

数字化转型背景下电商企业并购后的信息化系统整合研究

吴馨悦

南京信息工程大学商学院, 江苏 南京

收稿日期: 2026年4月28日; 录用日期: 2026年5月11日; 发布日期: 2026年10月13日

摘要

并购是一种拓展企业规模与业务的商业发展路线, 这一路线的实施能让电商企业获得更加强大的数字化能力。企业并购会因双方在信息系统、业务方面的不同而影响并购工作进程, 这就需要探索信息化系统整合的具体策略和方法, 保障并购工作实施效果。基于此, 以信息化系统整合价值和具体过程为支撑, 探索系统整合的实践方法, 以期帮助电商企业在并购流程中拓展业务规模, 发展信息管理与企业运营能力。

关键词

电商企业, 并购, 信息化系统, 市场发展, 协同战略

Research on Information System Integration in E-Commerce Enterprise Mergers and Acquisitions under the Context of Digital Transformation

Xinyue Wu

School of Business, Nanjing University of Information Science and Technology, Nanjing Jiangsu

Received: April 28, 2026; accepted: May 11, 2026; published: October 13, 2026

Abstract

M&A is a business development route to expand the scale and business of enterprises. The implementation of this route can enable e-commerce enterprises to obtain more powerful digital capabilities.

文章引用: 吴馨悦. 数字化转型背景下电商企业并购后的信息化系统整合研究[J]. 电子商务评论, 2026, 15(10): 17-21.
DOI: 10.12677/ecl.2026.15101083

Mergers and acquisitions will affect the process of mergers and acquisitions due to the differences in information systems and business between the two sides. Therefore, it is necessary to explore specific strategies and methods of information system integration to ensure the implementation effect of mergers and acquisitions. Based on this, supported by the value and specific process of information system integration, this paper explores the practical methods of system integration, in order to help e-commerce enterprises expand business scale and develop information management and enterprise operation ability in the M&A process.

Keywords

E-Commerce Enterprises, Mergers and Acquisitions, Information System, Market Development, Collaborative Strategy

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

电商企业为在数字背景下取得较多市场份额，拓展企业业务版图，获得核心竞争力，开始选择并购方式完成战略扩张。在信息系统整合与后并购管理中，已有诸多研究从不同理论视角提供了建议。并购文化整合指出，并购双方间的文化差异会直接影响整合进程和员工保留，文化融合机制的设计和应用在IT人才等具备较高流动性的群体中有着重要作用。技术采纳模型是评估员工对并购后双方系统应用与推广的一种工具，能从中掌握员工对整合后系统的接受情况。而吸收能力理论则体现了并购方对并购知识的具体应用能力，在信息化系统整合方面有着直接的引领作用。电商企业依托理论支撑，构建信息化系统整合分析框架，确定系统整合的具体实施路径，为该工作的开展提供理论层面的支持。这就要求企业基于数字化技术应用和转型需求，依托理论和实践工作开展探寻信息化系统整合的具体方法，从而有效奠定企业的发展基础。

2. 数字化转型下电商企业并购后信息化系统整合价值

2.1. 协同战略实施

电商企业并购通常是以拓展新市场、获得新技术为主要目的，信息化系统整合可实现电商企业战略协同。电商企业通过整合并购企业的信息系统，能完成战略执行语言和工具的统一，让总部战略意图准确传达到并购的不同业务单元中。依托吸收能力理论，并购方是否能从被并购方中获取并内化数字化能力，与双方系统的深度整合和知识共享机制的创建有关[1]。由于被并购企业可能有独特的数字化能力或数据资产，信息化系统整合后可将这些能力复制到并购方有关业务板块中，或优化数字基础设施布置，提高电商企业整体数字化能力与业务成熟度，为数字化转型提供支持。

