

“地摊经济”的满意度调查与影响因素分析

——以合肥地区为例

唐范琳, 王梦情, 周颖, 李梦珂

巢湖学院数学与统计学院, 安徽 合肥

收稿日期: 2022年5月14日; 录用日期: 2022年6月21日; 发布日期: 2022年6月28日

摘要

受疫情影响, “稳就业、保民生”成为近几年政府工作关注的重点。为适应常态化疫情防控形势, 中央文明办在今年全国文明城市测评指标中, 已明确要求不将占道经营、马路市场、流动商贩列为文明城市测评考核内容。2020年两会期间, 李克强总理点赞“地摊经济”, 指出保留“地摊经济”, 给底层人们一点温暖。“地摊经济”问题再次成为热门话题。本项目运用统计学、计量经济学的分析方法调查居民对于“地摊经济”满意度的影响因素。并通过问卷调查、实地访谈、统计建模分析出占道经营的发展状态和趋势, 从而更深入的了解到“地摊经济”的利弊, 同时针对“地摊经济”带来的问题提出有价值的建议, 推动城市建设有序进行、寻求城市建设与居民“地摊经济”的和平统一之道。

关键词

地摊经济, 城市管理, 分层抽样, 回归分析, 国民经济

Satisfaction Survey and Influencing Factor Analysis of “Stall Economy”

—Taking Hefei as an Example

Fanlin Tang, Mengqing Wang, Ying Zhou, Mengke Li

School of Mathematics and Statistics, Chaohu University, Hefei Anhui

Received: May 14th, 2022; accepted: Jun. 21st, 2022; published: Jun. 28th, 2022

Abstract

Affected by the epidemic, “stabilizing employment and protecting people’s livelihood” has become

the focus of government work in recent years. In order to adapt to the normalized epidemic prevention and control situation, the Central Civilization Office has clearly requested not to include road-occupying operations, road markets, and mobile vendors in the evaluation indicators of civilized cities this year. During the two sessions in 2020, Premier Li Keqiang praised the “stall economy” and pointed out that retaining the “stall economy” would give some warmth to the people at the bottom. The issue of “stall economy” has once again become a hot topic. This project uses statistical and econometric analysis methods to investigate the influencing factors of residents’ satisfaction with the “stall economy”. Through questionnaires, field interviews, and statistical modeling, we analyzed the development status and trends of road-occupying operations, so as to gain a deeper understanding of the pros and cons of the “stall economy”, and at the same time put forward valuable suggestions for the problems brought about by the “stall economy”, to promote the orderly progress of urban construction and seek a peaceful reunification of urban construction and residents’ “stall economy”.

Keywords

Stall Economy, Urban Management, Stratified Sampling, Regression Analysis, National Economy

Copyright © 2022 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

地摊经济,是指通过摆地摊获得收入来源而形成的一种经济形式。地摊经济是城市的一种边缘经济,一直是影响市容环境的关键因素,但地摊经济有其独特优势,在金融危机背景下能一定程度上缓解就业压力。是城市发展达到一定时期的产物,同时也是市场经济完全自由竞争的结果,而且新冠疫情的突然出现,严重影响了中国的市场经济,地摊经济的发展,也是恢复经济发展的一个契机[1]-[7]。

早期的占道经营也发挥着一定的作用,它方便着经营者买卖和居民购物。但随着城市的不断发展,公共资源利用率不断提高,占道经营者和居民的利益冲突不断升级,许多占道经营者为挤占市民公共道路资源,严重破坏城市市容和经营秩序,其经营行为的弊端日益显现,城管部门对其整改规划任务迫在眉睫。回顾中国地摊经济的发展历程,在2007年全国两会前夕,上海、重庆两市,先后实施“不再一律地摊经济封杀马路摊点”和“有序开放马路摊点”的举措。上海、重庆、南京、郑州、石家庄……一份份路边摊解禁的地方性文件,引发了一场涉及数百万人口谋生方式及管理方式的大变革。一场牵涉到数百万城市边缘群体生计的变革,即将到来。

