

# 普惠金融赋能农村电商发展

## ——基于省域淘宝村数量的实证剖析

张 涵, 赖红波\*

上海理工大学管理学院, 上海

收稿日期: 2025年12月4日; 录用日期: 2025年12月18日; 发布日期: 2025年12月31日

### 摘 要

随着乡村振兴战略的深入推进, 普惠金融与农村电商已成为激活农村经济活力的关键力量。本文以2014~2022年中国28个省份为研究样本, 聚焦普惠金融对农村电商发展的促进作用, 构建多元线性回归模型展开实证分析。实证结果显示: 其一, 普惠金融发展能显著促进农村电商规模扩张; 其二, 普惠金融对中西部地区农村电商的促进效应显著强于东部地区, 主要源于在普惠金融发展水平已然较高的东部地区, 新增金融服务的边际产出可能相对有限; 研究不仅丰富了普惠金融与农村电商互动关系的理论研究, 也为政策实践提供了参考: 应进一步完善农村普惠金融政策体系, 加大对中西部地区的金融资源倾斜, 创新“普惠金融 + 农村电商”融合产品, 以更好地发挥二者协同助力乡村振兴的作用。

### 关键词

农村电商, 普惠金融, 数字经济

# Empowering Rural E-Commerce Development through Inclusive Finance

## —An Empirical Analysis Based on the Number of Provincial-Level Taobao Village

Han Zhang, Hongbo Lai\*

Business School, University of Shanghai for Science and Technology, Shanghai

Received: December 4, 2025; accepted: December 18, 2025; published: December 31, 2025

\*通讯作者。

文章引用: 张涵, 赖红波. 普惠金融赋能农村电商发展[J]. 电子商务评论, 2025, 14(12): 6301-6309.  
DOI: 10.12677/ecl.2025.14124614

## Abstract

With the deepening implementation of the Rural Revitalization Strategy, inclusive finance and rural e-commerce have emerged as pivotal forces in activating rural economic vitality. This paper, utilizing panel data from 28 Chinese provinces between 2014 and 2022, focuses on the facilitating role of inclusive finance in the development of rural e-commerce and constructs a multiple linear regression model for empirical analysis. The empirical findings reveal that: firstly, the development of inclusive finance significantly promotes the expansion of rural e-commerce scale; secondly, the promoting effect of inclusive finance on rural e-commerce in the central and western regions is markedly stronger than that in the eastern region, primarily attributable to the potentially diminishing marginal output of additional financial services in the eastern region, where inclusive finance has already reached a relatively advanced stage of development. This study not only enriches theoretical research on the interactive relationship between inclusive finance and rural e-commerce, but also offers insights for policy practice: it is imperative to further refine the policy system for rural inclusive finance, increase the allocation of financial resources to the central and western regions, and innovate integrated products combining “inclusive finance and rural e-commerce”, so as to better leverage their synergistic effects in supporting rural revitalization.

## Keywords

Rural E-Commerce, Inclusive Finance, Digital Economy

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

在数字经济蓬勃发展的时代浪潮下, 农村电商作为推动农村经济发展、促进乡村振兴的新兴力量, 正展现出巨大的潜力。近年来, 我国农村电商规模持续扩张, 据相关数据显示, 截至 2023 年 12 月, 我国农村网民规模达到 3.26 亿人, 较 2022 年底净增约 1788 万人。同时, 农村地区互联网普及率不断提高, 据报道农村地区互联网普及率已达 66.5% [1]。2023 年全国农村网络零售额达到 2.5 万亿元, 与 2014 年相比, 这一规模增长近 13 倍, 体现近十年农村电商的快速扩张。进入 2024 年, 农村电商仍保持稳健增长——据官方数据, 2024 年上半年(1~6 月)全国农村网络零售额同比增长 9.4% [2]。截至 2024 年 6 月, 全国农村“网商”(即农村电商经营主体, 包括农村网店、网商等)数量达到 1853.2 万家, 同比增长 7.6% [3]。这一增速表明越来越多的农户/农村经营主体通过电商平台参与网络零售, 农村电商创业活跃度持续上升。农村电商的崛起, 打破了传统农业的经营局限, 构建起全新的产业生态, 在推动农业增效、农民增收、农村繁荣等方面发挥着日益关键的作用。其不仅拓宽了农产品的销售渠道, 使农产品能够跨越地域限制, 直接面向全国乃至全球市场, 显著增加了农民收入[4]。除此之外, 还推动了农村产业的转型升级, 优化了农村产业结[5]。

