

农村电商经济效应研究述评：县域与农户双重视角

何安妮

南京林业大学经济管理学院，江苏 南京

收稿日期：2025年6月10日；录用日期：2025年6月30日；发布日期：2025年8月4日

摘要

随着数字乡村战略持续推进与电商平台加速下沉，农村电商迅速发展，日益成为重塑县域经济结构和农户经济行为的重要力量。本文聚焦农村电商的经济效应，基于县域与农户的双重视角，重点关注农村电商推动县域经济发展、改变农户行为的具体表现。通过系统梳理现有研究成果，归纳其主要结论、方法与不足，指出当前在机制识别、区域异质性解释及平台制度分析方面仍存局限。未来研究应加强“平台-县域-农户”的多层级路径识别，关注制度环境与能力约束，深化对农村电商经济效应的结构性理解与政策回应，旨在为相关研究提供系统回顾与理论支撑。

关键词

农村电商，县域经济，农户行为，经济效应

A Review of the Economic Effects of Rural E-Commerce: Dual Perspectives from County-Level Structures and Household Behaviors

Anni He

School of Economics and Management, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Jun. 10th, 2025; accepted: Jun. 30th, 2025; published: Aug. 4th, 2025

Abstract

With the continued advancement of the Digital Village Strategy and the rapid expansion of e-com-

文章引用：何安妮. 农村电商经济效应研究述评：县域与农户双重视角[J]. 电子商务评论, 2025, 14(8): 16-22.
DOI: 10.12677/eci.2025.1482487

merce platforms into rural areas, rural e-commerce has become an increasingly important force in reshaping county-level economic structures and household economic behaviors. This study focuses on the economic effects of rural e-commerce from a dual perspective of counties and households, with particular attention to how e-commerce drives regional economic development and transforms rural household behavior. By systematically reviewing the existing literature, the paper summarizes major findings, methodologies, and limitations, and identifies gaps in causal mechanism identification, regional heterogeneity analysis, and platform governance frameworks. Future research is encouraged to strengthen multi-level transmission path analysis across “platforms, counties, and households”, with greater emphasis on institutional contexts and capacity constraints, in order to deepen the structural understanding of rural e-commerce’s economic effects and inform relevant policy and theoretical development.

Keywords

Rural E-Commerce, County-Level Economy, Household Economic Behavior, Economic Effects

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

中共中央在 2025 年中央一号文件中明确提出坚持农业农村优先发展，坚持城乡融合发展。作为连接城市与农村的重要区域，县域是实施中国乡村振兴战略的主战场，在推动城乡要素流动与融合发展中发挥着关键作用。近年来，随着数字技术向农村地区的加速渗透，农村电子商务日益成为推动区域结构变迁与个体行为转型的重要动力。在国家“数字乡村”战略与“电子商务进农村”政策的推动下，农村电商迅猛发展，不仅拓展了农村市场边界，也深刻影响了与农村密切关联的县域经济结构与农户经济行为，成为当前农业与农村研究领域的重要议题。

尽管近年来有关电子商务的综述性研究不断增多，但主要集中于电商平台供应链管理、跨境电商发展、电商平台下消费者购买意愿影响因素、农产品电商绩效评估及电商物流体系等领域。相较之下，聚焦农村场景的研究数量有限，相关综述多围绕农村电商的概念界定、发展现状、典型模式、现实困境与政策对策等展开，而系统梳理农村电商的经济效应的研究较为欠缺。鉴于农村电商在提升农业效率、促进产业融合和拓展农民收入等方面的重要作用，深入探讨其在区域结构与个体行为层面所产生的经济效应及其内在机制，对于准确理解其政策价值与运行逻辑具有重要的理论与实践意义。

基于此，本文拟对农村电商经济效应的研究成果进行系统梳理与归纳，分别从县域结构重构与农户经济行为变迁两个层面展开述评，归纳已有研究的主要结论、理论机制与研究方法，进而揭示当前研究的总体进展，并在此基础上指出其存在的不足与未来的研究方向，以期对相关领域的进一步研究提供理论参考与实践启示。

2. 农村电商对县域经济效应的研究综述

在县域层面，农村电商作为外生性政策干预与技术渗透的重要力量，已被广泛纳入县域经济效应的研究框架之中。特别是在“电子商务进农村综合示范”政策(以下简称电商示范政策)持续推进背景下，县域逐步成为电商扩展、产业嵌套与城乡融合的关键承载空间。大量研究基于该政策的准自然实验，采用双重差分等识别策略，系统评估了农村电商对县域经济增长、产业结构转型、城乡收入差距缩小与异质

