

电子商务背景下数字普惠金融 对城乡消费差距的影响研究

张国俊

南京林业大学经济管理学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年10月23日; 录用日期: 2025年11月7日; 发布日期: 2025年12月8日

摘 要

电子商务与数字普惠金融的深度融合, 为破解城乡消费差距提供了“中国方案”。本文基于“融资可得 - 支付便利 - 场景嵌入”框架, 经过理论分析发现, 一是基于电商足迹的“云授信”秒批5000~5万元循环额度, 73%借款90天内结清, 资金主要流向耐用消费品与教育; 二是移动端“一键支付 + 消费信贷”把金融柜台搬进口袋, 使农户消费由“低频大额”转为“高频日常”, 城乡人均消费倍差四年由2.11倍降至1.83倍; 三是数字信贷贯通“产 - 供 - 销”全链, 回款周期缩短至T+1, 形成“数据→信用→资金→交易”闭环。研究建议, 未来应补齐农村数字基建、金融教育与风险监管短板, 持续放大协同效应, 让广袤农村从“世界工厂”腹地跃升为“世界市场”新增长极, 共绘协调繁荣的消费新图景。

关键词

数字普惠金融, 电子商务, 城乡消费差距

Study on the Impact of Digital Inclusive Finance on Urban-Rural Consumption Gaps in the Context of E-Commerce

Guojun Zhang

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

Received: October 23, 2025; accepted: November 7, 2025; published: December 8, 2025

Abstract

The deep integration of e-commerce and digital inclusive finance offers a “Chinese solution” to

bridging the urban-rural consumption gap. Based on the “access to financing-payment convenience-scenario embedding” framework, this paper’s theoretical analysis reveals two key findings: First, “cloud credit” based on e-commerce footprints enables instant approval of revolving credit lines ranging from 5,000 to 50,000 yuan, with 73% of loans settled within 90 days. Funds primarily flow into durable consumer goods and education. Second, mobile “one-tap payment + consumer credit” services have placed financial counters in users’ pockets, transforming rural consumption from “low-frequency, large-value” to “high-frequency, daily”. This shift reduced the per capita consumption gap between urban and rural areas from 2.11 times to 1.83 times over four years. Third, digital credit spans the entire “production-supply-sales” chain, shortening payment cycles to T + 1 and forming a closed-loop system of “data → credit → capital → transaction”. Research suggests that future efforts should focus on addressing shortcomings in rural digital infrastructure, financial education, and risk supervision. By continuously amplifying synergistic effects, vast rural areas can evolve from the hinterland of the “world’s factory” into a new growth pole of the “world market”, collectively painting a new picture of coordinated and prosperous consumption.

Keywords

Digital Inclusive Finance, E-Commerce, Urban-Rural Consumption Gap

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

在电子商务蓬勃发展的当下，数字普惠金融作为一种新兴金融服务模式，在缓解城乡金融资源配置不均方面发挥了积极作用，为缩小城乡消费差距带来了新的曙光[1]。随着互联网技术的普及，电子商务打破了传统商业模式的时空限制，让城乡居民得以直面同一市场，理论上拥有了平等的消费机会。然而，城乡之间长期存在的金融资源配置失衡，犹如一道隐形壁垒，使得农村居民在消费时面临更多资金筹措难题，限制了其消费潜力的释放[2]。

数字普惠金融借助大数据、云计算等手段，精准对接农村金融需求，降低金融服务门槛，为农村居民提供了便捷的小额信贷、支付结算、理财规划等服务，有效缓解了其消费资金压力，激发了农村市场的消费活力，成为促进城乡消费均衡发展的关键力量。具体而言，基于电商行为数据生成的“云授信”可让农户在几十秒内完成信用评估，过去被传统银行视为“白户”的群体，如今仅凭历史订单、芝麻信用分、村级物流签收记录就能获得 5000~50,000 元不等的循环额度；移动支付收单费率的下沉，让“微信、支付宝到账xx元”的提示音在集市、田头、直播基地同步响起，农户卖出土特产的同时即可一键归还分期，形成“交易 - 还款 - 再消费”的闭环；而嵌入电商 App 的“零钱理财”“饲料涨价险”等微创新工具，又把原本沉淀在活期账户的“小钱”激活为能够对冲价格风险的“活资产”，进一步提升了农村居民的消费安全感与跨期调配能力。

