

数字经济红利能否惠及农村？

——农村电商对农民收入的影响

高文静 杨 佳 施新政 王雨晴*

摘 要：在数字经济时代，乡村振兴需要数字技术提供引擎和发展动力。农村电商作为数字经济融入中国农村的重要形式，对农民收入的影响如何？本文采用2012~2018年的地级市面板数据，利用淘宝村出现的时空差异构建双重差分模型评估农村电商对农民收入的影响。研究发现，“地级市内有无淘宝村”“地级市内淘宝村数量”均具有显著的增收效应。对于一个淘宝村数量处于平均数（18个）的地级市来说，其农民年均可支配收入比没有淘宝村的地级市高642元，相当于农民年均可支配收入平均值的5%；此外，淘宝村使得农民消费支出提高315元，相当于农民年均可支配收入平均值的2.4%，有利于推动经济内循环。异质性分析发现，淘宝村对初始农业生产率低、城镇潜在市场大的地区的影响更大。机制检验发现，淘宝村的增收效应主要源于对创业的拉动作用。本文结论表明农村电商可以激发农村地区的经济活力和内生增长动力，是全面推进乡村振兴的重要抓手。

关键词：农村电商 淘宝村 乡村振兴 农民收入

* 高文静，副教授，杭州师范大学经济学院，邮箱：gaowenjing18@icloud.com；杨佳（通讯作者），博士研究生，清华大学经济管理学院，邮箱：yangj5.18@sem.tsinghua.edu.cn；施新政，副教授，清华大学经济管理学院，邮箱：shixzh@sem.tsinghua.edu.cn；王雨晴，硕士研究生，中国财政科学研究院研究生院，邮箱：yq_wang17@163.com。本文获得国家自然科学基金青年项目（72103179）、国家社会科学基金重大项目（21&ZD076）、浙江省自然科学基金青年项目（LQ22G030016）、清华大学自主科研计划（2021THZWJC14）的资助。感谢匿名审稿专家的宝贵意见，文责自负。

一 引言

数字经济改变了资源组合的形态、市场的运行方式和生产组织的结构(江小涓, 2017; 王康等, 2023; 王天夫, 2021), 为经济的高质量发展提供了机遇(荆文君和孙宝文, 2019; 赵涛等, 2020)。农村地区能否抓住数字经济红利实现跨越式发展, 是关系到我国约6亿农民福利、实现乡村振兴和共同富裕的重要课题。^①近年来, 电子商务在农村地区的发展基础不断增强, 规模稳步扩大。《中国电子商务报告(2020)》的数据显示, 2020年农村网络零售额占全国网络零售总额的15.3%, 2016~2020年农村网络零售额的年均增长率高达19.1%, 而同期全国电子商务交易额的年均增长率仅为9.3%。^②党中央和国务院对农村电商高度重视, 认为其在帮助农民脱贫致富、推动乡村振兴上大有可为。^③但是, 农村电商在多大程度上发挥了增收效应, 其是否能够激发农村发展的内生动力, 现有文献尚未进行科学检验。本文利用“淘宝村”在不同年份、不同地级市出现的时空差异制定实证识别策略, 评估了农村电商对农民收入的影响。

淘宝村作为农村电商发展的缩影和典型代表, 其数量是与全国电子商务交易额同步增长的。^④2014年全国仅196个淘宝村, 分布在浙江、广东、福建等10个省份; 2018年增加至2701个, 覆盖全国24个省份, 占全国行政村总数的0.5%(见图1)。对淘宝村增收效应的论述多次出现在

① 第七次全国人口普查主要数据显示, 目前我国有5.979亿人居住在乡村, 占总人口的36.11%。

② 详见商务部电子商务和信息化司, 2021, 《中国电子商务报告(2020)》, <http://dzsws.mofcom.gov.cn/article/ztxx/ndbg/202109/20210903199156.shtml>。

③ 习近平总书记2020年4月20日在陕西柞水县考察时强调, “电商不仅可以帮助群众脱贫致富, 而且还能助推乡村振兴”。

④ 阿里研究院将“淘宝村”定义为, 大量网商聚集在某个村落, 以淘宝为主要交易平台, 以淘宝电商生态系统为依托, 形成规模和协同效应的网络商业群聚现象。具体参见《中国淘宝村研究报告(2014)》。

案例分析和研究报告中,例如江苏省徐州市睢宁县的东风村、浙江省丽水市缙云县的北山村、河北省邢台市清河县的柳林村等都是著名的淘宝村,它们抓住数字经济和电子商务发展的机遇,实现了经济跨越式发展。这些案例是个别现象还是具有推广意义,需要基于经验数据进行学术评估。^①

从机制上看,淘宝村的增收效应可能源于其释放了农村地区的创业需求。首先,淘宝村作为一种线上的产业集群,可以促进知识外溢和基础设施共享(范剑勇,2006)、生产合作和交易(盖文启和朱华晟,2001),从而带动农民创业。其次,淘宝村提供了新的发展平台,有利于吸引外出务工人员返乡创业。外出务工人员往往受教育水平更高(赵耀辉,1997),具有更高的创业概率(周广肃等,2017)。淘宝村的出现提高了返乡创业的吸引力,也为外出务工人员提供了新的发展平台。

为了直观地展示淘宝村对农民收入的影响,图1绘制了全国淘宝村数量和农民年均可支配收入的散点图,可以发现淘宝村数量越多的地级市,农民年均可支配收入越高,两者呈现显著正相关关系。这反映淘宝村可能对农民收入具有普遍的促进效应,是潜在的推动乡村振兴的抓手,但这种相关性会受到反向因果以及遗漏变量等因素的影响,如何准确识别淘宝村对农民收入的影响需要运用科学的实证分析方法进行检验。淘宝村在不同年份、不同地级市出现的时空差异是一个外生的变量,为识别其增收效应提供了契机。

本文采用2012~2018年的地级市面板数据,利用淘宝村在不同年份、不同地级市出现的时空差异构建双重差分模型,探索农村电商的发展与农民收入之间的关系。实证结果表明,“地级市内有无淘宝村”“地级市内淘宝村数量”均对当地农民年均可支配收入有显著的正向影响。对于

① 例如,河北省邢台市清河县的柳林村是全国著名的淘宝村,该县的电子商务发展活跃度在全国排名第二,同时在本市县域经济排名中列前三(财新网2017年9月25日的报道,详见<https://china.caixin.com/2017-09-25/101149952.html>)。《中国电子商务报告》《中国淘宝村研究报告》《中国淘宝村发展报告》等报告经常提及淘宝村对农民收入和农村地区发展的促进作用。

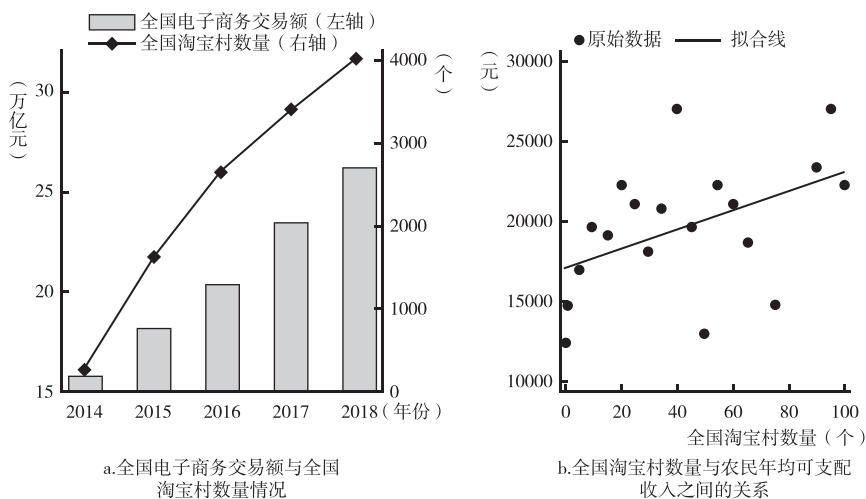


图1 2014~2018年农村电商发展情况及其与农民收入的关系

一个淘宝村数量处于平均数（18个）的地级市来说，其农民年均可支配收入比没有淘宝村的地级市高642元，相当于农民年均可支配收入平均值的5%。^①这一结论在考虑多期倍差法的异质性处理效应和基于匹配样本进行估计、安慰剂检验等一系列稳健性检验后依然成立。淘宝村的出现不仅提高了农民年均可支配收入，还提高了当地消费水平，有利于推动经济内循环。对于一个淘宝村数量处于平均数（18个）的地级市来说，农民消费支出比没有淘宝村的地级市高315元，相当于农民年均可支配收入平均值的2.4%。^②本文的机制分析表明，淘宝村的增收效应主要源于对创业的带动作用，对于一个人口数量处于平均数（670万人）的地级

- ① 该数值为使用省级消费价格指数调整到2018年水平的数值。根据基准回归结果，“地级市内有无淘宝村”对农民年均可支配收入的估计系数为250.775，“地级市内淘宝村数量”对农民年均可支配收入的估计系数为21.741，因此对于一个淘宝村数量处于平均数（18个）的地级市来说，其农民年均可支配收入比没有淘宝村的地级市高642元（ $250.775+18 \times 21.741=642$ 元），相当于农民年均可支配收入平均值的5%（ $642/12998 \times 100\%=5\%$ ）。
- ② 根据表5第（1）列的回归结果，“地级市内有无淘宝村”对农民消费的估计系数为82.137，“地级市内淘宝村数量”对农民消费的估计系数为12.922，因此对于一个淘宝村数量处于平均数（18个）的地级市来说，其农民消费支出比没有淘宝村的地级市高315元（ $82.137+18 \times 12.922=315$ 元），相当于农民年均可支配收入平均值的2.4%（ $315/12998 \times 100\%=2.4\%$ ）。

市来说,淘宝村出现的第1年新增注册企业数量为327家,在第4年增加至2127家。^①本文的异质性检验发现,淘宝村对农民收入的影响在不同地区存在差异,淘宝村对初始农业生产率较低的地区、城镇潜在市场更大的地区的影响更大。

本文的边际贡献主要体现在三个方面。第一,从农村发展内生动力角度,分析了农村电商对农民收入的影响。现有研究更多关注公共政策和制度环境对农民收入的影响,如公共转移支付(都阳和Albert Park, 2007; 樊丽明和解垚, 2014)、社会保险政策(杨晶和邓悦, 2020)、贸易自由化(郭熙保和罗知, 2008)、金融发展水平(崔艳娟和孙刚, 2012; 李建军和韩珣, 2019; 张栋浩和尹志超, 2018; 周亚虹等, 2023)等对农民收入的影响。这些因素固然重要,但忽略了农民在脱贫致富过程中的自主性。部分研究关注互联网使用对农民收入的影响(刘生龙等, 2021)。本文聚焦农村电商的增收效应,将农村人口看作待开发的人力资源,对激发农村地区的创新活力、激活乡村振兴的内生增长动力具有启示作用。

