产业发展

农村电商发展对缩小城乡消费差距的影响

李书华，张盈盈

（河南工业大学经济贸易学院，郑州 450001）

摘要：共同富裕是中国经济社会发展的中长期核心目标。农村电商发展在缩小城乡差距、推动城乡消费升级等方面发挥重要作用。利用2014—2023年省级面板数据，实证分析农村电商对城乡消费差距的影响。结果表明：农村电商发展有助于缩小城乡消费差距；并且农村电商发展对城乡消费差距的影响具有显著的地区异质性；此外，其影响程度也会因地区的基础设施建设水平的不同而存在异质性。因此，政府应推动农村基础设施建设，助力农村高质量发展。

关键词：农村电商发展；城乡消费差距；泰尔指数；经济发展水平；农村基础设施水平指数

中图分类号：F323.7 **文献标志码：**A **文章编号：**1671－1807(2026)11－0142－08

城乡消费差距过大不仅是经济结构失衡的直观体现，也关乎社会公平与经济可持续发展。缩小城乡消费差距，既是破解城乡发展不平衡的关键，也是释放内需潜力、构建双循环格局关键着力点。数据显示，农村和城镇居民人均消费支出分别为19 280元、34 557元，城市人均消费支出是农村的1.7倍；农村和城镇居民生存型消费支出占总消费的比例分别为59.2%和35.7%，发展型和享受型消费支出占比分别为40.8%和64.3%[1]，农村居民的发展型和享受型消费远低于城镇居民，城乡消费有待改善。尽管目前居民消费水平呈现增长趋势，但不容忽视的是，农村居民与城镇居民在消费上存在显著差距，但在当前实施扩大内需战略背景下，如何拉动农村消费、缩小城乡消费差距亟待解决。

随着经济社会的发展和信息技术的进步，数字经济为实现共同富裕创造了新的路径。农村电商迅猛发展，逐渐成为推动农村经济发展、缩小城乡消费差距的重要动力。近几年，农村电商始终处于政策扶持的风口，从2022年中央一号文件提出“数商兴农”工程，促进农村地区电子商务高质量发展、推动农村地区消费增长，到2025年中央一号文件着重部署“快递进村”，从基础设施建设、市场主体培育到数据技术赋能等多方面给予系统性战略支持，农村电商发展也取得了骄人的成绩。商务部数据显示，2024年农村电商零售额、农产品网络零售额分别为2.56万亿元、6 833.1亿元，同比分别增长6.4%、15.8%，电子商务的即时零售通过线上线下融合的方式，不断拓展农村新的销售场景、丰富商品种类，成为扩大农村内需促进消费的重要支撑。

在农村电商蓬勃发展的今天，依托农村电商发展助力乡村振兴是可行且必要的，需要继续坚定不移地发展农村电商，使之成为建设现代乡村的重要力量，为缓解国家城乡差距问题提供支撑。同时也应认识到农村电商发展对城乡消费差距的作用存在显著地区差异，乡村基础设施建设水平的高低也会产生不同的效应。因此，为更好地深入挖掘农村电商的发展潜力，实证分析农村电商发展对城乡消费差距的影响效应，并对其影响机制进行研究，以期为农村电商的可持续发展和城乡消费的均衡化提供理论和实践支持。

1 文献综述

1.1 关于城乡消费差距的研究

城乡二元结构一直是社会经济领域研究的重点，关于城乡消费差距的研究也是学术界的热点，但对城乡消费差距原因的研究并未形成一致的结论。一部分学者强调了拉大城乡消费差距的阻碍

收稿日期：2026-01-26

基金项目：河南省哲学社会科学规划项目一般项目(2022CSH032)

作者简介：李书华(1980—)，女，河南漯河人，博士，讲师，研究方向为宏观经济；张盈盈(1999—)，女，河南周口人，硕士研究生，研究方向为农业管理。

因素,提出收入差距、人口老龄化和数字鸿沟是加剧城乡居民消费差距的重要原因[2-4];另一方面,也有部分学者认为中国城乡消费差距显现缩小的态势,在此过程中,城乡收入差距、城市化和老龄化作为关键因素,在缓解城乡消费差距的过程中起到重要的中介作用[5-6]。近年来随着新经济业态的兴起,学术界的研究视角逐渐发生转变。越来越多的学者开始从数字普惠金融[7]、产业结构[8]、数字经济[9]、乡村振兴的角度探讨其对缩小城乡消费差距的赋能效应。而在众多新经济业态中,电子商务向农村各个环节的延伸尤为关键[10]。尹志超和吴子硕[11]明确指出,电商下乡能够有效帮助农村家庭跨越空间限制,通过连接和扩大消费市场,显著降低农村家庭的消费不平等程度并释放其消费潜力。

