

文章检索

特别专题

组织机构

专家库

您的位置: 首页 >> 论文库 >> 青年恋爱、婚姻与家庭研究

把握趋势与迎接挑战：经济全球化背景下青年的认知取向与行为选择（续）

共青团上海市委 | 最后更新：2004-8-11

把握趋势与迎接挑战：经济全球化背景下青年的认知取向与行为选择（续）

共青团上海市委

2、在入世背景下，青年对自身择业的考虑

当被问及“如果（再次）选择职业，您会选择什么职业”时，青年对涉外职业表现出了强烈的兴趣，其中20.6%的青年首选涉外律师，20.0%的青年首选涉外经贸人员。IT工程师和职业经理人也受到了相当的欢迎，分别有14.1%和9.0%的青年首选以上两种职业。而只有2.1%的青年将普通工人和职员作为自己的首选职业。以上的选择，基本上符合青年对以上职业在中国入世后热门程度变化的预期。而两个比较明显的例外，是青年对营销人员和公务员这两个职业的态度。比较多的青年认为营销人员这一职业会在入世后趋于热门（热门程度增加的期望值为1.00），但是只有2.4%的青年将它作为自己的首选职业。这折射出青年在社会保守思想和传统观念的影响下，对营销人员这一职业仍然存在不少的误解和偏见。相对于营销人员业绩弹性型的工资结构，公务员的工资结构属于固定型。在对公务员热门程度预期一般的情况下（期望值为0.32），有12.7%的青年将公务员作为自己的首选职业，我们认为这反映出不少青年更希望自己能够拥有一个待遇比较稳定、工作压力较小的职业。

表2.14 青年对职业选择的考虑（%）

职业	首选青年的比例
公务员	12.7
涉外律师	20.6
涉外经贸人员	20.0
营销人员	2.4
大学教师	6.6
医生	8.1
职业经理人	9.0
IT工程师	14.1

普通工人和职员	2.1
未答	4.5

3、青年为自己的职业选择作素质和能力方面有针对性的准备

经过对数据的进一步交互分析发现，青年都在考虑为自己的职业选择作好素质和能力方面的准备。首先，青年对外语能力普遍比较重视，而有心从事涉外职业的青年尤其重视学习外语。其次，计算机和网络的操作能力也正被得到越来越多的重视，数据表明，有心从事IT工程师职业的青年更加重视学习这方面的技能。第三，有心从事职业经理人职业的青年对学习经营管理能力的重视程度要明显超过其他青年。而有心从事普通工人和职员职业的青年在“没有这方面（发展某项能力或素质）的考虑”的比例要远远超过其他青年。这对于我们要建立一支素质优良、具有高度敬业精神的产业工人队伍，为建成社会主义现代化国家打下必需的扎实基础，未来将是一个非常严峻的问题。

表2.15 不同择业取向的青年对发展自身素质或能力的考虑（%）

职业	没有这方面的考虑	外语能力	计算机和网络的操作能力	沟通交流能力	人文素质	某一具体行业的专业技能	经营管理能力	其他
公务员	0.4	48.4	15.5	12.3	6.7	10.7	5.6	0.4
涉外律师	0.45	49.9	13.2	16.1	4.1	9.1	6.7	0.5
涉外经贸人员	0	42.5	15.3	15.6	4.8	10.1	11.3	5.0
营销人员	0	30.4	8.7	15.2	15.2	17.4	13.0	0
大学教师	0	40.5	21.4	13.7	7.6	12.2	4.6	0
医生	1.9	35.4	21.1	13.7	4.3	15.5	6.8	1.2
职业经理人	0.6	42.1	12.4	10.1	0.6	12.9	20.2	1.1
IT工程师	1.1	40.2	24.9	13.2	3.2	10.0	7.5	0
普通工人和职员	11.4	25.7	14.3	5.7	11.4	17.1	8.6	5.7

