

企业数字化对国际化的影响机制研究

——一个整合框架

王欣 黄速建 付雨蒙

内容提要:本文分别从外部竞争环境、资源与能力以及网络 and 平台多个视角,综合应用跨国公司理论、动态能力理论和生态系统理论,构建企业数字化对国际化影响机制研究的整合分析框架,并归纳出三条核心影响机制:获取竞争优势、提升动态能力和构建生态系统。首先,企业数字化有助于克服跨国公司的外来者劣势、建立后发优势,从而促进企业国际化;其次,企业数字化有助于提高内外部资源配置效率、提升企业动态能力,从而促进企业国际化;最后,企业数字化有助于构建商业生态系统、降低交易成本、提高交易效率、提升价值创造能力,从而促进企业国际化。在此基础上,本文提出未来研究的方向,为数字经济背景下的企业国际化提供拓展思路。

关键词:数字化 国际化 外来者劣势 动态能力 生态系统

中图分类号:F270 **文献标识码:**A **文章编号:**1000-7636(2023)08-0109-17

一、问题提出

近年来,新一轮科技革命和产业变革蓬勃发展。随着全球范围内互联网、云存储等技术的普及,移动基站、信号塔的不断覆盖,计算机处理速度的不断提升,数字经济已成为中国经济高质量发展的新动能。党的十八大以来,中国高度重视数字经济发展,出台了《国家信息化发展战略纲要》《“十四五”数字经济发展规划》等重要文件,从国家战略层面构建了数字经济发展的顶层设计。党的二十大报告明确提出,要“加快发展数字经济,促进数字经济和实体经济深度融合,打造具有国际竞争力的数字产业集群”。2023年的政府工作报告再次强调,要“大力发展数字经济”“加快传统产业和中小企业数字化转型,着力提升高端化、智能化、绿色化水平”。

在国家战略的引领下,中国数字经济发展成效显著,逐渐成为推动经济增长的主要引擎之一。第一,数

收稿日期:2023-01-30;修回日期:2023-06-03

基金项目:国家社会科学基金重点项目“面向世界一流的国有经济‘五力’评价与提升研究”(20AGL003);中国社会科学院国情调研重大项目“数字科技伦理监管制度调查研究”(GQZD2023009);中国社会科学院登峰战略企业管理优势学科建设项目

作者简介:王欣 中国社会科学院工业经济研究所副研究员,北京,100006;

黄速建 中国社会科学院工业经济研究所研究员;

付雨蒙 中国社会科学院大学硕士研究生,北京,102488。

作者感谢匿名审稿人的评审意见。

字基础设施实现跨越式发展。根据2022年发布的《国务院关于数字经济发展情况的报告》,截至2022年7月,中国已许可的5G中低频段频谱资源总量位居世界前列,累计建成开通5G基站达196.8万个;互联网普及率从2012年的42.1%提高到2021年的73%,且上网人数达10.32亿人,其中5G用户达3.55亿户,约占全球的四分之三。第二,数字经济发展规模全球领先。根据国家互联网信息办公室发布的《数字中国发展报告(2021年)》,2017—2021年,中国数字经济规模从27.2万亿元增至45.5万亿元,总量稳居世界第二,年均复合增长率达到13.6%,占国内生产总值比重从32.9%提升至39.8%。第三,数字产业创新能力加快提升。中国数字经济核心产业发明专利授权量逐年增加,关键数字技术中的人工智能、物联网、量子信息领域发明专利授权量居世界首位,专利储备不断增强。第四,产业数字化转型加速推进。中国工业互联网应用创新日益活跃,“5G+工业互联网”建设由起步探索向深耕细作阶段加快迈进,形成一系列新场景、新模式、新业态。

在数字经济浪潮下,社会生活方式、治理模式以及生产方式都发生了深刻变革,企业的内外部环境、资源禀赋、组织形式、商业模式等也发生了根本变化^[1]。数字化作为企业的重要战略决策之一,也会对企业国际化战略和绩效产生影响^[2]。在数字经济背景下,中国企业充分利用区块链、物联网、大数据等数字技术搭建国际化经营平台,开发全球购物系统,开展国际营销^[3],在全球范围内营造了更有利的国际化发展环境,取得了可喜的国际化经营绩效^[4]。同时,企业数字化对国际化的影响效应及其内在机制引起了学术界的关注。从企业数字化对国际化的影响效应来看,现有研究结论仍然存在较大分歧。多数研究认为企业数字化对国际化有促进效应,如对企业出口^[5-7]、企业国际化倾向^[8]、企业国际化程度^[9]、企业国际化广度^[10]、企业国际化节奏^[3]、国际化速度^[11]等方面均会产生积极影响。也有研究认为,数字的开放性、易编辑性和可转让性可能会引起数据安全、隐私泄露等问题,从而阻碍企业的国际化进程^[12]。还有研究表明,数字化投入与产出效率之间存在非线性关系^[13],甚至数字化与国际化之间并无显著关联^[14]。

尽管相关研究逐渐丰富,但是关于企业数字化对国际化的影响效应仍存在争论,对于影响机制的研究有待深入。第一,理论基础有待拓展。现有研究主要基于传统国际化理论(如国际生产折衷理论、内部化理论等),基于新兴市场跨国公司的连接-撬动-学习(LLL)模型、跳板理论等少有涉及,而契合数字经济特征的生态系统理论、平台理论等应用更显不足。第二,研究框架缺乏整合。现有研究大多以某个视角或维度进行阐释,如外部环境视角的合法性缺失问题、企业战略视角的资源与能力问题等,而缺乏整体性和系统性的理论模型构建与分析。为此,本文拟采用多重研究视角,综合应用跨学科理论基础,探索性地构建企业数字化对国际化影响机制研究的整合分析框架。本文基于中国知网、万方数据库、国家哲学社会科学文献中心等中文数据库,以及科学网(Web of Science)、爱思唯尔(Elsevier)、西文过刊数据库(JSTOR)、在线科技文献数据库(Proquest)等英文数据库,以“数字化”“国际化”“数字经济”“digitalization”“internationalization”“digital economy”为主题词或关键词进行组合搭配,共搜集中英文文献100余篇。在对文献进行浏览和筛选后,剔除了与企业数字化和企业国际化主题无关的文献。在此基础上,通过文献追溯法进一步获取相关文献,并补充关于“外来者劣势”“动态能力”“生态系统”等主题文献。最终,本文共筛选出与研究主题高度相关的有效文献89篇,文献时间跨度为46年(1977—2023年)。

二、理论基础与研究框架

企业国际化是指企业的销售和生产经营逐渐从国内市场向国际市场拓展的过程^[15]。随着经济全球化进程的不断深化,企业国际化面临着更加复杂的外部环境,这对企业提出了更高的资源和能力要求。在数字经济时代背景下,数字化可以帮助企业获取市场竞争优势、提升核心资源与能力、发挥数字平台协同

效应,从而对企业国际化产生积极影响。本文拟基于跨国公司理论、资源与能力理论和生态系统理论深入分析企业数字化对国际化的影响机制。

(一) 跨国公司理论

传统跨国公司理论主要是基于发达国家跨国公司的成长经验与发展规律而形成的。根据国际生产折衷理论,决定企业开展国际生产或投资行为的三个核心要素是:所有权优势(O)、内部化优势(L)和区位优势(I)^[16-17],即 OLI 模型。这些优势有助于企业在国际化进程中赢得竞争。与此同时,在企业海外市场经营扩张的过程中,语言、文化、制度、法律等方面的差异以及跨国经营的地理距离、时差等因素,会给企业带来额外的交通运输、通信等相关交易成本,这些企业跨国经营无法避免而东道国企业无须承担的额外成本就是外来者劣势^[18]。产生这种情况的根本原因主要来源于两个方面:一是地理距离过远而导致的信息不对称问题,二是制度环境差异引发的合法性缺失问题。然而,数字技术的广泛应用彻底颠覆了传统的竞争格局,使得跨国公司能够在很大程度上缓解信息不对称与合法性缺失问题,从而削弱国际化过程中普遍存在的外来者劣势。一方面,数字技术的应用促使信息交流更加及时、便捷和高效,突破了以往地理距离对信息传输效率的客观限制,有助于企业捕捉海外市场机会、精准对接消费者、改进产品与服务等,从而推动企业国际化。另一方面,数字技术的应用促进了企业与东道国利益相关者的沟通和交流,使得跨国公司更加容易获得海外市场消费者的认同感,从而克服了由于制度、文化等差异带来的认知不足甚至误解,由此推动企业国际化。

