以及华谊兄弟内部的管理层说明作为回函证据,缺少了审计机构的独立审计分析,完全信任评估机构的评估结果并使用。

会计师事务所在商誉减值审计实务工作中,由于商誉减值测试会计准则漏洞较大以及商誉减值过程中所需的职业判断较大,对资产估值的专业性要求较高,审计机构一般会聘请资产评估机构对上市公司的价值进行估计。另一方面,商誉减值问题也比较新颖,我国资产评估行业发展时间较短,资产评估体系方法尚未完全成熟,缺乏高质量的评估人才。这造成审计人员过分依赖评估机构的评估报告,从上文的证监会检查审计机构商誉减值审计问题中,过分依赖评估机构的评估结果就是一个普遍存在的问题。审计人员过分信任评估结果就会导致审计意见出现偏差,给会计师事务所以及注册会计师带来较大的声誉风险和诉讼风险。

### 4.4.2 审计程序执行不到位

瑞华会计师事务所在东阳浩瀚和东阳美拉这两家明星公司的商誉减值审计的过程中,对华谊兄弟 9.73 亿的商誉减值没有执行合理的审计程序。在本文的



分析中得出华谊兄弟早已应计提商誉减值而管理层不计提时,注册会计师应该合理评价商誉减值测试的流程以及参数的选择,防止商誉被高估,商誉减值被低估的情况,但是瑞华会计师事务所在商誉减值计提明显不合理的情况下,依然出具了无保留的审计意见,说明审计机构的审计人员对此并没有制定合理的商誉减值审计程序来识别其中的风险。

新准则中引入关键审计事项段的初衷是为了财务报告信息的使用者更好的做出决策,而审计报告中的关键审计事项是信息使用者需要特别注意的项目,商誉本身的特性比较明显,审计人员需要对商誉减值程序的审计执行专门的审计程序或者替代程序,审计人员需要聘请职业评估人才对商誉减值执行重新计算,这一过程需要耗费大量的审计资源,后续对评估机构做出的商誉减值还要独立分析、评价评估结果的合理性,自然而然增大了审计资源、成本的投入,注册会计师的独立性很可能被大众质疑,从而面临较高的声誉风险。

#### 4.4.3 会计师事务所未建立监管规范

商誉减值审计一直是审计实务中令注册会计师十分头疼的问题。瑞华会计师事务所负责华谊兄弟 2013 年-2018 年的财务报表审计工作,在多年的审计工作中,瑞华并未将重视传媒行业高商誉的情况,直到 2018 年才将商誉认定为关键审计事项。此后,信永中和会计师事务所和大华会计师事务所接手华谊兄弟审计工作,也将商誉作为关键审计事项,确认其对财务报表有重大影响。但由于商誉减值本身的特殊性和会计师事务所的成本效益性,很难全方位、多角度的评价商誉审计风险。瑞华所明知传媒行业存在商誉溢价,却没有重视对其的审计过程。分析瑞华所对华谊兄弟的审计过程,双方多年来存在合作关系,独立性存在不到位可能性,审计报告中存在信息披露有误情况,可见其内部控制和质量控制都有缺陷,注册会计师的执业能力和专业知识也饱受质疑,本文认为瑞华所在对华谊兄弟商誉减值审计过程中缺少质量控制,对其出具的审计报告持怀疑态度。

注册会计师的专业胜任能力很大程度上决定了审计质量,一旦专业能力缺位,审计质量就无从谈起。瑞华所出具的华谊兄弟 2018 年财务报表审计报告中,存在大量信息披露错误,证监会对其进行警告并要求其尽快整改错误内容,而信息披露错误中就包含商誉减值披露错误。由此可以推断瑞华所在商誉减值审计方

面经验不足，没有承接此类业务的专业水平，缺乏识别商誉审计风险的能力。另外，商誉减值审计近几年才得到审计师的关注，所以，审计师也没有完备的商誉减值审计经验与方法。

而这主要是因为会计师事务所没有建立关于商誉减值的监管规范。首先，没有明确引入专家机制，关于专家工作成果的信赖没有可依据的标准，关于专家的工作范围也没有清晰的界定。其次，在质量抽查方面力度不够，导致审计程序流于形式。最后，事务所培养机制不健全。大部分审计人员缺乏商誉减值审计能力和经验，也没有进行专门针对商誉的细化培训，对过去产生的问题没有进行反思和改进，导致审计质量降低。