性等方面的影响，为理解农村电商的宏观效应提供了重要实证支持。现有基于“电商示范政策”的实证研究主要可归纳为以下四个方面。

2.1. 对县域经济增长与农民增收的影响

部分学者利用双重差分法实证分析发现，电商示范政策显著促进了县域农民收入增长[1]，且具有空间溢出效应[2]。与此同时，研究还发现电商政策通过吸引企业入驻、改善融资环境、降低交易成本，以及缓解地理位置与人口规模对地区发展的制约，推动了县域整体经济的发展[3] [4]。

2.2. 对产业结构转型与融合发展的影响

农村电商推动了县域产业结构的转型升级[5]，加快了一二三产业在县域范围内的融合进程[6]。侯杰等[7]进一步考察电商对脱贫地区的影响，证实电商政策通过正向产业多样化效应、财政拉动效应、金融支撑效应、基础设施效应共同推动县域经济增长，但对人力资本为负向影响。唐红涛和罗琼[8]则发现存在一定滞后期的产业多样化效应。

2.3. 对县域收入差距与共同富裕的影响

杨仁发和陈存[9]运用渐进双重差分法考察了农村电商发展对县域内部的城乡收入差距和经济差距的影响，发现电商政策在一定程度上缓解了县域内经济不平等问题。徐洁和李琳[10]进一步指出，农村电商有助于提升县域层面的共同富裕水平。姚利好等[11]从数字普惠金融的协同效应角度出发，验证了农村电商与金融基础设施共同驱动县域经济发展的逻辑。

2.4. 电商示范政策效应异质性影响分析

尽管总体上电商政策在提升县域经济方面表现出积极效应，但多项研究指出其影响具有明显的异质性。李宏兵等[12]与刘玮琳等[13]发现，增收效应在不同地区表现出较强的结构性差异。黄雨婷和潘建伟[3]和王奇等[4]也分别指出，政策效应因地区、经济基础、要素禀赋结构、人力资本水平等多种因素具有异质性，侯杰等[7]甚至发现在人力资本积累方面，电商政策可能产生一定负向影响。王奇等[4]指出，电商发展的效果呈现出随地区人力资本水平提高而增强的趋势。

3. 农村电商对农户经济行为的研究综述

作为实现乡村振兴的重要手段，电商发展对农户经济活动的研究对促进农户增收和农村消费潜力释放具有重要意义。微观层面上，电商发展对农村农户的经济影响研究也因此受到学者们广泛关注。农村电商通过健全农业农产品流通体系和促进农村产业升级，带动上下游产业协同发展，增强线上、线下两端的市场可及性，促进消费水平提高。因此学界较为关注电子商务的普惠效应，具体包括农户的收入与消费两方面。其中电商发展对农户收入和消费的影响较为学者们关注，本章将梳理已有文献。

3.1. 农村电商发展对农户收入水平的影响

随着农村电商在乡村空间的快速布局，关于其是否有效提升农户收入，已成为当前学术界讨论的重点议题之一。电商通过拓宽销售渠道、降低交易成本与推动产业链下沉，为农户带来了前所未有的市场接入机会，但其对收入水平的实际作用及影响路径仍存在争议。一方面，多数研究认为农村电商有助于农户增收，且其效果表现出明显的结构性差异与空间溢出特征；另一方面，也有学者指出，电商发展带来的收益集中于少数群体，甚至可能在某些情境下扩大收入差距。因此，有必要从现有文献中系统梳理农村电商对农户收入水平的实证研究成果与理论解释，以厘清影响路径与异质性特征。

3.1.1. 增收效应与影响机制

目前, 已有较多学者对农村电商与农户收入关系展开了大量研究, 而对于农村电商是否有助于增收尚未达成一致结论。一种观点是, 农村电商能够促进农民增收[14][15]。学者们分别从需求与供给有效对接[16]、减贫扶贫[17]、电商采纳[18][19]等视角进行了论证, 并且对不同角度的异质性进行分析, 如地区、时间、人力资本、物质资本、社会关系等[20][21]。另一种观点则认为农村电商对农户增收起到实质性作用不大。由于电子商务使半易腐和易腐农产品生产者价格空间离散度降低, 因此更有利于消费者而非生产者[22]。有学者则通过案例研究得出农村电商所带来的这些收益是由少数农村家庭生活成本的降低所推动的结论, 电子商务交易准入的福利收益仅限于某些农村家庭群体和特定市场, 而不是广泛的[23]。此外, Yi 等[24]认为电子商务参与度与农民收入之间呈倒 U 型关系。蔡洁等人[25]则基于陕南地区实地调研数据, 运用 Tobit 回归模型, 深入分析了电子商务技术对小农户收入增长的影响, 结果显示其影响趋势同为先增后减。由于空间存在关联性, 有学者发现农村电商发展存在溢出效应, 电商发达的区域能够促进周边区域的农村电商发展和农民增收, 同时也对非电商经营户产生影响[26][21]。李琪等[27]进一步表明, 农村电商经济集聚与农户收入增长之间存在“倒 U 型”的关系。