4、绝大多数青年愿意到跨国公司工作

当被问及“您是否愿意去跨国公司工作”时，84.7%的青年表示愿意，13.0%的青年表示不愿意，另有2.4%的青年没有回答。通过对数据的交互分析发现，不同青年到跨国公司的愿望强烈程度不同。首先，年龄层次越低的青年到跨国公司工作的愿望越强烈。愿意到跨国公司工作的青年的比例，14-19岁的

青年中有92.9%，20-24岁的青年中有88.9%，25-29岁的青年中有84.5%，30-35岁的青年中有80.7%。其次，在校青年（91.8%）愿意到跨国公司工作的比例高于在职青年（84.3%）。第三，工业、建筑业的青年（89.9%）愿意到跨国公司工作的比例高于服务性行业的青年（82.1%）和政府管理、科教文卫行业的青年（82.5%）。第四，大学本科及以上文化程度的青年（90.8%）愿意到跨国公司工作的比例明显高于高中、中专及以下文化程度青年（84.3%）和大学专科文化程度青年（81.7%）。进一步了解“青年到跨国公司工作的最重要原因”发现，57.4%的青年认为是“能够学习到先进的市场、管理、经营方法”，22.6%的青年认为是“收入高，受人尊重”，3.2%的青年认为“出国的机会多”，而另外16.8%的青年认为是其他原因或没有作答。

积极参与，经济行为和意识存在较大反差

一、经济参与：多种新兴的消费方式并存

1、青年与信贷消费

信贷消费、商业保险和网上购物是现代社会新兴的重要消费方式，调查表明，青年对以上三个方面的接受程度并不是很高，但对这三个方面普遍比较看好。数据显示，只有21.9%的受访青年向银行贷过款，76.1%的受访青年没有向银行贷过款，另有2.0%的青年没有作答。而当被问及“您今后是否愿意（继续）贷款消费”时，74.9%的青年表示愿意，20.3%的青年表示不愿意，另有4.8%的青年没有作答。

表2.16 青年的信贷消费情况（%）

选项	是	否	未答
您是否向银行贷过款	21.9	76.1	2.0
您今后是否愿意（继续）贷款消费	74.9	20.3	4.8

对数据的进一步交互分析发现，不同年龄阶段的青年在贷款比例、贷款用途上存在比较明显的差异。在贷款比例方面，年龄越大的青年群体，贷过款的比例越高。贷过款的青年的比例，14-19岁青年为8.9%，20-24岁的青年为15.5%，25-29岁的青年为29.8%，30-35岁的青年为39.3%。在贷款用途上，25-35岁青年群体的贷款用途偏重于住房或装修等生活支出，14-24岁青年群体将贷款用于教育等学习支出的比例明显增加。

表2.17 不同年龄的青年信贷消费的主要用途（%）

贷款用途	14-19岁	20-24岁	25-29岁	30-35岁
住房或装修	45.5	56.2	85.1	82.5
教育	43.2	32.6	6.9	8.3
医疗	0	2.2	0	0
家用电器等耐用消费品	2.3	4.5	3.6	3.3
其他	9.1	4.5	4.4	5.8

2、青年与商业保险

数据显示，只有31.6%的受访青年购买了商业保险，67.0%的受访青年没有购买，另有1.4%的受访青

年没有作答。而当被问及“您今后是否愿意（继续）购买商业保险”时，70.1%的青年表示愿意，26.0%的青年表示不愿意，另有3.9%的青年没有作答。

表2.18 青年购买商业保险的情况（%）

选项	是	否	未答
您是否购买了商业保险	31.6	67.0	1.4
您今后是否愿意（继续）购买商业保险	70.1	26.0	3.9

对数据的进一步交互分析发现，不同年龄阶段的青年在是否购买了商业保险、是否愿意（继续）购买商业保险这两个方面的表现差异比较明显。14-24岁的青年购买商业保险的比例要低于25-35岁的青年，但他们预计未来（继续）购买商业保险的比例却更高。对此，我们认为年龄相对较小的青年群体，其个性发展和形成的重要阶段正好处于中国商业经济蓬勃兴起的20世纪80年代末、90年代初，这为他们灌输了比较强的商业意识和金融意识。