1.2 关于农村电商对城乡消费差距的研究

有关农村电商对城乡消费差距所发挥的作用也日益受到重视,既有的研究主要分为3类:①数字经济的发展带来时代红利,农村电商发展通过"普惠性赋能"打破城乡消费壁垒,从优化消费环境、缩小收入差距[12]等方面缩小城乡消费差距;消费场景的转换、电商的渗透更好地促进了农村居民的消费,从而缩小城乡消费差距;其次,通过普惠金融发挥调节作用,研究发现总体上农村电商发展会缩小城乡消费差距。②城市和农村居民在消费条件和消费能力方面存在较大差异,数字鸿沟的排斥效应仍然存在,会加大城乡之间的消费差距[13];郑列和冯颖颖[14]通过探究不同自然地理区域对城乡消费差距的作用,得出中国电子商务的发展扩大了城乡居民消费差距。③两者的关系综合多种因素呈现不同结果;张杰和陈凌云[15]则发现在农村电商发达地区有利于缩小城乡消费差距,而在农村电商欠发达地区,反而会扩大城乡消费差距。

1.3 文献评述与可能的创新

梳理现有文献可知,学界对消费展开了多维度研究,并且多关注消费水平和消费结构;即使关于城乡消费差距的研究也多从收入差距、流动性限制等视角,多聚焦于宏观层面的"数字经济"或"数字普惠金融",从"农村电商"这个因素对城乡消费差距的实证研究尚显不足。此外,现有研究多单独分析农村电商对城乡消费差距的直接影响,鲜有将农村基础设施建设水平纳入二者关系的研究框架,忽视了基础设施作为农村电商发展基础,对其缩差效应的调节作用。本文的边际贡献是将农村基础设施建设因素纳入农村电子商务和城乡消费差距关系的研究框架内,探讨农村电子商务发展对城乡消费差距的影响及其作用的异质性,以期更好地拉动农村消费,完善农村基础设施建设,为农村电商的可持续发展和城乡消费的均衡化提供实践指导。

2 理论分析与假设提出

2.1 农村电商发展与城乡消费差距的直接影响效应

农村电商作为一种新型商业模式,通过系统性重构传统商品流通格局、创新交易模式和完善信息传播机制,深刻影响着城乡消费格局。农村电商通过提升经济的可及性夯实农村居民消费的收入基础。一方面,农村电商的发展驱动产业融合,催生了新业态、新模式、新产业,创造了更多的就业机会和职业岗位,使农民获得更多产业增值收益;另一方面,通过电商平台,农产品直接对接消费者,减少中间环节,从而提高农户的务农收入。农村居民收入的增加直接提升农村家庭的消费能力,缩小与城镇居民在消费水平和消费结构上的差距。其次,农村电商的进步缓解城乡市场分割,加速城乡均衡发展;随着城镇化水平与地区经济发展的推进,城乡基础设施日益互联互通,农村电商借此契机,有效破解了物流"最后一公里"难题,打通了工业品下行(工业品下乡)与农产品上行(农产品进城)的双向通道。这解决了早期农民因交通不便产生的采购物资的困难,基础设施的完善弱化了市场分割效应,还使农村消费者能够获取与城市趋同的价格低廉的商品,实现了消费环境与信息获取的均等化。基于此,提出如下假设。

H1:农村电商发展缩小城乡消费差距。

2.2 农村电商发展对城乡消费差距影响的异质性

伴随数字乡村战略的深入推进,农村电商在重塑城乡消费格局中发挥着关键作用,但其影响效果可能因地区资源禀赋差异而表现出非均衡性。一方面,在经济基础较好、数字基础设施完善的地区,农村电商能够迅速打通农产品上行与工业品下行的双向渠道,显著降低农村居民的交易成本,充分释放农村消费潜力,从而有效缩小城乡消费差距。另一方面,由于中国各地区经济发展水平存在显著差异,在部分中西部或欠发达地区,受限于物流网络滞后、居民数字素养不足等"数字鸿沟"的制约,农村电商的红利难以得到充分释放;且在发展初期,电商引发的要素流动甚至可能导致资源进一步向城镇集聚,使得城乡消费差距的改善效果受到局限。

