

农村电商发展对农村消费升级的影响研究

卢鹏达

贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年6月26日; 录用日期: 2025年7月10日; 发布日期: 2025年8月5日

摘要

农村电子商务发展的正向影响愈发显著,尤其是在增加农村居民消费支出、促进农村居民消费升级方面。本文基于中国2011~2021年30个省级行政区的面板数据,采用双向固定效应模型实证研究了农村电子商务发展水平对农村居民消费升级的影响以及机制,结果发现农村电商发展能够增加农村居民的消费支出,推动消费升级。机制效应分析发现,农村电商发展对农村居民消费支出的影响主要是通过工资性收入和外出务工两种影响机制实现的。异质性分析发现,相比于东西部,这种影响对中部居民并不显著。文章基于以上内容提出了相关建议。

关键词

电子商务发展, 农民消费支出, 消费升级

Research on the Impact of Rural E-Commerce Development on Rural Consumption Upgrading

Pengda Lu

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jun. 26th, 2025; accepted: Jul. 10th, 2025; published: Aug. 5th, 2025

Abstract

The positive impact of the development of rural e-commerce is becoming increasingly significant, especially in terms of increasing the consumption expenditure of rural residents and promoting the upgrading of their consumption. Based on the panel data of 30 provinces and municipalities in China from 2011 to 2021, this paper empirically studies the impact and mechanism of the development level of rural e-commerce on the consumption upgrade of rural residents by using the bidirectional

fixed effect model. The results show that the development of rural e-commerce can increase the consumption expenditure of rural residents and promote consumption upgrade. Mechanism effect analysis reveals that the impact of rural e-commerce development on rural residents' consumption expenditure is mainly achieved through two influence mechanisms: wage income and working outside. Heterogeneity analysis revealed that, compared with the eastern and western regions, the impact on the residents in the central region was not significant. Based on the above content, this article puts forward relevant suggestions.

Keywords

E-Commerce Development, Farmers' Consumption Expenditure, Consumption Upgrade

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

近年来，中国农村电子商务的迅猛发展为激活乡村消费市场注入了强劲动力。随着互联网基础设施的完善和电商平台的加速下沉，农村居民获取商品与服务的渠道得到前所未有的拓宽，消费便利性显著提升。与此同时，农村居民收入的持续增长也蕴藏着巨大的消费升级潜力。现有研究普遍观察到电商发展对农村居民消费的积极影响，然而，对于这种影响背后的具体作用路径，尤其是外出务工行为及其带来的工资性收入增长是否在其中扮演关键中介角色，仍需深入探讨。

本文的核心目的在于实证检验电商发展对农村居民消费升级的正向促进作用，并重点剖析外出务工与工资性收入在这一过程中的中介效应。我们认为，电商的普及不仅直接便利了农村居民的消费选择，提升了消费品质与多样性，更重要的是，它可能通过促进农村劳动力更便捷地获取外出务工信息、对接就业机会，从而显著增加其工资性收入。而收入的提升，尤其是相对稳定且具有增长性的工资性收入的增加，是支撑农村居民实现从基本生存型消费向发展享受型消费升级的关键物质基础。

验证这一传导机制，具有重要的现实意义。研究结果将为政府制定更精准的农村电商政策提供理论依据，不仅着眼于消费端的便利与选择，更注重通过电商赋能就业增收，从根本上激活农村消费潜力，服务于乡村振兴和扩大内需的国家战略。

2. 文献综述

电子商务改变了人们的生产和生活方式，农村电商也深刻地影响着农村经济，逐渐成为缩小城乡差距、促进农村经济转型、提升农村居民生活水平的重要抓手。乡村电商作为区别于城市电商的特定形态，是以服务农业、农村、农民为核心目标的电子商务模式，其核心在于推动“工业品下行”与“农产品上行”的双向供应链整合[1]。近年来，农村电商的影响愈发广泛和显著。

