

地摊经济突破困境的路径探索

——基于西安小寨商圈的地摊经济调查

朱锐杰, 罗静

(西安石油大学经济管理学院, 西安 710300)

摘要: 随着经济的快速发展,地摊经济与人们的生活紧密相连。地摊经济在扩大内需份额,保障社会稳定等方面做出了突出贡献。地摊经济作为一种边缘经济,它介于无序经济与有序经济间,存在抢占交通线路,影响城市卫生,破坏规范经营环境等一系列问题。为了地摊经济积极的向有序经济转变。本研究通过调查问卷的方式进行数据分析,归纳总结出影响地摊经济消费的重要因素,通过对分析得出地摊经济面临的困境现状,探索地摊经济突破困境的路径。

关键词: 地摊经济; 问卷调查; 路径探讨

中图分类号: F293.2; F241.4 **文献标志码:** A **文章编号:** 1671-1807(2024)22-0036-10

坚持在发展中保障和改善民生,是新时代坚持和发展中国特色社会主义的基本方略之一^[1]。2020年6月1日又提出,地摊经济、小店经济是就业岗位的重要来源,是人间的烟火,和“高大上”一样,是中国的生机^[2]。发展地摊经济是进一步深化“放管服”改革,是做好“六稳”、“六保”工作的重要抓手,推动高质量发展的题中应有之举。但从另外一个层面看,地摊经济也会抢占交通线路,影响城市卫生,带来安全隐患,破坏规范经营环境等一系列问题,所以深圳市专门出台了《深圳经济特区市容和环境卫生管理条例》明确禁止擅自占用城市道路及其两侧、人行天桥、人行隧道和其他公共场所堆放物品、摆摊设点、销售商品。

地摊经济是宏观经济发展,补充内需的重要手段,也是微观层面上对底层人民收入增加与就业形式扩展、扩大供给来源的重要途径,是脱离城市贫困的底层出路^[3]。地摊经济可以促进当地经济发展、提供就业岗位、保障民生和满足市民的多样化需要。但在另外一方面,它又占用了城市空间,对城市管理带来巨大的难度。因此,如何解决其中的矛盾冲突和突破地摊经济发展的困境,如何对地摊经济进行有效地管理是当今需要解决的重要问题。

1 地摊经济的释义

1.1 地摊经济的定义

《中国地摊经济报告》定义地摊经济又称为“流动

摊贩经济”或“街头小贩经济”,是指在城市街道、广场、市场等公共场所设立的临时性商业摊位,出售各类商品和服务的经济形态,是一个涵盖生产、销售和消费全过程的经济体系。在这个体系中,上游、中游和下游三个部分相互关联、相互影响,共同推动着地摊经济的发展。而实际上,地摊经济是一种介于无序经济和有序经济之间的一种经济形式。它没有特别完整且严格的行业要求和监管体系,常常出现侵犯消费者权益,无法追溯地摊商户基本信息等一系列问题,但行政部门会出台各种法律法规,会不定期对路边摊户进行抽查与管理。因此要通过治理和监管将地摊经济从介于中间状态的经济形式转变为有序经济,才能更好地发挥地摊经济的积极作用。

地摊经济可分为居民生活点类、人流集中点类、景点地摊类、文化点地摊类。居民生活点类是指地摊设点在居民楼、学校附近,辐射居民生活区,为市民提供便利的生活需要。人流集中点类是指地摊设点在客流量大的地方,如商圈周围、车站等地点。可以直接利用人流热点带来的红利,巨大的往来人流顾客为目标人群。景点地摊类是指地摊设点在景点附近,摆设特色旅游产品或者食品小吃。地摊为游客提供景点的辅助服务。一次性购物的游客为地摊售卖的目标人群。文化点地摊类是指地摊设点在博物馆、特色文化集市附近,展示当地特色文化和非遗文化。地摊为文化爱好者提供文创周边或非遗产品。

收稿日期: 2024-06-12

作者简介: 朱锐杰(2004—),女,陕西西安人,研究方向为会计学;罗静(1964—),女,陕西兴平人,博士,教授,研究方向为人力资源管理。

1.2 地摊经济的特点

地摊经济具有低门槛、低风险、低成本、低价格、高自由度、高灵活性的特点。低门槛是指任何学历、任何年龄、任何身份的人都可以进入到地摊市场中,对条件没有任何限制。在政策的支持下,成都一夜之间新增了10万个就业岗位。低风险、低成本、低价格是指地摊商户不用投入大量的固定资产和租赁费用,他们只占用政府为其免费提供的城市街道等公共设施,并且也不需要交税而政府却要将税收的使用投入摆地摊所带来的卫生、交通治安问题上,这使地摊商户的经营成本趋近于零,只需要少部分的流动资产作为起始资金便可以开展经营。高自由度是指摊主可以随意支配出摊时间与收摊时间,根据自身的安排来影响经营时长。高灵活性是指地摊经济可随市场状况的变化不断更新自己的商品,没有库存商品的压力,摊主可以快速进入市场也可以迅速退出市场。并且可以根据不同地理位置的优势选择来转变自己的出摊地点。地摊没有固定的出摊时间和出摊地点,但受自然条件因素限制较大。

1.3 地摊经济的意义

1.3.1 地摊经济扩大内需份额

地摊商品价格低廉,有利于刺激消费,释放消费潜力,从而带动经济的发展。地摊经济为不同类型的消费者提供不同种类的消费品,满足了消费者不同层次的需要。有利于扩大内需,打通消费环节的堵点,促进内循环的发展。2020年全年全国居民人均转移净收入比上年名义增长8.7%。地摊经济不仅可以刺激居民消费,而且可以增加居民的收入。

