

数字化转型背景下国有企业电子商城平台建设研究

窦伊迪

南京林业大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年5月26日; 录用日期: 2025年6月11日; 发布日期: 2025年7月9日

摘要

在数字经济时代背景下, 国有企业电子商城平台建设成为推动企业数字化转型的重要抓手。本研究系统分析了电子商城平台的功能模式、建设现状及实践价值, 揭示其在技术架构、制度机制、管理协同等维度的深层矛盾。提出推动AI与区块链技术融合、优化跨部门协同机制、打造“国有企业 + 平台经济”生态等创新路径。研究成果为国有企业破解数字化转型中的平台治理难题提供理论依据, 对提升产业链韧性、实现数据驱动型管理具有实践启示。

关键词

国有企业, 电子商城平台, 数字化转型

Research on the Construction of E-Mall Platforms in State-Owned Enterprises under the Background of Digital Transformation

Yidi Dou

School of Marxism, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: May 26th, 2025; accepted: Jun. 11th, 2025; published: Jul. 9th, 2025

Abstract

In the era of the digital economy, building e-mall platforms has become a crucial lever for promoting the digital transformation of state-owned enterprises (SOEs). This study systematically analyzes the functional models, current construction status, and practical value of e-mall platforms, uncovering deep-rooted challenges in technical architecture, institutional mechanisms, and management

coordination. It proposes innovative pathways such as integrating AI and blockchain technologies, optimizing cross-departmental collaboration mechanisms, and developing an “SOEs + platform economy” ecosystem. The findings provide theoretical support for addressing governance challenges in platform-based digital transformation, offering practical insights into enhancing industrial chain resilience and achieving data-driven management.

Keywords

State-Owned Enterprises, E-Mall Platform, 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

国有企业在国家经济体系中占据核心地位，应当通过技术创新与体制改革不断提高创新力和竞争力。国有企业的数字化转型不仅是提升效率的技术手段，更是实现产业链自主可控与供应链韧性的重要路径。国有企业的电子商城平台建设是推动企业从传统管理向数字化平台化管理转型的关键，是推动国有企业迈向更高效、更可持续发展未来的关键。

现有研究多聚焦于平台功能架构设计、采购效率的提升与供应链协同优化等方面，较为充分地探讨了平台在企业内部管理中的技术优势与运作机制。例如，崔榕指出在“互联网+”的背景下，国有企业依托电子商务提高采购效率，推动国有企业现代化转型[1]。丁玮指出国有企业通过新型的电子商务平台能够有效降低企业运行成本，提升国有企业在市场竞争中的综合实力[2]。刘利利指出电子商务在大型国有企业的应用可以帮助国有企业实现供应链的协同与优化、响应个性化采购的需求，还可以提供数据的分析和决策的支持[3]。然而，大多数学者围绕电子商务平台在国有企业的直接价值应用及其实践探索路径进行分析，对平台与企业治理结构、制度体系之间的深层互动关系探讨较少，缺乏对制度协同与战略匹配的系统分析。关于国有企业在平台运营中面临的跨部门协同、数据整合障碍和管理机制缺失等问题，研究多流于现象描述，缺乏针对性解决路径和可操作性建议。目前对平台生态构建、平台与国家战略衔接、以及平台经济在国有企业中的落地机制等方向的研究相对薄弱，难以回应平台长期演进和战略转型的现实需求。因此，针对国有企业电子商城平台在技术融合、制度协同、组织转型与生态构建等方面的系统性研究亟需深化与拓展。

2. 国有企业电子商城平台建设现状分析

2.1. 国有企业电子商城的主要功能与模式

随着数字化转型的推进，国有企业电子商城平台逐渐成为提升企业采购效率、降低企业成本、便利员工生活、员工福利采购、推动资源整合和国有企业现代化管理的关键手段。例如，目前比较成熟的国有企业电子商城有中国石化集团的“中石化易派客”、国家电网集团的“物资供应链统一服务平台”以及中国中铁集团的“中铁鲁班电子商务平台”等等，国有企业的电子商城平台不仅仅是一个传统意义上的采购平台，它会直接接入京东、得力等优质电商供应链来满足员工采购，并且会结合公司的工程物资采购需求，直接对标集团物资采购来满足集团生产需求。基于电子商务系统的采购业务信息化、数字化转型已成为企业探索高质量发展的重要举措[4]。国有企业电子商城平台是一个集采购管理、供应链协同、

