E-Commerce Letters 电子商务评论, 2026, 15(11), 297-306
Published Online November 2026 in Hans. https://www.hanspub.org/journal/ecl
https://doi.org/10.12677/ecl.2026.15111240

Hans汉斯

农村电商赋能乡村振兴的影响研究

——基于西部地区的实证检验

谢昌财，杨琳曦

贵州大学经济学院，贵州 贵阳

收稿日期：2026年5月21日；录用日期：2026年6月1日；发布日期：2026年11月13日

摘 要

本文选取西部地区11个省份2013~2022年的面板数据，实证研究农村电商赋能乡村振兴的效果，同时引入农村人力资本和农户收入水平两个机制变量，检验农村电商赋能乡村振兴的作用机制。结果表明，第一，农村电商的发展可以有效带动西部地区乡村振兴水平的提高，进一步通过内生性及稳健性检验后，其结果依然成立；第二，西部地区中较高创业活力的区域，农村电商对乡村振兴的赋能效果更强。且农村电商对乡村振兴五个子维度赋能存在结构性差异。第三，西部地区农村电商可通过提高农村人力资本和农户收入水平间接驱动乡村振兴。

关键词

农村电商，乡村振兴，西部地区

Research on the Impact of Rural E-Commerce Empowering Rural Revitalization

—An Empirical Test Based on Western Regions

Changcai Xie, Linxi Yang

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: May 21, 2026; accepted: June 1, 2026; published: November 13, 2026

Abstract

This paper selects the panel data of 11 provinces in Western Regions from 2013 to 2022 to empirically

文章引用: 谢昌财, 杨琳曦. 农村电商赋能乡村振兴的影响研究[J]. 电子商务评论, 2026, 15(11): 297-306.
DOI: 10.12677/ecl.2026.15111240

study the effect of rural e-commerce in empowering rural revitalization. Meanwhile, two mechanism variables namely rural human capital and farmers' income level are introduced to examine the influencing mechanism of rural e-commerce on rural revitalization. The research results show that firstly, the development of rural e-commerce can effectively promote the improvement of rural revitalization level in Western regions, and this conclusion still holds after endogeneity and robustness tests. Secondly, in regions with higher entrepreneurial vitality in Western regions, rural e-commerce exerts a stronger empowering effect on rural revitalization. Rural e-commerce exerts empowering effects with structural disparities across the five sub-dimensions of rural revitalization. Thirdly, rural e-commerce in Western regions can indirectly drive rural revitalization by elevating rural human capital and raising farmers' income levels.

Keywords

Rural E-Commerce, Rural Revitalization, Western Regions

Copyright © 2026 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. 引言与文献综述

国家持续深化乡村全面振兴战略布局并不断完善西部大开发相关支持政策，先后出台了政策文件部署“数商兴农”[1]与“数字乡村建设”[2]等重点任务，引导数字经济资源向县域及农村地区下沉，推动农村电商成为激活乡村特色产业，畅通农产品的流通渠道以及拓宽农民增收渠道的重要抓手。西部地区是我国巩固脱贫成果推进乡村建设的核心区域，本土特色农业资源储备充足但受自然区位硬件基础流通条件等多重因素制约，整体发展活力与东部地区存在明显差异。如何借助农村电商破解西部乡村发展短板，推动区域经济提质增效是现阶段区域发展领域需要重点回应的现实课题。

现有研究普遍认可农村电商对乡村振兴的正向赋能作用，学者们从不同的视角验证了二者的内在关联和实践价值。早期研究聚焦农村电商的减贫与增收效应，李志平等(2021) [1]通过实证分析明确农村电商对乡村减贫和振兴发展具有显著推动作用，为后续相关研究奠定了初始的实证基础。随着研究的不断深入，学界将研究重心转向乡村振兴多维度发展层面，许菁等(2026) [2]以陕西省为研究对象开展实证分析，进一步证实农村电商能够有效带动区域乡村发展，提升乡村振兴整体水平。冯小娅等(2021) [3]以贵州省为案例展开研究，探讨了西部典型区域农村电商对农村经济的实际影响，凸显了农村电商在欠发达地区乡村发展中的重要价值。杨子晗等(2025) [4]结合数字化发展大背景，系统分析农村电商与乡村振兴的联动影响效应，进一步拓展了二者的关系研究的时代维度。

