

---

# 影响农民开展电商创业意愿因素的实证分析

## ——以湖南省炎陵县为例

徐鹏 张欣钰 秦嘉<sup>1</sup>

(湖南农业大学, 湖南 长沙 410128)

**【摘要】:** 随着我国电商水平、物流水平的不断提高,农村电商在我国扶贫攻坚任务中扮演着越来越重要的角色。而在这其中,如何刺激农民主动与电商物流展开合作并鼓励其积极主动开展创业活动,是影响电商扶贫最终成效的一个重要因素;要想提高农民的主动性,了解哪些因素会影响到农民通过电商渠道开展创业的意愿是必不可少的。主要研究直接影响到农民对于电商创业意愿因素,通过对湖南省炎陵县的农户发放了 102 份问卷来实地调查,运用 Logistics 模型分析各种不同的因素会有多大程度的影响;分析得出:一个农户的教育水平、家人态度以及政策了解程度对其意愿有较大影响。

**【关键词】:** 农村电商 创业意愿 logistics 分析

**【中图分类号】** F724.6 **【文献标识码】** A

“三农”问题作为党和国家在“十三五”工作期间的重中之重,对我国而言是增强创新动力,维护国家稳定,确保 2020 年全面建成小康社会的关键所在。在“大众创业,万众创新”的背景下,我国农民创业活动蓬勃发展,农民创业者在提升生产力、改善农村面貌等方面,发挥了积极而重要的作用。世界经验表明,一个人创业尤其创业一年以上,可以带动 3~5 人以上就业。电子商务模式随着信息建设正在农村地区快速发展,同时因为农村电商逐渐革新农村商品交易模式、降低农村的交易成本等;越来越多的农民选择依托电商模式开展自主经营。

当前的研究显示,农民在进行创业活动的时候,相较于其他创业群体在自身知识水平、可用资源、地域方面存在着劣势,这也是当前主流观点认为限制农村创业积极性的原因。同时由于电商作为全新模式,政府的引入政策、物流信息、基础设施的建设、农民的培训状况等因素也会影响农民选择。本文通过对农民开展电商创业的意愿进行研究,分析可能存在的会影响到农民进行电商经营活动的因素,为农村电商发展、创业扶持政策的实施提供参考。

## 1 文献综述

当前已有的关于影响农民通过电商开展创业活动选择的研究比较薄弱,但是与之相关的研究较为丰富,与之相关的研究主要侧重于“影响农民创业意愿”以及“限制农村电商发展的因素”等方面。而本文也就以上两个主要方面对当前研究动态进行梳理。

### 1.1 影响农民创业意愿的研究

---

**作者简介:** 徐鹏(1998-),男,湖北孝感人,本科生;张欣钰(1996-),女,湖北襄阳人,本科生;秦嘉(1996-),女,四川雅安人,本科生。

从创业者的支持环境来看,郑风田和孙谨(2006)认为农民的创业需要一个系统的支持,包括:创业辅导、金融支持、创业机会、创业服务等方面,而这些支持将会在很大程度上影响到一个地区农民的创业意愿。Ardichvili等(2003)认为当前当地已有的政府层面的创业支持对于一个农民创业的意愿有一定的影响。主要的做法是以政府牵头,引进新技术,鼓励农民发展多种经营。第二是从金融信贷支持角度分析,农村地区良好的金融环境能增强农民信贷的可获得性,减少资金束缚,从而提高农民的创业意愿。(朱红根康兰媛 2013)。庄晋财(2011)提出,农民工创业通过社会网络的传导功能形成强烈的创业示范效应和就业创造效应,使越来越多的农民参与到创业队伍中来。由于农民群体的社会网络“强关系”特征,这种示范效应首先在创业成功者血缘、亲缘、地缘关系网络中扩散。

