

管理型中介： 家政劳动力市场的中介控制研究*

肖索未 陈宗仕 杨伊萌

提要：通过对北京大型家政公司的案例研究，本文探讨了家政管理型中介的形成背景和运作机制。作为管理型中介，家政公司在与劳动者保持市场关系的基础上对其进行组织控制，通过“会员制”的制度设计、“制造匹配”的利益调节和“打造娘家”的情感整合三重机制建构自身在劳动力市场中的主导权，形塑市场结构，介入对劳动力供给和劳动过程的控制。家政行业的内在属性和外部环境构成管理型家政中介运作的重要背景。本文揭示了高度私人化、女性化的非正规就业劳动力市场的中介控制机制，深化了对非正规就业劳动力市场控制的学术探索。

关键词：非正规就业 管理型中介 家政服务 女性化劳动

一、问题的提出

20世纪70年代以来，全球经济非正规化、生产弹性化、就业灵活化、工作不稳定化对社会经济政治产生了深远影响(Kalleberg, 2009)。这与全球化下竞争加剧、技术革新使得雇主转向灵活积累，以及新自由主义改革带来监管放松等政治经济背景密切相关。雇主追求更灵活的劳动力和更低廉的劳动力成本，推动后福特主义和外包等生产方式向全球蔓延，非正规就业规模不断扩大(Kalleberg, 2009; Harvey, 1989; Vallas, 1999; 苏熠慧、姚建华, 2019)。在我国，非正规就业规模已经超过正规就业规模(黄宗智, 2009)。

非正规经济的兴起带来了劳动力组织与控制方式的变迁和劳动力中介的增

* 本文系国家社会科学基金项目“三孩政策背景下家政服务关系的协调机制研究”(项目编号：22BSH052)的阶段性成果。感谢冯小双、李洁、钱俊月、萨支红、佟新、吴桐雨、吴小英、赵炜、周泽鹏等师友在本文写作过程中提供的建议和帮助！感谢匿名评审专家严谨细致而有建设性的意见！

长,催生了中介介入的劳动关系,在服务行业(Brennan et al., 2012; Farris, 2020)和信息科技行业(Benner, 2002; 项飏, 2012)尤其如此。中介管理的劳动关系对员工既可能有益,也可能有害,关键是厘清其具体机制(Benner, 2002)。

国内关于非正规就业劳动中介的研究主要聚焦于制造业等工业行业,从劳动力市场控制的理论视角切入,讨论中介如何“经营灵活性”,组织和管理劳动力以满足资本弹性生产以及稳定有序上工的要求,指出中介为市场进行劳动力匹配,缓解了劳动力紧张,维持了低成本的灵活用工体系,但也进一步造成了去技能化的问题,削弱了工人的社会保障(刘东旭, 2016; 贾文娟, 2015; 刘子曦、朱江华峰, 2019; 汪建华、张书婉, 2019; 朱江华峰, 2021)。

与工业行业中非正规就业逐渐扩大的趋势不同,自20世纪90年代以来,我国家政行业逐渐由原来的自发、分散、非正规转向管理正式化和公司化。中介制是我国市场改革以来家政公司的主要经营形式,其运营方式不断演化。近二十年来出现了不少规模较大、设立连锁门店和统一管理制度家政公司。这些公司依然是中介,与家政工及家庭雇主签署三方服务协议,但提供家政工培训、售后管理等服务,构成了一类特殊的“管理型中介”。可以借用家政行业从业者的说法来描述此类中介:“中介制性质,员工式管理”。

以往研究将劳动力市场中介划分为信息提供者、匹配者和管理者三种类型。信息提供者仅为劳动者提供招募信息;匹配者进一步承担了对应聘者的招募、遴选和晋升等职能;管理者则一般作为名义雇主直接雇佣工人,再提供给签订合同的客户,承担从人员的招募到培训、激励和监管等管理职能(Bonet et al., 2013)。换言之,信息提供者和匹配者与劳动者保持市场关系,帮助用工方解决劳动力供给的问题,而管理者则以法律雇主的形式与劳动者建立组织关系,帮助用工方处理劳动力供给和效用的问题。我国的家政公司是一种特殊的管理型中介,在与劳动者保持市场关系的基础上,对劳动者进行一定的组织控制,介入对劳动力供给和控制的双重管理。作为我国家政劳动力市场的重要参与者,这种特殊的管理型中介如何形成和运作,是特别值得研究的问题。

本文聚焦于北京家政服务中介,结合对大型家政公司的个案研究以及相关利益方的深度访谈、调查问卷和档案资料,探讨家政市场中管理型中介的运作机制和形成背景,剖析劳动力中介的运作方式与行业特点、政策环境的紧密关联,揭示高度私人化、女性化的非正规工作中劳动力中介控制的特点。本研究将在现实层面深化对快速发展的家政服务的市场环境、劳动力组织模式及其后果的认识,并在理论层面推进对非正规就业劳动力市场中介控制的学术探讨。

二、非正规就业与劳动力市场的中介控制

经济学侧重于市场效率视角,讨论劳动力中介如何减少交易成本、建构社交与商业网络、培养企业家冒险文化,帮助劳动力市场适应灵活就业变化(Benner, 2003);而社会学更多从劳动关系控制视角出发,揭示劳动力中介带来的社会后果。已有文献指出,以传统的劳动过程理论来分析劳动力中介对劳动者的控制忽略了第三方组织、劳动力购买的复杂性以及劳动力市场对工人的控制,由此提出了劳动力市场控制的概念,重点关注经由劳动力中介对非正规就业的劳动力市场控制(汪建华、张书婉,2019;朱江华峰,2021)。劳动力中介从多个面向形塑市场和控制劳动力,包括以“领工制”为核心的中介体系,包工头引入外协工人以实现劳动力置换,中介链条“返现”机制,劳动力中介控制市场的定价逻辑、制度逻辑和差异政治,中介对劳工移民身份的利用和控制,以及劳动力中介对职业化、收入差距、工人技能和福利的影响,等等(刘东旭,2016;贾文娟,2015;刘子曦、朱江华峰,2019;朱江华峰,2021;Benner,2002;Bonet et al., 2013)。

国际上对于家政中介的研究大多从跨国迁移的角度切入,这是因为近几十年来发达国家和地区的家政工越来越多地由来自第三世界的女性移民构成。不少学者透过“迁移基础设施”的视角(Xiang & Lindquist, 2014),探讨中介如何利用移民政策、嵌入移民网络、搭建运输通道为家政工提供情感支持,但切断劳工与工作地的连接(蓝佩嘉,2011;Brennan et al., 2012;Farris, 2020)。研究者还指出,尽管西方家政行业在中介推动下越来越市场化,但家政依然被视为低技能、低收入和低地位的职业,家政中介的繁荣并没有增加以移民为主体的家政工的福利(Farris,2020)。国内学者探讨了家政中介对家政劳动的互联网控制、职业化的推动以及突破劳动力市场分割的作用(马丹,2011;梁萌,2017;钱俊月,2022),但尚未系统研究家政中介对劳动力的组织和控制。

目前劳动力中介研究从组织形式、制度环境等角度比较了不同形式、地区中介的组织运行模式及结果,指出中介的介入程度和方式与行业特点以及市场、制度环境密切相关(朱江华峰,2021;Benner, 2003; Bonet et al., 2013; Brennan et al., 2012),但总体而言,对于行业属性如何影响劳动力中介的运作及劳动力市场的形塑和控制,学界尚缺乏深入研究和理论梳理。

本文通过对我国家政中介的案例研究以及与工业中介进行比较,揭示高度私人化、女性化的非正规就业劳动力市场中介控制的特性,概括行业属性及政策

环境对劳动力市场组织和中介控制的影响。分析聚焦于住家家政服务,出于两方面考虑:一是住家服务是家政服务的传统形式,也最能体现照料劳动私人化、女性化的特点;二是尽管白班和小时工等服务形式快速发展,但住家服务仍是当下家政服务的主要形式,在以流动人口为服务者主体的一二线城市尤其如此。表1从劳动性质、雇佣关系、劳动者主体和政策环境四个方面对我国工业和家政行业的内外部条件进行比较,凸显管理型家政中介运作的特点。

