

分类号
U D C

密级
编号 10741

兰州财经大学

LANZHOU UNIVERSITY OF FINANCE AND ECONOMICS

硕士学位论文

(专业学位)

论文题目 新零售企业审计重大错报风险评估研究—
—以瑞幸咖啡为例

研究生姓名: 郭开心

指导教师姓名、职称: 苏孜教授

学科、专业名称: 审计硕士

研究方向: 社会审计

提交日期: 2024年6月1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：郭开心 签字日期：2024.6.1

导师签名：茅政 签字日期：2024.6.1

导师(校外)签名：曹合红 签字日期：2024.6.1

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：郭开心 签字日期：2024.6.1

导师签名：茅政 签字日期：2024.6.1

导师(校外)签名：曹合红 签字日期：2024.6.1

Research on Risk Assessment of Major Misreporting in New Retail Enterprises —— Taking Luckin Coffee as an Example

Candidate:Guo Kaixin

Supervisor:Su Zi

摘要

随着信息技术的高速发展，互联网工具的广泛应用，人们消费习惯发生了改变，导致各行各业呈现新模式、新面貌。也推动消费需求和企业模式转型。并且我国零售业高度依赖互联网的运用，零售业正发生深刻变革。利用互联网和大数据技术的优势，新零售企业成功地整合了传统零售行业的特性，进而推动了公司结构的创新。这一变革不仅深刻影响了产业结构，同时也对审计师在评估重大错报风险时提出了新的挑战；且新零售企业目前尚处于发展初期，互联网与大数据技术的特殊性更是为审计人员的工作带来了前所未有的难题。

本文以新零售企业瑞幸咖啡作为案例研究对象，梳理国内外关于新零售、审计风险评估、审计重大错报风险的相关文献，在阐述委托代理理论、风险导向审计理论、信息不对称等理论基础，以瑞幸咖啡财务舞弊为案例，通过新零售的视角来探讨瑞幸咖啡财务欺诈事件所带来的潜在审计重大错报风险。同时通过梳理事务所专家填写的调查问卷结果，运用灰色关联分析方法构建评估框架并对发现的风险点分配权重评分，按照评价结果重要性次序对审计重大错报风险提出相应的解决对策。

有效的重大错报风险防范对策，不但能够帮助瑞幸咖啡有效进行重大错报风险评估，还能提高其工作效率，优化企业审计环境。而且对整个新零售市场的健康发展产生积极的影响。

关键词：新零售企业 重大错报风险 灰色关联分析法

Abstract

With the rapid development of information technology and the wide application of Internet tools, people's behavior habits have changed, resulting in new models and new looks in all walks of life. It also promotes the transformation of consumer demand and enterprise model. Moreover, China's retail industry is highly dependent on the use of the Internet, and the retail industry is undergoing profound changes. Taking advantage of the Internet and big data technology, new retail enterprises have successfully integrated the characteristics of the traditional retail industry, thus promoting the innovation of the company structure. This change not only profoundly affects the industrial structure, but also poses new challenges for auditors in assessing the risk of major misstatement; and new retail enterprises are still in the early stage of development, and the particularity of the Internet and big data technology has brought unprecedented problems to the work of auditors.

This article takes Luckin Coffee, a new retail enterprise, as the case study object, and sorts out the relevant literature at home and abroad on new retail, audit risk assessment, and audit major misreporting risks. On the basis of expounding the theory of entrusted agency theory, risk-oriented audit theory, information asymmetry, etc., it takes Luckin Coffee's financial fraud as the background of the case. From the perspective of new retail, we will explore the potential risk of major audit

misreportation caused by the financial fraud of Luckin Coffee. At the same time, by sorting out the questionnaire results filled in by the experts of the firm, using the gray correlation analysis method to build an evaluation framework and assign the weight score of the risk points found, and put forward corresponding solutions to the major misreported risks of the audit in the order of importance of the evaluation results.

Effective measures to prevent the risk of material misstatement can not only help Luckin Coffee to effectively assess the risk of material misstatement, but also improve its work efficiency and optimize the audit environment of enterprises. But also has a positive impact on the healthy development of the whole new retail market.

Keywords: Grey relational; analysis of the risk of material; misstatement of new retail enterprises

目 录

1. 绪论	1
1.1 研究背景及意义	1
1.1.1 研究背景	1
1.1.2 研究意义	2
1.2 文献综述	3
1.2.1 国外文献综述	3
1.2.2 国内文献	5
1.2.3 文献评述	8
1.3 研究内容与方法	9
1.3.1 研究内容	9
1.3.2 研究框架	11
1.3.3 研究方法	12
2. 相关概念与理论基础	13
2.1 相关概念	13
2.1.1 新零售	13
2.1.2 审计重大错报风险	15
2.2 理论基础	18
2.2.1 委托代理理论	18
2.2.2 风险导向审计理论	19
2.2.3 信息不对称理论	19
3. 瑞幸咖啡基本情况及审计重大错报风险	21
3.1 瑞幸咖啡基本情况	21
3.1.1 瑞幸咖啡发展概况	21
3.1.2 瑞幸咖啡新零售模式	24
3.2 财务报表层次审计重大错报风险	26

3.2.1 商业模式引发的审计重大错报风险	26
3.2.2 信息系统引发的审计重大错报风险	27
3.2.3 管理层舞弊引发的审计重大错报风险	28
3.3 认定层次审计重大错报风险	29
3.3.1 收入认定风险	29
3.3.2 销售费用认定风险	33
4. 基于灰色关联度瑞幸咖啡审计重大错报风险评估	35
4.1 选取灰色关联分析方法的可行性	35
4.2 灰色关联分析评价程序	35
4.2.1 指标选取	35
4.2.2 评价指标权重计算	37
4.2.3 评价样本矩阵的建立	43
4.2.4 确定量化模型方法	43
4.3 审计重大错报风险评估	45
4.3.1 数据序列确定	45
4.3.2 计算关联系数	45
4.3.3 计算关联度	48
4.3.4 瑞幸咖啡审计重大错报风险评估结果综合分析	49
5. 优化审计重大错报风险评估措施	51
5.1 警惕管理层舞弊	51
5.2 关注信息系统风险	51
5.3 关注新零售商业模式	52
5.4 有效利用数据分析技术	52
5.5 引入第三方数据	53
5.6 审计人员提升审计技巧	54
6. 研究结论与展望	55
6.1 研究结论	55
6.2 本文不足	56

参考文献	57
附录	63
后记	68

1 绪论

1.1 研究背景及意义

1.1.1 研究背景

在新的商业环境中，阿里巴巴创始人和董事长兼 CEO 张勇预言道：“未来的十至二十年里不会再有电子商务这个概念存在”。2022 年疫情的冲击进一步推动了新零售业的蓬勃发展。这一新商业模式的崛起，无疑促使财务人员在互联网时代重新审视财务管理策略，以应对日新月异的市场环境。现代信息技术的发展不仅使财务信息管理更加精确高效，同时也可能催生新的财务欺诈手段。相较于传统商业模式，新型零售模式在收益、成本确认等方面存在显著差异，这增加了财务管理的复杂性和挑战性。所以要提高注册会计师识别重大错报风险的能力，从而确保审计工作的准确性和有效性。新零售企业的经营模式存在不确定性，而且新零售在每个行业的经营模式也不同，其所面临的战略经营风险无疑更为显著。新零售企业采用的是虚拟的交易数据，这个也给审计重大错报风险的识别和评估带来了挑战。若注册会计师在审计时没有改变原有的审计思路，那对于新零售企业审计的谨慎性和可靠性也有待考量。因此，针对新零售企业的审计策略与方法亟待更新与完善，以适应其独特的运作模式与风险特征。

《中国注册会计师审计准则第 1211 号》第二十九条中对审计师从以下六大主要方面认识被审业单位及其周围环境，作了明确规定。当代的风险驱动型审计采用了一种全新的且合理的方法，并且不仅仅于此，它还提供了一个全面的公司运营风险审查策略，例如“从公司的全局角度出发-深入研究各个经营阶段-最后聚焦至关键的财务报告识别”，这使得我们能够把财务报告中的风险同整个公司的运营风险紧密地结合起来。最新版的《中国注册会计师审计准则第 1211 号》在保持风险驱动的审计原则的同时，也进一步强化了对于理解目标企业的相关需求，其中包含组织的架构、股权及管理机制、商业流程（尤其是其运用信息技术的情况）等内容；同时还有行业的趋势、法律法规、监督条件及其他的外部影响因素；另外，还需要关注企业如何评估自身的经济表现，包括使用内外的评判指

标。可见现在越来越从被审计单位的整体情况分析被审计单位，从而发现重大错报风险等以此来降低审计风险。

瑞幸是新零售行业的代表性企业，强调新零售概念，成功吸引了投资者的关注。然而，当浑水公司对该公司的负面评价被揭示之后，SEC 于 2020 年 4 月 22 日首次警告了新兴市场的潜在危险，强调在美国新产业中可能存在的虚假信息的欺骗性风险，并提醒公众注意这些投资的风险。2020 年 6 月，瑞幸咖啡退市，此后，经过董事会的重新洗牌，郭谨一担任董事长，制定了一系列的战略规划，以及核心业务的发展。瑞幸咖啡已从原来的家族式企业管理转变为现代企业管理。如今，瑞幸咖啡重回春天，有序扩张，有望重新上市。为避免之前存在的财务造假情况，注册会计师在审计时就要更加谨慎。本文以瑞幸咖啡为审计重大错报风险研究主题，结合新零售商业模式、审计对象数据化的特点进一步分析特定行业的审计重大错报风险，为新零售企业审计重大错报风险防范提出优化策略。

1.1.2 研究意义

(1) 理论意义

目前，有关审计风险的理论探讨已相对成熟，同时亦有一些专家开始关注新型零售业态下的审计风险问题。然而，尽管已有一些文章对此进行了深入讨论，但是对审计风险进行更细致的划分和其重大错报风险评估仍然不足，而且很少有人尝试用数量化的方法来衡量这些风险。新零售代表着一种新的商业形态。本研究旨在探索新型零售公司中可能出现的重大错报风险，首先定义了新零售的含义及特征，然后阐述它如何影响审计工作，接着对新零售企业重大错报风险审计独特性进行剖析。以瑞幸咖啡财务造假案为例，详细解析了这类公司所面临的重大错报风险，并提出了相应的预防策略。所以，这项研究为深化新型零售行业中的审计重大错报风险理论发展提供了有益的启示。

(2) 实践意义

新零售作为一种新型业态，因大数据技术的发展和消费者需求的变化及市场的愈发激烈竞争环境而出现并迅速崛起，其审计也在不断增长中变得更加关键。但现阶段，对这类新零售企业的审计实践还相对有限，而且缺少相关的经验积累。之前爆出的瑞幸咖啡财务造假丑闻揭示出这种类型的新零售公司所具有的风险

隐藏与独特性。本研究通过案例解析，旨在归纳出在新零售商业模式下企业和会计师事务所可能会遇到的问题，潜在的高估风险及其对应的预防策略等等，以便给会计师事务所的审计工作者带来一些启发，提升他们在高估值风险防控方面的能力，从而进一步优化此类业务的审计效果。本文的案例分析可以为传统零售企业改变商业模式提供借鉴和指导思路。瑞幸咖啡作为我国咖啡市场中采用新零售商业模式的典型代表，创新“线上+线下+物流”的新模式，走出了在咖啡届属于自己的道路，在上班族和学生党中迅速圈粉，打开了瑞幸咖啡在全国市场的知名度。以瑞幸咖啡为案例进行分析具有代表意义，不仅可以为探索新零售商业模式的发展提供参考，还能为注册会计师在审计重大错报风险时提供量化思路。

1.2 文献综述

1.2.1 国外文献综述

(1) 新零售的相关研究

“New retailing”在国际上常被解读为“full channel retailing”，然而，在国内，“new retailing”的发展势头并未如此迅猛。Rig by D K（2011）在《购物的未来》一书中提及了一种“新的零售模式”，他将这种融合多种渠道、数字化的新型零售模式定义为“全渠道零售”。Toshiba Global Commerce Solutions（2015）公司发布的一份关于互联网技术的声明强调，借助互联网技术提升消费者购买体验，推动“新零售”从一种新颖的商业模式向更为成熟和全面的方向发展。Roggeveen AL 等（2016）强调，在新兴渠道销售环境中，运用先进的技术工具对于零售商来说至关重要。Martin Wiener（2018）详细阐述了全渠道零售如何实现线上线下的无缝衔接，他以案例的形式展现出该领域的多元化和创新特性，并且给出了一些改进意见。Min zhang 等（2019）在他们的研究报告《顾客忠诚度的提高》中表明，店面装修风格、消费者互动方式、员工工作效率等方面都能够有效地增强客户对全渠道零售公司的忠诚感。Jocsev ski（2019）认为推动传统零售业向全渠道零售的转变主要在于客户体验感、数据分析能力的加强等。Ya-Jun Cai&Chris K.Y. Lo(2020)认为“全渠道零售”是一种新兴的经营策略，它是由大数据和数字化的社交网络所驱动的，他们还构建了一个名为“全渠道管理”的框

架，这为传统零售行业的转型升级提供有力的指导。Park J（2020）通过对一家轻型汽车生产商的实证分析，发现“新零售”能够显著提升消费者的示范效用，并有效发挥零售商的示范效应。Si y Wei（2021）的研究表明，“线上电子商务+线下物流”的新零售形式虽然具有相似之处在于纯粹在线销售方式，但是其核心差异在于两者之间存在的根本不同。所以，对于全渠道零售公司而言，物流及电商的紧密协作成为了发展的重要因素。Carmen G（2021）等将“新零售”视为一种以顾客交互为核心的全渠道模型，该模型融合了多个学科领域的理论，并对未来顾客体验与管理进行了深入探讨。

（2）审计风险评估的相关研究

John J.Che h&Thomas G.Calderon（2002）在探索审计风险领域时，提出了利用模糊数学方法和神经网络人工智能技术来应对审计风险的思路。Law（2008）强调，由于审计风险及重大错报风险具有客观性，审计人员必须运用合理的方法对重大错报风险进行评估，并指出当前并无完全规避这些风险的有效手段。Z o hreh Hajiha（2012）不只是创建了一个评估审计风险的系统，他还强调了在特定企业文化背景下进行审计风险评估的关键性，并且他特别指出在评估过程中应该特别注意企业文化和内部控制体系之间的联系。Marshall（2013）则建议将模糊理论作为主要研究方法，并辅以其他技术，以更有效地控制审计风险。Khorwat t（2015）也提出，审计员在接受任务后应深入理解公司的运营风险及内部架构，以确保审计工作的针对性和有效性。Rusmin &John（2017）则进一步指出，为避免审计失误，审计人员必须保持独立性，谨慎对待企业内的信息来源，并避免与被审查方的管理团队或董事会勾结。James（2021）运用统计学知识对审计风险进行了量化评价，建立了更为科学的审计风险量化模型，为审计风险的精准评估提供了新的思路。Tarighi Hossein等（2022）使用了OLS技术以探讨伊朗企业中的关联交易审计风险问题。他们指出，这类公司往往利用财务报告的调整来隐藏其剥削公司资产并损害投资者权益的活动，这种行为使关联交易审计的风险变得更难以察觉，因此，审计员必须保持高度警觉且仔细审查。

（3）审计重大错报风险的相关研究

Thomas&John（2002）在风险导向审计模式的基础上，提出了一种创新的风险评估方法，该方法以神经网络分析法为核心，对重大错报风险进行了深入的定性探讨与详尽论证。Flint等（2007）强调，注册会计师在识别与评估被审计单位的重大错报风险时，应优先关注企业的战略与经营风险，随后再考虑其财务状

况。类似地, Flint 等(2009)也指出, 审计实务中除了考虑财务风险外, 还应全面考虑可能存在的其他风险, 如商业风险。通过运用策略体系分析法, 可以有效地对企业经营风险和重大误报风险进行综合评价。Schultz & Donnell(2010)对比了传统的交易关注法与现代的战略系统法进行了比较, 他们得出结论: 在审计过程中, 运营风险扮演着至关重要的角色。在实际工作中, 评估重大错报风险时, 应充分考虑内外部运营环境, 并时刻关注运营风险对重大错报风险的影响。Goh B W.&D.Li(2011)认为, 企业内部控制是评估重大错报风险时不可忽视的关键因素。Andrew Chambers(2012)基于审计重大错报风险, 利用贝叶斯分类算法进行了更精准的评估, 并深入探讨了其可用性及相关考虑因素。Esam ad din Khorwatt(2015)提出, 外部环境同样是评估重大错报风险时不可忽视的重要因素。在评估方法上, 部分学者采用定性分析手段来评价重大错报风险。William F. Wright 等(2016)的研究显示, 公司在管理层面所实施的各种战略也可能对其重大错误报告的风险产生影响。Mark Kohlbeck & Brian W. Mayhew(2017)针对识别阶段的重大错误报告风险展开了深入探讨, 他们指出, 关联方的交易行为是需要重点关注的区域, 因为其具有较高的风险等级。同样地, Kochetova(2013)通过业务流程的角度阐述到, 在核心业务环节中加强管控运营风险可以更有效地识别潜在风险, 并且能给整个审计团队全面评价审计风险带来有力的支撑, 这对于财务报表上的重大错误报告风险来说尤为关键。另外, 还有一些学者以定量的视角来解析重大错误报告风险 Ana Maria, Elena & Alexandra(2015)强调说, 在审计过程当中应当更为注重重大错误报告风险的存在, 注册会计师应该持续更新他们的审计技巧, 利用最新技术工具增强审计的专业性和合理性, 以此来提升审计水平。Lopez puertas-Lamy M(2017)对 20 多个国家的 12330 个企业进行了研究, 并利用其所收集到的各种信息及社会责任表现指数来探讨公司的财务报告质量与其审计成本之间的关联性。结果显示, 这些公司的社会责任程度越高, 他们的错误披露风险就越低, 相应的审计支出也会随之降低。Jeffrey 等(2017)的研究进一步证实, 如果一家公司采取风险管理策略, 他们就能更有效地控制审计风险。