基础设施是电商运转的底层支撑，但电商对其依赖并非简单的线性关系，在农村基础设施建设水平较低的地区，传统的物理阻隔导致了严重的信息不对称和高昂的空间摩擦成本，极大地压抑了农村居民的消费潜力。此时，农村电商作为一种强有力的外部技术冲击，打破了传统农村市场的封闭性，农村居民改变以往仅仅依靠子女、政府、亲戚销售农产品和购买生产、生活用品的方式，便捷的城乡交通和物流体系城镇能够产生巨大的普惠性赋能的效果和“追赶效应”，大幅降低其信息与交易成本，实现消费潜力的突变式释放，因此对缩小城乡消费差距的作用尤为剧烈且显著。相反，在基础设施水平较高的地区，城乡市场融合度本就较高，而初期的数字红利已被充分吸收，基础设施的边际效用开始递减。在这些地区，单纯依靠电商渗透来进一步打破消费壁垒的效果有限，需依赖更深层次的产业协同。基于此，提出如下假设。

H2：农村电商发展对不同地区的城乡消费差距存在异质性影响；

H3：农村电商发展对城乡消费差距的影响因农村基础设施建设水平的不同而存在异质性。

3 研究设计

3.1 模型构建与变量说明

根据上述理论关系和数据特征，建立如下实证计量模型：

$$GapConsum_{it}=\beta_0+\beta_1 Ecommerce_{it}+\eta X_{it}+\lambda_i+\upsilon_t+\varepsilon_{it} \quad (1)$$

式中：$GapConsum_{it}$为被解释变量城乡消费差距；$Ecommerce_{it}$为核心解释变量电子商务发展水平；X_{it}为一系列控制变量；λ_i为个体固定效应；υ_t为时间固定效应；ε_{it}为误差扰动项；β_0为常数项；β_1、η为系数。

3.1.1 被解释变量：城乡消费差距（GapConsum）

已有的文献在衡量城乡消费差距时，常用以下3种方式：①城乡消费差距的绝对差距或相对差距；②计算消费差距基尼系数；③何树全和王真慧[16]核算城乡消费差距的泰尔指数。采用泰尔指数构建如下公式衡量城乡消费差距：

$$GAP_t=\sum_{i=1}^{2}\frac{Y_{it}}{Y_t}\ln\frac{Y_{it}/Y_t}{P_{it}/P_t} \quad (2)$$

式中：GAP_t为某省份t年城乡居民消费差距；$i=1$代表城镇，$i=2$代表农村；Y_{it}为某省份t年城镇、农村居民消费支出；Y_t、P_t分别为某省份t年居民消费总支出、居民总人口数；P_{it}为某省份t年城镇、农村居民人口数。

3.1.2 解释变量：农村电子商务发展水平（Ecommerce）

综合考量数据的可获得性，选用农村实际网上零售交易量来表示农村电商发展水平。

3.1.3 控制变量

利用泰尔指数测算城乡收入差距（Urig），利用人均GDP衡量地区经济发展水平（GDP），以城镇人口在地区总人口中所占的比重代表城镇化水平（Town），以各省老年人口抚养比衡量老龄化（Old），以各省进出口总值与GDP的比值来衡量对外开放水平（Open）。变量定义见表1。

表1 变量定义

变量名称	变量符号	变量定义
城乡消费差距	GapConsum	城乡居民消费差距泰尔指数
农村电子商务发展水平	Ecommerce	农村网上零售额/CPI，取对数
城乡收入差距	Urig	城乡居民收入差距泰尔指数
经济发展水平	GDP	人均GDP，取对数
城镇化水平	Town	城镇人口/总人口
老龄化	Old	老年人口抚养比，取对数
对外开放水平	Open	各省域进出口总值/GDP
农村基础设施建设水平	Ric	农村基础设施水平指数

3.2 数据来源

选取2014—2023年全国31个省份（因数据缺失，未包含港澳台地区）面板数据。数据来源为历年《中国统计年鉴》、中国互联网信息中心以及各省份统计年鉴。对于部分年份的缺失值采取线性插值法来补齐。同时，为了避免物价对数据解读的干扰，对本文的部分变量以CPI（居民消费价格指数）进行指数平减。此外，为消除异方差的影响，提升数据平稳性，对部分数值差距较大的数据进行自然对数处理。

3.3 描述性统计

变量描述性统计见表2。其中，泰尔指数是衡量社会公平性的指标，并且数值越大越不平等。以泰尔指数衡量的城乡消费差距均值是0.049，最大值和最小值分别为0.168和0.011，各省城乡消费差距存在明显的地区异质性。图1为城乡居民消费及城乡居民消费差距情况，2024年城乡居民人均消费分别为34 557元和19 280元，城乡消费相对差距呈现下降趋势。图2为2014—2024年东、中和西部地区城乡居民消费比，东部地区城乡消费差距远低于中、西两部地区，说明城乡消费差距仍存在地域鸿沟问题。