第二,电子商务作为新业态,创新了交易方式,改变了消费模式,带动了经济发展,农村地区能否从数字经济的发展中受益尚未有明确的证据,本文填补了这一领域的研究空白。现有文献对淘宝村增收效应的识别受到众多因素的干扰,无法识别因果效应。本文采用2012~2018年的地级市面板数据,利用淘宝村在不同年份、不同地级市出现的时空差异构建双重差分模型,探索农村电商的增收效应,规避了上述研究不足。

第三,农村电商的增收效应源于其对创业的拉动,这说明农村电商有助于农村现有资源的高效整合,为农村发展注入持久动力。2022年中共中央、国务院发布的《关于做好2022年全面推进乡村振兴重点工作的意见》指出,要牢牢守住不发生规模性返贫的底线。创业是经济增长的内生动力,有助于推动经济高质量发展(赵涛等, 2020)。创业行为有助于缩小家庭间消费支出差距(徐佳和韦欣, 2021)。农民创业是其参与乡村振兴、改善自身状况的表现(黄少安, 2018)。农村电商有助于我国牢牢守住不发生规模

① 本文机制分析结果表明,“淘宝村出现后1年”对人均新增企业注册数量的估计系数为0.488,“淘宝村出现后4年”的估计系数为3.175。

性返贫的底线。

本文余下内容安排如下：第二部分介绍制度背景及影响机制，第三部分为研究设计、变量界定和相应的数据说明，第四部分报告农村电商的增收效应估计结果，第五部分分析农村电商对农民收入的异质性影响，第六部分探究农村电商的增收效应背后的机制，第七部分进一步分析农村电商发展对农民消费支出和政府税收收入的影响，第八部分对全文进行总结并提出政策建议。

二 制度背景及影响机制分析

(一) 制度背景

农村电商是数字经济在农村地区的应用，近年来，我国农村电商发展基础不断夯实，规模稳步扩大，实现了跨越式发展。商务部电子商务和信息化司发布的《中国电子商务报告(2020)》显示，2020年农村网络零售额占全国网络零售总额的15.3%，2016~2020年农村网络零售额的年均增长率高达19.1%（全国电子商务交易额的年均增长率为9.3%）。

党中央和国务院对农村电商高度重视，认为电商作为新兴业态在帮助农民脱贫致富、推动乡村振兴上是大有可为的。2014年国务院扶贫办正式将电商扶贫纳入“精准扶贫十大工程”，2015年国务院办公厅发布的《关于促进农村电子商务加快发展的指导意见》将农村电子商务作为转变农业发展方式的重要手段，2016年农业部办公厅印发的《农业电子商务试点方案》提出开展农业电子商务试点。“农村电商”更是多次出现在中央一号文件中，如2019年中共中央、国务院发布《关于坚持农业农村优先发展 做好“三农”工作的若干意见》，提出“实施‘互联网+’农产品出村进城工程”；2021年中共中央、国务院印发《关于全面推进乡村振兴加快农业农村现代化的意见》，强调要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的有效对接。

农村电商最典型的代表是“淘宝村”，它是民间自发产生、政府电商扶

贫工程和阿里巴巴“村淘计划”多方结合的产物，是农村电商发展的缩影。“淘宝村”概念是由阿里研究院提出的，其明确定义出现于2013年。淘宝村的认定原则主要包括：一是对交易场所的认定，经营场所在农村地区，以行政村为单元；二是对交易规模的认定，电子商务年交易额达到1000万元以上；三是对电商规模的认定，本村活跃网店数量达到100家以上，或活跃网店数量占当地家庭户数的10%以上。

淘宝村发展迅速，2014年全国仅196个，分布在浙江、广东、福建等10个省份；2018年增加至2701个，增长了约13倍，覆盖全国24个省份，占全国行政村总数的0.5%。因此，利用“淘宝村”能够较准确地度量农村电商发展状况。

（二）影响机制分析

淘宝村作为农村电商发展的缩影和典型代表，一直受到广泛关注，早期研究聚焦“淘宝村”这一新业态本身，或者剖析淘宝村的演化规律（崔凯和冯献，2018；刘亚军和储新民，2017），或者关注淘宝村的商务模式分类（郭承龙，2015），或者探讨影响淘宝村发展的因素（崔丽丽等，2014），仅有少数研究关注淘宝村的经济影响。

现有文献对淘宝村增收效应的识别受到众多因素的干扰，无法表示因果效应。Luo和Niu（2019）基于问卷调查数据发现，参与电商的农村家庭收入更高，但参与电商的农村家庭并不是随机的，户主更年轻、受教育水平更高，即这一结论无法排除样本自选择问题的影响。Couture等（2021）基于田野实验的证据发现，农村电商并未提高家庭收入，仅降低了部分农村家庭的成本，由于样本仅覆盖三个省份，这一结论在全国范围内是否适用需要进一步检验。Peng等（2021）利用横截面数据发现“电子商务进农村”项目提高了农民收入，但是这一结论无法排除个体固定效应的影响。

淘宝村的增收效应可能源于淘宝村释放了农村地区的创业需求。农村具有天然的成本优势，以数字技术为基础的淘宝村降低了创业成本、拓宽了市场边界。如果农民能结合当地优势产业发展生产和加强合作（盖文启和朱华晟，2001），可以实现增收。例如湖北省的鄖阳区、鄖西

县和竹山县是绿松石产地，当地人具有丰富的矿石开采和分拣知识，熟悉选料、加工和销售过程。淘宝村的出现带动了当地年轻人的网络创业，促进了地区经济快速增长。此外，淘宝村作为一种线上的产业集群，可以促进知识外溢和基础设施共享（范剑勇，2006），在一定程度上可以推动集群创业。

淘宝村不仅对于农村的存量人力资源创业具有吸引力，也有利于吸引外出务工人员返乡创业（周广肃等，2017）。从人力资本角度来看，外出务工人员往往更年轻、受教育水平更高（赵耀辉，1997），同时他们的外出务工经历也会内化为人力资本，使得他们回流后的就业选择面扩大、习得新技能的能力提高（石智雷和杨云彦，2011）、创业概率增加（周广肃等，2017）。数字技术所提供的本地创业机会有助于吸引外出务工人员返乡创业。例如，江苏省徐州市睢宁县是以家具产业闻名的淘宝村，其发展吸引了大量的农民工返乡创业。

三 研究设计、变量界定和数据说明

（一）研究设计

本文借助淘宝村在不同年份、不同地级市出现的时空差异，使用基于双重固定效应的多期双重差分模型识别农村电商的增收效应，计量模型如下：

$$RIncome_{ct} = \beta ECommerce_{ct} + \theta_c + W_{c,2012}\lambda_t + \varepsilon_{ct} \quad (1)$$

其中， c 表示地级市， t 表示年份。被解释变量 $RIncome_{ct}$ 为地级市 c 在 t 年的农民年均可支配收入。 $ECommerce_{ct}$ 是衡量地级市农村电商发展水平的指标，用“地级市有无淘宝村”和“地级市淘宝村数量”衡量。前者为虚拟变量，若地级市 c 在 t 年出现淘宝村则取值为 1，反之则取值为 0；后者为连续变量，是地级市 c 在 t 年淘宝村的数量。 β 为感兴趣的参数，表示地级市农村电商发展水平对农民年均可支配收入的影响，如果 β 为正，则说明农村电商可以拉动农民收入增长；如果 β 为负，则表示农村电商会减少

农民收入。 θ_c 为地级市固定效应，可以吸收地级市层面不随时间推移而变化的因素对结果的影响。 $W_{c, 2012}$ 为地级市 c 在2012年的特征变量， λ_t 为年份固定效应，考虑到不同地级市淘宝村出现的时间可能存在内生性，在模型中加入地级市初始特征和年份固定效应的交乘项，即允许农民年均可支配收入的变化在初始特征不同的地级市之间存在差异。此时无须再对年份固定效应进行控制。

具体而言， $W_{c, 2012}$ 包括可能会影响淘宝村形成的地级市初始特征。根据阿里研究院对“淘宝村”的定义，需要满足“活跃网店数量占当地家庭户数的10%以上或者本村活跃网店数量达到100家以上；电子商务年交易额达到1000万元以上”。这就意味着淘宝村的出现一定程度上会受到地级市特征的影响。例如，网络普及度更高的地级市基于对互联网新业态持更加积极的态度，淘宝村更易出现，若网络普及度会同时影响当地农民年均可支配收入，那么对淘宝村效应的估计就会因存在遗漏变量而出现偏误。

阿里巴巴“村淘计划”的主要措施为仓储物流的改善和服务网点的建设，而当地政府多是采取电商扶持措施，因此，关于地级市控制变量，选取经济发展水平、政府规模、人力资本水平、物流发展水平、互联网发展水平、批发零售业水平。其中，经济发展水平用人均国内生产总值的对数、第一产业增加值与地区生产总值之比衡量，政府规模用一般预算支出与地区生产总值之比衡量，人力资本水平用每百人中中学生在校人数衡量，物流发展水平用市内道路总面积的对数衡量，互联网发展水平用国际互联网用户数与年均人口之比衡量，批发零售业水平用限额以上批发零售业商品销售总额与地区生产总值之比衡量。为避免随年份变化的控制变量影响淘宝村的估计结果，本文采取2012年控制变量和时间虚拟变量的乘积进行控制（Angrist和Pischke，2009）。

（二）变量界定和数据说明

1. 农民年均可支配收入

本文使用2012~2018年中国大陆22个省份256个地级市的面板数据考察

农村电商发展水平的增收效应。^①地级市层面的“农民年均可支配收入”数据来源于分省份统计年鉴。这一变量在2013年前为“农村居民全年纯收入”，之后为“农村居民年均可支配收入”，下文统称“农民年均可支配收入”。部分变量缺失的地级市使用《中国县域统计年鉴》中的农民年均可支配收入的平均值进行补充。^②

表1中的Panel A报告了农民年均可支配收入的描述性统计量，均值为12998元、标准差为4697元。其中甘肃省陇南市的农民年均可支配收入最低，为3464元；浙江省嘉兴市的最高，为34279元。

2. 农村电商发展水平

《中国淘宝村研究报告》列示了地级市层面的淘宝村名单，为本文提供了基础数据支持。阿里研究院对淘宝村的明确定义出现于2013年，为确保数据的准确性，本文将2014年作为淘宝村数据的起始年份，手工收集了2014~2018年淘宝村数据进行实证分析。

