

評論 香港 深度

## 「後職工盟時代」的香港工運：「大台」與「平台」，勞工爭取權益的未來何在？

「自發、後工會時代、無大台」的勞工抗爭模式，能取得多大成效？



2021年11月13日，香港，foodpanda 外送員的罷工，摩托車貼上罷工文宣。攝：Lam Yik/Reuters/達志影像

麥德正 | 2023-03-30

2021年11月13日，距離「香港職工會聯盟」（下稱：職工盟）[解散](#)已有40天。正當很多輿論認為，香港勞工運動因職工盟解散而受到重大打擊的時候，數以千數foodpanda外賣員因減薪和各種待遇的問題，發動了罕見的大罷工。

這次大罷工廣受社會關注，很多媒體有[深入報道](#)。一方面，作為近年新興工種的食物外賣員，其苦況首次被深刻披露，尤其飽受電子平台全面操控的剝削手段，令人驚訝；另一方面，職工盟剛解散，隨即就有大罷工，這意味著什麼呢？有媒體形容這是「後工會時代」、「沒有大台（核心領導）」的罷工。

這可以有兩個意思：一. 積極爭取勞工權益的職工盟剛解散，工人就隨即能夠擺脫對工會的依賴，自發罷工，而且搞得有聲有色；二. 隨著人們意識轉變及資訊科技的進步，搞工會和組織群眾的時代已經過去，勞工要爭取權益，事前不需要大費周章，只要網上出現契機，時辰到了，大家就會自動自覺站出來，自發罷工。從以上兩點，可以大致得出一個「後工會時代」的概括描述，就是，工會不再重要，縱使凋零，甚至解散，都不是什麼一回事。foodpanda外賣員大罷工，是否宣告了這個時代已經到來？

筆者在[上一篇文章](#)，初步分析香港罷工在什麼條件下產生，以及在什麼情況下會有發展及結果。本文將繼續將foodpanda與紮鐵兩場罷工作比較，探討被稱為「自發、後工會時代、無大台」的勞工抗爭模式。建議各位參閱[上一篇文章](#)，對照兩場罷工的其他背景資料。







2021年11月13日，香港，foodpanda 外送員舉行罷工。攝：Lam Yik/Reuters/達志影像

## 一、「無大台」罷工的土壤及導火線

現時香港勞動人口約380多萬，而解散前的職工盟屬下工會會員人數逾20萬，香港第一大規模的工會聯合組織「香港工會聯合會」（下稱：工聯會）超過41萬，假設雙方人數沒有重疊，則工會組織率大約是16%之多，即是十個打工仔女中，就有一、兩個是工會會員。如此的工會組織率，在國際上也不算低。可是，在香港「工會運動」之中，很多工會的組織力不強，沒有深厚的組織文化和動員能力，在爭取勞工權益方面顯得力量不足。有些工會有爭取權益的口號，但並沒有真正的行動，尤其是那些標榜提供服務和福利的工會，其「工會會員」往往只是名義上的，缺乏對工會的認同和了解，只是為了一些福利，給工會填報了一些個人資料，成為了工會會員而不自知。除非受到進一步、更多的福利驅使，否則他們不會響應工會的號召。至於那些只搞福利，不談權益，甚至連福利也不搞的工會，是否算在「工會運動」之中，值得商榷。

是以，很多香港人認為，foodpanda 罷工，以及其他形式的勞工運動也可以是「沒有大台」的。這類觀點認為，在互聯網時代，個人崛起，一切社會組織去中心化，組織群眾，建構團體等舉動，已經是明日黃花。取而代之的，是人們在互聯網上各類平台交流資訊，及提出意見和方案，再加一點帶有情感的評論，就可以發動社會議題。既然社會議題在互聯網孕育，偶發性地出現，難以預測，那麼，想知道有什麼趨勢，就在網上「睇風向」，若果有意想推動什麼，就要去「帶風向」，即利用各類網上平台，作出倡議和議論。

互聯網對人類社會有翻天覆地的影響，是不爭的事實。但社會議題並不是一刀切的，全都是沒有「大台」，蝴蝶效應地，從一片混沌中產生。看似是偶發、自發的事件，及網上的各種話題和現象，也不可能脫離各種客觀的社會因素，憑空出現。foodpanda罷工背後是有其歷史源流，及所謂「大台」的因素，並非如天氣現象一樣，可以脫離社會的脈絡，自然地發生。

