

数字化转型对传统零售企业组织结构的影响分析

吕娟娜

中国水电建设集团十五工程局有限公司 陕西 西安 710000

【摘要】：聚焦传统零售企业，围绕数字化转型与组织结构的关联展开分析，阐释零售企业数字化转型内涵与传统组织结构理论基础，本文从组织形态、权责配置、协同管控、文化人才四个维度剖析数字化转型对组织结构的影响机制，明确具体实践路径。研究为传统零售企业依托数字化推进组织变革、破除运营瓶颈、适配全渠道发展需求提供理论参考与实践指引，助力企业高质量转型。

【关键词】：数字化转型；传统零售企业；组织结构

DOI:10.12417/3041-0630.26.08.031

引言

数字技术向零售行业深度渗透，传统零售企业加快数字化转型步伐，原有垂直层级化组织结构逐渐难以适配数据驱动、全渠道融合的发展诉求。组织结构变革构成零售企业数字化转型的核心环节，本文依托相关理论剖析数字化转型对传统零售企业组织结构的多重影响机制，探寻可落地的组织优化路径，为传统零售企业突破组织瓶颈、提升运营效能提供有力支撑。

1 传统零售企业数字化转型概述

大数据、人工智能、物联网等数字技术为传统零售企业数字化转型提供核心支撑，推动零售全链路业务流程、运营模式与价值创造逻辑的系统性重构，绝非单一技术工具的简单叠加。与原生电商企业不同，传统零售数字化转型以线下实体店为核心根基，围绕“人、货、场”三大核心要素完成全维度升级，前端智能收银系统、会员数字化标签体系支撑精准营销与用户运营，中端RFID技术、智能仓储系统助力供应链可视化与高效周转，后端打通财务、人力等管理系统促成数据全域流转，从根本上破解传统零售获客成本高、库存周转慢、运营效率低的长期痛点^[1]。传统零售数字化转型已走过早期线上渠道搭建、中期全渠道融合阶段，正逐步迈向数智化深度运营，未来还将朝着场景化体验、生态化协同、C2M反向定制方向拓展，以数据作为核心生产要素重构零售企业核心竞争力，推动实体零售从传统商品销售型转向服务体验型、数据驱动型业态，实现可持续的高质量发展。

2 传统零售企业组织结构的基本理论

传统零售企业组织结构，指企业内部各部门、层级、岗位间权责分配、协作关系与管控流程的系统性架构，是支撑零售业务从商品采购、仓储物流、门店运营到营销推广、财务管理全链路运转的核心载体。传统零售企业普遍采用直线职能制层级架构，总部-区域-门店三级垂直管控构成核心形态，总部统筹采购、营运、财务等核心职能并制定标准化运营规则，区域

层级承接总部指令同时负责区域门店监督与协调，门店聚焦终端销售与基础服务执行，这一结构权责边界清晰、管控力度强劲，适配传统零售线下连锁扩张的规模化诉求，是保障供应链高效协同、门店标准化运营与成本管控落地的核心基础。受线下实体运营逻辑约束，传统组织结构以职能划分为核心导向，部门壁垒明显突出，采购、营运、营销等条线数据相互割裂，决策链条偏于冗长，市场响应速度较为滞后，难以契合消费者需求个性化、消费场景多元化的行业趋势，在全渠道业务融合、数据跨部门流转等方面存在天然架构障碍，进而成为制约传统零售企业运营效率提升与业态升级的核心瓶颈。

3 数字化转型对传统零售企业组织结构的影响机制

基于上述作用路径，下文将从四大维度具体剖析数字化转型的影响机制与实践做法。见图1

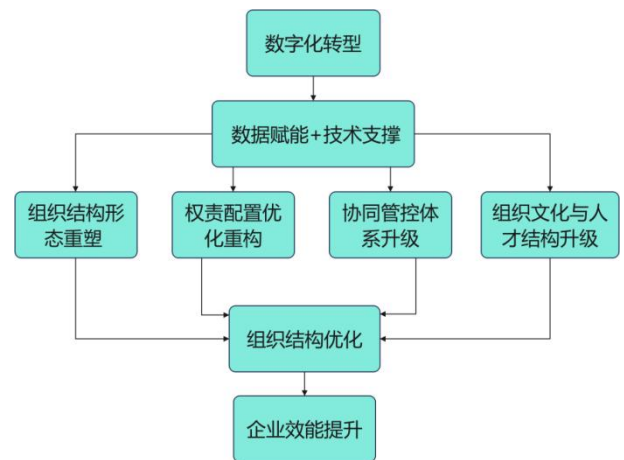


图1 数字化转型影响传统零售企业组织结构的作用路径流程图

3.1 数字化转型对组织结构形态的影响

数字化转型驱动传统零售企业组织结构摆脱层级固化的金字塔模式，朝着扁平化、网状化、平台化方向演进，核心在于打破总部-区域-门店的垂直层级壁垒，重构组织运行底层逻辑

辑。传统架构中，门店仅作为终端执行单元，决策权高度集中于总部，区域层级承担信息传递中间枢纽角色，门店对消费者即时需求的响应能力因此受到层级压制。数字化转型背景下，企业可搭建“总部中台-区域前台-门店终端”的扁平化组织架构，数字化业务中台整合商品、会员、供应链等核心数据资源，赋予区域层级和门店终端一定自主决策权限，门店可基于数字化会员系统，结合周边社区居民消费习惯调整生鲜、日用品陈列品类与促销力度，区域层级通过数字化看板实时监控辖区内门店运营数据，无需层层上报即可协调资源解决运营问题^[2]。

