

电子商务公司会计信息披露义务问题的探究

马 傲

南京信息工程大学商学院, 江苏 南京

收稿日期: 2024年9月6日; 录用日期: 2024年11月22日; 发布日期: 2024年11月29日

摘 要

随着电子商务的迅猛发展, 公司会计信息披露义务日益受到关注。各国法律法规对企业财务透明度提出了严格要求, 以保护投资者利益, 增强市场信任。在电子商务领域, 信息不对称问题尤为突出, 管理层对公司内部信息掌握更为详细, 而投资者获取的信息往往不全, 导致投资决策失误。当前, 电子商务公司在信息披露方面存在透明度不足、数据不对等、信息真实性和准确性欠缺等问题。本文探讨了电子商务公司会计信息披露义务的形成原因及现状, 分析了披露中存在的问题, 并提出了增强财务透明度、完善运营信息披露、改进产品信息披露方式、强化用户隐私与数据安全披露等建议, 旨在提升电子商务公司信息披露的质量与透明度, 从而促进市场的公平与效率。

关键词

会计信息, 披露, 电子商务

Exploration of Accounting Information Disclosure Obligations of E-Commerce Companies

Ao Ma

Business School, Nanjing University of Science and Technology, Nanjing Jiangsu

Received: Sep. 6th, 2024; accepted: Nov. 22nd, 2024; published: Nov. 29th, 2024

Abstract

With the rapid development of e-commerce, the obligation of companies to disclose accounting information is receiving increasing attention. The laws and regulations of various countries have put forward strict requirements for corporate financial transparency to protect the interests of investors and enhance market trust. In the field of e-commerce, the problem of information asymmetry

文章引用: 马傲. 电子商务公司会计信息披露义务问题的探究[J]. 电子商务评论, 2024, 13(4): 6571-6576.

DOI: 10.12677/ec.2024.1341898

is particularly prominent. Management has a more detailed understanding of internal company information, while investors often have incomplete information, leading to investment decision-making errors. Currently, e-commerce companies face issues such as insufficient transparency, unequal data, and lack of authenticity and accuracy in information disclosure. This article explores the reasons and current situation of the accounting information disclosure obligations of e-commerce companies, analyzes the problems in disclosure, and proposes suggestions to enhance financial transparency, improve operational information disclosure, improve product information disclosure methods, and strengthen user privacy and data security disclosure. The aim is to improve the quality and transparency of e-commerce companies' information disclosure, thereby promoting market fairness and efficiency.

Keywords

Accounting Information, Disclosures, E-Commerce

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

在数字化时代的浪潮中，电子商务公司迅速崛起，成为全球经济的重要组成部分。随着这一行业的快速发展，涉及财务信息透明度的会计信息披露义务问题也逐渐受到关注。会计信息披露不仅关乎公司的财务健康状况，也直接影响到投资者的决策、市场的稳定性以及公司自身的诚信度。因此，电子商务公司在会计信息披露方面的合规性与透明度，成为学术界、企业界及监管机构共同关注的焦点。电子商务公司的特殊业务模式，如在线交易、跨境运营和大数据应用，增加了会计信息披露的复杂性。这些公司通常涉及大量的交易数据，且业务模式多样化，如何确保财务信息的准确、及时和透明成为一项挑战。尤其是在数字化环境下，传统的会计准则和信息披露要求是否能够有效适用于电子商务公司，是亟待解决的问题。通过对电子商务行业的会计信息披露现状进行深入分析，揭示当前披露实践中的不足之处，并探讨针对性的解决方案，能够为提高电子商务公司财务信息披露质量和透明度提供参考依据。

2. 电子商务公司会计信息披露义务的原因

2.1. 社会需求

各国的证券法规、会计准则和其他相关法律对企业会计信息的披露有明确要求。以便做出战略决策。同时，信息披露也有助于提高公司治理的透明度，增强股东和董事会的信任对于上市的电子商务公司，证券监管机构通常要求定期披露财务报告、年度报告等[1]。这些法规旨在保护投资者的利益，确保公司经营的透明度和财务数据的真实性。投资者和潜在投资者需要详细的会计信息来评估公司的财务健康状况、盈利能力、风险水平等，以便做出投资决策。尤其在电子商务领域，公司的资产可能包含大量的无形资产(如品牌、用户数据)，这些都需要在财务报告中合理披露。良好的企业治理要求公司内部管理层能够获得准确、全面的会计信息。

