



中国流通经济
China Business and Market
ISSN 1007-8266, CN 11-3664/F

《中国流通经济》网络首发论文

题目：农村电商、农村居民就业与共同富裕
作者：田野，夏杰长
收稿日期：2024-01-21
网络首发日期：2024-04-07
引用格式：田野，夏杰长. 农村电商、农村居民就业与共同富裕[J/OL]. 中国流通经济. <https://link.cnki.net/urlid/11.3664.F.20240403.1010.002>



网络首发：在编辑部工作流程中，稿件从录用到出版要经历录用定稿、排版定稿、整期汇编定稿等阶段。录用定稿指内容已经确定，且通过同行评议、主编终审同意刊用的稿件。排版定稿指录用定稿按照期刊特定版式（包括网络呈现版式）排版后的稿件，可暂不确定出版年、卷、期和页码。整期汇编定稿指出版年、卷、期、页码均已确定的印刷或数字出版的整期汇编稿件。录用定稿网络首发稿件内容必须符合《出版管理条例》和《期刊出版管理规定》的有关规定；学术研究成果具有创新性、科学性和先进性，符合编辑部对刊文的录用要求，不存在学术不端行为及其他侵权行为；稿件内容应基本符合国家有关书刊编辑、出版的技术标准，正确使用和统一规范语言文字、符号、数字、外文字母、法定计量单位及地图标注等。为确保录用定稿网络首发的严肃性，录用定稿一经发布，不得修改论文题目、作者、机构名称和学术内容，只可基于编辑规范进行少量文字的修改。

出版确认：纸质期刊编辑部通过与《中国学术期刊（光盘版）》电子杂志社有限公司签约，在《中国学术期刊（网络版）》出版传播平台上创办与纸质期刊内容一致的网络版，以单篇或整期出版形式，在印刷出版之前刊发论文的录用定稿、排版定稿、整期汇编定稿。因为《中国学术期刊（网络版）》是国家新闻出版广电总局批准的网络连续型出版物（ISSN 2096-4188，CN 11-6037/Z），所以签约期刊的网络版上网络首发论文视为正式出版。

农村电商、农村居民就业与共同富裕

田野, 夏杰长

(中国社会科学院财经战略研究院, 北京市 100006)

摘要: 现阶段促进共同富裕最艰巨最繁重的任务在农村。农村电商有望通过促进农村居民就业和增收助力共同富裕的实现。基于2014—2020年共同富裕示范区浙江的县域数据,利用双向固定效应模型,实证检验农村电商与城乡居民收入之间的关系,探究农村电商在促进共同富裕中的作用。研究发现,农村电商在促进农村居民增收方面作用显著,但因其带来的农村居民收入增量小于同期城镇居民收入增量,其在缩小城乡居民收入差距方面的作用暂未显露。不过,由于农村电商能够促使农村居民收入相对于城镇居民实现更快增速,其促进共同富裕的潜力是明确的。机制分析结果表明,农村电商能够带动农村居民就业特别是在非农业的就业,使之增加经营性和工资性收入,助力共同富裕。异质性分析结果表明,农村电商对农村居民收入的提升作用在农业占比和经济发展水平高的地区更显著,在山区不显著。为更好地发挥农村电商对共同富裕的促进作用,应充分发挥政府引领作用,促进有为政府与有效市场的结合,营造农村电商发展良好环境;加快发展农村电商,特别是经济发展水平较低地区的农村电商,充分发挥农村电商促农增收作用;发展数字经济,推动农业高质量发展,鼓励农村发展多元化特色产业,夯实农村电商发展基础。

关键词: 农村电商; 农村居民就业; 城乡居民收入差距; 共同富裕

中图分类号: F325

文献标识码: A

现阶段促进共同富裕的难点和重点在于城镇居民与农村居民共同富裕,缩小城乡居民收入差距是新时期推进共同富裕的重要任务,促进共同富裕最艰巨最繁重的任务在农村^[1]。近年来,农村电商发展成效有目共睹,农村电商高质量发展有望助力解决共同富裕中最艰巨最繁重的问题。国家高度重视农村电商发展。早在2014年,中央一号文件就正式提出要加强农产品电子商务平台建设。2014—2023年,中央一号文件连续十年对

农村电商进行全面部署。发展农村电商正在成为推动农业农村经济发展的重要途径,以及助力农村地区实现跨越式发展的重要手段。

地方政府也非常重视农村电商发展。比如,2021年11月浙江省农业和农村工作领导小组办公室、农业农村厅、乡村振兴局印发的《农业农村领域高质量发展推进共同富裕行动计划(2021—2025年)》明确提出,要把加快建成电子商务专业村作为实施数字促共富的重要举措。浙江是我国

收稿日期: 2024-01-21

基金项目: 国家自然科学基金面上项目“生产网络视角下服务业技术进步影响因素、机制及路径优化研究”(72073139);教育部人文社会科学研究规划基金项目“数字基建与智能制造协同发展的机制及对策研究”(22YJA790081);中国博士后科学基金面上资助项目“新发展格局下中国宏观劳动收入份额变动的驱动因素研究”(2023M743865)

