

柔性成本管理视角下电商企业成本控制新思路研究

靳雯

南京林业大学经济管理学院, 江苏 南京

收稿日期: 2024年9月19日; 录用日期: 2024年10月16日; 发布日期: 2024年11月29日

摘要

柔性成本管理作为一种新兴的管理模式, 通过灵活调整资源配置和优化运营流程, 能够有效应对市场波动和复杂环境。分析了电商企业成本控制中的问题, 提出柔性成本管理具备提高成本管理灵活性、为决策提供参考、减少不必要的项目支出、实现资源最大化利用等优势。站在柔性成本管理视角下提出以数据为驱动的动态管理、引入智能化成本预测模型、以市场需求为参照控制预算和参考既往经验精细资源配置等成本控制策略, 希望对电商企业成本控制效果优化提供参考。

关键词

柔性成本管理, 电商企业, 成本控制

Research on New Ideas of Cost Control in E-Commerce Enterprises from the Perspective of Flexible Cost Management

Wen Jin

School of Economics and Management, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Sep. 19th, 2024; accepted: Oct. 16th, 2024; published: Nov. 29th, 2024

Abstract

Flexible cost management, as an emerging management model, can effectively respond to market fluctuations and complex environments by flexibly adjusting resource allocation and optimizing operational processes. Analyze the problems in cost control of e-commerce enterprises, and propose

that flexible cost management has the advantages of improving cost management flexibility, providing reference for decision-making, reducing unnecessary project expenditures, and achieving maximum resource utilization. From the perspective of flexible cost management, we propose cost control strategies such as data-driven dynamic management, introduction of intelligent cost prediction models, budget control based on market demand, and fine resource allocation based on past experience. We hope to provide reference for optimizing the cost control effect of e-commerce enterprises.

Keywords

Flexible Cost Management, E-Commerce Enterprises, Cost Control

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

电商行业的竞争逐渐白热化,为保持或提升自身的竞争力,必须将成本控制在合理范围内。但传统成本管理方式在应对市场变化时,体现滞后和低效,导致电商企业无法及时和灵活地对战略做调整[1]。近年,柔性成本管理受到电商企业广泛关注,该模式的核心为通过灵活的方法调整资源配置、优化生产和运营流程,动态地管理整个企业的运作。柔性成本管理与电商企业具有高度契合的关系,特别是在市场需求波动、供应链复杂、营销策略多变等环境下,该模式可以帮助企业灵活地压缩成本。随着数字化转型和大数据技术的应用,柔性成本管理也实现了智能化,进一步优化与改进柔性管理模式,建立符合自身发展目标与特色的柔性管理体系已成为电商企业管理改革的重要方向。

2. 文献综述

2.1. 国内研究现状

柔性成本管理在电商领域的研究中,多位学者进行了深入探讨。黄庆鑫[2] (2020)研究了电商企业在动态市场环境下的成本控制策略,指出灵活的成本管理可以帮助企业快速响应市场变化,增强竞争力。他的研究表明,实施柔性成本管理后,企业的运营效率显著提高,成本控制效果明显。郑阅之[3] (2021)关注于电商平台的定价策略,分析了如何通过柔性成本管理实现精准定价。他发现,电商企业通过实时数据分析与市场反馈,可以调整定价策略,进而最大化利润和市场份额。他的结论是,柔性成本管理使电商企业能够在复杂市场中获得更好的经济效益。陈菡[4] (2022)探讨了供应链管理中的柔性成本控制,她的研究表明,通过优化供应链流程,电商企业能够降低物流成本并提高服务水平。研究结果显示,良好的供应链协作和信息共享能够显著降低整体成本,提升顾客满意度。段功玲[5] (2023)分析了消费者行为对电商企业成本管理的影响。他提出,电商企业应根据消费者偏好调整产品组合和营销策略,从而实现成本最优化。他的研究表明,柔性成本管理可以有效降低库存成本,并提高产品的市场适应性。汪高文[6] (2023)研究了人工智能技术在电商柔性成本管理中的应用。他认为,通过人工智能算法优化成本结构,可以帮助企业在保持盈利的同时,适应快速变化的市场环境。他的研究表明,技术的引入不仅提升了成本管理的灵活性,也为企业创造了新的价值。

