



## 研究综述

Yan Jiu Zong Shu

# 青少年网民群体特征 与 上网行为的动态变迁

## ——历年《中国青少年上网行为调查报告》研析

□ 姚伟宁

**摘要:** 本文基于 CNNIC 已发布的 9 次《中国青少年上网行为调查报告》数据,从规模与比重、群体特征、上网行为、网络运用、手机上网、城乡对比、地区对比、未成年人上网等多个角度考察了青少年上网行为的变迁,并对报告内容进行深度分析和解读,最后提出展望。

**关键词:** 中国青少年上网行为调查报告;青少年上网行为;变迁;展望

自 2008 年以来,中国互联网络信息中心(CNNIC)共发布了 9 次《中国青少年上网行为调查报告》(简称《报告》),该报告以“半年内使用过互联网的 6~24 周岁青少年公民”为对象,在全国范围内(除港澳台地区)进行统计调查,获得了具有全面性、动态性的青少年网民数量、结构与行为信息,为相应的学术研究及政策制定提供了支持。但纵观有关青少年网民的研究成果,缺乏对这一宝贵资源的挖掘,绝大多数研究尽管或多或少利用到了这些信息,但是呈碎片化——仅采用少数几年的数据。唯一一篇对《报告》进行动态汇总的文献出自汪琼,该文利用 2007—2011 年的《报告》数据,从群体规模、群体特征(城乡、地区、学段、年龄段)、上网行为、网络应用行为对《报告》进行了解读<sup>[1]</sup>。实际上,随

着时间的推移,《报告》所披露的内容处于不断完善之中,2007—2008 版中,主要包括“上网规模”“群体特征”“上网行为”“不同地区”“手机上网”“网络生活形态”等指标。2009—2013 版中,报告内容一致,包括规模及“群体特征”“上网行为特征”“网络应用行为”“手机上网行为”“不同地区青少年上网行为”“未成年人上网行为”等六个方面,2014 版中加入了“重点应用分析”和“青少年互联网态度”,2015 年加入了“网络文化娱乐行为分析”“家长对网络娱乐行为的态度”等指标。对于《报告》所提供的时间序列信息,应当从动态角度对我国青少年网民在过去的近十年中“群体特征”“上网行为”“网络运用行为”的变化特征进行深入的解读,这既是对报告信息进行的深入挖掘和提炼,也助推相关学术研究进一步

展开。

## 一、青少年网民规模与群体特征的变迁

### 1. 规模与比重

2007—2015年,我国青少年网民规模由1.07亿增长到2.87亿,从发展态势看,除2013年有一个明显的下降外,所有年份均保持稳定增长态势。青少年网民占总体网民的比例基本处于40%~56%这一区间,近年占比的下降凸显其他年龄段网民规模增速要高于青少年网民规模的增长率(图1)。这一数据表明25周岁以下的青少年是我国网民的主体,对这一群体的网络行为展开研究既有助于他们充分利用互联网享受现代化成果,也有助于规避网络对其所带来的不良影响。

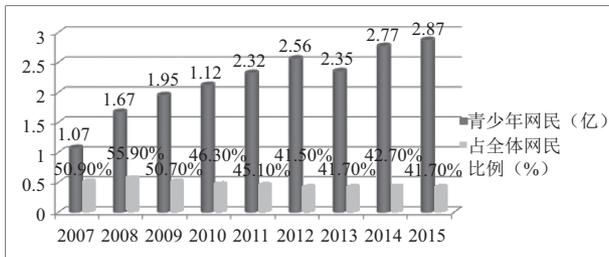


图1：历年青少年网民规模与占比

### 2. 群体特征

从性别看,青少年网民中的男性较女性多,除了2008年外,所有年份的男性比重均超过50%(图2)。本文将男女占比相减得到比例差异值发现,男女差异整体上处于波动性降低状,2007年差异绝对值最高为10.2%,2015年最低为0.2%。随着青少年网民的成长,未来中国整体网民性别差异将进一步缩小。

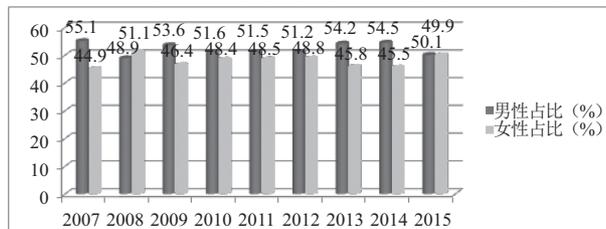


图2：历年青少年网民的性别比例

从年龄分布看,12周岁以上占比基本上维持在90%以上(除2013年),6~11岁占比从2008年的4.7%增加到了2015年的11.5%(图3)。可见低龄网民的网络参与率正在逐渐提高。并且,12~18周岁与19~24周岁这两个年龄段的对比情况正在发生变化,

