

连锁企业数字化管理转型中的降本增效痛点与破解策略

张阳

广东工商职业技术大学, 中国·广东 肇庆 526020

摘要: 数字经济背景下, 连锁企业凭借规模化、标准化优势成为实体经济的重要组成部分, 但伴随市场竞争加剧与运营成本攀升, 传统管理模式下的效率瓶颈与成本压力日益凸显。数字化管理转型是连锁企业突破发展瓶颈、实现降本增效的核心路径, 但其转型过程并非单纯的技术引入, 而是涉及组织、流程、数据的系统性变革。当前多数连锁企业在数字化推进中存在战略认知偏差、数据孤岛突出、流程适配不足等问题, 导致转型投入与效益产出失衡, 降本增效目标难以落地。本文从战略统筹、数据治理、流程融合三个维度构建针对性破解策略, 能够为连锁企业深化数字化转型、切实实现降本增效提供理论参考。

关键词: 连锁企业; 数字化管理; 降本增效; 痛点; 策略

Pain Points and Solutions for Cost Reduction and Efficiency Improvement in the Digital Management Transformation of Chain Enterprises

Zhang Yang

Guangdong Industry and Commerce Vocational and Technical University, China Guangdong Zhaoqing 526020

Abstract: In the context of the digital economy, chain enterprises have become an important part of the real economy due to their advantages in scale and standardization. However, with increasing market competition and rising operating costs, the efficiency bottlenecks and cost pressures under traditional management models are becoming more apparent. Digital management transformation is the core path for chain enterprises to break development bottlenecks and achieve cost reduction and efficiency improvement. But this transformation is not just about introducing technology; it involves systemic changes in organization, processes, and data. Currently, most chain enterprises face issues such as strategic cognitive biases, prominent data silos, and insufficient process adaptation during digitalization, resulting in an imbalance between transformation investment and output and making cost reduction and efficiency goals difficult to achieve. This paper constructs targeted solutions from three dimensions: strategic planning, data governance, and process integration, which can provide theoretical references for chain enterprises to deepen digital transformation and truly achieve cost reduction and efficiency improvement.

Keywords: Chain enterprises; Digital management; Cost reduction and efficiency improvement; Pain points; Strategies

0 引言

数字技术与实体经济的深度融合, 推动企业管理模式发生深刻变化, 连锁经营以统一品牌、集中采购、标准化管理为核心特征, 在商贸流通与生活服务领域实现了快速扩张, 是支撑实体经济运行、保障民生消费的重要力量。随着市场进入存量竞争阶段, 连锁企业传统的粗放式扩张难以为继: 一方面, 租金、人力、物流等运营成本持续攀升, 不断压缩企业利润空间; 另一方面, 门店分散、管理层级多、供应链条长的业态特点, 使得传统管理模式的管理成本、响应效率低, 规模效应难以充分转化为效益优势。在此背景下, 降本增效不再是企业阶段性的成本管控手段, 而是关乎生存与发展的核心管理命题。相较于单一

业态企业, 连锁企业的管理难度集中体现在“分散化布局”与“集中化管控”的矛盾上。传统模式下, 总部与门店之间信息传递滞后, 业务与财务环节相互割裂, 既容易出现总部管控缺位、门店运营失范的问题, 也会因层层审批、重复核对造成大量效率损耗。数字化管理则为破解这一矛盾提供了可行方向, 借助大数据、云计算、物联网等技术, 企业可以打通总部与门店、前端与后端、业务与财务的信息壁垒, 实现管理流程的标准化、数据化与智能化, 从供应链、人力、财务、运营等多个维度压缩无效成本、提升运转效率。

1 数字化赋能连锁企业降本增效的作用机制

首先, 数字化最直接的作用, 是通过流程自动化替代

重复性人工操作,压缩人力成本与差错成本。传统连锁企业的门店数据上报、库存盘点、薪酬核算、财务记账等工作高度依赖人工处理,不仅占用大量人力工时,还容易因人为失误产生数据偏差,带来后续的核对成本与经营损失。数字化系统能够实现数据的自动采集、传输与核算:POS系统可自动同步销售与库存数据,智能排班工具能够结合客流规律生成排班方案,财务系统也能基于业务单据自动生成核算凭证。这些应用能够将员工从重复性事务中解放出来,既压缩了岗位人力需求,也降低了人为失误带来的隐性损失。人力资源管理的数字化转型能够有效提升事务性工作效率,推动管理资源向高价值环节倾斜,这一效应应在门店分散、人员基数大的连锁企业中表现得更为突出。

其次,连锁企业的很多管理痛点,根源都在于信息不对称:总部无法实时掌握门店的真实运营状态,门店之间难以共享库存与客流信息,业务与财务数据脱节导致决策滞后。数字化管理平台能够打通各环节的数据通道,实现总部、门店、供应商、物流端的信息实时共享。在供应链环节,企业可以基于各门店的销售数据与库存水平,智能调度商品配送,平衡单店库存积压与缺货风险,提升整体库存周转率;在财务环节,业务数据与财务数据的实时对接,能够实现成本的动态监控与预算的刚性管控,及时发现成本异常并进行干预。

