

# 电商企业灵活用工模式对薪酬激励体系的影响研究

陈铭舟

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

电商企业业务波动性强, 传统固定用工模式难以适应市场需求, 灵活用工成为重要选择。灵活用工模式改变传统雇佣关系, 对薪酬激励体系产生深层影响。当前电商企业薪酬激励实践面临薪酬支付方式滞后、激励覆盖出现断层、绩效评价标准缺失、成本压力削弱投入等困境。针对上述问题, 电商企业需创新薪酬支付模式匹配多元用工形态, 拓展激励覆盖体系实现全员激励, 建立统一评价标准规范绩效考核, 优化成本配置机制强化激励投入, 从而构建适应灵活用工特征的薪酬激励体系, 推动企业人力资源管理效能提升。

## 关键词

电商企业, 灵活用工, 薪酬激励体系, 绩效考核, 人力资源管理

# Research on the Impact of Flexible Employment Model on Compensation and Incentive System in E-Commerce Enterprises

Mingzhou Chen

School of Management, Gansu Agricultural University, Lanzhou Gansu

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

## Abstract

E-commerce enterprises experience strong business fluctuations, and traditional fixed employment

models struggle to adapt to market demands, making flexible employment an important choice. The flexible employment model transforms traditional employment relationships and exerts profound impacts on compensation and incentive systems. Currently, compensation and incentive practices in e-commerce enterprises face difficulties including lagging payment methods, gaps in incentive coverage, absence of performance evaluation standards, and cost pressures weakening investment. To address these issues, e-commerce enterprises need to innovate payment models to match diverse employment forms, expand incentive coverage systems to achieve comprehensive employee motivation, establish unified evaluation standards to standardize performance assessment, and optimize cost allocation mechanisms to strengthen incentive investment, thereby constructing compensation and incentive systems adapted to flexible employment characteristics and promoting the enhancement of enterprise human resource management effectiveness.

## Keywords

E-Commerce Enterprises, Flexible Employment, Compensation and Incentive System, Performance Assessment, Human Resource Management

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

平台经济蓬勃发展推动电商行业进入快速扩张期，用工需求呈现显著波动特征。促销节点、季节更替引发订单量剧烈变化，企业面临高峰期人员紧缺与平峰期人力冗余的两难困境。灵活用工模式突破传统雇佣边界，以临时性、项目制、兼职等形式满足企业弹性需求，已成为电商行业人力资源配置的重要趋势。然而，灵活用工实践中薪酬激励体系面临双重挑战：一方面需适配灵活用工人员的心理诉求与行为特征，另一方面须规避劳动关系认定风险、税务合规压力和用工成本失控等经营风险。电商企业亟需在合规框架内探索灵活用工模式对薪酬激励体系的影响机理，构建兼顾激励效果与风险防控的新型激励机制。该研究对提升电商企业人力资源管理水平和保障可持续经营具有重要理论与实践价值。

## 2. 电商企业灵活用工模式的概念界定

准确把握灵活用工的概念内涵是认识其本质特征的基础。灵活用工是企业根据业务需求的变化，采用非全日制、劳务派遣、外包服务、平台用工等多种形式，来实现人力资源动态配置的用工方式[1]。其核心在于打破传统劳动合同时空限制，建立短期化、任务化的合作关系。

从心理契约理论视角看，灵活用工根本性改变雇佣双方隐性约定：员工心理诉求从长期稳定转变为即时回报与工作自主，企业期望也从员工忠诚转变为任务高效完成。基于此，灵活用工呈现出三个比较显著的特征：用工形式多样性让不同类型员工形成差异化心理预期，人员配置弹性化强化员工对于不确定感知，增强对即时激励依赖，劳动关系松散性削弱员工组织归属感，更关注薪酬公平性与透明度。这种心理契约的转变要求薪酬激励体系从关系型往交易型模式进行转换。

