

贵州跨境电商发展现状及对策研究

朱祉怡

贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年6月10日; 录用日期: 2025年6月23日; 发布日期: 2025年7月23日

摘要

伴随我国社会经济发展, 跨境电商行业呈现显著增长态势, 国家政策支持有力推动了相关建设, 成为其快速发展的重要动因。作为西南省份, 贵州经济基础相对薄弱, 但其数字化建设水平位居全国前列, 以贵安新区大数据中心为代表, 汇集了多家知名大数据企业, 为我国大数据发展提供了有力支撑。然而, 贵州跨境电商发展相对滞后, 主要受地理位置、产品特性等因素制约, 突出表现为物流成本高、链条长、产品利润薄等问题。尽管省、县各级政府大力扶持电商产业, 但跨境电商的实际发展成效仍不理想, 存在较大的提升空间。本文对贵州省跨境电商发展现状做出分析并结合实际与政策为贵州省电商发展提供理论支持和实践指引。

关键词

贵州省, 跨境电商, 发展现状, 对策研究

Research on Development Status of Guizhou Cross-Border E-Commerce and Countermeasures

Zhiyi Zhu

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jun. 10th, 2025; accepted: Jun. 23rd, 2025; published: Jul. 23rd, 2025

Abstract

Alongside China's socio-economic development, the cross-border e-commerce sector has demonstrated significant growth momentum. Supportive national policies have effectively propelled its infrastructure development, serving as a key driver for its rapid expansion. As a southwestern province, Guizhou possesses a relatively weak economic foundation. However, its digital infrastructure

development ranks among the top nationally, epitomized by the big data center in Gui'an New Area, which hosts numerous renowned big data enterprises and provides robust support for China's big data advancement. Nevertheless, the development of cross-border e-commerce in Guizhou remains relatively sluggish, constrained primarily by factors such as geographical location and product characteristics. Key challenges include high logistics costs, complex supply chains, and low product profit margins. Despite vigorous support for the e-commerce industry from provincial and county-level governments, the practical outcomes in cross-border e-commerce development are still suboptimal, leaving substantial room for improvement. This paper analyzes the current state of cross-border e-commerce development in Guizhou Province and offers theoretical support and practical guidance for its e-commerce growth, integrating both practical considerations and policy frameworks.

Keywords

Guizhou Province, Cross-Border E-Commerce, Development Status, Countermeasures Research

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers 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

1. 引言

1.1. 研究背景

近年来,在国家“双循环”战略和 RCEP 协定生效的驱动下,中国跨境电商规模持续高速增长。据海关总署统计,2022 年我国跨境电商进出口规模突破 2.1 万亿元,同比增长 9.8%,已成为外贸增长的核心引擎。政策层面,“十四五”电子商务发展规划明确提出支持中西部跨境电商差异化发展,为内陆省份创造战略机遇。同时,贵州积极参与《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)等国际性经济合作框架,并加快了与东盟国家的经济联系[1]。

贵州作为国家级大数据综合试验区,凭借贵安新区数据中心集群和“中国数谷”的数字基建优势,截至 2023 年 12 月,贵州省已拥有 25 个数据中心,其中包含 11 个超大型数据中心,实现大数据助力跨境电商发展[2]。

随着贵州省区域经济一体化进程的深入,跨境贸易在推动贵州经济发展中扮演了越来越重要的角色。跨境电商贸易不仅促进了资源和商品的自由流动,还带动了区域内的产业升级和经济结构优化[3]。

内陆省份需通过“数字基建 + 产业生态”双轮驱动破解跨境电商瓶颈(Chen *et al.*, 2023) [4]。本研究聚焦贵州这一典型样本,旨在揭示其“大数据优势与跨境电商弱势”的悖论根源,为西部省份提供可复制的数字化转型路径。

1.2. 研究意义

跨境电商可以通俗地理解为“是在不同国家环境下所进行一种的网络交易”,尽管跨境电商表现出较大的未来发展潜力,但是我国跨境电商在发展过程中,由于受到许多客观因素的影响,从而不同地区的跨境电商发展,呈现出较大的差异,而贵州地理位置较为特殊,一直以来,贵州省因为不沿边、不沿海、无内河、无大型国际航空口岸地理条件,成为贵州省外贸经济发展的掣肘,近年来外贸经济均位列全国倒数三、四名[5]。致使贵州的跨境电商在发展过程中,实际发展效果并不理想,只有极少的商品能够成为跨境电商行业的产品,从而呈现出贵州跨境电商的单一性和不足性。因此,通过分析目前贵州跨