然而，“数字红利”能否真正转化为“普惠红利”，仍取决于多重现实条件：网络基础设施与数字素养的区域差异，可能导致“技术门槛”替代“金融门槛”成为新的排斥机制；平台算法驱动的“数据歧视”或过度授信，也可能让低收入群体陷入“超前消费 - 多头负债”的脆弱循环；此外，电子商务的“价格发现”功能在提升农村消费者福利的同时，亦可能因“品牌下沉”带来的示范效应，短期内放大相对消费落差。因此，在电子商务持续扩张的宏观叙事下，有必要冷静审视数字普惠金融影响城乡消费差距

的内在机理、边界条件与潜在风险，厘清其究竟是弥合鸿沟的“均衡器”，还是制造新鸿沟的“放大器”。

2. 文献综述

2.1. 关于数字普惠金融的研究

本研究关注的核心因变量——城乡消费差距，本质上就是城乡个体与家庭在消费水平和结构上的差异。因此，探析数字普惠金融对居民消费，特别是不同群体消费行为的异质性影响，是理解其缩小城乡消费差距直接作用的逻辑起点。数字普惠金融对居民消费的影响已成为近年来学术研究的重要前沿。大量文献确认了其显著的促进作用，但更深入的探讨则揭示了这一影响在作用机制、群体异质性与空间效应上的复杂性。早期研究如谢家智和吴静茹(2020)以及江红莉与蒋鹏程(2020)便奠定了基础，他们发现数字普惠金融对农村家庭和低收入群体的消费提振作用尤为突出，其背后机理主要与缓解流动性约束、优化产业结构及缩小城乡收入差距相关[3][4]。然而，这一普惠性并非没有边界，杨伟明等(2021)的异质性研究便提出了一个重要的补充，他们指出数字金融对消费升级的积极影响在城市及东中部地区更为显著，而对农村和西部地区的效应则相对有限[5]，这初步暗示了“数字鸿沟”可能带来的分化风险。在此基础上，学者们对影响机制进行了更为细致的剖析。一方面，研究普遍验证了支付便利性、融资可获得性以及缓解不确定性等传统渠道的有效性(李亭等, 2025)[6]。另一方面，一些新颖的传导路径也被发掘出来，例如，孙珩与陈建成(2024)论证了劳动力流动在其中的关键中介作用[7]，而 Luo (2024)则引入了居民杠杆率作为另一条中介路径[8]。陈敏娟(2025)的研究进一步揭示了农村居民自有资本与社会资本在数字普惠金融促进消费转型过程中的正向调节作用[9]，丰富了微观层面的机制认知。

2.2. 关于城乡消费差距的研究

城乡消费差距的经济动因研究，在财政政策、税收制度与数字经济等维度呈现出丰富且非线性的图景。财政政策的影响尤为复杂，其效应高度依赖于宏观发展条件。吕承超等(2018)的研究便突破了线性思维的局限，揭示了社会保障支出对城乡消费差距存在显著的“城镇化门槛效应”：其在城镇化发展中期能缩小差距，而到高级阶段则可能产生逆向影响[10]。这一非线性特征在税收领域同样得到印证，罗美娟与何姣(2021)发现，税收努力通过扩大民生性支出规模来缩小消费差距，且这种影响随宏观税负与支出结构呈现非线性负相关[11]。相较于此种宏观机制，陈滔和倪志良(2023)则从微观基础切入，将税制结构优化与“心理账户”理论相连，并创新性地验证了“税收凸显性”的中介作用，为理解税收政策如何重塑居民消费决策提供了新的理论通道[12]。在财政支出的直接效应方面，常文涛(2020)与李新恒(2024)的研究共同肯定了其收敛作用，但侧重点各异：前者系统剖析了城乡收入差距、公共品供给与人力资本积累等多重并行路径[13]；后者则精准地验证了财政民生支出通过缩小城乡收入与人力资本差距，从而缩小医疗保健消费差距的传导机制[14]。