表2.19 不同年龄的青年购买商业保险的情况（%）

选项	14-19岁	20-24岁	25-29岁	30-35岁
您是否向购买了商业保险	25.2	24.8	37.8	44.7
您今后是否愿意（继续）购买商业保险	77.3	73.2	73.0	67.8

3、青年与网上购物

网上购物作为伴随网络兴起的一种新颖购物方式，得到了相当多青年的欢迎。但是，目前中国的虚拟网与物流网结合得不是很好，所以大大影响了青年对网上购物的热衷程度。但共青团上海市委员会蓝皮书《传媒力量与当代青年——2000上海青年发展报告》一书的调查数据显示，青年对于5年内网上购物的发展前景相当看好，自己准备尝试这一购物方式的比例也很高。

表2.20 青年对5年内网上购物可能性的看法（%）

选项	有上网经历	无上网经历
可能	76.4	60.0
说不清	17.5	26.9
不可能	6.2	13.1

二、信用意识：社会角色的不同认定

信用体系是构筑市场经济的基本制度和重要基础，而信用意识对整个信用体系的完善具有根本性的影响。青年一代作为市场经济的新兴主体，其信用意识对整个社会的发展意义尤其重大，因而正得到越来越多的人的重视。

1、绝大多数青年认为拖欠贷款不道德

76.7%的受访青年认为“拖欠贷款是一种不道德行为”，21.1%的受访青年持相反的看法，2.2%的受访青年没有作答。对数据的进一步交互分析发现，文化程度越高的青年群体，认为“拖欠贷款是一种不

道德行为”的比例也越高。高中、中专及以下文化程度的青年该比例为75.2%，大学专科文化程度的青年为77.8%，大学本科及以上文化程度的青年为81.0%。

2、向外资银行贷款已经成为不少青年的首要考虑

当被问及“中国加入WTO后，您愿意向中资银行还是外资银行贷款”时，28.8%的青年选择“中资银行”，16.6%的青年选择“外资银行”，36.4%的青年感到“说不清楚”。对数据的进一步交互分析显示，不同身份、文化程度的青年对中资银行、外资银行的偏好程度不同。在职青年比在校青年更加看重外资银行，而随着文化程度的提高，青年对中资银行的看好程度在降低。考虑到目前还几乎没有外资银行在经营人民币业务，我们认为，有如此多的青年看好外资银行，在一定程度上是出于对中资银行现有服务质量的不满。

表2.21 不同身份、文化程度的青年对中外银行的偏好情况（%）

选项	身份		文化程度		
	在校青年	在职青年	高中、中专及以下	大学专科	大学本科及以上
中资银行	36.2	34.6	42.4	34.9	31.0
外资银行	16.5	22.2	15.9	22.6	21.8
说不清楚	47.3	43.2	41.6	42.6	47.2

3、还款顺序反映出青年对不同社会角色的重视程度

当被问及“假设您曾向家人、朋友、中资银行和外资银行借款，现在借款一起到期，您准备先还谁”时，6.8%的青年选择了“家人”，26.8%的青年选择了“朋友”，20.8%的青年选择了“中资银行”，26.2%的青年选择了“外资银行”，另有19.4%的受访青年没有作答。我们认为，这反映出青年相当重视自己作为公民和朋友存在的社会角色，而对家庭成员的社会角色，青年更多地用情感因素来协调借贷关系。对数据的进一步交互分析发现，不同年龄阶段、身份的青年在还款顺序上存在一定的差异。比如，年龄比较大的青年、在职青年更加重视与家人和朋友之间的借贷关系，年龄较小的青年、在校青年则更加重视与银行之间的借贷关系。

