

电商企业员工绩效评估与激励机制研究

高 懿, 陈 炜*

甘肃农业大学管理学院, 甘肃 兰州

收稿日期: 2025年4月9日; 录用日期: 2025年4月27日; 发布日期: 2025年5月30日

摘 要

随着电子商务的蓬勃兴起, 电商企业的员工绩效评估与激励机制成为关乎企业运营效率和员工积极性的关键所在。本研究聚焦于此, 通过分析电商企业绩效评估与激励机制现状, 指出问题, 并提出基于绩效导向的激励机制模型, 其核心要素包括目标明确性、反馈机制及时性以及激励措施多样性与个性化。同时, 文章还探讨了影响电商企业员工绩效评估与激励效果的关键因素, 如目标设定的科学性与可操作性、绩效反馈的及时性与有效性、激励措施的针对性与公平性等, 并提出了完善目标管理与绩效评估体系、提升激励措施多样性与适应性、加强员工发展与培训机制等优化对策与建议。

关键词

电商企业, 员工绩效评估, 激励机制

Research on Performance Evaluation and Incentive Mechanism for E-Commerce Enterprise Employees

Min Gao, Wei Chen*

School of Management, Gansu Agricultural University, Lanzhou Gansu

Received: Apr. 9th, 2025; accepted: Apr. 27th, 2025; published: May 30th, 2025

Abstract

With the vigorous rise of e-commerce, the employee performance evaluation and incentive mechanism of e-commerce enterprises have become the key to the operational efficiency and employee motivation of enterprises. This study focuses on this, analyzes the current situation of performance evaluation and incentive mechanism of e-commerce enterprises, points out the problems, and proposes a performance-oriented incentive mechanism model, the core elements of which include goal clarity,

*通讯作者。

文章引用: 高懿, 陈炜. 电商企业员工绩效评估与激励机制研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(5): 2934-2939.
DOI: 10.12677/ec.2025.1451604

timeliness of feedback mechanism, and diversity and personalization of incentive measures. At the same time, the paper also discusses the key factors affecting the performance evaluation and incentive effect of e-commerce enterprises, such as the scientificity and operability of goal setting, the timeliness and effectiveness of performance feedback, and the pertinence and fairness of incentive measures, and puts forward optimization countermeasures and suggestions such as improving the target management and performance evaluation system, improving the diversity and adaptability of incentive measures, and strengthening the employee development and training mechanism.

Keywords

E-Commerce Enterprises, Employee Performance Evaluation, Excitation Mechanism

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

随着信息技术的快速发展,电子商务已成为现代经济的重要组成部分,据 Webretailer 发布的《2023 年全球电商平台报告》显示,2023 年全球电子商务交易额达到 6.3 万亿美元,预计将持续增长。电商企业规模扩大后,员工绩效管理和激励机制的有效性直接影响企业竞争力。当前,许多电商企业在绩效评估和激励机制上面临挑战,现有绩效体系往往依赖传统指标,评估结果与实际表现存在差距,激励措施过于依赖经济奖励,忽视员工心理需求和发展潜力。研究表明,科学的绩效评估、丰富的激励措施和及时反馈机制能显著提升员工动力和工作表现。尽管已有研究对电商企业绩效管理进行了探讨,但缺乏深入的理论分析和实践指导。本文通过分析电商企业绩效评估与激励机制的现状,指出问题,并提出基于绩效导向的激励机制模型,旨在为电商企业优化管理提供理论支持和实践依据,以提升员工动力和整体绩效。

2. 电商企业员工绩效评估的理论基础

2.1. 员工绩效评估的定义与重要性

员工绩效评估是组织管理中的核心环节,其定义为通过系统化的方法对员工在一定时期内的工作行为、工作成果及能力表现进行测量和评估,用以判断其对组织目标的贡献程度。从理论层面看,绩效评估不仅是一种监控工具,更是一种有效的管理手段,能够为组织识别优秀员工、发现绩效差距、优化资源分配以及制定员工发展的策略提供依据。其重要性主要体现在提升个人与组织绩效的协同作用上。一方面,通过明确绩效目标,员工能够清晰了解自己的工作方向与标准;另一方面,绩效评估作为员工价值贡献的数据化量化手段,为薪酬激励、岗位晋升和培训开发等管理决策提供了客观依据。科学的绩效评估还能增强组织的公平感,激发员工的主动性与积极性,从而推动组织整体效率和竞争力的提升[1]。对于快速变化的电商行业,绩效评估的重要性尤为突出,它为企业在激烈的市场竞争中优化管理和获取持续增长提供了支持。

2.2. 电商企业绩效评估的特殊性

电商企业的绩效评估具有独特性,主要源于其快速变动的市场环境和高度依赖技术的业务模式。与传统企业相比,电商企业的运营环境更加复杂、多变,员工的绩效评估不仅需要考量其个人的直接贡献,