在2011年及之前,前者占比要高于后者,从2012年开始发生了反转,这是由于年龄增长的客观性导致的,在2011年之前统计口径的青少年随着年龄增长进入后一年龄段。

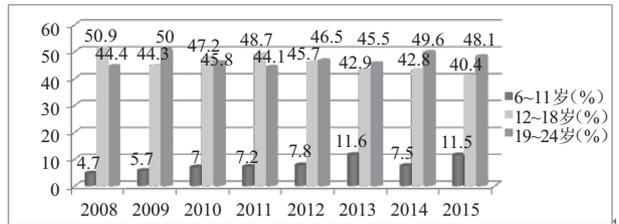


图3：历年青少年网民的年龄分布

从城乡分布看,城镇青少年网民比例从2007年的67.7%增加到了2015年的72.4%,而农村青少年网民比例则从32.3%下降到了27.6%(图4)。这一趋势说明两个问题,一是随着城镇化进程的加快,大量的农村人口转移到城市,调查研究的统计口径需要调整;另一方面,也体现出我国城镇化质量没有得到显著提高,因为衡量城镇化质量的关键是“城乡统筹”力度,农村青少年互联网普及率及农村地区互联网资源保有量是体现城乡统筹力度的一个重要指标。

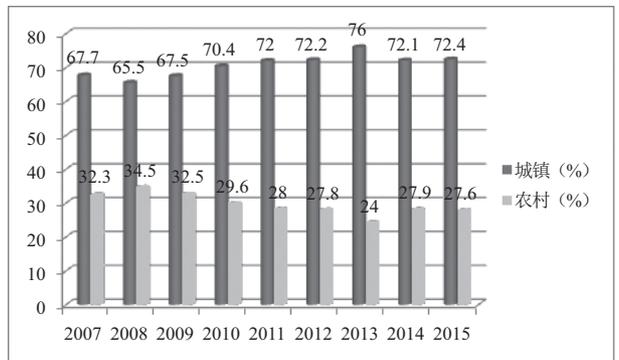


图4：历年青少年网民的城乡分布

## 二、青少年网民上网行为特征变迁

### 1. 上网行为

(1) 上网地点 青少年上网的地点主要集中在家里,这一地点集中度从2008年的72.1%增加到了2015年的89.9%(图5)。究其原因,随着经济发展和人民生活水平的提高,电脑、手机不再是普通家庭的奢侈品,已经成为普通家庭的生活必需品,这为青少年在家中上网创造了客观条件。相对应的是,在网吧上网的比率从57.5%下降到了24.2%，“禁止18岁以下的青少年进入网吧”的法规实施以一种制度性的

手段将未成年人排除在网吧之外。学校上网的比率经历了一个倒U型的转变，从2008年的19.1%快速增加到2011年的34.6%，经历这一转折点后又开始下滑至25.5%。

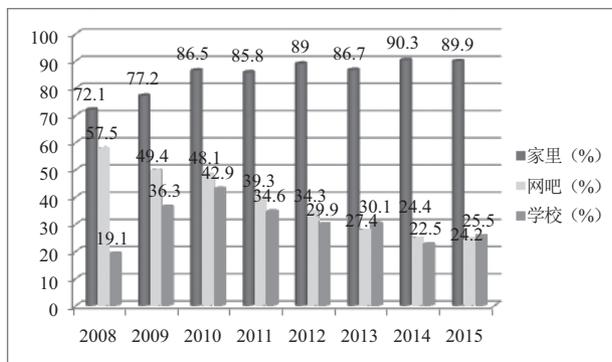


图5：历年青少年网民的上网地点选择

(2) 上网设备 青少年上网所采用的设备在近十年里发生了重要变化。台式机一直作为青少年的主要上网工具，但采用的比例从2008年的89.6%逐渐下降到了2015年的69.0%，而手机的采用率从49.7%陡然上升到2009年的74.0%，此后则以一种平稳的速率上升(图6)。随着手机软件功能的改进，以往需要在台式终端上完成的娱乐与工作内容都可以用手机来完成，大大提高了使用的便捷性，同时随着无线局域网(WLAN)技术Wi-Fi的流行，传统台式机网络安装的烦琐变得荡然无存，青少年可随时随地地进行信息搜索与娱乐。相比于手机的高效、轻便与灵活，笔记本电脑的选择率近两年也出现了明显下滑。

