

电商平台模式下企业成本结构变化及财务管理对策研究

王虹

山东建筑大学商学院, 山东 济南

收稿日期: 2026年2月4日; 录用日期: 2026年2月13日; 发布日期: 2026年3月27日

摘要

随着数字经济的深入发展, 电商平台模式已成为企业开展经营活动的重要形式, 企业的成本结构及财务管理方式随之发生显著变化。相较于传统经营模式, 电商平台环境下企业不仅需要承担生产与销售等传统成本, 还面临平台服务费、营销与流量获取成本、履约与物流成本以及技术与系统维护成本等新型支出, 整体成本结构呈现出多元化、动态化和复杂化特征。基于此, 本文以电商平台模式为研究背景, 系统分析了平台化经营对企业成本形成机制的影响, 梳理了企业成本结构的主要变化表现, 并进一步揭示了企业在成本核算、成本控制、预算管理及成本信息决策支持等方面面临的突出问题。在此基础上, 结合电商平台运营特点, 提出完善成本核算体系、强化成本控制与预算管理、提升财务风险识别与防控能力以及增强成本信息对经营决策支持作用等财务管理对策。研究认为, 企业应顺应平台经济发展趋势, 将财务管理深度融入平台运营全过程, 通过提升成本管理的系统性与精细化水平, 实现成本可控与经营效率提升, 为企业在电商平台环境中的稳健与可持续发展提供支撑。

关键词

电商平台模式, 成本结构, 财务管理, 成本控制, 平台经济

Research on Changes in Enterprise Cost Structure and Financial Management Strategies under the E-Commerce Platform Model

Hong Wang

School of Business, Shandong Jianzhu University, Jinan Shandong

Received: February 4, 2026; accepted: February 13, 2026; published: March 27, 2026

Abstract

With the in-depth development of the digital economy, the e-commerce platform model has become an important form for enterprises to conduct business activities, leading to significant changes in enterprise cost structures and financial management practices. Compared with traditional business models, enterprises operating in an e-commerce platform environment are required not only to bear conventional costs such as production and sales, but also to incur new types of expenditures, including platform service fees, marketing and traffic acquisition costs, fulfillment and logistics costs, as well as technology and system maintenance expenses. As a result, enterprise cost structures have become increasingly diversified, dynamic, and complex. Based on this background, this paper takes the e-commerce platform model as the research context and systematically analyzes the impact of platform-based operations on enterprise cost formation mechanisms. It summarizes the major changes in enterprise cost structures and further reveals prominent problems faced by enterprises in cost accounting, cost control, budget management, and the decision-support function of cost information. On this basis, in combination with the operational characteristics of e-commerce platforms, this paper proposes financial management strategies such as improving cost accounting systems, strengthening cost control and budget management, enhancing financial risk identification and prevention capabilities, and reinforcing the role of cost information in supporting managerial decision-making. The study concludes that enterprises should adapt to the development trend of the platform economy by deeply integrating financial management into the entire process of platform operations, improving the systematic and refined level of cost management, and ultimately achieving effective cost control and enhanced operational efficiency, thereby providing support for stable and sustainable development in the e-commerce platform environment.

Keywords

E-Commerce Platform Model, Cost Structure, Financial Management, Cost Control, Platform Economy

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

随着数字经济的快速发展，电商平台已逐渐成为企业开展经营活动的重要载体，平台化、数字化和网络化的商业模式深刻改变了企业的生产组织方式和经营管理模式。在电商平台模式下，企业通过平台实现交易撮合、资源配置与市场拓展，但与此同时，其成本构成和成本形成机制也发生了显著变化。相较于传统线下经营模式，企业在电商平台环境中不仅需要承担商品采购、生产与人工等传统成本，还需面对平台服务费、流量获取成本、履约与物流成本以及信息系统建设与维护成本等新型成本要素，企业整体成本结构呈现出更加复杂、多元和动态化的特征[1]。成本结构的变化直接影响企业的盈利能力、现金流状况以及财务管理决策，对企业财务管理水平提出了更高要求。然而，当前部分企业在向电商平台模式转型过程中，仍沿用传统成本管理理念与方法，难以准确反映平台模式下成本结构的新变化，导致成本核算不够精细、成本控制效果不佳，进而制约企业经营绩效的提升。在此背景下，从电商平台模式的视角系统分析企业成本结构的变化特征，进一步梳理由此引发的成本管理问题，并在此基础上提出具

