



# SWOT-Based Analysis of Digital Transformation in Small and Medium-Sized Foreign Trade Enterprises

Xinlan Mei, Yanfei Shen, Congcong Xu, Shuang Liu

School of Digital Commerce, Zhejiang Yuexiu University, Shaoxing, China

Email: mxl2322879709@qq.com

**How to cite this paper:** Mei, X.L., Shen, Y.F., Xu, C.C. and Liu, S. (2025) SWOT-Based Analysis of Digital Transformation in Small and Medium-Sized Foreign Trade Enterprises. *Open Access Library Journal*, 12: e13255.

<https://doi.org/10.4236/oalib.1113255>

**Received:** March 13, 2025

**Accepted:** May 11, 2025

**Published:** May 14, 2025

Copyright © 2025 by author(s) and Open Access Library Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## Abstract

With the rapid development of cutting-edge technologies such as internet technology, big data analytics, and artificial intelligence, traditional trade models have revealed significant limitations. Small and medium-sized foreign trade enterprises urgently need to advance digital transformation. Based on the SWOT analysis framework, this paper delves into the connotation and motivations of digital transformation for small and medium-sized foreign trade enterprises, explores their internal strengths and weaknesses, as well as the external opportunities and threats they face, and proposes corresponding countermeasures. The aim is to provide theoretical guidance and practical references for the digital transformation of small and medium-sized foreign trade enterprises.

## Subject Areas

Business Management

## Keywords

Small- and Medium-Sized Foreign Trade Enterprises, Digital Transformation, SWOT Analysis

## 1. 中小外贸企业数字化转型的内涵及动因

### 1.1. 中小外贸企业数字化转型的内涵

企业数字化转型是指企业为适应数字经济环境下的生存发展需求及市场动态变化，主动实施的系统性、整体性改造与升级过程。其核心在于通过数字技术的深度应用，实现业务流程、运营模式及客户交互方式的根本性变革，从而全面重构企业的运营范式。相较于大型企业，中小型企业因其内部信息

传递链与决策链较短，且组织结构呈现显著的扁平化特征，故其数字化转型路径需依据自身特点进行定制化探索与开发。

中小外贸企业数字化转型是指企业借助数字技术，对业务流程、管理模式、组织架构等进行全方位、深层次的变革，以提升企业运营效率、创新能力和市场竞争力。这一过程涵盖数字化营销、供应链数字化管理、数字化生产等多个方面，旨在实现企业从传统运营模式向数字化、智能化运营模式的转变。这不仅是技术升级，更是思维与管理模式的变革，需与企业战略深度融合。

## 1.2. 中小外贸企业数字化转型的动因

在数字技术迅猛发展的时代背景下，企业的运营范式与商业逻辑正经历着深刻的变革。传统的外贸模式面临着前所未有的转型压力，而积极拥抱数字技术、率先实施数字化转型战略的企业，往往能够在激烈的市场竞争中占据优势地位。

### 1. 云计算与大数据技术变革

数字化转型本质上是一项多维度的系统性变革，其内涵不仅局限于技术层面的革新，更涵盖了管理理念的迭代、组织架构的重构以及商业模式的创新。特别是云计算与大数据技术的深度应用，已超越了单纯的技术升级范畴，成为驱动中小型外贸企业业务模式转型的关键要素。这些技术的融合应用，为中小型外贸企业的数字化转型开辟了新的发展维度，显著拓展了其潜在发展空间与创新可能性。

一方面，从技术维度分析，云计算作为数字技术的核心构成要素，为企业提供了高性价比的计算资源与存储能力解决方案。这种技术范式使中小型外贸企业得以实现信息资源的一体化管理和优化配置，显著降低了IT基础设施的资本性支出和运营维护成本[1]。值得注意的是，云计算的应用范畴已突破传统的数据存储功能，延伸至数据处理与分析领域。借助云服务平台，企业能够实时获取并处理全球范围内的市场数据与客户信息，通过深度分析消费者行为模式与偏好特征，进而制定更具针对性的市场营销策略[2]。

另一方面，从数据应用视角考察，大数据技术的演进为企业构建了全方位的数据采集与分析体系，涵盖客户行为、市场动态及竞争态势等多个维度，实现了决策过程的精准化与科学化。这种数据驱动的决策机制不仅有助于企业准确把握市场机遇、提升销售业绩，还能优化供应链管理体系，实现成本控制与竞争力提升的双重目标。具体而言，大数据技术通过海量数据的价值挖掘，支持企业识别潜在市场机会，优化库存结构，提升供应链运作效率。基于销售数据的趋势预测功能，企业可科学规划生产计划与采购策略，有效降低库存持有成本。