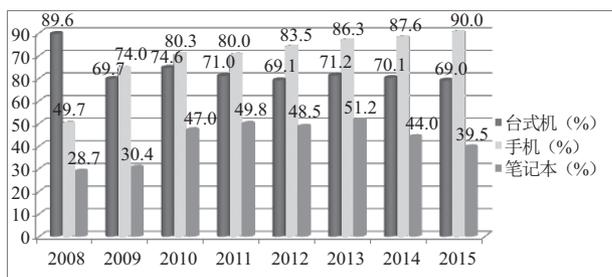


图6：历年青少年网民的上网设备选择

(3) 上网时长 从时序看，青少年上网时间近年来保持着平稳上涨态势，从14.6小时/周增加到了26小时/周，按每天12个非睡眠时间计算，一周大约有2.17天的时间用于上网。其中，小学生、中学生、大学生的周上网时间从2008到2015年大体上翻了一倍，截至2015年分别为14.9、22.0、31.7小时(图7)。这折射出青少年对网络强烈的依赖性正在悄无声息地发展。

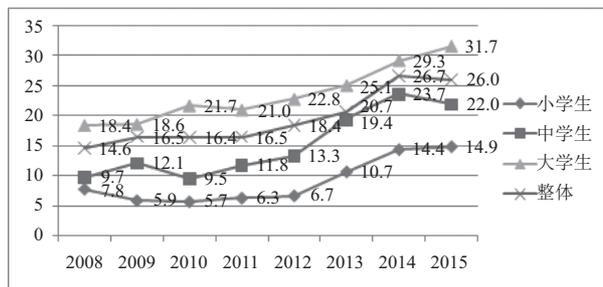


图7：历年青少年网民的上网时长

## 2. 网络运用行为

由于2007、2008版调查数据中对网络运用行为的统计相对粗略，故仅采用2009年之后调查数据。青少年网民的网络搜索引擎使用率在7年中由73.9%增加到86.6%，新闻使用率一直保持在70%左右，均低于同期其他群体使用率，可见“娱乐性、沟通性功能”是这一群体的主要网络动机，对于网络新闻的关注度相对较低。

在交流沟通方面，即时通讯使用率保持在一个较高水平，且呈现稳定增长态势，从77.0%增加到了92.4%。而博客、社交网站、电子邮件、论坛/BBS的使用率则出现下滑趋势。近年来，随着腾讯、网易和搜狐等公司纷纷减少对微博客的投入，各个微博客服务商之间竞争逐步趋缓，用户群体主要向新浪微博倾斜，这造成了包括青少年在内的网民微博使用的减少。同时，青少年倾向于快速、简单、互动性和社交性强的信息互动方式，QQ、微信等网络软件迅速快捷的优势也是导致电子邮件、博客使用量下降的主要原因。

在网络娱乐方面，网络游戏、网络音乐的使用率明显下滑，但仍处于高位，分别为66.5%、80.2%，是青少年网民网络娱乐的主要工具。网络视频使用率从67.0%增加到了75.4%，这是由于网络视频能够以电脑或者移动设备为终端，利用QQ、MSN等IM工具，进行可视化聊天，这能够有效满足青少年即时交流和学习的需要。

在商务交易方面，网络购物、支付与网银的使用率均有大幅提高，2015年有超过6成的青少年网民使用了网购和网络支付功能，有近一半使用网银操作。随着生活水平和收入的提高，不少家庭都逐步提高了子女零花钱的水平，这为网络商务交易提供了经济基础，并且，网络购物安全性的提高与支付方式的多元化和易操作化，则大大提高了网络交易频度。具体见表1。

表 1：历年青少年网民的网络运用行为

单位：%

一级指标	二级指标	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
信息获取	搜索引擎	73.9	84.7	82.3	84.1	80.5	81.6	86.6
	网络新闻	72.0	70.1	61.8	—	—	73.8	74.5
交流沟通	拥有博客	68.6	74.1	71.9	65.0	76.7	44.4	37.6
	即时通信	77.0	82.6	86.0	85.1	91.1	93.0	92.4
	社交网站	50.9	62.0	57.7	55.6	45.7	—	—
	电子邮件	56.2	55.0	47.2	46.3	37.6	37.8	34.5
	论坛/BBS	31.7	34.9	25.8	30.7	21.4	21.1	18.0
网络娱乐	网络音乐	88.1	85.1	81.2	82.8	83.7	77.5	80.2
	网络视频	67.0	66.6	66.8	66.4	72.9	69.4	75.4
	网络文学	47.1	48.1	44.4	46.9	45.0	46.9	44.6
	网络游戏	77.2	74.8	72.9	68.4	65.7	64.3	66.5
商务交易	网络购物	26.5	32.9	36.5	45.2	50.0	56.9	61.3
	网上支付	22.9	27.8	31.9	41.6	39.0	48.8	62.0
	网上银行	21.4	26.1	29.6	40.1	37.0	43.7	45.6