有针对性的财务管理对策，对于提升企业成本管理能力、推动企业高质量发展具有重要的现实意义[2]。因此，本文以电商平台模式下企业成本结构变化为研究对象，在分析其形成机理和主要表现的基础上，探讨企业在成本管理方面面临的突出问题，并提出相应的财务管理优化路径，以期为企业提供有益参考。

2. 电商平台模式的主要特征与企业成本结构转型逻辑

2.1. 电商平台商业模式的基本特征

电商平台模式是以数字技术和网络基础设施为依托，通过平台机制实现多方主体交易撮合与资源配置的一种新型商业模式。在该模式下，平台并不直接参与商品生产与经营活动，而是通过制定交易规则、提供技术支持和整合信息资源，连接企业与消费者，从而形成以平台为核心的商业生态体系[3]。与传统经营模式相比，电商平台模式具有高度的信息化、交易过程虚拟化以及参与主体多元化等显著特征。一方面，平台通过数据系统对交易行为进行实时记录和管理，使企业经营活动高度依赖信息系统运行；另一方面，平台在流量分配、规则制定和结算方式等方面具有较强的主导地位，企业在经营过程中需要遵循平台规则并承担相应的平台服务成本[4]。此外，电商平台模式强调规模效应与网络效应，企业往往需要持续投入营销资源以获取流量和用户关注，从而在竞争中保持优势。上述特征决定了企业在电商平台环境中的经营活动不再是单一的产品销售行为，而是嵌入在平台生态体系中的综合经营过程，这为企业成本结构的转型奠定了现实基础，也使成本构成呈现出区别于传统模式的新特征。

2.2. 电商平台模式对企业成本形成机制的影响

在电商平台模式下，企业成本形成机制相较于传统经营模式发生了深刻变化，成本不再主要由生产和销售环节单向决定，而是受到平台规则、技术系统以及市场竞争环境等多重因素的共同作用。平台作为企业经营的重要载体，其制度安排和运行逻辑在很大程度上重构了企业成本的生成方式和传导路径。

电商平台通过服务规则、交易机制及技术系统深度介入企业经营过程，使企业在开展交易活动时不可避免地嵌入平台运行体系之中[5]。企业在平台环境下的经营行为需围绕平台提供的技术服务、交易撮合和规则体系展开，这一过程改变了传统交易成本的形成方式，使平台相关支出逐步成为企业成本形成的重要影响因素。电商平台以数据驱动为核心的运营模式，对企业经营管理提出了更高的信息化和技术化要求。为适应平台运行逻辑，企业需要在信息系统建设、数据管理及技术维护等方面持续投入资源。这类投入具有长期性和持续性特征，使原本较为隐性的管理性成本逐渐显性化，并通过技术依赖路径嵌入企业日常经营活动之中。

在平台竞争机制作用下，企业经营绩效与平台流量分配、用户关注度及市场曝光度之间形成高度关联。平台通过算法推荐、搜索排序及促销机制影响企业的市场表现，促使企业在经营过程中更加重视流量获取和用户转化。这一竞争环境改变了企业成本投入的决策逻辑，使成本形成过程更加依赖市场竞争强度和平台运行规则。电商平台交易规模扩大和履约标准提升，也推动企业经营活动向多环节协同方向发展。订单履约、物流配送及售后服务等环节在平台规则约束下不断细化，使企业成本形成不再局限于单一业务环节，而是通过多个运营环节相互作用逐步累积，进一步提高了成本结构的复杂性。

