

# 男耕女织：互联网平台劳动中的 职业性别隔离研究

□ 梁 萌

**摘要：**本文聚焦于互联网平台劳动中的职业性别隔离现象，从交叉性视角出发，以外卖业和家政业的工作环境和劳动过程为主要比较分析线索，提出平台企业主要通过固化已有性别分工、建构性别化的职业气质和惩罚越轨者三个方面最终建构出“男耕女织”的高度职业性别隔离的劳动力群体。因此，该产业中的性别隔离并非仅是传统性别分工的自然延续，也是平台企业为吸纳新生代劳动者群体而刻意为之。这不仅使具有“自由”“竞争”等代际特性的新生代农民工最终被整合到产业发展中，也给流动群体整体的性别平等趋势带来新的挑战。

**关键词：**平台劳动；性别分工；职业性别隔离；劳动过程

DOI:10.19633/j.cnki.11-2579/d.2021.0140

## 一、问题的提出

近年来以外卖、网约车、家政等服务业为代表的互联网平台劳动成为年轻一代流动人口在城市就业的主要选择。外卖业两大巨头企业饿了么和美团骑手注册人数分别为300万和270万，家政平台企业58到家则约有250万劳动者在其平台提供家庭服务；截至2018年底行业整体交易规模已经达到29420亿元，发展势头强劲<sup>[1]</sup>。

因此，平台就业一方面已成为当下国民经济持续发展的源泉，另一方面也是推动就业的重要渠道，为相关群体特别是在制造业“机器换人”背景下的低学历体力劳动者提供了广泛的就业机会。

基于此，研究者近年来开展了较为深入的讨论，相关研究提出平台就业在劳动者群体、劳动过程和劳动关系等方面存在显著的特点<sup>[2][3][4][5]</sup>。此种趋势及未来影响，值得各方进一步深入分析和研究。

特别是在劳动者群体方面，平台劳动的主要从业者以青年群体为主，以外卖业为例，美团公司数据指出1980年以后出生的骑手占该公司骑手总数的82%<sup>[6]</sup>，而

饿了么的报告也显示骑手以85后、90后为主力，平均年龄29岁<sup>[7]</sup>。对于传统上以中老年女性从业者为主的家政业，平台就业模式也将越来越多的年轻女性吸纳进来，从平台企业数据来看年龄在35岁以下和35~49岁之间的家政工所占比例相当，均为40%左右<sup>[8]</sup>。因此，从劳动者群体角度来看，平台就业模式已经成为吸纳青年劳动力的重要领域，而相当数量年轻劳动者的加入也必将将对传统服务业（例如家政业）的发展和变革带来契机。

从已有数据来看，虽然对劳动者群体特征在年龄方面有明显改变，在性别方面则仍然延续了传统服务业的性别隔离趋势。对于家政类工作来说，主要以女性劳动者为主，平台企业的数据显示从业者95.5%为女性<sup>[9]</sup>；在外卖业，饿了么和美团骑手则以男性为主，分别为91%和90%<sup>[10][11]</sup>。因此，对于平台劳动来说传统性别劳动分工仍然具有显著影响。但是回顾我国自制造业发展以来各产业性别分工状况，可以发现虽然传统农业社区的男耕女织性别分工模式仍存在某种程度的影响，但各产业中的性别分工特点并非仅以传统性别分工为影响要素，也同时反映出市场、资本等结构性要素与之相结合的建构路径<sup>[12]</sup>，也因此

人口流动之初在农村社区形成了使传统农业生产分工由男性主导型向女性主导型变化的“农业女性化”变迁以及随着制造业发展使女性也开始向城市流动且集中于劳动密集型制造业等性别分工现象<sup>[13]</sup>，显示出市场、资本等结构性要素对现代社会劳动领域性别分工的重要形塑影响。

由此，对应平台劳动中的职业性别隔离现象，在某种程度上对于由来已久的家政等职业来说也许可以看作是工作性质的自然延续，但是对于外卖等新生职位，技术、资本的力量如何建构出某一工作鲜明的性别特征，进而产生最终的性别隔离结果？这些问题的回答将有助于我们对平台劳动的本质及其影响产生更深入的认知和判断，从而可以在更广泛意义上回应平台服务业迅猛发展和新生代农民工代际特征背景下，新生代农民工就业趋势和性别意识的变迁问题。因此，本文将针对新型平台劳动中的性别隔离现象进行分析，以期对以上问题进行探索性的讨论。

## 二、交叉性视角下的我国职业性别隔离相关研究

职业性别隔离现象是社会性别研究领域一个重要的议题。职业性别隔离是指男女两性主要以性别为区分标准而被分配到不同职业或工作，从而形成某些职业或工作明显的性别特征，造成两性经济收入、社会地位等方面的不平等<sup>[14]</sup>。