作者简介: 田野(1994—),男,湖南省常德市人,中国社会科学院财经战略研究院助理研究员,博士,主要研究方向为服务经济、全球价值链测度理论与应用、投入产出分析理论与应用;夏杰长(1964—),男,湖南省邵阳市人,中国社会科学院财经战略研究院研究员,博士研究生导师,博士,主要研究方向为服务经济与产业发展。

电子商务最发达的地区之一,也是我国农村电商发展最早、成效最显著的省份之一。根据《浙江省电子商务发展报告 2022》,2022年,浙江农村网络零售额为 11 681 亿元,占全省网络零售总额的 43.20%,占全国农村网络零售额(2.17 万亿元)的 53.80%,占全国网络零售总额的 15.70%。淘宝村是农村电子商务的典型代表,根据阿里研究院发布的淘宝村名单,2022年,浙江淘宝村数量为 2 426 个,占全国的比重为 31.18%,浙江每万农村人口拥有的淘宝村数量为 1.380 个,远高于全国平均水平(0.159 个)。根据历年浙江统计年鉴,在浙江农村电商蓬勃发展的同时,其农村居民收入也迅速增加,城乡居民可支配收入比从 2012 年的 2.61 下降到 2022 年的 1.90。那么农村电商与缩小城乡居民收入差距、实现共同富裕之间是否存在紧密联系?

一、文献综述

共同富裕包含富裕和共享两个层面^[2],现有研究对电子商务与共同富裕之间的关系进行了较为广泛的探讨,明确了电子商务在提升居民收入方面的显著作用,但对其在缩小城乡居民收入差距、促进共同富裕方面的作用存在一定的争议。

有研究认为,电子商务能够显著促进农村居民收入增长。发展农村电商能够提升创业水平、增加非农就业、提高土地流转率,进而显著提升农户收入^[3]。电子商务能够促使中国家庭通过网销增收途径缓解自身多维相对贫困^[4]。农村电商能够通过增加低收入农户综合收入、扩大农村就业和兼业数量显著缓解农户相对贫困^[5]。农村居民高质量就业是实现共同富裕目标的关键,电子商务发展的深化效应、人力资本提升效应、社会资本拓展效应能够显著提高农村劳动力非农就业质量^[6]。电商经营可以通过强化信息获取、降低运营成本、增强金融支持提高农户收入水平^[7]。

有研究认为,电子商务能够促进城乡居民收入差距的缩小。跨境电商能够通过激发创业活力、吸引生产性服务业集聚,显著缩小城乡居民收入差距^[8]。数字经济能够通过科技创新显著促进电子商务示范城市提升共同富裕水平,且具有将“蛋糕”做大做好、切好分好的双重功能^[9]。数字经济有助于提升农村人力资本水平,进而通过推

动农村就业创业增加农村居民收入实现共同富裕^[10]。数字乡村建设能够通过缩减农村居民与城镇居民人均可支配收入的相对差距来促进共同富裕,但这种促进作用具有区域异质性^[11]。电子商务能够通过促进农村居民就业、扩大社会消费,缓解县域经济不平衡状况^[12]。农村电商政策有助于缩减城乡“数字鸿沟”、促进农村居民增收、缩小城乡居民收入差距,且这种作用在经济发展水平高的地区更加显著^[13]。

有研究认为,电子商务对缩小城乡居民收入差距的作用不显著。电子商务可大幅提升社会个体经济参与度和城乡居民收入水平,但并未带来我国城乡居民收入差距的缩小^[14]。电子商务能够通过推动创新和产业结构升级促进居民整体收入水平和富裕程度提高,也会导致城乡居民收入差距扩大^[15]。农村电商在促进农户整体收入水平提升的同时,也会带来高收入农户与低收入农户之间在非农创业、农业创业和种植结构等方面差异的扩大,进而导致农村内部收入差距的扩大^[16]。

现有研究从不同视角分析电子商务对农村居民收入以及城乡居民收入差距的影响,但少有研究针对某一典型区域进行分析。本研究利用浙江县域数据,实证检验农村电商在促农增收、推进共同富裕中的作用。一方面,本研究能够丰富农村电商与共同富裕关系的研究;另一方面,因浙江属于共同富裕建设示范区,本研究以浙江各县级行政区为研究对象,不仅可为浙江共同富裕示范区建设提供参考,也可为全国层面共同富裕的稳步推进提供借鉴。

二、农村电商基本内涵及其促进共同富裕的理论机制

(一)农村电商基本内涵

农村电商的基本内涵决定着其在促进农村居民收入增长中的作用。从现有研究对农村电商的定义看,农村电商的经营主体是农村居民,他们通过电子商务从事网络销售活动。有研究认为,农村电商是指涉农领域生产经营主体利用因特网、计算机等现代信息技术手段,通过集约化管理、市场化运作、成体系的跨区域跨行业联合,构筑紧凑而有序的商业联合体,拓展农村信息服务业务与

