

# 直播电商模式下企业财务核算困境及治理路径研究

王晟铭

南京信息工程大学商学院, 江苏 南京

收稿日期: 2026年7月7日; 录用日期: 2026年7月21日; 发布日期: 2026年9月1日

## 摘要

直播电商的快速发展对传统财务核算体系提出严峻挑战, 其复杂的多主体契约关系导致企业在财务与税务管理中面临诸多实务难题。本文基于委托代理理论与信息不对称视角, 剖析直播电商企业在收入确认、可变对价计量、成本归集及税务合规等方面的核心困境, 重点探讨收入确认身份界定、高退货率影响、营销成本跨期错配及税务凭证合规等问题。研究提出, 企业应以“实质重于形式”为原则, 结合新收入准则界定交易身份, 通过前移内控关口、构建动态数据模型、推进业财税一体化建设, 系统性防范财务与税务风险。研究为直播电商企业规范财务核算、规避涉税风险提供实操建议, 也为行业规范化发展提供理论参考。

## 关键词

直播电商, 会计确认, 新收入准则, 内部控制, 税务合规

# Research on Financial Accounting Dilemmas and Governance Paths of Enterprises under the Live-Streaming E-Commerce Model

Shengming Wang

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

Received: July 7, 2026; accepted: July 21, 2026; published: September 1, 2026

## Abstract

The rapid development of live-streaming e-commerce poses a severe challenge to the traditional financial accounting system. Its complex multi-party contractual relationships lead to numerous

文章引用: 王晟铭. 直播电商模式下企业财务核算困境及治理路径研究[J]. 电子商务评论, 2026, 15(9): 61-66.

DOI: 10.12677/ec.2026.159969

practical difficulties for enterprises in financial and tax management. This paper, based on principal-agent theory and the perspective of information asymmetry, analyzes the core dilemmas faced by live-streaming e-commerce enterprises in revenue recognition, variable consideration measurement, cost allocation, and tax compliance. It focuses on issues such as revenue recognition identity definition, the impact of high return rates, inter-period mismatch of marketing costs, and tax document compliance. The study proposes that enterprises should adhere to the principle of “substance over form”, define transaction identities in conjunction with the new revenue standard, and systematically prevent financial and tax risks by moving internal control checkpoints forward, constructing dynamic data models, and promoting the integration of business, finance, and taxation. This research provides practical suggestions for live-streaming e-commerce enterprises to standardize financial accounting and avoid tax-related risks, and also provides theoretical reference for the standardized development of the industry.

## Keywords

Live-Streaming E-Commerce, Accounting Recognition, New Revenue Standard, Internal Control, Tax Compliance

Copyright © 2026 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. 引言与理论基础

### 1.1. 研究背景

伴随数字经济的纵深发展与移动互联网技术的普及，直播电商已演变为驱动现代零售模式创新的核心业态。然而，直播电商高度复杂的业务流、资金流与信息流，使得传统静态的财务核算框架逐渐显露出滞后性。近年来，国内学者针对直播电商模式下的财务与税务问题展开了广泛探讨，研究主要集中于新收入准则在电商环境中的适用性分析[1]以及数字经济背景下的涉税监管难点与合规对策[2]。然而，现有文献多侧重于单一维度的准则解读或现象描述，较少深入多主体契约关系的底层逻辑进行机理剖析。基于此，本研究以委托代理理论为切入点，探究复杂合同条款对财务核算的实质性影响，系统剖析直播电商在收入确认、成本归集及税务合规等方面的深层困境，以期为企业内部财务治理机制、保障数字经济健康可持续发展提供理论框架与实务指导。

### 1.2. 理论基础

委托代理理论[3]为剖析直播电商复杂的多边契约关系提供了坚实的分析框架。在直播电商生态中，品牌方(委托人)为了提升市场触达率，将产品营销与渠道分发职能让渡给直播平台、MCN 机构及主播(代理人)。受制于各方利益诉求的异质性与市场信息的高度不对称，这种契约安排极易引发代理冲突与较高的代理成本。

具体而言，直播电商中差异化的合同条款直接重塑了代理成本的构成，并显著增加了财务核算的复杂性。例如，“保底销售额”条款虽在一定程度上降低了委托人的初始销售风险，但易诱发代理人为达成指标而采取虚构交易等短期行为，进而推高实际退货率与隐性代理成本，增加期末可变对价的计量难度；而“退货责任划分”条款(如品牌方全额承担、或主播按比例承担退货损失)则直接关系到企业对存货风险转移节点的判定。这些复杂的契约安排，要求企业在进行财务核算时必须穿透业务表象，准确界定