## 3. 灵活用工模式下薪酬激励体系的实践困境

### 3.1. 薪酬支付方式滞后于用工形态变革

电商企业传统薪酬支付体系难以适应灵活用工的即时性需求。多数企业依旧延续着月度结算的模式，

像促销期的临时客服及兼职配送员完成任务之后要等数周才能拿到报酬，资金被占用的时间特别长，在双十一、618大促结束以后劳动者还得跨月结算，现金流压力抑制了他们参与的积极性，部分企业虽然尝试实行日结周结，然而订单系统及财务系统并未打通，仍然需要人工去核算配送单量及客服工单数，结算的效率十分低下。支付渠道单一的情况会对薪酬发放灵活性造成制约，传统银行转账存在流程繁琐的问题，在大促期间给数千名临时人员批量支付小额报酬时，不仅手续费高昂还会出现到账延迟现象，灵活用工人员比较偏好移动支付工具能够即时到账，但多数电商企业财务系统仅仅支持银行转账，支付方式错配使得高峰期招募面临困难，劳动者会转向支付更为灵活的竞争平台。

### 3.2. 激励覆盖断层限制全员积极性激发

电商企业激励资源配置长期向固定岗位倾斜，灵活用工群体被排除在主流激励体系之外，年终奖、员工持股、内部晋升等长期激励是以劳动合同为前提，大促期间临时分拣员及包装工因合作周期仅数周无法享受待遇，短期激励层面，全勤奖、销售冠军奖要求连续在岗或归属固定团队，临时客服因工作时段碎片化、配送员因非门店归属被自然排除，激励覆盖出现了断层，激励断层会削弱灵活用工人员的组织认同感。固定仓管员与临时装卸工从事相似工作，但前者享有五险一金、加班补贴，后者仅获计件工资，长期处于激励体系边缘，临时人员会将自身定位为工具性角色，对品牌缺乏认同，客户服务消极，差评率上升影响店铺评分，具备专业技能的自由职业者因激励缺失转向竞争平台，电商企业面临优质灵活人力资源流失。

### 3.3. 绩效评价标准缺失统一衡量依据

电商企业固定员工与灵活用工人员工作性质差异导致绩效评价标准难以统一。固定运营人员考核包含店铺流量、转化率、客户维护等多维指标，且是按月度进行评价的，灵活用工人员合作周期短到只有数小时，大促期间临时客服仅工作三天，企业难以开展系统考核，评价标准简化成接待客户数量或在线时长，忽略了响应速度、问题解决率等服务质量指标，配送环节是按照单量来计算报酬的，没有考虑配送距离、天气因素、客户满意度等方面的差异。

评价标准模糊导致薪酬发放依据不清。部分企业针对直播助理、商品拍摄这类灵活岗位采用主观评价方式，运营主管凭借个人印象来判定工作质量，缺乏量化数据支撑。灵活用工人员完成任务之后，薪酬金额会因评价者不同而存在差异，进而引发劳资纠纷。标准缺失削弱了绩效考核的激励作用，优秀的临时客服没有获得额外奖励，表现不佳的配送员也没有得到惩戒，薪酬与绩效脱钩导致激励体系失去效能。

## 4. 灵活用工模式下薪酬激励体系的构建路径

### 4.1. 创新薪酬支付模式匹配用工形态

破解支付滞后困境需要电商企业建立即时结算机制[2]。基于强化理论，即时结算能够在行为发生后立即提供正向强化，契合灵活用工人员对即时反馈的心理期待，从全面薪酬理论角度看，支付及时性本身构成非货币激励要素，可增强员工工作满意度和重复参与意愿。企业要打通业务系统与财务系统的数据接口，实现订单完成后自动触发薪酬核算，将传统月度结算压缩为实时结算。技术层面引入移动支付工具，支持多元化支付渠道，消除因支付滞后造成的心理契约违背感[3]。

例如某家居电商平台在大促期间面临临时客服招募困难的情况，传统月结模式使得大量兼职人员流向竞争对手，该平台升级薪酬系统实现客服工单完成后两小时内自动结算，报酬直接转入微信钱包，即时强化机制有效激发了员工行为动机，新模式上线之后平台在促销高峰期成功招募到充足客服人员，响