服务领域,在网上进行产品或服务的销售、购买以及电子支付等活动的过程^[17]。有研究认为,农村电商依托行业资源,利用大数据、云计算以及互联网信息技术,为从事农业生产的经营主体提供可以在网络交易平台上实现的包括产品销售、购买、售后等环节的全过程服务^[18]。有研究认为,农村电商主要是指以农户、新农人、新型农业经营主体为主体的电商从业者利用多样化电商平台和电子支付工具,依托现代供应链体系,实现乡土特色产品、城市工业消费品或专业化服务跨时空、跨城乡双向电子交易和管理的过程^[19]。

产业政策规划和农村电商发展实践明确了农村电商的主要发展目标。第一,政府产业政策规划强调农村电商的基本发展目标是畅通农产品上行和工业品下行。自电子商务诞生以来,农村电商经历了一段较长时间的自主发展过程。然而,随着农村电商在农村经济社会中作用的不断凸显,农村电商受到了国家层面的高度重视。自2014年中央一号文件首次提出加强农产品电子商务平台建设以来,历年中央一号文件均对农村电商发展进行了政策指导,农村电商依靠产业政策扶持在全国各地迅速发展起来。通过梳理历年中央一号文件关于农村电商的表述,可以较为明确地理解农村电商的发展目标、作用方式、作用对象,更为准确地理解农村电商促进共同富裕的机制。2014—2023年(2017年除外)中央一号文件提出的农村电商的发展目标依次是“加强农产品市场体系建设”“创新农产品流通方式”“加强农产品流通设施和市场建设”“重点解决农产品销售中的突出问题”“农产品出村进城工程”“推动农产品进城、工业品下乡双向流通”“深入推进电子商务进农村和农产品出村进城,推动城乡生产与消费有效对接”“加快实施‘互联网+’农产品出村进城工程”“深入实施‘数商兴农’和‘互联网+’农产品出村进城工程”。可以发现,农村电商的主要发展目标是畅通农产品流通渠道,打开市场,实现农产品供给与需求的有效对接。第二,从农村电商发展实践看,农村地区工业品上行成为其重要内容。农村电商能带动当地传统产业发展,其带来的市场容量扩张能为传统产业集聚发展提供动力,加之生产成本上的优势,产业集群在当地逐渐形成,如曹县的汉服、演出服饰产业集群即属于这种情

形^[20]。根据阿里巴巴的数据,2015年我国农村地区有80%以上的行政村主要在线销售工业品,仅有10%的行政村主要在线销售农产品。可见,农村电商的主要发展目标不再局限于实现农产品价值,其产品经营范围已经远远超出农产品范畴^[31]。

根据农村电商的基本定义、产业政策规划及发展实践,农村电商的基本内涵是:以农村居民为经营主体,依托现代流通体系和电子商务平台所从事的跨城乡、跨区域的网络销售活动,其主要内容包括农产品上行、城镇地区工业品下行和农村地区工业品上行。

(二)农村电商促进共同富裕的理论机制

我国农村居民收入长期低于城镇居民收入。现阶段,促进共同富裕面临大部分农村地区产业发展落后、大部分农村居民收入较低、大部分农村居民就业创业能力不强、城乡居民收入差距较大等现实难题^[21],提高农村居民收入、缩小城乡居民收入差距是推进共同富裕中最艰巨最繁重的任务,也是农村电商促进共同富裕的核心内涵。农村电商能够促进农产品供需对接,助力农产品价值实现。电子商务在农村的兴起能够激发农村居民创业,增加农村居民经营性收入。农村电商形成规模后,能够带动相关产业发展,吸纳农村居民就业,增加农村居民工资性收入。这些均有助于提升农村居民收入。即使农村电商带来的农村居民收入增量暂不足以抵消城镇居民收入增量,不能带来城乡居民收入差距的缩小,只要农村居民收入增速快于城镇居民收入增速,就有望弥合城乡居民收入差距,促进共同富裕。因此,发展农村电商能够成为促进共同富裕的有效手段。

第一,农村电商能够促进农村居民创业,使之实现自主灵活就业,增加经营性收入。一方面,农村电商能够降低搜寻成本,促进农产品价值的实现,扩大农村居民经营性收入。数字技术能够降低搜寻成本、重复成本、交通成本、追踪成本、验证成本等^[22],赋能农村电商,使农村居民低成本地获取商品和市场信息^[23]。充分掌握商品和市场信息有助于农产品供需对接,使农产品更接近市场、更有效出村进城实现自身价值。从事农业生产的农村居民可以借助电商与消费者建立直接联系,打通农产品销售渠道,从而实现经营性收入的增加。另一方面,农村电商能够为农村居民从事经营活动提供便

利,使之不再局限于销售农产品,而是扩展到销售工业品,增加经营性收入。本研究调研资料显示,浙江缙云“北山”模式就是以销售户外用品(属于典型的工业品)为主的。据此,提出以下假设:

