

附录 1 文献分析

(1) 发表期刊。86 篇文献发表在 34 种期刊，表明接收该领域文献的期刊较多。从期刊级别看，86 篇文献主要发表在 UTD24 (20 篇)、ABS4 (13 篇)、ABS3 (23 篇)、《管理世界》(2 篇) 等期刊，表明该领域得到了权威期刊的认可。其中，发表在国际商务顶级期刊 *Journal of International Business Studies* 的文章占比最大 (20 篇，占比 23.26%)。期刊统计如表 1 所示。

表 1 文献发表期刊统计

序号	期刊名	期刊级别	数量	占比 (%)
1	Journal of International Business Studies	UTD24, ABS4*, 国际商务顶级期刊	20	23.26
2	International Business Review	ABS3, 国际商务领域主流期刊	9	10.47
3	Global Strategy Journal	ABS4, 战略管理领域权威期刊	7	8.14
4	Journal of World Business	ABS4, 国际商务领域权威期刊	6	6.98
5	Management International Review	ABS3, 国际商务领域主流期刊	5	5.81
6	Journal of Business Research	ABS3, 管理学主流期刊	5	5.81
7	Journal of International Management	ABS3, 国际商务领域主流期刊	4	4.65
8	其他:《管理世界》、Journal of International Marketing、Journal of Business Venturing 等	以国内外顶级、权威或主流期刊为主	30	34.88

数据来源：本文整理。

(2) 研究方法。86 篇文献主要采用理论建构、案例研究、定量研究、文献综述和元分析方法。其中，理论建构类文献占比最高 (33 篇，占比 38.37%)，表明该领域仍处于理论探索阶段。排名第二的是案例研究方法 (23 篇，占比 26.74%)，旨在对典型案例进行分析来构建理论，进一步表明该领域处于早期阶段。相比之下，采用定量研究方法的文献占比较低 (18 篇，占比 20.93%)。研究方法统计如表 2 所示。

表 2 研究方法统计

序号	研究方法	方法应用	数量	占比 (%)
1	理论建构	从理论层面探讨数智技术与跨国企业国际化，构建新理论	33	38.37
2	案例研究	通过案例研究方法探讨数智技术与跨国企业国际化，重点探讨数字跨国企业的国际化现象	23	26.74
3	定量研究	采用定量研究方法对数智化与企业国际化的关系进行实证检验	18	20.93
4	文献综述	对数智化与企业国际化相关文献进行综述	10	11.63
5	元分析	对数智化与企业国际化相关内容进行元分析	2	2.33

数据来源：本文整理。

(3) 理论视角和影响机制。已有研究主要从内部化理论 (占比 17.13%)、OLI (占比 14.92%)、网络理论 (占比 13.26%)、资源基础观 (包括动态能力理论) (占比 12.71%)、交易成本理论 (占比 6.08%)、商业模式理论 (占比 3.31%) 等视角解释数智技术对跨国企业国际化的影响机制，统计结果如表 3 所示。

表 3 理论视角统计

序号	理论视角	影响机制	频次	占比 (%)
1	内部化理论	关注数智技术对跨国企业内部化动机和行为的影响，认为数智技术降低了内部化的经济动机和程度，提升了外部化逻辑的重要性	31	17.13
2	OLI	数智技术使得数智所有权优势和区位优势的重要性不断提升，改变跨国企业的所有权优势和东道国的区位优势；同时，数智技术催生了新型 OLI 框架	27	14.92
3	网络理论	主要关注数智技术扩展跨国企业的国际化网络范围，重塑网络结构和性质	24	13.26
4	资源基础观 (动态能力)	主要关注数智技术如何重塑跨国企业的资源和能力，包括拓展资源的类型和边界，提升跨国企业的动态能力等	23	12.71
5	交易成本理论	主要关注数智技术降低企业国际化的交易成本，包括空间成本、信息成本、协调成本和执行成本等	11	6.08
6	商业模式理论	探讨数智技术如何重塑跨国企业的商业模式和价值创造方式，认为平台生态模式成为当前跨国企业的典型商业模式，强调与用户和互补者的价值共创	6	3.31
7	其他	如国际化过程理论、创新扩散理论、制度理论	59	32.59

数据来源：本文整理。

(4) 影响结果。已有主要关注数智技术对跨国企业产品和服务、区位选择、市场进入模式、市场竞争战略、国际化时机和速度、国际化绩效等方面的影响。统计结果如表 4 所示。

