

电商环境下企业采购效率提升机制分析

丁 璐

甘肃农业大学管理学院, 甘肃 兰州

收稿日期: 2025年12月30日; 录用日期: 2026年1月12日; 发布日期: 2026年1月29日

摘 要

电子商务技术极大程度地改变了企业采购模式, 借助平台化、数据化、智能化技术构建起新型采购体系。技术赋能机制达成供需精准匹配与决策科学化, 交易重塑机制凭借信息透明和流程标准化降低交易成本, 组织适配机制推动权责配置优化与能力持续积累。三大机制协同发挥作用形成完整的效率提升路径, 为企业采购数字化转型提供了理论框架与实践指引。

关键词

电子商务, 企业采购, 效率提升, 数字化转型, 供应链协同

Analysis of Mechanisms for Improving Corporate Procurement Efficiency in the E-Commerce Environment

Lu Ding

School of Management, Gansu Agricultural University, Lanzhou Gansu

Received: December 30, 2025; accepted: January 12, 2026; published: January 29, 2026

Abstract

E-commerce technology has profoundly transformed corporate procurement models, building a new procurement system through platform-based, data-driven, and intelligent technologies. The technology empowerment mechanism achieves precise matching of supply and demand and scientific decision-making; the transaction reshaping mechanism reduces transaction costs through information transparency and standardized processes; and the organizational adaptation mechanism promotes optimized allocation of responsibilities and continuous capability accumulation. These three mechanisms work together to form a complete path for efficiency improvement, providing a

theoretical framework and practical guidance for the digital transformation of corporate procurement.

Keywords

E-Commerce, Corporate Procurement, Efficiency Improvement, Digital Transformation, Supply Chain Collaboration

Copyright © 2026 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

全球电子商务的规模在持续不断地扩张,企业采购模式正经历着深刻的变革。传统采购存在信息不对称、流程冗长、成本控制困难等固有缺陷,难以适应市场快速变化的实际需求,电商平台凭借技术优势打破了时空限制,为企业提供更广阔的供应商选择空间,学术界对电商采购研究集中在特定领域。现有的研究大多集中在具体应用场景方面,如何钰等人探讨招标采购效率优化策略[1]。彭新良等人总结我国企业数字化采购发展特点与实践[2]。王丹玥等人从供应链管理视角分析军工企业电商采购模式[3]。这些研究为大家理解电商采购提供了丰富实践案例,不过系统性分析效率提升内在机制的综述比较缺乏。弄清楚电商环境下效率提升内在逻辑机理,对企业制定数字化转型战略具有指导价值。

2. 电商环境下采购效率提升的技术赋能机制

(一) 平台化技术驱动供需精准匹配

电商平台打造的数字化交易基础设施,把分散供应商资源和企业采购需求汇聚到统一虚拟市场空间,形成规模化的供需对接网络。平台建立标准化的商品信息展示体系,要求供应商按统一分类标准、属性标签、质量认证上传产品数据,让采购方能快速定位符合技术规格与质量要求的潜在合作对象。智能推荐算法依据企业历史采购记录、行业特征以及交易偏好等多维参数,主动筛选出匹配度相对较高的供应商清单,有效缩短了信息检索的时间跨度,平台整合的信用评价机制把以往交易方的履约表现、服务响应和质量稳定性转化成可量化的信誉分值,为采购决策提供了风险评估的可靠依据[4]。这种技术架构突破了传统采购受地理区域与既有关系网络限制的约束,让企业能够在更广阔供应商池中实现资源优化配置。从交易成本理论看,平台标准化降低了资产专用性——企业无需为每个供应商投入定制化系统和专门团队,转换成本大幅降低[5]。

(二) 数据化技术支撑采购科学决策

海量交易数据不断积累并且进行深度挖掘,为企业采购从经验判断转向数据驱动决策奠定基础。电商平台所记录的历史采购订单、价格波动曲线以及供应商交付周期等结构化数据,经过清洗与整合之后形成可供分析的采购知识库。时间序列分析技术可识别物料消耗周期性规律和趋势性变化,能为制定采购计划提供需求预测方面的支持,进而避免库存积压以及缺货等相关风险,价格监测系统会追踪同类产品在不同时间节点和不同供应商处的报价差异,有助于采购人员把握市场行情的走势,从而选择成本最优的采购时机。供应商绩效评估从单一的价格比较拓展成综合质量合格率、准时交付率和售后响应速度的多维度量化模型,数据分析工具能够快速生成供应商能力方面的画像,可为战略采购伙伴选择提供较为客观的依据。这验证了交易成本理论对不确定性的分析:数据透明化降低了环境不确定性(需求、价格