在农村电商赋能乡村振兴的核心作用机制与具体路径方面，学界形成了较为系统的研究结论。吴瑞鸿等(2025) [5]深入剖析农村电商服务乡村全面振兴的内在机理，结合乡村发展实际提出对应的实践路径。寇爽(2026) [6]从农村经济韧性视角出发，探究农村电商对农村经济发展的影响与深层作用机制，指出农村电商能够优化农村经济发展结构，提升乡村经济抗风险能力。郭晖等(2025) [7]针对乡村产业振兴这一核心维度，详细分析农村电商带来的影响效应和传导机制，明确其在产业升级中的核心作用。王小莉(2023) [8]则从科技振兴视角出发，梳理农村电商助推乡村科技发展的作用逻辑，丰富了电商赋能乡村振兴的机制研究体系。郝家静(2026)认为，西部农村老龄化带来的数字鸿沟会阻碍农村人力资本提升，抑制农村电

[1]https://www.gov.cn/lianbo/bumen/202503/content_7011866.htm
[2]https://www.gov.cn/lianbo/202609/content_7079804.htm

商对乡村产业的赋能作用[9]。多位学者针对农村电商发展实践中的问题提出优化策略，陈国声(2025) [10]、向雪(2025) [11]分别结合乡村振兴发展需求，探究农村电商高质量发展与优化升级的具体路径，牛淋等(2023) [12]聚焦农村电商可持续发展问题，提出针对性完善对策，为农村电商赋能乡村振兴提供了实践指引。从产业发展以及民生改善等细分领域来看，相关研究也形成了丰富成果。在产业振兴层面，郭馨梅等(2024) [13]引入城乡融合发展调节效应展开分析，进一步理清农村电商对乡村产业振兴的影响逻辑。都帅帅等(2025) [14]以淘宝村发展为实际案例。验证农村电商经济对乡村振兴的实际推动效果，为产业维度研究提供了实践佐证。在农户增收与就业层面。王颜齐等(2023) [15]结合乡村振兴背景，实证分析农村电商对农户增收的具体影响。罗千峰(2022) [16]借助全国乡村振兴调查数据，深入拆解农村电商增收的内在机制。田野等(2024) [17]则将研究延伸至共同富裕领域，探讨农村电商对农村居民就业的带动作用，进一步拓宽电商赋能乡村振兴的研究边界。孙晓媚(2025) [18]立足新质生产力发展背景，重新审视农村电商赋能乡村振兴的内在逻辑，让相关研究更贴合新时代发展要求。沈阳城等(2025) [19]通过实证分析，量化农村电商对乡村振兴战略实施的实际影响，让研究结论更具数据支撑。张硕等(2022) [20]对农村电商助力扶贫与乡村振兴的现有研究进行系统梳理与展望，总结了领域内研究成果和未来发展方向。李佳等(2020) [21]则早期探究农村电商发展的影响因素，为后续机制与效应研究提供了基础参考。宫中怡等(2022) [22]也围绕农村电商助力乡村振兴展开专项研究，进一步丰富了领域研究成果。

综合现有研究可以发现，国内学界已围绕农村电商赋能乡村振兴形成了涵盖效应、机制、路径以及对策的完整研究体系，但现有成果中，针对西部地区的系统性实证研究相对匮乏，对西部不同区域电商赋能乡村振兴差异化分析不够深入，且结合西部地区发展短板的针对性研究相对不足。基于此，本文以西部地区为研究对象，开展农村电商赋能乡村振兴的实证分析，进一步弥补现有研究的区域局限性，细化西部农村电商发展与乡村振兴的关联研究，为西部地区乡村振兴实践提供更具针对性的理论参考与实证依据。

