

Identification of False Revenue in E-commerce Sales Channels of Manufacturing

Enterprises: Company A's Case Study

by

Yang Su

A Dissertation Presented in Partial Fulfillment  
of the Requirements for the Degree  
Doctor of Business Administration

Approved March 2024 by the  
Graduate Supervisory Committee:

Benjamin Shao, Co-Chair  
Stanley Chang, Co-Chair  
Andrew N. K. Chen

ARIZONA STATE UNIVERSITY

May 2024

制造企业电商销售渠道虚假收入的识别研究——以 A 公司为例

苏洋

全球金融工商管理博士课程  
论文

研究生管理委员会  
于 2024 年 3 月批准:

邵保民, 联席主席  
张翌轩, 联席主席  
陈乃光

亚利桑那州立大学

二零二四年五月

## ABSTRACT

More and more manufacturing companies have seized the opportunity of the vigorous development of the capital market and successfully go public in recent years, especially in countries which focuses on manufacturing. In order to meet the listing standards, some manufacturing companies engage in illegal transactions to inflate the revenue, covering by the new retail business model. This has brought great challenges to accounting firms and other institutions. As a new sales channel of manufacturing companies, e-commerce has generally become an important part of revenue in manufacturing companies and bring new economic growth points. Due to the complexity of the e-commerce transaction structure and business data, it is necessary to conduct targeted research on the false revenue of e-commerce channels for manufacturing companies in order to identify the related risks, promote the capital market's health and sustain its development.

This article conducts a study on the identification of systematic false revenue from e-commerce channels of Company A through literature research and case study method. Firstly, by collecting and organizing the related literature, it explains the background and significance of the study. It also explains the relevant concepts and theories. Then, the article gives a brief introduction of the case Company A, a brief review of Company A's false revenue situation, and a deep analysis of several audit procedures performed by the auditing firm on Company A. The article points out the shortcomings of the audit procedures and provides the suggestions.

Finally, to improve the auditing technology, the author provides four suggestions based on his experience and case study, which includes improving data analysis ability, enhancing data modeling ability, improving audit sampling methods, and technical practices of Grant Thornton. In the future, through the improvement of auditing technology and the enhancement of auditor's ability, full-sample auditing will become normal.

Key words: Manufacturing enterprise, E-commerce, Fictitious income, Improvement of audit technology

## 摘要

近年来，作为制造业大国，越来越多制造企业抓住资本市场蓬勃发展的机遇成功上市。而在利益的驱使下，部分制造企业在新零售商业模式的掩护下，通过虚假经济业务、虚增收入以达到上市条件，这给会计师事务所等机构带来了更大的挑战。电商作为制造企业的新型销售渠道，已普遍成为制造企业新的业绩增长点和收入来源。因电商交易结构及业务数据具有复杂性，有必要就制造企业电商渠道虚假收入展开针对性研究，以更好识别相关风险，促进资本市场健康可持续发展。

本文通过文献研究法和案例研究法对 A 公司电商渠道虚假收入的识别进行研究。首先，阐述本文研究背景和研究意义，并对与本研究相关的文献在阅读基础上加以收集整理，对相关概念和理论进行综述。然后对本文的案例企业 A 公司作简单介绍，对 A 公司经营概况和虚假收入情况进行简要回顾，并就审计机构对 A 公司执行的若干审计程序进行深度剖析，重点提出审计程序的不足与建议。

最后结合笔者审计从业经验和案例情况，从提升数据分析能力、提升数据建模能力、改进审计抽样方法及致同的技术实践等四个方面为审计机构技术改进提出建议。未来通过审计技术的完善和审计人员能力提升，全样本审计将成为常态。

关键字：制造企业，电商，虚假收入，审计技术改进

## 目录

	页码
表格列表.....	viii
图表列表.....	ix
章节	
一、绪论.....	1
1.1 研究背景与研究意义.....	1
1.1.1 研究背景.....	1
1.1.2 研究意义.....	3
1.2 文献综述.....	4
1.2.1 财务舞弊及舞弊审计相关理论.....	4
1.2.2 电商平台对“虚假交易”监管的相关研究.....	8
1.2.3 虚假交易识别技术的相关研究.....	10
1.2.4 新零售商业模式对审计风险的影响研究.....	11
1.3 研究思路与研究方法.....	13
1.3.1 研究思路.....	13
1.3.2 研究方法.....	14
二、制造企业与虚假收入识别的理论概述.....	16
2.1 制造企业与新零售商业模式.....	16
2.2 电商渠道虚假收入识别的理论分析.....	16
2.3 案例分析框架.....	20

章节	页码
三、A 公司经营概况与虚假收入情况 .....	21
3.1 A 公司经营概况 .....	22
3.1.1 A 公司主要财务数据 .....	23
3.1.2 A 公司销售模式与收入情况.....	24
3.2 A 公司电商业务与虚假收入情况 .....	25
3.2.1 境外电商渠道 .....	25
3.2.2 国内电商渠道 .....	26
3.2.3 A 公司电商渠道虚假收入情况.....	27
四、A 公司电商渠道虚假收入识别路径与不足 .....	29
4.1 个人账户代收代付 .....	29
4.1.1 相关事实 .....	30
4.1.2 审计程序.....	30
4.1.3 审计程序的不足与建议.....	31
4.2 第三方回款 .....	32
4.2.1 相关事实.....	33
4.2.2 审计程序 .....	33
4.2.3 审计程序的不足与建议 .....	34
4.3 资金拆借.....	34
4.3.1 相关事实.....	35
4.3.2 审计程序 .....	35

章节	页码
4.3.3 审计程序的不足与建议 .....	36
4.4 境外业务.....	37
4.4.1 相关事实.....	37
4.4.2 审计程序 .....	38
4.4.3 审计程序的不足与建议 .....	39
五、瑞幸咖啡虚假收入案例分析 .....	41
5.1 瑞幸咖啡虚增收入案件概述.....	42
5.2 瑞幸虚增收入手段剖析.....	42
5.2.1 虚构销售订单 .....	42
5.2.2 虚报商品单价 .....	43
5.2.3 虚增非主营产品销量 .....	44
5.2.4 资金体外循环虚增收入 .....	44
5.3 瑞幸虚增收入的机会因素 .....	44
5.3.1 内部控制环境薄弱 .....	45
5.3.2 对管理层权力的约束不到位 .....	45
5.3.3 审计机构与外部监督机制不完善.....	46
5.4 瑞幸式虚增收入对审计机构带来的挑战 .....	46
5.4.1 对传统抽样审计理念带来的挑战 .....	46
5.4.2 对审计机构数据分析能力带来的挑战 .....	48
六、审计机构技术改进策略.....	49

章节	页码
6.1 提升数据分析能力，强化显性风险识别 .....	50
6.2 提升数据建模能力，加强隐性风险识别 .....	50
6.3 推动全样本数据审计，实现精准风险识别 .....	51
6.4 加快推进 AI 在全样本审计及业务、财务大数据分析上的应用 .....	52
6.5 致同在制造企业电商业务数据分析上的技术实践 .....	53
七、研究结论与展望 .....	57
7.1 研究结论 .....	57
7.2 研究展望 .....	58
参考文献 .....	59

## 表格列表

表格	页码
1 企业电商渠道虚假收入的可能来源 .....	19
2 A 公司近三年重点财务数据和财务指标 .....	23
3 A 公司销售区域、渠道及模式分类 .....	24
4 A 公司不同销售渠道近三年收入情况 .....	25
5 A 公司刷单情况 .....	28

## 图表列表

图表	页码
1 制造企业销售渠道与虚假收入识别的关系 .....	14
2 案例分析框架.....	20
3 电商刷单模式.....	27
4 销售数据 k-means 聚类分析示例图.....	56

## 一、绪论

### 1.1 研究背景与研究意义

#### 1.1.1 研究背景

##### (1) “互联网+”与上市公司财务造假

近年来，互联网平台企业加速登陆境外资本市场，传统制造企业也借着“互联网+”的东风加速转型以期尽早上市。2020年初，“新冠”疫情不期而至，“互联网经济”迎来新一轮爆发，80后创始人成为“互联网+”企业的常态。在海外，中概股受到美国监管机构的“特别照顾”，“制裁”与“实体清单”等词不时见诸报端。可以预见，随着国内资本市场逐步放开对互联网平台及“互联网+”企业的门槛限制，中国资本市场即将迎来一轮互联网平台及“互联网+”企业的上市高潮。

在互联网经济繁荣的背后，部分上市公司财务造假层出不穷。2020年4月，知名咖啡品牌瑞幸承认虚假交易22亿元人民币。消息一经发布，瑞幸咖啡的股价暴跌80%，并且盘中数次暂停交易。2020年6月，中国证监会依法对獐子岛集团股份有限公司及其相关人员涉嫌违反证券法律法规案作出行政处罚和市场禁入决定。监管机构认定，獐子岛2016年虚增利润1.3亿元，超过当期利润总额。2017年虚减利润2.8亿元，占当期披露利润总额的近四成。2022年4月，上市公司柏堡龙公告称收到中国证监会下发的《行政处罚决定书》。公开数据显示，2013年至2018年柏堡龙累计虚增营业收入12.76亿元，累计虚增利润总额4.1亿元。上述企业有一共同点，虽不是纯粹的互联网公司，却均有大力开拓电商渠道，均在“互联网+”的大背景下实现了业绩快速增长，最后又因财务造假遭到重罚，给投资人造成巨大损失，对监管机构、审计从业机构也带来巨大挑战。

## （2）企业电商渠道虚假收入与财务审计

企业的价值源于盈利能力，衡量盈利能力的核心指标之一就是收入。目前市盈率法（P/E）、市销率法（P/S）及商品交易额模型算法（P/GMV）是电商平台或企业电商业务采用的主要估值方法。

市盈率是市场对企业未来收益的预期指标。在利用市盈率法对互联网电商企业进行股权估值时，首先需要确定被估值企业的净利润。然后，根据该企业的行业状况、经营情况和盈利情况等要素，在同行业内找到参照公司，最后利用参照公司的市盈率来估算被估值企业的股权价值。与市盈率不同，市销率主要描述企业总市值与主营业务收入之间的关系。一般来说，市销率越低，企业的投资价值越高。由于企业营业收入比盈利更具有业绩代表性，因此受到投资机构的青睐。在采用市销率法评估互联网电商企业的股权价值时，应选择主营业务收入真实、稳定的参照公司，以便更准确地计算被评估企业的股权估值。

**GMV**（商品交易金额）通常是指已经确认收货或完成相关服务的电商交易金额。从商品交易金额这一维度，可以将自营电商平台如京东自营和平台类电商平台如淘宝天猫按同一估值方法进行估值。如瑞幸咖啡这样大力发展电商渠道的公司，其估值基本不参考利润，而是参考商品销售总额，正因为如此，部分企业就有了通过虚假交易增加 **GMV** 的动机。此类以电商作为主要销售渠道的公司在创业前期没有利润，其财务造假模式主要是通过虚假交易来增加收入，这也是监管部门和审计机构最难应对的一类财务造假行为。

中国证监会于 2020 年 6 月 10 日发布《首发业务若干问题解答（修订版）》，其中第 53 条对上市公司信息系统审计做了明确要求。但现实情况是，目前的 IT 审计仅停

留在对基本的、简单的系统漏洞的识别，远未上升到对企业业务、财务相关的大数据分析。另外，传统审计人员更习惯从业务、财务的逻辑对财务数据做分析，缺少对电商大数据分析能力与技术支持。尤其在物流、票据流、资金流均无异常的情况下，传统的审计技术无法有效识别企业电商渠道的虚假收入。

正因为收入指标如此重要，部分上市公司在利益的驱使下铤而走险，虚构经济业务进而虚增收入，这要求审计机构和审计人员更进一步精进相关技术与业务服务能力，以应对日益增多的造假行为。

### 1.1.2 研究意义

(1) 理论意义。随着制造企业将电商渠道作为收入的重要来源，对电商渠道虚假收入的识别研究，在审计领域一直是理论界和实务界关注和讨论的热点课题。虽然近年相关理论研究取得了长足进步，但当前的理论水平无法完全适应实际的业务发展，对拟上市公司财务报告审计提供的理论支持仍有一定的局限性。因此，通过分析披露公开数据的具体企业案例，剖析目前对制造企业电商渠道虚假收入识别的典型核查程序，并据此探讨核查程序的不足、提出改进建议，对虚假收入识别研究领域有较大的理论价值。同时，前人的研究鲜有针对具体行业特别是相对传统的制造业开展的，本研究能够作为这一领域虚假收入识别的补充，因此具有一定的理论意义。

(2) 现实意义。资本市场“注册制”大背景下，受益于国际贸易分工和劳动力红利，一批优秀的民营制造企业涌现出来并选择“上市”，个别企业为赶上政策红利不惜“走捷径”虚增收入，这对财务管理及内部控制基础相对薄弱的制造企业财报审计提出了更高的要求。资本市场的政策变动，既给审计机构带来更多的业务机会，又要求审计机构对自身“知识库”“技术库”“工具库”尽快完成升级换代。造假与审计是一对天生的

矛与盾的关系，审计必须能精准识别虚假收入，否则资本市场有序发展、作为经济晴雨表的参考价值均是空谈。因此本文将结合经济与行业热点，以文献综述与理论分析为基础，结合理论与实务，为审计机构提出有针对性的技术改进策略。综上所述，本研究有一定的现实意义。

## 1.2 文献综述

### 1.2.1 财务舞弊及舞弊审计相关理论

财务舞弊是企业或个人为达到某种目的，通过欺骗手段对财务报告进行故意错误陈述或隐瞒的行为。这种行为通常涉及对财务报告中的数字、附注等信息进行人为操作，以使报告显得更有利或符合特定的预期。《独立审计具体准则第 8 号—错误与舞弊》中舞弊的概念为：使会计报表无法对实际情况做出全面反应的当事人故意做出的一种行为。财务舞弊的手法多种多样，包括但不限于伪造、篡改记录或凭证，隐瞒交易或事项，侵占资产，记录与实际情况不符的交易或事项，使用不合理的会计政策。