进入 21 世纪以来,随着大批新兴经济体跨国公司的快速崛起,依靠传统的 OLI 模型已无法对这种现象给出合理的解释。实践表明,发展中国家企业国际化或中小企业国际化并不完全遵循传统大企业国际化的演进规律,在资源和能力并不具备比较优势的阶段通过构建后发优势,有机会实现追赶和超越。由此,关于新兴经济体跨国公司理论逐渐得以发展,具有代表性的包括 LLL 模型、跳板理论、国际创业理论等。首先,根据 LLL 模型,新兴经济体跨国公司擅长采取互补战略,通过与在位企业建立连接,可以撬动更多的资源,在重复性的连接与撬动过程中能够不断迭代学习,从而实现核心资源积累,建立竞争优势^[19]。借鉴 LLL 模型的分析范式,在数字经济的背景下,数字技术通过赋能新兴经济体跨国公司的连接、撬动和学习过程,如增加连接外部资源并进行资源重组的机会、通过数字留痕加快隐性知识学习速度等,可以帮助其建立竞争优势,从而加速国际化进程^[11]。其次,依据跳板理论,新兴经济体跨国公司尽管缺乏所有权优势,但是可以通过海外并购等行为快速获取核心资源,从而塑造竞争优势,克服来源国劣势^[20]。母国与东道国之间的制度距离是制约企业海外并购取得成功的主要因素之一。数字技术的广泛应用使得信息获取更加便捷、远距离沟通更加顺畅,也更利于企业发掘和把握并购机会,明显削弱了制度距离对海外并购的负面影响。这为新兴经济体跨国公司创造了机会,它们可以通过并购海外优质资产与核心技术等,获得战略性资源,从而在全球竞争中实现赶超^[21]。此外,与传统大企业渐进式的国际化进程不同,国际创业企业从成立开始就跨越国界利用资源和开展经营活动,寻求获得显著的市场竞争优势^[22]。数字经济时代催生出大批的国际创业企业或天生国际化企业,多数是来自新兴经济体的高科技企业,在创立初期便实现了快速国际化,凭借数字技术不断提升技术创新能力,从而赢得竞争优势^[23-24]。

(二) 资源与能力理论

资源基础观认为,企业可以视为一个资源集合体,企业拥有或者控制的稀缺资源是其竞争优势和盈利的主要来源^[25]。核心能力理论进一步指出,企业在资源积累的过程中建立起来的核心能力是企业获取竞争

优势的主要源泉,企业核心能力具有独特性、难以模仿性等特征^[26]。从资源与能力理论出发,企业的国际化战略和国际化经营绩效都会受到这些特有资源与独特能力的影响。数字技术和数字平台为企业提供了新的资源和能力,有助于企业获取持续的竞争优势。一方面,传统企业可以借助跨境电子商务平台带动出口,那些擅长利用数字技术的企业受益更为明显,即便是中小企业也可以突破资源限制,即数字能力成为促进企业出口的关键性资源^[7]。另一方面,数字企业从成立开始就有望进入全球市场,因为其提供的数字产品和服务可以瞬时传递至世界任何国家,在国际化扩张中并不存在传统企业面临的各种障碍,即企业利用数字资源的能力可以促进国际化进程^[27]。

近年来,国际经济贸易形势复杂多变,企业国际化面临的外部环境具有高度不确定性。企业动态能力理论是对资源基础观与核心能力理论的发展,更适用于解释处于高度复杂且多变环境中的企业核心能力。具体而言,动态能力是指企业感知外部市场变化,通过不断整合内外部资源和能力,从而能够快速适应企业外部环境的能力^[28],可以进一步划分为感知能力、重构能力和资源获取能力^[29]。在数字经济背景下,微观企业的资源特征、信息结构、盈利模式以及价值体现都发生了改变^[30]。而企业数字化不仅局限于收集信息、处理数据以及应用数字技术辅助决策,更是将数字技术深入运用于企业经营、管理和业务流程,推动企业全流程数字化,最终实现数字技术赋能企业全方位管理^[31]。这种深层次的企业数字化会引发一场管理变革,能够从感知能力、重构能力和资源获取能力三个方面提升企业的动态能力,帮助企业更快速地适应动态复杂的外部环境^[10]。

企业数字化通过提升动态能力促进企业国际化的内在机制主要体现在以下三个方面。首先,企业数字化可以增强感知能力。数字化将数字技术与生产经营高度融合,提高了企业感知并获取自身以及利益相关者信息的能力,使其能精准捕捉自身资源禀赋及市场条件的变化并作出积极响应,从而提高了企业的感知能力。其次,企业数字化可以增强重构能力。数字化能够重新协调、评估和筹划人、财、物的组合,组织可以根据外部环境变化灵活配置资源^[32]。全业务链数据驱动、智能排程、智能运输系统、员工管理系统、跨部门沟通平台等数字技术可帮助企业实现资源调动实时优化,提高了企业资源整合与重构能力。最后,企业数字化可以增强资源获取能力。借助数字技术的优势,企业可以打破传统要素的边界,突破信息壁垒,掌握更多、更充分的利益相关者信息,从而与更多的利益相关者建立合作关系,获得更多的资源支持^[33]。

(三) 生态系统理论

商业生态系统是一种由核心企业、配套企业、供应商、消费者、竞争者、投资者、政府、社会公共服务机构等多个利益相关者共同构成的动态结构系统^[34]。商业生态系统中的各个成员具有共生关系,通过互动、合作可以共同创造出更大的价值。随着数字经济和平台经济的快速发展,企业之间的竞争更加明显地体现为网络、平台乃至整个生态系统之间的竞争。伴随数字技术的普及,依托数字平台而形成的生态系统应运而生,根据平台功能可以划分为两大类:交易平台和创新平台。交易平台的核心功能是促进企业借助数字平台分享信息、交易产品或服务,其价值在于降低供需双方由于信息不对称导致的各类交易成本;创新平台的核心功能是帮助企业通过数字平台构建共同的技术基础,其价值在于促进供需双方互动协作来实现产品或服务创新^[35]。数字平台的跨地域实时连接、跨界产业融合、协同共生等属性,都对企业实施国际化战略产生了重要影响^[36]。数字平台在国际市场中不仅仅依赖企业的特定优势,还具有生态系统的特定优势^[37-38]。企业数字化能够帮助企业深度融入、构建或引领商业生态系统,促使企业与各利益相关方之间更好地互动与协同,共同创造和分享价值。企业通过构建或者接入数字平台生态系统,可以加快国际化进程,并且提升

国际化绩效。

进一步地,数字平台对企业国际化的促进作用主要有两种传导机制。从交易成本的视角来看,数字平台能够降低交易成本,提高交易效率。一方面,数字平台生态系统中的各类市场交易主体互动频繁,使彼此之间更加了解也更容易建立信任关系,这可以大幅降低市场交易中信息不对称带来的交易成本,同时也能够促使各成员在较短的时间内达成交易;另一方面,数字平台生态系统具有的去中介化特征,极大地简化了交易形式,使得数字化的交易方式成为降低交易成本的最优解^[39]。从价值创造的视角来看,数字平台能够促进互动协作,提升价值创造能力。首先,数字平台生态系统中的企业之间、企业与消费者之间通过共享信息、开展合作等方式,能够共同创造并且分享更多的商业价值。其次,数字平台能够帮助企业更快、更深地融入全球价值链和全球创新网络^[40],提升企业价值创造能力并占据最佳的生态位。最后,数字平台还有助于企业更好地识别利益相关者诉求,在全球市场中树立负责任的企业形象,有效提升企业声誉和品牌价值^[31]。

综上,本文分别从外部竞争环境、资源与能力、网络 and 平台三个视角切入,综合应用跨国公司理论、动态能力理论、生态系统理论等,构建企业数字化对国际化影响机制研究的整合分析框架(图1)。