关于农村电商发展影响的相关研究，主要为农村电商对农民收入层面的影响。如秦芳等(2022)基于农村电商发展的证据，实证分析了数字经济对于农民的增收作用[2]；张磊等(2017)基于中国省级动态面板数据，认为电商经济发展大幅提升了社会个体的经济参与度，促进了城乡居民收入水平的显著提升，但也加剧了城乡的收入差距[3]。

除了对农民收入等微观经济层面的影响外，农村电商在宏观经济层面也具有显著影响。例如，王萍萍等(2025)通过构建交叠双重差分模型，发现农村电商通过“收入增长－剩余劳动力转移”、“产业集聚”

及“高标准生产”三条路径提升了农业全要素生产率[4]。蔡珊珊(2025)利用 2014~2022 的省级面板数据得出结论：农村电商发展能有效提升地区农产品批发市场效率[5]。

此外农村电商的影响广泛，对物流业(朱世友，2016；武晓钊，2016)[6][7]、农村减贫与乡村振兴(李志平和吴凡夫，2021)等不同方面都存在着不同程度的影响[8]。

当前对农村电商的影响研究已具有较为成熟的政策工具价值，其中最主要的便是农村电商发展对农民增收的影响。但这些研究大多并未将这种影响进行进一步的探讨，如以收入为中间机制来研究农村电商发展对农民消费支出与消费升级的影响。研究农村电商发展对农民消费升级的影响，有利于丰富该领域的相关研究，并对于相关政策的改进与实施具有重要意义，为国家层面完善相关政策提供参考。本文的边际贡献在于将“消费升级”而非单纯“收入”作为核心结果变量，拓宽了农村电商研究范畴。同时引入“工资性收入”、“外出务工”两条中介路径，较系统地揭示了电商影响消费的微观渠道，通过进行实证分析，能一定程度捕捉政策与基础设施渐进式改进效应，具有较强现实与决策参考意义。

3. 理论分析和研究假说

传统农村消费市场受制于双重刚性约束：地理空间隔离导致商品流通半径有限，本地商业生态难以支撑多元化、品质化消费需求；信息传递迟滞造成供需错配，消费者难以获取真实价格信号与商品质量信息。电子商务作为数字基础设施的核心载体，通过三重基础性变革重构消费环境：首先，其突破物理市场边界实现全域商品流通，使品牌消费品、智能家居、文化服务等升级型商品服务下沉至乡村；其次，平台竞价机制与用户评价体系显著提升价格透明度，压缩传统渠道的多级加价空间，释放居民实际购买力；最后，直播带货、虚拟体验等场景深度嵌入日常生活，持续培育品质消费意识与服务消费习惯。这种供给端多样性扩张、成本端效率优化与需求端认知升级的协同演进，构成消费层次跃迁的原始驱动力[9]。

假说 H1：农村电商发展对消费升级存在显著正向直接影响。

电子商务对劳动力市场的重构效应体现为结构性赋能：其一，数字平台大幅消解就业信息不对称性，在线招聘工具与社交网络形成信息聚合节点，使跨区域岗位匹配效率发生质变；其二，电商衍生的新职业谱系创造技能溢价空间，推动人力资本从低回报农业活动向高附加值服务业转移[10]。这种劳动力跨部门流动不仅体现为务工规模扩张，更深层意义在于触发生产要素的帕累托改进——通过将边际生产率较低的农业劳动力重新配置至高生产率部门，实现社会总产出增长与个体收入潜能提升。该过程为消费升级奠定资源基础。

假说 H2：农村电商发展通过提升外出务工水平间接促进消费升级。

农村电商引致的收入结构转型具有深刻的经济学内涵：传统小农经济下，农业收入受自然风险与市场波动双重冲击，呈现显著的不确定性与周期性；而工资性收入依托契约化雇佣关系，具备稳定的现金流特征与法律保障[11]。这种收入性质的质变通过两条渠道影响消费行为：微观层面，收入可预期性增强降低预防性储蓄动机，使家庭预算更多分配至发展型消费；宏观层面，工资增长形成持久收入预期，根据生命周期假说，居民将调整跨期消费规划，增加对耐用消费品与体验服务的当期支出。