2.2. 信息不对称

信息不对称是指市场中，不同参与者掌握的信息量不同，通常企业管理层拥有比投资者更多的内

部信息。对于电子商务公司，管理层比外部投资者更了解公司的财务状况、经营策略和潜在风险。如果不进行充分的信息披露，投资者就无法全面了解公司的实际运营情况，可能会导致投资决策失误。会计信息披露有助于弥合这一信息差距，使投资者能够更准确地评估公司的价值和前景。在信息不对称的情况下，市场中的交易双方可能无法达成一致的交易价格，导致市场效率低下[2]。例如，如果投资者对电子商务公司的财务状况不了解，他们可能会要求更高的风险溢价，或者干脆不投资。这会影响公司的融资能力和市场表现。通过披露会计信息，电子商务公司可以减少市场中的信息不对称，促使市场价格更好地反映公司真实的财务状况，进而提升市场效率[3]。信息不对称还会导致逆向选择和道德风险。逆向选择指的是在信息不对称的环境下，质量较差的公司更倾向于积极吸引投资，而投资者因为缺乏信息可能会误投资于这些公司。道德风险则指在信息不对称下，管理层可能会采取有损股东利益的行为，如过度冒险或隐瞒负面财务信息。会计信息披露有助于减少这些风险，因为公开透明的信息可以让市场监督公司行为，促使管理层做出有利于股东的决策。

3. 电子商务公司信息披露现状与问题

3.1. 信息披露缺乏透明度

上市的电子商务公司通常会按照证券监管机构的要求，定期发布财务报告，包括季度报表、年度报告等。这些报告通常披露公司的收入、利润、资产负债状况以及现金流情况。财务信息披露的透明度较高，投资者可以通过这些数据分析公司的经营状况[4]。非上市电子商务公司在财务信息披露方面通常比较模糊，很多公司只对内部或特定投资者披露财务信息，而不会向公众公开。这种不透明的做法增加了外部投资者和合作伙伴的风险。有些电子商务公司为了吸引投资或维持市场形象，可能会对财务数据进行人为调整，夸大收入或利润，隐藏债务或亏损。这类问题在信息披露中较为隐蔽，普通投资者难以识别。

3.2. 信息披露数据不对等

在电子商务行业，运营数据的透明度对各利益相关方至关重要，尤其是在投资决策和市场营销中。然而，正如所述，不同公司的数据统计口径差异较大，使得数据的可比性受到影响。例如，一些公司可能将“活跃用户”定义为每月登录一次，而另一些公司则可能定义为每月进行交易的用户，这种不一致会误导投资者对市场份额和用户参与度的评估[5]。此外，虽然大型电商平台在物流和供应链管理方面逐渐提高了透明度，公布了部分合作伙伴和物流体系的构建情况，但仍然存在信息披露不足的问题。许多中小型电商在这一方面更是缺乏有效的沟通，消费者和合作方难以获取准确的信息。这种情况可能导致对电商公司物流能力和供应链稳定性的误解，进而影响消费者的购买决策和合作伙伴的信任。为了提升透明度，电子商务公司应制定统一的行业标准，规范数据统计口径，并加大对物流和供应链信息的披露力度，增强与利益相关方之间的信任关系。只有在信息透明的环境中，才能实现更健康的商业生态。

3.3. 披露信息真实性可疑

在电子商务环境中，消费者评价和评分不仅影响用户的购买决策，还直接关系到商家的声誉与销售业绩。然而，随着市场的繁荣，一些企业利用技术手段或不正当方式来操控评价，造成了评价体系的扭曲。例如，商家可能会通过伪造账户发布虚假好评，或者故意删除负面反馈，以塑造完美的产品形象。这种行为不仅侵犯了消费者的知情权，还可能导致其他消费者做出错误的购买决策[6]。此外，售后服务的质量与实际情况的偏差也加剧了消费者的不信任。许多企业在宣传中承诺快速、无忧的售后服务，但在消费者真正遇到问题时，响应迟缓或服务不达标使得信任度进一步下降。为了应对这一挑战，电子商

务平台应加强对评价体系的监管，推行更为严格的审核机制。同时，商家需要建立透明的售后服务流程，真实反馈用户的评价与体验。只有在诚信与透明的基础上，才能重建消费者对电商平台的信任，促进更为健康的市场发展。