本文用“地级市内有无淘宝村”和“地级市内淘宝村数量”来衡量地级市的农村电商发展水平（郭承龙，2015；刘俊杰等，2020），前者表示地级市是否出现淘宝村，若有则取值为1，若无则取值为0；后者表示地级市内淘宝村数量。

表1中的Panel B报告了淘宝村的描述性统计，在256个地级市中，有101个地级市在2014~2018年出现了淘宝村，占样本地级市总量的39.5%。淘宝村出现年份的均值在2015年。在出现淘宝村的地级市中，淘宝村数量的平均值为18，数量最少的为1个，数量最多的为254个。

-
- ① 考虑到行政级别的一致性和数据的可得性，本研究剔除了4个直辖市、宁夏回族自治区、西藏自治区、青海省、海南省和内蒙古自治区样本。
- ② 分省份统计年鉴中的地级市农民年均可支配收入和依据县域统计年鉴数据求得的地级市平均值之间的差异很小，来源于各省份统计年鉴中的“农民年均可支配收入”的均值为12998元、标准差为4697元；根据县级数据计算的“农民年均可支配收入”的均值为12926元、标准差为4887元。此处数据为使用省级消费价格指数调整到2018年价格水平的数值。为了检验这一处理的稳健性，在后文报告了仅使用来源于省级统计年鉴的农民年均可支配收入估计模型的结果。

3.控制变量

本文的控制变量包括人均国内生产总值、第一产业增加值与地区生产总值之比、一般预算支出与地区生产总值之比、每百人中中学生在校人数、市内道路总面积、国际互联网用户数与年均人口之比、限额以上批发零售业商品销售总额与地区生产总值之比。为避免随年份变化的控制变量影响淘宝村估计结果，本文的回归模型使用这些控制变量在2012年的取值。表1中的Panel C报告了这些变量2012年的描述性统计量。

表1 描述性统计

变量	均值	标准差	最小值	最大值
Panel A 被解释变量				
农民年均可支配收入（元）	12998	4697	3464	34279
Panel B 淘宝村				
地级市内有无淘宝村	0.395	0.490	0	1
淘宝村出现年份	2015	1.369	2014	2018
地级市内淘宝村数量（个）	18	36	1	254
Panel C 地级市初始年份特征				
人均国内生产总值的对数	10.600	0.644	9.096	13.174
第一产业增加值与地区生产总值之比（%）	12.771	7.717	0.050	49.890
一般预算支出与地区生产总值之比（%）	17.555	8.537	4.523	66.588
每百人中中学生在校人数（人）	0.146	0.119	0.021	1.094
市内道路总面积的对数	7.109	1.159	4.304	10.795
国际互联网用户数与年均人口之比（%）	5.363	1.420	2.264	12.945
限额以上批发零售业商品销售总额与地区生产总值之比（%）	38.968	29.094	8.781	174.001

注：样本包含256个地级市，共1772个观察值，其中在2014~2018年出现淘宝村的地级市数量为101个。地级市特征为淘宝村出现之前——2012年的情况。农民年均可支配收入、人均国内生产总值均为使用省级消费价格指数调整到2018年价格水平的数值。

四 农村电商的增收效应估计

（一）农村电商的平均增收效应估计

表2报告了农村电商对农民年均可支配收入的影响的估计结果。表2第（1）列中使用“地级市内有无淘宝村”的虚拟变量衡量农村电商发展水平，仅对地级市固定效应和年份固定效应加以控制。结果表明，“地级市内有无淘宝村”对农民年均可支配收入有显著的正向影响。相较于没有淘宝村的地级市，有淘宝村的地级市在淘宝村出现后农民年均可支配收入会增加约632元。

不同地级市淘宝村的数量存在差异，农村电商的增收效应是否会随着地级市淘宝村数量的增加而增强呢？为对此进行检验，表2第（2）列报告了同时加入“地级市内有无淘宝村”和“地级市内淘宝村数量”的估计结果。两者的估计系数均在1%的显著性水平上显著为正，说明淘宝村的出现会提高农民年均可支配收入，并且淘宝村的影响存在规模效应，地级市内淘宝村数量越多，农民年均可支配收入越高。具体数值上，“地级市内淘宝村数量”位于平均值（18个）的地级市相较于没有淘宝村的地级市农民年均可支配收入会增加819元（ $375.869 + 18 \times 24.637 = 819$ 元），约占农民年均可支配收入平均值的6%（ $819 / 12998 \times 100\% = 6\%$ ）。

由于淘宝村出现与否有可能受到地区特征的影响，若这些地区特征同时影响了农民年均可支配收入则会导致对农村电商的效果估计出现偏误。表2中的第（3）~（4）列报告了控制“地级市初始特征”与“年份固定效应”的交乘项的估计结果，此时无须再控制年份固定效应。第（3）列结果表明，“地级市内有无淘宝村”对农民年均可支配收入依然有显著的正向影响，数值相比于第（1）列的结果略有降低。第（4）列结果表明地级市内淘宝村数量越多，农民年均可支配收入越高。根据第（4）列的估计结果，对于一个淘宝村数量处于平均数（18个）的地级市来说，其农民年均可支配收入比没有淘宝村的地级市高642元（ $250.775 + 18 \times 21.741 = 642$ 元），相当于农民年均可支配收入平均值的5%（ $642 / 12998 \times 100\% = 5\%$ ）。

值得注意的是，本文的基准回归结果可能会低估淘宝村的增收效应。淘宝村的出现对邻近地区产生何种影响会影响到本文估计系数的偏向性。如果淘宝村带动了邻近地区的发展，即对邻近地区产生正向溢出效应，会低估淘宝村的增收效应；反之，如果淘宝村吸收了邻近地区的资源，即产生虹吸效应，会高估淘宝村的增收效应。现有研究表明，“淘宝村”在空间分布上呈现聚集态势，淘宝村会提升邻近地区出现淘宝村的概率（吴一平等，2022），这说明淘宝村会产生正向溢出效应，本文的结果可能存在低估，淘宝村的增收效应实际更高。

表2 农村电商的增收效应估计

因变量：农民年均可支配收入	(1)	(2)	(3)	(4)
地级市内有无淘宝村	631.844*** (107.763)	375.869*** (96.756)	426.788*** (103.222)	250.775*** (95.043)
地级市内淘宝村数量		24.637*** (2.605)		21.741*** (2.539)
地级市固定效应	是	是	是	是
年份固定效应	是	是	不需要	不需要
地级市初始特征×年份固定效应	否	否	是	是
地级市个数	256	256	256	256
样本量	1772	1772	1772	1772
R ² 值	0.968	0.971	0.974	0.974

注：表中报告了农村电商增收效应的估计结果。地级市初始特征为2012年地级市的人均国内生产总值的对数、第一产业增加值与地区生产总值之比、一般预算支出与地区生产总值之比、每百人中中学生在校人数、市内道路总面积的对数、国际互联网用户数与年均人口之比、限额以上批发零售业商品销售总额与地区生产总值之比。括号内为稳健标准误，*、**、***分别表示在10%、5%和1%水平下显著。

(二) 平行趋势检验

对农村电商增收效应的估计所依赖的前提条件是假若没有淘宝村的出现，不同地级市之间的农民年均可支配收入不存在明显差异，即平行趋势假设。为了验证有淘宝村和没有淘宝村的地级市之间是否可比，将式（1）中的“地级市内有无淘宝村”替换为一系列“淘宝村出现的相对年份”的虚拟变量，将淘宝村出现前一年作为参照组，具体模型如下：

$$Y_{ct} = \sum_{s=-1} \beta_s ECommerce_{cs} + \theta_c + W_{c, 2012} \lambda_t + \varepsilon_{ct} \quad (2)$$

其中, β_s 为研究关心的参数, 反映了淘宝村出现的相对年份对农民年均可支配收入的影响。如果在淘宝村出现之前 β_s 的系数接近于 0, 就可以说明有淘宝村的地级市和没有淘宝村的地级市的农民年均可支配收入不存在显著差异, 从而验证平行趋势假设。淘宝村出现之后 β_s 的系数表明有淘宝村的地级市相对于没有淘宝村的地级市农民年均可支配收入的差异, 如果差异显著, 则说明淘宝村的出现对农民年均可支配收入有实质的影响。本文预期淘宝村出现之前, β_s 的系数接近于 0, 但淘宝村出现之后, β_s 呈现显著为正的结果。

图 2 绘制了 β_s 的估计系数及其 95% 的置信区间。在淘宝村出现之前, 回归系数均不显著, 即有淘宝村的地级市和无淘宝村的地级市之间的农民年均可支配收入没有显著的差异, 数据满足平行趋势假设。在淘宝村出现之后, 回归系数显著为正, 并且随着淘宝村出现的时间的推移而增加, 说明淘宝村在提高农民收入方面具有正向的、持续的效果。

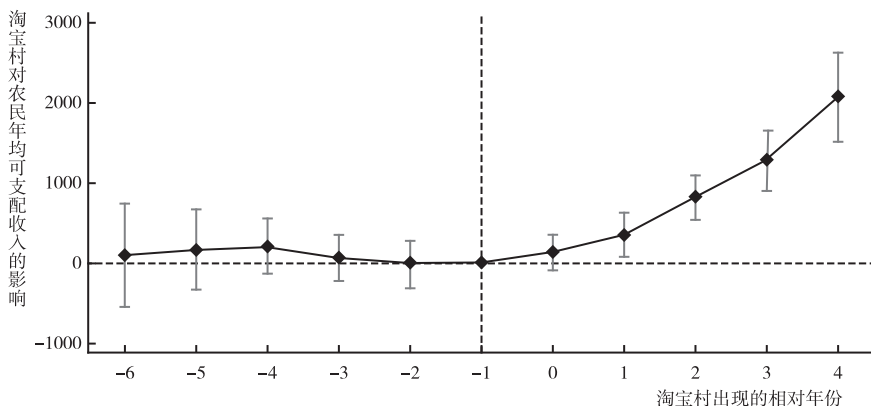


图 2 农村电商效应的动态估计结果

注: 图中绘制了 $Y_{ct} = \sum_{s=-1} \beta_s ECommerce_{cs} + \theta_c + W_{c, 2012} \lambda_t + \varepsilon_{ct}$ 中的动态改革效果 β_s 的估计值及其 95% 的置信区间。横轴为淘宝村出现的相对年份, 纵轴为淘宝村对农民年均可支配收入的影响的估计值, 数值参考线表示淘宝村出现前一年。

(三) 稳健性检验

1. 农村电商对城镇居民年均可支配收入的影响

淘宝村是数字电商这一新业态在农村的发展形式，是农民创业的集中体现，主要利好农村居民，而对城市居民年均可支配收入无显著影响。^①因此，可以将城镇居民年均可支配收入作为因变量，对农村电商的效果进行安慰剂检验。具体地，将式（2）中的因变量“农民年均可支配收入”替换为“城镇居民年均可支配收入”进行安慰剂检验。