数据分析等多种功能于一体的数字化工具，具有自营采购平台、第三方接入平台、混合接入平台等多种模式。

第一，在自营采购平台中，企业可以完全掌握采购过程，包括供应商选择、定价策略、订单管理以及数据的汇总与分析。自营模式要求企业需要具备较强的技术支撑和运营管理能力。通过自建平台，企业能够确保采购的透明性和定制化。自营平台还能通过设计与企业实际需求匹配的功能模块，提升操作的便捷性与灵活性，减少对外部平台依赖的风险。企业可以自定义审核流程、采购流程和库存管理，从而精确控制供应链的每一个环节，确保物资采购和资源的合理分配。但是，自营平台的建设成本较高，涉及到的技术开发、运维以及人员管理需要企业投入大量的时间与资金。

第二，第三方平台接入模式主要依赖现在已有的电子商务平台，如阿里巴巴、京东、美团等来进行商品的采购或供应商管理。这种模式的优势在于可以快速接入成熟的电商生态系统，降低建设成本和运维难度。同时，企业可以利用第三方平台的现有流量和商家资源，提升采购效率。然而，这也带来了一定的挑战，特别是在数据安全、供应商管理、产品质量控制等方面，企业对第三方平台的依赖性较高，这可能导致采购过程中的信息不对称和不透明。

第三，混合平台模式则结合了自营平台和第三方平台的优势。企业可以在自建平台上完成核心的采购管理和数据分析，同时接入第三方平台进行物资采购或扩展供应商选择。此模式通过平衡自主性与外部资源利用，能够提供更高的灵活性。例如，企业可以选择自营平台管理核心的战略采购，而非核心商品则通过第三方平台进行购买。混合平台能够根据企业的具体需求和资源条件，灵活调整其采购策略，既避免了过度依赖单一平台的风险，又能够获得更广泛的市场资源。

第四，在功能模块方面，国有企业电子商城平台涉及多个关键环节。在采购管理模块中，企业通过该模块发布采购需求、选择供应商、审核合同和跟踪订单进度。此功能不仅提高了采购流程的透明度，还加强了对供应商的管理和绩效评估，降低了人为操作的风险。在数据分析模块中，其作用是提供实时数据支持，帮助企业对采购的成本、效率、供应商表现等进行深度分析。通过电子商务平台，企业可以实时监控物流信息，确保物资的及时供应，提高供应链的响应速度和灵活性[5]。通过数据可视化工具，管理层可以及时掌握采购动态，发现潜在的优化空间。在员工生活采购模块中，该模块作为企业对员工福利的一部分，为员工提供便捷的生活采购通道，提升员工的工作满意度和归属感，同时也能通过集中采购降低成本。

2.2. 国有企业电子商城平台建设实践分析

国有企业电子商城平台在实际建设过程中，不仅要满足企业日常采购的时效性和规范性，还需要解决信息系统的有效集成以及全流程的数据共享和协同的实现问题。电子商城平台的架构设计至关重要，它直接关系到系统的稳定性、可扩展性和未来的维护成本问题。

平台架构与运行流程是电子商城平台建设中的核心问题。一个完善的电子商城平台通常包含多个子系统和服务模块，如前段用户界面、后台管理系统、数据仓库等等。前端用户界面需要简洁直观，能够支持采购员、供应商等各类用户的操作需求。后台管理系统则需要具备强大的功能，能够对采购过程中的每一个环节进行实时监控，确保订单的执行和供应商的管理都在可控范围内。数据仓库则承担着平台中大量数据的存储与处理任务，为数据分析模块提供数据支持。平台的数据分析工具能够帮助企业深入分析供应链数据，预测需求变化，优化库存水平[6]。平台的运行流程需要通过精确的工作流设计，确保从采购申请到订单完成的每一个环节都有明确的责任和标准操作流程。

数据整合与信息化成效是平台建设中不可忽视的另一个方面。国有企业电子商城平台建设的最终目的是提升企业采购的透明度，减少人为干预，便利员工生活采购，提高采购效率和对于员工的服务质量。

平台的构建不仅仅是数字化管理工具的引入，更多是如何通过信息化手段实现数据的整合，打破不同部门之间的数据孤岛。企业中的采购部门、财务部门和供应链部门的数据应该能够无缝对接，信息流通应实时同步。通过大数据分析，企业能够从海量数据中提取关键信息，为高层决策提供依据。这种信息化的成效不仅能提高工作效率，还能帮助企业在复杂的市场环境中做出更快速、更科学的决策。