表 4 数智技术影响企业国际化的结果统计

序号	具体维度	具体研究内容	频次	占比 (%)
1	产品和服务	探讨数智技术对跨国企业国际化的产品和服务的影响, 即从传统有形产品和服务转变为无形的数字产品和服务	18	11.84
2	进入模式	探讨数智技术对跨国企业市场进入模式的影响, 包括非传统市场模式 (虚拟存在、管理生态系统等) 和传统市场模式 (如并购、新建子公司)	17	11.19
3	区位选择	研究数智技术对跨国企业区位选择的影响, 即东道国的数智区位优势 (如数字基础设施、数字化人才、数字资源) 对跨国企业的吸引力逐渐提升, 而传统的区位优势逐渐降低	27	17.76
4	市场竞争战略	探讨数智技术对跨国企业市场竞争战略的影响, 重点关注平台和生态系统战略, 关注用户和互补者	29	19.08
5	国际化时机和速度	探讨数智技术对跨国企业国际时机和速度的影响, 即加速企业国际化, 同时促使跨国企业更早进入海外市场	24	15.79
6	国际化绩效	探讨数智技术对跨国企业国际化绩效的影响	37	24.34

数据来源: 本文整理。

(5) 情境因素。情境因素是指影响数智技术与企业国际化之间关系的因素, 如制度距离会弱化数智技术对企业国际化的积极影响。现有研究分别从国家 (如国家间环境差异)、产业 (如产业数字化强度) 和企业 (如企业能力) 三个层面对其进行了探讨。统计结果如表 5 所示。

表 5 数智技术影响企业国际化情境因素统计

序号	研究内容	具体内容	频次	占比 (%)
1	国家层面	国家差异 (如制度距离、文化差异、数字环境差异) 会制约数智技术对企业国际化的积极影响	18	20.93
2	产业层面	产业数字化强度或产业类型会影响数智技术与企业国际化的关系, 如纯数字化产业对线下实物资产的依赖性较低, 更倾向通过数字渠道进入海外市场, 而非传统的 FDI 模式	53	61.63
3	企业层面	企业资源和能力、企业战略等因素会影响数智技术与企业国际化的关系, 如企业资源编排能力越强, 数智技术对企业国际化的积极影响越大	42	48.84