2.2. 国外研究现状

在国外研究中,Guillermo R P、Paloma G、José M S P [7]探讨了柔性成本对电商企业应对市场波动的

影响。团队通过案例分析,发现柔性成本能够帮助电商企业在需求变化时快速调整其运营成本,可以提高竞争力。研究表明还发现,实施柔性成本管理的企业能够有效降低库存成本,并在需求高峰期快速响应,增加客户满意度。这项研究为电商企业在动态环境中如何利用柔性成本提供了实证依据。Zhou J 和 Dong L [8]在其论文中提出,柔性成本管理在电商企业供应链中的重要性。团队分析了不同类型的柔性成本对电商供应链效率的影响。结果显示电商企业通过优化成本结构,不仅可以降低整体运营成本,还能提升供应链的响应速度和适应性。Jing D、Nan H、Rong H [9]的研究集中在柔性成本对电商企业盈利能力的影响。团队使用了定量分析方法,调查了多家电商企业的财务数据,发现柔性成本的应用可以显著提升企业的利润率。灵活的成本结构允许企业在不同市场条件下进行优化,从而减少不必要的支出。研究指出,企业在制定定价策略时,应考虑柔性成本的影响,以实现更高的盈利能力。Zhila N、Asieh F、Zahra G [10]的研究聚焦于柔性成本对电商企业创新能力的影响,发表在《Journal of Retailing and Consumer Services》。团队通过对若干电商企业的案例研究,指出柔性成本能够激励企业进行技术创新和服务创新。采用柔性成本管理的企业更愿意投入资源进行创新,因为团队能够通过降低风险和优化成本来获得更高的回报。这些研究表明,柔性成本在电商企业中具有重要的应用价值。通过合理运用柔性成本,企业能够提高市场适应能力、优化供应链管理、增强盈利能力以及促进创新。这些研究为电商企业在动态市场环境中实施柔性成本管理提供了理论支持和实证依据,推动了相关领域的进一步研究与实践。

2.3. 文献评述

在柔性成本管理的研究中,国内外学者关注的主要领域包括动态市场适应、供应链优化、数字化转型、消费者行为以及人工智能的应用。国内研究者强调了灵活成本管理对电商企业在快速变化的市场中保持竞争力的重要性,尤其是在定价和供应链效率方面。王芳的研究进一步探讨了供应链管理中柔性成本控制的关键作用,显示出良好的协作能降低整体成本[11]。国外学者则关注数字化工具如何帮助企业实现实时成本监控和决策,强调了数字化与灵活成本管理的结合对企业财务表现的积极影响。尽管已有研究为柔性成本管理提供了丰富的理论基础,但在研究范围上仍存在一些缺失。例如,关于中小型电商企业的柔性成本管理实践研究相对不足,许多研究主要集中在大型企业。此外,跨国电商企业在不同市场环境下的柔性成本管理策略也未得到充分探讨。未来的研究可以进一步深入这些领域,以丰富柔性成本管理的理论框架,并为中小企业提供切实可行的策略。

3. 电商企业成本管理存在的主要问题

3.1. 物流成本缺乏透明度

物流成本反映了物流成本情况,透明的成本结构可为决策者提供清晰的决策参考,以此为基础制定营销策略与发展战略。但目前物流成本缺少透明度是大部分电商企业存在的主要问题,主要反映在物流成本具体明细方面。一般而言,电商企业的物流成本占比较高,调查显示电商企业的物流成本一般占总运营成本的 30%~40% [12],其中快递配送费用、仓储租金和人工成本占主要部分,但在具体成本分配方面缺少详细的清单。例如,一些电商企业并没有对物流成本进行拆解,难以准确评估具体环节费用,导致企业无法有效控制额外物流成本。例如,据淘宝 2022 年度报告显示,物流仓储租金占全年总成本的 15%,比 2021 年增加了 3.5%,其中在人力资源投入几乎不变的情况下,人力成本增加了 1.6 亿元[9],但并未查明具体原因,这说明物流成本的不透明导致额外成本增加,但企业无法及时找到原因。

