

电商平台对初创公司的成长路径研究

葛礼岑, 吴丽丽*

甘肃农业大学管理学院, 甘肃 兰州

收稿日期: 2025年7月11日; 录用日期: 2025年7月25日; 发布日期: 2025年8月28日

摘要

电商平台作为数字经济时代的核心基础设施, 正在重塑初创企业的成长模式与发展轨迹。兴趣电商与内容电商及社交电商等新兴平台模式, 通过“货找人”的交易路径创新, 为初创企业提供了突破传统增长瓶颈的新机遇。电商平台推动下的初创企业成长路径, 具备技术创新与制度创新及商业模式创新三维融合特征, 这三者相互作用且协同演进。技术创新能给企业提供数字化工具与智能化支撑, 制度创新可构建信任机制及规范体系, 商业模式创新则实现价值创造逻辑的重构, 形成从效率驱动到锁定驱动的动态演化过程。然而, 平台匹配失误、渠道依赖、同质化竞争、数据治理不当等问题, 制约着初创企业的可持续发展。通过构建科学化平台选择体系与多元化风险防控机制, 以及差异化竞争策略与规范化数据治理制度, 能够有效优化初创企业在电商平台上的成长路径, 实现高质量发展目标。

关键词

电商平台, 初创企业, 成长路径, 商业模式创新, 数字化转型

Research on the Growth Path of E-Commerce Platforms for Start-Up Companies

Licen Ge, Lili Wu*

School of Management, Gansu Agricultural University, Lanzhou Gansu

Received: Jul. 11th, 2025; accepted: Jul. 25th, 2025; published: Aug. 28th, 2025

Abstract

As a core infrastructure of the digital economy era, e-commerce platforms are reshaping the growth models and development trajectories of start-ups. Emerging platform models such as interest-based e-commerce, content e-commerce, and social e-commerce, through the innovative “goods-finding-people” transaction path, provide start-ups with new opportunities to break through traditional

*通讯作者。

growth bottlenecks. The growth path of start-ups driven by e-commerce platforms exhibits a three-dimensional integration characteristic of technological innovation, institutional innovation, and business model innovation, which interact and co-evolve. Technological innovation offers digital tools and intelligent support for enterprises, institutional innovation helps build trust mechanisms and regulatory systems, and business model innovation enables the reconstruction of value creation logic, forming a dynamic evolution process from efficiency-driven to lock-in-driven. However, issues such as platform matching errors, channel dependency, homogeneous competition, and improper data governance constrain the sustainable development of start-ups. By constructing a scientific platform selection system, a diversified risk prevention and control mechanism, differentiated competition strategies, and standardized data governance systems, the growth path of start-ups on e-commerce platforms can be effectively optimized to achieve high-quality development goals.

Keywords

E-Commerce Platform, Start-Up Enterprises, Growth Path, Business 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

在数字经济浪潮席卷的当下, 电商平台已经从单纯的交易中介, 演变为驱动商业创新的重要引擎。传统电商平台所采用的搜索导向模式, 正被抖音与拼多多等新兴平台的推荐算法及社交裂变模式所颠覆, 消费者的购物行为从以往的主动搜索转变为如今的被动发现, 商业交易路径也因此发生了根本性的变革。初创企业面临着资源稀缺与合法性缺失及市场认知不足等多重成长困境, 传统线下渠道的高准入门槛及长周期回报机制, 难以满足其快速发展的需求。电商平台凭借低门槛准入与精准用户触达及数据驱动决策等优势, 为初创企业提供了全新的成长机遇。

2. 电商平台驱动初创企业成长的理论内涵

电商平台身为数字经济领域当中的重要基础设施, 凭借技术赋能以及生态构建的方式, 为初创企业提供全新成长机遇。若想深入理解电商平台驱动初创企业, 实现成长的内在运行机理, 需要从平台本质特征与价值创造机制, 以及模式演化逻辑等多个维度开展系统分析。