表1 工业中介与家政中介之比较

	工业行业	家政行业
劳动特点	公共性	私人性
	1. 标准化程度高、“去技能化” 2. 低情感嵌入、生产/生活二分 3. 公共场所,便于外部监管	1. 标准化程度低、“技能自然化” 2. 高情感嵌入、生产/生活重叠 3. 私人家庭,不便外部监管
雇佣关系 (雇主—中介—劳动者关系)	简单三角关系	复杂三角关系
	1. 机构用工 2. 中介作为雇主代理 3. 中介管理与法律雇主身份统一	1. 家庭用工 2. 中介与雇主的合作与竞争 3. 中介管理缺乏法律雇主身份
劳动者主体	性别无涉(默认男性)	中年流动妇女,兼顾养家和顾家
政策环境	默许去正规化(政府经济考量为主)	推动正规化(政府的经济与民生考量)
中介的劳动力 市场控制	工业中介: 以配合企业弹性生产为导向	(管理型)家政中介: 以获取市场主导权为导向
	策略上在现有的市场结构下以过程控制为主;以利益控制为主,辅以(利用现有的)关系控制	策略上兼具结构形塑与过程控制;兼顾利益和情感两个层面,兼具支持与约束双重作用

首先,在劳动性质方面,工业行业中的劳动具有“公共性”,劳动在公共场所进行,便于外界监管;生产标准化程度高,工人可替代性强;工作与生活相区隔(贾文娟,2015;刘子曦、朱江华峰,2019)。家政服务则具有“私人性”,劳动者在私人家庭工作,外界监管不易,高度依赖劳动者的能动性;家政服务的个性化和情感程度较高,劳动者(尤其是住家家政工)又与雇主家庭共同生活,其生活习惯、为人处世等方面构成了服务维系的基础(刘育婷、肖索未,2020)。因此,生活和情感管理是家政工作的显著特点,是家政服务顺利进行的前提。

其次,在雇佣关系方面,工业行业经由机构批量雇佣,通过劳动力中介降低招工成本和风险,满足弹性生产需要;雇主—劳动中介—劳动者之间的关系相对简单,中介通常作为雇主代理,以满足雇主需求为导向,如果中介履行管理劳动

者的职责,往往具有法律意义上的雇主身份(Benner, 2003)。在家政行业中,通常是家庭单个雇佣,其雇主身份具有模糊性,这一方面是因为家政劳动不直接为家庭生产利润,另一方面也与法律框架有关。在我国的劳动法规框架下,私人家庭不能成为劳动法规意义上的雇主,而是被界定为消费者。^①而家政公司为了降低成本、规避风险,也没有成为法律雇主,大多与家庭和家政工签订三方服务合同。因此,家政工名义上属于自雇者,雇主与家政工私下协议的自发市场也长期存在,这意味着家政中介不仅是雇主的代理,也是劳动力的竞争者。为了争取三者关系中的优势位置,中介对劳动者的控制不只是“约束/压制”,而同时具有“支持/拉拢”的面向。

再次,在劳动者方面,在工业行业中,劳动者的性别不是研究关注的重点,劳动者身份与家庭身份之间的张力并不凸显,现有的社会关系(比如家族、同乡或族裔关系)起到一定的劳动控制的作用(贾文娟,2015;刘东旭,2016;项飏,2012)。而在目前北京的家政行业中,劳动者绝大部分是中年流动妇女,需要兼顾养家和顾家,其劳动稳定性受到家庭责任的约制(肖索未、汤超萍,2021)。此外,她们自行来京,来源经历各异,分散在不同家庭工作领域,传统的“同乡控制”力量明显减弱。劳动者的性别身份既挑战了劳动稳定性,也影响了家政中介的策略选择,促成了性别化的情感关系结构被“移植”到劳动力市场的控制中。

最后,在政策环境方面,工业行业从较为正规的就业转向越来越灵活、非正规的就业,地方政府出于经济考量,往往默许去正规化的劳动实践(刘子曦、朱江华峰,2019;朱江华峰,2021)。与工业不同,家政劳动力市场的变迁则从“非正规”转向“半正规”。但与发达国家几乎完全由市场推动不同,在我国,政府出于民生和社会稳定的考量,通过政策和资金支持等推动家政行业正规化。这些政策产生了复杂后果,赋予了家政公司在家政服务市场中更为核心的位置。

由此,我国家政中介呈现不同于工业中介的劳动力市场的控制方式。总体而言,工业中介以配合用工企业弹性生产为导向“经营灵活性”,在现有的市场结构下对劳动力市场进行过程控制,以垄断就业机会和利益控制为主要手段,辅以利用现有社会关系进行关系控制。而管理型家政中介则以获取市场主导权为导向,形塑市场结构,将自身打造成市场中的中心角色,同时采取利益调节与情感整合相结合的手段进行过程控制,对劳动者既约束又支持。

^① 在一些国家和地区(比如中国香港和新加坡),法律明确规定了家庭的“雇主”身份并承担相应雇主责任。而我国《家庭服务业管理暂行办法》(2012)则明确规定,接受家庭服务的对象为消费者;对消费者的行为规范主要涉及要求履行合同、禁止侵权行为,关于劳动管理职责的规定少且模糊。

三、研究方法和资料来源

本文的分析资料来自作者和研究团队自2018年以来在北京开展的家政行业调查。^①在北京,家政公司是家政工找工作的重要渠道。2019年家政工问卷调查发现,北京有三分之二的家政工在公司注册,其中仅有1.6%与公司签订了正式劳动合同,其他大多为三方服务协议(萨支红等,2020)。

本文研究主要基于对北京一家大型家政公司J的田野调查。J公司是一家成立于2007年的大型家政公司,在全国共有近百家线下门店,登记在册的客户和家政工均有二三十万,公司内部设置了较为正式的家政工培训与管理制度。在北京工商登记的4000多家家政企业中,J公司属于十余家头部企业之一。公司主要提供住家家政工服务,包括母婴、育儿、家务、养老等类别。J公司的架构主要包括总部和门店。总部位于一栋写字楼内,共有大约80名工作人员,下设客服部、人力资源部、财务部、行政部、市场部、培训部等。门店从属于公司,接受总部的指导和管理,对家政工进行日常维护和管理。

J公司在北京有三十多家门店,覆盖北京所有行政区。大部分门店位于小区底商或住宅楼内,少量设置在商圈附近。每间门店配备包含店长和门店助理在内的4~10名经纪人。J公司在北京共有将近200名经纪人,都是公司正式员工,签订劳动合同,享受公司为其缴纳的五险,薪资主要采取业绩提成的方式。家政经纪人的工作内容包括家政工招募审核、岗前培训、客户需求评估、筛选匹配、面试撮合、合同签署、入户跟踪、辅导督导、矛盾调解、后续换人,等等。

2018年11月—2019年6月,三位调研员以实习生身份进入J公司进行田野调查。她们分别在总部的销售部、人力部和市场部工作了数月,并以实习经纪人等身份到不同门店调研。其中本文第三作者在一家门店做了四个月的实习经纪人,另一调研员在另一家门店实习了三个月,作为助理负责家政工招募和培训,第三名调研员在总部实习结束后于2019年11月—2020年1月到第三家门店调研。此外,研究团队还走访了J公司的另两家门店,参与了J公司组织的雇主见面会、情感疏导会以及年度大会等活动。

^① 家政行业调查包括对家政机构的实地调查、对家政工和雇主的访谈、对家政机构管理人员和相关政府官员的访谈和座谈、对家政行业政策文本的梳理,以及对家政工的问卷调查。研究团队成员包括北京师范大学社会学院硕士研究生杨伊萌、汤超萍、刘育婷、简逸伦、杨思佳、王选、王涵霏、丁羽翔,调查问卷研究部分由北京师范大学社会学院萨支红副教授负责,在此深表感谢!