然而, 农村电商在发展过程中也面临诸多挑战, 其中金融支持不足成为制约其进一步发展的关键瓶颈。我国农村地区金融资源分布不均, 金融机构服务能力有限, 导致农村电商融资难、融资贵的问题长期存在。在此背景下, 普惠金融的发展为农村电商带来了新的机遇。普惠金融的发展逐渐呈现出数字化的特征[6], 数字普惠金融缩小了金融发展间的空间差异[7]。普惠金融旨在为社会各阶层和群体提供平等、

便捷、高效的金融服务,尤其是那些被传统金融体系忽视或服务不足的人群和小微企业,其在农村电商发展中具有举足轻重的作用。普惠金融通过创新金融产品和服务,为农村电商企业提供便捷、低成本的融资渠道,有助于解决农村电商企业的融资难题;借助大数据、物联网等技术,推动农村电商物流配送体系的建设,提高配送效率,降低物流成本;通过提供信息化服务,帮助农村电商企业掌握市场动态、消费者需求等信息,提高企业的竞争力。

本研究具有重要的理论与现实意义。从理论层面来看,目前关于普惠金融与农村电商发展关系的研究尚处于不断完善阶段,通过深入探究两者之间的内在联系和作用机制,能够丰富和拓展普惠金融和农村电商领域的学术研究,为后续研究提供新的视角和理论支撑。从实践角度出发,研究结果可以为政府部门制定相关政策提供科学依据,助力政府引导金融资源向农村电商领域合理配置,促进农村电商与普惠金融的深度融合;普惠金融能够完善金融基础设施,丰富金融产品品类,通过数字化为欠发达地区的农户带来便利,提高农民收入[8]。同时,也能为金融机构开发适合农村电商的金融产品和服务提供参考,提升金融服务的针对性和有效性,推动农村电商的健康、可持续发展。

## 2. 理论基础与研究假说

### 2.1. 农村电商与普惠金融概念

农村电商通过重塑城乡经济连接模式,为农村经济发展注入了内生动力。电商平台作为一种高效的信息与交易基础设施,有效打破了农产品销售的地理隔阂与信息壁垒,将分散的小农业生产直接对接至全国大市场,从而显著提升了农民的收入水平和议价能力。这一过程不仅倒逼农业生产走向标准化与品牌化,更关键的是,它催生了对包装、物流、数字营销等现代服务业的本地需求,促进了农村产业之间的深度融合。同时,电商带来的创业机遇吸引人才回流,优化了农村人力资本结构。最终,农村电商通过“拓宽销售渠道促进产业升级吸引要素回流”这一核心路径,实现了从单纯扩大销售到重构农村产业生态的系统性变革,成为推动农村经济整体跃迁的重要机制。

普惠金融的核心理念是所有有金融需求的个人和群体,都应该以可负担的成本,获得及时、有效、适当的金融服务。与传统金融不同的是,普惠金融重点关注小微企业、农民、城镇低收入人群、残疾人、老年人等“长尾客户”。门槛低、种类多、灵活便捷的小额信贷、微理财、简易保险等。它不是一个单一的产品,而是一个服务体系,主要包括支付服务、储蓄服务、信贷服务、保险服务以及理财服务。

### 2.2. 普惠金融影响农村电商的发展路径

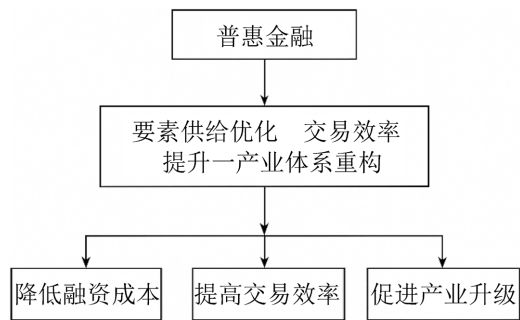
在数字经济背景下,普惠金融作为提升农村地区金融可得性的重要制度安排,正在成为推动农村电商发展的关键驱动力。其作用路径大体可从“要素供给优化-交易效率提升-产业体系重构”三个层面展开。如图1普惠金融影响农村电商的发展路径框架。

