



# 57.1%受访大学生呼吁建立健全促进公平就业的法律法规

中青报·中青网记者 杜园春

当下正值求职季，大学生投递的每一份简历背后都是一份期待。然而，户籍地、性别、学历等身份标签，却成为一些学生在求职过程中迈不过去的“坎儿”。如何减少就业歧视问题？

中国青年报社社会调查中心联合问卷网(wenjuan.com)，对1333名应届生进行的一项调查显示，92.4%的受访大学生表示若遭遇就业歧视会挫伤自己的求职勇气，57.1%的受访大学生呼吁建立健全促进公平就业的法律法规。

## 专家分析：在实际招聘层面仍有隐形歧视现象

楚甜是2025年四川省某高校的应届毕业生，从去年9月校招开始，她就到处投递简历、参加企业宣讲会，但有相当长一段时间没得到面试机会。“起初我以

为自己的能力问题，可后来发现不少成绩靠后的男生都进入了面试环节。”

刘萱在北京一所高校的小语种专业读研一，她感觉自己所学专业的女生在工作时会面临更多挑战，“我们专业的学生有很大概率被外派非洲工作，因为条件艰苦，女生在求职时不占优势”。

刘萱有个同学毕业于湖南一所“双非”一本院校，他在校园招聘会上投递了一家国企的一个基础工种岗位，但企业人事告知“这个岗位向来只招985、211院校的毕业生”，没有继续考察他的专业能力。

调查中，52.4%的受访大学生感到求职过程顺利。

中国政法大学人权研究院副教授王理万直言，为了规避法律责任，目前在筛选简历阶段已很少有企业会直接列出可能涉及歧视的条件，如性别、户口等限制，但在实际操作层面仍有隐形歧视现象。

## 国考打破“35岁门槛”，受访者感慨年龄歧视或被逐渐破解

楚甜曾在面试环节被人问“怎么证明你的能力比男生强？”她当时觉得这个问题“莫名其妙”，“明明是一样的学历背景，甚至我的成绩更靠前，却因性别被定义为‘差的那一个’。”楚甜感慨，求职是一个双向选择的过程，未来即便进入这样的企业工作，仍会担心因结婚生子遭受区别对待。

调查显示，若遭遇就业歧视，92.4%的受访大学生直言会挫伤求职勇气，超三成(30.8%)表示很大程度上会。

36岁的周清如生活在北方的一个小县城，一直在找工作。她觉得35岁“是一个坎儿”，“有的直接说不招35岁以上的，有的会委婉表达对体力精力的担心。”她感到一些用人单位对求职人群的“刻板印象”会让求职者错失一些机会。

在打破求职“35岁门槛”限制上，近来已有一些改变。在《中央机关及其直属机构

2026年度考试录用公务员公告》中，对报考者的年龄要求是“一般为18周岁以上、38周岁以下”。从原来的35岁到现在的38岁，不少像周清如这样的求职者感到，这一“细微”变化也许标志着年龄歧视问题能被逐渐破解。

## 减少就业歧视，57.1%受访大学生呼吁建立健全促进公平就业的法律法规

杭州一所职业院校的2025届毕业生黄柳认为，用人单位选拔人才应让应聘者“用实力说话”，不能因一些刻板印象而“一刀切”。“很多企业还看重毕业生有没有相关实践经历，但应届生很难面面俱到，学校所学和工作所用也会有出入，希望企业能从所需人才应具备的素质、潜力出发，重视培养新人。”

刘萱觉得，高校要把就业权益知识列为必修课，教大学生看合同、知悉劳动法、“五险一金”等，“很多学校都没有教这些”。

59.4%的受访大学生认为要对大学生加强就业安全教育，防范求职风险；57.1%的受访大学生呼吁建立健全促进公平就业的法律法规；40.2%的受访大学生强调要提升劳动者的维权意识，畅通投诉渠道。

王理万认为，在治理就业歧视问题上，应先从行政和司法层面推进。在行政方面，要将正、反两方面治理手段都用起来，对违反劳动法、就业促进法、妇女权益保障法的企业进行处罚，同时对做得好的企业进行奖励。此外，他认为，解决求职阶段遭遇歧视的举证难问题，司法方面还有很多要做的，“很多企业内部决策过程不公开，这些材料求职者是无法获取的。所以，在举证责任上，可考虑不按照民事诉讼法‘谁主张谁举证’的原则，而是让企业也承担一定的举证责任，证明自身没有歧视。”