2.2. 提高运营效率

电商企业并购后会面临运营效率下降的现状，这一现状和系统割裂造成的管理流程冗余与人工干预有关。信息化系统整合能规范数据标准和执行路径，提升运营效率，减少成本投入。经系统整合之后可以避免重建问题，并购双方可能都有订单管理或仓储管理等基本的运营系统，但系统在功能方面有重叠和不互通的情况，整合之后能淘汰落后系统，使用更为优质的平台，减少软件使用的许可费及维护费等。

整合之后可实现业务流程的端对端实施,以供应链为例,系统整合后,可做到采购和库存等诸多流程的信息同步,自动触发货物补充指令,减少人员之间的沟通成本和核对时间。这种流程优化可提高工作响应速度,减少人为失误造成的库存积压或缺货风险。

2.3. 加快数据联通

数据是电商企业工作开展的前提条件,企业并购前的数据存储于异构系统中,难以实现系统互通和价值挖掘。信息化系统整合后可打破系统壁垒,做到数据互联互通。通过系统整合帮助电商企业构筑供应链、生产到售后等全流程的数据视图,管理人员结合实时数据完成监控与决策,减少对滞后报表数据的依赖。系统整合也能为精准营销和个性化服务提供支持,通过客户数据画像了解消费者的跨平台喜好与行为,完成商品推荐和营销活动投放,提高用户忠诚度。系统与数据统一之后可以实施数据分析和人工智能预测,优化货物补充和定价方案,为企业商业价值挖掘提供支持。

3. 数字化转型下电商企业并购后信息化系统整合过程

3.1. 评估诊断环节

系统整合需建立在双方信息的有效评估上,并以此为基础创建与资产相关的清单。评估过程中应涵盖数据层面的相关资产、人员层面的技术能力等。企业也应安排专门的技术工作者分析双方在系统架构、数据应用等方面的偏差,如微服务和单体架构、Oracle 等数据库语言的选择等。于此基础上,并购企业的工作人员应确定系统整合过程中需要面临的兼容、字段冲突等难题,并探寻性能方面的不足,经过综合评定制定详细的系统整合清单,按照清单中的任务进行逐项优化,从而为后期整合方法的选择提供参考。

3.2. 业务梳理和标准化环节

对于并购双方的系统整合来说,其最为根本的工作内容便是对双方的业务进行深度整合,从而为电商企业的发展提供更为强大的业务支持。这就需要双方员工就企业中的业务等内容进行分析,共同绘制业务工作开展图谱信息,通过对比分析,找出重叠内容。管理人员根据分析结果确定业务整合的具体内容,调整原有组织架构,制定系统整合相关的数据标准和具体操作规范,让双方员工按照一致的业务目标重新整理系统和业务内容。

3.3. 技术实施与迁移环节

当进入系统整合阶段之后,需要采用数字技术实现被并购企业业务、系统等相关内容的迁移。在具体实施过程中,如果双方的系统均有重要价值,可采用中间件技术联通不兼容的系统,有效传输运营中的多类信息[2]。对于企业发展中的诸多信息和数据来说,不能模糊的使用所有数据,需清洗重复、无效的数据,并将有用信息输入到目标管理系统中。这样便能完成业务和数据的统一应用,实现双方业务的实时化对接。在系统整合完成后,需要做好每一系统功能和整体运行性能的措施,根据测试结果做好及时化的系统运行调整,并选择恰当时间确定整合系统上线时间,结合上线后的及时反馈调整系统运行性能,保障系统能够支持电商企业业务发展需求。

3.4. 优化与运维环节

系统上线是新的开始,系统整合初期因业务磨合和系统调整会出现一些问题。为此需组建运维支持团队,全天候监控系统运行,发现并解决系统运行问题。收集用户使用反馈,完成系统优化。系统也需结合企业业务发展进行迭代升级,增加直播带货或智能客服等新模块,使用长效的 IT 治理机制确保整合

系统的不断更新，为企业业务增长和长期发展提供支持。利用技术采纳模型收集用户反馈，优化系统功能，提高新系统的感知易用性与有用性，有效减少系统整合阻力[3]。运维工作的实施也能保障系统整合成果的稳定发挥，确保系统性能稳定和运行有效。