差异的形成则是沿着历时性路径展开讨论的。学者们普遍认为传统农耕时代的父权制和女性在家庭地位中的从属性所导致“男主外女主内”“男耕女织”式的家庭劳动分工是职业性别隔离的重要来源<sup>[15][16]</sup>，在此分工下女性被认为适合承担家务和照顾等再生产劳动，男性则被认为适合从事农耕等生产劳动。并进一步建构出两性性别角色气质，男性气质主要与高技术性、主动、竞争性、进取心和抽象认知相关，女性气质则与情感、被动、亲和力、温柔等相关<sup>[17]</sup>。这类性别气质的认知与农村地区生产方式、婚姻制度等相结合，形成了长期以来较为稳定的男耕女织式的性别分工模式，而在城镇地区受以上性别气质类型影响职业性别隔离现象仍然普遍存在<sup>[18]</sup>。

同时，随着社会结构变迁，职业性别隔离等现象的内在本质也随之发生了一系列的变化。相应的研究主要聚焦于城镇非农职业劳动者职业性别隔离结果和与之紧密相关的家庭劳动分工。

从宏观方面看，市场化提高了性别隔离的程度。2000年第二期中国妇女地位调查表明，城镇在业女性年均收入是男性收入的70.1%，为7409.7元，收入差异比1990年扩大了7.4个百分点。还有数据显示，1985—2000年职业性别隔离程度有所提高，职业种类有所增加，对女性隔离的职业数目远多于对男性隔离的职业数目，并存在基于职业性别隔离现象的女性职业贬值问题，虽然20世纪90年代服务业女性化和收入下降主要受体制改革影响，但服务业企业女性化比例和企业平均工资水平成反比却是女性职业贬值的不争事实<sup>[19]</sup>。

从劳动力群体细分情况来看，特别是对于流动人口来说，研究者们意识到了城乡流动对原有性别气质和劳动分工模式的挑战，但对影响维度和可持续性存在争论。一部分学者发现，尽管在流动伊始，外出打工能够作为向上流动的稀缺资源主要为男性占据，女性主要作为从属性流动者，家庭分工复制了传统农村模式，而随着外出普及和机器化生产的发展，男性农民工做出了“实用主义”的男性气质妥协，一方面在实践中让渡家庭决策权力，承担家务劳动，另一方面则坚持用传统父权制下的主流男性气质话语而非性别平等话语来解释这一改变<sup>[20]</sup>。因此，相关研究认为，基于此“实用主义”的男性气质实践并没有伴随着文化价值观念的本质变迁，一旦流动家庭最终回到农村社区，那么男性实用主义的妥协的保留和传统性别分工的复苏都将是这类家庭面临的现实问题。

而在工作领域则存在着与家庭领域截然不同的性别实践。这部分的贡献主要来源于交叉性视角的启发。交叉性视角提出社会性别既是个体身份，更是复杂社会结构和具体社会情景的产物，一旦相应情景发生变化，个体所面临和展现的实践也随之改变。因此，虽然农村地区传统性别分工和性别文化长期存在，但并非意味着迁移后在城镇地区理所当然的延续与复制<sup>[21][22][23]</sup>。本文的前一段已经讨论了其在家庭领域的变迁，而在工作领域，则是在资本管理控制的宰治下呈现出别样的特点。

在早期制造业机器生产时代，学者首先关注到的是工厂利用传统女性身份与性别文化构建出顺服、温情的“打工妹”群体<sup>[24][25]</sup>，继而在交叉性视角的启发下，将管理机制和两性视角结合，呈现出同一空间中的两类性别气质塑造机制，即以军事化机制系统性塑造了基层管理者与传统父权制男性气质高度一致的强硬性、攻击性的监管方式<sup>[26][27]</sup>。由此可见，制造

产业中管控机制选择与传统性别气质和性别分工文化相呼应,建构出以温顺女性农民工为一线普工,以进取、强硬男性农民工为基层管理者的等级化、传统性别气质文化的管理策略。

近年来,随着农民工群体的代际交替,代际差异被引入到交叉性框架之中,由于早期农民工“拆分型”家庭所造成的流动儿童、留守儿童问题,新生代农民工较之父辈在性别气质和性别分工方面的特征反而更加凸显,成为工厂管理体制的“新情境”——新生代男性农民工对固定、重复的机器生产和严苛强硬管理机制的排斥与反抗,从而构成了对前述工厂管理体系的挑战,并导致了工厂生产以女性农民工为偏好的职业性别隔离再现<sup>[28][29]</sup>。

综合以上文献,交叉性视角提醒我们不能拘泥于性别隔离的表面现状,而是要将各因素的交叉互动过程置于分析中心。因为不同个体身份是在具体情境中动态形成的,传统的延续或变革是基于各种权力要素的互动而决定的。因此,无论是家庭领域的妥协与变革,抑或是工作领域性别文化的延续与强化都是新老要素互动作用的结果,而非传统性别分工的简单传承。