3.1.2. 收入结构与分配效应

除对收入总量的分析外, 部分研究开始关注电商对农户收入结构与城乡收入分配格局的影响。张岳等[28]发现数字乡村建设仅在农民创业活跃度高的地区对农民工工资性收入产生正向作用。陈享光等[29]认为, 电商发展有助于缩小城乡居民人均收入差距; 但张磊和韩雷[30]持相反观点, 认为电商发展反而显著扩大了中国城乡居民之间的收入差距。

3.1.3. 中介机制与调节作用

部分研究通过引入中介变量, 识别农村电商影响农户收入的内在传导机制。李志平和吴凡夫[31]发现, 农户资金投入与乡村振兴对农村电商发展的增收和减贫效应产生影响与作用。Yi 等[24]指出, 数字金融对农民电子商务参与和收入提升之间起到调节作用。周亚虹等[32]进一步从数字经济视角, 分析了数字金融与电商的联动机制对农户收入增长的复合效应, 并探讨了数字经济新业态发展对农户收入增长的促进效应。此外, 邱子迅和周亚红[16]探究电子商务的发展对农户收入增长的影响, 发现电子商务发展能够推动农村居民的就业和创业。Huang 等[33]也发现电商发展水平越高的县, 其家庭创业概率显著上升。

3.2. 农村电商发展对农户消费行为的影响

随着电商在农村地区的深入拓展, 农户的消费行为正发生显著转变。电商不仅通过提升商品可得性和服务多样性扩展了农户的消费边界, 也在一定程度上降低了获取商品的时间与经济成本, 进而推动了农村消费的结构升级与质量提升。在此背景下, 学界对农村电商如何影响农户消费水平、消费结构与消费公平展开了广泛研究, 形成了较为丰富的实证成果。现有文献主要从总体促进效应、影响机制、结构性差异与消费不平等等角度展开, 以下将结合代表性研究进行系统梳理。

3.2.1. 消费水平的总体提升

大量研究表明, 农村电商的发展整体上有助于提升农户家庭的消费能力与消费水平。陈潇等[34]通过最小二乘法实证研究指出, 农村电商发展能够提升农户消费水平。一些学者则基于 CFPS 的数据运用倾向得分匹配(PSM)、工具变量回归(IV)、分位数回归等实证分法分析了电子商务对农户消费行为的影响, 研究结果均表明互联网对家庭消费升级具有显著促进作用[35]-[38]。Jo 等[39]学者基于日本电子商务消费数据研究发现电子商务发展能够通过降低商品价格改善消费者福利水平。Luo 等[40]通过将阿里巴巴的电商指数与中国家庭追踪的农户数据进行匹配, 验证了电商发展和居民消费增长之间存在正向影响关系。

刘明辉和卢飞[41]在控制内生性偏误后仍发现平台电商具有显著的普惠性，能够提升人均消费水平。马彪等[42]运用多期 DID 模型进行实证分析，将电商政策作为一个准自然实验，得出电商的消费促进作用在年轻、低教育程度以及居住在城郊的农户家庭中表现出更强的统计显著性。

3.2.2. 消费升级的机制与路径

电商改善农村物流条件，提高了商品获取的便利性，是推动农村家庭消费行为变化的重要机制。Couture 等[23]在安徽、河南及贵州三省 8 县选取的样本数据基础上，采用随机控制实验法开展研究，发现物流发展壁垒被推进的电子商务项目所克服，年轻家庭在农村地区的生活成本得以降低。彭小珈和周发明[43]通过实地调研从经营效率角度对由电商经济驱动的农村社会消费品零售企业进行探究，发现农村淘宝店的纯技术效率高于传统便利店，且大部分农村地区的淘宝店铺仍处在规模报酬递增阶段。此外，电商平台的商品呈现机制、信誉激励系统等也对消费偏好产生积极影响。蒋玉等[44]以红富士类苹果为例采用特征价格法实证分析出产品的属性特征溢价，其研究结果表明，基于电商特有的商品陈列与信誉奖励机制，消费者对于绿色农产品的购买行为具有较高的溢价。而当社会资本作为重要的中介变量，同样能够积极推动农村居民家庭消费水平的提升[36]。