1.3.2 地摊经济保障社会稳定

有利于加强零工市场建设,支持个体经营发展,增加非全日制就业机会,规范发展新就业形态。地摊经济提供了大量的就业岗位,6月全国城镇调查失业率为5.7%,连续两个月小幅下降。地摊经济的推行为推进落实六稳六保工作提供了一个良好的解决思路。同时,地摊经济也为失业人员、下岗职工、农民务工提供了大量的就业岗位,缓解了就业压力,维持了社会的稳定。随着城市化进程的发展,农民务工进入城市的数量不断增加,但大多农民务工人员没有较高的技术能力和学习能力,因此在进入城市时,会选择门槛较低的地摊作为其赖以生存的工作。地摊经济解决了农民工在进城务工时选择工作的重大难题,为农民务工提供了大量的就业岗位,增加农民工的收入。在一定程度上减

少了农民工回流的现象,有利于加速城市化的建设。另外,地摊经济满足低收入人群的需求,填补低收入人群在消费市场上的空白。理性消费和节约消费成为主流,地摊经济迎合居民消费降级的需要,满足居民追求更高性价比的商品的心理,人们在同等质量的商品选择中,更倾向于价格较低的商品。地摊经济在促进低收入人群消费的方面做出一定贡献。

1.3.3 地摊经济激活城市特色

地摊经济融入当地的特色文化和习俗打造出特色城市名片,有利于增加城市内涵,提高城市知名度。地摊是非物质文化遗产的重要载体,将非物质文化遗产从传统的地摊中解放和拯救出来,重视地摊的文化塑造,逐步打造富有精神文化内核的“地摊经济”。

1.3.4 地摊经济缓解就业压力

在经济下行压力增强之际,中国地摊经济的再次兴起是在失业率推动的现状下发生的。2020年全年城镇新增就业1186万人,比上年少增166万人;年末全国城镇调查失业率为5.2%,城镇登记失业率为4.2%^[4]。大量人员失业或者面临失业,就业市场形势较为严峻,就业压力大,就业人员竞争压力大。大量失业人员倾向于选择进入到低门槛低成本的地摊市场中。

2 地摊经济国内外历史演变及现状

在国内,中国地摊经济历史悠久,从古至今就有地摊经济的繁荣景象。地摊经济起源于中国的西周时期,当时活跃在社会底层的流动地摊商户群体为了获得生活必需品,在村庄或者集市中贩卖富余的农产品或者自身劳动力来进行交换。当时的劳动人民不把从事流动摊贩作为长久的工作,早期的地摊经济就具有了规模小、投入少、流动性强、经营周期短的特点^[5]。汉朝初年,尤其是文景之治之时,商业管制逐渐松绑,地摊经济日渐活跃,“商贾大者积贮倍息,小者坐列贩卖,操其奇赢,日游都市,乘上之急,所卖必倍。”在中国古代商业最发达的宋朝,市与坊的界限被打破,开始出现了早市与夜市,使得行商,坐贾随处可见,没有诸多限制,小商小贩大量出现。于是便设置了一个叫做街道司的机构,专门负责管理城市里的地摊商户^[6]。在《清明上河图》中能清晰地看到这里是一个购物天堂。店铺作坊,茶房酒肆,行商摊贩,一派商业繁荣的景象。但是,最值得注意的,这幅画里至少有七、八处地摊。明清两代,出现近代商业资本主义萌芽。当

时,工商业市镇兴起,各地交易频繁,商业规模很大^[6]。尤其是清代,对于小摊贩的管理很松,甚至不对小摊贩收税。1949年中华人民共和国成立后,逐步推行计划经济,集体商业日益壮大。至1956年,地摊等个体商贩在全国范围内基本绝迹,对地摊经济实施取缔的政策。在改革开放之前,有一种罪名叫“投机倒把罪”,是指低买高卖,未经国家规定的渠道出售物品就是犯罪。这个罪名直到1997年才被废止。20世纪80年代改革开放时期,对商品购销体制进行改革,放开部分日用消费品价格,允许个体户在市场上自主销售,个人可自由地进出市场。市场经济和民营经济迎来春天,小商品交易市场逐渐爆发。十人九商,地摊经济的发展达到了旺火的阶段。20世纪90年代末21世纪初,中国初步确立了“建立统一、开放、竞争、有序的市场经济,使市场能够在资源配置中起基础性作用”的发展目标。同时,以沃尔玛、家乐福等外资超市进入为突破口,迎来了大型综合超市发展黄金时代,中大型企业开始出现,地摊经济受到了严重的挤压,开始出现了自然衰退的趋势。2010年之后,计算机互联网等技术的出现以及第四次科技革命的支持,物流管理的不断优化,电商直播的逐渐兴起以及城市管理的不断加强,地摊经济受到更严重的冲击,更进一步被压缩。随着城市化进程的加速和经济的发展,政府开始对地摊经济进行升级和转型,推动其向更加规范、环保、可持续发展的方向发展。例如,推广夜市文化,鼓励特色小店的发展,打造创意市集,等等。这些措施旨在提升地摊经济的品质和形象,使其更好地融入城市经济发展的大局。

在国外,地摊经济也非常盛行。作为一种历史悠久的世界现象,流动摊主群体的生存境遇得到了国内外学者的关注。国外学者多聚焦于亚非拉国家的案例。Szakonyi和Urpelainen^[7]指出,印度巴特那(Patna)流动地摊商户家庭成员的平均收入水平显著低于当地均值,40%以上负债,67%从事该职业是因为别无选择。与此形成对比,Martinez等^[8]发现,哥伦比亚卡利(Cali)市的流动地摊商户和当地一般劳动者在年龄、性别分布、家庭规模、每周工作时长、婚姻状态等方面没有明显区别,虽然文化程度更低、每周工作时间更长,但绝对收入水平和工作满意度较高,并非传统观念中边缘化的脆弱群体。在曼谷的研究发现,曼谷新一代流动地摊商户(1997年之后入行)的平均收入高于曼谷的最低工资,弗里德里希·诺曼基金会在2007年的调查