3.4. 披露信息准确性不足

在电子商务平台上，产品描述的准确性和详细性是影响消费者购买决策的重要因素。然而，许多消费者在购物时常常面临信息不准确或不全面的问题。例如，商品的图片可能经过精心修饰，与实际收到的产品存在明显差异，导致消费者产生误解和不满。此外，关键属性的描述往往含糊不清，使得消费者无法充分了解产品的真实特性。特别是在高价值或特殊品类商品的购买中，消费者对来源和质量认证信息的需求更为迫切。尽管一些平台尝试提供产地和认证标识的信息，但这些披露通常并不全面，难以满足消费者的知情权。而更为严重的是，部分不合规商家利用平台的漏洞，销售假冒伪劣商品，这些商品往往在描述上做出虚假陈述，消费者很难通过现有信息辨别真伪。这种情况不仅损害了消费者的权益，还对整个电子商务市场的信誉造成了冲击，进一步加剧了消费者对在线购物的顾虑和不信任[7]。

4. 完善电子商务公司信息披露制度的相关建议

4.1. 增强财务信息披露的透明度

提高非上市公司财务透明度的关键在于自愿披露更多的财务信息。公司可以定期发布简要财务报告，涵盖关键财务指标和经营数据，确保外部利益相关者及时获取相关信息。此外，实施管理层讨论与分析(MD&A)可以帮助解释财务数据的背景和趋势，增强透明度和可理解性。这不仅有助于建立投资者和其他利益相关者的信任，也能促进公司与外部合作伙伴之间的良好关系。为了确保财务数据的真实性，加强内部审计和财务监管至关重要[8]-[10]。非上市公司应建立健全的内部控制体系，定期进行内部审计，以评估财务报告的准确性和完整性。同时，引入第三方审计机构进行定期审核，可以有效降低财务数据操纵的风险，增强财务报告的可靠性。通过外部审计，企业能够识别潜在的财务问题，改进内部控制，并提高财务信息的可信度。通过增强财务透明度和确保数据真实性，非上市公司不仅可以提升自身的市场形象，还能在激烈的市场竞争中获得更大的发展空间。

4.2. 强化用户隐私与数据安全披露

首先，简化并明确隐私政策是关键。公司应将隐私政策的条款转化为普通消费者易于理解的语言，避免使用法律术语和复杂的措辞。可以通过提供简洁的摘要或“关键点”版本，帮助用户快速了解其数据的收集、使用和共享情况。这种透明度不仅可以提升用户的信任感，还能降低因隐私政策复杂而导致的误解和困惑。其次，及时披露数据泄露事件至关重要[11]-[13]。一旦发生数据泄露，公司应立即通知受影响的用户，并公开事件的详细情况，包括受影响的数据范围、潜在风险和公司采取的应对措施。建立快速响应机制，确保公司在事件发生后能够迅速采取行动，以最大程度地保护用户的权益和数据安全。最后，透明化第三方数据共享也是增强用户信任的重要措施。电子商务公司应详细披露与第三方共享数据的具体情况，包括数据共享的目的、范围和合作伙伴的身份。同时，提供用户选项，让他们能够选择是否同意数据共享，从而增强用户对自身数据隐私的控制权。这不仅提高了透明度，还能使用户感受到被尊重和保护，进一步增强其对平台的信任度。

4.3. 提高披露的真实性

首先，标准化用户数据与流量披露至关重要。制定统一的数据统计口径和披露标准，可以确保各公

司间运营数据的可比性，从而增强投资者和合作伙伴对市场表现的评估能力。此外，定期更新并公开这些数据，使相关方能够获取最新的市场动态和公司业绩，提升信息的可靠性[14]。其次，增加物流与供应链信息透明度是提升用户信任的另一个关键措施。企业应详细披露供应链管理信息，包括主要供应商名单、合规性和可持续性措施等。这种透明度能够让消费者和合作伙伴清楚了解公司的供应链运作，同时为其可持续发展做出积极贡献。在物流方面，提供更详细的物流网络布局、运输能力和服务水平的数据，能够增强客户对物流效率的信心，并促进更高效的合作。最后，确保消费者评价的真实性是构建信任的基础。企业可以运用 AI 算法等技术手段，检测和识别虚假评论，确保评价体系的公正性。此外，公开评论筛选标准，增加透明度，能够让用户更信赖评价内容。同时，提高对售后服务的透明度，明确披露售后政策和实际执行情况，有助于增强消费者对品牌的信任感，促进长期的客户关系发展。

