

## 【信息经济与管理】

## 数字金融与乡村旅游产业创业型企业的成长

王 琴<sup>1,2</sup>, 岳中刚<sup>1</sup>, 杨 颖<sup>3</sup>

1. 南京邮电大学 经济学院, 江苏 南京 210023  
2. 南京理工大学 经济管理学院, 江苏 南京 210009  
3. 南京邮电大学 管理学院, 江苏 南京 210003

**摘 要:**数字金融有助于缓解旅游产业创业型企业的融资压力。利用2011—2018年中国数字普惠金融指数和263个地级市新增注册乡村旅游产业企业数据,运用工具变量法和固定效应模型实证检验数字金融对乡村旅游产业创业的影响及作用机制。结果表明,数字金融的总指数和子指标均对乡村旅游产业创业有显著的促进作用。在此基础上,检验数字金融促进乡村旅游产业创业机会均等化以及加速企业成长的效果。政府应在农村地区进一步完善移动互联网等新基础设施建设,鼓励金融产品服务创新,提升数字金融的使用程度和数字支持服务程度。

**关键词:**数字金融;互联网普及率;乡村旅游产业;金融宽度;金融排斥

**中图分类号:**F49      **文章编号:**1673-5420(2021)05-0048-14

乡村旅游产业可以重塑乡村经济、社会、文化、生态结构<sup>[1]</sup>,是实现新时代乡村振兴的重要突破口与载体<sup>[2]</sup>。2018年全国乡村旅游产业接待总人数超过30亿人次,旅游总收入超过8000亿元<sup>[3]</sup>。为了释放乡村旅游产业对调整农业结构、改善农村人居环境、提高农村非农收入的作用,中央“一号文件”2007年明确提出要发展乡村旅游产业<sup>[4]</sup>,2018年强调要“大力发展乡村休闲旅游产业”,重点打造乡村生态旅游产业链,创建生态旅游精品线路及示范村镇<sup>[5]</sup>。文旅部等多部委推出“美丽乡村旅游示范评选”“乡村旅游精准扶贫规划”等举措,鼓励农村集体经济组织创办旅游合作社,将日益增长的乡村

收稿日期:2021-04-08      本刊网址:<http://nysk.njupt.edu.cn>

作者简介:王 琴,副教授,博士生,研究方向:数字金融与产业效率。

基金项目:江苏高校哲学社会科学重点项目“江苏创业企业基于众筹模式构建创新生态系统研究”(2017ZDIXM127);江苏省普通高校学术学位研究生创新计划项目“江苏企业‘一带一路’沿线投资与区域价值链构建的研究”(KYCX19\_0999)

旅游需求转化为农村基层创业的新机遇<sup>[6]</sup>。新冠肺炎疫情很可能改变人们的旅游度假习惯,减少长途旅行,选择城市周边游。2020年5月,文旅部再次提到乡村旅游产业创业,希望最大程度发挥其拉动消费、吸纳农村回迁劳动力、脱贫攻坚、提高农村收入等作用。

乡村旅游产业的创业活动离不开金融服务的支持<sup>[7]</sup>。但是乡村旅游产业的创业者缺少抵押品和征信记录,导致创业活动较难从传统金融机构筹集到所需的资金<sup>[8-9]</sup>。数字金融的产生,改变了农村居民相当长时间都接触不到主流金融服务的境况<sup>[10]</sup>。没有征信记录的农村居民在支付宝、微信等数字平台的消费记录客观积累了消费信用,拓展了融资机会<sup>[11]</sup>。降低创业成本、提高创业收益是激励创业的重要途径<sup>[12]</sup>。依托互联网和大数据技术的数字金融可以有效降低金融交易的成本;互联网是有效的交流沟通媒介、信息传播渠道,创业者可以借助互联网挖掘信息,把握更多的商机<sup>[13]</sup>。互联网在线B2C商业模式可以减少中间交易成本,农村居民得益于新基建(信息化、数字化)在农村地区的推广,凭借信息化技能开展线上线下联动创新的创业活动,提高创业收益。民宿、餐饮、接待服务等创新创业活动可以直接在微信、微博、抖音等网络平台或社群里推介,推动文化和旅游深度融合,带动农村旅游线上交易与线下体验相结合。

目前,对数字金融与农村发展的研究已逐步深入到数字普惠金融与农村居民创业问题<sup>[10,12,14]</sup>,并聚焦于P2P、众筹对创业者决策影响等微观层面。对数字金融与农村特定领域创业的关系研究相对较少。本研究拟从宏观视角运用实证分析方法探讨数字金融发展对乡村旅游产业创业的影响及作用机制,助力乡村经济振兴。