企业进行财务舞弊的动机多种多样，很多情况下与股东追求非正常利益有关。在学术研究领域，关于财务舞弊的动机和成因，有多种理论框架进行解释，例如三角理论、GONE 理论和企业舞弊风险因子理论。史蒂文·阿伯雷齐特提出的舞弊三角理论是其中较为知名的一种，该学者认为只有压力、机会和自我合理化同时存在时，财务舞弊行为才有可能发生。

针对财务舞弊行为特征及识别方法，Loebbecke, J.K. 等学者认为，管理人员的心理因素、充分动机和可靠的外部条件是财务舞弊行为出现的主要前提。这意味着，在特定的情境下，某些管理人员可能会因为个人的心理倾向、强烈的经济动机或者外部环境的压力和诱惑，而选择进行财务舞弊。此外，企业存在治理结构不完善、内部控制

失效、道德风险高等问题，也会增加财务舞弊的可能性。Albrecht,W.S.等认为，高管的个人素质对于企业的财务状况是否能够及时得到警示至关重要。同时，一些与财务舞弊相关的关键指标通常难以预测且并不显著，导致审计机构等第三方在无信息优势的情况下较难识别企业财务报表背后可能存在的舞弊行为。Treadway, C 的实证研究支持了财务舞弊行为通常出现在经营不佳的企业的观点。在实务中，一些企业在 IPO 申报阶段财务状况良好，但成功上市后业绩很快出现下滑，这种情况可能表明这些企业存在虚增收入的问题，因此值得深入研究是否存在财务舞弊行为。另外，Kinney, W. 等的研究也发现，财务处境困难的公司更可能出现财务舞弊行为，以掩盖其所面临的困境。

Coglitore,F.和 Calderon,T.G.等学者的研究强调了分析程序在识别财务舞弊中的重要性。当财务报表中出现明显异常时，通过特定的分析程序来识别这些异常，有助于审计人员和投资者发现潜在的舞弊行为。Ameen, E.C.的观点强调了定量分析模型在审计工作中的重要性。简洁的定量分析模型能够有效地分析报告与其期望值之间的差异，并提供针对性的改进措施。这类程序在日常审计工作中已经得到了广泛应用，证明了其价值和实用性。而一些更为复杂的模型则将分析范围扩展到了企业经营活动的各个方面，这些模型不仅关注财务数据，还深入探究企业的经营策略、行业趋势和市场竞争等因素。通过综合考虑这些因素，能够更准确地评估企业的经营和财务状况，并在识别舞弊行为时考虑到企业的历史行为。Coglitore, F.和 Ameen, E.C.的研究主要关注传统销售渠道的企业，而本文的重点是制造企业的电商渠道收入。电商渠道拥有海量的业务和财务数据，这给审计工作带来了新的挑战。针对电商渠道的审计，需要有针对性的审计程序来应对其数据量大、交易频繁的特点。审计机构需要采取更

为细致和全面的数据分析方法，以便从海量数据中识别出异常和舞弊行为，这可能涉及到数据筛选、分类、对比以及多维度分析等手段，后文将详细分析案例企业的具体审计程序。

Spathis,C.等学者的研究专注于希腊的财务舞弊企业，采用了多种研究方法，得出了多标准判别协助方法最适合用来识别财务舞弊行为的结论。这一研究结果表明，对于企业而言，随着业务和交易规模的增加，交易的复杂性和密度都会相应提升，这无疑增加了识别虚假交易的难度。要应对这一挑战，审计人员需要掌握更高级的 IT 技术，并能够运用这些技术进行深度数据分析。同时，这也意味着审计机构需要在数据分析技术方面加大投入，以确保其数据分析能力能够适应企业的业务发展需求。

国内研究学者重点关注财务舞弊的特征及审计应对策略。詹红雁认为财务舞弊的重要表现是资产负债表、利润表及现金流量表中相关数据的异常。其中，判断企业是否参与财务舞弊的参考依据包含应收账款周转率、存货周转率、营业收入增长速度及现金流量增幅等指标。她提出，若上市企业的财务报告中出现以下三种情况，就可能存在虚增收入的问题。一是利润表中的营业收入和应收账款的实际增速不同，且营业收入的增速低于应收账款的增速，同时净利润高于经营性现金流量。这种情况可能表明企业通过虚增应收账款来夸大收入，而实际现金流并未同步增长，导致经营性现金流量与净利润之间的差异；二是资产负债表中的应收账款和存货增长速度较快，但周转率却下降较快。这种情况可能意味着企业为了增加收入而过度放宽信用条件或扩大赊销规模，导致应收账款和存货的快速积累。同时，由于周转率的下降，说明企业的资产周转效率降低，可能存在资金链紧张或销售回款困难等问题；三是现金流量表内所列示的现金流量和营业收入的实际增速不同，且现金流量的增速相对较低。这可能

表明企业通过虚构或提前确认收入来提高财务报表的营业收入数字，而实际现金流并未同步增长。

郑晓则提出，审计人员作为企业财务报告的独立第三方，其职业道德和职业判断对于保证财务报告的真实性和公允性至关重要。在审计工作中，审计人员应保持高度的怀疑态度，对被审计企业的财务报表进行深入分析和比对，发现异常数据和不合逻辑的交易记录。对于内部监管制度不完善且执行不到位的上市企业，审计人员应加大抽查力度，对企业的收入、费用等相关科目的凭证进行细致核查，重点核查那些异常的数据记录和交易凭证，如金额较大、时间紧迫或交易对手方不明确的交易。作者还提出了风险导向审计的一个概念，认为在审计过程中将风险评估作为核心，有助于识别潜在的风险点。此外，郑晓则还提出了风险导向审计的概念，通过风险导向审计，可以更加有效地评估企业可能面临的财务风险和经营风险。

周超对海外关联交易的舞弊识别方法进行了深入研究，强调了识别企业国际化经营风险点和重要交易、关联关系的重要性。由于海外关联交易的审计难度比较大，传统的审计方法可能无法完全满足需求，需要引入更加多样化、灵活的审计程序和方法。同时，内部治理结构是企业内部控制的重要组成部分，如果企业的内部治理结构存在缺陷或不合理之处，就可能给舞弊行为提供可乘之机，股权结构的合理程度也与舞弊行为的发生有关，如果企业的股权结构过于集中或存在其他不合理的安排，也可能增加舞弊行为的风险，因此审计机构均需要重点关注。本文案例企业是一家在海外电商平台有较大交易额的制造企业，上述关于海外关联交易舞弊识别方法的研究成果对本文开展案例分析具有较高借鉴价值。

叶钦华的观点强调了识别财务舞弊时需要考虑财务报表之间的勾稽关联以及基于行业和商业合理性的业务逻辑。财务报表之间的勾稽关联是财务逻辑的重要组成部分，基于行业和商业合理性的业务逻辑也是识别财务舞弊的重要依据，通过深入分析财务报表和行业商业环境，可以发现一些不合常理的现象，进而识别财务舞弊的可能性。

冯炳纯采用了多种算法和模型来进行研究，最终得出了随机森林与 Relief 算法共同构成的模型能够最高效地完成识别过程，而与 Boruta 算法共同构成的模型具备最强大的综合性能的结论。冯炳纯选择的关键指标涵盖了企业的偿债能力、盈利能力、经营发展能力和内部治理等方面，这些指标对于评估企业的财务状况和未来发展潜力非常重要，通过基于选定的配对样本对各模型进行全面的检验，比较各种模型的检测结果和识别正确率。

上述研究主要是对财务舞弊行为识别方法的分析，财务舞弊行为的识别方法具体可归纳为针对财务报表的关键数据和异常数据进行的分析以及企业的关联交易。财务审计工作虽不以识别财务舞弊为重点，但执行相关审计程序、识别财务数据真伪的过程，需要借鉴财务舞弊与舞弊审计的相关理论成果。本文在具体案例分析中，之所以将企业内部控制与管理作为虚假收入识别的主要方向，即借鉴了上述关于财务舞弊动机及舞弊审计的相关研究成果。

### 1.2.2 电商平台对“虚假交易”监管的相关研究

周晓盈指出电商平台对卖家刷单行为的监管是一个长期而艰巨的任务，需要电商平台采取有效的措施来打击虚假交易行为，以保护消费者的权益和信任。周晓盈的研

究强调了天猫平台在卖家监管方面的策略，这对于其他电商平台来说具有重要的借鉴意义。

**T Oliveira** 认为加强对电商平台的监管是必要的。电商平台应该承担起责任，确保在其平台上进行的交易公平、透明和合法。这包括对商家的严格审核、对商品质量的控制和保护消费者隐私等方面。**Sharma** 提出要提升消费者群体的沟通效率，消费者之间的信息交流可以对商家的行为产生影响；如果消费者能够及时分享购物经验和反馈，不仅可以提高其他消费者的购物体验，还可以促使商家更加注重商品质量和诚信经营。**KH Kim** 提出建立消费者保护系统，这个系统可以提供一个透明的争议解决机制，使消费者在遇到问题时能够快速、方便地寻求帮助并获得赔偿。

**Lirong Chen** 的研究通过贝叶斯模型模拟消费者对 C2C 电子商务平台上卖家声誉的分析，强调了评论真实性和评论数量对消费者购买决策的影响。假如卖家提供虚假评论，消费者对评论的真实性会失去信心，这将影响他们的购买判断。建议通过建立适当的反馈策略、鼓励消费者之间的交流与反馈、打击虚假评论等措施创建一个更健康、透明的购物环境，保护消费者的权益，同时也鼓励卖家提供更好的服务。

以上研究从电商平台的视角出发，分析了虚假交易监管的必要性和对消费者的影响。在实践中，由于电商平台与商家共荣共生的关系，电商平台对虚假交易监管有天然的局限性；因此有必要引入审计等第三方机构增强监管的有效性，尤其对拟上市及已上市的电商平台，或将电商作为主要销售渠道的制造企业的监督管理更应加强。国内电商平台作为“舶来品”之一，虽取得了较大成功，诞生了阿里巴巴、京东、拼多多等巨头，但在对商家的监管及对虚假交易的整治上，还有向境外电商平台学习的空

间。本文案例企业有公开其在国内电商刷单的历史，但就境外电商业务交易情况未作更详细的说明，这也是后文将案例企业境外电商业务作为审计重点的主要原因。

### 1.2.3 虚假交易识别技术的相关研究

刘畅认为虚假交易的参与者主要有两个，分别是发布虚假交易任务的商家和执行虚假交易的刷客。商家通过虚假交易获得虚假的商品销量、信用积分和商品评论等，而刷客则通过被商家雇佣，依靠执行虚假交易获取佣金。

基本文本识别是“虚假交易”识别的研究方向之一。Shojaee 等人的研究结合了词汇、语法等文字特征,使用序列最小优化算法来识别虚假评论。Banerjee 等则提出识别虚假评论的过程中，利用词汇特征的算法效果明显优于其他的文本特征。基于序列挖掘进行“虚假交易”识别也是一种常见的手段，即基于用户的浏览记录、使用过的设备历史、点击历史等习惯，提取用户日常的行为指纹，并利用浅层神经网络对这些特征进行学习和建模。通过对用户日常行为指纹的持续监测，可以在发现异常行为时及时反馈，从而提高账户安全和预防潜在的欺诈行为。

黄明等和林英泽的研究都关注了电商零售中的虚假交易问题，但研究的角度和方法有所不同。黄明等的研究着重于利用社交网络中的图算法来识别和测算消费者之间的关系网络，从而识别出刷单团伙。这种方法基于大数据和算法，通过分析消费者之间的互动关系来发现异常行为，有助于更精准地打击刷单行为。而林英泽的研究则更侧重于从宏观层面入手，提出建立卖家诚信体系，明确电商平台责任等整治虚假交易的措施。这种方法的重点在于规范卖家的行为，通过建立完善的诚信体系来减少虚假交易的发生，从源头上解决问题。当前对虚假交易识别技术的研究已相当丰富，但董计琛的观点指出在对互联网电商平台虚假交易的识别中，普遍缺乏对电商平台股权估

值方法的考虑，也就是说，现有的识别方法忽略了研究虚假交易背后的动机。此外，因电商平台具体交易数据量巨大且不对外公开，针对某一特定企业电商渠道虚假交易的研究相对匮乏，这也是本文将研究重点聚焦于某一特定企业电商渠道虚假收入识别的原因。

上述研究从文本识别、序列挖掘、社交网络等角度出发提出“虚假交易”识别的技术路径，为本文案例分析打下了理论基础。随着制造企业电商业务的发展，传统财务审计已经很难适应该类业务，能否运用好 IT 技术，未来将直接决定审计的成败。遗憾的是，由于电商平台和以电商作为主要销售渠道的制造企业的真实交易数据较难获取，同时也不便作为研究成果披露；因此，目前理论界对具体企业“虚假交易”识别技术的实证研究成果较少，这将是本研究重点关注的内容。

#### 1.2.4 新零售商业模式对审计风险的影响研究

审计产生的直接原因是随着生产力的发展和受托责任制的出现，组织内部需要经济监督而形成。审计的目的，也称审计的目标，是指审计所要达到的目标和要求。但审计目的和审计目标还是有所区别，审计目的是大概念，审计目标是小概念，审计目标是针对具体财务报表进行审计而应达到的要求，包括了注册会计师的专业判断。根据《中国注册会计师审计准则第 1101 号——财务报表审计的目标和一般原则》，注册会计师通过执行审计工作，对财务报表是否按照适用的会计准则和相关会计制度的规定编制，以及财务报表是否在所有重大方面公允反映被审计单位的财务状况、经营成果和现金流量等发表审计意见是财务报表审计的目标。本文讨论的审计风险是指审计机构及注册会计师因未实现拟 IPO 企业财务报表审计目标而可能产生的相关风险。

在理论层面，国外学者就商业模式与审计风险的关系进行了相关研究。Doyle 提出当企业的商业模式改变时，该企业面临的审计风险也会随着商业模式的变化而有所

变动。Hogan 和 Wilkins 认为当企业使用某商业模式所面临的经营风险高时，审计风险也会呈现出高的特点，即某商业模式的经营风险与审计风险正相关。Jone 等学者认为在持续审计的情况下，审计人员面临的审计风险会受到商业模式中信息技术运用的影响