提高采购透明度与效率是国有企业电子商城平台建设的核心目标之一。通过平台系统的实时监控功能，企业可以清楚地了解每一笔采购订单的执行情况，防止信息滞后和失真。平台可以根据实际需求与供应商进行动态调整，确保及时交货并避免因库存过多而造成的资源浪费。在物资采购招标过程中，要仔细审核中标企业的资质和能力，优选最佳的供应商，还要在采购中创新物资采购管理相关工作，有效推动国有企业现代化发展步伐，优化相关采购方式，提高采购质量，同时保证采购物资管理水平[7]。同时，系统自动化处理大量采购任务，减少了人工操作中的失误和延误，使得采购过程更加高效和规范化。借助平台数据分析功能，企业还能够快速评估采购过程中的瓶颈，及时采取措施进行改进。企业还可以通过平台对供应链进行精细化管理，提升供应链的响应速度和灵活性，从而更好地适应市场需求的变化。

支持企业战略决策的数据支撑作用是数字化转型的重要组成部分。通过电子商城平台收集的数据，企业能够从更宏观的角度了解市场动态、供应商表现和采购成本等信息。这些数据不仅能够为企业的日常运营提供支持，更能够为企业的战略决策提供精准的参考。例如，在制定年度采购计划时，企业可以根据平台提供的数据来预测市场需求和采购成本，为决策者提供全面的数据支持。平台的数据分析功能帮助企业减少盲目决策，确保战略目标的顺利实现。

3. 国有企业电子商城平台建设关键问题诊断

3.1. 技术层面问题

当前，国有企业在电子商城平台建设中普遍存在功能碎片化和系统集成难度高的问题。一方面，平台的功能往往随着业务需求的增长而不断叠加，缺乏顶层设计与整体架构规划，导致功能模块之间缺乏有机衔接。各业务模块独立开发、相互割裂，使得用户在操作过程中频繁切换系统，影响整体使用体验，降低了平台效率。另一方面，企业内部原有的数据系统、财务系统、供应链管理系统等通常采用不同厂商的技术标准和接口规范，缺乏统一的数据接口和通信协议，造成系统之间难以实现顺畅集成。这不仅加重了系统维护与开发成本，也限制了平台在信息共享、流程自动化等方面的功能拓展。由于不同系统在数据结构、口径、更新频率等方面存在差异，导致平台难以实现统一的数据视图和一致性管理。在缺乏统一标准的数据体系支撑下，采购决策依赖的分析数据常常存在逻辑不一致、指标口径混乱等问题，严重影响了数据驱动管理的科学性。标准化体系的缺失也使得平台难以进行横向对接与纵向整合，制约了后续数字化生态构建的可能性。

3.2. 制度机制障碍

在制度机制层面，国有企业电子商城平台的发展面临多重结构性障碍，首当其冲的是市场化运作与公共服务职能之间的平衡难题。国有企业既承担经济效益目标，又需履行政策导向与社会责任，在电子商城平台的设计与运营中，往往存在效率与公平之间的张力。例如，在选择供应商和设置准入门槛时，过度强调合规性和政策性可能削弱平台的市场竞争力，而过度市场化则可能削弱公共资源的监管能力，导致监管风险上升。

其次，部门协调机制的不畅严重阻碍了平台的高效运行。国有企业内部往往存在较强的部门本位主

义，不同职能部门在采购流程中的职责界定不清，信息共享不足，缺乏协同机制。平台推进过程中，技术部门、采购部门、财务部门往往各自为政，导致流程衔接不顺畅、权限配置冲突频发，影响平台运转效率和业务协同水平。

再者，平台运行责任与权限的模糊化也是普遍问题。当前许多国有企业在平台运维管理中，缺乏明确的责任主体和制度保障，平台由谁主导、谁负责、如何监督尚未形成系统机制。由于责任边界不清，当平台出现故障、数据错误或采购争议时，往往难以追责，甚至出现多方推诿的情况，影响平台的稳定性与权威性。

最后，传统采购机制与电子化手段之间的摩擦也不容忽视。传统采购习惯以人工操作、纸质流程为主，许多管理制度尚未实现电子化同步更新，导致在新旧制度转换过程中出现流程断裂、审批滞后等问题。部分制度规定未能适应平台自动化、智能化的新需求，形成制度性“瓶颈”，阻碍平台效益的充分发挥。