## 一、文献综述

### (一)数字金融促进乡村旅游产业创业机会的均等化

旅游创业主体提供旅游服务的各环节都离不开金融服务的支持。启动资金、营运资金的可获得性是制约有意愿农户从事旅游创业的因素之一<sup>[15]</sup>。与发达地区相比,不发达农村地区的居民面临六种维度的金融排斥(Finance Exclusion),即地理排斥、价格排斥、评估排斥、条件排斥、营销排斥以及自我排斥<sup>[16]</sup>。具体表现为传统金融机构分布密度低、企业到网点距离远;乡村旅游产业潜在创业者缺乏合格的抵押品、担保人,可能无法获得贷款,或者贷款价格偏高。此外,“贷款太麻烦、成本高、与信贷员不熟”等因素也是农户自我隐蔽信贷需求的因素<sup>[17]</sup>。金融排斥现象是,在不发达的农村地区,金融服务的行政安排与市场规律存在矛盾<sup>[18]</sup>。那么,市场化的金融服务创新能否缓解这一矛

盾呢?

数字金融创新活动促使农村金融服务模式由供给引领型向需求追随型转变。数字技术将受金融排斥程度较大的不发达农村地区连接到数字化信息高速公路,数字金融借助科技平台,依靠大数据、云计算等技术获得经济活动个体实时交易的信息数据,并通过机器学习等科技金融分析工具评估经济活动个体的风险,以解决信息不对称、抵押资产不足的问题,使数字金融服务能更精准地识别潜在用户<sup>[19]</sup>。对潜在乡村旅游产业创业者而言,借助数字技术可以方便、快捷、高效地获得创业资金。因此,数字金融可以为偏远地区、经营规模较小的潜在乡村旅游产业创业者提供低成本的金融服务,有效弱化这些地区和经济活动个体的金融排斥现象,显著提高创业水平<sup>[12]</sup>。

假说1:数字金融弱化了传统金融服务对不发达农村地区的金融排斥,促进乡村旅游产业创业机会的均等化。

## (二)数字金融促进乡村旅游产业创业型企业的成长

中小企业与大企业相比,投资机会与获取资金的难度不匹配,前者的融资可得性差、融资频率低、融资速度慢、成本也更高<sup>[20]</sup>。旅游产业以中小企业为主体,旅游行业的风险和不确定性导致其融资渠道狭窄。在以银行为主的债权融资渠道中,创业者缺乏有效的抵押品,很难从银行融到资金,即便融到资金,也会存在搜寻、议价和监管等交易成本过高的情况。直接融资渠道中,创业板市场、风险投资基金更加青睐中小型高新技术企业,以提供休闲体验服务为主的旅行社、住宿业和景区运营企业难以吸引投资者的关注。长期以来,旅游业创业融资的途径主要依赖非正规金融,如民间借贷、互助合作社以及政府扶持性信贷。民间借贷纠纷、合作社成员制和寻租问题成为困扰和制约旅游创业发展的因素。当前乡村旅游业处于由自然资源和人造景观驱动向创意、文化主力驱动切换的过程中。创意化旅游的空间远未触及天花板,旅游产业链每个环节的附加值挖掘空间巨大,融资渠道的拓展有助于激发乡村旅游产业的创新创业潜力。

经济活动个体获取金融服务的渠道称为金融宽度(Finance breadth)<sup>[21]</sup>,金融宽度的拓展有助于提升资源配置效率<sup>[22]</sup>。数字金融应用云计算、大数据、定位服务等金融科技搜集和处理客户的软信息,进行信贷技术创新,在资金需求方和供给方之间提供有别于传统金融机构和非正规金融的服务,拓宽了农村地区的金融服务渠道,提高了资金融通的效率<sup>[23]</sup>。只要通过手机上网就可以享受到数字金融的便利服务。无法从银行获得贷款的“长尾”群体是数字金融服务的潜在对象。在信贷方面,数字金融是银行的补充者而非竞争者。数字金融在消费者识别、企业价值交付以及变现便捷性等方面都具有独特的优势,能促进线上线下的生产消费活动,并增进互动,极大简化和缩短了创新活动