假说 H3：农村电商发展通过提高工资性收入间接促进消费升级。

4. 研究设计

4.1. 模型构建

为了检验研究假设，本文回归模型设定如下：

$$consume_{it} = \alpha_1 + \beta_1 EC_{it} + \gamma_1 X_{it} + \delta_i + \sigma_t + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

其中， $consume_{it}$ 表示省级行政区 i 在 t 年的农村居民人均消费支出； EC_{it} 表示省级行政区 i 在 t 年的电子

商务发展水平； X_i 为一系列控制变量； δ_i 和 σ_t 为地区和时间的虚拟变量； ε_{it} 为误差项。

此外，本文将农村居民工资性收入以及外出务工数量作为机制变量，构建了如下模型。

$$consume_{it} = \alpha_2 + \beta_2 EC_{it} + \beta_3 income_wage_{it} + \gamma_2 X_{it} + \delta_i + \sigma_t + \varepsilon_{it} \tag{2}$$

$$conseme_{it} = \alpha_2 + \beta_2 EC_{it} + \beta_3 work_outside_{it} + \gamma_2 X_{it} + \delta_i + \sigma_t + \varepsilon_{it} \tag{3}$$

上式中， $income_wage_{it}$ 表示省级行政区 i 在 t 年的农村居民人均工资性收入， $work_side_{it}$ 表示省级行政区 i 在 t 年的外出务工劳动力数量；其余各项同上。

4.2. 描述性统计

表 1 为基于 330 个样本的描述性统计，其显示农村居民人均消费支出均值在万元以上，但地区差异显著。核心自变量农村电商发展指数均值为 7.01，同样存在较大不均衡。值得关注的是，农村居民人均工资性收入和外出务工劳动力数量的标准差极大(分别为 4555.30 和 307.41)，凸显了收入与劳动力流动的巨大区域差距。其他控制变量(农村经济发展、对外开放、社会消费、城镇化水平)的均值与离散程度也均表明研究涵盖的宏观背景因素存在明显的省际差异。这些数据为分析农村电商对消费升级的影响及其潜在机制提供了基础。

Table 1. Main variable definitions and descriptive statistics
表 1. 主要变量的定义及描述性统计

变量	变量定义及赋值	样本量	均值	标准差	最小值	最大值
农村居民消费升级	农村居民人均消费支出	330	10 786.59	4184.42	3857	27,205
农村电商发展	电子商务发展指数	330	7.01	2.53	3.73	15.37
人均工资性收入	农村居民人均工资性收入	330	5776.64	4555.30	757.06	24 971.9
外出务工水平	各省外务工劳动力数量	330	409.46	307.41	12.1	1390.6
农村经济发展水平	各省农村生产总值对数	330	9.41	0.41	8.36	10.56
对外开放水平	各省对外开放进出口总额对数	330	16.10	2.56	8.33	20.2
社会消费水平	各省社会消费品零售总额与生产总值的比值	330	0.40	0.06	0.22	0.61
城镇化水平	各省城镇人口与总人口的比值	330	0.60	0.12	0.35	0.9

5. 实证分析

5.1. 基准回归分析

Table 2. Baseline regression results of the impact of rural e-commerce development level on per capita consumption expenditure of rural residents

表 2. 农村电商发展水平对农村居民人均消费支出影响的基准回归结果

变量	农村人均消费支出	
农村电商发展水平	4211.337*** (0.10)	801.33*** (0.15)
控制变量	否	是
观测值	330	330
个体固定效应	否	是
时间固定效应	否	是
R ²	0.85	0.95

