

中国骑手：组织化与权益维护

 谢晓峰

2022.12.10

主讲：谢晓峰

众包外卖骑手，农民工权益问题探索者。

从事外卖行业三年，致力于推动建立骑手自组织，开辟发声渠道，提升群体权益。

目前在学习短视频制作，希望通过新兴短视频平台的影响力，探索适合中国国情的骑手团结与维权方式。

骑手面临的主要问题

1. 逐年降低的工资收入
2. 不断逃避的劳动关系
3. 代价惨痛的工伤问题
4. 残酷严苛的处罚制度
5. 长期缺席的社会保障
6. 形同虚设的官方工会
7. 刻意挤压的舆论空间

1. 逐年降低的工资收入

- 由于疫情影响和经济下行等原因，被甩入外卖行业的劳动者逐年增多，2亿人灵活就业，外卖骑手达1300万人
- 后备劳动力多，竞争增大，缺乏和平台资本谈判、议价渠道和筹码，单价和工资不断被压低
- 估算：近三年每年降低10%左右
- 高风险，高收入→高风险，低收入
- 是骑手罢工等集体事件的最主要原因

2. 不断逃避的劳动关系

- 2021年9月《外卖平台用工模式法律研究报告》上千份法律文书：认劳率不足1%
- 业务层层转包，不签订劳动合同，或者和皮包公司签
- 2020年中-2021年初骑手权益问题广受舆论注目，2021年3月两会有代表提议确认骑手的劳动关系并缴纳社保
- 2021年4月30日，南京市发文明确专送骑手为劳动关系，众包等其他骑手为劳务、承揽关系
- 2021年7月26日，七大监管部门联合发文喊话平台资本。随后全国各地承包商及站点强迫骑手注册成为“个体工商户”

3. 代价惨痛的工伤问题

- 确认劳动关系难，难以享受工伤保险待遇，尤其是众包骑手
- 每天只有 3-5 元的雇主责任险等商业保险，认定流程复杂，最高赔付额 < 60 万元，住院等各类报销低，保险费遭克扣
- 系统不顾实际情况，配送时间紧（暴雨等恶劣天气经常不调整配送时间），逐年被压缩，超时、差评罚款多，骑手缺乏申诉权，经常赶时间，事故频发
- 2017 年上半年，官方的一组数据：在上海，平均每 2.5 天，就有 1 名外卖骑手伤亡

4. 残酷严苛的处罚制度

- 专送骑手罚款最多，一般从 50~500 元不等，可以叠加。且通常很难申诉
- 制度性罚款：比如超距离点送达，必须在顾客定位 200 米以内点击“已送达”，即使顾客定位错误，也必须先送到顾客实际位置，再跑到定位地方点送达，有时候相距数公里，犯一次罚 500 元；比如预订单，必须在系统显示时间前后 8 分钟内点送达，提前送到也算违规；再比如被顾客投诉“态度不好”，无法申诉，一次罚 100~200 元.....这些充满 BUG 或骑手无过错的处罚规则，唯一的解释是“以罚创收”，把罚款作为平台一项固定收入
- 按照法律，无论平台还是站点，都不是行政主体，没有罚款资格

5. 长期缺席的社会保障

- 不从制度或立法上确认劳动关系，很难推动资方为骑手缴社保。只有深圳等个别城市发文建议资方“可以”为骑手买工伤等保险，至今没看到落实
- 骑手内部的意见分裂：
 - ① 有家庭、有孩子的年长骑手社保意愿强烈
 - ② 00 后等年轻人不信任社保体系，加上延迟退休，医保门槛大增，宁愿不依靠、不合作
- 高温补贴、节假日加班费之类的保障几乎都无

6. 形同虚设的官方工会

- 多年来部分城市发文推动“三新”行业（快递、外卖、网约车等）打工人入会。北京、深圳等个别地方有推进，但仅限于扫码注册、节假日偶尔慰问等表面上，对骑手工作生活几乎无影响
- 骑手维权，工会始终缺席
- 垄断“工会”旗帜的使用，打击自发建立工会的骑手

7. 刻意挤压的舆论空间

- 外卖行业具有一定的失业人口“蓄水池”作用，涉及到社会稳定，相关舆论一直被官方打压，很多严肃的讨论无法见报
- 批判平台的骑手自媒体被威胁、限流、封号
- 言论大环境的寒冬
- 丧失基本的言论空间，骑手的团结和抗争意识引导障碍增多