数据来源: 本文整理。

附录 1：文献列表

序号	作者和年份	论文标题	期刊	研究方法	主要研究内容	理论视角	影响结果	情境因素
1	Lindner 等 (2025)	Artificial intelligence in international business: IB theory under augmented decision-making	Journal of World Business	理论构建	探讨人工智能技术对国际商务及其理论的影响,特别是 AI 如何影响跨国企业的决策理性	有限理性理论、内部化理论、国际化过程理论	战略决策质量	无
2	Kang 等 (2025)	Platform-based multinational corporations (PMNCs): A research agenda in the field of international business	International Business Review	理论构建	归纳基于平台的跨国公司的概念、分类和特征,并对相关研究进行综述,提出未来研究展望	内部化理论、OLI、资源基础观、生态系统理论	产品和服务、进入模式	无
3	Yang 等 (2025)	Internationalization of digital firms: A systematic review and research agenda	Journal of Business Research	文献综述	对数字企业国际化的相关文献进行系统性综述	内部化理论、OLI、资源基础观、生态系统理论等	国际化绩效、国际化速度	国家间环境差异、企业能力等
4	Santos 和 Williamson (2024)	Beyond connectivity: Artificial intelligence and the internationalisation of digital firms	Information and Organization	理论构建	探讨人工智能对数字企业国际化的影响,重点关注人工智能对个体偏好的识别,进而影响跨国企业战略	无明确的理论	市场竞争战略	无
5	Surana 等 (2024)	The internationalization of digital platform firms: the platform-OLI (P-OLI) framework	International Marketing Review	案例研究	基于平台化 OLI 理论探讨数字平台企业的国际化,并对新 OLI 框架进行扩展	OLI、网络理论	市场竞争战略、国际化绩效	无
6	许晖等 (2024)	天生全球化数字企业: 概念内涵、理论基础与快速扩张机制	研究与发展管理	理论构建	提出天生全球化数字企业概念,并对其内涵、特征、理论基础以及快速扩张机制进行理论探讨	内部化理论、资源基础观、LLL、网络理论	国际化速度、国际化绩效	制度环境
7	Weng et al. (2024)	Platform success in the international marketplace: reconfiguring digital resources for marketing agility	International Marketing Review	案例研究	探究组织如何重新配置多功能数字资源,以在国际市场中实现营销敏捷性的效益	资源基础观、交易成本理论	市场竞争战略	无
8	Drori et al. (2024)	The impact of digitalization on internationalization from an internalization theory lens	Long Range Planning	定量研究	从内部化理论视角研究数字化对企业国际化的影响,认为产业数字化强度是影响数字企业国际化的重要情境因素	内部化理论、交易成本理论	国际化绩效	产业数字化强度
9	García-Canal et al. (2024)	Catch me if you can: A simulation model of the internationalization of digital platforms	Information and Organization	定量研究	探讨数字平台国际化扩张的战略及其情境因素,特别是网络效应对国际化扩张战略选择的影响	网络理论	国际化绩效、市场竞争战略、国际化速度	产业因素 (网络效应)
10	Meyer et al. (2023)	International business in the digital age: Global strategies in a world of national institutions	Journal of International Business Studies (JIBS)	理论建构	探讨数字时代的国际商务、企业全球战略: 一方面探讨数字技术对企业国际化的积极影响; 另一方面探讨国家制度对企业国际化的阻碍。在此基础上,提出跨国企业的三种应对战略 (平台创造、平台参与、数字化转型)	制度理论	区位选择、进入模式、国际化绩效	国家制度差异
11	Luo and Zahra (2023)	Industry 4.0 in international business research	JIBS	理论建构	探讨工业 4.0 对国际商务和跨国企业的影响 (战略、能力、国际化过程、机遇与挑战等),以及跨国企业响应工业 4.0 所需的能力	资源基础观 (动态能力理论)	市场竞争战略、国际化绩效	环境差异
12	Mihailova (2023)	Business model adaptation for realized international scaling of born-digitals	Journal of World Business	案例研究	探讨天生数字企业如何通过商业模式适应实现国际化增长,并对其背后的过程和机制进行探索,包括数据驱动决策、营销、用户迭代、创业、本土化等战略	资源基础观 (动态能力理论)、商业模式理论	国际化绩效、产品和服务	产业特征
13	易靖韬和何金秋 (2023)	基于生态系统竞争优势的平台出海战略研究: 基于猎豹移动轻游戏平台国际化的案例分析	中国软科学	案例研究	探讨基于生态系统竞争优势理论研究数字平台出海的战略演进及其内在机理	内部化理论、生态系统理论	国际化绩效	无
14	Ojala et al. (2023)	Characteristics of digital artifacts in international endeavors of digital-based international new ventures	Global Strategy Journal	案例研究	探究创业者如何利用数字制品的特性来支持其企业的国际化进程	资源基础观 (动态能力理论)	市场竞争战略	无
15	Thornton (2023)	Business model change and internationalization in the sharing economy	Journal of Business Research	案例研究	探究共享经济中商业模式变革与国际化之间的相互关系	商业模式理论	国际化绩效、国际化速度	无
16	Crespo et al. (2023)	Innovation in times of crisis: The relevance of digitalization and early internationalization strategies	Technological Forecasting and Social Change	定量研究	探讨国际导向与数字化导向作为决定因素,在国际新创企业的数字化进程及早期国际化战略中所发挥的作用	资源基础观	市场竞争战略、国际化绩效	环境因素
17	Mithani (2023)	Scaling digital and non-digital business models in foreign markets: The case of financial advice industry in the United	Journal of World Business	定量研究	比较数字商业模式与非数字商业模式国际化速度的差异,探讨数字商业模式加速国际化的机制和情境条件	商业模式理论	国际化速度	企业国际化范围