组织形态向平台化转型同样关键，以数字化平台为核心载体整合供应链服务商、第三方营销机构、线下门店等多方主体，形成跨主体网状协作结构，零售企业搭建的数字化供应链平台可实现供应商、物流商与门店实时对接，供应商通过平台查看门店库存数据并自主完成补货，物流商依据平台实时订单动态调整配送路线，门店聚焦终端体验服务，推动组织形态从封闭型垂直管理转向开放型协同协作。应对全渠道融合需求，跨渠道融合的项目制组织形态应运而生，打破线上电商部、线下门店部的部门壁垒，全渠道运营专项小组通过数字化协同工具实时共享用户行为数据、营销效果数据，统筹线上线下商品定价、促销活动与用户运营策略，可针对会员生日福利在线上线下同步推出专属优惠券，数字化系统支撑会员权益全域通用，这种以任务为核心、以数据为纽带的项目制形态，快速适配全渠道零售发展趋势，成为传统零售组织形态升级的核心实践路径。

3.2 数字化转型对组织权责配置的影响

数字化转型以数据透明化、流程可视化、决策智能化为核心，重新界定传统零售企业各层级、各部门的权责边界，推动权责配置从“层级管控型”转向“数据赋能型”。传统权责体系中，总部垄断核心决策权，区域层级聚焦监督执行，门店仅承担销售执行职责，权责与数据获取能力深度绑定，基层组织因此缺乏决策灵活性。数字化转型背景下，数字化数据决策平台的搭建打破了数据壁垒，赋予门店与区域层级基于数据的自主决策权，门店通过数字化库存管理系统实时掌握商品库存周转率、销售数据，当某类商品库存积压超过预警阈值时，可自主制定折扣促销方案，无需等待总部审批，区域层级则借助数字化监管系统对门店决策实施实时监控，确保决策符合企业整体运营规范，达成“放权不越权”的权责平衡。

职能部门的权责重心随之重构，传统采购部、营运部、营销部权责分散、各自为政的局面被打破，采购部从单纯商品采购职能升级为供应链数据运营职能，分析门店销售数据、消费者需求数据精准预测商品热销趋势并制定采购计划，同时对接数字化供应链平台协调供应商按需供货；营运部从门店运营监督转向运营数据诊断与资源调配职能，通过数字化运营看板实时分析门店客流、坪效、客单价等数据，针对运营效率低下的

门店制定针对性优化方案并调配区域资源支持；营销部从传统线下广告投放升级为全渠道精准营销职能，基于数字化用户画像为门店提供精准营销内容与渠道策略，面向年轻消费群体可通过短视频平台、社群渠道推送个性化商品推荐信息，推动职能部门权责从“执行层”迈向“决策层、赋能层”。

跨部门协作的权责边界同样得到明确，数字化协同系统厘清各部门在全渠道运营、供应链整合等业务中的权责划分，线上电商部负责线上流量运营与用户数据沉淀，线下门店部聚焦终端体验与线下数据收集，供应链部统筹全链路物流协同，三者通过数字化系统共享数据成果，跨部门项目中明确各自权责主体，避免权责推诿，实现权责配置与数字化业务流程的深度适配^[3]。

3.3 数字化转型对组织协同与管控的影响

数字化转型推动传统零售企业组织协同从“线下人工对接”升级为“数字化系统协同”，管控模式从“层级监督”转向“数据智能管控”，进而构建全链路、全主体的数字化协同管控体系。组织协同层面，跨部门数字化协同平台整合采购、营运、营销、物流、门店等各业务单元核心数据，支撑各部门信息实时共享与协同作业，门店发现某类商品销售需求激增时，可通过协同平台实时同步数据给采购部与物流部，采购部快速响应补货需求，物流部同步调整配送计划，营销部配套制定营销方案，形成从门店需求到供应链、营销端的全链路协同，替代传统层层沟通、人工对接的协同模式，显著缩短协同响应周期^[4]。跨主体协同同样借助数字化平台推进，整合供应商、加盟商、第三方服务商等外部主体实现数字化协同，与供应商搭建的数字化库存共享系统支持其实时查看合作零售企业门店库存数据，供应商可根据库存动态自主调整生产与供货计划，减少库存积压与缺货风险；与加盟商通过数字化系统实现运营标准统一、资源共享，加盟商可通过平台学习总部运营流程与营销方案，总部则借助平台监控加盟商运营数据，实现企业与外部主体的高效协同。