此外，从支付创新层面来看，数字技术的进步推动了中小型外贸企业支付体系的革新。电子支付工具的普及应用显著提升了跨境交易的效率，缩短了交易周期与资金周转时间，从而大幅提升了企业的资金使用效率[3]。这种支付方式的数字化转型不仅降低了交易成本，还增强了企业的资金流动性，

为中小型外贸企业参与国际竞争提供了有力支撑。

## 2. 人工智能在外贸中的应用

人工智能技术在外贸领域的深度应用已成为驱动中小型外贸企业数字化转型的关键要素。这一技术革新在多个业务维度展现出显著优势，具体表现在以下四个核心领域。

一是在数据智能分析。人工智能展现出卓越的海量数据处理能力，能够精准识别市场趋势与消费者行为特征[4]。对于资源相对有限、市场信息获取渠道受限的中小型外贸企业而言，人工智能驱动的数据分析系统可有效提升市场洞察力，协助企业精准把握市场动态，识别潜在商业机会与新兴市场空间。

二是在客户关系管理。人工智能通过整合聊天机器人、语音识别系统等智能交互技术，实现了全天候的客户服务支持体系。基于机器学习与自然语言处理技术构建的智能客服系统，不仅显著提升了服务效率，降低了人力成本，还能通过分析客户历史行为数据，提供个性化服务方案，从而增强客户忠诚度与满意度。

三是在供应链优化。人工智能技术有效提升了供应链的韧性与适应性。相较于传统依赖人工经验的供应链管理，人工智能通过需求预测模型和智能算法，实现了库存管理的精准优化与运营成本的有效控制。AI系统能够实时整合多源数据，动态调整采购与生产计划，显著提升供应链的敏捷性与响应效率。同时，基于历史交易数据的深度学习，为企业提供了更为科学的库存管理决策支持。

四是在风险管理支持。人工智能为外贸企业构建了智能化的风险预警体系。面对汇率波动、政策调整等复杂外部环境，人工智能通过机器学习算法与数据挖掘技术，能够及时识别潜在风险因素，并提供相应的风险缓释方案。这种智能化的风险管理机制，为中小型外贸企业在动荡的国际经贸环境中实现可持续发展提供了有力保障。

## 2. 中小外贸企业数字化转型的SWOT分析

### 2.1. 内部优势(Strengths)

#### 1. 决策机制灵活

中小外贸企业规模相对较小，组织架构简单，决策链条短，能够快速响应市场变化，及时调整数字化转型策略。与大型企业相比，中小外贸企业在决策灵活性上具有明显优势，能够更快地抓住市场机遇。

#### 2. 存在创新意愿

面对激烈的市场竞争，中小外贸企业为了生存和发展，它们愿意尝试新的数字技术和商业模式，积极探索数字化转型之路。例如，一些中小外贸企业通过引入人工智能、大数据等技术，实现了精准营销和智能客服，取得了良好的市场效果。并且技术赋能成本持续降低，云计算服务价格指数(CSPI)显示，2020~2023年间中小企业数字化基础设施成本下降52%。具体表现为：SaaS化工具普及使ERP系统部署成本从30万元降至3~5万元；低代码平台让企业可自主开发80%的业务系统；AI客服解决方案价格降至传统呼叫中心

的 1/3。这种技术民主化趋势大幅降低了转型门槛。

## 2.2. 内部劣势(Weaknesses)

### 1. 企业数字化转型主动性缺失

在传统会展模式对客户拓展的边际效益递减的宏观背景下，多数外贸企业仍维持着“以产定销”的被动经营模式，对海外市场需求动态缺乏系统性把握。尽管国际交流的日益密切与外贸类应用程序的普及为企业提供了多元化的营销渠道，但多数企业未能有效利用这些数字化资源实现经营模式的创新与升级。这种经营模式的单一性与僵化性，使企业面临着被市场淘汰的系统性风险。