### 3. 手机上网行为

近年，青少年手机网民的数量已经突破 2.5 亿大关，占总体比例也快速提升到了 90.0%（图 8），“低头”已成为青少年生活方式。上海师范大学 2015 年展开的《都市青少年“低头一族”的新媒体使用》报告称：50.8% 的人表示在聚会时也不忘浏览手机信息，有 54.1% 的人承认因长时间使用手机而对人际交往造成了负面影响，37.3% 的青少年因使用新媒体网络减少与亲友相处<sup>[2]</sup>。青少年低头族的攀升所带来的危害不仅显而易见也是深远的，现实空间中人际关系的淡薄、学习工作注意力的不集中、突发事件应对能力与身体机能的下降等诸多后果正在侵蚀着下一代。当然，“低头族”的低龄化在国外同样普遍，一些国

外网站的统计称：87% 的青少年宁愿通过发信息沟通，而不是面对面交流，进而形成“phubbing”现象：“低头玩手机而忽视周围任何事物和人的怪相”。

群体特征方面，青少年手机网民的男女差距正在缩小，由 2009 年的 53/47 下降到 2015 年的 50.1/49.9；6~11 岁占比有显著提高，从 2.9% 提高到 8.4%，12~18 岁占比一直维持在 40% 以上，但近年来有所下降，从 42.2% 下降到 40.5%，19~24 岁占比经历了先降后增的过程，基本维持在 50% 左右。这些数据显示，越来越多的低龄儿童深陷手机网络之中，未成年人过早地接触高科技产品，不利于儿童发育，造成成长道路上的诸多困难。在城乡分布上，城镇的青少年手机网民占比从 67.3% 提高到了 72.4%，相对的农村占比降低到了 27.6%，这与青少年网民整体的城乡分布变化趋势相同。

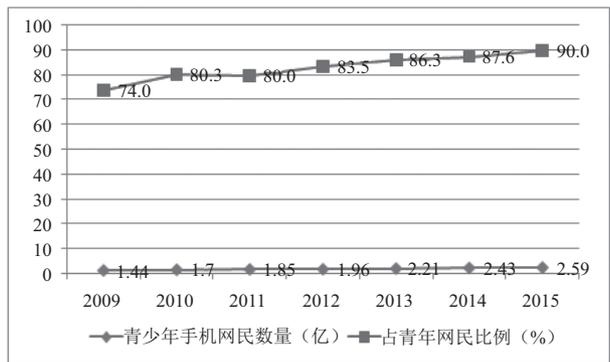


图 8：历年青少年手机网民规模及占比

## 三、青少年网民网络运用的城乡差异与地区差异变迁

### 1. 城乡差异

城乡二元化社会结构与“互联网+”时代的交织，表现出“网络应用程度”在城乡之间的差异大小是体现城乡统筹效果的重要指标，因为城乡青年在网络运用能力上差异的缩小在很大程度上表明时代发展的成



果充分被全体民众所分享。当然，网络运用存在着多个维度，正如《报告》所总结出的信息获取、网络娱乐、交流沟通、商务交易。在信息获取应用上，城乡青少年网民的“搜索引擎”和“网络新闻”上的使用率差异从2009年的10.6%、10.7%下降到了2015年的3.4%、6.3%，但值得关注的是，在2014年之前，两个指标上的差异均超过10个百分点，2015年是一个重要转折点。网络娱乐维度上，“网络音乐”和“网络视频”的使用率差异经历了一个“先涨后跌”的过程，说明农村青少年在这两项上的使用上是对城市青少年的“追逐”——后者率先使用并普及致使使用率差异拉大，后者通过学习模仿提高使用率降低差异。“网络游戏”使用率差异体现出较强的无序性，最高差异为11.9%（2013年），最低差异为0.1%（2014年），这与一些无法考虑到的扰动项有关。“网络文学”使用率差异表现出增长态势，从1.3%增加到了7.9%，在农村家庭的父辈普遍文化素质低，缺乏文化素养，在对子女的教育方面缺少文化维度的培养，这种缺失同样渗透到了子女网络运用层面，对于网络这种新兴媒介所具有的文化制造与传播功能认知不足。

