电商供应链协同发展存在的问题及对策

徐鹏赢

哈尔滨金融学院　黑龙江　哈尔滨　150030

摘　要：电商供应链数字化协同是产业精细化升级的关键路径，当前产业链普遍存在主体联动黏性弱、数据流通壁垒高、资源配置失衡等现实问题，制约了全链条运转效能与产业韧性提升。立足电商供应链协同发展的核心价值，结合行业发展痛点从主体联动、数字赋能、资源统筹、机制建设及生态培育多维度提出优化路径，为电商供应链高质量协同发展提供参考。

关键词：电商供应链；协同发展；资源整合；数据共享；产业链优化

引言：数字经济持续渗透推动电商产业快速迭代，供应链协同已然成为破解产业碎片化发展、提升市场竞争力的核心核心抓手。区别于传统供应链模式，数字化、网络化的协同运作模式更适配当下电商行业的发展需求。基于当前行业发展现状，深入剖析供应链协同运行的突出问题，并针对性构建优化体系，对推动电商产业提质增效具有重要现实意义。

1 电商供应链协同发展的核心内涵与价值

电商供应链协同，是平台、供需两端、物流及配套服务等参与主体，依托资源整合、信息互通与流程适配形成的全域联动模式。相较于传统线下供应链，该模式呈现出数字化、动态化与网络化特征，核心在于打破环节与主体间的运转隔阂，促成信息流、物资流、资金流与服务流的顺畅流转和精准对接。

作为电商产业转型升级的重要依托，供应链协同能够化解产业链碎片化问题，优化资源配置并压缩整体运营成本。成熟的协同体系还可增强市场适配能力，及时回应多元消费需求，巩固产业链运行韧性。在行业竞争不断加剧的环境下，协同能力已然成为评判产业发展成熟度、企业长久运营实力的重要标准，也是电商行业告别粗放发展、迈向精细化运营的重要依托[1]。

2 电商供应链协同发展现存核心问题

2.1 产业链主体协同意愿薄弱，联动黏性不足

电商供应链涵盖的参与主体数量多、类型杂，不同主体的经营目标、发展定位与利益诉求存在显著差异，直接导致整体协同意愿偏低，长期稳定的联动合作格局难以形成。多数上下游主体以自身短期效益为核心导向，聚焦单一环节的收益提升，忽视全链条整体价值最大化，在资源投入、流程适配、风险共担等层面缺乏主动配合意识。部分中小配套主体规模较小、发展视野受限，缺乏长效协同发展思维，参与产业链联动的积极性、主动性不足，多以被动合作为主。同时，电商平台与上下游主体之间存在明显的地位差异，头部平台占据流量、数据、渠道等核心资源，中小供应商、物流服务商、售后服务商处于弱势地位，利益分配不均衡问题突出，进一步弱化了弱势主体的协同动力，导致产业链主体联动松散、黏性不足，难以形成闭环式协同运行体系。

2.2 数据信息流转不畅，数字化协同程度偏低

数字化是电商供应链协同运行的基础支撑，但当前多数电商供应链体系存在数据孤岛问题，信息流转的完整性、及时性、互通性难以保障。一方面，各主体采用的数字化系统标准不统一，数据采集、存储、分析的口径存在差异，不同环节、不同主体的数据无法实现有效对接与互联互通，大量核心数据分散沉淀在单一主体、单一环节内部，无法实现全域共享。另一方面，部分中小供应链主体数字化建设滞后，数据采集精细化程度不足，缺乏完善的数据整理与传输体系，难以向产业链上下游输出有效数据资源。此外，部分主体存在数据壁垒思维，将核心经营数据、供需数据、用户数据作为核心竞争资源，不愿实现数据共享，导致供应链整体数据流转断裂，市场需求预判、库存调配、物流调度等协同工作缺乏精准的数据支撑，大幅降低了全链条协同运行效率[2]。

2.3 资源配置适配性不足，环节衔接效率偏低

电商供应链各环节资源配置碎片化问题突出，资源整合与调度能力不足，导致供需匹配、环节衔接存在明显滞后性。从物资资源来看，上游供应商产能储备、商

品库存与电商平台销售节奏、终端消费需求适配度不足，常出现库存积压与缺货断货并存的失衡问题，资源浪费与供给不足矛盾凸显。从物流资源来看，仓储布局、运力调配缺乏全域统筹规划，区域资源分配不均，热门时段、核心区域运力紧张，冷门时段、偏远区域资源闲置，物流资源利用率整体偏低。从服务资源来看，售前咨询、售后运维、退换货服务等配套资源与销售规模不匹配，各环节服务标准不统一，衔接断层问题频发，难以形成一体化服务体系。整体而言，供应链资源缺乏系统化、全局化的统筹调配，局部资源冗余与短缺问题长期存在，严重制约全链条协同运行质量。