图3绘制了淘宝村出现的相对年份对城镇居民年均可支配收入的影响。结果表明，无论在淘宝村出现前还是在淘宝村出现后，回归系数在统计上均不显著异于0，即有淘宝村的地级市与没有淘宝村的地级市的城镇居民年均可支配收入始终不存在显著差异。此外，这一结论也排除了地级市内其他可能会同时影响农村居民和城镇居民收入的政策对本文结果的混淆。

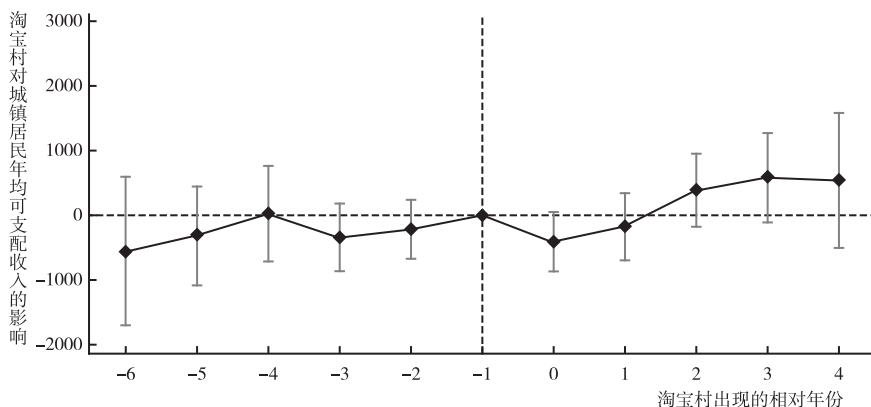


图3 农村电商对城镇居民年均可支配收入的影响

注：图中绘制了以“城镇居民年均可支配收入”作为 $Y_{ct} = \sum_{s=-1} \beta_s ECommerce_{cs} + \theta_c + W_{c, 2012} \lambda_t + \varepsilon_{ct}$ 的因变量时，动态改革效果 β_s 的估计值及其95%的置信区间。横轴为淘宝村出现的相对年份，纵轴为淘宝村对城镇居民年均可支配收入的影响的估计值，数值参考线表示淘宝村出现前一年。

① 淘宝村的发展壮大可能存在对城市的溢出效应，但考虑到农村地区的大量存量剩余劳动力（蔡昉，2007；约翰·奈特等，2011），这种可能性比较小。

2. 检验处理效应异质性对估计结果的影响

本文利用淘宝村在不同年份、不同地级市出现的时空差异识别其对地区的影响,对于处理效应存在异质性的多期倍差法,使用双向固定效应估计可能会存在偏误(Baker等, 2022; Borusyak和Jaravel, 2018; Callaway和Sant' Anna, 2021; De Chaisemartin和D'Haultfoeuille, 2020, 2021; Sun和Abraham, 2020)。为了说明估计偏误的原因,考虑一种仅包含3个地级市的简化情形,地级市A在2014年出现淘宝村,地级市B在2016年出现淘宝村,地级市C没有出现淘宝村,使用2012~2018年地级市的面板数据估计淘宝村的效应。使用双向固定效应模型得到的系数估计是四组对比加权平均的结果(Goodman-Bacon, 2021)。

(1) A与C的农民年均可支配收入在2014~2018年的平均差异与2012~2013年的平均差异的差,即 $(Y_A^{2014-2018} - Y_C^{2014-2018}) - (Y_A^{2012-2013} - Y_C^{2012-2013})$ 。

(2) A与B的农民年均可支配收入在2014~2015年(B出现淘宝村之前的样本作为A的对照组)的平均差异与2012~2013年的平均差异的差,即 $(Y_A^{2014-2015} - Y_B^{2014-2015}) - (Y_A^{2012-2013} - Y_B^{2012-2013})$ 。

(3) B与C的农民年均可支配收入在2016~2018年的平均差异与2012~2015年的平均差异的差,即 $(Y_B^{2016-2018} - Y_C^{2016-2018}) - (Y_B^{2012-2015} - Y_C^{2012-2015})$ 。

(4) B与A的农民年均可支配收入在2016~2018年的平均差异与2014~2015年(A出现淘宝村之后的样本作为B的对照组)的平均差异的差,即 $(Y_B^{2016-2018} - Y_A^{2016-2018}) - (Y_B^{2014-2015} - Y_A^{2014-2015})$ 。

偏误产生的原因是在进行第(4)组对比的时候使用的是A在淘宝村出现之后的数据,如果处理效应随着时间的推移而增加,那么在真实处理效应为正的情况下,第(4)组的对比却会得到负的处理效应,从而导致估计偏误。

为了检验本文结论的稳健性,本文使用De Chaisemartin和D'Haultfoeuille(2020, 2021)提出的方法估计了淘宝村的效应。这一方法估计处理效应时仅将目标时期内处理状态从未发生变化的地级市作为对照,也即该方法在计算处理效应时并未使用第(4)组对比,从而避免了估计偏误。本文使用Stata软件中的did_multiplegt命令进行估计,淘宝村出现之后

的估计结果是由选项 dynamic (#) 得到, 淘宝村出现之前的估计结果是由选项 placebo (#) 得到。图4的结果表明淘宝村出现时间不同的地级市之间的农民年均可支配收入在淘宝村出现前是可比的。淘宝村的出现会显著提高农民年均可支配收入, 并且这种效应会逐年增加, 因此我们进一步验证了农村电商的增收效应。

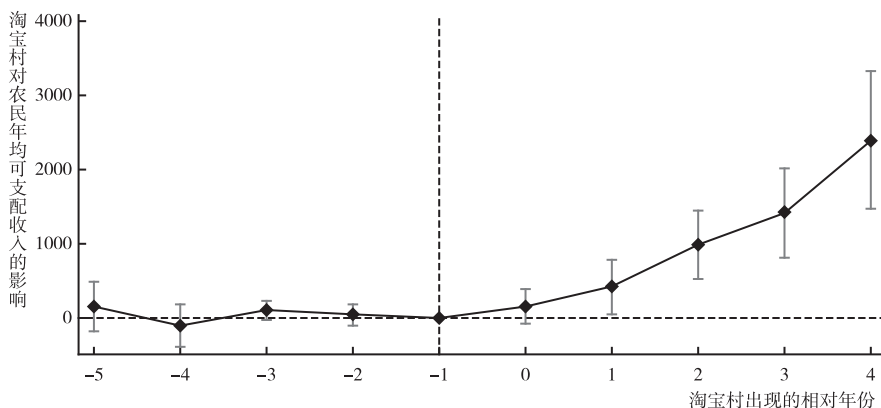


图4 检验处理效应异质性对估计结果的影响

注: 图中报告了使用De Chaisemartin和D'Haultfoeuille (2020, 2021) 提出的方法估计淘宝村效应的结果, 该方法将目标时期内处理状态未发生变化的地级市作为对照, 因此在处理效应存在异质性的情况下依然稳健。图中结果是使用Stata软件中的did_multiplere命令估计得到的, 淘宝村出现之前的估计结果是由选项 dynamic (#) 得到, 淘宝村出现之后的估计结果是由选项 placebo (#) 得到。

3. 排除精准扶贫政策对估计结果的影响

习近平总书记在2013年11月湖南湘西考察时首次提出了“精准扶贫”: 扶贫要实事求是、因地制宜。随之, 中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于创新机制扎实推进农村扶贫开发工作的意见》, 国务院扶贫开发领导小组等出台《关于印发〈建立精准扶贫工作机制实施方案〉的通知》, 国务院扶贫办等出台《关于印发〈扶贫开发建档立卡工作方案〉的通知》, 对精准扶贫工作模式的顶层设计、总体布局和工作机制等都做了详尽规划。此后, 国家出台了一系列政策扶持贫困县的发展。如果贫困县的分布恰好与淘宝村的分布类似, 那么本文估计结果就混杂了淘宝村的影响和扶贫政策的影响。

为了排除精准扶贫政策对本文估计结果的影响,本文根据2011年的国家扶贫开发工作重点县和集中连片特困地区县的认定名单中包含的832个县,^①计算了国家级贫困县在地级市的分布数量,并将该变量与时间虚拟变量的交乘项加入模型中以分离扶贫政策对淘宝村效果估计的影响。表4中的第(1)列报告了估计结果,“地级市内有无淘宝村”“地级市内淘宝村数量”依然对农民年均可支配收入有显著的正向影响,对于一个淘宝村数量处于平均数(18个)的地级市来说,其农民年均可支配收入比没有淘宝村的地级市高615元($235.913+18\times 21.078=615$ 元),这一结果与基准回归结果(642元)基本一致。

4. 利用匹配样本估计农村电商的增收效应

地级市之间的特征差异可能会影响有淘宝村的地级市和无淘宝村的地级市的农民年均可支配收入的差异,虽然在基准模型中对影响淘宝村出现的地级市特征进行了控制并且验证了平行趋势假设,但是为了进一步检验结果的稳健性,报告了基于匹配样本估计的淘宝村对农民年均可支配收入的影响。本文首先采用倾向匹配得分法进行样本筛选,然后基于匹配后的样本采用双重差分法来检验淘宝村的效应。具体地,本文将有淘宝村的地级市定义为实验组,将无淘宝村的地级市定义为控制组,利用地级市2012年的特征估计倾向得分,并利用倾向得分对实验组和控制组样本进行邻近一对一匹配,匹配后的样本包含142个地级市、982个观察值。表3报告了匹配变量的平衡性检验,结果表明匹配后的样本在地级市初始特征上无显著差异,说明利用该样本估计淘宝村的效果时,结果并不会受到地级市初始特征差异的影响。表4中第(2)列报告了基于匹配样本的处理效应估计结果,结果表明,“地级市内有无淘宝村”“地级市内淘宝村数量”依然对农民年均可支配收入有显著的正向影响,对于一个淘宝村数量处于平均数(18个)的地级市来说,其农民年均可支配收入比没有淘宝村的地级市高690元($302.729+18\times 21.521=690$ 元),这一结果与基准回归结果(642元)基本一致。