在实务中，国内学者通过具体案例分析了新零售商业模式对审计风险的影响。柳姝通过分析 RX 公司财务造假案例提出互联网“新零售”模式下企业的战略风险、经营决策风险会更大，审计人员要通过在前期调查更注重战略层面的分析、对“高速”发展的企业保持职业怀疑、加强分析程序的运用等举措降低审计风险。

在评估审计风险时，徐鸿菲以永辉超市作为例子，运用现代导向审计风险模型，研究并分析了永辉超市新零售商业模式对审计风险的影响。他的结论是，在新零售商业模式下，供应商对永辉超市业务流程中的影响程度较大；并且永辉超市与供应商之间的合作方式、交易流程、结算方式等方面的变化和交易频繁度的提高，会使得销售收入的审计风险更大。上述结论显示，电子商务等新零售模式的出现对传统企业渠道产生了深远的影响，同时也给参与企业新零售渠道销售收入的审计机构提出了新的更大的要求。

周奎俊提出在新零售企业的数据式审计模式下，审计人员应当从被审计单位的生产经营情况出发，根据经营特点并利用数据分析技术进行审计；在这一过程中，大数据技术的应用将使得数据处理的效率大为提高。因此，要求审计机构及审计人员树立彻底全面的全样品审计理念，这不仅决定一家企业财务数据的质量，也关乎审计机构的信誉和“存亡”。

根据上述研究，新零售商业模式对审计程序的设计与执行提出了更高的要求，审计机构对新零售商业模式的理理解以及运用先进审计技术的高低，将一定程度上决定审

计质量的高低。本文案例企业是一家由传统制造转型为新零售的健身器材生产企业，新零售商业模式对审计带来的影响及应对策略的相关研究，是本文开展具体案例分析的前提；可以说不能深刻理解新零售商业模式，就难以对电商渠道虚假收入有全面整体的认识，就难以提出针对性的审计技术提升策略。从这一角度看，上述研究成果对本文案例分析有较强的借鉴意义。

### 1.3 研究思路与研究方法

#### 1.3.1 研究思路

笔者作为审计机构从业人员，近年来在日常工作中发现，传统制造企业的销售渠道发生了较大变化，电商渠道（含跨境电商平台及国内电商平台）收入占比日趋增大；其中以亚马逊、ebay 为代表的跨境电商平台，以淘宝天猫、京东、拼多多为主的境内电商平台，均已成为企业重要的销售渠道，少数规模较大的企业还会通过自建自营电商平台作为外部渠道的补充。进行制造企业电商渠道虚假收入的识别研究，一方面是因为“ABC（即 AI 人工智能、BIG DATA 大数据、CLOUD 云）”背景下资本市场相关从业人员面临的数字技术能力提升的巨大挑战，另一方面是作者日常审计工作中亟需解决的重要课题，因此选题为制造企业电商渠道虚假收入的识别研究。

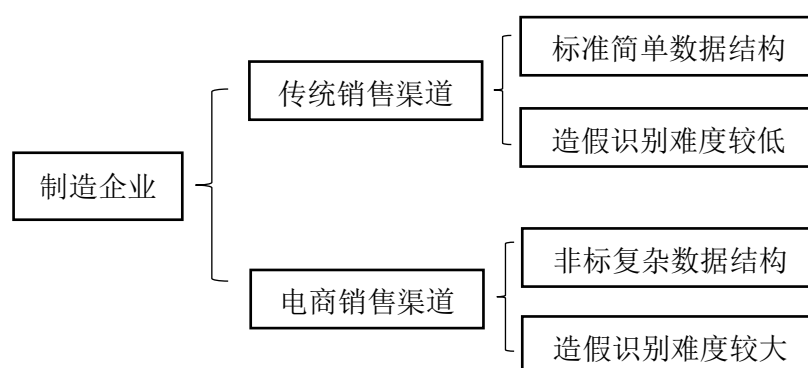
本研究以体育用品制造上市企业 A 公司为例，将 A 公司上市招股书、经审计的企业年报及其他公开数据作为主要研究样本，在阅读大量文献的基础上，通过理论研究确认本研究的案例分析框架，并结合 A 公司经营情况及财务状况对 A 公司进行电商渠道虚假收入的识别分析，最后根据 A 公司电商渠道虚假收入的实际来源提出审计工作建议。具体地，本研究根据以下内容开展。

首先，阐述本研究的研究背景并做文献综述，研究背景包括“互联网+”与上市公司财务造假、企业电商渠道虚假收入与财务审计等。文献综述主要包含电商平台对虚

假交易监管、虚假交易识别技术及新零售模式对审计的影响等相关研究。同时，对本研究内容、框架及创新点做出说明。

其次，对制造企业电商渠道的虚假收入识别进行理论分析。包括对制造企业经营模式及销售渠道的分析、新零售商业模式下的制造企业销售渠道与虚假收入的关系（见图 1），以及企业虚假收入识别的相关理论分析，再基于以上理论分析确定本研究的案例分析框架（见图 1）。

图 1 制造企业销售渠道与虚假收入识别的关系



再次，介绍 A 公司经营概况及财务状况，并结合上述案例分析框架，对 A 公司电商渠道虚假收入的识别进行深入分析，具体包括对企业行为、客户行为及其他行为的分析等。同时，根据 A 公司 IPO 申报披露的公开信息，为审计机构在 A 公司电商渠道虚假收入识别上的审计程序不足提出建议，同时补充分析瑞幸咖啡财务造假的具体内容，并结合案例问题和审计工作实际，提出审计机构的技术改进策略。

最后，提出本文研究结论并针对研究的不足作出展望。

### 1.3.2 研究方法

#### (1) 文献研究法

主要查阅中外文电子数据库、报纸与期刊、互联网公开的数据与研究报告，研读国内外学者的理论成果并进行系统整理。对部分研究成果与本研究相关的信息进行研

读并总结，由此确定研究的选题。通过借鉴中外专家研究成果，在现有虚假收入识别研究文献的基础上，进一步了解该领域研究趋势并分析目前研究成果的局限性，最终对研究领域进行合理筛选，为本研究的写作打下较为牢靠的理论基础。

## （2）案例研究法

本研究在前述理论基础上，结合笔者在审计机构从业的经历，将制造企业 A 公司作为研究案例，从其虚假收入识别的审查程序中挖掘写作价值，并对目前制造企业电商渠道虚假收入审计程序的不足提出完善建议。最后，研究层次由面到点，结合多年制造企业审计经验，为审计机构提出可行的技术改进策略。

## 二、制造企业与虚假收入识别的理论概述

### 2.1 制造企业与新零售商业模式

根据国民经济行业分类与代码（GB/T 4754-2017）的说明，经过物理变化或化学变化后形成的新产品，无论是通过动力机械制造还是手工制作，不论是进行批发销售还是零售，都被视为制造。制造企业即指以生产销售这一领域产品为主营业务的相关企业的统称。新零售，是指企业借助互联网平台，运用大数据和人工智能技术，对商品的全流程进行重塑和升级。这不仅涉及生产、流通和销售环节，还旨在重新构建业态结构和生态圈。其核心在于线上服务、线下体验和现代物流的深度融合。

在移动互联网时代，商业模式日新月异，但无论何种模式，都以满足消费者的个性化需求为首要任务。与传统零售相比，新零售不再受限于互联网技术和物流水平，地理位置不再是首要考虑因素。相反，满足消费者的个性化需求成为新零售模式选择的关键。只有持续满足这些需求，店铺的客流量才会稳步增长。此外，店铺需要不断创新产品和服务，以培养忠实消费者群体，增加客户黏性。以淘宝、天猫为例，部分店铺通过花钱请人刷单来维护客流量，营造虚假繁荣景象，从而吸引更多消费者。

本研究重点关注制造企业新零售商业模式下的电商业务。电商渠道作为制造企业近年来重点拓展并实现较快发展的新型销售渠道，可以说是制造企业的必由之路。如今大到游艇、汽车，小到钢笔、针线，无一不可从电商渠道销售购买。从这一趋势看，本研究有较强的现实意义和理论价值。

### 2.2 电商渠道虚假收入识别的理论分析

本研究讨论的电商渠道虚假收入，特指制造企业为提高财务报告的收入指标，通过内部或外部人员，使用企业或实控人等主体控制的资金，进行的虚假的、虚构的销售购买行为。在实务中，通常将这类增加虚假收入的行为称为刷单（具体刷单流程见3.2.3）。

刷单属于一种不正当竞争、扰乱市场秩序的行为。《中华人民共和国反不正当竞争法》中明确规定，经营者不得对其商品的“销售状况”“用户评价”等作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者，同时经营者不得通过组织虚假交易等方式，帮助其他经营者进行虚假或者引人误解的商业宣传。也就是说自己不能给自己“刷单炒信”，也不能帮助别人“刷单炒信”，这都属于虚假宣传。刷单行为也违反了《中华人民共和国消费者权益保护法》的规定，消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受的服务的真实情况的权利。刷客帮助“刷单”，导致消费者对网店的信誉产生盲目信任，最后造成消费者权益被侵害。刷客们（帮忙刷单的企业内部或外部人员）帮助卖家欺诈消费者，依法应当与卖家共同承担法律责任。

通常，审计机构采用风险导向审计来识别制造企业虚假收入。风险导向审计是最常见的审计方法之一，它要求审计机构对被审单位进行风险职业判断，评估其风险控制的有效性，并确定剩余风险。为了将剩余风险降低到可接受的水平，审计机构需要执行一系列的追加审计程序。随着近年来国内外上市公司各类虚增收入事件的披露，对风险导向审计的争议越来越大。风险导向审计模式更关心企业的内部控制，认为审计机构通过对各个账户层面的认定进行审计就可以获得充分适当的审计证据，所以存在未充分关注企业与内外环境之间的联系以及企业内部之间的联系的问题。本研究案

例中，审计机构更关注被审计单位内部控制的审计，对一家有一定电商业务规模和较大境外业务的制造企业审计程序显然不足。

根据常见的决策方法论，如果将审计识别虚假收入的过程类同于决策，存在四种可能：数据为真、审计为真，即决策正确；数据为真、审计为假，即错误否定；数据为假、审计为假，即决策正确；数据为假、审计为真，即错误肯定。在审计过程中，错误否定可由被审单位提供其他佐证材料排除，而错误肯定会最终导致审计程序失效，造成审计风险，本文的主要目标即通过分析 A 公司案例，为避免出现“错误肯定”的审计风险提出建议，同时以瑞幸咖啡案例作补充分析，进一步说明质疑 A 公司审计程序不足的合理性。其中，A 公司案例主要是通过分析公开披露信息，发现其电商渠道收入审计的风险点以及审计程序的不足；瑞幸咖啡案例，则主要通过分析其虚增收入的手段说明全样本审计与大数据技术运用的必要性。

针对虚假收入行为，不同学者进行了相关研究。李焯玮在研究中指出，从造假手段的视角看虚假交易，主要包括交易渠道的伪造和业务流程的伪造两大类；如舞弊企业虚构经济业务时，通常用的虚构经济交易事项和虚构各类资产项目。此层次的虚构造假，可以粉饰企业的各类财务业绩，最终这些粉饰的财务业绩须通过虚构各类资产项目对其进行“消化”。天健会计师事务所在针对体外上市公司体外循环收入造假手法的研究中指出，常见的收入造假操作手法包括销售端造假和供应、生产、销售及供产销的全链条造假，虽形式有所不同，但原理基本一致。从这个角度看，虚假收入通常伴随着资金的体外循环。

根据前人研究成果和电商业务的交易特点，可以看出企业电商渠道虚假收入与企业业务及财务行为密切相关，其中业务行为又包括企业与客户行为（见表格 1）。基于

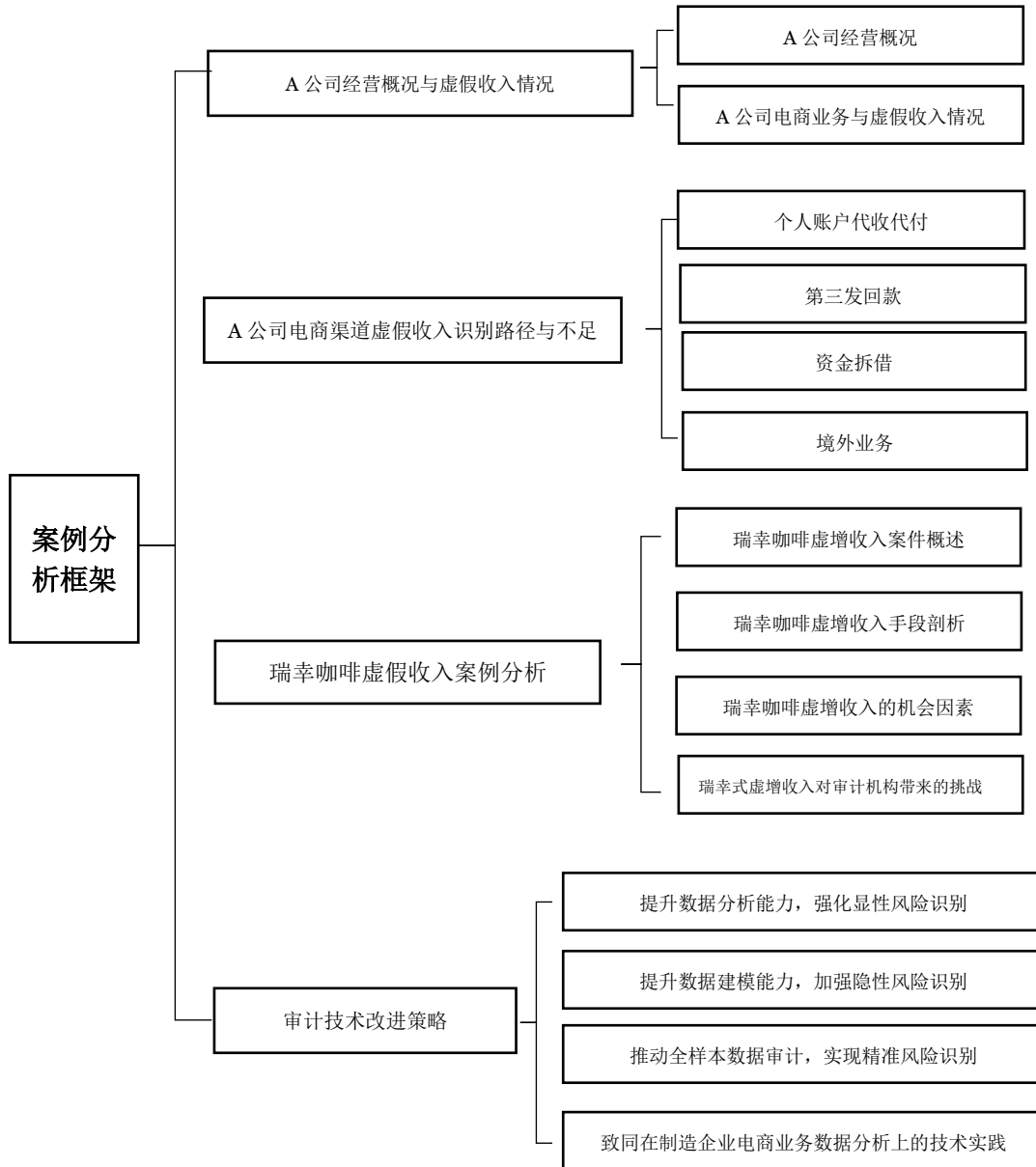
此，下文将在具体案例中借鉴相关理论，并参考电商渠道虚假收入的可能来源进行案例分析。