		States						
18	Lo et al. (2023)	The pace of international expansion for digital multinational enterprises	Technological Forecasting & Social Change	定量研究	通过比较数字化跨国企业的内部资源和外部增长选择与数字化跨国企业国际化进程的关系,探讨了数字化运营企业的国际化步伐	资源基础观	国际化速度	无
19	Galkina et al. (2023)	Networks of internationalizing digital platforms in physical place and digital space	Global Strategy Journal	案例研究	探讨数字平台企业实现物理空间(线下)网络和数字空间(线上)网络的共存机制及其边界条件	网络理论	区位选择	产业数字化强度
20	Bhandari et al. (2023)	Digitalization, internationalization, and firm performance: A resource-orchestration perspective on new OLI advantages	International Business Review	定量研究	探讨数字化(数字资源的利用和编排)和国际化(企业层面的外向国际化和国家层面的内向国际化)对企业绩效的影响	OLI、资源基础观、交易成本理论	国际化绩效	国家环境、企业国际化方向
21	Stallkamp et al. (2023)	Boots on the ground: Foreign direct investment by born digital firms	Global Strategy Journal	定量研究	探讨天生数字企业 FDI 的区位选择,发现文化距离、地理距离与数字企业 FDI 正相关;强调东道国互补性资源的重要性	无明确的理论视角	进入模式、区位选择、市场竞争战略	宏观环境因素(文化距离、地理距离)
22	Cha et al. (2023)	Reshaping Internationalization Strategy and Control for Global E-Commerce and Digital Transactions: A Hayekian Perspective	Management International Review	理论建构	探讨全球电子商务政策的差异如何影响不同国家共享经济企业的国际化,以及共享经济企业如何在政策分歧下国际化	制度理论、商业模式理论	市场竞争战略	宏观因素(数字制度差异)
23	Cumming et al. (2023)	E-commerce policy and international business	Management International Review	理论建构	探讨电子商务政策对国际商务和跨国企业(跨境电子商务企业、共享经济企业、初创企业)国际化的影响,同时探讨影响电子商务发展的促进因素、制约因素以及相关理论	制度理论、网络理论、内部化理论、动态能力理论	国际化绩效	宏观制度距离因素(电子商务政策差异)
24	Lee et al. (2023)	E-commerce Policy Environment, Digital Platform, and Internationalization of Chinese New Ventures: The Moderating Effects of Covid-19 Pandemic	Management International Review	定量研究	探讨制度压力(东道国与母国的电子商务政策不确定性)如何影响数字平台风险,进而影响新创企业的国际化范围	制度理论	国际化绩效(范围)	宏观制度因素(电子商务政策)
25	Feliciano-Cestero et al. (2023)	Is digital transformation threatened? A systematic of the factors influencing firms' digital transformation and internationalization	Journal of Business Research	文献综述	对企业数字化转型与企业国际化关系的相关文献进行综述,识别两者的影响因素(从个体、企业和宏观三个层面)	动态能力理论、内部化理论、国际新创理论、OLI、国际化过程理论	产品和服务、国际化速度	宏观环境、企业特征
26	Yi et al. (2023)	Ecosystem social responsibility in international digital commerce	JIBS	理论建构	探讨跨国数字平台的“生态系统社会责任”	制度理论、生态系统理论	产品和服务、市场竞争战略	无
27	Stallkamp et al. (2022)	Scaling, Fast and Slow: The Internationalization of Digital Ventures	Journal of Business Research	定量研究	探讨影响数字企业国际化规模增长和速度的因素(如需求一致性、互补性非数字化资源),比较不同类型数字企业的差异性	资源基础观	国际化绩效、国际化速度	企业资源属性
28	Chen et al. (2022)	Externalization in the platform economy: Social platforms and institutions	JIBS	理论建构	探讨跨国数字平台(社交平台)企业的外部化和内部化,以及东道国知识产权保护制度、数字平台的治理能力对两者的影响	内部化理论、制度理论	区位选择、市场竞争战略	宏观制度、企业治理能力
29	Shaheer et al. (2022)	Internationalization of Digital Innovations: A Rapidly Evolving Research Stream	Journal of International Management	理论建构	探讨数字创新对国际商务(包括数字企业国际化、传统国际商务理论、国际商务环境等)的影响	资源基础观、制度理论	国际化绩效(国际渗透)	宏观(政治社会制度、文化)
30	Luo (2022a)	New connectivity in the fragmented world	JIBS	理论建构	探讨在碎片化的国际商务环境下数字全球连接对跨国企业及国际商务理论的影响,以及跨国企业如何有效利用数字全球连接来提高竞争力和组织适应性	国际化过程理论、动态能力、内部化理论、网络理论	市场竞争战略	宏观国际环境
31	Luo (2022b)	A general framework of digitization risks in international business	JIBS	理论建构	探讨跨国企业在数字时代面临的数字风险及其应对战略,提出三种数字风险,并从信息加工理论视角跨国企业如何应对数字风险	信息加工理论	国际化绩效	宏观因素、中观产业因素、微观企业因素
32	Brouthers et al. (2022)	Charting new courses to enter foreign markets: Conceptualization, theoretical framework, and research directions on non-traditional entry modes	JIBS	理论建构	探讨跨国企业的非传统市场进入模式,归纳出四种模式:资本获取、创新前哨、虚拟存在、管理生态系统,其中,虚拟存在、管理生态系统合适于解释数字企业国际化的进入模式	网络理论(嵌入性)	进入模式	无
33	Hennart (2022)	How much is new in Brouthers et al.'s new foreign entry modes, and do they challenge the transaction cost theory of entry mode	JIBS	理论建构	针对 Brouthers 等(2022)提出的四种新型国际市场进入模式,作者从交易成本理论进行了解释,认为交易成	交易成本理论	进入模式	无