2.3. 关于电子商务的研究

在探讨电子商务与消费关系的学术图景中，一个备受关注的议题是电子商务对城乡消费差距的影响，然而既有研究尚未形成一致结论。李连梦等(2020)提出电子商务的发展可能加剧城乡消费差距[15]，反映出数字化进程中城乡间资源与能力不对等所带来的潜在负面效应。形成鲜明对比的是，李洁和邢炜(2020)则强调电商市场发展有助于缩小这一差距，暗示电子商务在促进农村市场接入与消费机会方面具有积极作用[16]。为厘清这一矛盾，熊颖等(2022)发现电子商务对城乡消费差距呈现 U 型影响，并识别出技术创新和城乡收入差距两条传导路径；其门槛分析进一步表明，当电子商务指数超过 10.98 时，收敛效果显著增强[17]，这一结论为政策制定提供了量化依据。在这一讨论框架下，王雅丽和杨雪云(2024)基于省级面

板数据提供了支持性证据,证实农村电商整体上缩小了城乡消费差距,并将城乡收入差距识别为关键传导路径[18]。

3. 理论框架:构建“融资可得-支付便利-场景嵌入”分析框架

尽管现有研究已从不同角度探讨了数字普惠金融对居民消费或城乡差距的影响,但仍存在以下研究缺口:第一,机制整合不足:多数研究侧重于单一机制(如缓解流动性约束或支付便利),缺乏对数字普惠金融在电子商务生态中多重协同机制的系统整合;第二,理论对话薄弱:现有分析多停留在实证层面,未能将数字普惠金融的运作逻辑与经典金融理论(如金融排斥理论、信贷配给理论)或消费理论(如生命周期假说、流动性约束理论)进行有效对话;第三,场景化视角缺失:电子商务不仅是技术平台,更是金融行为发生的场景,而现有研究对“场景嵌入”如何重塑消费决策的理论阐释尚不充分。

为弥补上述研究缺口,本文构建“融资可得-支付便利-场景嵌入”三维分析框架,并将其与现有理论进行融合,以系统阐释数字普惠金融在电子商务背景下影响城乡消费差距的内在逻辑。

1. 融资可得(Access to Financing):源于信贷配给理论(Stiglitz & Weiss, 1981),传统金融机构因信息不对称与抵押品缺失,对农村居民实施信贷排斥[19]。数字普惠金融通过电商平台积累的“数字足迹”(如交易流水、物流记录)构建信用画像,实现无抵押、秒批贷,从而缓解农村居民的流动性约束(依据生命周期/持久收入假说),使其消费行为从“脉冲式”转向“平滑式”。

2. 支付便利(Payment Convenience):源于交易成本理论(Williamson, 1985),传统金融服务因物理距离与操作复杂度形成高昂交易成本[20]。数字普惠金融通过移动端“一键支付+消费信贷”将金融柜台“口袋化”,极大降低支付与信贷的交易成本,推动农村消费从“低频大额”转向“高频日常”,提升消费频率与边际消费倾向。

3. 场景嵌入(Scenario Embedding):源于行为经济学中的“情境效应”(Thaler, 1985) [21],电子商务平台将金融服务无缝嵌入消费、生产、物流等具体场景(如“购物车+分期付款”、“订单贷”、“运费险”),形成“数据-信用-资金-交易”闭环。这不仅降低了金融产品的使用门槛,更通过场景化触发激活了农村居民的“心理账户”,重塑其消费决策框架。

本框架的理论贡献在于:整合多维机制,将原本分散的金融功能(信贷、支付、风控)与消费场景(电商)系统耦合;深化理论对话,将数字金融实践嵌入经典金融与消费理论谱系,增强解释力;突出场景赋能,强调“场景嵌入”不仅是技术实现,更是行为激励与决策重构的过程,为理解数字时代城乡消费收敛提供了新视角。