综上所述，电商平台模式通过平台规则嵌入、技术依赖增强和竞争机制变化等路径，系统性地重塑了企业成本的形成机制。这种机制层面的变化为后续企业成本结构的具体调整和演化奠定了内在逻辑基础，也为分析平台模式下成本结构变化的具体表现提供了理论支撑。

3. 电商平台模式下企业成本结构的主要变化

3.1. 交易与平台服务相关成本的结构性上升

在电商平台模式下，企业的交易活动高度依赖平台运行，平台逐渐从单纯的交易撮合者转变为企业经营过程中不可或缺的关键参与方。企业在平台上开展经营活动，需要按照平台规则支付一定比例的平台服务费、技术服务费及交易佣金等费用，这使得平台相关成本成为企业成本结构中的重要组成部分[6]。相较于传统经营模式中相对固定且可控的交易费用，平台服务成本往往与交易规模、销售额及平台规则调整直接挂钩，具有比例性强、弹性较大的特征，从而推动企业整体成本结构发生明显变化。

平台在流量分配、搜索排序和促销活动中的主导地位，使企业在交易过程中对平台的依赖程度不断加深。为获得更多交易机会，企业往往需要参与平台组织的各类促销活动，并承担由此产生的额外费用，这在一定程度上进一步抬高了交易相关成本水平。平台服务成本的结构性上升不仅增加了企业经营负担，也对企业成本核算和成本控制提出了更高要求，为后续成本管理问题的出现打下了现实基础。

3.2. 营销与流量获取成本的持续增加

在电商平台竞争日益激烈的背景下，流量已成为影响企业销售规模和市场竞争力的关键资源[7]。企业要在平台上获得用户关注和市场曝光，必须通过广告投放、内容营销和促销活动等方式持续投入营销资源，从而推动营销与流量获取成本在企业成本结构中的比重不断上升。与传统营销方式相比，平台营销具有投入频繁、变化快和效果不确定等特点，使相关成本呈现出持续增长和波动并存的特征。

平台算法机制和用户行为变化也在不断影响企业营销投入的有效性，企业为维持稳定的流量来源，往往需要不断调整营销策略并加大投入力度。这种以流量为导向的竞争模式，使营销成本逐渐从可调节性支出转变为具有一定刚性的必要支出，进一步加剧了企业成本管理的复杂性。营销与流量获取成本的持续增加，不仅改变了企业原有的成本结构，也为后续成本控制难度加大和财务管理压力上升提供了现实解释。

3.3. 履约与物流相关成本的复杂化

在电商平台模式下，企业需要直接面对订单履约、物流配送以及售后服务等一系列环节，履约与物流相关成本在企业成本结构中的地位日益突出。随着消费者对配送时效和服务质量要求的不断提高，企业不仅需要承担基础物流费用，还需投入更多资源用于仓储管理、配送优化以及退换货处理等方面，使履约成本呈现出多环节叠加和结构复杂化的特征。相较于传统批量销售模式，电商平台以小批量、多频次订单为主的交易特征，进一步放大了单位商品的履约成本压力。

平台规则和消费者权益保护机制也在一定程度上推动了履约相关成本的上升。例如，平台对配送时效、售后响应速度及退换货政策提出了明确要求，企业需为此配置相应的物流资源和客服体系。这类成本具有一定的不可逆性和刚性特征，使企业在短期内难以通过简单压缩支出实现有效控制。履约与物流成本的复杂化，不仅增加了企业整体运营负担，也对成本核算精细化管理和管理协调能力提出了更高要求。