### 三、研究框架与研究方法

基于对既往文献的梳理,我们在分析平台劳动的职业性别隔离问题时,需要关注具体情境中的要素变化,一是学者已经提出的新生代农民工的代际群体特征,二则是互联网技术主导下的平台机制,此二者作为“新情境”下的关键要素必然对平台劳动的性别分工有深入影响,也是理解平台劳动性别隔离现象的关键路径。因而,本文将交叉性视角为主要分析框架,引入代际特征和平台机制两个方面,动态、交互地分析其所呈现的职业性别隔离问题。

交叉性视角是社会性别研究领域的重要范式,是分析社会性别相关现象的重要理论,关注“具体情境”中的身份建构和身份认同。该视角一方面强调个体身份的多元性、情境性和主体性,另一方面也强调社会性别不仅是一种身份,更是社会结构和社会秩序<sup>[30][31][32]</sup>。

在交叉性视角的指引下,本文对平台劳动职业性别隔离现象的研究将聚焦于平台劳动过程的具体情境,为便于比较,选取以女性为主的家政平台劳动小

时工(保洁)和以男性为主的外卖平台劳动不同性别身份的建构过程,并在此过程中考察传统性别身份、互联网技术影响下的平台机制和代际群体特征等多重要素对平台劳动职业性别隔离现象的影响路径。

本研究的田野材料主要来源于2018—2019年在北京所做的半结构访谈。其中外卖员38人,全部为男性,90%以上为35岁以下的青年人,平台家政工20人,全部为女性,9人为35岁以下的青年人,这9名家政工也将是本文与外卖员比较的主要群体,以避免代际特征方面的混淆。

### 四、平台劳动中的男耕女织

市场化下的传统服务业一直以来都是女性化的职业,相关数据表明自20世纪90年代以来,我国服务业从业女性比例在所有行业中最高,城市服务业女性比例一度高达70%,根据通行的职业性别边界标准,是非常明显的女性职业<sup>[33]</sup>。然而平台服务业却呈现出与之相左的性别分布,平台家政业以女性劳动者为主,而外卖业作为平台创新职业类型却并没有延续传统服务业的女性化趋势,反而以男性青年劳动者为主,成为平台服务业中典型的男性化职业。从整体分布来看,平台劳动性别分工与传统农村家庭男耕女织、男主外女主内的性别劳动分工高度契合,那么平台劳动中的男耕女织式的性别分工原因是什么又是如何形成的?本部分将结合新生代农民工的群体特征、平台工作环境、劳动过程和平台机制等要素来尝试分析和回答这一问题。

#### 1. 新生代农民工:留守家庭的宠儿与世界工厂的弃子

从平台劳动者群体的年龄特征来看,以外卖业为例,外卖员们82%以上是80后、90后,初中职高技校等学历占63%,绝大部分(75%左右)来自农村地区<sup>[34]</sup>。主要由新生代农民工群体组成的,而这一群体与其父辈(第一代农民工)之间存在显著的代际差异。

第一代农民工从农村到城市的迁移也同时伴随着家庭功能和家庭结构的拆分,父母在城市打工,而将育儿、养老等家庭再生产功能留在了农村,这种拆分型再生产模式造成了留守儿童现象<sup>[35]</sup>。相关研究表明,留守经历使新生代农民工在生产和家庭方面都受到影响。生产方面,由于长期与农业生产脱离和缺乏父辈示范效应,已不具备父辈们坚忍、吃苦耐劳的品

性，他们更看重自由、更自我，不再能忍受世界工厂的严密管控和单调乏味的生产活动，因此以闹事和频繁跳槽来反抗<sup>[36]</sup>；在家庭方面，祖辈承担留守儿童的照顾责任，相比较于父辈，祖辈重男轻女等传统性别意识更严重，传统性别分工被其自然延续，造成了留守家庭中女孩作为再生产劳动的主要承担者，而男孩则拥有大量闲暇时间从事电子游戏等娱乐活动的留守家庭孙辈性别分工不平等现象<sup>[37]</sup>。

结合留守家庭生产和生活安排，可以看出新生代农民工群体在性别意识和性别分工方面存在比父辈更加突出的性别差异，留守经历提前形塑了新生代农民工的性别意识，为其劳动中的性别分工奠定了重要基础<sup>[38]</sup>。特别是男性群体表现出的“新特性”（向往自由、表达不满和频繁跳槽），使其在制造业生产政体下难以持续稳定地立足，再加上近年来制造业整体的智能化发展趋势而产生的“机器换人”浪潮，使得这一部分劳动者成为互联网平台等新生行业的潜在“蓄水池”<sup>[39]</sup>。