4. 数字普惠金融对城乡消费差距的影响机制

4.1. 缓解农村居民流动性约束

农村居民收入具有明显的季节性和不稳定性:春耕夏种期间现金大量流出,秋收之后才能回笼;务工收入则集中在春节前后“结薪潮”,平时仅以生活费形式零星流入。这种“脉冲式”现金流与“平滑式”消费需求的天然错配,使得农户在遭遇突发事件(疾病、升学、婚丧)或大额消费支出(家电换代、农资集中采购、二手车购置)时,往往陷入资金短缺困境。传统农村金融的“窗口”——网点少、审批慢、抵押重、周期长——与农户“短、频、急”的融资需求之间存在结构性落差,导致其不得不压缩当期消费。

数字普惠金融平台依托线上审核、智能风控等技术,快速为农村居民提供小额信用贷款,满足其临时性、应急性资金需求[22]。具体而言,平台通过融合电商交易流水、村级物流签收记录、农机GPS轨迹、社交关系图谱等弱相关性数据,在30秒内完成“白户”信用画像,把传统银行需7~14天的审批压缩到“分钟级”;额度颗粒度细化至500元一档,随借随还,按日计息,有效匹配了农户“七天之内要

用钱、三月之内能还钱”的短周期特征；而“0 抵押 + 0 纸质签字”的线上模式，又规避了农村产权抵押物缺失、签字盖章难等制度性障碍。以“蚂蚁‘旺农贷’”“京东‘乡村秒贷’”为例，2023 年旺季平均单笔放款 1.3 万元，73% 的借款在 90 天内结清。据《中国农村数字消费信贷报告(2023)》统计，资金用途前两位为“耐用消费品”与“子女教育”，占比合计 58%，直接指向消费升级场景。这种即时金融支持让农村居民在消费时更加从容，无需因资金问题缩减必要开支或推迟消费计划，从而在一定程度上追赶城镇居民的消费节奏，缩小两者在消费频次和消费量级上的差距[23]。

4.2. 降低农村金融服务门槛

传统金融机构在农村地区布局有限，金融服务覆盖范围不足，农村居民办理金融业务需长途跋涉至城镇网点，耗费大量时间精力[24]。物理网点的稀缺不仅把“距离成本”转嫁给农户，也在心理层面筑起一道“高墙”——许多村民把“去银行”视为隆重而繁琐的仪式，非到万不得已不愿启程，大量零星、小额、临时性的金融需求因此被自我抑制，沉淀为“沉默需求”。数字普惠金融打破地域界限，农村居民仅需一部手机，即可随时随地享受支付、转账、信贷等金融服务[17]。当“营业窗口”被浓缩进方寸屏幕，空间距离瞬间归零，时间边界也随之消失：清晨的田埂、午后的院落、深夜的炕头，都能成为“金融柜台”，原本需要请假、搭车、排队才能完成的动作，如今在一次呼吸之间即可解决。这种随时可得的金融便利性，极大激发了农村居民的金融参与热情，提升了农村金融市场的活跃度，为农村消费市场注入了强劲动力，助力农村居民消费升级，向城镇居民看齐[25]。曾经“懒得办”“不敢贷”的观望情绪，在“秒批、秒付、秒贷”的流畅体验中被逐渐化解，金融行为从低频、大额、应急转向高频、小额、日常，支付流水与信贷记录持续累积，进一步反哺信用画像，使授信额度像滚雪球般温和放大；当资金获取不再成为前置障碍，农户面对耐用消费品、教育投入、健康支出时，决策逻辑由“先攒钱再花钱”转向“先享受再分期”，消费时序与消费结构悄然向城市靠拢，城乡之间因“金融可及性”差异导致的消费落差也随之收敛。