除了对J公司的参与观察研究,研究团队对在京的46名家政工(主要来自J公司,包含母婴护理、育儿、家务和养老等不同工种)和45名家政雇主进行了不少于1小时的深度访谈,并与22位北京家政企业管理者(包括8家家政公司的12位负责人或高层管理人员、10位J公司门店经纪人)进行了访谈或小型座谈,还对3位北京的政府部门和家政协会官员进行了访谈。下文以J公司为案例阐述的管理型家政中介的运作机制在北京大型家政公司中具有典型性。^①

四、管理型家政中介的兴起及其市场和政策背景

保姆在我国是一个古老的行当。在解放前,大户人家请佣人打扫居所、照顾孩子。解放以后,等级化的家佣关系被清理,但保姆行当仍然存续,除了国家为高级干部和高级知识分子配备保姆处理家务外(Yan,2006),一些城市地区也存在小规模依赖熟人关系介绍的自发保姆市场,并延续到市场改革后(中国社会科学院社会学研究所“农村外出务工女性”课题组,1996)。1983年底,由北京市妇联和朝阳区人民政府成立的北京首家家政服务公司——北京三八家务服务中心(简称“三八家政”),开创了国内保姆市场的“中介”模式,为城市家庭介绍保姆,并收取少量中介费。之后北京妇联、街道以及总工会都开办家政公司,带有官方支持和公益的性质。20世纪90年代中期—21世纪初,北京也出现了一些关注流动妇女、促进低收入人群发展的非官方非营利组织。例如成立于1996年的打工妹之家和成立于2002年的北京富平学校,对从事家政服务的流动女工进行上岗前的城市适应、法律权益了解和劳动技能培训,并结合家政女工的现实需要,提供待工期间的住宿、业余活动组织、经验交流、法律维权等服务。

在北京,私营家政中介公司在20世纪90年代中期开始涌现,大多为中小规模,提供信息、人员匹配的中介服务。进入21世纪以来,家政服务进一步市场化。三八家政以及其他公益性质组织的市场占有率逐渐降低,私营机构快速发展。一批更大规模的家政公司开始出现,在不同区域设立连锁门店,实行统一的管理制度。这些大型家政公司保留了中介的身份,与雇主和家政工签订三方服

^① J公司所采取的“经纪人制”是家政公司组织结构的一种形式,即围绕特定订单由单个工作人员来进行客户对接、人员招募、签单、售后管理等一条龙服务,收入以提成为主。另一种常见的组织结构是“岗位制”,分为培训、招聘、销售、售后等不同岗位,由不同的人来承担。总体而言,本文提炼的管理型中介的运作机制对这两种组织结构都适用。

务协议,自我定位为“依法成立的具有相关资质的,以居间人身份为雇主和家政服务员提供家庭服务信息及撮合服务的家庭服务组织”。^① 但与传统家政中介相比,他们更多地对家政工进行管理,包括培训和售后管理(入户探访、辅导督导、纠纷调解、人员更换、解约)等。^②

管理型家政中介的兴起与市场环境的变化有很大关系。从需求一方来看,20世纪80、90年代的家政雇主多为社会精英和知识分子群体,对市场抱有一定的警惕,偏好刚从农村出来,未经市场污染、“一张白纸”般的保姆,便于自己调教(严海蓉,2010)。随着市场改革的推进,城市家庭收入增加,工作和消费模式转变,生活要求更为精细化,这带来了家政雇主规模的扩大和对家政服务要求的提升。当代的家政雇主工作忙碌、时间紧张,更习惯和拥抱市场化服务,期待相对现成、规范、专业的家政服务。一些受访者表示自己请家政工的原因是“花钱买省心”“专业的事情交给专业的人做”,还有受访者用“我每天上班这么累了,还需要我去教她”的说法来表达对家政服务“产品化”的期待。此外,很多受访者是“新手雇主”,阶段性地密集使用家政服务。他们相对缺乏寻找家政工的非正式渠道,更依赖中介的信息资源,也更看重机构的知名度和正规性。

在劳动者方面,农村外出务工女性是北京家政服务员的主要来源。在20世纪80、90年代,因为政策性限制等原因,年轻未婚打工妹是劳动者主体,她们主要通过政府组织或者老乡帮带来到城市。保姆是她们的第一份工作,也是“开阔眼界、学些知识”的机会,一些人也以此为跳板谋求更好的城市发展机会(中国社会科学院社会学研究所“农村外出务工女性”课题组,1996)。随着政策性限制的减弱和大规模人口流动的兴起,已婚已育的中年妇女逐渐成为北京家政劳动力市场的主力。调查发现,在京的家政工98.6%为女性,99.6%为外地人口,79.3%为农村户口,平均年龄49.6岁,76.9%为初中及以下文化程度,86.4%已婚,平均子女数为1.7个(萨支红等,2020)。家政工作是她们为留在乡村的子女和家庭获得经济资源的主要路径。由于其丈夫从事的往往是高风险和不稳定工作,家政女工的收入对家庭至关重要。与此同时,她们往往需要兼顾家庭照料职责。18.8%的家政工家中有未成年子女,另有22%的家政工家中有老

① J公司《家务服务合同》。

② 从家政中介发展的历史来看,目前私营大型家政公司“管理型中介”借鉴了早年非营利公益性家政组织(如富平学校)的工作内容,包括岗前培训、提供住宿、业余活动、经验交流、纠纷处理等。但二者存在很大差别。非营利家政组织主要从保障打工妹劳动和个人权益出发,为其提供帮助和支持,没有从这些服务中盈利。私营家政企业虽然借鉴了相关工作内容,但改变了内在动力机制并发展出相应管理手段,从家政女工需求出发的服务模式转变为维护服务关系、增加公司利润的管理模式。

人或病人需要照顾(萨支红等,2020)。因此,很多女工既要努力挣钱,又要返乡照顾家人,甚至有可能因为家庭照顾而中断工作(肖索未、汤超萍,2021)。

这种劳动力状况使家政中介面临一个重大挑战,即如何将来自乡村、文化程度相对较低、就业较不稳定的中年流动女性匹配给对服务质量有更高要求的城市家庭。为区别于传统家政中介“小乱散”的形象,大型家政中介往往以承诺提供更优质规范的服务为卖点,一方面为雇主提供安全可靠、训练有素的家政服务员,另一方面也通过后续服务,维系二者间的服务关系,并将此作为重要的盈利方式。

管理型家政中介的发展壮大也嵌入于特定的政策背景中。我国的劳动法律将劳动关系建立在社会化大生产的基础上,私人雇佣关系中的当事人不具有劳动法律关系的主体资格,家庭或自然人无法作为用人单位与家政服务员建立劳动关系(刘明辉,2011)。市场发展过程中出现了一批不甚规范的家政中介,服务过程频频出现纠纷甚至恶性事件,引发社会热议。政府出于民生和社会稳定的考虑,从21世纪初开始逐步推动家政行业的正规化。政府的意图是双重的,首先从满足城市居民的生活需求出发提升家政服务安全性和质量,同时以机构雇佣为前提确立劳动关系,推动劳动者的权益保障工作。因此,政府将家政企业作为推动产业正规发展的主体,在政策法规和资源供给方面,家政企业成为主要扶持对象,并且逐渐向大中型企业倾斜。

家政行业正规化在实施上主要包括两方面,一方面是通过推动职业化来提升“服务正规化”。例如,将“家政服务员”纳入国家职业目录,修订颁布《家政服务员职业技能标准》《育婴员国家职业技能标准》等职业技能等级标准,这些标准很大程度上成为家政企业形塑家政市场的官方依据。此外,通过政府项目投入资金开展家政工培训。培训款项来自扶贫、就业、养老等专项资金,而实施主体是具备一定规模的家政公司。^①另一方面,通过发展“员工制”来推动“雇佣管理正规化”,倡导家政企业与服务员签订正式劳动合同,缴纳城镇职工社会保险,提供培训和管理,以类似劳务派遣的形式进入家庭服务。这样既加强了对家政工的管理,又将家政服务纳入劳动法规之中,提升了对家政工的劳动保障。同时,政策还要求“以中介名义介绍家政服务员但定期收取管理费等费用的机构,

