

直播电商收入隐匿舞弊下审计风险及防控路径研究

卢奕倩

广西职业师范学院

DOI:10.32629/ej.v9i8.3625

[摘要] 直播电商的爆发式增长重塑了零售业态,但其独特的商业模式也催生了复杂的收入隐匿舞弊手段。本文基于直播电商“人货场”重构的业务逻辑,系统分析了打赏分成、佣金结算、平台补贴、数据造假与退货陷阱等环节中的收入隐匿路径,剖析了由此引发的审计证据获取障碍、信息系统依赖风险、关联交易复杂化及会计准则适用困境等审计风险,并从审计技术革新、内部控制重构、外部监管协同、审计生态建设四个维度提出系统性防控路径。

[关键词] 直播电商; 收入隐匿; 舞弊审计; 审计风险; 数据治理

中图分类号: F713.365.2 **文献标识码:** A

A Study on Audit Risks and Prevention Strategies in Relation to Revenue Concealment Fraud in Live-Streaming E-commerce

Yiqian Lu

GuangXi Vocational Normal University

[Abstract] The explosive growth of live-streaming e-commerce has reshaped the retail landscape; however, its unique business model has also given rise to complex methods of revenue concealment fraud. Based on the ‘people, products and platform’, systematically analyses the revenue concealment pathways in areas such as tip-sharing, commission settlement, platform subsidies, data falsification and return traps. It dissects the resulting audit risks—including obstacles to obtaining audit evidence, risks associated with reliance on information systems, the increasing complexity of related-party transactions, and difficulties in applying accounting standards—and proposes systematic prevention and control strategies across four dimensions: innovation in audit techniques, restructuring of internal controls, coordination of external regulation, and the development of an audit ecosystem.

[Key words] Live-Streaming e-Commerce; Revenue Concealment; Fraud Audit; Audit Risk; Data Governance

1 引言

近年来,直播电商以“货找人”的交互模式异军突起,2023年中国直播电商市场规模已达4.9万亿元,同比增长35.2%。然而,从头部主播偷逃税案件,到MCN机构虚增收入“刷单造神”,再到品牌方通过私域流量截留公款,直播电商领域已成为财务舞弊的新高地。与传统电商相比,直播电商资金流转呈现多主体交叉、实时高频、线上线下融合的特点,一场直播涉及品牌方、平台、MCN机构、主播、消费者至少五方主体,资金在保证金、佣金、打赏、分账、退款等环节间快速流转,每一环节都可能成为舞弊的切口。当“坑位费+佣金”成为主流盈利模式后,收入确认的时点、金额、归属变得异常复杂,传统审计方法在面对海量直播数据、算法驱动的分账系统时显得力不从心。本文聚焦直播电商收入隐匿舞弊这一核心问题,解构其商业模式与舞弊路径,识别关键审计风险点,构建适应新业态的审计防控体系。

2 直播电商的商业模式与收入循环特征

2.1 直播电商的商业架构与主体关系

直播电商构建了一个多主体协同的复杂生态系统,至少包含五类核心主体:品牌方/商家是商品供给者,向主播或MCN机构支付坑位费和佣金;MCN机构是连接品牌方与主播的枢纽,负责主播孵化、内容运营、选品招商和商务对接;主播是直播间的核心IP,收入来源包括坑位费、销售佣金和粉丝打赏;平台方提供技术支持与流量分发,掌握着最完整的交易数据;消费者是交易终点,退货、差评等行为会反向影响收入确认。五方主体通过契约关系形成收入循环链条:消费者支付货款→平台代收→按规则分账→品牌方确认收入→支付佣金→MCN向主播分成,链条的任何一环都可能因信息不对称而被操纵。

2.2 直播电商收入的核心来源与确认逻辑

直播电商收入来源呈现多元化、混合化特征:一是销售商

品收入,涉及总额法与净额法的判断,当MCN或主播以主要责任人身份销售商品时按总额法确认,仅为代理人角色则按净额确认佣金;二是坑位费收入,为品牌方支付的固定费用,若合同含保量条款则涉及可变对价估计;三是销售佣金收入,按实际成交额比例计算,是最主要的收入来源;四是打赏收入,平台与主播按比例分成,具有小额高频特点;五是平台补贴收入,补贴如何分摊直接影响各方收入计量。上述收入类型的组合使收入确认极为复杂,判断空间为舞弊提供了可能。

2.3 资金流的路径与分账机制

直播电商资金流通常为:消费者支付后,资金进入平台指定账户,平台实行T+7至T+30不等的结算周期;结算日平台按预设分账规则自动将资金拆分流向各参与方。这一过程增加了舞弊风险:其一,结算周期滞后,平台可临时调整分账比例、冻结资金,导致实际收入与账面收入存在差异;其二,分账规则算法化,人工难以逐笔复核,算法若被恶意修改可能导致系统性收入差错;其三,多级分账黑箱化,MCN机构内部如何分配资金,外部审计师难以穿透审查;其四,跨境结算复杂,涉及外汇结算、离岸公司、转让定价等问题。