在交流沟通方面，“即时通信”的城乡青少年使用率差异从8.4%下降到3.9%，在2013年表现为“逆差”（-2.7%），而在“拥有博客”“社交网站”“电子

邮件”“论坛/BBS”的使用率上，一直保持着城镇领先农村的状态。其中，“电子邮件”的使用率差异最大（各年均处于10%以上），这与农村青年网络使用的“重休闲、轻商务”特征有关，电子邮件作为PC时代网络办公的重要工具，对于包括农村青年在内的农村居民显然并不是生活、工作中主要的交流工具。同时，商务交易类的使用率城乡差异趋于拉大，“网络购物”“网上支付”的城乡使用率差异在2009—2015年均保持在10%以上，且在近年有进一步拉大的趋势，城乡群体之间在经济水平、消费理念、对网络交易的态度认知等方面存在着巨大差异，是网络金融行为在农村地区偏低的主要原因，同时，农村金融创新步伐的缓慢与教育水平的落后，在客观条件上抑制了农村青少年商务交易行为的可操作性。具体见表2。

总而言之，城乡青少年网民网络信息行为存在着较大差距。吕艳飞认为农村基础设施滞后、公共服务不足，学校、家庭、图书馆的网络设施无法满足农村青少年需求，农村信息化水平低加剧了农村青少年上网成本，农村网络行为缺乏监管使青少年对网络信息性功能弱化和娱乐性功能强化<sup>[3]</sup>。这些问题的存在是导致青少年网民网络运用城乡差异的主要原因。

表2：青少年网民网络运用的城乡差异

单位：%

指标 / 年份	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
搜索引擎	10.6	11.8	9.5	10.07	10.4	11.3	3.4
网络新闻	10.7	13.9	12.8	—	—	10.0	6.3
网络音乐	4.2	8.0	7.1	6.86	13.1	8.1	5.2
网络视频	11.9	15.2	7.1	12.11	18.3	8.9	9.4
网络文学	1.3	7.4	5.3	6.95	5.4	7.0	7.9
网络游戏	2.2	5.2	7.0	2.42	11.9	0.1	4.7
拥有博客	7.4	12.4	14.1	9.62	3.1	6.6	—
即时通信	8.4	7.5	4.9	6.07	-2.7	4.5	3.9
社交网站	14.1	18.3	11.7	9.76	—	—	—
电子邮件	16.3	18.9	18.9	17.1	17.6	11.6	13.2
论坛/BBS	11.8	14.9	14.8	12.48	7.7	6.1	9.5
网络购物	13.9	17.4	19.6	15.54	15.8	18.7	17.0
网上支付	12.0	15.3	18.0	17.59	16.3	18.6	16.7
网上银行	10.9	14.8	17.1	16.33	14.2	16.4	15.6
旅行预订	3.9	4.4	4.4	10.85	14.4	16.8	18.3

## 2. 地区差异

由于《报告》中按照东、中、西、东北等四个区域对青少年网民十余个网络运用指标进行了统计，加之本文重点考察的是这些指标的动态变化特征，将所有指标纳入分析框架将非常烦琐。为了分析简便，从四个运用维度中各抽出一个代表性指标进行分析。

“搜索引擎”方面，四个地区青少年网民的使用率均出现大幅上涨，分别从76.0%、70.7%、70.7%、70.6%提高到87.8%、87.1%、85.1%、84.1%。各个地区青少年网民的使用率对比情况较为不稳定，2011和2015年呈现“东部>中部>西部”，2010、2012和2013年则表现为“东部>西部>中部”。2014年中部地区搜索引擎使用超过了其他区域，达到83.1%（图9）。

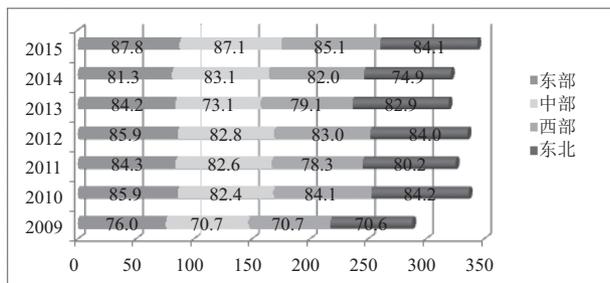


图9：分地区青少年网民“搜索引擎”使用率

“网络游戏”方面，四个地区青少年网民的使用率均出现明显下降态势，分别从76.7%、74.6%、79.7%、82.6%下降到67.0%、63.9%、66.4%、74.2%（图10），但说明社会普遍关注的青少年网络游戏问题得到有效的治理，还需要进一步论证。