H1:农村电商能够促进农产品供需对接和农村居民创业,使农村居民实现自主灵活就业,增加经营性收入,实现收入提升。

第二,农村电商能推动产业结构高级化,促进农村居民实现更充分就业,获得工资性收入。一方面,对于主打农产品销售的农村电商,为培育农产品竞争力,会在产业政策引导下推动农业生产向专业化规模化方向转型,实现“一乡一业”“一村一品”,促使农村居民在农业部门就业增收。本研究调研资料显示,浙江遂昌“赶街”模式致力于打造“一村一品”区域产业,先后催生出“茶叶村”“青糕村”“笋干村”“番薯干村”等20余个网上销售产品特色村,带动农村居民增收致富。另一方面,对于主打工业品销售的农村电商,随着销路的打开,工业品销量不断增加,会带动周边在位制造企业在一定程度上扩大生产规模,并吸引其他相关企业进入,推动产业结构高级化。相比于农业,制造业等非农产业在工资上更具竞争力,能够吸引农村居民从事非农生产,增加工资性收入。据此,提出以下假设:

H2:农村电商能够推动产业结构高级化,使农村居民实现更充分就业,扩大工资性收入,实现收入提升。

第三,农村电商能够促进农村居民收入增速提高,使之快于城镇居民收入增速,有望带来城乡居民收入差距的缩小。改革开放以来,与发达国家相比,我国作为一个技术上比较落后的国家,通过引进技术和加强创新,推动经济快速增长,实现后发优势^[24]。与之类似,由于数字经济发展禀赋不同,我国农村地区的数字经济发展水平与城市地区相比存在较大差距。然而,随着电子商务在农村逐渐兴起,农村电商为农村地区带来巨大红利,能为农村经济发展注入新动能,迅速拉近农村地区与消费市场距离,助力农产品价值实现,创造就业,推动农村产业转型,促进农村居民收入快速提升。可以推测,即使我国城乡居民收入差距较大,农村电商带来的农村居民收入增量暂时不能带来城乡居民收入差距的缩小,农村电商也能通

过在一定程度上激发农村经济后发优势,使农村居民收入增速快于城镇居民收入增速,即农村电商是有潜力缩小城乡居民收入差距、促进共同富裕的。据此,提出以下假设:

H3:农村电商能够促使农村居民收入增速快于城镇居民收入增速,在缩小城乡居民收入差距方面具有潜力,从而助力促进共同富裕。

三、模型、变量与数据

(一)回归模型

根据前面的分析,农村电商可以促进农村居民就业增收,使农村居民收入增速快于城镇居民收入增速,有望带来城乡居民收入差距的缩小、助力共同富裕的实现。鉴于此,构建计量模型考察农村电商与农村居民收入、城乡居民收入差距、城乡居民收入增速差距以及农村居民就业的关系,探究农村电商对共同富裕的促进作用。

为缓解时间和遗漏变量的影响,采用双向固定效应模型,公式如下:

$$y_{it} = \alpha_i + \beta_i x_{it} + Control_{it} + \gamma_t + \mu_i + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

其中, i 表示县级行政区, t 表示年份, y_{it} 表示被解释变量或机制变量, x_{it} 表示农村电商发展水平, $Control_{it}$ 表示控制变量, γ_t 表示时间固定效应, μ_i 表示个体固定效应,用于控制诸多不随个体变动的遗漏变量, ε_{it} 表示随机扰动项。

(二)研究变量

1.被解释变量

本研究设计三个被解释变量:一是农村居民收入,用 t 年县级行政区 i 农村居民可支配收入的对数衡量;二是城乡居民收入差距,用 t 年县级行政区 i 城镇居民可支配收入与农村居民可支配收入之差的绝对值衡量,这是从收入视角反映共同富裕程度的重要指标;三是城乡居民收入增速差距,用 t 年县级行政区 i 农村居民可支配收入增速与城镇居民可支配收入增速之差衡量,其值越大,说明农村电商缩小城乡居民收入差距的潜力越大。

2.核心解释变量

核心解释变量为农村电商发展水平,用淘宝村数量(各县级行政区所拥有的淘宝村数量)衡量^[25]。在稳健性检验中,换用农村电商密度(每万农村居民所拥有的淘宝村数量)衡量。

3. 机制变量

机制变量为农村居民就业,用农村居民就业人数的对数衡量。进一步,将农村居民就业分为农村居民农业就业、农村居民非农就业两个变量,分别用农村居民在农业、非农产业就业人数的对数衡量。

4. 控制变量

本研究设计四个控制变量:一是人均GDP,用各县级行政区人均GDP的对数衡量,反映经济发展水平;二是农业产值,用各县级行政区农业产值的对数衡量,反映农业发展水平;三是工业化率,用各县级行政区工业产值占GDP的比重衡量,反映产业结构情况;四是一般公共预算支出,用各县级行政区一般公共预算支出的对数衡量,反映政府财政支持能力。

(三)数据来源与处理

本研究以2014—2020年浙江县级行政区为样本,相关数据主要根据阿里研究院发布的中国淘宝村名单以及浙江各地级市统计年鉴整理而得。考虑到2014年以前我国淘宝村数量很少,如2013年全国仅有20个,浙江仅有6个,而2014年浙江淘宝村数量迅速增加到64个,因此将研究期的起始年份定为2014年。考虑到2021年以来更多城市统计年鉴不再公布农村居民就业数据,致使可用于本研究机制检验的样本量进一步减少,不利于得到可靠的估计结果,将研究期的截止年份定为2020年。使用2014—2020年数据能够满足本研究需要。