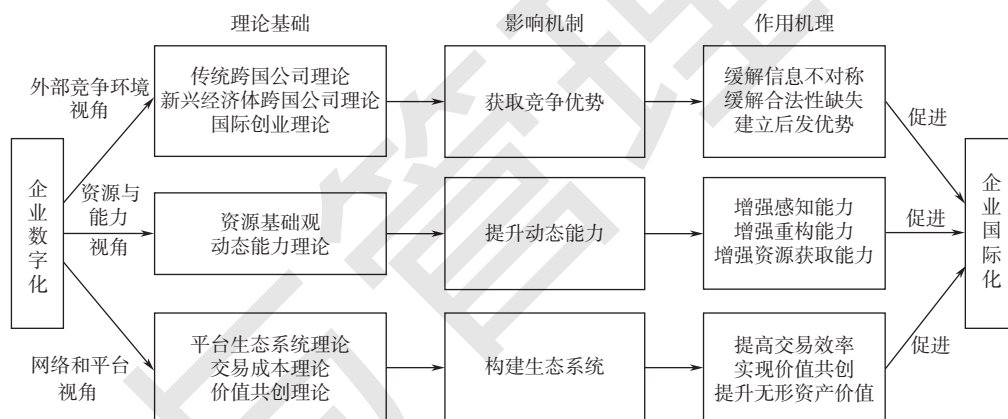


图1 企业数字化对国际化影响机制研究的整合框架

三、数字化—竞争优势—国际化的影响机制

(一) 缓解地理距离带来的信息不对称问题

企业国际化过程中常常出现信息不对称问题,跨国企业与东道国企业相比具有外来性,难以及时准确地掌握东道国市场的动态环境信息,对东道国会计准则、顾客偏好、汇率波动等方面存在认识不足的问题^[41]。同时,信息不对称也会造成东道国利益相关者的逆向选择行为。东道国消费者在面对本地企业与外来企业时,即使外来企业的产品与服务更为优质且价格更为优惠,东道国消费者也会因为不熟悉外来企业而选择本地产品^[18]。在进行投资决策时,由于信息上的劣势,东道国投资者会更偏好本地企业和项目^[42]。信息不对称给企业跨国投资经营带来了诸多不利影响,而地理距离是导致信息不对称的重要因素之一。由于存在地理距离,企业必须承担额外的通信、交通运输等方面的成本^[18]。企业与东道国所在地越近、地理距离越小,信息交流成本越低,信息不对称程度也随之降低,企业越容易在东道国开展投资经营活动,反之则越受阻碍。数字化可以通过信息技术和网络传播技术,缓解地理距离带来的信息不对称问题。一方面,数字技术的广泛应用削弱了企业间的信息不对称,企业可以利用信息网络克服地理距离的限制,在海外市场

中寻找供应商等合作伙伴。刘洋等(2020)从信息存储、信息传播速度的角度,发现数字化能大幅降低企业在进行跨国交流和搜寻合作伙伴时的成本,从而促进了企业国际化发展^[43]。易靖韬和王悦昊(2021)从企业出口的角度研究数字化对国际化的影响,发现数字化能够扩大企业的信息搜索范围,让市场上的交易者更容易找到所需求的信息,降低了信息不对称的程度,从而提高了企业海外出口^[44]。另一方面,数字技术的应用削弱了跨国公司与东道国消费者之间的信息不对称,使企业能够通过互联网、社交平台突破时空限制,将产品信息投放到消费者目光所及的地方。例如,数字平台可以展示宣传产品信息,使企业更好地参与全球市场竞争^[45]。信息通过网络,经计算机编码成0和1,不受时间和空间限制光速传递,削弱了地理距离的局限,使市场信息流动更迅速更透明,从而帮助跨国企业参与国际投资和经营。

(二) 缓解制度距离带来的合法性缺失问题

企业国际化要面临与母国不同的东道国制度环境,导致其难以获得东道国利益相关者的认同,因为缺乏组织合法性而陷入外来者劣势^[46]。合法性缺失会使得企业在东道国竞争时受到来自当地企业、消费者等利益相关者的偏见,降低了在东道国的资源获取能力,进而对企业的跨国经营绩效产生不利影响^[47-48]。制度距离的存在是企业合法性缺失问题的重要来源。随着制度距离的增加,跨国企业在东道国获得合法性就越困难^[46],即取得合法性对跨国企业而言就越重要^[49]。数字化可以有效减少制度距离在跨国企业海外经营中遇到的资源获取能力低、社会认可度不高、合法性缺失等不利影响。企业可以根据用户浏览信息,结合人群、时段、地域等特征,精准筛选出目标客户参与到企业品牌活动中,以此提升客户体验价值。大数据分析和算法优化可以帮助企业在最合适的时间和平台上宣传企业产品和企业价值理念,这不仅可以增加品牌曝光度,也可以降低东道国消费者对跨国企业的不熟悉成本和歧视成本。柴宇曦等(2021)从网络效应的角度解释了跨国公司克服外来者劣势的原因,即企业在网络中拥有的用户越多,在东道国的潜在用户就越多,用户对企业的了解就越全面、越完整,从而提升了企业合法性,削弱了外来者劣势^[50]。

(三) 促进跨国并购或国际创业,建立后发优势

克服外来者劣势的分析思路,更加适用于传统意义上的企业国际化进程。对于近年来大批迅速崛起的新兴经济体跨国公司,不仅面临着一般跨国公司遇到的外来者劣势,还可能遭遇外来者劣势与来源国劣势相叠加的双重劣势^[51]。一方面,制度环境会对其国际化战略决策、战略过程和绩效结果产生影响^[52],这是导致外来者劣势的主要原因;另一方面,来源国或母国特征也可能对企业国际化产生负面的影响,这通常被称为来源国劣势^[51]。如果是来自发展中国家实力较弱的中小企业实施国际化,他们在国际市场中的竞争劣势将会进一步放大。数字经济的快速发展以及数字技术的普遍应用,为这些“后来者”提供了更多追赶和超越的机会。首先,数字化有利于新兴经济体跨国公司实施海外并购,寻求优质资产和战略性资源,帮助企业在国际竞争中建立后发优势^[21]。企业借助数字信息平台或数字技术手段,能够快速捕捉并准确判断瞬息万变的市場信息,并且可以与并购对象迅速建立联系并实现高效沟通,方便对其进行全方位的考察来作出客观的评估,这能在很大程度上提高海外并购的成功率,企业通过并购优质资产也可以迅速提升国际竞争力。其次,数字化有助于科技型中小企业实施国际创业,从而在相对较短的时间内迅速实现海外扩张,并且推动产品快速创新迭代,由此获取后发优势^[24]。这些企业通常具有天生国际化企业的潜质,大多都有技术密集型和创新驱动的典型特征,数字化为其突破传统技术范式、实现技术赶超创造了更大的空间。同时,相比规模更大、层级更多的传统大企业,中小企业实施数字化更加灵活、高效,对企业技术能力和国际竞争力的提升作用更加明显。朱国军等(2021)发现,通过员工的数字化赋能和消费者的数字化赋能,可以提升企业国

际化二元创新能力,进而推动智能制造企业国际创业机会的实现^[23]。

综上所述,企业数字化能够削弱外来者劣势,建立竞争优势,从而促进企业国际化。首先,企业数字化可以缓解地理距离带来的信息不对称问题,从而克服跨国公司在东道国的外来者劣势;其次,企业数字化可以缓解制度距离带来的合法性缺失问题,从而进一步克服跨国公司在东道国的外来者劣势;最后,企业数字化可以促进跨国并购或国际创业,助力发展中国家企业或中小企业建立后发优势。

四、数字化—动态能力—国际化的影响机制

(一) 增强企业感知能力

1. 实行精准营销

企业进入新的海外市场时,需要更敏锐地观察到海外市场与本土市场的异同,及时把握消费者消费习惯、产品偏好的变化,从而抓住海外市场发展机遇,提高海外经营绩效。不同于传统营销模式,精准营销是指通过收集消费、浏览等大数据信息,利用算法分析潜在消费者的行为和意图。实行精准营销可以让企业对海外顾客有更为详细的了解,通过收集并分析顾客的行为数据^[53],帮助企业保持敏锐的观察力,从而提升企业的感知能力,帮助企业更好地开展国际化经营。

数字经济情境下,数字技术的不断升级应用能帮助企业持续改进营销手段,实现有针对、有选择的精准营销。一方面,随着互联网的发展,手机、平板等智能终端设备的普及,消费者接收的产品供给信息不断增加。然而,丰富的产品信息并不一定带来良好的消费体验。在大量无序的商品信息冲击下,消费者的信息搜寻成本被动增加^[32]。消费者需要耗费更多的时间成本筛选过滤不必要的信息,信息的过度丰富使得消费者对每件产品的关注度下降。另一方面,通过社交媒体平台,消费者话语权逐渐提升,消费者对产品性能的需求趋于多样化,不同用户从同一件产品中获取的价值诉求表现出明显的差异,产品市场也更加细分。在此情境下,工业化时代的粗放式营销模式效率低、成本高,难以满足企业和顾客的差异化需求,这一现象在企业的海外销售市场表现得更为明显^[54]。为此,拓展数据源开展全渠道营销是企业营销的必然趋势。数字技术应用能为企业多渠道营销带来额外收益,利用数字技术从多个渠道中收集到越来越多、种类繁杂的数据中提取价值也变得至关重要。企业可以通过大数据挖掘来进行市场分析,预测消费者购买行为,并设计跨区域的差异化或者组合营销策略^[7,55]。数字营销技术也提高了企业跨国沟通能力,能够帮助企业生产定制产品,从而满足顾客个性化、多样化的产品需求^[54]。

