

互联网环境下电商企业内部审计模式创新探讨

魏 征^{1,2}

¹甘肃农业大学管理学院, 甘肃 兰州

²黑龙江省一恒建设有限公司, 黑龙江 绥化

收稿日期: 2025年12月15日; 录用日期: 2025年12月26日; 发布日期: 2025年12月31日

摘 要

互联网技术深度渗透重塑了电商企业运营生态, 传统内部审计体系面临数字化转型挑战, 电商企业呈现数据资产核心化、平台生态复杂化、业务流程在线化特征, 而传统审计模式存在静态检查与动态业务不匹配、样本抽查与海量数据处理能力不足等适应性缺陷。审计创新路径涵盖对象向生态平台拓展、手段向数据驱动与算法嵌入升级、时效向实时预警转变、价值向价值创造重构。技术基础设施与人才培养, 组织架构与制度规范优化, 为电商企业内部审计模式变革提供支撑。

关键词

互联网环境, 电商企业, 内部审计, 模式创新, 数字化转型

A Discussion on the Innovation of Internal Audit Models for E-Commerce Enterprises in the Internet Environment

Zheng Wei^{1,2}

¹School of Management, Gansu Agricultural University, Lanzhou Gansu

²Heilongjiang Yisheng Construction Co., LTD, Suihua Heilongjiang

Received: December 15, 2025; accepted: December 26, 2025; published: December 31, 2025

Abstract

The profound penetration of internet technology has reshaped the operational ecosystem of e-commerce enterprises. Traditional internal audit systems face the challenges of digital transformation. E-commerce enterprises exhibit characteristics such as the centralization of data assets, the complexity of platform ecosystems, and the online nature of business processes. However, traditional audit

文章引用: 魏征. 互联网环境下电商企业内部审计模式创新探讨[J]. 电子商务评论, 2025, 14(12): 6379-6383.

DOI: 10.12677/ecl.2025.14124624

models suffer from adaptability deficiencies, including a mismatch between static inspections and dynamic business processes, and insufficient capacity for sampling and massive data processing. Audit innovation paths encompass expanding the scope to ecosystem platforms, upgrading methods to data-driven and algorithm-embedded approaches, shifting from timeliness to real-time early warning, and reconstructing value towards value creation. Technological infrastructure and talent development, along with optimization of organizational structure and institutional norms, provide support for the transformation of internal audit models in e-commerce enterprises.

Keywords

Internet Environment, E-Commerce Enterprises, Internal Audit, Model Innovation, Digital Transformation

Copyright © 2025 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

数字经济时代电商企业快速发展改变了传统商业运营格局，互联网技术应用催生了平台化经营与数据驱动决策以及生态协同发展等新业态，电商企业面临海量交易数据、复杂供应链网络、多元化风险因素等管理挑战，对内部审计职能提出更高要求。传统内部审计依靠人工抽样与定期检查以及事后评价等方式，已难以适应电商企业高频交易与实时决策以及动态风险的经营环境。

当前学术界对新质生产力驱动的内部审计转型研究日趋活跃，李凤维[1]提出数字基础审计以数据融合、智能分析与区块链技术为核心，重构内部审计的战略定位与价值创造机制；刘雷等[2]基于新质生产力内涵，梳理了赋能内部审计数智化转型的理论逻辑和运行机理；徐荣华等[3]构建了大数据审计的系统理论框架；张霖琳等[4]通过案例研究归纳了数字化审计转型的三阶段演进路径。在数字经济治理领域，王冰冰等[5]研究了数字技术应用的治理效应，王彬彬[6]从垄断理论视角分析了平台经济治理问题。然而，现有研究主要聚焦于传统企业的数字化转型，对电商企业这一数字原生业态的内部审计模式创新关注不足，尚未形成适应电商生态的内部审计理论体系。