		choice?			本理论能够解释新型市场进入模式			
34	Rong et al. (2022)	Liability of ecosystem integration and internationalisation of digital firms	Journal of International Management	案例研究	探讨数字企业国际化面临的生态整合劣势(用户整合劣势、互补者整合劣势、制度整合劣势)及其影响因素和结果	网络和生态理论、产品和服务	国际化绩效	产业类型、宏观制度因素
35	Birkinshaw (2022)	Move fast and break things: Reassessing IB research in the light of the digital revolution	Global Strategy Journal	理论建构	探讨天生数字企业(如 Facebook 和 Uber)的独特性及其对国际商务的影响,以及已有战略、组织和制度情境的研究对理解天生数字企业的解释力	内部化理论、制度理论、资源基础观、国际化过程理论、网络理论	区位选择、进入模式、国际化速度、产品和服务	无
36	Bhatti et al. (2022)	The impact of industry 4.0 on the 2017 version of the Uppsala model	International Business Review	案例研究	探讨工业 4.0 技术(数字技术)对企业国际化和 2017 版乌普萨拉模型的影响	国际化过程理论(乌普萨拉模型)	国际化速度	无
37	Nambisan (2022)	Digital innovation and international business	Innovation	理论建构	探讨数字创新与国际商务的关系,尤其是全球化/本土化对数字创新的促进/阻碍作用	数字创新、制度理论	产品和服务、国际化绩效	无
38	Vecchi and Brennan (2022)	Two tales of internationalization—Chinese internet firms' expansion into the European market	Journal of Business Research	案例研究	以阿里巴巴、腾讯和字节跳动为案例研究对象,探究中国互联网公司在欧洲市场的国际化动机、战略和挑战	OLI、网络理论、资源基础观	市场竞争战略、进入模式	无
39	Nambisan and Luo (2022)	The Digital Multinational: Navigating the New Normal in Global Business	MIT Press	理论建构	探讨属企业跨国企业如何有效利用数字全球连接、松散耦合与紧密耦合的战略抉择来应对国际商务新常态	耦合理论	区位选择、市场竞争战略、进入模式	宏观环境、中观产业、微观企业
40	Li et al. (2022a)	Digital platform attention and international sales: An attention-based view	JIBS	定量研究	基于注意力基础视角,探讨跨国企业数字平台注意力的不同维度(强度、持久性和范围)与国际销售之间的关系	注意力基础观	国际化绩效	宏观地理距离
41	Li et al. (2022b)	The theory of multinational enterprises in the digital era: state-of-the-art and research priorities	International Journal of Emerging Markets	文献综述	探讨数字时代的跨国公司理论,特别是数字化对传统跨国公司理论的影响	内部化理论、OLI、国际化过程理论、	区位选择、市场竞争战略、国际化速度	无
42	Gabrielsson et al. (2022)	Accelerated internationalization among inexperienced digital entrepreneurs: Toward a holistic entrepreneurial decision-making model	Management International Review	文献综述	从微观个人层面探讨缺乏经验的数字创业者如何实现国际创业(创建数字企业),提出了三种具体机制	国际化过程理论	产品和服务、国际化速度、市场竞争战略	无
