

广东就业市场新景

制衣厂老板排队等着被工人“挑”

从“老板挑工人”到“工人挑老板”折射的经济现象值得关注



制衣作坊老板坐在海珠康乐小学门口，手里拿着衣服样品，等待工人上前问询。

进入三月，广州气温飙升，已渐显暑热气息。与天气一样火热的，是位于一些城中村的街边就业市场。这些地方成为小型工厂和外来工相互挑选、匹配的招用工聚集地。

位于海珠区的中大布匹市场附近的城中村内，一条“招工长龙”与人们常见的不同：这条长约 3 公里的马路两旁，挤满举着招工牌子的制衣店老板，等着被工人“挑选”。

作为全国最集聚的“前店后厂”式布匹制衣市场之一，这里聚集了上万家以小作坊为主的商户、10 余万外来务工者。

从“老板挑工人”到“工人挑老板”，是用工市场出现了倒置吗？工人为何喜欢“日算日结”式的街边就业？这一现象折射了哪些值得关注的经济现象？新华每日电讯记者就此展开了调查。

老板为何排队“被挑”？

春节后，是制衣业的传统旺季，而经历了去年疫情的惨淡，中大布匹市场的节后旺季似乎比去年来得更早、更猛一些。

进入三月，一家家布匹、服装、面料档口已全部开张经营，到处人头攒动，拉货的小板车像小蜜蜂一样，来回穿梭在档口之间。

早上 8 点半，在位于康乐桥附近的康乐中约南新街，道路两旁已经站满了招工的制衣厂老板。他们拿着各种衣服样品，举着“四线”“平车”（制衣的不同工序）的招工牌子站在路边吆喝。

人行道的两旁站得密密麻麻，难有“立足之地”，耳边充斥的全是工资议价的声音，还有被人流堵着不停催促的刺耳喇叭声。

站在招工人群中的许姐是一家制衣厂和烫钻厂的老板。她说，去年受疫情影响，国外没有订单，国内服装业受挤压，靠低价抛售才挣回材料钱，生意很难做，几乎要关门。但今年春节后，市场迅速回暖，客户往往是“今天下单，明天就要货”，人手根本忙不过来。

“单太多做不完，老板就会多找几个工厂一起做。所以这里上午招工人，下午招客户，白天晚上都在不停地生产。”连续熬夜的许姐虽然疲倦但精神亢奋，见识过去年的萧条，这嘈杂的马路、此起彼伏的讨价还价声，还有自家工厂日夜不熄的灯火，让她感到踏实。

围绕中大布匹市场，周围的城中村自发形成了密集的制衣小作坊，大的租下一栋农民房屋上二三十名工人，小的就一个房间夫妻两人两台缝纫机。这些作坊主要承接工厂的外包

单，是制衣产业链的“神经末梢”。

大大小小工厂、作坊催生了对制衣工人的大量需求。这里的马路就业市场已存在多年，制衣工人多来自湖北省，因此这里也形成多个“山寨客运站”，点对点往返湖北仙桃、洪湖等县城。过去这个马路市场已经是供求两旺，但今年多重因素下更是呈现出前所未有的井喷。

“大河有水小河满”。去年此时，制衣业因疫情一片惨淡，但今年春节后市场迅速回暖，一些大厂做不完的订单，很快流进这些小厂里。元宵节前后，订单充足和工人返乡未返城的时间差导致招工难被急剧放大。

工人为何喜欢“日清日结”式打零工？

29 岁的徐文格和 31 岁的金佳是湖北老乡。两人下午 2 点多出来，站在康乐桥附近招零工集中的片区。不到 3 点，他们就与一个举着“四线”招工牌的老板谈妥了工价，进了加工作坊。

老板为两人找好机器、工位，简单招呼三五句话，又忙着出去点货了。徐文格熟练地在机器上串好线头，开始上手忙碌，差不多一两分钟他就能做好一件衣服。然而，做了不到半小时，徐文格就招呼金佳“走人”。

“做服装行业，主要靠计件算钱。这里每件的工价是 1.5 元，价格还可以，快的话一天做 300 件就能挣四五百元。但这里的布料边太窄，做不快。这样一天算下来就挣不到多少钱，不划算。”徐文格说。

徐文格来广州服装行业打工已经有 10 多年了。他说，从 2015 年开始，他就不进厂，专门打零工。“进厂是稳定点，但工时长，不自由。现在打零工，自己说了算，不开心就换一家。反正靠劳力计件算钱，勤快点，挣的和在厂里差不多。旺季一个月能挣上万元，淡季也能挣四五千元过生活。”

中大布匹市场为大量制衣作坊和临时用工市场提供了“土壤”。据记者观察，这里上万家商户从事的主要是制衣行业的末端工序，如缝合衣袖领口、熨烫、锁边等。这些工序难以自动化，珠三角一些大企业就把能量产的块状部件生产好后发往这些小作坊进行最后的整合，减少对人工的依赖。而大量的小型工厂、制衣作坊也成为产业链上不可缺少的重要环节。