由于各指标在不同县级行政区和不同年份的统计口径并不完全一致,因此本研究得到的是非平衡面板数据,各年的样本量是不一致的。在实证分析中,以实际样本量为准,对缺失值进行删除处理。本研究主要变量的描述性统计结果见表1。可以发现,相比于其他省份,浙江农村电商发展水平整体较高,但各县级行政区之间差异较大。例如,从淘宝村数量看,各县级行政区淘宝村数量的均值为12.60个,标准差为25.48,说明各县级行政区之间淘宝村数量差异较大。

四、实证分析

(一)基准回归结果

表2显示了农村电商发展水平(即淘宝村数量)对农村居民收入、城乡居民收入差距、城乡居民收入增速差距的基准回归结果。在列(1)至列(3)中,均控制了时间固定效应和个体固定效应。由列(1)可以发现,淘宝村数量的系数为0.002 0,且在1%水平上显著,说明农村电商对农村居民收入具有明显的促进作用。由列(2)可以发现,淘宝村数量的系数为0.001 4,且在1%水平上显著,说明农村电商不仅没有带来城乡居民收入差距的缩小,反而导致城乡居民收入差距扩大。这是因为,农村电商带来的农村居民收入的增量小于同期城

表1 主要变量描述性统计结果

	变量	样本量	均值	标准差	最小值	最大值
被解释变量	农村居民收入	454	10.11	0.32	9.37	10.69
	城乡居民收入差距	454	9.97	0.21	9.39	10.58
	城乡居民收入增速差距	455	-0.01	0.08	-0.31	0.24
解释变量	农村电商发展水平	455	12.60	25.48	0.00	164.00
	农村电商密度	262	0.10	0.15	0.00	0.55
机制变量	农村居民就业	257	12.42	0.64	10.79	13.57
	农村居民农业就业	263	11.02	0.51	9.20	12.17
	农村居民非农就业	226	11.94	0.86	10.07	13.44
控制变量	人均GDP	455	11.18	0.43	9.72	12.42
	农业产值	455	3.02	0.67	0.71	4.40
	工业化率	455	0.38	0.12	0.06	0.64
	一般公共预算支出	455	4.06	0.32	2.59	6.02

表2 基准回归结果

	(1)	(2)	(3)
	农村居民收入	城乡居民收入差距	城乡居民收入增速差距
淘宝村数量	0.002 0*** (0.000 3)	0.001 4*** (0.000 3)	0.000 3* (0.000 2)
人均GDP	0.419 0*** (0.017 7)	0.050 5*** (0.018 4)	0.010 6 (0.012 0)
农业产值	0.051 5*** (0.010 8)	-0.001 8 (0.011 2)	0.004 2 (0.007 3)
工业化率	0.174 2*** (0.052 3)	0.169 1*** (0.054 2)	0.035 4 (0.035 2)
一般公共预算支出	0.071 5*** (0.015 4)	0.111 4*** (0.015 9)	0.000 3 (0.010 3)
时间固定效应	是	是	是
个体固定效应	是	是	是
常数项	4.754 8*** (0.168 7)	8.720 8*** (0.174 6)	-0.150 7 (0.113 5)
样本量	454	454	455

注:*,**分别表示在10%、1%水平上显著,括号内数字为标准误。

镇居民收入的增量,尚未起到缩小城乡居民收入差距的作用。由列(3)可以发现,淘宝村数量的系数为0.000 3,且在10%水平上显著,说明农村电商能使农村居民收入增速快于城镇居民收入增速,农村电商在缩小城乡居民收入差距、促进共同富裕方面是有潜力的,可通过电子商务进农村,为农村地区经济发展注入新动能,助力城乡共同富裕。H3得到验证。

(二)稳健性检验

为检验基准结果的可靠性,采用两种方法进行稳健性检验。

一是处理内生性问题。参考现有研究做法,以滞后一阶的淘宝村数量作为工具变量,采用两阶段最小二乘法(Two Stage Least Square, 2SLS)进行回归^[26],结果见表3列(1)至列(3)。结果表明,克莱伯根-帕普(Kleibergen-Paap) $rk\ LM$ 统计量和克拉格-唐纳德-沃尔德(Cragg-Donald-Wald) F 统计量分别为27.972和3 749.039,显著拒绝工具变量不可识别假设和弱工具变量假设,工具变量有效。工具变量回归结果与基准回归结果基本一致。

二是替换核心解释变量衡量指标。换用农村电商密度反映农村电商发展水平并进行回归,结果见表3列(4)至列(6)。可以发现,农村电商密度的系数均在1%或10%水平上显著,说明农村电商对农村居民收入促进作用明显,能更好地提升农村居民收入增速,有潜力缩小城乡居民收入差距、促进共同富裕,但因其带来的农村居民收入增量小于同期城镇居民收入增量,其缩小城乡居民收入差距、促进共同富裕的效果暂未显露。该结果与基准回归结果一致,说明基准回归结果稳健。

(三)机制分析

电子商务进农村,既能助力农产品对接和拓展市场,促进农产品价值的实现,也能推动农业生产专业化规模化以及服务农村电商的上下游其他产业发展,还能激发拥有相应人力资本的农村居民创业。而无论是农村