## 5 商誉减值审计风险控制措施

### 5.1 财务报表层次重大错报风险控制

#### 5.1.1 重视企业股权结构

华谊兄弟的最大持股人王中军和其弟弟王中磊将其手中的股权大量进行质押，一旦上市公司股价下降到平仓线，这些股票很可能会被强制平仓，这种情形下，到期后质押人不能按期还钱，质押权人就会将质押的股票拍卖，大量的股票被抛售，上市公司的股价会发生较大波动。另外，大股东将其手中的股权质押说明企业本身的现金流量就有问题，华谊兄弟在这种情况下竟然选择采用现金结算的溢价收购，加重了企业现金流的负担，影响企业日常经营以及盈利情况，而市场投资者缺乏专业财务分析知识，过分关注企业的盈利情况，管理层肯定会调节企业的利润来美化财务报表，同时华谊兄弟的股东又是管理层，公司的股权结构和治理结构不能相互制约，这为管理层操控利润提供了很大空间。

因此，一方面，并购审计时，注册会计师应关注并购双方的内部控制体系，良好的内部控制是能够让企业发挥出自我督查改正的功能，审计人员通过控制测试，当企业内部控制完善时可以适当减少实质性测试。另一方面，注册会计师在审计的过程中，应对被审计单位的内部控制实施控制测试，以了解该企业的内部控制的有效性的适当性，当存在类似华谊兄弟这种内部控制体系，注册会计师应实施进一步的实质性程序，而不是过于相信企业的内部控制体系，将审计的重点应放在实质性的审计程序中。审计人员在内部控制测试的过程中应与被审计单位的人员多沟通，充分了解企业的运作过程、盈利模式等，从而确定商誉减值审计风险的高低，通过制定进一步实质性审计程序，将审计风险降低至可接受的低水平。

#### 5.1.2 评估被审计单位的宏观环境

注册会计师在审计的实务工作中可以从政治环境、经济环境、社会环境和技术环境四个方面来了解被审计单位的环境，从而更好的把握被审计单位的环境风

险，并做出合理的审计应对措施。

华谊兄弟并购的东阳浩瀚和东阳美拉都是明星公司，首先从政治层面来说，政府有关部门应该将商誉以及商誉减值测试程序的相关处理在准则中更具体化，降低会计估计的空间，降低管理层利用商誉减值测试来调节利润的动机，保护中小投资者的利益。其次从经济层面来讲，传媒行业轻资产特性十分明显，行业内并购溢价现象严重，注册会计师应该关注传媒行业的发展情况、运营模式、盈利模式等，评估审计风险存在的关键点。再次从社会层面来讲，证监会等相关政府部门应该提醒投资者做好相关的风险防范意识以及宣传相关的商誉减值政策的实质，让投资者不再以上市公司的业绩为投资的唯一标准，把控风险并做出投资决策，降低投资者过高的审计期望。从技术层面来讲，被审计单位也在不断的使用新的财务软件，总是产生新的舞弊手段，因此审计的方式方法也需要不断地改进，当前区块链等技术的发明为审计工作带来了一定的便利，降低审计的难度，更好的应对被审计单位的重大错报风险。

## 5.2 认定层次重大错报风险控制

### 5.2.1 核查商誉初始价值确认是否合理

注册会计师在并购审计时，需要复核评估机构对被并购企业的评估价值。并购发生时，并购企业的管理层因为业绩承诺的存在，总是对并购后的经营情况过于乐观，商誉初始溢价极其明显，商誉在初始确认时因为不可辨认性而无法直接对其进行价值估计，合并成本与可辨认净资产的差额为商誉，而被审计单位的可辨认资产是固定的，因此合并成本确定之后，商誉也就被确定下来。