2. 促进组织学习

组织学习是企业获取竞争优势的重要途径和主要源泉。一个学习型组织不仅仅是在组织内部营造出良好的学习氛围、制定有效的学习激励机制,也包括组织上下协商解决问题^[56]。组织学习能通过组织内部成员之间的交流、学习、讨论形成对外部环境更全面、具体的分析与认识,从而提高企业的感知能力,帮助企业在国际化进程中识别风险与机遇。

从组织学习的视角来看,数字平台不仅可以促使企业在与平台领导者及平台互补者等相关主体交流互动过程中进行经验式学习,也能够帮助企业有更多的便利条件进行替代性学习^[38],进而更好地开展国际化经营活动。企业通过数字平台开展跨国经营有助于企业学习国际贸易经验和技能、获得重要知识和信息,从而发现海外市场潜在机会。企业参与海外市场竞争时,能够在与客户交流协商的过程中发现不同文化背景下消费者的选择偏好差异^[57]。与发达国家跨国公司相比,组织学习在中国企业参与平台国际竞争中具有

更加重要的意义^[4]。处在赶超地位的新兴经济体跨国公司,在国际市场竞争中不仅可以通过直接的经验式学习了解必要信息,也可以在与其他合作伙伴的交流互动或交易往来中获得经验,从而帮助企业成功开展国际化经营活动。

(二) 增强企业重构能力

1. 提高组织柔性

组织战略决定组织结构,而企业在推进数字化、国际化的进程中,也会对组织结构产生影响。近年来,国际环境越发复杂,环境动态性和环境不确定性日益加剧,企业国际扩张也面临着越来越高的风险和不确定性。企业重构资源的能力是企业动态能力的重要维度。具有较高组织柔性的企业在转变战略时的速度总是快于其他竞争企业,从而使其战略紧跟外部环境变化^[58],这有利于提升企业的重构能力,使其在国际化竞争中因时制宜、因地制宜,始终保持经营的灵活性和动态性。

国际环境的动态变化要求企业能够快速响应市场环境,对组织结构、人员构成等进行重新架构。数字化是企业积极应对动态复杂的国际竞争环境所采取的一种有效方式。一方面,信息技术可以提高组织柔性,从而帮助企业适应快速变化的市场竞争环境。数字技术提高了企业的柔性和灵活性,使其能够根据外部动态环境迅速作出调整,从而帮助企业及时发现和处理潜在风险,最终实现企业长期战略规划^[29]。因此,企业数字化能够提高企业的组织柔性,这是企业动态适应环境变化的重要组织保障^[10]。另一方面,数字化有利于消除组织中冗余的层级,减少信息、数据的传递链,从而使企业组织更精简、更高效。数字化能够引发企业组织结构及其内部管理模式变革,数字情境下的企业组织呈现扁平化、网络化的特点,从而能够更加灵活地应对外部环境和资源配置^[32]。扁平化的组织结构能够使企业聚焦于用户需求,持续提升用户的体验价值,强化自身与用户之间价值共创的核心能力。

2. 改善公司治理

公司治理是指为实现股东利益而对公司内部控制权及剩余索取权进行合理分配的制度安排^[59]。如何有效缓解投资者和经营者之间的利益冲突、缓解代理问题,通过对公司股东、董事会、管理层治理结构和制度的优化,不断减少信息不对称和运营效率损失,维护股东合法权益,是公司治理的重要内容^[60]。改善公司治理结构、优化公司治理机制、提升公司治理水平,能够有效减少企业内部利益相关者的矛盾冲突、降低运营成本、提高运营效率,从而提高企业对资源的整合利用能力,提升企业资源配置效率。

面对企业国际化发展带来的严峻挑战,良好的公司治理结构与有效的公司治理机制是企业参与国际市场竞争的优势来源,这种优势对企业的战略选择和整体效益提升也会产生深远影响。数字技术对优化公司治理结构和提升治理能力具有重要作用。祁怀锦等(2020)从信息不对称和管理者非理性行为两个视角切入,实证检验了数字化对公司治理水平的提升作用^[61]。数字化优化了企业信息收集、信息加工与分析以及信息应用决策的整个过程,基于大数据和万物互联的实时数据更新、智能分析和动态控制,各级信息日趋透明,有效降低了信息不对称程度。同时,决策支持系统、数据挖掘系统等数字技术能够辅助管理者发现事物之间的关联机制,从而降低管理者决策时对经验和直觉的依赖,降低决策行为的非理性程度。

(三) 增强企业资源获取能力

1. 提升运营效率

资源整合是一个复杂、动态的过程,是企业对不同部门、不同结构、不同内容的资源进行筛选、重组、重新配置以提高生产效率、提高组织柔性的过程^[62]。资源是企业核心能力的关键要素,也是企业竞争优势的

重要来源,具有良好资源获取整合能力的企业更能有效发挥自身专长,在国际竞争中处于优势地位。提升运营效率是企业充分利用自身禀赋,不断协调分配企业中各项资源并转化为持续竞争优势的过程,可以增强企业资源整合获取能力,进而帮助企业提升动态能力。

数字技术在促进国内外运营管理方面发挥着重要作用。借助区块链和物联网,价值链的协调和整合更加有效,而增材制造可以达到更高的生产力,从而带来更好的性能和更强的国际竞争力^[63]。降低运营成本、提高运营效率,是数字技术带来的显著优势之一。一方面,数字技术与生产技术不断融合,使得产品生产自动化、智能化。数字技术的应用可以使得企业逐步摆脱单一批量的生产模式,进行模块化、柔性化生产;企业可以灵活安排生产线,在大批量生产和小规模生产中灵活切换。自动化车间可以协同采购、仓储、物流等流程,能够根据市场信息进行订单处理,优化生产安排,加快库存流转。同时,数字技术的应用能简化管理程序,有效降低错误率,降低生产成本^[9]。赵宸宇等(2021)通过实证研究也证实,数字化可以显著提高企业的全要素生产率^[64]。另一方面,数字化带来的便利同样体现在降低管理成本上。高效的信息系统如办公自动化(OA)、企业资源计划(ERP)等,能够将人力、财务和销售等部门信息进行整合,消除企业员工获取信息的结构性障碍,提高内部反应速度^[65]。企业应用客户关系管理(OCRM)、制造执行系统(MES)等信息化管理系统,大幅提升了企业与客户之间的沟通和交流效率,能够帮助企业快速响应市场需求的变化。在企业制定国际化战略决策时,数字技术可以在筛选潜在国际市场时提高决策效率,从而减少时间成本,避免错失进入机遇^[66]。总之,数字技术通过专业分工和协同运作提高了企业整体的运营效率。

2. 提升人力资本

人力资本是企业中最关键和最活跃的要素,尤其是高管团队在组织中具有重要作用,对企业人力资本、社会资本、组织资本等知识资本都会产生重要影响^[67]。高管团队具有使用企业财务资金、物质资源的能力,也会对企业内知识、技术和文化产生重要影响,这些资源和要素构成了组织层面的微观基础,最终影响企业的动态能力^[68]。提升高管团队的经验水平、决策能力、管理效率等优势,能够帮助企业更好地了解市场变化规律、消费者偏好趋势等外部环境变化,从而提升企业对人力资本的获取能力。

人力资本能够提升企业的生产效率,为企业带来有形或无形价值,在企业国际化经营活动中发挥着重要作用。数字技术的出现和整合为从事企业国际化的专业人士带来了新的机遇和挑战^[69]。企业管理者越来越需要具备较强的数字业务能力,即整合营销技能和数字技术的能力,以满足客户在数字领域的新需求,最终目的是获得和留住国外市场的客户,通过数字平台促进在线销售^[70]。埃莉娅等(Elia et al., 2021)通过实证检验发现,具有数字化背景经理比传统经理有更高的国际化倾向^[7]。由于有数字化背景的经理接受过多渠道营销和全渠道营销的培训,他们对客户的需求有更好、更全面的了解;与传统经理相比,他们可以更轻松、更灵活地适应线上和线下环境的变化。企业管理者对于外部风险机遇的识别、对企业演化规律的认知等都会影响企业决策,进而影响企业的动态能力^[71]。数字化可以帮助管理者更好地掌握企业及市场信息,甄别行业发展风险和机遇,提升企业动态能力,进而促进企业在全市场开展投资和经营活动。因此,掌握数字技术和能力的管理者是企业国际化的关键资源,在企业形成和发展动态能力中发挥着重要作用。