表 2　变量描述性统计

变量	平均值	标准差	最小值	最大值
GapConsum	0.049	0.028	0.011	0.168
Ecommerce	1.369	1.973	−4.202	5.289
Urig	0.078	0.035	0.016	0.178
GDP	11.006	0.429	10.131	12.207
Town	0.616	0.119	0.262	0.895
Old	2.798	0.301	1.946	3.421
Open	0.249	0.244	0.008	1.134
Ric	9.726	0.812	7.034	10.897

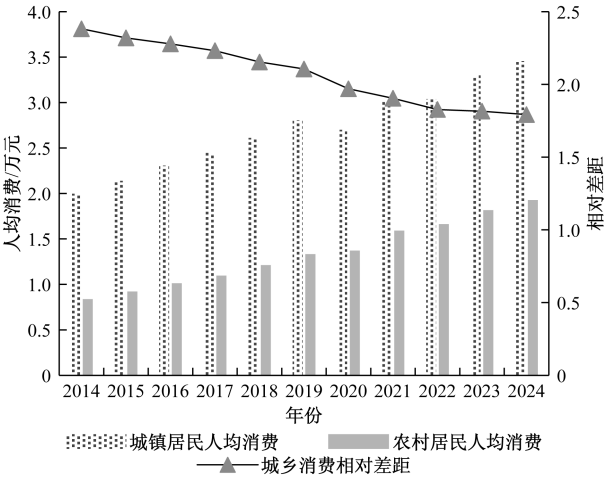


图 1　2014—2024 年城乡居民消费及其相对差距

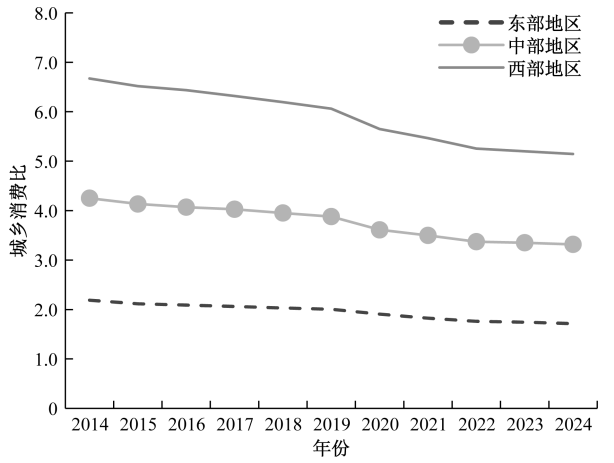


图 2　2014—2024 年东、中和西部地区居民城乡消费比

农村电商发展水平指数最大值为 5.289,最小值为 −4.202,标准差在所有变量中最大,达到 1.973。标准差衡量的是数据的分散程度,标准差越大,说明数据越分散;标准差越小,数据越集中。说明不同地区农村电子商务发展水平存在区域发展不平衡的现象,图 3 为东、中、西部地区的农村互联网零售交易额,东部地区农村网络零售额在各年份均大幅度领先于中部和西部地区,且后两者增长幅度和绝对规模都较小,数据差异较大,各省份在

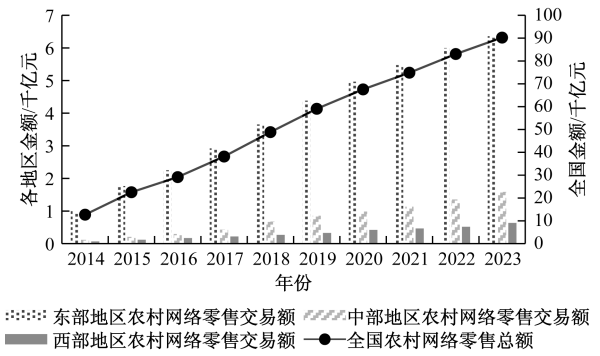


图 3　2014—2023 年东、中和西部地区农村网络零售交易额

农村电商规模上呈现出显著差异。

就控制变量而言,地区经济发展水平的标准差最大,达到 0.429,说明农村居民收入高低悬殊,地区经济发展极不平衡;其余各个变量的标准差较小,均小于 1,说明 2014—2023 年各省份之间的变化相对平稳。