表格 1 企业电商渠道虚假收入的可能来源

可能来源		具体内容
业务行为	企业行为	采购、生产、库存、销售等行为
	客户行为	登陆、浏览、下单、收货等行为
财务行为		股东、管理层、员工的账户及资金等行为

## 2.3 案例分析框架

图 2 案例分析框架



### 三、A公司经营概况与虚假收入情况

当前制造企业加速转型升级，一批抓住新零售商业模式发展机遇的企业驶上快车道，通过“线上+线下”销售模式实现收入快速增长，其中的佼佼者即将或已经走向资本市场，本研究选取的A公司便是其中的代表企业之一。A公司在《招股说明书》中承认，在天猫和京东商城等国内电商平台存在刷单等财务舞弊行为，但境外电商及境内线上经销不存在相关舞弊行为。刷单这一舞弊行为与虚假收入密切相关，对于公开承认该行为的A公司，有必要引入更为严格的检查程序，以识别其在国内电商渠道的虚假收入是否计入财务报表以及规模更大的境外电商渠道是否存在虚假收入，并最终为该类型业务审计技术的改进提出针对性建议，A公司具体的虚假收入情况将在后文做详细分析。

整体上，选择A公司作为研究对象，主要有以下几个考虑：第一，A公司是我国江浙地区一家老牌制造企业，在健身器材研发生产领域深耕多年，业务体量居行业前列；第二，A公司电商销售渠道营业收入稳步提升，既有在国内电商平台开店，又在境外主流电商平台有所布局，且均取得了不错的产品销量；第三，A公司目前正处在IPO（首次公开募股）“已问询”阶段，相关业务、财务数据均公开可查，且A公司在《招股说明书》中承认过往电商业务存在“刷单”行为；第四，A公司在过往内控管理上存在漏洞与瑕疵，包括但不限于个人账户代收代付、第三方回款、资金拆借等；同时A公司境外业务体量也比较大，这给审计工作造成了不小的困难。

基于上述四个方面，将A公司作为分析案例可发现制造企业电商渠道虚假收入识别的普遍性问题，并能有针对性地提出审计机构技术改进策略。需要指出，本文涉及

的 A 公司所有数据及资料均来源于公开渠道，主要包括《招股说明书》《财务报告及审计报告》《关于审核问询函的回复》等内容。

### 3.1 A 公司经营概况

A 公司是一家专注于多系列健身器材研发、制造与销售的高新技术企业。经过多年的发展，A 公司形成了以综合训练器和自由力量训练器为主导，无氧与有氧结合、室内与室外结合、家用与商用结合的综合性健身器材业务体系，具体产品覆盖无氧健身器材（如综合训练器、自由力量训练器等）、有氧健身器材（如跑步机、椭圆机等）、室外全民健身器材（如太空漫步机、三联单杠、笼式足球场等）和其他小类器材等多系列产品，种类多达千余种。此外，公司加大研发投入，聚焦健身器材智能化的研发与生产，成功量产多款带有自适应感应、人脸识别、数据共享、娱乐交互功能的智能产品。

A 公司是一家有着二十多年历史的健身器材制造商，凭借其独特的销售模式——外销定制化、内销品牌化和线上市场化，全面收集、分析和总结海量客户需求。通过这样的方式，A 公司积累了丰富的产品研发设计经验和多样化的生产模具。这种优势使 A 公司不仅能满足各类客户对产品的差异化需求，而且能紧跟市场需求趋势，及时捕捉市场热点并推出新品。

近年来，随着新零售模式的普及，电商平台逐渐成为主要消费渠道之一，未来线上和线下的深度融合是健身器材市场发展的重要方向。A 公司近年以大数据为依托，建立了深度融合线上、线下销售的全渠道销售模式。健身器材具有体积庞大、运输成本高、购买频率较低和售后服务要求较高等特点，线下体验店和线上引流相结合的模式

式可以促进企业转型升级。A 公司抓住新零售发展趋势，通过线上和线下交叉融合，成功完成客流到现金流的转化，实现了电商渠道收入的快速增长。

### 3.1.1 A 公司主要财务数据

根据经审计的财务报告，A 公司近三年主要财务数据和财务指标见表格 2。

表格 2A 公司近三年重点财务数据和财务指标

项目	2022-12-31	2021-12-31	2020-12-31
资产总额（万元）	70,757.79	63,768.44	63,101.03
归属于母公司所有者权益（万元）	39,499.13	31,071.95	23,249.67
母公司资产负债率（%）	43.02	49.62	62.07
营业收入（万元）	60,662.08	70,218.85	67,473.14
净利润（万元）	8,431.15	7,852.51	9,365.43
归属于母公司所有者的净利润（万元）	8,427.18	7,828.19	9,336.60
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	8,104.63	7,250.27	8,682.97
基本每股收益（元）	1.69	1.57	1.87
扣除非经常性损益后的基本每股收益（元）	1.62	1.45	1.74
稀释每股收益（元）	1.69	1.57	1.87
扣除非经常性损益后的稀释每股收益（元）	1.62	1.45	1.74
加权平均净资产收益率（%）	23.88	28.82	42.85
扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率（%）	22.97	26.70	39.85
经营活动产生的现金流量净额（万元）	12,277.34	11,239.16	17,890.49
现金分红（万元）	-	-	5,500.00

项目	2022-12-31	2021-12-31	2020-12-31
研发投入占营业收入的比例（%）	3.06	3.09	2.90

### 3.1.2 A 公司销售模式与收入情况

A 公司既有境内业务又有境外业务，其中境内线下渠道销售分为直销模式、经销商模式和贸易商模式三类；境内电商渠道销售分为直销模式和经销模式两类，境外销售分为线下贸易商模式和电商直销模式两类。具体销售区域、渠道及模式分类见表格 3。近三年，A 公司不同销售渠道实现销售收入及占比见表格 4。

表格 3A 公司销售区域、渠道及模式分类

销售区域	销售渠道	销售模式
境内	线下渠道	直销模式
		经销商模式
		贸易商模式
	电商渠道	直销模式
		经销商模式
境外	线下渠道	贸易商模式
	电商渠道	直销模式

表格 4A 公司不同销售渠道近三年收入情况

项目			2022 年度	2021 年度	2020 年度
境内（万元）	线下渠道	金额	10662.2	10530.75	10633.28
		占比	17.64	15.08	15.8
	电商渠道	金额	2833.63	2324.03	2722.41
		占比	4.69	3.33	4.04
境外（万元）	线下渠道	金额	39,991.60	50,688.49	46,878.66
		占比	66.15	72.56	69.63
	电商渠道	金额	6,966.98	6,318.23	7,086.50
		占比	11.52	9.04	10.53
合计	线下渠道	金额	50,653.8	61,219.24	57,511.94
		占比	83.79	87.64	85.43
	电商渠道	金额	9,800.61	8,642.26	9,808.91
		占比	16.21	12.37	14.57

从表格 4 可知，2020 年至今，A 公司电商业务占比有一定提升，尤其 2022 年，在线下渠道销售疲软的情况下，电商渠道收入逆势增长 13.4%。但 2021 年在线下渠道增长的情况下，电商渠道收入反而下滑比较严重，降幅达 11.89%。上述两处电商渠道收入变化的原因，将在后文重点分析。

### 3.2 A 公司电商业务与虚假收入情况

电商渠道是 A 公司 2016 年来基于互联网、物流等配套服务的逐步完善开发的新型销售渠道，是未来业务发展的重要方向。其中，境内电商渠道起步于 2016 年，境外电商渠道起步于 2017 年末。近三年，线上销售额总体呈先下降后上升的态势，具体数据见表格 4。

#### 3.2.1 境外电商渠道

A 公司自 2017 年末通过亚马逊平台启动跨境电商业务后，销售规模快速增长；2021 年市场需求较 2020 年略有缓和，导致销售收入额及占比均出现小幅下降；2022 年，欧洲市场受通货膨胀、地缘政治等因素的影响，居民购买力、消费需求和线上购物需求均有所回落。但北美地区健身人群庞大，消费能力强，且受地缘政治影响小于欧洲。A 公司在北美跨境电商平台开立了多个店铺，同时租赁海外仓以完善售后服务。通过上述措施的有效实施，使 A 公司在北美地区的销售额显著增加，确保了境外电商渠道收入的增长趋势。目前，跨境电商平台主要包括亚马逊、全球速卖通、沃尔玛等。

以亚马逊为例，亚马逊电商运营模式主要分为 FBM（Fulfillment by Merchant）模式和 FBA（Fulfillment by Amazon）模式，两种运营模式下的电商平台费用率显著不同。FBM 模式由卖家或卖家委托的第三方负责商品的仓储和物流，客户在亚马逊平台下单后，平台系统自动通知发货，货物发出的同时，物流单号等信息也上传至平台系统，完成发货。FBA 模式由亚马逊物流公司为卖家进行相关的服务，卖家先将货物存放在亚马逊物流仓库，客户在亚马逊平台下单后，平台系统自动通知亚马逊仓库进行拣货发货；发货完成后，亚马逊后台订单状态实时更新，系统显示已发货。A 公司在亚马逊的主要运营模式为 FBA 模式，仅有少量产品以 FBM 模式进行运营。

### 3.2.2 国内电商渠道

A 公司的境内电商渠道方面，虽然近年来我国无氧运动健身人群有所增加，但相对欧美国家而言，我国居民健身仍以有氧运动为主，健身房渗透率较低，家庭购买健身器材亦以跑步机、椭圆机等为主，导致以无氧器械为主的 A 公司境内电商渠道收入略有下降；其次，因我国健身器材制造企业较多且呈现分散化的竞争状况，在非自营

模式下的电商平台竞争秩序有待提高，A 公司主要资源向更为规范的自营平台转移，导致非自营平台业绩下滑。最后，因 A 公司经营所在地的电商运营人才相对欠缺，加之消费者对购物体验的要求逐步提高，导致境内电商直销平台业绩出现疲软，线上经销业绩规模呈现逐年增长趋势。2022 年 A 公司境内线上销售收入有所增长，主要系：一方面居民消费习惯逐步从线下转移至线上，线上需求有所增加；另一方面 A 公司加大了线上店铺推广，同时扩充了线上销售健身器材种类，导致境内线上直销和经销业务收入均有所上升。

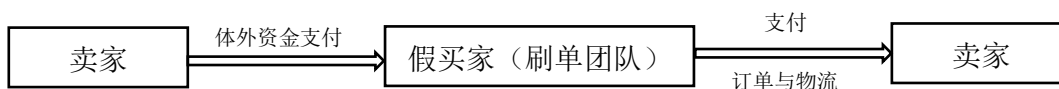
### 3.2.3 A 公司电商渠道虚假收入情况

根据《A 公司招股说明书》，A 公司存在电商刷单（交易模式见

图 3）的情况。刷单伴随着电商业务的发展出现，具体操作方式是卖家通过雇佣假扮顾客的人进行虚假购物，以增加网店的排名和销量。这种方式能够快速提升销量和好评，从而吸引更多真实的顾客。刷单一般是由卖家提供购买费用，帮指定的网店卖家购买商品提高销量和信用度，并填写虚假好评的行为。由此可见，刷单是为了达到两个目的——提升销量和获取好评。本研究主要讨论 A 公司通过刷单提升销售进而构成虚假收入的情况。

近三年，A 公司在天猫和京东商城等平台存在通过虚假交易来提高销量和好评度的行为，但境外电商及境内线上经销并不涉及此种行为。这些虚假交易主要由 A 公司的电商部门员工操作，他们通过朋友或专门的刷单团队在平台上进行虚假购买，并向购买人发送空包裹或赠品。A 公司通过电商部门员工将刷单所需的资金和佣金支付给这些刷单人员。A 公司刷单情况见表格 5。

图 3 电商刷单模式



表格 5A 公司刷单情况

项目	2020 年度
主营业务收入 (A)	67,320.85 万元
境内电商收入 (B)	2,722.42 万元
占比 (C=B/A)	4.04%
刷单金额 (D)	659.09 万元
占比 (E=D/B)	24.21%
占比 (E=D/A)	0.98%

注 1: 主营业务收入和境内电商收入为不含税收入, 刷单金额为含税金额;