因此，构建适应互联网环境的电商企业内部审计模式，运用新质生产力理论指导审计创新实践，对于破解传统审计体系与数字化运营不匹配的矛盾，推动电商企业内部治理现代化具有重要的理论价值与现实意义。理论贡献在于：将新质生产力理论系统应用于电商企业内部审计模式构建，突破了传统审计理论主要针对制造业企业的局限性，构建了审计对象拓展、手段升级、时效提升、价值重构的四维创新框架，丰富了数字化审计理论体系，提出了电商生态审计的理论范式，为平台经济治理提供了微观审计视角。该研究将在新质生产力视域下，系统分析电商企业内部审计的创新路径与实现机制，为构建数字时代审计新范式提供理论支撑。

2. 互联网环境下电商企业内部审计的创新驱动因素

(一) 互联网环境下电商企业的数字化运营特征分析

电商企业运营呈现出鲜明的数字原生特征，数据成为核心生产要素并驱动全业务链条决策，交易行为完全依托线上平台完成，每笔交易背后都伴随着用户画像、行为轨迹、偏好分析等多维度数据生成，形成了海量与高频以及实时的信息流。平台生态边界模糊，电商企业不再是传统意义上的单一法人实体，

而是连接消费者、供应商、服务商、金融机构的复杂网络节点，业务关系具有强烈的关联性与传导性[7]。算法驱动的智能化运营成为常态，从商品推荐、价格策略到库存管理、风险控制均依赖机器学习模型，人工干预逐步减少而系统自动化程度持续提升，形成了有别于传统商业模式的全新运营生态。

(二) 传统内部审计体系的适应性缺陷与创新需求

传统内部审计建立在工业经济时代的组织理论上，采用周期性与样本化以及人工化的审计方式，在面对电商企业的智能化运营时显露出深层次的结构缺陷，审计对象局限于企业内部，无法覆盖平台生态中的关键风险点，对供应商资质、第三方支付、物流配送等外部环节缺乏有效监督[8]。审计手段依赖既有财务数据，缺乏对业务数据与行为数据以及技术风险的分析能力，面对 TB 级数据量束手无策，审计时效滞后于业务节奏，月度或季度的审计频率无法匹配电商企业的实时交易与快速迭代。审计价值定位停留在合规检查层面，难以为数字化转型提供战略支撑，迫切需要构建适应互联网环境的审计理论框架与技术体系，实现从监督职能向价值创造的根本转变。

3. 电商企业内部审计创新的核心路径与方法

(一) 审计对象拓展：从单体企业向生态平台延伸

打造覆盖直播带货全链条的审计体系，针对头部主播坑位费定价、销售分成比例及退货率波动开展穿透式监控，设计主播违约风险评估模型和带货效果真实性验证机制，建立网红经济价值泡沫识别与主播更替风险预警体系。创设虚拟商品确权审计机制，针对数字藏品与游戏道具以及会员特权等无形商品，构建价值评估与交易监控框架，设计虚拟资产流转轨迹追踪与权益兑现审计程序，构建数字商品生命周期管理和消费者权益保护机制，研发社群营销渗透审计网络，深入私域流量池与粉丝社群以及 KOL 矩阵等营销触点，建立社交裂变真实性检测和转化效果审计体系，设计种草营销、社群团购、分销返利等新兴营销模式合规监控机制[9]。搭建平台抽佣动态审计系统，监控不同类目商家佣金费率调整、保证金缴纳、技术服务费收取等平台收费行为，设计中小商家议价能力评估与平台垄断风险预警机制。

(二) 审计手段升级：数据驱动与算法嵌入的技术革新

部署刷单识别智能引擎，运用用户行为轨迹分析、设备指纹识别、支付时间聚类等技术手段，开发虚假交易模式识别算法与刷单团伙关联图谱绘制程序，形成商家信用等级动态调整与违规行为自动惩罚体系[10]。搭建评价真实性验证系统，通过自然语言处理技术分析评论文本语义特征，结合用户购买行为与评价时间间隔以及图片真实性等多维度指标，研制虚假好评识别模型与恶意差评过滤工具，创建评价质量分级与商品真实口碑还原算法。开发跨境电商税务合规审计平台，整合汇率波动与关税政策以及退税流程等外贸要素，打造海外仓库存真实性验证与跨境资金流动追踪网络，制定进出口贸易合规性自动检查与税务违规智能识别程序[11]。创建流量造假侦测实验室，运用深度学习技术识别机器人流量、虚假点击、刷榜行为等流量欺诈模式，构建广告投放效果真实性评估与营销 ROI 准确性审计框架[12]。