43	Ahi et al. (2022)	Advanced technologies and international business: A multidisciplinary analysis of the literature	International Business Review	文献综述	从多个学科领域对数字技术影响企业国际化的相关文献进行综述	资源基础观、内部化理论、交易成本理论	区位选择、治理结构	无
44	Stallkamp and Schotter (2021)	Platforms without borders? The international strategies of digital platform firms	Global Strategy Journal	理论建构	探讨网络外部性对数字平台企业国际化的影响,将平台的网络外部性分为国家内和跨国网络外部性,探讨两种外部性对数字平台企业的国际化战略的差异化影响	内部化理论、网络理论	区位选择、市场进入模式	产业属性(网络外部性)
45	Verbeke and Hutzschenreuter (2021)	The dark side of digital globalization	Academy of Management Perspectives	理论建构	分别从治理、资源(资产)和消费者价值三方面探讨数字全球化带来的明亮面和阴暗面,重点探讨数字全球化背景下数字企业面临的挑战	内部化理论、资源基础观	区位选择、市场竞争战略	无
46	邹爱其等 (2021)	跨境数字平台参与、国际化增值行为与企业国际竞争优势	管理世界	理论建构	基于组织学习视角,探讨企业如何通过参与跨境数字平台进行产品创新和品牌升级,进而提升全球竞争力	组织学习理论	国际化绩效	无
47	徐美娜和夏温平 (2021)	数字跨国公司对外投资的进入与扩张决定:平台型数字企业集聚的分析视角	世界经济研究	定量研究	探讨数字企业对外直接投资市场进入和扩张的决定因素	OLI	国际化绩效、区位选择	文化差异
48	Autio et al. (2021)	Digitalization and globalization in a turbulent world: Centrifugal and centripetal forces	Global Strategy Journal	理论建构	探讨数字化与全球化的关系,探讨不同类型的数字技术对跨国企业知识活动(knowledge activities)的影响	交易成本理论、内部化理论	区位选择、市场竞争战略	无
49	Nambisan and Luo (2021)	Toward a loose coupling view of digital globalization	JIBS	理论建构	探讨数字经济时代跨国企业如何通过松散耦合机制应对外部治理相关的挑战	耦合理论、内部化理论	区位选择、市场竞争战略	宏观环境
50	Kozlenkova et al. (2021)	Sharing economy: International marketing strategies	JIBS	元分析	采用元分析方法对共享经济企业关键战略驱动因素(功利价值、社会价值、享乐价值等)的有效性进行分析,同时探讨环境因素的影响	社会交换理论、自我决定理论等		
51	Ma and Hu (2021)	Business model innovation and experimentation in transforming economies: ByteDance and TikTok	Management and Organization Review	案例研究	以字节跳动及其海外子公司 TikTok 为例,探讨新兴经济体数字平台企业的商业模式创新、母国因素对数字平台企业国际化的影响	商业模式理论	市场竞争战略	宏观环境
52	Tolstoy et al. (2021)	The development of international e-commerce in retail SMEs: An effectuation	Journal of World Business	案例研究	从国际创业视角探讨中小在线零售企业如何在海外市场开发电子商务业务	效果理论(effectuation theory)	国际化绩效	无