3.4. 技术与系统维护成本的显性化

电商平台模式以数字技术为核心支撑，企业在经营过程中高度依赖信息系统和技术平台运行，这使得技术与系统维护成本逐渐从隐性支出转变为显性成本。企业在平台环境中开展业务，需要持续投入资金用于系统建设、软件维护、数据管理以及网络安全保障等方面，这类成本具有投入周期长、持续性强的特点，逐步成为企业成本结构中的重要组成部分[8]。与传统经营模式相比，技术相关成本不再是一次性投入，而是贯穿企业经营全过程的长期性支出。

随着平台运营复杂程度的提高，企业对数据分析和信息处理能力的依赖不断增强，为提升运营效率和市场响应能力，企业往往需要引入专业技术人员或外部技术服务，这在一定程度上进一步抬高了技术成本水平。技术与系统维护成本的显性化，使企业成本结构更加多元，但同时也增加了成本管理和预算控制的难度，为后续财务管理问题的产生提供了现实背景。

3.5. 不同电商模式下企业成本结构的差异特征

在电商平台模式不断演进的背景下，不同电商运营模式在成本结构和成本形成机制方面呈现出明显差异。当前较为典型的模式主要包括以商品搜索与展示为核心的传统货架电商模式，以及以内容导向和即时转化为特征的直播电商模式。由于交易逻辑、流量获取方式和履约节奏存在显著不同，两种模式下企业的成本构成及其变化特征也具有较强的异质性。

在传统货架电商模式下，企业的经营活动以商品展示、搜索匹配和订单转化为主要特征，平台流量获取更多依赖关键词竞价、搜索排名及平台活动资源位。相应地，企业成本结构中平台服务费和广告投放费用占据较大比重，营销成本具有持续投入、周期较长的特点。同时，由于订单结构相对稳定，履约与物流成本具有一定的可预测性，成本波动幅度相对较小。相比之下，直播电商模式以内容生产和即时互动为核心，交易转化高度依赖主播影响力和直播场景营造。企业在该模式下除需承担平台服务费和基础营销费用外，还需投入大量资源用于主播合作、内容制作及直播运营支持，相关成本具有集中发生、短期波动性强的特征。此外，直播带货往往伴随订单集中爆发，对仓储、物流及售后服务提出更高要求，使履约成本在短期内显著上升，并加大企业运营压力。

总体而言，传统货架电商模式下企业成本结构相对稳定，适合通过规模效应和长期预算控制实现成本管理；而直播电商模式下成本结构更具波动性和不确定性，对企业的资金调度能力、成本预测能力及风险控制水平提出了更高要求。对不同电商模式进行区分分析，有助于更准确地理解平台化经营条件下企业成本结构的差异，为后续财务管理对策的针对性制定奠定基础。

4. 电商平台模式下企业成本管理面临的主要问题

4.1. 成本核算体系难以适应平台化成本结构变化

在电商平台模式下，企业成本构成呈现出多元化和动态化特征，传统以产品或部门为核心的成本核算体系已难以全面反映真实成本状况。平台服务费、营销投入、履约支出以及技术维护成本等费用类型不断增加，且其发生频率高、计量方式复杂，使企业在成本归集和核算过程中面临较大挑战[9]。原有核算体系在成本确认范围和核算口径方面存在一定局限，难以准确揭示各类成本在企业经营活动中的实际消耗情况。

电商平台规则差异明显，不同平台在收费方式、结算周期及服务内容等方面存在较大差别，企业在多平台运营背景下需要分别进行成本核算和管理，进一步增加了核算工作的复杂性。若企业未能及时对成本核算体系进行调整，容易导致成本信息碎片化，影响成本数据的完整性和可比性，从而削弱成本核算在财务管理中的基础性作用。

部分企业在平台化经营过程中仍沿用传统会计处理方式，对平台相关成本缺乏精细化分类和系统性核算，导致成本信息无法有效支撑后续分析和决策。成本核算体系与平台化经营模式之间的不匹配，已成为制约企业成本管理提升的重要问题。

