

数字乡村建设对农村居民家庭消费结构升级的影响

——基于县域和微观数据的匹配

吴丽丽, 成缘圆

(武汉工程大学管理学院, 武汉 430200)

摘要: 采用中国家庭追踪调查数据与《县域数字乡村指数(2018)》进行数据匹配, 研究数字乡村及其4个子维度对农村居民家庭消费结构升级的影响效应。基准回归显示, 数字乡村有利于农村家庭消费结构的升级, 机制研究表明, 农村家庭非农收入和居民数字技能水平是促进数字乡村提升消费结构升级的重要因素。异质性分析表明, 数字乡村对不同农村地区、不同特征家庭以及不同户主的消费结构升级影响具有差异性。

关键词: 数字乡村; 农村消费结构升级; 非农收入; 数字技能

中图分类号: S-9 **文献标志码:** A **文章编号:** 1671-1807(2025)06-0313-07

作为国民经济的三驾马车之一, 消费是推动中国经济增长的基础性力量^[1]。农村地区作为中国经济社会发展的基础单元, 其消费水平的提升和消费结构的优化不仅关乎农民生活质量的改善, 更是实现城乡一体化、缩小城乡差距的关键所在。同时, 在新新冠病毒全球流行的严重冲击下, 以及我国内部经济结构调整的下行压力下, 国家提出“立足于国内市场, 扩大内需”的发展战略, 在此过程中, 农村地区最具潜力与发展空间^[2]。因此, 要深入挖掘农村消费市场潜力、促进消费结构转型, 这不仅可以帮助形成强大国内市场和畅通国内大循环, 还是应对激烈国际竞争的客观需要^[3]。2018年《中共中央国务院关于实施乡村振兴战略的意见》首次明确提出“数字乡村”的概念。梳理现有文献可知, 国内学者就我国当前数字乡村战略对农村居民家庭消费结构升级的影响及其赋能路径的研究相对不足。目前学术界关于数字乡村建设的主要研究, 可分为以下三个方面: 数字乡村的概念与内涵^[4]、数字乡村的综合测度研究^[5]和数字乡村的经济效应研究^[6]。

上述文献有助于从宏观层面理解数字乡村对农村地区经济的影响效应与赋能机制, 了解数字乡村对整体国民消费的作用, 但少有研究在县域层面探讨数字乡村及其不同维度对农村家庭消费

结构升级的影响效应。鉴于此, 本文采用《县域数字乡村指数(2018)》与中国家庭追踪调查数据(CFPS)进行数据匹配, 探讨数字乡村建设总体和其四个子维度对农村居民家庭消费结构升级的影响差异。

1 理论分析与研究假设

1.1 数字乡村建设对农村居民家庭消费结构升级的理论分析

首先, 数字乡村建设为农村居民带来了更多元化的消费选择。一方面, 电商、乡村旅游等产业的出现, 助推产业结构升级、衍生了新的市场经济模式进而激发市场潜力; 另一方面, 互联网的使用有助于降低市场交易成本、拓宽消费渠道、优化消费市场^[9]。其次, 数字乡村可以满足农村居民日益多样化的消费需求。第一, 电子钱包、移动支付的普及提高了农村居民的消费体验, 通信网络的提速和智能设备的普及, 使得娱乐消费走进乡村的千家万户, 显著提升了农村居民的网路消费水平^[8]。第二, 完善的物流配送及线上售后服务, 使农村家庭能够得到更现代的大件物品^[10], 改变了农村地区的消费结构转型。据此, 提出以下假说。

H1: 数字乡村建设对农村居民家庭消费结构升级具有直接促进作用。

收稿日期: 2024-09-26

基金项目: 湖北省教育厅哲学社会科学基金项目(24Y047); 武汉工程大学研究生教育创新基金(CX2023387)

