

# 电商企业中非物质激励措施的实施策略分析

王丽蓉

甘肃农业大学管理学院, 甘肃 兰州

收稿日期: 2025年7月22日; 录用日期: 2025年8月4日; 发布日期: 2025年9月1日

## 摘要

在电商行业快速发展背景下, 传统物质激励措施边际效应递减, 数字化非物质激励措施成为企业人力资源管理的重要工具。电商企业面临传统激励模式局限、行业环境特殊需求和员工自主性需求等现实挑战, 亟需构建适应数字化环境的非物质激励体系。通过构建个性化数字职业发展通道、打造智能化弹性办公环境、建立多维度实时绩效认可机制以及推进多元激励措施协同整合四大策略, 能够有效满足员工精神需求和成就感。策略实施应注重精准化设计、系统化整合和动态化调整, 通过持续迭代升级, 实现激励效果最大化, 推动企业人才竞争力与市场适应性协同提升。

## 关键词

电商企业, 非物质激励, 实施效果, 员工满意度, 组织承诺

# Analysis of the Implementation Effect of Non-Material Incentive Measures in E-Commerce Enterprises

Lirong Wang

School of Management, Gansu Agricultural University, Lanzhou Gansu

Received: Jul. 22<sup>nd</sup>, 2025; accepted: Aug. 4<sup>th</sup>, 2025; published: Sep. 1<sup>st</sup>, 2025

## Abstract

Against the backdrop of rapid e-commerce industry development, the marginal effects of traditional material incentives are diminishing, making digital non-material incentives an important tool in enterprise human resource management. E-commerce enterprises face realistic challenges including limitations of traditional incentive models, special industry environmental needs, and employee autonomy demands, urgently requiring the construction of non-material incentive systems adapted

to digital environments. Through four major strategies—constructing personalized digital career development channels, creating intelligent flexible office environments, establishing multi-dimensional real-time performance recognition mechanisms, and promoting collaborative integration of multiple incentive measures—enterprises can effectively meet employees' spiritual needs and sense of achievement. Strategy implementation should focus on precise design, systematic integration, and dynamic adjustment, achieving maximum incentive effects through continuous iteration and upgrading, promoting coordinated enhancement of enterprise talent competitiveness and market adaptability.

## Keywords

E-Commerce Enterprises, Non-Material Incentives, Implementation Strategies, Digital Management, Talent Motivation

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

互联网技术快速发展推动电商行业蓬勃兴起，电商企业面临激烈市场竞争和人才争夺状况，在这种背景下有效激励员工成为企业可持续发展关键因素。刘昕认为人力资源管理数字化转型是一种革命性的管理变革[1]，传统的物质激励措施虽然能够满足员工的基本需求，但随着员工收入水平提高和价值观念转变，单纯物质激励难以充分调动员工工作热情，张珺等人指出非物质激励满足企业和员工双向需求促使企业探索更先进有效激励形式[2]。王吉庆研究发现个人成长工作胜任和组织环境等非物质激励因素对创新型人才供给有显著正向影响[3]。基于自我决定理论，本文提出数字化职业发展体系、办公环境优化和实时化绩效认可三项措施，分别对应满足员工胜任感、归属感和自主性需求，为电商企业提供系统性非物质激励思路。

## 2. 非物质激励概述

非物质激励是指企业通过满足员工精神层面需求来调动其工作积极性的激励方式，主要包括职业发展机会、工作环境改善、成就认可、培训学习、工作自主权等措施[2]。和传统物质激励相比较，非物质激励更注重对员工内在动机的激发，通过满足其自尊需求、自我实现需求以及社会归属需求来提升工作满意度和组织承诺度，在数字化时代背景之下，非物质激励呈现出智能化、个性化、实时化的新特征，企业可运用大数据分析、人工智能等技术手段为员工提供更精准有效的激励支持。

电商企业的非物质激励有着鲜明的行业特色和数字化特征。一方面，电商行业快节奏高竞争的工作环境要求激励措施具备灵活性和适应性，比如弹性工作制、远程办公支持、跨部门项目轮岗等；另一方面，数字化技术的广泛应用为非物质激励提供了新的实现路径，包括构建数字化职业发展平台、建立实时绩效反馈系统、优化智能化办公环境等，这些措施不仅能有效满足电商从业人员对专业成长、工作效率和创新发展的需求[4]，还能增强企业的人才吸引力和竞争优势，为企业在激烈市场竞争中获得可持续发展提供重要支撑。

## 3. 电商企业实施非物质激励措施的现实需求

基于对非物质激励理论内涵的理解，电商企业在实施非物质激励时面临着多重现实挑战。传统激励

模式边际效应递减、电商行业特殊环境有复杂要求以及员工自主性需求日益增强，这几方面共同构成电商企业构建新型激励体系的内在驱动力。这些现实需求能为制定针对性实施策略提供重要依据。