2. 理论分析与研究假设

2.1. 农村电商对乡村振兴的直接影响

依托交易成本理论来看，西部地区乡村长期受地理区位交通条件与信息壁垒制约，农产品产销对接存在明显信息不对称问题，传统线下流通模式环节冗长，中间交易成本偏高，优质特色农业资源难以转化为经济发展优势。农村电商作为数字经济下沉乡村的重要载体，能够打通农产品上行与工业品下行的双向流通渠道，依托线上交易模式减少传统流通环节带来的成本损耗，拓宽本地特色农产品市场辐射范围，推动区域农业生产从传统零散模式向规模化、标准化方向转型，带动农村产业提质增效。农村电商的发展也会倒逼乡村完善物流仓储和网络通信设施等基础配套建设，提升农村公共服务水平。在民生层面，农村电商创造了大量的就近就业创业岗位，吸纳农村剩余劳动力尤其是返乡青年就地发展，稳定农村居民收入来源，缩小城乡收入差距，改善乡村民生福祉。而且农村电商带来的外部信息资源和先进发展理念持续输入乡村，推动乡村治理模式优化，从产业、民生、基建以及治理等多维度直接助力西部地区乡村振兴。

因此，基于以上分析，提出本文第一个假设。

a1：西部地区农村电商发展对当地乡村振兴水平具有显著正向直接影响。

2.2. 农村电商对乡村振兴的间接影响

基于人力资本理论来看，农村电商存在显著“干中学”效应，农户和乡村劳动力在参与电商经营线上推广和产品销售的过程中，逐步积累数字应用市场判断和经营管理能力。电商产业红利还能吸引外出

劳动李返乡创业，扩充乡村人才队伍，持续拉高农村人力资本水平。高素质劳动力可适配现代农业与乡村新业态发展，为乡村振兴筑牢内生动力。从收入传导逻辑看，农村电商打通农产品直销路径，缩减流通中间环节，有效提高农户经营收入。农户增收后既可以加大农业投入优化生产结构，也愿意增加家庭人力资本投资，形成收入提升和人才积累的双向正向循环，从经济和人才两个维度共同支持西部乡村振兴稳步推进。

基于以上分析，提出本文的第二个研究假设。

a2：西部地区农村电商可通过提高农户收入水平和积累农村人力资本间接正向助推乡村振兴发展。

3. 研究设计

3.1. 乡村振兴指标体系的构建

遵循乡村振兴指标体系数据的可获得性、有效性等原则，本文参考王青等(2023) [23]的研究，构建包含产业兴旺、生态宜居、治理有效、乡风文明以及生活富裕五个二级指标和 14 个三级指标的综合乡村振兴指标评价体系，具体指标见下表 1。

Table 1. Rural revitalization indicators
表 1. 乡村振兴指标

一级指标	二级指标	三级指标	具体指标	单位	指标属性
乡村振兴	产业兴旺	机械化水平	ln 农业机械总动力	万千瓦	+
		生产水平	第一产业增加值与地区生产总值的比值	%	+
		粮食综合生产水平	粮食单位面积产量	公斤/公顷	+
	生态宜居	现代化水平	ln 有效灌溉面积	千公顷	+
		互联网基础设施水平	农村宽带接入用户数	个	+
		绿化水平	森林覆盖率	%	+
	治理有效	医疗水平	每千人农村卫生人员数	人	+
		社会保障水平	农村最低生活保障人数与农村人口的比值	%	−
	乡风文明	城乡居民收入比	农村与城市居民收入的比值	%	+
		教育资源水平	人均公共图书馆藏量	册/人	+
		文娱水平	艺术表演团体机构数	个	+
	生活富裕	恩格尔系数	农村居民恩格尔系数	%	−
		收入水平	ln 农村居民可支配收入	元	+
		消费水平	ln 农村居民消费支出	元	+