4.2. 成本支出刚性增强导致成本控制难度加大

电商平台模式下，企业在经营过程中面临的平台服务费用、营销费用及履约相关支出具有较强的刚

性特征，这使企业成本控制空间受到明显压缩。为维持平台曝光度和交易机会，企业往往需要持续投入营销资源或参与平台促销活动，相关支出在短期内难以灵活调整，成本支出逐渐从可控性费用转变为必要性支出。成本刚性的增强，使企业在面对市场波动时缺乏有效的调节手段。

履约与物流成本受订单结构、配送要求及售后服务标准等因素影响较大，企业在平台规则约束下难以通过单方面决策实现成本压缩[10]。部分成本一旦形成，便具有持续性和不可逆性特征，进一步增加了成本控制的难度。在此情况下，传统依赖事后控制或简单压缩支出的成本管理方式难以发挥应有作用。

企业在平台竞争压力下，往往更加关注销售规模和市场占有率，而对成本控制的系统性和长期性重视不足，容易导致成本支出失衡。成本支出刚性与控制能力不足并存，使企业成本管理面临较大的现实压力。

4.3. 成本预算管理难以适应平台经营的不确定性

在电商平台模式下，企业经营环境具有高度不确定性，平台规则调整、营销节奏变化以及消费者需求波动频繁，对企业成本预算管理提出了更高要求。然而，部分企业在实际运营中仍采用相对固定和周期性较强的预算编制方式，难以及时反映平台经营环境的动态变化。平台服务费、营销投入及履约相关成本往往随经营策略调整而快速变化，传统预算模式在编制阶段即存在滞后性，使预算目标与实际成本支出之间容易产生偏差。

从预算执行过程来看，电商平台相关成本支出呈现出频次高、分散性强的特点，若缺乏有效的过程监控机制，成本支出容易脱离预算约束。部分企业在预算执行中更关注销售规模和业务扩张，对成本预算的约束作用重视不足，导致预算执行缺乏刚性约束力。当成本超出预算范围时，企业往往难以及时识别问题并采取调整措施，使预算管理难以发挥应有的控制功能。

成本预算与实际经营决策之间缺乏有效联动，也是制约预算管理成效的重要因素。预算目标未能与企业阶段性经营目标和平台运营策略相匹配，使预算管理与实际业务运行相互割裂，影响了成本预算在企业成本管理体系中的整体效能。

4.4. 成本信息难以有效支撑企业经营决策

在电商平台模式下，企业成本信息的获取和处理方式发生了明显变化，但现有成本信息体系在支撑经营决策方面仍存在较为突出的不足。一方面，平台经营活动涉及交易、营销、履约及售后等多个环节，相关成本数据分散于不同业务系统之中，信息来源呈现出明显的碎片化特征，增加了成本信息整合和分析的难度[11]。

成本信息在时间维度上存在一定滞后性。电商平台环境下业务节奏快、交易频次高，但部分企业仍以传统财务核算周期为基础进行成本归集和分析，难以及时反映经营活动中的成本变化情况。这种信息滞后使得管理层在制定价格策略、促销方案或渠道选择时，无法获得与当前经营状态相匹配的成本数据支持。现有成本信息多以事后核算和结果反映为主，缺乏对成本行为和成本动因的深入分析。企业虽然能够掌握总体成本规模，但对不同经营决策所引发的成本变化缺乏量化认知，成本信息与具体经营决策之间的关联程度较低，难以直接服务于经营方案的比较和选择。在平台模式下，一部分成本具有间接性和隐蔽性特征，如流量获取成本、平台规则调整带来的隐性支出等，这类成本难以通过传统财务报表直观反映，进一步削弱了成本信息对经营决策的支持作用。由此导致企业在复杂的电商竞争环境中，往往依赖经验判断而非成本数据进行决策，增加了经营风险。

综上，电商平台模式下企业成本信息在完整性、及时性和决策相关性方面均存在一定不足，尚未形成能够有效支撑经营决策的成本信息体系，这在一定程度上制约了企业财务管理职能向经营决策支持职能的转变。