首先，回顧香港外賣員抗爭的歷史。發生在小型外賣公司的，及名不見經傳的小工業行動不計在內，只計算業內兩大公司foodpanda和Deliveroo的中型（同時在香港少數地區發生）和大型（同時在香港多數地區發生）罷工，自2017年至2022年，五年之內就有七次。數量之多，是其他行業所罕見的。根據國際勞工組織2022年發表的《數碼平台勞工全球抗議分析》，頻繁的罷工和示威是全世界外賣行業的普遍現象，主因是工資問題。筆者身在香港觀察，認為外賣公司絕對地掌握算法控制權，隨時改變工資水平，的確是罷工的重要原因，再加上外賣員抗爭經驗的累積，更令罷工此起彼伏。

外賣員是一個高流動性的工種，歷次罷工的經驗是如何累積的？歷次罷工之間有沒有承繼及發展的關係？

其實，除了2021-2022年的三次罷工，其他的幾次罷工都可以說沒有直接的承繼關係，因為些罷工的動員網絡及領袖/代表團都完全不一樣，但它們之間肯定有間接的關係：一方面，雖然外賣員在行業裡流動進出不斷，但隨著這些罷工幾乎年年發生，罷工作為一種可行、可供參考的抗爭模式，為不少外賣員所認知；另一方面，歷年最積極投入罷工的外賣員，都是重視這份工作，在業內屬流失率較低的一群，他們或知道，甚至參加過之前的罷工，對此有經驗或見解，特別是在罷工期間參加過公開聚集的，是最積極的份子，甚至是領袖或核心的組織者。他們在行業中不在少數，素來不滿公司漠視外賣員權益，罷工的時候就是先鋒和主力。

很多曾參加罷工的外賣員都會指出之前罷工的不足之處，汲取教訓。2021年foodpanda罷工的其中一位外賣員談判代表，也有Deliveroo的工作戶口，2020年當Deliveroo外賣員，留意當時的罷工，他說：「上次Deliveroo罷工，大家很倉卒，談判代表沒有詳細的準備，即時就跟公司談判。最後，公司高層沒有作出任何承諾，我們的外賣員代表就跟他們在一堆薯片及飲品後面合照了事！之後還要讓照片廣傳，實在可笑！我們這次foodpanda罷工沒有犯上之前的毛病，我們有充份的談判準備，有嚴謹的文書工作，要公司作出肯定的答覆。」廣義來說，每次罷工，以至其他形式的工業行動的經驗，對於關注自身權益的工人來說，多少有承先啟後的作用。

# 香港外賣員罷工事件簿

罷工年份/ 持續天數	公司	原因	罷工地區	公開聚集 人數*	固定領袖 或代表團
2022/2天		減薪	中環等14區**	約250名	○ 但公司拒談判
2022/2天		減薪	——	約100名	○ 但公司拒談判
2021/6天		減薪	——	約300名	○ TG群組有一兩位管理人承擔多數統籌工作
2020/1天 包括按章工作與罷工		沒有事前通知而降低服務費底價，且訂單時有拖延	全港	約20名，於公司樓下	△ 15名代表與資方開會
2020/8天		取消底薪及減少訂單金額，推出「獎金」計劃，變相減薪	港島為主	約100名，於公司樓下	△

2020/2天



推行新制，減少全職外賣員的工時，以時薪計算薪金

上環、中環、堅尼地城、灣仔

約50名，於公司樓下



2020/3天



將外賣員從僱傭關係轉為自僱

全港

數百名，於公司樓下



\*每次外賣員罷工的確實參加人數難以統計。而外賣員公開聚集作為一種示威及遊說同業參加罷工的行動，其人數多寡，在一定程度上反映了罷工的實力和規模。公開聚集的人數以外賣員權益關注組及媒體資料為準。

\*\* 包括中環、金鐘、西營盤、堅尼地城、尖沙咀、紅磡、土瓜灣、荔枝角、深水埗、元朗、天水圍、東涌、沙田、大圍

資料來源：端傳媒綜合整理



端傳媒  
Initium Media

相比於外賣業頻繁罷工，2007年之前，紮鐵業並沒有罷工的先例，但有行業性的勞資協商。

1998年以前，工聯會屬下的「香港建造業紮鐵職工會」（下稱：「工聯會工會」）每年八月制定工資調整方案，向業內大承建商及大判商，如「保華」、「金門」等提出，獲接受便成為行業統一工資。但1998年各大紮鐵工程公司成立了「香港建築扎鐵商會」（下稱：商會）之後，即取代了「工聯會工會」的位置，向各大承建商及大判商提出工資方案，「工聯會工會」為保持其勞方代表角色，轉而以「商會」作為協商工資的對象，每年八月，就是議定行業工資的時候，一旦達成協議，則勞資雙方向業內所有從業員及僱主發出通告，成為全行業必須遵守的規則。