## 2. 小哥与大姐：传统性别分工下的平台用工策略

从平台用工的来源看，主要存在两种路径。一种以家政工为代表，该职业由来已久，平台企业只要将原有劳动者直接吸纳进来即可，无须较大调整；另一种以外卖员为代表的新职业，需要吸引其他行业劳动者加入，需要通过工作条件和劳动过程等方面的设定来招募并形成稳定的劳动者队伍。因此，前一种路径劳动者群体性别特征没有根本性的变化；后一种路径则面临着如何在女性化职业为特征的服务业标签下吸引到具有更多以传统性别分工意识和自由倾向为特点的处于“蓄水池”中的新生代农民工。从现有情况来看，平台企业已经成功地完成了其劳动力队伍建设和布局，那么这是如何实现的呢？

（1）工作环境：自然需求基础上的平台运营规则

工作环境方面，外卖业和家政业之间既存在较大一致性也存在部分差异。一致性方面，两类职业的劳动关系都是灵活用工、非正式用工，平台企业与劳动者个体以信息服务的方式形成合作关系，将消费者的服务需求按单为单位发包给具体劳动者，劳动者以计件方式获得报酬。同时，二者也同时归属于服务业，在传统的企业、劳动者、消费者二元关系基础上又将消费者纳入到劳动过程中来，从而形成企业、劳动者、消费者之间的多元互动关系，劳动者不仅需要从事体力方面

满足用户需求，更需要付出情感劳动与用户沟通才能完成整个工作过程。

而差异性方面主要体现在劳动时间和劳动空间两个方面。从劳动时间来看，外卖业通过直营、代理等模式将主要用工群体固定在全职模式，如无特殊情况必须一周至少6天全天待命接单，虽然根据用户用餐时间，工作时间可以分为高峰时段和非高峰时段，但平台在非高峰时段也通过“抢单”等方式使外卖员在工作位置全时待命，外卖员的工作持续时间长且订单具有临时性和不可预见性的特点，因此时间不确定性较强；而家政工的平台用工则放宽了对兼职工作的要求，劳动者选择全职和兼职工作模式的空间更大，兼职工作允许劳动者自主选择适合接单的时间段，且订单的分配是提前预订的，因此劳动者对工作日内的工作时间和派单地点有较好的掌控性，确定性更强。

我老公跑外卖，他原来五六千，今年下半年没挣到钱，再加上我孩子生了两个月的病，因为他没收入了，我得出去干。我就是为了孩子，然后有单，时间方便我就去做，时间不方便我就不去做。孩子总得有一个人看，我只能干星期一到星期五，星期六、日放学没人看，没有一个人能帮我们。我只能干个家政，边照顾孩子边照顾家，我干这个就是图能照顾家。（家政工C：28岁，已婚，中原人，2020年1月访谈）

我早上一般都不吃。中午不一定，没单的话，两三点钟就吃了，有单的话，可能也不吃。你面临的就是这个，中午正吃饭的时候，高峰期，人家在吃饭，你肯定是在干活。人家都吃饱了我们才开始吃。就是中午吃饭晚。（外卖骑手A：26岁，北京人，2019年7月访谈）

从以上两位劳动者劳动时间和再生产时间（用餐和照顾家人）的安排来看，平台家政非常明显地契合了年轻妈妈们需要兼顾育儿和工作的劳动时间安排，而外卖业则对劳动时间的要求非常明确，特别是高峰时段所有劳动者都必须在岗，劳动者自身的再生产都难以兼顾，更遑论对家人的照顾。

在劳动空间方面，外卖员的工作主要以在路上的公共空间为主，因此电动车是其必要的交通工具也是主要的劳动工具，而家政服务则主要在家庭等私人空间内，电动车并非所有人的工作必需品，其主要的劳动工具是清洁用具；在订单的分配上，家政平台以家政工居住地为核心划分其服务的主要范围，而外卖平台则以外卖员的注册地为核心划分其服务的主要范

围,虽然对于部分外卖员来说居住地和注册地是重合的,但是为了节约费用也有相当数量的居住地与注册地是分离的。

我感觉家政没有外卖辛苦,外卖整天在外面。家政也是挺辛苦,像我干这个,一开始单多的时候,也是成天来回跑,一天有时候能干十多个小时,就是感觉也挺辛苦,也挺累的。这个你到客户家就能进屋,那个外卖感觉挺遭罪的,夏天热得要死,冬天冷得要死。我感觉外卖那个成天在外面不在屋里,只能在外面,下雨天,下雪天,骑个电动车多危险。(平台家政工A:24岁,已婚,北方人,2019年12月访谈)

我们就去公司找他,就是说你们现在一周或者半个月给我们派一单,我们吃盐都吃不上。找了也白找,他们说你们住那地偏。住哪有活?住市中心二环?那房子谁租得起?好多人都在找他。(家政工B:31岁,已婚,北方人,2020年1月访谈)