应速度得到提升且客户满意度显著改善, 灵活用工人员复用率从不足三成提升到七成以上[4]。

## 4.2. 拓展激励覆盖体系实现全员激励

消除激励断层需要电商企业构建包容性激励框架。根据马斯洛需求层次理论, 灵活用工人员在满足基本经济需求后, 同样追求尊重需求和自我实现需求, 全面薪酬理论可知, 有效激励需要包含货币要素和非货币要素的有机结合。

企业需设计即时激励项目, 如单日业绩奖、服务质量奖等, 建立积分制激励体系, 通过长期激励机制来增强组织归属感[5]。然而, 激励体系设计一定要兼顾合规边界, 积分奖励要符合个人所得税代扣代缴规定, 避免税务风险, 即时激励频次需控制在合理范围以防被认定为变相规避社会保险义务, 非货币激励的价值评估要建立明确标准进而确保成本可控。

某服装电商设置小时冠军奖, 分拣效率提升四成。企业还推出星级认证体系, 优质人员留存率显著提升。该企业在实践中严格控制激励成本占总用工成本比例不超过 15%, 确保商业可持续性和合规经营之间达成平衡[6]。

## 4.3. 建立统一评价标准规范绩效考核

破解评价标准缺失需要电商企业建立量化考核体系[4]。目标设置理论显示出明确具体量化指标能给员工提供清晰行为导向且增强自我效能感, 公平理论强调透明化评价过程是员工感知程序公平的重要基础。

企业应针对不同灵活用工岗位设置量化的绩效指标, 客服岗位要考核响应时长、问题解决率及客户评分, 配送岗位需考核准时率、完好率以及客户满意度以此避免主观评价随意性[7]。同时要建立平衡点机制为每个指标设定基准值, 达标就能获得基础报酬超出基准按比例递增奖励, 低于基准则相应扣减从而实现薪酬与绩效精准挂钩且评价过程透明可追溯。

例如某生鲜电商平台对兼职配送员实施量化考核, 设定准时送达率的基准值达到九成, 要是达标就能获得每单基础配送费, 准时率每提升一个百分点就增加相应费用, 要是低于基准就按比例扣减费用, 配送员能通过手机端实时查看绩效数据及收入变化情况, 这样考核透明度就得到了提升, 该平台还引入客户评价权重, 获得五星好评的配送员能得到额外奖励, 要是收到差评就会触发培训提醒, 绩效考核及激励形成了闭环, 使得配送服务质量得以稳步提升。

## 5. 结语

灵活用工模式重塑电商企业人力资源管理格局, 薪酬激励体系面临系统性变革需求。电商企业通过创新薪酬支付模式、拓展激励覆盖体系、建立统一评价标准、优化成本配置机制, 可有效解决支付滞后、覆盖断层、标准缺失、投入不足等实践困境。数字化技术为薪酬管理提供新的解决方案, 大数据分析支持精准绩效评估, 人工智能实现薪酬结算自动化, 区块链技术保障支付透明可追溯。未来研究可深入探讨算法驱动的动态薪酬定价机制, 不同发展阶段电商企业的差异化激励策略, 为电商行业人力资源管理创新提供理论支撑与实践指引。

## 参考文献

- [1] 向雪. 薪酬差距对企业 ESG 信息披露的影响[J]. 财会通讯, 2025(23): 39-43.
- [2] 丁为斌, 王亚鹏. 种业企业薪酬福利管理体系优化对人才吸引力的影响研究[J]. 分子植物育种, 2025, 23(17): 5945-5949.
- [3] 王梦颖, 张诚. 跨境电商发展与中小企业创新[J]. 南开经济研究, 2025(2): 163-184.

- [4] 樊讯, 潘启龙. 电商企业内部薪酬差距对绿色创新的影响研究[J]. 财会通讯, 2024(21): 57-61.
- [5] 杨旭华, 刘姝, 张健, 等. 新就业形态下平台企业薪酬体系建构与设计[J]. 商业经济研究, 2022(5): 126-129.
- [6] 刘艺林. IPO 的外部治理效应: 高管激励的视角[J]. 中国软科学, 2022(1): 111-120.
- [7] 谢泗薪, 董涵. 物流企业战略韧性型人力资源管理的发展方略——基于后疫情时代[J]. 价格月刊, 2021(11): 64-73.