转化为实践成果的进程<sup>[24]</sup>。因此,数字金融为旅游业创新创业活动提供的融资新渠道可以加速创业进程。

假说2:数字金融拓展了金融宽度,加快了旅游企业创业的速度,体现为数字金融发展对旅游创业企业新增注册数量有溢出效应。

综上所述,数字金融凭借金融科技创新弱化了偏远乡村地区受到的金融排斥,促进了乡村旅游业的创业活动。数字金融为乡村旅游产业创业提供了新的融资渠道,可以弥补不发达地区传统金融服务的不足,金融宽度加速了乡村旅游产业创业活动。本文的边际贡献:首次将中国数字普惠金融指数与乡村旅游业创业数据结合,评估数字金融对乡村旅游业创业的影响,并以互联网普及率为工具变量进一步验证。其次,基于分样本实证研究中国数字金融对不同地区乡村旅游业创业的影响;从旅游业子行业角度分析数字金融对住宿业、旅行社、旅游景区创业的异质性影响。再次,本文从数字金融弱化金融排斥和拓展金融宽度两个角度实证检验数字金融促进乡村旅游业创业的作用机制。最后,基于上述研究得出相应的结论。

## 二、数据说明与实证模型

### (一)数据说明

本研究以2011—2018年中国263个地级市为研究样本。采用的数据包括以下几个部分:(1)数字金融相关数据来源于2011—2017年“北京大学数字普惠金融指数”;(2)利用天眼查网站获取2012—2018年新增旅游企业注册数;(3)数字金融发展指数的工具变量,采用的是2011—2017年中国互联网分省普及率,数据来自中国互联网络信息中心;(4)其他宏观层面的经济变量如各地区人均旅游收入、人均国内生产总值、财政支出比重、金融发展水平等数据主要来源于国家统计局网站、地方统计局网站和Wind数据库。

#### 1.核心解释变量

数字金融发展程度采用“北京大学数字普惠金融指数(2011—2017)”。同时运用了数字普惠金融三个二级指标衡量数字金融发展的不同领域。覆盖广度采用数字金融账号数量等指标;使用深度采用数字金融使用的业务笔数等数据;数字化程度采用移动占比等指标。计算过程参阅郭峰<sup>[25]</sup>的文献。

#### 2.被解释变量

旅游业是从需求角度定义的综合型产业,是与旅游消费相关的企业集合,产业的边

界随着旅游需求的发展而动态调整。因此,旅游产业的界限相对模糊<sup>[25]</sup>。世界旅游组织建议把各种行业按照与旅游活动的关联程度划分为旅游特征行业、旅游相关行业和其他行业。特征行业指旅行社、住宿业、景区运营;相关行业包括交通、通讯、游览、娱乐、饮食、住宿、购物等 12 类。旅游特征行业的创业活动可以更好地反映数字金融对旅游业创业的影响,因此,本文采用天眼查网站查询到的各地级市每年新增注册旅行社、景区运营、住宿企业数量作为旅游创业型企业数量,剔除注册地属于市辖区的新增注册企业,得到乡村旅游业创业型企业数量,并作对数处理。<sup>①</sup> 由于部分地级市数据不全,本文选取了 263 个地级市作为研究对象,其中 2012—2018 年乡村旅游业新增注册企业数量 238 207 家。此外,为避免极端值对回归结果的影响,对三类旅游企业的创业增速进行 1% 的缩尾。

### 3. 控制变量

本文选择的控制变量包括旅游收入、人均国内生产总值(各地级市国内生产总值/各地级市总人口)、财政支出比重(各地级市财政支出/各地级市国内生产总值)、金融发展水平(年末贷款余额/国内生产总值)。这些变量用于控制当地旅游收入、经济发展情况、金融发展水平、财政支出对旅游创业的影响。

#### (二) 实证分析模型

本文借鉴谢绚丽<sup>[26]</sup>的模型,分析数字金融发展指数对旅游业新增注册企业总数变化的影响,回归模型如式(1)所示。

$$\ln ent_{it} = \beta_0 + \beta_1 index_{it-1} + \beta_2 ltincome_{it-1} + \beta_3 lpgdp_{it-1} + \beta_4 fiscgdp_{it-1} + \beta_5 loangdp_{it-1} + dummy_{it} + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

其中,  $\ln ent$  表示各地级市乡村旅游业新增企业总数的对数,  $index$  代表各地级市数字普惠金融指数,具体分为数字金融总指数、数字金融覆盖广度、数字金融使用深度和数字支持服务程度。  $ltincome$  为区域旅游发展水平,采用各地级市人均旅游收入的对数;  $lpgdp$  为区域经济发展水平,采用各地级市人均 GDP 的对数;  $fiscgdp$  表示区域财政支持力度,采用各地级市财政支出比重;  $loangdp$  表示金融发展水平,采用单位年末金融机构贷款余额与 GDP 的比值。为避免多重共线性带来的估计效果不稳定,本文对  $ltincome$ ,  $lpgdp$ ,  $fiscgdp$ ,  $loangdp$  采取了去均值处理。此外,由于商事制度改革,2013 年开始,公司注册取消经营范围的登记和审批,资本由实缴登记制改为认缴登记制,由于政策落地执