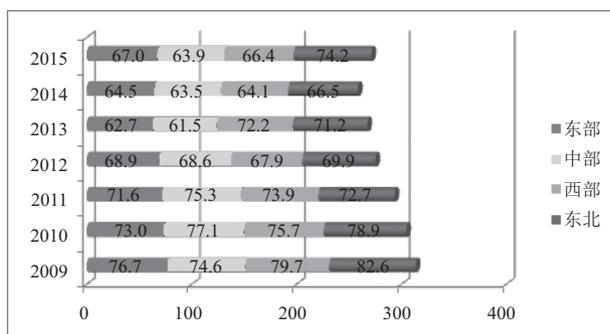


图10：分地区青少年网民“网络游戏”使用率

“即时通讯”方面，四个地区青少年网民的使用率均明显提高，分别从77.3%、77.6%、76.8%、73.8%提高到93.5%、92.6%、90.0%、94.2%（图11），在过去的几年中，随着QQ，百度hi，网易泡泡，盛大圈圈，淘宝旺旺、Fetion等诸多客户端软件的推广与运用，通信的移动化扩张步伐加快，这一时代潮流正逐步改变青少年与外界交流的方式与频率。

“网络购物”方面，四个地区青少年网民的使用

率的增幅非常惊人，分别从26.9%、26.2%、26.3%、25.8%提高到65.2%、60.2%、57.5%、58.9%（图12），除2011年外，各年东中西地区青少年网民的使用率基本上呈现“东部>中部>西部”的梯度格局，但差异程度较小，可见，青少年网购的发展具有区域同步性。

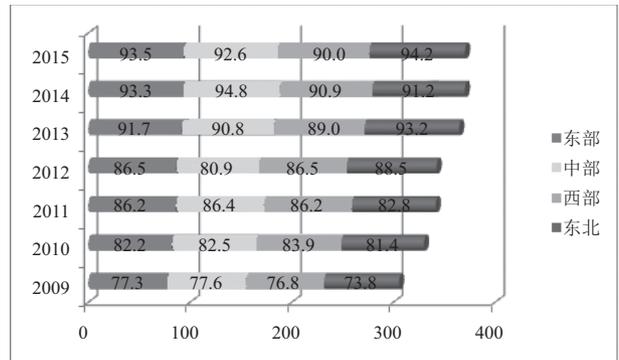


图11：分地区青少年网民“即时通讯”使用率

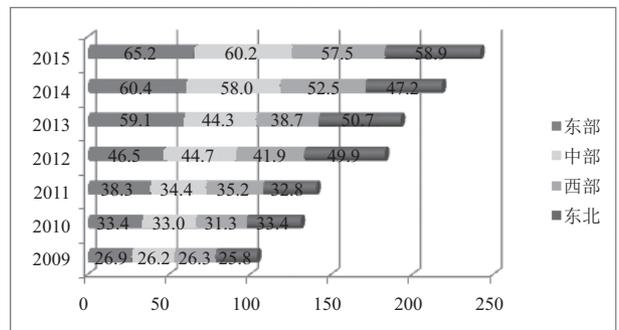


图12：分地区青少年网民“网络购物”使用率

## 四、未成年网民群体特征与运用行为变迁

### 1. 群体特征

我国未成年人网民人数从2009年的7917万人增加到2015年的13400万人，翻了近一番，青少年网民的比例从2009年的40.6%增加到了2011年的55.9%，突破这一顶点后逐步下降到2015年的46.6%。整体上看，未成年网民数量及比例是非常高的，换言之，三个网民中就有一个是未成年人，“宅”·闷·散——移动时代炼成“不移动”生活已经成为未成年人的生活特征，网络的使用造就了大量的“屏奴”，户外活动不足与中小学生近视率逐年上升、少年封闭孤僻与交流障碍增多、碎片化冲击注意力游移等问题愈发严重。对于这些后果，针对未成年人的网瘾矫治是必要的，但不可过度依赖矫治机构，因为这一组织存在侵犯未成年人合法权益、资质认证混乱、矫正方法粗暴等缺陷，要通过国家网游分级管理制度的实施、绿色网吧的建设、形成有效监督和引导机制以实现综

合治理<sup>[4]</sup>。

## 2. 网络运用

未成年人在家上网的比例最高，且从 81.1% 增加到 94.6%，网吧上网比例从 37.6% 下降到 17.7%。这与青少年整体上网地点分布的变化趋势相同。网络接入方式看，手机上网使用率从 63.0% 上升至 81.2%，台式机选择率从 75.0% 下降到 70.2%。在互联网时代，智能手机相比于传统的 PC 工具更加适用于碎片化的场景，未成年人更加青睐高度自由化的手机终端，可以预见在不远的将来，PC 时代或许即将没落。使用行为上，未成年的搜索引擎使用率有大幅提高，已经从 70% 左右提高到了 85% 左右，网络游戏和论坛 / BBS 使用率出现了同步下滑趋势，但网络游戏的使用率仍然处于 69.2%，笔者认为：将未成年人网络游戏行为看作洪水猛兽是不合理的，只要进行健康的引导，不失为缓解学习压力和提高情商智商的有效工具。国家文化部门采取的向社会征集两批国产原创、健康益智、寓教于乐、适合未成年人的优秀网络游戏产品，实践证明效果是非常理想的<sup>[5]</sup>，相信它们将会引导和丰富未成年人健康的游戏娱乐需求，让孩子们在网络游戏中健康成长。网络购物使用率从 16.1% 增加到了 43.9%，超过 4 成的未成年人有网购行为，这其中也会包括一定的非理性购买行为，未成年人在家长不知情的情况下随意网购的现象层出不穷，这需要家长、电商、政府的共同努力，从家庭监管、行业自律和法规完善等多个角度多管齐下，以保护未成年人网购权益和引导正确网购行为。