波动)和行为不确定性(供应商履约风险)。

(三) 智能化技术推动流程深度再造

人工智能技术把传统采购流程进行了系统性解构和智能化重组,机器学习算法可以自动识别采购需求的紧急程度、金额规模和物料类别,进而匹配差异化的审批权限以及处理路径,消除了人工判断和多级转交所造成的时间延误。自然语言处理技术被运用到合同文本审查环节当中,凭借语义理解识别条款里权利义务分配、违约责任界定、争议解决机制等关键要素,标注出潜在法律风险点,提升合同管理精准性与合规性。智能客服系统承接供应商询价答复、订单状态查询、异常情况处理等高频次重复性事务,释放采购人员聚焦战略性任务的时间与精力资源。机器人流程自动化技术会把订单数据录入、发票信息核验以及付款流程触发等标准化操作进行程序化执行,减少了因人为失误而导致的数据偏差和流程停滞情况,进而让采购管理从局部环节优化延伸到全流程智能化变革。从组织信息处理理论看,AI 技术使组织能同时处理更高维度、更大规模的决策,突破了 Galbraith 所述的人工处理“带宽”限制。

3. 电商环境下采购效率提升的交易重塑机制

(一) 信息透明化改进搜寻效率

电商环境依靠强制性信息披露规则和开放式数据共享机制,明显降低采购方获取市场信息的成本与难度。供应商资质认证、产品技术参数、生产工艺标准、质量检测报告等关键信息以结构化形式公开展示,改变传统采购模式下信息获取依赖线下走访、样品测试、多轮询价的低效状态[6]。价格透明化让采购方可以快速比对同类产品在不同供应商处报价差异,识别异常波动背后隐藏的市场供求信号,避免因信息不对称而造成的议价劣势,平台要求供应商定期更新生产资质、质量体系认证、环保合规证明等动态信息,使采购方能够实时掌握供应商经营状态的变化情况,降低合作过程当中存在的潜在风险。第三方认证机构独立核验供应商的资质,增强了相关信息的可信度与可靠性,信息透明化让采购决策从模糊判断转为理性比较,大幅压缩搜寻阶段投入的时间与人力资源,这使得资源配置的准确性和效率实现同步提升。从委托代理理论的角度,信息透明化能够降低代理成本,传统采购过程中存在着严重信息不对称情况,供应商可能隐瞒质量缺陷或者虚报成本,企业需要投入大量监督方面的成本,电商平台借助强制信息披露以及第三方认证方式,实现了集体监督机制,比单个企业的监督更具备效率。

(二) 交易标准化增强协调效率

电商平台所建立的标准化交易规则体系,统一了采购询价、报价、议价、合同签订、订单执行等环节操作规范,消除了不同供应商采用差异化流程导致的协调摩擦。标准化的产品分类体系与编码规则,让采购需求描述变得更加精确,避免了因术语理解偏差引发的重复沟通与需求确认。电子合同模板预先设置了质量标准、验收条款、付款方式、违约责任等通用交易条款,采购双方只需针对价格、数量、交期等核心要素开展协商,法律条款会自动适配从而简化合同谈判复杂度,订单管理系统把采购申请、审批流转、订单下达、物流跟踪、收货确认、款项支付等节点进行流程化处理,每个环节的责任主体、处理时限、转接条件都有明确规定,减少人工传递导致的信息衰减。标准化的物流接口让货物在途信息实时同步到采购系统,异常状况触发自动预警使协调响应速度显著加快。从交易成本理论里的交易频率维度,标准化机制达成了不同类型交易和治理结构的最优匹配,高频标准化交易依靠模板化流程来降低协调成本,低频复杂交易在标准化框架中仅需定制核心条款,这验证了 Williamson 所提出的区别化契约理论。

(三) 多主体协同优化运营效率

在电商环境中的采购活动会涉及企业内部需求部门、采购部门、财务部门以及外部供应商、物流服务商、金融机构等多元主体,数字化协同平台达成了信息实时共享与业务高效联动的效果。需求部门能够通过系统直接发起采购申请并且附带详细的技术规格与应用场景说明,采购部门基于历史交易数据推

荐合格供应商备选清单，各部门借助工作流引擎实现并行审核而不是串行传递，避免了传统模式下多轮线下沟通与审批延误的情况[7]。供应商接收订单以后同步更新生产排期跟原料库存状态，物流服务商依照交付地址与时效要求来优化配送路径，财务系统根据合同条款自动生成付款计划和资金占用预测，各个环节都是并行推进而并非串行等待。协同平台所记录的全流程数据给绩效评估提供了客观依据，采购周期、订单准确率以及供应商响应时长等指标可追溯且可量化，运营瓶颈能够得到精准定位。多主体在统一数字空间开展实时互动，把采购从孤立的职能活动转变为跨组织边界的协同价值创造过程。

4. 电商环境下采购效率提升的组织适配机制

（一）采购权责配置的动态平衡

电商技术让企业有能力在集中采购和分散采购间找动态平衡，改变传统组织架构下权责配置刚性特征。集中采购模式靠规模经济降低采购成本，不过易忽视各业务单元差异化需求，分散采购模式提升了需求响应速度，却会削弱企业整体的议价能力。电商平台提供的权限分级管理功能，能让企业依据物料战略重要性、采购金额阈值、供应市场复杂程度这些维度，灵活划分集中管控和授权采购的边界，标准化物料和大宗原材料的采购决策权往总部集中，以此获取批量折扣和稳定供应保障，非标准化物料与小额零星采购的决策权下放到业务部门，从而提升需求匹配精度和采购响应速度[8]。数字化系统所记录的采购行为数据给权责配置调整提供评估依据，企业可依据市场环境变化、供应链风险波动、业务战略转型等因素，动态优化集权与分权之间的比例关系，实现效率与控制最优组合。