<sup>①</sup> 由于天眼查数据库对企业注册地的分类只有三个层级,即省、地级市、县(或县级市),无法直接从数据库中识别注册地在狭义乡村的旅游企业。县城与农村边界的模糊性导致无法运用地图精确地匹配数据。县的英文 country 从广义上来说就是乡村的概念。因此,本文以县级旅游注册企业的数量作为乡村旅游产业的代理变量。

行存在滞后性,一般认为 2015 年改革开始显现效果<sup>[26]</sup>,为控制这一制度变革可能带来的企业创业趋势的变化,设置了虚拟变量,同时也达到固定时间效应的目的,2012—2014 年设置为 0,2015—2018 年取 1,统计分析见表 1。

表 1  主要变量的描述性统计

| 变量       | 观测值个数 | 均值      | 标准差    | 最小值    | 最大值     |
|----------|-------|---------|--------|--------|---------|
| 数字金融总指数  | 1 841 | 142.022 | 57.172 | 17.020 | 285.432 |
| 数字金融覆盖广度 | 1 841 | 131.806 | 54.172 | 1.860  | 267.129 |
| 数字金融使用深度 | 1 841 | 140.703 | 60.657 | 4.290  | 325.679 |
| 数字支持服务程度 | 1 841 | 178.151 | 77.745 | 2.700  | 437.907 |
| 经济发展水平   | 1 841 | -0.060  | 0.559  | -2.070 | 1.850   |
| 财政支持力度   | 1 841 | 0.007   | 0.162  | -0.187 | 3.529   |
| 旅游发展水平   | 1 841 | -0.031  | 1.468  | -9.660 | 3.000   |
| 金融发展水平   | 1 841 | -0.053  | 0.594  | -0.915 | 6.500   |
| 创业企业数量   | 1 841 | 4.462   | 0.959  | 0.000  | 6.849   |

三、数字金融对乡村旅游产业创业的影响

(一)数字金融发展程度对乡村旅游业创业的影响

表 2 是基准模型的回归结果,无论是数字金融总指数,还是数字金融三个子指标都对乡村旅游业创业起到显著的促进作用,即数字金融发展越快的地区,新注册企业的数量也越多;数字金融发展水平较低的地区,乡村旅游业创业水平较低。数字金融使用人数的增加,数字金融的信贷、保险服务功能,便利的交易条件和高效率的支付手段可以为创业者提供更好的金融环境,增强创业动机,促进商业模式创新。数字金融的三个子指标中,覆盖广度对乡村旅游业创业的影响最大,其次是数字支持服务程度,最后是使用深度。这说明目前乡村旅游业创业主要依靠支付宝等电子账户的使用人数,数字金融服务功能和支付效率对乡村旅游产业创业的作用有进一步提升的空间。表 2 也说明,人均旅游收入、人均国内生产总值、财政支出比重、传统金融发展水平以及商事制度改革

革均对乡村旅游业的创业起到积极的促进作用。

表 2 数字金融对乡村旅游产业创业影响的基本分析结果

| 变量       | 模型 1                     | 模型 2                     | 模型 3                     | 模型 4                     |
|----------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 数字金融总指数  | 0.004 6 ***<br>(0.000 3) |                          |                          |                          |
| 数字金融覆盖广度 |                          | 0.005 9 ***<br>(0.000 4) |                          |                          |
| 数字金融使用深度 |                          |                          | 0.002 3 ***<br>(0.000 3) |                          |
| 数字支持服务程度 |                          |                          |                          | 0.002 4 ***<br>(0.000 2) |
| 经济发展水平   | 0.046 4 ***<br>(0.014 3) | 0.04 ***<br>(0.014)      | 0.060 1 ***<br>(0.014 8) | 0.072 3 ***<br>(0.014 4) |
| 财政支持力度   | 0.626 3 ***<br>(0.071 9) | 0.473 9 ***<br>(0.072 6) | 0.911 9 ***<br>(0.068 6) | 0.799 6 ***<br>(0.071)   |
| 旅游发展水平   | 0.246 7 ***<br>(0.080 6) | 0.222 9 ***<br>(0.078 8) | 0.322 3 ***<br>(0.083)   | 0.303 7 ***<br>(0.082 3) |
| 金融发展水平   | 0.026 7<br>(0.028 9)     | 0.002 1<br>(0.028 4)     | 0.075 4 **<br>(0.029 5)  | 0.071 1 **<br>(0.029 1)  |
| 虚拟变量     | 0.179 ***<br>(0.031 9)   | 0.172 5 ***<br>(0.029 4) | 0.312 7 ***<br>(0.030 7) | 0.235 6 ***<br>(0.033 6) |
| 常数项      | 3.765 8 ***<br>(0.045 7) | 3.641 6 ***<br>(0.046 1) | 4.056 5 ***<br>(0.038 3) | 3.989 8 ***<br>(0.039)   |
| 城市固定效应   | 是                        | 是                        | 是                        | 是                        |