最后,数字化管理能够基于海量运营数据构建分析模型,为决策提供量化支撑。通过销售数据预测不同区域、不同时段客流变化,指导门店调整商品结构与人员配置。通过成本数据分析定位各门店的管控短板,制定针对性的优化方案。通过市场趋势预判调整采购计划与营销策略,降低经营风险。数据驱动的决策模式能够大幅提升决策精准度,避免因决策失误造成的资源浪费,从整体上提升企业的经营效益。

2 连锁企业数字化管理转型中降本增效的核心痛点

2.1 战略认知偏差与组织协同不足

当前连锁企业数字化推进受阻,很大程度上源于战略认知层面的偏差。部分企业管理者将数字化转型简单等同于管理软件的采购与上线,认为配齐了ERP、POS、HR等系统就算完成了转型,忽视了配套的组织调整、流程优化与文化建设。这种重技术投入、轻管理配套的认知倾向,导致系统上线后和企业实际管理模式脱节,不仅无法发挥降本增效的价值,反而增加了系统采购与维护的刚性成本。还有部分企业将数字化转型划归为技术部门的独立职责,

业务部门与一线门店的参与度极低,系统功能设计脱离实际运营需求,引发一线员工的抵触情绪,无法深入业务环节创造实际价值。

2.2 数据治理薄弱与系统集成困境

数据是数字化管理的核心基础,而数据治理能力薄弱,正是当前多数连锁企业的普遍短板。这首先体现在数据标准不统一上。连锁企业门店数量多、分布地域广,不同区域、不同门店的数据统计口径、录入规范往往存在差异,商品分类、业绩核算、成本分摊等核心指标的统计口径往往存在差异,导致总部汇总的数据可比性不足,难以支撑精准的成本分析与经营决策。不少企业还存在业务与财务数据口径脱节的问题,销售收入、成本核算的统计范围存在差异,需要财务人员花费大量时间进行核对调整,既降低了工作效率,也影响了成本管控的及时性。这一痛点和中小企业业财融合中的数据壁垒问题本质一致,在门店分散的连锁业态中表现得更为突出。

2.3 流程适配不足与运营落地偏差

数字化价值的释放,需要配套的业务流程再造作为支撑。但很多连锁企业在推进数字化时,只是将传统线下流程直接平移到线上,并未结合数字化特点进行优化重构。这种简单的线上化,本质上是用数字工具固化了原有流程的弊端,无法实现效率的本质提升。传统连锁企业的管理流程大多是为层级管控设计的,审批环节多、流转链条长,线上化后只是把纸质审批换成了线上审批,冗余环节没有得到精简,效率提升十分有限。以门店常见的费用报销、采购申请流程为例,即便迁移到线上,依然需要经过多层级审批,数字化只是改变了审批载体,没有从根本上缩短审批周期、降低沟通成本。

3 连锁企业数字化管理转型降本增效的破解策略

3.1 强化战略统筹与组织协同机制

要通过数字化真正实现降本增效,首先需要从战略层面纠正认知偏差,建立自上而下的统筹推进机制。连锁企业应将数字化转型纳入整体发展战略,明确转型的核心目标是提升经营效益、强化核心竞争力,而非单纯的技术升级。企业管理者应当树立业务主导、技术支撑的基本理念,清晰认识到数字化转型不是技术部门的单项工作,而是覆盖全公司、全部门、全门店的系统性变革。企业可成立由核心负责人牵头的数字化转型领导小组,统筹协调各部门、各层级的资源与需求,确保转型方向始终和降本增效的核心目标保持一致,避免各部门各自为政、重复建设造成的

资源浪费^[1]。

在战略统筹的基础上,还需要优化组织协同机制,打破部门与层级间的协作壁垒。针对连锁企业多层级的特点,可建立“总部统筹、区域落地、门店反馈”的三级联动机制,总部负责制定数字化整体规划、统一数据标准与建设核心系统,方案设计阶段充分调研一线门店的实际需求,确保方案贴合运营场景;区域层面负责本区域的落地推进,收集门店使用反馈并及时向总部同步;门店层面负责系统的日常操作与数据维护,鼓励一线员工结合实际工作提出优化建议。同时要建立跨部门协作机制,推动业务、财务、人力、技术等部门深度参与方案设计与流程优化,确保数字化系统能够打通各管理模块,发挥协同效应。此外,还应配套相应的考核激励机制,将数字化推进效果与降本增效成果纳入各部门、各门店的绩效考核,调动全员参与的积极性,逐步培育数据驱动的管理文化。