3.2. 数据来源和变量选取

考虑到西藏地区的数据缺失较多，本文选取 2013~2022 年中国西部地区 11 个省份的年度面板数据进行实证分析研究。其中，乡村振兴指标体系的数据及行政村总数来源于《中国统计年鉴》[3]、国家统计局、《中国农村统计年鉴》[4]等，农村电商的淘宝村数据来源于阿里研究院官网 [5]。并对非比值类数据进行取

[3]https://www.stats.gov.cn/sj/ndsj/
[4]http://www.tjnjw.com/hangye/n/zhongguo-nongcun-tongjinianjian.html
[5]http://aliresearch.com/cn/activity/taobaoVillageResearchList?push_animated=1&webview_progress_bar=1&show_loading=0&theme=light

对数，防止异方差的影响。

文章中变量的选取详细见表 2。

被解释变量：乡村振兴(Rul)。采用熵值法对各省份乡村振兴水平进行测度。

解释变量：农村电商(Nds)。采用淘宝村数量占行政村数量的比重来衡量。该比值越大，说明农村电商发展得越好。

控制变量：为更准确分析农村电商赋能乡村振兴，参考已有文献，在实证分析中加入以下控制变量。对外开放水平(Ope)。用进出口贸易额与 GDP 的比值来衡量；交通运输水平。用公路里程取对数衡量；村卫生室数量(Cws)。对村卫生室数量取对数测量；经济发展水平(Eco)。采用人均 GDP 衡量。

中介变量：农村人力资本(Rlz)、农户收入水平(Ic)。农村人力资本用普通高等学校在校生数与总人口的比值表示。农村人力资本是西部乡村发展的短板，电商发展倒逼村民提升经营技能，人才力量提升可以激活乡村内生动力，补齐人才支撑短板；农户收入水平采用农村居民人均可支配收入取对数衡量。农户收入是乡村振兴的经济基础，西部农户增收渠道有限，农村电商可直接带动收入提升，进而夯实乡村发展的物质条件，形成清晰的经济传导路径。

Table 2. Explanation of relevant variables
表 2. 相关变量说明

变量类别	变量符号	变量名称	衡量方式
被解释变量	Rul	乡村振兴	乡村振兴指数
解释变量	Nds	农村电商	淘宝村数量/行政村数量
控制变量	Him	交通运输水平	ln 公路里程
	Cws	村卫生室数量	ln 村卫生室数
	Ope	对外开放水平	进出口贸易额/GDP
	Eco	经济发展水平	人均 GDP
中介变量	Ic	农户收入水平	ln 农村人均可支配收入
	Rlz	农村人力资本	在校人数/总人口

3.3. 模型设计

3.3.1. 基准回归模型

为验证假设 a1，构建基准回归模型：

$$\mathrm{Rul}_{i,t} = \partial_0 + \partial_1 \mathrm{Nds}_{i,t} + \partial_2 \sum \mathrm{Ctrl}_{i,t} + \mu_i + \theta_t + \varepsilon_{i,t} \tag{1}$$

其中，$\mathrm{Rul}_{i,t}$ 表示西部地区乡村振兴水平，$\mathrm{Nds}_{i,t}$ 表示西部地区农村电商发展水平，$\mathrm{Ctrl}_{i,t}$ 表示各个控制变量，μ_i 为省份固定效应，θ_t 为时间固定效应，$\varepsilon_{i,t}$ 为随机扰动项，下标 i，t 分别表示省份以及年份。

3.3.2. 中介效应模型

为验证假设 a2，参考温忠麟(2014)等[24]学者的做法，运用逐步回归法，构建如下中介效应模型，检验农村人力资本和农户收入水平的中介效应：

$$M_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 \mathrm{Nds}_{i,t} + \beta_2 \sum \mathrm{Ctrl}_{i,t} + \mu_i + \theta_t + \varepsilon_{i,t} \tag{2}$$

$$\mathrm{Rul}_{i,t} = \gamma_0 + \gamma_1 \mathrm{Nds}_{i,t} + \gamma_2 M_{i,t} + \gamma_3 \sum \mathrm{Ctrl}_{i,t} + \mu_i + \theta_t + \varepsilon_{i,t} \tag{3}$$