在问到家政工为何不从事薪水相对更高的外卖业时,她们的回答往往是外卖“整天在外面跑”,更“辛苦”“危险”,而家政虽然也得工作“十几个小时”但却是“屋里”,这种对两个职业劳动空间的对比,让我们看到男女两性对劳动空间特性的敏感性与传统男耕女织的性别劳动分工是有着一定的联系的,虽然两者的工作时间和工作量不相上下,家政工仍然认为需要“整天在外面跑”的职业更加辛苦;同时,平台在此基础上进一步强调了劳动空间对于劳动者的意义,将主要承担家庭再生产责任的家政工的劳动地点划定在其居住地附近,而外卖员则无此规则。

从以上的劳动时间和空间的对比来看,虽然从客观的工作性质来说,家政和外卖两个职业本身已经带有一定的传统性别劳动分工特征,即家政服务作为家庭内劳动的延伸,使得女性更容易延续家庭中的性别分工模式而选择从事家政服务,而外卖服务作为一种公共空间内的服务则并不具备这样的特性。因此,在原初的工作性质方面,两类职业本身已经带有一定的性别特质,但是却并不足以建立起如此明确的职业性别隔离状况,特别是外卖业,其公共空间内提供服务的特性是现代大部分职业具备的特征,因此工作环境本身能够解释为何女性更容易选择家政业,而难以充分解释男女两性对外卖业的鲜明选择偏好。

除此之外,在工作时间和空间的自然需求基础上平台企业对用工模式、工作日时间和派单空间范围的人为调整进一步夯实了两类职业的性别分工特征:外

卖业的运营是建立在全职工作、全天待命、以工作为重的前提基础上的,而家政业的兼职模式和提前预订规则显然更加适合这部分需要家庭与工作兼顾的女性劳动者。因此,平台企业性别化的运营机制使其成为性别选择偏好的一个重要基础。

## (2) 平台运营机制建构下的劳动过程

在工作环境的部分,平台主要是基于既有基础利用相应策略进行引申和固化,那么在劳动过程方面平台企业由于拥有绝对的规制权力和空间因而更加凸显出其对不同职业劳动者的性别选择。

首先,从工作场域中的劳动组织方面来看。原则上,无论是家政还是外卖在其接单范围内都会有一个劳动者的小型组织。家政平台会从固定片区内遴选一个经验较为丰富的劳动者作为组长,组长也是普通劳动者,负责传达公司信息,基本不承担对具体劳动者的管理控制职能,一般主要限于在微信群组内的联络,线下见面较少,是一种较为松散的、去等级化的虚拟组织方式;外卖平台则主要以站点的方式组织同一片区的劳动者,站点设站长、副站长等正式管理职位,且每天举行例会以传达管理信息,站长负责该站点的日常管理控制职能,是一种实体组织方式。

我们是每天9点半到广场,正式开始开会,需要讲一些当天发生什么事,或者哪个单子出现特殊的情况,站长会去讲一下,就这些事,如果上级再有什么要求,然后通知一下。他在办公室里,有一个美团平台,能看到所有的地图,骑手所有的位置。监测在岗情况,他必须得管。包括骑手之间转单啥的,有实在不想送的,或者别人管你要这个单子,你得找站长。(外卖骑手B:27岁,未婚,东北人,2019年10月访谈)

我们一组有个组长,20多个人,也没见过面。互相不认识。我们在群里基本上都不怎么说话。当组长第一是想多挣点。多挣几百块钱,然后就是管的事也不多。偶尔开一次会,就是有什么事告诉你一下,群里其实都能说的,没必要见面。(平台家政工A:24岁,已婚,北方人,2019年12月访谈)

外卖的实体组织不仅有利于管理,更有利于引发劳动者之间的劳动竞赛。平台企业将每个外卖站点在网络系统里显示为一个独立的业绩小组,每个劳动者的单量、评价实时向站点内所有人公开,站点内业绩最好的几个人也被封为“单王”,成为被效仿和羡慕的对象,因此形成了极为浓厚的业绩比较和竞争氛围。

就刚才进来那老头，他是单王，他就跑到第一，就派单特别特别厉害，也不仅是抢单。我和他算有点亲戚。问他他说只有一个字就是勤快一点，别太懒。给单就拿。（外卖骑手B：27岁，未婚，东北人，2019年10月访谈）

相比之下，家政平台的业绩排行则是以城市为单位，上千人中的佼佼者相比较于身边的单王，更加让人有可望而不可即的感受。而家政松散的小组组织方式，劳动者间比较生疏，同时也对其他人的工作时间和业绩无从知晓。以上种种组织安排导致家政小组内的疏离和隔膜，与外卖业的站点实体组织内熟人之间的比较和竞争倾向形成鲜明对比。

从工作日内的劳动时间安排来看，外卖的实体组织并没有形成与制造业相同的固定化劳动时间和严苛的过程监控，而是相对的“弹性化工作时间”和以结果为导向的报酬安排，这些安排被外卖员们解释为“自由”：

我们不需要签合同，我们这个不属于专职，我们这个是属于兼职。想干就干，不想干随时就可以回家。接不接单，取决于自己。（外卖骑手A：26岁，北京人，2019年7月访谈）