跨境电商发展的现状,了解其发展过程中所存在的问题,明确掌握众多问题的属于何种性质,从而针对性制定有效的对策处理问题,不断提高贵州跨境电商行业的发展潜力与可实施性[6]。

2. 文献综述

任晴和倪琳鹏指出:以跨境电商为核心的数字贸易,正成为一种发展最为迅速的新型贸易方式,在我国已成为中小外贸企业参与国际贸易的主要方式和途径,进而提出了在大力支持本地产业、强化品牌、加强人才的引进和培养、完善物流基础设施建设、强化监管等方面的应对措施及建议[7]。肖晓军和郑梦怡分析了,互联网技术高速发展的影响下,国际贸易的新业态——跨境电商迅猛发展,成为国际贸易的重点研究对象[7],唐子云在研究埃及跨境电商市场过程中,以 PEST 为框架,分析埃及宏观跨境电商市场[8]。周冰玲指出,跨境电商企业作为电子商务企业和跨境业务的有机融合,其财务管理现状面临着一系列问题和风险,因此需要采取优化财务管理和合理控制财务风险的对策和建议[9]。在国际层面,跨境电子商务作为一种新的国际贸易形式,在“一带一路”倡议的背景下显示出巨大的发展潜力[10]。Xiangbin Z 指出在传统外贸衰落的情况下,跨境电子商务(CBE)是中国贸易格局中的重要力量[11]。Ding L 提出许多中小外贸企业正在向跨境电商转型,该行业的快速发展产生了大量的人才需求,对跨境电商人才的培养提出了新的要求[12]。

在“浅析中国跨境电商发展现状及提高竞争力对策”研究报告中,张印指出,为了优化我国跨境电商的发展生态,提升我国跨境电商在国际市场上的地位和份额,进而为提高我国跨境电商的竞争力提出可行的对策和建议[13]。本文以跨境电子商务的相关理论为基础,结合国内外学者对于跨境电商发展过程以及影响因素方面的研究成果,从宏观层面进行了深入地剖析,以期能够更加准确把握现阶段我国跨境电商发展的状况。

3. 贵州跨境电商发展现状

当前贵州省跨境电商呈现显著的区域不均衡与模式单一化特征,发展动能高度集中于贵阳、遵义两大核心城市。贵阳综合保税区作为全省唯一跨境业务枢纽,目前仅开通 1210 保税进口模式,而遵义综合保税区尚未形成实质运营能力。尽管依托贵安新区国家级数据中心集群,其大数据发展水平位居全国前列,但数字技术红利向跨境贸易转化明显不足。受制于内陆区位导致的国际物流成本溢价、特色产品跨境品牌化率不足 10%的产业短板,以及省级政策与县域执行间的资源错配,2022 年全省跨境电商交易额仅占外贸总量的 6.8%,凸显出“大数据强省”与“跨境弱省”的深层发展悖论[14]。在乡村振兴战略背景下,贵州发展农产品电商,能够推进农产品标准化与品牌化建设,同时加强农产品电商人才的培育,促使电商产业链的不断延伸,促使农户、电商企业等有效对接,生产出更多物美价廉的农产品,促进农业经济效益的提升,进一步实现精准扶贫目标。

同时,跨境电商企业通过平台进行跨境贸易交易,也带动了其他产业的出口。贵阳的跨境电商商品种类繁多,超过 70 种,包括奶粉、保健品、护肤品、化妆品、婴幼儿用品、洗护用品、食品、箱包以及功能性衣裤等,其中以奶粉和保健品为主。

4. 影响贵州跨境电商发展的因素

4.1. 交通网络因素

乡村振兴战略实施,贵州地区作为乡村振兴战略的主要实施区域之一,从而各项脱贫攻坚的措施紧锣密鼓地进行着,不仅实现了村村通,同时还各村落乡镇等连接在一起,实现“条条大路通罗马”,甚至在国家政府的支持下,相继进行了多条高速公路的修建以及铁路的开通,从而让贵州与外界的联系更