交易实质与权利义务边界。

## 2. 直播电商模式下企业财务核算的深层困境

在现行会计准则与税法框架下，直播电商的多维交互特征引发了诸多棘手的核算痛点，主要集中在收入确认、成本归集以及税务合规三大维度[4]。

### 2.1. 收入确认与可变对价计量的复杂性

收入是企业财务报表中最核心的业绩指标。在直播电商行业，收入确认的痛点尤为突出，主要体现在以下几个层面：

**第一，复合计费结构下的会计确认分歧。**当前行业普遍采用“固定展位费 + 销售佣金”的复合计费结构。对于企业预先支付的“固定展位费”，实务界对其会计实质尚未达成共识。部分观点认为其类似于传统广告宣传费，应于发生当期费用化；另一观点则主张，若其与后续销售转化存在直接绑定关系，且为取得销售合同的增量成本，则应考虑资本化处理并按比例分摊。这种定性分歧降低了同业间财务数据的可比性[5]。

**第二，高退货率与可变对价估计难题。**直播间特有的强引导性营销策略易诱发消费者的冲动性购买行为，导致其退换货率普遍高于传统货架电商。依据新收入准则，企业在确认收入时必须对包含可变对价的交易价格进行合理估计[6]。然而实务中，受限于产品迭代快、流量波动大等因素，企业缺乏可靠的历史数据来估计退货率。一旦主观职业判断产生重大偏差，将导致资产负债表日利润的非理性波动，削弱报表信息的相关性与可靠性。

**第三，交易身份的界定：主要责任人抑或代理人。**直播交易中，商品所有权转移路径往往被复杂的物流与资金流掩盖。企业究竟作为“主要责任人”按全额法确认收入，还是作为“代理人”按净额法确认收入，需基于企业在商品转让前是否控制该商品来判断。面对混合销售模式，判断企业是否承担存货风险与定价权存在较高难度，定性不当极易引发收入确认的合规风险。

### 2.2. 成本费用的跨期错配与业财融合滞后

除了收入端的挑战，成本费用的精准归集与业财匹配的严重滞后，构成了另一层面的核心财务核算阻碍。

**首先，营销支出的极度碎片化与隐蔽性。**直播电商的获客成本呈现出显著的多源化特征。除显性支付给 MCN 机构的各项费用外，还涉及向平台采购的定向推流费用以及各类隐性补贴与实物赠品。这些支出在多平台交叉发生，核算难度大。

**其次，违背会计配比原则的跨期风险。**实务中，流量投放多为预充值且实时消耗，而佣金结算则可能延后至无理由退货期满。这种结算时间差导致财务在期末结转时面临较高的对账压力。人工核算模式下难以将碎片化的营销支出与前端具体订单建立精确关联，从而扭曲了真实的毛利率指标，削弱了管理会计数据对资源分配的决策支撑作用。

### 2.3. 涉税环境复杂化下的税务凭证合规危机

如果说财务核算的不准确影响的是内部管理与信息披露，那么直播电商模式下的税务合规风险则直接关乎企业的生存底线与法律责任。

**第一，多元化参与主体带来的发票获取困境。**直播行业的参与主体结构呈现出高度的多样性与流动性，既涵盖了机构化运作、财务相对规范的 MCN 公司，也包括大量松散挂靠的中小主播，以及数以百万计的个人 IP（即自由职业者或独立达人）。当企业向上述财务制度尚不健全的个体或小型工作室结算高额

佣金、推广费时，普遍面临无法及时、足额获取合规增值税专用发票或普通发票的实务难题。部分个人主播缺乏依法纳税的意识，或因嫌弃代开发票流程繁琐而拒绝提供发票[7]。

**第二，“无票支出”诱发的深远税务风险。**无票支出现象的蔓延，直接触碰了税法红线。根据国家关于企业所得税税前扣除凭证管理的刚性规定，缺乏合法有效凭证的支出不得在税前扣除。这意味着，企业付出了真实的现金成本，却不得不为此承担企业所得税的纳税调增后果，导致企业的实质性税负大幅上升，甚至侵蚀原本微薄的利润空间。