其次从农民生活的家庭角度来看,郝朝艳(2012)的调查问卷记录了农户的家庭人口数量和结构,创业农户的人口数量和劳动力数量均略高于全部农户,但差异并不显著。

从农民自身个人特征和素质条件来看,郝朝艳(2012)的研究表明,不同地区被调查农户户主平均年龄为 50.76 岁,但是创业农户户主年龄都在 48 岁左右,也就表明在同样的情况下年轻的农户相对来说拥有更强的创业意愿,但是该特征并不显著。在管理方面,我国农民习惯于粗放操作,多年的家庭联产承包又使农民失去组织大生产的能力,加之教育水平低,使许多农民在创业的过程中因为缺乏现代经营管理知识和经验而步履维艰。另外 Senyard(2009)提出,如果农民整体受教育水平不高,很少受过现代创业知识的教育,知识不足,视野狭窄,信息量不足,在创业过程中仅凭自己的主观判断确定投资领域和方向,从而使许多农民在创业中失利,这也是限制其他农民创业意愿的原因。

## 1.2 影响农村电商发展的研究

在浙江大学《包容性创新和增长:中国涉农电子商务发展研究》的研究报告中,将农村电商萌芽时期的影响因素分为共性因素(企业家精神带头人、产业壁垒、创业环境)和非共性因素(特色产品、产业基础、网商创业人才等)董坤祥(2016)等人,就沙集和遂昌两地的调查结果分析得出,环境和季节因素,配套的农产品冷链运输和保鲜技术的缺乏以及缺乏品牌意识是该地区限制电商发展的重要因素。贺国杰(2015)提到,当前我国大部分区域农村物流信息体系建设落后,无法配合物流公司、电商企业、零售终端建立实时反馈市场,导致农村电商相对于城市一直更加滞后。余刚(2018)提出了目前城市与农村之间的双向流通由于受制于流通成本、政策引导缺失以及渠道和价格设计不协调等因素,涉农电商的效益依旧未能完全开发。许嘉扬(2017)提到,农村电商的金融需求层次上升,但是传统的金融服务无法满足大规模的电商经济的融资。

# 2 影响农民开展电商创业因素的实证分析

## 2.1 数据来源

通过大学生创新性实验计划项目,我们通过采用问卷调查的方式,于 2019 年 1 月初和 2 月底,两次对湖南省株洲市炎陵县下村乡、水口镇等地的农民、种植户进行线下走访调研。调查遵循随机抽样的原则。本次调研一共发放 108 份问卷,去掉 6 份无效问卷(未完成或虚报等),共收集有效问卷 102 份,总体有效率为 94.4%。

## 2.2 研究假设

影响一个农民对于一项计划的决策以及意愿,主要从农民自身的个人限制因素以及外部环境因素出发。而就电商创业采纳的意愿而言,可以主要分为四个方面:个人特征、家庭特征、环境特征、资金状况及融资可行性。

### 2.2.1 个人特征。

创业活动相较于传统的种植工作,其风险性更大,而不同年龄层面群体的风险偏好程度也有所不同,由于农村的养老保险的不健全,年纪较长的农民更倾向于将土地以及其他资产作为养老储备资产,所以通常情况下风险偏好呈现与年龄的负相关关系。同样的,性别方面,男性和女性的社会分工不同,尤其是在更为传统的农村地区,男性更多的是承担家庭财富创造的工作,对于财富的追求要更强于女性;在受教育水平上,受过良好教育的群体通常对新技术、新模式的接受更加积极,同时对新事物的学习能力也更强;教育水平较低的群体则会呈现拒绝新模式的采纳、掌握能力低下的特点;由于电商经营对创业者在信息搜集、行情预判等方面有较高要求,所以接受了更高教育的群体对风险的把控以及市场行情的判断有更加精确的理解,其通过电商渠道创业的意愿也要更加强烈。

### 2.2.2 家庭特征。

在家庭方面,家庭结构主要分为夫妇核心家庭,三代直系家庭,隔代直系家庭为主的三种(王跃生 2006),通常家庭人口数量越少的核心家庭,其创业的意愿更强,家庭规模庞大的家庭多半由于已经在某一行业和领域有了一定的社会资源,所以其家庭成员在创业意愿上偏向于保守。同样,如果家庭成员对于创业者持悲观和反对态度,则创业者的最终意愿将会受到较大的影响。