作者简介: 吴丽丽(1988—), 女, 湖北云梦人, 博士, 副教授, 硕士研究生导师, 研究方向为农业技术经济; 成缘圆(2000—), 女, 贵州遵义人, 硕士研究生, 研究方向为农业经济。

1.2 数字乡村建设对农村居民家庭消费结构升级的间接影响

1.2.1 数字乡村建设可通过提升农村家庭非农收入水平影响消费结构升级

一方面,在数字乡村蓬勃发展的背景下,各种新型服务业、平台经济、自由职业者等新就业形态应运而生^[11],促进了农村家庭非农就业^[12],进而促进非农收入增加。其一,农村电商等线上平台经济增加了农业产业链上下游对非农就业岗位的新需求^[13],从而为农村家庭从事非农工作提供机会^[14]。其二,一系列政策文件的为农户创业提供了政策保障^[15],促进农村现代化转型,创造了很多非农领域的创业机会^[16]。同时,数字乡村推动了农村地区基础设施的完善,使农村居民更方便、更容易地接触外部市场、了解外部信息^[17],激发了农村居民的创业热情。另一方面,非农收入增加对农村家庭消费结构升级有明显促进作用。首先,非农收入水平增加会提升农村家庭的总体收入水平^[18]。而收入是影响消费的决定性因素,收入水平的增加会提升家庭的购买力,进而提升农村家庭总体消费水平。据此,提出以下假说。

H2a:数字乡村建设通过增加农村家庭非农收入进而推动消费结构升级。

1.2.2 数字乡村建设可通过提升农村居民数字技能水平影响消费结构升级

黄漫宇和窦雪萌^[19]将数字鸿沟定义为城镇与农村居民在信息与通信技术(ICT)接入、使用以及主体数字信息意识层面存在的差距。由此可知,仅提高农村地区数字基础设施的覆盖率不够,农村居民还需要提高其甄别信息、处理信息以及利用信息的能力,也就是需要提升数字技能水平。

数字乡村可以显著提升农村居民的数字素养和数字技能^[20],弥合数字鸿沟。其一,数字乡村广泛利用智能化的农业生产手段促进生产方式转型升级,如机器人技术、遥感技术等。这些技术的应用要求农民掌握相应的数字技能,进行农业生产和管理,从而推动农村居民数字技能的提升。其二,在数字乡村建设过程中,一些先进的农村地区或农户通过应用数字技术改善生产生活条件、提高经济效益和社会效益,起到良好的示范带动作用。这种示范效应激发更多农民学习和使用数字技术的积极性,进而提升其数字素养和数字技能。同时,掌握数字技能不仅能够显著降低农村居民在采纳数字技术过程中的成本支出与潜在风险,还能显著提

升他们的参与能力,进而在实际应用中获取更高的收益。这种能力与收益的双重提升,激发了农村居民在移动支付以及智能农业等多元化数字领域的参与^[21]。据此,提出以下假说。

H2b:数字乡村建设通过提升农村居民数字技能水平带动消费结构升级。

2 实证设计

2.1 模型设定

2.1.1 基准回归模型

在上述理论假设基础上,通过建立以下计量模型对数字乡村建设对我国农村居民家庭消费结构升级的影响作用进行实证研究。

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 C_i + \beta_2 X_i + \varepsilon_i \quad (1)$$

式中: Y 为被解释变量农村居民家庭消费结构升级,取自然对数; C 为解释变量数字乡村建设; X 为一组控制变量; ε 为随机扰动项; β_0 为常数项; β_2 为控制变量的系数; i 为不同县域。本文关注的是系数 β_1 ,其大小和显著性水平表示数字乡村建设对农村居民家庭消费结构升级的影响效应。

