

数字金融驱动城乡家庭消费升级:数字鸿沟的“隐忧”与“破局”

杨 嵩¹,苏银凤¹,于 琴^{2*}

(1.贵州财经大学 数学与统计学院,贵州 贵阳 550025;
2.南京财经大学 会计学院,江苏 南京 210023)



摘 要 数字鸿沟是发展不均衡的一种表现,弥合数字鸿沟、缩小地区发展差距是实现共同富裕目标的重要途径。基于2011—2019年间五次中国家庭金融调查(CHFS)数据,采用面板回归模型,分析了数字金融对城乡居民家庭消费水平、消费结构及数字鸿沟的影响。研究表明:1)数字金融能挖掘消费者潜在需求,扩大消费内需,提高城乡居民家庭消费水平,且数字金融使用多样化程度越深,家庭消费水平越高;2)数字金融可提供多元消费方式和需求,改变居民消费观念与习惯,提高享乐型消费与生存型消费占比,进而改善家庭消费结构;3)从家庭消费视角,数字金融有助于弥合代际数字鸿沟和东西区域层面数字鸿沟,但会产生城乡差异,加剧城乡数字鸿沟,特别是老年人群的城乡数字鸿沟。

关键词 数字金融; 家庭消费; 数字鸿沟; 消费结构升级; 弥合效应

中图分类号:F328 **文献标识码:**A **文章编号:**1008-3456(2025)04-0059-13

DOI编码:10.13300/j.cnki.hnwkxb.2025.04.006

数字技术的迅速发展,打破了居民传统生活习惯,丰富了居民精神与物质需求的供给渠道,改善了居民生活。然而,部分农村地区仍因数字资源限制、数字人才短缺或数字政策执行力不足等原因,产生数字壁垒、数字鸿沟和数字屏障等问题,不利于城乡均衡发展。党的二十届三中全会提出,要“完善城乡融合发展体制机制”“缩小城乡差别”“促进城乡共同繁荣发展”等要求。数字金融作为使用频率与接受度均较高的数字技术,弥补了传统金融覆盖面不足、准入门槛高、效率低等缺陷,为城乡居民提供便捷、高效的金融服务^[1],那么,数字金融能否提高城乡居民消费水平,改善城乡居民消费结构,弥合数字鸿沟呢?这是值得深究的一个话题。

目前,国内外相关研究主要考察了数字金融对居民消费水平^[2-3]、居民消费结构^[4]、农户创业^[5]等方面的积极影响,同时也探讨了数字鸿沟在数字金融普及过程中对农村居民消费结构升级的阻碍效应^[6]和家庭金融资产组合有效性的制约作用^[7],但从家庭消费视角,分析数字金融对代际数字鸿沟、区域层面数字鸿沟及城乡数字鸿沟等方面影响的相关研究较贫瘠。同时,已有研究表明,邻里数字金融使用率对农户数字金融使用决策可起到积极促进作用^[8],即可认为当邻里农户大量使用数字金融时,可提高邻近农户数字金融使用率、广度和深度,进而弱化数字鸿沟的阻碍效应,因此,城乡居民进行消费时,数字金融的使用亦可能对数字鸿沟产生重要作用。基于此,本文选用2011—2019年间五次中国家庭金融调查(CHFS)数据,构建面板回归模型,从享乐型与生存型城乡居民消费结构升级相对视角,分析了数字金融对城乡家庭消费水平与消费结构的影响,同时从家庭消费水平和结构升级视角,分别探讨了数字金融对代际数字鸿沟、区域层面数字鸿沟及城乡数字鸿沟的弥合效用。

收稿日期:2025-03-03

基金项目:贵州省哲学社会科学规划课题“新发展格局下数字经济对经济高质量发展的影响机制及优化研究”(22GZQN03)。

*为通讯作者。

与已有研究相比,本研究的边际贡献主要包含以下两个方面:一是拓展了消费结构研究视角。已有研究主要从消费水平、消费类型及消费升级等视角考察数字金融对居民消费的影响^[2-4]。鲜有从享乐型与生存型消费比值的相对角度分析数字金融对居民消费结构的影响。享乐型与生存型消费比值的相对消费结构指标不仅能观测居民消费升级情况,还能动态推测居民消费结构升级演变的相对过程,对多维度考察数字金融对居民消费的影响亦很重要。二是丰富了数字鸿沟研究内容。已有研究主要考察了数字鸿沟在数字金融影响家庭消费过程中的阻碍性^[6]和消费不平等的加剧性^[9],但居民在使用数字金融工具发生消费行为时,亦可能对数字鸿沟产生一定弱化作用^[8]。因此,从家庭消费视角,分析数字金融对代际数字鸿沟、区域层面数字鸿沟及城乡数字鸿沟等方面的影响,可为有效弥合数字鸿沟提供新思路和理论支撑。

一、文献综述

城乡居民家庭消费体现了人们生活现状,其消费水平的稳定增长与消费结构升级对于维持经济稳定运行至关重要,是探究居民生活质量的重要指标。数字金融作为一种数字化金融工具,已成为居民消费不可或缺的融资或支付方式,但数字技术过快的发展会产生数字鸿沟,导致区域发展不均衡。已有的相关研究主要从数字金融或数字鸿沟对居民消费的影响两方面进行了阐述。

1. 数字金融对居民消费影响的相关研究

当下,数字金融已深度融入人们生活,如便捷快速的数字支付、低门槛覆盖面广的数字借贷、多样化普及化的数字理财等等,这些对居民消费习惯和行为均产生了深远影响^[10]。一方面,从消费规模来看,数字金融可通过提升收入、缓解流动性约束、降低收入与消费的不确定性、提供便捷支付方式等渠道来拉动人们消费^[2],进而释放消费内需动力,并有效提高居民家庭的消费水平^[3]。特别地,在资产较少、收入较低、金融知识水平较低的家庭,或在户主为60岁以下并已婚的家庭中,数字金融对其消费的促进作用更大^[11-12]。因此,有学者从消费差距视角研究发现,数字金融可缩小消费差距,有助于逐步缓解居民消费不均的问题^[13]。另一方面,从消费结构来看,学者们对数字金融影响家庭消费结构主要持积极态度。有学者认为,数字经济的发展可促进居民家庭消费升级^[14],而数字金融则可通过提升家庭投资效率和风险对冲能力、优化家庭金融资产配置来进一步推动家庭居民消费结构升级^[15]。

2. 数字鸿沟对居民消费影响的相关研究

所谓数字鸿沟,主要指由互联网接入、数字技术应用、数据信息资源享有以及数据思维方式等差异引发的一种鸿沟,其主要体现形式有代际数字鸿沟、城乡数字鸿沟^[16]、产业数字鸿沟、企业数字鸿沟^[17]、区域数字鸿沟以及城市数字鸿沟^[18]等。数字鸿沟是一种发展不均衡的体现,因此,学者们普遍认为数字鸿沟会对家庭消费产生消极影响,并限制家庭多元化消费行为^[19],加剧了消费不平等^[20]。同时,学者们还从不同数字鸿沟的形式进行了深入探究。研究表明,代际数字鸿沟会降低60岁以上老年人的社会参与度,削弱他们的生活保障,并降低他们的消费欲望^[21]。而城乡数字鸿沟对数字金融提升家庭金融资产组合有效性会产生制约作用^[22],且通过扩大城乡收入差距和数字技能差异,会抑制农村居民消费结构升级,特别是对低收入群体的负向影响更大^[23]。