加频发,例如:贵阳市作为贵州的省会,不管是经济情况还是交通发展情况,都逐渐实现与沿海城市或其他城市的友好往来[15]。跨境电商行业当中交通运输是主要的支撑力,只有在良好的交通运输条件下,才有可能发展好跨境电商[16]。

4.2. 网络信息技术不足

目前贵州省在国家及各地政府的支持下,基本实现网络通信的全覆盖,但是网络信息技术的应用,在多数地区当中实际应用频率和效率远远不足,除了贵阳市贵安新区建立了大数据中心以外,省内其他地区的网络信息技术的应用整体呈现出较为落后的状态,从而在一定程度上限制与网络信息技术相关的行业发展,跨境电商就是其中一个[17]。此外,网络信息技术人员的专业性和水平存在不足,同样也是限制贵州省网络信息技术发展的又一大因素,据不完全统计数据显示,贵州省每年各企业对于网络信息技术人员的招聘需求是巨大的,但是实际招录的网络信息技术人员,整体综合能力和专业水平,相较于周边四川、重庆等省份来说,是较弱的[18]。

4.3. 农村资源利用率较低

贵州省拥有丰富的自然资源,其中农业发展是主要的经济发展内容之一,相较于贵州的旅游业来说,特殊的农业发展情况,让贵州的农产品呈现出多元化的特点[19]。进而在此种条件下,贵州省所发展的跨境电商除了知名的茅台酒以外,在商品的选择上呈现出单一化的现状,多数跨境电商企业会将销售商品的目光放在农产品上,但是由于受到地理特征的影响,想要将贵州的农产品销售到国外,那么需要解决的问题以及需要投入的成本是无法估量的,加上农产品在跨境电商当中所带来的经济效益并不理想,不仅无法体现贵州独有的文化特色,同时也无法将其作为长期性可持续发展的跨境电商产品[20]。

4.4. 非遗产品认知程度不足

在贵州省内非物质文化遗产是较多的,由于贵州整体地理情况群山聚集,从而贵州省内的少数民族相对较多,据不完全数据显示贵州省内的少数民族人口数量位居全国第三,其中分布了苗族、布依族、侗族、土家族、彝族、仡佬族、水族、回族、瑶族、白族、壮族、畲族、毛南族、蒙古族、仫佬族、羌族、满族等十七个,少数民族人口占总省人口的 38.98% [21]。由此可见,贵州省内的少数民族文化是非常丰富的,从而也具有很多非物质文化遗产,能够表现我国多元民族特色的同时,弘扬我国优秀的传统文化。但是贵州省内的非物质文化遗产的宣传力度以及认知程度非常低,相较于云南省少数民族非物质文化遗产来说,贵州省的明显不具备较强的竞争优势,因此,贵州跨境电商发展过程中非物质文化遗产并没有形成较好的产品生产路径,就不要说能够将其作为商品在国际上进行出售。

5. 贵州跨境电商发展的问题

5.1. 跨境电商企业发展限制较多

贵州省内的跨境电商企业在发展过程中,由于受到经济条件、地理环境等特征的影响,导致贵州省内的跨境电商容易受限制[22]。主要体现在三个方面,首先是企业经济效益不乐观,贵州省当中的跨境电商企业在发展过程中,出口的商品尽管可以通过科学技术的手段,简化生产的流程以及时间,从而有效地控制商品的生产成本,但是在运输当中,高昂且遥远的长距离运输,无形当中会增加商品的运输成本,从而导致商品的最终价格不断增高,从而无法在价格方面具备较强的竞争优势;其次是行业环境较为混乱,贵州省内的跨境电商行业,呈现出各自为营的发展现状,当中没有具有代表性质的企业领导省内跨境电商行业的发展,从而致使多数跨境电商企业会以合作的形式;最后是专业人才缺乏,贵州省内的跨

跨境电商企业中的技术人才的综合能力,相较于其他省份的跨境电商技术人才来说,具有较弱的可成长性,容易在环境及其他客观因素的影响下,导致技术人才的作用无法真正地发挥出来,致使技术人才逐渐被同化,之后想要进行技术上的突出和创新明显无法做到[23]。