2.1.2 中介效应模型

同时,为了检验解释变量(数字乡村建设)对中介变量(非农收入和数字技能)的影响。因此,在基准回归模型(1)的基础上,设定模型(2)分别对农村居民非农收入和数字技能水平进行中介效应检验。

$$M_i = \alpha_0 + \alpha_1 C_i + \alpha_2 X_i + \varepsilon_i \quad (2)$$

式中: M 为中介变量。解释变量与控制变量定义与基准回归一致。

2.2 变量选取

2.2.1 被解释变量

被解释变量是农村居民家庭消费结构升级。已有学者根据中国统计年鉴对居民消费支出的分类标准,将食品、烟酒、服装和居住消费加总生成生存型消费,将生活用品及服务、交通通信、教育文化娱乐和医疗保健消费加总生成享受和发展型消费^[22]。参考范丹和曹楠楠^[23]的衡量方法,以CFPS调查问卷中农村居民家庭享受和发展型消费加总衡量消费结构取其自然对数,该数值越大表示农村居民家庭的消费结构升级程度越高。

2.2.2 解释变量

核心解释变量是数字乡村建设水平。以北京大学新农村发展研究院和阿里研究院共同发布的《县域数字乡村指数(2018)》中的数字乡村指数这一指标测度数字乡村建设水平,数字乡村包括数字乡村基础设施、乡村经济数字化、乡村治理数字化、

乡村生活数字化 4 个子维度。

2.2.3 中介变量

以农村家庭非农收入水平和农村居民数字技能水平作为中介变量,非农收入水平参考李五荣等^[24]的衡量标准,采用 CFPS 调查问卷中家庭工资性收入,包括工资、奖金、补贴和外出打工收入,并取其自然对数。

数字技能水平参考姜扬和郑怀宇^[25]的做法,采用 CFPS 调查问卷中受访者使用互联网进行不同活动的频率衡量农村居民不同类型数字技能的掌握水平,具体为使用“互联网学习、工作、社交以及娱乐的频率”4 个变量,并按照互联网使用频率对变量进行赋值,将使用频率从低至高依次赋值为 1~5。并将这 4 个变量求和取平均值,该变量数值越大说明农村居民数字技能掌握度越高。

2.2.4 控制变量

在控制变量方面,根据已有相关文献,选取了受访者户主个体特征和家庭特征两个方面作为控制变量^[26]。户主个体特征包括户主年龄、性别、受教育程度、婚姻状况以及身体健康状况 5 个指标,家庭特征包括家庭年收入、家庭规模、家庭抚养比以及房屋产权 4 个指标。

2.3 数据来源

主要变量数据来源包括两个部分:一是来源于北京大学中国社会科学调查中心提供的公共资源数据库——中国家庭追踪调查数据(CFPS)。二是北京大学新农村发展研究院和阿里研究院共同发

布的《县域数字乡村指数(2018)》,该指数以县域为基本单元,描述了中国县域数字乡村发展的实际情况,并在此基础上构建数字乡村综合指数。在数据处理方面,采取严格的筛选和配对,最终获得了 22 个省份,共计 3 837 个农村家庭样本。

3 实证结果与分析

3.1 基准回归

利用最小二乘法(OLS)回归模型就数字乡村建设对农村家庭消费结构的影响展开分析,表 2 为基于 3 837 个农村家庭样本的基准回归结果。其中,列(1)未控制变量,列(2)为将控制变量引入模型的回归结果。两列回归显示,数字乡村建设的回归系数均为正,且在 10% 的水平上显著,即数字乡村建设能促进农村家庭消费结构升级,H1 成立。同时,进一步检验数字乡村 4 个子维度对农村家庭消费结构的影响,回归结果如表 2 列(3)~列(6)所示。4 列回归结果显示,数字基础设施、乡村治理数字化、乡村生活数字化的回归系数均为正,对农村居民家庭消费结构升级有显著正向影响,而乡村经济数字化未通过显著性检验。

乡村经济数字化影响不显著的可能原因是,许多农村居民由于年龄、受教育程度等因素,对数字化技术的接受程度和应用能力有限。部分农村居民可能不熟悉或不愿意使用电子商务平台、移动支付等新兴消费方式,受传统消费观念和消费方式的影响,导致数字化消费在农村地区的推广和应用受到一定限制。且已有文献表明,乡村经济数字化仍