4　实证分析

4.1　基准回归分析

采用方差膨胀因子(VIF)来检验模型中的变量之间是否存在多重共线性,一般认为 VIF 值小于 10 表明不存在多重共线性。VIF 的多重共线性检验结果见表 3,VIF 最大值为 6.540,平均值为 3.840,小于临界值 10,因此认为变量之间不存在多重共线性问题。同时,通过引入个体或时间的固定效应来消除各省份由于差异化所带来的影响,进行 F 检验和豪斯曼检验来确定最终模型。根据表 4 的 F 检验和 Hausman 检验结果,P 值为 0.000 0,在 1%的水平下拒绝原假设,确定使用固定效应模型效果更佳。

首先将农村电商发展与城乡消费差距进行回归,然后再依次加入控制变量进行回归分析。基准

表 3　多重共线性 VIF 检验结果

变量	VIF
城镇化水平	6.540
城乡居民收入差距	4.801
对外开放水平	4.269
农村电子商务发展水平	3.358
老龄化	2.463
经济发展水平	1.610
平均值	3.840

表 4　F 检验和 Hausman 检验结果

F 检验		Hausman 检验	结论
统计值	P	P	固定效应模型更优
38.01	0.000 0	0.000 3	

回归结果见表5。R^2 随着控制变量的加入不断增加，说明数据拟合程度较好。表5列(1)为农村电商发展对城乡消费差距的回归结果，可以看出其结果显著为负，说明农村电商发展能够缩小城乡消费差距，假设H1得到验证。

通过对控制变量的观察可知，城乡收入差距系数在1%的水平上显著为正，这与库兹涅茨曲线上升阶段的收入差距特征相契合，即在这一阶段城乡收入差距与城乡居民消费差距呈同步变动的趋势[17]。这一可能的原因是农村电商通过重构流通网络与驱动产业融合，有效缓解了农村居民的流动性约束，夯实了其消费的绝对收入基础。更为重要的是，由于农村居民的边际消费倾向普遍高于城镇居民，电商赋能所带来的收入促增效应能够以更高的乘数转化为实际消费支出。

经济发展水平系数为－0.026，通过1%显著水平检验且为负，经济发展水平每提高1个单位，城乡消费差距平均减小0.026个单位，说明随着区域整体宏观经济向好，经济增长的“涓滴效应”逐渐显现。经济发展水平的提高为统筹城乡发展提供了坚实的物质基础，进而带动下沉市场消费水平的整体跃升。但系数绝对值仅0.026，说明这种带动作用较弱，可能因城乡经济发展不同步导致效果有限。

城镇化水平的系数为－0.107，意味着城镇化水平每提高1个单位，城乡消费差距会降低0.107个单位。城镇化过程中，以青壮年为主的农村人口向城镇转移，其收入水平和消费观念向城市靠拢，并且可能通过返乡消费等方式提高农村家庭消费能力。同时，城镇化推动城乡基础设施更加完善，这种物理阻隔的打破与农村电商的市场整合效应形成了有益协同，共同推动了消费差距的收敛。

老龄化程度的影响系数为正，且在1%的水平上显著，说明人口老龄化的人口特征扩大了城乡消费差距，可能是因为农村青壮年劳动力的流失使得农村老龄化问题更为严峻。基于生命周期理论，老年群体的预防性储蓄动机较强致使医疗等刚性支出挤占了享受型消费，从而在整体上拉大了与城镇居民的消费结构差距。

对外开放水平的系数为0.018且在1%的水平上显著，说明对外开放水平与城乡消费差距呈正相关关系，其可能的原因是在特定的发展阶段，外资引入与外贸资源往往具有“城镇偏向性”，从而使得这些要素更多集聚于基础设施完善的城镇地区，加速城镇居民收入增长，而农村地区因受基础设施薄弱、人力资本不足的影响，难以受益于对外开放的便利，拉大城乡消费差距。

4.2　稳健性检验和内生性处理

为了提高验证结果的可靠性和稳定性，进一步探讨可能产生的内生性问题，将解释变量农村电商发展水平的滞后1期纳入模型，并且采用最小二乘法进行回归。内生性检验结果见表6。表6列(1)的回归结果显示，滞后1期的农村电商发展水平的系数显著为－0.007，说明上一期农村电商发展水平越高，城乡消费差距越小，支持了农村电商发展缩小城乡消费差距的结论。