而评估机构对于商誉的初始确认是以权益法为评估方法，权益法在评估的过程中，有许多需要主观判断的参数等，而价值评估的值就是企业的合并成本。其公式为： $\text{合并成本} = \sum \text{未来现金流} / (1-i)^n$ ，评估机构不应该以每年的业绩承诺作为未来现金流的预测数，因为初始并购时签订的业绩承诺偏高，大部分企业难以完成，企业可以参考其过去的资产经营产生的现金流，并相应的确定以后期间的现金流， $i$  是折现率，折现率的选择是以企业资产的市场利率来确定的，难以确定市场利率的，可以计算社会平均收益率并将其作为折现率， $n$  是资产组的有

效使用年限，这一部分也需要从业人员进行职业判断。

以上可以看出，收益法评估过程中的大量的课操纵空间，上市公司管理层倾向于使用商誉来调节利润就是看中了其可操作性和隐蔽性。因此，注册会计师在并购审计的过程中，应该复核评估机构管理层所聘请的评估机构的评估底稿，对于评估过程中所使用的方法、参数、未来现金流的预测值以及折现率的计算，可以单独聘请评估机构对这些参数进一步核实。核实之后注册会计师另外需要核验所聘请的评估机构的独立性以及评估结果的合理性。

### 5.2.2 复核企业提供的数据

商誉减值测试存在可操作性，其中蕴含的审计风险不言而喻，审计人员在审计过程中要将风险意识贯彻始终，并采用分析性程序复核企业数据，尤其关注大额商誉减值的计提。在分析性复核之前，注册会计师需要对管理层商誉减值测试采用的方法进行评价、关注前后期减值测试方法的一致性以及关注其采取的前提假设是否符合被审计单位的现实情况；在分析性复核过程中，重新执行商誉测算，判断预计未来现金流量现值的计算过程是否存在问题。

按照商誉减值测试步骤，选出管理层可以调节利润的空间，注册会计师需要对以下商誉减值测试程序重点关注。一方面，注册会计师必须判断被审计单位资产组或资产组合划分是否合理，资产组合的划分不是会计核算主体的划分，而是从业务角度择取最小能够产生独立的现金流的业务单元并剔除相关负债影响。因此，审计人员要深入被审计单位资产组业务，根据其业务运营模式判断被审计单位对资产组组合的划分是否合理，并关注从并购开始资产组组合发生的变化，对于重大变化要向管理层寻求合理理由。另一方面，注册会计师要测算商誉可收回金额，确保被审计单位商誉减值的准确性。这就要求审计人员掌握数据的选择、整理、清洗和分析能力，并在整个过程保持应有的职业怀疑。审计人员可以选择对商誉影响大的参数进行测算，比如：收入情况、折现率和毛利率等。在测算时，可以运用行业数据，判断被审计单位商誉发展是否和行业趋势保持一致；也可以选择可比公司，横向对比分析商誉的变化情况，查找原因；也可以从企业自身出发，纵向对比以前年度商誉减值情况，对于不合理的商誉变化，寻求管理层的原因解释，充分调查管理层解释的真实性。

商誉的价值评估具有主观性，因此，审计人员可以采用区间估计法减少主观判断对商誉价值的影响。审计人员可以使用多种多种方法综合确定估计区间，比如：传媒行业普遍使用的估值模型，会计师事务所自有模型，以及其他具有参考价值的交易模型。确定区间后，对比被审计单位估值是否在这个区间内，如果偏离程度较高，要考虑差异原因以及是否存在错报风险。对于高额商誉的减值风险，审计人员要考虑原始数据的真实性，在确定原始数据无误的基础上数据测算才有意义，才能保证测速结果是真实合理的。另外，商誉减值作为不确定事项要用到大量会计假设和职业判断，因此，审计人员要从并购双方的基本情况出发，合理谨慎使用职业判断，进行充分复核，进一步减少商誉减值误差。

### 5.2.3 关注上市公司商誉减值信息披露质量

目前，上市公司信息披露的规则不够具体，使得上市公司在信息披露的过程中信息披露不够规范和具体，对于商誉初始确认的估值过程、商誉减值程序的执行过程以及执行过程中参数的选择的原因这些关键性指标上市公司均没有披露出来，另外，监管部门对于上市公司信息披露不健全的处罚力度也不够，导致管理层存在利用商誉减值来美化财务报表的投机行为。上市公司的信息披露对于投资者来说十分重要，投资者需要更真实的信息做出合理的投资决策，有利于市场资本的合理配置，与此同时，上市公司及时充分的披露经营信息披露有助于减少管理层的盈余管理行为。