1.2.2 国内文献

(1) 新零售的相关研究

近年来, 新零售逐渐崭露锋芒, 成为推动零售行业持续前行的重要引擎。在

理论与实践的交织探索中，我们取得了满意的成果。新零售这一主题，被众多专家学者从不同角度诠释，其内涵丰富多样，包括但不限于新价值观的体现、线上线下的交融互动所带来的全新体验，以及现代科技手段所实现的新突破等。在此背景下，新零售一词已成为广泛认可且具有代表性的词汇，用以描述这种新型销售形式的特点与特性。然而，2020年的疫情使得传统消费产业遭受重创，尽管部分新零售企业崭露头角，但整体形势依然严峻。针对这一状况，兰虹等人(2020)进行了深入研究，他们发现新型基础设施的强大技术支撑为新零售的蓬勃发展提供了有力保障；行业的整合使得领先企业获得了持续的竞争优势；同时，完善的供应链系统进一步强化了零售渠道的功能。在这个特殊时期，消费者的行为和态度发生了重大转变，为零售业带来了前所未有的机遇与挑战，并推动了新零售模式的创新与发展。曹静等(2020)学者认为，新零售的转型应精准把握消费者需求，充分利用大数据分析，借助先进技术打造全新商业形态，并实现员工共享等多元化策略的融合。此外，杨潇(2021)等专家强调，要充分发挥新零售企业的潜力，需加强各方合作与协调，特别是物流管理和服务设施投资方面，经济欠发达地区的政府应更加重视相关领域的知识积累与实践。王熙炎(2021)明确提出新零售企业需注重品牌形象塑造、快速构建生态化价值网络体系、深入整合资源以及实施专业人才培养等策略。这些观点为新零售企业的未来发展提供了重要的指导和启示，有助于企业在激烈的市场竞争中脱颖而出，实现可持续发展。

(2) 审计风险评估的相关研究

邢风云(2013)深入研究了层次分析法和模糊数学在风险导向审计中的应用，总结指出，二者的结合构成了高效的重大错报风险评估方法，显著提高了评估的精准性和信赖度。周莉等人(2017)专注于P2P网贷平台的审计风险特性，通过运用模糊综合评价法进行评估，深刻剖析了该领域审计风险的独特性。倪宁等人(2018)创新性地将熵权法与层级分析法相结合，对某企业的审计风险进行了综合评估。研究发现，管理当局舞弊的可能性、审计程序的有效性以及审计人员素质是影响审计风险的三大核心指标。肖春辉(2018)指出，风险识别是一个逐一揭示潜在风险点的过程，而风险评估则是利用科学方法分析各类风险的行为。马树静(2019)强调，现代风险导向审计在识别财务欺诈方面具有显著优势，如能有效管理整体风险，并重视流程及策略分析。她建议会计师事务所以持续更新

的方式优化审计技术。王桂香（2020）提出，鉴于公司间关联交易复杂且隐蔽，需重点关注公司内部控制问题，并根据行业特性制定差异化的审计重点。同时，审计员需深入了解公司运营状况，以发现潜在问题。张宏婧和朱婷婷（2020）进一步探索了审计风险评估方法，结合熵权 TOPSIS 和灰色关联度法，对上市公司重大错报风险进行了全面评估，为上市公司审计风险防范提供了有力支持。蒋晗毅（2021）在审计的重大错报风险评估领域进行了具有创新性的探索，他巧妙地运用了 BP 神经网络，通过模拟某会计师事务所的完整审计流程，验证了该模型的实用性与可靠性。与此同时，任海芝和杨子慧（2021）则采用了 C-OWA 算子和正态云模型，对会计师事务所的重大错报风险进行了全面评价和预警。他们通过实际案例的应用，进一步验证了该模型的可行性和实用性，为会计师事务所的风险管理提供了强有力的工具。这些研究不仅极大地丰富了审计风险评估的理论体系，更为审计工作的实践提供了宝贵的参考与指导。胡宜（2021 年）提出在“互联网+”时代背景下，审计面临的主要挑战包括数据安全、人力资源短缺以及管理控制等方面。为应对这些挑战，他建议全面审视公司内外数据，并对整个生产流程实施实时监测。

（3）审计重大错报风险的相关研究

在当前的社会与经济环境下，由于多重因素的错综交织，注册会计师在评估被审计单位时，往往难以维持绝对的客观性与公正性，这无疑加大了审计工作的风险。为了改善这一状况，何芹（2010）别出心裁地引入了灰关联分析方法，创新地构建了一种审计风险评估模型，从而显著提高了评估结果的客观性和可靠性。李晓慧和孙蔓莉（2012）则从风险导向审计、公司审核风险识别及业绩归因法等多元视角出发，构建了基于业绩归因法的公司审计风险评价框架。研究表明，运用业绩归因分析法有助于审计人员更精准地识别和处理经营风险，并更有效地追溯财务报告中的重大错误根源。在探讨重大错报风险的影响因素时，孟银银和孙丽（2012）指出，错误信息的产生并非单一因素所致。在财务报表层面，企业的经营状况、财务状况以及战略目标的合理性是主要的影响因素；而在认定层面，企业的内在风险及内部控制状况则显得尤为关键。刘国城和王会金（2016）聚焦于信息系统审计风险，运用“AHP”与“熵权”方法，结合信息系统审计的运行环境，构建了两种审计风险评估模型，分别适用于不同风险情境。在经过实证分

析后，他们为这两种模型的优化提出了具体的建议。黄亚平（2017）的理论研究表明，公司的运营风险是导致财务报告出现重大错误问题的重要因素之一。在经营压力下，管理者可能通过粉饰财务报表进行财务舞弊，以掩盖公司的真实财务状况。因此，企业财务报表层次的重大错报风险与运营风险紧密相连。在探讨信息技术对审计程序设计的影响时，肖芬和陈立新（2018）成功构建了一个适应“互联网+”时代背景的风险评估指标体系。这一体系不仅继承了原有风险评估的精髓，还创新性地引入了运行实施风险指标，并借助层次分析法为各项指标科学赋值。通过运用模糊综合评价法，他们得出了总体审计风险水平偏高的结论。吴国斌和李明燕（2020）在风险评估领域的研究更为深入，他们成功建立了一个重大错报风险评估模型，并成功应用于王牌汽车分析案例中。在这个案例中，他们巧妙结合了层次分析法和专家打分法，有效解决了定性指标难以量化的问题。通过模糊评价对评估结果进行量化处理，他们进一步明确了风险等级，并从多个角度对风险进行了深入的剖析。这一研究为后续审计工作提供了有力的指导和参考。

1.2.3 文献评述

目前，新零售的浪潮持续高涨，通过对相关文献的细致梳理，我们不难发现，国内外学者始终在探索新零售企业审计中重大错报风险的评估问题。许多学者都集中关注新零售的核心理念及其多维度研究，包括它的定义、起源、评估标准和优化手段等。在深入剖析新零售企业审计过程中可能遭遇的重大错报风险时，风险评估方法的选取无疑是至关重要的环节。部分学者倾向于运用德尔菲法、模糊综合评价法以及层次分析法来开展相关研究，而另外一些学者则对灰色关联度分析法情有独钟。有专家指出，与其他的主观赋权方法相较，灰色关联度分析法在精确性和客观性上表现更为出色，它在比较互联网环境下审计风险指标体系中各风险因素的权重和排序时，展现出了更高的有效性。然而，目前的研究多数还停留在宏观的层面，仍有许多不足之处亟待弥补和深入探讨。尽管新零售这一新兴商业模式给人们的生活带来了诸多便利，但从审计的角度来看，学者们的研究仍多基于传统的审计模型，未能充分考虑到新零售企业的独特性。初创的新零售公司往往隐藏着众多风险因素，这些风险因素可能对审计过程造成不小的干扰。新零售企业数字化程度高，这使得注册会计师在技术匹配上常感力不从心。同时，

数字化背景下财务信息的隐匿性也在增强,这对注册会计师的专业胜任能力提出了更高的要求。尽管如此,关于新零售模式如何影响审计工作以及新零售企业关键错误识别特性的深入研究仍然相对匮乏,这正是本文所要关注的焦点。在全球范围内,专家们对审计风险的定义、模式、成因及防范策略进行了深入的探讨,这为本文解析和防范新零售业中的重大错报风险提供了宝贵的思路。然而,关于新零售企业审计重大错报风险评估和防范的研究仍显不足。因此,本文旨在运用现代风险导向审计理念,结合新零售公司的特性,进行全面深入的研究分析。通过综合运用定性与定量的方法,并结合瑞幸咖啡财务舞弊的特性和经营模式的特殊性,提出针对审计重大错报风险评估的应对策略,以期为新零售企业的审计工作提供有益的参考和启示。

1.3 研究内容与方法

1.3.1 研究内容

本文通过以下六个部分展开研究:

第一部分:绪论。这一部分主要介绍了研究的背景、目的和重要性,详细回顾了国内外已有的文献资料,同时介绍了本文的研究框架和方法。

第二部分:相关概念与理论基础。对新零售,重大错报风险等相关概念界定。对于本文涉及的委托代理、风险导向审计以及信息不对称理论,我们将进行深入的解读。

第三部分:瑞幸咖啡基本情况及审计重大错报风险。选取瑞幸咖啡为案例公司进行研究,首先对瑞幸咖啡简要介绍,其次对瑞幸的重大错报风险的现状和问题进行了分析,提出了构建瑞幸咖啡是重大错报风险评估体系的重要性发现。

第四部分:基于灰色关联度评估瑞幸咖啡审计重大错报风险。首先对灰色关联分析法进行介绍,然后进行评估指标体系的构建,最后进行评价分析。

第五部分:优化瑞幸咖啡审计重大错报风险评估措施。从财务报表层次和认定层次两个方面提出相应的优化措施。最后提出保障重大错报风险评估体系的措施。

第六部分:研究结论与展望。通过上述的分析得出本文的最终研究结论,并对本

文在研究结果的不足与对今后研究展望做了描述。

1.3.2 研究框架

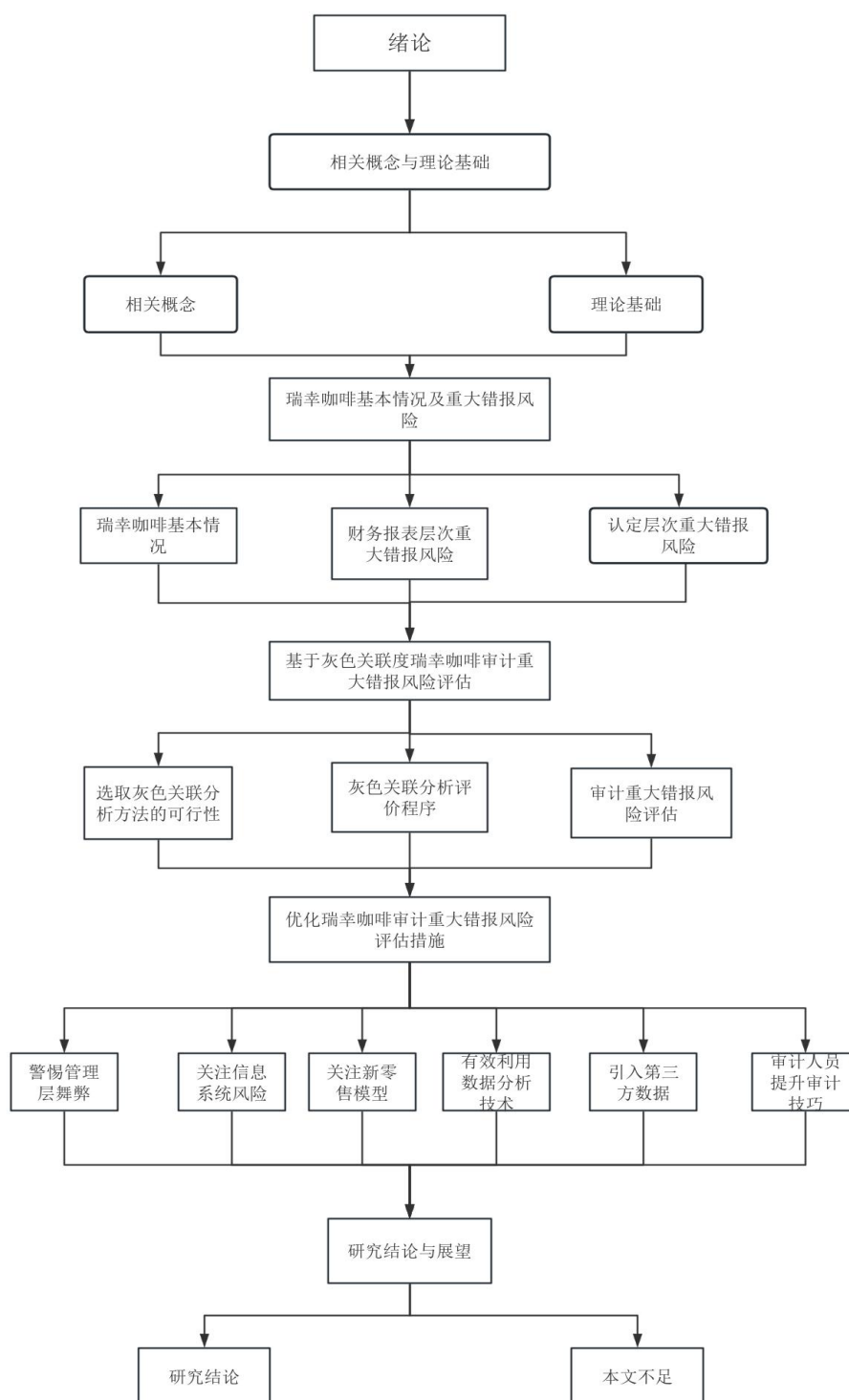


图 1.1 研究框架

1.3.3 研究方法

（1）文献研究法

本文依据研究要求，通过查阅相关的学术书籍、期刊、论文以及专题性研究等资料进行系统化整理和总结，对重大错报风险评估以及零售行业重大错报风险评估的现状有了基础的认识。这为我们提供了必需的理论支撑。

（2）案例分析法

运用了案例分析的方法，利用数据搜集手段来审视瑞幸咖啡当前对于重大错报风险评估的状况，并深入挖掘其中出现的问题及其原因所在。我们基于实际案例作为基点，引入灰色相关系数技术建立起一套针对重大错报风险评估的系统，然后进一步探讨和分析该系统的评级效果，以此揭示案例主体在重大错报风险评估过程中遇到的具体挑战，最后给出相关的改进建议。

（3）问卷调查法

本研究向会计师事务所和审计领域的专业人士发放了调查问卷，由他们通过评分来完成这份问卷，我们将收回有效的问卷并对其进行整理与解析，根据问卷调查结果确定各项评价指标的权重，继而深入的分析。

2 相关概念与理论基础

2.1 相关概念

2.1.1 新零售

新零售（new retail）的新颖之处在于它能够借助最新的技术来改善客户的使用感受并增强其运作效益，也能转变顾客们的采购环境。使用了云端运算去采集及解析资料，以便归纳买家的交易行动并且精确地调整推广策略，从而实现针对性的物品资讯传递和服务连接；并且应用先进科学方法于供应链的管理中，以此减少开销且增进效能，同时也提高了产品的质量标准。这个理念首次被提出是阿里的“Cloud Expo”在2016年举办的大会期间，当时马云表示由于经济发展和 社会技术的进步导致单一在线商务已逐渐消逝，未来的趋势必定是以线下为主导融合到网络平台之中，之后他进一步阐述了他对于“New Retail”（指的是一种基于数字化方式而建立起的服务体系）的理解：这是一种根据个人喜好挖掘及其购置习俗的研究结果，在此基础上制定出的更有效的推介计划，目的是为了 更好地迎合居民日益增长的变化中的需求量，进而达到使他们的需要成为我们服务的焦点这一目的。此外，这种名为 New Retail（简称 NR）的方式是由传统的实体店 面转型演变而来的新兴产业形式，它是把现有的电子商务系统同现代化信息化工具相整合起来的一项创新型企业战略。新零售和传统的零售方式有三个显著的差异：一、它们的核心业务性质有所不同：前者更注重客户的需求，以提升他们的满意度；二、它们对渠道结构的态度也各异：传统零售倾向于单个或多个渠道，这些渠道之间可能存在障碍，这可能会影响到降低企业的运营成本、增强下游公司的协作效果及改善用户体验方面的问题，但是新零售是全方位覆盖所有渠道的一种整合式方法，不是简单的把现有渠道堆叠在一起，而是通过有效地连接和协调各类渠道，实现全程贯通的产品设计、销售和服务流程。三、购物体验有所不同：传统零售环境中的购物体验相对一致，通常要求消费者去特定的地点购买商品和服务，但新零售模式颠覆了这种划分，提供了丰富的购物选择，且具有无边界的特性，让消费者可以在保持低成本的前提下，更快地获取所需物品。所以，随着信息化时代的发展，中国的零售行业已经发生了巨大的变革，展现出了