与此同时，康乐村这样的城中村也为制衣作坊和工人们提供了低廉的生活成本。这里的床位一般 12 元/晚，三荤一素的盒饭 15 元，吸引着他们长期驻扎在此。

据不完全统计，中大布匹市场附近聚集了上万家制衣商户、10 余万外来打工者。

招用工“供求两旺”的隐忧

傍晚，记者跟随打工者穿过弯弯曲曲的小巷，走进这片城中村“握手楼”内，四川籍老板张华辉的制衣加工厂就位于其中。

一个不到一百平方米的店铺被分隔为上下两层，一楼一张十多米长的大桌子上堆放着工人刚锁好边的衣服。二楼十几台机器两排摆开，几个工人正在埋头忙碌地缝纫。

“我们这里长期工人五六个，更多的是招零工，按日结算工钱。”张华辉说，服装行业

淡季时明显，一般春节后是一年行情最旺的时候。招长期工不划算，零工可以缓解一时的用工不足。订单少的时候，又不用养那么多人。

“前一段时间，工人没回来、订单又多，招工确实难。元宵节后，大部分工人都回来了，现在招工好多了。”张华辉一边忙着手里的活计一边说。

记者调研发现，目前这里招用工供求关系能实现大致平衡，但往长远看，用工和打工者都各有隐忧。

从工作性质上看，处于产业链末端的制衣作坊手工作业占比重，要求长时间工作，不为年轻人所喜。张华辉不愁眼下招工，但认为招工一定会越来越难。“无论在工厂还是作坊里，坐在机器面前重复劳动，一坐就是几个小时。现在的 90 后年轻人，家里条件比上一辈好，不愿意吃这个苦。”

与此同时，从事制衣并非简单重复劳动，属于技术活，需要投入成本学习练习。28 岁的制衣工张展雄说，这行没地方学，都是靠亲戚朋友带在身边教，手笨、手慢还不如别的行业来钱快，“我年纪轻轻就做出身职业病，真还不如送外卖轻松。”

行业利润的缩减也让小作坊业主叫苦不迭。替家人招工的周玉兰说，加工一件女士长袖赚 10 元，要给工人 8 元。现在广州的房租年年喊涨，也时时传出城中村要拆迁，“我都 50 多岁了，不想干了，回家做别的去。辛辛苦苦一年，到头来都是给房东打工。”

让“神经末梢”健康、活跃

制衣业马路市场“丰年”之下尤其热闹，“订单催人来”反映了整个行业复苏，带动全

产业链订单旺盛、产能提升，节奏加快，是经济全面回暖复苏的可喜征象。

数以万计的制衣作坊，就像这个行业的“神经末梢”，在疫情冲击下显示出很强的市场灵活性：疫情来临时很多小作坊“就地卧倒”，关门停业的成本最低，而市场一旦恢复，又能迅速组织生产，“春风又绿江南岸”。

与此同时，大量灵活就业人员“东家不打打西家”缺乏保障等隐忧，也呼唤制度上尽快研究对策，让这些“神经末梢”保持健康、活跃。

徐文格说，自己长期打零工，虽然月收入好的时候上万元，但长远没保障，作坊主是不会给买社保的。“除了一些成规模的大厂会给工人买社保。像我们，就只能攒够了钱，自己买社保，自己给自己保障。”

记者采访多位作坊主发现，雇佣零工都是灵活就业，没有劳动合同，也没有任何福利保障。这就意味着一旦出现问题就会变成社会兜底，包括安全生产中的意外伤害、工伤事故，以及工人年老后的社会保障等。

“神经末梢”是机体中的关键组织。从制衣产业链来看，尽管近年来产业转型升级、智能化趋势明显，但大量末端工序无法智能化，灵活用工的作坊式制衣厂成为产业链的重要组成部分。

市场越是活跃，灵活就业者往往就越多。业内人士指出，中国的灵活就业正在兴起，已经涉及两亿人。面对这一趋势，应该从体制机制上，为这个群体提供更多有效的保障。

（据新华社）

国产电视剧掀起“耽改”热：

“腐文化”出圈 青少年入坑

约 60 部耽改剧扎堆投拍

“耽美”一词产生于 20 世纪二三十年代的日本，原指“耽于美色”，后在我国多用于表述男同性恋爱情。耽改剧是影视公司购买原创耽美小说版权之后，进行剧本改编和拍摄的一种网络剧。此前，耽改剧数量虽然不多但都获得过极高的关注度。

由于近来耽改剧扎堆立项、投拍，业内人士用“一窝蜂”来形容平台、制作公司、演员都想进场分一杯羹的现象。半月谈记者梳理发现，晋江原创网上有名的耽美小说 IP 几乎全部售出，单个 IP 最高售价达 4000 万元，有超过 60 部耽美小说正在或已完成影视化筹备。

网友将这一现象戏称为“耽改 101”。2018 年，腾讯视频推出选秀节目《创造 101》，召集 101 位选手，最终选出 11 位组成偶像团体出道。近几年，各大网络平台纷纷推出类似节目，从超百名选手中挑选几位成员形成团体出道。网友用“耽改 101”形容 2021 年耽改剧扎堆，意指耽改剧多到像参加选秀节目的练习生一样，等待 C 位出道，也指这些耽改剧涉及的男主角数量之多，相当于输送了一整季选秀选手的数量。