4.3. 精准对接农村电商金融需求

农村电商在拓宽农产品销售渠道、增加农民收入方面成效显著，但电商运营前期投入大、资金回笼周期长，农户和农村电商企业常因资金短缺错失发展良机[26]。数字普惠金融深入农村电商产业链各环节，为农户提供农资采购信贷支持，助力其扩大生产规模；为农村电商企业提供订单融资、应收账款质押贷款等服务，缓解其资金压力，保障电商业务顺畅运转[15]。当信贷资金无缝嵌入“产-供-销”全链条，农资可以更早到位，产能可以及时扩张，订单可以按时交付，货款可以加速回流，原本被现金流缺口卡住的链条得以无缝咬合，农村电商的供给能力与迭代速度因此显著提升；供给端的蓬勃扩张又反向催生需求端的蝶变，更多品牌商品沿着同一张快递网络下沉，与农产品上行形成“双向高速”，让农村居民在家门口就能买到与城镇同步的潮流商品，享受到“新品首发同价、促销节奏同步”的消费体验，农村消费市场的丰富度和吸引力被迅速放大[27]，曾经需要进城才能获得的品质感、时尚感和选择权被浓缩到指尖，农村消费的档次、品类与频次随之抬升，城乡消费差距在“供给-需求”螺旋式互动中悄然收敛。与此同时，《中国电子商务报告(2023)》数据显示 2023 年农村网络零售额达 2.49 万亿元，同比增长 14.2%，其中数字普惠信贷覆盖的活跃店铺占比已超六成，《2023 年网商银行三农金融服务报告》数据呈现贷款农户人均年增收约 3200 元，国家邮政局也表明农村快递业务量累计完成 132 亿件，较 2020 年翻了一番，这些数字共同勾勒出“金融-电商-消费”同频扩张的上升曲线，为缩小城乡消费差距提供了持续动能。

5. 电子商务背景下数字普惠金融的协同效应

电子商务与数字普惠金融的协同机制，通过数据共享与功能互补，显著提升了金融服务的效率与覆

盖范围，为缩小城乡消费差距按下了“加速键”[28]。一方面，电商平台积累的海量用户数据成为数字普惠金融精准风控的“富矿”。金融机构通过分析农村居民的电商购物记录、浏览偏好、支付行为等信息，精准勾勒出用户画像，为信贷审批提供关键依据，有效降低金融服务风险，让农村金融资源投放更加有的放矢。数据的实时更新与多维交叉，使风控模型得以动态迭代，原本被传统金融视为“无报表、无抵押、无征信”的“三无”农户，也能因高频、稳定的线上交易痕迹而获得信用“通行证”，金融机构从而敢于以更低利率、更长期限、更高额度主动“输血”，形成“数据-信用-资金”的闭环，农村金融服务的广度与深度被瞬间拉满。另一方面，数字普惠金融为电子商务交易保驾护航，提供安全便捷的支付结算环境。移动支付的普及让农村居民在网购时无需繁琐的网银操作流程，一键支付轻松完成交易；消费信贷产品让农村居民在面对心仪商品时不再犹豫，提前享受品质生活，增强了农村消费的即时性和满足感，进一步激发农村市场消费潜能，推动城乡消费差距持续缩小[29]。更为关键的是，二者的耦合效应正在向“场景化、实时化、智能化”跃迁：电商平台的大促节点与金融机构的“临时提额+免息券”同步上线，把原本集中在春节、秋收后的“季节性消费”拆分为“月月有、周周有”的常态化消费；区块链溯源与支付即结算技术，则让农产品上行与工业品下行在同一链路完成资金清算，农户销售回款周期由过去的10~15天缩短至T+1，现金流快速回流又反向提升其当期消费能力；而基于电商订单的“物流+资金流”双维数据，平台可自动触发“仓单质押+运费险+价格险”一揽子金融工具，为农村网商提供“出货即获贷、到货即收款”的无感融资体验，降低因价格波动、物流延误带来的收入不确定性，使其敢于将更多资金用于改善型消费。根据国家统计局数据显示，城乡人均消费倍差由2019年的2.11倍降至2023年的1.83倍。同期，农村网络零售额达2.49万亿元(商务部，2024)，其中数字普惠信贷支持的订单占比为28%，较2020年提升17个百分点(中国互联网金融协会，2024)。可见，当电子商务的流量与数字普惠金融的资金以数据为纽带深度缠绕，便形成“交易产生数据-数据生成信用-信用驱动资金-资金反哺交易”的螺旋式上升，持续把曾经被排除在消费快车之外的农村群体拉进同一节车厢，城乡消费差距由此在“双人舞”的节奏中步步收窄。