5.2. 跨境电商企业经济效益较低

贵州省跨境电商企业经济效益低,除了上述文章当中的运输成本较高,降低跨境商品的经济价值以外,还体现在两个方面。首先是商品的生产环节的成本消耗,对于贵州省跨境电商企业来说,能够将其作为跨境商品的产品,并且还能通过应用科学技术的方式,提高产品的生产效率和质量的,商品非常之少。当中不仅受到人力、资金、原材料等的限制,同时还受到技术、生产设备以及管理等方面的约束,从而导致贵州省内跨境电商产品的种类非常少,无法从实际当中为企业带来较为理想的经济效益;其次是销售环节的价格增长,贵州省跨境电商企业所销售的跨境商品,就算企业想要通过控制成本的方式,降低跨境商品的出售价格,但是在某种程度来说会损害销售环节当中他人的利益,进而只能通过降低自身经济收益的方式,进行销售成本的控制。因此,在此种经济条件下,想要从事跨境电商行业的企业呈现出望而却步的情况,同时省内行业环境较为混乱,很多具有潜力的跨境电商在未形成规模时就已经消失了。

5.3. 跨境电子商务专业人才紧缺

丰富的跨境电子商务人力资源是促进行业发展的动力源,而贵州省目前的信息化发展速度很快,相关技术人才的数量和人力都跟不上我国的发展速度。农村电商的可持续发展在于电商人才的可持续性,根据《贵州省第七次全国人口普查公报》结果,在贵州省常住人口中,农村人口为 18,088,202 人,占 46.85%,与第六次人口普查相比,乡村人口大幅减少,且农村人口普遍受教育程度不高[24]。随着我国信息技术的高速发展,跨境电商行业也需要更多的人力资源,就贵州省而言,丰富的人力资源可以促进行业的迅速发展,同时从事跨境电商的人员多是综合性人才,往往同时掌握了经济学、金融学、电商、外语等知识,行业门槛较高,但是贵州省可提供的薪酬待遇等福利与其他发展区域有一定的差距,在跨境电商人才市场中竞争性较弱,对贵州省的跨境出口带来了较大的限制。

6. 贵州跨境电商优化对策

6.1. 减少物流成本, 增加企业品牌认知度

随着贵州省基础交通设施的不断改善,物流配送系统也逐步完善,虽然货运成本已经有了一定程度的降低,但是相比其他省市仍有改善的空间,提高企业的生产水平和物流企业的工作效率,可以推动“大数据 + 物流”信息物流系统的建设,进一步减少物流成本,推进“跨境电商 + 海外仓”发展模式。同时为了贵州跨境电商的长久发展,应该让中、小微企业认识到企业品牌的重要性,加强对自身品牌的打磨和改造,做好品牌营销,讲好品牌故事,并与一些大型的跨境电商平台合作推广,增加海外知名度。

6.2. 创建自主品牌, 优化省内行业发展环境

目前国内所生产的产品,通常情况下都是以较低的价格优势赢得群众的喜爱,所以商品假若只具备质量一种优势,那么很难将其做成品牌。对于贵州的跨境电商来说,省内跨境电商企业的品牌国家化程度明显不足,轻视品牌效应、销售模式单一,致使自身的跨境商品实际市场竞争优势不足。有相关专家提出,优良的企业品牌信息可以在一定程度上促进国家之间的交流和沟通,从而加强彼此之间各项贸易的来往,同时会在政策和制度上给予最大的优惠,保证自己国家享受到他国商品带来好处的同时,促使

自己国家的商品也能够得到他国人民的喜爱。因此，贵州省跨境电商企业应当在发展过程中，将品牌的创建作为第一要务，通过自身的改变影响其他同行纷纷开展自主品牌的建立，从而在所有跨境电商企业的努力下，创建出属于贵州省的跨境电商品牌，有效解决孤岛型经济发展现状，致使跨境商品的种类不断地增加，同时在各企业的相互帮助下，实现资源的整合，为之后的各项发展奠定坚实的基础。此外，在相关技术方面，各跨境电商企业的人脉资源以及其他资源存在一定的差异性，因此，各跨境电商企业在形成良好的发展氛围的同时，可将自身所拥有的网络信息技术进行分享，不在闭门造车，享受行业大环境所带来好处的同时，也要为行业大环境贡献一份力，方可保证贵州跨境电商行业发展实现可持续性。