更是进一步发现,曼谷街头小贩的日收入是普通工人的两倍^[9]。

在韩国,地摊经济被称为“路边摊”,这些摊位通常在城市的街道上出售各种小吃和食品。韩国摊主与政府的斗争持续了几十年。目前实现合法化的城市只有首尔一个,其他城市的地摊都还属于不合法状态。在欧美国家,例如,法国的“跳蚤市场”就是一个著名的地摊市场,其历史可以追溯到中世纪晚期。这些市场最初是由地摊商户们收购富人的旧衣服和生活用品,然后在街头出售。随着时间的推移,“跳蚤市场”逐渐发展成为一种独特的商业模式,吸引了越来越多的地摊商户和游客。总之,亚洲和欧美国家地摊经济的发展历史是一个复杂而多元的过程。地摊经济在不同的国家和地区有着不同的形式和特点,但都为城市经济的发展和繁荣做出了重要贡献。

3 地摊经济现状调查——以西安小寨为例

3.1 调查地点选择及调查对象主体

为了完善地摊经济的管理,打破地摊经济“一管就死,一放就乱”的现象怪圈,实施张弛有度的政策与管理,促使地摊经济健康有序地发展,需要对地摊经济发展的现状进行调查。

本次调查研究选取了西安市小寨附近周边作为研究地点。西安市是陕西省省会、副省级市、特大城市、国家中心城市,国务院批复确定的中国西部地区重要的中心城市,国家重要的科研、教育和工业基地,还作为新一线城市及十三朝古都。西安市的地摊经济历史悠久,规模庞大。同时,小寨属于西安市的核心商圈,商圈的中心是小寨十字,赛格购物中心位于小寨十字东北隅黄金地段。赛格国际购物中心是全国前五的商场,日均客流量达10万人次,节假日可达15万人次以上,年销售为70.8亿元位居西北市场第一,商业人流量巨大。并且小寨连接地铁二号线及三号线人流量大。选取西安市小寨周边地点进行研究具有一定的代表性。

本次调查的调查对象分为以下三类:

(1)对地摊摊主的调查:地摊摊主是指实际多次发生销售行为,通过销售自己的商品来获取一定的收入。地摊摊主是地摊经济的主动参与者、发起者,是地摊经济的重要组成部分。通过对地摊摊主的调查,可以探究地摊摊主的基本情况以及地摊经济对地摊摊主带来的影响。主要调查地摊摊主的经营状况。

(2)对购买者的调查:购买者是指在地摊实际发生购买行为的消费者,是地摊经济的被动参与者和贡献者。通过对购买者的调查,可以从侧面探究地摊经济主要服务者的基本信息与购买者对地摊经济的看法。主要调查购买者偏好地摊经济的原因。

(3)对路人的调查:路人是指路过地摊,但没有发生购买行为,但他们是地摊经济的潜在消费者,未来有可能参与到地摊经济的消费中。通过对路人的调查研究,可以客观地展现地摊经济的优点与缺点,更好地对地摊经济存在的问题进行改进。主要调查路人对地摊经济的满意程度,对路人进行随机采访研究。

3.2 调查问卷

关于地摊摊主的问卷共设计 25 道问题,主要从四个部分进行信息搜集。第一部分为调查对象的基本信息情况(性别、年龄、生源地、职业、文化程度);第二部分为参与地摊经济的驱动因素(摆地摊是主业还是副业、主业身份、摆地摊的原因、家人朋友是否支持摆地摊等);第三部分为地摊的经营现状(销售商品的种类、出摊时间、收摊时间、日经营时长、出摊频次、出摊地点、日收入、进货渠道等);第四部分为摊主对地摊经济的评价与满意程度(是否了解相关文件、出摊的态度、从事地摊经济工作的满意程度、对工作顺利的满意程度、对政府政策支持的满意程度、对地摊经济行业的看法、对地摊经济未来发展趋势的展望)。

关于购买者的问卷共设计 20 个问题,主要从三个部分进行信息搜集。第一部分为调查对象的基本信息情况(性别、年龄、职业、文化程度、月收入);第二部分为购买者在地摊消费的基本情况(消费原因、担心的问题、逛地摊的频率、逛地摊的时间段、价格偏向与种类偏向等);第三部分为满意程度与建议。

对路人的调查主要采取随机采访的方式。主要涉及对地摊的满意程度、对地摊的看法等调查。这三种类型的调查具有很强的代表性、综合性,可以对西安市地摊经济的现状与买卖双方的意愿都有一定初步的了解。

本次调查于 2023 年 7—8 月进行,考虑 7、8 月为假期时间,人流量较大,地摊经济活动较为活跃,问卷调查易展开进行。采取随机抽样的方法,共发放 302 份调查问卷,问卷有效率为 98.7%。对地摊摊主共发放 188 份调查问卷,占 62.25%;邀请正在选购商品的 114 名消费者参与问卷调查,

占 37.75%。

3.3 问卷信效度检验

对调查结果,通过 SPSS 软件进行信度分析。进行信度分析的目的是对样本回答结果的稳定性和可靠性进行监测,即判断样本是否真实作答,一些常见的衡量信度检验指标包括 Chronbach's α 、折半信度、重测信度等。采用的是 Cronbach's α 系数作为信度检验的标准。对地摊摊主调查问卷中问题 8~20,共 13 道题进行整体信度 Cronbach's α 检验,Cronbach's $\alpha=0.978>0.9$,非常理想。对消费者调查问卷中问题 6~10 和 13~17,共 10 道题进行整体信度 Cronbach's α 检验,Cronbach's $\alpha=0.985>0.9$,非常理想。

通过 SPSS 软件进行效度分析可知,进行探索因子分析后可见,对地摊摊主的问卷进行 KMO 和 Bartlett 特检验分析,其中 $KMO=0.932>0.6$,Bartlett 特统计分球形检验的显著性为 $0<0.05$,效度达标。对地摊消费者的问卷进行 KMO 和 Bartlett 特检验分析,其中 $KMO=0.926>0.6$,Bartlett 特统计分球形检验的显著性为 $0<0.05$,效度达标。

采用主成分分析和最大方差旋转法对地摊摊主问卷进行探索性因素分析, $KMO=0.932$,Bartlett 球形检验的 $P<0.01$ 。说明初始问卷的样本数据可以进行探索性因素分析。对于因子负荷小于 0.4、共同度小于 0.3、存在交叉负荷以及归属不当的项目予以剔除。经过三次旋转后,得到 2 个特征根大于 1 的因子,共 20 个项目,方差总解释率为 86.652%。具体数据如表 1 所示。