(一) 电商平台的本质特征与发展演进

电商平台作为数字经济时代的核心基础设施, 其本质特征具体体现为多边市场连接器与数据驱动引擎, 以及生态服务提供商这三重角色的深度融合。平台连接消费者与商家及服务商等多方主体, 形成强大网络效应及规模经济, 以此降低交易成本并提升匹配效率。在发展演进过程中, 电商平台从传统货架电商“人找货”模式, 转变为兴趣电商与内容电商及社交电商“货找人”模式, 该转变重构消费者购物决策路径及商业价值创造逻辑[1]。新兴平台模式借助算法推荐与内容种草及社交裂变等创新机制, 实现了从被动展示商品到主动触达用户的重大跨越, 为初创企业提供了更加精准且高效的获取渠道。

(二) 初创企业成长路径的价值创造机制

初创企业在电商平台驱动之下的成长路径, 展现出技术创新与制度创新及商业模式创新三维协同的价值创造机制[2]。技术创新借助大数据分析 with 人工智能推荐等数字化工具, 为企业提供技术基础并且降

低运营成本, 制度创新依靠平台规则体系以及信用机制, 构建起规范框架同时提供信任保障, 有效缓解企业所面临的信任缺失问题, 商业模式创新通过网络化价值网络重构这一方式, 实现价值转化以及盈利模式的重构。三维要素之间相互促进, 技术突破能够催生新的商业可能性并推动制度不断完善, 制度规范可以引导技术朝着特定方向发展, 商业模式创新会对技术提出全新的需求, 从而形成螺旋式上升的动态演化过程[3]。

(三) 平台型商业模式创新的演化逻辑

平台型商业模式创新, 按照从效率型创新到锁定型创新的阶段性演化逻辑来发展, 三维创新要素相互作用机制有着明显的阶段性特征。在创建阶段, 技术创新重点聚焦于解决信息不对称及交易成本的问题, 制度创新主要围绕基础交易规则及信用评价体系来展开, 商业模式创新, 体现为对传统交易流程进行数字化改造, 此阶段三维创新呈现出技术驱动的特征。在成长阶段, 企业开始转向锁定型创新, 通过提供场景化服务及个性化推荐来提升用户粘性, 技术创新注重提升智能化能力, 制度创新朝着精细化治理方向发展, 商业模式创新表现为构建多元化收入模式, 这一阶段三维创新呈现协同互动特征并形成复合生态。这种演化逻辑反映出平台企业, 从工具价值向平台价值转型的内在机理。

3. 电商平台驱动初创企业成长中存在的现实困境

虽说电商平台给初创企业带来了以往从未有过的发展机遇, 然而在实际开展运营工作的过程当中, 企业依旧面临着各种各样的挑战以及陷入诸多困境。这些存在的问题一方面是由于企业自身, 在认知及能力方面存在一定局限, 另一方面也受到平台生态及市场环境等制约因素的影响。

(一) 平台匹配失误导致的发展方向偏离

初创企业在电商平台选择时, 常常缺少对平台核心特征及运营逻辑的深入理解, 这使得企业发展战略与平台生态出现严重错配的现象。产品主导型企业在抖音这类兴趣电商平台, 依旧采用传统的关键词优化策略, 却忽视了内容创作及兴趣激发的核心机制, 服务主导型企业, 在小红书等内容电商平台过度依赖硬广投放, 未能充分利用种草经济的价值创造逻辑。这种平台与企业特质的错配还进一步体现为, 对不同发展阶段所需创新组合的认知偏差, 初创期企业过早开展系统化管理, 从而损失必要的灵活性, 成长期企业仍然运用粗放式运营进而错失规模化发展的关键机遇, 最终造成资源配置效率低下及战略目标偏离的结果。