综上所述,现有文献关于数字金融对家庭消费规模和消费结构升级的影响以及数字鸿沟对居民消费的阻碍性进行了一定程度的研究,但在数字金融对相对家庭消费结构升级或数字鸿沟弥合作用的讨论较少,可对其予以进一步拓展与补充。一方面,现有文献对家庭消费结构升级的研究主要局限于从生存型与享乐型分类去讨论,然而,数字金融的使用促进了居民家庭生存型消费或享乐型消费,不仅能说明数字金融能提高居民生活消费水平,改善居民生活,同时激发了居民对物质文明与精神文明的共同需求,但是却无法描述在一定收入水平时,人们对于享乐型消费与生存型消费偏好的消费行为转变,将享乐型消费与生存型消费比值作为居民消费结构的相对指标,可从相对视角,拓展数字金融对家庭消费结构升级的影响研究。另一方面,现有文献重点讨论了数字鸿沟对家庭消费的

影响,但从家庭消费视角,分析数字金融使用对数字鸿沟的弥合作用较为匮乏。数字金融使用过程中需要数字技术支持,虽然差异化的数字技术支持或数字素养均易产生数字鸿沟,但数字金融作为简易、便捷且接受度较强的数字化金融工具,亦可能降低人们对数字化工具的排斥心理,缩小区域差异,弥合数字鸿沟。因此,本文基于面板回归模型,从享乐型与生存型消费的相对居民消费结构视角,结合代际数字鸿沟、区域层面数字鸿沟及城乡数字鸿沟等多维度数字鸿沟,分析了数字金融对居民家庭消费和数字鸿沟的影响。

二、理论分析与研究假设

数字金融通过深度融合互联网、大数据、人工智能等前沿技术,成功打破了传统金融服务的地域限制^[24],这些地域限制的突破主要可从支付方式、消费模式与融资渠道三方面体现。

第一,数字金融通过改变支付方式,提升支付便捷性与消费信心。数字金融可通过移动支付、数字人民币等手段,提高支付的便捷性和安全性。有研究表明,相对于现实中现金支付所带来的现金减少的消费者心理损失要远远大于数字化支付中所带来的数字减少的消费者心理损失^[25],进而促进家庭的消费。同时,相较于传统金融服务,数字金融凭借其线上平台的运营模式,显著降低了物理网点建设、运营及维护等高昂成本^[26],居民可随时随地完成消费支付,降低了交易成本和时间成本。此外,数字金融还通过运费险、消费券等政策提升消费者的信心,进一步释放消费潜力。而支付方式的变化也悄然地改变着人们的消费模式。

第二,数字金融通过改进消费模式,促进消费升级与释放消费需求。数字金融通过优化金融服务,推动消费市场的数字化转型,满足居民个性化、多样化的消费需求,如:通过手机银行APP就可操作理财产品的购买,而银行可通过实时且高效地收集、分析海量数据,为消费者提供精准的风险评估和多元化的金融产品,提升金融服务效率,促进消费升级^[27]。同时,数字金融可通过电子商务和直播平台等新兴模式,降低购物成本,拓展生产和服务模型,进一步激发居民的消费需求。

第三,数字金融通过改善融资渠道,增加居民收入,并提升消费能力。数字金融可通过普惠金融的方式,降低金融服务的门槛,提高金融服务的可及性,如:蚂蚁花呗、京东白条等互联网小额借贷,只需信用良好、无不良记录,就可通过手机完成借贷和还款流程,有效缓解居民的传统信贷约束和资金短缺问题,特别是对农户收入可起到改善作用^[28]。因此,数字金融不仅能直接提升居民的消费能力,还可通过消费升级带动整体消费市场的活跃度。基于此,本文提出假设H₁。

H₁:数字金融的使用可有效拉动居民家庭消费,扩大居民消费内需。

数字金融在拉动居民消费的同时,也会改变居民家庭的消费模式与结构^[15]。一方面,提升金融服务可得性,优化消费资源配置。数字金融通过降低金融服务门槛,提高金融服务的可得性,使家庭能够更便捷地获取信贷、支付和理财等服务,特别是提高农户的正规信贷可获得性^[29]。如:对于以往缺乏抵押物资产、个人征信信息缺失、生产经营风险大等人群,传统的金融机构出于信贷风控等要求无法触及这类金融服务,大数据的风控技术可有效精准识别和刻画这类用户画像,缓解信息不对称性带来的金融排斥^[30]。在资金充裕的情况下,人们就可将更多资金用于发展型消费和享乐型消费,从而优化消费资源配置。另一方面,改变消费观念,促进消费升级,提高消费质量。数字金融平台上的丰富商品与服务选择,为居民家庭提供了更多元化的消费选项,满足人们日益增长的个性化、差异化消费需求^[4]。同时,数字金融还能通过数据分析与智能推荐,数字金融平台能够精准把握居民家庭的消费偏好与需求,为人们提供更加贴合实际的消费建议,这不仅有助于居民接触多样化的消费类型,优化家庭消费支出结构,还能引导人们向更加健康、环保、可持续的消费方向转变,提升家庭的投资效率和家庭风险对冲能力,引导家庭合理规划消费,进一步推动消费升级^[15]。基于此,本文提出假设H₂。

H₂:数字金融的使用可有效改善居民家庭消费结构,促进家庭消费结构升级。

研究表明,邻里数字金融使用对农户数字金融使用决策可起到积极促进作用^[8],邻里关系不仅局

限于地理距离,还可体现在年龄和区域层面。因此,数字金融对代际数字鸿沟、区域层面数字鸿沟与城乡数字鸿沟可能亦存在一定影响。

第一,在代际数字鸿沟方面,老年人的互联网使用率处于相对较低的水平,这就导致了数字技术应用型数字鸿沟的产生^[17],本文将其称为代际数字鸿沟^[16]。但是,数字金融亦可通过降低技术门槛和简化操作流程,提升老年人等特殊群体对数字技术的接受度和使用能力,进而达到“技术适老”。例如,数字金融借助大数据和移动终端技术,提供更便捷的支付、理财和保险服务,帮助老年人更好地融入数字金融体系。

第二,在区域层面数字鸿沟方面,较大的区域经济差距会加剧各区域在互联网接入、数字技术应用、数据信息资源享有以及数据思维方式等方面发展的不平衡,本文将其称为区域层面数字鸿沟。有研究表明,农户数字金融使用决策存在显著的邻里效应^[8]。因此,数字金融亦可通过数字技术突破地理限制,提高金融服务的可得性和普及率,缩小区域间的数字鸿沟。