为进一步检验基准回归结果的稳健性，采取以下方法进行稳健性检验：①更换被解释变量，表6列(2)将被解释变量替换为城乡居民人均消费支出

表5　基准回归结果

变量	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
农村电商水平	－0.015***	－0.004***	－0.003**	－0.002**	－0.002**	－0.002*	－0.005***
	(－31.679)	(－4.565)	(－2.502)	(－2.017)	(－2.049)	(－1.767)	(－3.426)
城乡收入差距		0.879***	0.842***	0.828***	0.827***	0.837***	0.556***
		(15.978)	(13.959)	(11.839)	(11.915)	(11.944)	(5.838)
经济发展水平			－0.006	－0.006	－0.013**	－0.012**	－0.026***
			(－1.501)	(－1.433)	(－2.469)	(－2.374)	(－3.396)
城镇化水平				－0.012	－0.014	－0.019	－0.107***
				(－0.380)	(－0.441)	(－0.597)	(－2.649)
老龄化					0.008**	0.008**	0.014***
					(2.378)	(2.411)	(3.156)
对外开放水平						0.007	0.018**
						(1.036)	(2.355)
常数项	0.070***	－0.015***	0.058	0.064	0.111**	0.106*	0.311***
	(90.641)	(－2.797)	(1.189)	(1.246)	(2.034)	(1.937)	(3.303)
R^2	0.783	0.887	0.888	0.888	0.890	0.891	0.903

注：*、**、***分别表示在10%、5%、1%的水平上显著相关；括号内为 t 值。

表 6　内生性及稳健性检验结果

变量	城乡消费差距			
	(1)	(2)	(3)	(4)
农村电子商务发展水平	−0.007***	−0.116***	−0.004***	−0.005***
	(−4.517)	(−4.996)	(−2.785)	(−3.431)
控制变量	控制	控制	控制	控制
年份固定	控制	控制	控制	控制
个体固定	控制	控制	控制	控制
R^2	0.906	0.844	0.902	0.904
F	161.526	95.003	162.244	143.224

注:*、**、***分别表示在 10%、5%、1%的水平上显著相关;括号内为 t 值。

之比;②更换控制变量,表 6 列(3)将控制变量对外开放水平更换为衡量基础教育水平的文盲率之后取对数处理;③剔除直辖市,不同地区之间存在着显著的经济差异,因此列(4)是剔除北京、天津、上海和重庆 4 个直辖市之后进行回归的结果。表 6 列(2)～列(4)显示,3 种稳健型检验结果都统计显著,说明本文的基准回归具有较强的稳健性,进一步验证了农村电商发展对城乡消费差距的缩小作用。

4.3　异质性分析

4.3.1　地区异质性分析

鉴于中国地区之间的经济发展水平和政策支持水平具有明显的差异性,因此,借鉴万青云和熊晓炼[18]的做法将全国分为东部、中部和西部 3 大地区并且分别进行回归。其中为了增强系数的可读性,对变量城乡消费差距数据×100 处理(下同),结果见表 7。东部地区的系数为−0.417,且在 1%的水平上显著,中部和西部地区系数为 0.554 和−0.337,并且后两者不显著,说明农村电商的发展对城乡消费差距的影响存在明显的地域异质性,假设 H2 得到验证。

东部地区电子商务发展明显地改善了城乡消费差距的扩大,原因是东部地区具备成熟的数字基础设施与高水平的人力资本双重优势,完美契合农村电商发展的需求。一方面,高度整合的城乡物流网将加速“城乡市场整合效应”最大化,大幅降低了农村居民的消费成本;另一方面,农民较强的数字素养使其能够高效利用电商渠道实现农产品上行,将电商红利迅速转化为实质性的“收入促增效应”;这将有利于缩小城乡消费之间的差距。

中部地区农村电商发展对城乡消费差距有微弱扩大效应。中部地区正处于短期“虹吸效应”显著的城镇化加速期,核心资源向城镇集聚。从其本质来说,在这一阶段,电商渠道的下沉表现出典型

表 7　地区异质性与城乡消费差距

变量	东部	中部	西部
农村电子商务发展水平	−0.417***	0.554	−0.337
	(0.157)	(0.516)	(0.248)
控制变量	控制	控制	控制
年份固定	控制	控制	控制
个体固定	控制	控制	控制
adj. R^2	0.890	0.916	0.908

注:*、**、***分别表示在 10%、5%、1%的水平上显著相关;括号内为标准误。

的单向特征:即高效的物流加速了工业品下行,刺激了农村居民的消费支出;但受制于农村青壮年劳动力流失与产业配套不足,农产品上行的创收渠道不畅。电商渠道使得农村地区更多地作为“消费市场”而非“生产基地”被卷入数字经济,农村居民的消费支出增加的同时有效收入增长未能同步跟上,进一步加大了电商发展不均衡的问题。