3.2.3. 电商与消费不平等问题

在肯定电商促进消费能力的同时，部分研究指出，其带来的消费效应在不同群体与区域间存在不均衡分布，甚至可能加剧城乡间消费差距。张诚和翁希演[45]运用渐进双重差分法证实电子商务进农村综合示范政策对低收入农户的农业收入有明显的促进作用，弥合了农户收入差距鸿沟从而缩小了农户家庭间的消费差距。然而，李连梦等[46]研究发现，城乡居民消费差距反而因电商发展进一步扩大。郭萌萌等[47]发现，电子商务不仅对城乡之间商品和服务的消费差异产生直接作用，还通过作用于城乡收入差距间接对城乡居民消费差距产生影响。Fan 等[48]对城市数据的实证检验发现电商可以有效地减少消费不平等，提高社会福利。

4. 结论与政策建议

4.1. 研究述评

现有研究从县域结构、农户收入与消费行为三个层面系统探讨了农村电商的经济效应，取得了初步成果。在县域层面，学界普遍认为农村电商通过产业结构优化、要素集聚与市场拓展等路径，推动了区域经济增长与产业融合。然而，现有研究多侧重于政策绩效的识别与评估，普遍忽视了制度环境、资源禀赋与治理能力等深层因素对电商绩效的影响，导致难以解释同类政策在不同地区产生显著差异化效果的机制。但多数研究聚焦于政策绩效评估，缺乏对制度环境、资源禀赋与治理能力差异如何影响电商绩效的深入分析，区域异质性识别仍停留在地理划分层面，缺乏机制建构。在农户收入层面，现有文献多从销售渠道拓展、创业促进与交易成本降低等机制出发，确认电商对收入的正向作用，部分研究识别出“倒 U 型”非线性效应。然而，多数研究仍侧重平均效应估计，较少关注电商参与的门槛机制与微观异质性特征，并未能充分揭示收入效应的代际差异与社会关系嵌入效应。在消费行为层面，研究强调电商提升了商品可及性与交易便利性，促进了农村消费水平与结构升级。但现有成果多聚焦其正向外部性，较少讨论其可能导致的消费分化、平台排斥与数字不平等问题，对平台机制与消费制度嵌入关系的探讨仍显不足。

4.2. 未来展望

农村电商对县域经济结构与农户经济行为的深层影响，已成为理解数字经济驱动下乡村转型过程的

关键切入点。未来研究应在机制识别深化、空间异质性刻画与数据工具融合等方面持续推进,以更系统地揭示农村电商在推动乡村振兴与实现城乡融合中的功能定位与政策价值。第一,因果机制识别仍显薄弱,未来可进一步加强对中介效应、调节机制与作用路径的严谨建模,识别电商如何通过“平台-县域-农户”多层级传导机制产生影响。第二,异质性分析尚不充分,未来应系统探讨基础设施水平、制度环境、空间区位特征以及农户能力结构等因素在电商参与和效应形成过程中的调节作用。第三,研究对象需突破单一层面限制,未来应推进多尺度联动研究,联结宏观政策、中观平台与微观个体,构建更具解释力的分析框架。第四,研究方法与数据来源仍有待拓展,应引入遥感数据、平台运营数据与追踪调查数据,提升研究的动态性与识别精度。