表 1 变量描述性统计

变量名	变量含义及赋值	观测值	均值	标准差	最小值	最大值
消费结构升级	农村家庭享受和发展型消费加总取对数	3 837	8.72	1.40	0.69	12.85
数字乡村建设水平	数字乡村指数	3 837	51.91	9.71	22.58	82.96
乡村数字基础设施水平	数字基础设施指数	3 837	73.89	13.49	36.85	99.25
乡村经济数字化水平	乡村经济数字化指数	3 837	42.88	8.96	21.31	81.03
乡村治理数字化水平	乡村治理数字化指数	3 837	46.30	20.98	10.40	98.32
乡村生活数字化水平	乡村生活数字化指数	3 837	61.13	13.29	7.40	73.97
性别	性别:男=1;女=0	3 837	0.59	0.49	0.00	1.00
年龄	2018 年受访者年龄(周岁)	3 837	51.51	12.98	16.00	87.00
健康状况	自评健康状况:非常健康至不健康依次赋值 1~5	3 837	3.13	1.28	1.00	5.00
受教育程度	受教育年限(年)	3 837	6.39	4.19	0.00	19.00
婚姻状态	是否有配偶:有=1;无=0	3 837	0.87	0.34	0.00	1.00
家庭年收入	农村家庭纯收入(取对数)	3 837	10.54	0.99	6.55	13.64
家庭规模	2018 年家庭成员人口数	3 837	4.10	2.01	1.00	21.00
非农收入	农村家庭的工资性收入(取对数)	3 837	10.53	0.89	0.00	13.30
家庭抚养比	非劳动年龄人口与劳动年龄人口数之比	3 837	0.35	0.27	0.00	1.00
房屋产权	家庭成员是否有房屋产权有=1;无=0	3 837	0.92	0.28	0.00	1.00
数字技能	将使用互联网的频率赋值 1~5,求和取其均值	3 837	1.72	1.12	1.00	5.00
社会资本	农村家庭人情礼支出(取对数)	3 636	7.08	2.44	0.00	11.16

然是现阶段数字乡村发展的短板,中国农业数字经济渗透率不足 9%,远低于服务业 40.7%和工业 21%^[29],数字技术是经济增长的驱动力,相较于农业,在工业和服务行业有更多的应用场景,对农村经济活动的影响相对有限^[30]。

3.2 稳健性检验

3.2.1 替换被解释变量

将享受型和发展型消费中的家庭设备及日用品类以及文教娱乐类支出,分别取对数,检验数字乡村建设对农村家庭不同消费类型的影响。由表 3 列(1)和列(2)可知,数字乡村建设对两类消费回归系数均为正,均产生正向影响,与前述基准分析结果一致。

3.2.2 调整分析数据集

县域数字乡村指数平均值为 50,高水平县指数高于 80,而低水平县指数不到 20,两者差距较大,因此借鉴尹振涛等^[30]的处理方法,剔除样本中数字乡村指数最高 5%和最低 5%的样本,形成新的数据集以验证估计结果的稳健性。具体结果如表 3 列(3)和列(4)所示,回归系数显著为正,与前述基准分析结果一致。

3.3 中介效应检验

采用中介效应检验方法,对前文理论分析部分提出的农村居民非农收入和数字技能水平影响消费结构升级的作用机制进行研究,参考江艇^[32]对中介效应的分析建议,选取的中介变量对被解释变量农村家庭消费结构升级的因果关系较为清晰直观,前文已根据现有研究做出理论分析,由此实证方面重点关注解释变量(数字乡村建设)对中介变量(非农