对于西部地区而言,农村电商的发展和国家政策的倾斜能较大程度地发挥边际改善作用,西部地区农村电商有缩小差距的潜力,但可能是农村受限于基础设施门槛效应制约,极高的物流边际成本和信息壁垒使得电商降低交易成本的优势被地理劣势所抵消。此外,西部各省份内部发展的不均衡会使得部分受政策强力扶持的地区与其他偏远地区效果差异巨大,电商的普惠性未能有效发挥,因此效应并不显著。

4.3.2　地区发展条件异质性分析

根据地区农村基础设施建设水平(Ric)的差异进行异质性分析。由于农村基础设施建设水平难以用单一的指标进行衡量,参考蔡起华等[19]的做法,选取各省交通信息类、水电类和福利性基础设施建设 3 个层面 7 个维度(表 8),利用熵权法计算得出各省农村基础设施建设水平。

为了考察不同农村基础设施水平下,农村电商发展对城乡消费差距的影响,首先对各地区 2014—2023 年的农村基础设施建设水平数据取平均值,对这些数值排序之后按照中位数分为两组,将高于样本基础设施建设水平(Ric)50%分位数的视为 Ric 水平较高组,其余视为 Ric 水平较低组,并且分别进行回归,结果见表 9。

由表 9 结果可以看出,低 Ric 地区的系数为−0.643,农村电商的发展在基础设施建设水平比较低的地区具有显著的缩小作用。农村电商发展驱动基础设施优化,既为农村居民获取城市商品服务、实现趋同消费体验与理性多元选择创造条件,

表8　农村基础设施建设水平综合评价体系及指标权重

一级指标	二级指标	计算方法	性质	熵值	权重
交通信息类基础设施	农村家庭每百户移动电话数	农村家庭每百户移动电话数	正向	0.961	0.083
	农村宽带接入用户	农村宽带接入用户	正向	0.826	0.380
	农村邮政投递路线	农村投递路线	正向	0.919	0.176
水电类基础设施	农村人均用电量	农村用电量/乡村人口	正向	0.961	0.083
	农村有效灌溉覆盖率	有效灌溉面积/农作物总播种面积	正向	0.959	0.089
福利性基础设施建设	农村医疗卫生密度	医疗乡村医生和卫生人员/乡村人口	正向	0.979	0.045
	每千人村卫生室数	每千人村卫生室数	正向	0.935	0.140

表9　地区发展条件异质性回归结果

变量	高 Ric	低 Ric
农村电子商务发展水平	0.002	−0.643***
	(0.363)	(0.172)
控制变量	控制	控制
年份固定	控制	控制
个体固定	控制	控制
adj. R^2	0.900	0.867

注：*、**、***分别表示在10%、5%、1%的水平上显著相关；括号内为标准误。

又通过完善信息获取机制增强其市场风险应对能力；同时，基础设施升级促进城乡要素双向流动，加速农产品上行与城市资源下乡，推动城乡消费融合，最终有效缩小城乡消费差距。因此在低 Ric 地区，电商作为新的变量介入时，更能够发挥对城乡消费差距的缩小作用。

然而，对于基础设施水平比较高的地区而言，高 Ric 地区的系数是 0.002，并且不显著，可能的原因是基础设施的边际作用在递减，电商的破壁效果相对于低 Ric 地区有限，其作用需与收入分配、产业升级等其他措施协同推进才能进一步显现。这就要求各地区在制定政策时对低 Ric 地区需重点补足基础设施、提升居民收入和教育水平，帮助其跨越门槛，释放电商的消费升级潜力。综上，假设 H3 得到验证。

5　研究结论及对策建议

以 2014—2023 年省级面板数据进行实证研究得出：农村电商发展有利于缩小城乡消费差距；并且这种效应会因地区发展水平和农村基础设施建设呈现出显著的差异。基于研究结论提出如下改进建议。

(1)地方政府和行业协会联合农民和农产品企业大力推进“电商＋特色农业”“电商＋乡村旅游”等互助合作模式，运用农村电商的强大资源整合能力挖掘乡村本地特色资源，建立地方特色农产品品牌、发展特色农产品电商化，通过注册地理标志商标，提升农产品的品质和知名度。

(2)农村电商发展涉及生产、销售、物流、服务等方面，应结合不同地区农村资源禀赋、产业基础和市场需求打造符合本地发展条件和比较优势的差异化电商发展模式。一方面，对于农村电商成熟地区大力推动新业态出现，搭建多层次农村电商服务平台；另一方面，对于电商发展较落后的偏远农村，政府应加大政策投入，通过补贴政策支持推动县级物流配送中心、乡镇快递网点数字化改造。

(3)要持续升级农村地区的数字基础设施，通过持续迭代并优化乡村宽带网络设施拓宽网络信号覆盖范围，并大幅度提升数据传输速率，进而保障其进行线上支付与网络购物时的便捷性与流畅体验；深入推进“快递进村”策略，以城乡交通网络为核心，加快构建连接城乡主干道及其支线的公路网络，提升城乡公路密度与通行效能。

参考文献

[1] 魏锋华，韩磊. 中国农村经济形势分析与预测(2024—2025)[M]. 北京：社会科学文献出版社，2025.