注:括号内是稳健标准误,\*\*\*、\*\*、\* 分别表示在 1%、5%和 10%的水平下显著

(二)内生性问题:工具变量法

为处理两个内生性问题,即反向因果和遗漏变量偏差问题,本文对回归模型解释变量取滞后一期,研究上一期数字金融指数对当期旅游创业的影响,同时控制个体固定效应,部分缓解遗漏变量偏差问题。采用各省互联网普及率作为数字金融指数的工具变

量的原因是:一方面,互联网的普及是数字金融发展的基本条件,两者密切相关;另一方面,在控制了地区经济发展水平、传统金融发展水平和财政支持后,省级互联网普及率和各地级市旅游创业之间不存在直接关系。因此,互联网普及率是一个有效工具变量<sup>[27]</sup>。

表 3 第一列报告了第一阶段回归结果,互联网普及率对数字金融发展有显著的正效应。第一阶段的 F 统计量为 1 974.08,表明不存在弱工具变量问题。第 3 列和第 4 列报告了第二阶段回归结果,数字金融对乡村旅游业无论是创业企业数量还是增速都具有显著的正效应。

表 3  工具变量估计结果

|                  | 第一阶段回归                | 第二阶段回归                  |                         |
|------------------|-----------------------|-------------------------|-------------------------|
|                  | 数字金融总指数               | 创业企业数量                  | 创业企业增速                  |
| 互联网普及率<br>(工具变量) | 5.154 5***<br>(0.116) |                         |                         |
| 数字金融总指数          |                       | 0.005 4***<br>(0.000 5) | 0.001 8***<br>(0.000 3) |
| 控制变量             | 是                     | 是                       | 是                       |
| 城市固定效应           | 是                     | 是                       | 是                       |

注:括号内是稳健标准误,\*\*\*、\*\*、\* 分别表示在 1%、5%和 10%的水平下显著

(三) 稳健性检验

本文选取的乡村旅游业创业企业类型包括住宿、旅行社和景区。数字金融对这三类创业型企业有怎样的影响?实证结果表明,数字金融促进了这三类企业的创业活动。无论是数字金融总指数还是数字金融三个子指标(覆盖广度、使用深度、数字支持服务程度)都对这三类企业的创业活动起到显著的促进作用。从系数来看,数字金融总指数对景区类企业创业的促进作用最大,其次是旅行社类企业,最后是住宿类企业。数字金融覆盖广度对旅行社类企业创业的促进作用最大,其次是景区类企业,最后是住宿类企业。数字金融使用深度和数字支持服务程度对景区类企业创业的促进作用最大,其次是旅行社类企业,最后是住宿类企业。

数字化是信息化的高级形式,信息化推动了旅游产业的融合,各种业态层出不穷,数字化加持金融服务,解决了长期困扰“小、散、弱”的乡村旅游业的融资问题。因此,作

为核心旅游产业,住宿、旅行社和景区的创业活动都被带动起来,促进作用显著。近十年的产业融合趋势深刻改变着产业内的价值逻辑,价值链转变为价值体系,中介已经不能成为信息结点,平台垄断雏形渐显,传统旅行社从最初的整合者退居到环节服务提供商,因此增长乏力,创业热度降低。与之形成对比的是旅游实体企业大量地附着在核心景区周边,属于统计的景区企业,数字金融发挥了明显的赋能作用,因此系数更加明显。数字金融一般提供小额融资便利,住宿类企业的创立需要大笔资金,因此住宿业的系数最低。覆盖广度和使用深度对三类企业的影响差异,逻辑也大体如此,由于篇幅限制,表格未在正文中呈现。

#### 四、数字金融对创业影响机制的分析

基于上述分析可以看出,数字金融越发达的地区,乡村旅游业创业企业数量越多,增速也越快。数字金融的覆盖广度、使用深度和数字支持服务程度都可以促进乡村旅游业创业,那么数字金融影响乡村旅游业创业的机制是什么?根据文献综述的阐述,影响机制可能有两个方面:一是弱化金融排斥,促进了不发达地区的旅游业创业;二是扩展了金融宽度,加速了旅游业的创业。