其中，$M_{i,t}$ 为中介变量，其余的变量参考模型(1)。

4. 实证分析

4.1. 变量共线性分析

为避免变量间的多重共线性问题对回归结果系数估计的偏差，本文对变量先进行方差膨胀因子检验，结果如表 3 所示，各变量的方差膨胀因子数值没有超过 10，且平均值为 3.210，没有超过 5，因此说明模型中的各个变量不存在多重共线性问题。

Table 3. Variable collinearity analysis results
表 3. 变量共线性分析结果

变量名	方差膨胀因子	1/VIF
Cws	4.930	0.203
Him	4.440	0.225
Nds	2.940	0.340
Eco	1.960	0.510
Ope	1.790	0.559
Mean	3.210	

4.2. 基准回归分析

为检验西部地区农村电商对乡村振兴的直接影响，其基准回归结果见表 4。列(1)为不加任何控制变量的影响，西部地区农村电商对乡村振兴水平的影响系数为 0.170 且在 5%的水平下显著；列(2)为加入了各个控制变量后的结果，乡村振兴的系数为 0.194 且在 5%的水平下显著，即当农村电商的发展每提升一个单位，乡村振兴水平将提高 0.194 个单位。可以看到，加入控制变量后的系数比未加控制变量的系数要小，说明了在基准回归中有其他变量对乡村振兴水平的影响。假设 1 得证。

Table 4. Benchmark regression results
表 4. 基准回归结果

变量	(1)	(2)
	Rul	Rul
Nds	0.170**	0.194**
	(2.49)	(2.20)
Him		0.213*
		(1.99)
Cws		−0.389**
		(−2.27)
Ope		0.153*
		(1.90)
Eco		−0.093**
		(−1.78)
_cons	−0.052*	4.028**
	(−1.72)	(2.29)
N	110	110
r^2	0.645	0.806
r^2_a	0.565	0.751
省份固定	YES	YES
时间固定	YES	YES

注：***、**和*表示在 1%、5%和 10%水平上显著，括号内为 t 统计量。

4.3. 内生性及稳健性检验

由于内生性问题会导致回归结果不可靠，因此本文借鉴现有研究的做法，将解释变量滞后一期作为工具变量，并采用二阶段最小二乘法进行回归，结果见表 5。在第一阶段回归当中，工具变量的 LM 统计值在 1%水平下显著，通过了不可识别检验，此外，F 统计值为 207.9，远远大于 10，表明通过了弱工具变量检验。所以滞后一期的农村电商为有效工具变量。基于列(2)的回归结果可知，农村电商和乡村振兴指数之间的相关系数为 0.319 且在 5%水平下显著，说明西部地区农村电商的快速发展对乡村振兴的促进作用仍然成立。

进一步确保研究结果的稳健性，为避免极端值对回归结果造成偏误，采取对解释变量和被解释变量进行 1%双侧缩尾处理，进而使回归结果更加稳健。结果见表 5 的列(3)，农村电商的系数在 5%水平上显著为正，与前文结论保持一致。

Table 5. Test results of endology and robustness
表 5. 内生性及稳健性检验结果

变量	两阶段最小二乘法		缩尾处理
	(1) Nds	(2) Rul	(3) Rul
L.Nds	0.724*** (14.42)	—	_
Nds	—	0.319** (2.79)	0.187** (2.21)
Him	0.021 (0.43)	0.217* (2.09)	0.206* (1.90)
Cws	0.036 (0.39)	−0.441** (−2.36)	−0.387** (−2.31)
Ope	0.052 (0.33)	0.161*** (2.44)	0.152* (1.94)
Eco	−0.072 (−0.96)	−0.102 (−1.57)	−0.079 (−1.67)
r^2	0.476	0.412	0.757
LM 统计值	260.60***	—	—
F	207.9	—	—
N	99	99	110
省份固定	YES	YES	YES
时间固定	YES	YES	YES