因子 1 包括 14 个项目,描述地摊摊主从事地摊经济过程中的现状与看法,命名为摊主参与地摊经济状况;因子 2 包括 6 个项目,描述摊主从事地摊经济的驱动与选择,命名为摊主涉入地摊经济准备。

4 调查问卷分析与结果

4.1 地摊摊主的调查结果

将性别、年龄、生源地、职业、文化程度作为人口学统计变量加入问卷中,地摊摊主样本基本信息如表 2 所示。可见地摊摊主的性别分布较为均匀。男性摊主占比为 51.06%,女性占比为 48.94%。摊主主要由中青年群体构成,占比为 36.17%。青少年摊主占比最小,占比为 12.23%。地摊主体人员身份主要为城市新移民、进城务工和失业人员。城市新移民是指年满 16 周岁且 1980 年以后出生,在城市工作、生活而没有取得该城市户籍的中国大陆地区居民^[10]。

表1 探索性因素分析结果

变量	因子		变量	因子	
	因子1	因子2		因子1	因子2
7. 主业身份	0.953		16. 出摊地点	0.699	
11. 出摊时间	0.861		23. 对政府的政策支持满意程度	0.654	
20. 出摊态度	0.834		18. 进货渠道	0.635	
12. 收摊时间	0.820		9. 亲人朋友是否支持		0.899
21. 现在从事工作的满意程度	0.792		8. 为什么选择摆地摊		0.866
25. 对地摊经济发展的未来趋势	0.781		6. 摆地摊是主业还是副业		0.865
13. 日经营时长	0.781		19. 是否阅读地摊经济相关文件		0.818
22. 工作顺利的满意程度	0.735		10. 销售商品类型		0.789
14. 出摊频次	0.734		15. 出摊季节偏好		0.718
17. 日收入	0.723		特征值	15.996	1.334
24. 从事地摊经济行业的看法	0.716		方差解释率	47.708	38.943

本地摊新移民主要指的是从小城市移民到大城市西安市并且以地摊经济为生的群体类型。地摊经济为城市新移民和进城务工人员提供了低门槛的工作机会,为失业人员和下岗人员提供了低成本的二次就业机会。同时,根据问题6发现有20.74%的人群把地摊经济当作副业来经营。他们被称之为斜杠青年,斜杠青年指的是拥有多重职业和身份的多元生活人群,他们在主业之外的空闲时间中,选择以摆地摊作为获取多重收入来源的方式,以此来丰富自己的生活。不少斜杠青年表示,根据自己的兴趣爱好动手制作出一些小商品来进行售卖,不仅可以满足自己的兴趣爱好,而且还可以获取多元的收入。

表2 地摊摊主样本描述性统计结果

类别	频数	占比/%
性别	男	96 51.06
	女	92 48.94
年龄	18~25岁	23 12.23
	26~35岁	45 23.94
	36~45岁	68 36.17
	45岁以上	52 27.66
生源地	本省城市	20 10.64
	本省农村	70 37.23
	外省城市	10 5.32
	外省农村	88 46.81
职业	上班族	20 10.64
	个体户	36 19.15
	下岗、待业人员	50 26.60
文化程度	务工人员	62 32.98
	学生	20 10.64
	小学及以下	25 13.30
	初中	31 16.49
	高中/中专	43 22.87
	大专	37 19.68
本科及以上	52 27.66	

地摊销售的种类如图1所示,主要以食品小吃、雨具、小商品为主,鲜花书籍等为辅。食品小吃占的比例最大,为38.83%,食品小吃最受地摊经济的欢迎。其次是雨具,占比为21.28%,占比最低的是鲜花销售,为9.57%。雨具的占比为21.28%位居第二,说明地摊经济活动性和自由度高,可随天气和市场的变化而变化。

图2展示了不同地摊主体经营时间的差异。食品小吃的摊位出摊时间主要集中在早晨和夜晚,是因为早市和夜市的繁荣。雨具摊位的出摊时间主要集中在下午,但根据走访调查雨具的摊位人员大多都是居住在小寨附近2 km之内的居民楼里,所以他们可以根据天气的变化随时在地铁口附近出摊和撤摊。小商品摊位的出摊时间主要集中在中午并且持续到晚上,夜晚的客流量较大。书籍摊位的出摊时间主要在中午并且持续到下午,夜晚客流量较少甚至没有客流量。鲜花摊位的出摊时间主要集中在中午和下午并且持续到夜晚,但在特殊节日时会在早晨开始出摊。

4.2 对购买者的调查结果

将性别、年龄、生源地、职业、文化程度、月收入

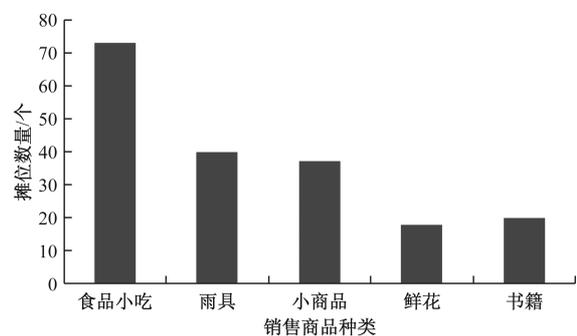


图1 销售商品种类

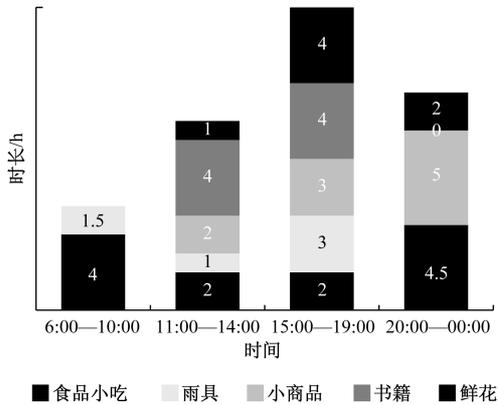


图2 地摊主体的经营时间

作为人口学统计变量加入问卷中,地摊购买者样本基本信息如表3所示。地摊经济消费者男性占比为54.38%,女性占比为45.62%。26~35岁年龄群体购买地摊商品最多,45岁以上群体购买地摊商品最少,占比为11.40%。消费者职业为上班族占比最多,为34.88%,占比最少为学生19.30%。消费者文化程度大多为高中/中专和大专。月收入为1000~3000元的人群占比最多,占比为38.60%。表明地摊经济消费者倾向于中青年群体并且月收入较少的群体。