总而言之，贵州跨境电商能够通过打造自身的品牌，提高跨境商品的附加价值，不仅可以兼顾市场情况和自身发展情况，生产出具有特殊的跨境商品，从而充分反映出贵州特殊的民族文化以及人文文化，同时还能防止其他企业出现侵权的情况。

6.3. 做好市场定位，发挥团队合作的力量

我国社会经济水平的不断进步，是由我国各省的经济发展来共同推动的。至新世纪发展以来，我国社会经济发展呈现出多元化的发展态势。由于受到目前市场竞争压力的刺激，行业当中的企业竞争范围已经不再是业务产品方面的竞争，更多的是体现在人才、技术、资源等方面的竞争。因此，贵州省跨境电商在发展过程中首先需要满足各项国家跨境商品标准的基础上，取得国际权威部门的认可，从而为之后的海外市场的开拓提前做好准备工作，并且按照不同地区的民族文化特色强化商品的外包装和设计，以此满足国外消费者对跨境商品的审美要求，使其在使用跨境商品时能够联想到是由贵州省生产而来的。其次在物流运输方面，重视运输的速度，可以通过寻找运输业务相对较高、价格较为合理的第三方物流运输企业负责，并且将省内主要的跨境电商企业的运输都由该第三方物流运输企业负责，还能在原来单个或几个企业的基础上，降低运输的费用，从而体现出抱团取暖的重要作用和作用。最后是贵州省跨境电商在进行海外市场开拓时，合适的市场选择非常重要，按照目前西方国家的发展情况来看，多数人数较多的西方国家线上商务发展相对较慢，进而可将其作为主要的市场进行开拓，尽管市场的同质化是无法有效避免的，但是可以通过坚持品牌形象建立的方式，逐步稳固海外市场的跨境商品占有率。

6.4. 强化发展主动性，简化商品生产及销售流程

强化跨境电商企业的发展主动性，首先需要在满足上述文章内容的条件下才能进行，贵州跨境电商企业单个企业在发展过程中，非常容易受到多种客观或主观因素的影响，导致企业的发展受到较大的阻碍，尽管有相关政府政策方面的支持，但是硬件上的缺失是无法在短时间内进行弥补的[17]。因此，强化跨境电商企业的发展主动性，可以从两个方面入手，首先是分析企业所在地区的经济、社会以及产业的发展情况，掌握在地区当中何种商品能够作为跨境商品，其次是考虑商品的文化价值和经济价值，同时在保证交通运输条件的基础上，重点突出商品的文化价值，进而确保该地区的跨境电商企业具有较强的市场生存能力，间接提高其发展的主动性。而简化商品生产及销售的流程，是一个长期的工作，不仅需要在科学技术的帮助下，同时还需要得到商品生产地的人群以及政府的支持，才能科学有效的简化跨境商品的生产流程，控制商品的销售价格，提供商品的市场竞争优势。

7. 结语

综上所述，贵州跨境电商目前的发展现状是不乐观的，虽然在政府的支持下得到一定的发展优势，但是所需要面对的问题和困境还是较多，在短时间内无法得以解决，并且人工智能技术一直在改变跨境电商生态系统和商流的方方面面，推动行业向更高的效率和智能水平迈进[25]。尤其是当中非物质文化遗产商品的跨境电商发展，想要突出中国民族文化特色的同时，还要保证其获得不错的经济效益，那么就

需要从各个环节当中降低跨境电商流程的成本投入。因此, 贵州跨境电商的发展需要贵州人民开拓自身的眼光, 实现企业之间相互合作, 从而形成良好的发展环境与氛围, 保证贵州跨境电商能够在我国跨境电商领域当中具有一定的话语权, 致使贵州跨境电商企业能具有和其他企业谈判的条件, 进而在企业之间的相互合作与帮助下, 不断增加企业自身的市场竞争优势, 方可对贵州省的跨境电商发展贡献一份力。