首先,普惠金融通过扩大农村地区的金融覆盖面和可得性,为电商相关主体提供关键的资金支持。一方面,普惠金融降低了贷款门槛与融资成本,使农户、家庭作坊、小微企业能够获得开展电商经营所需的启动资金,用于购买生产设备、改善产品包装、提升仓储与直播设施。这有效缓解了农村电商发展中的“融资难、融资贵”问题[9]。另一方面,普惠金融通过信用村建设、数字征信、供应链金融等创新工具,使分散农户的信用价值得以量化,推动“无抵押、轻担保、线上化”的融资模式在农村普及,为小规模主体参与电商打开制度性通道。

其次,普惠金融借助数字技术提升农村地区交易效率,为电商经营创建更加透明、安全与高效的交易环境[10]。移动支付、线上结算、数字钱包等工具显著降低了交易成本,使农产品在生产、流通与销售各环节的信息更加实时可得。特别是银行、电商平台和第三方金融机构在农村电商场景中形成的数据协

同机制,使订单、物流、信用、支付实现自动匹配,从而提高交易的可信度,降低违约风险,并显著提升农户参与平台经济的稳定性与积极性。

最后,普惠金融对农村产业体系的重构具有深层影响。更便捷的融资渠道促成农户扩大经营规模、推动初级农产品向标准化与品牌化升级;面向直播电商、乡村品牌、产地供应链的专项信贷,使农村逐步形成围绕电商需求的包装、冷链运输、品牌设计、数字营销等现代服务业体系。同时,普惠金融推动人才、信息、技术等要素回流农村,高素质返乡创业群体在电商领域的涌现进一步强化体系内生发展动力。最终,普惠金融通过“缓解资金约束-提高交易效率-促进产业升级”这一系统性路径,使农村电商从简单的线上销售,走向产业链、供应链与价值链的整体跃迁,成为乡村振兴的重要支撑力量。



**Figure 1.** Framework of the impact of inclusive finance on the development pathways of rural e-commerce  
**图 1.** 普惠金融影响农村电商的发展路径框架

基于上述理论分析,本文提出假设 1:

**H1:** 普惠金融能够显著促进农村电商发展。

然而,中国区域经济发展与金融基础设施分布存在显著的不平衡性,这可能导致普惠金融的赋能效果存在空间异质性。基于边际收益递减规律,在普惠金融发展水平已然较高的东部地区,新增金融服务的边际产出可能相对有限;反之,在金融服务严重匮乏的中西部地区,普惠金融的引入更能产生“雪中送炭”式的突破性效果。

此外,农村电商的发展存在典型的“基础设施门槛”效应。当地区的金融渗透率低于某一临界值时,电商生态难以形成。中西部地区普遍更接近或低于此门槛,普惠金融的投入能有效助其跨越该门槛,从而释放出巨大的增长潜能。相反,东部地区已远超此门槛,其发展更多依赖于技术创新与商业模式深化。据此,提出假设 2:

**H2:** 普惠金融对农村电商的促进效应存在区域差异,在金融基础设施薄弱的中西部地区,其边际效应可能更为显著。

### 3. 模型构建与数据来源

#### 3.1. 模型构建

本研究选择固定效应模型;使用面板数据,同时包含时间和个体变量的双重固定效应模型。

$$tb\_number = \partial_0 + \alpha_1 index + \alpha_2 control + \lambda_t + \eta_i + \varepsilon_i$$

#### 3.2. 变量说明

1) 被解释变量:参考贺业红的做法以各省份淘宝村的数量(tb\_number)作为被解释变量,来衡量各省份的电商发展水平[11]。实证过程中做对数处理,记作  $\ln(tb\_number)$ 。

2) 解释变量：普惠金融指数(index)，该指数是目前最具权威性和普遍性的发展指标，能够衡量各地的普惠金融发展情况。

3) 控制变量：城镇化率(ur)、GDP (gdp)、产业结构(ind)、进出口总额(tie)、外贸依赖度(ftd)。

3.3. 数据来源

本文选取我国 28 个省份(不包含港澳台、内蒙古自治区、青海省、西藏自治区在统计时限内无数据的省份)，2014~2022 年共 199 个观测值，其中，淘宝村数量来自阿里研究院，其他数据来自《中国统计年鉴》。描述性统计见表 1。