还需评估其在团队协作、技术应用和创新能力等方面的表现。电商企业通常采取扁平化的组织结构,这要求绩效评估机制能够快速响应市场变化和企业战略调整,确保评估结果的实时性和准确性。由于电商业务的多元性,评估指标亦需全面覆盖业务环节,以促进整体运作效率和员工发展。

2.3. 绩效评估的常见方法与工具

绩效评估是指组织为了评定员工在工作中的表现,采用各种方法和工具进行系统化评估的过程。常见的绩效评估方法包括目标管理法、360度反馈法和关键绩效指标法[2]。目标管理法强调员工与管理层共同设定明确的工作目标,并定期回顾绩效结果。360度反馈法综合考虑来自多方面的评价,包括同事、下属和客户的反馈,以获取全面的员工表现信息。关键绩效指标法则通过设定具体的、可量化的指标来衡量员工的工作成效。这些方法和工具在电商企业中应用能够帮助管理者深入理解员工能力和不足,为提升整体绩效提供科学依据。

3. 电商企业现有绩效评估与激励机制的现状分析

3.1. 绩效评估体系的现存问题

当前,多数电商企业已构建起初步的绩效评估体系,但在具体实施中仍存在诸多不足。从评估指标来看,多数企业仍过度依赖传统的销售业绩、订单量等量化指标,忽视了员工在客户服务、用户体验优化、团队协作、创新能力等软性指标上的贡献。这种单一的评估维度难以全面反映员工的真实工作表现,也容易导致员工为追求短期业绩而忽视长期发展。此外,部分电商企业虽尝试引入多维度的评估指标,但在实际操作中,由于缺乏有效的数据收集和分析手段,这些指标往往流于形式,未能真正发挥其应有的作用。

从评估流程来看,一些电商企业的绩效评估周期过长,评估结果反馈不及时,导致员工难以根据评估结果及时调整工作策略。同时,评估过程中存在主观性较强的问题,评估者的个人偏见和情绪因素可能影响评估结果的公正性。此外,绩效评估结果的应用也较为单一,多数仅作为薪酬调整和职位晋升的依据,缺乏对员工个人发展和职业规划的深入指导[3]。

3.2. 激励机制的典型缺陷

在激励机制方面,电商企业普遍采用了物质激励手段,如奖金、提成、股权激励等,这些措施在一定程度上激发了员工的工作积极性。然而,随着员工需求的日益多元化,单一的物质激励已难以满足员工的深层次需求。许多员工开始追求工作成就感、职业发展空间、工作环境改善等非物质激励。但目前,电商企业在非物质激励方面的探索和实践相对较少,缺乏系统性和针对性。

此外,激励机制的公平性也是当前电商企业面临的一大挑战。部分企业在实施激励措施时,未能充分考虑员工的个体差异和贡献程度,导致激励效果大打折扣[4]。同时,激励机制的透明度不足,员工对激励政策的制定和执行过程缺乏了解,容易引发猜疑和不满情绪。

3.3. 现状问题及影响

现有绩效评估与激励机制存在的问题,对电商企业的发展产生了诸多负面影响。在员工层面,单一的绩效评估指标和激励方式,使员工产生职业倦怠,工作积极性下降,员工流失率增加。特别是优秀人才,由于无法在企业中获得充分的发展机会和满足感,更倾向于选择其他更具吸引力的企业。

在企业层面,不合理的绩效评估和激励机制,导致企业资源分配不合理,优秀员工得不到应有的奖励和晋升机会,而表现不佳的员工却可能因各种原因留任,影响企业的整体绩效和竞争力。同时,缺乏

有效的绩效反馈和改进机制，员工无法及时了解自己的工作不足和改进方向，不利于员工个人能力的提升和企业整体绩效的改善。

从市场层面看，电商行业竞争激烈，人才是企业发展的关键。现有绩效评估与激励机制的不足，使企业在人才竞争中处于劣势，难以吸引和留住优秀人才，进而影响企业的市场份额和长期发展。因此，优化电商企业的绩效评估与激励机制，已成为企业提升竞争力、实现可持续发展的迫切需求[5]。

4. 绩效导向的激励机制模型构建

4.1. 激励机制模型的核心要素

激励机制模型构建需围绕公平性、目标一致性、及时反馈、激励多样性和持续改进五大核心要素展开。以某科技公司为例，该公司通过建立透明、统一的绩效评估体系，确保每位员工在相同的规则下接受评估，无论职位高低、资历深浅，均依据明确标准获得激励。这种公平性让员工感受到尊重，激发了他们的工作热情。同时，公司将战略目标分解为个人绩效目标，使员工明确自身工作与企业目标的关联，增强了目标一致性[6]。