居民创业,还是相关产业发展,都能为农村劳动力提供更多就业增收机会,为城乡居民收入差距的缩小和共同富裕的实现提供助力。鉴于此,分析农村电商对农村居民就业的影响(结果见表4),探究农村电商促进农村居民增收的机制。

根据列(1),淘宝村数量的系数为正,且在1%水平上显著,说明农村电商能够显著促进农村居民就业。H1、H2得到验证。根据列(2),淘宝村数量的系数为正但不显著,说明农村电商对农村居民在农业部门的就业具有积极影响,但作用不明显。根据列(3),淘宝村数量的系数为0.004 1,且在1%水平上显著,说明农村电商对农村居民在非农产业的就业促进作用明显。综上,农村电商对农村居民就业促进作用显著,其中相比于其对农业部门就业的作用,其对农村居民在非农产业就业的促进作用更大,因为随着经济发展水平的提高和产业结构的高级化,农村居民就业会向非农产业转移。

(四)异质性分析

根据前述回归结果,农村电商在缩小城乡居民收入差距方面的作用暂未显露,但其通过促进农村居民收入更快增长缩小城乡居民收入差距、促进共同富裕的潜力是明确的。考虑到农村电商在农产品和工业品销售方面的作用,从农业占比

表3 稳健性检验结果

	两阶段最小二乘法			替换核心解释变量衡量指标		
	农村居民收入	城乡居民收入差距	城乡居民收入增速差距	农村居民收入	城乡居民收入差距	城乡居民收入增速差距
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
滞后一阶的淘宝村数量	0.001 5*** (0.000 2)	0.001 3*** (0.000 3)	0.000 4*** (0.000 1)			
农村电商密度				0.211 0*** (0.050 1)	0.124 2*** (0.045 0)	0.077 0* (0.042 0)
人均GDP	0.421 5*** (0.019 3)	0.009 4 (0.020 2)	0.011 0 (0.010 1)	0.450 1*** (0.027 3)	0.203 4*** (0.027 0)	0.017 4 (0.026 0)
农业产值	0.062 4*** (0.010 9)	0.017 5 (0.011 5)	0.005 4 (0.008 2)	0.102 0*** (0.014 2)	0.018 0 (0.013 0)	0.002 2 (0.012 4)
工业化率	0.224 1*** (0.053 0)	0.212 1*** (0.057 7)	0.036 1 (0.034 7)	0.190 5*** (0.065 3)	-0.063 0 (0.065 2)	0.054 1 (0.070 0)
一般公共预算支出	0.078 2*** (0.015 8)	0.112 0*** (0.017 3)	-0.003 8 (0.009 8)	0.036 5*** (0.007 5)	0.005 6 (0.008 5)	0.000 9 (0.005 3)
时间固定效应	是	是	是	是	是	是
个体固定效应	是	是	是	是	是	是
常数项	4.699 3*** (0.196 6)	9.140 0*** (0.194 3)	-0.1447 (0.103 4)	9.2556*** (0.068 3)	9.5016*** (0.075 1)	-0.040 6 (0.074 0)
样本量	370	370	370	223	223	223

注:*,**分别表示在10%、1%水平上显著,括号内数字为标准误。

表4 机制分析结果

	农村居民 就业	农村居民 农业就业	农村居民 非农就业
	(1)	(2)	(3)
淘宝村数量	0.003 2*** (0.001 0)	0.000 9 (0.001 2)	0.004 1*** (0.001 3)
人均GDP	-0.280 0*** (0.093 9)	-1.084 7*** (0.114 1)	-0.029 1 (0.131 1)
农业产值	0.303 6*** (0.042 3)	0.588 7*** (0.052 2)	0.208 6*** (0.057 3)
工业化率	1.882 2*** (0.221 7)	0.337 1 (0.261 7)	2.762 3*** (0.284 7)
一般公共预算支出	0.750 6*** (0.068 3)	0.232 2*** (0.089 0)	0.957 3*** (0.090 5)
时间固定效应	是	是	是
个体固定效应	是	是	是
常数项	11.029 4*** (0.823 8)	20.327 7*** (0.902 4)	7.000 2 (1.161 4)
样本量	257	263	226

注：***表示在1%水平上显著，括号内数字为标准误。

(农业增加值占GDP比重)、人均GDP、是否山区等角度分析农村电商对城乡居民收入增速差距影响的异质性,结果见表5。

根据表5列(1)、列(2),对于农业占比在75百分位及以上的样本,淘宝村数量的系数为正且显著,对于农业占比在75百分位以下的样本,淘宝村数量的系数为正但不显著,说明农村电商对共同富裕的促进作用在农业占比高的县级行政区更大。这是因为,农村电商在促进农产品供需对接方面具有重要作用,而农业占比高的地区农产品供给能力强,相比于城镇居民,农村电商的进入能为农村居民带来更多的增收机会,使农村居民收入增速更高。

根据表5列(3)、列(4),对于人均GDP在75百分位及以上的样本,淘宝村数量的系数为正且显著,对于人均GDP在75百分位以下的样本,淘宝村数量的系数为正但不显著,说明农村电商对共同富裕的促进作用在经济发展水平高的县级行政区更大。通常情况下,在经济发展水平高的地区,农村电商发展水平也比较高。例如,在本研究样本中,从淘宝村数量看,对于人均GDP在75百分位及以上的县级行政区,其淘宝村数量的均值为15个,比人均GDP在75百分位以下的县级