**第三，“金税四期”背景下的强监管压力。**在当前国家全面推进“金税四期”工程、实施“以数治税”的智能化税收征管大环境下，税务机关已具备了强大的大数据比对与跨部门信息共享能力。企业的资金流水、平台交易数据与申报纳税数据被置于全方位的监控网络之下。任何试图通过设立个人独资企业“核定征收”漏洞进行激进税务筹划，或者隐匿无票支出的行为，都极大地推高了企业面临的税务稽查风险与潜在的巨额滞纳金及行政处罚成本。近年来，多起头部主播及相关企业的税务违规案件被公开曝光，充分敲响了行业税务合规的警钟[8]。

### 3. 直播电商企业财务治理的系统性优化路径

面对上述错综复杂、环环相扣的财务与税务困境，传统的“头痛医头、脚痛医脚”式的修补已无济于事。企业亟待坚守现行会计准则框架的前提下，结合现代内部控制机制与前沿的数字化技术，探求一套系统性、综合性的治理路径。

#### 3.1. 夯实会计基础，规范收入与可变对价的确认

在规范收入确认层面，企业必须摒弃以往粗放式的做账习惯，全面重塑以会计准则为准绳的核算体系。

**第一，坚守“实质重于形式”原则，精准识别交易身份。**财务人员绝不能仅仅停留在事后记账的角色，而需将工作重心前置。在业务发生前，财务部门应联合法务部门，深度剖析企业与直播平台、MCN机构、主播之间商业协议的具体条款。必须实质性地评估企业在特定交易环节中是否真正承担了存货的毁损灭失风险、是否拥有自主决定最终销售价格的权利，以及是否承担了向消费者交付商品的主要责任。通过构建多维度的判断矩阵，科学、严谨地判定自身是“主要责任人”还是“代理人”，进而合规地适用全额法或净额法进行收入确认，从源头上杜绝虚增收入的风险。

**第二，构建数据驱动的退货率测算模型，破解可变对价难题。**针对直播带货高退换货率带来的可变对价计量难题，企业应打破业务运营与财务核算之间的部门壁垒，推动业财数据的深度融合。企业不能再仅仅依赖财务人员的主观经验进行期末估计，而应当充分挖掘前端运营沉淀的大数据。具体而言，企业应引入数理统计工具，结合不同产品类目的生命周期、不同主播的历史带货转化率与退货表现、以及不同促销节点的消费者行为特征，构建多维度的动态退货率测算模型。利用机器学习等算法不断对模型进行训练与修正，以数据驱动替代经验依赖，从而最大程度地提升期末可变对价会计估计的客观性与可靠性，平滑利润波动，确保财务报表公允地反映企业的财务状况[9]。

#### 3.2. 前移内控关口，重塑合规风险防范机制

为有效应对成本跨期错配与严峻的税务合规风险，企业必须对内部控制流程进行大刀阔斧的重塑，将风险防范的关口向业务前端大幅推移，从机制设计上缓解委托代理关系中固有的道德风险与操作风险。

**第一，强化契约管理，锁定税务发票责任。**在与平台或MCN机构、个人主播缔结商业合同的初始阶段，企业应通过极其严密的法律条款设定，明确规范发票开具的各项细节。合同中必须清晰界定提供合规发票的责任主体、发票的类型与税率标准、开具的时间节点，以及未能如期提供合规票据时的违约赔



偿机制(如延迟支付尾款、扣除相应税金损失等)。利用契约的法律约束力与锁定效应,从源头上倒逼合作方履行税务义务,规避无票支出风险。对于大量零散的个人主播,企业可以探索与合规的灵活用工税务代办平台合作,通过平台进行合规的代扣代缴与发票代开,在保障业务灵活性的同时筑牢税务安全底线。

**第二,完善内部审批,落实“三流一致”审核。**企业内部应针对直播电商中繁杂多样的引流费用与营销支出,建立专门的精细化审批制度。改变以往重业务拓展、轻财务合规的倾向。在财务报销与资金结算环节,严格执行资金流、业务流(合同与订单数据)与票据流的“三流一致”审核机制。确保每一笔经济业务的发生不仅有合法的发票作为入账凭据,还有真实的后台交易记录、详尽的沟通协议作为支撑。只有形成完整的证据链条,才能在应对外部税务稽查与内部审计时做到无懈可击。

### 3.3. 加速数字化转型,深化业财税一体化建设

从长远战略视角来看,单纯依靠增加财务人员编制来应对海量、高频、碎片化的直播交易数据是不现实的,也是缺乏经济效益的。化解核算重负、提升财务管理效能的根本出路,在于加速推进业财税一体化的数字化与智能化转型[9]。