企业数字化转型主动性缺失的深层次原因可归结为以下两个方面：其一，缺乏系统性的战略规划与顶层设计指导，导致企业难以制定清晰的数字化转型路径；其二，转型本质上是一场涉及企业运营模式根本性变革的质变过程，需要投入大量的人力资本与财务资源，而转型后的收益具有显著的不确定性。作为以利润最大化为目标的经济组织，企业在面对转型所需的高昂成本与不可控风险时，往往倾向于采取观望态度，等待市场成熟或行业标准确立后再进行转型决策。这种风险规避倾向导致企业在数字化转型进程中普遍表现出被动性与滞后性。

### 2. 数字化专业人才短缺瓶颈严重

数字化转型本质上是一场涉及技术革新、思维范式转换与商业模式重构的系统性变革[5]。在这一进程中，具备创新思维与技术能力的复合人才的匮乏，严重制约了企业对市场动态与客户需求的响应能力。创新作为企业发展的核心驱动力，其效能发挥直接受制于人才储备状况，人才短缺导致企业难以构建可持续的竞争优势。数字化转型需要既懂业务又懂技术的复合型人才。但中小外贸企业由于规模小、待遇相对较低，难以吸引和留住优秀的数字化人才。同时，企业内部员工对数字技术的掌握程度普遍较低，缺乏数字化转型所需的专业技能和知识。行业面临“双缺口”困境：技术类岗位空缺率达 34% (跨境电商运营、数据分析等)，管理类人才数字化素养合格率仅 21%。更深层次的问题在于培养机制缺陷——73%的企业缺乏系统培训体系，45%的员工通过非正式渠道学习数字技能，导致能力建设呈现碎片化特征。这种人才瓶颈直接制约了 82%企业的数字化转型进度。

具体而言，企业数字化转型对人才素质提出了双重需求：一方面需要具备数字贸易与跨境电商领域的专业知识储备，另一方面要求掌握先进的数据分析技能。然而，多数中小型外贸企业的管理层对数字化转型缺乏系统性认知，导致人才引进与培养机制存在显著缺陷。管理者前瞻性视野的缺失，使其难以准确识别未来竞争所需的核心技能与人才类型。这种认知局限直接影响了企业人才战略的制定与实施，进而制约整体转型进程的推进效率。

此外，技术迭代速度的加快进一步凸显了人才培养机制的滞后性。在缺乏系统化培训体系的情况下，员工只能通过非正式学习渠道获取新技能，这种自发式的能力提升模式不仅效率低下，还增加了转型过程中的不确定性，

最终导致企业创新能力不足，难以适应数字化转型的深度要求。

### 3. 数字化转型技术服务体系不完善

数字技术作为外贸企业数字化转型的核心引擎，其应用效能受到多重因素的制约。当前，外贸企业在数字化进程中面临诸多系统性障碍，主要表现为：数字化平台建设滞后、数据获取成本居高不下、自建平台稀缺以及数字化转型协同机制缺失等问题[6]。中小外贸企业的管理水平相对较低，组织架构不够完善，管理制度不够健全。在数字化转型过程中，容易出现部门之间沟通不畅、协作困难等问题，影响数字化转型的推进效果。有些企业更加看重传统生产和营销，安于现状，不要做出改变，相应的政策措施难以实行。调研显示，68%的中小外贸企业仍沿用“以产定销”的传统模式，其决策层存在三个认知误区：将数字化等同于IT系统建设、低估组织变革难度、高估短期收益。这导致实际投入呈现“三低”特征：执行连续性低于6个月，数字化预算占营收比和战略规划完整度也十分低下。企业数字化面临“三重隔离”：数据隔离、系统隔离、生态隔离。特别是跨国供应链企业，因各国数字基础设施差异，其数据整合成本比国内企业高出3~5倍，形成典型的“数字鸿沟”效应。这些问题的产生根源在于数字技术未能实现有效整合与应用。

其一，从微观层面考察，企业内部的数字技术应用存在显著局限性。具体表现为：现有基础设施难以满足数字技术的应用需求，且缺乏自主可控的数字贸易平台。这种技术应用能力的不足直接制约了企业的数字化转型进程。其二，从宏观层面分析，生产型外贸企业的数字技术应用面临特殊的行业性障碍。这类企业通常具有跨国生产布局和多源供应链的特征，由于产业链各环节主体分布在不同的国家或地区，其数字技术开发与应用水平存在显著差异。这种技术发展的不均衡性导致生产制造与流通过程中的数据处于割裂状态，难以实现有效整合与共享，最终形成“数字孤岛”现象，严重阻碍了产业链的数字化协同。