4.4. 提高披露的准确性

首先，提升产品描述的准确性是关键。企业应在产品页面上提供更详细、准确的产品信息，避免模糊或夸大的表述。通过增加视频、3D 展示等多媒体方式，消费者能够更直观地了解产品特性和使用方法。此外，确保产品图片与实物相符，避免误导消费者的情况，从而提升购物体验 and 满意度。其次，全面披露产品来源与认证信息至关重要[15]。对于食品、药品、电子产品等关键类别，卖家需提供详细的产品来源信息、质量认证和合规证书，并在产品页面上进行清晰展示。这不仅能增强消费者对产品质量的信任，还能帮助他们做出明智的购买决策。引入更多的第三方认证体系，如 ISO、FDA 等，进一步提高产品的可信度和透明度。最后，增强环境与社会责任的披露也是重要一环。电子商务公司应主动披露产品的生产过程是否符合环保要求，以及供应链是否符合社会责任标准[16] [17]。通过在产品页面上标注环保认证、碳足迹等信息，满足消费者对可持续发展的需求，能够吸引更多注重环保和社会责任的消费者。这不仅有助于提升品牌形象，还能推动行业的整体可持续发展。

5. 总结

综上所述，电子商务公司在会计信息披露方面的不足，主要体现在透明度不足、数据不对等以及信息真实性和准确性的欠缺上。这些问题不仅影响了投资者对公司的信任，也对市场效率产生了负面影响。为解决这些问题，本文提出了增强财务信息的透明度、完善运营信息的披露、改进产品信息的准确性、强化用户隐私与数据安全的披露以及提升企业社会责任与可持续发展的信息披露建议。实施这些建议可以显著提升电子商务公司信息披露的质量，使其更加真实、准确、透明。这不仅有助于维护市场公平，增强投资者的信心，还有助于企业自身的长远发展。随着信息技术的进步和监管要求的提高，电子商务公司需要持续优化信息披露机制，以适应不断变化的市场环境和法律要求。

参考文献

- [1] 王萍. 低碳发展理念下企业环境会计信息披露的实证研究[J]. 现代营销(上旬刊), 2024(9): 61-63.
- [2] 王晓天, 卓娜. “双碳”背景下造纸行业环境会计信息披露研究——以青山纸业为例[J]. 老字号品牌营销, 2024(16): 142-144.
- [3] 王艺东, 韩健健. 双碳背景下电池行业上市公司碳会计信息披露研究[J]. 轻工标准与质量, 2024(4): 109-113.
- [4] 程琰. 行政事业单位会计信息披露质量提升实践研究[J]. 西部财会, 2024(8): 26-29.
- [5] 李林桦. “双碳”目标下 A 公司碳会计信息披露问题探究[J]. 老字号品牌营销, 2024(14): 93-95.
- [6] 李颜木彦, 陈欣垲. 会计信息质量对制造业企业债务融资成本的影响机制研究[J]. 中小企业管理与科技, 2024(13): 29-31.
- [7] 孙继雅, 马艳洁. 基于合作的规模养猪场环境会计信息披露演化博弈分析[J]. 山东农业大学学报(社会科学版),

2024, 26(2): 82-87.

- [8] 王雪尘. 企业数字化转型对信息披露质量的影响研究[J]. 青海科技, 2024, 31(3): 12-20.
- [9] 曾凡雅. 中国平安社会责任会计信息披露问题研究[J]. 中原工学院学报, 2024, 35(3): 72-79.
- [10] 黄雪莲. 财务会计报告信息披露的现存问题及对策建议[J]. 企业改革与管理, 2024(11): 126-128.
- [11] 纪天宇, 方书. 我国电商企业数据资产的会计核算处理探讨[J]. 中国总会计师, 2023(11): 61-63.
- [12] 赵姗姗. 电子商务环境下会计信息披露质量研究[J]. 商讯, 2023(6): 53-56.
- [13] 彭博, 贺晨. “互联网 + 销售”有助于改善管理层预测的质量吗?——基于上市公司开设电商店铺的数据分析[J]. 会计研究, 2022(6): 75-89.
- [14] 王放, 武澜. 新三板精选层挂牌审查企业会计信息披露研究[J]. 商业会计, 2022(10): 76-79.
- [15] 陈用胜. 电商环境下中小企业财务管理模式创新[J]. 纳税, 2018(21): 81.
- [16] 谢昊男. 实例研究煤炭公司环境会计信息披露机制[J]. 经济师, 2017(2): 139-140.
- [17] 冯苹. 试论金融创新业务的会计信息披露[J]. 中国商论, 2015(24): 70-72.