4. 数字化转型下电商企业并购和信息化系统整合策略

4.1. 因地制宜，灵活选择整合策略

对于信息化系统整合路径来说，具体路径的选择和应用会直接影响后期的系统整合难度、成本投入和整合周期[4]。这就要求电商企业在选择整合策略时应综合考虑并购工作实施期间的业务紧迫性、不同系统间的兼容和成本预算等诸多因素，选择最为适配的整合策略。因此，为了帮助电商企业更好的选择整合路径，应设计多维度决策工具。因此需根据双方业务同质性高低情况确定业务重合度，若是同质性高，可选择替换式整合方法。综合评估双方现有系统的技术水平与功能完整性，若差距悬殊可选择牵引式整合。深入分析被整合系统是否是关键的核心交易系统，如果是应使用替换方法，用于维持风控统一，边缘系统可使用集成方法。整合成本中有一次性投入与长期维护费用，若有足够预算可以选择彻底迁移，预算不足可采用集成方法过渡。在组织文化方面，双方的管理风格与员工数字化素养有着明显的差距，越是差距大越需要保留独立性，应当规避激进式的替换。企业需结合不同维度评分实施加权计算，面向不同业务模块构建差异化整合矩阵，用综合评估数据确定整合策略。

4.2. 搭建敏捷且可扩展的数字底座

信息化系统整合应确保技术架构的敏捷性和可扩展性，这样可以有效应对电商企业业务快速发展和企业规模变化带来的系统提升需求。在具体技术架构策略使用过程中需采用云原生架构，通过云计算的弹性伸缩能力，有效应对促销大促等电商业务实施过程中的流量高峰阶段[5]。容器化和微服务架构的实施能将庞大的单体系统拆解为多个独立服务单元，减少系统耦合度，提高系统开发和部署有效性。数字底座搭建过程中也应重视中台能力的构建和提升，这就需要建设业务中台和数据中台，将双方企业通用的用户、支付和商品中心以及数据能力沉淀下来，通过服务共享的形式向前台业务赋能。这种中台搭建能在新业务引入过程中，像搭积木一样对中台的能力完成复制，有效避免系统功能或业务板块重建问题的发生。数字底座构建过程中也应引入 API 网关和服务治理模块，信息化系统整合之后的服务调用关系将会更加复杂，API 网关引入之后能够完成外部接口访问的统一管理，利用服务网站完成流量控制和熔断降级，确保系统运行的稳定和安全。

4.3. 筑牢数据治理与安全防线，确保合规运营

数据整合可以为电商企业带来更大的价值，但数据整合期间也面临着一定的风险挑战。信息化系统整合策略应包含数据治理和安全管理等诸多措施，用于维护系统整合后的运行安全与隐私安全。这就需要建立主数据管理体系，对于信息化系统中的商品、客户和供应商等核心主数据需要创建单一可信源，确保电商企业数据在不同系统中的一致性和应用准确性[6]。同时应做好数据分级和分类保护管理，根据数据的重要程度和敏感程度为其制定对应的安全管理策略。对于涉及个人隐私的数据，需做好脱敏处理和加密存储，严格按照《中华人民共和国个人信息保护法》¹等法律法规的规定和要求执行信息保护工作。系统中的信息与数据访问应加强身份验证和访问控制，因为信息化系统整合之后的用户数量与权限会越发复杂，通过创建统一身份认证平台，主动执行最小权限原则和多因素认证标准，预防内部人员的越权操作和外部风险因素的攻击。数据治理与安全维护应实施数据备份和灾难恢复机制，这就需要电商企业

¹http://www.npc.gov.cn/npc/c2/c30834/202108/t20210820_313088.html

安排数据管理或相关工作人员完成系统数据的定期备份,制定应急演练计划,定期开展灾备演练活动,确保在出现勒索病毒攻击或者硬件故障时可快速恢复电商企业的业务执行,将企业损失降到最低。