^① 例如,2016—2018年北京市商务局拨款4000万组织了大规模的家政工培训,招募了27家有一定规模的企业(拥有三家及以上连锁门店)进行培训,按每学员550~1100元的标准给企业发放补贴。2019—2021年,北京市由人社局出资、商务局组织了每年3万人的家政工培训,由具有培训资质的家政企业进行培训,经第三方检验合格后,按每学员2000元的标准给企业发放补贴(北京家政协会访谈资料,20211216、20220425)。

执行员工制家政服务机构的劳动管理规定”^①。

职业化的倡导得到家政企业的积极响应,但员工制的推行阻力重重,其主要原因是签订劳动合同和缴纳劳动保险会增加企业的成本和风险,政府支持的可行性与可持续性不强,且劳动法规的要求与家政行业的特点之间存在张力。在此过程中,家政企业对政策进行了选择性实施,“签订劳动合同”“缴纳社会保险”和“支付劳动报酬”未被有效贯彻,而“签订正式协议”和“提供培训和管理”则得到较为广泛的推广。企业在不承担家政工劳动保障的前提下强化了自身的管理者角色,并最终促成员工制在政策层面的意义转折。2019年《国务院办公厅关于促进家政服务业提质扩容的意见》拓宽了2010年《国务院办公厅关于发展家庭服务业的指导意见》所界定的员工制的范围,包括“与其签订服务协议,家政服务人员可作为灵活就业人员按规定自愿参加城镇职工社会保险或城乡居民社会保险”。^②由此,员工制很大程度上失去了对家政工劳动保障的意义,演变成“用组织管理替代制度保障”的模式(钱俊月,2022)。在此模式下,家政公司在不承担雇主责任义务的情况下,获得了管理家政工的政策许可。

五、管理型中介的运作机制

在上述市场和政策环境下,家政公司转变成管理型中介,建构自身在家政市场中的主导权,控制劳动力的市场交易和劳动过程,一方面提升服务稳定性和用户满意度,另一方面增强劳动者的粘性和依从性。管理型中介的运作机制包括三个部分:首先,“会员制”的制度设计赋予雇主“消费者”定位和自身“家政工管理者”的角色,中介置身于雇佣关系的中心环节;其次,通过“制造匹配”作为利益调节机制,家政公司形塑差异化市场,提升服务价格,创造议价空间,同时把控定价权和议价资格,干预家政工和雇主协议的过程,影响家政工的工作获得,从而激励并约束家政工通过公司获取更好的工作机会;最后,以“打造娘家”为情感整合机制,家政公司移植和转化性别化的家庭结构与功能,安顿并规训家政工的生活与情感,一方面帮助雇主生产和维系合格的服务者,另一方面获得家政工的认同与依赖,尽量在与雇主的竞争中保持优势。这三重机制相互关联,在制度

^① 《国务院办公厅关于发展家庭服务业的指导意见》(国办发[2010]43号)。

^② 《国务院办公厅关于促进家政服务业提质扩容的意见》(国办发[2019]30号)。

设计的基础上,利益调节和情感整合相互配合。雇主—中介—家政工之间的复杂三角关系是家政中介劳动控制的基本背景,使之兼具支持与约束的双重性,而家政劳动的私人化、女性化特质也促使家政中介不仅需要进行利益调节,而且高度依赖情感整合。图1呈现了本文的分析框架。

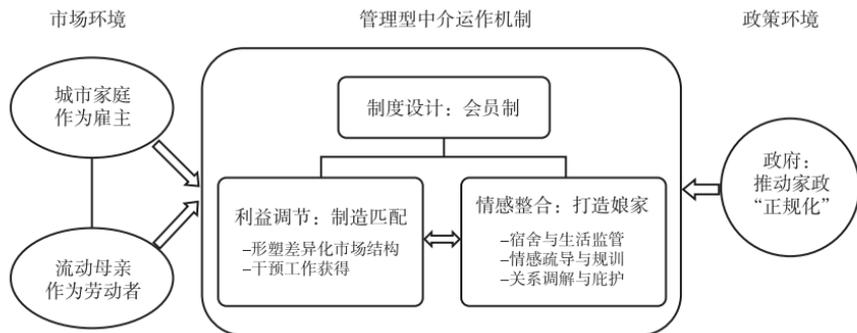


图1 分析框架

(一) 制度设计:会员制

与传统家政中介只收取一次性介绍费不同,会员制向客户和家政工双向收取服务费。通常的情况是,一旦签署三方服务协议,雇主和家政工就自动成为家政公司的会员,缴纳会员服务费。公司承诺在合同服务期内提供培训、调解、调换、再培训等服务。服务期满后,如有意继续使用,则需续约。

家政工和雇主都被叫作“会员”,但无论在三方协议还是具体操作中,家政公司都对二者区别对待。来自雇主的服务费是公司收入的主要来源,因此家政公司为雇主提供“代理管理”,将其定位成“消费者”,提供“打包服务”,既包括传统中介的劳动力招募、匹配,又加入了服务质量控制。

对于家政工,会员服务则是“委托管理”,家政公司成为家政工的管理者,实施所谓的“员工式管理”。服务协议里强调公司对家政工的劳动内容、过程、方式的监管,并要求雇主配合家政公司,让家政工接受监管。例如,J公司三方服务协议规定公司“有权向雇主询问、了解家政工的工作、生活情况”,要求雇主“支持家政工参加公司组织的文化、技能培训,以提高服务质量”。公司有权召回家政工或解除合同,相关情况既包括家政工劳动权益受到侵犯(如雇主未按时支付费用、要求的工作内容损害家政工身心健康等),也包括对公司的管理权的强调(如雇主教唆家政工脱离家政公司的监督指导)。

会员制意味着家政公司转变经营策略,扩大盈利规模。首先,在服务模式上,

家政公司从提供信息、撮合关系为主转变为以生产维护家政服务稳定性为主。收费从传统中介制中固定数额的中介费(通常占家政工月度服务费的10%~20%),转变为管理型中介中常见的与家政工佣金挂钩的年度服务费(占家政工月度服务费的100%~120%),服务费收入显著增长。其次,家政公司在原先的依靠增量(即新成交的服务关系)盈利的基础上,增加了从存量(即已经存在的服务关系)盈利的途径,从而提升家政公司收入的稳定性与持久性。换言之,会员制改变了传统家政中介按次收费、短期交易所存在的利润较低、高度依赖市场拓展等问题,以按服务时间、长期交易的形式提升了利润和稳定性。

从雇佣关系上来讲,会员制维持了雇主—家政公司—家政工三者之间的市场关系,免去了家政公司作为法律雇主所需承担的用工成本与风险,但又增加了其管理劳动者的合法性。与传统中介相比,会员制提升了家政公司在三角关系中的地位,使其处于持续介入家政服务关系的中心位置,但家政公司与二者的关系也进一步复杂化。家政公司作为雇主代理人的角色得到扩展,不仅招募、筛选劳动者,而且介入对劳动过程的管控。家政公司需要维系雇主与劳动者之间的美好关系,保障服务顺利进行;但如果二者建立了足够信任的私人关系,就可能摆脱公司私下达成协议,那么家政公司就失去了获利机会。因此,家政公司需要尽力确保劳动者的忠诚,让他们愿意长期通过公司与雇主建立服务关系。表2概括了传统家政中介与管理型家政中介的差异。

表2 传统家政中介与管理型家政中介之比较

	传统家政中介	管理型家政中介
服务范围	劳动力招募撮合	劳动力招募撮合、培训管理、更替
收费形式	按次收费	按服务期收费
盈利模式	促成新的家政服务关系(增量)	生产、维系家政服务关系(增量+存量)
对劳动者的控制	劳动力市场交易	劳动力市场交易+劳动过程
与雇主的关系	合作+(签约前)短期竞争	合作+长期竞争
家政市场中的位置	辅助(信息提供和匹配)	中心(长期介入的管理者)