注 2: 主营业务收入和境内电商收入均为扣除刷单后的收入。

根据《招股说明书》，2020 年 A 公司境内电商收入金额占主营业务收入的比例为 4.04%，刷单金额占主营业务收入的比例为 0.98%，占比较低，A 公司业绩不存在依赖刷单的情形。A 公司已于 2020 年 6 月停止刷单行为并积极整改，制定了禁止刷单相关制度，并明确相关责任人，有效杜绝了刷单情形。2020 年 6 月之后，A 公司已不存在刷单行为。总的来说，根据现有公开数据，A 公司刷单相关业务未确认收入，刷单支付的佣金和平台费用均作为销售费用入账，不存在通过刷单虚增收入和利润的情形。

#### 四、A 公司电商渠道虚假收入识别路径与不足

针对 A 公司可能的虚假收入来源，审计机构已执行了核查及其它相关的审计程序，监管机构已就相关事宜进行问询。根据现有公开数据，A 公司除上文提到的电商刷单（未确认收入）情况外，未被证实其他任何和虚假收入相关的情况。

基于前文对财务舞弊审计、电商平台虚假交易监管、虚假交易识别技术以及新零售商业模式等方面的研究成果，同时考虑到 A 公司公开披露的内部控制不规范的主要情形及境外收入规模占比大的特点，本文以审计程序可行性及业务、财务数据可得性为前提，拟从个人账户代收代付、第三方回款、资金拆借以及境外业务等四个方面进行的虚假收入识别与审计程序执行情况的分析，指出已执行审计程序的不足并提出改进建议。需要特别说明，所有分析均基于公开信息。因此选取的研究角度与企业实际情况难免有出入，本文提供的识别路径仅作为实际审计工作的参考。

##### 4.1 个人账户代收代付

企业上市核查中所说的个人账户代收代付相关事项，通常指发行人的某些关联自然人以个人名义开立银行账户，并全部或部分用于公司经营的情况。个人账户代收代付属于财务内控不规范的情形，根据法律法规及监管机构 IPO 审核问答，该类事项必须进行整改并完整披露。通常情况下，这类不合规行为均与企业经营管理不到位、内控制度不完善等相关，甚者成为企业虚假交易、虚增收入的工具与手段。根据《深圳证券交易所文件审核中心监管函〔2023〕9 号关于对杭州蓝然技术股份有限公司的监管函》，涉案企业存在使用个人卡代垫销售费用、将销售费用计入其他科目的情形，同时涉案企业存在部分销售收入确认依据和调整未充分披露的情况。由此可见，对财务内控不规范的企业有必要加强与收入相关的业务、财务数据审计。除本节提及的个人

账户代收代付，企业第三方回款、资金拆借等财务内控不规范行为发生期间涉及的相关业务收入，同样需要针对性的制定审计计划，以完善审计程序。

#### 4.1.1 相关事实

A 公司存在使用财务人员个人银行账户收取公司货款、资金拆借利息收入、支付工资及费用等情况。根据审计机构核查结果，以上代收代付个人银行卡由 A 公司实际控制人使用，由实际控制人使用的个人卡流水中既包括其个人日常的收支，也包括与公司经营相关的收支。以上代收代付银行卡中归属于 A 公司业务收入和费用的，根据资金流入和流出逐笔还原入账，并根据代收代付净额以及占用的利息与实际控制人进行结算，已于 2020 年末前全部收回。个人账户收取的处理废料产生的收入计入其他业务收入，收到的资金拆借利息收入计入投资收益，支付的报销款按性质计入销售费用、管理费用等科目。自 2020 年 6 月起，A 公司已停止个人账户代收代付行为，相关个人卡均已注销。并且已经完成以下四个动作：（1）收入、费用全部调整入账；

（2）补缴增值税及附加税；（3）补缴企业所得税；（4）补缴个人所得税。另外，A 公司建立并完善了相关内控制度，包括货币资金管理制度、财务管理制度、费用报销管理制度等，在制度层面进一步规范资金的收支行为和费用报销。办理货币资金业务的不相容岗位已做分离，相关机构和人员相互制约。

#### 4.1.2 审计程序

审计机构执行的核查程序如下：

（1）访谈财务总监，了解公司是否存在个人银行卡代收代付的情形；（2）获取公司资金管理相关内部控制制度，了解并测试相关内控设计的合理性和执行的有效性；（3）陪同公司实际控制人及主要近亲属、董事（不包括独立董事）、监事、高级管理

人员、关键岗位人员、其他核心人员以及其他方（在公司任职的董监高主要近亲属、自然人）前往所有银行打印银行开户明细。按照开户明细打印报告期内银行流水（包括报告期内已经注销的银行账户），查看银行存单原件并留存复印件，取得其签署的已提供了全部银行账户资金流水的承诺函，并对报告期内相关人员银行互转情况和相互之间的银行转账记录进行了交叉核对，确保个人银行账户完整；（4）获取上述人员报告期内全部个人银行卡详细资金流水，确认个人银行卡收支金额完整；（5）对个人银行卡所有者进行访谈，了解其与公司的关联关系、个人卡使用背景、资金来源、资金用途、管理方式、形成原因等；（6）查阅个人卡全部银行流水，逐笔核对资金性质，并与公司序时账、财务账簿进行核对；同时关注个人卡资金交易是否均已记入公司财务账，并核实资金流向，确认其核算是否真实、准确；（7）将个人卡流水交易方及备注信息与公司客户进行匹配，确认对手方为客户的范围，进而确认个人卡收款的真实性；（8）检查公司对报告期前期通过个人银行卡收付款不规范情形的整改措施与结果；（9）取得公司因个人银行卡代收代付事项补缴税款的相关凭证、完税证明；（10）取得并核查个人银行卡注销资料，取得公司实际控制人、董监高、财务人员出具的不得提供个人银行卡给公司使用的承诺。

#### 4.1.3 审计程序的不足与建议

A 公司使用个人银行账户代收代付的情况，与电商渠道虚假收入可能相关。一方面，个人账户代收代付使实控人与企业的部分资金游离在可追溯、可监督账户之外；另一方面，实控人、管理层及核心员工异常账户及资金行为可以通过个人账户规避核查。审计机构执行的核查程序重点关注 A 公司重点人员（实控人、董监高与财务人员等）个人账户资金流水情况，是机构核查企业虚假收入的一般程序。对于存在较大电

商渠道收入且大部分来自境外电商平台上的 A 公司，核查程序未做针对性调整；在核查人员与账户范围、业务与资金对应关系等方面存在不足，工作重点停留在财务数据及相关人员的资金流水核查，而忽视了业务数据的分析。同时，主要核查了境内而忽视了境外，A 公司刷单时已构成物流、资金流和票据流的“闭环”，应重点补充在业务数据方面的分析。因此，在现有核查及审计程序之外，有必要执行以下程序，以针对性地加强电商渠道虚假收入识别。

第一，扩大相关个人账户核查范围。在现有重点人员之外，增加电商业务部门核心员工，特别是负责境外电商业务的核心人员的个人账户核查，包括技术、仓储物流、市场拓展等相关人员的个人账户。

第二，若条件允许，增加对相关人员境外个人账户的核查。原核查程序将核查重点落在境内账户核查上，对于境外业务体量较大的 A 公司，不足以排查相关人资金的动向及可能的体外循环。

第三，加强个人账户代收代付发生时段业务数据的核查。完整的电商渠道虚假收入产生链条必然与业务数据相关，在相关技术（如 IT 审计及大数据等）支持下，有必要对 A 公司个人账户代收代付发生时段的业务数据进行重点全面分析核查，包括但不限于采购、生产、库存、销售、物流等企业端数据，以及登录、浏览、下单、收货等电商平台端数据。

#### 4.2 第三方回款

第三方回款，顾名思义，就是指实际付款方与经济合同的签订方不一致。第三方回款打破了原有的物流、资金流、票据流“三流一致”的规定。由于第三方回款原因和代付背景存在多种复杂情况，且难以追溯；若企业未能有效核实第三方回款情况，并

加以管控，可能造成虚假收入、灰色资金流转、企业回款困难、面临潜在的索赔诉讼等风险。根据 2021 年 4 月证监会公布的对乐视网《行政处罚决定书》，涉案企业通过虚构与第三方公司业务，并通过实际控制人控制的银行账户构建虚假资金循环的方式虚增业绩；2007-2016 连续 10 年财务造假，累计虚增收入 18.7 亿元，虚增利润 17.3 亿元。由此可见，第三方回款行为可能与企业虚增收入相关，因此有必要强化审计程序。

#### 4.2.1 相关事实

A 公司存在销售第三方回款的情况，主要包括客户指定的第三方代付、客户指定的关联方代付、公司关联方代收代付、公司员工代收代付、供应链融资等。A 公司针对第三方回款的情况采取了如下整改措施：（1）加强公司回款制度的宣导。根据公司相关制度要求，原则上不允许第三方回款；（2）加强销售回款的控制和管理。

#### 4.2.2 审计程序

审计机构执行的核查程序如下：

（1）从银行对账单出发，逐笔对比银行对账单与销售明细账的记录，对于相同或相近记账日期、相同金额而客户名称不一致的，在排除名称缩写等因素外，复核是否为第三方回款；针对第三方回款，随机抽取样本追查至销售原始凭证，包括银行对账单、销售订单、报关单、提单、发票等，以验证销售的真实性；（2）查阅公司与客户签订的委托代付款协议、往来对账单等相关单据凭证，核实和确认委托付款的真实性、代付金额的准确性及付款方和委托方之间的关系，以验证第三方回款统计明细记录的完整性；（3）取得应收账款账龄明细表，并结合销售合同/订单、发货单、客户签

收单据及银行回单等资料，分析是否存在虚构交易或调节账龄情形，以分析账龄的合理性。

#### 4.2.3 审计程序的不足与建议

与个人账户代收代付类似，对拟上市企业第三方回款的核查是审计机构关注的重点。从A公司电商渠道虚假收入识别的角度，第三方回款可能是构成A公司相关资金体外循环收入造假链条的重要一环。审计机构执行的核查程序，重点关注了回款相关业务的真实性、应收账款账龄等方面，但在核查第三方回款时仅随机抽样复核，而不是全样本，同时也未对发生时点业务数据的核查做延伸。基于此，建议增加以下核查程序：

第一，对回款第三方的背景与实力进行深度调查。实务中，若企业通过第三方回款的方式虚增收入，往往更乐意由自身关联方充当“第三方”；因此要针对性地对回款第三方的股东背景、成立时间、经营范围、经营情况、企业征信及本次交易的商业实质及合理性和必要性等方面进行核查，核查有困难或存在疑点的应予以重点关注。

第二，加大第三方回款发生时段业务数据核查力度。与个人账户代收代付同理，第三方回款发生时段的电商渠道收入可能虚增，故需加大企业与客户相关行为的排查力度。

### 4.3 资金拆借

根据我国现有的法律法规，企业之间不得进行资金拆借。然而，实际情况是关联公司之间的资金往来和拆借现象非常普遍，且两者之间难以严格区分。因此，上市公司与关联公司之间的资金占用和违规拆借现象频繁发生。在财务报表上主要表现为两种形式：一是子公司向母公司支付资金占用费用。这种形式名目繁多，在母公司账面上可以增加营业外收入；二是母公司向被投资公司支付资金占用费用。2020年，证监

会浙江局下发浙江仁智股份有限公司《行政处罚及市场禁入事先告知书》（浙处罚字[2020]9号），涉案企业仁智股份通过虚构上述油服业务及钢贸业务，虚增营业收入9,041.72万元。与此同时，仁智股份未按约定披露资金拆借事项，先后存在4000万元资金拆借行为未予披露。虽然公开信息未就上述两个事项的相关性予以说明，但实务中虚假收入的形成，往往伴随着企业大额体外资金的配合以及关联交易非关联化的现象发生，因此审计机构有必要加强该类事项的审核。

#### 4.3.1 相关事实

A公司存在资金拆借的情形，具体包括关联方资金拆借以及非关联方资金拆借。根据公开信息，A公司目前已对过往发生的资金拆借事项进行了积极整改，涉及拆借的资金及利息已全部收回和偿还。A公司过往资金拆借行为不构成内控制度有效性的重大不利影响，未对A公司生产经营造成重大影响。A公司未因资金拆借受到相关监管部门和机构的处罚，资金拆借不构成重大违法违规行为。

#### 4.3.2 审计程序

审计机构执行的核查程序如下：

（1）访谈公司财务总监，了解报告期内公司资金拆借的原因及解决情况；（2）查阅公司其他应收款及其他应付款明细表，获取资金拆借协议，了解资金拆借情况，检查公司往来款项中是否存在与关联方之间的大额往来款；（3）核查报告期内公司大额资金流水，分析资金拆借记录的准确性与完整性；（4）获取报告期内拆借方所有银行账户的银行流水，了解大额资金的流向、用途，核查是否与公司的客户、供应商存在资金往来，检查是否存在体外资金循环的情形；（5）对于拆出资金，获取相关借款方银行流水，核查其资金去向，是否存在流向公司供应商、客户的情形；（6）复核资金拆借利息计算的准确性，资金拆借及利息收支的会计处理是否符合企业会计准则；

(7) 获取公司资金管理相关内部控制制度，了解并测试相关内控设计的合理性和执行的有效性，检查公司股份改制后是否新增资金拆借情形。

#### 4.3.3 审计程序的不足与建议

A 公司的资金拆借行为既包括与关联方的又包括与非关联方的，其资金拆借是否基于真实商业目的进行？是否有相关贸易背景支撑非常关键？特别是与非关联方的资金拆借，应重点核查其背后的商业真实性。具体到 A 公司，在有较大电商业务收入的前提下，发生与非关联方的资金拆借，应予以重点审查。上述审计核查程序，对 A 公司与非关联方的资金发生情况、相关文书、利息计算等方面进行了重点审查，但忽视了非关联方与 A 公司电商业务的商业逻辑及资金拆借行为发生时段业务数据的核查，因此应增加相关核查程序。具体包括：

第一，加大资金拆借行为发生时段的业务数据核查。核查数据既应包含 A 公司行为数据又应关注其客户行为数据（表 2.2），同时重点注意与个人代收代付、第三方回款等行为发生时段重叠的业务数据。