第三,在城乡数字鸿沟方面,尽管数字金融在弥合代际和区域数字鸿沟方面发挥了积极作用,但由于我国城乡二元经济发展体制的差异,城镇基础设施、互联网推广建设、技术发展以及居民数字素养等数字金融使用条件均优于农村地区,导致在各类资源竞争背景下,数字金融对城镇居民家庭消费的影响往往会大于对农村居民家庭消费的影响,进而拉大城乡差距,加剧城乡数字鸿沟问题。特别地,对于农村老年人这类特殊人群通常存在文化水平较低、识字能力较弱、提升收入水平能力有限等问题,会导致他们多数人仅能操作基本的数字化支付功能,甚至存在对数字支付的不信任感,因此,在代际数字鸿沟和城乡数字鸿沟问题的双重影响下,这类人群的数字鸿沟问题会尤为突出。基于此,提出假设 H_3 。

H_{3a} :从家庭消费视角,数字金融会加剧城乡数字鸿沟;

H_{3b} :从家庭消费视角,数字金融可缩小代际数字鸿沟;

H_{3c} :从家庭消费视角,数字金融有利于弥合区域层面数字鸿沟。

三、研究设计

1. 数据来源

本文研究数据主要来源为西南财经大学的中国家庭金融微观调查数据库(CHFS),该数据库目前共包含6次调查数据,鉴于数据的可获得性,主要采用2011年、2013年、2015年、2017年和2019年5次家庭金融调查数据进行研究。CHFS含盖了29个省/直辖市/自治区的上百个县/区/市,本文选取户主信息作为家庭个体样本,最终保留了148513条有效个体信息,但因个别研究样本部分缺失,因此不同回归的样本量存在差异。

2. 变量选择与说明

(1)被解释变量。家庭消费既可体现居民生活的现状,也能反映其生活面临的困境,本文主要从家庭消费水平和家庭消费结构两方面来进行讨论。

一方面,分析家庭消费水平时,将家庭消费(*Consu*)作为被解释变量时,为降低其数量级,本文采取对其加1再取自然对数处理。在稳健性检验时,采用预防性储蓄(*Presavings*)作为家庭消费的代理变量,预防性储蓄=家庭收入/家庭消费后的自然对数^[3]。因此,一般情况下,预防性储蓄愈高则家庭消费越少。

另一方面,分析居民家庭消费结构时,依据国家统计局发布的消费分类标准,将家庭消费分别划分为包含食品烟酒、衣着、居住生活用品及服务的生存型消费与包含交通和通信、教育文化和娱乐、医疗保健、其他用品及服务的享乐型消费,并用享乐型消费占生存型消费的比值加1取对数(*Consu-struct1*)作为居民家庭消费结构的表征变量,旨在分析居民家庭消费中享乐型消费相对于生存型消费的变化。通常,当居民生活水平得到改善时,人们对生活的追求就会逐渐由物质生存消费转变为精

神文明消费,此时居民家庭消费则会向享乐型消费倾斜。另外,因在居民家庭消费结构升级的初步阶段,人们的花费主要集中在交通和通信、教育、文化和娱乐、医疗保健等方面,因此本文用交通和通信、教育文化和娱乐与医疗保健消费之和占生存型消费的比值加1取对数(*Consustruct2*)作为居民家庭消费结构的替代变量,用于稳健性分析。

为进一步分析城市和农村家庭消费的差异,依据户口性质(*Rural*)可将家庭消费进一步划分为城镇居民消费(*CConsu*)、农村居民消费(*RConsu*)、城镇居民消费结构(*UConsustruct1*)和农村居民消费结构(*RConsustruct1*)。

(2)核心解释变量。本文拟研究数字金融对家庭消费的影响,因此,数字金融使用(*Digfin*)为本文研究的核心解释变量。借鉴Hu等^[31]的研究,可从数字支付(*Digpay*)、数字借贷(*Digloan*)和数字理财(*Digmana*)三个视角来衡量数字金融的使用情况^①。为全面了解数字金融使用的多样化程度,构建了数字金融使用多样化程度(*Digvari*)变量,满足 $Digvari = Digpay + Digloan + Digmana$,该变量分值越高表示数字金融使用的多样化程度越深。此外,在稳健性分析时,考虑可能存在内生性问题,选取适合的数字金融工具变量(*IV*),并采用两阶段最小二乘法进行分析。

(3)鸿沟类型变量。考虑到不同年龄和不同地区的数字技术使用存在数字鸿沟,本研究分别引入年龄段(*Age_id*)和地区(*Area*)两个鸿沟类型变量以反映它们的数字化差异。将样本按照户主年龄分为年轻人(30岁以下)、中年人(30~60岁)、老年人(60岁及以上),分别赋值1、2、3。另外,将家庭户籍所属地区分为东北、西部、中部和东部四个地区^②,分别赋值为1、2、3和4。

(4)控制变量。参考已有研究^[3,14],本文主要从家庭微观和宏观两个维度进行控制,具体如下:

在家庭微观方面,主要从户主个体性别(*Sexes*)、文化水平(*Edu*)、政治面貌(*Politics*)、婚姻状况(*Marry*)、身体状况(*Health*)、社会保障(*Security*)、供给信贷约束(*Sucre*)、需求型信贷约束(*Decre*)、风险偏好(*Risk*)和家庭资产(*Asset*)等11个方面进行体现^③。

在宏观方面,主要从各省人均生产总值(*pgdp*)、金融效率(*Finrate*)、普惠金融指数(*Digefin*)、金融集聚(*Fincon*)、经济开放程度(*Eopen*)和产业结构(*Indcon*)等6个维度来体现^④。

① 数字金融指标说明:在原始问卷调查数据中,若被调查者选择已开通支付宝、微信支付等第三方支付账户,则认为被调查者使用了数字支付服务,此时 $Digpay=1$,否则 $Digpay=0$;同理,若被调查者选择存在网络借款或借出款,则表示他/她参与了数字借贷活动,此时 $Digloan=1$,否则 $Digloan=0$;若被调查者选择了APP、网页或第三方平台的购买渠道,则判断他/她存在数字理财行为,此时 $Digmana=1$,否则 $Digmana=0$ 。当被调查者存在以上三种情况中的一种行为时,则均认为他/她使用了数字金融服务,此时 $Digfin=1$,否则 $Digfin=0$ 。

② 东北地区:辽宁、吉林和黑龙江;西部地区:内蒙古、广西、重庆、四川、贵州、云南、陕西、甘肃、青海、宁夏、西藏和新疆;中部地区:山西、安徽、江西、河南、湖北和湖南;东部地区:北京、天津、河北、上海、江苏、浙江、福建、山东、广东、海南。