6. 面临的挑战与应对策略

6.1. 农村数字基础设施建设滞后

部分偏远农村地区网络信号不稳定、宽带带宽不足，严重制约数字普惠金融与电子商务的深度融合。政府需加大农村信息基础设施投入力度，联合通信企业开展网络优化升级工程，实现4G网络深度覆盖、5G网络重点布局，为农村数字经济发展筑牢根基[30]。同时，鼓励企业研发适配农村网络环境的低功耗、高性能智能设备，降低农村居民数字设备使用门槛，让更多人能畅享数字金融服务和电商便利。此外，可通过“光纤到村、Wi-Fi到户”行动计划，在行政村建设公共热点，对低收入群体给予购机与流量补贴，把弱信号、高资费等“隐性墙”拆除，为后续金融与电商的同步下沉提供连续、低成本的网络跑道。

6.2. 农村居民数字金融素养参差不齐

数字普惠金融在农村地区推广时间尚短，部分农村居民对其认知有限，风险防范意识薄弱，易受虚假金融广告、网络诈骗等侵扰[31]。金融机构和电商平台应携手开展农村数字金融知识普及活动，通过举办金融夜校、线上直播课程、制作简易宣传册等形式，向农村居民传授基础金融知识、常见诈骗手段识别方法、理性信贷观念等，提升农村居民的金融素养和风险防范能力，营造健康有序的农村数字金融生态环境。可依托村级综合服务站、乡村振兴学院建立常态化宣教点，把方言案例、情景短剧、互动问答融入其中，让“高收益、稳赚不赔”等话术失去市场，使农民敢用、会用、慎用数字金融产品。

6.3. 农村金融风险监管难度大

数字普惠金融业务具有跨区域、线上化特征，农村金融监管力量相对薄弱，难以及时有效识别和处置潜在金融风险。监管部门需创新监管模式，搭建农村金融监管科技平台，运用大数据、人工智能等技术手段，实时监测农村金融交易动态，精准识别异常交易行为，提前预警金融风险。同时，建立健全农村金融风险补偿机制，通过财政贴息、风险补偿基金等方式，合理分摊金融机构在农村开展业务的风险成本，增强其服务农村市场的信心和动力，确保农村数字普惠金融稳健发展，持续助力城乡消费差距缩小。可探索“省－市－县”三级数据直联，把分散在平台、支付机构、小贷公司的信息汇总到统一监测池，实现“一网通览、一键告警”，并引入保险、担保等多方主体共担风险，形成“科技＋制度＋市场”的综合防控闭环。

6.4. 数字普惠金融的潜在负面风险

数字普惠金融在赋能农村消费的同时，其发展模式也内生出若干潜在风险。若这些风险得不到有效识别与疏导，非但无助于缩小城乡差距，反而可能在特定群体中诱发新的金融脆弱性，甚至形成“技术性排斥”，弱化其普惠成效。首先，便捷的信贷服务可能埋下过度负债的隐患。数字信贷的“秒批秒到”与营销诱导，在激发消费潜力的同时，也可能超越部分农村居民的实际偿付能力。尤其对于金融素养薄弱的农户，在“免息分期”“临时提额”等策略影响下，易陷入“多头借贷”与“以贷养贷”的债务陷阱。一旦遭遇农业减产或务工中断等收入冲击，家庭财务便将面临严峻考验。因此，构建与农村收入特征相匹配的动态授信风控模型，防止过度授信，并将债务管理教育深度融入农村金融知识普及，是引导理性信贷消费、防范系统性违约的关键。其次，算法驱动的服务模式潜藏着歧视与不公的风险。数字普惠金融高度依赖数据与算法模型，若训练数据存在历史偏差或算法逻辑黑箱，则可能导致对农村用户、低信用分群体的“算法歧视”，表现为更高的利率、更低的额度，或基于消费行为的“大数据杀熟”。这种隐形不公背离了普惠金融的初衷，甚至可能固化既有的消费阶层差距。推动算法透明与可审计性，建立涵盖地域、收入等多维度的公平信贷评估框架，并引入第三方伦理监督，是确保技术中立、维护农村用户权益的必要举措。最后，数字鸿沟的客观存在可能将弱势群体进一步边缘化。农村老年人、低学历人群在智能设备使用、数字操作技能与信任建立上面临更高门槛，难以有效融入数字金融生态。当金融服务加速线上化迁移时，这部分群体若缺乏接入渠道与辅助支持，将面临从“金融排斥”到“数字排斥”的双重困境，无法享受普惠红利。这要求推行“线上便捷与线下辅助”并重的包容性服务模式，通过开发适老型应用、保留村级实体服务点、组织数字技能帮扶等措施，确保普惠金融的覆盖广度与深度，避免技术演进催生新的社会断层。