第二，非关联方与 A 公司电商业务相关性核查。通常，体外循环式收入造假的操作手法，既包括销售端造假，又包括供产销全链条造假，其中后者造假链条更长，参与人员更广，涉及非关联方更多。因此，应当重点判断非关联方与企业电商业务的关系，进而执行电商渠道虚假收入识别核查程序。

第三，关注关联交易的非关联化，即形式上无关联，而实质上关联的相关方。重点核查这类资金拆借相关方的股东背景、成立时间、经营范围、公司实力及资金拆借的必要性。

第四，关注关联方资金拆借的业务实质。对无交易实质的关联方资金往来，应核查其是否存在资金占用的问题。

#### 4.4 境外业务

海外关联交易由于审计难度较大，舞弊行为更易发生，如近年监管机构公开的盈方微案，便是一起上市公司利用境外业务实施财务造假的典型案件。公开信息显示，虽偶有拟上市企业披露自身境内电商业务“刷单”等虚增收入的行为，但互联网等信息渠道及监管机构几乎未披露过一起利用境外电商平台业务造假的案件。这一方面说明监管机构、券商及审计机构对企业境外电商业务核查的重视程度不够，另一方面也说明相关机构在核查技术手段上的匮乏，这也是笔者审计从业工作中的难点。因此聚焦于此，不仅对理论研究还是实务工作均有一定的借鉴意义。

基于前人的研究成果，为防止企业通过海外关联交易虚增收入，需要对现有的审计方法论和工具进行改进和提升，以更为丰富且针对性强的审计程序来支持相关的审计结论。同时，审计机构也应特别关注被审计企业的内部治理结构的完善程度和股权结构的合理性。因此，对于涉及大量境外客户和业务的 A 公司，审计机构应加强和完善相关审计程序。

##### 4.4.1 相关事实

A 公司主要为国外知名健身器材品牌提供 OEM/ODM 业务，并在亚马逊等平台开展自主品牌跨境电商业务，国外业务占据公司业务的较大比例。因此，A 公司存在境外收入占比较高的风险。境外业务受到国家出口政策、出口目的地国家的进口政策与经济状况、汇率政策以及国际健身器材市场变动等多方面因素影响。如上述情况发生波动，A 公司境外业务将受到影响，进而对其经营业绩产生不利影响。

#### 4.4.2 审计程序

审计机构执行的核查程序如下：

##### （一）境外业务的核查程序

（1）访谈了公司销售人员，并对主要外贸客户进行了访谈，同时了解了公司与主要外贸客户的合作背景，以及其他主要客户的获取方式、建立合作关 系的时间、订单操作方式等情况；（2）获取并审阅了公司与主要外贸客户的销售合同，核查了收入相关的合同条款，并对收入确认时点的准确性进行了核查；获取主要外贸客户 2018 年对外销售的报关单、提单等资料，主要核查了主要外贸客户的主要客户及销售金额；

（3）对主要客户实施了视频或现场访谈，取得并核查了主要客户填写的《交易确认函》以及中信保出具的《标准信用报告》，了解了主要客户的业务规模、经营情况、对公司采购占其总采购的比例、销售区域及终端客户等信息；（4）获取并审阅了公司亚马逊等跨境电商平台店铺/站点清单和平台账单，核查了跨境电商平台销售的主要产品、收入金额、成本费用金额等；（5）获取并审阅了主要境外线下贸易商的销售合同，核查了收入确认、售后服务相关的合同条款，并对收入确认时点的准确性进行了核查；查阅了同类业务的上市公司对境外线下贸易商收入的确认政策；（6）获取并审阅了主要客户的销售合同，了解了合同中退换货相关的约定条款；访谈了公司相关负责人，了解了公司关于产品质量控制的相关措施；查阅了公司报告期内退换货明细表，核实了报告期内退换货情况；检查了公司退换货的会计处理，以确定其是否符合《企业会计准则》的规定；（7）了解了报告期内公司与主要跨境电商平台亚马逊的业务合作模式及公司与亚马逊的协议文件；查阅了同类业务的上市公司对跨境电商平台收入的确认政策；检查了公司针对亚马逊平台的会计处理方式；（8）取得了公司的收

入成本表，分析了公司跨境电商渠道销售的产品结构，以及国内销售的客户结构和产品结构，论证了承担安装义务与否的合理性。

## （二）境外销售收入真实性的核查程序

（1）核查了境外销售的物流单据、资金划款凭证；（2）核查了境外客户销售去向；（3）与海关出口数据进行了比对，取得了公司的电子口岸报关数据、报关单、提单等资料，并就海关出口金额与境内公司外销收入的匹配性进行了分析；（4）与出口退税数据进行了比对，取得了公司的出口退税申报数据、报关单、提单等资料，并对出口退税数据与境内生产企业出口销售收入的匹配性进行了分析。（5）应收账款函证。通过邮件的方式对主要境外客户的收入金额及往来余额进行了函证。独立发送了外销客户函证，并由客户直接回复至邮箱；（6）访谈。对 25 家境外客户进行访谈，其中视频访谈 20 家客户，邮件方式访谈 1 家，实地走访境内代表处或者境内人员 2 家，出国实地走访 2 家。

### 4.4.3 审计程序的不足与建议

如表 3.3，A 公司近三年（2020 至 2022 年）境外收入分别占比 80.46%、81.6%、77.67%，境外收入中电商渠道收入占比分别为 15.1%、12.46%、17.42%。由此可见，A 公司是一家典型的出口型制造企业，业务收入与其“外销定制化+线上市场化”的销售模式相匹配。针对 A 公司境外业务及境外收入的真实性问题，审计机构执行了上述核查（见 4.4.2）。根据现有公开数据，未发现 A 公司境外收入存在虚增的情况。但结合 A 公司境外收入变动情况与相关公开报道，2021 年 A 公司的境外收入，尤其是境外电商渠道收入下滑近 11.01%的情况与境外电商平台亚马逊针对中国企业“刷单”造假大规模封店潮的时间重叠，但相关核查程序均未涉及这一巧合，A 公司亦未

主动披露这一情况；可以说是审计机构执行核查程序过程中的瑕疵，更是后续监管机构关注和问询的重点。针对 A 公司境外电商渠道收入，有必要在核查程序上做出如下补充：

第一，提取亚马逊等境外电商平台的数据进行全样本分析。在 IT 审计团队支持下，使用取数工具对境外电商平台近年的销售数据归集整理，包括已注销店铺的相关数据（如有）。利用数据分析程序，对全样本业务及财务数据进行分析并导出异常数据，由财务审计人员对异常数据执行进一步的针对性审计程序，以识别相关收入的真实性。

第二，核查亚马逊“关店潮”期间电商渠道收入的变动情况。A 公司存在境外电商渠道与境外线下渠道收入变动趋势明显不一致的情况，有必要对此重点核查；且不仅应当包括电商业务相关数据，还应囊括变动区间的其它相关业务数据。

第三，结合国内电商刷单情况进行比对核查。A 公司承认在国内电商业务中存在刷单等违规行为，应对公司同期在境外电商渠道的收入予以重点关注，并针对个人账户代收代付、第三方回款、资金拆借等异常行为执行有针对性的核查程序。

第四，对境外电商店铺资质进行全面核查。亚马逊等境外电商平台对企业开店资质审核较严，一家企业若通过注册多个主体获得开店资质，会存在随时被平台关店的风险，其相关业务收入也将面临清零，因此应予以重点关注。

## 五、瑞幸咖啡虚假收入案例分析

如上文所述，尽管因无法从公开渠道获取 A 公司相关业务数据，导致无法对其进行深度分析并验证审计机构原有程序不足造成的结果，但基于 A 公司披露的电商刷单情况以及海外电商业务难以核查的特点，有必要对 A 公司电商渠道收入的真实性保持合理怀疑。

目前，国内 A 股业绩造假公司层出不穷，这和审计技术及工具的滞后有很大关系，而业绩的造假往往都离不开业务数据的造假，如何有效识别虚假业务数据已成为审计的重点和难点。上文主要分析了 A 公司电商渠道收入审计程序的不足，但除 A 公司公开承认部分国内电商业务存在刷单的信息外，无更多公开信息验证本文提出的 A 公司电商渠道尤其是境外电商收入的相关审计风险，也无法进一步说明全样本审计及大数据技术运用的必要性。目前市场上因无法识别业务数据造假而导致审计失败的案例很多，其中披露最详细且具有代表性的案例当属瑞幸咖啡，因此本文引入瑞幸咖啡案例进行补充分析。

瑞幸咖啡与 A 公司存在以下共同点：两家公司都属于新零售企业，电商渠道是其主要收入来源；两家企业业务数据量均特别庞杂，难以通过常规手段发现其异常；两家企业均或主动或被动披露了其电商渠道虚假收入的情况，是合适的分析样本；两家企业均出现了财务审计程序失效的情况，其中 A 公司的电商刷单情况由其主动披露，瑞幸咖啡则是由第三方做空机构通过非财务审计的手段发现后披露。基于两家企业的上述共性，通过补充分析瑞幸咖啡虚增收入的情况，将有助于了解当前财务审计程序与工具的局限性，同时有助于为审计机构提出适用于当前制造企业电商业务逻辑及虚增收入手段的技术改进建议。

下文将深度剖析瑞幸咖啡财务造假行为及其虚增收入的机会因素，并重点关注新零售商业模式对传统审计带来的挑战，以为后文提出审计机构技术改进策略提供现实支撑。

## 5.1 瑞幸咖啡虚增收入案件概述

瑞幸咖啡（Luckin coffee，简称“瑞幸”）成立于 2017 年，以其独特的商业模式和迅速扩张的策略，迅速成为中国咖啡市场的领军品牌，并于 2019 年在美国纳斯达克交易市场成功上市。然而，这一风光背后却隐藏着巨大的阴影。2020 年 1 月 31 日，知名做空机构浑水公司（Muddy Waters，简称“浑水”）指控瑞幸 2019 年年报存在财务造假行为。这一事件当即引起市场的轩然大波。瑞幸在 2020 年 4 月 2 日被迫向美国证监会（SEC）承认，其 2019 年第二季度至第四季度的总销售额虚增了约 22 亿元。调查结果显示，瑞幸通过虚增主营销售收入、虚增商品单价与销量、虚增非主营产品收入以及调节成本费用等手段，严重违反了财务报告的真实性原则。这一行为不仅损害了投资者的利益，也严重破坏了市场的公平性和公正性。

## 5.2 瑞幸虚增收入手段剖析

作为互联网新零售行业的佼佼者，瑞幸凭借其独特的商业模式和快速扩张策略吸引了市场的广泛关注。然而，这种“线上点单+线下销售”的商业模式在为消费者带来便利的同时，也为财务舞弊提供了可乘之机。根据瑞幸自爆的文件，其 2019 年第二季度至第四季度的总销售额被夸大了约 22 亿元。综合公开渠道信息，瑞幸虚增收入的具体手段主要包括以下四方面：

### 5.2.1 虚构销售订单

瑞幸通过伪造原始票据、虚构销售业务等方式，人为提升营业收入。由于瑞幸订单量庞大且高度依赖互联网大数据进行收入数据的收集，使其有机会利用取餐码跳号来虚构销售订单，并最终导致系统生成的销售数据严重失真。这种“订单膨胀”和销量虚增的现象对瑞幸的整体营业水平产生了显著影响。浑水公司为获取相关证据，动员了 92 名全职员工和 1418 名兼职员工，查阅了 981 个门店记录和长达 11260 小时的门店监控视频及 25843 份客户收据，并尝试调查门店客流量与瑞幸的订单销售数据，最终获得了瑞幸虚构销售订单的相关证据。由于取餐码跳号这一虚增收入的方式具有较高的隐蔽性，因此审计机构和其他调查机构难以通过常规审计及调查程序获取其准确的订单信息。

#### 5.2.2 虚报商品单价

除虚增主营产品收入外，瑞幸还通过虚报商品净售价或虚构高价值商品销售量的方式，来提高其出售商品的平均单价，以增加销售收入。根据浑水公司的调查数据，瑞幸的实际销售价格仅为其上市披露价格的 46%。此外，瑞幸还通过虚构高价值商品销售量，如虚构高端咖啡、甜品等商品的销售量，进一步增加销售收入。瑞幸还通过虚报商品净售价或虚构高价值商品销售量的方式，来提高其出售商品的平均单价，以增加销售收入。根据浑水公司的调查数据，瑞幸的实际销售价格仅为其上市披露价格的 46%。此外，瑞幸还通过虚构高价值商品销售量，如虚构高端咖啡、甜品等商品的销售量，进一步增加销售收入。利润数据导致瑞幸的财务报表严重失真，使得投资者和监管机构难以准确评估公司的真实业绩和风险；且该类虚增收入的方式均通过信息技术手段完成，因此对审计机构的 IT 技术水平与数据分析能力均提出了更高的要求。

### 5.2.3 虚增非主营产品销量

为虚增收入并掩盖主营产品收入的不足，瑞幸还通过夸大非主营产品销售收入、虚构交易或将非主营产品收入计入主营产品收入等手段，虚增整体收入水平。瑞幸除了咖啡产品外，还销售马克杯、甜品、面包等周边产品，这些非主营产品在公司的总收入中占有一定的比例。然而，根据浑水公司对大量销售小票的分析发现，瑞幸的其他业务收入占总收入的比例仅为**6.2%**，这与其公开报表中的数据（**22%**）存在较大差异。

### 5.2.4 资金体外循环虚增收入

为了维持虚假的营收水平，瑞幸还可能通过虚增广告费用支出以实现资金体外循环，达到虚增收入的目的。根据公开信息，瑞幸**2018**年的广告费达到了**28.83**亿元，但截至**2019**年第一季度末，其广告费已高达**16.81**亿元，占**2018**年全年的**58.31%**。另外，瑞幸**2019**年第三季度的广告费对促销费用的比值为**5.54**，较**2019**年第一季度上涨了**310.37%**，并大于**2018**年第一季度的数据（**5.32**）。CTR市场研究追踪的数据也同样证明了瑞幸可能将广告支出夸大了**150%**以上。这些异常的数据表明瑞幸可能夸大了广告费用，以填补虚增收入和店面利润的漏洞。通过对比公开数据，瑞幸可能在**2019**年第三季度虚增门店营业利润**3.97**亿元，而瑞幸自身公开的广告支出与央视跟踪的分众传媒实际支出的差额为**3.36**亿元，这与被夸大的门店营业利润基本一致。从这些数据可知，瑞幸极有可能将虚增的广告费用实现资金的体外循环，最终用于虚增收入并扩大门店利润。