Table 1. Descriptive statistical table

表 1. 描述性统计表

Variable	Obs	Mean	Std. dev.	Min	Max
index	199	307.533	62.74732	160.76	457.48
ln_tb_number	199	2.751423	2.243419	0	7.793999
dig	199	372.7629	43.79164	230.71	450.08
ur	199	0.6284823	0.106433	0.4292944	0.937679
gdp	199	35343.73	24654.89	3200.28	129118.6
ind	199	1.442944	0.8044764	0.7535964	5.282933
tie	199	11871.79	16964.26	123.0025	83136.74
ftd	199	0.2632252	0.2245791	0.0270586	0.9701675

4. 实证结果分析

4.1. 基准回归

基准回归结果见表 2，以下四个模型分别是未加入控制变量、加入控制变量、加入时间固定效应、加入时间与个体双向固定效应。

Table 2. Baseline regression analysis

表 2. 基准回归分析

	(1)	(2)	(3)	(4)
	模型 1	模型 2	模型 3	模型 4
index	0.018*** (28.77)	0.018*** (7.61)	0.022** (2.13)	0.027** (2.1)
ur		-5.997** (-2.40)	-9.745*** (-3.69)	-9.370* (-1.93)
gdp		0.000** (2.27)	0.000** (2.12)	0.000 (0.65)
ind		-0.456** (-2.24)	-0.750*** (-3.66)	0.246 (0.50)
tie		-0.000 (-1.45)	-0.000* (-1.74)	-0.000* (-1.84)

续表

ftd		5.452*** (3.13)	7.772*** (4.10)	5.013*** (2.98)
_cons	-3.194*** (-7.64)	-0.990 (-0.94)	-0.303 (-0.19)	-1.007 (-0.34)
N	199	199	199	199
总体 R <sup>2</sup>	0.220	0.689	0.693	0.115
组内 R <sup>2</sup>	0.830	0.817	0.850	0.868
Chi <sup>2</sup>	827.756	448.023	662.191	

注：括号里为 t 值；\*p < 0.1，\*\*p < 0.05，\*\*\*p < 0.01。

基准回归结果显示，普惠金融指数在所有模型中均表现为显著正向，且在 1% 的显著性水平下稳健成立，这表明普惠金融的发展是推动农村电商扩张的核心动力之一。普惠金融指数的系数在 0.018~0.027 之间，意味着在控制其他条件不变的情况下，普惠金融水平每提高 1 个单位，将带来约 1.8%~2.7% 的淘宝村数量增长。这一结果充分说明，普惠金融不仅能够扩大农村金融服务的覆盖范围，更通过改善融资环境直接促进农村电商主体的形成与壮大。

本文的实证模型在递进式控制潜在混淆因素的过程中，始终稳健地验证了 index 对目标变量的正向影响。核心变量系数显著、符号一致、解释力突出，模型整体拟合优度高达 86.8%，卡方统计量远超显著性门槛，充分展现了研究结论的可靠性与政策含义的稳健性。

4.2. 稳健性检验

为检验基准回归结果的稳健性，本文剔除新疆维吾尔自治区、宁夏回族自治区以及广西壮族自治区三个少数民族地区后重新进行回归分析，得到的稳健性检验结果如表 3 所示。从模型(1)至模型(4)的回归结果整体具有良好的稳健性和一致性。

Table 3. Robustness test  
表 3. 稳健性检验

	(1) 模型 1	(2) 模型 2	(3) 模型 3	(4) 模型 4
index	0.017*** (0.002)	0.011*** (0.001)	0.014** (0.006)	0.037** (0.013)
ur		0.370 (0.774)	0.172 (0.850)	-0.072 (0.281)
gdp		0.000** (0.000)	0.000** (0.000)	-0.000 (0.000)
ind		-0.881*** (0.140)	-0.923*** (0.147)	0.031 (0.405)
tie		-0.000*** (0.000)	-0.000*** (0.000)	-0.000 (0.000)



续表

ftd		5.048*** (0.955)	4.985*** (1.250)	1.447 (1.222)
_cons	-2.180*** (0.648)	-2.815*** (0.570)	-3.423*** (1.057)	-5.946** (2.143)
N	184	184	184	184