### 2.2.3 环境特征。

政策支持的不完善是很多地区农村电商发展的重要限制因素,当前我国农村电商政策工具应用存在结构性失衡问题,配套措施有待完善,部分政策工具应用存在不科学、不协同的问题(钮钦 2016),这将很大程度上打击农民的积极性。另外,适当的开展电商销售和渠道的宣讲会、组织电商运营的培训也可以一定程度上提高农民创业的意愿,同时能缓解电商人才紧缺的问题。同时,区域整体的浓郁创业氛围对个体的选择有很大的刺激作用。

### 2.2.4 资金状况及融资可行性。

家庭资产水平会影响到农户有多少资本去进行创业投资。通常情况下,目前持有越多资产的农户,其创业的意愿则更强,同时当前的收入水平也将会影响到农民的创业意愿,尽管相对收入较低的群体其通过电商创业的限制性更大,但其主观意愿却更强烈;另外资金规模对其创业的方向以及类型有了限制。而在融资可行性方面,如果农户能够通过亲朋好友或者民间借贷解决自身需求,其创业的资金限制性更小。另外,农民由于其资产状况相较于城镇居民更差,所以其能够到银行进行抵押贷款的余地选择相对来说更少,而较差的融资环境也是许多有创业意愿的人打消了创业的想法。

## 2.3 变量选取

表 1 影响因素赋值

变量	赋值
创业意愿 (Y)	0=没有意愿;1=有意愿
性别 (X <sub>1</sub> )	1=女;2=男
年龄 (X <sub>2</sub> )	1=20 岁以下;2=20~29 岁;3=30~39 岁;4=40~49 岁;5=50~59 岁
教育背景 (X <sub>3</sub> )	1=小学及以下;2=初中;3=高中;4=本科及大专;5=硕士及以上
家庭结构 (X <sub>4</sub> )	1=夫妇核心家庭;2=三代直系家庭
家庭年收入 (X <sub>5</sub> )	1=3 万元以下;2=3 万元~6 万元;3=9 万元~12 万元;4=12 万元~15 万元;5=15 万元以上

家人态度 ( $X_6$ )	1=强烈反对;2=比较反对;3=不支持不反对;4=比较支持;5=强烈支持
是否参加过电商创业培训 ( $X_7$ )	1=从未参加;2=参加过一次培训;3=参加过多次或长期培训
是否了解当地政府电商支持政策 ( $X_8$ )	1=完全没听说;2=听说过一点;3=有些了解;4=比较了解;5=非常清楚
结识的创业者 ( $X_9$ )	1=完全没有;2=1~2个;3=3~4个;4=5~6个;5=7个以上
创业资金是否充足 ( $X_{10}$ )	1=完全不行;2=比较有限;3=基本够用;4=非常充裕
是否能从亲友筹集资金 ( $X_{11}$ )	1=完全不行;2=比较有限;3=基本够用;4=非常充裕
是否能从银行筹措资金 ( $X_{12}$ )	1=完全不行;2=比较有限;3=基本够用;4=非常充裕

本文将研究因变量设为“农民是否有通过电商开展创业活动的意愿”即表示农民在当前的情况下,以及在达成部分仍未满足的条件后,愿意通过电商开展创业活动;反之即当前没有任何通过电商进行创业的意愿。由于采用Logistics分析,所以当被调查者无意愿时,对该样本赋值为0,表现出意愿则赋值为1。

根据研究假设和调查问卷,将研究的自变量分为:个人特征变量(性别、年龄、教育背景);家庭特征变量(家庭结构、家庭年收入、家人态度);环境特征变量(职业培训、扶持政策、从事电商创业的亲友数量);融资可行性变量(可用创业资金、亲友借款可行性、银行借款可行性)。对每一个自变量进行选项设置、赋值结果如表1。