综上所述,企业数字化有助于提高内外部资源配置效率,提升企业动态能力,从而促进企业国际化。首先,企业数字化有助于实现精准营销、促进组织学习,从而增强感知能力;其次,企业数字化能够提高组织柔性、改善公司治理,从而增强重构能力;最后,企业数字化可以提升运营效率、提升人力资本,从而增强资源获取能力。

五、数字化—生态系统—国际化的影响机制

(一)降低交易成本,提高交易效率

交易成本是供需双方为达成市场交易而发生的沟通、协商双方矛盾的成本。跨国企业在进入新的海外市场时,必然会在交易成本与进入方式中作出选择,即组织结构与设计由企业最小化交易成本的选择所决定^[72]。企业在跨国投资和经营时,受到法律体系、国家文化、体制制度、宗教信仰等因素的影响,参与市场行为的交易成本也会随之上升。例如,企业在进行跨国谈判时不可避免地面临语言障碍和时差问题,企业在东道国投资时也会遇到合作对象选择问题,这些都是跨国企业在进入新市场时需要考虑的交易成本。而在数字经济时代,许多传统经济学的假设已经不再适用,最为直接的表现就是平台生态系统下交易成本显著降低^[73]。数字技术能够帮助企业降低海外市场的信息搜寻成本、企业间的沟通成本和协作成本。首先,生态系统的构建降低了跨国企业的信息搜寻成本。其次,生态系统能有效降低企业在国际化发展过程中的信息沟通成本。最后,生态系统可以为跨国企业与东道国企业提供沟通协商平台,从而降低议价成本。此外,数字技术能够连接生态系统内的各个参与者,增进企业对东道国市场、交易对象以及合作伙伴的了解,从而降低跨国交易的风险和不确定性^[45]。交易成本的降低还来自更简单的企业层级组织关系,以及信息传递和人为错误的减少^[9]。数字技术能够缩短信息传递链,最大程度地保留信息的真实性和可靠性,同时降低信息在传递过程中遭受的噪声干扰。总体而言,数字化可以通过提高信息传递效率,降低信息搜寻等交易成本,从而促进企业国际化^[8]。

(二)发挥协同效应,实现价值共创

数字经济对传统产业的冲击不仅是改变了企业生产流程、运营系统、组织结构,也对企业与企业之间、企业与消费者之间的关系产生影响。生态系统中的企业与企业、企业与消费者不再是简单的合作和竞争、供给和需求的关系,而是协同演进谋求价值共创的互动关系。首先是企业与企业之间的协同与价值共创。一方面,生态系统内的数据信息共享提高了价值创造的效率^[73]。在企业数字网络构建的生态系统中,数据资源的开放共享决定了数据的使用者并不局限于数据的所有者。然而,由于外部因素和偶然性偏差,单个数据处理对企业而言并不能获得有效信息,多个企业汇集的大数据分析却能排除多方干扰因素,得到较为普适性的规律并将其应用于商业实践^[39]。这种数字价值网络打破了企业间的资源壁垒,允许生态系统内成员利用共享数据进行价值共创。另一方面,生态系统打破了传统组织边界,企业与企业之间的信息互动、经营互动、战略互动可以带动生态系统内各模块细分优化重组,最终实现企业之间的价值互动^[74]。企业能够依据自身资源禀赋以及外部环境变化,找到在生态系统中的最佳生态位,进而取得进行价值共创的优势地位。良好的价值共创网络能够吸引并支持东道国市场更多的企业参与到价值共创中,从而帮助企业获得更多的资源支持,促使其在国际竞争中胜出。其次是企业与消费者之间的协同与价值共创。随着数字技术的不断发展,消费者的地位也得到提升,消费者不再是产品的被动接受者,而是嵌入企业生态系统中,并且成为价值共创的重要主体。一方面,消费者的产品偏好、消费习惯、需求特点可以被数字技术追踪捕捉,从而帮助企业快速且准确地了解新的市场。另一方面,消费者的意见、观点和建议可以通过社群平台、社区讨论、邮箱留言等方式被企业记录分析,从而引导企业进行产品升级。

(三) 提升技术、品牌、声誉等无形资产价值

企业数字化不仅显著提升了企业财务绩效^[75-76],同时也对企业创新绩效、企业社会责任等非财务绩效有积极的促进作用^[77-78]。这有助于企业在国际化过程中不断提升专利技术、品牌价值、企业声誉等无形资产价值。从企业创新角度来看,数字化能够产生显著的知识溢出效应,为企业获取创新所需的关键信息与核心人才提供了便利,也为企业实施开放式创新和加速成果转化拓展了空间。数字技术的应用彻底打破了信息孤岛,企业可以更加便捷地获取市场、客户、供应商等各类信息,实现跨区域的显性知识和隐性知识的深度融合,从而促进企业创新^[79-80]。同时,数字平台赋予企业数字资源利用和探索能力、迭代创新能力,可以提升企业数字创新能力^[81]。此外,数字化促使企业融入全球创新网络,通过开放式创新行为提升企业创新绩效,尤其是在创新资源相对薄弱的地区这种促进作用更加明显^[40]。从企业品牌角度来看,数字化可以帮助企业更顺利地实施品牌国际化战略,在全球市场确立精准的品牌定位,建立完善的品牌体系和品牌生态,由此获得更高的品牌价值。朱国军等(2020)发现,企业借助数据化的有效支撑,可以产生品牌赋能行为,从而推进国际化品牌生态拓展与生态深化,具体包括“技术→市场→管理”或“市场→技术→管理”等多种实现路径^[82]。从企业社会责任角度来看,数字化能够帮助企业更好地了解东道国的正式和非正式制度环境,准确地识别并回应不同国家和地区的利益相关者诉求和期望,从而改善企业社会责任绩效,塑造负责任的企业形象,提升企业声誉价值。企业数字化对企业社会责任具有赋能效应,可通过提升透明度、优化治理等机制促进企业履行社会责任,改善企业社会责任绩效,提升企业形象和声誉价值^[31]。

综上所述,企业数字化有助于构建商业生态系统、降低交易成本、提高交易效率、提升价值创造能力,从而促进企业国际化。首先,数字化能够帮助企业降低海外市场的信息搜寻成本、沟通成本和协调成本,提高交易效率;其次,数字化能够促进多主体发挥协同效应,实现企业与企业、企业与消费者的价值共创;最后,数字化能够改善企业创新绩效和社会责任绩效,提升技术、品牌、声誉等无形资产价值。

六、研究结论与未来展望

当前,企业数字化对国际化的影响效应存在较大分歧,影响机制尚不清晰。数字经济背景下,传统跨国公司理论解释力不足,应采用跨层次和跨领域的分析视角进行理论拓展,并围绕变量测度、对象聚焦以及实证检验等方向进一步深化研究。

(一) 主要研究结论

本文分别从外部竞争环境、资源与能力以及网络 and 平台多个视角,综合应用跨国公司理论、动态能力理论和生态系统理论,构建了一个企业数字化对国际化影响机制研究的整合分析框架,具体研究结论如下:

第一,企业数字化对国际化具有多重影响效应,综合作用主要表现为积极的促进效应。企业数字化对国际化具有多重影响,它们可以相互叠加或相互抵消。一方面,企业数字化能够对企业出口、企业国际化广度、国际化节奏和国际化速度产生显著的促进作用。另一方面,企业数字化带来的投资成本和数据安全风险一定程度上对企业国际化存在不利影响。同时,正向效应和负向效应的影响程度会受到外部环境、企业战略等多种因素的调节作用。综合考察这些影响发现,企业数字化对国际化的影响总体表现为正向效应,即企业数字化能够显著促进企业国际化。