③ 家庭微观控制变量说明:户主个体性别(*Sexes*)是男性时为1,否则为0。文化水平(*Edu*)为户主的学历水平,依据“没上过学、小学、初中、高中、中专/职高、大专/高职、大学本科、硕士、博士”学历内容从1依次取到9,取值越大文化水平越高。政治面貌(*Politics*)为中共党员或者中共预备党员时为1,否则为0。婚姻状况(*Marry*)取1为未婚,2为已婚,3为同居,4为分居,5为离婚,6为丧偶,7为其他。身体状况(*Health*)表示户主身体状况,1为非常好,2为好,3为一般,4为不好,5为非常不好。社会保障(*Security*)表示户主是否有参与社会医疗保险或社会养老保险,若有为1,否则为0。供给信贷约束(*Sucre*)表示是否存在贷款被拒的情况,若存在为1,否则为0。需求型信贷约束(*Decre*)表示是否存在贷款需求没有申请贷款的情况,若存在为1,否则为0。风险偏好(*Risk*)表示户主对投资风险的态度,取值为1-9,取值越高,风险偏好程度越低,即越厌恶风险。家庭资产表示以家庭为单位所拥有的财富水平,对其采取对其取加1再取自然对数处理。以上这些微观因素从不同个体特征中体现了家庭的消费偏好,对家庭消费均存在一定影响。

④ 家庭宏观控制变量说明:金融效率(*Finrate*)表示金融实施效率高低,取值越高,效率越高,本文基于动态DEA模型进行测算所得。普惠金融指数(*Digefin*)表示数字普惠金融发展水平,来源于北京大学数字普惠金融研究中心数据。金融集聚(*Fincon*)表示金融相对发展情况,金融集聚等于金融业增加值除以人口规模,因此,金融集聚水平越高,每单位人口获得的金融增长越快。经济开放程度(*Eopen*)表示国内外经济循环占比,经济开放程度等于进出口总额比上GDP总额,该占比越大,经济开放程度也越大。产业结构(*Indcon*)表示产业结构, $Indcon = (1 \times \text{第一产业增加值} + 2 \times \text{第二产业增加值} + 3 \times \text{第三产业增加值}) / GDP$,其中人均生产总值(*pgdp*)采取对其取加1再取自然对数处理。以上这些宏观因素分别从金融与经济两个维度对家庭消费产生影响。

为检验变量间可能存在的多重共线性问题,本文主要依据所有解释变量方差膨胀因子(*VIF*)进行了多重共线性检验,检验结果显示所有解释变量的最大 *VIF* 为 7.73,低于临界值 10,因此,本文的解释变量间不存在严重的多重共线性问题。变量的描述性统计特征见表 1。

由表 1 可知,从城乡视角来看,城镇家庭平均消费的对数为 9.430,农村家庭平均消费为 9.944,且各自的标准差分别为 1.381 和 1.268,这说明城镇和农村间的消费存在差异,且城镇家庭消费的内部差异较大。从数字金融视角来看,数字支付、数字借贷、数字理财、数字金融使用和数字金融多样化水平的平均取值分别为 0.508、0.447、0.248、0.767 和 0.785,这说明使用数字支付或数字借贷与不使用数字支付或数字借贷的平均水平居中,但是使用数字理财、数字金融或多样化数字金融工具与不使用数字理财、数字金融或多样化数字金融工具的平均水平偏差较大。因此,可针对不同数字金融使用情况对城乡家庭消费的影响进行讨论。

3. 模型构建

本文主要分析数字金融对城乡居民家庭消费与数字鸿沟的影响,采用 STATA 15 软件对数据进行处理与分析,构建如下家庭个体和年份双向固定效应模型:

$$Y_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 Digfin_{it} + X_{it}\beta + \delta_i + \eta_t + \epsilon_{it} \quad (1)$$

其中, Y_{it} 为被解释变量,本文主要从家庭消费水平和消费结构升级两方面进行讨论,因此可以依此选取 $Consu_{it}$ 和 $Consustruct1_{it}$,分别表示第 i 个家庭在第 t 年的城乡居民家庭消费水平和消费结构。 $Digfin_{it}$ 表示第 i 个家庭在第 t 年的数字金融使用, X_{it} 表示第 i 个家庭在第 t 年的控制变量取值, α_0 为截距项, α_1 表示数字金融对家庭消费的平均影响效应, β 表示控制变量对家庭消费的平均影响效应, δ_i 为家庭个体效应, η_t 为时间固定效应, ϵ_{it} 为随机扰动项。

四、实证结果与分析

1. 数字金融对家庭消费水平的影响分析

为初步探讨数字金融使用对居民家庭消费水平的平均影响效应,基于式(1)的基础上,采用固定效应回归和随机效应回归模型,并进行 Hausman 检验,得到固定效应回归结果见表 2。

从表 2 的结果可知,数字金融对城乡居民家庭消费存在显著正向效用,即与不使用数字金融的家庭相比,使用数字金融的家庭消费水平更高,且数字金融使用多样化程度越深,该促进作用越强。这可能正是由于数字支付降低了消费者购买商品时的支付痛感^[25],即电子数字支付的降低对消费者心

表 1 变量说明及描述性统计表

变量	样本量	均值	标准差	最小值	最大值
被解释变量					
<i>Consu</i>	147951	9.698	1.360	5.994	12.600
<i>UConsu</i>	78127	9.430	1.381	5.994	12.600
<i>RConsu</i>	55102	9.944	1.268	5.994	12.600
<i>Presavings</i>	147826	1.324	0.912	0	8.923
<i>Consustruct1</i>	147448	0.727	0.762	0	8.517
<i>Consustruct2</i>	147448	0.638	0.753	0	8.517
核心解释变量					
<i>Digpay</i>	96915	0.508	0.500	0	1
<i>Digloan</i>	44677	0.447	0.497	0	1
<i>Digmana</i>	113393	0.248	0.432	0	1
<i>Digfin</i>	106333	0.767	0.423	0	1
<i>Digvari</i>	124088	0.785	0.994	0	3
鸿沟类型变量					
<i>Area</i>	148513	2.932	1.065	1	4
<i>Age_id</i>	148513	2.320	0.556	1	3
<i>Rural</i>	133229	1.414	0.492	1	2
控制变量					
<i>Seres</i>	148511	0.236	0.425	0	1
<i>Edu</i>	148276	3.415	1.673	1	9
<i>Politics</i>	138824	2.432	1.034	1	4
<i>Marry</i>	148320	2.363	1.189	1	7
<i>Health</i>	144555	2.784	1.066	1	5
<i>Security</i>	123878	0.701	0.458	0	1
<i>Sucre</i>	134474	0.212	0.409	0	1
<i>Decre</i>	134063	0.433	0.496	0	1
<i>Risk</i>	121285	4.289	1.266	1	9
<i>ln_Asset</i>	148511	11.600	2.596	0	21.470
<i>ln_pgdp</i>	148513	10.890	0.427	9.691	11.990
<i>Finrate</i>	148513	0.585	0.237	0.235	1
<i>Digefin</i>	148513	241.900	79.090	18.330	410.300
<i>Fincon</i>	148513	0.504	0.502	0.057	3.038
<i>Eopen</i>	148513	0.320	0.306	0.013	1.465
<i>Indcon</i>	148513	2.400	0.128	2.166	2.832