全新的面貌，具备以下特点：

（1）数字化

数字化被认为是新零售的主要特征，同时它也构成了全面销售网络及强力供应链的关键基础。借助数据分析，零售商可以选择最佳店铺地点，例如瑞幸咖啡利用对咖啡主导消费人群的研究，确定了他们的目标客户主要是上班族和高校学生党，并据此在城市的 CBD 附近设立商店，在高校周围设置门店，以减少顾客取货的路程时间。同时，基于用户在网上各大商城浏览过的数据及过往交易纪录等大量信息的统计与解析后发现他们的偏爱的品类及其日常生活方式，进而向他们提供相关推荐以提高他们在网购过程中的便利性和舒适度。VR/AR 技术的应用在新式商店或线上销售模式可以更有效地获取关于客户的行为特征和生活态度的相关资讯，并且能实时监测产品的状况以便更好地控制各个流程的管理工作。智能化的快递系统则为满足个人需要的新型商业提供了全新的货物递交方案。除了实体店铺内的选购外，还可以使用 APP 完成网上订单支付并在规定的时间段里由专门人员把物品送到家门前——这种便捷的服务是传统的电子商务无法实现的，它能在三公里的半径范围之内确保所有的采购物件快速抵达目标地点，这对增强买家的满意程度有很大的影响。

（2）全渠道经营

在新零售公司的发展过程中，全方位运营已逐渐演变成为一种主要趋势。这意味着线上及线下流量的结合，不仅限于创建 APP 或开设实体店，而且对公司的数字化的深度测试、云端管理的协调能力和数据解析与整合的能力、线下店铺与物流配送的高效协作等多方面的挑战。全方位运营涵盖了新零售模式的全部过程（包括产品设计的依据来自客户需求）、覆盖所有领域（如销售策略制定、商品抵达用户手中后的一切跟踪活动）以及贯穿整个流程的特点。通过此种方式，商家能实现全方位的数据分析以改进优化，同时，无缝式的消费体验使线上线下流量能够自然地转化为全方位运营的关键要素。

（3）强大的供应链

新零售所具备的高效供应链依赖于数字化技术的构建和实施，首先需要把各类资讯转换成数据，然后利用智能化订购体系、自动化机器分类、智能辨识及追踪等方式，对从订货到生产再到购买与运输的所有环节进行全方位计划并优化布

局，从而保证商品或材料能够更快速地送达商店或顾客手中，所有这些都得益于高效的供应链系统的支持，最终实现了信息的流通、现金流动和实物移动的三者高度整合。

2.1.2 审计重大错报风险

审计重大错报风险，指的是公司财务报告在审核之前就已出现严重错误的可能。这一风险并非人为制造或操控，而是真实且无法避免的存在，我们能做的只是去发现并识别它。这类风险可被划分为两类，分别是报表和认定层的。一般而言，财务报表层的重大错报风险往往与其总体相关联，比如公司的经营环境恶化、市场低迷、高层领导对内控体系的影响等等，这些都会直接影响到财务报告的表现。至于认定层次的重大错报风险，则更侧重于特定项目上，如一些复杂的财务会计操作流程、部分科目需要高估或低估的不确定性等问题，这可能会只影响单一项目的判断。对于新零售业来说，其特有的审计重大错报风险包括以下几点：

(1) 新零售企业的财务报告方面

监管环境。与传统零售市场相比，新零售企业所处的监管体系也存在一些不完善之处。虽然国家对于新零售领域已经相继发布了《电子商务法》、《网络安全法》等相关法律法规，但由于新零售的商业模式更新较快，监管制度难以及时跟进，存在监管空白和模糊区域。此外，由于新零售企业所涉及的领域较广，其监管部门也较多，包括工商、税务、财政、商务、海关等多个部门，监管机构之间的协调与配合也存在一定的困难。同时，新零售企业的业务形态相对较新，监管体系相对落后，因此监管环境不够完善。此外，新零售企业涉及的业务范围广泛，涉及到财务、税务、市场准入等多个领域，监管标准和要求也比较复杂，使得新零售企业面临较高的监管压力。针对这些不完善之处，新零售企业需要加强自身内部的风险控制和合规管理。一方面，需要建立完善的内部风险管控机制，制定相应的规章制度，对业务流程进行规范化和标准化管理，并且需要提高内部审计质量和财务数据的准确性。另一方面，也需要加强对外部监管的理解和合规管理，保持与监管机构的沟通与协调，积极配合各项监管工作。

政策环境变化对零售行业的影响。新零售企业受到政策制定的直接影响。近年来，中国政府大力推动消费升级和数字化转型，新零售作为零售业的创新形态

得到了大力支持。政策层面的支持也带来了丰富的资源，如政府扶持资金、土地资源、人才引进等。同时，政策也对新零售企业的发展提出了明确的要求，如鼓励优化供应链、提升消费者体验、保护知识产权等。这些政策的实施，使得新零售企业在业务拓展和创新方面有了更大的空间和机会。然而，政策制定的不确定性和变化也可能对新零售企业造成影响。例如，近些年来，随着跨境电子商务的飞速发展，中国政府陆续推行了一系列的跨境电子商务政策，如清单管理和税收优惠等。然而在 2018 年末，这些政策又出现了重大调整，导致跨境电子商务业务受到了冲击。此外，政策的执行也可能对新零售企业的发展带来挑战。例如，2019 年新修订的《电商法》要求电商平台加强对平台内商家的监管和责任追究，这对于新零售企业来说意味着更严格的合规要求和监管压力。

行业状况。新零售企业作为新兴业态的代表，以其独特的商业模式和技术手段在中国快速崛起。随着消费升级、互联网普及以及社交化购物等趋势的不断推动，新零售市场正进入快速发展阶段。

一、新零售商业模式引起的。随着互联网技术的飞速进步，许多零售商正在寻求转变以适应这一趋势，从而使得新零售行业的竞争变得愈发激烈。为了在新零售领域维持强大的竞争力，确保高质量和有效率的长久发展，公司需要不断扩展业务范围，深入了解客户的需求核心，并在整个流程中做好全面规划，包括营销、存货管理、供应链及物流等方面，达到无缝连接和深度整合的效果。近年来，新零售的发展速度惊人，供应市场也迅速扩张。对于是否能满足消费市场的需求，新零售公司并无保障。作为“顾客导向型的企业”，他们必须在引入流量方面付出高额代价。虽然初期可能会有亏损的情况出现，并且资金回收期较长，为了确保公司的运作稳定，管理层有可能会利用美化财报的方式来吸引更多的投资者加入，从而增加了财务报告中的重要错误的风险程度。

二、信息系统引起的。通常使用在线支付方式进行商业行为，这也意味着顾客个人信息可能面临暴露的风险。如果网络平台出现破绽，那么顾客信息的泄露概率将会增加，从而导致公司的法律责任风险上升。由于新型零售业态依赖互联网开展各种运营任务，如账务记录、财务报表制作和资料储存等等，虽然它确实能有效地缩减财务工作的复杂度并减轻负担，然而与传统的零售模式相比，新型零售业采用的信息系统可以轻易修改数据，使得审计证据的真实性受到怀疑，因此增加了审计的困难程度。最终，无论是哪个阶段的业务处理都必须经过信息

系统的执行，也就是说信息系统需要面对多人的操作环境，为了确保系统的稳定运行及避免越级操作，我们有必要创建一种全面且有效的授权制度，依据各个部门的工作特性分派相应的操作权利。不过，若该授权制度遭到恶意侵入或者自身存在缺陷的话，则有可能发生数据篡改的情况，这样一来，欺诈风险便不可避免。

（2）新零售企业认定层次方面

首先，由于新零售公司的经营范畴广阔，销售产品价格低廉、种类多样化并有大量交易，这导致了会计处理工作的负担加重，同时也增大了审计取证的难度，使得最后的收入确定成为一项巨大且艰难的系统任务。一旦出现遗漏或者错误记录并且没能被审计察觉，那么审计的风险肯定会上升。其次，为了维持顾客忠诚度，新零售公司经常推出多种类型的折扣促销活动，例如满额减免、发放优惠券等等。这样一来，一次普通的交易订单可能包括以下元素：积分兑换现金、满额优惠及付款金额内的现金等多种因素，从而使之变的更为复杂。过去并没有针对这种情况制定特殊的会计规则，但是新的收入规定已经明文指出需要使用“五步法”来确立各个要素的价格和计算方式，这就意味着财务人员必须尽快掌握和运用新规。再者就是成本费用确认的难题。大部分的新零售产品的保存期限很短，难以精确地估算它们的损失率和相关的成本开支。他们通常利用互联网上多种方式展开推广和广告行为，这使得其营销开支变得难以确定，传统的销售机构很少涉及送货服务，然而新零售实体则会在大城市的中心地区使用“区域仓库/市内仓库”的方式，建立与其业务特征一致的物流系统，并且要承担大量的投资成本以确保系统的顺畅运作，还需要考虑到租金、员工工资等方面的花费，若把所有这些成本都纳入财务报告里，无疑会导致公司的净收益下降，为保持理想的营利状况，可能会有意降低部分成本开销以便美化财务报告以安抚投资者。另外，新零售模式下的供应链管理也是关键所在。供应链管理不仅仅是管理物流和库存，还包括与供应商的关系管理、采购和供应商合作等，这对新零售企业的业务和运营都有着直接的影响。一旦供应链管理出现问题，将直接影响到企业的资金流、产品流、信息流，导致经营不稳定，甚至会对企业的品牌形象和市场声誉带来负面影响。在新零售模式中，供应链管理不仅要协调和管理多个环节，还需要关注品类和领域的多元化。由于新零售企业产品和服务的多元化特点，企业需要处理的商品种类、供应商数量、库存管理等方面的信息量都会更加庞大。因此，

新零售企业需要更加专业的供应链管理来保障经营顺利进行。如果企业没有相应的供应链管理的能力,就容易出现供应链断裂、产品滞销、库存积压等问题。这些难题可能会使公司的资金链断裂,从而对公司的存活和进步产生影响。所以,企业要不断提升自己的供应链管理,加强与供应商的合作,保证供应链上每个环节都能够正常运转,以确保企业经营的顺利进行。最后,消费者对新零售的接受度和认知度。新零售企业的重大错报风险水平除了受到供应链管理水平的影 响外,还与消费者对新零售的接受度和认知度密切相关。新零售模式与传统零售模式相比,依托数字化技术、物联网技术等先进技术手段,通过数据分析、个性化定制等方式满足消费者多元化、个性化的需求,具有更高的市场竞争力和用户黏性。尽管如此,若顾客对于新型零售方式的接纳程度与了解不足,可能引发他们难以领会新型零售方式所能提供的产品和服务及其优点的问题,这有可能削弱顾客对公司的信赖感和忠实度。倘若顾客未能充分认识到新型零售方式的重要性,也可能使公司在新零售方式的推行中采用错误的市场战略,比如过分渲染或虚构事实等等,这种做法有可能会欺骗客户,造成他们的不满感受,进而损伤了顾客对公司的信任感及名誉值。

2.2 理论基础

2.2.1 委托代理理论

根据不对等信息的竞争策略所构建并逐步演进的是委派授权概念,这一理念指出:公司的运作及其成长过程中的股权兼营可能导致欺诈的风险增加。随着社会的进步和社会经济活动的扩张,其一端的企业主因缺乏深厚的理论基础或专业的技巧能力或是没有时间去关注这些事务,他们可能会感到自己难以承担起全面的管理职责;另一面则是由于专门化的劳动力市场分割出大量的执业代表人员,所以从二十世纪三十年代开始出现了被授予权力的情况。然而在这个框架中,各方寻求利润的方式有所差异,作为拥有方的投资者希望实现最大的投资收益率,但执行任务的人则试图获得最高的薪酬收入。如果控制系统设定得不够完善并且奖励制度不能达到预期的结果的话,那么执行业务的人员就有机会采取短视的行为来伤害持有方的权益,这会削弱管理的质量并对会计报告的真实性和准确度产

生负面影响。为了应对上述挑战，许多企业家更愿意把业务交给独立的外部监管机构来处理，这种趋势促使了外部审查的发展。

2.2.2 风险导向审计理论

当代的风险管理理念是新时代背景下的产物，它致力于深层次探索公司运营和审查策略的发展变化趋势并提出创新性的解决方案。这一观念的影响力不仅仅在于引导受审方更注重外部的信息收集工作，同时还扩大了监管视角范围。通过实施此种控制措施来识别潜在问题时，这个概念也能提供合理的评价体系以衡量这些可能的问题所在。根据当前的管理模式来看，我们有理由相信企业的财会错误主要是由公司的商业运作所引发的企业内部操作失误或欺诈行为造成的。此外，我国于 2016 年度颁布的相关规定中已明文指出：所有从事相关工作的职业人士都必须使用现代化的方式去执行他们的任务。由于新型电商行业相较传统的实体店而言具有明显的区别之处（如销售渠道的变化）且顾客服务等方面的表现也有很大不同，因此这类行业的审核过程也会产生独特的挑战。然而，新零售企业的审计风险并未脱离风险导向审计理论的核心范畴。所以在新零售公司评估的风险管理中，我们要更注重公司的内控和信息化等问题的重要性。对于新型销售模式下的审查危险因素而言，它的出现是由于执业者的能力不足所导致的。相较于传统的专门化审核技能来说，对新的商业形态下做审定的人员不仅要熟悉财务及税务的专业领域之外还要有数据分析能力和计算机技术等方面的基础理论积累才能有效的处理好可能会遇到的所有潜在威胁。

2.2.3 信息不对称理论

在经济环境里，信息的不对称现象起到了关键作用，这表明市场的参与者们并不能获得同等程度的信息。就像没有两个树叶是完全一样的，由于信息差距的存在，某些人比其他人更容易获取到关于当前经济活动的详细信息，进而占得优势位置；反之，那些缺乏足够信息的人可能会陷入劣势。传统上，审计方式主要依靠会计师事务所的专业团队来检查公司的财务记录和报告。但在新零售业的环境下，许多这类文件都已数字化，它们面临被伪造或者修改的风险更高。所以，为了发现潜在的问题，审计员必须全面搜集各种信息以便找出任何可疑之处。本

文将运用信息不对称理论深入分析企业与审计人员之间的关系，并探讨在信息不对称的背景下，如何有效应对审计重大错报风险。通过这样的分析，我们旨在为提升审计工作的准确性和效率提供有益的见解。

3 瑞幸咖啡基本情况及审计重大错报风险

3.1 瑞幸咖啡基本情况

3.1.1 瑞幸咖啡发展概况

（1）瑞幸咖啡快速发展阶段

瑞幸咖啡的第一间试验店铺于 2017 年 10 月正式成立。仅仅用了不到一年的时间，这家公司就成功地将其测试商店扩展到了包括北京在内的 13 座主要城市，并且在这期间也顺利进行了 A 和 B 两轮的投资。截止至 2018 年底，他们已经实现了年度开设 2000 家门店的目标。2019 年，瑞幸咖啡从 BlackRock 管理的一支私人股权基金那里获得了一笔 1.25 亿美金的资金，这使得他们的市值达到了 29 亿美元。仅仅用了十八个多月的努力后，LuckinCoffee 便顺利地在美国纽约证券交易所（NASDAQ）挂牌并公开募股了，其股份代号是“LK”，当时的市场估价达到了四十二亿美金之巨。自此之后，该公司的业务发展可谓一发不可收拾，它的店铺总量及累积消费人数均创下了新高纪录——分别为四千零七十一家与近乎四个百万的人次；这充分展示出了该公司惊人的增长速度及其强劲的市场竞争力。

（2）瑞幸咖啡暴雷阶段

在 2020 年的 1 月 17 号，瑞幸咖啡曾经触及其市场价值的高点，达成了 126 亿美金。然而，在同年的 2 月份，美国的一家名为浑水的公司发布了针对该公司的负面研究报告，指控其有财务欺诈行为。这一举动使得瑞幸咖啡的股票价格下降了 25%。紧接着，该公司年度审核的会计师事务所迅速组建了一个专业的团队来审查此事。面对多方施压，瑞幸咖啡最终在四月的第二个晚上承认虚报了高达 22 亿人民币的销售额。然后，他们设立了一个特别的委员会并与第三方的独立机构合作，以深入了解此次财务造假的事件，同时还暂停了一些涉案人员的职务。与此同时，中国财政部门也组成了专案小组，对瑞幸咖啡的财务数据展开了详细的核查，发现他们在营收和开支上都虚构了超过 21.19 亿人民币和 12.11 亿人民币的数据。于 6 月 29 日，瑞幸咖啡在纳斯达克被停牌。