2007年7月，「工聯會工會」向商會提出了工人普遍的訴求，就是8小時工作及日薪950元。可是「商會」在8月5日左右明確表示反對，並提出日薪850元，10小時工作的方案。普遍紮鐵工人知道這消息，都十分憤怒。有消息傳出，說有工人堅持有950元日薪才開工，並遊說其他工友，而有「蛇頭」（工人組長）更開始策劃罷工，好些紮鐵工人已蓄勢待發，隨時響應。

8月7日「工聯會工會」召開會員大會，有百多名工人出席，他們都不滿資方拒絕工會提出的加薪方案，當中有工人建議罷工，一呼百應，紮鐵業勞資關係全面破裂，罷工隨即爆發。「工聯會工會」秘書即場表態，說罷工是工人自發的，表現了跟罷工不沾邊的態度。

緩和勞資矛盾的協商和諮詢機制有其局限，縱使紮鐵業有結構性的工資協商機制，當工人最逼切的權益問題不獲解決，工人對資方，以至作為其代表的工會失去信心，協商機制也隨之失效。這時候，工人採取工業行動，就是唯一的手段，而「工聯會工會」又不願意跟隨工人的行動意願，工人只好自行發動，自我組



織起來。

再看香港外賣業，兩家大公司並沒設立與外賣員協商的機制。foodpanda公司於2021年罷工之後，雖然揀選一幫外賣員出任「送遞團隊大使」，聲稱是與外賣員的溝通渠道，但大使們連基本的，收集普遍外賣員意見的目標也達不到；而公司在2022年進行減薪時，亦只是派出管理層人員到各區解釋，裝點門面。除此以外，若外賣員有什麼不滿，只能在公司的電子平台反映，多數都不獲跟進。外賣員的待遇和工作問題一直不獲解決，憤怒和抱怨累積，當罷工爆發，多達十多項訴求項目才有機會一次過提出，給帶上談判桌。



2007年8月10日，香港，紫鐵工人聚集在天光道抗議。攝：Ricky Chung/South China Morning Post via Getty Images

## 二、「台」在罷工中建立

罷工之前，紫鐵業仍然有勞資協商的時候，勞資雙方以「工聯會工會」及商會為代表，真的有「大台」。但是，當勞資關係全面破裂，工人聲音自下而上，要發動罷工的時候，作為「大台」的「工聯會工會」並不願意執行。最初幾天的罷工，有數以百計工人互相聯絡，一起不上班，到土瓜灣天光道工地聚集，到荃灣衝擊商會辦事處……正是「自發、無工會、無大台」的狀態。

當時罷工的工人都焦急和激動，既不信任「工聯會工會」，也不信任到來協助的職工盟、民間團體及政治人士。罷工工人處於原子狀態，焦急地希望工資立即上調，在強烈的情緒和願望驅動下，數以百計工人突然在中環雪廠街堵路，卻引起公眾輿論的反效果。雖然罷工的工人對此感到十分徬徨，但不甘心就此作罷。罷工第六天，職工盟介入，表示全力協助，增強了紮鐵工人抗爭的決心。之後，越來越多紮鐵工人罷工，要令到建築業癱瘓，以逼使資方接受訴求，也希望透過媒體，令公眾支持。顯然，工人要進行艱難而複雜的罷工抗爭行動，不能單憑自身一方面的力量，還需要職工盟和民間團體的協助。於是，在36日的罷工中，工人代表、職工盟和支援團體三方，一直合作無間。

罷工中不同場合選出的工人代表，往往是資深的，或勇於站出來說話及承擔的工人。每天的罷工集會現場，工人代表跟李卓人（時任職工盟秘書長及立法會議員）、梁國雄（時任社民連執委及立法會議員）和「幹事小組」商議，作出重要決定及討論策略。這就是紮鐵罷工的「大台」，是勞方的決策和領導核心。

「大台」中的「幹事小組」是職工盟和支援團體「街坊工友服務處」的幾個幹事所組成的工作小組，在工潮中擔任核心的工作，包括收集最新資料、對外發言、與警方聯繫、安排集會/遊行、聯絡支援力量和各方人士。這幾個核心幹事，加上一些非核心的工作人員，就是工潮中的參謀、秘書和雜工，在每天的罷工集會擔任司儀、負責管理物資、操作裝備、安排物流及人員交通、組織罷工糾察/宣傳隊。「幹事小組」是工人的參謀，但不能代替工人作為罷工的主角。所以，「幹事小組」的建議要跟工人商量，加以修改，才能執行。