注：***、**和*表示在 1%、5%和 10%水平上显著，括号内为 t 统计量。

4.4. 机制检验：中介效应

为深入分析西部地区农村电商对乡村振兴水平的影响路径，本文通过中介效应模型，以农村人力资本和农户收入水平作为中介变量，结果见表 6。列(1)显示的是总效应回归结果，农村电商的系数为 0.194 且在 1%水平上显著，再次验证了农村电商对乡村振兴的正向促进作用。列(2)显示农村电商对中介变量农村人力资本的系数为 0.006 且在 1%水平下显著，表明农村电商的发展会促使西部农村劳动力主动学习线上运营市场推广等实用技能，带动乡村劳动力整体素质提升。列(3)是加入中介变量农村人力资本的回归

结果，农村电商系数为 0.177，同样在 1%水平下显著为正，表明西部地区农村电商可以从人才层面为乡村振兴注入内在发展动力。列(4)的结果表明农村电商对农户收入的系数为 0.090 且在 1%水平下显著为正，原因在于电商拓宽了西部农产品的销售市场、减少销售环节等方式让农户获得更多经营性收益。列(5)是加入中介变量农户收入进行回归的结果，可见农村电商的系数为 0.138，在 5%水平下显著，表明农户收入稳步提高后能够加大农业生产投入，改善家庭生活条件的同时拉动乡村消费活力，稳固乡村产业根基，从经济层面为乡村振兴提供了物质保障。假设 2 得证。

Table 6. Test results of intermediary effect
表 6. 中介效应检验结果

变量	(1) Rul	(2) Rlz	(3) Rul	(4) Ic	(5) Rul
Nds	0.194***	0.006**	0.177***	0.090***	0.138**
	(3.57)	(2.00)	(3.19)	(4.83)	(2.28)
Him	0.213***	0.011***	0.181***	0.033*	0.192***
	(4.13)	(3.86)	(3.26)	(1.88)	(3.71)
Cws	−0.389***	−0.002	−0.382***	−0.008	−0.383***
	(−5.13)	(−0.51)	(−5.07)	(−0.32)	(−5.14)
Ope	0.153	−0.001	0.154*	−0.006	0.156*
	(1.65)	(−0.12)	(1.68)	(−0.19)	(1.72)
Eco	−0.093	0.008**	−0.116*	0.162***	−0.195**
	(−1.53)	(2.32)	(−1.86)	(7.72)	(−2.48)
Rlz			2.948		
			(1.49)		
Ic					0.626**
					(2.01)
_cons	4.028***	−0.076	4.252***	7.514***	−0.673
	(4.76)	(−1.65)	(4.98)	(25.89)	(−0.27)
N	110	110	110	110	110
r^2	0.751	0.959	0.755	0.999	0.760
省份固定	YES	YES	YES	YES	YES
时间固定	YES	YES	YES	YES	YES

注：***、**和*表示在 1%、5%和 10%水平上显著，括号内为 t 统计量。

4.5. 异质性分析

农村创业活力的强度会影响到农村电商对乡村振兴的作用，本文选择农村个体和私营就业人数总和与农村人口数量的比值来衡量农村创业活力，并按其中位数为标准，分为高创业活力和低创业活力区域，进行创业活力异质性的分组回归，结果见表 7。列(1)中，在创业活力较高的区域，农村电商的系数在 1%水平下显著为正，说明这类地区内部创业氛围浓厚，市场活跃度高，农户参与经营的意愿更强，农村电商可以充分发挥资源整合和市场拓展作用，有效带动乡村产业发展以及收入提升，进而显著推动乡村振兴建设。而列(2)中，创业活力偏低的地区该变量系数未通过显著性检验，反映出当地创业基础薄弱，经营主体数量不足，市场配套不完善，难以承接农村电商带来的发展红利，电商赋能乡村振兴的作用难以有效释放。此外，又对乡村振兴的五个子维度：产业兴旺、生态宜居、治理有效、乡风文明、生活富裕，利用熵值法来计算五个子维度的系统指数，再分别进行回归，其回归结果可以得知农村电商赋能存在结构性差异。赋能成效集中在产业治理与居民生活层面，对生态宜居带动偏弱且暂时无法有效作用于乡风文明建设，这主要是由于生态建设周期偏长，电商间接带动效果有限，而且西部多数偏远乡村文教资源