监管机构针对不当商业活动进行了深入研究之后，对瑞幸咖啡进行了处罚，

然而这个事件并未让该公司停滞发展脚步：它积极地整顿其领导层并重新审视过度扩展的问题；把重点放在提升收益能力及流动资金上并且激励产品的革新工作。所以我们看到的是公司的经营规模逐步减少，但其中超过 50% 以上的直销商店已经实现盈余状态。此外他们还致力于建立私人社区来增强顾客忠诚度，并在 2021 年推出了新的合作者方案以便吸引更多投资者加入他们的行列中去。这些举措都有助于恢复他们在市场上的地位，并将有可能使这家曾经陷入困境的企业再次崛起成为行业领袖之一。

（3）瑞幸咖啡涅槃重生

2022 年 11 月，瑞幸官网正式发布消息称已经成功地对其财务负债进行了调整与整理工作，这意味着他们今后不会再受限于来自不同地区的法院所执行的相关清算或者整顿行动之中。“这是我们新的开始”，作为公司创始人和董事长的郭瑾伊如此说道：他认为公司的目标是加强管理结构及提高内控水平并提升产品的品质服务标准。此次交易是由以大钟投资为首的一组投资者收购了一部分老股从而获得了超出百分之五十以上的股权表决权而达成的协议；成为了他们的主要持有人者之一。这意味着，瑞幸已经与前管理层在股权方面完全分道扬镳，股权结构更加稳定，公司将有更多的财务和精力专注于核心业务的发展和增长。于 2022 年 4 月 14 日发布的经审核的 2021 年度财务报表中显示，瑞幸咖啡的总收益达到了 79.653 亿人民币，较上一年度增长了 97.5%。其间，由合营店带来的收益达 13.061 亿人民币，增幅高达 312.5%。而在未采用美国的会计标准计算的前提下，该公司的经营损失缩减至 2.363 亿人民币，与去年相比有显著改善。自营门店已经实现盈利。

实际上，自 2020 年 7 月份新的领导班子上任以来，瑞幸已经逐步摆脱了过去的家族经营模式，转向采用现代化企业的管理方法。在新领导班子的带领下，他们暂停了无节制的扩张步伐，专注于咖啡市场的发展，减少对其他领域的投资，并加强产品的研发、营运、推广和成长等关键业务部门的管理，这几个部门的负责人都具有至少二十年的相关行业经验。管理层职业经理人化，让瑞幸更加回归商业本质，从资本输血下的盲目扩张，转向了有强大自我造血能力的有序经营。

“2023 可持续发展在中国高峰论坛”于 2023 年 6 月 8 日在北京举行，旨在鼓励更多的公司及个人投身到 ESG 的实践中去，同时对那些在环保、社区和社

会管理领域表现出色的企业给予奖励。此次活动由《经济观察报》承办并发布了两个重要奖项：“致敬企业”和“荣誉企业”。瑞幸咖啡凭借其在可持续发展战略建设体系建设与业务实践的积极推进，以及在公司治理维度的锐意创新与不断突破，荣膺“践行可持续发展荣誉企业”。从2020至2022的三年间，为了积极解决过往问题，使企业重新步上轨道，瑞幸采取了多种措施来恢复其价值观念、改善管理结构、加强内部控制、保持产品质量、利用科技提升效率、调整员工的发展和激励制度等各方面的工作。历经两年的辛勤付出后，瑞幸成功地完成了对海外的债务偿还及破产处理，完全摆脱了过去的困扰，并在2022年初首度实现了单个季度的盈余，从此进入到稳定发展的时期。“凰浴火再生”，“涅槃重生”的瑞幸已开始实行其可持续发展的策略。为确保这一目标得以实现，该公司于今年七月份成立了一个专门负责此事的管理机构，可持续发展委员会；并且已经成功构建了一套完善的相关管理规定体系来推动该项计划的具体执行过程。此外，他们还发布一份名为：《转变及再造--从2020到2022年的瑞幸企业管治汇报书》以加强内部交流互动的方式方法，详细阐述他们在新价值观念指导下的转型升级之路及其如何克服困难走向正轨的过程等内容的同时也明确指出企业的经营活动必须建立在一个符合社会道德伦理的基础上才能保证长期稳定的发展趋势。在此基础上，瑞幸启动了可持续发展战略体系的建设，针对利益相关方发放了超过9000份可持续发展调查问卷，初步确定了可持续发展战略方向——通过互联网和数字化优势推进可持续商业模式、建设可持续价值链和打造可持续社会生态，与更广泛的价值链伙伴合作，努力为经济、社会和自然生态创造价值。在这一战略理念的推动下，瑞幸咖啡逐步实现可持续发展源于业务、融入业务、成为业务发展驱动力的目标。为了实现这一策略的关键实施部分，瑞幸咖啡将其生态友好的制造过程应用于福建省烘焙工厂及江苏省烘焙工厂的所有生产阶段中。在福建省烘焙厂，他们采用了环保尾气焚烧净化设备，有效减少了二氧化硫和一氧化氮的排放，实现了产量增长的同时保护环境的目标。而对于即将完工的江苏工厂，瑞幸计划采取更全面的环境友好型节约措施，包括使用低功耗供暖空调系统、LED灯光设施、雨水收集装置、太阳能发电设备等等，并通过“无污染”废气处理方式来实现“零排放”目标，同时配备能源管理系统以确保整条生产线的绿色低碳

运行，从而减小产品的制作过程中对环境产生的负面影响，积极助力可持续发展的推进。

瑞幸咖啡位于厦门的中山路总部的正式开放时，它标志着这家公司已经成功地跨越了另一个重要的发展阶段——达到了其“万家门店”的目标。作为中国率先门店数量过万的连锁咖啡品牌，瑞幸咖啡在面向消费者践行“品质至上”承诺、持续创造产品价值的同时，也正在以“万店速度”积极推进自身的可持续发展。郭谨一表示，瑞幸咖啡将继续专注于品牌的长期价值，全力打造一个历久弥新的百年品牌，努力实现公司业绩的长期、健康、高速增长，保持可持续发展。本次获得“践行可持续发展荣誉企业”，是对瑞幸咖啡探索与积极推动可持续发展实践的肯定，也将成为其在商业领域取得成功的同时，进一步成为承担社会责任的全新起点。

3.1.2 瑞幸咖啡新零售模式

以顾客消费体验为核心的数据驱动型全渠道销售策略构成了新的零售业态。瑞幸咖啡作为中国新零售式咖啡的主要公司，成功地将其应用于自身业务中。接下来，我们将通过对新零售商业模式三大特点的研究，探讨其在新零售商业模式下的运作方式。

（1）数字化

瑞幸咖啡坚持以数字化的特点运营，仅使用 APP 作为唯一的购买方式，而不设实体店内的结算柜台。这种设计使公司收集到的不仅限于财务数据，还包括了顾客的年龄喜好及消费习惯等详细资料。借助该 APP，商家成功地与顾客建立起连接，这有助于他们利用数据分析顾客的行为模式，并据此制定精确的产品推荐策略和营销活动，从而增加回头客的比例。此外，基于客户提供的反馈持续优化商品品质。与此同时，由于顾客人数的增长可以直接扩大 APP 的使用规模，把顾客数转化为软件访问量。

（2）全渠道经营

利用物流链接线上线下，为确保其咖啡饮品的口味及送货速度，瑞幸咖啡选择了与顺丰联手提供外送服务。顺丰速运向客户保证能在十至十五分钟内把产品递到顾客的手中，并严控整个过程不超过三十分钟，这满足了人们对于高效能的

需求。这种结合线上的订单处理和实体店面的方式解决了单纯在线商城或实体商店所面临的问题，提升了用户的购物体验。便利的物流加上密集的网点布局，使瑞幸咖啡的潜在市场得以扩展，吸引更多的消费者加入，同时也拓宽了零售商铺的服务区域，让它们摆脱了地理位置的束缚。

以人为主导并根据顾客的需求去供应相应的商品与服务。为了优化用户体验，对现有的商业模式进行了分类，主要包括 S、A、B 和 C 类型；“慢品”类型的餐饮业既能提供室内的就餐环境也能提供户外露天就餐的选择，以满足那些注重实际空间感的顾客的需求；“速拿”类型的餐厅只接受内部领取或是外部送达的形式，这些餐厅一般位于办公楼或者是商务区的后方，专门面向追求高效率工作的人群这一特定群体，所以此类餐厅的比例超过了一半，达到了 3%；快取店的目标是提高服务的速度，方便客户打包带走，并在此基础上设置了一些简单的座椅供客人休息。在这四种类型的餐厅里，数量最多的就是外卖厨房店，它只能提供外卖服务，可以弥补一些没有营业的地区。如表 3.1：

表 3.1 瑞幸咖啡零售店类型与定位表

零售店类型	店铺定位
S 类店	丰富场景、可堂食、可外送
A 类店	丰富场景、可堂食、可外送
B 类店	简易场景、可自提、可外送
C 类店	只支持外送、不支持自提

资料来源：根据公司官网资料整理所得

（3）供应链模式

瑞幸咖啡的供应链模式主要包括以下几个方面：1. 自建供应链体系：瑞幸咖啡建立了自己的供应链体系，包括咖啡豆采购、生产加工、配送等环节。通过自建供应链，瑞幸咖啡可以控制产品质量、降低成本、提高效率。2. 直采咖啡豆：瑞幸咖啡直接与咖啡豆产地的种植者或供应商进行合作，直接采购咖啡豆，去除中间环节，确保原料的优质和新鲜。3. 精准配送：瑞幸咖啡采用智能化的供应链

管理系统，实现对门店的库存情况、销售数据等进行精准监控和预测，以便及时补货和调配。4. 流程优化：瑞幸咖啡不断优化生产加工流程，提高生产效率，减少浪费，保证产品的新鲜和品质。

总的来说，瑞幸咖啡通过自建供应链体系，直采咖啡豆，精准配送和流程优化等方式，实现了供应链的高效、低成本和高质量，为消费者提供优质的咖啡产品和服务。

3.2 财务报表层次审计重大错报风险

3.2.1 商业模式引发的审计重大错报风险

与传统的零售公司相比，新型零售公司的经营策略为“新零售”，这使得他们能够利用网络突破地理位置的局限，进一步扩大潜在客户群。然而要充分发挥这种优势，必须精准理解客户的需求及购买行为，以提供符合他们的核心需求的产品和服务，以此保持客户忠诚度。此外，这也提升了企业的利润率，因此，拥有一批稳定的客户群体对于充分运用“线上”优势至关重要。但是这个过程通常耗时且充满挑战，而且随着消费者需求的变化，产品的更新换代也是必要的，这些都加剧了新兴零售业间的竞争压力。瑞幸咖啡主要是通过在线折扣、快速扩展实体店面等方式进入市场，吸引消费者。不过，依赖“烧钱”的方式压低商品售价，迎合大众追求廉价的心理，这样的商业模式并不适合作为瑞幸的长远发展策略。首先，针对获取市场的目标，瑞幸采用了一系列策略如大量的推广费用支出、聘任名人做形象代表、初次购物买单政策等手段，这无疑增加了公司的运作开支并加剧了现金流性的紧迫感。其次，快速扩展实体店面所需的大量资本注入了也给企业带来了巨大的经济负担，同时在线业务同样依赖于巨量的金融资源作为后盾才能正常运行。一旦面临收支平衡的问题时，企业的融资渠道可能会受到威胁从而产生潜在的企业危机。此外，对于主打大众消费者尤其是职场人士的市场定位来说，他们通常更注重产品的性价比而不是品牌效应或其他因素的影响，所以当商家过度强调低价竞争的时候反而会让这些人群变得更为挑剔且容易转向其他的购买选项中寻找更好的价值回报率的产品和服务。最后一点是关于品牌的差异性和竞争力问题：虽然市场上存在许多与之类似的选择但并不意味着它就

不能继续生存下去或者说它的生命周期就会很短。然而要实现从亏转盈的目标则显得有些困难甚至是不现实的事情。总而言之，基于上述分析我们认为因为该公司难以维系自身的营运状况导致的绩效焦虑，使得管理层有更大的压力去做一些虚构的数据或是夸大的表现，以便能够满足那些期待看到良好成绩的人们需求，以此避免他们的失望情绪，而导致大规模抽离的现象的发生。这样一来也就间接地提高了会计信息披露错误的可能性。

3.2.2 信息系统引发的审计重大错报风险

“数据化经营”的新零售业与传统的零售业相比有着显著的差异，其所有运营步骤都依赖公司的信息系统执行，产生的各类数字资料也将被存储在该系统里。然而，当这种数字化转型广泛应用到新零售行业时，可能带来一系列的风险：首先，如果公司的内部管控不够严密，那么员工输入如销售原始数据等信息的准确性和真实性就容易受到影响。其次，尽管授权方式有助于限制访问信息系统的权限，从而降低虚假数据的可能性，但是基于委托代理理论，高层经理人员为提升自身收益或维持公司的稳定运作及竞争力，有时会选择绕过公司内的监控机制，以实现他们个人目的，例如修改财务报表的数据，以此改善他们在任期内的表现。这种情况下的作弊行为常常非常隐秘且不易察觉。经过深入研究瑞幸咖啡建立的信息管理体系，我们发现在这个系统中有两个关键部分，一个是用于处理交易的前台 APP，因为购物和付款的过程记录相对简单，因此存在一定程度的审计风险；另一个则是后台，当管理层致力于实现自身利益的最大化时，他们会采用包括购买、生产以及 erp 管理系统在内的一套管理流程。在内部控制管理的基础上，通过绕过信息系统的许可，直接采取行动对购买或生产进行操作。如果对关键业务流程的数据进行了更改，那么审计员很难作出准确而公正的风险评估。据浑水的反击报道显示，瑞幸咖啡运用其自主运行的信息管理系统，人工操作该系统以产生编号序列，使订单呈现出跳跃式增长，以此来虚假提升销售额。从某个角度来看，这种行为确实增加了注册会计师的审计风险。然而，我们不仅需要密切观察系统的内控完整度，还需要考虑公司使用的信息系统与其实际商业模式的一致性、系统抵御外部攻击的能力、定期检查和保养等因素。一旦这些方面存在缺陷，就会间接地提高审计员面临的大型错误披露风险。

瑞幸咖啡的全部交易都依赖于网络操作，没有实体店面收取现金。这种方式使得公司能够收集并保存所有的金融数据。其核心在于吸引及保持顾客数量，这也是新零售商业模式中容易出现欺诈行为的关键部分。对于这类企业的财务状况，安全性、精确度和全面性与其内部管理系统的常规控制密切关联，因此在新零售商业模式的环境下，审计员必须检查这些关键因素：如员工授权、系统访问规则以及业务持续性等方面的控制措施是否得当。

在瑞幸咖啡的财务欺诈案中，由于人工操纵的影响，其连锁店内的订单连贯性被打破，取餐号不再遵循递增规律而随意变动。例如，在 2019 年第四季度的某一天，浑水研究公司观察到的这家商店公布的数据表明预期每日销售量介于 483 至 506 件之间，然而实际上只有 263 件，这相当于夸大了约一半的销售额。同样的情况也出现在该公司随机挑选的 151 家分店上，经过对这些数据的研究和整理，我们发现瑞幸咖啡每间店每天利用跳单手段虚假增长的交易数目大约是 106 次。一旦公司的目标已定，他们可以在骗局实施的过程中避免因跟踪订单引发的事实暴露。

除了利用“跳单”策略来夸大交易量外，瑞幸咖啡的信息系统一般控制风险也表现在人工调整商品定价方面。据浑水公司发布的调查报告显示，他们通过对比收集到的小票样本共 25843 张后得出结论：瑞幸咖啡的产品标价比其公布的价格高出了 12.3 个百分点。例如，在第三季度的例子中，他们的实质售价比官方披露的现磨咖啡及其他类别的产品价格低了约 87.7% 及 68%。按照真实销售价格推算，实际上瑞幸咖啡店面并未实现盈利，反而存在着高达 24.7% 至 28% 的亏损。

由于未设立相应的网络监管机构以适应信息科技快速发展的背景下的这一新兴的数据收集方法所产生的威胁，瑞幸咖啡的信息输入全部依赖于互联网上，这可能导致了公司面临的风险增高。此外，随着连锁店数量持续增长，有必要招聘并培训更多的员工，但如果这些新员工未能充分理解系统的内部运作机制及如何正确地输入信息，可能会加大信息系统管理的潜在风险。

3.2.3 管理层舞弊引发的审计重大错报风险

根据代理委托理论，双方在接受代理时可能会出现无法调解的利益冲突。这是由于上述原因造成的。考虑到潜在的不一致情况，股东可能会选择由独立第三

方来监管和评判经营方的财务活动以满足他们的需要,这可能导致他们寻求外部审查的需求增加。对于新兴的新零售行业来说,审核团队不仅应该专注于识别整个商务模型中的管控危险点,还需要把注意力放在高层领导超越内部管理的威胁上。如果某一企业的商德不足以为高阶经理人的财政行动设定有效的限制条件,那么这种情况下就存在着一种隐患:由于缺乏有效制约机制的存在,这些高级主管们很可能是出于个人私欲去制定那些能让他们获取最多收益的选择方案;当审阅员试图用提问等手段向这些人了解信息的时候,因为缺少必要的规范指导,他们在回答问题时的可信度就会降低从而加大检查的风险程度。根据公开资料可知, Lu Zhengao (CEO) 和 Qian Zhi ya (COO), Mayer Investment Fund, Da zhong Capital 和 Yue yi Capital 分别拥有约 76.50%,总计占有超过八成的股票权益;而这些公司的实际控制人 Sun ying Weng 是 Lu 的亲弟弟,他们二人共持有的公司占比达到惊人的百分之四十二点九三,并且还签订了名为“一致行为”的一纸合约来保证他们的利益最大化,然而这个关键信息却没有被包括进上市申请文件中去。实际上,除了董事长陆正耀之外,其他高管也涉及到一些“问题”,比如作为联席创始人和首席营销官的杨飞曾经因为参与了一个提供付费删帖服务的有罪黑客团伙并因此入狱十八月之久。由此可见,无论是公司的主要投资者还是管理层都与财务状况有着密切的关系并且可能已经违反过某些商界准则和职业操守等不良的行为方式增加了会计审核的风险发生的概率。