7. 结论

在电子商务的强劲东风下，数字普惠金融已成为一个重要新兴驱动因素，为缩小城乡消费差距开辟了崭新路径。它直击农村消费资金痛点，降低金融服务门槛，精准对接农村电商金融需求，与电子商务协同联动，全方位激发农村消费潜力，让农村居民在消费市场的话语权与日俱增。实践表明，当“数据”转化为“信用”，“流量”演变为“资金流”，农村消费曲线不再只是季节性的脉冲，而是呈现出与城镇同频的平滑上行，城乡人均消费倍差因此由 2019 年的 2.11 倍降至 2023 年的 1.83 倍，2.49 万亿元的农村网络零售额中有近三成依托数字信贷完成——这些跃动的数字共同佐证了“电商＋数字普惠金融”模式的巨大能量。

尽管前行之路挑战重重，但只要政府、企业、社会各界齐心协力，补齐农村数字基础设施短板、提升农村居民金融素养、强化金融风险监控，数字普惠金融定能持续发力。下一步，需在“县县通 5G、户

户有终端”基础上,推动区块链、物联网等底层技术与农业产业链深度耦合,让每一单农产品、每一次网购行为都能实时沉淀为可信数据;需把金融教育写进乡村治理清单,通过“金融村官”“乡播课堂”等常态化机制,让风险防范意识像“防火防盗”一样深入人心;需以监管科技平台为支撑,建立“政府+市场+社会”多元风险补偿池,为金融机构深耕农村市场保驾护航。如此,数字普惠金融将在电子商务的沃土里持续生根发芽,助力城乡消费差距不断缩小,让城乡经济在协调发展的轨道上并肩前行,共绘繁荣消费市场新图景,最终使广阔农村不仅成为“世界工厂”的腹地,更成为“世界市场”的新增长极。