^① 名单详见https://nrra.gov.cn/art/2014/12/23/art_343_981.html。

表 3 匹配变量平衡性检验

指标	匹配前样本			匹配后样本		
	地级市内 有淘宝村	地级市内 无淘宝村	差异	地级市内 有淘宝村	地级市内 无淘宝村	差异
人均国内生产总值的对数	10.819	10.440	0.379*** (0.000)	10.823	10.809	0.014 (0.667)
第一产业增加值与地区生产总值之比	10.258	14.594	-4.336*** (0.000)	10.250	10.069	0.181 (0.587)
一般预算支出与地区生产总值之比	0.140	0.200	-0.060*** (0.000)	0.140	0.142	-0.002 (0.455)
每百人中学生在人数	5.279	5.401	-0.122* (0.077)	5.275	5.199	0.076 (0.316)
市内道路总面积的对数	7.534	6.826	0.709*** (0.000)	7.531	7.638	-0.107 (0.102)
国际互联网用户数与年均人口之比	0.185	0.120	0.065*** (0.000)	0.173	0.163	0.010 (0.133)

注：表中报告了“地级市内有淘宝村”与“地级市内无淘宝村”的地级市 2012 年特征在匹配前和匹配后的差异及其显著性检验。括号内报告了差异的 p 值，*、**、*** 分别表示 10%、5% 和 1% 水平下显著。

5. 删除了用县级平均的方法计算农民年均可支配收入的地区

为了尽可能避免缺失样本对估计结果带来的影响，本文在计算地级市农民年均可支配收入时，对于分省份统计年鉴中缺失的样本采取了用县级市平均值填补的方法进行处理。对分省份统计年鉴中的地级市农民年均可支配收入和依据县域统计年鉴数据求得的地级市平均值进行描述性分析可以发现，两者之间的差异很小。来源于分省份统计年鉴中的“农民年均可支配收入”的均值为 12998 元，标准差为 4697 元；根据县级数据计算的“农民年均可支配收入”的均值为 12926 元，标准差为 4887 元。为了检验数据来源一致性对估计结果的影响，剔除了利用县域统计年鉴进行填补的样本，仅保留了分省份统计年鉴中包含的数据估计基准模型，表 4 中第（3）列报告了估计结果，根据“地级市内有无淘宝村”“地级市内淘宝村数量”的估计系数可以计算得到，对于一个淘宝村数量处于平均数（18 个）的地级市来说，其农民年均可支配收入比没有淘宝村的地级市高 670 元（ $266.975+18\times22.409=670$ 元），与基准回归结果的估计值（642 元）类似。

6. 删除2014年成批出现淘宝村的地级市样本

本文利用淘宝村数据衡量地级市的农村电商发展水平, 淘宝村的明确定义出现在2013年, 淘宝村的统计数据首次出现在2014年, 因此本文将2014年作为淘宝村的起始年份。但是某些地级市的淘宝村可能在2014年前就已经出现, 如果使用2014年作为淘宝村出现的起始年份, 会导致淘宝村时间出现测量误差, 从而带来估计偏误。但这一误差应该不会影响本文的基本结论, 原因如下: 一方面, 基于淘宝村的动态效果估计, 在淘宝村出现前, 有淘宝村的地级市和无淘宝村的地级市之间的农民年均可支配收入并不存在显著差异, 这增强了我们对结果的信心; 另一方面, 假设存在这样的地区, 由于2014年晚于这些地级市出现淘宝村的时间, 即将本应位于实验组的样本误认作控制组, 会低估淘宝村的处理效应。为了进一步检验本文结论的稳健性, 将2014年地级市内淘宝村数量大于6的样本删除并重新估计了处理效应。^①表4第(4)列中的估计结果表明, 正如预期的, 基准回归结果低估了淘宝村对农民年均可支配收入的影响。在剔除2014年淘宝村数量大于6的地级市样本后, 根据估计结果, 对于一个淘宝村数量处于平均数(18个)的地级市来说, 其农民年均可支配收入比没有淘宝村的地级市高875元($192.305+18\times 37.917=875$ 元), 这一影响比基准回归结果中淘宝村对农民年均可支配收入的影响更大。

7. 使用年均可支配收入的对数值衡量农民收入

在基准回归结果中, 本文用农民年均可支配收入的绝对值来衡量农民收入。使用这一指标的原因在于: 一方面, 关注的是淘宝村对农民年均可支配收入的影响; 另一方面, 地级市层面的农民年均可支配收入的分布是较对称的, 无须为了调整分布的偏度而进行对数转换。但是, 为了检验结论的稳健性, 使用农民年均可支配收入的对数值作为因变量重新估计了模型。表4中第(5)列的结果表明, “地级市内淘宝村数量”对农民年均可支配收入依然有显著的正向影响, 这验证了淘宝村的增收效应。

① 之所以选择剔除地级市内淘宝村数量大于6的样本是因为统计了2015年首次出现淘宝村的地级市的淘宝村数量, 发现其最大值为6, 因此认为2014年地级市内淘宝村数量大于6的样本可能在淘宝村定义出现之前就已经存在, 即对这部分地级市的农村电商发展水平的度量可能存在偏误。

表 4 稳健性检验

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
因变量：农民年均可支配收入	控制精准扶贫政策的影响	使用匹配样本	删除使用县级平均值填补的样本	删除 2014 年成批出现淘宝村的地级市	使用农民年均可支配收入对数作为因变量
地级市内有无淘宝村	235.913** (95.170)	302.729** (118.809)	266.975*** (100.819)	192.305** (97.121)	-0.683 (0.605)
地级市内淘宝村数量	21.078*** (2.518)	21.521*** (2.677)	22.409*** (2.665)	37.917*** (5.959)	0.030*** (0.010)
地级市固定效应	是	是	是	是	是
地级市初始特征×年份固定效应	是	是	是	是	是
地级市个数	256	142	256	243	256
样本量	1772	982	1687	1702	1772
R ² 值	0.975	0.969	0.974	0.973	0.978

注：表中报告了农村电商对农民年均可支配收入的稳健性检验。第（1）列为控制精准扶贫政策的影响之后的估计结果，在地级市初始特征中加入了地级市内 2011 年贫困县个数；第（2）列为基于匹配样本的估计结果；第（3）列为删除使用县级平均值计算的农民年均可支配收入的样本的估计结果；第（4）列为删除 2014 年成批出现淘宝村的样本的估计结果；第（5）列为用农民年均可支配收入对数作为因变量的估计结果，为了便于阅读，将回归系数乘以 100，以表示百分比的变化。地级市初始特征为 2012 年地级市的人均国内生产总值的对数、第一产业增加值与地区生产总值之比、一般预算支出与地区生产总值之比、每百人中中学生在校人数、市内道路总面积的对数、国际互联网用户数与年均人口之比、限额以上批发零售业商品销售总额与地区生产总值之比。括号内为稳健标准误，*、**、***分别表示 10%、5% 和 1% 水平下显著。

五 农村电商的异质性效应分析

本文的基准估计结果表明，农村电商对农民年均可支配收入有显著的促进作用，但是并没有揭示农村电商这种促进作用是否会随着不同地区初始特征的差异而呈现出异质性。为了对此进行说明，本文考察了农业生产率、城镇居民年均可支配收入不同的地级市的农村电商对农民年均可支配收入的异质性影响，前者可以说明农村电商带动了哪些地区的发展，后者可以从需求的角度说明农村电商对市场容量不同的地区的影响程度。

（一）农村电商对农业生产率不同地区的异质性影响

农村电商为各类生产要素的优化重组提供了一个机遇，可以激活农村的

内生发展动力。农业生产率是衡量各地生产要素组合效率的重要指标，如果淘宝村可以帮助促进生产要素优化重组，那么预期淘宝村对农业生产率较低的地区的影响更大。参照徐建国和张勋（2016）的做法，本文使用人均粮食产量衡量地区农业生产率。为了保障分组变量不受淘宝村是否出现的影响，本文使用样本初始年份（2012年）的地级市数据，按照人均粮食产量的中位数将样本分为两组，并分别估计农村电商对农民年均可支配收入的动态影响。

图5绘制了使用人均粮食产量低于中位数和高于中位数的两组样本估计的淘宝村的动态效果。结果表明，在淘宝村出现前，两组样本的估计系数均不显著异于0，说明数据满足平行趋势假设。在淘宝村出现后，对于人均粮食产量高于中位数的地区来说，淘宝村的出现对当地农民年均可支配收入有促进作用；对于人均粮食产量低于中位数的地区来说，淘宝村显著提高了当地农民年均可支配收入。对比淘宝村对两组样本的估计系数可以发现，淘宝村对人均粮食产量高于中位数的地区的影响更大。淘宝村在这个意义上具有普惠的性质，可以推动农业生产率较低的地区实现跨越式发展。

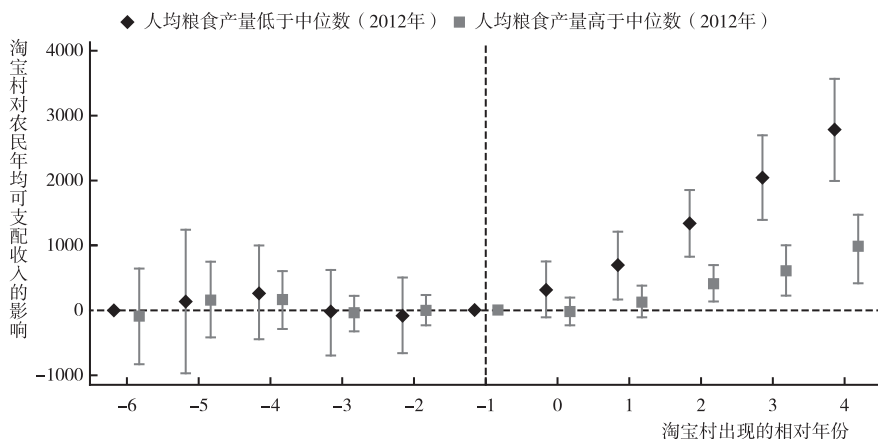


图5 农村电商对农民年均可支配收入的影响：按人均粮食产量分组

注：图中绘制了使用“人均粮食产量低于中位数（2012年）”“人均粮食产量高于中位数（2012年）”的样本估计 $Y_{it} = \sum_{s=-1}^4 \beta_s ECommerce_{cs} + \theta_c + W_{c, 2012} \lambda_t + \varepsilon_{it}$ 时，动态改革效果 β_s 的估计值及其95%的置信区间。横轴为淘宝村出现的相对年份，纵轴为淘宝村对农民年均可支配收入的影响的估计值，数值参考线表示淘宝村出现前一年。

(二) 农村电商对城镇潜在市场规模不同的地区的异质性影响

农村电商提供了在线市场，为农村与城镇市场的有效对接提供了条件，扩大了农村产品的市场边界（Parker等，2016）。现有文献表明，可支配收入是影响消费的重要因素（方福前，2009）。为了分析淘宝村对城镇潜在市场规模的异质性影响，本文使用样本初始年份（2012年）的地级市数据，按照城镇居民年均可支配收入的中位数将样本分为两组，并分别估计农村电商对农民年均可支配收入的动态影响。