第二,企业数字化对国际化存在多种影响机制,主要包括获取竞争优势、提升动态能力和构建生态系统。本文系统分析并归纳了企业数字化对国际化产生影响的三条核心机制:获取竞争优势、提升动态能力和构建生态系统。首先,企业数字化有助于克服跨国公司的外来者劣势,建立后发优势,从而促进企业国际化。一是企业数字化可以缓解地理距离带来的信息不对称问题,从而克服跨国公司在东道国的外来者劣势;二是企业数字化可以缓解制度距离带来的合法性缺失问题,从而进一步克服跨国公司在东道国的外来者劣势;三是企业数字化可以促进跨国并购或国际创业,助力发展中国家企业或中小企业建立后发优势。其次,企业数字化有助于提高内外部资源配置效率、提升企业动态能力,从而促进企业国际化。一是企业数字化有助于实现精准营销、促进组织学习,从而增强感知能力;二是企业数字化能够提高组织柔性、改善公司治理,从而增强重构能力;三是企业数字化可以提升运营效率、提升人力资本,从而增强资源获取能力。最后,企业数字化有助于构建商业生态系统、降低交易成本、提高交易效率、提升价值创造能力,从而促进企业国际化。一是数字化能够帮助企业降低海外市场的信息搜寻成本、沟通成本和协调成本,提高交易效率;二是数字化能够促进多主体发挥协同效应,实现企业与企业、企业与消费者的价值共创;三是数字化能够改善企业创新绩效和社会责任绩效,提升技术、品牌、声誉等无形资产价值。

(二) 未来研究方向

通过系统梳理现有文献发现,关于企业数字化对国际化影响机制的研究仍有较大拓展空间,未来可以重点关注以下四个研究方向:

第一,融入中国情境,增强理论解释力。从目前已发表的研究成果来看,大多是基于垄断优势理论、内部化理论等经典的企业国际化理论。经典的企业国际化理论主要强调企业特有的优势资源是其开展国际化经营活动的关键因素,认为企业能够通过不断向东道国市场输入优势资源而获取超额收益^[83]。建立在这些理论基础上的企业数字化对国际化影响机制研究,侧重于数字化能否以及如何提升或巩固企业所拥有的优势资源,进而促进企业国际化,其基本逻辑为数字化—企业能力或优势—国际化。经典国际化理论解释了发达国家企业在全世界市场的扩张原因、范式和过程,但却难以解释新兴经济体企业在全世界范围内的激进扩张行为。然而,现有文献较少涉及适合新兴经济体情境的国际化理论。未来研究可以基于新兴经济体跨国公司理论,进一步考察企业数字化对国际化的影响机制,以及从数字化的风险评估和风险监测等角度,探讨当前国际形势下跨国公司如何应对东道国产业链回迁和贸易保护主义兴起的挑战和冲击,以及如何推进跨国公司回归母国市场的进程。

第二,规范变量测量,促进研究精准化。虽然现有的企业数字化研究取得了许多学术成果,对政府政策和商业实践具有一定的指导作用,但学术界对于如何衡量企业数字化尚未形成较为成熟的度量方法。有一些研究采用虚拟变量的方法,对于企业是否应用数字化技术分别赋值1和0。但是,由于虚拟变量无法衡量出不同企业数字化的程度差异,后续关于数字化的度量方法逐渐被问卷调查所取代。余菲菲等(2022)在数字化相关研究中开发了量表,并采用李克特7级量表进行测量^[84]。国外学者也尝试对数字化进行测量,通过对企业高层或负责企业数字化的员工进行问卷调查,从而量化企业的数字化程度^[66,75,85-86]。然而,问卷调查的方法受主观判断影响较大,受访者多为企业中高层管理人员或对企业数字化较为了解的技术人员,可能会在一定程度上夸大企业数字化的绩效或影响效应。还有一些研究采用企业无形资产中信息数字技术

等相关资产占比^[61]或新增固定资产投资中硬件信息设备投资额来衡量数字化程度^[87]。目前大部分研究一般采用文本分析的方法,测量与“数字化”相关的关键词出现在企业年报中的词频,词频越高表明企业数字化程度越高^[10,78]。然而,文本分析更多侧重于战略层面上企业对数字化的重视程度,却无法有效反映企业数字化战略是否落实到位。未来研究对数字化的测度可以考虑采用文本分析和数字化相关无形资产比率加权等方式,以便更加客观地反映企业数字化程度。

第三,开展分类研究,深入剖析影响机制。从研究概念的侧重点上来看,尽管学术界对企业数字化和企业国际化都有了较为清晰的认识,但在数字化对国际化的影响机制研究中,仍需要对数字化和国际化的概念和内涵进行更深入的理解和更细致的划分。未来研究可以更加关注企业国际化深度,或者从企业国际化全过程的动态演变视角切入,深入探究在企业国际化不同阶段数字化对国际化的影响机制及其演变规律,丰富相关领域的研究内容,增强研究结论的现实意义。从研究对象和主体来看,在目前企业数字化对国际化影响机制的研究中,多数聚焦于对中小企业数字化的影响,而少有对大型跨国企业或天生国际化企业如何受到数字化的影响进行深入分析。未来研究可进一步从企业规模、股权性质、生命周期等维度开展分类研究,剖析不同类型的企业在数字化对国际化影响效应和机制上的异同。

第四,丰富研究主题,增强实证检验支撑。现有研究虽然普遍得出数字化对国际化具有正向影响效应的结论,但相关风险和问题仍值得专家学者关注,研究所揭示的规律普适性和稳健性仍有待商榷。目前,学术界关于企业数字化对国际化带来的负面影响关注不足,但是在企业实践中已经暴露出各种现实的问题,对这些问题及其解决方案,尚缺乏有效的理论解释和理论支撑。例如,林等人(Lim et al.,2004)发现线上贸易要比线下贸易具有更高的风险和不确定性^[88]。虽然现代通信网络技术已经给跨国交流协商带来了极大便利,但能否形成与面对面交流时产生的同等的信任和理解,仍然有待实证检验。同时,企业生态系统内数据资源共享降低了信息不对称,增强了企业对东道国市场的了解,提高了寻找合作伙伴的效率,但也给企业带来了商业机密泄露、数据污染等多重风险,亟待探索企业公开数据权益保护的途径^[89]。同样,企业在利用大数据信息对东道国顾客进行画像时,是否会侵犯其个人隐私反而造成了更为严重的抵触情绪,放大外来者劣势?履行企业社会责任已经成为国际社会的必然要求,企业在国际化进程中滥用客户数据等不负责任的行为会在全市场产生负面影响,可能对其品牌价值和声誉造成不可挽回的损失。未来学界在研究数字化对国际化带来的经济效益的同时,也需要考虑相应的道德风险。

参考文献:

- [1] OJALA A, EVERS N, RIALP A. Extending the international new venture phenomenon to digital platform providers: a longitudinal case study[J]. *Journal of World Business*, 2018, 53(5): 725-739.
- [2] BANALIEVA E R, DHANARAJ C. Internalization theory for the digital economy[J]. *Journal of International Business Studies*, 2019, 50(8): 1372-1387.
- [3] 姜丽群,袁梓晋,郭昕.数字化转型对企业国际化节奏的影响研究——基于数字赋能视角[J]. *管理现代化*,2022,42(3):84-89.
- [4] 邹爱其,刘一蕙,宋迪.跨境数字平台参与、国际化增值行为与企业国际竞争优势[J]. *管理世界*,2021,37(9):214-233.
- [5] PERGELOVA A, MANOLOVA T, SIMEONOVA-GANEVA R, et al. Democratizing entrepreneurship? Digital technologies and the internationalization of female-led SMEs[J]. *Journal of Small Business Management*, 2019, 57(1): 14-39.
- [6] CASSETTA E, MONARCA U, DILEO I, et al. The relationship between digital technologies and internationalization. Evidence from Italian SMEs