建立健全信息披露制度需要各方的努力，监管机构应该出台更充分、更有效以及可操作性更强的信息披露制度，保证资本市场资源的合理分配，同时，监管机构应监督上市公司的信息披露情况，对于执行信息披露制度不严格的上市公司需要加大处罚，对于企业来讲应健全企业的内部控制体系，良好的内部控制，有利于内部各部门互相监督，信息的传递才能更及时有效。华谊兄弟对商誉减值的信息披露太少，对投资者没有任何参考价值，在收购公告里，只表明收购价格是市场价值，对于收购价格的评估过程没有披露出来，其中参数、预测值等这些关键性指标更是只字不提，关于商誉减值的测试过程披露的信息严重不足，资产组的划分以及划分依据、折现率、预测现金流和预期年限这些参数华谊兄弟一字不提。华谊兄弟对于商誉的信息披露严重不足，主要原因就是信息披露制度不到位

以及公司内部的内控制度不健全。

那么注册会计师审计作为事后审计,应当在审计时关注上市公司的商誉减值信息披露制度的执行情况。对于上市公司财务报表中商誉减值信息披露不足的部分,应及时与上市公司的管理层沟通,将上述参数这些重要指标的选择依据和计算过程等尽可能的披露在审计报告中,投资者通过阅读上市公司的审计报告能够获取更多信息,帮助投资者做出合理的投资决策。另外,注册会计师在审计的过程中,应当关注商誉减值对财务报表的重要程度,如果是重要的构成被审计单位的关键审计事项,则注册会计师需要对商誉减值相关的会计信息做出更详细的信息披露,包括审计商誉减值风险时执行的应对审计程序,对执行的审计程序说明设计的理由以及执行审计程序是否取得适当充分的审计证据。

## 5.3 检查风险控制

### 5.3.1 保持职业怀疑

审计人员的专业能力可能无法准确确定商誉价值,因此需要聘请相关的评估专家,但是注册会计师应当将职业怀疑贯穿于审计全过程,审计结果更是不能完全依赖评估专家的评估结果。在聘请评估专家前,审计人员要对聘任评估专家进行背景调查,判断其是否拥有传媒行业的商誉价值评估经验,对其过去的工作成果进行核对,判断其职业生涯是否存在评估误差极大工作失误,如果有,了解失误原因,避免本次评估再次出现类似问题。评估专家工作结束后,审计人员要对其工作成果进行复核,判断专家的评估依据是否合理,主要可以从估值基础、数据使用等方面入手。当然,审计人员也必须进驻被审计单位,实地考察并询问有人责任人,明确其资产组合划分的依据,判断是否和专家工作结果一致,若存在明显差异,要求出具专项说明。针对风险极高的领域,必须让有传媒行业经验和资产评估背景的审计人员执行重新执行和重新计算工作,保证评估结果的准确性。

### 5.3.2 制定特定的审计程序

制定专门的商誉减值审计程序。审计工作需要注册会计师将自身的专业知识

与职业判断相结合，注册会计师为了降低审计风险，在制定和实施审计程序时必须将两者相结合，首先针对商誉减值做出合理的审计计划，将审计重点、审计资源配置提前做好部署，制定出有效的以及恰当的审计程序，可以起到一举两得的效果，保证审计人员在取得充分的、适当的审计证据的同时避免审计资源的浪费，注册会计师可以把控全局，针对整体审计有重点、有秩序的审计。当审计程序执行过程中存在异常情况，注册会计师应当及时做出调整，执行替代程序来完成审计证据的获取，最终出具更高质量和更具有参考价值的审计报告。