每天罷工集會之後，「幹事小組」都會開會，檢討當天的行動，策劃翌日的工作，以及討論策略。開會之後，就要為明天的工潮行動做好所有準備工作。其中一大挑戰是制定每天的工潮行動的焦點內容，務求既能推進運動，激發工人士氣，又能爭取媒體報道，要中看又中用。

以上就是紮鐵罷工的「大台」的結構和運作。15年後的2021年，foodpanda外賣員罷工，工人代表、工會和支援團體組成的合作系統，與當年紮鐵罷工十分類似，是否「大台」重現？

再看國際勞工組織的《數碼平台勞工全球抗議分析》，當中指出，外賣員抗爭並不一定是無大台之下發生的，在北半球歐洲等地，多由工會發動，在南半球，大多數是由非正式的工人團體領導。2021年至今，職工盟解散之後的香港，尚有一些工會和關注勞工權益的民間團體存在，當發生罷工時，可以介入協助。

首先是工會。職工盟的屬會「飲食及酒店業職工總會」（下稱：飲食工會）一直派出幹事介入各類型勞資糾紛，從個別員工個案到集體事件，都十分積極投入。飲食工會所派出的幹事不多，通常是一、兩人，他們都有充足的經驗及有關知識，代表著工會去處理事件。從2017年開始，凡有外賣員罷工發生，飲食工會都有幹事接觸罷工外賣員，雖然從中吸收到加入工會的外賣員不算多，但在一些罷工中，外賣員都要求工會幹事協助，成為代表團的一份子，與資方展開談判。在2021年11月的foodpanda罷工時，縱使職工盟

已解散，飲食工會的幹事也不例外，成為了外賣員談判團的重要一員。

已解散，歐長上晉的軒輊也不例外，成為「外賣員談判團」的里安一員。

另外，「外賣員權益關注組」（下稱：關注組）是「香港基督教工業委員會」的工作小組，2021年10月成立，當中的兩、三名幹事在網上及外賣員工作區域活動，關注外賣員權益。關注組成立伊始，就在網上平台察覺到外賣員正醞釀罷工，便投入協助，包括整理外賣員的討論意見，綜合為資訊圖片及簡短的英文及中文訊息。

當foodpanda工人代表回顧2021年罷工，談到飲食工會和關注組的介入有什麼正面作用？他們都會指出：一. 工會幹事提供策略意見，而且聯絡了媒體；二. 關注組協助宣傳及其他文書工作，兩者都非常之重要。罷工爆發，一些積極的外賣員互相聯絡，走在一塊，跟工會幹事和關注組一起工作，目標就是：動員更多外賣員參加罷工，及在這個組合中選出代表團成員，制訂策略，與公司進行談判，令公司回應外賣員的多項要求。工人代表、工會、關注組三方組成這個無以名之的「台」，影響著罷工的表現，也決定了談判團的工作質素，直接影響談判的結果。只是這個「台」並不是很有控制力的「大台」，而是一個網絡式的「台」，筆者姑且稱之為「網絡台」。

受電子平台全面操縱的外賣員，互相之間是獨立個體，各自工作，身份均一。就foodpanda罷工來說，這「網絡台」的成員(工人代表、工會、關注組)只有橫向，而沒有上下從屬的關係，也沒有必然的責任承諾，大家就是憑信任、價值觀、使命感和特定的目標走在一起。大家之間沒有指令，誰在某方面富有經驗、有主見、有能力，就有影響力，例如在談判策略上，大家都聽工會幹事的意見；在組織行動上，要聽工人領袖的意見。

是次罷工只有一個「網絡台」，它要推進罷工，得以自己為中心，向工人群眾傳遞訊息和號召行動。由於這個「台」與工人互相之間也沒有上下從屬的關係，所以工人群眾不是「聽從」上面下來的指令，而是自己思考是否響應「網絡台」的行動號召。「網絡台」也從工人群眾的反應，得知其號召和建議是否符合大多數外賣員的意願，再進行策略調整。