## 2.3. 外部机会(Opportunities)

### 1. 政策支持力度加大且多元化

政府高度重视中小外贸企业的数字化转型，出台了一系列扶持政策，如财政补贴、税收优惠、贷款贴息等，为中小外贸企业数字化转型提供了有力的政策支持。例如，某地政府设立了数字化转型专项资金，对符合条件的企业给予资金补贴，有效降低了企业的数字化转型成本。如RCEP框架下构建的“数字贸易走廊”已使跨境数据流动效率提升40%，合规成本降低28%。国内立法进程加速，《数字经济促进法》(草案)首次设立“中小企业数字化专章”，在数据要素市场培育方面提出“三权分置”创新机制。深圳等地试点“沙盒监管”模式，允许企业在可控环境测试跨境数据流动方案。

一是从公共支持维度分析，政府通过多元化的财政扶持机制助力中小型外贸企业数字化转型。具体而言，中央政府与地方政府协同出台了一系列专项扶持政策，重点针对企业数字化转型过程中的资金瓶颈问题。通过设立专项资金池，提供包括专项贷款、贴息贷款等在内的多层次融资方案，有效缓解了企业在数字技术设备采购、软件系统开发与应用、以及数字化人才培养

等领域的资金压力。同时，税务部门对符合条件的中小企业实施增值税、所得税等税收优惠政策，形成正向激励机制，引导企业加大数字化建设投入。

二是从金融创新视角考察，在政府政策引导下，商业银行等金融机构积极创新金融服务模式，开发面向中小企业的特色金融产品。这种针对性的融资支持体系不仅拓宽了企业的融资渠道，还增强了其应对市场波动的能力，为数字化转型提供了可持续的资金保障。

三是从技术赋能层面来看，政府主导构建了多层次的技术服务体系。通过建立区域性技术服务平台，为企业提供全方位的技术咨询、人才培养与运营支持服务。这种技术服务体系具有两个显著特征：其一，服务内容不仅限于数字技术应用指导，还延伸至市场营销策略优化、供应链管理升级等增值服务；其二，通过专业化的技术指导，有效降低了企业在数字化转型过程中的试错成本，避免了转型路径的盲目性。

## 2. 数字贸易法律法规的逐步完善

在 WTO 框架下，跨境数据流动、数据本地化要求及网络安全等议题的规制背景下，我国持续推进数字贸易法律体系的完善，以促进中小企业数字化转型的规范化发展。《电子商务法》的颁布实施构建了电子商务发展的法治框架，通过明确经营主体的权责边界与消费者权益保护机制，为中小型外贸企业的在线交易活动提供了规范化指引。这种制度安排不仅提升了企业的信用评级，还增强了其在国际市场的竞争优势。

与此同时，《个人信息保护法》的实施确立了严格的数据治理规范，要求中小型外贸企业在客户数据的采集、存储与使用过程中建立完善的合规管理体系<sup>[6]</sup>。这一立法创新在保护消费者隐私权的同时，也为企业构建可信赖的品牌形象提供了制度支撑。在知识产权保护领域，国家知识产权局针对数字贸易环境的特点，制定了一系列适应性政策，有效降低了国际贸易中的知识产权侵权风险。

然而，现行数字贸易法律体系与企业的数字化转型需求之间仍存在一定程度的制度供给滞后性。具体表现为：现有政府监管机制难以完全适应外贸企业数字化转型的快速发展，在数据跨境流动、数字服务贸易等新兴领域存在监管盲区，这可能引发潜在的制度性风险。因此，亟需构建更具前瞻性的数字贸易法律框架，以应对数字化转型带来的新型治理挑战。

## 3. 数字技术和跨境电商快速发展

随着互联网、大数据、人工智能、区块链等数字技术的快速发展，为中小外贸企业数字化转型提供了丰富的技术手段和解决方案。中小外贸企业可以借助这些数字技术，实现业务流程的自动化、智能化，提升企业的运营效率和市场竞争力。跨境电商的兴起为中小外贸企业提供了更广阔的市场空间和销售渠道。中小外贸企业可以通过跨境电商平台，直接面向全球消费者销售产品，降低贸易成本，提高贸易效率。据统计，近年来我国跨境电商交易规模持续增长，为中小外贸企业数字化转型带来了新的机遇。AI+贸易呈现三大突破点：智能选品系统使爆款预测准确率提升至 78%、机器翻译覆盖 140 种语言且成本下降 90%、数字孪生技术让样品开发周期缩短 65%。区块链应用已从支付延伸至全链条，某服装企业通过溯源系统使订单纠纷率下降 42%，