收入和数字技能)的影响。因此,在基准回归模型(1)的基础上设定模型(2),分别对农村居民非农收入和数字技能水平进行中介效应检验。中介效应检验结果如表 4 所示,列(1)和列(2)分别为数字乡村建设对农村居民家庭非农收入和数字技能水平的回归结果,回归系数均显著为正,H2a 和 H2b 成立。

表 3 稳健性检验

	被解释变量:农村居民家庭消费结构升级			
	(1)	(2)	(3)	(4)
	家庭设备及日用品类	文教娱乐类	剔除最高 5%	剔除最低 5%
数字乡村建设	0.012*** (4.69)	0.007** (2.26)	0.004* (1.77)	0.006* (2.27)
控制变量	Yes	Yes	Yes	Yes
常数项	2.900*** (8.92)	5.964*** (12.63)	4.551*** (16.39)	4.351*** (15.21)
R ²	0.229	0.071	0.217	0.232
观测值	3 524	2 274	3 635	3 673

注:***、**、*分别代表 1%、5%、10%的显著性水平;括号内为 *t* 值。

表 4 中介效应检验

	被解释变量:农村居民家庭消费结构升级	
	(1)	(2)
农村家庭非农收入水平	0.016** (2.49)	
农村居民数字技能水平		0.004*** (2.65)
控制变量	Yes	Yes
常数项	-16.717*** (-21.22)	1.877*** (9.56)
R ²	0.376	0.358
观测值	3 837	3 837

注:***、**、*分别代表 1%、5%、10%的显著性水平;括号内为 *t* 值。

表 2 基准回归结果

	被解释变量:农村居民家庭消费结构升级					
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
数字乡村建设	0.007*** (2.92)	0.004* (1.71)				
乡村数字基础设施			0.003** (2.04)			
乡村经济数字化				0.001 (0.31)		
乡村治理数字化					0.002* (1.57)	
乡村生活数字化						0.002* (1.18)
控制变量	No	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
常数项	8.356*** (68.20)	4.276*** (14.86)	4.216*** (14.43)	4.350*** (15.15)	4.372*** (15.44)	4.330*** (15.21)
R ²	0.002	0.230	0.230	0.229	0.229	0.228
观测值	3 837	3 837	3 837	3 837	3 837	3 837

注:***、**、*分别代表 1%、5%、10%的显著性水平;括号内为 *t* 值。

3.4 异质性检验

3.4.1 基于不同区域异质性讨论

由于我国各地区的经济发展程度不均衡,因此参考孙晓琳等^[33]的做法,将全体样本根据户主个体所在省分为东部、中部、西部、东北部地区4组子样本,在此基础上做不同地区间的异质性分析,回归结果如表5所示。结果显示数字乡村建设对农村居民家庭消费结构升级的促进作用在东部和中部地区显著,而对西部地区 and 东北地区的农村家庭的消费结构未有明显影响。

3.4.2 基于农村家庭收入和社会资本的异质性讨论

进一步检验数字乡村对不同特征农村家庭消费结构升级的影响异质性。参考李刚等^[10]的做法,选取农村家庭收入和社会资本进行异质性分析,按照农村家庭总收入的中位数将样本分为低收入组和高收入组。根据CFPS问卷中“人情礼支出”这一问题的回答衡量社会资本,并依据其中位数将样本中家庭划分为低社会资本和高社会资本两组,并对其分组回归。回归结果如表6所示。列(1)和列(2)分别是基于低收入和高收入的家庭样本进行分组回归结果,列(3)和列(4)分别是基于低社会资本和高社会资本的家庭样本进行分组回归的结果,结果显示,数字乡村建设对农村高收入和高社会资本家庭消费结构升级促进的作用更明显。

表5 基于不同区域异质性检验

变量	被解释变量:农村居民家庭消费结构升级			
	(1)东部	(2)中部	(3)西部	(4)东北部
数字乡村建设	0.012** (2.24)	0.012* (1.82)	0.004 (-1.00)	0.008 (-0.65)
控制变量	Yes	Yes	Yes	Yes
常数项	3.956*** (6.95)	4.778*** (7.54)	4.690*** (10.92)	4.498*** (4.06)
R ²	0.257	0.211	0.209	0.215
观测值	932	1 093	1 559	423