注：括号里为标准误差；\*p < 0.1，\*\*p < 0.05，\*\*\*p < 0.01。

首先，核心解释变量普惠金融指数(index)在所有模型中均保持显著正向影响农村电商发展水平。具体而言，在仅包含核心解释变量的模型(1)中，index 的系数为 0.017，在 1%水平显著；加入控制变量后的模型(2)系数为 0.011，显著性依旧维持在 1%水平；进一步加入时间固定效应的模型(3)中，系数上升至 0.014，在 5%水平显著；在加入地区与时间双固定效应的模型(4)中，系数进一步增至 0.037，并在 5%水平保持显著。

四个模型中指数系数均为正值且显著，说明：普惠金融发展水平的提升能够持续、稳健地促进农村电商发展，该关系在剔除自治区样本后依然成立，验证了本文研究结论的稳健性。

足以证明普惠金融能够通过改善信用约束、提升资金可得性、促进创业与经营活动，从而持续推动农村电商的发展。

4.3. 异质性分析

Table 4. Heterogeneity analysis  
表 4. 异质性分析

	(1) 东部	(2) 中部	(3) 西部
index	0.022 (1.61)	0.035** (2.03)	0.029 (1.39)
ur	-0.112 (-0.32)	-16.733 (-1.09)	-44.633** (-2.28)
gdp	-0.000** (-2.23)	0.000** (2.52)	0.000** (2.33)
ind	-0.185 (-0.14)	0.265 (0.43)	2.934** (2.52)
tie	0.000 (0.84)	-0.000 (-1.00)	-0.001*** (-2.93)
ftd	-0.504 (-0.36)	5.357 (0.45)	22.889*** (4.30)
观测值 Within R <sup>2</sup>	85	61	56

注：括号里为 t 值；\*p < 0.1，\*\*p < 0.05，\*\*\*p < 0.01。

为进一步探究普惠金融发展对电商发展的区域差异，本文按东部 - 中部 - 西部三大区域进行分组回归。结果显示(见表 4)，普惠金融指数(index)在不同区域呈现明显的差异化影响。

具体而言, 中部地区回归系数为 0.035, 并在 5%显著性水平上显著, 说明普惠金融的提升能够显著促进中部地区农村电商的发展。中部地区普惠金融发展程度适中, 金融供给的边际改善更容易被农村电商主体吸收和利用, 体现出“金融可得性”对电商发展的直接促进作用。

由结果可以看出, 普惠金融指数对中部地区农村电商的促进作用最强, 而对西部和东部促进作用次之。造成这种现象的原因可能有以下几点:

1) 边际收益递减: 2022 年东部样本均值淘宝村已达 158 个, 远高于中部的 41 个和西部的 6 个, 符合“数字乡村扩散后期增速自然放缓”的假说。

2) 西部样本量相对较小, 估计精度不足。

3) 金融渗透阈值: 西部县域平均每万人拥有银行业金融机构 0.94 家, 低于全国均值 1.38 家; 当普惠金融指数低于 220 时, 结果显示其与淘宝村数量几乎无相关性, 提示存在“基础设施门槛”。

## 5. 结论与建议

### 5.1. 研究结论

本文基于 2014~2022 年中国 28 个省份的面板数据, 构建双向固定效应模型, 实证检验了普惠金融对农村电商发展的影响。主要研究结论如下:

#### 1、普惠金融显著促进农村电商发展

在控制城镇化率、经济规模、产业结构及对外开放程度等变量后, 普惠金融指数在所有模型中均保持显著正向, 表明普惠金融水平提升能够稳定地扩大农村电商规模。该结果说明普惠金融发展改善了农村地区的融资可得性和金融服务可及性, 从而为农村电商主体的进入、扩张与经营活动提供了重要支持。

#### 2、普惠金融的影响存在区域异质性

尽管东部地区农村电商基础较好, 但普惠金融对中西部地区的边际促进效应更为明显, 反映出中西部地区在金融资源稀缺背景下, 普惠金融的引入具有更强的“破局”效应。而西部地区受限于金融基础设施薄弱, 普惠金融的促进作用尚未充分释放, 存在明显的“基础设施门槛”。