消费者倾向地摊价格的主要为0~30元。对0~10元的消费价格接受程度为100%,对书籍的价格包容度最高,对食品小吃的价格包容度最低(图3)。

表3 地摊购买者样本描述性统计结果

类别	频数	占比/%
性别	男	62 54.38
	女	52 45.62
年龄	18~25岁	28 24.56
	26~35岁	43 37.72
	26~35岁	30 26.32
	45岁以上	13 11.40
职业	上班族	39 34.21
	个体户	23 20.18
	离职、下岗、待业人员	15 13.16
	务工人员	15 13.16
文化程度	学生	22 19.30
	小学及以下	6 5.26
	初中	24 21.05
	高中/中专	33 28.95
月收入	大专	26 22.81
	本科及以上	25 21.93
	1000元以下	14 12.28
	1000~3000元	44 38.60
	3000~5000元	29 25.44
5000元以上	27 23.68	

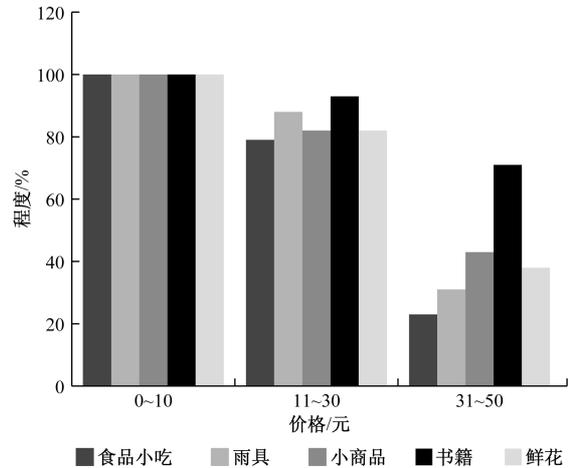


图3 消费者对地摊价格的倾向程度

消费者总体对商品价格和购买氛围的满意程度最高,对产品质量和老板态度的满意程度最低。因此要对货源质量的把控,加强地摊商户的综合素质。具体满意程度如图4所示。

根据问卷的调查,有54位消费者认为地摊商品价格便宜是在地摊消费的主要原因,48人担心地摊经济的卫生问题,42人担心地摊商品的质量问题。46.51%的消费者认为地摊商户提供了生活便利。有40%和31%的消费者认为监管部门必须检查地摊摊主的个人信息认证与地摊相关手续。45位消费者认为地摊政策管理的不足之处是摊位的摆放区域划分不清楚。

4.3 对路人的调查结果

随机走访调查了路人对地摊的摆放位置满意程度最低,对地摊销售商品的类型满意程度最高,对购物距离满意程度最为适中。地摊的摆放距离居民区相对较近,居民易于获取商品,这便利了居民的消费与购物。根据访谈调查,路人认为地摊的摆放位置和地面的干净程度存在最大的问题,地摊摆放的位置占用街道,影响交通和路人的通行,同

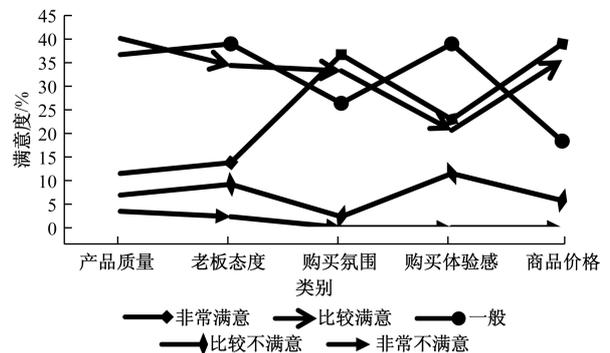


图4 消费者对地摊的满意程度

时也影响着市容市貌。有些长时间摊卖食品小吃的摊位会在路面留下油渍、污渍和垃圾,影响城市面貌的美观性和整齐性。具体满意程度如图5所示。

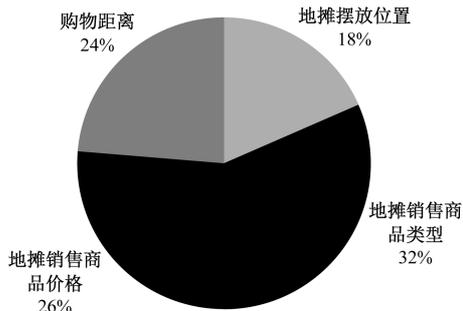


图5 路人对地摊的满意程度

5 地摊经济存在的主要问题

通过调查发现,地摊经济存在着以下主要的问题:

5.1 挤占公共空间,侵害第三方利益

地摊没有固定的消费顾客,哪里人流量大,地摊商户就在哪里设摊。因此地摊商户常常摆放在人流量较大的地点抢占交通线路来吸引顾客购买,而人流量大的地点空间较小,在一定程度上挤占公共空间,引起交通拥堵,带来安全隐患。有33%的过路行人反对地摊经济是因为它会引起交通堵塞。

有22%的过路行人认为部分摊主在营业结束后不清扫摊位的卫生,带来严重的垃圾污染,破坏城市的美观性。摊主责任意识不强,给环保人员增加了大量的工作量,将自身造成的“污染性”责任转嫁环保人员。小寨商区附近居民区较多,摊主常常在居民区附近设摊,占用周围居民活动的公共空间。并且地摊摊主的叫卖声,喇叭声还有消费者的吵闹声此起彼伏。《城市区域环境噪声标准》规定,城市居住区、商业区的环境噪声标准为昼间60 dB、夜间55 dB^[1]。有17%的过路行人认为地摊经济噪声较大影响附近的居民。还有28%的过路行人认为地摊经济占用公共通道,特别是天桥和人行道。不仅引起街道拥堵,而且影响行人的正常出行。图6是对路人进行随机访谈并询问地摊经济的看法。结果显示路人最反对交通堵塞和占用公共通道这两大问题。