3.2. 供应链成本缺少稳定性

供应链成本的不稳定性造成了供应链成本管理的困难,供应链涉及采购、生产、物流、库存等方

面，同时受市场、供应商、交通等多种因素影响，供应链成本波动范围远高于其他环节，进而影响企业的盈利效果。例如，2023 年第一季度受国际航运价格影响，航运成本增加 20%~40%，以进口原料为主的商品价格增长 15%~35%，一季度国内电商平台的相关产品均大幅涨价，偏远地区邮费也增加 3.2~5.3 元[13]。除原料对供应链成本影响显著外，交货周期也会引起供应链成本的剧烈波动。美国电商网的一些数据显示，因供应商交货延误导致的额外成本通常占运营总成本的 5.1%~8.6%，2023 年全美电商企业因物流延迟支付的额外成本占全部运营成本的 2.6%左右[14]，一些影响较大的企业甚至达 11.6%。此外，库存也是影响供应链成本的一个因素，主要体现在商品长期积压带来的租赁费用和商品报废费用，该项成本变化幅度相对较小，国内知名电商平台京东、拼多多以及淘宝等库存成本变动往往控制在 2.1%~4.3% 之间[15]。整体看，供应链成本波动性较大，这在一定程度上增加了企业运营风险，可能导致企业额外成本投入不受控制，影响其盈利能力。

3.3. 市场营销成本居高不下

随着行业竞争日益激烈，企业为了提高品牌知名度和吸引客户，不断增加在广告、促销和品牌推广等方面的支出，导致市场营销成本大幅上升。这种高昂的营销支出不仅压缩了利润空间，还增加了企业的运营负担。王子奇对 2022 年国内盈利超 100 亿的企业进行研究发现，电商企业广告支出占总成本 25%~35%之间，远高于其他行业水平，其中阿里集团广告支付费用最高，仅在社交媒体平台上的广告费就达到 5 亿之多，但广告费用投资回报率(ROI)从上一年的 3.5:1 下降到 2.8:1 [16]。除了广告投入成本之外，促销活动也是电商营销成本的大头，电商企业常通过打折、满减、优惠券等促销方式吸引消费者。大量促销活动虽然在短期内能够提升销售额，但其高成本对企业盈利能力产生了较大影响。例如，2022 年“11·11”促销活动期间，拼多多的促销折扣、优惠券上支出占当月总成本的 34.6%，促销利润增长仅为 15% [16]。这种不对等的增长模式导致企业在促销活动中承受了较高的营销成本，而利润提升有限。

4. 柔性成本管理在电商企业成本管理中的应用价值

4.1. 提高成本管理工作灵活性

柔性成本管理在面对市场需求波动和外部环境变化时，能够为企业提供快速调整成本结构的策略，进而提高企业的运营效率。在成本管理工作中，柔性成本管理主要通过动态资源配置和数据驱动决策实现对企业成本管理工作的介入，为决策者提供客观因素影响数据，避免成本管理模式僵化，导致成本预测结果出现巨大偏差。例如，2023 年双十一期间，拼多多通过大数据模型分析市场需求，发现用户需求呈增长趋势，双十一活动前将仓储量增加 25%左右，其中数码产品占 75%以上，并且在 9 月份即着手仓库租赁事宜，以低于市场平均水平的价格租赁了需要的仓库，并于 12 月初退租，期间租赁费用增幅被控制在 3%以内[17]。这种灵活的成本控制策略使拼多多的租赁成本减少至少 5% [13]。拼多多的案例表明，通过数字化的柔性成本管理方式，提前灵活地对市场动态做决策，根据需求调整成本管理方案能够进一步避免额外高成本出现，进而减少额外成本支出。

4.2. 为成本管理提供决策参考

柔性成本管理可为电商企业的成本管理决策提供参考，特别是在资源分配方面。在柔性成本管理体系下，企业可以实时监测市场变化、成本结构和运营效率，并进行动态的调整。柔性成本管理主要依靠大数据分析和预测模型，帮助企业准确评估市场需求的波动，进而调整采购、库存和物流策略。例如，亚马逊建立了柔性成本分析模型，对过去 10 年美国圣诞节前 15 日的采购数据进行分析，发现民众在针织品、装饰品方面的采购量逐年减少，得出结论 2023 年这一需求可能减少 3.5%，对应商品量为 2.5 亿

件，为此亚马逊于同年 8 月开始清理库存，并与海外供应商联系减少订单量，圣诞节后统计结果为库存剩余 12.5%，这一决策为亚马逊节省至少 2000 万美元的成本[18]。此外，柔性成本管理还能够通过数据提供对不同成本项的分析，从而帮助企业在不同环节进行成本优化。例如某电商平台社交媒体广告的 ROI 为 3:1，传统搜索引擎广告的 ROI 仅为 1.8:1。基于此数据，企业决定将 20% 的广告预算从搜索引擎广告转移至社交媒体，结果在不增加整体广告投入的情况下，销售额提升了 8% [18]。