注:***、**、*分别代表1%、5%、10%的显著性水平;括号内为t值。

表6 基于不同特征农村家庭的异质性检验

变量	被解释变量:农村居民家庭消费结构升级			
	(1)低收入	(2)高收入	(3)低社会资本	(4)高社会资本
数字乡村建设	0.001 (0.25)	0.008*** (3.03)	-0.001 (-0.44)	0.009*** (2.97)
控制变量	Yes	Yes	Yes	Yes
常数项	4.886*** (9.21)	4.729*** (11.19)	4.336*** (10.79)	4.875*** (11.96)
R ²	0.175	0.125	0.151	0.191
观测值	2 002	2 005	1 603	2 404

注:***、**、*分别代表1%、5%、10%的显著性水平;括号内为t值。

3.4.3 基于户主个体特征的异质性讨论

数字乡村建设对农村居民家庭消费结构升级的影响效应可能因户主的个人特征而不同,因此进一步选取户主性别和年龄2个维度进行分析,参考王军和韩悦^[34]的做法,将户主年龄为35岁及以下农村人口划分为青年组、36~55岁为中年组、55岁及以上为老年组进行年龄划分。回归结果如表7所示,结果显示,数字乡村建设对农村家庭女性户主以及中年户主的消费结构升级促进作用更明显。

表7 基于户主个体特征的异质性检验

变量	被解释变量:农村居民家庭消费结构升级				
	(1)女	(2)男	(3)青年	(4)中年	(5)老年
数字乡村建设	0.007** (2.27)	0.003 (1.16)	0.005 (-0.07)	0.005* (1.88)	0.004 (0.99)
控制变量	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
常数项	5.099*** (12.17)	3.986*** (11.19)	4.485*** (3.88)	4.714*** (13.11)	4.242*** (5.90)
R ²	0.195	0.239	0.291	0.179	0.232
观测值	1 636	2 371	258	2 572	1 177

注:***、**、*分别代表1%、5%、10%的显著性水平;括号内为t值。

4 结论与建议

伴随着“乡村振兴”和“数字中国”等国家战略的实施,数字乡村建设的覆盖面大幅提升,对于我国农村地区的生产和生活方式产生重大影响。在此背景下,数字乡村战略的稳步推进为其赋能农村地区高质量发展创造了新机遇。

因此,本文采用《县域数字乡村指数(2018)》与中国家庭追踪调查数据(CFPS)进行数据匹配,研究数字乡村建设对农村居民家庭消费结构升级的影响,并对其影响机制进行了详细讨论。研究结论如下:第一,数字乡村建设能促进农村家庭消费结构升级,其子维度-数字基础设施、乡村治理数字化、乡村生活数字化均对农村家庭消费结构升级有显著促进效应;第二,农村居民家庭非农收入和数字技能水平的提升是数字乡村发展带动家庭消费扩容提质的重要影响机制;第三,数字乡村建设对农村家庭消费结构升级的影响中,东部和中部地区农村家庭、高收入和高社会资本家庭,以及女性和中年群体更容易在消费结构升级的过程中受益。

为此,结合前文分析,提出以下建议。

第一,加强数字乡村基础设施建设。加大对农村数字基础设施的投资力度,提升西部、东北地区的网络覆盖率和质量,确保农村居民能够便捷地接入互联网,享受数字服务。推动农村电商数字服务的发展,丰富农民的消费选择,提升消费品质。

第二,推进乡村治理与生活的数字化。利用数字技术提升乡村治理水平,如建立数字化服务平台,提高政务服务的效率和透明度,增强农村居民对政府的信任感。推广智慧农业、智能家居等数字化生活方式,提升农村居民的生活品质,促进消费结构的升级。