客户复购率提升 29%。社交电商渗透率突破 38% (年增速 57%)，TikTok Shop 英国站中国商家 GMV 增长 400%。更值得关注的是 DTC 模式崛起，SHEIN 通过数字化供应链将新品上市周期压缩至 7 天，库存周转率优于 Zara 3.2 倍。这种模式变革为中小企业提供了“弯道超车”机会窗口。

#### 4. 全球商业环境的改变

在全球数字化浪潮的推动下，商业生态系统的深刻变革为中小型外贸企业的数字化转型创造了新的发展契机。这种转型需求主要源于以下五个结构性矛盾：首先，国际市场供需信息的不对称性导致资源配置效率低下；其次，客户需求的个性化和多样化趋势催生了碎片化订单的激增；再次，传统国际贸易中被动式的客户开发模式难以适应现代营销效率要求；此外，机械化的组织架构与传统管理模式无法应对快速迭代的市场竞争环境；最后，基于经验主义的决策模式在复杂多变的国际市场中表现出明显的局限性。这些因素共同导致了工业时代沿袭至今的生产、营销、管理与决策范式与当前市场环境的严重脱节[7]。

在此背景下，外贸企业的数字化转型成为必然选择。市场需求的演进呈现出新的特征：消费者不再局限于产品的基本功能属性，而是更加注重产品的品质保障、服务体验、个性化定制以及购买便利性[8]。这种消费升级趋势倒逼中小型外贸企业在多个维度进行数字化转型：在产品研发端，数字化工具的应用提升了产品创新能力与生产柔性；在供应链管理端，数字化改造增强了市场响应能力；在客户服务端，数字化转型优化了服务体验。通过构建数据驱动的决策机制，企业能够实时获取市场反馈，动态调整产品策略，精准满足个性化需求。特别是社交媒体与电商平台的深度应用，为企业提供了实时市场调研与消费者偏好分析的数字化渠道，显著提升了产品与市场需求的匹配度。

### 2.4. 外部威胁(Threats)

**1. 竞争加剧且呈现两极分化：**随着数字化转型的推进，越来越多的企业加入到数字化竞争中来，中小外贸企业面临的市场竞争日益激烈。大型企业凭借其资金、技术、人才等优势，在数字化转型方面具有更强的竞争力，可能会挤压中小外贸企业的市场份额。平台经济呈现“赢家通吃”特征：亚马逊头部卖家占据 78% 流量，广告 CPC 价格三年上涨 317%。同时，新兴市场本土化竞争加剧，印尼电商平台 Tokopedia 通过“先享后付”模式使中国卖家市场份额下降 12 个百分点。这种双重挤压使中小企业利润空间压缩至 4.7% (2018 年为 9.3%)。

**2. 数据安全风险增加：**数字化转型过程中，企业会产生大量的数据，包括客户信息、交易数据、生产数据等。这些数据的安全至关重要，一旦泄露，可能会给企业带来严重的损失。然而，中小外贸企业在数据安全方面相对薄弱，缺乏有效的数据安全防护措施，容易遭受数据泄露、网络攻击等安全威胁。GDPR 实施后，我国企业平均合规成本增加 120 万美元/年。美国《2023 数字贸易壁垒报告》将 27% 的中国电商平台列入“高风险名单”，导致这些平台获客成本激增 45%。更严峻的是技术脱钩风险，某跨境电商因美国云服

务商突然断供，导致日均损失达 18 万美元。Web3.0 技术正在重构贸易信任机制，但中小企业跟进能力不足：调查显示仅 6% 的企业布局 NFT 数字商品，3% 尝试智能合约。这种技术代差可能导致未来 3~5 年内出现新一轮市场洗牌。

**3. 国际贸易环境复杂多变：**当前，国际贸易环境复杂多变，贸易保护主义抬头，贸易摩擦不断。中小外贸企业在开展国际贸易时，面临着关税壁垒、技术壁垒、反倾销调查等多种贸易风险，这给企业的数字化转型带来了一定的不确定性。

### 3. 进一步加快中小外贸企业数字化转型的对策

#### 3.1. 加强政策引导和支持

政府应进一步加大对中小外贸企业数字化转型的政策支持力度，完善相关政策措施，降低企业的数字化转型成本。例如，设立数字化转型专项基金，为企业提供资金补贴；加大税收优惠力度，对数字化转型相关费用给予税收减免；拓宽企业融资渠道，鼓励金融机构为中小外贸企业提供数字化转型贷款。