		perspective						
53	Pérez-Pérez et al. (2021)	New puppets in the old school: The applicability of traditional internationalisation theories in the sharing economy	Administrative Sciences	文献综述	探讨传统国际化理论对数字平台企业国际化的适用性	内部化理论、OLI、资源基础观、国际化过程理论、网络理论	区位选择、市场竞争战略	无
54	Monaghan et al. (2020)	Born digitals: Thoughts on their internationalization and a research agenda	JIBS	理论建构	探讨天生数字企业的国际化现象及其对国际商务理论的影响, 以及数字技术对数字企业国际化的影响, 并对未来研究进行展望	内部化理论、网络理论	国际化速度、国际化绩效	无
55	Shaheer et al. (2020)	Revisiting location in a digital age: How can lead markets accelerate the internationalization of mobile apps?	Journal of International Marketing	定量研究	探讨数字企业国际化的新型区位选择, 机需求侧区位优势, 认为数字企业应该首先进入领先市场, 通过洞察消费者的需求来不断改进自身技术和产品	OLI	国际化速度、区位选择	无
56	Shaheer and Li (2020)	The CAGE around cyberspace? How digital innovations internationalize in a virtual world	Journal of Business Venturing	定量研究	探讨文化、管理、地理和经济 (CAGE) 距离对数字企业 (手机 APP) 国际化扩张速度的影响, 以及数字企业如何通过需求端战略应对这些挑战 (即采用需求侧策略吸引用户参与价值共创)	制度理论	国际化速度、国际化绩效	国家距离
57	Cahen and Borini (2020)	International digital competence	Journal of International Management	案例研究	探讨数字企业国际化扩张的国际化数字能力, 包括跨文化编程技能、全球虚拟网络、跨境数字货币化适应性和国际商业模式重构	资源基础观 (能力理论)	市场竞争战略、国际化速度	无
58	Piqueras (2020)	Digital internationalizing firms (dif's): A systematic literature review and future research agenda	Piccola Impresa/Small Business	文献综述	对数字国际化企业的相关文献进行综述, 并提出未来研究方向	国际化过程理论、资源基础观、内部化理论		
59	Williams et al. (2020)	International orientation of Chinese internet SMEs: Direct and indirect effects of foreign and indigenous social networking site use	Journal of World Business	定量研究	探讨国内和国际社会网络站点的使用对中国互联网中小企业国际化导向的影响	网络理论、知识基础理论	国际化导向	无
60	Marano et al. (2020)	The liability of disruption	Global Strategy Journal	案例研究	探究共享经济企业国际化面临的“破坏性劣势”, 即东道国监管机构、现有业务和社会对具有破坏性商业模式公司的抵制	制度理论 (合法性)	国际化绩效	制度环境
61	Vadana et al. (2020)	Digitalization of companies in international entrepreneurship and marketing	International Marketing Review	文献综述	探讨跨国企业价值链的数字化程度对企业国际化 (国际数字营销、国际数字创业) 的影响	数字营销、数字创业	市场竞争战略	产业数字化强度
62	Chen et al. (2019)	The international penetration of ibusiness firms: Network effects, liabilities of outsidership and country clout	JIBS	定量研究	探讨 ibusiness 企业 (基于互联网的平台企业) 的国际化扩张, 特别是网络效应、局外人劣势以及进入高影响力国家对数字企业克服局外人劣势的影响	网络理论	产品和服务、市场扩张战略、区位选择	无
63	Vadana et al. (2019)	The internationalization of born-digital companies	Palgrave Macmillan	案例研究	探讨天生数字企业的国际化, 根据价值链的数字化程度和国际化的地理分布对天生数字企业及其进行分类	内部化理论	区位选择	企业数字化水平
64	Nambisan et al. (2019)	Global platforms and ecosystems: Implications for international business theories	JIBS	理论建构	探讨全球性的数字平台和生态系统及其对国际商务理论的影响, 包括对企业国际化方式、知识和关系建构、为全球客户创造和交付价值的影响	资源基础观 (动态能力、资源编排)	产品和服务、国际化绩效	无
65	Banalieva and Dhanaraj (2019)	Internalization theory for the digital economy	JIBS	理论建构	探讨数字服务跨国企业的国际化及其对内部化理论的影响, 重点关注数字服务跨国企业的技术 FSAs 和人力资本 FSAs	内部化理论、网络理论	国际化绩效	微观企业 (FSAs 类型)
66	Hennart (2019)	Digitalized service multinationals and international business theory	JIBS	理论建构	对数字服务跨国企业的国际化进行探讨, 重点证明内部化理论对数字服务跨国企业的解释力仍然有效	内部化理论	产品和服务	无
67	Li et al. (2019)	Ecosystem-specific advantages in international digital commerce	JIBS	理论建构	探讨数字平台企业国际化的生态特定优势, 关注数字平台企业国际化对已有国际商务理论的影响	交易成本理论、生态系统理论 (商业模式理论)	产品和服务、国际化绩效	无
68	Zeng et al. (2019)	The emergence of multi-sided platform MNEs: Internalization theory and networks	International Business Review	案例研究	综合从内部化理论和网络理论视角探讨数字平台企业的国际化	内部化理论、网络理论	产品和服务、市场竞争战略、国际化绩效	无
69	Parente et al. (2019)	The Sharing Economy Globalization Phenomenon: A Research Agenda	Journal of International Management	理论建构	对共享经济企业 (数字平台企业) 的国际化现象进行分析, 并比较其与传统国际商务理论, 提出生态系统视角	内部化理论、网络理论、资源基础观、制度理论、OLI、制度理论	市场竞争战略、产品和服务	无
70	詹晓宁和欧阳永福 (2018)	数字经济下全球投资的新趋势与中国利用外资的新战略	管理世界	理论建构	对数字经济跨国企业及其全球价值链的新趋势、数字经济时代跨国企业的全球投资的新特征等内容进行系统分析	无明确理论	区位选择、进入模式、国际化绩效	宏观环境