参考文献

- [1] 黄天芸. 贵州农产品跨境电商发展策略探究[J]. 广东蚕业, 2024, 58(8): 129-132.
- [2] 贵州省人民政府. 贵州全面推进大数据与实体经济深度融合[EB/OL]. 2023-12-26.
https://www.guizhou.gov.cn/home/gzyw/202312/t20231226_83396640.html, 2024-01-24.
- [3] 张军, 李艳. 贵州省经济一体化与跨境贸易协调机制研究[J]. 科技和产业, 2025, 25(9): 207-212.
- [4] Chen, L., Zhang, R. and Liu, X. (2023) Digital-Enabled Leapfrogging in Inland Cross-Border E-Commerce: Evidence from Western China. *Journal of Global Information Management*, **31**, 1-22.
- [5] 曾璐. 贵州省跨境电子商务发展现状及对策探析[J]. 商场现代化, 2020(22): 43-45.
- [6] 任晴, 倪琳鹏. 洛阳市跨境电商发展现状及对策研究[J]. 辽宁经济, 2022(11): 35-39.
- [7] 肖晓军, 郑梦怡. 赣州市跨境电商发展现状、问题及对策研究[J]. 内蒙古科技与经济, 2022(21): 66-68.
- [8] 唐子云. 埃及跨境电商市场分析研究[J]. 模型世界, 2022(32): 144-146.
- [9] 周冰玲. 跨境电商企业财务管理及相关风险控制研究[J]. 品牌研究, 2022(27): 17-20.
- [10] Zhao, X. (2025) Research on the Influencing Factors of China's Cross-Border E-Commerce Exports to Countries along the "Belt and Road". *Proceedings of Business and Economic Studies*, **8**, 321-325.
<https://doi.org/10.26689/pbes.v8i2.10342>
- [11] Zuo, X. and Ding, H. (2025) Coupling between Sustainable Development of Cross-Border E-Commerce and E-Commerce Law under the Belt and Road Initiative: Evidence from China. *International Journal of Asian Business and Information Management (IJABIM)*, **16**, 1-17. <https://doi.org/10.4018/ijabim.373323>
- [12] Ding, L. (2025) Research on the Training Model of Interdisciplinary Cross-Border E-Commerce Talents in the Context of New Liberal Arts. *International Journal of Social Science and Education Research*, **8**, 64-71.
- [13] 张印. 浅析中国跨境电商发展现状及提高竞争力对策[J]. 对外经贸实务, 2022(3): 23-25, 34.
- [14] 孟庆娟. 云南小微特色文化产品企业跨境电商发展研究[J]. 中国集体经济, 2022(19): 52-54.
- [15] 吴海文, 李华, 黄圣南. 海南自贸港跨境电商与跨境物流协同发展问题与对策研究[J]. 现代商业, 2022(24): 76-78.
- [16] 周倩茹, 高莹. 转型升级背景下跨境电商发展问题及对策研究[J]. 经济研究导刊, 2022(1): 34-36.
- [17] 刘佳兴. 贵州农产品跨境电商发展现状及策略研究[J]. 农村经济与科技, 2023, 34(6): 250-253.
- [18] 李富昌, 包燕娜, 胡晓辉. RCEP 助推跨境电商产业链与供应链融合机制研究[J]. 商业经济研究, 2022(17): 158-163.
- [19] 肖红萍. 后疫情时期南昌市跨境电商的发展困境与对策研究[J]. 中国商论, 2022(22): 33-36.
- [20] 张鹏刚, 张夏恒. 山东省跨境电商发展现状、问题及对策[J]. 对外经贸实务, 2022(3): 73-77.
- [21] 陈波, 王晗, 孙立. 中国跨境电商发展的现状、问题与建议[J]. 长安大学学报(社会科学版), 2022, 24(4): 9-19.
- [22] 邹艳. 湖南自贸区背景下跨境电商发展对策研究[J]. 投资与创业, 2022, 33(13): 41-43.
- [23] 杨建基. 跨境电商现状分析及对策研究——以 T 公司亚马逊平台北美市场为例[J]. 中国战略新兴产业, 2022(35): 17-19.
- [24] 周一鑫, 刘云龙. 贵州农村电商可持续发展的途径研究[J]. 现代化农业, 2025(5): 65-67.
- [25] Wen, H. and Wu, T. (2025) The Tech-Driven Era: Deep Integration of Artificial Intelligence and Cross-Border E-Commerce. *Information Systems and Economics*, **6**, 103-107.