表2.22 不同身份、年龄的青年对还款顺序的考虑（%）

选项	身份		年龄阶段			
	在校青年	在职青年	14-19岁	20-24岁	25-29岁	30-35岁
家人	6.4	9.1	4.4	8.1	9.2	9.2
朋友	28.4	35.8	27.0	32.8	30.7	47.4
中资银行	28.2	24.8	30.2	24.9	27.3	21.4
外资银行	37.0	30.3	38.3	34.3	32.9	21.9

但是分析青年有限接受新型消费行为的多类因素，青年在经济意识与经济参与行为之间还存在一定的落差，因此我们要避免推动青年消费的过于理想化和主观化。目前，限制青年接受新型消费行为的原

因主要有三点。

首先，中国居民普遍缺乏信用消费记录，大大限制了青年的信贷消费活动。中国传统文化的影响，使得中国目前的居民普遍没有收入登记制度和信用消费记录。没有了这两项制度，商家在推行信贷消费时就因无据可依而缩手缩脚，信贷消费对于顾客的诱惑力也就大大下降。调查显示，目前中国居民进行信贷消费主要是用于住房或装修以及教育投入，而这样消费行为主要发生在青年阶段。而青年个人资产有限、工作和生活场所变动相对频繁的特点，加上没有收入登记制度和信用消费记录等制度因素的保障，又使商家开展面向青年群体的信贷消费活动有了更多的顾虑。所以，当前推动青年进行信贷消费的主要办法，除了青年观念的更新外还要及时建立社会化的信用体系，从社会制度上和社会氛围上予以保证。

其次，商业保险的投资回报率相对较低，大大限制了青年对商业保险的消费。随着人们商业意识的强化，人们不再简单地将货币看成是一种消费手段，而开始越来越多地关注其投资的功能。对于商业保险的消费，也自然会有一种出于投资视角的审视。在中国目前市场经济蓬勃发展的环境中，人们的资金可以有许多的投资方向，比如银行、股市、汇市、邮市以及实业等，当然也还有商业保险。在林林总总的投资方向中，人们会有预期收益和投资风险的比较评估。在众多投资方向中，在投资风险相近情况下，商业保险的回报率并不突出，所以青年没有将有限的资金投向它也就不足为怪了。

最后，实物网络与虚拟网络的结合不够紧密，大大限制了青年的网上购物活动。随着网络的快速发展，上网已经成为越来越多青年的日常活动，青年也在全体网民中占有绝对的比例。网上购物作为新兴的消费方式，是网络运营服务商们的主打项目之一。他们的精心策划和积极推荐，使青年越来越看好网上购物在中国的发展前景。但调查显示，目前为止，只有小部分的青年有过网上购物的经历。究其原因，我们发现，实物网络与虚拟网络的结合不够紧密是限制网上购物更好走近青年的重要原因。有的网站只能提供有限的实物品种，有的网站无法承诺24小时送货上门，还有的商品在网上销售之后价格要高出不少。此外，结算体系的落后也是限制青年网上购物活动发展的一个重要原因。

三、收入差距：青年的担忧逐渐拉大

1、青年普遍认为现在国内的收入差距比较大

只有2.5%的受访青年表示国内收入差距“不大”，39.2%的青年认为国内收入差距“比较大”，56.1%的青年认为国内的收入差距“非常大”，另有2.2%的青年表示“说不清楚”或未答。青年对目前经济收入的逐渐拉大，表现出较强的忧患意识和不满情绪。对数据的进一步交互分析发现，不同年龄段、不同身份的青年对国内收入差距的认识不同。年龄越大的青年、在职青年认识的收入差距大于年龄较小的青年和在校青年。究其原因，我们认为，青年主要是通过与同辈群体收入的比较而得出收入差距结论的，而这种同辈群体的差异，通常会随着年龄的增长而拉大，所以年龄较大的青年感受的收入差距要更大一些。

表2.23 不同身份、年龄的青年对国内收入差距大小的认识 (%)