3 直播电商收入隐匿舞弊的主要路径

收入隐匿舞弊,是指企业通过少计、漏计、推迟确认或转移收入等手段,达到逃避纳税、侵占资产、粉饰业绩等目的的行为。在直播电商场景下,舞弊路径呈现出技术化、协同化、隐蔽化的新特征。

3.1 打赏收入的体外循环与私下结算

打赏收入是收入隐匿的重灾区,典型手法包括:私域导流转账,主播引导粉丝添加个人微信直接转账,完全绕开平台监控与分账机制,收入直接进入主播或其控制的个人账户;虚拟币套利,不法分子以折扣价购入虚拟币再转卖赚取差价并虚增平台流水;打赏工会刷流水,机构安排“气氛组”账号刷礼物带节奏,实质是自导自演的虚假交易,返还部分不入账则形成账外资金池。

3.2 佣金的私下返点与合同外利益输送

阴阳合同是传统但依然有效的手段,品牌方与MCN机构签署低佣金率合同用于平台备案与税务申报,另一份真实执行的高佣金率合同差额通过私人账户支付,实现逃税与侵占的双重目的。费用置换是以“广告费”、“咨询费”等名义向税收优惠地的关联实体支付款项,降低整体税负,但关联交易公允性判断难度极高。样品与赠品侵占则表现为主播截留本应退回的样品私下出售,虚增企业销售费用和存货损失。

3.3 平台补贴的虚构交易与套利

刷单骗补是典型欺诈模式,黑灰产人员批量注册虚假账号,利用新人优惠券、满减补贴套取差额,MCN机构或主播也通过自买自卖方式骗取平台佣金补贴和流量奖励,虚假交易产生的收入和GMV在账面上是真实的,但对应的资金本质是平台补贴的非法转移。补贴规则的算法博弈则是商家通过分拆订单、凑单满减再退货获取额外利益,定性模糊增加审计难度。

3.4 数据造假:刷单、刷量及其收入包装

GMV泡沫是最直接的表现,直播间显示的成交额往往远超实际成交额,常见操作包括大量下单后发货前退款、设置一元秒杀链接营造秒罄假象、使用机器人账号下单制造“爆单”氛围。更为严重的是全链条造假,部分MCN机构为完成对赌协议中的收入指标,联合品牌方进行“刷单刷评刷退”闭环操作:品牌方提供资金,MCN机构组织刷单团队下单购买,品牌方确认收入并计提佣金,随后通过虚构退货将资金回笼,商品并未实际出库,但账面收入、利润、税负均已匹配生成,常规审计程序难以发现。

4 收入隐匿舞弊引发的审计风险分析

4.1 重大错报风险:固有风险与控制风险的双重叠加

按照审计风险模型,审计风险=重大错报风险×检查风险。从固有风险看,直播电商业务的复杂性本身构成风险源,多主体参与的混合收入、频繁变动的促销规则、对算法系统的深度依赖以及异常退货率,使收入确认高度不确定;新收入准则要求基于“控制权”判断总额法与净额法,但直播带货场景下谁拥有商品控制权常常模棱两可,准则适用的模糊性易被企业利用。从控制风险看,众多直播电商企业处于高速扩张期,内部控制建设滞后,许多MCN机构仍保持“工作室”式粗放管理,不相容职务未分离,内控往往流于形式。

4.2 检查风险:传统审计程序的效能困境

函证程序存在局限性,平台上的消费者高度分散,审计师无法实施函证,即使向平台方发函也只能确认系统内留存的交易数据,无法验证交易的真实性,若舞弊多方共谋则函证完全失效。分析性程序钝化,直播电商经营数据波动剧烈,历史数据可比性差,异常识别能力下降。细节测试成本与可及性受限,面对海量交易数据逐一核查几乎不可能,抽样审计易被舞弊者利用。信息系统审计深度不足,多数事务所IT审计仍停留在一般控制层面,算法分账逻辑、数据库完整性、反作弊系统有效性缺乏复合型人才验证。

4.3 数据资产确认与计量引发的审计风险

直播电商产生海量用户行为数据、交易数据、主播绩效数据,部分企业将粉丝数据、交易数据库等确认为无形资产或存货,但确认的主观性极强,价值高度依赖使用场景和合规性,一旦合规环境变化可能面临大幅减值,企业可能通过高估数据资产价值粉饰资产负债表。此外,被审计单位可能篡改后台数据掩盖行迹,导致IT环境中的数据已不可靠,如何确认数据源可靠性成为审计的首要难题。

4.4 关联交易的隐匿性及其审计困境

头部主播往往控制多家公司,分布在不同环节进行业务往来和资金拆借。通过关联方交易隐匿收入的手法包括:将高利润业务安排给低税率关联公司、通过关联方支付不合理高额服务费转移利润、利用关联方进行复杂金融工具交易掩盖真实收入流向。审计困境在于:关联方关系识别困难,主播及其亲属可能通过代持方式控制公司;关联交易定价缺乏公开市场参考;关联交易商业实质难以穿透。