(二) 利益调节:“制造匹配”

家政公司通过“会员制”的制度设计赋予自身在非雇主的身份下进行管理的合法性,但家政服务协议的法律模糊性大,违约成本低,制度化约束力量弱,往往只起到底线震慑的作用。在实际运作中,利益调节是家政公司进行劳动力控制的重要机制,但不同于工业劳动力中介常用的“返现”等手段,家政中介采取

了包含结构和过程两方面、兼具支持与约束作用的利益调节机制,我们概括为“制造匹配”。具体分为两个部分:一是在结构方面形塑差异化市场,通过将家政工技能显性化来提升服务价格,并且实行差异化定价,打造议价空间;二是在过程方面干预工作获得,把控定价权和议价资格,干预家政工和雇主的协议过程,影响家政工的工作机会和条件。下面分别详述之。

1. 形塑差异化市场结构

大型家政公司重新打造了家政市场的结构,原先价格扁平的保姆市场转变为分类分级的差异化家政服务市场。家政公司制定了不同类别、不同等级的服务内容和标准,作为定价的依据。原先模糊的保姆行当被分为四大工种:母婴护理(月嫂)、育儿、养老、家务,不同工种价格不同。2019年,J公司提供的住家服务中,母婴护理的起步价为每月9800元,育儿的起步价为每月5000元,家务的起步价为每月4500元,养老的起步价为每月4000元。不同工种内部还区分不同等级,对应不同的薪资水平。表3显示了2019年J公司住家育儿嫂的定级标准。

表3 J公司育儿嫂星级评定标准(2019年)

星级	工资水平(元)	所需技能
一星	5000 ~ 5500	掌握拍嗝方法、洗澡、了解奶粉冲调入口温度、更换纸尿裤、腹部抚触
二星	5500 ~ 6500	懂得辅食添加的时间及条件、育婴的五大领域(大动作、精细动作、语言、认知、社会交往)、蛋黄的添加时间、被动抚操、宝宝气管异物处理的方法
三星	6500 ~ 8000	设计一周食谱、根据宝宝月龄设计游戏、培养睡前仪式感、表演手指谣及讲故事
四星	8000 ~ 10000	说出幼儿发展5个敏感期,制定个性化早教方案,了解科学育儿理念,会古诗或音乐创编

从表3可以看出,在育儿嫂中,最低(一星)和最高(四星)等级的价格相差一倍。从制度设置来讲,定级的依据是知识和技能,操作中一般转化为简单直观的依据——证书和工作经验(年限)。例如,J公司育儿嫂起步价为每月5000元,若拥有职业资格证书(育婴师证),可增加500元,在此基础上再根据工作经验及技能定级增加。如有五年经验、有证书的育儿嫂可定价为每月7000元。

由此,家政公司改造了家政市场的结构,并提升了自身的地位。鉴于照料劳动往往因技能“自然化”和“女性本质化”而被市场贬值(England, 2005),大型家政公司所实行的“分类分级”定价具有两方面的作用:一来通过“技能显性化”提升了家政服务的市场价格,二来形成了差异化的市场,为服务议价提供了结构性

可能。在这个过程中,家政公司作为服务标准和价格的制定者,高度影响了原先由供需关系主导的定价方式。换言之,家政公司成为制定家政服务“行情价”、影响实际交易价格的重要主体。此外,家政公司将中介服务费与家政工的服务费直接挂钩,建立起二者之间的利益共同体。差异化的家政服务市场的建立为家政公司干预家政工的工作获得提供了结构性可能。

2. 干预工作获得

在“标准化”生产劳动的行业中,中介招募工人往往只计人数,而不在意工人的技能和个人情况(刘子曦、朱江华峰,2019)。但在家政服务业中,雇主的需求具有私人化特点,需要进行匹配。匹配过程主要由经纪人把控,是家政公司干预控制家政工工作获得的重要环节。下文先简要介绍J公司的匹配工作,再分析匹配过程的“约束”和“支持”面向。

首先是家政工的招募,分为两种。一种是无订单状态下的“储备招募”,家政公司通过宣传推广、老乡介绍等方式吸引待工者到门店注册登记,等待派单。另一种更为常见,即在有订单的情况下“定向招募”。J公司规定,经纪人在有订单的情况下,可以联系在公司登记的任一阿姨。为了快速匹配,经纪人广泛撒网,一边联系公司资料库里的阿姨,另一边通过微信群、朋友圈等扩散信息,吸引有兴趣的家政工主动联系,包括之前未在公司注册的家政工。经纪人查看应聘者发送的简历进行初步筛选。

通过初筛后进入面试考核,主要分为两部分。一是个人情况核实,包括身份和身体状况核实。经纪人复印留存家政工身份证,把身份信息录入与公安机关联网的公司后台,核查家政工的案底情况,同时查验家政工的体检证明。二是技能考核,考核内容因工种而异。针对家务员,经纪人会让其演示或描述擦桌擦地,询问红烧肉、清蒸鱼等常见菜品的做法;针对育儿嫂,经纪人会询问如何给小孩子洗澡、抚触、添加辅食等。为确定工作经验的真实性,经纪人还经常追问细节,比如前客户家的小区、宝宝名字、喝什么奶粉,等等。经纪人还会询问阿姨的家庭情况、父母健康状况、丈夫工作状况、孩子年龄及结婚打算等,以此考察面试者的工作稳定性。家政工的非言语行为(例如着装打扮、行为举止)也会被留意,作为评价的一部分。根据考核情况,经纪人对家政工进行“定价”。

在考核定价后,雇主面试前,经纪人会对家政工进行培训,指导其如何在雇主面试中表现得当。培训包括三方面,一是外表整饰,让家政工换上整洁干净的衣服,不能太暴露,不需太时髦,简单朴素最好;头发、指甲打理干净,不能化妆。二是面试礼仪,训练家政工坐在凳子的三分之一处,不能靠椅背或跷二郎腿,与

雇主要有眼神互动,不能死盯也不能游离;三是语言表达,督促家政工练习自我介绍,直到能够流利说出姓名、年龄、籍贯、学历、工作经历和特长。之后,经纪人安排雇主和家政工面试,如双方满意,则签订三方协议。

在匹配过程中,家政公司对女工的约束性集中体现在对服务价格的控制上。在自发或传统中介的家政市场中,价格主要由雇主和家政工自行商议。但在管理型中介的介入下,定价权很大程度上掌握在公司手里。经纪人根据对家政工经验技能的考察,结合对其市场竞争力的判断(例如年龄、籍贯、外貌、性格等)进行定价。即便有工作经验的家政工,再次上户前也会被重新考核定价,与家政工的预期(依据上一户的价格)往往不完全一致。

此外,家政公司垄断了议价机会。经纪人全程参与面试,雇主和家政工的谈话内容限于工作内容和要求,价格只能经纪人谈。公司禁止签约前家政工与雇主交换联系方式,私下沟通,并取消了之前常见的“试工”做法。

家政公司对家政工的支持首先体现在各种培训上。J公司提供免费的面谈培训,帮助家政工摆脱农村妇女的形象,使其看上去“像”经过职业训练的劳动者,贴近城市审美,又有“干活的样子”,从而营造出一种感觉——J公司的家政工“素质高”,配得上高价格。在免费培训之外,家政公司也组织收费的技能培训,帮助家政工获得制度化认证,提升价格。J公司开设了母婴护理师、高级育婴师、家庭早教师、养老护理员及家务员等培训课程。培训时长一周左右,提供食宿,收费在2500~5000元。培训结束后,公司对学员进行面试和实操考核。尽管家政工的考试表现参差不齐,但基本都会被授予相关证书。