参考文献

- [1] 潘宗玲. 数字普惠金融对农村居民消费潜力释放的影响——基于城乡收入差距的调节作用[J]. 商业经济研究, 2024(22): 70-73.
- [2] 张彤进, 蔡宽宁. 数字普惠金融缩小城乡居民消费差距了吗?——基于中国省级面板数据的经验检验[J]. 经济问题, 2021(9): 31-39.
- [3] 谢家智, 吴静茹. 数字金融、信贷约束与家庭消费[J]. 中南大学学报(社会科学版), 2020, 26(2): 9-20.
- [4] 江红莉, 蒋鹏程. 数字普惠金融的居民消费水平提升和结构优化效应研究[J]. 现代财经(天津财经大学学报), 2020, 40(10): 18-32.
- [5] 杨伟明, 栗麟, 孙瑞立, 等. 数字金融是否促进了消费升级?——基于面板数据的证据[J]. 国际金融研究, 2021(4): 13-22.
- [6] 李亭, 杨珂凡, 冯玲. 数字金融与农户家庭消费: 理论线索与微观证据——来自 2023 年“千村调查”的经验证据[J]. 经济体制改革, 2025(4): 191-200.
- [7] 孙珩, 陈建成. 数字普惠金融、劳动力流动与农村居民消费[J]. 统计与决策, 2024, 40(17): 75-79.
- [8] Luo, L. (2024) Digital Financial Inclusion, Educational Attainment and Household Consumption. *Finance Research Letters*, 68, Article ID: 105976. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2024.105976>
- [9] 陈敏娟. 共同富裕视阈下西南民族地区数字普惠金融与农户消费升级——基于农村家庭的微观证据[J]. 广西民族大学学报(哲学社会科学版), 2025, 47(2): 115-130.
- [10] 吕承超, 徐仲, 魏琼琼. 社会保障支出对城乡居民消费差距的门槛效应——基于地区差异与支出结构的分析[J]. 中南财经政法大学学报, 2018(2): 77-89.
- [11] 罗美娟, 何姣. 税收努力、财政支出与城乡消费差距[J]. 云南财经大学学报, 2021, 37(11): 1-12.
- [12] 陈滔, 倪志良. 税制结构、税收凸显性与城乡居民消费差距——基于 279 个地级市数据的实证考察[J]. 当代财经, 2023(4): 29-40.
- [13] 常文涛. 财政基础公共服务支出对城乡居民消费差距的效应检验[J]. 学习与探索, 2020(3): 103-110.
- [14] 李新恒. 财政民生支出缩小城乡居民医疗保健消费差距效应分析[J]. 地方财政研究, 2024(2): 98-105.
- [15] 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.
- [16] 李洁, 邢炜. 电商市场发展与中国城乡消费趋同性——搜寻匹配的分析视角[J]. 经济理论与经济管理, 2020(2): 103-112.
- [17] 熊颖, 张旺虎, 郭守亭, 等. 电子商务发展缓解了城乡居民消费差距吗? [J]. 农业经济与管理, 2022(5): 85-98.
- [18] 王雅丽, 杨雪云. 农村电商发展对城乡消费差距的影响[J]. 科学决策, 2024(11): 63-79.
- [19] Stiglitz, J.E. and Weiss, A. (1981) Credit Rationing in Markets with Imperfect Information. *The American Economic Review*, 71, 393-410.
- [20] Williamson, O.E. (1985) *The Economic Institutions of Capitalism: Firms, Markets, Relational Contracting*. Free Press.
- [21] Thaler, R. (1985) Mental Accounting and Consumer Choice. *Marketing Science*, 4, 199-214. <https://doi.org/10.1287/mksc.4.3.199>
- [22] 晋铭铭, 张盼, 曹芳萍. 数字普惠金融、城乡居民收入与消费差距[J]. 统计与决策, 2024(17): 138-143.
- [23] 郭凯歌, 王春娟, 许璐瑶. 数字经济对城乡消费差距缩小的作用机制及效应检验[J]. 经济研究参考, 2025(6): 90-108.

-
- [24] 魏君英, 胡润哲, 陈银娥. 数字经济发展如何影响城乡消费差距: 扩大或缩小? [J]. 消费经济, 2022, 38(3): 40-51.
- [25] 李宁, 王玉红, 耿雪园, 于兆吉. 电子商务发展对城乡居民消费差距的影响研究[J]. 现代商贸工业, 2023(14): 112-115.
- [26] 程名望, 张家平. 新时代背景下互联网发展与城乡居民消费差距[J]. 数量经济技术经济研究, 2019(7): 22-41.
- [27] 陈彦斌, 刘元春. 电子商务发展对农村居民消费的影响机制研究[J]. 商业经济与管理, 2019(11): 45-53.
- [28] 宋晓玲. 数字普惠金融缩小城乡收入差距的实证检验[J]. 财经科学, 2017(6): 14-25.
- [29] 杨一凡. 数字普惠金融对城乡居民消费差距影响传导机制分析[J]. 佳木斯大学社会科学学报, 2021, 39(2): 46-49.
- [30] 杭州电子科技大学学报编辑部. 数字普惠金融对城乡消费水平、消费结构及消费差距的影响研究[J]. 杭州电子科技大学学报(社会科学版), 2024(2): 1-10.
- [31] 吕雁琴, 赵斌. 数字普惠金融与城乡居民消费差距[J]. 金融与经济, 2019(12): 76-81.