这个东西是非常自由的职业。我（之前）干的是胶条厂，但是外卖要好点，这个自由，这是其一。你看在厂里干活的话，每天肯定是盼上班下班。这不一样，这一天嘻嘻哈哈的，你唠嗑啥的，时间过得还挺快，心情不一样。（外卖骑手B：27岁，未婚，东北人，2019年10月访谈）

从以上几位外卖员的陈述中可见，除去高峰时段，外卖员拥有是否接单和是否休息的自主权，并且在劳动过程中拥有与他人联络的空间和时间，舒缓了心情，避免了机械重复的枯燥感，这里的自由是对比传统车间生产的固定上班时间和面对面管控的相对自由。

因此，平台对于劳动者在地化组织的建构存在不同选择，但是相比于家政工小组的松散、疏离，外卖平台更倾向于建构小组内的竞争和劳动过程中的相对自由特性，这两点也成为吸引外卖员从事该职业和投入到“赶工游戏”中的重要特点<sup>[40]</sup>。可以说，平台通过此层面的策略，比较精准地迎合了新生代农民工的代际“新特性”。

其次，从平台订单和劳动报酬的获得机制方面来看。外卖平台通过对派单、抢单等规则的设定也更加突出了劳动过程中的竞争性。

每一星期有一个王者的分，490分。会影响派单，你的段位越高，它会派得越多，而且还会优先给你指派，如果段位低的话，你可能挣得少。休息的话下一星期你就掉了，就不是王者了，就掉到钻石，奖励也拿得少。级别制，每个星期都会刷新，一个星期一刷。

（每天也）限时间段，就那么10分钟、8分钟的时间。平台会给你追加派单，我最多的时候就赶上9单。每天都不一样，那就看谁运气好，谁就能抢着。比如午高峰，冲单奖，跑个二三十单，奖励几十块钱。就一天加起来，如果奖励全拿着的话，100多块钱奖励吧。（外卖骑手A：26岁，北京人，2019年7月访谈）

一切办法都是骑手自己想，自己去解决的。斗智斗勇呗。每一个团队都一样，都有攀比心理。这个派单真的有时我也不明白。我有一回坐这两三个小时，一个单也没派。说不给你派，就一单也不给你派。有时候我也在研究这个问题，为什么我天天跑不出来单。（外卖骑手B：27岁，东北人，2019年10月访谈）

从以上外卖员对订单派发机制的认识和分析中可以看到，不仅从劳动组织方面有小组内单王的示范效应和劳动者之间的竞争，对系统派单规则的研究和利用也同样能激发骑手们的好胜心。而相比之下，家政平台所有订单都是系统提前指派，且是平台单方面派单指令，劳动者几乎没有选择的余地，既不是即时性的任务分配也不存在过程中的竞争。因此，虽然两类职位劳动者的劳动报酬水平不相上下，但是外卖平台通过对系统即时派单、抢单和单王等规则的设计突出了竞争性和不确定性，从而使其更加投入到每日订单派发的过程中，产生了对平台系统的“同意”<sup>[41]</sup>，更重要的是拥有了在制造业车间所无法获得的“相对的”主导性和自由。

最后，劳动者职业形象的建构。两类平台企业都在试图树立起平台劳动者专业化、职业化的形象。然而从职业称谓来看，外卖员主要被称作外卖骑手、外卖小哥，而家政工则被称为家政阿姨、家政大姐。从中可以看到仍然存在性别和年龄维度的区分。已有的对服务业的研究表明女性的身体和年龄特征会被作为区分劳动者群体（后厨大姐和前台小妹）的指标<sup>[42]</sup>，而平台用工则使用性别身份和年龄身份作为形塑两类不同性别劳动者职业形象的关键要素，也是人们形成对该职业劳动者主流认知的重要基础，企业形塑努力和主流认知又会反过来影响潜在劳动者对加入何种职

业的选择,显然“青年”“男性”会更倾向于选择作为“外卖骑手、外卖小哥”而非家政业的阿姨或大姐。这一点,从曾经从事过外卖业的家政工那里可以有更清晰的解释:

现在社会就是说,很少有女的出来干外卖。我家困难,我去跑外卖,但是人家不困难人家就上商场上班、超市上班,谁去跑外卖!因为我10月份家政没单,我就跑了几天外卖,我也注册了。我那次跑了一上午从11点一直跑到2点,才跑了四五十块钱。如果工资高的话,我也跑外卖。有的人觉得危险,我觉得就是你不乱闯,有什么危险的,你骑行哪有不危险的。(家政工C:28岁,中原人,女,2020年1月访谈)

男性外卖员的视角则是:

之前有一个女骑手。女骑手也是我同事的媳妇儿,可猛了,确实是女汉子。后来她回家带孩子就不干了。(外卖骑手B:27岁,东北人,2019年10月访谈)