组织管控层面，数字化智能管控体系取代传统人工巡检、定期报表的管控方式，物联网设备、数字化监控系统、大数据分析技术的应用，实现对门店运营、供应链流程、财务数据的实时管控，门店端通过智能收银系统、摄像头实时采集客流、销售、商品陈列等数据，数字化管控平台自动分析货架陈列不合理、员工服务效率低等运营问题，并向门店管理人员推送优化建议；供应链端依托物联网定位技术、物流管理系统实时监控商品运输轨迹、库存状态，对物流延误、库存超标等异常情况自动预警，管控人员无需人工排查即可精准处理问题；财务管控端通过数字化财务系统实现资金流转、成本核算的实时监控，自动生成财务报表，对成本异常、资金流转不畅等问题智能预警，推动管控从“事后反馈”迈向“事前预警、事中监控”，

提升组织管控的精准性与效率。

3.4 数字化转型对组织文化与人才结构的影响

数字化转型倒逼传统零售企业组织文化摆脱“层级固化、流程导向”的固有模式，转向“数据驱动、创新包容”的新型文化形态，同时推动人才结构从“传统运营型”升级为“数字化复合型”，为组织变革筑牢核心文化支撑与人才保障。组织文化转型过程中，数据驱动的文化培育成为关键，数字化系统搭建起全员数据应用场景，让各层级员工均能接触并运用运营数据，门店员工通过数据看板掌握自身负责区域的销售数据、用户偏好，管理层依托数据决策平台制定战略规划，引导员工从“经验决策”转向“数据决策”，摒弃“凭经验、靠直觉”的传统工作思维，逐步形成“以数据为依据、以效率为核心”的文化氛围。

创新包容的组织文化构建同步推进，数字化转型背景下零售行业迭代加速、消费者需求持续变化，企业鼓励员工在数字化运营、全渠道营销、供应链优化等领域积极探索，设立数字化创新奖励基金，对员工提出的数字化运营优化方案、创新营销玩法等给予奖励，容忍创新过程中的试错行为，打破传统零售“求稳怕错”的文化桎梏，充分激发员工创新活力。组织文化向“全局协同”的转变同样重要，数字化协同工具助力打造跨部门、跨团队的协作文化，通过组织跨部门数字化培训，让采购、营运、营销等部门员工深入了解彼此业务逻辑与数据需求，打破部门壁垒，凝聚“全局协同、数据共享”的文化共识。

参考文献：

- [1] 张美丽,祁明阳.传统制造企业数字化转型的四维新型组织要素匹配模式研究[J].技术与创新管理,2025,46(5):493-508.
- [2] 苏敬勤,武宪云,张思佳.传统企业全链路数字化转型过程中的组织惯性克服机理——基于组织学习视角[J].科技进步与对策,2025,42(17):55-65.
- [3] 石莉娟.数字化转型对零售企业运营费用结构的影响[J].全国流通经济,2025(17):125-128.
- [4] 周列琴,李嘉琦,王念,黄雪雯.数字化赋能传统零售行业转型的挑战与策略探究[J].中国商论,2025,34(10):10-13.
- [5] 庞成.企业数字化转型对组织结构与文化变革的影响研究[J].河北企业,2025(9):58-62.

人才结构升级方面，人才招聘与培养体系率先优化，重点引进大数据分析、全渠道数字化运营、数字化供应链管理、新媒体营销等领域的数字化复合型人才，同时针对现有员工开展数字化技能培训，采用线上线下结合的培训模式，通过数字化技能实操课程、数据应用案例分享会、岗位轮岗实践等形式，提升传统员工的数字化操作能力与数据应用能力，门店员工接受数字化会员系统、智能收银系统、库存管理系统的实操培训，职能部门员工开展数据分析工具、数字化决策平台的使用培训，实现现有员工技能升级。人才考核与激励体系随之重构，以数字化数据为核心考核指标，取代传统“销售额、门店客流量”等单一指标，将员工的数字化数据应用能力、全渠道协同能力、数据驱动的业绩增长等纳入考核范畴，对表现优秀者给予数字化技能津贴、晋升优先等激励，对数字化技能不足的员工进行针对性辅导与培训，充分调动员工提升数字化能力的积极性^[5]。

4 结语

数字化转型从组织形态、权责配置、协同管控、文化人才四大维度对传统零售企业组织结构进行全面重塑，推动整体结构向扁平化、平台化、协同化方向升级。传统零售企业依托数字技术持续优化组织架构，完善权责体系与协同机制，培育数字化文化与人才队伍，使组织结构更好适配数字化运营逻辑，动态响应全渠道变革与消费需求升级，实现组织效能与核心竞争力的双重提升，夯实可持续发展基础。