3.3. 人员与管理短板

在人力资源与管理方面，平台建设和运维也面临明显短板。一方面，平台运维人员数字素养不足，制约了系统的稳定运行和持续优化。多数企业在平台建设初期由外部厂商主导开发，内部运维团队缺乏系统培训与技术积累，无法独立应对系统升级、数据管理和安全保障等技术挑战。这一问题在平台运营进入常态化阶段后愈加突出，导致平台维护频发故障，响应效率低下，影响用户满意度。

另一方面，企业管理层对电子平台的重视程度不足，导致平台难以获得持续资源投入和战略支持。在部分国有企业中，电子商城平台仍被视为辅助性工具而非核心业务系统，缺乏战略高度的制度设计与绩效导向。管理层未能将平台建设纳入企业治理和绩效考核体系，导致资源配置不充分、发展动力不足。对平台数据价值的认知不足，使得管理层在数据驱动决策、风险控制、供应商治理等方面缺乏系统化利用平台能力的意识，限制了平台从“工具”向“引擎”的角色转变。

4. 优化建设路径与对策建议

4.1. 推动技术融合与系统集成

技术融合与系统集成的核心在于通过创新的技术手段整合国有企业电子商城平台的各项功能，提升平台的运营效率、服务能力和安全性。通过引入 AI 技术、大数据、区块链等高新技术，国有企业能够突破传统技术架构的局限，促进平台的深度集成与智能化转型，为更高效的采购管理提供坚实的技术支撑。

第一，引入 AI 技术是提升平台智能化程度的首要措施。AI 技术，尤其是机器学习和深度学习，能够通过分析历史数据来预测采购需求、优化库存管理，甚至可以自动生成采购订单或调整供应链策略。平台可以利用 AI 技术进行实时数据分析，提前识别市场趋势和潜在风险，从而提高决策的精确性与前瞻性。例如，AI 能够解析供应商的合同条款，识别潜在的风险或不公平条款，减少人工审核的工作量。

第二，大数据技术的引入，可以通过对企业过去采购行为、供应商表现及市场行情的分析，进行全方位的数据挖掘和预测建模。大数据的优势在于其能够从大量复杂的非结构化数据中提取有价值的信息，帮助企业实现精准的需求预测、个性化采购方案及供应商绩效评估。这种信息化管理可以为企业的决策提供坚实的支持，优化资源配置，提高运营效率。

第三，区块链技术作为一种去中心化、不可篡改的分布式账本，具有提高交易透明度、保障数据安全的功能。在电子商城平台中应用区块链技术，不仅能够确保采购交易的真实性和透明度，还能对采购数据进行加密保护，避免数据泄露与篡改，增强供应商与企业之间的信任。通过区块链技术，企业还可以实现供应链中的各环节数据共享，提升供应链管理的协同效率和响应速度。

4.2. 制度设计与治理结构

第一，跨部门协同机制是优化平台建设的重要保障。国有企业中，采购、财务、技术、法务等多个部门各自承担不同的职能，在平台的建设与运营中，这些部门往往各自为政，导致信息流通不畅，协调难度大。为了消除这些问题，企业应通过构建跨部门的沟通与决策机制，如设立专门的跨部门工作组、定期召开协调会议等方式，加强各部门的沟通和协作。通过这一机制，企业可以在平台建设过程中及时发现问题并迅速解决，避免部门间的信息滞后和决策偏差。

第二，明确平台管理权责体系对于确保平台稳定运行至关重要。当前，许多国有企业的电子商城平台在管理责任的界定上存在模糊不清的情况，这不仅增加了管理的复杂性，还容易导致责任不明、推诿现象的出现。为此，企业应从平台设计阶段起，明确各级管理者、运营人员、技术人员的职责，确保每一项工作都能有人负责，且责任清晰。与此同时，平台的运营管理应当形成一套清晰的流程与绩效评价机制，定期评估各部门的运行效果，并依据绩效制定相应的奖励与改进措施。

第三，采购规范化与流程透明化的推进是优化平台治理的核心目标。企业在推动电子商城平台建设的过程中，应加强对采购流程的标准化建设，明确每一环节的操作规范，避免因流程不清晰导致操作失误或不必要的审批环节。同时，通过数据透明化和公开化，企业能够提高供应商与采购方的信任，降低采购过程中的不规范行为，提升平台的公信力和市场竞争力。