5 直播电商收入隐匿舞弊的审计防控路径

5.1 审计技术革新: 从抽样到全量, 从数字到数据

一是构建全链路数据审计平台, 要求被审计单位开放API接口, 实时获取交易、支付、物流、退货数据, 通过“客户ID—收货地址—支付账户—物流单号”多维匹配识别批量虚假订单。二是应用智能算法识别异常模式, 通过无监督学习算法(聚类分析、孤立森林)自动发现偏离正常模式的交易集群, 有监督学习利用已标注舞弊案例训练分类模型进行实时风险评分。三是引入区块链存证技术, 将交易各环节上链确保数据不可篡改和可追溯。四是强化信息系统的穿透测试, 直接对分账算法进行穿透测试, 通过虚拟交易全流程穿行测试验证分账逻辑与合同约定一致性, 并对数据库增删改查日志进行审计。

5.2 内部控制重构: 业务治理与财务闭环

一是建立“业财税”一体化的收入确认系统, 直播前后全流程结构化录入与数据采集, 系统自动生成财务凭证减少人工干预, 规则修改须审批留痕, 定期将内部数据与平台结算单、银行流水三方对账。二是强化退货与样品管理内控, 退货必须扫码入库生成单据、财务凭单冲减收入; 样品建立全生命周期台账并定期盘点。三是推行主播收入透明化与税务合规, 建立主播收入一户式台账统一核算, 杜绝“账外合同”, 要求头部主播提供完税证明。四是完善关联交易的内部审批与披露, 建立关联方清单动态更新机制, 关联交易经独立董事或审计委员会事前审批, 重大关联交易充分披露。

5.3 构建审计生态: 人才培养与跨域协作

防控直播电商审计风险, 根本上需要人才与生态的支撑。要培养“审计+技术+商业”复合人才, 高校审计专业增设电子商务、数据科学、区块链技术课程, 事务所组建互联网审计团队并建立常态化技术培训体系; 要深化与IT专家、数据科学家的协作, 在审计项目中常规性引入其参与, 从信息系统底层逻辑和数据异常识别两个维度提供专业支持; 要推动行业交流与知识共享, 加强经验交流与案例研讨, 形成行业合力。

6 结论与展望

直播电商的收入隐匿舞弊, 是数字经济时代财务舞弊复杂化、技术化的缩影, 不再是单个会计科目上的数字游戏, 而是深嵌于商业模式、信息流与资金流之中的系统性风险。从打赏的私下转账, 到佣金的阴阳合同, 再到退货的账外循环, 舞弊路径随业态演变不断翻新。研究表明, 传统审计方法在这一新业态面前已暴露出明显的效能短板, 亟须转向全量数据分析、智能算法识别、区块链存证验证等新技术路径, 同时内部控制的革新与外

部监管的协同同样不可或缺。展望未来, 随着人工智能生成内容、虚拟人直播、Web3.0等新技术的涌现, 审计行业需要从被动的“核实者”转变为主动的“风险预见者”, 持续投入技术研发与人才培养, 守住财务信息质量的底线。

[参考文献]

[1] 网经社. 2023年度中国直播电商市场数据报告[R]. 杭州: 网经社电子商务研究中心, 2024.

[2] 中华人民共和国财政部. 企业会计准则第14号——收入[S]. 北京: 中国财政经济出版社, 2017.

[3] 叶丰滢. 网络直播收入的会计确认与计量问题探讨[J]. 财务与会计, 2021(6): 38-42.

[4] 黄世忠, 叶丰滢. 新经济、新模式与新会计[J]. 财会月刊, 2020(5): 3-8.

[5] 李晓慧, 陈沁. 电商企业审计风险及应对——以瑞幸咖啡为例[J]. 财务与会计, 2020(17): 48-51.

[6] 秦荣生. 大数据时代的审计变革[J]. 审计研究, 2014(6): 20-27.

[7] 邓川, 胡建雄. 网络直播平台收入确认与审计应对研究[J]. 会计之友, 2022(15): 136-141.

[8] 张新民, 陈德球. 移动互联网时代企业财务行为的嬗变与监管[J]. 管理世界, 2020, 36(7): 82-97.

[9] 刘明辉, 汪玉兰. 数字经济背景下的审计模式转型[J]. 审计研究, 2021(4): 14-22.

[10] 国家市场监督管理总局. 网络交易监督管理办法[Z]. 2021.

[11] 北京证监局. 关于MCN机构IPO财务规范问题的监管通报[R]. 2023.

[12] IAASB. ISA240: The Auditor's Responsibilities Relating to Fraud in an Audit of Financial Statements[S]. IFAC, 2018.

[13] 王化成, 刘俊彦. 上市公司收入舞弊的识别与防范[J]. 中国软科学, 2003(7): 56-61.

[14] Appelbaum D, Kogan A, Vasarhelyi M A. Big Data and Analytics in the Modern Audit Engagement: Research Needs[J]. Auditing: A Journal of Practice & Theory, 2017, 36(4): 1-27.

[15] 陈汉文, 韩洪灵. 商业伦理与会计职业道德[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2020.

作者简介:

卢奕倩(1991--), 女, 壮族, 广西百色人, 硕士研究生, 讲师, 研究方向(或主要从事工作): 审计学、财务分析。