5.2 进货渠道复杂,产品质量与卫生堪忧

产品的质量与卫生很难得到保证。地摊的商品通常是从线上购买和线下批发商城购入,货源质量难以保证。线上的商品鱼龙混杂,假冒伪劣的商

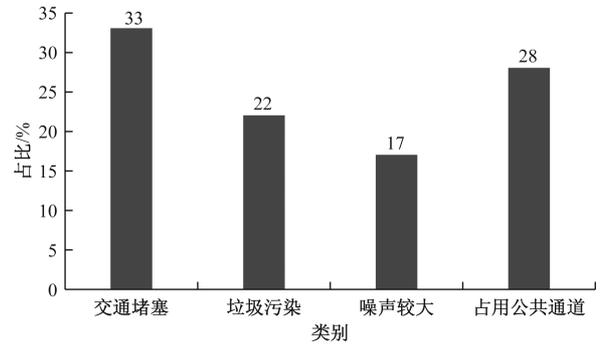


图6 路人对地摊经济的看法

品众多,地摊商户进货时难以辨认和区分商品的正规性。并且,摊户们经常为了自身利益选择以次充好,市场自发性显著,严重损害了消费者的自身权益。

食品流动摊户没有相关资质评定,食品质量良莠不齐。食品小吃的地摊商户常常为露天经营,周围常有苍蝇飞舞并且桌面脏乱。食品易受行人飞沫、路边灰尘、蚊蝇昆虫及汽车尾气等的污染。摊户经营者不带手套、口罩、发网等防护用具,没有严格规范的制作流程。地摊商户的素质教育程度参差不齐,更有甚者售卖变质隔夜、储存不当的食品,消费者易引发食源性疾病。

5.3 无序经营突出,各种冲突频繁

城市规划给地摊经济的留白较少,地摊经济没有具体规划地摊商户的摊位,所以摊主经常会为了占据最佳摊位产生争吵甚至大打出手。

地摊不需要购入过多的固定资产也不需要缴纳房租和水费,它比门面经济成本更低,商品价格也更低。消费者在选择购买同类商品时,更愿意倾向价格更低的地摊商品。而且有些摊户会选择在商户门前进行设摊,借用门店的品牌效应来为自己吸引客户,所谓是借他人酒杯,浇自己块垒。但地摊商户遮挡门店商户,影响了门店商户的美观和正常经营。摊位主体与门店商户竞争激烈矛盾突出。

5.4 流动性临时性明显,市场监管困难

地摊商户的流动性较强,时常没有固定的经营场所。并且根据图2表明不同类型地摊商户的经营时长各不相同,并且出摊时间可随情况的变化而变化。在商品的售后环节中,假冒伪劣商品难以追寻,维权困难,难以对地摊商户进行定位及追踪,售后服务保证困难。有40%消费者认为监管部门要重视检查摊主个人信息认证。31%消费者认为监管部门要检查地摊经济的相关手续,监管部门应加强对摊主的个人信息与相关资质的设立与审查(图7)。

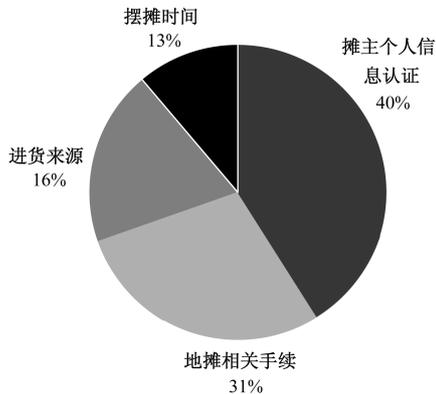


图7 消费者认为监管部门检查的内容

同时,购买者流动性也很强。地摊经济的回头客较少,多为一次性购买,难以获得消费者具体的反馈信息,难以增强顾客黏性。销售者与购买者间缺乏及时且完善的反馈机制,二者出现断层沟通。因此市场管理困难,并且提升质量动力不足。

5.5 经营者素质参差不齐,同质化经营影响特色发挥

地摊经济作为一种独特的商业形式,具有准入门槛低、启动资金少、风险压力小等优势;摆摊地点、产品选择、定价方式、特色经营是摆摊表面特征,摆摊技能才决定摊位是否长久、赚不赚钱最重要的因素^[12]。商贩经营类型高度一致。在产品方面,地摊商品的进货渠道较为单一,43%从线上购入,57%从线下批发市场购入。产品类型单一。地摊商品同质化严重,摊户经营没有竞争优势,只能通过不断压低价格,采取渗透定价策略抢占市场份额。采取价格战竞争策略销售,造成价格竞争不公平,导致市场上供过于求,地摊商户无利可图从而形成恶性竞争。在经营形式上,从原来的一张垫子一个小马扎或者一辆小推车就能开展经营。但随着年轻人的不断加入,他们更注重外表的美观。在摊位上不断加入了星星串灯、小夜灯、玩偶等氛围感元素,增加摊位的美观度以此来吸引消费者,提高消费者的购买氛围与购买体验的满意度。此后,大量地摊商户不断效仿,盲目跟风的现象突出。地摊经济的经营形式大多还停留在优化摊位的美观度上,依旧保持传统的摊主售卖,消费者挑选的形式上。地摊商户模仿严重,自主创新热情不足,难以形成个体特色。

6 地摊经济的破局之路

地摊经济政策的逐渐松绑,扩大了内需份额,保障了社会稳定、缓解了就业压力。这都体现了以

人为本的执政理念。城市地摊商户的空间秩序经历了排斥、冲突和重构的过程,地摊经济应以更加规范更加有序的状态回归。但如果任由其发展也会对城市治理造成影响。要促进以“放”促“活”、以“管”促“优”,找到最优平衡点,探寻地摊经济的破局之路。在经济下行压力增大,消费降级的特殊情况下,为城市流动摊贩治理提出一些新的启示。