注册会计师的商誉减值审计程序的设定可以按照商誉减值的测试流程来制定。商誉减值测试之前，注册会计师需要对该上市公司的所处的行业和相关政策有一定的了解，保证在审计的过程中减少信息不对称，能够独立的思考并发现风险所在的节点；还可以提前与被审计单位人员及时的沟通与交流，通过询问上市公司管理层来了解商誉减值的会计估计的参数选择依据并判断管理层在商誉减值测试过程中是否存在主观倾向，结合被审计单位外部环境情况与执行一定的审计程序了解被审计单位内部商誉减值的盈余管理的动机与空间。

在商誉减值审计过程中，注册会计师需要对商誉的初始确认、后续计量以及信息披露每一个认定环节中需要职业判断的会计估计给与充分的关注。对于资产组或资产组组合的划分，注册会计师可以执行穿行测试来了解企业的内部控制情况，对于资产组的收益与商誉是否相关进行复核，还可以检查相关的会计资料来识别资产组划分的合理性。与此同时，商誉减值审计十分复杂，审计难度较高，会计师事务所应该派遣专业胜任能力更高并且传媒行业审计经验更丰富的注册会计师，保证审计计划更到位，针对商誉减值做出专门的商誉减值审计程序，保证审计的高质量以及审计报告的可参考。

### 5.3.3 会计师事务所完善质量控制体系

审计人员是会计师事务所的核心资源，人才培养是会计师事务所完善质量控制体系的必要手段。并购作为企业快速扩张的手段，在资本市场上屡见不鲜。并购复杂的交易方式使得审计人员面临更为严峻的商誉减值风险，这对审计人员的专业水平和道德素养都提出了更高的要求。商誉减值风险的体现是多方面的，审计人员只掌握会计和审计知识是远远不够的。在商誉大爆炸时代，审计人员还需



要掌握相应的证券知识，了解会计估计中商誉的可操作性，保证商誉减值审计质量。因此，事务所要将人才培养贯彻在执业过程中，注重对其道德水平的强化。会计准则是企业做账的依据，因此在修订会计准则后，会计师事务所要第一时间传达学习新准则，并研究新准则在执业过程中如何贯彻。在项目组内部，也需要根据具体项目需要，挑选合适的工作人员，整合资源，顺利完成审计工作。

在执业过程中，会计师事务所要强化审计质量控制。首先，必须权责到人，明确项目组内部成员的工作职责，在审计过程中，随时对其工作成果进行检查，审计工作结束后，要反复核查审计工作底稿，确保审计报告的质量。其次，审计行业内可以联合会计师事务所出台相应的惩处措施，对于违背审计准则的审计人员，轻则没收收入，重则行业禁入，以严苛的标准整顿审计行业乱象。最后，事务所的质量深刻部门要发挥作用，严把质量关，聘请有经验有能力的专家担任审核人员，在聘任时，全面考虑其执业领域，工作经验和道德水平。根据审计项目的特点，综合考虑选择审核人员。对于新员工的审计复核工作要更为谨慎，尤其是涉及重大会计估计事项，复核人员要重新计算判断会计估计是否合理，对于不合理事项要返回审计人员，要求补充证据。完善的质量控制体系有助于会计师事务所健全内部控制制度，提升审计人员执业能力，减少商誉减值审计风险。

## 6 结论与展望

### 6.1 结论

本文通过对传媒行业的商誉的形成与商誉减值现状的分析,发现传媒行业商誉减值的严重性与危害性。本文为了降低商誉减值审计风险,首先对相关的商誉、商誉减值以及商誉减值风险与审计应对等相关文献整理分析,基于盈余管理理论等理论基础,运用现代风险导向审计理论,对传媒行业上市公司的商誉减值重大错报风险与检查风险进行解构,识别商誉减值审计的各个风险因素。本文通过选择实际案例华谊兄弟,对该上市公司的商誉减值审计风险形成路径进行了深入的研究,深刻的分析了案例公司体现出的行业商誉减值审计风险以及形成风险的因素。最后,从注册会计师的角度出发,提出相应的商誉减值审计风险控制措施。