3 电商供应链协同发展优化对策

3.1 强化主体联动意识，构建深度协同合作体系

破解电商供应链主体联动松散、黏性不足的核心问题，需从思维引导、合作模式优化、利益均衡调节三个维度发力，构建全域深度协同的合作体系。首先，强化全链条协同发展思维引导，打破单一主体的碎片化经营理念，引导平台、供应商、物流服务商、配套服务商等所有参与主体树立全链条一体化发展思维，明确个体发展与产业链整体发展的依存关系，弱化短期逐利思维，强化长期协同共赢意识。通过常态化的行业交流、资源对接、理念互通，推动各主体跳出单一环节经营局限，聚焦产业链整体价值提升，主动参与全链条协同建设。其次，优化主体合作模式，摒弃传统零散化、短期化的合作形式，推动建立长期稳定的战略协同合作关系，推动上下游主体从简单的供需交易合作，转向资源互补、能力共建、价值共创的深度合作模式。头部电商平台需发挥引领作用，主动对接中小配套主体，搭建平等互通的合作桥梁，弱化主体地位差距带来的合作壁垒。最后，构建均衡化的利益协调模式，基于各主体的资源投入、价值贡献、风险承担水平，建立科学合理的收益分配体系，平衡平台与中小主体的利益关系，保障弱势主体的合理收益，消除利益分配失衡问题，全面提升各主体的协同积极性与合作黏性，构建互帮互助、共建共赢的产业链协同生态[3]。

3.2 推进数字化体系升级，破除数据孤岛壁垒

数字化信息的互通共享，能够为电商供应链的协同运转提供重要支撑，行业可以通过完善数字化标准、升级基础系统、优化数据共享机制的方式，打通整条产业链的数据传输通道。行业首先需要整合市面上现有的数字化运营规则，统一供应链各个环节的数据采集、统计梳理、传输对接方式，也需要规范供需、库存、物流以及用户消费等各类核心数据的处理方式，以此改善不同市场主体、不同操作系统数据适配性差、对接难度高的问题，能够为全链条的数据互通工作打下扎实基础。各个供应链主体还需要补齐自身数字化建设的短板，尤其是中小经营主体，其需要主动更新业务操作、日常管理、数据监测等相关系统，让各类经营业务都可以实现数据记录、可视化展示与智能化分析；行业也可以借助大数据、云计算等基础数字技术，搭建可以覆盖全产业链的数据共享平台，整合上下游分散的数据资源，对各类数据进行统一存储、整理分析与精准推送。除此之外，行业需要建立一套安全规范的数据共享模式，各经营主体可以在保障数据安全、维护自身权益的基础上，划定数据共享的具体范围与使用权限，逐步打破传统的数据封闭思维，让各类公共数据可以在产业链内部流通；同时企业需要搭建基础的数据防护体系，优化加密处理、权限管理、风险预警等功能，有效规避数据泄露、数据滥用等问题，让数字化建设持续助力供应链协同发展。

3.3 优化全域资源配置，提升各环节衔接效率

电商供应链普遍存在资源分配不均、各环节衔接不畅的问题，行业整体需要树立全局统筹的运营思路，对物资、物流、服务、人力等各类供应链资源开展整体整合与精细调配，以此提升各类资源的实际利用效率。在物资资源的调配工作中，行业可以搭建动态化的供需匹配模式，企业能够依托大数据技术梳理市场消费趋势、季节波动规律以及用户消费偏好，进而对市场需求变化做出预判，帮助上游供应商合理安排生产规划与库存储备工作；商家也能结合平台销售情况实时调整备货结构，有效缓解库存堆积、货品短缺的矛盾，提升供需两端的匹配程度，企业还可以打通跨区域、多店铺的库存共享渠道，让物资周转变得更加灵活高效。在物流资源的优化方面，从业者可以根据电商订单的区域分布、单量密度以及消费场景差异，合理调整仓储网点的布局规划，整合市面上零散的物流运力，搭建全域联动的调度体系；在电商大促、消费旺季等订单高峰期，企业能够提前储备物流运力，动态调配各地资源，平衡不同时段、不同区域的物流供需，减少资源闲置与运力紧张的情况，稳步提升物流运转效率。在服务与人力资源层面，行业可以统一全流程服务规范，整合各类配套服务资源，打造一体化的运维服务模式，让咨询、配送、售后、退换货等环节能够顺畅衔接；企业也可以根据业务体量灵活调配服务人员与配套资源，让服务供给贴合实际业务需求，整体提升供应链各环节的衔接质量与运行效能[4]。