(二) 过度依赖单一渠道产生的抗风险能力不足

初创企业在电商平台快速发展进程里, 很容易形成对单一平台过度依赖, 这种依赖关系在流量获取与数据积累, 以及技术支撑等多个维度呈现出脆弱性特征。企业核心获客能力完全建立于平台算法分发机制之上, 一旦平台调整推荐策略或者竞争环境出现恶化, 企业会面临流量断崖式下跌及获客成本急剧上升双重冲击[4]。企业的用户画像与交易分析以及行为预测等核心数据资产, 主要是存储在平台系统里面的, 很难建立起独立的数据分析体系及精准营销能力, 这在很大程度上制约了企业的自主发展空间。企业经营策略完全是围绕平台规则进行设计的, 并且缺乏独立的商业判断能力, 一旦平台规则发生变化, 企业需要付出巨大的调整成本及相当多的时间代价。

(三) 同质化运营模式引发的价格战陷阱

电商平台降低市场准入门槛所带来的便利性, 使得大量初创企业纷纷涌入同一赛道进行竞争, 由于这些企业缺乏核心技术壁垒以及独特价值主张, 所以普遍陷入了同质化竞争的恶性循环当中。众多企业销售相似产品且缺乏技术创新与品牌差异, 只能靠价格竞争来争夺市场份额, 此策略致使行业整体利润率下降及企业盈利能力恶化。企业普遍采用直播带货与 KOL 合作及内容营销等相似的营销手段, 造成获客成本持续上升而营销效果边际递减, 这就形成了营销投入与收益严重不匹配的艰难困境。企业仅仅是

把传统商业模式在线上进行简单复制, 未能充分利用平台的数字化能力, 开展服务创新及价值重构, 从而缺乏多元化收入来源以及可持续发展的内在动力。

(四) 数据治理缺失造成的法律风险暴露

随着数据要素价值变得日益凸显, 初创企业于电商平台运营过程中, 面临因数据治理缺失带来的多重法律风险与合规挑战。企业在平台上所产生的用户数据与交易数据, 以及行为数据的所有权及使用权边界较为模糊, 导致企业难以充分利用自身数据资产去进行商业决策及产品优化, 制约了数据驱动发展战略的实施效果。许多初创企业缺乏完善的数据安全管理制度及技术防护措施, 面临着数据泄露与恶意攻击以及系统入侵等多重安全威胁, 可能造成用户信息泄露及企业声誉损失。部分企业在追求业务增长过程中, 存在过度收集用户信息与滥用用户数据以及违规数据共享等行为, 面临监管处罚及法律诉讼的合规风险, 影响企业正常经营及长远发展。

4. 电商平台驱动初创企业成长的路径优化措施

针对刚刚创立的企业在电商平台发展进程当中, 所遇到的各种现实困境。有必要从战略规划与风险管控及竞争策略, 以及合规治理等多个不同层面, 来构建具备系统性的解决方案, 从而达成企业于平台生态里的可持续且健康的发展目标。

(一) 构建科学化平台匹配与发展定位体系

初创企业应建立基于企业类型识别与平台特征分析的双重匹配机制, 要通过系统性评估自身资源禀赋与发展阶段及核心能力, 来确定最适配的平台选择策略。产品主导型企业需要重点关注技术创新及效率型商业模式创新, 应优先选择具备强大供应链整合能力及精准流量分发机制的平台。服务主导型企业, 应重点关注新颖型商业模式创新及用户体验优化, 要选择拥有丰富内容生态及社交互动功能的平台, 企业要建立阶段性发展策略框架, 在初创期采用灵活的 OKR 目标管理及轻量级考核体系, 重点关注产品与市场匹配度的验证及优化, 在发展期推进体系化建设及跨部门协同机制, 在成熟期实施精细化运营及长期价值创造策略。企业通过构建平台特征数据库及企业能力评估模型, 能够实现科学化的平台选择及动态化的发展定位调整。

(二) 建立多元化渠道布局与抗风险机制

初创企业要采用多平台协同发展的渠道布局策略, 在传统货架电商与兴趣电商等不同类型平台上, 建立差异化业务布局, 借助风险分散机制降低对单一平台的过度依赖[5]。企业需要强化自主能力建设的相关体系, 着重提升数据分析能力与技术研发能力, 以及品牌建设能力等核心竞争能力。建立独立的客户关系管理系统以及私域流量运营机制, 以此增强用户粘性及自主获客的能力水平, 企业应当构建平台规则监测及预警的有效机制, 通过专业团队密切关注各个平台政策变化的具体趋势, 提前制定应对预案以及风险缓释的相关措施, 减少平台规则调整给企业经营带来的冲击影响。企业通过与平台建立战略合作关系, 可获得更多政策支持及资源倾斜, 提升在平台生态中的话语权及影响力, 以构建更稳固发展基础。