##### (一) 弱化金融排斥

数字金融凭借科技手段为不发达地区和偏远乡镇的创业者提供金融服务,弱化了传统金融机构服务网点距离较远和个人征信审核受到的金融排斥。数字金融对传统金融发展水平较高的地区只是丰富了融资选择。因此,实证分析数字金融对不同地区的影响,能够验证是否存在对不发达地区作用更加明显的情况。

为验证这一影响机制,采用之前的基准模型,在模型中加入地区传统金融发展水平,运用数字金融各项指数与地区传统金融发展水平的交互项来衡量其对乡村旅游业创业的影响。传统商业银行在数字化技术的加持下,加大金融科技的应用,金融产品不断创新,可以克服物理网点的限制,丰富授信审核条件。与数字金融机构的合作,可以相互促进,有利于乡村旅游业的创业。地区传统金融发展水平用省级层面的年末农村贷款余额与年末金融机构贷款余额之比来表示,由于农村贷款余额从2014年才开始公布,因此选择2014—2017年数据作为研究样本。从表4可以看出,数字金融指数与地区传统金融发展水平的交互项都显著为负,说明传统金融发展水平较低的地方,数字金融对乡村旅游业创业的边际效用较大。从数字金融的分指标数据来看,覆盖广度的边际效用最大,其次是发展深度,最后是数字支持服务程度。这表明数字金融凭借易得性、

便利性、覆盖面广、效率高、可持续性强等优势弱化了传统金融在不发达农村地区的金融排斥,有助于乡村旅游业的创业活动。

表 4  弱化金融排斥对旅游创业数量的影响

|                      | 模型 5                      | 模型 6                      | 模型 7                      | 模型 8                     |
|----------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|--------------------------|
| 数字金融总指数              | 0.008 2 ***<br>(0.001 2)  |                           |                           |                          |
| 数字金融总指数 *<br>传统金融水平  | -0.022 1 ***<br>(0.004 3) |                           |                           |                          |
| 数字金融覆盖广度             |                           | 0.012 4 ***<br>(0.002)    |                           |                          |
| 数字金融覆盖广度 *<br>传统金融水平 |                           | -0.042 1 ***<br>(0.006 7) |                           |                          |
| 数字金融使用深度             |                           |                           | 0.005 5 ***<br>(0.000 7)  |                          |
| 数字金融使用深度 *<br>传统金融水平 |                           |                           | -0.015 7 ***<br>(0.002 7) |                          |
| 数字支持服务程度             |                           |                           |                           | 0.002 7 ***<br>(0.000 9) |
| 数字支持服务程度 *<br>传统金融水平 |                           |                           |                           | -0.004 9 *<br>(0.002 9)  |
| 控制变量                 | 是                         | 是                         | 是                         | 是                        |
| 城市固定效应               | 是                         | 是                         | 是                         | 是                        |

注:括号内是稳健标准误,\*\*\*、\*\*、\* 分别表示在 1%、5%和 10%的水平下显著

数字金融指数与地区传统金融发展水平的交互项为负,这表明对于住宿业、旅行社和旅游景区来说,数字金融弥补了传统金融服务的不足,弱化了金融排斥,促进了各种旅游业态的创业活动。此外,数字金融各子指标与地区传统金融发展水平的交互项都为负,即对旅游产业创业活动的影响与总指数一致,能促进各业态的创业活动,由于篇幅有限,未在文中呈现。

(二)拓展金融宽度

新技术与金融环境满足了不断增长的旅游市场需求和不断升级的旅游消费需求,

促进了旅游业的创新创业<sup>[28]</sup>。验证这一作用机制,采用之前的基准模型,衡量数字金融发展程度对乡村旅游业新增注册企业数量增长率的影响。

从表 5 可以看出,数字金融发展总指数对乡村旅游业创业的增速起到促进作用,即数字金融发展程度高的地区,旅游业创业型企业的数量较多。数字金融的覆盖广度和数字支持服务程度较好的地区,创业增速比较快,但数字金融的使用深度对旅游产业创业型企业的增速作用不显著。从回归系数来看,数字金融的覆盖广度比数字支持服务程度对乡村旅游业创业的影响更大。因此,乡村旅游业创业型企业的增加主要是因为支付宝等电子账户使用人群的增加,而数字金融的信贷和保险功能对乡村旅游业创业型企业的影响相对较小,支付效率和便捷性对乡村旅游业创新创业的影响最小。数字金融作为一种新的融资渠道,可以为资金供给者和需求者提供低成本和便捷的融资服务,释放新的商业机会。旅游产业链的各环节,如线路预订、智慧导游、旅游点评、行程规划、资讯提供、分享社区、定制服务都为创业者提供了新的机遇。创业者在数字金融的加持下,加快了乡村旅游业的创业速度。众筹模式、携程推出的“程涨宝”、淘宝旅行与余额宝推出“旅游宝”等数字金融服务既可以为创业者提供资金又可以增加潜在的客源,为乡村旅游业创业活动创造了发展空间。