在反馈机制上，公司实行定期绩效面谈与日常沟通相结合，让员工及时了解工作表现，调整策略。激励措施方面，公司不仅提供绩效奖金，还设立了项目奖金和创新奖励，满足不同员工的需求。此外，公司注重激励的多样性，提供晋升机会、培训发展和荣誉激励，如“月度之星”评选，增强了员工的归属感和成就感。持续改进方面，公司定期评估激励机制，根据员工反馈和市场变化进行调整，确保其有效性和适应性。

4.2. 绩效导向的目标设定与反馈机制

目标设定与反馈机制是绩效导向激励机制的关键。某制造企业采用 SMART 原则，与员工共同制定具体、可衡量、可实现、相关且有时限的绩效目标。例如，销售部门设定了季度销售额增长 10% 的目标，并明确了具体的产品线和市场区域[7]。通过这种目标设定方式，员工清楚了解自己的工作任务和期望成果。

在反馈机制上，公司建立了完善的绩效面谈制度，每月与员工回顾目标完成情况，分析优缺点，提出改进建议。同时，利用信息化手段建立了绩效反馈平台，员工可随时查询自己的绩效信息，与管理者进行在线沟通。这种及时、有效的反馈让员工能够及时调整工作状态，提高绩效。例如，某销售员工在季度初未达到销售目标，通过绩效面谈和平台反馈，他发现了自己在客户沟通方面的不足，并参加了相关培训，最终在季度末成功完成了目标[8]。

4.3. 激励措施的多样化与个性化

为满足不同员工的需求，激励措施应多样化。经济激励方面，除了传统的绩效奖金、提成、年终奖金外，还可以设立项目奖金、创新奖励等，鼓励员工积极参与项目工作和创新活动。

职业发展激励也至关重要。为员工提供晋升机会、培训发展、轮岗锻炼等，帮助员工提升自身能力，实现职业成长。例如，设立明确的晋升通道，让员工看到自己的职业发展前景；提供丰富的培训课程，满足员工的学习需求。荣誉激励同样不可忽视。通过评选优秀员工、颁发荣誉证书、公开表扬等方式，满足员工的心理需求，增强员工的归属感和成就感。

在个性化激励方面，企业应深入了解员工的个人需求和动机，制定个性化的激励方案。对于追求职业发展的员工，提供更多的晋升机会和培训资源；对于注重工作生活平衡的员工，提供弹性工作制度、带薪休假等福利。

5. 影响电商企业员工绩效评估与激励效果的关键因素

5.1. 目标设定的科学性与可操作性

目标设定的科学性与可操作性在电商企业员工绩效管理中具有重要作用。科学合理的目标设定不仅能明确工作方向,还能激发员工的主观能动性,为绩效评估与激励机制奠定基础。在科学性方面,目标应符合“SMART”原则,即具体(Specific)、可测量(Measurable)、可实现(Achievable)、相关性(Relevant)和有时限(Time bound),以确保目标的明确性和可衡量性。在可操作性方面,目标的制定需要结合企业整体发展战略与部门职责,充分考虑员工个人能力与资源状况,避免过高或过低的设置影响工作积极性。研究表明,清晰的目标使员工能够更好地理解个人任务与企业目标之间的关联,从而提升工作投入度。目标设定需适当留有弹性,以便在市场环境快速变化的情况下,能够及时调整,确保目标具备较强的动态适应性。科学且可操作的目标能够为员工创造明确的期望和成就感,从而有效提升绩效评估的效率和激励机制的作用[9]。

5.2. 绩效反馈的及时性与有效性

绩效反馈的及时性与有效性是影响电商企业员工绩效评估与激励效果的重要因素。及时的反馈能够增强员工对工作目标的清晰理解,促使其迅速调整行为以达到预期绩效目标。有效的反馈则要求内容具体、具有针对性,并能够指导员工改进工作方式。及时有效的反馈能够增强员工对企业的信任感和归属感,提高工作满意度和积极性。如果反馈不及时或含糊不清,则可能导致员工误解目标或对努力效果缺乏认知,从而影响工作动力和绩效表现。建立科学的反馈机制,以保证信息传递的高效性与准确性,是电商企业优化绩效评估与激励机制的关键。

5.3. 激励措施的针对性与公平性

激励措施的针对性与公平性是影响员工绩效和工作满意度的重要因素。针对性要求企业根据员工的岗位特点、工作难度和个人需求设计差异化的激励政策,提升激励效果。公平性体现在激励分配的透明性和标准化,确保员工感受到机会均等和尊重。缺乏针对性可能导致激励失效,而公平性不足则会引发组织内部的消极情绪。通过科学评价与动态调整,实现激励措施的精准化和公平化,有助于增强员工的归属感和企业的凝聚力。