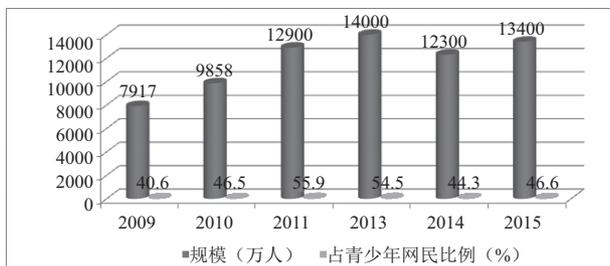


图 13：未成年人网民数量与比例

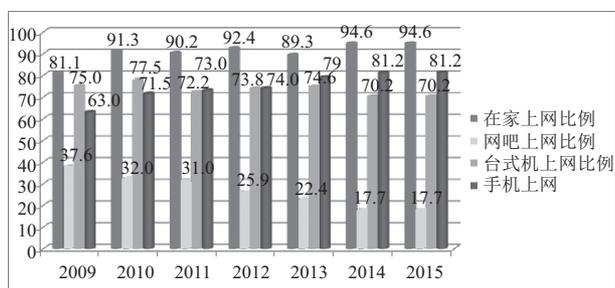


图 14：未成年人上网行为

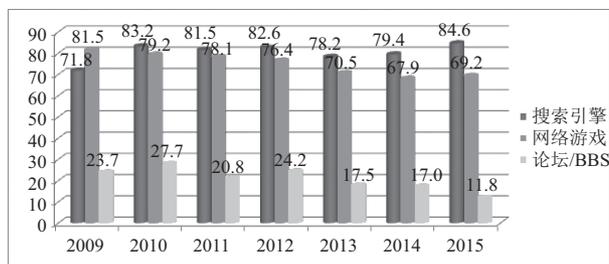


图 15：未成年人网络交流沟通行为

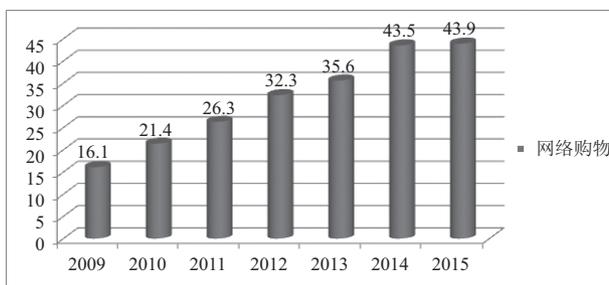


图 16：未成年人网购行为

## 五、结论与展望

经过以上分析，能够充分体现出青少年网民上网行为特征的变化，可归纳为：

(1) 青少年网民尤其是未成年网民的规模持续提高，群体特征上表现为男女性别比缩小、网民低龄化趋势明显、城乡差距进一步增加。

(2) 青少年网民在家中上网的集中度逐年提高，在网吧上网的比率呈下降趋势。台式机仍然是上网的主要终端，但选择率有所下降，手机的采用率有了大幅提高，已经超过台式机的使用率，青少年成为“低头一族”的比例大大提高。每周上网时间有了大幅提高，尤其是大学生上网时间在近年内翻了一番。

(3) 青少年网民的搜索引擎、即时通讯、网络购物、支付与网银等方面的使用率增加，而在博客、社交网站、电子邮件、论坛 / BBS、网络游戏、网络音乐等方面的使用率下降明显，显示信息搜寻、网络交易、快捷化通讯是青少年网民网络运用的主要需求，社交、网络娱乐功能的吸引力下降。

(4) 城乡二元化差异同样体现在青少年网民的网络运用上，信息获取、网络娱乐、交流沟通、商务交易的使用率整体上城镇高于农村，尤其是在网络文学、网络购物、网上支付的使用率上，城乡之间的差距在加大。