骑手如何组织起来？

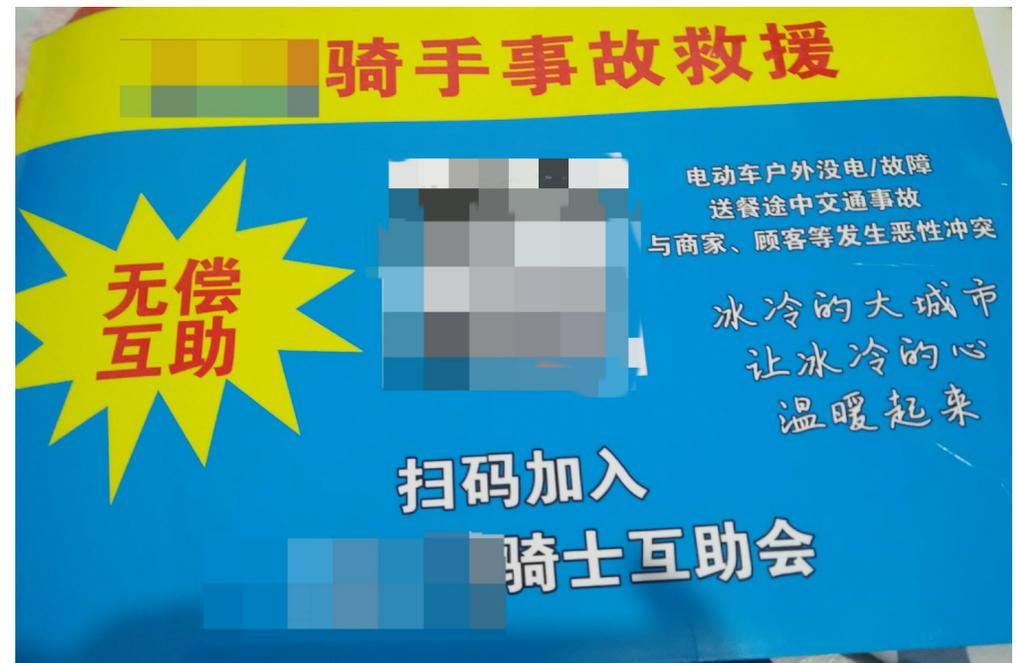
1. 互联网的作用
2. 互助小组
3. 创业团队
4. 老乡会
5. 广泛的“联盟”

1.互联网的作用

- 目前出现的具有组织性质的骑手团体几乎都运用了互联网的一些优点：易沟通交流，信息传播快，影响范围大，不易被侦测
- 快手、抖音、微信群成了骑手召集集体行动、建立自组织和发声的主要工具
- 工作、生活中的可靠连接必不可少

2. 互助小组

- 同城、同区域骑手建立的工作分担、事故救援、纠纷帮助、娱乐休闲的自组织
- 需要有比较持续和坚强的组织者，行业流动性大，部分地区骑手职业生命平均为 6-9 个月



3. 创业团队

- 一些骑手通过在互联网上为行业发声、帮助同行维权成为地区性大V，转变为自媒体创业者，在同城召集了一些骑手集体创业，运用短视频平台，将组织 - 发声 - 维权 - 营利融合在一起，有一些还获得监管部门支持与合作
- 多为有经营经验、当过老板的骑手建立
- 部分已失去为行业发声、争取权益的初衷，甚至成为官方喉舌
- 上过时代周刊、对武汉抗疫有功的骑手高某某，到北京在官方支持下创业，作为“典型”获得大量扶持和收益，成为傀儡。在骑手联盟盟主陈某某因批判平台被打击后，幸灾乐祸，并争抢“地盘”。

4. 老乡会

- 部分站点的骑手具有老乡带老乡的特点，在语言、文化、习惯上共同性明显，容易抱团，建立互助性质的老乡会相对容易。
- 发挥进一步的互助作用仍需要持续和坚强的组织者

5. 广泛的“联盟”

- 一些同城的骑手微信群，骑手短视频博主的粉丝群等等，也具有一定“互助交流”的功能，发挥比如号召集体行动、对接律师援助等作用
- 普遍目标性低、随机性、不稳定

骑手抗争最大的挑战

1. 平台：不断建立新的工种、分化骑手，层层转包、躲在幕后操纵，强大的法务团队和对媒体的控制和影响
2. 政府：对资本的勾结与袒护，对骑手组织的敏感和打压，对法律法规的无视与缺乏监管，对舆论空间的不断压缩，疫情以来对外来打工人口的监控、人员不易聚集
3. 内部：高流动性，原子化，结构复杂，组织者困境