「網絡台」在罷工中成立，號召整體外賣員進行罷工，及策劃與公司談判。其實，一些地區性的外賣員群體，早已組成了若干「台」。外賣公司將全港劃分為數十個工作區域，當中的外賣員為了互助和維繫感情而形成的人際聯繫網，組成了大大小小不同形式的「台」，筆者姑且稱之為「地區台」。「地區台」數量不均，有些地區完全沒有「台」，有些地區同時存在多個「台」，人數各異，從十幾人到幾百人不等。外賣員「地區台」各有不同的「風俗」、「文化」和「歷史」，日常的活動就是大家在網上群組交流有關工作的資訊，有的更交流生活資訊和聊天；有的不時舉行聯誼活動；有的更發動過小型罷工，及集體杯葛表現不良的餐廳，不給它們送餐。大多數「地區台」都有一些能夠維繫眾人的領袖或聯絡人。罷工時，這些「地區台」及其領袖和聯絡人，或會成為一方力量，呼籲同業參加罷工，積極投入的，更會在pandamart外聚集、示威，及會見記者，甚至發動車隊遊行。

外賣員都是獨立個體，各自工作，因職業工作關係，容易形成群體關係，組織工人組織，維繫感情，



外賣員都是獨立個體，各自工作，因日常工作關係，自發形成「地區台」；紮鐵工人在職場上依靠緊密的人際關係，需要團隊合作，產生了「蛇頭」階層。「蛇頭」平時是工業結構的一部份，在罷工時成為重要的力量。

「蛇頭」是扎鐵工人，擔任組長，在工地工作。「蛇頭」們工作能力高，而且人脈關係良好，有責任心。每當工程公司或扎鐵判頭需要扎鐵工人開工，就會聘用「蛇頭」，而「蛇頭」就會找來工程所需數量的「散工」扎鐵工人。「蛇頭」和「散工」都是公司或判頭的僱員，而「散工」作為「蛇仔」，受「蛇頭」指示和管理。「蛇頭」除了收工資，也按他屬下「蛇仔」的人數，每天向僱主收取每個名額數十元的「蛇頭費」。即是說，「蛇頭」帶來工作的「蛇仔」越多，他收到的「蛇頭費」越多。有些「蛇頭」有很多「蛇仔」，光是收「蛇頭費」已經夠豐厚，於是不用親手紮鐵，轉為管理「蛇仔」，監督施工。

跟其他的建築業工種一樣，扎鐵業的基層從業員的身份可以是浮動的，一個熟練的工人可以是「散工」或「長散工」（即公司的長期僱員），他在某些時候可以成為「蛇頭」，甚至承包工程成為「判頭」，昨日的從屬的關係，可以隨著特定的工作環境和人事關係而顛倒過來。然而，這樣的身份浮動性只存在於基層從業員，而一些有雄厚實力的「蛇頭」或「判頭」的身份和地位則是固定的，除非遇到重大變故，否則不輕易再成為「散工」或「長散工」。

身份固定的「蛇頭」大約有數十人，他們作為工人精英，是介乎基層工人與僱主之間的利益集團。他們與資方的關係千絲萬縷，但他們也是工人，有一般基層工人的境遇和情感。基於個人的價值觀念和利益關係，有的參與罷工，有的繼續找工人開工。參與罷工的「蛇頭」們有廣大的網絡，能夠發動工人參與鬥爭，也有可能受資方和各種利益關係的影響而改變態度，阻礙抗爭，甚至成為工人口中的「奸細」、「工賊」。

紮鐵罷工中的「大台」和foodpanda罷工中的「統籌台」都是工人代表、工會和支援團體三方組成，負責罷工統籌和勞資談判，可謂「核心」，而參與抗爭的紮鐵工人的「蛇頭」和外賣員的「地區台」，就是與「核心」關係十分緊密的罷工主力。

雖然這些「蛇頭」和「地區台」都是「核心」的鐵杆伙伴，但兩者性質有很大的分別：「蛇頭」制度和文化是工業結構的主要一環，涵蓋相當大部份工人。罷工的時候，「蛇頭」制度從工業結構照搬來應用，變成罷工的動員機制，因為工人平日對「蛇頭」有一定程度的信任、依賴，甚至服從，罷工時較容易受「蛇頭」影響；而外賣員各自工作，互相之間不必然有聯繫，亦沒有身份高低差異，縱使加入了「地區台」，也僅止於人際聯繫，參考同儕對罷工的意見，參加罷工與否，都是個人意願。foodpanda 公司在香港開業之初，認定與外賣員之間是勞資關係，設有外賣員「隊長」一職，他們除了遞送食物，還要負責管理屬下的一群外賣員。foodpanda 將外賣員全面自僱化之後，外賣員「隊長」已沒有昔日的管理層身份及權力，但一些外賣員對他們仍抱有一份尊敬和重視，他們對罷工的表態，或有多一些影響力，但不能跟紮鐵工人的「蛇頭」比擬。