(三) 审计时效提升：从事后检查向实时预警转变

创设大促活动实时状态监控系统，针对双十一、618 等电商购物节部署秒级交易监控与异常检测引擎，制定流量洪峰与订单暴增以及库存告急等突发状况的应急响应机制，形成大促期间商家违规行为的即时发现与处置体系[13]。研发消费者投诉智能预警平台，通过情感分析技术实时监测社交媒体、购物评价、客服对话中的负面情绪信号，打造消费者满意度下降趋势预测与舆情危机早期识别机制，开发客户流失可能性计算与挽回策略自动生成算法[14]。建立供应链断链威胁预警雷达，整合供应商生产状态、物流运输信息、库存周转数据等上下游信息，构建供应链脆弱性评估与替代方案智能推荐体系，设计缺货可能性预测与补货时机优化算法，搭建竞争对手动态情报网络，通过爬虫技术实时采集竞品价格与促销活动以及、新品发布等市场动态信息，建立竞争态势变化预警与应对策略智能生成机制。

(四) 审计价值重构：从合规导向向价值创造转型

开发长尾商品挖掘审计引擎，运用销售数据挖掘与需求预测技术，识别小众商品增长机会与细分市场潜力，构建商品组合优化建议与品类扩张可行性分析体系，创建用户生命周期价值审计平台，通过 RFM 模型、用户分层、流失预测等手段，制定个性化营销策略效果评估与客户关系优化算法，打造新客获取到老客挽回的全链条价值提升体系[15]。设计平台生态健康度审计机制，监控商家活跃度、消费者粘性、交易转化率等关键指标，开发双边市场均衡评估与生态失衡威胁预警体系。搭建数据资产变现潜力审计网络，深度分析用户行为与交易偏好以及社交关系数据的商业价值，制定数据产品开发机会识别与隐私保护平衡策略，建立数据驱动的新业务孵化与收入增长点发掘体系。

4. 电商企业内部审计创新的实施保障

(一) 技术基础设施与专业人才支撑体系建设

打造直播带货专用审计云平台，部署支持千万并发的弹性计算集群与实时流处理架构，开发针对网红经济的专项数据分析引擎，创建虚拟商品交易的区块链存证系统，确保大促期间审计监控的零中断运行[16]。搭建电商生态数据联邦网络，整合平台内部交易数据、第三方支付流水、物流轨迹信息、社交媒体声量等多源异构数据，运用联邦学习技术实现隐私保护下的跨组织协同建模，形成覆盖整个电商价值链的智能风险识别体系[17]。培育“审计师 + 数据科学家 + 电商运营专家”三位一体人才团队，设立直播审计师与算法审计师以及生态审计师等新兴专业岗位，创办电商审计学院与头部平台联合培训项目，建立审计人员向电商业务顾问转型的职业发展通道[18]。

(二) 组织架构优化与制度规范完善机制

重塑矩阵式电商审计组织架构，设立流量审计中心、虚拟商品审计实验室、跨境电商审计联盟等专业化部门，创建“平台 - 商家 - 消费者”三方协同的分布式审计网络，形成审计触角延伸至生态每个角落的全覆盖监督体系[19]。制定电商行业专属审计标准，建立直播带货收入确认与虚拟资产估值以及平台佣金分配的专业审计规范，开发算法黑箱审计、数据确权审计的技术操作指南，创建基于区块链的审计证据存储与验证标准[20]。构建创新容错的弹性审计制度，针对种子期创业项目、试验性新业务模式制定宽松化审计政策，建立“小步试错、快速迭代、及时止损”的敏捷审计管理框架，设计创新失败免责与成功激励的差异化考核机制，推动审计从守门员向创新伙伴的角色转换。