2020年全国两会上,全国人大代表杨宝玲建议,在进一步加强规范城市管理的同时,因地制宜,释放“地摊经济”的最大活力。杨宝玲建议制定统一的“地摊经济”准入许可标准、从业资格条件和商品入市手续,采取颁发资格证、许可证等方式,给予“地摊经济”与从业者合法地位。2020年5月,两会决议不再将占道经营、流动商贩等纳入文明城市测评考核中。2020年5月28日,李克强总理出席记者会并回答中外记者提问时提到,“西部有个城市,按照当地的规范,设置了3.6万个流动商贩的摊位,结果一夜之间有10万人就业。”

“地摊经济”是一种颇受争议的经济形式。由于其有汇集大量人流扰乱市民生活;摊主以次充好损害市民消费权益;摊位杂乱无章阻碍交通;税收优惠扭曲市场经济竞争规则;摊主之间以及摊主与城管

之间矛盾严重等负面影响，曾一度受到政府部门的打压。若能寻求到地摊经济与城市和平发展的统一之道，那么对于地摊经济的发展意义重大。人们因此对其进行了研究，其中在文献[2]中应用 DEMATEL 方法实证检验不同因素对地摊经济发展的影响程度；文献[3]中提出经济学的角度出发，试图通过挖掘地摊经济存在的问题，为政策制定者与城市管理者提供一些可供参考的建议，但对多角度研究的情况较少。

本文主要运用统计学、计量经济学的分析方法调查居民对于“地摊经济”满意度的影响因素，构建 Logistic 回归模型探索影响地摊经济融入城市规划的主要因素，结合地摊经济现状的社会环境分析，得出关于消费者对地摊经济消费意愿、地摊经营者工作状况、消费者和经营者对地摊经济现状和地摊经济机制看法的四方面主要结论。但由于数据采集的范围较小，可能得到的结论不适应所有的区域。

2. “地摊经济”的现状分析

2.1. 数据来源

本文以 2021 年合肥地区为例调查对象为合肥市市内的地摊消费者和经营者，但是由于地摊经济经营场所众多，考虑到调查成本和时间的限制，本项调查主要围绕几个热点的摆地摊的地方展开，在保证区域覆盖和消费者消费特征覆盖的条件下，抽取 15 个调查场所开展调查。另外，为了保证调查的全面性，选取两处经典地区对其周围地摊经济状况开展调查。样本容量计划为 562 人，设定消费者样本量为 425 人，经营者样本量为 137 人。其中消费者的样本量在不同调查场所间采用等额抽样方法，每个调查场所预计发放问卷 25 份。由于不同年龄和性别对同一问题的看法可能会有差异，所以在每一个调查场所按照性别和年龄段划分采取配额抽样方式；经营者的样本量在综合考虑精度和成本的前提下，以经营者人员数量来衡量经营场所规模，并根据经营场所的规模采用配额抽样方法分配。

2.2. 描述性统计分析

2.2.1. 消费者调查样本构成

本项调查共发放消费者问卷 425 份，有效问卷 383 份，问卷有效率 90.1%。以下为消费者调查样本的结构分析。

1) 性别构成

本项调查回收的 383 份有效问卷中，男性为 181 人，占样本总量的 47.3%，女性为 202 人，占样本总量的 52.7%，男女比例接近 1:1 (图 1)。

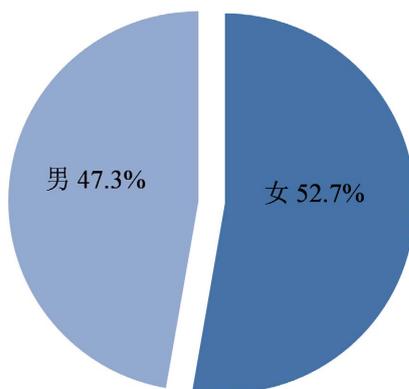


Figure 1. Gender composition of consumers

图 1. 消费者性别构成

2) 年龄构成

本项调查的受访者年龄最小为 18 岁，年龄最大为 76 岁，具体分布如图 2 所示。在所有受访者中，年龄在 25~34 岁的人数最多，约占总受访者的 30%，其次是 35~44 岁年龄段，约占总受访者的 22%，年龄在 24 岁及以下的受访者约占 16%，年龄在 45~59 岁的受访者约占 15%，由于 60 岁及以上的老年人行动不便，进出饭店等消费场所的频率较小，所以 60 岁及以上的受访者最少，约占 12%，受访者年龄总体分布呈钟形。