2021年12月30日，一名外送員使用手機和應用程序管理訂單。攝：Miguel Candela/Anadolu Agency via Getty Images

### 三、大台、平台、科層、網絡

紫鐵工人在罷工期間已醞釀成立新工會，希望在罷工完結後，繼續與資方角力。罷工「慘勝」後，新工會成立，工人爭取權益的行動，由罷工抗爭轉化為組織工會，以集體力量為後盾，與資方談判，成為恆常的「集體談判」機制。新工會「紫鐵業團結工會」於2007年11月11日成立，是依法例註冊的工會，有正規的工會架構和規章。簡要地說，工會是合資格成員所構成的科層機制，有會員和選舉產生的領袖(工會理事)，以權利、義務、共同的目標和立場，維繫會員之間的關係，令工會具有代表性，這是被稱為「大台」的組織模式。工會會員責任上要繳交工會年費，依規章辦事，參加工會會議，處理工會事務。按工會的科層機制，處理事務要層層上傳，待工會理事討論及作出決定，再層層下傳，至落實執行。至於工會在實際運作時，其議事、決策和執行動力，是自上而下，還是自下而上，則視乎各工會的組織文化和所面對事務。

相較另一類型，俗稱為「平台」的組織模式，在網上盛行，就是在當下有共同目標和立場的人們，建立互相沒有從屬關係，沒有強烈責任約束的簡易架構或聯繫網。平台的參與者之間有一定共識，但不強調規章

◆ 參與和退山平台亦比較容易，左邊姓 姓是員工黨組成的「地區台」，及在2021年foodpanda外賣員

早，參與和退出十分比較鬆弛，有彈性。外賣員口吊組成的「地區台」，及在2021年foodpanda外賣員罷工期間成立的「統籌台」，就是「平台」的組織模式。

2021年foodpanda罷工完結，外賣員與公司談判亦完成，「統籌台」工作亦隨之完結，不再運作，形同解散。這場罷工以公司接受外賣員所提出的15項訴求為結束，但之後公司的改善承諾有一部份並未落實，大部份外賣員都認為事情並未完結。所以，曾參與「統籌台」的積極外賣員及關注組都沒有閒著，繼續保持聯繫，一方面探討外賣員的組織模式和方法，包括討論是否成立工會；另一方面，則繼續以「平台」模式進行組織，接觸任何願意爭取權益的外賣員，不論是「台」的領袖、聯絡人，或個別外賣員，嘗試建立一個互助及爭取權益的網絡。這個構想有別於香港一般工會的發展模式，一般工會都是呼籲工人加入工會，參與工會的活動，工會在科層架構之中開設職場支部或各類工作小組，展開組織工作。爭取勞工權益的積極份子們，無論建立網絡或工會，都力求最多勞工的參與和支持。參加平台或網絡的勞工，沒有多少權責，而參加工會的，就如上文述說，要繳費成為工會會員，並負有權責。一個工會的會員數量，就是工會代表性的指標，積極的工會對此十分重視，致力招募更多的勞工參加工會。

工業結構和工作環境對工人的組織模式有很大影響，由於外賣業的行業特性，外賣員工作時處原子狀態，與同業的關係處於網絡化狀態，其自我身份認定則游移在受僱和自僱之間，網絡化、平台化的組織形態當與之契合。而紮鐵公司聘用蛇頭，由蛇頭帶領工人，全都受僱於該公司，團隊式工作。那麼，紮鐵工人組成工會，以科層機制運作，而工會理事和積極會員中有蛇頭存在，維繫一般會員和招攬新會員，也是順理成章。

工會「大台」		網絡「平台」
規章	有正式和詳細的規章，須依規章辦事。	有簡易規章，或沒有規章。
成員	會員須繳交工會年費，有參與工會事務和領取福利的權利，同時有責任參加工會會議，及處理工會事務。	參加者按特定時刻和意願參與，權責不多。參加者加入和退出比較寬鬆，有彈性。
架構	代議民主式的科層機制，領袖（工會理事）經由會員選舉產生。	參加者之間沒有從屬關係，沒有強烈約束，架構簡易、扁平。
決策及執行	<div><p>工會理事</p><p>會員</p></div>	<div><p>參加者之間沒有上下關係</p></div>