5. 电商平台模式下企业财务管理对策

5.1. 平台化经营背景下企业成本核算体系的完善

在电商平台模式下，企业应根据平台化经营特征对现有成本核算体系进行系统调整，以适应成本结构多元化和动态化的发展趋势。针对平台服务费、营销费用、履约支出及技术维护成本等新型成本项目，企业需在原有核算框架基础上细化成本分类标准，明确各类成本的确认范围和核算口径，从而提高成本归集的准确性，为后续成本管理奠定基础。

在多平台运营背景下，企业应结合不同电商平台的收费规则和结算方式，对成本核算方法进行差异化设计。通过区分不同平台的成本构成和费用特征，建立相对独立且具可比性的核算体系，有助于避免因核算口径不统一而造成成本信息失真，提升成本数据对经营分析的支持作用。针对电商平台模式下间接成本占比高、分摊难度大的问题，企业可在现有成本核算体系中引入作业成本法，以提升成本归集与分配的精细化水平。在平台化经营环境中，平台服务费、流量获取费用及仓储履约支出等成本具有明显的间接性，若仍采用传统按销售额或产量分摊的方法，容易掩盖不同产品或业务单元之间的真实成本差异。作业成本法通过识别关键作业环节，并以作业动因为基础进行成本分配，能够更准确地反映平台运营条件下的成本消耗路径。在具体应用过程中，企业可围绕电商运营流程，将平台交易服务、广告投放与流量获取、订单处理、仓储管理、物流配送及售后服务等作为主要作业环节，分别归集相关成本资源，并依据点击量、订单数量、发货次数或退换货比例等作业动因，将成本合理分摊至具体 SKU 或业务单元，实现成本核算由“总体分摊”向“精细归集”的转变。

通过将平台服务费、营销费用及履约成本等关键支出分解并分配至具体 SKU，企业能够更加清晰地识别不同产品在平台运营中的真实成本水平，为价格制定、产品结构调整和资源配置提供更具决策价值的成本信息。作业成本法在电商环境下的应用，有助于弥补传统成本核算方法的不足，推动企业实现平台化经营背景下的精细化成本管理。

5.2. 强化电商平台环境下的成本控制与预算管理机制

在电商平台模式下，企业成本结构由传统以生产制造成本为主，逐步转向以平台服务费、营销推广费和物流履约成本为核心的综合性成本结构。成本项目多元化和支出波动性的增强，使传统以年度为周期、侧重事后控制的成本管理方式难以适应平台化经营需求。因此，企业有必要结合电商平台运行特征，将成本管理前移至经营决策和业务执行全过程，实现由事后核算向事前规划与事中控制的转变。

企业应以预算管理为核心构建平台化成本管控体系，将平台佣金、广告投放、促销补贴及物流履约等费用细化纳入全面预算管理框架。通过对重点成本项目实施专项预算和动态监控，并结合销售规模与运营指标进行滚动分析，有助于提高预算管理的灵活性和约束力，防止因过度营销或盲目扩张导致成本失控。

在此基础上，企业可引入与电商运营特征相匹配的成本管理工具，以提升预算管理的精细化水平。例如，将客户生命周期价值(Customer Lifetime Value, CLV)与获客成本(Customer Acquisition Cost, CAC)作为重要分析指标，构建以投入产出关系为导向的动态预算控制机制。通过对不同营销渠道和用户群体的 CLV 与 CAC 进行对比分析，企业能够更加准确地评估营销投入的长期回报，引导预算资源向高效率、高价值方向配置，避免单纯追求销售规模而忽视成本效率。

同时，在平台化经营背景下，企业可探索建立跨部门协同的成本管理机制，将运营部门与财务部门纳入统一管理框架。通过以业务单元或运营项目为核算对象，对相关收入和成本进行动态跟踪分析，有助于强化财务数据与运营数据之间的联动，提升成本信息对经营决策的支持作用。