3.3 认定层次审计重大错报风险

3.3.1 收入认定风险

瑞幸咖啡采用全线上的购物方式,所有产品都可通过其 app 和微信小程序等在线平台订购。对于收益计算,我们采用了净额方法。若顾客利用优惠券支付,那么我们在确认收益的时候会减掉相应的优惠部分,并以未打折后的实付价格作为收益基础。然而,当顾客用免费券买东西时,我们会把这笔支出算作营销成本。此外,我们的收益还包含了对顾客征收的配送费,并且要扣除了适用的增值税。

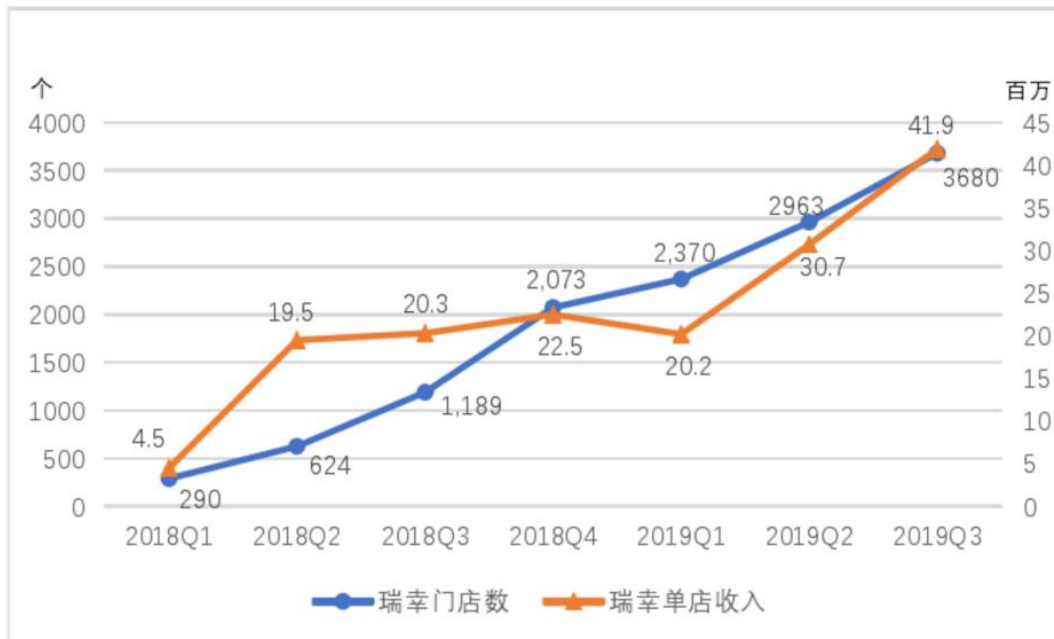
作为一个以网络科技为基础的企业,瑞幸咖啡具有一种显著特征:其经营表现被视为外部评估公司的重要参考因素,有时甚至超过了财务状况。这主要体现

在如用户数量与访问次数等的数据上。初期阶段，该公司通常采用大量投资及广泛宣传策略来快速扩大规模并提升品牌知名度。一旦市场份额达到了一定的比例，该公司的地位便会在业界得到巩固，然后利用这些经营数据转化为实际利益。相比于利润而言，投资者更看重的往往是销售额。而这个数字则是由产品价格和销量相加得出的结果，因此，如果存在虚假收入的情况，就可能涉及到产品的售价或销量的调整。特别是在互联网上售卖的产品，可以通过研究每一笔交易记录中的流转收益、店铺盈余、交易真实性的信息，从而揭示出潜在的问题所在。

经过实地调查，浑水公司揭示了瑞幸咖啡在其业务流程中的违规行为，例如利用非连贯的订单编号来虚增 2019 年第三季度的每日店均销售量超过 69%，而到第四季度时这一比例已上升至 88%。此外，他们还发现了零售价格与公开信息的不一致之处，即平均每个商品的价格被高估了 1.23 元或 12.3%。基于此，浑水公司运用税收百分比对两种主要的产品进行了分析，并推算出平均税率为 7.54%，这明显高于报告所述的 6.5% 的税率水平。同时，从监视录像及获取的票据来看，其它类别的产品销售额远未达到其实际应有的份额，因此可以断定这些产品存在虚假宣传的问题。

虽然没有采取现场调查的方法来研究瑞幸咖啡发布的财会报告中的信息与其他相关信息的关联性和发展动态，但我们仍然可以透过对这些资料的研究看出其营收的变化是否存在异样之处。如图所示：根据公开披露的数据（包括实体店铺数目及由该数字推算出来的每间商店收益）来看，尽管自始至终公司一直在扩展业务规模并开设新的分销点，然而公司的总销售额并未呈现出稳定的持续上涨态势；相反地，这种现象却是在该公司成立后不久就开始出现，即自从二零一八年的第二个季度起，它的每个零售点的平均月营业利润率便已逐渐下降并且到了同一年份的第一个季节中更进一步下滑为负值。这显然是合乎逻辑的现象反映出了企业发展的自然进程。不过值得注意的是，当我们在观察这个企业的经营状况时发现了这样一个令人费解的事实：就在去年夏季结束后的两个连续月份里，也就是三、四两个月期间，这家连锁餐饮机构不仅成功新增了一千多家的新开张商铺而且还使自己的整体销量实现了显著提高，这一事实似乎并不寻常或说不太合理。

图 3.2 2018 年第一季度-2019 年第三季度瑞幸咖啡门店数量及单店收入变化



资料来源:Wind 数据库

参照瑞幸咖啡的主要竞争者星巴克的数据, 我们发现在 2019 年第三季度的单店收益中, 星巴克达到了一亿人民币, 同时期瑞幸仅有四千二百万。如果只关注咖啡业务并忽略其它产品的贡献, 我们可以通过对比两者的均价来推断: 瑞幸每家店铺售出的咖啡数量大约是星巴克的一半。然而这一结果并不合理, 原因在于星巴克经过长期经营积累了大量忠诚客户。此外, 由于瑞幸更倾向于开设快速服务型商店, 其每个店铺的占地面积相对较小, 因此要超过拥有良好环境体验的星巴克的三到十倍营业规模显得不太可能。

表 3.3 瑞幸咖啡财务指标

	2018Q1	2018Q2	2018Q3	2018Q4	2019Q1	2019Q2	2019Q3
瑞幸咖啡							
营业收入	0.13	1.22	2.41	4.65	4.79	9.09	15.42
(亿元)							

数据来源:Wind 数据库

如图表 3.3 显示, 瑞幸咖啡的毛利润率自 2019 年第二季度的 46.5% 及第三季度的

51.7%显著提升后，虽然其主要原料（即咖啡）的价格波动并不大且因行业特性而缺乏较大的技术革新带来的收益增长可能性，但仍有可能因为虚假销售或伪造生产成本等因素造成毛利额的不寻常变化。

瑞幸咖啡在新零售商业模式的驱动下，成功地将传统的咖啡零售行业引向了互联网发展，并借助大数据技术，创建了一种以轻资产为核心的运营模式。然而，实际上，它并未成功地将业务从传统的咖啡零售转向这种新的运营模式。轻资产型公司具有强大的资源整合力，他们利用创新与市场策略来宣传自己的品牌及文化和价值观，并把那些自己无法胜任或转交给其他相关联公司的重资产任务。他们的主要精力集中在顾客服务、品牌建设和管理技能等方面。这反映在财务报告上就是：固定资产占总资产的比例较低，甚至固定资产对利润的贡献度也很小。实施轻资产战略可以使企业获取更高额度的资本回报，同时只需投入较少的资金就能带来较大的盈利。

在 2019 年二、第三季度的报告中，我们可以看到瑞幸咖啡的库存周转效率相较之前有显著提高。然而，若要判断其是否成功地从重资产转向了轻资产，我们需要进一步分析相关信息。尽管如此，通过财务报表的数据来看，目前瑞幸咖啡并未完全实施这一策略。

表 3.4 2019 年第一季度-2019 年第三季度瑞幸咖啡营业支出情况

	2019Q1	2019Q2	2019Q3
材料成本（亿元）	2.76	4.66	7.21
店铺租金和其他运营成本（亿元）	2.82	3.71	4.77
销售费用（亿元）	1.68	3.90	5.58

资料来源:Wind 数据库

在咖啡零售业中，咖啡机和门店等设备的投资是不可或缺的运营费用。虽然瑞幸咖啡专注于小型自助店的扩张，但是随着门店数量的急剧增加，单个门店的成本优势正在逐步减弱。表 3 - 4 揭示了公司总店面租金和其他运营开支正以令人震惊的速度上升。到 2019 年的第二季末，这一数值已达 37.1 亿人民币，相较于第一季度的增幅为 31.6%，同比上升了 271.7%，同时，其销售支出也呈现出

132.1%的环比增加。虽然和同业的其他咖啡连锁企业比较起来，瑞幸咖啡对于固定资产的比例相对较低，但是因为咖啡行业自身的特点，我们不能忽视对其关键设备如咖啡机的投资。此外，尽管瑞幸咖啡已建立了知名品牌，但其高折扣销售策略导致客户群体对价值敏感，缺乏品牌忠诚度。消费者的消费行为往往受到折扣的影响，尚未像星巴克那样成功吸引一批忠诚的消费者群体。因此，瑞幸咖啡尚未完全获得轻资产模式下所需的品牌认可。

总结前述研究结果，我们发现瑞幸咖啡并未成功实现其所谓的“轻资产”商业模式，所以它也没有表现出该模式应有的快速库存周转能力。自 2018 年到 2019 年期间，尽管销售额有所增长，但是到了 2019 年的第三季度，瑞幸咖啡的库存量反而出现了异常下降的情况，同时周转期也在急剧缩短，这与一般咖啡零售企业的正常经营状况并不相符。基于上述讨论，我们有理由怀疑瑞幸咖啡公布的数据可能存在虚假成分。

3.3.2 销售费用认定风险

由于虚假报告收益必然会引起资金流动性的提升，为掩盖此种欺诈行径，公司必须相应地提高相关成本。对于采用新型零售业务的企业来说，初期通常依赖于大量的宣传和巨额优惠来建立品牌形象并吸引新的客户。然而，在这个以高昂市场营销支出为主导的新零售业态中，夸大销售开支是较为常见的一种作弊手段。

瑞幸咖啡公开披露的广告开销为真实广告投入的 150%，而其主要目标是在上市前后的招股文件和新客户获取成本中发现企业广告花费。根据所获取的数据和对 CTR 研究追踪的结果（参见图表 3.5），我们可以看到主要广告合作伙伴——分众传媒的广告费用占比每年都在减少，从最开始的最高点 75%一路下滑至 2019 年第三季度的仅仅 12%，这种现象显然是违背常理的，这进一步证实了瑞幸咖啡虚增广告支出的事实。

表 3.5 分众传媒广告费用占比

	2018Q1	2018Q2	2018Q3	2018Q4	2019Q1	2019Q2	2019Q3
广告费用（亿元）	0.40	1.02	1.27	0.93	0.40	2.42	3.62
CTR 追踪分众传媒 广告费用（亿元）	0.20	0.70	0.95	0.68	0.23	1.15	0.46
分众传媒广告费 占比 (%)	50	68	75	73	58	48	12

资料来源:瑞幸资料、CTR 市场研究

利润是由收入除以成本得出的,而且当收入和成本同时上升时,通常不会显著增加。那么为何瑞幸咖啡选择提高广告支出呢。实际上,这是新零售商业模式中一种创新的欺诈策略。

在新零售商业模式中,初期的大规模推广通常作为进入市场的关键手段,因此在前几年的运营过程中,高昂的成本可能会导致公司无法立即产生收益。相比于公司的整体盈余状况,投资人往往更加关心店铺的成长潜力和市场占有率等方面。因此,新零售公司的获利可以从两方面来看:一是母公司层面的赢利;二是店面层面的营收。而店面的盈利则是通过扣除成本、房租及员工工资后得出的结果,至于销售开支则视为母公司部分。。由于信息不全或者不均衡,商铺的盈利情况可能会向外界传递正面的消息,从而提升投资者的信任感。据浑水研究显示,2019年第三季度,瑞幸咖啡公布的广告费超过了其跟踪到的广告费约3.36亿人民币,同时该季度店面层面的净利润也增加了3.97亿人民币,两者之间的差距相当接近,很可能暗示着广告费用已被纳入到店面层面的利润之中。

4 基于灰色关联度瑞幸咖啡审计重大错报风险评估

在本节中，我们将利用德尔菲方法与灰色相关系数技术对瑞幸咖啡的风险因素进行定量处理，以期为后续审计工作提供有用的参考数据。

4.1 选取灰色关联分析方法的可行性

所谓的全面评估，就是根据给出的条件，采取特定的策略，为每个评估对象赋予一个评价标准，然后依此进行优化。对于每个评估对象，通过全面评估和比较，可以发现自身的不足，也方便及时实施措施，进行改良。

灰色关联分析作为灰色系统的一个子领域，其核心理念在于运用灰色关联分析技术对各种因素所引起的事物和现象进行全面的综合评估。该方法解决的核心问题为多个影响主体之间的整体优劣情况，其解决途径为首先确定多个影响主体，然后通过各主体在若干指标上的得分，分析指标得分与各主体得分之间的关联程度，最终给出各主体对系统影响的整体优劣排序。利用灰色相关研究方法可以深入理解各个变量对于整个体系运作状况的深远影响，该方法基于灰色理论，主要目的是处理“微小的数据集和缺乏信息的”这类模糊性和不可预测的问题。在重大错报风险评估中，由于不同认定层次和财务报表层次的影响因素各异，不同层次的影响对风险评估也有所不同。灰色关联分析方法则能很好的反映这一问题，这也是本文选取灰色关联分析方法的原因。

4.2 灰色关联分析评价程序

4.2.1 指标选取

（一）选取原则

（1）科学性原则

本文根据现有研究成果建立重大错报风险评估体系，通过参考大量文献并根据瑞幸咖啡重大错报风险，总结出新零售企业重大错报风险主要分为：财务报表层次和认定层次，将二类指标细分为 10 个风险因素，共确定 10 个二级指标。

（2）相关性原则

重大错报风险评价指标应当与企业基本的管理活动和经营活动相关、相适应。在评价指标选取过程中要保证选取的指标与瑞幸咖啡识别出的重大错报风险具有关联，能够结合新零售企业的特点设置相关指标。对二级指标的具体划分不仅要参照新零售公司的管理和审计相关法律规定，还需要考虑到新零售公司审计重大错报风险的特性，突显新零售公司的特质。

（二）指标确定

本文搭建的指标体系共分为三个层次。目标层是新零售企业的重大错报风险水平，是最终的评价目标。一级指标分为财务报表层次和认定层次。指标层分为10个指标。这个分类方法参考了重大错报风险分类方法的设置。设计指标时，更多地选择了新零售企业的定性指标，通过定量评价这些定性指标来克服评估新零售企业重大错报风险的困难。其中，为了准确评价新零售企业所在的市场及宏观环境对新零售企业发展造成的影响，选择了行业风险、政策环境和监管等3项因素来客观评价其外部所面临的风险，因为这三者都可以反映出在宏观环境上，新零售企业所面临的压力大小，从而影响对重大错报的影响；在考虑如何公正客观的评价企业内部的相关重大错报风险时，则选择了信息系统、商业模式、管理层舞弊三项指标；认定层次通过销售费用的确定，收入的确定这两个控制风险以及供应链管理水平，消费者对新零售的接受度和认可度的固有风险，评价它们对新零售企业重大错报风险的影响。

首要任务是明确本研究对象，即瑞幸咖啡的重大错报风险（R）。我们将关键重大错报风险划分为两个层面：一是财务报表级别的重大错报风险（R1）；二是认定层次的重大错报风险（R2）。然后我们进一步细化这些级别，把R1划分成六个子类别：监管风险R11、政策环境风险R12、行业风险R13、信息系统风险R14、商业模式风险R15及管理层欺诈风险R16；同样地，我们也给出了R2的四个子类：收入确认R21、销售成本风险R22、供应链管理风险R23、消费者接受认可度R24。详细情况参见表格4.1。

表 4.1 指标选取

目标层	一级指标	二级指标
重大错报风险 (R)	财务报表层次重大错报风险 (R1)	监管风险 (R11)
		政策环境风险 (R12)
		行业风险 (R13)
		信息系统风险 (R14)
		商业模式风险 (R15)
		管理层舞弊风险 (R16)
		收入确认 (R21)
		销售费用 (R22)
	认定层次重大错报风险 (R2)	供应链管理 (R23)
		消费者接受认可度 (R24)