平台劳动者的性别和年龄建构所形成的两类职业形象,对劳动者的选择和认知都有明显影响,相比之下,“跑外卖”是女性不得已的选择,而被认为也只有具备男性化气质的“女汉子”才能胜任这一工作。平台劳动者职业形象性别分化对劳动者群体性别特征的影响由此可见一斑。

因此,从平台机制建构的劳动过程来看,一方面平台以性别化和年龄化的多重身份标签定义不同职业的劳动者,使外卖业与“年轻”“男性”劳动力群体建立起关联,同时,也通过劳动的组织方式和劳动任务与薪酬分配方式将外卖业的劳动过程建构为更具竞争性、不确定性和相对“自由”的全职劳动,也因此通过劳动过程和劳动形象的性别分化在一定程度上阻碍了女性劳动者的加入;而家政平台则更加契合女性群体需要兼顾家庭与工作的双重责任,更有利于对女性群体的吸纳。因此,总体来看,平台劳动中形成的职业性别隔离现象是客观工作条件和平台主观建构的双重后果。特别是对于需要从头开始建构稳定劳动者队伍的外卖业,通过以上一系列机制,与作为潜在劳动力“蓄水池”的男性新生代农民工群体更具传统男性性别气质、向往自由、适应不确定性,排斥枯燥单调的机器生产等“新特性”产生呼应,从而将他们顺利吸纳进来,进而形成了平台劳动新型用工模式中“男耕女织”式的职业性别隔离现象。

## 五、结论与讨论:新生代的 生产复归和性别平等挑战

通过以上对外卖和家政两类平台劳动的比较,可以看到,平台企业主要通过三方面的机制建构起了职业性别隔离的用工模式。第一种机制是固化已有性别分工,基于男女两性在家庭再生产方面已有的分工差异,通过对劳动时间和空间的细节安排,进一步延展了外卖和家政两类职业的性别化分工特征;第二种机制是建构性别化的职业气质,主要通过平台对劳动过程的形塑和规范和对职业性别刻板印象的凸显,树立起外卖业“青年”“男性”为主的劳动群体认知,并迎合了新生代男性农民工对“自由”“竞争”“挑战”的代际偏好,从而使其对该群体具有较大的吸引力;第三种机制是对越轨者的惩罚,外卖业作为女性农民工不得已的选择以及女性从业者被贴上“女汉子”标签,使大部分女性群体建立起对外卖业的性别“刻板印象”,从而主动将其从职业选择中排除。

因此,虽然在平台用工中所呈现的“男耕女织”式的职业性别隔离现象与传统性别劳动分工高度一致,但其并非传统的自然延续,而是平台通过对其运营机制有意建构而成,以便以此来呼应其潜在劳动力“蓄水池”的代际新特性,从而最终将其吸纳到平台劳动中来,形成稳定一致的劳动力群体。也正是在这个过程中,曾经在制造业中叛逆、反抗的新生代农民工们<sup>[43][44]</sup>,却在平台机制对劳动用工模式和性别分工等方面的着意建构下,“恰当”地迎合了新生代农民工的代际新特性,最终被整合到了互联网平台服务业生产当中,作为底层劳动力体系中的一分子和互联网经济发展的最后一环,与其父辈的宿命周而复始,成为一代灵活用工模式下的平台服务业新工人,新生代农民工流动中的工作与生活故事也由此展开。

然而,从社会性别学的角度则带来了相反方向的改变。在主要从事工业生产的第一代农民工群体中,学者们观察到了男性妥协的趋势,也即外出流动和打工经验使第一代农民工家庭内部的性别分工和性别意识都趋向平等<sup>[45][46]</sup>,然而在新生代农民工群体中,留守经历使其先是具有了更为传统的性别分工意识,又通过平台机制在生产劳动中延续、强化和最终实践了传统“男耕女织”的性别化分工,那么曾经在第一代农民工的男性妥协和流动家庭性别平等趋势是否还能

在新生代家庭中延续,则成为关注性别不平等状况发展趋势的重要议题。

当然这也提醒后续的研究,在交叉性视角下,影响具体情境的不仅限于阶级、种族和性别等宏观因素,平台机制作为互联网技术引导下的运营策略也是其中的重要变量。■

[基金项目:本文系北京市社科青年项目“北京市互联网+服务业和谐劳动关系建构及社工实务干预模式研究”(项目编号:19SRC016)的研究成果]