- [J]. *Industry and Innovation*, 2020, 27(4): 311-339.
- [7] ELIA S, GIUFFRIDA M, MARIANI M M, et al. Resources and digital export: an RBV perspective on the role of digital technologies and capabilities in cross-border e-commerce[J]. *Journal of Business Research*, 2021, 132: 158-169.
- [8] TERUEL M, COAD A, DOMNICK C, et al. The birth of new HGEs: internationalization through new digital technologies[J]. *The Journal of Technology Transfer*, 2022, 47(3): 804-845.
- [9] ADOMAKO S, AMANKWAH-AMOAH J, TARBA S Y, et al. Perceived corruption, business process digitization, and SMEs' degree of internationalization in sub-Saharan Africa[J]. *Journal of Business Research*, 2021, 123: 196-207.
- [10] 王墨林, 宋渊洋, 阎海峰, 等. 数字化转型对企业国际化广度的影响研究: 动态能力的中介作用[J]. *外国经济与管理*, 2022, 44(5): 33-47.
- [11] 阎海峰, 钱嘉怡, 雷玮. 企业数字化水平对国际化速度的影响研究: 基于 LLL 模型[J/OL]. *软科学*, 2023[2023-03-19]. <http://kns.cnki.net/kcms/detail/51.1268.g3.20230202.1742.003.html>.
- [12] 陈冬梅, 王俐珍, 陈安霓. 数字化与战略管理理论——回顾、挑战与展望[J]. *管理世界*, 2020, 36(5): 220-236, 20.
- [13] 刘淑春, 闫津臣, 张思雪, 等. 企业管理数字化变革能提升投入产出效率吗[J]. *管理世界*, 2021, 37(5): 170-190, 13.
- [14] LECERF M, OMRANI N. SME internationalization: the impact of information technology and innovation[J]. *Journal of the Knowledge Economy*, 2020, 11(2): 805-824.
- [15] JOHANSON J, VAHLNE J E. The internationalization process of the firm—a model knowledge development and increasing foreign market commitments[J]. *Journal of International Business Studies*, 1977, 8(1): 23-32.
- [16] DUNNING J H. The eclectic paradigm of international production: a restatement and some possible extensions[J]. *Journal of International Business Studies*, 1988, 19(1): 1-31.
- [17] DUNNING J H. Reappraising the eclectic paradigm in an age of alliance capitalism[J]. *Journal of International Business Studies*, 1995, 26(3): 461-491.
- [18] ZAHEER S. Overcoming the liability of foreignness[J]. *Academy of Management Journal*, 1995, 38(2): 341-363.
- [19] MATHEWS J A. Dragon multinationals: new players in 21st century globalization[J]. *Asia Pacific Journal of Management*, 2006, 23(1): 5-27.
- [20] LUO Y D, TUNG R L. International expansion of emerging market enterprises: a springboard perspective[J]. *Journal of International Business Studies*, 2007, 38(4): 481-498.
- [21] 贾镜渝, 李文. 距离、战略动机与中国企业跨国并购成败——基于制度和跳板理论[J]. *南开管理评论*, 2016, 19(6): 122-132.
- [22] OVIATT B M, MCDOUGALL P P. Toward a theory of international new ventures[J]. *Journal of International Business Studies*, 1994, 25(1): 45-64.
- [23] 朱国军, 孙军, 徐永其. 智能制造企业国际创业机会实现的过程机制——数字化赋能视角下小米公司的纵向案例研究[J]. *软科学*, 2021, 35(7): 65-71.
- [24] 邹立凯, 唐继凤, 李新春. 新兴市场天生国际化企业海外市场扩张机制研究——基于两家中国科技型企业的案例分析[J]. *管理学报*, 2021, 18(11): 1581-1588.
- [25] WERNERFELT B. A resource-based view of the firm[J]. *Strategic Management Journal*, 1984, 5(2): 171-180.
- [26] PRAHALAD C K, HAMEL G. The core competence of the corporation[J]. *Harvard Business Review*, 1990, 68(3): 79-91.
- [27] STALLKAMP M, HUNT R A, SCHOTTER A P J. Scaling, fast and slow: the internationalization of digital ventures[J]. *Journal of Business Research*, 2022, 146: 95-106.
- [28] AUGIER M, TEECE D J. Dynamic capabilities and the role of managers in business strategy and economic performance[J]. *Organization Science*, 2009, 20(2): 410-421.
- [29] TEECE D J. Profiting from innovation in the digital economy: enabling technologies, standards, and licensing models in the wireless world[J]. *Research Policy*, 2018, 47(8): 1367-1387.
- [30] 肖静华. 企业跨体系数字化转型与管理适应性变革[J]. *改革*, 2020(4): 37-49.
- [31] 肖红军, 阳镇, 刘美玉. 企业数字化的社会责任促进效应: 内外双重路径的检验[J]. *经济管理*, 2021, 43(11): 52-69.

- [32] 戚聿东,肖旭.数字经济时代的企业管理变革[J].管理世界,2020,36(6):135-152,250.
- [33] 吴非,胡慧芷,林慧妍,等.企业数字化转型与资本市场表现——来自股票流动性的经验证据[J].管理世界,2021,37(7):130-144,10.
- [34] MOORE J F. The death of competition: leadership and strategy in the age of business ecosystems[M]. New York: Harper Business, 1996.
- [35] 贺俊.创新平台的竞争策略:前沿进展与拓展方向[J].经济管理,2020,42(8):190-208.
- [36] SURESH K, SHIVARAM R, VIOLINA R. Reputation building and performance: an empirical analysis of the top-50 pure internet firms[J]. European Management Journal, 2001, 19(6): 571-586.
- [37] BROUETHERS K D, GEISSER K D, ROTHLAUF F. Explaining the internationalization of ibusiness firms[J]. Journal of International Business Studies, 2016, 47(5): 513-534.
- [38] NAMBISAN S, ZAHRA S A, LUO Y D. Global platforms and ecosystems: implications for international business theories[J]. Journal of International Business Studies, 2019, 50(9): 1464-1486.
- [39] 陈晓红,李杨扬,宋丽洁,等.数字经济理论体系与研究展望[J].管理世界,2022,38(2):208-224.
- [40] 李雪松,党琳,赵宸宇.数字化转型、融入全球创新网络与创新绩效[J].中国工业经济,2022(10):43-61.
- [41] 杜晓君,蔡灵芝,史艳华.外来者劣势与国际并购绩效研究[J].管理科学,2014,27(2):48-59.
- [42] COVAL J D, MOSKOWITZ T J. The geography of investment: informed trading and asset prices[J]. Journal of Political Economy, 2001, 109(4): 811-841.
- [43] 刘洋,董久钰,魏江.数字创新管理:理论框架与未来研究[J].管理世界,2020,36(7):198-217.
- [44] 易靖韬,王悦昊.数字化转型对企业出口的影响研究[J].中国软科学,2021(3):94-104.
- [45] LEHDONVIRTA V, KÄSSI O, HJORTH I, et al. The global platform economy: a new offshoring institution enabling emerging-economy microproviders[J]. Journal of Management, 2019, 45(2): 567-599.
- [46] 陈怀超,范建红.制度距离、中国跨国公司进入战略与国际化绩效:基于组织合法性视角[J].南开经济研究,2014(2):99-117.
- [47] 潘镇,鲁明泓.在华外商直接投资进入模式选择的文理解释[J].世界经济,2006(2):51-61.
- [48] LU Q, HWANG P. The impact of liability of foreignness on international venture capital firms in Singapore[J]. Asia Pacific Journal of Management, 2010, 27(1): 81-97.
- [49] REUS T H, ROTTIG D. Meta-analyses of international joint venture performance determinants[J]. Management International Review, 2009, 49(5): 607-640.
- [50] 柴宇曦,张洪胜,马述忠.数字经济时代国际商务理论研究:新进展与新发现[J].国外社会科学,2021(1):85-103,159.
- [51] 杨勃.新兴经济体跨国企业国际化双重劣势研究[J].经济管理,2019,41(1):56-70.
- [52] 黄胜,叶广宇,申素琴.新兴经济体企业国际化研究述评——制度理论的视角[J].科学与科学技术管理,2015,36(4):36-49.
- [53] 戚聿东,蔡呈伟.数字化对制造业企业绩效的多重影响及其机理研究[J].学习与探索,2020(7):108-119.
- [54] LEE C K H. A GA-based optimisation model for big data analytics supporting anticipatory shipping in Retail 4.0[J]. International Journal of Production Research, 2017, 55(2): 593-605.
- [55] NEUBERT M. The impact of digitalization on the speed of internationalization of lean global startups[J]. Technology Innovation Management Review, 2018, 8(5): 44-54.
- [56] 贺小刚,李新春,方海鹰.动态能力的测量与功效:基于中国经验的实证研究[J].管理世界,2006(3):94-103.
- [57] YAMIN M, SINKOVICS R R. Online internationalisation, psychic distance reduction and the virtuality trap[J]. International Business Review, 2006, 15(4): 339-360.
- [58] 焦豪,魏江,崔瑜.企业动态能力构建路径分析:基于创业导向和组织学习的视角[J].管理世界,2008(4):91-106.
- [59] SHLEIFER A, VISHNY R W. A survey of corporate governance[J]. The Journal of Finance, 1997, 52(2): 737-783.
- [60] 陈德球,胡晴.数字经济时代下的公司治理研究:范式创新与实践前沿[J].管理世界,2022,38(6):213-240.
- [61] 祁怀锦,曹修琴,刘艳霞.数字经济对公司治理的影响——基于信息不对称和管理者非理性行为视角[J].改革,2020(4):50-64.
- [62] 董保宝,葛宝山,王侃.资源整合过程、动态能力与竞争优势:机理与路径[J].管理世界,2011(3):92-101.