本文提出的商誉减值审计风险控制措施包括对财务报表层次的重大错报风险的控制措施、认定层次的重大错报风险控制措施以及检查风险控制措施。财务报表层次的控制措施主要包括注册会计师应当在审计前注重被审计单位内部股权结构和治理情况以及了解外部宏观环境的造就的各种审计风险从而控制审计风险;认定层次的控制措施主要是结合商誉的计量过程,从各个环节控制审计风险;检查风险主要来源于审计方,注册会计师应当保持审计独立思考、制定专门的审计程序以及会计师事务所建立监管规范等方面降低审计风险。

本文主要的研究结论如下:

一、传媒行业并购溢价明显以及后续商誉减值突出的成因主要是:传媒行业上市公司轻资产特性明显,加之业绩承诺盛行,导致溢价并购非常普遍;传媒行业并不具有收益法评估的条件;明星资源的特殊性;上市公司内部控制体系不完善。

二、华谊兄弟商誉减值审计风险成因是:华谊兄弟并购的东阳浩瀚和东阳美拉这两家明星公司刚成立不久,内部控制体系还没有建立健全,外部环境有利用,这些条件造就了管理层操纵企业利润的条件。商誉的初始确认、后续确认以及信息披露等商誉的认定过程中会计估计的空间过大,均会导致认定层次的重大错报风险。其检查风险来源于注册会计师未保持职业怀疑而过分相信评估机构的评估

结果、对于商誉减值审计没有指定专门的审计程序以及会计师事务所没有建立监管规范。

## 6.2 展望

商誉是企业难以辨认的一项资产，商誉的初始确认、后续计量以及披露过程本身是一个非常复杂的会计过程，本文对商誉减值审计风险控制的研究只是审计的一部分，有一定的局限性。第一，本文主要研究重心局限于商誉这一单一会计科目，讨论了商誉减值的审计风险，但是注册会计师在审计实务中需要考虑财务报表审计的整体性，因此本文的分析过程与得出的结论存在一定的片面性；第二，本文更多从理论层面出发来提出商誉减值审计风险控制措施，作者缺乏审计实务经验，期望能为审计工作有一定的借鉴作用，同时，提出的商誉减值审计控制措施还需要时间的验证。

## 参考文献

- [1]Canning,John Bennet.The economics of accountancy : a critical analysis of accounting theory[M].The Ronald Press Company,1929.
- [2]Chambers D.J.Has goodwill accounting under SFAS 142 improved financial reporting? [J/OL].Available at SSRN 953649, 2007.
- [3] Diogenis Baboukardos,Gunnar Rimmel. Goodwill under IFRS: Relevance and disclosures in an unfavorable environment[J]. Accounting Forum,2014,38(1).
- [4]Francis J,Hanna JD,Vincent L.Causes and effects of discretionary asset write-offs[J],Journal of Accounting Research,1996,34:117-134.
- [5]Hamberg,Mattias,jiri novak,Mari Paananen. The Adoption of IFRS3:The Effects of Managerial Discretion and Stock Market Reactions[J].European Accounting Review,2009,20(2): 263-288.
- [6]Kevin K.Li,Richard G.Sloan Has goodwill accounting gone bad?[J]Review of Accounting Studies Volume 22,Issue2.2017.PP964-1003.
- [7] Tomi Laamanen. On the Role of Acquisition Premium in Acquisition Research[J]. Strategic Management Journal,2007,28(13).
- [8] Leake P.D.Goodwill:its nature and how to value it[J].The Accountant,1914.
- [9]Miller,Malcolm C.Goodwill--an aggregation issue[J].The Accounting Review April. 1973,(4).280-291.
- [10]Nelson, Robert.The Momentum Theory of Goodwill[J]. The Accounting Review,1953,(10).
- [11]白露珍. 商誉会计文献综述与研究展望[J]. 财会通讯, 2012(01): 138-143
- [12]包勇. 关于商誉“超额盈利能力”的实证分析——来自中国A股的实证数据[J]. 财政监督, 2009, No. 156(20): 16-19.
- [13]巴曙松,汪钦,陈雨桦. 创业板上市公司并购业务中的商誉减值探讨——以第一批上市的28家公司为例[J]. 杭州师范大学学报(社会科学版), 2019, 41(04): 89-103.