## 2.4 描述性统计分析

### 2.4.1 电商创业意愿。

在最终的102份有效问卷里,有创业意愿的人一共有48人,比重为47.1%,略少于无意愿者。

表2 电商创业意愿

事件	意愿	人数	百分比
创业意愿	愿意	48	47.1%
	不愿意	54	52.9%

### 2.4.2 个人特征变量。

在本次一共102份调查问卷中有54份问卷是由男性填写,占比达54.9%,女性填写问卷46份。在调查之前我们考虑到由于传统文化因素的影响,男性在农村家庭中的决策地位要略高于女性,所以其主观性更强,同时在调查中存在许多妇女认为与自己无关而拒绝回答问卷的情况影响到了调查结果。在受访者中,年龄分布并不均衡,样本的整体年龄大于初期预计。仅有2名调查者是20岁以下,20~29岁之间的受访者也仅有8人,而且多为在外务工临时回家。30~39岁的受访者人数最多,达到了36人,占比高达35.3%。40~49岁的受访者占比类似,达到了29.4%。而50~59岁的人群占比为25.5%,共有26名。年龄分布基本符合当地年轻人务工而年长者务农的农村基本特征。在调查的受访者受教育程度方面,初中和高中(中专)占据绝大多数比例,其中初级中学

历者有 38 名, 占比 37.3%;同时高中及中专文凭的受访者大约占样本总体的 4 成左右。而这两者之和接近 80%。本科及大专以上学历者仅有 9.8%, 且没有任何受访者学历超过硕士, 而且其中大专及以上学历者全部为 20~29 岁上下的年轻受访者。

表 3 个体特征变量

事件	选项	人数	百分比
性别	女	48	47.1%
	男	54	52.9%
年龄	20 岁以下	2	2.0%
	20~29 岁	8	7.8%
	30~39 岁	36	35.3%
	40~49 岁	30	29.4%
	50~59 岁	26	25.5%
教育背景	小学及以下	12	11.8%
	初中	39	37.3%
	高中	42	41.2%
	大专及本科	10	10%
	硕士及上	0	0

#### 2.4.3 家庭特征变量。

有 70.6% 的被访者属于核心家庭, 在这当中绝大多数为子女在外务工、读书的, 年龄大于 50 岁的中老年核心家庭, 部分家庭仍需赡养年迈老人; 只有 30 人的家庭仍然与未成年子女一同居住。在家人对于创业者的态度上, 有 48 位表示家人对其持中立态度 (不支持不反对意见), 同时 42 位被访者的家人表示比较支持其行为, 有 4 位表示强烈支持。持消极态度的占比仅为 7.8%。在家庭收入方面, 年收入在 3 万元以下以及 3 万元~6 万元之间的家庭占比最高, 分别为 43.1% 和 41.2%; 收入介于 6 万元~15 万元之间仅有 9.8%, 但收入在 15 万元以上的有 5.9%。

表 4 家庭特征变量

事件	选项	人数	百分比
家庭结构	核心家庭	72	70.6%
	非核心家庭	30	29.4%
家庭年收入	3 万元以下	44	43.1%

	3 万元~6 万元	42	41.2%
	9 万元~12 万元	10	9.8%
	12 万元~15 万元	0	0
	15 万元以上	6	5.9%
家人态度	强烈反对	0	0
	比较反对	8	7.8%
	不支持不反对	48	47.1%
	比较支持	42	41.2%
	强烈支持	4	3.9%

#### 2.4.4 环境特征变量。

有超过半数(56.9%)的农民表示从未参加过任何形式的职业培训;而参加过多次或长期培训的人数仅 14 人。在访问中得知从未参加过培训的人多为主观上拒绝和抵触参加。在政策熟悉度上,有一半(52 人)表示从未了解过当地有特殊的电商扶持政策,有 35.3%的人表示他们听说过炎陵县政府有相关的政策措施但并不清楚有哪些,仅有 4 人表示自己比较了解电商扶持政策的条款。在电商从业者人脉上,有 58 名被访者身边的从业者数量少于 4 人。但是仅有 4 位被访者表示身边有 4~5 名电商从业者,而身边有超过 7 位认识创业者的人反而达到 24 人,而这 24 人中大部分人是相互熟识,属于同一个社交圈内。