表 5 数字金融对乡村旅游产业创业增速的影响

|          | 模型 9                                | 模型 10                               | 模型 11                | 模型 12                               |
|----------|-------------------------------------|-------------------------------------|----------------------|-------------------------------------|
| 数字金融总指数  | 0.001 0 <sup>***</sup><br>(0.000 2) |                                     |                      |                                     |
| 数字金融覆盖广度 |                                     | 0.001 2 <sup>***</sup><br>(0.000 3) |                      |                                     |
| 数字金融使用深度 |                                     |                                     | 0.000 2<br>(0.000 2) |                                     |
| 数字支持服务程度 |                                     |                                     |                      | 0.001 0 <sup>***</sup><br>(0.000 2) |
| 控制变量     | 是                                   | 是                                   | 是                    | 是                                   |
| 城市固定效应   | 是                                   | 是                                   | 是                    | 是                                   |

注:括号内是稳健标准误,\*\*\*、\*\*、\* 分别表示在 1%、5%和 10%的水平下显著

## 五、结论与建议

### (一) 结论

结合 2011—2018 年中国数字普惠金融指数和中国 263 个地级市新增注册乡村旅游企业数据,运用固定效应和工具变量模型,实证检验了数字金融对乡村旅游产业创业的影响。结果表明,数字金融的发展显著促进了乡村旅游产业的创业;数字金融的覆盖广度、使用深度和数字支持服务程度对乡村旅游业创业具有显著促进作用;其中覆盖广度影响最大,其次是数字支持服务程度,最后是使用深度。从旅游企业特征行业、东中西部不同地区,以及剔除重点旅游城市后所做的稳健性检验依然支持上述研究结论。最后,数字金融弱化金融排斥,促进乡村旅游产业创业机会的均等化;并从数字金融拓展金融宽度、加速乡村旅游业创业进程两个角度实证检验了数字金融促进乡村旅游业创业的作用机制。

数字金融对乡村旅游产业三大特征行业的创业活动起到显著促进作用,影响大小依次为景区企业、旅行社、住宿类企业。数字金融对各地区乡村旅游产业创业均起到显著的促进作用,影响大小依次是东部地区、西部地区和中部地区。与城市旅游创业相比,数字金融发展程度对乡村旅游业创业的促进作用更大。除数字金融的发展深度之外,数字金融的覆盖广度和数字化发展水平对乡村旅游业创业的影响均大于对城市的影响。数字金融显著促进乡村旅游业创业速度,数字金融总指数对东部、中部和西部地区乡村旅游企业创办数量和速度起到促进作用。

### (二) 政策建议

#### 1. 数字金融均等化有赖于移动互联网等基础设施的进一步完善

发挥数字金融对乡村旅游业创业的均等化作用,离不开互联网基础设施建设。通信基站建设是数字金融克服物理空间距离的根基。让中西部地区的“诗和远方”更好地为旅游者提供休闲消费服务,需要进一步完善偏远农村的数字化基础设施建设,加大对偏远地区数字化基础设施的投入力度和政策倾斜度。可以开展数字技术培训,让更多的农村居民掌握数字化工具的使用技能。

#### 2. 提升数字金融对旅游业创业者的综合服务功能

目前,对乡村旅游业创业作用最大的是支付功能,数字金融服务的浅层服务难以满足创业者的全面需求。因此,需要进一步深挖与旅游消费相关的消费者征信服务、保险业务、基金投资等功能<sup>[29]</sup>。在数字服务支持方面,便利性和成本依然是数字金融需要进一步解决的问题。这离不开政府对数字金融领域的支持,尤其是降低政策准入门槛,同

时也需要加强对数字金融运营的监管,防范金融风险。

本研究存在的不足和有待深入研究的方向:一是本文选择的乡村旅游产业新增注册企业的数量不是创业成功的企业数量,数字金融对乡村旅游业创业的最终影响有待进一步探讨。二是可以从微观层面收集数据,进一步探讨数字金融发展对创业者决策的具体作用。