領袖（工會理事）與會員有上下關係，處理事務要層層上傳，待工會理事討論及作出決定，再層層下傳，至落實執行。

#### 與資方談判

架構上可建立代表性，爭取與資方進行集體談判。

參加者之間沒有上下關係，決策多自下而上。按共識決策，自發執行事務，視乎其主動性。

按特定時刻和事件，與資方進行集體談判。

資料來源：端傳媒綜合整理



端傳媒  
Initium Media

與很多積極的工會一樣，「紫鐵業團結工會」的工作各式各樣，包括「硬性」的爭取權益和「軟性」的工餘活動，諸如：勞資談判、記者會、到工地追討工資、處理法律訴訟、遊行示威、聚餐、聚會……而foodpanda外賣員2021年罷工後，積極的外賣員及關注組都展開一連串爭取權益的工作，包括：關注組發起外賣員網上聯署，要求在疫情嚴重期間不上樓送遞；之後又向公司遞信，譴責foodpanda職員濫權毆打外賣員，並改善「分單」問題。有foodpanda外賣員車禍離世，積極的外賣員聯同關注組和「工業傷亡權益會」向公司遞信，要求提高工傷保障；又發起停工行動，要求啟德區屋苑提供泊車位……關注組亦舉辦「軟性」的外賣員聚餐。這一連串行動的源頭，可說是2021年的罷工。

基於2021年罷工抗爭及之後的組織工作，一群積極的foodpanda外賣員與關注組都積累了經驗，在2022年9月，深入地討論未來的發展。結果，foodpanda外賣員決定採取平台化，網絡化的組織模式，暫不成立工會。這「網絡」至今沒有正式的名稱，其他國家的外賣員亦有組成類似的無名網絡，有的自稱為「Collective」。這個「港版Collective」的建立與2021年的罷工有直接關係，如同紫鐵工人在罷工後成立新工會。新的「紫鐵業團結工會」成立後，與商會進行集體談判，而「港版Collective」則發動了2022年10月和11月的兩次罷工，目的也是要求公司談判。





2007年9月3日，香港，紫鐵工人從海港大廈遊行到長實集團總部靜坐抗議。 攝：Dustin Shum/South China Morning Post via Getty Images

## 四、怎樣的「後工會」？工會「大/平台」？

執筆之時，英國幾個大工會正進行10年來最大規模的罷工，反對通脹，要求加薪；法國各大工會也發動罷工，反對提高法定退休年齡。這些工會的大動作，對於「後工會時代」是否到來，似乎給出了一個確實的，否定的答案。

然而，一些本來就是勞工零散化的行業，似乎因為資訊科技的發展，勞工們變得更個體化，工會的組織工作更困難，香港的實例，就是飲食業、零售、文職等行業。再者，世界各地很多外賣業平台勞工，往往不依靠工會，自我組成富有彈性的非正式組織，採取自下而上的運作方式，不斷的發動罷工和示威。這些趨勢向工會提出了一個挑戰：當科技進一步發展，平台經濟（Platform Economy）更加擴大，傳統工會的組織模式和手法會否變得落後？「後工會時代」指日可待？

有意見指傳統工會的「大台」科層機制繁複，又要依規章辦事，工會越龐大，處事越要經工會機制重重批示，缺乏效率，不利會員參與，如此官僚化的運作，令工會會員選出來的領導層與基層會員和勞工大眾距離拉遠，工會決策往往自上而下，會員被動地受到動員，對於工會的內部民主、會員參與度、組織力和工作效率都不利。本來，工會科層機制的設立就是代議制，為了實踐民主，須遵從一些必要的運作程序。但若果工會「大台」科層機制過於繁複，行政處事繁瑣和僵化，就變成了行禮如儀的「走程序」，甚至忽略了一些重要的議題，那就當然要作出改善。那麼，有工會因應資訊科技發展及勞工意識的轉變，參考「平台」的機制，採取網絡化的組織手法，簡化科層機制和行政程序，放權給職場組織點，靈活地處理工會事務，以至降低工人參加工會活動的門檻，實在不難理解。鮮明的例子就是國際上活躍於外賣業的，很多新興工會，當中不少是平台/網絡形態的工會。這些實例告訴我們，工會不必然是「大台」，也可以是類似上文提到的「Collective」。「平台」和「大台」是不同的組織形式，兩者並沒有先天性的優劣差異，分別只在於因時制宜，把那種組織形式用於最適當的場合。