3.4 完善协同运行机制，筑牢长效发展保障

电商供应链协同的长效稳定发展，需要健全的运行机制作为基础支撑，本文主要从标准规范、利益风险分配、约束激励三个方面，搭建完整的供应链协同运行体系。行业需要建立统一的供应链协同运行准则，梳理整合全链条的业务流程、对接方式、服务要求与运维规范，统一上下游合作主体的业务对接标准，细化各环节、各参与主体的工作责任与运行细则，以此解决流程矛盾、标准不统一、衔接脱节等常见问题，让全链条业务实现标准化、规范化运转，有效提升各主体对接的适配度与工作效率。行业还需搭建合理的利益共享、风险共担体系，结合各合作主体的资源投入、实际贡献与运营成本，制定公正的收益分配方案，保障产业链增值收益可以合理分配；同时明确各类供应链风险的主体责任与应对任务，针对市场波动、供需失衡、物流受阻等问题，实现多方联合预判、共同处置、共同承担风险，增强产业链整体的抗风险水平。此外，行业要建立协同考核评价机制，将主体配合程度、资源利用效率、协同贡献等纳入考核范围，对积极配合协同工作的主体给予资源、合作优先等扶持，对消极履职、破坏协同秩序的主体进行约束管控，以此保障供应链协同体系长期稳定运行。

3.5 培育协同发展生态，推动产业链迭代升级

电商供应链的协同发展，并非只依靠单一环节、单一市场主体的优化调整，而是需要培育全域产业生态，推动整体产业链迭代更新，以此实现从单一环节协同向全域生态协同的转型发展。行业发展过程中，可打破行业、区域及市场主体间的发展隔阂，促进电商产业链与物流、数字、服务等相关产业的深度融合，进一步整合各类跨界资源，拓展供应链服务场景，延伸产业链价值体系，搭建多元一体的供应链服务体系；各市场主体也可突破自身单一业务局限，通过跨界合作、能力共建的方式，打造全新的协同发展模式，稳步提升产业链综合服务水平与市场适配能力。与此同时，各主体可借助数字技术优化业务、服务及协同运作模式，改变传统粗放的运营方式，推动供应链协同朝着精细化、智能化、高品质的方向发展；行业也可搭建专属交流协作平台，促进优质运营经验、先进管理模式的共享互通，助力全行业供应链协同能力的整体提升。除此之外，行业可重点培育供应链复合型人才，围绕数字化运营、全域协同管理、资源统筹调度等核心领域，培养兼具电商运营、供应链管理及数字应用能力的专业人才，完善行业人才储备，为电商供应链高质量发展提供人才与创新保障，持续优化产业链整体生态[5]。

结束语：电商供应链协同发展是一项系统性、长期性的产业升级工程，主体协同不足、数据壁垒突出、资源适配失衡等多重问题共同制约产业进阶。通过强化主体联动、打通数字流通通道、优化全域资源配置、完善长效机制、培育产业生态的全方位举措，可有效破解发展痛点，助力电商供应链实现高效、稳定、智能化的可持续发展。

参考文献

[1] 隋青, 张晓华, 张长峰. 农产品跨境电商与冷链物流协同发展问题与对策 [J]. 保鲜与加工,2026,26(1):129-135.

[2] 汪凡, 汪明峰, 张英浩. 供应链协同水平空间分异及其对农村电商增长的影响研究 [J]. 地理研究,2026,45(2):547-560.

[3] 张旭伟. 跨境电商供应链全链条协同发展决策研究 [J]. 全国流通经济,2026(1):64-67.

[4] 彭新良, 刘婷婷, 马潇宇. 我国供应链发展特点、存在问题及对策 [J]. 供应链管理,2025,6(1):10-18.

[5] 李斌善. 供应链视角下直播电商带货模式存在的问题与对策研究 [J]. 中国储运,2025(6):62-62.