图6绘制了使用城镇居民可支配收入高于中位数和低于中位数的两组样本估计的淘宝村的动态效果。首先，在淘宝村出现前，淘宝村的估计系数均不显著异于0，两组样本均满足平行趋势假设。其次，淘宝村对两组样本的影响存在异质性，对于城镇居民年均可支配收入低于中位数的地区来说，淘宝村的出现并未改变当地农民年均可支配收入；而对于城镇居民年均可支配收入高于中位数的地区来说，淘宝村的出现显著提高了当地农民年均可支配收入。淘宝村的增收效果在消费能力更强的地区得到了更大的释放。

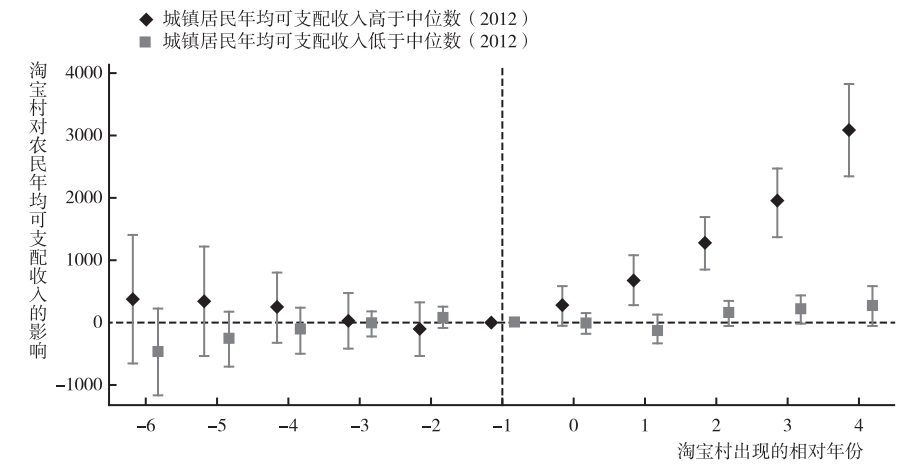


图6 农村电商对农民年均可支配收入的影响：按城镇居民年均可支配收入分组

注：图中绘制了使用“城镇居民年均可支配收入高于中位数（2012年）”“城镇居民年均可支配收入低于中位数（2012年）”的样本估计 $Y_{it} = \sum_{s=-1}^4 \beta_s ECommerce_{cs} + \theta_c + W_{c, 2012} \lambda_t + \varepsilon_{it}$ 时，动态改革效果 β_s 的估计值及其95%的置信区间。横轴为淘宝村出现的相对年份，纵轴为淘宝村对农民年均可支配收入的影响的估计值，数值参考线表示淘宝村出现前一年。

六 机制检验

农村电商对农民年均可支配收入的影响可能是通过提高农民的创业比例来实现的。已有文献表明,农村电商对创业可能有潜在的促进作用。首先,淘宝村作为一种线上的产业集群,会促进知识外溢和基础设施共享(范剑勇,2006)、生产合作和交易(盖文启和朱华晟,2001),从而拉动农村存量人力资源从事创业活动;其次,淘宝村的出现提供了新的发展平台,有利于吸引外出务工人员返乡创业。外出务工人员往往有更高的受教育水平(赵耀辉,1997)和人力资本水平(石智雷和杨云彦,2011),具有更高的创业概率(周广肃等,2017)。淘宝村的出现提高了外出务工人员返乡创业的吸引力,也为外出务工人员提供了新的发展平台。

对农村电商通过促进创业进而提高农民收入的机制进行检验的直接做法是测算淘宝村对农民创业概率的影响,然而现有宏观统计数据 and 微观调查数据都难以支撑这一检验。宏观统计数据可以从总量上反映地区内的创业状况,但是现有地区层面的统计数据如《中国城市统计年鉴》等并没有针对企业总量的统计,而仅报告了规模以上工业企业数量。^①调查显示,淘宝卖家往往有网店规模小、经营规模小、总体投入小的特点,^②淘宝村往往难以在短短几年内增加当地规模以上工业企业数量,因此这一变量并不适用于检验淘宝村的创业机制。^③另一种检验淘宝村创业机制的方法是使用微观调查数据分析淘宝村对个体创业概率的影响,但是这种做法的问题在于:首先,微观调查数据往往样本量小,当对农村地区和创业人群进行筛选时,难以保证有足够的样本量;其次,如果淘宝村对创业具有溢出效应,使用个人层面数据难以进行估计,使用地区层面数据则可以规避这个问题。

① 在本文的样本区间内,规模以上工业企业是指主营业务收入超过2000万元的工业企业。

② 参见北京大学中国社会与发展研究中心和阿里研究院的报告《谁在开网店》。

③ 估计“地级市内有无淘宝村”“地级市内淘宝村数量”对“规模以上工业企业数量”的影响,结果显示两者的系数均不显著。

为了检验农村电商能否推动当地的创业行为,本文利用锐思数据的工商信息数据库,使用2012~2018年的工商注册数据进行分析。这一做法的合理性体现在两个方面:一方面,工商注册数据涵盖所有在工商部门注册的企业样本,包含企业名称、成立时间、注册地址等信息,可以提供全景式的地区创业图景;另一方面,工商注册数据不包含企业家的背景信息,导致无法区分农民创立的企业和非农民创立的企业,但根据前文结论,农村电商对城镇居民年均可支配收入没有显著影响,同时现有文献表明创业会伴随着收入的提高(张博等,2015),因此可以推测农村电商对创业的影响主要是由农村地区创业行为的变化导致的。

具体地,本文根据企业的注册地址计算了地级市层面每年的新注册企业数量,考虑到不同地级市人口规模的差异,使用人口数量对每年新增企业数量进行标准化。本文将人均新增企业数量(家每万人)作为解释变量估计了淘宝村出现的相对年份对其的动态影响。工商注册数据显示不同地级市的企业注册数量存在很大差异,以2012年为例,新增注册企业数量最多的4个城市是上海市、北京市、重庆市、深圳市,分别为13.66万家、10.08万家、8.48万家、8.45万家;新增企业数量最少的四个地级市为海南省三沙市、青海省海东市、安徽省巢湖市、西藏自治区那曲市,分别为1家、2家、22家、23家。^①

图7绘制了当将人均新增企业注册数量作为因变量时,淘宝村出现的相对年份对人均新增企业注册数量的动态影响。可以得到两个结论:首先,淘宝村出现时间不同的地级市内的人均新增企业注册数量满足平行趋势假设,在淘宝村出现前,有淘宝村的地级市和没有淘宝村的地级市的人均新增企业注册数量不具有显著差异。其次,在淘宝村出现后,有淘宝村的地级市内的人均新增企业注册数量显著高于没有淘宝村的地级市,并且这一效果会随着淘宝村出现时间的推移而增强。动态来看,在淘宝村出现后的第1年,有淘宝村的地级市人均新增企业注册数量比没有淘宝村的地级市高0.488家每万人,在淘宝村出现后的第4年,这一差异扩大至3.175家每万人。这意味着,对于一

① 此处的新增企业数量是根据微观企业注册信息加总而得,部分企业数据不完整会导致加总数值与真实数据略微存在差异。

个年均人口数量处于平均数（670 万人）的地级市来说，淘宝村出现第 1 年，新增企业注册数量为 327 家；在淘宝村出现后第 4 年，会增加至 2127 家。

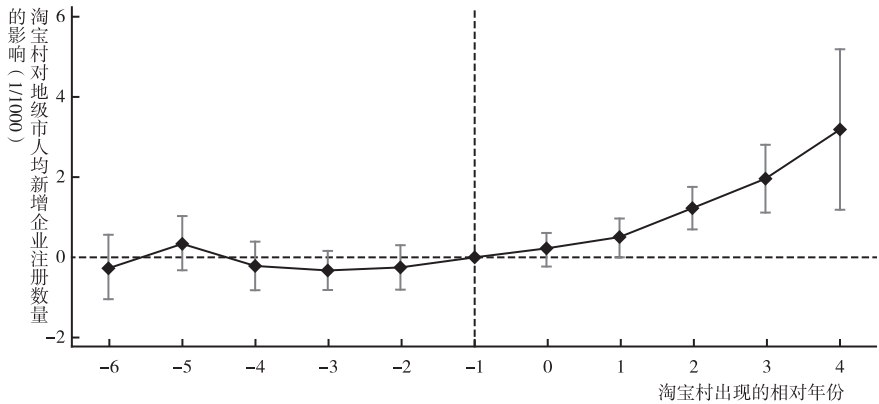


图7 农村电商对地级市人均新增企业注册数量的影响

注：图中绘制了以“地级市人均新增企业注册数量”作为 $Y_{ct} = \sum_{s=t-1}^t \beta_s ECommerce_{cs} + \theta_c + W_{c, 2012} \lambda_t + \varepsilon_{ct}$ 中的因变量时，动态改革效果 β_s 的估计值及其 95% 的置信区间。横轴为淘宝村出现的相对年份，纵轴为淘宝村对地级市人均新增企业注册数量的影响的估计值，数值参考线表示淘宝村出现前一年。

考虑到淘宝村主要出现在村镇地区，其对村镇的创业拉动作用应该更大。本文根据企业的注册地是否位于村、乡或镇，将所有新增企业分为两类——注册在村镇的企业和注册在非村镇的企业。图 8 绘制了当将人均新增注册在村镇的企业数量、人均新增注册在非村镇的企业数量作为因变量时，淘宝村出现的相对年份对其的动态影响，可以得到两个结论：首先，从淘宝村的作用时点来看，注册在村镇的企业数量在淘宝村出现第 1 年就表现出显著的增加趋势，而注册在非村镇的企业数量在淘宝村出现后第 2 年才表现出与没有淘宝村的地级市的显著差别。其次，从淘宝村的作用强度来看，淘宝村的出现对注册在村镇的企业数量的影响更大。具体来看，在淘宝村出现后第 2 年，有淘宝村的地级市人均新增注册在村镇的企业数量比没有淘宝村的地级市高 0.726 家每万人，而有淘宝村的地级市人均新增注册在非乡镇的企业数量比没有淘宝村的地级市仅高 0.510 家每万人，前者约是后者的