6.1 编制区域布局合理的地摊规划地图

在城市建设的发展过程中,没有给地摊经济留有具体规划好的集群。地摊摊位留白少,摊户只能见缝插针。摊位分散不集中,难以对摊户进行管理及监管。并且地摊商户易在人流量大的地点设摊,容易挤占公共空间,侵害第三方利益。

合理利用好社交网络和区域特色,提取不同消费者在不同地点购买地摊商品的类型、价格、偏好等数据以及构建人流量、车流量等多种信息的数据库。根据数据分析,综合得出商品在不同地点的最高收益额和购买最高峰时段。以此来划分地摊经济设点的专属区域,编制区域布局合理的地摊规划地图。每一片区域都销售类型大致相同的产品,地摊商户可根据市场趋势更新商品。因此各省、市、县应该结合当地的城市规划,给地摊经济适当留白,划定设摊开放区,同时划定严禁区、严控区、控制区等。对各个地摊区域均按其地理位置编号并且标定在电子地图上。同时每个管理区都配备专门人员进行轮班巡查,实现政府精细化管理。对区域内的经营状况、环境卫生、治安状况等进行全时段监控,一旦发现问题,立即通报政府地摊经济指挥中心,指挥中心核实后再发往相关职能部门并限时解决,从而实现地摊经济管理的主动化、动态化和精细化。

6.2 构建基于大数据的质量监控平台

地摊经济流动性强,为了解决地摊商户信息缺失,难以定位追踪以及售后服务困难等问题。推进“互联网+地摊经济”的发展,赋予地摊经济数字化的效能,构建基于大数据的质量监控平台,包括摊主信息登记管理系统,摊点信息跟踪系统和消费质量投诉与保障系统等。

开发地摊经济相关 App,每一个区域和摊位都进行编号,并且把 App 中的所有信息录入监控平台中。摊户进行实名认证注册并填写摊位类型,商品价格等内容,以后摊主可获得专属的编号。摊主信息登记管理系统包括地摊商户在 App 中注册的信息,准入行业许可证,商品来源检验和健康证等一

系列证明执照。有利于确立商贩经营的合法地位,促进政府部门管理的提质增效。

摊点信息跟踪系统是商家在进行申报预约经营后,系统可查看地摊商户在何时何地开展地摊经济活动,形成完整的地摊商户活动轨迹记录,便于对地摊商户进行定位与追踪。

消费质量投诉与保障系统是消费者可在 App 中通过摊位编号,商家编号的方式进行购物反馈和商品投诉,上传照片和视频。一方面可以保护消费者权益,另一方面拓宽了消费者反馈渠道,地摊商户可以根据顾客的反馈调整经营方式,提高服务质量。通过基于大数据的质量监控平台政府人员可以更好地对地摊经济活动进行监管与改进,有效保障商品的质量。摊位都有严格的划分,各个地摊商户的信息也将透明,有利于加强对摊户人员的管理。同时,在消费者权益受到侵害时可以精确的寻找到各个摊户。售后服务得到保障,维权通道得到畅通。

6.3 采用经营申报制,通过行政手段协调各方利益

地摊经济的灵活性强,随意设摊,无序经营突出。完善地摊经济经营申报制度,给地摊商户经营进行记录备案追踪,便于全过程,全方位监管地摊商户的经营,便于充分利用现有资源发挥地摊经济的作用,便于完善地摊经济售前-售中-售后服务一条链体系。

地摊商户应根据自己销售商品的类型主动申请在所属的区域经营。摊主申报经营的摆摊方式设为提前预订式和积分式,结合电子地图划分好设摊开放区。摊主可在摆摊的前两天在 App 中根据具体时段进行预定占位,在摆摊前的 12 h 之前可取消预定。在到达摆摊地点时,要进行定位打卡,否则减少信用积分。在达到一定的信用积分时,可允许增加摊户摆摊时长或现金等奖励。如果信用积分过低,将禁止地摊商户开展地摊经济活动。在摆摊的过程中,如果监管人员发现了摊户有不当行为也将进行减少信用积分的举措。在结束摆摊时,摊主在 App 中上传当日的销售额。若大数据监控平台收到消费者的投诉,将对应减少摊主的信用积分。

政府部门人员根据大数据监控平台的数据分析,以投诉情况对地摊商户进行扣除信用积分的操作并制定相关规定,促使地摊经济规范化制度化。同时,对地摊商户的经营加以有效监管。地摊摊户严格学习相关规定并受政府部门的监管,有利于优化营商环境,促进市场平稳运行,减少摊户不当行为的产生。另外,消费者可在 App 向政府反馈存在

的问题与建议。在消费者权益受到侵害时可以精确的寻找到各个摊户,实现维护了消费者的权益,可以减少摊户以次充好,盲目涨价等现象出现。最后政府整合存在的问题再对政策进行调整。由此而来构成一个“政府-地摊商户-消费者”的有机循环,多方互动,共同治理。有力解决市场主体诚信经营,保障消费安全。促进健全评价监督体系,推进地摊经济的可视化,具体化,透明化管理。

6.4 实行柔性执法与审慎监管,倚重网络监控

执法人员与地摊商户的矛盾突出,“一刀切”的管理手段仍然盛行,地摊商户难以持续经营。加快转变政府职能,执法人员要做同行者,不做对立者。拒绝暴力执法,加强严厉执法向柔性执法的过渡。尊重地摊商户的生存和发展需求,推进和完善流动商户的动态监管。

在所有摊位区域装上摄像头并连接到监测平台中,实时对执法人员进行监控,对多次与地摊商户起冲突的执法人员进行严肃处理。执法人员转变在地摊经济上的工作重点,从维持城市秩序向监管地摊经营的状况方面过渡。全面深化城管系统行政执法体制改革,健全权责统一,运转高效的体制机制,进一步明晰执法标准和流程,让执法既有力度更有温度^[13]。平衡好地摊经济与城市建设间的共同健康发展。坚持转变和创新政府的管理方式,加强消费领域执法监管,加强政府对地摊经济的价格、质量、卫生等方面的监管。保护消费者权益,营造便利消费、放心消费环境。合理规划好,细化好政府人员的职责,坚持“放、管、服”的有机结合和精细化分工。要狠抓自身建设,把纪律建设摆在更加突出的位置,加强教育管理,主动接受群众和社会的监督,全面提升城管执法队伍业务能力和整体素质^[13]。