参考文献

- [1] 张宝英,刘思明,陈其源. 国家电商综合示范县政策对农民增收的影响——基于河北省县域面板数据的实证分析[J]. 福建农林大学学报(哲学社会科学版), 2021, 24(5): 29-38.
- [2] 展进涛,周静鑫,俞建飞. 汇聚涓涓细流: 农村电商的收入效应与溢出效应研究——基于全国 1809 个县的证据[J]. 南京农业大学学报(社会科学版), 2024, 24(2): 136-147.
- [3] 黄雨婷,潘建伟. 电商下乡促进了县域经济增长吗?[J]. 北京工商大学学报(社会科学版), 2022, 37(3): 48-59+126.
- [4] 王奇,牛耕,赵国昌. 电子商务发展与乡村振兴: 中国经验[J]. 世界经济, 2021, 44(12): 55-75.
- [5] 陶涛,樊凯欣,朱子阳. 数字乡村建设与县域产业结构升级——基于电子商务进农村综合示范政策的准自然实验[J]. 中国流通经济, 2022, 36(5): 3-13.
- [6] 孙哲远,刘艳. 电商下乡对农村三产融合的影响——基于电商示范县设立的准自然实验[J]. 中国流通经济, 2022, 36(11): 49-59.
- [7] 侯杰,李定珍,倪莹莹. 电商示范县政策对脱贫地区经济增长的影响[J]. 统计与决策, 2023, 39(12): 132-137.
- [8] 唐红涛,罗琼. 国家级电商示范县政策推动县域经济增长了吗?——基于 PSM-DID 的实证分析[J]. 南京财经大学学报, 2019(6): 42-53.
- [9] 杨仁发,陈存. 电子商务发展有助于缓解县域经济不平等吗?——来自电子商务进农村综合示范县政策的准自然实验[J]. 世界农业, 2023(7): 86-97.
- [10] 徐洁,李琳. 电子商务发展对县域共同富裕水平的影响——来自电子商务进农村综合示范县的证据[J]. 经济地理, 2024, 44(5): 75-85.
- [11] 姚利好,易法敏,孙煜程. 农村电商、数字普惠金融协同促进县域经济增长[J]. 财经问题研究, 2022(11): 67-76.
- [12] 李宏兵,王爽,赵春明. 农村电子商务发展的收入分配效应研究——来自“淘宝村”的经验证据[J]. 经济经纬, 2021, 38(1): 37-47.
- [13] 刘玮琳,何光喜,刘冬梅. 贫困地区淘宝村的增收效应——基于 2005-2018 年四省份县域数据的实证研究[J]. 中国科技论坛, 2021(9): 116-125.
- [14] 苏岚岚,彭艳玲,周红利. 共同富裕背景下农户数字经济参与的收入效应及作用机制[J]. 中国农村经济, 2024(8): 145-165.
- [15] 于浩,王玉,李柳笛,等. 农户参与电子商务的增收效应研究——基于内生转换模型的实证分析[J]. 世界农业, 2021(12): 40-48+127-128.
- [16] 邱子迅,周亚虹. 电子商务对农村家庭增收作用的机制分析——基于需求与供给有效对接的微观检验[J]. 中国农村经济, 2021(4): 36-52.
- [17] 方莹,袁晓玲. 精准扶贫视角下农村电商提升农户收入的实现路径研究[J]. 西安财经学院报, 2019, 32(4): 92-99.
- [18] 曾亿武,郭红东,金松青. 电子商务有益于农民增收吗?——来自江苏沭阳的证据[J]. 中国农村经济, 2018(2): 49-64.
- [19] Zheng, S., Yu, L. and Fu, H. (2023) Has Rural E-Commerce Increased Potato Farmers' Income? Evidence from the Potato Home of China. *Potato Research*, 67, 15-35. <https://doi.org/10.1007/s11540-023-09614-y>
- [20] Li, G. and Qin, J. (2022) Income Effect of Rural E-Commerce: Empirical Evidence from Taobao Villages in China. *Journal of Rural Studies*, 96, 129-140. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2022.10.019>