注：***、**和*分别表示 1%、5%和 10%的显著性水平，下表同。

表 2 汇报了农村电商发展水平对农村居民人均消费支出的影响结果。本文先仅用农村电商发展水平与农村居民人均消费支出进行回归，随后加入了各控制变量、个体以及时间固定效应进行回归。结果均表明，农村电商发展能够显著促进农村居民的人均消费支出，促进农村居民的消费升级，且该结果均在 1%的水平下显著。由此，假说 1 得证。

5.2. 内生性讨论

基准回归结果表明，农村电商发展水平对农村居民人均消费支出具有显著影响。但是在现实中，地区的农村居民人均消费支出高代表着该地的经济发展水平高，可能反过来吸引农村电商的落地，所以可能导致本文存在着互为因果问题。为了验证这一问题，本文进行了内生性检验，结果表明确实存在内生性问题。针对此问题，本文选取了各省级行政区的地形起伏度作为工具变量。在相关性方面，各省的地形起伏度能够影响交通和物流成本，这是吸引农村电商的关键因素，满足了工具变量的相关性条件。在外生性方面，地形起伏度不会直接影响农村居民的人均消费支出，满足了工具变量的外生性条件。

表 3 报告了采用工具变量法后的估计结果，可以看出，在加入了工具变量后得到的回归结果与基准回归结果基本一致，且 F 值大于 10，说明不存在弱工具变量问题。因此，表明基准回归结果是稳健的，农村电商发展水平确实显著增加了农村居民的人均消费支出。

Table 3. Baseline regression results of the impact of rural e-commerce development level on per capita consumption expenditure of rural residents after adding instrumental variables

表 3. 加入工具变量后农村电商发展水平对农村居民人均消费支出影响的基准回归结果

变量	农村人均消费支出	
	农村电商发展水平	农村居民人均消费支出
农村电商发展水平		469.24** (0.21)
工具变量	0.03*** (0.00)	
控制变量	是	是
个体固定效应	是	是
时间固定效应	是	是
样本量	330	330
R ²	0.71	0.91

5.3. 稳健性检验

Table 4. The robustness test results after replacing the variables

表 4. 替换变量后的稳健性检验结果

变量	农村居民人均消费支出	农村居民恩格尔指数
淘宝村数量	1.93*** (0.22)	
农村电商发展水平		2.57*** (0.21)
控制变量	是	是
观测值	330	330
个体固定效应	是	是
时间固定效应	是	是
R ²	0.96	0.89

为了进行稳健性检验，本文分别将变量进行替换。首先本文将解释变量从电商发展指数替换为淘宝村数量。因为淘宝村由阿里研究院认证，有明确量化标准；且淘宝村密集的省级行政区大多确实是农村电商最发达地区，与行业共识一致，所以将解释变量替换为各省每年的淘宝村数量具有合理性。其次本文将被解释变量替换为农村居民的恩格尔指数，以其反映农村居民的消费结构升级。稳健性检验结果如表 4 所示，结果显示依然稳健。

5.4. 机制效应分析

Table 5. Mechanism effect analysis results 1
表 5. 机制效应分析结果一

变量	(1) 总效应 农民人均消费支出	(2) 中介效应 工资性收入	直接效应 农民人均消费支出
农村电商发展水平	801.33*** (0.15)	925.28*** (0.16)	424.35*** (0.15)
工资性收入			0.407*** (0.05)
控制变量	是	是	是
观测值	330	330	330
个体固定效应	是	是	是
时间固定效应	是	是	是
R ²	0.95	0.85	0.96

Table 6. Mechanism effect analysis results 2
表 6. 机制效应分析结果二

变量	(1) 总效应 农民人均消费支出	(2) 中介效应 外出务工水平	直接效应 农民人均消费支出
农村电商发展水平	801.33*** (0.15)	16.43* (0.09)	706.04*** (0.15)
工资性收入			5.80*** (0.01)
控制变量	是	是	是
观测值	330	330	330
个体固定效应	是	是	是
时间固定效应	是	是	是
R ²	0.95	0.58	0.96