薄弱，电商发展侧重经济创收，难以短期拉动乡村藏书文娱场馆等文明配套建设。

Table 7. Heterogeneity analysis results
表 7. 异质性分析结果

变量	(1) 高创业活力	(2) 低创业活力	(3) 产业兴旺	(4) 生态宜居	(5) 治理有效	(6) 乡风文明	(7) 生活富裕
Nds	0.206* (2.12)	−0.008 (−0.23)	0.256** (2.97)	0.110* (2.16)	0.408*** (4.73)	0.694 (1.79)	0.498*** (3.90)
Him	0.107 (1.54)	0.431*** (9.25)	−0.022 (−0.35)	−0.010 (−0.28)	0.068 (0.82)	0.257 (0.59)	0.247*** (3.68)
Cws	−1.104*** (−6.69)	−0.105*** (−3.09)	0.076 (0.77)	−0.017 (−0.30)	0.034 (0.29)	−0.202 (−0.62)	−0.238** (−2.31)
Ope	−0.227 (−1.26)	0.106 (1.61)	−0.279*** (−3.17)	−0.100 (−1.09)	0.168 (1.23)	−0.583 (−0.84)	0.113 (0.73)
Eco	−0.201 (−1.46)	−0.073* (−1.98)	0.117 (1.07)	0.096*** (3.32)	0.001 (0.01)	−0.307 (−1.20)	0.237*** (3.82)
_cons	12.35*** (5.19)	0.622 (1.41)	−1.516 (−1.73)	−0.382 (−0.77)	−0.276 (−0.19)	4.505 (1.04)	−0.643 (−0.45)
N	59	50	110	110	110	110	110
r^2	0.842	0.939	0.989	0.998	0.989	0.850	0.986
省份固定	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES
时间固定	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES

注：***、**和*表示在 1%、5%和 10%水平上显著，括号内为 t 统计量。

5. 研究结论与建议

本文以西部地区 11 个省份作为研究对象，采用 2013~2022 年的面板数据，通过实证分析研究农村电商对乡村振兴的影响。研究结果可以发现，在西部地区，发展农村电商可以对乡村振兴起到有效的正向促进作用。在机制检验中可见，农村电商可通过农村人力资本以及农户收入水平间接对乡村振兴产生推动作用。异质性分析表明农村创业活力较强的区域，农村电商对乡村振兴的影响更为显著。农村电商对产业兴旺、治理有效及生活富裕的赋能效果强于生态宜居和乡村文明建设。通过内生性分析以及稳健性检验后，农村电商对乡村振兴的正向促进作用的结果依然成立。因此，基于上述的结论，作出如下政策建议：

第一，西部地区应依托农村电商对乡村振兴的传导路径，持续放大农户收入与农村人力资本的中介作用，搭建常态化电商实操培训体系，引导农村劳动力掌握线上运营、市场推广等技能，稳步提升农村人力资本存量，同时依托电商畅通农产品上行通道，缩减流通环节，拓宽销售半径，稳定并提高农户经营性收入，以收入提升夯实农村发展物质基础，以人才积累激活乡村内生动力，让农村电商通过人才培育和增收增效两条路径持续为乡村振兴提供长效支撑。

第二，结合西部区域创业活力差异实施分类施策，对创业活力较高的地区，加大农村电商资源投入与市场主体培育力度，完善产业配套与服务机制，充分释放电商赋能优势，强化对乡村振兴的推动效果；对创业活力偏低的地区，优先补齐仓储物流与创业配套软硬件短板，循序渐进培育本土小微经营主体以培育市场承接能力。同时针对电商赋能的结构性短板调整资源分配，增加生态项目配套资金投入拉长电商绿色产业链条，依托电商衍生收益反哺乡村公共文化建设，补齐乡风文明建设资源缺口，改善电商对乡村多维度建设带动不均衡的现实问题。

参考文献

[1] 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.