(5) 东、中、西、东北等四个地区青少年网民的

搜索引擎、即时通讯、网络购物使用率均出现同步上涨趋势，从横向对比看各地区的使用率差异不大。网络游戏的使用率均处于下滑态势，青少年网络游戏沉溺问题正在逐步得到改善。

(6) 未成年网民规模从 2009 年翻了近一倍，成为我国网民的主体。上网地点主要集中于家中，主要上网方式为手机上网，在搜索引擎、网络购物方面的使用率提高显著，网络游戏的使用率虽然下降明显，仍然处于高位。

通过对历年《报告》信息的汇总、从动态角度挖掘青少年网民上网行为的走向能够得出很多有价值的结论。但是，《报告》所归纳的信息侧重于描述性统

计，并没有从现象产生的原因、未来的走向及针对性的建议等角度进行深入的论述，这正是学者们要重点关注的内容，也是《报告》需要进一步完善的内容。同时，随着调查年份的增加（指标数据跨度的延长），经济社会领域所流行的计量分析方法完全能够运用到这一领域当中，探索青少年网民各行为特征之间的关联性存在与否以及相互作用的程度，希望其他学者能在这一方向上做出更深刻的挖掘研究。■

姚伟宁：西南石油大学机电工程学院  
党委副书记，讲师  
责任编辑 / 方奕

### 参考文献：

- [1] 汪琼. 解读《中国青少年上网行为调查报告》[J]. 中国教育信息化, 2013(17).
- [2] 澎湃新闻. 中国都市青少年发展报告警告“低头族”：影响身体形态和机能[EB/OL]. [http://www.thepaper.cn/newsDetail\\_forward\\_1338264](http://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_1338264), 2015-06-03.
- [3] 吕艳飞. 我国城乡青少年网民网络信息行为比较研究[J]. 现代情报, 2011(11).
- [4] 中国青少年研究中心课题组. 关于未成年人网络成瘾状况及对策的调查研究[J]. 中国青年研究, 2010(6).
- [5] 新华网. 文化部开始征集第二批适合未成年人网游产品[EB/OL]. [http://news.xinhuanet.com/newmedia/2005-12/14/content\\_3918931.htm](http://news.xinhuanet.com/newmedia/2005-12/14/content_3918931.htm), 2005-12-14.

(上接第 64 页)

- [35] Heckman, James J, Jora Stixrud, and Sergio Urzua. 2006. “The Effects of Cognitive and Noncognitive Abilities on Labor Market Outcomes and Social Behavior.” National Bureau of Economic Research.
- [36] Bowles Samuel, Herbert Gintis, and Melissa Osborne. 2001. “The Determinants of Earnings: A Behavioral Approach.” Journal of Economic Literature 39(4): 1137-76.
- [37] Dunifon, Rachel, and Greg J Duncan. 1998. “Long-Run Effects of Motivation on Labor-Market Success.” Social Psychology Quarterly. JSTOR, 33-48.
- [38] Osborne, Melissa Anne. 2000. “The Power of Personality: Labor Market Rewards and the Transmission of Earnings.”
- [39] [40] Mueller, Gerrit, and Erik Plug. 2006. “Estimating the Effect of Personality on Male and Female Earnings.” Industrial & Labor Relations Review 60(1). SAGE Publications: 3-22.
- [41] Heineck, Guido, and Silke Anger. 2010. “The Returns to Cognitive Abilities and Personality Traits in Germany.” Labour Economics 17(3). Elsevier: 535-46.
- [42] Seibert Scott E, and Maria L Kraimer. 2001. “The Five-Factor Model of Personality and Career Success.” Journal of Vocational Behavior 58(1). Elsevier: 1-21.
- [43] [45] Heckman James J, and Yona Rubinstein. 2001. “The Importance of Noncognitive Skills: Lessons from the GED Testing Program.” The American Economic Review 91(2). JSTOR: 145-49.
- [46] 都阳, 王美艳. 认知能力, 教育与劳动力的市场绩效——论农村义务教育体制改革的意义[J]. 中国农村观察, 2002(1): 47-56.
- [48] 谢宇, 胡婧炜, 张春泥. 中国家庭追踪调查: 理念与实践[J]. 社会, 2014(2).
- [49] Cattell, R. B. (1987). Intelligence: Its Structure, Growth, and Action. Amsterdam: North-Holland.
- [51] Murnane, Richard J, John B Willett, Yves Duhaldeborde, and John H Tyler. 2000. “How Important Are the Cognitive Skills of Teenagers in Predicting Subsequent Earnings?” Journal of Policy Analysis and Management. JSTOR, 547-68.
- [52] Marks, G. N. (2013). Education, Social Background and Cognitive Ability: The Decline of the Social. Taylor & Francis.