- [63] NASSIMBENI G. Technology, innovation capacity, and the export attitude of small manufacturing firms: a logit/tobit model[J]. *Research Policy*, 2001, 30(2): 245-262.
- [64] 赵宸宇,王文春,李雪松. 数字化转型如何影响企业全要素生产率[J]. *财贸经济*, 2021, 42(7): 114-129.
- [65] 楼永,刘铭. 中小企业数字化变革:从迟徊观望到乘势而上——基于文本挖掘法的变革路径与绩效研究[J]. *工业技术经济*, 2022, 41(2): 3-13.
- [66] DENICOLAI S, ZUCHELLA A, MAGNANI G. Internationalization, digitalization, and sustainability: are SMEs ready? A survey on synergies and substituting effects among growth paths[J]. *Technological Forecasting and Social Change*, 2021, 166: 120650.
- [67] 刘萍,武傲凯. 高管团队异质性与企业成长性——动态能力的中介效应[J]. *华东经济管理*, 2022, 36(11): 117-128.
- [68] HELFAT C E, PETERAF M A. Managerial cognitive capabilities and the microfoundations of dynamic capabilities[J]. *Strategic Management Journal*, 2015, 36(6): 831-850.
- [69] TUMBAS S, BERENTE N, VOM BROCKE J. Three types of chief digital officers and the reasons organizations adopt the role[J]. *MIS Quarterly Executive*, 2017, 16(2): 121-134.
- [70] TOLSTOY D, NORDMAN E R, HÄNELL S M, et al. The development of international e-commerce in retail SMEs: an effectuation perspective[J]. *Journal of World Business*, 2021, 56(3): 101165.
- [71] ARAGÓN-CORREA J A, SHARMA S. A contingent resource-based view of proactive corporate environmental strategy[J]. *Academy of Management Review*, 2003, 28(1): 71-88.
- [72] 刘兴亚,李湘宁,缪仕国,等. 资产专用性、文化差异与外资进入模式选择——基于交易成本框架的分析[J]. *金融研究*, 2009(3): 72-84.
- [73] 张宝建,薄香芳,陈劲,等. 数字平台生态系统价值生成逻辑[J]. *科技进步与对策*, 2022, 39(11): 1-9.
- [74] 王丽平,李菊香,李琼. 科技服务业创新生态系统价值共创模式与协作机制研究[J]. *科技进步与对策*, 2017, 34(6): 69-74.
- [75] ELLER R, ALFORD P, KALLMÜNZER A, et al. Antecedents, consequences, and challenges of small and medium-sized enterprise digitalization[J]. *Journal of Business Research*, 2020, 112: 119-127.
- [76] 李彦龙,彭锦,罗天正. 数字化、溢出效应与企业绩效[J]. *工业技术经济*, 2022, 41(3): 25-33.
- [77] ARDITO L, RABY S, ALBINO V, et al. The duality of digital and environmental orientations in the context of SMEs: implications for innovation performance[J]. *Journal of Business Research*, 2021, 123: 44-56.
- [78] 潘镇,杨柳,殷华方. 中国企业国际化的社会责任效应研究[J]. *经济管理*, 2020, 42(9): 27-48.
- [79] 潘宏亮. 数字技术应用驱动国际新创企业国际化绩效提升研究[J]. *中国科技论坛*, 2021(4): 110-117.
- [80] 王福胜,郑茜月,张东超. 数字化转型、国际化战略与企业创新[J/OL]. *运筹与管理*, 2023[2023-03-19]. <http://kns.cnki.net/kcms/detail/34.1133.G3.20230214.0937.002.html>.
- [81] 罗兴武,张皓,刘洋,等. 数字平台企业如何从事件中塑造数字创新能力? ——基于事件系统理论的钉钉成长案例研究[J/OL]. *南开管理评论*, 2021[2023-03-19]. <http://kns.cnki.net/kcms/detail/12.1288.f.20210909.1617.012.html>.
- [82] 朱国军,张画涵,孙军. 智能制造企业品牌国际化的成长演化机理——专利生态运营能力视角下的双案例研究[J]. *管理现代化*, 2020, 40(6): 86-94.
- [83] 谢恩,傅宇,李垣,等. 国际秩序演化下的中国企业全球化[J]. *管理科学学报*, 2021, 24(8): 67-75.
- [84] 余菲菲,曹佳玉,杜红艳. 数字化悖论:企业数字化对创新绩效的双刃剑效应[J]. *研究与发展管理*, 2022, 34(2): 1-12.
- [85] FERREIRA J J M, FERNANDES C I, FERREIRA F A F. To be or not to be digital, that is the question: firm innovation and performance[J]. *Journal of Business Research*, 2019, 101: 583-590.
- [86] KOHTAMÄKI M, PARIDA V, OGHAI P, et al. Digital servitization business models in ecosystems: a theory of the firm[J]. *Journal of Business Research*, 2019, 104: 380-392.
- [87] 刘政,姚雨秀,张国胜,等. 企业数字化、专用知识与组织授权[J]. *中国工业经济*, 2020(9): 156-174.
- [88] LIM K H, LEUNG K, SIA C L, et al. Is eCommerce boundary-less? Effects of individualism-collectivism and uncertainty avoidance on internet shopping[J]. *Journal of International Business Studies*, 2004, 35(6): 545-559.
- [89] 李健男,高宁宁. 企业公开数据权益保护的复合路径——基于数据形态进化的可能选择[J]. *北京行政学院学报*, 2023(2): 96-108.

Influencing Mechanisms of Enterprise Digitalization on Internationalization —An Integrated Framework

WANG Xin¹, HUANG Sujian¹, FU Yumeng²

(1. Chinese Academy of Social Sciences, Beijing 100006;

2. University of Chinese Academy of Social Sciences, Beijing 102488)

Abstract: Digitalization has a profound impact on enterprise strategy, organizational management, and production operations. However, there are different opinions on the effect of enterprise digitalization on internationalization, requiring further analysis of the influencing mechanism. From the perspectives of the external competitive environment, resources, and capabilities, as well as networks and platforms, this paper constructs an integrated analytical framework to investigate the influencing mechanism.

This paper proposes that enterprise digitalization has multiple effects on internationalization, with a dominant positive promotion effect. Then, it identifies and summarizes three core mechanisms, including obtaining competitive advantages, improving dynamic capabilities, and building ecosystems. First, enterprise digitalization assists multinational companies in overcoming the liability of foreignness and establishing a latecomer advantage, thus promoting internationalization. Enterprise digitalization can mitigate the challenges of information asymmetry due to geographical distance and the inadequate legitimacy resulting from institutional distance, thereby overcoming their liability of foreignness in the host country. It can also promote cross-border mergers and acquisitions or international entrepreneurship, thereby facilitating latecomer advantages for small and medium-sized enterprises or enterprises from developing countries. Second, enterprise digitalization can improve the efficiency of internal and external resource allocation and enhance dynamic capabilities, thus promoting internationalization. Enterprise digitalization can facilitate precision marketing and foster organizational learning, enhancing perception capabilities. It can bolster organizational flexibility and corporate governance, thus strengthening refactoring capabilities. Additionally, it can improve operational efficiency and human capital, enhancing resource acquisition capabilities. Third, enterprise digitalization can establish business ecosystems, reduce transaction costs, improve transaction efficiency, and enhance value-creation capabilities, thereby promoting internationalization. Enterprise digitization can reduce the cost of information search, communication, and coordination in overseas markets, while improving transaction efficiency. It can promote collaborative effects among multiple entities and enable value co-creation among enterprises as well as between enterprises and consumers. Moreover, it improves corporate innovation performance and social responsibility performance, enhancing the value of intangible assets such as technology, brand, and reputation.

This paper makes the following contributions. It enriches the field of enterprise digitalization and internationalization and constructs an integrated analytical framework to investigate the influencing mechanisms of enterprise digitalization on internationalization. By identifying and summarizing three core influencing mechanisms, it provides an extensive perspective on enterprise internationalization in the digital economy.

Keywords: digitalization; internationalization; liability of foreignness; dynamic capability; ecosystem

责任编辑:李 叶;蒋 琰