注:当 *Rural*=1 时表示城镇户口, *Rural*=2 时表示农村户口,其他取值为未知,不列入城市或农村数据中。

理损失的作用远小于传统现金减少所带来的心理损失。同时,快速便捷的支付过程,缩短了购买支付时间,减少了消费者在购买过程中犹豫的机会,这使得人们在购买商品和服务时更容易冲动消费,从而释放消费潜力。由此验证了假设H₁。

2. 数字金融对家庭消费结构的影响分析

数字金融的使用可促进家庭消费水平增加,提高居民生活水平。现从家庭消费结构视角进一步讨论数字金融对居民家庭消费的影响,将享乐型消费与生存型消费的比值作为家庭消费结构的代理指标,回归结果见表3。

从表3可知,数字金融的使用可改善城乡居民家庭消费结构,增加家庭享乐型消费的比重,提高了人们对精神需求的消费。这可能是由于数字金融的使用可以给消费者提供多样化的数字金融服务,数字金融工具一旦成为家庭常用的数字化工具,消费者可通过数字渠道了解更多的消费产品,并依据自身需求选择适合的数字金融工具。当人们物质需求得到保障时,消费者就不再满足于生存型的消费,而是追求更高精神层面的享乐型消费,甚至在满足基本生存消费前提下会更偏向于享乐型消费,进而提升了家庭消费结构。同时,数字金融使用的种类越多,消费者多样化的消费需求释放越大,因此对家庭消费结构的促进作用也越大。由此说明,数字金融的使用可丰富居民的精神文明追求,改善居民消费结构,验证了假设H₂。

3. 稳健性检验与内生性检验

前文分析已得到结论:数字金融使用可有效拉动居民家庭消费的内需,提高城乡居民家庭消费水平,并改善城乡居民家庭消费结构,但存在一定城乡和消费类型差异。为验证该结论的稳健性,现从变量替换稳健性检验、剔除特殊地区样本稳健性检验和PSM回归稳健性检验三个方面进行分析。由于篇幅限制,该部分仅给出结论。

(1)替换变量。预防性储蓄(*Presavings*)可作为居民家庭消费的另一个重要变量,可反向反映居民家庭消费情况。通常情况下,当收入一定时,预防性储蓄愈高,则家庭消费愈少。以预防性储蓄作为被解释变量进行回归,结果发现,数字金融的使用会抑制城乡居民家庭预防性储蓄的增加。这印证了“数字金融使用可提高城乡居民生活消费水平”结论。

(2)剔除特殊地区样本。考虑到四大直辖市(北京市、天津市、上海市和重庆市)的特殊性,可能导致前文研究结论有偏,故剔除这些特殊样本后再进行回归,得到回归结果与前文结论一致。

(3)PSM检验。考虑到实际调查中个体选择行为具有非随机性,居民在生活中使用数字金融与是否存在一定的自我选择性偏差。将数字金融的使用作为处理变量,其他控制变量作为协变量,

表2 数字金融使用对居民家庭消费水平影响的回归结果

变量	模型1	模型2	模型3	模型4	模型5
<i>Digpay</i>	0.117*** (4.017)				
<i>Digloan</i>		0.224** (2.377)			
<i>Digmana</i>			0.181*** (6.537)		
<i>Digfin</i>				0.416*** (15.213)	
<i>Digvari</i>					0.133*** (11.746)
控制变量	控制	控制	控制	控制	控制
<i>N</i>	51582	31626	64728	56564	69093
<i>R</i> ²	0.260	0.228	0.248	0.324	0.236

注:括号内为回归参数*t*值,*、**、***分别表示在10%、5%、1%水平上显著。Hausman检验结果均表明存在固定效应,因篇幅有限,本文省略了Hausman检验结果与控制变量和截距项的回归结果。下同。

表3 数字金融使用对居民家庭消费结构影响的回归结果

变量	模型6	模型7	模型8	模型9	模型10
<i>Digpay</i>	0.129*** (5.758)				
<i>Digloan</i>		0.150* (1.723)			
<i>Digmana</i>			0.062** (2.512)		
<i>Digfin</i>				0.107*** (5.061)	
<i>Digvari</i>					0.051*** (5.178)
控制变量	控制	控制	控制	控制	控制
<i>N</i>	51479	31581	64504	56455	68859
<i>R</i> ²	0.096	0.212	0.171	0.094	0.153

分别采用一对一近邻匹配和一对四近邻匹配进行PSM回归,并测算平均处理效应(ATT)。在分析家庭消费水平时,一对一近邻匹配和一对四近邻匹配得到的ATT值均显著,分别为0.216和0.267。在分析家庭消费结构时,一对一近邻匹配和一对四近邻匹配得到的ATT值亦均显著,分别为0.116和0.138。因此,数字金融的使用可提高居民家庭消费水平并改善居民家庭消费结构。

(4)内生性检验。考虑到居民的消费习惯可能受到生活习惯、自然环境等难以量化的复杂因素影响,这些因素的存在可能使得数字金融的使用与居民家庭消费之间产生潜在的反向因果关系,从而导致实证结果的偏差。为了尽可能减少这种内生性问题带来的干扰,本研究采用工具变量法来进行处理。参考已有研究^[32-33],选取同省份同年龄段城镇或农村居民家庭数字金融的使用平均水平、互联网宽带接入端口数的对数与(6-同省份地形起伏度)三者的交乘项作为数字金融使用的工具变量^①,采用两阶段最小二乘法进行回归,结果如表4所示。

表4 工具变量法回归

变量	<i>Digfin</i>	<i>Consu</i>	<i>Digfin</i>	<i>UConsu</i>	<i>Digfin</i>	<i>RConsu</i>
<i>Digfin</i>		0.952*** (25.321)		1.170*** (22.367)		0.564*** (9.464)
IV	0.010*** (81.190)		0.011*** (60.230)		0.010*** (47.720)	
控制变量	控制	控制	控制	控制	控制	控制
<i>R</i> ²	0.629	0.433	0.672	0.395	0.528	0.441
<i>N</i>	56564	56564	24802	24802	24304	24304

变量	<i>Digfin</i>	<i>Consustruct1</i>	<i>Digfin</i>	<i>UConsustruct1</i>	<i>Digfin</i>	<i>RConsustruct1</i>
<i>Digfin</i>		0.276*** (10.752)		0.185*** (5.419)		0.522*** (11.827)
IV	0.010*** (81.130)		0.011*** (60.240)		0.010*** (47.570)	
控制变量	控制	控制	控制	控制	控制	控制
<i>R</i> ²	0.112	0.102	0.113	0.080	0.126	0.101
<i>N</i>	56455	56455	24758	24758	24248	24248

由表4回归结果可知:①工具变量的水平越高,数字金融使用的水平越大,即认为工具变量与数字金融使用存在显著正相关关系。同时,Cragg—Donald Wald *F*统计量、Kleibergen—Paap rk Wald *F*统计量和Kleibergen—Paap rk LM统计量的取值均显著超越10的临界值,排除了弱工具变量问题的可能性。②充分考虑并处理了内生性问题后,数字金融仍可有效拉动家庭消费水平,改善家庭消费结构,促进家庭消费结构升级,且该促进效应存在城乡差异。该结论与前文一致。