5. 结语

互联网环境下电商企业内部审计体系创新是数字化转型的必然要求，通过分析电商企业数字化运营特征与传统审计体系适应性缺陷，明确审计变革的驱动机制，审计对象拓展、手段升级、时效提升、价值重构构成了创新的核心路径，技术基础设施建设与组织制度完善提供了实现保障。电商企业应当建立适应互联网环境的内部审计体系，运用大数据与人工智能等技术手段，构建实时监控、智能预警、价值创造导向的审计机制。未来研究应当深化特定行业审计创新实践，探索审计技术与业务融合的有效路径，推动内部审计理论与实务协调发展。

参考文献

- [1] 李凤雏. 新质生产力催生内部审计的使命与价值重构[J]. 会计之友, 2025(13): 10-16.
- [2] 刘雷, 孙智睿, 刘沁之. 新质生产力赋能内部审计数智化转型[J]. 重庆理工大学学报(社会科学), 2025, 39(5): 67-76.
- [3] 徐荣华, 朱婧, 戴欣瑜. 大数据审计: 理论框架、研究进展与未来展望[J]. 外国经济与管理, 2024, 46(11): 122-137.

-
- [4] 张霖琳, 马晓红, 徐玉琳. 国有企业集团内部审计数字化转型: 一个探索性案例研究[J]. 当代会计评论, 2024, 1(2): 97-120.
- [5] 王冰冰, 宋健. 数字经济背景下企业数字技术应用的治理效应研究[J]. 经济纵横, 2025(11): 118-128.
- [6] 王彬彬. 列宁垄断理论视域下的平台经济垄断治理[J]. 四川大学学报(哲学社会科学版), 2025(5): 16-24+226-227.
- [7] 巫红丽. 基于云审计的互联网新零售企业审计风险防范研究[J]. 财会通讯, 2022(19): 125-130.
- [8] 邓亦玮, 韩阳, 冉秀娟. 人工智能技术发展与审计创新[J]. 财会月刊, 2025(S1): 96-105.
- [9] 吴学舟. 新“三线模型”推动国有企业内部审计转型作用机制与实施路径[J]. 国有资产管理, 2025(11): 52-61.
- [10] 刘超. 数字经济背景下企业完善治理结构的有效路径探讨[J]. 企业改革与管理, 2025(12): 18-20.
- [11] 沈文玮, 吴俊芳. 数字经济条件下企业劳动关系民主治理的机遇与挑战[J]. 当代经济研究, 2024(6): 95-104.
- [12] 王琳, 王春子, 李玉松. 区域数字化水平、内部审计效率与企业价值[J]. 财会通讯, 2024(9): 38-42.
- [13] 顾贵敏. 电商企业动态魔方成本管理体系构建与应用[J]. 财会通讯, 2024(2): 165-170.
- [14] 杨荣美, 张雅淇, 滕冬梅. 企业内部审计数字化转型的影响因素及实现路径[J]. 财会月刊, 2022(23): 127-134.
- [15] 王海兵, 张美丽, 陈欣. 人工智能内部审计的流程设计和实现路径[J]. 重庆理工大学学报(社会科学), 2022, 36(7): 127-137.
- [16] 商思争. 大数据审计若干理论思考[J]. 中国内部审计, 2022(1): 93-95.
- [17] 陈久会. 基于双链架构混合审计模式的审计范式变革研究[J]. 财会通讯, 2021(17): 143-146+161.
- [18] 张文秀, 张琳琳, 夏聪颖. 大数据时代内部审计机构组织方式研究[J]. 会计之友, 2021(8): 22-26.
- [19] 杨华江. 公司战略和战略风险管理理论的演进研究[J]. 科学决策, 2021(7): 124-135.
- [20] 徐京平, 邢兰若. 大数据审计的理论逻辑、演化机理与博弈选择——基于 IAD 分析框架[J]. 财会研究, 2021(6): 62-69.