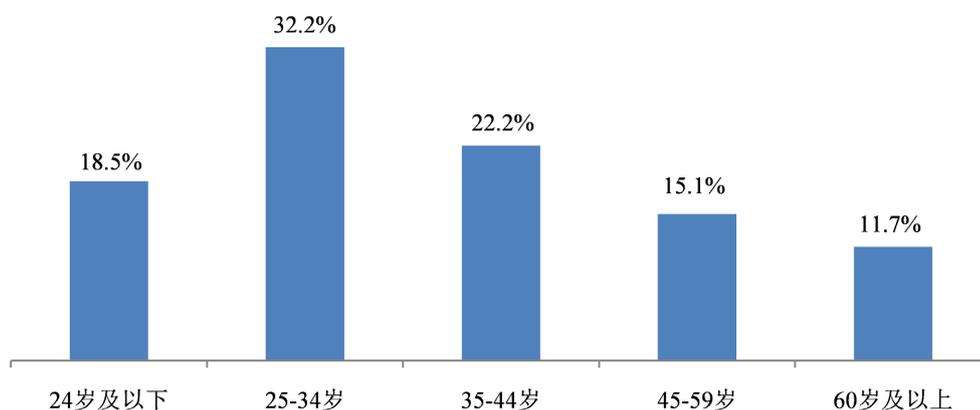


Figure 2. Age composition of consumers

图 2. 消费者年龄构成

3) 学历构成

本项调查的受访者学历分布情况如图 3 所示。大专学历的受访者最多，占比 33.16%；本科及以上学历的受访者约占 30%，高中学历的受访者约占 23%，初中及以下的受访者数量最少，约占 13%。

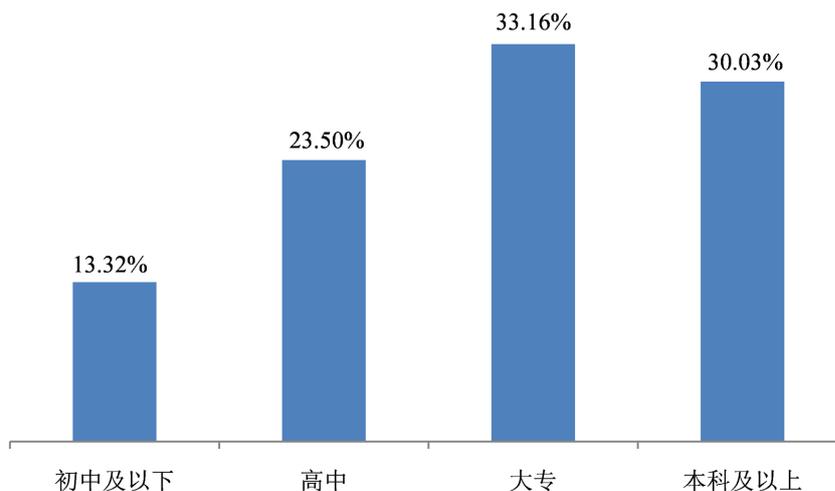


Figure 3. The composition of consumer education

图 3. 消费者学历构成

2.2.2. 经营者调查样本构成

本项调查发放的销售者问卷 137 份，由于销售者的问卷是在国家统计局大连调查队消价处的采价员和督导员的帮助下发放，销售者都十分配合，因此问卷有效率达 100%。

1) 性别构成

如图 4, 本项调查的销售者男性为 86 人, 占 60.9%, 女性为 55 人, 占 39.1%。

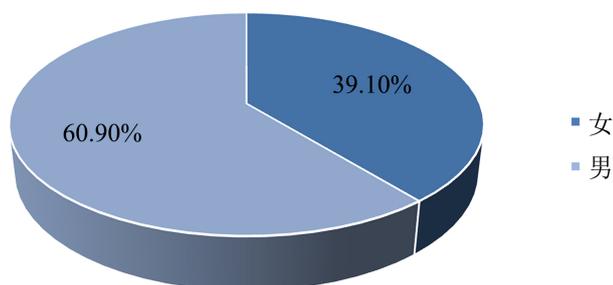


Figure 4. Gender composition of operators

图 4. 经营者性别构成

2) 年龄构成

本项调查中, 年龄在 25~34 岁的经营者最多, 约占 34.0%, 年龄在 24 岁及以下的经营者占总体 9.9%, 年龄在 35~44 岁的经营者占总体 28.4%, 年龄在 45~54 岁的经营者占总体 26.2%, 而年龄在 60 岁以上的经营者最少, 仅占 1.4%。