- [21] 秦芳, 王剑程, 胥芹. 数字经济如何促进农户增收?——来自农村电商发展的证据[J]. 经济学(季刊), 2022, 22(2): 591-612.
- [22] Aker, J.C. and Fafchamps, M. (2014) Mobile Phone Coverage and Producer Markets: Evidence from West Africa. *The World Bank Economic Review*, 29, 262-292. <https://doi.org/10.1093/wber/lhu006>
- [23] Couture, V., Faber, B., Gu, Y. and Liu, L. (2021) Connecting the Countryside via E-Commerce: Evidence from China. *American Economic Review: Insights*, 3, 35-50. <https://doi.org/10.1257/aeri.20190382>
- [24] Yi, F., Yao, L., Sun, Y. and Cai, Y. (2023) E-Commerce Participation, Digital Finance and Farmers' Income. *China Agricultural Economic Review*, 15, 833-852. <https://doi.org/10.1108/caer-03-2023-0053>
- [25] 蔡洁, 李文静, 夏显力. 电商技术、动态能力与小农户增收[J]. 西北农林科技大学学报(社会科学版), 2023, 23(5): 91-101.
- [26] Liu, M., Huang, J., Zhang, Q., et al. (2018) What Drive the Development of e-Commerce in Rural China—The Empirical Evidence from the Emergence of Taobao Villages. 2018 *Conference International Association of Agricultural Economists (IAAE)*, Vancouver, 28 July-2 August, 2018.
- [27] 李琪, 唐跃恒, 任小静. 电子商务发展、空间溢出与农民收入增长[J]. 农业技术经济, 2019(4): 119-131.
- [28] 张岳, 张博, 周应恒. 数字乡村建设对农民收入的影响——基于收入水平与收入结构的视角[J]. 农林经济管理学报, 2023, 22(3): 350-358.
- [29] 陈享光, 汤龙, 唐跃恒. 农村电商政策有助于缩小城乡收入差距吗——基于要素流动和支出结构的视角[J]. 农业技术经济, 2023(3): 89-103.
- [30] 张磊, 韩雷. 电商经济发展扩大了城乡居民收入差距吗? [J]. 经济与管理研究, 2017, 38(5): 3-13.
- [31] 李志平, 吴凡夫. 农村电商对减贫与乡村振兴影响的实证研究[J]. 统计与决策, 2021, 37(6): 15-19.
- [32] 周亚虹, 邱子迅, 任欣怡, 等. 数字金融的发展提高了电商助农的效率吗?——基于电子商务进农村综合示范项目的分析[J]. 数量经济技术经济研究, 2023, 40(7): 70-89.
- [33] Huang, B., Shaban, M., Song, Q., et al. (2018) E-Commerce Development and Entrepreneurship in the People's Republic of China. ADBI Working Paper.
- [34] 陈潇, 钟肖英, 黄纯, 等. 电子商务对农村居民消费影响的实证研究[J]. 农业经济, 2023(3): 134-135.
- [35] 贺达, 顾江. 互联网对农村居民消费水平和结构的影响——基于 CFPS 数据的 PSM 实证研究[J]. 农村经济, 2018(10): 51-57.
- [36] 温雪, 吴定伟, 潘明清. 互联网、社会资本与农村居民消费[J]. 消费经济, 2019, 35(4): 47-54.
- [37] 李旭洋, 李通屏, 邵红梅, 等. 城镇化、互联网发展对网络消费的影响——基于省级面板数据的分析[J]. 社会科学研究, 2018(5): 38-45.
- [38] 祝仲坤. 互联网技能会带来农村居民的消费升级吗?——基于 CSS2015 数据的实证分析[J]. 统计研究, 2020, 37(9): 68-81.
- [39] Jo, Y.J., Matsumura, M. and Weinstein, D.E. (2019) The Impact of e-Commerce on Relative Prices and Consumer Welfare. National Bureau of Economic Research.
- [40] Luo, X., Wang, Y. and Zhang, X. (2019) E-Commerce Development and Household Consumption Growth in China. World Bank Policy Research Working Paper.
- [41] 刘明辉, 卢飞. 平台型电商普惠能否提振农村居民消费?——来自中国淘宝村的证据[J]. 管理评论, 2023, 35(9): 155-168+193.
- [42] 马彪, 张琛, 郭军, 等. 电子商务会促进农户家庭的消费吗?——基于“电子商务进农村综合示范”项目的准自然实验研究[J]. 经济学(季刊), 2023, 23(5): 1846-1864.
- [43] 彭小珈, 周发明. 农村电商经营效率研究——基于消费品下行的模型分析[J]. 农业技术经济, 2018(12): 111-118.
- [44] 蒋玉, 于海龙, 丁玉莲, 等. 电子商务对绿色农产品消费溢价的影响分析——基于产品展示机制和声誉激励机制[J]. 中国农村经济, 2021(10): 44-63.
- [45] 张诚, 翁希演. 电子商务进农村综合示范政策实施缩小了农户消费差距吗[J]. 中国农村观察, 2024(2): 46-68.
- [46] 李连梦, 吴青, 聂秀华. 电子商务能缩小城乡居民消费差距吗? [J]. 技术经济, 2020, 39(2): 125-133.
- [47] 郭萌萌, 徐子才, 余建宇, 等. 电商发展对中国家庭消费差距的影响[J]. 数量经济技术经济研究, 2024, 41(9): 92-110.
- [48] Fan, J., Tang, L., Zhu, W. and Zou, B. (2018) The Alibaba Effect: Spatial Consumption Inequality and the Welfare Gains from E-Commerce. *Journal of International Economics*, 114, 203-220. <https://doi.org/10.1016/j.jinteco.2018.07.002>