1. 平台资本对骑手抗争的挑战

- 不断建立新的工种、分化骑手：专送、众包、同城、乐跑、畅跑、新老骑手待遇差别.....
- 层层转包、躲在幕后操纵：欺骗部分骑手，混淆斗争目标
- 强大的法务团队：骑手维权难度加大，抗争者被威胁警告
- 对媒体的控制和影响：互联网媒体被腾讯系、阿里系等垄断，是主要配送平台背后的金主，会限制抗争声音的传播

2. 政府对骑手抗争的挑战

- 对资本的勾结与袒护：官资统一战线
- 对骑手组织的敏感和打压：一边打，一边拉
- 对法律法规的无视与缺乏监管：放任资方违法
- 对舆论空间的不断压缩：各种 404，官媒屡屡失声
- 疫情以来对外来打工人口的监控、人员不易聚集：以防疫为名加强对公民尤其是工人的管控

3. 骑手与组织者内部的挑战

- 高流动性：过渡性行业，6-9 个月的职业周期，组织化困难
- 原子化：几十年来“个人主义”逐渐成为主流，一些骑手对集体不信任或抵触，偏向一个人活动或者沉浸虚拟世界
- 结构复杂：不同行业、不同阶层、不同学历人员被甩入外卖行业，团结难度较大

3. 骑手与组织者内部的挑战

- 组织者困境：

- ① 在官僚资本主义主导下，缺乏言论、结社、游行等基本政治权利，骑手自发性明显受限，第三方的介入和协助屡被重点打压
- ② 需要组织者融入骑手，以骑手主体的身份开展宣传、组织与抗争工作。既可保证行动上一定的安全性，又能及时把握骑手困境与诉求，并获得群体信任，增进劳动者和组织者身份的融合
- ③ 需要坚强和有持续行动力的团队，相对充足的人手、资源和资金，目前普遍遇到困难
- ④ 不同组织者之间信息交换、经验沟通困难，一定的山头主义阻碍
- ⑤ 一些组织者及关注者在话语上过于政治化和意识形态化，当前环境与阶级力量对比下，既容易被打压，又难以被骑手理解和认可

骑手抗争的进度和成就

1. 形式上的进步：

- ① 多个城市出现一些自发性的骑手组织，团结抗争意识增强
- ② 北京、深圳等多地开展骑手入工会工作，或者建立党支部
- ③ 确认骑手的劳动关系成为官方的一项正式议题，部分城市发文明确劳动关系
- ④ 骑手的社保问题被更多人关注。传闻 11 月中旬美团负责人被约谈，再次提及给骑手缴社保，可能是为了填补国家社保的窟窿
- ⑤ 公众对骑手的同情和尊重得到提升

骑手抗争的进度和成就

2. 实际上的退步：

- ① 骑手组织水平无实质提升——无“独立工会”，一些影响力较大的自组织被扼杀，一直没有形成能与资方对话的力量
- ② 工资持续下降，系统压榨程度和罚款机制、工伤问题都没改善
- ③ 疫期民生凋敝且行业内卷严重，很多骑手为保生存放低对权益方面的要求，或者丧失对抗争前景的信心
- ④ 官、资阻力过大，骑手权益问题见怪不怪，舆论逐渐冷场
- ⑤ 组织者、关注者力不从心，力量涣散，难以持续坚强地提升抗争水平

如何进行国际团结斗争？

1. 信息联络：保持常态化的联系与沟通，安全的工具
2. 经验策略：定期开展经验分享与策略上的交流
3. 行动传导：某地区骑手在某议题上抗争胜利，可有意识地总结行动策略和经验，指导其他符合条件地区的骑手陆续发起行动
4. 国际组织：建立国际性的骑手工会，统筹研究、分析、指导和协助，更有效率和推动力
5. 国际媒体：搭建国际性骑手媒体或频道，或以媒体矩阵的方式，呈现不同国家和地区骑手的生存状态和抗争情况
6. 资金资源：筹款扶助资金、资源有困难的骑手权益组织

中立者



附：骑手盟友光谱（2020年制）



全世界无产者，联合起来！