国内收入差距	身 份			年 龄 阶 段			
	在校青年	在职青年	14-19岁	20-24岁	25-29岁	30-35岁	
不大	3.3	2.0	5.8	1.6	2.0	2.8	
比较大	43.1	37.7	40.9	43.4	37.8	33.2	
非常大	51.7	58.9	50.0	53.9	58.6	63.2	

说不清楚

1.9

1.4

3.4

1.1

1.7

0.8

数据交互分析还显示，工作在不同单位、行业的青年认识的国内收入差距不同。我们发现，同样是出于比较后的心理落差，自身收入比较低的青年感受的国内收入差距要比收入较高的青年大。因而党政机关、事业单位和社会团体的青年认识的收入差距要大于国有企业、集体企业青年认识的收入差距，继而大于其他所有制形式企业的青年；工业、建筑业的青年和政府管理、科教文卫行业的青年感受的收入差距要大于其他行业（主要是服务性产业）的青年。

表2.24 不同单位性质、行业的青年对国内收入差距的认识（%）

国内收入差距	单位性质			所在行业		
	党政机关/事业单位/社会团体	国有企业/集体企业	其他所有制企业	工业/建筑业	服务性产业	政府管理/科教文卫单位
不大	2.2	2.0	2.7	1.7	2.3	2.3
比较大	31.3	39.9	43.9	35.4	44.3	34.5
非常大	65.1	56.8	51.8	62.7	51.3	62.2
说不清楚	1.3	1.4	1.6	0.3	2.1	1.1

2、青年普遍认为中国入世后国内收入差距会进一步拉大

当被问及“您认为中国加入WTO后，这种收入差距会怎样”时，只有4.6%的青年认为“减小”，只有4.2%的青年认为“没有影响”，而有78.8%的青年认为这种收入差距将“增大”，另有12.4%的青年认为“说不清楚”或没有作答。对数据的进一步交互分析发现，不同单位性质、不同行业的青年对收入差距变化的认识不同。主要是低收入青年群体对收入差距增大的预期高于高收入群体。结合他们对现实收入差距的认识以及对进入外资企业工作的热情和动机（热情更高，动机更倾向于高收入和受人尊敬），我们认为，这些青年已经表现出对自身工作认同感比较低的心理状态，同时这些青年认为自己可以划归“利益受损群体”，要求迅速改变自身状况，这都需要引起我们的重视。

表2.25 不同单位性质、行业青年对中国入世后国内收入差距变化的认识（%）

选项	单位性质			所在行业		
	党政机关/事业单位/社会团体	国有企业/集体企业	其他所有制形式企业	工业/建筑业	服务性产业	政府管理/科教文卫单位
减小	3.3	4.2	4.0	5.2	4.0	3.0
没有影响	5.1	2.3	4.4	3.0	2.1	5.1
增大	80.6	83.4	76.3	84.0	79.9	81.4
说不清楚	10.9	10.1	15.3	7.7	14.1	10.6

综观当代青年，他们对经济全球化的历史趋势保持一种乐观的、欢迎的心态。他们对经济全球化比较认同，对中国加入WTO态度积极，但对民族工业的发展存在一定的担忧。在经济全球化和中国入世在即的背景下，他们对自身的发展有了更高的期望，并为这种期望的实现在素质和能力方面作有针对性的准备。青年的经济意识和行为也很明显地受到经济全球化浪潮带来的开放世界的影响，大多数青年能保持现代的经济意识，并具备一定的商业头脑，但其经济行为受社会文化、规章制度等因素的影响仍存在一定的滞后。当然，不同性别、不同年龄、不同单位性质、不同行业、不同文化程度的青年在以上诸方面会表现出一定的差异。

责任编辑：杨长征、木新月

[\[返回页首\]](#)[\[关闭窗口\]](#)



中国青少年研究中心



中国青少年研究会

版权所有 京ICP备05031004号

地址：北京市西三环北路25号 邮编：100089

编辑部：86-10-88422055 电子信箱：louke11@yahoo.com.cn