[2] 齐红倩，席旭文，曹莉. 中国城镇化发展缘何未能促进城乡居民消费同步增长？基于省际面板数据的实证研究[J]. 南京社会科学，2017(9)：20-27，44.

[3] 李晨菁. 人口老龄化背景下数字经济对城乡消费差距的影响[J]. 商业经济研究，2024(9)：53-56.

[4] 黄漫宇，窦雪萌. 城乡数字鸿沟会阻碍农村居民消费结构升级吗？基于中国家庭追踪调查(CFPS)数据的分析[J]. 经济问题探索，2022(9)：47-64.

[5] 吴学品，袁瑞辰. 全国统一大市场建设与城乡消费差距缩小[J]. 消费经济，2025，41(4)：14-28.

[6] 王健，赵凯. 中国城镇化、老龄化、城乡差距与经济发展研究：基于有调节的中介效应模型[J]. 当代经济管理，2020，42(7)：49-58.

[7] 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，2024，40(17)：138-143.

[8] 张进财，张欣. 产业结构服务化对城乡居民消费升级的影响机制研究[J]. 商业经济研究，2024(20)：45-49.

[9] 张进财. 乡村振兴背景下数字经济对城乡消费差距的区域差异与门槛效应分析[J]. 商业经济研究，2024(22)：51-55.

[10] 任影影，赵伟. 共同富裕视角下数字经济对农民收入的

影响及作用机制[J]. 科技和产业，2025，25(16)：287-294.
[11] 尹志超，吴子硕. 电商下乡能缩小农村家庭消费不平等吗：基于“电子商务进农村综合示范”政策的准自然实验[J]. 中国农村经济，2024(3)：61-85.
[12] 宋春雨. 数字经济发展如何影响城乡收入差距[J]. 科技和产业，2025，25(9)：339-345.
[13] 马晓琳. 互联网发展影响城乡消费差距的微观检验：考虑居民收入与社会互动的中介作用[J]. 商业经济研究，2024(2)：51-54.
[14] 郑列，冯颖颍. 电子商务对城乡居民消费差距的影响研究：基于地理区域视角的实证测度[J]. 湖北工业大学学报，2024，39(4)：112-116.
[15] 张杰，陈凌云. 农村电商发展对城乡居民消费差距的影响及差异性：基于区域差异性的比较[J]. 商业经济研究，2021(2)：46-49.
[16] 何树全，王真慧. 数字基础设施水平对城乡居民消费差距的影响：基于我国省级面板数据[J]. 商业经济研究，2025(8)：44-48.
[17] 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.
[18] 万青云，熊晓炼. 数字普惠金融对居民消费的影响研究：基于异质性的分析[J]. 商业经济，2021(10)：173-176.
[19] 蔡起华，卢家帆，于佳雯，等. 农村基础设施建设对农业绿色全要素生产率的影响研究[J]. 中国林业经济，2024(6)：1-10.

Impact of Rural E-commerce Development on Narrowing Urban-rural Consumption Gap

LI Shuhua，ZHANG Yingying
(School of Economics and Trade，Henan University of Technology，Zhengzhou 450001，China)

Abstract：Common prosperity is the core goal of China's economic and social development in the medium and long term. The development of rural E-commerce plays an important role in narrowing the gap between urban and rural areas and promoting the upgrading of urban and rural consumption. Using the provincial panel data from 2014 to 2023，the impact of rural E-commerce on the urban and rural consumption gap was empirically analyzed. It is found that the development of rural E-commerce helps to narrow the gap between urban and rural consumption，and the impact of the development of rural E-commerce on the gap between urban and rural consumption has significant regional heterogeneity，additionally，the degree of impact is also be heterogeneous depending on the level of infrastructure construction in the region. Therefore，the government should promote the construction of rural infrastructure and promote the high-quality development of rural areas.

Keywords：rural E-commerce development；urban and rural consumption gap；Taier index；economic development level；rural infrastructure level index