6.5 推进素质教育,凸显特色经营

地摊经济的门槛低,地摊商户素质教育程度参差不齐。在面对市场变化和政策的发布与更新方面常常手足无措。在选品方面,模仿严重,无法突破同质化经营。因此要加快推进素质教育,凸显特色经营。在 App 中定期开展线上学习,摊户可学习相关政策内容、法律法规和营销知识等内容。

加强摊户学习相关政策内容。可以更好的解读地摊经济的政策,更快的顺应政策变化来制定和改变自己的经营策略。加速相关政策落实到具体摊户经营的速度,发挥政策的最大效用。

加强摊户学习法律法规知识。摊位主体的法

律意识较为薄弱,在获取商品和销售商品的过程中,容易遇到侵犯知识产权的问题。加强摊位主体的法律素质教育,普及相关法律知识,提高摊户的辨别能力与选择能力,减少触犯法律的机会。

加强摊位主体对营销知识等方面的学习。对地摊商户进行定期培训,填补摊户发展规划和整体设计的空白。审时度势把握社会热点和消费热点,根据热点与知识的结合来对货品进行选择。减少同质化现象的出现或在同质化现象突出的时候,结合知识创新新模式,寻找新的解决出路。地摊商户应确定目标顾客,制定合适的经营策略,凸显个体的特色经营,利于摊户适应需求结构变化,使产品和服务的品种、质量可以满足多层次、多样化市场需求。推进素质教育进程,促进摊主能动的丰富商品类型、创新经营方式、完善服务形式,提高消费者的满意程度。推进素质教育进程,激发地摊商户钻研产品特性,制定不同的经营策略以凸显特色经营,地摊经济市场呈现百花齐放,百家争鸣的局面。

7 结论

虽然叫“地摊经济”,但并不局限于游街串巷、在路边练摊的小买卖。往深层说,它是一种“放水养鱼”的经济,让百姓都能干点小买卖、小营生,赚取薄利聊补家用。说白了,是一种“民生经济”“草根经济”。这才是顺应了“中国将长期处于社会主义初级阶段”的政治经济学规律、形态与特征。所以,这“地摊经济”不能只当成应急的权宜之计。在国家经济下行压力增大,消费降级的情况下,地摊经济得确可行,但地摊经济现在处于无序经济和有序经济间的一种经济形式,采取一系列措施将这种处于中间的经济形式转变为有序经济。将这种边缘经济走上合理化,合法化的道路。这就要地摊经济倒逼政府治理,加强优化城市建设,增强人民对

生活的美好愿景。让地摊经济更好的服务民生,服务社会,服务国家,民生经济向好,国家经济才能更加平稳运行。

参考文献

- [1] 冯颜利. 坚持在发展中保障和改善民生[N]. 人民日报, 2021-08-17(009).
- [2] 一夜之间,10万人就业!地摊经济火了:总理亲自点赞!湖北的夜市又热闹起来了[EB/OL]. [2020-06-03]. http://www.gov.cn/xinwen/2020-06/03/content_5516900.html.
- [3] 王瑛. 城市地摊治理中多元主体参与研究[D]. 上海:华东理工大学, 2022.
- [4] 席恒, 杨林杰. 中国社会保障应对新冠疫情的挑战与实践[J]. 中国社会保障, 2022(10): 58-59.
- [5] 陈天放. 后疫情时代下盐城市盐都区流动摊贩的治理对策研究[D]. 徐州: 中国矿业大学, 2023.
- [6] 霍小山. 烟火人间,一梦千年:中国古代的地摊经济[J]. 中国中小企业, 2021(6): 56-60.
- [7] SZAKONYI D, URPELAINEN J. Energy poverty among urban street vendors in India: evidence from Patna, Bihar [J]. Energy for Sustainable Development, 2015(24): 44-49.
- [8] MARTINEZ L, SHORT JR, ESTRADA D. The urban informal economy: street vendors in Cali, Colombia [J]. Cities, 2017(66): 34-43.
- [9] MANEERONG C, WALSH JC. A new generation of Bangkok street vendors: economic crisis as opportunity and threat [J]. Cities, 2013(34): 37-43.
- [10] 张鑫馨. 浅析提升微时代城市新移民政治认同路径[J]. 公关世界, 2022(12): 8-10.
- [11] 史家璐, 周海玲. 惠州市惠东县地摊经济发展管理研究[J]. 经济研究导刊, 2023(22): 17-19.
- [12] 姚利, 谢静. 新发展格局下国内地摊经济崛起的动因、困境和路径[J]. 商业经济研究, 2024(1): 47-50.
- [13] 王子莹. 提高城管执法规范化标准化精细化水平 优化工作机制提升管理效能营造良好环境[N]. 西安日报, 2023-11-21(001).

Exploration of the Path for the Stall Economy to Break through the Predicament: Based on the Survey of Stall Economy in Xi'an Xiaozhai Business District

ZHU Ruijie, LUO Jing

(College of Economics and Management, Xi'an Shiyou University, Xi'an 710300, China)

Abstract: With the rapid development of the economy, the street vendor economy is closely linked to people's lives. The street vendor economy has made outstanding contributions in expanding the share of domestic demand and ensuring social stability. As a peripheral economy, the street vendor economy lies between a disorderly economy and an orderly economy, with a series of problems such as seizing transportation routes, affecting urban health, and disrupting the standardized operating environment. In order to actively transform the street vendor economy into an orderly economy. This study conducted data analysis through a survey questionnaire, summarizing the important factors affecting the consumption of street vendor economy. Through the analysis, the current situation of the difficulties faced by street vendor economy was identified, and the path for street vendor economy to break through these difficulties was explored.

Keywords: stall economy; questionnaires; path discussion