第三,提升农村居民的收入与数字技能。通过促进农民就业、创业等方式,提高农民的非农收入,增强其消费能力。加强农村数字技能培训,提升农民的数字素养和应用能力,使其能够更好地利用数字技术改善生活和消费。

第四,关注不同群体的消费结构升级需求。针对东部和中部地区农村家庭、高收入和高社会资本家庭,以及女性和中年群体,制定更加精准的消费升级政策,满足其多样化的消费需求。加强对低收入、低社会资本家庭的关注和扶持,通过提供数字技能培训、消费券等方式,促进其消费结构的升级。

参考文献

- [1] 李涛,陈斌开. 家庭固定资产、财富效应与居民消费:来自中国城镇家庭的经验证据[J]. 经济研究, 2014, 49(3): 62-75.
- [2] 唐仁健. 扎实推进乡村全面振兴[J]. 求是, 2021(20): 39-44.
- [3] 王小华,马小珂,何茜. 数字金融使用促进农村消费内需动力全面释放了吗? [J]. 中国农村经济, 2022(11): 21-39.
- [4] 王邵军. 数字乡村建设促进农民农村共同富裕的作用机理、现实挑战与实现路径研究[J]. 南开经济研究, 2023(11): 21-36.
- [5] 张鸿,王璐. 西部地区数字乡村发展水平测度及推进路径[J]. 华东经济管理, 2023, 37(11): 70-78.
- [6] 吕普生. 数字乡村与信息赋能[J]. 中国高校社会科学, 2020(2): 69-79.
- [7] 徐旭初,徐之倡,吴彬. 数字乡村建设能够促进农村居民增收吗? ——基于 801 个县域的 PSM-DID 检验[J]. 学习与探索, 2023(12): 77-89.
- [8] 汪亚楠,徐枫,叶欣. 数字乡村建设能推动农村消费升级吗? [J]. 管理评论, 2021, 33(11): 135-144.
- [9] 张永丽,徐腊梅. 互联网使用对西部贫困地区农户家庭生活消费的影响——基于甘肃省 1735 个农户的调查[J]. 中国农村经济, 2019(2): 42-59.
- [10] 李刚,李辉高,彭代彦. 移动互联网使用对农村家庭消费的影响——基于结构与多样性二维视角的微观证据[J]. 中国人口科学, 2023, 37(2): 114-128.
- [11] 何宜庆,熊子怡,张科,等. 数字经济发展、非农就业与农民增收[J]. 统计与决策, 2023, 39(16): 111-115.
- [12] 齐秀琳,江求川. 数字经济与农民工就业:促进还是挤出? ——来自“宽带中国”政策试点的证据[J]. 中国农村观察, 2023(1): 59-77.
- [13] 周强,李阳. 县域乡村数字化发展对农村劳动力供给的影响[J]. 中南财经政法大学学报, 2024(4): 96-107.
- [14] 尹志超,吴子硕,王瑞,等. 数字乡村建设促进非农就业了吗——基于全国农村固定观察点追踪数据的实证分析[J]. 经济学家, 2024(6): 25-34.
- [15] 邹美凤,高云凤,马华,等. 数字乡村建设影响农户创业吗? [J]. 中国软科学, 2024(2): 201-211.
- [16] 钱龙,缪书超,钱文荣,等. 福兮、祸兮:自然灾害冲击对农户非农创业的影响——来自 CFPS 的经验证据[J]. 中国软科学, 2022(11): 47-56.
- [17] 涂勤,曹增栋. 电子商务进农村能促进农户创业吗? ——基于电子商务进农村综合示范政策的准自然实验[J]. 中国农村观察, 2022(6): 163-180.
- [18] 陈培彬,朱朝枝. 非农就业会促进农村居民家庭的消费升级吗? ——基于收入与偏好效应理论的实证检验[J]. 江苏农业学报, 2021, 37(3): 772-782.
- [19] 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.
- [20] 常凌翀. 数字乡村战略下农民数字化素养的价值内涵与提升路径[J]. 湖南社会科学, 2021(6): 114-119.
- [21] 苏岚岚,彭艳玲. 数字化教育、数字素养与农民数字生活[J]. 华南农业大学学报(社会科学版), 2021, 20(3): 27-40.
- [22] 李晓楠,李锐. 我国四大经济地区农户的消费结构及其影响因素分析[J]. 数量经济技术经济研究, 2013, 30(9): 89-105.
- [23] 范丹,曹楠楠. 非农就业对农村家庭消费的影响[J]. 消费经济, 2024, 40(2): 77-88.
- [24] 李五荣,周丹,李雪. 数字鸿沟对农村家庭收入的影响及机制研究——基于中国家庭追踪调查(CFPS)数据的实证分析[J]. 西南民族大学学报(人文社会科学版), 2022, 43(10): 116-127.
- [25] 姜扬,郑怀宇. 数字技能与居民幸福感——基于 CFPS2018 数据的研究[J]. 人口学刊, 2023, 45(4): 57-69.
- [26] 王奕霏,庞晓鹏,王海南. 数字化支付促进了农村居民消费升级吗? ——基于中国家庭金融调查(CHFS)数据的实证分析[J]. 华中农业大学学报(社会科学版), 2023(5): 31-41.
- [27] 董晓波. 新型数字基础设施驱动农业农村高质量发展的创新路径[J]. 学习与实践, 2023(1): 33-42.
- [28] 陈桂生,岳喜优. 乡村数字治理效能何以提升? ——基于数据、技术、平台的分析框架[J]. 电子政务, 2024(1): 90-101.
- [29] 黄季焜. 数字技术如何促进乡村振兴——兼谈农村数字金融[J]. 农村金融研究, 2023(12): 3-10.
- [30] 尹振涛,李俊成,杨璐. 金融科技发展能提高农村家庭幸福感吗? ——基于幸福经济学的研究视角[J]. 中国农村经济, 2021(8): 63-79.
- [31] 刘颖,赖凯丰. 数字乡村建设的增收效应及其传导机