1.424倍。这一证据进一步说明了淘宝村对于当地创业的拉动作用，特别是注册在村镇的企业数量明显增加。

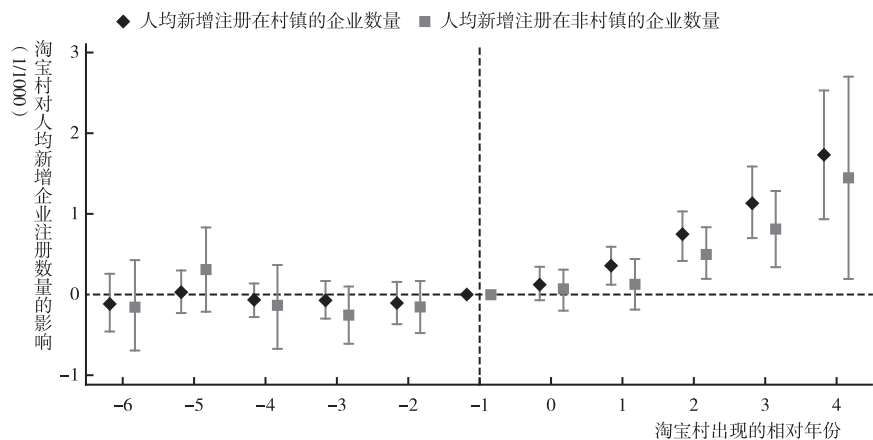


图8 农村电商对地级市人均新增注册在村镇的企业数量和注册在非村镇的企业数量的影响

七 拓展性分析

（一）农村电商对农民消费的影响

农村电商发展显著提高了农民年均可支配收入，那么是否会进一步转化为消费的增加呢？对这一问题的探索具有重要意义。首先，第七次全国人口普查数据显示，我国有约6亿人居住在乡村，占总人口的36.11%，其消费关系到内需的释放和国内大循环市场的畅通；其次，收入和消费是不可分割的，收入是消费的前提，对于农民来说，收入是制约消费的主要因素（方福前，2009）。如果农村电商发展在提高农民年均可支配收入的同时也提高其消费水平，那么对这个事实的揭示可以反过来支持本文结论。

表5中的第（1）列报告了使用“农民消费”作为因变量时的估计结果，如我们所预料，淘宝村不仅提高了农民年均可支配收入，还对农民消费有正向影响。相较于“地级市内有无淘宝村”，“地级市内淘宝村数量”对农

民消费的拉动作用更大。从数值上看,“地级市内淘宝村数量”位于平均值(18个)的地级市相较于没有淘宝村的地级市,农民消费水平提高约为315元($82.137+18\times12.922=315$ 元),相当于农民年均可支配收入平均值的2.4%($315/12998\times100\%=2.4\%$)。

(二) 农村电商对涉农财政收入的影响

企业的经营活动需要缴纳税收,对于农村电商通过拉动创业而提高农民年均可支配收入的机制,可以利用地级市财政收入的变化进一步予以验证。如果地级市确实因农村电商发展而催生了更多的企业,那么应该观察到地级市财政收入中来源于企业的税收收入会相应上升。分税种来看,增值税、企业所得税是企业层面最重要的两个税种,^①因此分别检验农村电商对地级市增值税收入和所得税收入的影响。此外,本文还检验了农村电商是否会降低地级市的预算赤字。

表5中的第(2)列报告了当因变量为“增值税占一般预算收入比重”时的估计结果,发现有淘宝村的地级市在淘宝村出现之后增值税占比较没有淘宝村的地级市上升得更快,从数值来看增值税占比会提高0.830个百分点。第(3)列报告了当因变量为“企业所得税占一般预算收入比重”时的估计结果,发现地级市内有无淘宝村对企业所得税占比影响不显著,但地级市内淘宝村数量对企业所得税占比有显著的正向影响。淘宝村对增值税和企业所得税的影响存在差异的可能原因是,增值税是对增值额进行征税,只要企业创造增值额,则无论企业是否盈利都要缴纳;而企业所得税是对企业利润进行征税的税种,只有企业盈利时才会产生企业所得税。因此,地级市的增值税收入取决于是否有淘宝村,企业所得税收入更取决于淘宝村的数量,当淘宝村数量较多时存活的企业更可能是盈利的,这部分企业贡献了更多的企业所得税收入。

表5中的第(4)列报告了淘宝村对地级市财政赤字的影响,使用“一般预算支出与一般预算收入之比”作为因变量进行估计。结果表明淘宝村的出现可以显著降低地级市的预算赤字,相较于没有淘宝村的地级市,有淘宝村的地

① 2018年国内增值税收入占税收收入的比重为39%,企业所得税收入占税收收入的比重为23%,是占比最高的两种税收收入。

地级市在淘宝村出现后预算赤字会多降低约35%。淘宝村数量越多的地级市，财政赤字越低，对于一个淘宝村数量处于平均数（18个）的地级市来说，其财政赤字比没有淘宝村的地级市低48%。

表5 农村电商对消费和涉企财政收入的影响

变量	(1)	(2)	(3)	(4)
	农民消费	增值税占一般预算收入比重	企业所得税占一般预算收入比重	一般预算支出与一般预算收入之比
地级市内有无淘宝村	82.137 (108.367)	0.830* (0.460)	-0.028 (0.185)	-0.354*** (0.124)
地级市内淘宝村数量	12.922*** (3.214)	0.015 (0.014)	0.014** (0.006)	-0.007*** (0.002)
地级市固定效应	是	是	是	是
地级市初始特征×年份固定效应	是	是	是	是
地级市个数	226	252	252	252
样本量	1021	1464	1419	1686
R ² 值	0.971	0.774	0.752	0.886

注：表中报告了农村电商对农民消费和涉企财政收入的影响。地级市初始特征为2012年地级市的人均国内生产总值的对数、第一产业增加值与地区生产总值之比、一般预算支出与地区生产总值之比、每百人中中学生在校人数、市内道路总面积的对数、国际互联网用户数与年均人口之比、限额以上批发零售业商品销售总额与地区生产总值之比。括号内为稳健标准误，*、**、***分别表示10%、5%和1%的显著性水平。

八 结论与政策建议

(一) 结论

数字经济为经济发展提供了新的机遇，数字经济红利能否为乡村振兴提供引擎和发展动力是值得研究的重要问题。淘宝村作为农村电商发展的典型代表，是农村电商的缩影，其数量在2014~2018年增长了近12倍，然而对于淘宝村如何影响农民收入这一问题现有文献并未作出科学的论证。

本文采用2012~2018年的地级市面板数据,利用淘宝村在不同年份、不同地级市出现的时空差异构建双重差分模型,探索农村电商发展与农民增收的关系。

实证结果表明,“地级市内有无淘宝村”“地级市内淘宝村数量”均对农民年均可支配收入有显著的正向影响。对于一个淘宝村数量处于平均数(18个)的地级市来说,其农民年均可支配收入比没有淘宝村的地级市高642元,相当于农民年均可支配收入平均值的5%。这一结论在考虑多期倍差法的异质性处理效应和基于匹配样本进行估计、安慰剂检验等一系列稳健性检验后依然成立。淘宝村不仅提高了农民年均可支配收入,还提高了农民消费支出,有利于推动经济内循环。对于上述两个地级市来说,农民消费支出提高315元,相当于农民年均可支配收入平均值的2.4%。淘宝村的增收效应主要源于其对创业的拉动效应,对于一个年均人口数量处于平均数(670万人)的地级市来说,淘宝村出现第1年,新增注册企业数量为327家,在淘宝村出现后第4年,会增加至2127家。淘宝村在帮助农民增收的同时还具有普惠性质,异质性分析表明淘宝村对于初始农业生产率较低的地区、城镇潜在市场更大的地区的影响更大。

(二) 政策建议

本文结论说明农村电商可以激发农村地区的经济活力和内生增长动力,是全面推进乡村振兴的重要抓手。为了更好地发挥农村电商对乡村振兴的推动作用,本文提出以下政策建议。

第一,对于电商基础薄弱的地区,当地政府应合理扬长补短,依托农村电商实现跨越式发展。农村电商对于农民年均可支配收入、消费水平有显著的提升作用,说明电商基础薄弱的地区可以依托农村电商实现跨越式发展。首先,良好的交通条件、通信设施、现代物流体系是农村电商发展的基本保障,当地政府应重视电商基础设施建设,加快补齐相关短板;其次,农民是农村电商的主体,当地政府应重视提高农民素质,针对电商知识欠缺的人群,组织开展电商技能、营销策略等相关培训,帮助农民提高认知水平、熟悉电商模式。此外,我国农村有着“熟人社会”的鲜明特征,是先进经验推广和传播的天然土壤,当地政府应重视对先进经验的总结和

分享,利用分享会、交流会等形式,依托人际网络,宣传、推广先进经验,实现先富带动后富。

第二,发挥本地特色,利用产业优势,整合资源实现快速发展。异质性分析表明,农村电商在农业生产率较低的地区、城镇潜在市场更大的地区的增收效应更强,这意味着不同地区在借助农村电商推动乡村振兴时应结合本地特色。我国农业同质化程度非常高,政府首先要进行合理的产业布局 and 资源配置,避免同质化竞争、同质化投资和重复建设;其次,应引导农村电商抱团发展,推动农产品标准化生产,提高品控能力,保证产品质量和供应链稳定;最后,应重视打造特色农产品品牌,提高产品知名度和附加值,推进农产品品牌化、特色化、优质化发展。此外,为了使农村电商助力乡村振兴,要确保当地电商发展的可持续性,不断创新思路,提高服务水平,走上高质量发展、绿色发展、可持续发展的道路。

第三,农村电商促进农民增收的主要渠道是拉动创业,地方政府应为返乡创业人员创造良好的营商环境,培育乡村振兴新动能。地方政府应重点关注具有电商从业经验的返乡者、返乡高校毕业生、大学生村官、退伍军人等群体,发挥他们的带头作用和示范作用,鼓励他们通过短视频、直播等方式创业,积极创新农村创业模式。

第四,农民增收和政府治理能力提升相互促进,形成农村电商持续推动乡村振兴的良性循环。农村电商不仅能促进农民增收,还能为当地政府创造税源,缓解地方财政压力。地方政府不仅要在农村电商的起步阶段予以引导和扶持,还应在农村电商发展到一定规模后基于其对当地经济的带动作用,持续完善政策,提高治理能力,营造良好的营商环境,为农村电商保持持续的生命力提供保障。

参考文献

- [1] 蔡昉, 2007,《破解农村剩余劳动力之谜》,《中国人口科学》第2期。
- [2] 崔凯、冯献, 2018,《演化视角下农村电商“上下并行”的逻辑与趋势》,《中国农