五、进一步分析

前文研究发现,数字金融使用可有效提高家庭消费水平,并促进家庭消费结构升级。然而,我国城镇和农村的发展属于二元经济结构,相比于发展较快的城镇地区,农村的发展存在经济发展缓慢、劳动生产率低、生活条件艰苦、“空巢”现象严重及居民收入水平普遍偏低等现象。我国城镇与农村发展存在较大差异,可能存在数字金融对城镇家庭消费影响大于对农村家庭消费影响。为验证这一猜想,以下对此进行了城乡差异性分析。

同时,鉴于不同年龄段人群对互联网和数字技术的使用存在一定差异,尤其是老年人群的互联网参与度较低,可能产生代际层面的数字鸿沟。

此外,不同地区由于经济发展水平不一致,在互联网和数字技术推广上均存在差异,亦可能产生区域层面数字鸿沟。因此,将对这三类数字鸿沟进行进一步讨论。

① 工具变量选取说明:从地形外貌来看,地形起伏度越大,越不利于移动信号站的建立与信号的传递或接收,进而不利于数字金融工具的使用,地形起伏度以西藏地区的5.4142最高,因此本文用6减去各省份地形起伏度做了指标正向化处理。同时,引入互联网宽带接入端口数的对数取值,当互联网宽带接入端口数增加时,各省份居民使用数字金融工具的可能性会增大。此外,在已有基础上再增添同省份同年龄段城镇或农村居民家庭数字金融使用平均水平指标用以体现数字金融使用平均水平。

依据前文对鸿沟类型变量的划分标准,测算城镇与农村、不同年龄群体和不同区域的家庭消费水平与消费结构均值,并采用方差分析进行总体均值差异检验。检验结果 F 统计量的最大 p 值为 $0.018<0.05$,说明家庭消费水平与消费结构均存在城镇与农村、不同年龄群体与区域间的差异,因此可分样本进行进一步的分析讨论。

1. 数字金融使用对家庭消费影响的城乡数字鸿沟分析

为分析数字金融对城镇和农村家庭消费水平及消费结构影响的差异,将样本分为城镇和农村两组,回归结果如表5所示。

表5 数字金融对居民家庭消费影响之城乡数字鸿沟回归结果

变量		<i>Digpay</i>	<i>Digloan</i>	<i>Digmana</i>	<i>Digfin</i>	<i>Digvari</i>
<i>UConsu</i>	α_1	0.144*** (2.724)	0.140(0.951)	0.320*** (5.994)	0.474*** (9.797)	0.170*** (8.881)
	R^2	0.235	0.226	0.215	0.304	0.205
	N	22526	16967	31605	24802	33327
<i>RConsu</i>	α_1	0.055(1.141)	0.207(1.248)	0.078*(1.934)	0.374*** (8.817)	0.091*** (5.034)
	R^2	0.247	0.367	0.274	0.302	0.249
	N	21760	9766	25176	24304	27627
	城乡差值 (p 值)	0.089*** (0.000)	-0.027** (0.046)	0.242*** (0.000)	0.100 (0.150)	0.079*** (0.000)
<i>UConstrucl1</i>	α_1	0.251*** (6.398)	0.283** (2.055)	0.249*** (5.078)	0.093*** (2.607)	0.097*** (5.697)
	R^2	0.083	0.239	0.191	0.064	0.172
	N	22485	16934	31497	24758	33214
<i>RConstrucl1</i>	α_1	0.012(0.308)	-0.182(-1.157)	-0.049(-1.421)	0.094*** (2.748)	-0.002(-0.129)
	R^2	0.112	0.256	0.166	0.123	0.146
	N	21707	9757	25075	24248	27522
	城乡差值 (p 值)	0.239*** (0.007)	0.465** (0.010)	0.298*** (0.000)	-0.001 (0.191)	0.099*** (0.000)

从表5中的回归结果可知:(1)从数字金融使用单一变量来看,数字金融的使用对城乡家庭消费水平和城乡家庭消费结构均起到显著正向作用,且城镇与农村两组间回归系数差异的邹检验均不显著。这说明,数字金融使用对城乡家庭消费水平与消费结构的促进效应不存在明显城乡差异,即对缩小城乡家庭消费数字鸿沟不显著。(2)从数字金融多元变量来看,除数字借贷对城镇与农村家庭消费水平的影响均不显著外,其他变量对家庭消费水平或消费结构的城镇与农村两组间回归系数差异的邹检验均显著为正,即认为其他多元数字金融的使用对城镇家庭消费水平与消费结构的平均影响效应会大于对农村家庭消费水平与消费结构的平均影响效应,从而拉大城乡家庭消费差距。综上所述,数字金融对家庭消费水平与消费结构的影响多数存在城镇效应显著大于农村效应的情况,进而产生城乡家庭消费差异,加剧城乡数字鸿沟。由此,验证了假设 H_{3a} 。

2. 数字金融使用对居民家庭消费影响之代际数字鸿沟分析

为分析家庭消费视角下,数字金融使用对代际数字鸿沟的弥合效应,依据不同年龄组进行回归,结果如表6所示。

从表6的回归结果可知:(1)在中年人和老年人中,数字金融使用对家庭消费水平均存在显著促进效应,且对老年人群体的促进效应大于中年人群体。这可能是因为老年人的财富积累会随着年龄增加而多数大于年轻人和中年人,当老年人使用数字金融进行消费时,他们的消费需求会得到更大的满足,而年轻人往往因收入有限,加上房贷、车贷及赡养老人抚养儿童等开销的限制,他们的消费需求有限。因此,从整体上而言,数字金融使用可显著提升老年人和中年人家庭的消费支出。同时,邹检验结果显示,数字金融使用对老年人群体的促进作用显著大于中年人群体。(2)数字金融使用可显著改善老年人的家庭消费结构,且对城镇老年人的效用大于农村老年人的效用。这可能是因为随

表 6 数字金融使用对居民家庭消费影响之代际数字鸿沟分析

变量	分组	年轻人	中年人	老年人
Consu	α_1	0.610(1.595)	0.259*** (6.903)	0.572*** (11.387)
	R^2	0.151	0.292	0.371
	N	2817	32527	21220
	代际差值(p 值)	-0.351(0.605)		
UConsu	α_1	0.787(1.529)	0.262*** (4.307)	0.906*** (8.966)
	R^2	0.364	0.281	0.383
	N	1313	14713	8776
	代际差值(p 值)	0.313*** (0.000)		
RConsu	α_1	2.932** (2.063)	0.281*** (4.590)	0.385*** (5.019)
	R^2	0.360	0.268	0.340
	N	1189	14126	8989
	城乡差值(p 值)	-2.145** (0.044)		
Consustruct1	α_1	0.237(0.970)	-0.008(-0.276)	0.175*** (4.495)
	R^2	0.255	0.093	0.123
	N	2808	32464	21183
	代际差值(p 值)	-0.245(0.623)		
UConsustruct1	α_1	-0.220(-0.660)	-0.018(-0.396)	0.193*** (2.601)
	R^2	0.307	0.074	0.100
	N	1307	14690	8761
	代际差值(p 值)	0.183*** (0.000)		
RConsustruct1	α_1	1.503* (1.914)	-0.041(-0.816)	0.160** (2.517)
	R^2	0.444	0.122	0.162
	N	1186	14093	8969
	城乡差值(p 值)	-1.723(0.567)		
	α_1		0.023*** (0.000)	0.033*** (0.010)
	R^2			
	N			
	城乡差值(p 值)			