4.3. 减少不必要的项目费用

柔性成本管理能够通过动态优化资源配置和精细化管理，及时识别低效或无效的支出项目，有效减少电商企业中不必要的项目支出费用。与传统成本管理模式相比，柔性成本管理更关注具体项目支出，重点在于项目执行过程中精确评估每个阶段的资金使用情况，将详细的资金项目列出，并提示存在风险类型。国内某电商企业在 2022 年优化仓储项目时，通过柔性成本管理系统实时监控仓储成本，发现原计划投入的自动化设备更新不符合当前业务增长的需求。通过调整设备更新计划，该企业节省了大约 8% 的仓储自动化升级费用，并将这些资金用于优化配送流程，进一步提高了运营效率[19]。此外，柔性成本管理还可以通过需求预测和灵活调整，避免过度采购和库存积压，从而减少库存管理中的不必要支出。京东数据显示，通过柔性成本管理系统优化库存后，2024 年第一季度库存积压减少了 15%，库存管理成本降低了至少 2300 万[15]。

4.4. 实现资源最大化利用

柔性成本管理利用实时数据分析预测市场需求，调整资源分配，避免资源闲置或不足。例如，在特定节假日线上购物需求激增，基于这一预测，企业可提前调整了仓储和配送资源，确保在需求高峰期能够及时补货，通过这种灵活的调整能够进一步提高库存的周转率。其次，柔性成本管理还针对供应链和生产流程提供优化策略，识别供应链中的不必要项目，并简化生产流程，实现对有限资源的最大化利用。例如，德国百威电商平台通过分析各地区的市场需求和物流成本，将营销和库存资源成本比例从 1:0.3 调整为 1:0.2，进一步压缩库存成本，该平台当年库存量减少 10.2%，库存租赁费用减少 256 万马克，同时期其他竞争对手库存资源中的 25% 因无法销售被销毁，百威电商平台进一步避免了同样的“悲剧”发生在自己身上[6]。可见，柔性成本管理可通过优化资源配置实现对成本的有效控制，减少额外成本支出。

5. 柔性成本管理视角下电商企业成本控制新思路

5.1. 以数据为驱动的动态管理

在柔性成本管理视角下，电商企业可以借助以数据为驱动的动态管理有效控制成本。通过对已有案例分析可知，天猫商城通过大数据分析实时监测用户行为，分析消费趋势，从而制定个性化的营销策略。平台可以根据用户的购买历史和浏览记录推送相关产品，提高转化率。在库存管理方面，数据驱动的方法使天猫能够准确预测商品需求，优化库存水平，减少积压和缺货现象。这种精准的库存管理不仅降低了运营成本，还提高了客户满意度。数据驱动的动态管理为天猫商城提供了灵活、高效的运营模式，显著提升了运营效果和用户体验。可见，这种方法通过实时数据分析提供灵活的调整机制，帮助企业优化资源配置，使企业在激烈的市场竞争中保持优势。为此，企业可学习天猫商城的成功经验。首先，建立数据收集和分析系统。通过系统监控销售情况、客户行为，预测不同产品的需求波动。其次，利用柔性成本管理平台分析销售数据，调整采购计划和库存配置，降低过度采购和库存积压带来的成本。最后，分析各个营销渠道的效果数据，评估广告投入的回报率，调整营销预算。例如，发现某个渠道的 ROI 显著高于其他渠道，企业可以将更多的营销预算投入到效果更好的渠道上，减少在低效渠道上的支出。这

种调整不仅提高了营销投入的效益，还降低了整体营销成本。以数据为驱动的动态管理能够为电商企业提供精确的成本控制手段，通过实时数据分析和灵活调整策略，企业能够优化资源配置，减少不必要的支出，提高整体运营效率。