3) 学历构成

本项调查中的经营者学历构成情况如图 5 所示。其中学历在初中及以下的经营者最多, 占 42.6%, 其次是高中学历的经营者占 29.8%, 大专学历的经营者占 19.1%, 而本科及以上学历的经营者最少, 仅占 8.5%。由于地摊经济行业并不是智力密集型行业, 入行门槛较低, 所以学历水平整体偏低。

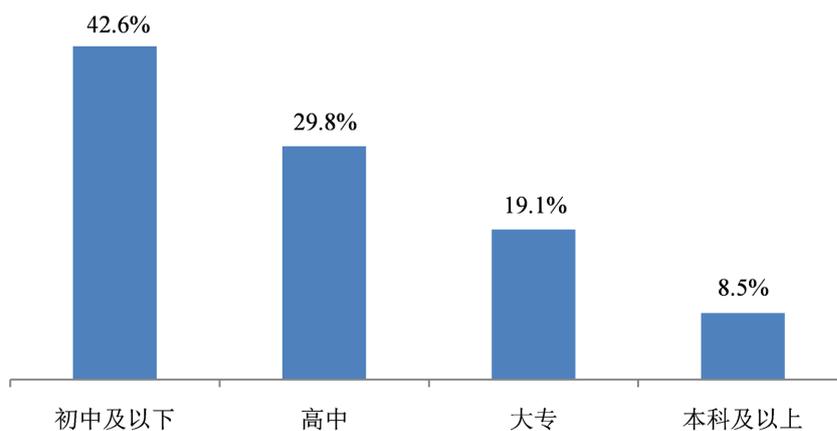


Figure 5. The composition of the education background of the sellers

图 5. 销售者学历构成

3. 地摊经济影响因素的深入分析

3.1. 影响地摊经济意愿的主要因素

调查数据采用 spss20.0 软件进行传统的探索性因子分析, 探究影响地摊经济满意度的主要因素, 找出理论模型中的潜在变量, 减少题项的数目, 使之变为一组较少而彼此相关性较大的变量。在第一次因子分析后, 将问卷中不合理的问题进行重新筛选和整合, 并进行第二次因子分析。主要结果见表 1:

Table 1. KMO and Bartlett's test
表 1. KMO 和 Bartlett 的检验

项目	数值
取样足够度的 Kaiser-Meyer-Olkin 度量	0.859
Bartlett 的球形度检验近似卡方	3176.683
自由度	0.406
伴随概率	0.000

根据旋转后的因子负荷矩阵定义的 6 个因子：经营主体、空间距离、购买主体、配套服务、政府支持、衍生要素。这 6 个因子涵盖了关于地摊经济消费意愿的主要方面，地摊消费意愿是所有这些因子包含变量的函数。本文主要从影响地摊经济消费意愿的 3 个方面因子以及产品质量满意度对放心度的影响入手，建立结构方程模型来探讨对地摊经济消费意愿的测量及各因素之间的关系，并进行实证研究。

选取特征根大于 1 的 5 个因子，其总体方差解释变量达到 74.568%，表明所选取因子较好地代表了原有各个变量的信息。综上所述，所选取的 14 个因素较为客观合理，符合预期。

3.2. 关于地摊经济影响因素的 Logistic 回归分析

3.2.1. 理论基础

在回归分析中，预测变量与效标变量通常是连续变量，如果自变量是间断变量，在投入模型前要转化为虚拟变量。如果因变量是间断变量且为二分名义变量，则可使用 Logistic 回归分析法，Logistic 回归分析中自变量为等距或比率变量，因变量则是二分的类别变量。Logistic 回归分析的假定是观察值样本在因变量上的概率分布呈 S 形分布。在参数估计面，Logistic 回归分析是通过极大似然计使因变量观察次数的概率极大化，进而得到自变量参数的最佳估计值，同时 Logistic 回归模型通过似似值进行整体检验。

Logistic 回归分析的中心概念是逻辑，它是胜算的自然对数。若 p 表示事件发生的概率、 $1-p$ 表示事件不发生的概率，则事件发生的概率与不发生的概率与多项式关系如下：