表 5 和表 6 结果显示，农村电商的发展增加了农村居民的工资性收入、促进了农村居民的外出务工，在引入机制变量后农村电商发展水平对农村居民消费支出的影响均在 1%水平上显著，说明农村电商发展确实影响了农村居民的工资性收入和外出务工，进而增加了农村居民的消费支出，实现了消费升级。证实了假说 H2 和假说 H3。

5.5. 异质性分析

为进一步研究农村电商发展对农村居民消费支出的区域异质性影响，本文将数据样本分为了东、中、西部地区。表 7 结果显示，农村电商发展对农村居民消费支出的正向影响在东部和西部地区显著，而在中部地区不显著。其可能的解释是东部地区经济发达，基础设施完善(如物流、网络覆盖)，电商生态成熟，

因此电商发展对消费的促进作用更加显著；西部地区虽然经济相对落后，但可能受益于政策倾斜(如西部大开发、数字乡村建设)，电商发展带来的边际效应更大，因此效果显著。相比之下，中部地区可能处于传统经济与数字经济交替的“转型期”，电商发展的效果尚未完全显现，因此结果并不显著。

Table 7. Analysis results of regional heterogeneity
表 7. 区域异质性分析结果

变量	东部地区	中部地区	西部地区
农村电商发展水平	624.10** (0.25)	-175.52 (0.42)	526.93** (0.22)
控制变量	是	是	是
观测值	121	88	132
个体固定效应	是	是	是
时间固定效应	是	是	是
R ²	0.97	0.94	0.97

6. 结论与启示

本文基于我国 2011~2021 年的省级面板数据，研究发现农村电商发展能够促进农村居民消费支出的增长，实现消费升级。机制分析表明，农村电商发展通过提高农村居民工资性收入和促进外出务工，进而促进了农村居民的消费支出增长和消费升级。异质性分析表明，农村电商发展对于东西部地区农民的消费支出存在显著影响，但对中部地区农民的影响不显著。

以上研究结论对于加快农村电商发展、促进农村居民消费升级等方面具有一定的启示意义。首先，政府应当整合电商平台与地方政府资源，建立农村劳动力技能培训 - 岗位匹配 - 异地就业的一体化服务链，扩大外出务工规模；同时支持电商衍生职业，推动农业劳动力向服务业转移，提升工资性收入占比。此外，在区域协调发展层面，应当补齐基建与产业短板，优先升级物流网络，鼓励“电商 + 特色产业”融合，避免低效同质化竞争，使电子商务的一系列正向作用凸显出来。

参考文献

[1] 洪勇. 我国农村电商发展的制约因素与促进政策[J]. 商业经济研究, 2016(4): 169-171.

[2] 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.

[3] 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.

[4] 王萍萍, 曹芷畅, 黄卓, 等. 农村电商对农业全要素生产率的影响研究——基于电子商务进农村综合示范政策考察[J]. 财经理论与实践, 2025, 46(3): 125-132.

[5] 蔡珊珊. 农村电商发展提升农产品批发市场效率的机制与路径[J]. 商业经济研究, 2025(10): 108-111.

[6] 朱世友. 农村电商发展对物流业的影响及农村物流体系构建[J]. 价格月刊, 2016(3): 75-78.

[7] 武晓钊. 农村电子商务与物流配送运营服务体系建设[J]. 中国流通经济, 2016, 30(8): 99-104.

[8] 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.

[9] 刘根荣. 电子商务对农村居民消费影响机理分析[J]. 中国流通经济, 2017, 31(5): 96-104.

[10] 吕丹. 基于农村电商发展视角的农村剩余劳动力安置路径探析[J]. 农业经济问题, 2015, 36(3): 62-68.

[11] 罗千峰. 农村电商的增收效应及其机制——来自中国乡村振兴调查的经验证据[J]. 中国流通经济, 2022, 36(9): 47-59.