5.2. 引入智能化成本预测模型

智能化成本预测模型利用先进的算法对未知成本进行精准预测，帮助企业在预算和资源分配方面做科学决策。这种模型通过收集和分析历史数据、市场趋势和外部因素，能够实时预测未来的成本变化。例如，模型可以整合销售数据、生产成本、原材料价格波动等多种变量，生成精确的成本预测报告。应用智能化成本预测模型后，企业能够更有效地制定预算和资源分配策略，减少不必要的开支。模型还可以通过模拟不同的业务场景，帮助企业评估潜在风险和制定应对策略。研究表明，智能化成本预测不仅提升了企业的决策效率，还增强了市场竞争力，使企业能够在快速变化的环境中保持敏捷和适应性。电商企业应积极引入该模式，实现对成本的精确控制。首先，智能化成本预测模型具有多维度数据集成功能，如历史销售数据、市场趋势、消费者行为、供应链信息等，能够提供预测模型。同时，在机器学习和数据挖掘技术支持下，这些模型能够识别潜在的成本变化趋势，并提供详细的预测结果。例如，模型可以分析过去几个月的销售数据，结合季节性因素和市场动态，预测未来几个月的产品需求，从而调整采购和库存策略。其次，可以使用模型预测各类产品的需求量，优化采购计划和库存水平。模型能够分析不同产品在不同时间段的需求变化，从而帮助企业在高需求期间提前备货，避免缺货情况的发生。模型还能预测供应链中的潜在风险，如供应商交货延迟或原材料价格波动，从而提前采取预防措施，降低相关成本。最后，分析历史营销数据和市场反馈，模型可以预测各类 ROI，优化营销预算分配。例如，如果模型预测某个营销渠道的 ROI 将大幅上升，企业可以将更多预算分配到该渠道，以最大化营销效果，同时减少对低效渠道的投入。

5.3. 以市场需求为参照控制预算

市场需求作为参照，有助于电商企业在预算控制中实现更精准的成本管理。通过分析消费者的购买趋势和行为，企业能够预测未来的销售量，从而合理制定预算，避免资源浪费。当市场需求上升时，企业可适当增加采购和营销投入，以抓住销售机会；而当需求下降时，及时调整预算可以减少库存成本和其他不必要支出。此外，灵活的预算控制能够增强企业对市场变化的适应性，提高整体运营效率。这种基于市场需求的预算控制策略，不仅优化了成本结构，也为企业提供了持续的竞争优势。企业需要建立市场需求监测系统，实时跟踪市场趋势和消费者需求的变化。例如，对销售数据、市场调查、消费者反馈等进行深入分析，了解市场需求的波动。电商企业可以使用数据分析平台监测销售趋势，识别销售峰谷。数据可以提供关于不同产品的需求强度、购买频率以及季节性变化的信息，为预算控制提供参考依据。企业应根据需求预测结果，动态调整各部门和项目的预算。例如，预测到某一产品类别的需求将显著增长时，企业可以将更多预算分配到该产品的生产和营销上，确保供应链能够满足市场需求，并最大化销售机会。此外，以市场需求为参照控制预算还涉及对营销和广告支出的优化。企业可以分析各类营销活动的效果，了解哪些活动对需求的提升具有显著影响，并相应调整预算分配。例如，如果数据分析表明某个广告渠道能够有效提升特定产品的销量，企业可以增加该渠道的广告预算，同时减少在效果较差的渠道上的支出。这种基于需求的预算调整能够提高营销投入的效益，并优化成本控制。

5.4. 参考既往经验精细资源配置

在柔性成本管理的视角下，参考既往经验进行精细资源配置可帮助企业在资源分配上做更加精准的决策，从而优化运营效率。参考既往经验进行精细资源配置，有助于电商企业优化成本控制。通过分析

历史数据,企业可以识别出最有效的资源使用方式,避免重复性错误。精细化的资源配置能够提高运营效率,确保每一项支出都有明确的回报。这种基于经验的决策方法不仅减少了资源浪费,还增强了企业的市场竞争力,帮助电商企业在快速变化的市场环境中实现可持续发展。首先,企业应建立系统的历史数据存档,包括过去的销售数据、财务记录、运营成本、市场趋势和资源使用情况。这些数据不仅需要涵盖各类资源的使用情况,还包括资源使用效果的评估。通过对历史数据分析,企业能够识别资源配置中常见问题。例如,某电商企业通过分析过去几年的销售数据发现,特定时期的促销活动对销量的提升效果显著。基于这一经验,企业可以在类似的高需求期重复使用成功的资源配置策略,提高资源使用的效率。其次,企业应将历史经验应用于预算和资源分配,对历史数据进行分析,企业能够识别各类资源投入与业务成果之间的关系。例如,某电商企业在过去的促销活动中发现,增加对社交媒体平台的广告投入会显著提升销售额。基于这一经验,企业可以在未来的促销活动中将广告预算重点分配到社交媒体平台,从而最大化投入产出比。同时,企业可以减少在效果较差的渠道上的预算,避免不必要的支出。