- [14] 蔡曼莉, 程风朝, 梁相, 朱往立. 商誉及商誉减值的影响因素和对策研究[J]. 中国注册会计师, 2021(11):38-45+3.
- [15] 曹燕明. 审计师性别对关键审计事项披露的影响——基于商誉减值关键审计事项的证据[J]. 山西财经大学学报, 2021, 43(07):97-111.
- [16] 陈耿, 严彩红. 代理冲突、激励约束机制与并购商誉[J]. 审计与经济研究, 2020, 35(02):65-76.
- [17] 邓茜丹, 辛清泉. 消失的信号: 业绩补偿承诺到期前后的商誉减值研究[J]. 审计与经济研究, 2021, 36(02):85-94.
- [18] 丁雨婷. 并购商誉减值审计风险与防范措施研究[D]. 北京: 北京交通大学, 2021.
- [19] 杜兴强, 杜颖洁, 周泽将. 商誉的内涵及其确认问题探讨[J]. 会计研究, 2011(01):11-16+95.
- [20] 傅超, 王靖懿, 傅代国. 从无到有, 并购商誉是否夸大其实?——基于 A 股上市公司的经验证据[J]. 中国经济问题, 2016(06):109-123.
- [21] 葛家澍. 当前财务会计的几个问题——衍生金融工具、自创商誉和不确定性[J]. 会计研究, 1996(01):3-8.
- [22] 耿建新, 丁含. 资产评估机构对商誉泡沫的影响及机制研究[J]. 管理学报, 2021, 18(11):1730-1738.
- [23] 郭照蕊, 黄俊. 高质量审计与上市公司商誉泡沫[J]. 审计研究, 2020, No. 216(04):80-89.
- [24] 韩宏稳. 商誉减值研究述评及中国情境下研究展望[J]. 北京工商大学学报(社会科学版), 2022, 37(01):65-76.
- [25] 郝玉贵, 赵宽宽, 郝铮. 公允价值计量、资产价值变动与审计收费——基于 2009—2012 年沪深上市公司的经验证据[J]. 南京审计学院学报, 2014, 11(01):97-106.
- [26] 何科俊. 商誉减值的审计风险研究[D]. 昆明: 云南财经大学, 2022.
- [27] 黄虹, 仲致鸣. 并购溢价、对赌协议与商誉减值[J]. 会计之友, 2020(10):78-84.
- [28] 雷英, 吴建友. 内部控制审计风险模型研究[J]. 审计研究, 2011(01):79-83.

- [29]李长爱. 政府行政监管与行业自律监管的协调发展——提高我国注册会计师行业监管效率研究[J]. 审计研究, 2004(06):71-75.
- [30]李璐, 姚海鑫. 共享审计能抑制并购商誉泡沫吗? ——来自中国上市公司的经验证据[J]. 审计与经济研究, 2019, 34(05):32-42.
- [31]李俊青. 我国上市公司并购商誉减值原因及风险防范研究[D]. 昆明: 云南财经大学, 2021.
- [32]李明辉, 王宇, 张晗, 李苗苗. 审计师对上市公司商誉减值的风险应对[J]. 系统工程理论与实践, 2021, 41(06):1368-1382.
- [33]李玉菊, 吴双. 中美企业商誉减值信息披露准则及执行效果分析[J]. 财会学习, 2015, No. 109(01):34-36.
- [34]李琳. 掌趣科技高溢价并购下商誉减值及经济后果分析[D]. 南昌: 江西财经大学, 2021.
- [35]刘江杰. A股上市公司商誉减值及审计应对[J]. 财会学习, 2018(30):220+222.
- [36]刘东, 王竞达. 政策预期、盈余管理动机与商誉减值——基于A股上市公司的经验证据[J]. 会计之友, 2021(12):100-110.
- [37]罗芳. 我国企业并购中的商誉减值风险分析与应对[J]. 现代商业, 2016, No. 432(23):161-162.
- [38]马曦. 商誉减值的审计风险识别与应对研究[D]. 昆明: 云南财经大学, 2021.
- [39]孟荣芳. 上市公司并购重组商誉减值风险探析[J]. 会计之友, 2017(02):86-89.
- [40]潘舒畅, 黄宁霞. 上市公司商誉及会计处理存在的问题与建议[J]. 财务与会计, 2019, No. 577(01):58-60.
- [41]申慧慧. 环境不确定性对盈余管理的影响[J]. 审计研究, 2010(01):89-96.
- [42]上官鸣, 白莎. 减值 vs 摊销: 商誉会计处理何去何从[J]. 财务与会计, 2019, No. 587(11):23-25+29.
- [43]王如燕, 武巍巍. 新审计风险准则下环境绩效审计风险模型的应用[J]. 财会月刊, 2007(05):56-57.
- [44]吴虹雁, 刘强. 商誉减值会计经济后果分析[J]. 现代财经(天津财经大学学