梁萌:中国农业大学人文与发展学院副教授  
责任编辑/汪永涛

## 参考文献:

- [1] 国家信息中心分享经济研究中心. 中国共享经济发展年度报告(2019) [R/OL]. <http://www.sic.gov.cn/News/557/9904.htm>.
- [2] 常凯. 雇佣还是合作,共享经济依赖何种用工关系[J]. 人力资源, 2016(11): 38-39.
- [3] 梁萌. 强控制与弱契约:互联网技术影响下的家政业用工模式研究[J]. 妇女研究论丛, 2017(5): 47-59.
- [4] 吴清军,李贞. 分享经济下的劳动控制与工作自主性——关于网约车司机工作的混合研究[J]. 社会学研究, 2018(4): 141-166+248-249.
- [5] 孙萍. “算法逻辑”下的数字劳动:一项对平台经济下外卖送餐员的研究[J]. 思想战线, 2019(3): 50-57.
- [6] [10] [34] 美团点评研究院. 2018 外卖骑手研究报告 [R/OL]. <http://www.199it.com/archives/720183.html>.
- [7] [11] 饿了么蜂鸟配送. 2018 外卖骑手群体洞察报告 [R/OL]. <https://www.useit.com.cn/thread-22896-1-1.html>.
- [8] 项目课题组. 发展家政服务业促进就业国际比较及对我国的启示项目报告(未刊稿) [R]. 2018.
- [9] 58 同城. 中国家政市场就业及消费报告 [R/OL]. <https://36kr.com/newsflashes/184631>.
- [12] 谭深. 家庭策略,还是个人自主?——农村劳动力外出决策模式的性别分析[J]. 浙江学刊, 2004(5): 210-214.
- [13] [18] 谭深. 农村劳动力流动的性别差异[J]. 社会学研究, 1997(1): 44-49.
- [14] 李汪洋,谢宇. 中国职业性别隔离的趋势:1982—2010[J]. 社会, 2015(6): 153-177.
- [15] 刘德中,牛变秀. 中国的职业性别隔离与女性就业[J]. 妇女研究论丛, 2000(4): 15-17.
- [16] 李春玲. 中国职业性别隔离的现状及其变化趋势[J]. 江苏社会科学, 2009(3): 15-22.
- [17] 方刚. 当代西方男性气质理论概述[J]. 国外社会科学, 2006(4): 69-74.
- [19] 佟新. 劳动力市场、性别和社会分层[J]. 妇女研究论丛, 2010(5): 12-19.
- [20] [45] 蔡玉萍,彭旒旒,罗鸣. 男性妥协:中国的城乡迁移、家庭和性别[J]. 读书, 2019(9): 1.
- [21] [32] 苏熠慧. “交叉性”流派的观点、方法及其对中国性别社会学的启发[J]. 社会学研究, 2016(4): 218-241.
- [22] 杜平. 重申交叉性:男性特质的理论突破与研究启示[J]. 南开学报(哲学社会科学版), 2017(4): 106-115.
- [23] 吴小英. 城乡迁移的性别化逻辑及其机制:一个交叉性分析的范例——评杜平的新著《男工·女工》[J]. 妇女研究论丛, 2017(5): 119-124.
- [24] Lee CK. Gender and the south China miracle. Two worlds of factory women [M]. Berkeley California University of California Press, 1998: 86-89.
- [25] 潘毅. 开创一种抗争的次文体:工厂里一位女工的尖叫、梦魇和叛离[J]. 社会学研究, 1999(5): 13-24.
- [26] [29] 邓韵雪. 世界工厂里军事化男性气质的塑造与实践——一项对富士康基层管理人员的研究[J]. 妇女研究论丛, 2018(3): 96-108.
- [27] [46] 杜平. 男工·女工:当代中国农民工的性别、家庭与迁移[M]. 香港:香港中文大学出版社, 2017.
- [28] [38] 王欧. 留守经历与性别劳动分化——基于农民工输出地和打工地的实证研究[J]. 社会学研究, 2019(2): 127-150+248-249.
- [30] Connell R W. Hegemonic Masculinity: Rethinking the Concept [J]. Gender & Society, 2005(6): 829-859.
- [31] Collins Hill P. Intersectionality's Definitional Dilemmas [J]. Annual Review of Sociology, 2015(1): 1-20.
- [33] 张成刚. 转型时期中国职业性别隔离问题研究 [M]. 上海:复旦大学出版社, 2019.
- [35] 谭深. 中国农村留守儿童研究述评 [J]. 中国社会科学, 2011(1): 139-151.
- [36] [44] 清华大学社会学系课题组. 新生代农民工与“农民工生产体制”的碰撞 [J]. 中国党政干部论坛, 2013(11): 19-24.
- [37] 任焰,张莎莎. 儿童劳动与家庭再生产:一个粤西农村的经验研究 [J]. 开放时代, 2015(6): 10-11+161-179.
- [39] [43] 汪建华,黄斌欢. 留守经历与新工人的工作流动 农民工生产体制如何使自身面临困境 [J]. 社会, 2014(5): 88-104.
- [40] [41] Burawoy Michael. The Politics of Production——Factory Regimes Under Capitalism and Socialism, London: Verso, 1985.
- [42] 何明洁. 劳动与姐妹分化——“和记”生产政体个案研究 [J]. 社会学研究, 2009(2): 149-176.