**第一,引入自动化工具,实现数据的高效抓取与核对。**面对动辄数万、数十万条的高频交易明细,传统的纯人工核算与 Excel 表格汇总模式已彻底难以维系信息的及时性、准确性与完整性。企业应积极拥抱科技赋能,引入 RPA(机器人流程自动化)等智能化财务工具。通过部署 RPA 机器人,企业可以模拟人工操作,实现 7×24 小时不间断地从各大直播平台后台(如抖音抖店、快手小店、淘宝生意参谋等)自动抓取订单数据、账单流水与退款明细。

**第二,打通系统壁垒,构建 API 直连的业财生态。**更为深度的数字化转型在于实现底层 IT 架构的互联互通。企业应致力于打通内部 ERP(企业资源计划)系统、财务软件系统与外部主流电商平台交易后台的数据壁垒,建立 API 接口直连。在此基础上,构建起一套标准化的自动比对、对账结算与账务处理规则引擎。一旦前端发生销售或退货业务,系统能够自动抓取数据,并在后台实时进行订单比对、成本分摊计算,最终自动生成符合规范的会计凭证。这不仅能够大幅压降人工机械性核算的时间成本与潜在的错漏风险,更能有效消除长期存在的业财信息孤岛。

**第三,赋能管理决策,发挥财务的大数据价值。**业财税一体化信息系统的建设,不仅是核算工具的升级,更是管理理念的飞跃。当海量的业务数据与财务数据在同一个数据中台内实现交汇与沉淀后,财务部门可以利用 BI(商业智能)工具进行深度的多维度数据分析。通过实时生成各直播矩阵的 ROI 分析报告、各品类的毛利贡献度报表以及动态的税务风险预警看板,财务部门将从传统的“账房先生”成功蜕变为企业的“价值创造者”,为企业高层管理者优化产品供应链、调整营销预算分配、制定长远的战略规划提供高度动态、透明且极具洞察力的经营决策支持。

## 4. 结论与展望

综上所述,直播电商作为数字经济时代下极具爆发力与变革意义的重要商业模式,在极大地提升了商品流通效率、满足了消费者多元化需求的同时,也无可避免地对企业传统的、线性的财务治理体系提出了更高维度的要求与挑战。面对收入确认时点的不确定性、成本收益匹配逻辑的复杂性以及税务监管环境的严峻性,企业绝不能抱有侥幸心理或故步自封。

唯有在深刻理解与把握现行国家会计准则核心内涵的基础上,坚持合规底线,积极强化内部控制体系建设,将风险防范的触角延伸至业务最前端;同时,以前瞻性的战略眼光依托大数据、云计算与人工智能等数字化手段,全面深化业财税的高度融合,打通企业内部的数据经脉。只有如此,直播电商企业方能在日趋激烈且高度复杂的市场博弈中,实现业务高速增长与财务稳健合规的良性均衡,最终在数字

经济的浪潮中行稳致远，迈向高质量、可持续发展的新征程。未来，随着相关会计准则应用指南的不断出台完善以及税收征管技术的持续迭代，直播电商的财务核算必将走向更加标准化、智能化的轨道，而那些率先完成财务数字化转型的企业，无疑将在下一轮行业洗牌中占据绝对的竞争优势。

## 参考文献

- [1] 陈升翠, 姚荣辉. 新收入准则在互联网企业中的应用研究[J]. 会计之友, 2018(4): 15-18.
- [2] 王丽娜. 数字经济下税收征管数字化转型的机遇与挑战[J]. 国际税收, 2021(12): 65-70.
- [3] 刘有贵, 蒋年云. 委托代理理论述评[J]. 学术界, 2006(1): 69-78.
- [4] 孙烨. 新收入准则对收入信息披露监管的挑战及建议[J]. 证券市场导报, 2017(4): 73-78.
- [5] 罗玫, 李金璞, 汤珂. 企业数据资产化: 会计确认与价值评估[J]. 清华大学学报(哲学社会科学版), 2023, 38(5): 195-209, 226.
- [6] 文佑云. 新收入准则下可变对价的理解及应用[J]. 财会通讯, 2018(28): 82-84.
- [7] 孙宇航. 网络直播带货模式下纳税及征管问题研究[J]. 商业文化, 2022(7): 82-84.
- [8] 李聪. “金税四期”背景下智慧税务的构建与实现[J]. 地方财政研究, 2022(8): 64-72.
- [9] 农小婵. 智能财税背景下企业业财税一体化建设研究[J]. 产业创新研究, 2022(11): 147-149.