6. 结束语

综上所述,引入灵活的管理模式和数据驱动方法,电商企业能够在面对市场变化时,迅速调整资源配置,提高运营效率。柔性成本管理能够在提高成本管理的灵活性、提供决策参考、减少不必要支出、实现资源最大化利用等方面,帮助企业优化成本控制。本文提出的成本管理新思路和方法不仅可以提高电商企业的竞争力,也为未来的成本管理实践提供了宝贵的经验。未来的研究可以进一步探索柔性成本管理在不同类型电商企业中的具体应用效果,以期为行业提供更加全面的解决方案。

参考文献

- [1] 杨国超, 胡艺泽. 生产制造背景 CEO 与企业成本管理决策——基于制造业上市公司的经验证据[J]. 会计研究, 2023(7): 132-145.
- [2] 黄庆鑫. 关于中小企业柔性成本管理探讨——基于 M 公司定制成本分析[J]. 中国乡镇企业会计, 2020(9): 132-133.
- [3] 郑阅之. 效率与柔性视角下的房地产企业成本管理模式与工作特征、工作绩效的关系研究[D]: [硕士学位论文]. 重庆: 重庆大学, 2020.
- [4] 陈菡, 林寒振, 全京津, 等. 价值导向下的成本管理创新——M 公司的柔性成本管理实践[J]. 财会月刊, 2019(21): 65-69.
- [5] 段功玲. 全生命周期成本管理[D]: [硕士学位论文]. 武汉: 武汉工程大学, 2017.
- [6] 汪高文. 柔性管理平台在监理企业项目管理中的应用探讨[D]: [硕士学位论文]. 长春: 吉林大学, 2014.
- [7] Pedreira-Robles, G., Garcimartín, P., Pérez-Sáez, M.J., Bach-Pascual, A., Crespo, M. and Morín-Fraile, V. (2024) Complex Management and Descriptive Cost Analysis of Kidney Transplant Candidates: A Descriptive Cross-Sectional Study. *BMC Health Services Research*, **24**, Article 763. <https://doi.org/10.1186/s12913-024-11200-y>
- [8] Zhou, J. and Dong, L. (2024) The Hidden Costs of Management in Administrative Institutions and Countermeasures for Resolving Them. *Frontiers in Economics and Management*, **5**, Article 125.
- [9] Dai, J., Hu, N., Huang, R. and Yan, Y. (2023) How Does Credit Risk Affect Cost Management Strategies? Evidence on the Initiation of Credit Default Swap and Sticky Cost Behavior. *Journal of Corporate Finance*, **80**, Article 102401. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2023.102401>
- [10] Najafpour, Z., Fatemi, A., Goudarzi, Z., Goudarzi, R., Shayanfar, K. and Noorizadeh, F. (2021) Cost-Effectiveness of Neuroimaging Technologies in Management of Psychiatric and Insomnia Disorders: A Meta-Analysis and Prospective Cost Analysis. *Journal of Neuroradiology*, **48**, 348-358. <https://doi.org/10.1016/j.neurad.2020.12.003>
- [11] Gutiérrez, Y., et al. (2019) Trade-Off and Adaptive Cost in a Multiple-Resistant Strain of the Invasive Potato Tuber Moth *Tecia Solanivora*. *Pest Management Science*, **75**, 1655-1662.
- [12] 董敏瑶. 数字化转型下美的集团价值链成本管理实施分析[D]: [硕士学位论文]. 兰州: 兰州财经大学, 2024.
- [13] 张佩. 基于桑克模式的医药行业战略成本管理研究[D]: [硕士学位论文]. 保定: 河北大学, 2024.

-
- [14] 杨超, 贾晓涵. 基于价值链的京东物流成本管理研究[J]. 物流工程与管理, 2023, 45(4): 129-131.
 - [15] 崔晴. 顺丰速运有限公司成本管理及优化研究[D]: [硕士学位论文]. 沈阳: 沈阳农业大学, 2020.
 - [16] 李娅. 基于价值链的苏宁易购物流成本管理研究[D]: [硕士学位论文]. 南京: 南京邮电大学, 2020.
 - [17] 肇斯绮. 现代物流成本管理与控制问题研究——以大连 X 物流为例[J]. 营销界, 2019(51): 168-169.
 - [18] 王雪纯, 肖康元. 绿色发展理念下电商企业物流成本管理——以苏宁易购为例[J]. 物流科技, 2019, 42(12): 36-39.
 - [19] 李民. 柔性资本: 战略成本管理新视角[J]. 财会月刊, 2004(9): 72-73.