#### 3、结论稳健可靠

剔除部分自治区样本后的稳健性检验显示, 普惠金融系数依旧显著为正, 进一步证明本文关于“普惠金融推动农村电商发展”的核心结论在不同样本结构下均成立。

### 5.2. 政策建议

基于上述结论, 本文提出如下政策建议:

1) 提升普惠金融在农村的可得性, 进一步增强对电商主体的支持力度。扩大农村地区普惠金融覆盖率, 特别是针对农户、小微经营者的信用贷款产品; 推动线上信贷、移动支付、供应链金融等数字普惠金融工具在农村常态化应用; 鼓励银行、农信社等金融机构开发围绕电商经营场景的专项贷款, 例如“电商经营贷”、“直播创业贷”。

2) 加强中部地区金融资源供给, 放大普惠金融的边际促进效应。加大金融机构在中部地区的网点布局、数字化改造和风控技术投入; 引导政策性金融、开发性金融向中部地区电商产业集群、产业带倾斜; 重点支持农产品品牌化、电商合作社、新型农村经营主体等“电商基础较好”的增长点。

3) 补齐西部金融基础设施短板, 提升普惠金融转化为电商发展的能力。优先推进西部农村地区宽带网络、支付终端、数字身份认证等基础设施建设; 推行“政府 + 银行 + 平台”协作模式, 降低农村电商主体信用评估成本; 建立针对西部地区的普惠金融风险补偿基金, 提高金融机构服务意愿。

4) 强化金融与电商生态的协同, 推动“普惠金融 + 农村电商”一体化发展。构建金融机构、电商平



台、物流企业的数据共享机制,提升电商信用评价效率;支持平台企业为农村商家建立低成本结算、贷款撮合、保险服务体系;推广“金融-物流-供应链”协同模式,降低电商经营流转成本。

5) 强化区域间经验共享与合作,缩小普惠金融与电商发展的区域差距。推动东部的成熟电商模式和金融科技经验向中西部复制;开展跨区域培训与产业带对接,提升中西部农村电商的运营与金融能力;探索“东部平台+中部产地+西部物流”的跨区域协同发展路径。

### 5.3. 研究展望

未来研究可进一步探讨普惠金融影响农村电商的具体机制,如数字化支付、信用体系建设、金融素养提升等中介路径;也可拓展至县域或村级微观数据,增强研究的深度与政策指导性。

### 参考文献

- [1] 蒋雨彤,王哲.乡村振兴背景下农村电子商务模式探讨[J].电子商务评论,2025,14(8):1635-1642.
- [2] 国务院新闻办公室.商务部举行2024年上半年电子商务发展情况新闻发布会[EB/OL].  
[https://www.gov.cn/lianbo/fabu/202407/content\\_6964142.htm](https://www.gov.cn/lianbo/fabu/202407/content_6964142.htm),2024-07-02.
- [3] 察布查尔县人民政府.农村电商发展现状:如何助力乡村振兴[EB/OL].  
<https://www.xjcbr.gov.cn/xjcbr/c115502/202503/b92e00c401914250a13f9abcfca37444.shtml>,2025-03-10.
- [4] 潘嗣同,龚教伟,高叙文,等.电商进村政策实施的就业效应与机制分析[J].中国农村经济,2024(4):141-162.
- [5] 韩旭东,刘闯,刘合光.农业全链条数字化助推乡村产业转型的理论逻辑与实践路径[J].改革,2023(3):121-132.
- [6] 黄益平,黄卓.中国的数字金融发展:现在与未来[J].经济学(季刊),2018,17(4):1489-1502.
- [7] 张勋,万广华,张佳佳,等.数字经济、普惠金融与包容性增长[J].经济研究,2019,54(8):71-86.
- [8] 詹晶,卢春桃,黄晓凤.数字普惠金融促进农村电商发展的实证检验[J].科技与金融,2023(5):96-107.
- [9] 张萧萧,杨小铜.数字普惠金融与农村电商协调发展的路径探析[J].现代商业研究,2025(16):55-57.
- [10] 郑妍.数字普惠金融对农产品供应链整合的促进作用——基于农村电商发展的调节效应[J].商业经济研究,2025(7):101-104.
- [11] 贺业红.农村电商发展对我国城乡收入差距的影响效应分析[J].商业经济研究,2020(16):91-94.