6. 优化电商企业员工绩效评估与激励机制的对策与建议

6.1. 完善目标管理与绩效评估体系

完善目标管理与绩效评估体系是优化电商企业员工绩效评估与激励机制的关键环节之一[10]。科学合理的目标管理能够有效引导员工行为,激发他们的积极性与创造力。在目标设定过程中,应注重目标的具体性、可测量性、可实现性、相关性和时限性,确保目标既具有挑战性又在员工能力范围内。绩效评估体系的优化需要建立清晰的评估标准和流程,避免评估中的主观偏差,提高评估的可信度与公正性。应用数据驱动的绩效指标,结合量化数据和定性反馈,能够使评估更具全面性与准确性。动态调整评估指标以适应业务环境的变化,还需根据员工岗位特点与工作内容差异设计差异化的评估方式。通过加强对目标达成情况的周期性跟踪与及时反馈,有助于员工明确改进方向,提高工作绩效,从而进一步推动企业整体目标的实现。

6.2. 提升激励措施的多样性与适应性

激励措施的多样性与适应性在电商企业员工绩效评估与激励机制中的优化中具有重要意义。针对员

工职业需求和个体差异，设计多样化的激励方式是提升激励效果的关键路径。在经济性激励如薪酬奖励、绩效奖金等传统方式之外，可融入非经济性激励手段，例如职业发展机会、表彰奖励、弹性工作时间等，通过丰富激励手段满足不同层级和岗位员工的心理需求。激励措施的适应性要求企业根据业务发展阶段、员工队伍特征和市场环境的变化进行动态调整。例如，在高速扩张期强化短期绩效导向，而在稳定发展期则注重员工技能提升与长远利益。通过基于数据分析和反馈优化激励机制，提升激励的针对性和公平性，为激发员工潜能和增强组织活力奠定基础。

6.3. 加强员工发展与培训机制

电商行业变化迅速，员工需要不断学习提升以适应企业发展。企业应建立完善的培训体系，根据员工岗位需求和职业发展规划，提供针对性的培训课程。例如，一家电商企业针对新入职员工开展为期一个月的岗前培训，包括企业文化、业务流程、专业技能等内容；为员工提供定期的技能提升培训和行业前沿知识讲座。同时，鼓励员工自主学习，提供学习资源和时间支持。某电商公司设立“学习积分”制度，员工参加培训、在线学习等均可获得积分，积分可用于兑换奖品或晋升加分。通过加强员工发展与培训机制，提升员工能力素质，为企业发展提供人才保障，实现员工与企业的共同成长。

7. 结束语

本研究围绕电商企业员工绩效评估与激励机制展开，分析其组织结构与现有绩效管理模式的，提出基于绩效导向的激励机制模型，揭示影响绩效评估与激励效果的关键因素。研究表明，合理目标设定、及时绩效反馈及多样化激励措施能有效提升员工动力和绩效。尽管本研究为优化绩效管理提供了理论依据与实践指导，但仍存在局限性，如样本代表性有限、企业间激励机制应用差异等。此外，电商行业持续发展，新绩效评估指标与激励方式不断涌现，未来研究可进一步加强不同规模及业务类型企业的对比分析，验证激励机制普适性。同时，可结合大数据与人工智能技术，更精确量化绩效并提供个性化激励措施。此外，还可探讨员工心理因素与绩效激励的关系，以实现更人性化的管理。通过这些研究，电商企业绩效评估与激励机制将更加科学高效，为企业持续发展提供有力支持。

参考文献

- [1] 谢蕾. 企业员工激励机制研究[J]. 纳税, 2020(1): 284-284.
- [2] 汤贵君. 企业员工的绩效评估与员工激励机制分析[J]. 经济管理, 2023(5): 71-73.
- [3] 陈美玲. 建筑施工企业绩效管理与员工激励机制研究[J]. 经济管理, 2023(10): 30-33.
- [4] 梁美玲. 跨境电商中社交媒体营销的挑战与优化策略[J]. 中国商论, 2023(23): 53-56.
- [5] 苏梦然, 毛强. 中小企业电商直播平台营销问题及策略[J]. 商展经济, 2023(14): 64-66.
- [6] 梁美玲. 跨境电商中社交媒体营销的挑战与优化策略[J]. 中国商论, 2023(23): 53-56.
- [7] 何珊, 黎心怡. RCEP 背景下跨境电商企业财务绩效探究——以跨境通为例[J]. 国际商务财会, 2023(22): 14-17.
- [8] 柯丹霞, 裴茜. 跨境电商企业员工绩效评价与沟通优化——以 S 公司调研为例[J]. 全国流通经济, 2023(18): 127-130.
- [9] 苏梦然, 毛强. 中小企业电商直播平台营销问题及策略[J]. 商展经济, 2023(14): 64-66.
- [10] 任芳. 电商物流中心面临的挑战及应对策略[J]. 物流技术与应用, 2017, 22(10): 118-121.