其次,支持也体现在签单过程中的积极撮合。为了促成签单,经纪人常为家政工美言,游说雇主,甚至打破规定以便利双方。例如,刘经纪人在育儿嫂与雇主视频面试后,注意到雇主的一些顾虑,她特意给雇主留言介绍阿姨上户经验和客户好评,并且不惜违反公司规定让阿姨去试工。这种竭力撮合大多发生在相熟的经纪人和家政工之间(田野观察资料,20191102)。经纪人还会隐瞒或谎报非关键细节(例如年龄和婚姻状况)以促成交易。例如,严经纪人有个家务订单,但符合条件的孟阿姨年龄超标。严经纪人跟雇主解释:孟阿姨为了方便上户口把年龄改大了5岁。解释从经纪人口中给出,获得了雇主的认可。签约之后,严经纪人不断叮嘱阿姨“千万别说漏嘴”(田野观察资料,20190518)。

(三)情感整合:“打造娘家”

家政工作具有私人性的特点,劳动者往往与雇主家庭共同生活,二者之间需

要建立信任、依赖等情感关系,这既是家政工作开展的前提,也影响着雇主一家政公司一家政工之间的三角关系。因此,如何管理家政工的生活和情感,使其既能顺利进行服务,又能保证公司与家政工关系的优先性,是管理型中介运作的另一重点。家政公司利用劳动者的女性身份和经验,通过“打造娘家”来进行情感整合,移植转化传统父权制中“娘家—婆家”的二元结构,重新打造三者间的情感关系,把公司塑造成与家政工情感一体的“娘家”,而雇主则被置于文化想象里“婆家”的位置,不管相处得多好,永远是外人。

一方面,公司高度介入雇主与家政工之间的关系建构,强调二者之间的界限,家政工既是雇佣关系中的劳动者,从亲疏关系来看也是“外人”。J公司家政工职业规范中的第一条即是“雇主永远是雇主,不要忘记自己是外人,不要忘记自己是阿姨”,要求家政工“与雇主分餐吃饭”“不要参与雇主的私事和家庭矛盾”。在日常交流中,经纪人也提醒家政工:“别听雇主在你们面前都说好,你们不知道他们是怎么跟我们说的,不然怎么有阿姨莫名其妙就下户了?”(田野观察资料,20220806)另一方面,J公司宣称自己是家政工的“娘家”,把上户叫做“嫁出去”,来门店休息叫“回娘家”,与雇主产生矛盾先“找娘家”,资深的经纪人还把家政工称为“孩子们”。

公司作为“娘家”兼具管束和庇护的双重面向,一方面安排和管束家政工的日常生活和情感表达,使其符合“公司/娘家的规矩”和“雇主/婆家的要求”,另一方面为家政工提供应对雇主/婆家所需的支持和庇护,从而获得家政工的认同和依赖。“娘家”的运作高度渗透到家政工的生活和情感中。下文将从“宿舍与生活监管”“情感疏解与引导”和“关系调解与庇护”三部分展开论述。

1. 宿舍与生活监管

J公司一般在门店设置宿舍,成为会员的家政工缴纳少量费用便可住宿。大部分门店是在居民小区里租用的两居或三居公寓,客厅作为日常办公和会客区,房间作为住宿休息区。每家门店安排1—2名住店经纪人。J公司的经纪人绝大部分是女性,平均年龄在40岁以上,不少也是北漂。经纪人和家政工的宿舍分设不同房间,经纪人的宿舍有上下铺和衣柜等。家政工的宿舍或安排上下铺,或直接用防潮垫打地铺,储藏室设有货架存放大件行李。

门店宿舍解决了以流动妇女为主的家政工在待工及休息日的住宿需求,也一定程度上成为限制劳动力流动的手段。例如,当经纪人面试时发现家政工有签约意向,会尽力留其在门店住宿,避免被其他公司抢走或与雇主私签。但相比于工厂宿舍的“压制式”管理(任焰、潘毅,2006),家政公司刻意将宿舍“家庭

化”。J公司鼓励家政工常“回娘家”——在上户休息日或待岗期间回门店,强调住公司宿舍比在外租房或借住老乡家更安全、实惠和方便。门店经纪人会组织在店的家政工一起做饭聚餐,并常在吃饭前表示关心:“我今天特意多买了点菜,加了肉,好让你们回娘家补补身子”(田野观察资料,20190526)。

门店严格管束家政工住宿期间的私人生活。宿舍规定晚上9点后不能外出,10点熄灯;不能喝酒、抽烟;不能交流“偷奸耍滑”的伎俩。对于违规者,店长往往予以家长式的管教。例如,有着十余年从业经验、年过50岁的门店店长郑经纪人经常自诩为“大家长”,对阿姨们很严厉,因为“得有人镇得住她们”。一天晚上,一位阿姨以倒垃圾为由下楼。郑经纪人多次电话叫回未果,便锁了门,“其实也没睡着,担心她呢”。半夜阿姨回来敲门,郑经纪人故意不理睬,以示惩罚。直到阿姨用力砸门,郑经纪人才开门将醉酒的她拽入宿舍,喝令“不许说话,赶紧睡觉!”(郑经纪人访谈资料,20211120)

如果说工厂宿舍是劳动控制从生产领域渗透到生活领域,使工人的再生产活动从属于生产活动,那么家政服务本身就围绕再生产劳动,劳动者的生产与生活高度重合,这使得公司有理由以考察和培训的名义监管家政工的生活。家政工在门店期间被要求打扫卫生、做饭收拾等,这被视为持续的实操练习。经纪人会观察家政工的卫生习惯、个人品行、劳动技能和态度等,彼此口耳相传,甚至写入公司资料库。来订单时,规矩、勤快、不惹事、能吃苦的阿姨会被优先推荐;而如果家政工在经纪人中造成负面印象,例如挑剔、脾气大,则会处于较长的待工期。

经纪人虽以雇主的眼光来考察,但日常相处中会以自己人的身份跟阿姨结盟,通过观察和拉家常来了解后者的“底牌”,常见的说辞是:“我了解了你的情况,才能帮你找到合适的雇主”,同时提供有针对性的建议和帮助。例如,有些阿姨有口臭,经纪人会推荐有效的药物;有些南方阿姨不会做面食,经纪人会安排擅长面食的阿姨教大家;有些离异的阿姨发愁如何应对雇主询问,经纪人会教委婉转移话题的方法。一些阿姨曾抱怨公司对住宿生活的严格安排,“我们回来是来休息的,不是来干活的”,资历深的阿姨则会安抚:“如果你不干活,经纪人怎么了解你,怎么帮助你,给你推荐用户呢?”(田野观察资料,20220806)

2. 情感疏导与规训

家政工作包含大量的情感劳动,尤其住家家政工长期处于精神紧张状态。2019年北京家政工中32.1%需要经常情绪调适,16.4%存在抑郁症状(萨支红等,2020)。家政公司高度介入家政工的情感再生产。为了维护服务关系,

公司将忍耐作为家政服务意识的基础。J公司的会训强调“忍耐、忍受、坚持、百忍成金”，经纪人也直言：“阿姨卖的就是受气的钱”（田野观察资料，20181222）。因此公司所给予的娘家支持，核心在于安抚转化劳动者因忍耐产生的负面情绪。

家政公司会充当情绪调节阀，疏解家政工的情绪。门店宿舍为家政工提供相聚的空间，公司也鼓励她们彼此倾诉，“把心里的苦发泄出来”。因为相似的工作经历和母亲身份，家政工之间很容易“破冰”，即便不甚熟稔也会聚在一起闲聊，话题大多涉及工作和家里的烦恼，尤其是在雇主家受的委屈，“没法跟家人说”，而阿姨之间能“互相理解、互相安慰、抱团取暖”（田野观察资料，20181110）。

经纪人也会参与聊天，引导家政工按照公司希望的方式处理情绪问题。门店不定期开展岗中培训，内容之一就是让阿姨分享工作遭遇，进行集体讨论。经纪人也会单独跟阿姨谈心，在理解的基础上引导阿姨为了挣钱而忍耐。一次，育儿嫂杨阿姨抱怨雇主挑剔她，心理压力太大，经纪人安慰说：“你就是太敏感、太脆弱了，你想想你去人家家里是干嘛的，谁干活挣钱不受点委屈啊，只要他每个月按时给你发工资，你甭管别人说什么”（田野观察资料，20181223）。