4.2.2 评价指标权重计算

由于评价体系中二级评价指标较多，对于所提到的二级评价指标。本研究运用了德尔菲法，结合电子和纸质问卷的方式，对 9 家会计师事务所的 30 位审计专家进行调查（详见附录），并对瑞幸咖啡存在的重大错报风险情况进行评分。最终共收到 17 份有效问卷。

依据本篇文章所探讨的问题和重大错误报告风险评估指标的特性，我们采用德尔菲方法来确定各个二级评估指标的权重。详细步骤如下：

(1) 构建判断矩阵

建立评判矩阵 r ，对各项指标进行两两对照，以量化专家的决策判断：

$$R = (r_{ij})_{n \times n} = \begin{bmatrix} r_{11} & \cdots & r_{1n} \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ r_{n1} & \cdots & r_{nn} \end{bmatrix}, \text{其中 } r_{ji} = 1/r_{ij}$$

r_{ij} 代表了因素i与因素j之间的重要性差异，并根据表4-2中展示的度量方法对这些指标进行了量化。

(2) 依照1-9的比例度量方法，我们对相同级别的指标进行了两两的比较和量化，从而生成了判断矩阵 r_{ij} 。表4.2展示了比例度量值的确定。

表4.2 r_{ij} 标度方法

标度 r_{ij}	因素 i 比因素 j 的重要程度
1	同等重要
3	稍微重要
5	明显重要
7	强烈重要
9	极端重要
2,4,6,8	介于上述两相邻判断尺度的中间
倒数	因素 i 与因素 j 相比重要性程度为 r_{ij} ，那么因素 j 与因素 i 相比重要性程度就为 $r_{ji}=1/r_{ij}$ 。

(3) 瑞幸咖啡重大错报风险的评价如表 4.3 所示：

表 4.3 瑞幸咖啡对目标层 r 进行的重大错报风险评估结果

R	财务报表层次重大错报风险	认定层次重大错报风险
	(R1)	(R2)
财务报表层次重大错报风险 (R1)	1	1/2
认定层次重大错报风险 (R2)	2	1

即得出判断矩阵为 $R = \begin{bmatrix} 1 & 1/2 \\ 2 & 1 \end{bmatrix}$ 。

(4) 表 4.4 展示了对财务报告层级重大错误报告风险的评估：

表4.4 瑞幸咖啡财务报表层次重大错报风险R1的评估

R1	监 管 风 险 (R11)	政 策 环 境 风 险 (R12)	行 业 风 险 (R13)	信 息 系 统 风 险 (R14)	商 业 模 式 风 险 (R15)	管 理 层 舞 弊 风 险 (R16)
监管风险 (R11)	1	2/5	2/3	2/6	2/4	2/1
政策环境风险 (R12)	5/2	1	5/3	5/6	5/4	5/1
行业风险 (R13)	3/2	3/5	1	3/6	3/4	3/1
信息系统风险 (R14)	6/2	6/5	6/3	1	6/4	6/1
商业模式风险 (R15)	4/2	4/5	4/3	4/6	1	4/1
管理层舞弊风险 (R16)	1/2	1/5	1/3	1/6	1/4	1

即得出判断矩阵为 $R1 = \begin{bmatrix} 0 & 5/8 & 5/16 & 1/16 & 0 \\ 0 & 1/16 & 1/2 & 7/16 & 0 \\ 0 & 1/4 & 5/16 & 1/4 & 3/16 \\ 0 & 1/8 & 7/16 & 5/16 & 1/8 \\ 0 & 3/8 & 9/16 & 1/16 & 0 \\ 0 & 1/8 & 7/16 & 3/8 & 1/16 \end{bmatrix}$

(5) 表 4.5 展示了对重大错报风险的评定层级：

表4.5 瑞幸咖啡认定层重大错报风险R2的评价

R2	收入确认 (R21)	销售费用 (R22)	供应链管理 水平 (R23)	消费者接受 认可度 (R24)
收入确认 (R21)	1	4/3	4/2	4
销售费用 (R22)	3/4	1	3/2	3
供应链管理 水平 (R23)	2/4	2/3	1	2
消费者接受 认可度 (R24)	1/4	1/3	1/2	1

即得出判断矩阵为R2=

$$\begin{bmatrix} 0 & 0 & 5/8 & 5/16 & 1/16 \\ 0 & 0 & 11/16 & 1/4 & 1/16 \\ 3/8 & 1 & 1/4 & 1/4 & 1/16 \\ 1/4 & 1/2 & 1/4 & 0 & 0 \end{bmatrix}$$

(6) 确定判断矩阵权重

我们对每个决策矩阵所关联的特性向量 V 进行了计算,其以 $V=(v_1,v_2,\dots,v_n)$ 的形式呈现出来。完成此步骤之后,我们将这些特性向量 V 进行规范化操作,从而得到权重向量 W,它被定义为 $W=(w_1,w_2,\dots,w_n)$ 。

$$W_i = \frac{v_i}{\sum_{i=1}^n v_i}, \quad i=1, 2 \dots n$$

权重向量系数的数值代表了元素在上一级元素中的重要性。这是通过公式计算得出的：

权重向量 $W=(0.333, 0.667)$ ；

权重向量 $W1=(0.571, 1.429, 0.857, 1.714, 1.143, 0.286)$ ；

权重向量 $W2=(1.600, 1.200, 0.800, 0.400)$ 。

(7) 进行判断矩阵一致性检验

为确保前一节中获得的权重向量 w 、 w_1 和 w_2 是有效数据，本章将对每个判断矩阵进行统一性检查。如果检查结果符合要求，就保留下来；否则，就删除它们。

通过计算，我们获得了各个判断矩阵的最大特征值 λ_{max}

$$\lambda_{max} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \frac{\sum_{j=1}^n \gamma_{ij} \omega_j}{\omega_i}, \text{其中 } i = 1, 2, \dots, n, j = 1, 2, \dots, n$$

根据公式，用 λ_{max} 来计算一致性评价指标CI。

$$CI = \frac{\lambda_{max} - n}{n-1}$$

计算一致性比率CR:

$$CR = CI/RI$$

这里的RI是表示随机一致性的指标，在本文中所用的具体数值可以在表4.6中找到。

表4.6 随机一致性指标RI取值表

阶数	1	2	3	4	5	6	7	8	9
RI	0	0	0.52	0.89	1.12	1.26	1.36	1.41	1.46

如果计算出的一致性比率小于0.1，则可以通过一致性检验；相反地，若大于等于0.1，则被认为未通过。

综上，由上述公式计算得出：

对矩阵r的 λ_{max} 值为2.000，ci值为0.000，cr值小于0.1，我们已经通过了一致性检验。

判断矩阵R1的 $\lambda_{max}=6$ ， $CI=0.000$ ， $CR=0.000 < 0.1$ ，通过一致性检验。

判断矩阵 R2 的 λ_{\max} 值为 4, CI 值为 0.000, CR 值为 0.000 且小于 0.1 时, 我们可以认定其通过了一致性检验。

因此得出, 这位专家对瑞幸咖啡审计重大错报的风险评估指标体系的权重如下表 4.7。

表4.7 瑞幸咖啡重大错报风险指标体系

目标层	一级指标	权重 W	二级指标	权重 Wi
重大错报风险 (R)	财务报表层次 重大错报风险 (R1)	0.333	监管风险 (R11)	0.0952
			政策环境风险 (R12)	0.2381
			行业风险 (R13)	0.1429
			信息系统风险 (R14)	0.2857
			商业模式风险 (R15)	0.1905
			管理层舞弊风险 (R16)	0.0476
	认定层次重大 错报风险 (R2)	0.667	收入确认 (R21)	0.4000
			销售费用 (R22)	0.3000
			供应链管理 水平 (R23)	0.2000
			消费者接受 认可度 (R24)	0.1000

其余 16 位专家的相关数据同理可得, 最终共得到有效问卷 17 份。将这 17 份问卷结果进行算术平均, 最终得到瑞幸咖啡重大错报风险评估指标体系如表 4.8 所示。

表4.8 瑞幸咖啡重大错报风险指标体系汇总

目标层	一级指标	权重 W	二级指标	权重 Wi
重大错报风险 (R)	财务报表层次 重大错报风险 (R1)	0.473	监管风险 (R11)	0.213
			政策环境风险 (R12)	0.386
			行业风险 (R13)	0.154
			信息系统风险 (R14)	0.247
			商业模式风险 (R15)	0.254
			管理层舞弊风险 (R16)	0.263
	认定层次重大 错报风险 (R2)	0.527	收入确认 (R21)	0.436
			销售费用 (R22)	0.239
			供应链管理 水平 (R23)	0.087
			消费者接受 认可度 (R24)	0.235

4.2.3 评价样本矩阵的建立

经过整理上述调查问卷和层次分析法的结果，我们可以在一级评价指标为目标的基础上，确定各二级评价指标与一级评价指标之间的权重配置。具体的权重分布情况如下：

$$W = (0.333, 0.667)$$

$$W1 = (0.213, 0.386, 0.154, 0.247, 0.254, 0.263)$$

$$W2 = (0.436, 0.239, 0.087, 0.235)$$

4.2.4 确定量化模型方法

为方便解析过程中的操作，我们可以把标准层次的风险级别划分成五级：最

低（评判分数是 0.1）到最高（评分达到 0.9）；这与我们在整个评价流程里对各个标准的判断和权衡有关联。由于这个决策机制涉及了许多主观性的元素且具有一定的灵活度，我们决定使用一种基于经验的主观评审方式来给每个要素赋予相应的得分；然后通过汇总这些数据得到表格的结果展示出来

表 4.9 汇总专家打分

	(R11)	(R12)	(R13)	(R14)	(R15)	(R16)	(R21)	(R22)	(R23)	(R24)
1	0.5	0.7	0.3	0.3	0.3	0.5	0.5	0.5	0.1	0.3
2	0.5	0.5	0.5	0.7	0.5	0.7	0.7	0.7	0.3	0.5
3	0.3	0.5	0.7	0.5	0.5	0.7	0.5	0.5	0.1	0.5
4	0.5	0.7	0.5	0.7	0.5	0.3	0.7	0.7	0.5	0.3
5	0.3	0.5	0.3	0.5	0.3	0.5	0.5	0.5	0.1	0.5
6	0.3	0.7	0.7	0.5	0.5	0.7	0.5	0.5	0.7	0.1
7	0.3	0.5	0.5	0.3	0.5	0.5	0.9	0.5	0.9	0.5
8	0.5	0.3	0.7	0.7	0.7	0.7	0.5	0.5	0.7	0.3
9	0.3	0.5	0.3	0.5	0.3	0.5	0.5	0.7	0.1	0.3
10	0.3	0.7	0.7	0.9	0.5	0.7	0.5	0.5	0.5	0.1
11	0.3	0.5	0.9	0.5	0.5	0.5	0.7	0.5	0.1	0.3
12	0.3	0.5	0.5	0.9	0.3	0.5	0.5	0.5	0.5	0.3
13	0.5	0.7	0.3	0.5	0.5	0.9	0.5	0.7	0.1	0.1
14	0.3	0.5	0.9	0.5	0.3	0.5	0.7	0.5	0.7	0.3
15	0.7	0.7	0.5	0.7	0.5	0.7	0.7	0.5	0.5	0.1
16	0.3	0.7	0.9	0.7	0.5	0.3	0.5	0.9	0.5	0.3

4.3 审计重大错报风险评估

4.3.1 数据序列确定

确定参考数列：根据实际问题确定一个参考数列，一般情况下，以“最好”状态的时间序列数据作为参考数列。确定比较数列：从系统内不同指标因素中选择若干个变量作为比较数列，比较数列是与参考数列构成理想点的各因素变化趋势。原始数据标准化：由于系统各因素所用的指标量纲不一定相同，为了准确分析，需要对指标进行无量纲化处理。序列的规范化：由于分析的目的不同，规范化的方式也不同。这里给出了灰色绝对关联度计算时数据的规范化处理方式。需要将每一个数据与对应的参考数列数据相比，得出各个数据与参考数列的关联系数。

其中，对于参考数列中第 j 个指标的第 k 个指标值记为 $x_0(k)$ 、对于比较数列中第 i 个指标的第 k 个指标值记为 $x_i(k)$ （对于定性指标比较序列值的大小和结构非常必要），因此每一个比较数列对应一个 $x_i(k)$ ，这一串关联系数之组成的数列被称为灰色关联系数序列。这个序列可以用以定量反映比较数列与参考数列之间关系的紧密程度。

4.3.2 计算关联系数

对参照序列和比较序列进行评估，并计算每位专家的评价值之间的灰色关联。设 $\xi_i(k)$ 代表第 i 个比较序列指标 $x_i(k)$ 与参考序列指标 $x_0(k)$ 的相关性水平，用以衡量比较。

表 4.10 关联系数结果

关联系数结果										
项	(R11)	(R12)	(R13)	(R14)	(R15)	(R16)	(R21)	(R22)	(R23)	(R24)
1	0.667	1.000	0.500	0.500	0.500	0.667	0.667	0.667	0.400	0.500
2	0.667	0.667	0.667	1.000	0.667	1.000	1.000	1.000	0.500	0.667
3	0.500	0.667	1.000	0.667	0.667	1.000	0.667	0.667	0.400	0.667
4	0.667	1.000	0.667	1.000	0.667	0.500	1.000	1.000	0.667	0.500
5	0.667	1.000	0.667	1.000	0.667	1.000	1.000	1.000	0.500	1.000
6	0.500	1.000	1.000	0.667	0.667	1.000	0.667	0.667	1.000	0.400
7	0.400	0.500	0.500	0.400	0.500	0.500	1.000	0.500	1.000	0.500
8	0.667	0.500	1.000	1.000	1.000	1.000	0.667	0.667	1.000	0.500
9	0.500	0.667	0.500	0.667	0.500	0.667	0.667	1.000	0.400	0.500
10	0.400	0.667	0.667	1.000	0.500	0.667	0.500	0.500	0.500	0.333
11	0.400	0.500	1.000	0.500	0.500	0.500	0.667	0.500	0.333	0.400
12	0.400	0.500	0.500	1.000	0.400	0.500	0.500	0.500	0.500	0.400
13	0.500	0.667	0.400	0.500	0.500	1.000	0.500	0.667	0.333	0.333
14	0.400	0.500	1.000	0.500	0.400	0.500	0.667	0.500	0.667	0.400
15	1.000	1.000	0.667	1.000	0.667	1.000	1.000	0.667	0.667	0.400
16	0.400	0.667	1.000	0.667	0.500	0.400	0.500	1.000	0.500	0.400

根据序列 x_i 与参考序列 x_0 在 k 点（第 k 名专家评估值）的相关性。计算结果如下表：

$$\xi_i(k) = \frac{\min_i \min_k |x_0(k) - x_i(k)| + \rho \max_i \max_k |x_0(k) - x_i(k)|}{|x_0(k) - x_i(k)| + \rho \max_i \max_k |x_0(k) - x_i(k)|}$$

表 4.11 关联度计算结果

关联度结果		
评价项	关联度	排名
(R11)	0.546	9
(R12)	0.719	6
(R13)	0.733	3
(R14)	0.754	1
(R15)	0.581	8
(R16)	0.744	2
(R21)	0.729	4
(R22)	0.719	5
(R23)	0.585	7
(R24)	0.494	10

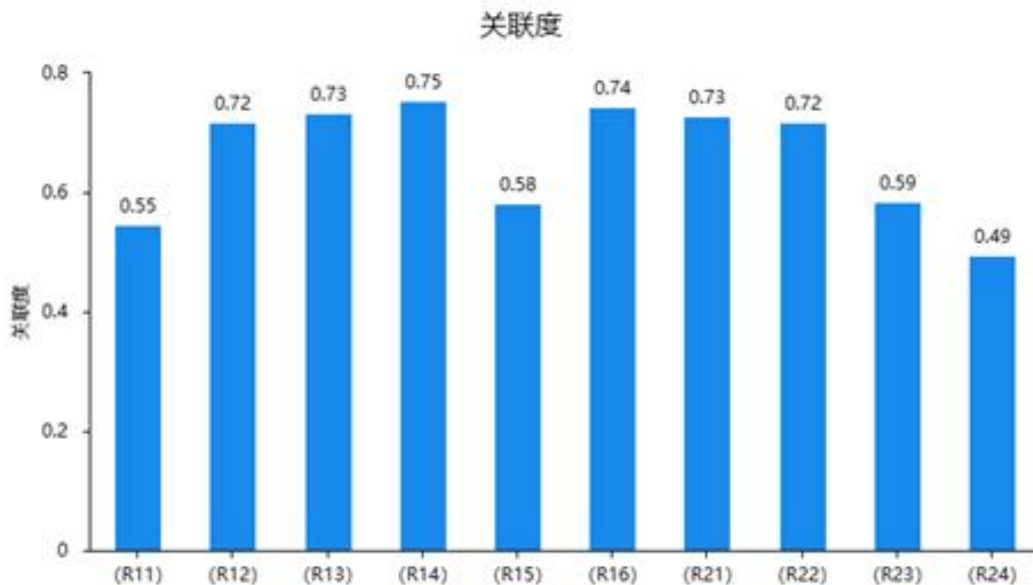
4.3.3 计算关联度

通过对所有注册会计师的灰色联系数进行评估,计算参考序列和比较序列的整体灰色相关性。 γ_i 用来衡量比较序列 x_i 与参考序列 x_0 的全体(包括所有专家评估值)之间的相关性,其计算公式为:

$$\gamma_i = \frac{1}{n} + \sum_{k=1}^n \xi_i(k)$$

计算结果如下表:

表 4.12 关联度结果



结合关联系数计算结果进行加权处理,最终得出灰色关联度值。灰色关联度的数值范围是[0,1],这个数字越大意味着它与参考序列之间的相互作用越强烈,也就是说,其评价程度越高。从图中可以看出,针对重大错报风险 10 个评价项,R14 的综合评价最高,关联度为 0.75,其次是 R16,关联度为: 0.74。

4.3.4 瑞幸咖啡审计重大错报风险评估结果综合分析

根据上述评估结果，我们分析得到，对瑞幸咖啡的审计重大错报风险产生较大影响的风险因素主要是信息系统产生的风险和管理层舞弊所造成的风险。

信息系统对于审计重大错报风险的重要影响在于：1. 数据可信性：信息系统中的数据质量和可信度对于审计的重要性不言而喻。瑞幸咖啡的信息系统应具备完善的数据管理和保护机制，确保数据的准确性和完整性，由于数据造假是重大错报事件的一个常见原因，所以信息系统的稽核和控制功能对于减少重大错报风险至关重要。2. 内部控制：信息系统在内部控制的设计和 implement 中扮演着重要的角色。瑞幸咖啡的信息系统应建立有效的内部控制机制，包括严格的权限管理、审计轨迹记录和业务流程监控等，以防止内部人员利用信息系统实施重大错报行为。3. 独立审计：通过信息系统，审计人员可以实现对瑞幸咖啡财务数据和业务过程的独立审计。信息系统应提供审计人员必要的访问权限和技术支持，确保审计工作的独立性和有效性，减少重大错报风险。4. 数据分析：信息系统可以对大量数据进行实时分析和监控，发现异常情况和潜在风险。审计人员可以利用信息系统进行数据挖掘和风险分析，及时识别潜在的重大错报风险，有针对性地进行审计工作。

管理层舞弊对于审计重大错报风险的重要影响在于：1. 改变财务报表：管理层舞弊可能导致财务报表的重大错报或扭曲公司的真实财务状况。这种改变可能使审计人员难以发现或评估潜在的错误，从而增加审计失败的风险。2. 影响内部控制：管理层舞弊往往伴随着内部控制的失效或被严重破坏。内部控制系统的有效性对于评估和发现潜在的重大错报风险至关重要。如果内部控制系统失效，则增加了审计人员识别和应对这些错报的风险。3. 增加审计复杂性：管理层舞弊可能涉及复杂的交易和业务，需要审计人员投入更多的时间和资源进行审计程序。这增加了审计的复杂性和难度，并可能影响审计的效率和效果。4. 道德和法律问题：管理层舞弊涉及违反道德和法律规范的行为，这可能会对审计人员产生心理压力和道德困境。在处理涉及管理层舞弊的审计工作时，审计人员需要遵守道德和法律标准，并采取适当的措施来确保公正和客观地评估风险。

对于瑞幸咖啡的重大错报风险产生比较小的影响的风险因素分别为消费者接受认可度和监管风险。消费者在选择咖啡品牌时主要考虑的是产品的质量和口

感，以及服务的体验。瑞幸咖啡在这两方面一直保持着较高的水准，因此即使有财务造假等情况，也不会影响消费者对其产品和服务的认可。并且一些消费者可能已经形成了对瑞幸咖啡的购买习惯和品牌忠诚度，他们会根据自己的喜好和需求来选择继续购买瑞幸咖啡的产品，而不会受到企业内部管理问题的影响。监管风险对瑞幸咖啡重大错报风险的影响并不是绝对的。监管机构的作用、法律法规的完善程度、市场参与者的行为以及企业的内部控制等因素都会影响监管风险的实际效果。瑞幸咖啡需要长期坚持诚信经营，加强内部控制和风险管理，才能真正降低重大错报风险。

（1）对财务报表层次的重大错报风险评估结果进行分析

根据灰色关联度计算的财务报表层次审计重大错报风险，对选取的指标进行排序，关联度由高到低依次信息系统风险，管理层舞弊风险，行业风险，商业模式风险，监管环境风险。

（2）对认定层次重大错报风险评估结果进行分析

根据灰色关联度计算的财务报表层次审计重大错报风险，对选取的指标进行排序，关联度由高到低依次收入确定风险，销售费用风险，供应链管理水平，消费者接受认可度。

5 优化审计重大错报风险评估措施

5.1 警惕管理层舞弊

新零售企业在审计过程中警惕管理层舞弊是非常重要的，因为管理层的舞弊可能导致严重的财务风险和声誉损失。注册会计师可以采取的措施有：

了解业务和行业：注册会计师应该深入了解所服务企业的业务模式、运营过程和行业特点。

审计内部控制：注册会计师应该对企业的内部控制制度进行全面审计，以确保其有效性和合规性。包括对财务报告流程、授权程序、监督机制等方面进行审查。

进行风险评估：注册会计师应该识别和评估企业可能面临的各种风险，包括管理层舞弊的风险。可以通过审查历史财务数据、了解公司内部政策和程序、以及与管理层和员工沟通来实现。

保持独立性和专业判断：注册会计师应该保持独立于管理层和其他利益相关者，并基于专业判断和道德准则进行工作。他们应该敢于提出质疑，并在发现任何可疑活动时采取适当的行动。

加强沟通和报告：注册会计师应该与企业管理层和审计委员会等相关方保持密切沟通，及时报告任何发现的财务不端行为或潜在的管理层舞弊。这有助于及早发现问题并采取有效的纠正措施。

5.2 关注信息系统风险

在新型零售商业模式下，审计的核心任务是保证原始数据的真实性。在审查过程中，审查员们通过与各部分部门交流来确认每个操作过程的主要监控位置并理解其在信息化环境下的处理方法及运转步骤。同时，对于信息系统管理的权力检查也成为了信息系统内控审核的核心内容。这有助于识别出哪些人有能力修改或输入数据，从而降低了人工操纵数据的风险。借助跟踪测试，我们可以评估信息系统的运营状况是否有任何缺陷。鉴于我们缺少既有财务会计背景又有电脑技能的多面手，因此在新零售公司信息系统内的内控实施审查上，招聘专家是可行的选择。他们能协助审计师解决他们在某些领域的相关知识不足的问题，进而提升整体审计效果。

5.3 关注新零售商业模式

通常情况下，会计师会基于公司提交的数据文件来审查公司的财政状况和评价其所有业务活动的真实性与合规度；然而他们对于商贸策略的研究并不深入透彻——因为这种运营方式的风险可以直接导致财税问题的出现。通过理解并识别这些潜在的问题可以使我们更有效地设计审核流程、增强我们的质疑态度并且更加准确无误地衡量新型电子商务业态下的重要失实报告的可能性及影响程度。

在新零售商业模式中，公司的盈利能力主要受到顾客获取费用、消费者忠诚度的制约。为了有效地开展审计任务，我们必须首先全面理解这种新型商业模式并对其潜在的风险因素做出判断：公司扩展其店铺网络和大量投资于广告宣传是否有望实现规模经济效益。当市场份额提升时，是否有可能减少每件商品的生产成本。此外，对于一家公司来说，如果它能在同类产品市场上建立起自己的竞争优势，那么它的客户黏着力也会得到增强；因此，审计员应深入研究该公司如何利用产品的附加值来把用户流量转变为收入来源，从而开拓新的利润增长领域。最后，我们可以从现金流量表中观察到公司的运营现金流变动情况，以此推断他们对借贷现金的需求量。审计工作者在初步的商业活动阶段需要对商业模式的运营逻辑进行分析和理解，以便判断企业可能发生财务造假的风险。这是审计工作进行的基础。

5.4 有效利用数据分析技术

在新式的经营策略里，传统的会计审查方法主要依赖于对相关数字间的关联性的研究和识别出可能存在的问题；然而在这个新的消费环境之下，基础信息变得尤为重要了起来。比如针对瑞幸咖啡，通过实际调查并结合市场上的交易状况就能推断出问题所在，这正是基于我们对于新型购物方式下的公司是否会采取虚假行为的一种担忧而做出的举动。因此要有效地预防这种新兴经济形态中的潜在骗局的发生，我们可以借助先进的数据处理技术去深入挖掘这些企业的基本资料及它们同其他各类信息的内在联系及其相互间的关系网络等方面的内容。

在新零售商业模式中，我们需要对多种类型的数据如订单数量、产品净价格及增值税等多方面信息进行深入研究，以找寻其间的关联性和规律。借助电脑科技手段构建数据分析模型，我们可以观察到各类数据的变化轨迹是否有迹可循，从而判断交易活动的真伪；进一步地，可以比较各时段的产品销售额变化情况与其对应的价格波动是否相符，以此推断交易活动是否遵循了新零售商业模式的原则；最后，对于各种税收类别下的商品销售总量及其与公司增值税的关系进行深入探究，以便检测公司的公开销售数据是否准确无误。同时，支付记录、订单详情、客户资料以及交易数据的时间节点配比等各项指标都可能被视为审查者核实企业原始销售数据可靠性的方法。

当公司试图通过篡改信息系统数据来制造假的财务报告时，必然会导致财务报告与真实销售状况不符。这种没有逻辑关联的数据是审计员在面对新商业模式时的重要审查证据。

5.5 引入第三方数据

来自审计证据的源头对于它的可信度有着关键性的作用，相较而言，由非企业机构获得的信息比来自于公司内的信息更具可信度。在新零售商业环境里，为了制造出看似正常的盈利状况，许多企业会通过编造初始数据的方式。尤其是在店铺收益核算方面，一些新零售企业会在实际店面成本的基础上增加虚假的销售开支，并将其计入到公司的总销售开支之中。这是一种新的作弊手法，它能够误导那些无法接触到高层管理团队信息的投资人，让他们对公司的增长潜力和前景做出错误判断。

随着网络技术的进步，我们能够更方便地获得大量的外部资讯并从中受益匪浅。比如：**Gartner** 是一个全球知名的研究及咨询组织，他们的分析报告能让我们从多个视角去评估各行各业的产品表现。在正式展开审计之前，深入理解这个特定产业的基本面貌，预估公司的营运状况，并且掌握其主要的风险因素，这将成为设定审计流程的基础。**Talking Data** 是一家专注于互联网领域的数据分析公司，他们提供的各类互联网平台的使用排名、用户行为解析以及使用习惯等方面都非常详细。借助此平台，我们可以了解到新零售公司的流量及其他运营指标，利用它们的用户分析系统来建立消费群体模型。

在大数据环境里，爬虫技术的出现为第三方的数据收集提供了一种新方法。这使得审计师能够从公共信息的网络上抓取他们需要的信用报告、相关投资记录、违约事件等各种相关资料。为了实现这一目标，首先要明确要获得的数据类型及源头，然后依据 URL 的特点创建初始链接，再运用爬虫技术解读这些链接以提取原始文件。接下来是分析这个原始文件，并将结果存储到数据库中。最终，审计员会根据他们的具体要求来处理所捕获的数据。

5.6 审计人员提升审计技巧

随着社会的进步，各种新型商业形态层出不穷，其中“新零售商业模式”这一理念自 2016 年起便开始流行并逐渐被众多公司采纳，成为了电商及实体店转变的主要趋势。然而，相较于实际操作，该种商业模式的研究进展相对缓慢，这使得审计工作者面临着更高的挑战，也对他们的审计技巧产生了更高需求。对于使用“新零售商业模式”的企业，他们必须提高自身的商业模式解析能力。由于其独特的经营策略和内部运作机制可能导致多种财务风险，因此在新实施此类商业模式之前，我们应全面掌握其商业模式的基本情况。为了达到这个目标，审计工作人员需持续学习有关金融和会计的专业知识，密切跟踪经济市场的动态变化。

新的零售业态对会计师提出了更高的信息化需求。这种新零售方式融合了实体店面与网络平台，通过使用数字货币来简化购物流程。因此，不仅需要会计师们增进他们的业务能力，还要学习更多的电脑科技，以便更好地执行关键部分的工作。同时，掌握更多电脑技巧可以使他们能把审计工作与大数据管理技术相融合，从而有效地提升数据解析及发掘的能力，以应付因互联网进步而引发的企业财务欺诈的新策略。

6 研究结论与展望

6.1 研究结论

尽管受到电商的强烈竞争压力，传统实体店面仍面临着发展困境；同样地，电商行业自身也在寻求突破口。新型零售业态的兴起实现了线上线下的融合，为电商及实体店铺的改革创新提供了一种全新的视角。这种模式满足了顾客对于品质和服务的需求，因此得到了广泛应用。然而，这对审计工作者来说却带来挑战：他们必须适应新的零售模式带来的审计环境、审计对象和审计焦点的变化，并提升他们的审计技巧和能力。目前，有关新零售模式如何影响审计重大错报风险及其应采取何种措施的研究还鲜有涉及。以瑞幸咖啡为例，它是一个采用新型零售策略的企业，但在快速成长的过程中遭遇了财务造假丑闻，引发了市场的极大震惊。与此同时，浑水公司揭露的方式也让审计者深感警醒和启发。

本文主要依据已有的理论研究资料并参考了瑞幸咖啡财务造假这一典型的实例，利用当代的风险审计模式，分别就财务报告层面和认定层面两个维度来探讨新型零售业的审计重大错报问题及其影响因素，从而提出了如下观点：

(1) 新型零售业态的迅速扩展、巨额补助、运输开销及信息技术化的会计处理特性都提升了公司财务报告层面的重大错报风险。在新零售环境中，快速增长、大量补助和运输支出加大了公司的吸引顾客的花费，削弱了其对消费者的黏着度，并进一步扩大了公司的现状。由于诸多要素的综合作用，如资金流动的风险等，这使得新型零售业态公司的运营面临更高的挑战和风险；同时，这种以数字化为主要特点的新零售商业模式也增大了公司财报层面出现重大错误的可能性。此外，新型零售行业的企业领导者及投资者的信息存在严重的失衡问题，并且其高层管理人员承受巨大的筹款压力，这对公司的内控环境产生了极大的影响。所有的新零售业务的数据都会被实时地录入到信息系统中，而这个系统的常规管控则会直接影响到财务数据的真实度、精确度和保密性

(2) 对于新的零售业态的高额补贴策略及其扩展店铺数量对公司收益及成本的影响，应识别并评估其可能导致的重大错报风险。在新零售企业的收入确定过程中，可以通过购买折扣券等手段来隐藏关联方的交易行为，而这种大规模补贴也使商品的价格与其公开定价相差甚远，从而加大了审计人员的验证和追踪困

难程度。此外，在新零售企业的支出核算方面，他们还采用了一种创新性的欺诈手法，就是通过夸大营业开支以实现在集团级别的门店经营成本向总部的转移，尽管总部本身并未产生利润，但是门店的数据却能展示出良好的发展势头。这诸多情况都进一步提升了该公司在各个层级的重大错报风险。

本文针对新零售商业模式对审计重大错报风险的影响，提出了以下应对策略，希望能为审计工作人员在实际操作中提供参考。

(1) 在新零售商业模式中，为了识别并降低企业的财务报表层面重大错误的风险，我们建议审计员从以下几个角度对该公司的运营风险进行评价：首先是顾客获取成本、客户忠诚度及资本构成；然后要密切关注公司高层可能存在的舞弊问题，包括他们的动机、品行以及反常的经济活动；最后，对于这类新型的企业，审计员应特别重视其内部信息的系统化控制是否健全。

(2) 在新零售商业环境中，为了识别并评估大型错误报告的风险，审计员必须运用数据分析技巧来实现对多元化数据的比对和关联关系研究，不仅包括财务信息间的相互联系，还应扩大至财务信息与初始交易记录、甚至初始交易记录之间的相关性；此外，他们可以通过使用网络抓取工具或访问第三方的数据收集网站以引入公司外的数据。

6.2 本文不足

尽管新零售商业模式自 2016 年首次亮相以来仅有约 7 年的历史，但其相关的理论研究仍处于初级阶段，因此可以借鉴的研究资料并不丰富。此外，目前关于新零售商业模式企业的财务欺诈事件相对较少，而其中最引人注目的例子便是瑞幸咖啡这一案例。鉴于此案涉及巨额诈骗且影响力巨大，故被视为典型案例。然而，我们无法确定的是，在新零售商业模式中，其他公司是否会采取不同的欺诈手段或原因。单一案例的解析可能导致本篇论文得出的结论受到特定情况的影响较大，从而产生偏颇之处。

此外，我在创作此文的过程中，由于未能获得关于会计师事务所有关其详尽审计过程及方法的具体信息，导致难以把现实中实施的精确审计步序融入到文章的研究之中。同时，我的实践经历有限，这也在一定程度上影响了本文的写作质量。