- 制——基于县域面板数据的再讨论[J]. 农林经济管理学报, 2024.
- [32] 江艇. 因果推断经验研究中的中介效应与调节效应[J]. 中国工业经济, 2022(5): 100-120.
- [33] 孙晓琳, 赵佳佳, 刘天军. 数字乡村视角下老龄化与农村家庭消费研究——来自数字乡村指数与中国家庭金融追踪调查的证据[J]. 人口与发展, 2024, 30(1): 56-67.
- [34] 刘雯. 收入差距、社会资本与农户消费[J]. 中国农村经济, 2018(6): 84-100.
- [35] 张良, 徐志明, 李成龙. 农村数字经济发展对农民收入增长的影响[J]. 江西财经大学学报, 2023(3): 82-94.

Impact of Digital Rural Construction on the Upgrading of Rural Residents' Household Consumption Structure: Matching Based on County and Micro Data

WU Lili, CHENG Yuanyuan

(School of Management, Wuhan Institute of Technology, Wuhan 430200, China)

Abstract: Using data from the China Household Tracking Survey to match data with the County Digital Countryside Index (2018), the impact effect of digital countryside and its four sub-dimensions on the upgrading of rural households' consumption structure was studied. Benchmark regression shows that the digital countryside facilitates the upgrading of rural households' consumption structure, and mechanism research indicates that rural households' non-farm income and residents' digital skill level are important factors that promote the digital countryside to enhance the upgrading of consumption structure. Heterogeneity analysis shows that the impact of digital countryside on the upgrading of the consumption structure of different rural areas, different characteristics of households and different heads of households is different.

Keywords: digital rural; upgrading of rural consumption structure; non-farm income; digital skill