#### 2.4.5 资金特征变量。

用 74.5%的人认为目前的资金状况无法满足创业的需求;17.6%的人表示基本够用;仅有 7.8%的人拥有足够的创业资金。从筹措资金的角度来看,一共 76.5%的人认为通过亲友的借款无法完成自己的创业需求,认为足够的人占比不足 23.5%。同时 68.6%的人认为银行借贷同样无法满足创业资金需求。

### 2.5 计量分析

#### 2.5.1 模型建立。

本文讨论的题目是“影响农民开展电商创业活动的因素”。因变量是“农民有开展电商创业活动的意愿”。仅有两种状态:即有意愿和无意愿。因变量是离散型随机变量,所以本文采用二元 Logistics 回归对其进行分析,公式为:

$$\ln\left(\frac{P_i}{1-P_i}\right)=\alpha+\sum_{j=1}^m \beta_{ij}X_{ij}+\mu$$

其中  $P_i$  表示第  $i$  个样本愿意进行创业的概率;  $\alpha$  为常数项,  $\beta_{ij}$  为第  $i$  个样本的第  $j$  种影响因素对应的回归系数,  $X_{ij}$  为第  $i$  个农民的第  $j$  种影响因素;  $\mu$  为随机误差项。

表 5 环境特征变量

事件	选项	人数	百分比
电商培训	未参加培训	58	56.9%
	参加过一次培训	30	29.4%
	参加过多次或长期培训	14	13.7%
政策了解	完全未听说	52	51.0%
	听说过一点	32	35.3%
	有些了解	14	13.7%
	比较了解	4	3.9%
	非常清楚	0	0
电商从业亲友数量	完全没有	18	17.6%
	1-2 个	28	27.4%
	3-4 个	12	11.8%
	5-6 个	20	19.6%
	7 个以上	24	23.5%

表 6 资金特征变量

事件	选项	人数	百分比
可用创业资金	完全不够	26	25.5%
	比较有限	50	49.0%
	基本够用	18	17.6%
	非常充裕	8	7.8%
亲友借贷可行性	完全不够	22	21.6%
	比较有限	56	54.9%
	基本够用	18	17.6%
	非常充裕	6	5.9%
银行贷款可行性	完全不够	32	31.4%

	比较有限	38	37.3%
	基本够用	30	29.4%
	非常充裕	2	2.0%

把 102 位农民的样本数据输入到 IBM SPSS Statistics25 中,然后运用二元 Logistic 模型进行回归分析,通过该模型,我们可以得到各种不同变量的回归系数, Wald 值, 以及显著性水平, 并通过显著性水平可以判断出解释变量是否与其相关。结果如表 7。

### 2.5.2 结果分析。

#### (1) 个人特征变量分析。

样本的第一个变量,即年龄因素未能通过任何显著性检验,猜测其主要原因是因为年轻群体尽管在教育水平、电子商务的学习能力上以及风险偏好上更加倾向于创业,但是,由于创业者的年龄和其资产水平有直接正相关的关系,所以导致了年轻群体有开展电商创业的想法,但是受制于资产规模以及信贷水平的限制。所以导致年龄和其创业意愿未能发现有明显关系。

表 7 回归结果

	系数	标准误差	瓦尔德	显著性
性别	0.404	0.573	0.499	0.480
年龄	-0.307	0.377	4.664	0.045
教育背景	1.196	0.407	8.624	0.003
家庭结构	-1.501	0.662	0.133	0.239
家庭年收入	-0.648	0.369	5.077	0.039
家人支持	1.579	0.480	10.813	0.001
培训	0.231	0.402	0.330	0.566
政策	-0.963	0.384	6.186	0.012
认识的朋友	-0.209	0.179	5.066	0.034
钱够不够	0.113	0.308	4.135	0.071
借钱	0.174	0.427	4.166	0.068
贷款	0.184	0.394	0.219	0.640
常量	-4.149	2.214	3.512	0.061