事件发生的概率与函数关系为：

$$P = \frac{1 + e^{f(x)}}{e^{f(x)}} \quad (3.1)$$

事件不发生的概率与函数关系为：

$$1 - P = \frac{1}{1 + e^{f(x)}} \quad (3.2)$$

则胜算 $= \frac{P}{1-P} = e^{f(x)}$ ，由于胜算不是线性模型，若是取其自然对数就可转换为线性方程式，胜算自然对数转换如下：

$$\ln \left[\frac{P}{1-P} \right] = \ln \left[e^{f(x)} \right] = f(x) = B_0 + B_1 X_1 + \dots + B_k X_k \quad (3.3)$$

若是 $k = 1$ ，则胜算自然对数的转换式为简单线性模型：

$$\ln \left[\frac{P}{1-P} \right] = \ln \left[e^{f(x)} \right] = f(x) = B_0 + B_1 X_1$$

Logistic 回归模型的显著性检验包括整体模型检验及个别参数检验两个部分。整体模型适配度的检验是比较每一个观察值的预测概率与实际概率间的差异。通常采用皮尔逊卡方值和 Hosmer-Lemeshow 检验法, 由于卡方检验值易受到样本数量的影响, 因此学者 Hair 等人(1998)建议同时使用上述两种方法, 以做综合判断。最理想的回归模型是卡方检验值统计量达到 0.05 显著水平, 而 HL 统计量未达到 0.05 显著水平, 既呈现出自变量对分组依变量有显著的解释与预测力, 又呈现出模型适配度良好的情形。个别参数的显著性检验的主要指标有以下两种: Wald 检验值、Score 检验值。当 Wald 检验值达到显著水平, 表示该自变量与因变量间有显著关联, 可以有效预测观察值在因变量的概率值。

3.2.2. 回归分析

综合经营者及消费者对地摊经济的看法, 以经营者和消费者为代表, 通过构建 Logistic 回归模型探索当今影响地摊经济融入城市规划的主要因素。如表 2, 具体的数据处理方式是: 将经营者和消费者两份数据合并, 将对地摊经济融入城市的影响因素分量表进行分类。

Table 2. The factor analysis results of each index factor
表 2. 各指标因素的因子分析结果

X1 准入门槛	
X2 经营成本	经营者方面
X3 经营素质	
X4 自治管理	
X5 消费距离	
X6 商品质量	消费者方面
X7 消费能力	
X8 消费满意度	
X9 摊位规划	政府方面
X10 交通管理	
X11 资金支持	
X12 治安管理等	

为了更加深入地了解消费者地摊经济的消费意愿及其影响因素, 进一步对被调查者的消费意愿进行回归分析。对被解释变量消费者的消费意愿, 将“不愿意”赋值为 0, 将“愿意”赋值为 1。由于消费者的消费意愿是一个二元取值变量, 本文将构建 Logistic 模型分析影响消费者消费意愿的因素。模型具体形式为

$$Y^* = \beta_0 + \beta X + \mu$$

以及

$$Y = \begin{cases} 1, & \text{当 } Y^* > 0 \text{ 时, 消费者愿意消费} \\ 0, & \text{当 } Y^* \leq 0 \text{ 时, 消费者不愿意消费} \end{cases}$$

通过将数据导入 SPSS 软件中，计算得到下列参数值：

Table 3. Parameter estimation results of the Logistics model

表 3. Logistics 模型的参数估计结果

因素	B	S. E	Wals	df	sig (P)
X1	0.331	0.301	0.713	1	0.271
X2	0.147	0.003	0.103	1	0.013
X3	2.311	0.124	1.256	1	0.041
X4	2.234	0.357	1.248	1	0.000
X5	2.181	0.107	2.862	1	0.091
X6	2.356	0.364	1.897	1	0.000
X7	2.543	0.381	1.467	1	0.000
X8	2.789	0.462	2.105	1	0.000
X9	1.785	0.037	1.245	1	0.000
X10	1.123	0.054	1.041	1	0.035
X11	1.425	0.365	1.321	1	0.041
X12	0.234	0.001	0.125	1	0.038

根据问卷调查所得数据，运用 SPSS 统计软件对样本数据进行 Logistic 回归处理，将消费意愿作为因变量(Y)，将消费者个人特性、经营者经营特性、政府政策 3 个维度的 12 个指标作为解释变量(X)。