#### (一) 传统激励模式面临的挑战与局限

传统以薪酬奖金为主的物质激励模式在电商企业中逐渐显现出边际效应递减的问题。随着电商行业薪酬水平整体提升，单纯物质奖励难以形成显著激励差异，员工对加薪升职等传统激励方式的敏感度明显下降[5]。电商企业面临激励成本持续上升和激励效果逐步减弱的矛盾日益突出，企业投入更多物质激励资源不能获得员工工作积极性同比例提升。传统激励模式缺乏个性化和精准化特征，无法有效满足不同岗位和不同发展阶段员工的差异化需求，导致激励资源配置效率低下，部分员工出现激励过度或激励不足情况影响整体团队工作热情和协作效率。

#### (二) 电商行业特殊环境下的激励需求

电商行业有技术迭代快、市场变化频繁且竞争激烈这些显著特征，这对员工激励提出了特殊要求。电商业务存在时效性和季节性波动的情况，这就要求激励机制具备高度灵活性，能快速响应业务高峰期人员需求与工作强度变化，传统固定式激励模式难以适应这种动态变化[6]。电商从业人员需要持续学习新技术、新平台和新营销方式，他们对知识更新和技能提升的需求极为迫切，需要激励机制能有效支撑员工持续学习和能力发展。电商业务涉及技术开发、产品运营、数据分析和客户服务等多个专业领域，跨部门协作和创新思维十分重要，需要激励机制能促进团队协作、鼓励创新实践，形成适应快速变化市场环境的组织能力和竞争优势。

#### (三) 员工自主性需求与企业发展目标的契合

电商企业员工普遍具有较高的教育背景和专业技能，对工作自主权、决策参与权和创新自由度有着强烈需求，希望在工作中能够发挥主观能动性和创造性。这种自主性需求体现于渴望参与产品设计决策、拥有工作方式选择权、获得项目主导机会等方面，员工更看重能否在工作中实现自我价值与职业成长，电商企业的发展也需要员工发挥主观能动性，在快速变化市场环境中主动识别机会、创新解决方案、优化业务流程。员工自主性需求的满足能激发其内在工作动力，促使其主动承担责任、积极寻求突破，这与企业追求创新发展、提升竞争力目标高度契合，形成员工个人成长与企业发展良性互动循环，为实施非物质激励措施提供坚实内在驱动力。

## 4. 电商企业实施非物质激励措施的策略

针对前述分析的现实需求，电商企业需要构建系统性的非物质激励实施策略。通过构建个性化数字职业发展通道、打造智能化弹性办公环境、建立多维度实时绩效认可机制以及推进多元激励措施协同整合，形成能覆盖员工职业发展全过程的激励体系，达成从理论分析到实践应用的有效转化。

#### (一) 构建个性化数字职业发展通道与成长支持体系

电商企业应依托大数据分析技术构建精准的员工技能画像系统，通过深度挖掘员工的学习轨迹、项目贡献度、技能掌握水平、业务偏好等多维度数据，为每位员工制定差异化的职业发展规划。企业需建立技术研发、产品运营、数据分析、用户增长、供应链管理、跨境电商等多条专业发展通道，充分体现电商业务的多元化特征，员工可依据自身专业背景、兴趣爱好和能力特长选择最适合的发展方向，同时建立通道间的转换机制，允许员工在职业发展过程中根据市场需求变化和个人成长情况灵活调整发展路径。

为有效支撑个性化发展需求，企业需构建完善的数字化学习支持体系和可视化管理平台。通过内部在线学习平台提供电商核心技能培训内容，涵盖直播带货技巧、社群运营策略、数据挖掘方法等专业课程；建立项目轮岗以及跨部门协作相关机制，让员工在实际业务场景里积累丰富实战经验；设立内部技能认证体系并且和阿里云、腾讯云等行业权威认证机构开展合作，为员工提供专业资质提升通道；利用

可视化技术实时展示员工技能成长曲线、项目参与度和业务贡献值，使职业发展过程变得更加透明化和可量化来激发员工持续学习和自我提升内在动力。

## (二) 打造智能化弹性办公环境与协作平台

电商企业应充分运用人工智能和物联网技术优化办公环境配置，为不同专业岗位员工提供精准化工作支持。如为数据分析师配备多屏幕工作站和 GPU 加速计算设备，以此支持大规模用户行为数据分析和实时营销效果监测，再比如为运营人员建立智能化业务监控中心，通过可视化大屏实时展示 GMV、转化率、客单价等关键业务指标的变化趋势，还可以部署 AI 智能客服机器人来处理标准化客户咨询，从而释放人工客服让其专注于复杂问题解决和 VIP 客户个性化服务，并且建立智能化办公管理系统，让员工能够通过移动 APP 随时查看销售数据、参与远程会议以及处理紧急业务事件。