---

在性别变量上,通过了 5%显著性水平检验,说明在农村群体中,男性更倾向于创业,而女性则相对更保守,其主要原因首先是男性风险承担能力更强,同时由于受传统观念的限制,男性在农村家庭中话语权要更加重要。同时,在调查过程中,我们发现不少有创业意图的妻子受制于丈夫决策的限制,无法肯定地做出决定是否愿意去创业。

在教育水平变量上,该变量通过了 1%的显著性水平检验。说明教育水平对一个农村居民是否愿意开展电商创业有非常直接和明显的影响。可能的解释是:电商经营对创业者的综合素质有一定的要求,需要掌握大量的电子商务、计算机等知识。此外,较为年轻的群体,对于电子商务等全新商业模式的接受程度高于年长群体,相反相对年长者从主观上对电商存在抵触与拒绝。

#### (2) 家庭特征变量。

在家庭结构变量未通过任何显著性水平检验,主要原因可能是农村地区家庭结构较为复杂,在统计中很难用特定的模型涵盖所有的家庭类型,造成统计结果的不相关性;其次是调查中的核心家庭农民的年龄分化较大,导致了其他的非家庭结构的影响因素会致使结果出现偏差。

家庭年收入变量通过了 5%水平的显著性检验。证明家庭收入越高者,其电商创业意愿也就越强。主要原因为低收入者由于其资金的限制,导致其初始创业资本的缺乏,从而限制了其创业的意愿程度,同时,低收入者的收入来源主要为劳务性收入,而高收入者,其部分收入来源于财产性收入,而这个因素导致高收入者有更多的时间和精力去了解关于电商的相关政策以及技能学习,对最终的结果有一定影响。

家人的态度变量通过了 1%显著性水平检验。说明家人的态度对其是否开展电商创业有非常明显的影响。主要原因是在创业的过程初期需要大量的资金投入,而这需要与配偶、甚至与其父母商议,资金的挪用以及筹措,必须征得家人的同意及支持;同时农村小微企业的日常经营管理通常由家庭成员协作完成,故家庭成员的态度对个人的意愿有非常明显的影响。

#### (3) 环境特征变量。

是否参加过职业培训,并没有通过任何显著性检验。分析其主要原因可能是因为当地政府并没有特别的重视职业培训的推广以及宣传工作(并不是指政府没有举行和开展),导致许多农民从主观上对职业培训抱有怀疑和排斥的态度;另外一点就是单次或者短期培训,培训内容多为讲座和引导性的培训,并没有对电商的运营管理做出非常详细的指导规划,所以大多数居民认为该类型的培训以及讲座并不能发挥多大作用。

而对当地电商扶持政策的了解,变量因素通过了 1%的显著性检验。分析主要原因并不是因为农民听取了和了解了电商扶持政策,而对电商创业抱有极大兴趣,而是因为许多在初期就有一定创业意图的人(不一定通过电商创业)就已经对当地的电商扶持政策进行主动的了解和学习。所以在最终的调查过程中,那些有创业意图的人,必定已经了解过当地扶持电商的相关政策,而没有意愿的人也不会对这样的政策进行主动学习。

身边成功创业者的变量因素通过了 5%的显著性检验。说明身边电商从业者越多,对个人的意愿刺激作用也就越强,尤其是存在成功的创业者的情况下,刺激作用更加强烈。此外,由于电商创业者个人之间的社交范围,所以导致许多电商从业者与彼此之间相互结识,所以对最终的计量结果有一定影响。

#### (4) 融资可行性变量。

可用创业资金变量通过了 10%显著性水平检验。其原因与家庭年收入的类似,因为通常家庭现收入越高的人,其家庭存款以及资产的数额也就越大,而其资本的自由性也能够提高对自身资产增值的意识。