通过原因度分析能得到所有因素的因果关系。依据表可知，表 3 中的拟合结果，根据 Wald 检验和 Sig (P)值可知，除了 X1、X5 外，其余变量都有显著的统计意义。

本研究结合各因素指标的因素属性，选取综合 5 个影响因素确定为关键影响因素。结合表 2 选取因素，按其显著性选择为：消费满意度、经营素质、经营成本、摊位规划与自治管理。就经营者和政策制度的显著性而言，影响因素为：自治管理、摊位规划、经营素质。本研究确定出自治管理、摊位规划、经营素质和资金支持为地摊经济发展融入城市治理的关键影响因素。

4. 结论与建议

4.1. 主要结论

根据对当前地摊经济现状的描述分析、消费者和经营者对现状满意度和变化情况评价的测量、地摊经营状况的分析以及消费者和经营者对同一问题观点的对比分析、影响地摊经济的因素因子分析以及影响地摊经济的因素变量 logistic 回归分析模型，结合地摊经济现状的社会环境分析，得出关于消费者对地摊经济消费意愿、地毯经营者工作状况、消费者和经营者对地摊经济现状和地摊经济机制看法的四方面主要结论。

结合合肥市地区调研资料客观确定出 12 个因素为地摊经济发展主要影响因素，即准入门槛、经营成本、经营素质、商品质量、自治组织、消费距离、消费能力、消费满意度、摊位规划、交通管理、信息备案、资金支持、治安管理、协商机制、集聚效应。并应用统计数据分析方法以及 logistics 回归分析方

法实证检验不同因素对地摊经济消费意愿显著性研究。研究结果显示：准入门槛、自治管理和信息备案为重要的原因因素；消费满意度、集聚效应和治安管理等重要的结果因素；综合考量各因素影响度、中心度及指标属性，因自治管理、摊位规划、信息备案、经营素质和资金支持影响度与中心度数值较大并为原因要素，于此确定此5个因素为地摊经济发展关键影响因素，应予以重点关注。总结：

第一，对于消费者而言：商品质量、自己的消费能力以及自己的消费满意度是影响地摊经济消费的主要因素。

第二，对于经营者而言：经营成本、经营素质和自治管理是影响地摊经济的主要因素。

第三，从政府的政策而言：做好摊位规划，交通管理，加强资金支持以及加强治安管理等是帮助地摊经济融入城市发展的主要因素。

4.2. 主要建议

4.2.1. 倡导自治管理，形成内生合力

摊贩群体具有的高度分散性，难以形成有效维护自身合法权益的合力，建立摊贩自治组织、进行自治管理具有必要性。

第一，利于提升沟通效率。如政府单独与分散的摊贩个体沟通，则会耗费大量时间与行政成本，并很难保证效率与效果。通过摊贩组织代表将群体利益诉求集中表达，能提升双方的决策效率，从而能有效降低摊贩事件群体性爆发的概率。

第二，利于提升自律意识。组织内在自发的秩序一旦形成，就会比外在强制压力下的秩序更加稳定持久。摊贩自治管理代表着摊贩利益的组织化。摊贩组织化对于组织内成员有着积极的约束力，因此个体会基于组织的制度章程，提高自律意识、规范经营行为。

第三，利于协调内部矛盾。摊贩组织化能强化个体自我认同感和归属感，形成共同体意识。通过组织内部协调和多数规则能降低分散个体间的利益差别，从而能减少内部矛盾，降低了城市管理者执法成本，同时也兼顾了城市管理秩序的和谐。

4.2.2. 实施摊位规划，优化微观布局

以往城市管理者对摊贩管理的难度在于其流动性较强，应引导其发展为规范有序的小店经济。

第一，划定经营区域，明确经营属性。根据城市布局，对城市闲置空间资源进行较为具体的摊位用途规划，将其划分为允许经营区、限制经营区和禁止经营区。允许经营区倡导摊贩摆摊经营，限制经营区为有条件的摊贩入驻，禁止区则是杜绝摆摊。

第二，设置固定摊位，明确物理空间经营范围。在地摊经济聚集区划分出具体摊位，并根据商贩商品与服务的物理生化及技术经济特征的匹配性进行空间划分。

第三，推荐摊位进社区，帮扶农产品销售。针对销售三农产品摊贩，在保证产品质量前提下，城市管理者可联合居委会、社区物业管理部门在小区设置临时摊点，帮助农产品进小区，方便社区居民的同时助力“产业扶贫”。