注：因代际数字鸿沟主要分析年龄带来的数字技术使用差异，因此代际差值与邹检验主要分析中年人群对年轻人群、老年人群对中年人群的差值与显著性。

着年龄的增长,老年人的物质需求有所下降,但精神需求(特别是医疗养老相关的需求)会大幅上升。而数字金融机构为老年人群提供多样化、全方位的精准消费服务,可有效改善老年人群的消费结构,且城镇老年人所积累的财富往往大于农村老年人,此时,数字金融使用对城镇老年人家庭消费结构的影响会显著大于对农村老年人家庭消费结构的影响,进而加剧城乡数字鸿沟。因此,老年人通过使用数字金融工具进行消费,可提升老年人对数字金融工具的体验感和接受度,进而缩小代际数字鸿沟。由此,验证了假设H_{3a}和H_{3b}。

3. 数字金融对居民家庭消费影响之区域层面数字鸿沟

为分析家庭消费视角下,数字金融对区域层面数字鸿沟的弥合效应,针对不同地区进行回归,回归结果见表 7。从表 7 的结果可知:(1)数字金融对家庭消费水平的影响均显著为正,但存在地区差异,其中西部最高,中部次之,东部随后,东北最低,且区域差值邹检验结论显示,相比于东部地区,数字金融对西部地区家庭消费水平的影响显著为正。由此说明,西部地区得益于得天独厚的数字经济发展自然条件,数字金融使用对西部地区家庭消费水平的提升作用会更为明显,因此,数字金融的发展可缩小西部与东部地区的数字化发展差距,进而弥合区域层面数字鸿沟。(2)数字金融对家庭消费结构的影响均显著为正,但也存在地区差异,其中东北最高,西部次之,中部随后,东部最低,同时区域差值邹检验结果表明,相比于东部地区,数字金融对西部地区家庭消费结构的影响显著为正。这说明,在收入不改变的前提下,数字金融可大幅度改变西部地区家庭对消费的认知需求,改变其消费偏好,促进家庭消费结构升级,从而弥合区域层面数字鸿沟。(3)从城乡视角来看,数字金融对城乡家庭消费与结构影响的城乡差值邹检验均不显著,这说明数字金融从不同区域来看对城乡数字鸿沟的弥合作用均不显著。以上分析验证了假设H_{3a}和H_{3c}。

表7 数字金融使用对居民家庭消费影响之区域层面数字鸿沟

变量	分组	东北	西部	中部	东部
Consu	α_1	0.325*** (3.662)	0.464*** (9.282)	0.394*** (6.352)	0.363*** (8.338)
	R^2	0.350	0.352	0.355	0.308
	N	5544	14713	10910	25397
	区域差值(p值)	-0.038(0.816)	0.101** (0.031)	0.031(0.477)	
UConsu	α_1	0.409** (1.995)	0.469*** (5.566)	0.385*** (3.832)	0.473*** (5.722)
	R^2	0.357	0.354	0.320	0.283
	N	1684	7306	5815	9997
	区域差值(p值)	0.330*** (2.961)	0.412*** (5.086)	0.437*** (4.589)	0.283*** (4.130)
RConsu	R^2	0.356	0.362	0.393	0.263
	N	3476	5481	4126	11221
	城乡差值(p值)	0.079(0.305)	0.057(0.949)	-0.052(0.945)	0.190(0.764)
	α_1	0.145*(1.814)	0.121*** (3.180)	0.107** (2.358)	0.095*** (2.812)
Consustruct1	R^2	0.120	0.079	0.130	0.111
	N	5540	14696	10891	25328
	区域差值(p值)	0.050(0.243)	0.026** (0.012)	0.012(0.285)	
	α_1	0.133(0.807)	0.041(0.635)	0.093(1.351)	0.174*** (2.888)
UConsustruct1	R^2	0.155	0.081	0.084	0.092
	N	1682	7296	5808	9972
	区域差值(p值)	0.098(0.946)	0.136** (2.137)	0.138* (1.852)	0.025(0.466)
	R^2	0.131	0.100	0.215	0.145
RConsustruct1	N	3474	5476	4117	11181
	城乡差值(p值)	0.035(0.492)	-0.095(0.552)	-0.045(0.330)	0.149(0.118)

注:因区域层面数字鸿沟主要分析其他区域与东部地区间的差异,因此区域差值与邹检验主要分析其他区域对东部地区回归系数的差异及显著性。

六、结论和政策建议

1. 结 论

本文基于2011—2019年间五次中国家庭金融调查(CHFS)的数据,采用固定效应面板回归模型,分析了不同数字金融类型对城乡居民家庭消费水平、消费结构升级以及数字鸿沟的影响。同时,采用变量替换、剔除特殊地区样本和PSM检验等方法对结论进行了稳健性检验。研究结果表明:(1)数字金融可拉动城乡居民家庭消费,数字金融使用多样化程度越高的家庭,消费水平越高;(2)数字金融可促进城乡居民消费结构升级,改善居民家庭消费结构;(3)数字金融有助于弥合代际数字鸿沟和区域层面的数字鸿沟,但会加剧城乡数字鸿沟。

2. 政策建议

依据以上研究结论,本文提出以下几点建议:

- (1)加强消费者对数字金融的认识与使用,进一步弥合代际数字鸿沟与区域层面数字鸿沟。数字金融目前主要通过线上网络对其金融服务进行宣传,但针对线下面对面与农村地区帮扶性的指导宣传较少。部分落后地区因缺乏技术操作能力与对数字金融产品的正确认识,消费者易产生排斥感与不信任感,因此,需加强更多线下的数字金融知识宣传与推广,尤其是针对老年人或欠发达地区,帮助他们更好地适应数字化技术,提高数字金融使用率,为弥合代际数字鸿沟与区域层面数字鸿沟的“破局”提供有利辅助。
- (2)优化数字金融服务渠道,防控数字金融平台风险。金融机构应开发更多适应居民需求的数

字金融产品,提倡“技术适老”。特别地,提升农村地区网络基础设施的覆盖率,确保居民能够稳定、便捷地使用数字金融服务。同时,在扩大数字金融服务面时,还需时刻监督与防控数字金融平台,以达到控制数字金融风险,提高数字金融服务平台可信度。