（二）供应商关系网络化演进

电商环境促使企业从传统线性供应链关系向网络化供应商生态系统转变，供应商管理由单向控制逐渐演变成双向互动与多边协作模式，传统采购模式当中企业同少数核心供应商构建长期稳定合作关系，不过供应商集中度过高让供应中断风险与议价依赖有所增加。电商平台汇聚的大量供应商资源为企业搭建多元化供应网络提供条件，企业可以依据不同物料类别和采购场景同时维护战略合作型、竞争比价型、应急备份型等差异化的供应商组合，数字化协同工具让企业和供应商之间的信息交互从周期性沟通变成实时共享，质量反馈数据、技术改进建议、市场需求变化等关键信息的双向传递，推动供应链各节点协同创新与快速响应能力提升[9]。供应商通过平台开展横向协作在产能共享、技术互补、物流整合等方面产生协同效应。网络化关系结构增加了供应体系的冗余度与韧性，使单一供应商履约波动对企业运营的冲击大幅降低。

（三）采购能力持续积累与更新

在电商环境中采购管理从依靠个体经验转变为向组织知识体系化建设发展，采购能力借助数据沉淀、流程固化以及技能迭代达成持续积累和动态更新。传统采购人员所具备的市场洞察、供应商评估与谈判技巧等隐性知识很难在组织内部进行传递和复用，人员流动会造成采购能力出现断层。电商平台所记录的完整交易数据、供应商绩效评价以及采购决策过程等信息，被转化成结构化的知识资产存储在组织记忆系统中，新进采购人员就能通过检索历史案例快速掌握业务规则与操作规范，智能推荐系统所嵌入的最佳实践模型，将经验丰富采购人员的决策逻辑进行程序化处理，从而让知识从个人层面往组织层面转移，采购人员的角色从执行重复性操作转变为处理复杂谈判、供应商关系维护以及采购战略制定等高价值任务，其技能结构也会随之升级。持续进行的数据反馈和绩效监测推动采购流程持续优化，让组织学习能力得以增强，能力积累机制使企业采购效率提升从短期技术应用效应拓展成长期组织能力建设[10]。从组织学习理论看，数字化组织记忆实现了隐性知识显性化和个人知识组织化，这代表了知识管理从依赖个体经验向系统化知识资产转变的模式创新。

5. 结语

电商环境为企业采购效率的提升提供了技术支撑和模式创新的双重动力。技术赋能、交易重塑、组织适配三大机制构成了完整的效率提升体系，从理论层面，研究基于交易成本经济学和组织信息处理理论，揭示了电商环境如何通过降低资产专用性和不确定性重构交易治理，如何通过提升信息处理能力改变组织设计逻辑，丰富了供应链管理理论与数字化转型研究视野，从实践层面，企业要依据自身特征去选择合适的数字化路径。未来研究可以朝着深化技术组合应用的协同效应、不同行业的差异化策略、跨境电商的全球采购网络优化、数字化采购对组织能力的长期影响等方向发展。

参考文献

- [1] 何钰, 李广军, 劳德. 企业招标采购效率与成本优化策略研究[J]. 中国物流与采购, 2024(21): 63-64.
- [2] 彭新良, 郑敏, 徐文涛, 等. 2024 我国企业数字化采购发展特点、优秀实践及展望[J]. 供应链管理, 2024, 5(8): 111-128.
- [3] 王丹玥, 郑爱华, 李晶华. 基于供应链管理视角的军工企业新电商采购模式研究[J]. 企业改革与管理, 2020(11): 18-19.
- [4] 郑际州, 王俊锋, 宋泽林, 等. 企业采购数字化转型的多维探索与实践[J]. 中国招标, 2025(S1): 42-52.
- [5] 徐峰. 数字化转型对企业采购与供应链效率的影响研究[J]. 中国物流与采购, 2025(4): 109-110.
- [6] 邓招芬. 企业电商化采购模式的分析研究[J]. 招标采购管理, 2022(3): 27-30.
- [7] 李怀光. 内部采购商城对企业采购计划优化提升分析[J]. 中国招标, 2024(9): 109-114.
- [8] 朱健姣. 数字化转型下的国有企业物资采购效率提升路径[J]. 商业 2.0, 2025(2): 61-63.
- [9] 林盛. 建筑企业非生产性物资电商采购模式开发与实践[J]. 建筑科技, 2023, 7(3): 159-161, 168.
- [10] 元雪松. 电子采购平台在提高采购效率中的应用研究[J]. 中国物流与采购, 2025(2): 117-118.