## 5.3 瑞幸虚增收入的机会因素

剖析瑞幸的虚增收入手段，可以看到其财务舞弊行为的发生并非偶然，而是由一系列因素共同推动的结果。根据舞弊三角理论，瑞幸财务造假案中，机会因素显得尤为突出，主要体现在内部控制环境薄弱、对管理层权力约束不到位以及审计机构与外部监督机制不完善等方面。正是这些漏洞，为瑞幸虚增收入的发生提供了土壤。

### 5.3.1 内部控制环境薄弱

内部控制环境是内部控制机制的基础，影响着员工对内部控制的认知和遵守程度。然而，瑞幸在内部控制流程方面存在明显不足，缺乏规范的业务流程和审批程序。这导致公司在财务管理、销售管理等关键环节存在漏洞，容易被利用进行财务造假。瑞幸未能构建一个强有力的内部控制环境，导致从高层到基层员工均产生对内部控制的轻视，管理层在追求短期业绩时，可能轻易绕过或削弱关键控制活动。例如，销售收入确认流程中，管理层直接指示财务部门调整数据，以达到虚增收入的目的。这种干预严重破坏了内部控制的完整性和有效性。

### 5.3.2 对管理层权力的约束不到位

高层管理者在内部控制机制中扮演着重要角色，其行为直接决定了内部控制机制的有效性。在瑞幸财务造假事件中，对管理层权力的约束不到位成为了导致内部控制机制失效的关键因素。这一问题的根源与瑞幸的股权结构失衡密切相关。

瑞幸股权结构呈现出高度集中的特点，存在关键职位权力过于集中的问题。大股东陆正耀和钱治亚合计持有的股份占比超过 50%，陆正耀与其姐姐合计持股超 40%。其中钱治亚虽与陆正耀不是一致行动人，但原为陆正耀创立的神州优车骨干成员，其他主要股东也是神州优车的关联方。这种股权结构虽未让陆正耀实现绝对控股，但其在瑞幸内部基本拥有绝对的话语权，甚至可能与来自神州优车的关联方结成攻守同

盟，其他小股东难以对其形成有效的制衡。因此，当瑞幸高层管理者利用手中的权力进行不当操作时，很难受到有效制约与监督。

### 5.3.3 审计机构与外部监督机制不完善

近年来，审计机构在财务造假案件中频现身影，这不仅引起了社会各界对审计独立性与专业能力的质疑，更暴露了资本市场监管机制的重大漏洞。以瑞幸财务造假事件为例，尽管安永会计师事务所（简称“安永”）声称并未对瑞幸 2019 年度财务报表出具审计报告，因此在法律层面上无需对瑞幸 2019 年度披露的财务信息承担审计责任。但在浑水揭露瑞幸可能存在财务造假行为之前，安永是否履行了审计职责、是否具备应对新型财务舞弊手段的能力仍值得进一步讨论。

同时，监管部门对上市公司的监管工作也存在诸多不足。由于互联网企业的特殊性，传统监管手段难以奏效，新型财务造假手段层出不穷且难以察觉。此外，对违规企业的处罚力度偏轻，导致违规成本低廉，为财务舞弊行为提供了可乘之机。这种监管失位不仅损害了资本市场的公平与透明，更严重侵害了广大投资者的合法权益。

## 5.4 瑞幸式虚增收入对审计机构带来的挑战

瑞幸虚增收入事件将审计机构安永置于风口浪尖，安永是否失责可能仍需更多信息的验证。不可否认的是，在数据驱动的电商时代，新零售企业规模的迅速扩张和业务模式的持续创新，正深刻影响传统审计方法与审计程序，对审计机构传统审计理念及数据分析能力均带来了巨大挑战。

### 5.4.1 对传统抽样审计理念带来的挑战

随着企业规模的急剧扩张和互联网新零售业务的快速发展，传统抽样审计方法显得捉襟见肘。瑞幸的财务造假案就是这一挑战的典型例子，企业内部控制的失效让审计机构在验证数据时面临困境。

首先，数据量的爆发式增长使得传统审计机构在处理海量数据时力不从心。传统审计主要依赖抽样和手工处理的方法，但在当前数据规模下，选择合适的样本变得异常困难。若样本选择不当，可能会导致关键信息遗漏、缺乏代表性和准确性，从而影响审计结果的失真。为了应对这一挑战，审计机构亟需转变其传统的抽样审计思维。然而，当前许多传统审计机构尚未完成这一转变，仍依赖于传统的抽样审计方法。即便部分机构开始尝试转变，也面临着多重挑战，包括技术难题、人力资源不足，以及与客户和监管机构之间的沟通障碍等。

其次，数据复杂性的增加也给传统审计带来了挑战。随着业务模式的多样化和数据结构的复杂化，数据之间的关系变得错综复杂。传统审计方法难以应对这种复杂性，从而导致审计结论产生偏差。因此，审计人员需要具备深厚的专业知识和丰富的实践经验，才能准确解读数据，揭示潜在的风险和问题，这无疑增加了审计工作的难度。

最后，时间和资源的限制也是传统抽样审计理念面临的一大难题。在传统审计理念下，审计机构需要在有限的时间和资源内完成审计工作。然而，在互联网新零售时代，由于数据量的膨胀和数据复杂性的增加，审计人员需要花费更多的时间和精力来处理和分析数据，这可能导致审计人员在时间压力下做出错误的判断或遗漏重要信息。同时，审计资源的有限性也限制了审计的深度和广度，可能使得一些重要问题被遗漏或忽视。

#### 5.4.2 对审计机构数据分析能力带来的挑战

随着互联网新零售业务的蓬勃发展，数据量呈几何级增长，这对审计机构的数据分析能力提出了极高的要求，带来了前所未有的挑战。

一方面，在互联网新零售业务快速发展的背景下，海量数据的处理和分析已成为审计机构的首要任务。由于数据的来源和生成过程可能更加复杂和隐蔽，审计机构在识别虚假数据方面面临着更大的挑战。而传统的审计方法在面对这种变革时显得捉襟见肘。因此，审计机构急需寻求并采纳更先进的数据处理和分析技术，以揭示更为隐蔽的企业风险。这也意味着审计机构需要加大研发和培训投入，确保审计人员能够熟练掌握并有效运用这些先进技术，从而提高审计工作的准确性和效率。

另一方面，随着技术的不断进步，审计机构还面临着来自造假者的持续挑战。尽管审计机构也在努力更新技术和方法，但技术的飞速进步和造假手段的不断翻新，使得这场“技术竞赛”变得异常艰难。造假者可能会采用加密技术、分布式账本等前沿科技来掩盖其不法行为，使得审计人员难以追踪和取证。技术上的不对等让审计机构在揭示企业真实财务状况的道路上充满了未知与挑战，未来形势只会对传统审计机构愈发不利。

## 六、审计机构技术改进策略

国内外学者对虚假交易识别技术的研究已经比较丰富，如上文所述的基于文本识别、序列挖掘、社交网络等领域的成果已经在很多领域得到应用。作为审计机构，对虚假交易涉及的各方信息掌握不足，可使用的技术手段也相对有限，更不具备行政机构拥有的执法权，这都给制造企业电商渠道收入的审计带来巨大的困难。相关研究成果还表明，电子商务等新零售模式的出现对传统企业渠道产生的巨大影响，未来也将传导到参与这类业务审计的第三方机构。本文对审计机构技术改进的建议，是基于前人研究成果并结合案例企业 A 公司发现的问题最终提出的，有一定的现实意义。

实务中的审计工作，针对业务数据的审计通常以抽查一定比例的样本为主，人员也多以项目助理等基层员工为主，而助理人员无论在业务能力、还是职业敏感度等方面都与多数复杂业务模式不匹配。审计工作中发现的单个异常业务数据，一般难以引起助理人员的重视。其次，IT 审计（本文提到的 IT 审计是依据《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 53 信息系统核查开展的相关审计工作）与财务审计配合不够，IT 审计未能真正成为财务审计的专家，并有效弥补财务审计的技术缺陷。另外，常规财务审计法定权限受限，多数场景尤其是发现业务异常数据时，财务审计人员无法穿透核查。同时，财务审计人员通常以财务专业背景为主，业务数据的分析能力有限。以本文 A 公司电商业务为例，客户比较分散且涉及境外交易，常规财务审计手段较难识别异常，电话、访谈、函证等传统审计方式在这类场景下失灵，核查结果难以作为审计的判断依据。基于以上背景，针对制造企业电商业务虚假收入的识别，笔者向审计机构提出以下建议。

## 6.1 提升数据分析能力，强化显性风险识别

通常，企业电商业务累计的数据量是传统业务不可比拟的，这给审计工作带来了更大的挑战。新零售模式下的制造企业财务审计，需要将被审计单位的原始经营数据纳入到审计证据范畴，同时需要考虑被审计单位的信息系统在数据处理和输出报告的有效性，这样才能从根本上保证数据的真实性，审计工作才不至于是无本之木。基于此，审计机构需要提升数据分析能力，通过应用最新审计技术与工具推动数据式审计技术的全面覆盖。这里的数据式审计，是指以被审计单位原始业务、财务数据为基础，通过一系列数据处理与分析并结合企业业务逻辑调整数据分析模型、收集审计证据，最终实现审计目标的一种审计方法。

审计机构应当从被审计企业的实际生产经营情况出发，应用最新 IT 审计和数据分析技术开展审计工作。通过 IT 审计团队与财务审计团队密切配合、相互借鉴，以及大数据等相关技术的应用，提高数据处理效率，实现全样本审计，以发现明显的异常数据，并对其实施进一步的审计程序，以排除明显的风险点。基于此，审计机构应当加大技术研发投入或与财务 SaaS 供应商合作，通过自研或合作开发，实现审计工具与平台的升级换代，以适应日新月异的电商业务模式和识别更为隐蔽的收入造假行为。

## 6.2 提升数据建模能力，加强隐性风险识别

审计与虚假收入是一对攻防的“矛”与“盾”，审计技术在不断提升的同时，造假者亦在升级造假工具库。面对海量的、复杂的电商业务数据及可能存在的虚假数据，审计机构一方面要设计并执行有针对性的非常规审计程序，即对常规审计程序的范围做出调整；另一方面要提升数据建模能力，以识别审计的隐性风险。实务中，审计人员要充分熟悉并理解企业业务逻辑和交易结构，并将业务逻辑和统计学逻辑同时作为

建模的基础与依据；再通过小样本测试不断调整数据分析模型的参数，以找出一定概率范围内可能的隐性异常数据。最后，审计人员根据初步分析结论调整审计范围，开展更为细致、更有针对性的审计工作，以锁定异常或可能构成虚假收入的数据或事项。

需要指出，即便 ChatGPT 等生成式 AI 工具或其他更先进的数据技术不断迭代升级，依旧不能忽视“人”在审计工作中扮演的重要角色。这要求审计人员除要掌握传统的财务、审计等方面知识外，还应当在相关工具和平台的支持下，理解并掌握最基本的数据处理与分析逻辑。大数据等 IT 技术的运用，与审计人员的职业判断并不冲突，甚至这种职业判断能力的高低将影响最终审计结论质量的高低。

### 6.3 推动全样本数据审计，实现精准风险识别

审计抽样是在现代统计分析方法框架内进行的，是目前重要的审计程序之一。但随着企业电商业务的发展，海量的业务、财务数据让传统审计抽样程序难以正常推进，甚至部分抽样程序是盲目的、无意义的。对一家拥有数以亿计业务数据的企业进行抽查，相关审计程序与结论均值得斟酌。另外，由于审计机构与被审计单位以外的主体如供应商、客户、合作伙伴等没有法律关系，更不具备像监管部门那样的稽查执法权，即便在抽样数据中发现异常，相关的延伸程序均可能会因其他相关方的拒绝而无法执行。可以预见，审计机构的传统审计抽样程序会越来越受到挑战而无法达到审计目标。为此，审计机构要从风险导向审计中的抽样审计思维尽快调整为全样本审计思维，通过新技术与新工具的运用，精准挖掘异常数据，提升审计效率，扩大审计范围，让有限的抽样与有限的审计人力投入更有价值。未来随着相关技术的进一步发展，审计机构要力争业务、财务数据的全覆盖，以最终消除审计抽样风险。

#### 6.4 加快推进 AI 在全样本审计及业务、财务大数据分析上的应用

AI 在全样本审计及业务、财务大数据分析上的应用主要体现在以下两个方面。

一是在全样本审计中的应用，主要包括：

**数据分析与挖掘：**传统的样本抽检方法往往只能涵盖一小部分数据，无法对整个数据集进行全面分析。而 AI 的数据挖掘技术可以自动化地对大规模数据进行搜索、整理和分析，从中发现隐藏的规律和异常现象。例如，AI 可以通过数据模式的分析和对比，识别出企业财务数据中的问题交易和异常行为。

**风险评估与预测：**AI 技术可以通过对大量企业数据的收集和分析，建立复杂的预测模型，帮助审计师识别潜在的风险因素。通过对企业历史数据的分析，AI 可以预测出企业未来可能面临的财务风险，并提前采取相应的防范措施。

**自动化审计：**AI 可以实现审计工作的自动化，减少人工对文档和报表进行逐项检查所需的时间。

二是在业务、财务大数据分析中的应用，主要包括

**数据分类与处理：**AI 技术可以自动识别和分类财务凭证，减少人工处理的时间和错误率。同时，它还可以进行财务报表的生成和分析，提供更准确和及时的财务分析结果。

**趋势分析与预测：**AI 可以分析各种财务指标，收集各种数据，预测财务状况和趋势。这些指标包括公司的收入、成本、资产和流动性等方面的数据。通过比较不同年份的财务数据，AI 可以预测未来的财务变化，为审计进一步验证相关问题提供支撑。

风险管理与控制：基于机器学习算法，AI 技术可以预测公司未来的风险情况，以便企业更好地进行财务规划和风险管理。此外，AI 还可以根据财务数据的特点，进行预测和推断，帮助审计师做出更准确的判断。