4.4. 加强组织协调和人才管理,确保协同推进

系统整合需要人员作为技术维护、系统性能检测等多项工作开展的支持,这就需要电商企业配备完善的人才,并做好组织协调和管理工作。因而电商企业应开办联合办公室,负责双方业务、财务等诸多工作资源的整合,让系统整合具备足够的资源支持。对于被并购企业中的优秀人才,并购企业需主动落实人才保留策略,做好激励机制设置,用人才留任奖金给予优质人才工作方面的支撑,该奖金可以使用分期兑换的形式,也可将奖金和项目实践联系起来,若是员工处于核心岗位,应适当调整薪酬比例。并购企业也应帮助被并购方员工规划未来的职业发展路线,让其在新工作环境中获得职业归属[7]。对于双方企业在文化方面的差异,管理人员可积极开展联合办公、技术交流等新型工作模式,定期组织双方团队完成工作交流和业务分析,这样便能做到双方业务的互通。同时,企业需在系统整合之后对双方员工实施专项技能培训,培训内容应覆盖到双方业务的整合、员工之间的交流、技能等诸多内容,使双方员工能够尽快构建合作关系,为企业长远发展提供支持[8]。

5. 结束语

电商企业采用并购方法收购相关企业,利用业务和系统的有效整合能够实现自身业务的持续拓展和企业发展规模的扩充,并采用系统整合方法推动双方的信息互通和工作交融。通过综合评估企业双方的运营状态、业务流程等诸多信息,利用数字技术完成系统迁移和相关数据的整合,构建初步的系统整合框架。通过选择恰当整合策略、构建数字底座、加强数据治理与安全维护等策略的实施,能帮助企业有效协调信息化系统整合期间的组织和人才管理,让电商企业在系统整合过程中找准方向,有效规避风险,实现企业并购和数字化转型目标。

但研究也有局限,未对不同规模电商企业的差异进行深度分析,中小企业在资源方面有一定的限制,需要调整策略选择和具体的实施强度,因而需对文章框架的普适性进行验证。研究也未详细分析行业的具体特征,缺少对平台型、独立站、社交电商的整合重点分析。未对跨国并购相关数据合规性与文化冲突等问题进行探讨。研究中所使用的决策工具缺少实证数据校准。这就需要在未来研究中实施大样本问卷调查和案例比较,主动开发适用于不同规模和业态的整合路径,并对整合之后 3~5 年的长期绩效表现进行追踪分析,用于考察文化融合和人才激励等策略的长期实施效果,为数字化转型和并购协同提供长期支撑。

参考文献

- [1] 汪永忠,李欣玮.智慧零售背景下企业并购协同效应案例分析[J].合作经济与科技,2023(14):117-119.
- [2] 郭芳,占宇庭.电商企业跨国并购绩效分析——以阿里巴巴集团为例[J].电子商务,2020(11):11-13.
- [3] 王敏,何卫红.电商企业并购——以阿里巴巴收购饿了么为例[J].艺术科技,2021,34(3):197-198.
- [4] 温园.电商零售企业并购重组传统零售企业研究——以苏宁易购并购家乐福为例[J].全国流通经济,2024(19):36-39.
- [5] 高丽平.跨境电商企业的并购动因及财务风险分析——以阿里巴巴并购网易考拉为例[J].商场现代化,2021(15):164-166.
- [6] 卢丹.董事网络对电商企业并购绩效的影响——基于社会网络理论的分析[J].商业经济研究,2024(18):160-163.
- [7] 颜士梅,陶瑾瑶.并购情境下员工自我连续性对合作行为的影响——基于社会身份视角[J].商业经济与管理,2023(11):5-19.
- [8] 陈珏.企业技术能力对跨国并购技术整合影响研究[J].当代经济,2024,41(12):66-73.