「後工會時代」於香港，還有一個意義，就是職工盟解散，工人再沒有工會可依賴，要爭取權益，就得靠自己。那麼，工人靠自己，可以做什麼？適值2022年9月，第二次foodpanda罷工前一個月，有學術團體公佈調查，數據顯示，香港有一半外賣員想加入工會。這當如何理解？

上文多次提及過工會，工會對於不同處境之下的勞工，有不同的意義。紫鐵工人罷工之初，因為重大挫折感及「工聯會工會」不支持罷工，對工會無望，之後接受職工盟協助，進行長期罷工。在這個階段，工會與工人之間，是支援者與受支援者的關係，主客分明。而紫鐵工人在罷工期間不斷思考，醞釀了建立工會的構思，罷工之後「紫鐵業團結工會」成立，工人們就是工會會員，就是工人擁有了工會，以主人翁的身份運作工會。「紫鐵業團結工會」與資方進行集體談判，並獲得成果之後，這個工會實力增強，並不斷協助未加入工會的工人，招募他們成為會員。這個時候，「工會」的意義，對於創會的工人和接受工會協助的工人，是有所不同的：前者認為工會是屬於他們的，後者認為工會是外在的。令工人願意加入工會，並加強對工會的歸屬感，至認為工會也是屬於他們的，是每一個工會發展和延續的必要工作。

2021年foodpanda外賣員甫罷工，飲食業工會和關注組就接觸了當中最積極的工人。而很多外賣員都分辨不出工會和關注組有什麼不同，總之有「外力」幫助，都是好的。罷工結束，好些外賣員都希望加入工會，可以獲得的幫助，其實，只要有「外力」幫助就可以，那管是工會、關注組或其他的名堂。紫鐵罷工36天，工人在長期罷工中培養了要建立「自己的工會」的意識，但foodpanda外賣員罷工每次2天，時間太短，未足以培養工會意識。本來，在罷工之初，紫鐵工人都分辨不出工會和到來協助的各個民間團體有什麼不同，但隨著罷工曠日持久，大家天天談著和想著罷工和勞工權益相關的事，最後認為必須靠自己努力，建立一個屬於自己的，真正的工會。（筆者題外話：有媒體記者來訪，問關注組這個「工會」如何幫助外賣員。「工會」這個概念在香港社會並不深厚，可見一斑。）

因為種種原因，香港很多勞工希望有工會或其他團體做靠山，有需要時可以尋求保障，又或者領取福利，但卻不想參與工會運作，更不想自行籌組工會。這種心態，就反映本文開首所說的現象：香港的工會組織率不低，但工會認知度、組織力和動員能力卻很低，有些工會以福利為招徠，爭取權益為口號，甚至連這口號也不提。當勞工視工會如救生圈、黃大仙一類的「外力」，縱使有多少人想加入工會，支持工會，都不等如工會俱備真正的實力。

積極爭取權益，與關注組有聯繫的foodpanda外賣員決定採取「網絡」組織模式，暫不成立工會，這除了上文談及的原因，外賣員也考慮到，政府對工會的監管所造成的壓力。香港有數以百計工會，但有勞工考慮是否成立工會時有所擔憂，這也是「後工會時代」於香港的獨特情況。







2021年12月1日，銅鑼灣，一名foodpanda外送員。攝：林振東/端傳媒

## 小結：工種相異，艱難類似

2022年foodpanda外賣員再進行了第二、三次罷工，對於香港的媒體和公眾，已不及2021年罷工、「後工會時代」被提出時的亮眼。雖然以外賣員為代表的電子平台勞工抗爭在全球方興未艾，但在香港，「自發、後工會時代、無大台」的勞工抗爭模式鮮有再被提及。筆者作為foodpanda外賣員罷工及紮鐵工潮的近距離觀察者，提出了兩者可堪玩味的比較。

最後，概括兩者發展至今天的狀況：紮鐵工人15年前大罷工，之後成立「紮鐵業團結工會」並加入職工盟，年年與商會談判。但2022年，職工盟解散之後，商會再沒有與「紮鐵業團結工會」談判。另一邊廂，foodpanda外賣員2021年罷工，逼使公司談判。之後因為工種特性和社會環境，外賣員沒有成立工會，但以網絡方式組織，強化實力，2022年底連續兩次罷工，向公司施壓，但公司拒絕談判。兩個行業的勞工走著不同的抗爭道路，今日都面對近似的窘局。無論是「平台」還是「大台」，「網絡」還是「科層」，香港勞工爭取權益都面對來自社會環境和資方兩方面的阻力，還需要繼續以行動去探索出路。