参考文献

- [1] Wiener M, Hoßbach N, Saunders C. Omnichannel businesses in the publishing and retailing industries: Synergies and tensions between coexisting online and offline business models[J]. *Decision Support Systems*, 2018, 109: 15-26.
- [2] Zhang M, He X, Qin F, et al. Service quality measurement for omni-channel retail: scale development and validation[J]. *Total Quality Management & Business Excellence*, 2019, 30(sup1): S210-S226.
- [3] Jocevski M, Arvidsson N, Miragliotta G, et al. Transitions towards omni-channel retailing strategies: a business model perspective[J]. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 2019, 47(2): 78-93.
- [4] Cai Y J, Lo C K Y. Omni-channel management in the new retailing era: A systematic review and future research agenda[J]. *International Journal of Production Economics*, 2020, 229: 107729.
- [5] Wei S. Analysis of marketing innovation under the new retail mode-taking “Luckin coffee” as an example[C]//E3S Web of Conferences. *EDP Sciences*, 2021, 235: 01074.
- [6] Rigby D. The future of shop**[J]. *Harvard business review*, 2011, 89(12): 65-76.
- [7] Roshdi A, Roohparvar A. Information retrieval techniques and applications[J]. *International Journal of Computer Networks and Communications Security*, 2015, 3(9): 373-377.
- [8] Roggeveen A L, Nordfält J, Grewal D. Do digital displays enhance sales? Role of retail format and message content[J]. *Journal of Retailing*, 2016, 92(1): 122-131.
- [9] Gerea C, Gonzalez-Lopez F, Herskovic V. Omnichannel customer experience and management: An integrative review and research agenda[J]. *Sustainability*, 2021, 13(5): 2824.
- [10] Park J, Dayarian I, Montreuil B. Showcasing optimization in omnichannel retailing[J]. *European Journal of Operational Research*, 2021, 294(3): 895-905.
- [11] Calderon T G, Cheh J J. A roadmap for future neural networks research in auditing and risk assessment[J]. *International Journal of Accounting Information*

- Systems, 2002, 3(4): 203-236.
- [12]Law P. Auditors' perceptions of reasonable assurance in audit work and the effectiveness of the audit risk model[J]. *Asian Review of Accounting*, 2008, 16(2): 160-178.
- [13]Hajiha Z. Application of Delphi method for determining the affecting factors upon audit risk model[J]. *Management Science Letters*, 2012, 2(1): 379-390..
- [14]James S I. *Radical Reporting: Writing Better Audit, Risk, Compliance, and Information Security Reports*[M]. CRC Press, 2022.
- [15]Tarighi H, Hosseiny Z N, Abbaszadeh M R, et al. How do financial distress risk and related party transactions affect financial reporting quality? Empirical evidence from Iran[J]. *Risks*, 2022, 10(3): 46.
- [16]Hajiha Z. Application of Delphi method for determining the affecting factors upon audit risk model[J]. *Management Science Letters*, 2012, 2(1): 379-390.
- [17]Kochetova-Kozloski N, Kozloski T M, Messier Jr W F. Auditor business process analysis and linkages among auditor risk judgments[J]. *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 2013, 32(3): 123-139.
- [18]Rusmin R, Evans J. Audit quality and audit report lag: Case of Indonesian listed companies[J]. *Asian Review of Accounting*, 2017, 25(2): 191-210.
- [19]Flint C, Fraser I A M, Hatherly D J. Business risk auditing: A regressive evolution?—A research note[C]//*Accounting Forum*. No longer published by Elsevier, 2008, 32(2): 143-147.
- [20]Schultz Jr J J, Bierstaker J L, O'Donnell E. Integrating business risk into auditor judgment about the risk of material misstatement: The influence of a strategic-systems-audit approach[J]. *Accounting, Organizations and Society*, 2010, 35(2): 238-251.
- [21]Wright W F. Client business models, process business risks and the risk of material misstatement of revenue[J]. *Accounting, Organizations and Society*, 2016, 48: 43-55.
- [22]Kohlbeck M, Mayhew B W. Are related party transactions red flags?[J]. *Contemporary Accounting Research*, 2017, 34(2): 900-928.

- [23]Goh B W, Li D. Internal controls and conditional conservatism[J]. The Accounting Review, 2011, 86(3): 975-1005.
- [24]Khorwatt E. Assessment of business risk and control risk in the Libyan Context[J]. Open Journal of Accounting, 2015, 4(1): 1-9.
- [25]Schultz Jr J J, Bierstaker J L, O'Donnell E. Integrating business risk into auditor judgment about the risk of material misstatement: The influence of a strategic-systems-audit approach[J]. Accounting, Organizations and Society, 2010, 35(2): 238-251.
- [26]Kochetova-Kozloski N, Kozloski T M, Messier Jr W F. Auditor business process analysis and linkages among auditor risk judgments[J]. Auditing: A Journal of Practice & Theory, 2013, 32(3): 123-139.
- [27]Chambers A, Rand G. The operational auditing handbook: auditing business and IT processes[M]. John Wiley & Sons, 2011.
- [28]Friedlob G T, Schleifer L L F. Fuzzy logic: application for audit risk and uncertainty[J]. Managerial auditing journal, 1999, 14(3): 127-137.
- [29]Kwak W, Shi Y, Jung K. Human resource allocation in a CPA firm: a fuzzy set approach[J]. Review of Quantitative Finance and Accounting, 2003, 20: 277-290.
- [30]Zhang Y Y. Risk Analysis of Auditing Caused by the Development of E-commerce[C]//2018 4th International Conference on Education Technology, Management and Humanities Science (ETMHS 2018). Atlantis Press, 2018: 442-445.
- [31]Calderon T G, Gao L. Cybersecurity risks disclosure and implied audit risks: Evidence from audit fees[J]. International Journal of Auditing, 2021, 25(1): 24-39.
- [32]王会金.基于动态模糊评价的审计风险综合评价模型及其应用[J].会计研究,2011,23 (09) :89-95.
- [33]邢风云.层次分析与模糊数学在风险导向审计中的应用研究[J].河南社会科学,2013,21 (01) :44-47.

- [34]刘国城,王会金.基于AHP和熵权的信息系统审计风险评估研究与实证分析[J]. 审计研究,2016,44(01):53-59.
- [35]肖芬,陈立新.“互联网+”环境下审计风险评估研究——基于模糊层次分析法[J]. 会计之友,2018,11(09):94-98.
- [36]吴国斌,李明燕.审计重大错报风险评估模型构建及应用分析[J].财会通讯,2020(05):134-137.
- [37]孟银银,孙丽.财务报表重大错报风险的识别、评估及应对[J].中国证券期货,2012(03):123-124.
- [38]黄亚平.风险导向审计在中小会计师事务所的应用思考[J].中国注册会计师,2017(03):67-69.
- [39]谢荣,吴建友.现代风险导向审计理论研究与实务发展[J].会计研究,2004(04):47-51.
- [40]李瑾玲.新审计准则下的数据式审计风险评估与控制[J].商业经济,2007(05):26-28.
- [41]王桂兰.基于案例推理的审计重大错报风险评估研究[J].审计与经济研究,2007(06):39-45.
- [42]何芹.基于灰色关联分析的审计风险综合评价[J].统计与决策,2010(08):145-147.
- [43]李晓慧,孙蔓莉.业绩归因分析在审计风险识别中的运用研究[J].会计研究,2012(09):82-88.
- [44]蒋苏月,路正南.审计重大错报风险评估系统的构建与应用[J].科技管理研究,2013(04):227-230.
- [45]黄兵,周献中,史迎春.优势-模糊目标VPRSM及其应用[J].计算机科学,2010,37(03):227-229+241.
- [46]邢风云.层次分析与模糊数学在风险导向审计中的应用研究[J].河南社会科学,2013,21(01):44-47.
- [47]周莉,张恺,邱玉莲.基于模糊综合评价的P2P网贷平台审计风险评估[J].财会通讯,2017(19):102-105.
- [48]倪宁,张少泉,陈晓云,张筱雨.基于熵权法和模糊层次分析法的审计风险评估

- [J].软件, 2018,39 (10) :254-259.
- [49]张宏婧,朱婷婷.财务报表审计重大错报风险评估研究——基于熵权TOPSIS和灰色关联度法[J].审计月刊, 2020 (12) :41-43.
- [50]蒋晗毅.基于BP神经网络的审计重大错报风险评估模型的构建与应用研究[D].中国矿业大学, 2021.
- [51]任海芝, 杨子慧.基于正态云模型的审计重大错报风险评价研究[J].辽宁工程技术大学学报(社会科学版),2021,23 (04) :280-289.
- [52]田红彬,杨秀云,田启涛.数字经济时代零售业态演化与企业绩效实证研究[J].经济经纬,2021,38 (02) :91-101.
- [53]杨潇,谷满意.新零售发展、居民消费与物流模式优化[J].商业经济研究,2021 (05) :26-30.
- [54]王熙炎.新常态经济发展下公共管理事业的出路思路分析[J].现代营销(经营版),2021 (07) :8-9.
- [55]郭彬彬.新零售社群营销发展模式:现状、问题及未来发展建议[J].商业经济研究,2020 (20) :63-66.
- [56]郑雅婷.“线上+线下”新零售背景下电子商务对零售经济的影响[J].商业经济研究,2020 (19) :87-90.
- [57]兰虹,赵佳伟.新冠疫情背景下新零售行业发展面临的机遇、挑战与应对策略[J].西南金融,2020 (07) :3-16.
- [58]王淑翠,俞金君,宣峥楠.我国“新零售”的研究综述与展望[J].科学学与科学技术管理,2020,41 (06) :91-107.
- [59]狄蓉,曹静,赵袁军.“新零售”时代零售企业商业模式创新[J].企业经济,2020 (04) :37-45.
- [60]杨姗姗.新零售背景下连锁零售企业发展规模影响因素研究[J].商业经济研究,2020 (04) :109-112.
- [61]周蓉蓉.我国“新零售”的动力机制与升级研究[J].管理现代化,2020,40 (02) :52-55.
- [62]李然,王荣.实体商业创新转型下的新零售”运营模式深度研究[J].管理现代化,2020,40 (01) :93-96+120.

- [63]项华灵,张鑫,丁路.5G时代背景下的“新零售”标准化创新路径初探[C]//第十七届中国标准化论坛论文集.2020:193-201.2020.
- [64]陈稼瑜,赖俊明.新零售服务供应链线下电商服务整合提升研究[J].科技管理研究,2019,39(23):219-226.
- [65]符瑞光.新零售发展背景下的中国零售业变革研究[J].价格月刊,2019(04):73-76.
- [66]何永亮.基于新零售的韩都衣舍小组制运营模式研究[D].天津商业大学,2019.
- [67]张金凡.新零售创新生态系统核心企业绩效评价研究[D].上海师范大学,2020.
- [68]张建军,赵启兰.新零售驱动下流通供应链商业模式转型升级研究[J].商业经济与管理,2018,(11).
- [69]闫星宇.“新零售”的逻辑蕴涵及发展趋势[J].社会科学战线,2018(07):257-261.
- [70]苏东风.“三新”视角的“新零售”内涵、支撑理论与发展趋势[J].中国流通经济,2017,31(09):16-21.

附录：专家调查问卷

尊敬的各位专家：

您好，我是审计专硕的一名学生，现在正在做一项关于新零售企业审计重大错报风险评估研究，需要就影响新零售审计重大错报风险的相关因素向各位专家咨询，希望能得到您的支持与帮助。本问卷采取匿名形式填写，调查结果仅供学术研究使用，不会用于任何商业用途，请您放心填写。感谢您百忙之中填写此次问卷。

1 填写说明

1.1 瑞幸重大错报风险的因素集

表 1-1 瑞幸重大错报风险的因素集

目标层	一级指标	二级指标
重大错报风险 (R)	财务报表层次重大错报风险 (R1)	监管风险 (R11)
		政策环境风险 (R12)
		行业风险 (R13)
		信息系统风险 (R14)
		商业模式风险 (R15)
		管理层舞弊风险 (R16)
	认定层次重大错报风险 (R2)	收入确认 (R21)
		销售费用 (R22)
		供应链管理水平和 (R23)
		消费者接受认可度 (R24)

1.2 基本要求

根据表2的标度方法，从最高层次开始，对每一层次中重大错报风险的影响因素两两进行比较，根据因素之间的相对重要性程度进行打分。

表 1-2 r_{ij} 标度方法

标度 r_{ij}	因素i 比因素j 的重要程度
1	同等重要
3	稍微重要
5	明显重要
7	强烈重要
9	极端重要
2,4,6,8	介于上述两相邻判断尺度的中间
倒数	因素i 与因素j 相比重要性程度为 r_{ij} ，那么因素j 与因素 i 相比重要性程度就为 $r_{ji}=1/r_{ij}$ 。

1.3 举例

根据表 1-1，影响瑞幸咖啡审计重大错报风险（R）的因素分别为财务报表层次重大错报风险（R1）的因素以及认定层次重大错报风险（R2）的因素。您现在需要判断这两个因素之间的相对重要性程度，并进行打分，将下面矩阵的右上角补充完整。

R	财务报表层次重大错报风险（R1）	认定层次重大错报风险（R2）
财务报表层次重大错报风险（R1）	1	
认定层次重大错报风险（R2）	-	1

假设您认为财务报表层次重大错报风险（R1）的因素比认定层次重大错报风险（R2）的因素更重要，重要程度为稍微重要，则根据表2的标度方法，您应当在矩阵对应位置填写“3”，具体如下表所示：

R	财务报表层次重大错报风险（R1）	认定层次重大错报风险（R2）
财务报表层次重大错报风险（R1）	1	3
认定层次重大错报风险（R2）	-	1

假设您认为认定层次重大错报风险（R2）的因素比财务报表层次重大错报风险（R1）的因素更重要，重要程度为介于同等重要与稍微重要之间，则根据表2 的标度方法，您应当在矩阵对应位置填写“1/2”，具体如下表所示：

R	财务报表层次重大错报风险 (R1)	认定层次重大错报风险 (R2)
财务报表层次重大错报风险 (R1)	1	1/2
认定层次重大错报风险 (R2)	-	1

2 问卷填写

2.1 基本信息

(1) 您的职业是()

(2) 您的工作年限为()

A.0-3年 B.3-5年 C.5-10年 D.10年以上

说明：如果第(1)题选A选项，则回答第(3)题；如果选B选项，则回答第(4)题

(3) 您是否对新零售企业进行过审计？ 是 否

(4) 您是否对新零售企业做过尽职调查？ 是 否

说明：如果第(3)题或第(4)题为“否”，则结束本次调查，不再填写余下部分。

2.2 瑞幸咖啡审计重大错报风险影响因素重要性判断

请根据您的对瑞幸咖啡的了解(截止2023.12.31)，结合第一节填写说明，将以下每一个矩阵的右上角填写完整。

(1) 一级指标相对重要性程度判断矩阵

R	财务报表层次重大错报风险 (R1)	认定层次重大错报风险 (R2)
财务报表层次重大错报风险 (R1)	1	
认定层次重大错报风险 (R2)	-	1

(2) 二级指标相对重要性程度判断矩阵

财务报表层次

R1	监管风险 (R11)	政策环境风险 (R12)	行业风险 (R13)	信息系统风险 (R14)	商业模式风险 (R15)	管理层舞弊风险 (R16)
监管风险 (R11)	1					
政策环境风险 (R12)	-	1				
行业风险 (R13)	-	-	1			
信息系统风险 (R14)	-	-	-	1		
商业模式风险 (R15)	-	-	-	-	1	
管理层舞弊风险 (R16)	-	-	-	-	-	1

认定层次

R2	收入确认 (R21)	销售费用 (R22)	供应链管理水 平 (R23)	消费者接受认可 度 (R24)
收入确认 (R21)	1			
销售费用 (R22)	-	1		
供应链管理水 平 (R23)	-	-	1	
消费者接受认可 度 (R24)	-	-	-	1

2.3 瑞幸咖啡审计重大错报风险判断

请根据您的对瑞幸咖啡的了解（截止2023.10.31），对下列二级指标进行风险水平选择，在对应位置打“√”即可。

目标层	一级指标	二级指标	风险水平				
			很低	较低	中等	较高	很高
重大错报风险 (R)	财务报表层 重大错报风 险 (R1)	监管风险 (R11)					
		政策环境风险 (R12)					
		行业风险 (R13)					
		信息系统风险 (R14)					
		商业模式风险 (R15)					
		管理层舞弊风险 (R16)					
	认定层次重 大错报风险 (R2)	收入确定 (R21)					
		销售费用 (R22)					
		供应链管理水 平 (R23)					
		消费者接受认可 度 (R24)					

后记

三年时光，匆匆流逝，思绪万千，有点无从下手，从研一刚进校门的憧憬到满怀期待研三的开始，这一路跌跌撞撞，有收获也有失败的眼泪，无论结果如何，实现理想的过程总会收获很多。感恩遇到良师，生活和学习中都能给予我们很多的关心。定期开组会，邀请其他老师给我们讲论文的写作；邀请行业人士，为我们讲述行业情形以及就业趋势等等。这一切都让人非常的感动。可能在老师看来他做了自己该做的，但是对于我们在每次的组会中都能够成长很多。同时导师严谨朴实的生活作风以及踏实低调的做人精神也使我受益匪浅。在以后的工作中以老师为榜样，学习老师谦和、平易近人的优秀品质。

愿未来足够勇敢，足够强大，做最好的自己。