此外，企业还应将成本控制要求与绩效考核机制相结合，将预算执行率和投入产出效率等指标纳入绩效评价体系，并借助信息化管理工具实现成本数据的实时采集与分析，从而提升成本管控的精细化水平，增强企业在电商平台环境中的财务稳健性与可持续发展能力。

5.3. 提升电商平台模式下财务风险识别与防控能力

在电商平台模式下，企业成本结构由传统以生产成本和销售费用为主，逐步转向以平台服务费用、营销投入及履约相关成本为重要组成部分。这种成本结构的变化不仅改变了企业成本支出的构成方式，也在一定程度上加剧了成本支出的不确定性和波动性，从而对企业财务风险管理提出了更高要求。因此，平台模式下财务风险的防控问题，本质上是企业在新型成本结构约束下，如何应对成本刚性增强、费用弹性扩大以及资金占用变化所带来的风险挑战[12]。

为有效应对上述风险，企业应构建与电商平台运营特点相适应的财务风险识别机制，将风险管理理念融入日常经营管理之中。一方面，应重点关注资金流动风险、信用风险和成本失控风险，通过对销售回款周期、平台结算规则及费用结构变化进行持续监测，及时识别潜在财务隐患；另一方面，应加强业务部门与财务部门之间的信息联动，避免因信息不对称导致风险累积，从而提升风险识别的及时性和准确性。

在风险防控层面，企业应逐步建立系统化的财务风险管理体系，通过制度约束和技术手段相结合的方式提升风险应对能力。例如，合理安排资金结构，预留必要的流动性缓冲空间，以增强企业对经营波动的承受能力；同时，借助信息化系统对关键财务指标进行动态分析，形成风险预警机制。当风险信号出现时，企业能够迅速调整经营策略和财务安排，从而降低不确定性对企业经营稳定性和可持续发展的影响。

5.4. 平台模式下成本信息对企业经营决策支持能力的提升

随着电商平台模式下企业成本结构日益多元化和复杂化，成本不再仅表现为单一环节的支出，而是分散于平台服务、营销投入、履约过程及相关配套活动之中。这种变化使传统以结果核算为主的成本信息难以全面反映不同经营决策所对应的成本差异。在此背景下，提升成本信息对经营决策的支持能力，实质上是企业针对平台模式下成本结构变化所作出的管理响应，其核心在于推动成本信息更加精准地服务于定价策略、促销活动和渠道选择等关键经营决策。

从制度建设角度看，企业应结合电商平台运营流程，对现有财务管理制度进行系统梳理与优化。在成本管理、费用报销、收入确认及资金结算等关键环节，明确业务部门与财务部门的职责分工和操作规范，避免因流程不清导致管理真空。同时，应针对平台营销投入大、促销频繁等特点，细化相关费用管理制度，强化预算约束和事后审核机制，确保各项支出具备合理性和可控性，从制度层面降低财务风险发生的可能性。

在内部控制方面，企业应将内部控制要求嵌入电商业务全过程，通过制度约束与信息系统支持相结合的方式提升内控执行效果。一方面，加强对关键业务节点和重要财务事项的控制，防止因权限集中或监督缺失引发风险；另一方面，借助信息化手段实现业务数据与财务数据的自动衔接，提高内部控制的透明度和可追溯性。通过持续完善财务管理制度与内部控制体系，企业能够在复杂多变的电商平台环境中实现规范运营，为财务管理目标的实现提供稳定制度保障。

6. 结论与启示

6.1. 研究结论

在电商平台模式快速发展的背景下，企业经营方式和成本结构发生了深刻变化，传统财务管理理念和管理模式面临新的挑战。通过对电商平台模式下企业成本管理问题的系统分析可以发现，平台化经营