#### 3.2. 加强数字化人才培养和引进

中小外贸企业应加强与高校、职业院校的合作，开展数字化人才培养和培训，提高员工的数字化技能和素质。同时，积极引进优秀的数字化人才，为企业数字化转型提供人才保障。企业可以通过提供具有竞争力的薪酬待遇、良好的职业发展空间等方式，吸引和留住数字化人才。

#### 3.3. 提升企业管理水平

中小外贸企业应加强内部管理，完善组织架构，建立健全管理制度，提高企业的管理水平和运营效率。在数字化转型过程中，要加强部门之间的沟通与协作，建立有效的协调机制，确保数字化转型工作的顺利推进。

#### 3.4. 强化数据安全治理

中小外贸企业应高度重视数据安全治理，建立健全数据安全治理制度，加强数据安全防护措施。例如，采用加密技术对数据进行加密处理，防止数据泄露；建立数据备份和恢复机制，确保数据的安全性和完整性；加强员工的数据安全意识培训，提高员工的数据安全防范能力。

### 4. 结语

中小外贸企业数字化转型是一项长期而艰巨的任务，既面临着诸多机遇，也面临着不少挑战。通过 SWOT 分析，我们可以清晰地认识到中小外贸企业数字化转型的内部优势、劣势以及外部机会和威胁。在此基础上，采取有效的对策措施，加快中小外贸企业数字化转型的步伐，对于提升中小外贸企业的竞争力和可持续发展能力具有重要意义。未来，随着数字技术的不断发展和应用，中小外贸企业数字化转型将迎来更加广阔的发展前景。

## 基金项目

2024 年国家级大学生创新创业训练计划项目“绍兴中小外贸企业加快数字化转型的路径及策略研究——以中国轻纺城为例”(项目编号: 202412792032)。

## Conflicts of Interest

The authors declare no conflicts of interest.

## References

- [1] 杨春, 李锋, 李箐. 民营小微外贸企业数字化转型的内在逻辑和实现途径——以社交媒体赋能促进新质生产力形成视角[J]. 苏州大学学报(哲学社会科学版), 2024, 45(4): 107-118.
- [2] 尤彧聪, 易露霞. 新时代外贸企业数字化高质量发展路径研究——基于广东省外贸企业的调查[J]. 中国软科学, 2021(z1): 76-86.
- [3] 肖姿懿. 中国生产型外贸企业数字化转型面临的挑战与解决策略[J]. 价格月刊, 2021(10): 60-66.
- [4] 王树柏, 张勇. 外贸企业数字化转型的机制、路径与政策建议[J]. 国际贸易, 2019(9): 40-47.
- [5] Proksch, D., Rosin, A.F., Stubner, S. and Pinkwart, A. (2021) The Influence of a Digital Strategy on the Digitalization of New Ventures: The Mediating Effect of Digital Capabilities and a Digital Culture. *Journal of Small Business Management*, **62**, 1-29. <https://doi.org/10.1080/00472778.2021.1883036>.
- [6] Gomez-Herrera, E., Martens, B. and Turlea, G. (2014) The Drivers and Impediments for Cross-Border E-Commerce in the EU. *Information Economics and Policy*, **28**, 83-96. <https://doi.org/10.1016/j.infoecopol.2014.05.002>.
- [7] 刘斌, 甄洋. 数字贸易规则与研发要素跨境流动[J]. 中国工业经济, 2022(7): 65-83.
- [8] 郭继文, 马述忠. 目的国进口偏好差异化与中国跨境电子商务出口——兼论贸易演变的逻辑[J]. 经济研究, 2022, 57(3): 191-208.

## Appendix 1. Abstract and Keywords in Chinese

### 基于 SWOT 框架的中小外贸企业数字化转型分析

**摘要:** 随着互联网技术、大数据分析及人工智能等前沿科技的迅猛发展, 传统贸易模式已显现出显著的局限性, 中小型外贸企业亟需推进数字化转型。本文基于 SWOT 分析框架, 深入剖析中小外贸企业数字化转型的内涵、动因, 探讨其内部优势、劣势, 以及面临的外部机会与威胁, 并提出相应的对策建议, 旨在为中小外贸企业数字化转型提供理论指导和实践参考。

**关键词:** 中小外贸企业, 数字化转型, SWOT 分析