### 参考文献:

- [1] 王云才.国际乡村旅游产业发展的政策经验与借鉴[J].旅游学刊,2002(4):45-50.
- [2] 马静,舒伯阳.中国乡村旅游产业 30 年:政策取向、反思及优化[J].现代经济探讨,2020(4):116-122.
- [3] 人民网.2018 年全国休闲农业和乡村旅游产业营业收入超过八千亿元[N/OL].[2021-02-14].  
<http://country.people.com.cn/n1/2019/0214/c419842-30674249.html>.
- [4] 中国日报网.中共中央国务院出台 2007 年中央“一号文件”(全文)[N/OL].[2021-01-30].  
[http://www.chinadaily.com.cn/hqkx/2007-01/30/content\\_796651.htm](http://www.chinadaily.com.cn/hqkx/2007-01/30/content_796651.htm).
- [5] 中华人民共和国农业农村部网站.中共中央国务院关于实施乡村振兴战略的意见[EB/OL].  
[2021-02-05]. [http://www.moa.gov.cn/ztlz/yhwj2018/zyyhwj/201802/t20180205\\_6136410.htm](http://www.moa.gov.cn/ztlz/yhwj2018/zyyhwj/201802/t20180205_6136410.htm).
- [6] 杨颖.旅游产业网络机制研究:基于价值、治理与知识的三位视角[M].南京:中国书籍出版社,2021.
- [7] AGHION P, FALLY T, SCARPETTA S. Credit constraints as a barrier to the entry and post-entry growth of firms[J]. Economic Policy, 2007(52): 732-779.
- [8] CHENG B T, IOANNOU I, SERAFEIM G. Corporate social responsibility and access to finance[J]. Strategic Management Journal, 2014(1): 1-23.
- [9] LI H Y, WANG Z S, FANG B, et al. Factors affecting the performance of tourism crowdfunding projects: an empirical study[C].Information and Communication Technologies in Tourism, 2016:143-156.
- [10] 张勋.数字经济、普惠金融与包容性增长[J].经济研究,2019(8):71-78.
- [11] 谢文武.数字普惠金融是否促进了农村创业[J].农村金融,2020(7):111-119.
- [12] 尹志超,彭嫦燕,里昂安吉拉.中国家庭普惠金融的发展及影响[J].管理世界,2019(2):78-86.
- [13] 周广肃,樊纲.互联网使用与家庭创业选择:来自 CFPS 数据的验证[J].经济评论,2018(5):

134-147.

- [14] 何婧,李庆海. 数字金融使用与农户创业行为[J].中国农村经济,2019(1):112-126.
- [15] 姚柱,罗瑾琰,张显春,等.互联网嵌入、二元创业学习与农民创业绩效[J].科学学研究,2020(4):685-695.
- [16] 姚宏伟.普惠金融发展中的金融排斥问题探析[J].南方金融,2015(5):37-43.
- [17] 董亮亮,姚黄平芳,罗镜秋.乡村旅游产业地农户旅游创业诉求与扶持政策:基于大余县周屋村的调查[J].中南林业科技大学学报(社会科学版),2017(5):76-83.
- [18] 黄益平,傅秋子.农村金融供给侧改革的方向[J].清华金融评论,2017(7):41-43.
- [19] 黄益平,黄卓.中国的数字金融发展:现在与未来[J].经济学(季刊),2018(4):1489-1502.
- [20] 顾雷雷,李建军,彭俞超.内外融资条件、融资约束与企业绩效:来自京津冀地区企业调查的新证据[J].经济理论与经济管理,2018(7):88-89.
- [21] BECK T, DEMIRGUC-KUNT A, MARTINEZ PERIA M S. Reaching out: access to and use of banking services across countries[J]. Journal of Financial Economics, 2007(1): 234-266.
- [22] 邵宜航,刘仕保,张朝阳.创新差异下的金融发展模式与经济增长:理论与实证[J].管理世界,2015(11):29-39.
- [23] 李建军,周叔媛.高管金融素养是否影响企业金融排斥:基于缓解中小企业融资难的视角[J].中央财经大学学报,2019(5):19-32.
- [24] BADEN-FULLER C, HAEFLIGER S. Business models and technological innovation[J]. Long Range Planning, 2013(6): 419-426.
- [25] 郭峰,王靖一,王芳,等.测度中国数字普惠金融发展:指数编制与空间特征[J].经济学,2019(7):1401-1418.
- [26] 谢绚丽,沈艳,张皓星,等.数字金融能促进创业吗?[J]. 经济学,2018(4):1560-1584.
- [27] 杨颖.旅游业与创意产业的融合:基于产业比较视角的研究[J].南京人口管理干部学院学报,2009(1):67-70.
- [28] 张辉,白长虹. 旅游企业内部品牌化:研究述评及研究展望[J].旅游学刊,2018(3):61-74.
- [29] 岳中刚,黄雨桐.数字普惠金融发展与家庭创业[J].南京邮电大学学报(社会科学版),2021(2):67-82.

(责任编辑:刘佩丹)

(下转 102 页)