4.2.3. 强化信息备案，规范主体行为

第一，入驻主体应为自然人。地摊经济是生存型创业经济，是自然人经济。因此，入驻地摊经济的主体应该为自然人摊贩，而应降低或控制法人摊贩的入驻比例，并对法人摊贩收取额外的管理费用。

第二，利用信息技术进行身份备注。强化信息系统基础建设，对地摊集聚区实行视频监管，并利用3S技术对地摊集聚区实施动态过程管理；利用人脸识别、指纹识别技术对地摊经营者进行身份备案，以防发生相关纠纷时便于信息追踪与问责。

第三,推行摊位登记制度。实行登记制能有效把控地摊集聚区入驻主体数量,有利于培育经营主体的诚信经营理念,亦有利于市场管理者对商贩进行职业指导、规则培训。在执行登记时市场管理者可预先收取部分费用,后期可基于摊贩经营情况(如无环境污染、无顾客投诉、无占道经营行为等)给予退还,甚至还可给予褒奖。

4.2.4. 提升经营素质, 营造正面口碑

目前地摊经济中普遍存在经营者素质偏低现象,如环保意识不高、销售伪劣产品、占道经营行为等,政府应积极予以引导,厘清商贩摆摊和公共利益的权责边界,减少消费者对“地摊”的刻板印象和心理排斥。

第一,签订环保协议,强化环保意识。城市管理者与摊主签订城市环境保护协议,对损害或破坏市容的行为,视情节严重程度不同给予劝导教育、警告、通报批评、限制经营、取消资格等处罚。

第二,提供优质货源,保证商品质量。政府主体可以依托第三方机构帮助地摊经营者引进优质货源,特别是食品类商品应严把质量关,并倡导摊主购买相关商业保险。

第三,利用网络平台,执行网络监督。市场管理主体可以建立完善相关网络平台,让消费大众参与监督和评价,通过网络反馈对地摊经营者行为进行评优罚劣。

第四,推行柔性执法,进行合理监管。提升地摊经营者素质,不能仅仅依靠经营者的自觉,还需刚性制度的约束,管理机构在审慎包容、温情执法的同时还应依法监管、合理监管。

4.2.5. 实行资金帮扶, 注重底层需求

地摊经济兴起尤其应注重底层的生存发展价值。一方面设置专项帮扶资金,提供实质资金援助和补贴。对失业人员、未就业大学生、三无家庭提供商贩经济专项低息、无息贷款甚至一定额度的无偿资金支持。另一方面帮助其对接大型企业平台,组建“临时供应链”。大型企业可以在资金、商品、技术、管理等方面给予地摊经营者帮扶,优化地摊经济的产业生态,而地摊经济在居民日常生活方面的深度渗透能力,又能在场景与流量上反哺大中企业,降低其积压库存、增加其现金流。

致 谢

本文的撰写感谢程一元老师的指导。

基金项目

巢湖学院省级大学生创新创业训练计划资助项目(S202010380004)。

参考文献

- [1] 宋恩轩. 地摊经济存在的问题及解决策略[J]. 中国商论, 2021(6): 4-6+15.
- [2] 彭蛟, 彭小兵, 张俊杰. 地摊经济发展融入城市治理的关键影响因素识别——基于 DEMATEL 方法的实证研究[J]. 现代城市研究, 2021(2): 8-13.
- [3] 郭子仪. 地摊经济如何有效促进城市发展——浅析经济视角下地摊经济存在的问题与解决方案[J]. 商场现代化, 2020(19): 10-12.
- [4] 张佳佳, 韩平. 地摊经济的内在逻辑与数字化演进[J]. 商业经济, 2021(3): 10-12.
- [5] 吴彦乐, 李亚璇, 李津蕾, 肖宜萍. 地摊经济发展研究[J]. 合作经济与科技, 2021(6): 10-12.
- [6] 袁如意. 疫情防控常态化视角下的地摊经济[J]. 中国市场, 2021(6): 86-87.
- [7] 李梦倩, 陈文捷. 地摊经济在疫情时代的发展研究[J]. 轻工科技, 2021, 37(3): 136-137.