(三) 塑造差异化运营优势与价值创新策略

初创企业要靠技术创新与产品创新来构建核心竞争壁垒, 同时加强自主知识产权方面的研发投入, 开发出具备独特技术优势及用户价值的差异化产品, 以此避免陷入同质化竞争引发的价格战陷阱。企业需要充分借助平台的数字化能力开展服务模式创新, 通过大数据分析来提供个性化推荐服务, 运用人工智能技术提升客户服务的整体效率, 利用物联网技术实现智能化的用户体验, 进而创造出超越传统商业模式的价值增量[3]。企业应该探索多元化的商业模式以及盈利来源, 从单纯的产品销售模式朝着订阅模式与共享模式等新型商业模式转型, 通过服务创新与生态合作等方式, 拓展自身的收入渠道[6]。企业通

过品牌故事塑造及文化建设, 能够与用户建立深层次的情感连接, 提升品牌忠诚度以及溢价能力, 最终形成可持续的竞争优势。

(四) 完善规范化数据治理与法律保障制度

初创企业要建立起完善的数据治理体系与管理制度, 明确数据收集与存储、使用以及共享的规范流程及操作标准, 以此确保数据使用的合法合规与安全可控。企业需要采用先进的数据安全防护技术及管理措施, 涵盖数据加密与访问控制、安全审计及漏洞扫描等技术手段, 建立多层次的数据安全防护体系, 并且定期开展安全风险评估及应急演练, 及时发现并修复安全隐患。企业应严格遵循数据保护法律法规的相关要求, 在数据收集环节明确告知用户并获取合法授权, 在数据使用过程中, 遵循最小化原则及目的限制原则, 在数据存储环节采用去标识化及匿名化处理技术。通过建立专业的数据管理团队及数据治理委员会, 企业能够确保数据的准确及完整与及时, 提升数据驱动决策的科学性, 为企业可持续发展提供坚实保障。

5. 结语

电商平台在数字经济时代已成为初创企业实现跨越式发展的重要载体, 通过技术赋能与制度支撑以及模式创新等多维机制, 重构传统企业成长逻辑。研究表明电商平台驱动的初创企业成长路径, 具备多样性及动态性与阶段性特征, 不同类型企业需依据自身资源禀赋来选择适配的发展策略。然而平台依赖风险与同质化竞争及数据安全等问题, 仍制约着初创企业的可持续发展。未来要在政策引导与平台治理及企业自主创新等方面协同发力, 构建更为健康有序的数字商业生态。伴随人工智能与区块链等新技术的深度应用, 电商平台对初创企业的赋能作用将进一步增强, 为数字经济高质量发展注入全新动能。

参考文献

- [1] 王慧敏. 数字化转型背景下服装电商平台发展的创新策略研究[J]. 化纤与纺织技术, 2025, 54(5): 85-87.
- [2] 黄绍升, 闫春. 要素协同驱动电商平台互补企业创业绩效组态路径研究[J]. 科技进步与对策, 2023, 40(11): 122-130.
- [3] 朱国军, 赵鼎新, 郑鸿浩. 大数据合作资产赋能下电商平台企业自有品牌的成长机理——基于小米有品和网易严选的双案例研究[J]. 北京交通大学学报(社会科学版), 2024, 23(3): 130-140.
- [4] 张寒琦. 跨境电商平台对中小企业出口贸易的影响机制研究[J]. 商场现代化, 2025(11): 94-96.
- [5] 王德宝. 中小电商企业基于电商平台的供应链融资研究[J]. 国际商务财会, 2023(8): 20-23.
- [6] 钟涛. 直播电商的发展要素、动力及成长持续性分析[J]. 商业经济研究, 2020(18): 85-88.