- 村经济》第3期。
- [3] 崔丽丽、王骊静、王井泉, 2014,《社会创新因素促进“淘宝村”电子商务发展的实证分析——以浙江丽水为例》,《中国农村经济》第12期。
- [4] 崔艳娟、孙刚, 2012,《金融发展是贫困减缓的原因吗?——来自中国的证据》,《金融研究》第11期。
- [5] 都阳、Albert Park, 2007,《中国的城市贫困:社会救助及其效应》,《经济研究》第12期。
- [6] 樊丽明、解垚, 2014,《公共转移支付减少了贫困脆弱性吗?》,《经济研究》第8期。
- [7] 范剑勇, 2006,《产业集聚与地区间劳动生产率差异》,《经济研究》第11期。
- [8] 方福前, 2009,《中国居民消费需求不足原因研究——基于中国城乡分省数据》,《中国社会科学》第2期。
- [9] 盖文启、朱华晟, 2001,《产业的柔性集聚及其区域竞争力》,《经济理论与经济管理》第10期。
- [10] 郭承龙, 2015,《农村电子商务模式探析——基于淘宝村的调研》,《经济体制改革》第5期。
- [11] 郭熙保、罗知, 2008,《贸易自由化、经济增长与减轻贫困——基于中国省际数据的经验研究》,《管理世界》第2期。
- [12] 黄少安, 2018,《改革开放40年中国农村发展战略的阶段性演变及其理论总结》,《经济研究》第12期。
- [13] 江小涓, 2017,《高度联通社会中的资源重组与服务业增长》,《经济研究》第3期。
- [14] 荆文君、孙宝文, 2019,《数字经济促进经济高质量发展:一个理论分析框架》,《经济学家》第2期。
- [15] 李建军、韩珣, 2019,《普惠金融、收入分配和贫困减缓——推进效率和公平的政策框架选择》,《金融研究》第3期。
- [16] 刘俊杰、李超伟、韩思敏等, 2020,《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》,《中国农村经济》第11期。
- [17] 刘生龙、张晓明、杨竺松, 2021,《互联网使用对农村居民收入的影响》,《数量经济技术经济研究》第4期。
- [18] 刘亚军、储新民, 2017,《中国“淘宝村”的产业演化研究》,《中国软科学》第2期。
- [19] 石智雷、杨云彦, 2011,《外出务工对农村劳动力能力发展的影响及政策含义》,《管理世界》第12期。
- [20] 王康、赵蕊、苏盖美, 2023,《数字化如何助力全国统一大市场建设——基于企业资本跨地区流动视角》,《中国经济学》第2期。

- [21] 王天夫, 2021,《数字时代的社会变迁与社会研究》,《中国社会科学》第12期。
- [22] 吴一平、杨芳、周彩, 2022,《电子商务与财政能力: 来自中国淘宝村的证据》,《世界经济》第3期。
- [23] 徐佳、韦欣, 2021,《中国城镇创业与非创业家庭消费差异分析——基于微观调查数据的实证》,《数量经济技术经济研究》第1期。
- [24] 徐建国、张勋, 2016,《农业生产率进步、劳动力转移与工农业联动发展》,《管理世界》第7期。
- [25] 杨晶、邓悦, 2020,《中国农村养老保险制度对农户收入不平等影响研究》,《数量经济技术经济研究》第10期。
- [26] 约翰·奈特、邓曲恒、李实等, 2011,《中国的民工荒与农村剩余劳动力》,《管理世界》第11期。
- [27] 张博、胡金焱、范辰辰, 2015,《社会网络、信息获取与家庭创业收入——基于中国城乡差异视角的实证研究》,《经济评论》第2期。
- [28] 张栋浩、尹志超, 2018,《金融普惠、风险应对与农村家庭贫困脆弱性》,《中国农村经济》第4期。
- [29] 赵涛、张智、梁上坤, 2020,《数字经济、创业活跃度与高质量发展——来自中国城市的经验证据》,《管理世界》第10期。
- [30] 赵耀辉, 1997,《中国农村劳动力流动及教育在其中的作用——以四川省为基础的研究》,《经济研究》第2期。
- [31] 周广肃、谭华清、李力行, 2017,《外出务工经历有益于返乡农民工创业吗?》,《经济学(季刊)》第2期。
- [32] 周亚虹、邱子迅、任欣怡等, 2023,《数字金融的发展提高了电商助农的效率吗? ——基于电子商务进农村综合示范项目的分析》,《数量经济技术经济研究》第7期。
- [33] Angrist J. D., Pischke J. S. 2009. *Mostly Harmless Econometrics: An Empiricist's Companion*. Edition 1st Edition. Princeton: Princeton University Press.
- [34] Baker A.C., Larcker D.F., Wang C.C.Y. 2022. "How Much Should We Trust Staggered Difference-in-differences Estimates?" *Journal of Financial Economics* 144 (2): 370-395.
- [35] Borusyak K., Jaravel X. 2018. "Revisiting Event Study Designs." *SSRN Electronic Journal*.
- [36] Callaway B., Sant' Anna P.H.C. 2021. "Difference-in-differences with Multiple Time Periods." *Journal of Econometrics* 225 (2): 200-230.
- [37] Couture V., Faber B., Gu Y., et al. 2021. "Connecting the Countryside via E-

- commerce: Evidence from China.” *American Economic Review: Insights* 3 (1): 35–50.
- [38] De Chaisemartin C., D’Haultfoeuille X. 2020. “Two-way Fixed Effects Estimators with Heterogeneous Treatment Effects.” *American Economic Review* 110 (9): 2964–2996.
- [39] De Chaisemartin C., D’Haultfoeuille X.D. 2021. “Difference-in-differences Estimators of Intertemporal Treatment Effects.” arXiv: 2007.04267.
- [40] Goodman-Bacon A. 2021. “Difference-in-differences with Variation in Treatment Timing.” *Journal of Econometrics* 225 (2): 254–277.
- [41] Luo X., Niu C. 2019. “E-commerce Participation and Household Income Growth in Taobao Villages.” The World Bank, No. 8811.
- [42] Parker C., Ramdas K., Savva N. 2016. “Is IT Enough? Evidence from a Natural Experiment in India’s Agriculture Markets.” *Management Science* 62 (9): 2481–2503.
- [43] Peng C., Ma B., Zhang C. 2021. “Poverty Alleviation through E-commerce: Village Involvement and Demonstration Policies in Rural China.” *Journal of Integrative Agriculture* 20 (4): 998–1011.
- [44] Sun L., Abraham S. 2020. “Estimating Dynamic Treatment Effects in Event Studies with Heterogeneous Treatment Effects.” *Journal of Econometrics* 225 (2): 175–199.
- [45] Luo X., Niu C. 2019. “E-commerce Participation and Household Income Growth in Taobao Villages.” The World Bank, No. 8811.

(责任编辑: 焦云霞)

Table of Contents & Summaries

Can Digital Economy Benefit Rural Regions: The Effect of Rural E-Commerce on Income

GAO Wenjing¹ YANG Jia² SHI Xinzheng² WANG Yuqing³

(1. School of Economics, Hangzhou Normal University; 2. School of Economics and Management, Tsinghua University; 3. Chinese Academy of Fiscal Sciences)

Summary: The digital economy has changed the allocation of resources, the way the market operates, and the structure of production organizations, providing opportunities for high-quality economic development. The digital economy can potentially promote the development of rural regions. Whether rural areas can seize the dividends of the digital economy to achieve leapfrog development is an important issue related to the welfare of China's 500 million farmers and the realization of rural revitalization. The extent to which rural e-commerce, as an important form of digital economy integration into China's rural areas, has exerted an income-enhancing effect has not been scientifically tested in the existing literature.

Taobao villages is an epitome and typical representative of rural e-commerce development, the number of Taobao villages is growing in tandem with the national e-commerce. In 2014, there were only 196 Taobao villages in the country, this number increased to 2701 in 2018, covering 24 provinces. In this paper, we explore the impact of rural e-commerce development on the welfare of rural residents. Specifically, we use prefecture-level city panel data from 2012-2018 do the analysis, where the welfare of rural residents is measured by their yearly disposable income, and the development of rural e-commerce is measured

by the number of Taobao villages at the prefectural level. Utilizing the staggered emergence of Taobao villages, we construct a difference-in-differences model to identify the causal relationship.

The difference-in-differences estimation shows that both the emergence of “Taobao village” and the number of “Taobao village” have positive effects on rural disposable income. For a prefecture-level city with an average number of Taobao villages (18), the average annual rural disposable income is 642 yuan higher than that of a prefecture-level city without Taobao villages, which is equivalent to 5% of the average annual rural disposable income. This result holds after we consider a series of robustness tests such as the heterogeneity treatment effect of the staggered difference-in-differences model, estimation based on matched samples, and placebo tests.

Taobao villages have a heterogeneous effect on prefectures with different initial characteristics. It has a greater impact on areas with lower initial agricultural productivity and larger potential markets. This evidence suggests that Taobao villages is helpful in promoting inclusive development in China. The underlying mechanism is that Taobao villages can induce entrepreneurship. For a prefecture-level city with an average annual population (6.7 million people), the number of new business registrations in the prefecture increases by 327 in the first year of when the Taobao village emerges, and increases to 2127 in the fourth year after the Taobao village’s emergence.

Taobao village also impact rural consumption and fiscal income. Taobao villages increase the consumption of farmers in a prefecture with 18 Taobao villages by about 315 yuan than that without Taobao village, which is equivalent to 2.4% of the average annual disposable income of farmers. Taobao village also lowers fiscal deficit, for a prefecture-level city with an average number of Taobao villages (18), its fiscal deficit is 48% lower than that of a prefecture-level city with no Taobao villages.

This study has important theoretical value and practical significance for how to use rural e-commerce to help rural revitalization. This paper suggests governments can push forward all-round rural vitalization by promoting the development Rural E-Commerce. Nowadays, our country has already eradicated extreme poverty, but there are still relatively poor people in some regions. Facing

the new mission to revitalize the countryside and to consolidate the achievements we have gained, it is necessary for us to summarize the effect of the existing poverty alleviation methods and find the way to further use e-commerce to promote rural vitalization.

Keywords: Rural E-commerce; Taobao Villages; Rural Development; Rural Income

JEL Classification: Q13; L86; O18

The Impact of Economic Policy Uncertainty on Household Consumption: Based on Empirical Evidence from CFPS

DING Shujuan XI Changming

(School of Economics, Shandong Normal University)

Summary: The “14th Five-Year Plan” clearly proposes to accelerate the cultivation of a complete system of domestic demand, of which strengthening the fundamental role of consumption in economic development is a top priority. Today, the world is experiencing great changes that have never happened in about a century, the world economic situation is becoming more and more complex, and the policy orientation and specific initiatives of governments to cope with global changes are full of uncertainty, and thus economic policy uncertainty (EPU) is inevitable. Against the background of frequent changes in economic policies, what kind of changes will occur in the consumption behavior of residents, and what is the corresponding mechanism, requires further reflection.

In this study, we use the CFPS data of 2012, 2014, 2016 and 2018 to construct four periods of balanced panel data, combined with the economic policy uncertainty index at the provincial level, to examine the effects of economic policy uncertainty on household consumption and the relative