---

从亲友筹措资金的可行性变量同样通过了 10%的显著性检验。说明是否能够从亲友筹措到足够的资金,对最终的创业意愿有一定程度的影响。相比较于城市企业和个人,农村居民的可融资渠道远远少于城市居民,所以更加依赖于私人借贷,所以向亲友筹资的可行性一定程度上会决定农村居民创业计划启动的可能性。

从银行筹措资金的可行性没有通过任何显著性检验。主要原因是因为当地居民普遍对银行抵押贷款以及相关政策没有过多的了解。另外就是地方银行还并没有能够对创业以及电商领域进行特别的贷款优惠以及利率降低等补贴。所以银行资金筹措渠道并没有与最终的电商创业意愿产生相关性。

### 3 政策建议

首先,最重要的一点就是应该完善当前的基础教育。调查发现,人力资本存量较高的群体,其创业的意图也更强,对电子商务等全新商业模式的接受程度也更高;同时其目前创造的社会及个人财富也要远远大于其他人。所以,人力资本的积累将会对地区的电商环境、创业环境,贫困水平有较大幅度的改善。

其次,需要强化政策的支持力度与宣传引导。调查发现,一个农民对于政策的熟知程度会极大程度与其创业意愿相关。同时证明农村居民对于政府的创业活动的政策了解甚少,所以在一定程度上减少了其相关意愿。如果政府对于创业活动的税收减免和补贴等政策为更多人所熟知,会让更多人意识到电商创业致富对其收入程度提高的可能性,从而促进创业活动的开展,带动区域经济发展,提升就业率。

第三,提供对创业初始资金的支持。农村创业者有别于城市创业者的一个重要缺陷就是其资金的短缺。因为农村创业者的投资及创业项目多为投资回报周期较长而同时自身的收入水平又限制其到银行进行抵押贷款的能力。如果在政策上对农村创业者予以特殊的利率和限额优惠,农村的小微企业就能够完成从零到一的孵化。

#### 参考文献:

- [1]张敬伟裴雪婷.中国农民创业者的创业学习行为探析[J].科学学研究,2016(4):11-14.
- [2]郑风田,孙谨.从生存到发展——论我国失地农民创业支持体系的构建[J].经济学家,2006(1):54-61.
- [3] Ardichvili A,Cardozo R,Ray S. A theory of entrepreneurial opportunity identification and development. Journal of Business, 2013.
- [4]朱红根,康兰媛.金融环境、政策支持与农民创业意愿[J].中国农村观察,2013(10):7-8.
- [5]庄晋财.自主创业视角的中国农民工转移就业研究[J].农业经济问题,2011(8):26-29.
- [6]郝朝艳.农户的创业选择及其影响因素——来自“农村金融调查”的证据[J].科学学研究,2012(6):19-20.
- [7] Senyard, J, Baker, T, Davidsson, P. Entrepreneurial Bricolage: Towards Systematic Empirical Testing. Frontiers of Entrepreneurship Research, 2009.
- [8]董坤祥,侯文华,丁慧平,等.创新导向的农村电商集群发展研究——基于遂昌模式和沙集模式的分析[J].农业经济问题,2016,37(10):60-69+111.

- 
- [9]贺国杰. 农村电商的物流瓶颈及应对措施[J]. 物流技术, 2015, 34(14):61-62+77.
- [10]余刚. 基于双向流通的涉农电商发展模式及策略[J]. 商业经济研究, 2018(1):115-118.
- [11]许嘉扬. 中国农村电商与互联网金融融合发展研究——基于农业供给侧结构性改革视角[J]. 浙江金融, 2017(3):3-9.
- [12]王跃生. 当代中国城乡家庭结构变动比较[J]. 社会, 2006(3):118-136+208.
- [13]钮钦. 中国农村电子商务政策文本计量研究——基于政策工具和商业生态系统的内容分析[J]. 经济体制改革, 2016(4):25-31.