针对电商业务的强时效性特征和员工工作生活平衡诉求，企业应实施灵活多样的弹性工作制度设计。建立轮班制与弹性工作时间相结合的模式，保证如双十一、618 等业务高峰期有充足人力保障，让员工在平时能享受灵活的作息安排，构建线上线下深度融合的协作平台，整合钉钉、企业微信、腾讯会议等工具，支持跨地域团队进行无缝协作，建立内部知识分享社区，鼓励员工分享电商运营技巧、市场洞察和创新案例，形成浓厚学习氛围和知识传承文化，营造出既高效专业又充满人文关怀的现代化工作环境。

## (三) 建立多维度实时绩效认可与激励反馈机制

电商企业应构建基于业务数据驱动的多层次绩效认可体系，设立体现电商行业特色的专项奖励类别。建立用户体验优化奖、数据洞察贡献奖、创新营销策划奖、客户满意度提升奖、社群运营卓越奖等特色奖项都要建立起来，以此鼓励员工在提升用户购物体验、挖掘商业价值数据、创新数字营销模式、优化客户服务质量、激活用户社群活跃度等电商核心业务领域不断创新和改进，同时要建立动态实时排行榜系统，依据销售业绩、用户转化率、客户满意度评分、项目完成质量、团队协作贡献等关键绩效指标，实时更新展示个人和团队表现情况进而形成积极向上竞争氛围。

全面推行成长积分制度和即时反馈机制，让员工通过参与新产品开发、跨部门协作项目、专业技能培训、行业知识分享、用户调研活动等多元化贡献获取相应积分奖励。积分能够兑换参加电商行业峰会、获得知名院校进修机会、申请内部创新项目资金、享受带薪学习假期等珍贵发展资源，建立基于企业内部社交平台和项目管理系统的即时反馈体系，让员工及时了解工作成果商业价值和市场影响并获得来自同事、上级和跨部门合作伙伴多方认可与专业赞赏，持续强化其职业成就感和企业归属感以形成激励效果正向强化循环。

## (四) 推进多元激励措施的协同整合与优化升级

电商企业需要系统性地统筹规划各项非物质激励措施，构建相互促进、协同发力的整体激励生态体系。建立由人力资源部门牵头、各业务部门共同参与的激励措施协调委员会，确保职业发展通道设计与实际业务需求高度匹配、办公环境配置与岗位工作特点深度契合、绩效认可标准与企业战略目标紧密关联。通过构建统一的数字化激励管理平台，实现职业发展规划、环境资源配置、绩效数据采集等各项功能模块的无缝对接和数据实时共享，建立激励措施间的关联性分析模型和效果评估算法，精准识别不同措施之间的相互影响机制和协同放大效应。

制定科学合理的分阶段系统推进策略，根据企业发展阶段特点和员工队伍成熟度水平有序实施各项激励措施。初期阶段重点建立基础的数字化技术平台和标准化认可流程；中期阶段全面完善个性化职业发展体系和智能化环境优化措施；后期阶段实现各项措施的深度融合集成和人工智能化升级改造，建立涵盖员工满意度调研、行为数据挖掘分析、绩效指标动态跟踪的全方位监测评估体系。定期评估激励措施实施效果和员工反馈情况，及时识别潜在问题并制定针对性的优化调整方案，积极学习借鉴阿里巴巴、京东、拼多多等领先电商企业的成功经验，不断迭代升级激励策略内容和实施方法，确保激励体系始终

保持先进性和有效性。

## 5. 结语

电商企业非物质激励措施的策略构建需要基于对激励理论的深入理解和对行业特点的准确把握。传统激励模式在电商环境下面临的挑战促使企业必须探索更加符合员工多元化需求和企业发展目标的激励方式。个性化数字职业发展通道、智能化弹性办公环境、多维度实时绩效认可机制和多元激励措施协同整合这四大策略为电商企业提供系统性解决方案，策略实施过程要注重精准化设计、系统化整合以及动态化调整并通过持续优化升级确保激励效果最大化，电商企业应结合自身发展阶段与员工特征科学选择和组合实施策略构建具行业特色非物质激励体系实现员工发展与企业成长良性互动。

## 参考文献

- [1] 刘昕. 人力资源管理数字化转型: 内涵、理论基础与实践启示[J]. 社会科学辑刊, 2025(1): 128-137, 238.
- [2] 张琨, 倪娟, 文珊. 企业积分制非物质激励模式研究[J]. 中国电力企业管理, 2024(6): 68-69.
- [3] 王吉庆. 非物质激励因素对物流企业创新型人才供给影响研究[J]. 中国物流与采购, 2023(24): 57-58.
- [4] 张敏宁. 非物质激励因素对年轻知识型员工工作满意度的影响研究[J]. 全国流通经济, 2023(24): 91-94.
- [5] 陈婧, 王素娟, 张凤君. 跨境电商发展背景下中小型饲料企业电商人才培养与激励问题研究[J]. 中国饲料, 2023(20): 149-152.
- [6] 李翔. 中小企业管理人员非物质激励问题研究[J]. 质量与市场, 2021(12): 115-116.