报), 2014, 34(09):53-65.

[45] 吴联生. 论审计风险决策模型[J]. 注册会计师通讯, 1997(11):18-22.

[46] 谢荃, 符祎明. 我国影视文化上市公司商誉减值风险分析及控制建议[J]. 北京电影学院学报, 2020(01):107-114.

[47] 许罡. 企业社会责任履行抑制商誉泡沫吗?[J]. 审计与经济研究, 2020, 35(01):90-99.

[48] 谢德仁. 商誉这颗“雷”:减值还是摊销?[J]. 会计之友, 2019, No. 604(04):2-5.

[49] 杨汝梅. 无形资产论[M]. 上海:立信会计出版社, 2009:60-141.

[50] 叶新宇, 蒋峥. 高业绩承诺下企业合并商誉减值研究——以传媒行业上市公司为例[J]. 会计之友, 2021(10):124-128.

[51] 严甜甜, 李婉丽, 钟宇翔. 超额商誉:“获利利器”还是“赢家诅咒”?——基于企业社会责任的视角[J]. 经济管理, 2022, 44(10):111-128.

[52] 赵彦锋, 赵慧娴, 石青梅. 超额商誉是否影响审计意见?[J]. 南京审计大学学报, 2021, 18(03):11-20.

[53] 张黎焱. A股上市文化传媒业商誉风险的关键审计事项分析[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2019, 41(12):135-139+168.

[54] 张金若, 陈秋碧. 信息披露视角下的商誉减值会计准则改革[J]. 财会月刊, 2020, No. 892(24):51-58.

[55] 章煜, 何卫红. 商誉研究述评:2013—2018[J]. 财会通讯, 2020(09):6-10.

[56] 郑晓莉. 文化传媒企业商誉减值问题研究——以华谊兄弟为例[J]. 现代商贸工业, 2019, 40(32):65-68.

[57] 赵宏杰, 郭广斌, 梁显忠. 商誉减值相关问题研究[J]. 商业会计, 2008(23):7-9.

[58] 周晓苏, 黄殿英. 合并商誉的本质及其经济后果研究[J]. 当代财经, 2008(02):119-125.

[59] 朱杰. 并购商誉减值与审计师风险应对[J]. 中央财经大学学报, 2021(06):50-63.

## 致谢

三年的研究生生活就这样懵懵懂懂的已到尾端，刚踏进兰财那一刻的激动与紧张的感觉还恍如昨日，在这里感恩遇到的每一位帮助过我的人。

首先，我要特别感谢我的导师杨利华老师，因为在外实习，老师经常通过线上指导的方式，耐心地指出我的论文中存在的问题并提出修改意见，从论文的初稿到定稿，从结构到内容不断的完善，最终在老师的细心指导下完成了论文撰写，谢谢老师！

其次，感谢在会计学院的各位任课老师们；感谢在开题、初稿、预答辩以及正式答辩给我提出宝贵意见的各位答辩老师们；也感谢评审专家在百忙之中对我论文的评阅。

再次，感谢陪伴了我七年的好友，是她让我结识了 103 这群可爱的小伙伴；同时也感谢陪伴了我三年的舍友，她们给我研究生的三年时光带来了许多感悟与欢乐。祝我们都能过上自己想要生活，成为想成为的人。

最后，感谢我的家人，是他们在读研期间提供了精神和经济上的支持，让我专心求学，完成这三年的求学之路。

在我的学生生涯即将结束之际，再次感谢母校对我的栽培，愿母校越来越好。愿大家不负遇见，奔赴热爱，顶峰相见。