4.3. 加强人员培训与组织转型

国有企业在推动电子商城平台建设的过程中，人员管理和组织转型是一个不可忽视的问题。由于传统的工作模式与新的数字化平台之间存在较大差距，企业必须通过系统的培训与组织转型，帮助员工提升数字化素养，增强平台的操作能力与创新能力。

第一，提升员工数字素养与平台使用能力是推动平台成功应用的基础。当前，国有企业在平台建设初期，常常忽视基层员工的培训，导致部分员工在实际使用过程中无法高效操作平台，甚至因技术不熟练而造成错误操作。因此，企业需要系统地开展培训课程，特别是对于基层员工和技术人员，定期开展操作流程培训和技术应用培训。此外，企业应当定期检查员工的操作技能，并根据员工的反馈及时调整培训内容，确保培训的有效性。

第二，激发基层员工与中高层的数字转型意识，让他们认识到数字化转型不仅是技术层面的升级，更是管理模式与工作方式的变革。尤其是中高层管理者，他们的转型意识直接决定着整个企业的数字化战略能否落地。为此，企业应定期举行管理层数字化转型培训，帮助他们理解平台的重要性，并通过数据驱动的决策支持平台进行日常管理。同时，鼓励基层员工提出数字化管理的创新思路，激发他们对平台的参与感和创造力。

第三，建设学习型组织，推动管理模式转型是确保企业可持续发展的关键。随着市场和技术的不断变化，企业必须具备持续学习与适应新技术的能力。为此，企业应鼓励员工不断提升专业能力，创建知识共享平台，推动信息与经验的交流与积累。通过这种方式，企业能够不断积累数字化管理经验，逐步转变为一个适应快速变化的学习型组织。

4.4. 打造“国有企业 + 平台经济”新生态

打造“国有企业 + 平台经济”新生态是推动国有企业平台化转型的终极目标。通过推动平台向生态化发展，企业不仅能够优化内部资源配置，还能实现与外部市场的深度融合，从而提高其在数字经济中的竞争力。一方面，平台生态化发展意味着国有企业电子商城平台将不再局限于单一的采购功能，而是向更广泛的产业链与服务链拓展。企业应鼓励平台与供应链上下游企业的合作，打造开放、共享的平台

生态,吸引更多的合作伙伴参与进来,提升平台的附加价值。例如,平台可以通过整合供应商、物流商、技术服务商等资源,构建一个以采购为核心、供应链协同为特色的多方参与的生态系统。另一方面,国有企业应积极参与国家级数字平台建设,为国家级公共资源配置提供服务。在数字化和平台化的背景下,国有企业作为经济的重要组成部分,应主动承担社会责任,通过参与国家级平台建设,优化公共资源配置,提升资源利用效率,并为政府和社会提供重要的数字化服务。这不仅能增强国有企业的社会影响力,还能进一步推动国家数字经济的发展。

5. 结语

国有企业电子商城平台建设是数字经济与实体经济深度融合的典型场景。国有企业电子商城平台的演进将深度融入国家战略竞争力重塑的历史进程,成为现代化经济体系数字化转型的枢纽节点。其发展轨迹将承载着数字经济时代国家力量的重构逻辑,在全球化产业链变革中彰显中国式现代化的制度优势与治理智慧。未来应不断推动电子商城平台从工具性应用向战略性基础设施升级,使其成为国有企业引领产业变革、服务国家战略的数字枢纽。

参考文献

- [1] 崔榕. “互联网+”背景下国有企业物资采购管理创新研究[J]. 中国物流与采购, 2024(17): 91-92.
- [2] 丁玮. 构筑国有企业采购新型电子商务平台的路径探索[J]. 中国集体经济, 2025(5): 97-100.
- [3] 刘利利. 电子商务在大型国有企业集中采购的应用探析[J]. 中国物流与采购, 2025(4): 107-108.
- [4] 刘明月. 国企数字化转型的难点及建议[J]. 企业管理, 2021(5): 115-117.
- [5] 徐丽丽. 国有企业集中化招标采购业务运行与维护研究[J]. 中国科技投资, 2023(32): 82-84.
- [6] 刘伟. 房地产企业设备物资采购电商化管理系统的开发与应用[J]. 中国电子商务, 2023(21): 41-44.
- [7] 唐雅妮. 刍议国有企业物资采购管理中的合同风险防控[J]. 中国物流与采购, 2023(4): 92-93.