除了门店日常疏导，公司还会安排仪式化的疏导活动。J公司基本每季度都组织几百人的服务者大会，安排认同公司理念、表达能力强的家政工上台发言，分享工作中的“感恩时刻”和“自我成长”。最能引发共鸣的是诉苦环节。一次大会上，孔阿姨上台绘声绘色地讲述春节替班10天的经历，雇主家孩子姥姥百般刁难，暗示不可能付春节三倍工资。孔阿姨说道：

我忍到最后一天，我必须忍。我要拿到钱我才能成功。就是那一刹那，我给她跪下了（哽咽）。我说“大过年的，来了认识一次也不容易，我给您跪下磕仨头吧”（听众哄笑）。我这一跪，她感动了（全体鼓掌）。当我下楼来那一刹那，再也忍不住了，就是那种嚎啕大哭，你知道吗！（哭腔）我点的这一份钱，直接打到我老公卡里了，这个钱是我磕了三个头挣回来的，给孩子，我过年没回家，我亏欠孩子的。姐妹们，记住这句话，我要百忍成金，我为钱而来的，总有一天我要站起来……我现在，其实已经不太想家了（笑）。因为我想家的时候，我到店里去，我见到一个姐妹，我把她抱起来。我觉得她就是我的家人。

孔阿姨面带微笑,眼含泪水,在座的阿姨也低头抹泪。这时公司高管引导全场高呼“孔霞,我爱你!”接着,在神秘园的音乐中,高管引导大家回想受过的伤害,阿姨们泣不成声。然后高管缓缓说道:“我们的客户让你们受尽了委屈,但他是我们的金主,我们要吞得下这个委屈,我们才能挣到这份钱!原谅别人,放过自己,拍拍身边的姐妹,告诉她,就让她对一次吧。一个真正的伟人,能放得下对错,原谅别人,我们的阿姨都是伟人”(田野观察资料,20190309)。

在这样带着集体欢腾感的诉苦仪式中,家政女工对个人经历的动情分享——在雇主家遭受的刁难、忍受的屈辱以及对家庭的责任和亏欠,转向对未来的期许和对公司大家庭的体认,让听众感同身受、百感交集。公司管理层又在情绪酝酿下采取集体表达、相互鼓励、价值提升等方式进一步疏导情绪,将忍耐的工作原则转化成自我成长的机会,并且营造起公司与女工之间的情感连接。

3. 关系调解与庇护

公司娘家还体现在对家政工与雇主之间的纠纷处理。如前所言,针对家政服务,我国法律对相关方的责权规定模糊,且以消费者定位来界定家庭雇主的责任。家政公司拟定的三方服务协议以契约形式约定了各方的权责底线。但家政服务在私人家庭进行,当发生纠纷时,一方面取证困难,诉诸法律成本高且结果不确定,另一方面很多纠纷与生活琐事相关,情境性强,正所谓“清官难断家务事”。因此,在实际操作中,家政公司往往将契约关系转化为人情关系,以“娘家人”身份来干预处理。

当家政工与雇主之间发生矛盾纠纷时,公司要求家政工第一时间“找娘家”,联系经纪人去调解处理。公司调解的出发点是维系服务关系,在安抚双方情绪的同时,更多从雇主角度出发,要求家政工忍耐或改变。例如刘经纪人处理的这一起纠纷:阿姨因为宗教信仰没按雇主要求给孩子生日做长寿面,雇主打电话投诉。刘经纪人一边顺着雇主吐槽阿姨,“不就让她做碗面条,这有什么的?”一边安抚雇主,“阿姨这边我去协调,你多担待”。第二天,阿姨也找刘经纪人抱怨。刘经纪人则是关心地问:“最近是不是工作太累啦,要不有空回来休息一天?”之后刘经纪人在门店安排集体培训,将个人问题转化为普遍问题来讨论(刘经纪人访谈资料,20211120)。

在家政工遇到雇主刁难时,一些经纪人会出面交涉,维护女工的底线利益。例如,郑经纪人有个老太太雇主经常找阿姨麻烦,频繁换人。一次,阿姨干了快一个月,老太太各种指责,约定4000元的工资只肯给1800元。郑经纪人专程上门,列举她无理辞退阿姨的过往,抓住她“好面子”的心理,说:“要是传出去,阿

姨在您家都干不过一个月,您也没面子啊”(郑经纪人访谈资料,20211120)。雇主最终妥协。

在特殊情况下,家政公司还会“护犊子”,帮家政工“挡事儿”。例如,一次雇主投诉阿姨偷东西,要求赔偿,并扬言报警。相关经纪人把阿姨叫到门店,仔细盘问后,选择相信阿姨没偷,让阿姨先躲起来。第二天,经纪人打电话给雇主,表示阿姨不见了,“你说我们阿姨偷东西了,现在阿姨想不开了,说不定寻短见了……回头阿姨家里人来找,怎么办?我还得找你要人呢!”雇主听闻退缩,事情不了了之。经纪人此举是基于对双方的了解,阿姨在她手下好几年,她相信阿姨的为人,而与雇主的交往让她觉得对方并非通情达理,因此判断雇主错怪阿姨甚至可能为了赖工资“污蔑找茬”(李经理访谈资料,20211210)。

在家政服务中,由于诉诸正式渠道解决纠纷难度大,公司、雇主和家政工往往倾向于“私了”,介入调解的家政公司需要自行判断进行干预。公司庇护的前提是经纪人对涉事女工的充分了解、信任以及基于姐妹情谊的道义感。这种基于私人信任的保护尽管不常发生,但对于来自乡村、较为缺乏文化和社会资本的家政女工来说,具有重要的意义,会在家政女工之间口耳相传,成为公司庇护的重要象征。这也激励她们依靠公司,并与经纪人发展出私人情谊。

六、结论与讨论

本文通过对北京大型家政公司的案例研究,探讨了在高度私人化、女性化的非正规劳动力市场中管理型中介的形成背景和运作机制。家政中介在与劳动者保持市场关系的基础上,对劳动者进行组织控制,介入对劳动力供给和劳动过程的双重管理。家政公司通过“会员制”的制度安排,赋予自身“家政工管理者”的角色和持续介入服务关系的合法性;通过“制造匹配”进行利益调节,形塑差异化市场,创造议价空间,同时把控定价权和议价资格,促使家政工通过公司来获得更好的工作机会;通过“打造娘家”进行情感整合,移植转化性别化的家庭关系,规训家政工的生活与情感,生产和维系服务者的同时获得家政工的认同与依赖。三重机制互相配合,其微妙之处在于对家政工实现管理的同时,以服务之名、人情之义等手段摆脱雇主责任。

家政中介的管理化发展对劳动者产生了重要影响。从积极的方面来讲,管理型家政中介通过将照料技能显性化和推动培训等举措,提升了劳动者的市场

位置,尤其体现在技能、收入和相对雇主的权力方面。此外,大型家政公司的介入也更有利于为劳动者提供权益保障。但另一方面,管理型中介是家政企业在现有市场和政策背景下出于自身利益的转型,在不承担雇主责任的前提下对劳动者的管理,总体而言“重”组织控制而“轻”制度保障,对家政工的保护仅限于人身安全和底线经济利益,并且高度依赖经纪人的个人意愿、能力及其与劳动者的私人关系,缺乏推动系统性保障的动力。此外,管理型家政中介形塑的差异化市场迎合甚至强化了家庭的消费偏好和“向下倾斜”的照顾倾向,带来了家政工内部的严重分化,尤其体现为不同工种、年龄之间的不平等,使得部分家政女工(例如养老护理员和50岁以上的劳动者)处于极其弱势的位置。