(3)构建县域级数字资源共享平台,打破城乡二元经济结构,弥合城乡数字鸿沟。地级县是介于城镇与农村间的有效桥梁,大力发展县域数字金融,构建县域级数字资源共享平台,通过政策倾斜和财政支持,加快县域数字基础设施建设,激励县域互联网企业注入,为县域引进数字化人才和数字发展资源,可有利于缩小数字化发展带来的城乡差距,进而弥合城乡数字鸿沟。

参 考 文 献

- [1] JING W.Digital inclusive finance and rural revitalization[J].Finance research letters,2023,57:104157.
- [2] ALWAHIDIN N,JUFRA A,BETI M,et al.A new economic perspective: understanding the impact of digital financial inclusion on Indonesian households consumption[J].Bulletin of monetary economics and banking,2023,26(2):211-252.
- [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] HU D B,ZHAI C Z,ZHAO S B.Does digital finance promote household consumption upgrading? An analysis based on data from the China family panel studies[J].Economic modelling,2023,125:106377.
- [5] 张林,王龙基,王燕霞.数字金融使用何以影响农户创业——来自中西部地区 1525 户农户的微观证据[J].广西师范大学学报(哲学社会科学版),2025,61(2):121-143.
- [6] 王彦芳,王恺涛,陈则霖,等.数字鸿沟对家庭消费相对剥夺的加剧效应研究[J].西部论坛,2023,33(5):36-51.
- [7] 李睿,陈攀宇,殷允强.数字素养与家庭金融资产配置[J].系统工程理论与实践,2024,44(7):2175-2193.
- [8] 庄腾跃,李顾杰,罗剑朝.农户数字金融使用决策存在邻里效应吗[J].中国农村经济,2024(8):125-144.
- [9] 张雅淋,姚玲珍,乔贝.数字金融素养能否缓解消费不平等?——基于金融排斥与金融鸿沟双重视角[J].湖南科技大学学报(社会科学版),2025,28(2):133-142.
- [10] HE Z Y,SONG X G.How does digital finance promote household consumption:an analysis based on micro survey data[J].China finance and economic review,2020,9(4):24-45.
- [11] NOVIANDA B,INDAH M S,VERNI J.Digital and financial access: evidence from household consumption in Indonesia[J].Equity:jurnal ekonomi,2023,11(2):62-70.
- [12] JIANG W,HU Y H,CAO H J.Does digital financial inclusion increase the household consumption? Evidence from China[J].Journal of the knowledge economy,2024,15(1):1-32.
- [13] CHEN Z,LI X,ZHANG J,et al.Does digital finance alleviate household consumption inequality? Evidence from China[J].Finance research letters,2024,60:104844.
- [14] 杨碧云,郭壮哲,易行健,等.数字经济促进居民家庭消费升级的微观效应——基于 CHFS 的经验证据研究[J].经济评论,2023(3):31-47.
- [15] MA H,YIN Y,LIU Z,et al.A study of the impact of digital finance usage on household consumption upgrading:based on financial asset allocation perspective[J].International review of economics&finance,2024,96:103628.
- [16] 任欣怡,周亚虹.我国数字鸿沟的形成因素、影响及其治理路径[J].经济问题,2024(9):50-58.
- [17] HAN W H,ZHANG T S,JAMAL K,et al.Going global in the digital era:how digital finance affects Chinese OFDI[J].Journal of organizational and end user computing,2023,36(1):1-22.
- [18] PENG Z Z,DAN T.Digital dividend or digital divide? Digital economy and urban-rural income inequality in China[J].Telecommunications policy,2023,47(9):102616.
- [19] WANG J Q,YIN Z C,JIANG J L.The effect of the digital divide on household consumption in China[J].International review of financial analysis,2023,87:102593.
- [20] 杨勇,王静.数字鸿沟是否加剧了旅游消费不平等?——内在机制与微观实证[J].旅游学刊,2024,39(11):16-30.
- [21] LIU L C,WU F,TONG H Y,et al.The digital divide and active aging in China[J].International journal of environmental research and public health,2021,18(23):12675.
- [22] 王小华,李昕儒,宋檬,等.数字金融、数字鸿沟与家庭金融资产组合有效性——基于城乡差异视角的分析[J].当代经济科学,2024,46(2):45-58.
- [23] 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.
- [24] XU X H,JIANG M B,ZHANG Z R,et al.Does digital finance facilitate improvement in export product quality? Evidence from

- China[J].Applied economics letters,2023,30(20):2983-2986.
- [25] 张美萱,吴瑞林,张涵,等.“电子钱包”让人花钱更多?——手机支付的心理账户效应[J].心理科学,2018(4):904-909.
- [26] DONNELLY S,CAMACHO E R,HEIDEBRECHT S.Digital sovereignty as control:the regulation of digital finance in the European union[J].2023,12:1-24.
- [27] KEDA Z,GUO L H.Financial technology,inclusive finance and bank performance[J].Finance research letters,2024,60:104872.
- [28] 张正平,董晶.数字金融是否降低了家庭消费碳排放?[J].北京工商大学学报(社会科学版),2024,39(5):1-14.
- [29] 樊文翔.数字普惠金融提高了农户信贷获得吗?[J].华中农业大学学报(社会科学版),2021(1):109-119,179.
- [30] 周利,廖婧琳,张浩.数字普惠金融、信贷可得性与居民贫困减缓——来自中国家庭调查的微观证据[J].经济科学,2021(1):145-157.
- [31] HU X,WANG Z J,LIU J.The impact of digital finance on household insurance purchases:evidence from micro data in China[J].The geneva papers on risk and insurance-issues and practice,2022,47(3):538-568.
- [32] 贺梅,王燕梅.制造业企业数字化转型如何影响员工工资[J].财贸经济,2023,44(4):123-139.
- [33] 王海,闫卓毓,郭冠宇,等.数字基础设施政策与企业数字化转型:“赋能”还是“负能”?[J].数量经济技术经济研究,2023,40(5):5-23.

Digital finance Driving Consumption Upgrade of Urban and Rural Households: The “Hidden Risks” and “Breakthroughs” of the Digital Divide

YANG Song, SU Yinfeng, YU Qin

Abstract The digital divide serves as a manifestation of uneven development. Bridging the digital divide and narrowing regional development disparities are critical pathways to achieving the goal of common prosperity. Drawing on data from five rounds of the China Household Finance Survey (CHFS) conducted between 2011 and 2019, this study employs a panel regression model to examine the impact of digital finance on the consumption level, consumption structure, and digital divide among urban and rural households. The findings indicate that digital finance can tap into latent consumer demand, boost domestic consumption, and elevate the consumption levels of both urban and rural households. Furthermore, greater diversification in the use of digital finance correlates with higher household consumption levels. Digital finance provides diverse consumption options and reshapes residents' consumption concepts and habits, increasing the proportion of hedonic and survival consumption, thereby improving the household consumption structure. From the perspective of household consumption, digital finance contributes to bridging intergenerational and regional digital divides, particularly between eastern and western regions. However, it also generates urban-rural disparities, exacerbating the urban-rural digital divide, especially among elderly population.

Key words digital finance; household consumption; digital divide; consumption structure upgrading; bridging effect

(责任编辑:王 薇)