3.2 推进数据治理与系统一体化建设

数据是数字化背景下的核心生产要素,连锁企业应当将数据治理作为转型的基础性工作,搭建统一、规范、安全的数据管理体系。统一数据标准是数据治理的第一步,企业需要对商品、客户、人员、财务等核心数据的定义、口径、格式进行统一规范,确保总部与门店、业务与财务的数据口径一致,从源头上解决数据不一致的问题。同时要建立数据质量管控机制,明确数据录入、审核、更新的责任主体,定期对存量数据进行清洗校验,确保数据的准确性、完整性与及时性,为成本分析、经营决策提供可靠的数据支撑。对于已经存在多套独立系统的企业,可以先通过数据接口、数据中台等方式实现核心系统的数据互通,优先打通销售、库存、财务等核心环节的数据链路,实现核心数据的自动同步,减少人工重复录入的工作量。在此基础上,逐步构建统一的数字化管理中台,整合采购、运营、人力、财务、会员等各模块功能,实现“一个后台、多点应用”,既降低系统维护成本,也提升数据协同效率。对于规模较小的连锁企业,可以优先选择轻量化、一体化的云端 SaaS 系统,降低前期投入成本与技术门槛,快速实现核心业务的数字化覆盖^[2]。

数据安全与合规管理必须贯穿转型全过程,企业需要建立分级分类的数据安全管理制度,对员工信息、会员信息等敏感数据进行重点防护,通过数据加密、权限分级、操作审计等技术手段与管理措施,防范数据泄露与滥用风险。严格遵循个人信息保护法、数据安全法等法律法规要求,规范数据采集与使用行为,在充分挖掘数据价值的同

时,控制合规风险,避免因数据问题产生额外的经营成本。

3.3 深化业财流程融合与运营优化

连锁企业应当以数字化转型为契机,以业财融合为导向,对核心业务流程进行重构优化,而非满足于线下流程的简单线上化。要围绕降本增效的核心目标,全面梳理采购、库存、门店运营、费用报销、财务核算等核心流程,剔除冗余环节、简化审批流程、明确权责划分,让数字化真正成为流程提速的工具。以门店常规费用报销为例,可通过系统设定预算额度与审批规则,额度内的费用由系统自动校验通过,超出额度再触发上级审批,在保障管控力度的同时大幅提升审批效率;针对采购流程,可将预算管控、库存数据嵌入采购申请环节,实现采购申请的自动预算校验与库存匹配,从源头控制采购成本与库存风险^[3]。

考虑到连锁门店分散化的特点,流程设计需要在标准化与灵活性之间找到平衡。总部要制定核心流程的统一标准,保障管控底线与数据规范,同时针对不同类型、不同规模的门店设置差异化的流程参数,允许门店在标准框架内根据自身运营特点进行灵活调整,避免“一刀切”的设计脱离实际。尤其需要注意的是,流程设计要充分考虑一线门店的操作体验,尽可能简化门店端的操作步骤,能够通过设备自动采集的数据,不要求人工录入;能够由系统自动生成的报表,不要求门店上报。切实减轻一线员工的事务性负担,让员工将更多精力投入到客户服务与现场运营中,实现管理成本下降与运营效率提升的双赢。流程优化并非一次性工作,需要建立持续迭代的长效机制。数字化转型不是一劳永逸的工程,企业要定期收集各部门、各门店的流程使用反馈,结合运营数据分析流程中的堵点与痛点,持续进行调整优化。可以选取部分代表性门店作为数字化试点,先行验证新的流程与功能,确认降本增效效果后再逐步向全部门店推广,降低全面推行的风险与试错成本。

4 结语

总体来看,连锁企业的数字化管理转型是一项涉及战略、组织、数据、流程的系统性工程,也是企业缓解成本压力、实现降本增效的重要路径。在数字经济深度发展的背景下,连锁企业需要跳出“技术至上”的认知误区,回归经营本质,将降本增效作为数字化转型的核心导向。当前转型中暴露出的战略认知偏差、数据治理薄弱、流程适配不足等问题,本质上都源于技术升级与管理优化的不同步。只有从顶层战略统筹出发,同步推进数据治理、流程重构与人才培育,才能真正释放数字化的价值,实现成本

结构优化与管理效率提升。

参考文献:

[1] 李春梅. 数字化人力资源管理赋能企业降本增效路径探究[J]. 市场周刊, 2025(01):175-178.

[2] 邹丽莉. 降本增效视角下企业预算管理数字化转型的优化路径探析[J]. 现代营销 (下旬刊), 2026(06):148-151.

[3] 王敏. 中小企业数字化管理转型中的降本增效痛点与破解策略——基于业财融合管理视角[J]. 经济研究导刊, 2026(14):104-107.

[4] 宋若钰. 数字化人力资源管理促进企业降本增效的路径研究 [J]. 市场周刊, 2025,38(29): 183-186.