本文深入分析了管理型家政中介的运作机制,为深化非正规就业劳动力市场控制的研究带来一些启示。首先,文章阐明了行业属性与非正规就业劳动力中介控制方式的密切关系。不同于工业中介,管理型家政中介对劳动力控制的核心在于获取市场主导权,进而控制劳动力的市场交易和劳动过程,由此发展出更为复杂的控制机制:采取市场“结构改造”与“过程控制”两种手段,兼顾利益和情感两个面向,兼有支持与约束双重作用。究其原因,这与家政服务的劳动特点、雇佣关系、劳动者主体以及政策环境密切相关。私人家庭作为雇主,劳动要求非标准化,加之我国政策中对家政雇主的消费者定位并以企业为主体进行行业正规化倡导,形成了雇主—中介—家政工的复杂三角关系,促使企业以建构市场主导权为导向,积极形塑家政服务市场;而以流动妇女为主体的劳动者和家政劳动私人化、情感化的特点,影响了中介的策略选择,高度介入对劳动者生活与情感的管理控制。

其次,本文凸显了性别化的社会关系如何被移植转化到非正规就业劳动力市场控制中。不少学者注意到关系控制已成为非正规就业劳动力市场的重要控制手段之一。本文进一步指出,不仅现成、具体的社会关系(例如同乡关系)可以被转化到非正规就业的劳动控制中,具有文化共识性的社会关系也可以被用于对劳动者的管理。将“娘家—婆家”二元结构中的娘家进行运作、移植、改造,应用到异质性的女工群体中,从而获得情感认同,是管理型家政中介进行劳动力市场控制的一个重要机制。这种机制调用了以中年流动妇女为主体的女性劳动者的生活经验、情感记忆和文化认知。

最后,本研究推进了对“生活”在非正规就业劳动控制中的重要性的思考。以往研究通常在“生产—再生产”二元框架下进行探讨,将生活场域控制视为生产场域控制的补充(刘东旭,2016;朱江华峰,2021)。随着服务业的兴起,大量

再生产活动从家庭转向市场,原先私人领域的无酬劳动变成公共领域中的有酬劳动。女性主义者批评了劳动研究中存在的“生产—再生产”二元对立的预设,指出了公私领域的重叠性,并深入探讨了再生产劳动的市场化带来的劳动内涵、形态、控制方式以及后果等方面的变化(李洁,2021;苏熠慧,2021)。本文进一步指出劳动者的生活具有生产性,并以多种路径被机构纳入劳动控制。家政工的工作与生活紧密关联,这刺激了机构对劳动者的生活场域进行全面控制,使其既成为家政公司利益调节的重要基础,也为公司进行情感整合提供了可能。

近十年来,互联网平台进入家政行业,不仅互联网起家的公司开始涉猎家政服务,而且传统的大型家政公司也都搭建了互联网平台,用于形象宣传、家政工和经纪人展示、视频面试、雇主下单预约、评价反馈等。根据我们的观察,互联网平台的算法控制以“派单”“评价反馈”等形式对家政服务市场产生了一定影响,主要体现在劳动标准化程度较高、互动性和情感性较低的工种上,比如小时工(梁萌,2017)。对于住家家政工而言,互联网技术主要是对传统线下控制方式的辅助,尚未构成新的实质性的控制方式,这很大程度上也与家政服务的私人性质、情感性特质对于私人信任的高要求有关。但近年来,一些资本高度介入、主打母婴服务、针对中高端市场的家政平台开始出现,平台经济在“技术化”和“金融化”等层面对家政劳动力市场的影响值得后续深入研究。

参考文献:

- 黄宗智,2009,《中国被忽视的非正规经济:现实与理论》,《开放时代》第2期。
- 贾文娟,2015,《双重大转型下的国有工业企业生产模式变迁——以A市南厂“入厂包工”模式兴起过程为例(2001—2003)》,《开放时代》第3期。
- 蓝佩嘉,2011,《再生产劳动力的新全球政治学》,《中国研究》第1期。
- 李洁,2021,《重新发现再生产:从“劳动”到“社会理论”》,《社会学研究》第1期。
- 梁萌,2017,《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》,《妇女研究论丛》第5期。
- 刘东旭,2016,《流动社会的秩序:珠三角彝人的组织与群体行为研究》,北京:中央民族大学出版社。
- 刘明辉,2011,《家政工获得劳动保障权利的障碍及路径》,《西南民族大学学报(人文社会科学版)》第5期。
- 刘育婷、肖索未,2020,《“干活时把雇主当家人,相处时把自己当外人”——住家家政工的雇主关系及情感劳动研究》,《妇女研究论丛》第4期。
- 刘子曦、朱江华峰,2019,《经营“灵活性”:制造业劳动力市场的组织生态与制度环境——基于W市劳动力招聘的调查》,《社会学研究》第4期。
- 马丹,2011,《北京市家政工研究》,《北京社会科学》第2期。
- 钱俊月,2022,《非正规的“正规化”:劳动力市场分割与家政服务企业——基于2019年四个城市的家政工人调查》,《妇女研究论丛》第1期。

- 任焰、潘毅,2006,《跨国劳动过程的空间政治:全球化时代的宿舍劳动体制》,《社会学研究》第4期。
- 萨支红、张梦吉、刘思琪、刘京、辛瑞萍,2020,《家政工生存状况研究:基于北京、济南被访者驱动抽样调查》,《妇女研究论丛》第4期。
- 苏熠慧、姚建华,2019,《“不稳定无产者”研究谱系及其当代意义》,《社会科学》第6期。
- 苏熠慧,2021,《性别与劳动研究:理论、概念与启发》,《妇女研究论丛》第1期。
- 汪建华、张书婉,2019,《劳动力市场中的社会控制:评〈全球“猎身”〉与〈流动社会的秩序〉》,《社会学评论》第4期。
- 项飏,2012,《全球“猎身”:世界信息产业和印度的技术劳工》,王迪译,北京:北京大学出版社。
- 肖索未、汤超萍,2021,《流动的母职:乡城迁移中的母职协商》,《妇女研究论丛》第2期。
- 严海蓉,2010,《阶级的言说和改造——劳心与劳力、性别与阶级》之二,《开放时代》第6期。
- 中国社会科学院社会学研究所“农村外出务工女性”课题组,1996,《农民流动与性别》,郑州:中原农民出版社。
- 朱江华峰,2021,《中介网络与劳动力市场控制——制造业灵活用工分析》,《二十一世纪》10月。
- Benner, C. 2002, *Work in the New Economy: Flexible Labour Markets in Silicon Valley*. Oxford: Blackwell.
- 2003, “Labour Flexibility and Regional Development: The Role of Labour Market Intermediaries.” *Regional Studies* 37(6-7).
- Bonet, R., P. Cappelli & M. Hamori 2013, “Labor Market Intermediaries and the New Paradigm for Human Resources.” *The Academy of Management Annals* 7(1).
- Brennan, D., B. Cass, S. Himmelweit & M. Szebeheley 2012, “The Marketisation of Care: Rationales and Consequences in Nordic and Liberal Care Regimes.” *Journal of European Social Policy* 22(4).
- England, P. 2005, “Emerging Theories of Care Work.” *Annual Review of Sociology* (31)
- Farris, S. 2020, “The Business of Care: Private Placement Agencies and Female Migrant Workers in London.” *Gender, Work & Organization* 27.
- Harvey, D. 1989, *The Condition of Postmodernity*. Cambridge & Oxford: Blackwell.
- Kalleberg, A. 2009, “Precarious Work, Insecure Workers: Employment Relations in Transition.” *American Sociological Review* 74(1).
- Vallas, S. 1999, “Rethinking Post Fordism: The Meaning of Workplace Flexibility.” *Sociological Theory* 17(1).
- Xiang, B. & J. Lindquist 2014, “Migration Infrastructure.” *International Migration Review* 48 (1_suppl).
- Yan, H. 2006, *New Masters, New Servants: Development, Migration, and Women Workers in China*. Durham: Duke University Press.

作者单位:北京师范大学社会学院(肖索未)

浙江大学社会学系(陈宗仕)

京东集团(杨伊萌)

责任编辑:黄燕华