71	Ojala et al. (2018)	Extending the international new venture phenomenon to digital platform providers: A longitudinal case study	Journal of World Business	案例研究	采用纵向的案例研究方法探讨数字平台企业如何向海外市场拓展数字平台, 识别数字平台国际化的过程、战略、资源基础和瓶颈等	内部化理论、网络理论、资源依赖理论	产品和服务、国际化速度、国际化绩效、区位选择	无
72	Müllner and Filatotchev (2018)	The changing face of international business in the information age	Emerald Publishing Limited	文献综述	探讨信息时代国际商务的改变, 对相关领域的文献进行综述, 特别关注学科之间的交叉融合	OLI、制度理论	市场竞争战略	无
73	Vendrell-Herrero et al. (2018)	Selling digital services abroad: How do extrinsic attributes influence foreign consumers' purchase intentions?	International Business Review	定量研究	探讨影响东道国消费者购买文化类数字服务的因素, 包括来源国、文化距离、品牌形象等	制度理论	产品和服务、国际化绩效	宏观国家差异、产业性质、微观企业品牌
74	Uzunca et al. (2018)	Sharing and shaping: A cross-country comparison of how sharing economy firms shape their institutional environment to gain legitimacy	Academy of Management Discoveries	案例研究	探讨共享经济企业如何运用一些列市场和非市场战略重塑东道国制度环境 (如影响政府政策和公众认知), 以及来获取合法性	制度理论	市场竞争战略	宏观因素 (国家制度差异)
75	Hannibal and Knight (2018)	Additive manufacturing and the global factory: Disruptive technologies and the location of international business	International Business Review	理论建构	探讨增材制造 (3D 打印) 对跨国企业全球生产区位选择和国际商务的影响	内部化理论、OLI、网络理论	区位选择	无
76	Coviello et al. (2017)	Adapting the Uppsala model to a modern world: Macro-context and microfoundations	JIBS	理论建构	在数字经济时代探讨乌普萨拉国际化模型, 在 Vahlne 和 Johanson (2017) 模型的基础上增加宏观数字环境和微观个体因素, 强调两者的重要性	国际化过程理论 (乌普萨拉模型)	国际化速度	微观因素 (个人决策者)
77	Strange and Zucchella (2017)	Industry 4.0, global value chains and international business	Multinational Business Review	理论建构	探讨工业 4.0 技术对全球价值链和国际商务实践的影响	OLI	产品和服务、区位选择	无
78	Schu and Morschett (2017)	Foreign market selection of online retailers—A path-dependent perspective on influence factors	International Business Review	定量研究	探讨在线零售商的外国市场选择影响因素, 包括市场规模、文化距离、地理距离、市场知识、法律等	动态能力理论、制度理论	区位选择	宏观环境 (距离)
79	Yonatany (2017)	Platforms, ecosystems, and the internationalization of highly digitized organizations	Journal of Organization Design	理论建构	探讨数字平台提供者的国际化过程, 特别是采取平台和生态的组织形式 (相对于传统组织形式) 对国际化带来的影响	国际化过程理论	产品和服务、进入模式选择、国际化速度	无
80	Brouthers et al. (2016)	Explaining the internationalization of ibusiness firms	JIBS	案例研究	对 ibusiness 企业 (基于互联网的平台企业) 的国际化现象进行解释, 综合从网络理论和创新扩散理论视角解释 ibusiness 企业国际化的驱动因素或扩张战略	社会网络理论、创新扩散理论	国际化绩效、市场竞争战略、国际化绩效	无
81	Alcácer et al. (2016)	Internationalization in the information age: A new era for places, firms, and international business networks?	JIBS	理论建构	信息时代信息技术对国际商务和跨国企业的影响, 尤其是对 OLI (所有权优势、区位优势 and 内部化优势) 范式的影响	OLI、网络理论	区位选择、市场竞争战略	无
82	Schu et al. (2016)	Internationalization speed of online retailers: A resource-based perspective on the influence factors	Management International Review	定量研究	基于资源基础观探讨影响在线零售商国际化速度的因素, 包括网上商店的可模仿性、风险投资家的存在、国家投资组合的范围以及国家投资组合内的距离和多样性	资源基础观	国际化速度	宏观环境、微观企业
83	Autio and Zander (2016)	Lean internationalization	Academy of Management Proceedings	理论建构	探讨数字化对新创新企业国际化的影响, 特别是催生了企业的精益国际化现象	交易成本理论	国际化绩效、进入模式	无
84	Tran et al. (2016)	Crowdsourced translation for rapid internationalization in cyberspace: A learning perspective	International Business Review	案例研究	探讨 Facebook 如何有效利用众包翻译加速其快速国际化	国际化过程理论、组织学习理论、交易成本理论	国际化速度	无
85	Wentrup (2016)	The online-offline balance: internationalization for Swedish online service providers	Journal of International Entrepreneurship	案例研究	探讨在线服务提供商的国际化过程, 特别是线上和线下业务平衡在国际化过程中扮演重要角色	国际化过程理论 (乌普萨拉模型)	区位选择、进入模式、国际化速度	无
86	Agarwal and Wu (2015)	Factors influencing growth potential of e-commerce in emerging economies: An institution-based N-OLI framework and research propositions	Thunderbird International Business Review	理论建构	探讨从基于制度的 N-OLI 框架视角影响电子商务企业在新兴经济体增长潜力的因素, 分别从全球、国家、交易三个层面识别影响因素	OLI、网络理论	国际化绩效	宏观国家、微观企业