[2] 许菁, 刘昱汐. 农村电商助力乡村振兴发展的影响效应研究——基于陕西省的实证分析[J]. 中国市场, 2026(4): 74-78.

[3] 冯小娅, 唐小平. 乡村振兴视角下农村电商发展对农村经济的影响研究——以贵州省为例[J]. 物流科技, 2021, 44(4): 85-87.

[4] 杨子晗, 王思博. 数字化背景下农村电商与乡村振兴的影响效应研究[J]. 河西学院学报, 2025, 41(6): 97-106.

[5] 吴瑞鸿, 于伟宣. 农村电商服务乡村全面振兴的作用机理与路径选择[J]. 农村·农业·农民, 2025(12): 44-47.

[6] 寇爽. 乡村振兴背景下农村电商发展对农村经济韧性的影响及作用机制[J]. 商业经济研究, 2026(1): 112-115.

[7] 郭晖, 张威, 李景跃, 等. 农村电商对乡村产业振兴的影响效应与机制研究[J]. 商业经济研究, 2025(21): 93-97.

[8] 王小莉. 农村电商助推科技振兴乡村作用机制研究[J]. 价格理论与实践, 2023(2): 166-169+204.

[9] 郝家静. “数字鸿沟”下农村老年群体电商参与的权益保障与对策研究[J]. 老龄化研究, 2026, 13(6): 350-356. https://doi.org/10.12677/ar.2026.136363

[10] 陈国声. 农村电商发展的优化策略与助力乡村振兴的路径研究[J]. 山西农经, 2025(24): 69-71+95.

[11] 向雪. 乡村振兴战略下农村电商高质量发展路径[J]. 农业经济, 2025(4): 141-144.

[12] 牛淋, 贾德辉. 乡村振兴背景下农村电商可持续发展的策略研究[J]. 物流科技, 2023, 46(17): 66-68.

[13] 郭馨梅, 郭金阳. 发展农村电商对乡村产业振兴影响研究——基于城乡融合发展调节效应的分析[J]. 价格理论与实践, 2024(6): 34-38+224.

[14] 都帅帅, 赵雨晴. 农村电商经济与乡村振兴: 来自淘宝村的证据[J]. 晋阳学刊, 2025(6): 62-71.

[15] 王颜齐, 张佳宁, 林镇阳. 乡村振兴背景下农村电商对农户增收影响研究[J]. 价格理论与实践, 2023(8): 168-171+210.

[16] 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.

[17] 田野, 夏杰长. 农村电商、农村居民就业与共同富裕[J]. 中国流通经济, 2024, 38(6): 66-76.

[18] 孙晓媚. 新质生产力背景下农村电商赋能乡村振兴的影响研究[J]. 黑龙江科学, 2025, 16(17): 137-139.

[19] 沈阳城, 姬灵, 夏浩升. 农村电商赋能乡村振兴战略实施的实证分析[J]. 经济研究导刊, 2025(13): 9-14.

[20] 张硕, 乔晗, 张迎晨, 等. 农村电商助力扶贫与乡村振兴的研究现状及展望[J]. 管理学报, 2022, 19(4): 624-632.

[21] 李佳, 郑冰. 乡村振兴战略背景下农村电商发展的影响因素以及对策的研究[J]. 电子商务, 2020(4): 15-16.

[22] 宫中怡, 姜克银. 农村电商助力乡村振兴发展研究[J]. 农业经济, 2022(11): 131-134.

[23] 王青, 曾伏. 中国乡村振兴水平的区域差异及收敛性研究[J]. 贵州财经大学学报, 2023(1): 99-110.

[24] 温忠麟, 叶宝娟. 中介效应分析: 方法和模型发展[J]. 心理科学进展, 2014, 22(5): 731-745.