综上所述，AI 在全样本审计及业务、财务大数据分析中的应用，将极大地提高数据处理和分析的效率和准确性，为审计师决策提供有力支持。但在推进 AI 在审计工作中应用的进程中，我们仍旧不能高估 AI 在审计业务中扮演的角色，更不能忽视专业审计师对被审计企业业务与财务状况的判断，只有结合审计师的历史从业经验与作为工具的 AI 运算能力，才能更好支撑审计机构做出更为准确的判断。

#### 6.5 致同在制造企业电商业务数据分析上的技术实践

近年，致同参与了不少制造企业的电商业务审计，和 A 公司类似，一些企业或多或少存在“刷单”等虚增收入的行为。针对企业电商业务与财务数据量大且复杂两大特点，为补强传统审计人员数据获取、处理及分析能力的短板，我们在制造企业电商业务大数据分析上做了努力，并提出了相应解决方案。该方案通过 kettle 等专业取数工具从 ERP 等企业管理系统获取相关业务及财务数据，并传输至致同后台数据中心，由数据中心根据审计人员需求编辑数据处理脚本程序，完成相关数据的清洗、处理与分析，再通过 excel 审计底稿直连数据中心对应的处理程序 procedure 或 view，将处理结果展示于审计底稿。该方案一方面有效提升审计效率，另一方面将有效识别风险，针对性更强。由 IT 审计找出异常、财务审计执行针对性审计程序的工作模式，将让 IT 审计与财务审计的配合更加密切高效。

该方案将真正实现制造企业电商渠道收入的全样本审计，并至少实现以下十一项销售数据的复核与分析。

#### （一）数据完整性复核

按照电商平台数据展示结果的格式进行统计，以便复核从平台下载至客户信息系统的销售数据是否完整，与平台实际展示的销售数据是否一致。

#### （二）数据一致性复核

按照财务收入确认口径对销售数据进行收入费用统计，将统计结果与财务账进行核对，以确保从平台下载至客户信息系统的销售数据与财务收入确认数据一致。

#### （三）月人均消费统计

对销售数据进行月/年度的人均消费分析，识别出超过月/年度人均消费一定比率的风险客户，再由审计人员对风险客户进行实地或电话访谈，以确认其消费的真实性。

#### （四）销售金额区间分析

对销售数据进行单笔消费金额的区间分析，确认消费金额区间占比符合企业销售价格区间。审计人员可对同一消费金额多个客户或一个客户多次消费的记录进行实地或电话访谈，以便确认其消费的真实性。

#### （五）消费时点分析

对销售数据进行消费时间点的分析，以确认客户消费数据符合客户的行为习惯。

#### （六）消费频次、高频客户风险分析

对销售数据进行消费频次分析，比如，每月均有消费或报告期内多次消费的客户，将其消费信息提取后进行实地或电话访谈，以确认其消费的真实性和合理性。

#### （七）客户个数与地址个数分析

对销售数据的收货地址、收货人姓名进行合理性分析，针对同一收货地址或同一收货人姓名排位最前的 500 名提取消费数据，由审计人员进行实地或电话访谈，以确认其消费真实性。

#### （八）销售数据最低阶原材料耗用分析

将销售数据和其对应的原材料耗用情况、采购情况进行价格与数量的波动、占比分析，以确认材料耗用的合理性。

#### （九）订单金额与物流费用的匹配分析

将销售订单与物流费用数据进行匹配，根据具体商品特征设置合理物流费用区间，以识别异常物流信息。

#### （十）商品属性与客户所属地区消费能力的匹配分析

将商品平均单价与客户所属地区平均收入等数据进行匹配，并通过设定合理的单价/收入比例区间识别异常订单数据。

#### （十一）指定列综合指数分析（k-means 聚类分析）

根据商品金额、商家优惠、总金额、电商平台佣金、商家应收金额等 5 个字段进行聚类，从而得出距离聚类中心较远的的突出个案（示例如图 4），并对突出个案进行数据排查分析，以便识别出不合理的销售数据（如超低的消费金额超高的商家优惠等）。



## 七、研究结论与展望

### 7.1 研究结论

电商渠道是新零售模式下传统制造企业重要收入来源之一，是审计机构特别重视的虚假收入识别方向。但随着企业数字化转型、业财一体化进程的加速，当前的审计程序、工具和技术均已无法切实有效地识别电商渠道的虚假收入。

本文以 A 公司电商渠道虚假收入识别作为研究对象，首先对相关的文献综述进行总结分析，其次对制造企业与虚假收入识别相关理论做了归纳与评述。最后对 A 公司电商渠道虚假收入识别可能来源与识别路径进行分析，得出以下结论：

（1）目前审计机构对制造企业电商渠道虚假收入的识别还存在许多问题。以 A 公司为例，通过分析审计机构对 A 公司个人账户代收代付、第三方回款、资金拆借及境外电商业务等情况，发现相关审计程序均存在明显不足。因此有必要针对电商渠道虚假收入的识别进行针对性地调整、完善审计程序，以更有效地识别相关造假行为，提升审计机构的公信力。

（2）本文结合 A 公司电商渠道虚假收入的审计程序，对未来制造企业电商渠道虚假收入识别路径的改进对策展开了相关探讨。需重点关注三个方向：第一，提升数据分析能力，识别审计显性风险；第二，提升数据建模能力，识别审计隐性风险；第三，改进审计抽样方法，开展全样本审计。只有充分理解业务模式，不断革新审计技术，优化审计工具，才能更有效、更充分地执行审计程序，并审慎发表审计意见，这样才能推动资本市场更加有序健康地发展。最后，本文介绍了笔者所在机构在制造企业电商业务审计领域的实践。

## 7.2 研究展望

审计程序是否合理完备，将直接影响企业财务报告的审计结论。在资本市场“注册制”的背景下，越来越多的制造企业走上了财务规范化的“上市之路”；这一趋势要求审计机构不仅要夯实制造企业传统渠道的审计核查，更要重视新零售商业模式下电商渠道虚假收入的识别。本研究因篇幅及可使用公开数据所限，仅对 A 公司部分审计程序进行了分析与讨论。未来随着更多拟上市制造企业电商渠道造假行为的曝光，这一研究课题值得继续深挖、深耕，相关理论成果也将提升审计机构电商渠道虚假收入识别的相关技术与能力。

本研究提出的审计机构技术改进策略是基于 A 公司这一实际案例得出的，且未深入探讨相关 IT 技术在制造企业电商渠道虚假收入识别的实际应用，因此本文的研究结论有一定的局限性。但本研究提出的审计技术需要不断革新，对企业业务逻辑需做更深入理解的建议，是后来研究者和审计从业人员应当关注的方向。制造企业电商渠道虚假收入，未来必将随着相关审计技术的升级和审计人员 IT 等综合能力的提升无处遁形。

## 参考文献

- T Oliveira, M Alinho, P Rira, GDhillon, Modlling and testing consumer trust dimensionsine-commerce[J]Computers in Human Behavior,2017.71:153-164.
- D Weathers, S Sharma, SL Wood, Effects of online communication practices on consumer perceptions of performance uncertainty for search and experience goods[J]Journal of Retailing,2007,83(4):393-401.
- KH Kim, DC Kim, A study on a consumer protection system to prevent B2C electronic commerce disputes[J]Journal of Arbitration Studies,2017,27.
- Lirong Chen, Tao Jiang, Wenli Li, Shidao Geng and Shahbaz Hussain. Who should pay for online reviews? Design of an online user feedback mechanism[J]. Electronic Commerce Research and Applications,2017:38-44.
- Shojaee S, Murad M A A, Azman A B, et al. Detecting deceptive reviews using lexical and syntactic features[C]//2013 13th International Conference on Intellient Systems Design and Applications. IEEE,2013:53-58.
- Banerjee S, Chua A Y K. Authentic versus fictitious online reviews: A textual analysis across luxury, budget, and mid-range hotels[J]. Journal of Information Science,2017,43(1):122-134.
- Doyle J, Weili G, McVay S. Determinants of weaknesses in internal control over financial reporting[J]. Journal of Accounting and Economics,2006,44(1):193-223.
- Hogan C.E. M, S. Wilkins. Evidence on the audit risk model: Do auditors fees in the presence of internal control deficiencies? [J]Contemporary Accounting Research,2008(05).219-242.
- Kuhn, John R and Sutton, Steve G. Continuous Auditing in ERP System Environments: The Current State and Future Directions[J]. Journal of Information Systems,2010,24(1):91-112.
- Albrecht, W.S. & Romney, M.B.. Red-flagging Management Fraud: A Validation[J]. Advances in Accounting,1986,30(3):323-333.
- Loebbecke, J.K. & Willingham. Review of SEC Accounting and Auditing Enfoencement Releases[R]. Working paper, University of Utah,1988.
- Treadway, C. Fraud Commission Issues Final Report[J]. Journal of Accountancy, 1987,11:34.

- Kinney,W.&McDanieL.Characteristics of Firms Correcting Previously Reported Quarterly Earnings [J]. Journal of Accounting and Economics,1989,11:71-93.
- Coglitore,F&Berryman,R. Analytical Procedures:A Defensive Necessity[J]. Auditing, 1988,7:50-163.
- Calderon,T.G&Green,B.P. Signaling Fraud by Using Analytical Procedures[J]. The Ohio CPA Journal,1994,53(4):27-38.
- Ameen,E.C&Strawser,J.R. Investigating the Use of Analytical Procedures:An Update and Extension[J]. Auditing,1994,13:68-79.
- Spathis,C.,Doumpos,M.&Zopounidis,C.Detecting falsified financial statements:a comparative study using multi-criteria analysis and multi-variates statistical techniques[J].The Euronean Accounting Review,2002,11:509-535.
- 周晓盈.基于电商平台视角的商家刷单行为监管策略研究[D].湖南大学,2018,3-5.
- 郑贇一.基于图分析的在线虚假交易行为识别方法研究[D].杭州师范大学,2021,6-8.
- 董计琛.互联网电商平台股权投资估值研究[D].对外经济贸易大学,2019,5-7.
- 黄明,吴炜.快刀初试:Spark GraphX 在淘宝的实践[J].程序员,2014(8):98-103.
- 林英泽.电商平台规则与共享经济发展[J].中国流通经济,2018(01):85-87
- 柳姝.互联网“新零售”模式下的审计风险分析[J].广西质量监督导报,2020(10):108-109.
- 徐鸿菲.“新零售”商业模式对生鲜超市行业审计风险影响研究[D].山东大学,2021,19,72.
- 周奎俊.新零售企业数据式审计研究[D].河北经贸大学,2021,41.
- 詹红雁.上市公司财务造假常用的手段、识别及防范建议[J].商业会计,2018,(08):99-101.
- 郑晓.关于企业财务舞弊识别及审计对策探讨[J].全国流通经济,2019,(02):139-140.
- 周超,张云朝.海外关联交易舞弊识别与应对——以超日太阳能公司为例[J].财会通讯,2018,(25):68-71.
- 叶钦华.关于 IPO 财务舞弊识别的一些思考[J].财务与会计,2017,(14):71-72.
- 冯炳纯.基于数据挖掘技术的财务舞弊识别模型构建[J].财会通讯,2019,(05)93-97.
- 舞弊三角理  
论.<https://baike.baidu.com/item/%E8%88%9E%E5%BC%8A%E4%B8%89%E8%A7%92%E8%AE%BA/447236?fr=aladdin>.

国民经济行业分类与代码（GB/T 4754-2017）.<http://m.114.xixik.com/hangyefenlei/>,

天健会计师事务所.上市公司体外循环收入造假手法及审计关注重点.<http://www.fanwubi.org/Item/202618.aspx>.

独立审计具体准则第 8 号—错误与舞弊.

[https://kns.cnki.net/kcms2/article/abstract?v=3uoqIhG8C44YLtIOAiTRKjkpgKvIT9NkZNMqNo4kSVrYyJFhiBf7ttg3k8D78I2-GWQ9aV6T\\_2xqVtEQmzpoH5BjQu5hGpIZ&uniplatform=NZKPT](https://kns.cnki.net/kcms2/article/abstract?v=3uoqIhG8C44YLtIOAiTRKjkpgKvIT9NkZNMqNo4kSVrYyJFhiBf7ttg3k8D78I2-GWQ9aV6T_2xqVtEQmzpoH5BjQu5hGpIZ&uniplatform=NZKPT).

证监会:獐子岛涉嫌不披露重要信息罪,将案件移送公安追究刑事责任.<https://finance.qq.com/a/20200911/019983.htm>.

澎湃新闻:瑞幸咖啡盘前股价暴跌超 80%,自查发现虚增 22 亿元交易额.<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1662867258295500791&wfr=spider&for=pc>.

华夏时报:6 年间虚增营收超 12 亿,涉事 6 名高管集体辞职,柏堡龙游走在退市边缘.<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1731533221809561225&wfr=spider&for=pc>

MBA 智库.现代风险导向审计.<https://wiki.mbalib.com/wiki/现代风险导向审计>.

深圳证券交易所文件审核中心监管函（2023）9 号关于对杭州蓝然技术股份有限公司的监管函.<https://data.eastmoney.com/notices/detail/A22195/AN202305231587086523.html>

新浪财经.乐视网行政处罚决定书已送达 公司、贾跃亭各被罚 2.4 亿元.  
<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1696835049764544863&wfr=spider&for=pc>

证券之星.\*ST 仁智: 收到《行政处罚及市场禁入事先告知书》.<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1674990847444674845&wfr=spider&for=pc>

企业上市.又一家上市公司收到公安机关立案决定书, 涉嫌违规披露、不披露重要信息案立案侦查. <https://xueqiu.com/1520208526/167861494>