行政区多3个;从农村电商密度看,对于人均GDP在75百分位及以上的县级行政区,其均值为0.19,比人均GDP在75百分位以下的县级行政区多0.06。在经济发展水平和农村电商发展水平高的地区,农村电商经营范围更广,经营规模更大。这意味着,相比于城镇居民,较高的电商发展水平更有助于提升农村居民收入增速,因为农村电商最主要的经营群体是农村居民。

根据表5列(5)、列(6),对山区样本而言,淘宝村数量的系数为负且显著;对非山区样本而言,淘宝村数量的系数为正且显著。这说明,在山区农村电商对共同富裕的促进作用并未显现。这可能是因为,电子商务的发展通常率先发生于经济发展水平和数字经济禀赋更高的地区,即农村电商会更早惠及城镇而非乡村区域。山区作为浙江重点扶持的地区,经济发展水平较低,农村电商发展水平也较低且不均衡(主要集中在城镇区域,乡村区域电商发展严重滞后),很难带动农村居民增收。对浙江县域农村电商发展水平进行统计发现,山区样本淘宝村数量和农村电商密度的均值分别为5.4和0.09,远低于非山区样本的16.6和0.17。山区样本农村电商发展水平很低,难以在本地实现兼顾城镇和乡村区域的均衡发展,集中分布在城镇区域。

五、结论与建议

(一)结论

本研究以浙江县域数据为样本,实证分析农村电商对农村居民就业增收以及共同富裕的影响和机制。研究结论如下:

表5 异质性分析结果

	农业占比		人均GDP		是否山区	
	≥75 百分位	<75 百分位	≥75 百分位	<75 百分位	山区	非山区
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
淘宝村数量	0.029 8*** (0.006 1)	0.000 2 (0.000 2)	0.000 3* (0.000 2)	0.000 2 (0.000 2)	-0.001 6** (0.000 8)	0.000 3** (0.000 1)
控制变量	是	是	是	是	是	是
时间固定效应	是	是	是	是	是	是
个体固定效应	是	是	是	是	是	是
常数项	是	是	是	是	是	是
样本量	113	342	113	342	164	290

注：*、**、***分别表示在10%、5%、1%水平上显著，括号内数字为标准误。

第一,农村电商在促进农村居民增收方面作用显著,但因其带来的农村居民收入增量小于同期城镇居民收入增量,其在缩小城乡居民收入差距、促进共同富裕方面的作用暂未显露。不过,由于农村电商能够促使农村居民收入增速快于城镇居民收入增速,其在缩小城乡居民收入差距、促进共同富裕方面的潜力是明确的。该结论在处理内生性问题和替换核心解释变量衡量指标后依然稳健。

第二,根据机制分析结果,农村电商能够促进农产品价值的实现和相关产业的发展,带动农村居民就业特别是其在非农产业的就业,使之增加经营性收入和工资性收入,助力共同富裕。

第三,根据异质性分析结果,农村电商对农村居民收入的提升作用在农业占比和经济发展水平高的地区更显著,在山区不明显。

(二)建议

在稳步推进共同富裕的过程中,应把农村电商作为一个重要手段,积极推动农村电商高质量发展,扩大农村电商在农村地区的覆盖面。

一是充分发挥政府引领作用,促进有为政府与有效市场的结合,营造农村电商发展良好环境。政府关于农村电商的产业政策规划对农村电商发展具有重要作用,要实施好电子商务进农村综合示范项目和“互联网+”农产品出村进城工程,依托电子商务进农村综合示范县、电子商务示范村、农村电商示范服务站建设,带动全域农村电商高质量发展。农村电商是数字经济在乡村振兴中的典型形式,政府应注重新型基础设施建设和数字人才培育,夯实广大农村地区数字经济发展的底座:要加快农村新型基础设施建设,在农村地区加快布局5G、人工智能、物联网等;组织农村居民进行数字技术和电商技能培训,着力提升农村居民借助数字技术从事电商经营的能力。

二是加快发展农村电商,特别是经济发展水平较低地区的农村电商,充分发挥农村电商促农增收作用。例如,浙江经济发展水平低的地区农村电商发展依然不足,其山区部分县级行政区尽管有成功案例,但整体而言差距还很大。浙江应在这些地区加快建设电商专业村、“网上农博”地方馆等,多元打造农产品供需对接平台,扩大特色农产品线上销售。推广“互联网+农业”销售模式,

鼓励各类电商平台开设山区特色频道,搭建山区特色农产品线上销售平台。持续深化“浙里市场”“山区共同富裕特色农产品浙里展”专区建设,大力推动全省大型农产品批发市场与山区合作,搭建“山区—市场—终端”扁平化供货渠道。支持经济发达地区建设消费帮扶综合体和特色街区,打造山区农特产品展示展销窗口,拓宽山区农产品销售渠道。