这批耽改剧有的定于今年陆续播出，不少知名影视公司都有相关项目。

值得关注的是，过去这类“题材敏感”的影视剧，敢于试水的都是半红不黑的小演员，如今的耽改剧则汇集了名演员、大制作。行业研究者认为，头部公司、头部艺人纷纷入局，标志着耽美文化正在从亚文化走入大众视野，这些信号是国内耽美文化发展史上的里程碑事件。

崛起的耽美文化消费群体

业内人士分析，耽改剧扎堆现象的背后有两大原因。

一是迎合崛起的女性消费群体，耽改剧核心之一是对“美”的追求，耽改剧中“双男

2021 年，由耽美小说（多指男男同性爱情小说）改编的“双男主”电视剧立项、拍摄、开播数量暴涨，被网友戏称为“耽改 101”元年，引发广泛关注。这一现象与时下愈发流行的“腐文化”相结合，将对青少年产生怎样的影响，值得关注。

主”颜值够高，成了被定义、被凝视、被消费的一方，是对长期以来男性主导视角的反击。且“双男主”间关系平等，彼此欣赏、并肩作战，也投射了女性对感情关系的理想期望。

二是依赖原著粉丝群体自带流量。耽美网络小说原本拥有自己稳定的用户群，并在影视化后吸引众多用户参与，而粉丝的二次创作，更扩大了其出圈程度。即便是原著书粉反对耽改剧“魔改”，也会化为影视剧宣发过程中的“黑流量”增加话题性。

分析资本蜂拥而至的更深层次原因，很难忽视当下影视寒冬的大背景。天眼查数据显示，2020 年上半年从事与影视相关的公司中，有 13170 家公司注销或吊销。

寒冬之际，行业更加需要噱头、话题内容吸引粉丝群体消费。而依托晋江文学城、红袖添香等小说阅读网站和“写手太太”的创作，耽美小说长久以来已积累大量粉丝。在网络经济高度发展的时代，视频平台、微博微信、快手抖音等都自带惊人流量，只要适时营业、适当营销，就能调动起潜力巨大的粉丝经济。

近年来，屡次传言主管部门要封杀耽改剧，可见这类题材的敏感。但对投资者来说，在激烈的影视剧竞争中，耽改剧能够将潜在的耽美受众变成显性的影视受众，是一条实现市场和流量的转化变现的捷径，风险虽大但利益更大。

需要关注对青少年的影响

“男男 CP（配对）”“男色经济”，围绕这一文娱市场的新主题，如今“卖腐”已成了一个见怪不怪的行业现象。所谓“卖腐”，即贩卖“腐文化”，而“腐文化”是指受众幻想的、男男之间的、以暧昧或爱情故事为主要内容的一种亚文化。

这种亚文化在自己的圈子里“圈地自萌”，或许无伤大雅，但如果大规模改编为电视剧，突破亚文化圈层，进入大众文娱领域，则需要

谨防其带来不良影响，尤其是对涉世未深的青少年带来不良影响。

由于网剧、电视剧审查制度的存在，剧方往往会抽掉耽美原著中两位男主之间的“感情线”，在电视剧中展现“兄弟情”，通过打擦边球给观众留下想象空间，但在后续的宣发和营销过程中，两位男演员也可能“卖腐”。

《我国电视剧耽美化现象研究》一文作者认为，近几年，我国电视剧产业兴起了由耽美文化衍生出的 CP“卖腐”热潮，加入了耽美元素的电视剧，吸引观众对剧中男主们进行 CP 组合，赚取话题热度以获得高收视率。

近年来，学界已经关注并研究耽美文化对青少年群体性别认知、婚恋观等影响。例如，《湖南省部分青少年性身份认同现状及影响因素分析》一文，对该省 1260 名青少年性身份认同情况进行调查发现，男生有 2.9% 自认为同性恋，4.9% 自认为双性恋，12.4% 不确定自身性身份；女生该比例分别为 2.4%、12.4%、14.3%。37.5% 的人知道“耽美”或“同人”，其中表示“喜欢”的占 32.3%，11.9% 表示憧憬文学作品中的描述的同性爱恋。

文章作者分析，知道“耽美”或“同人”的学生更容易报告为双性恋或不确定性身份，对文学作品中的同性挚爱憧憬的学生，更容易报告为同性恋、双性恋或不确定自身性身份。这说明此类文化对青少年的性身份认同产生了影响。

当然，此类研究尚显单薄，要得出一个确证无疑的结论还远远不够。不过兹事体大，慎重一些总是好的。

业内人士认为，过去同性恋题材作品多刻画该群体的困境与挣扎，有对他们的关注和探讨，当前国内耽改剧则主要着眼粉丝消费。半月谈记者在调查中也发现，一些中小学生看耽美小说、耽改剧，购买小说周边产品，在漫展进行角色扮演，有青少年甚至把“男男才是真爱，男女只是繁衍后代”当作 QQ 签名。这些现象值得关注。

（据新华社）