虽然为企业带来了更广阔的市场空间和发展机遇,但同时也使成本构成更加复杂,成本核算、控制与决策支持难度显著提升。成本核算体系与平台化业务不匹配、成本支出刚性增强、预算管理滞后以及成本信息决策支持不足,已成为制约企业财务管理效能提升的主要问题。

针对上述问题,企业若仍沿用传统财务管理思路,容易导致成本管理流于形式,难以适应电商平台经营环境的动态变化。本文从优化成本核算体系、强化成本控制机制、改进预算管理以及完善财务管理制度与内部控制体系等方面,系统提出了相应的财务管理对策,力求提升成本信息的真实性、及时性和决策价值。

总体来看,电商平台模式下的财务管理不再局限于事后核算与监督,而应更加注重全过程管理和价值引导功能。只有将财务管理深度融入平台运营和企业战略之中,企业才能在激烈的市场竞争中实现成本可控、运营高效与可持续发展。

6.2. 启示

本文的研究结论对电商平台模式下企业财务管理实践具有一定启示意义。首先,企业应转变传统财务管理观念,认识到平台化经营对成本管理提出的新要求,将财务管理从单纯的成本核算工具转变为支持经营决策和战略实施的重要手段。通过构建与电商平台运营特征相匹配的成本管理体系,提升财务管理对业务活动的支撑能力。

企业在推进电商业务发展的过程中,应同步完善预算管理和内部控制机制,增强成本管理的前瞻性和系统性。通过动态预算管理和全过程成本控制,降低平台规则变化和市场波动对企业经营带来的不利影响,从而提高企业应对不确定性的能力。

从行业层面看,随着电商平台经济的不断深化,企业财务管理模式仍需持续探索和优化。未来研究可进一步结合具体行业特征或企业案例,对电商平台模式下财务管理的实施路径进行更深入分析,为企业提升管理水平和实现高质量发展提供更具针对性的理论支持与实践参考。

参考文献

- [1] 杨兰燕. 农村电商物流企业成本控制与绩效评价研究——以贵州为例[J]. 会计之友, 2025(S1): 71-75.
<https://link.cnki.net/urlid/14.1063.F.20251223.1017.036>
- [2] 郑婷婷, 张瑞镭. 数字经济下电商物流企业成本控制与绩效评价[J]. 会计之友, 2025(S1): 45-48.
<https://link.cnki.net/urlid/14.1063.F.20251223.1017.024>
- [3] 李俊静, 万策, 靳希桐. 供应链协同视角下电商企业物流成本核算研究[J]. 会计之友, 2025(S2): 93-98.
- [4] 黄宝燕. 电商企业成本管控现状及优化策略研究[J]. 中国乡镇企业会计, 2025(22): 82-84.
- [5] 孙宏, 牛可涵. 大数据视域下电商企业供应链成本管理问题与策略研究——以 S 电商企业为例[J]. 全国流通经济, 2025(18): 34-37.
- [6] 谢朝阳, 杨雪雁. B2C 电商企业物流成本管理控制研究——以京东商城为例[J]. 农场经济管理, 2025(9): 32-34.
- [7] 蔡灵涵, 李辰. 跨境电商企业物流成本管控问题研究[J]. 商场现代化, 2025(17): 51-53.
- [8] 罗靖. 跨境电商企业营销策略对品牌市场份额的影响——考虑客户获取成本的中介效应[J]. 商业经济研究, 2025(17): 74-77.
- [9] 陈玮运. 数字经济中电商企业数据资产的成本核算困境与路径[J]. 中小企业管理与科技, 2025(16): 78-80.
- [10] 周磊. 物流成本管理对电商企业经济效益的影响[J]. 中国航务周刊, 2025(21): 74-76.
- [11] 莫丽梅. 基于价值星系的电商企业成本管理问题分析[J]. 商业会计, 2025(10): 70-74.
- [12] 李伟阳. 供应链视角下的电商企业物流成本管理策略[J]. 中国商界, 2025(9): 172-173.