三是发展数字经济,推动农业高质量发展,鼓励农村发展多元化特色产业,夯实农村电商发展基础。产业发展是农村电商发展的基础。数字化可赋能农业强国建设^[27]。发展数字经济有助于贯彻创新、协调、绿色、开放、共享发展理念,推动农业生产数字化转型,促进产业链价值链延伸,提高供给和配送效率,提升农业发展质量和效率。发展数字经济能够促进多业态融合,助力现代农业体系构建。应借助数字经济,着力提升农产品附加值,推动农业实现供应链价值链升级以及跨产业链升级,促进农业高质量发展;培育农业与多产业融合的农业新业态,拓展农业发展的广度,围绕产业链延伸、价值链提升、供应链优化,推动“农业+文化”“农业+旅游”“农业+电商”“农业+康养”“农业+科普”等产业融合新模式,实现一二三产业深度融合。

参考文献:

- [1]徐紫嫣,夏杰长.共同富裕思想的演进脉络和实践指引[J].学习与探索,2022(3):133-140.
- [2]李实.充分认识实现共同富裕的长期性[J].治理研究,2022(3):4-12.
- [3]秦芳,王剑程,胥芹.数字经济如何促进农户增收?——来自农村电商发展的证据[J].经济学(季刊),2022(2):591-612.
- [4]陈怡,陶晓莹.电子商务对中国家庭减贫效应研究——基于多维相对贫困的视角[J].经济与管理评论,2022(5):97-111.
- [5]魏下海,曾晨语,余玲铮,等.电商下乡与农村相对贫困缓解——基于电子商务进农村综合示范政策的评估[J].学术研究,2023(11):107-114.
- [6]王修梅,易法敏.数字经济对农村劳动力非农就业质量的影响——来自电子商务发展的证据[J].经济经纬,2023(3):55-65.
- [7]罗千峰,胡雯,赵奇锋.电商经营如何促进农户增收——基于中国乡村振兴综合调查(CRRS)数据[J].经济与管理,2023(5):1-8.

- [8]黄先海,虞柳明,崔雪.长三角共同富裕新实践:跨境电商综试区建设对城乡收入差距的影响[J].浙江省社会科学,2022(11):20-31,156.
- [9]冯苑,聂长飞.数字经济促进共同富裕的机制及异质性研究——来自电子商务示范城市建设的经验证据[J].首都经济贸易大学学报,2023(4):3-17.
- [10]刘晓明.数字经济赋能共同富裕的机制和路径[J].中国科技论坛,2023(8):11-13.
- [11]潘泽江,石紫明.数字乡村建设赋能农村共同富裕——电子商务进农村综合示范县的创建效应[J].中南民族大学学报(人文社会科学版),2023(9):127-136.
- [12]杨仁发,陈存.电子商务发展有助于缓解县域经济不平等吗?——来自电子商务进农村综合示范县政策的准自然实验[J].世界农业,2023(7):86-97.
- [13]陈享光,汤龙,唐跃恒.农村电商政策有助于缩小城乡收入差距吗——基于要素流动和支出结构的视角[J].农业技术经济,2023(3):89-103.
- [14]张磊,韩雷.电商经济发展扩大了城乡居民收入差距吗? [J].经济与管理研究,2017(5):3-13.
- [15]郭郡郡,叶颖.推动电商发展促进了共同富裕么? ——基于国家电子商务示范城市的检验[J].产经评论,2023(3):146-160.
- [16]方师乐,韩诗卉,徐欣南.电商发展与农村共同富裕[J].数量经济技术经济研究,2024(2):89-108.
- [17]岳欣.推进我国农村电子商务的发展[J].宏观经济管理,2015(11):66-70.
- [18]任晓聪,和军.我国农村电子商务的发展态势、问题与对策路径[J].现代经济探讨,2017(3):45-49.
- [19]郭凯凯,高启杰.农村电商高质量发展机遇、挑战及对策研究[J].现代经济探讨,2022(2):103-111.
- [20]王文龙.我国农村电商健康发展还需厘清几个基本问题[J].宁夏社会科学,2022(4):106-114.
- [21]张远新.新时代促进农民共同富裕的逻辑、难题和路径[J].浙江工商大学学报,2022(5):123-131.
- [22]GOLDFRAB A, TUCKER C. Digital economics [J].Journal of economic literature, 2019(1):3-43.
- [23]GEORGE N M, PARIDA V, LAHTI T, et al. A systematic literature review of entrepreneurial opportunity recognition: insights on influencing factors [J].International entrepreneurship and management journal, 2016(2):309-350.
- [24]林毅夫.李约瑟之谜、韦伯疑问和中国的奇迹——自宋以来的长期经济发展[J].北京大学学报(哲学社会科学版),2007(4):5-22.
- [25]刘俊杰,李超伟,韩思敏,等.农村电商发展与农户数字信贷行为——来自江苏“淘宝村”的微观证据[J].中国农村经济,2020(11):97-112.
- [26]李雪,吴福象,竺李乐.数字经济与区域创新绩效[J].山西财经大学学报,2021(5):17-30.
- [27]夏杰长,孙晓.数字化赋能农业强国建设的作用机理与实施路径[J].山西大学学报(哲学社会科学版),2023(1):140-149.

责任编辑:陈诗静