参与调查的大学生中，专科的占19.6%，本科的占67.8%，硕士研究生占39.6%，女生的占60.4%。所在院校为双一流院校的占29.4%，非双一流院校的占55.9%，高职(高专)院校的占14.7%。

(包璧丽对此文亦有贡献，文中楚甜为化名)



## 86.4%受访青年有过知识付费经历

音视频课程和订阅制会员受访青年买得最多

中青报·中青网记者 戴瑶 王品芝

在视频网站买一套音乐课，去播客软件听一节故事写作训练……如今，为知识付费越来越受到年轻人的认可。近日，中国青年报社社会调查中心联合问卷网(wenjuan.com)，对1334名青年进行的一项调查显示，86.4%的受访青年有过知识付费的经历。其中，音视频课程是受访青年购买最多的知识付费产品。

正在北京上学的00后王欣购买了英语视频博主的英语教学课，这位博主她关注了很久，“感觉他英语确实很好，而且偏口语化，符合我想提高英语口语日常交流能力的需求。”在购买知识付费项目前，王欣一般会根据自己的需求认真调研，再决定是否付费。

从事市场营销工作的95后周晓是一名“资深”知识付费用户，上大学时就有过知识付费的经历。这几年，她陆续通过知识服务平台购买了一些不同类型的付费课程，“我希望未来自己也有机会在一个领域作出成绩，成为一名好的知识博主”。

9.9元的绘画教程、数十元的直播讲座、上百元的网站年费会员……现在的年轻人都购买过什么类型的知识付费产品？数据显示，52.2%的受访青年购买过音频、视频课程，49.9%的受访青年购买过订阅制会员，40.9%的受访青年购买过电子书、论文、专业报告等。另外，线上直播与系列讲座等(34.5%)、付费问答与咨询(31.9%)、内容打赏(19.3%)、付费社群(13.5%)等也是受访青年会选择的知识付费产品。

作为一种新型的知识服务形式，知识付费近几年得到了快速发展。中国政法大学知识产权研究中心研究员徐新明接受中青报·中青网记者采访时表示，移动支付的高速发展为知识付费提供了便利条件。互联网尤其是移动互联网的发展，也使得人们获取信息、知识更加便捷。

90后李薇从2016年就开始购买知识付费产品，近10年来，她通过不同平台购买过各个领域的知识付费产品，包括理财、软件编程、配音、插画、减脂塑形等方面，“我觉得知识付费挺好的，花小钱就可以学习到一个新的东西”。

至今，周晓一共为知识付费产品花费了一万余元，但因为时间有限，其中一部分课程她并没有完成学习。近两年，她开始更认真地筛选付费内容，“只学一些必要的东西”。

大家平均一年愿意为知识付费产品花费多少？调查中，41.6%的受访青年愿意每年花费101-500元；24.2%的受访青年愿意花费501-1000元；23.8%的受访青年可以接受100元及以下的花费，7.9%的受访青年愿意花费1001-3000元，2.5%的受访青年愿意花费3000元以上。

周晓第一次购买知识付费产品是朋友分享的有关时间管理的课程，“内容刺激到了我的痛点”。后来，她又购买了这位博主的其他付费内容，“对提升我的职场思维还是有一些帮助的”。

对李薇而言，知识付费带给她的更多的是一种情绪上的满足，“我购买的付费课程都会学完”。作为一名长期的知识付费用户，她感觉近几年来知识付费的课程越来越多了，有些“鱼龙混杂”。“购买前还是应该先看看自己是否适合这个内容，再决定是否付费”。

年轻人购买知识付费产品的主要目的是什么？数据显示，57.3%的受访青年是出于个人兴趣爱好，53.7%的受访青年是为了满足工作学习需求，此外，职业技能提升(49.9%)、解决生活中具体问题(33.9%)、激励创作者(22.6%)等也是受访青年选择知识付费的原因。

“知识付费的兴起，可能与信息过剩有关，一些用户希望通过付费筛选一些低质量的知识内容。”徐新明表示，海量的信息导致人们浏览网络信息消耗过高的时间成本，而知识付费能够提供有用知识以满足用户个性化需求，有效降低用户获取知识的时间成本。

受访青年中，05后占比1.7%，00后占比21.3%，95后占比24.5%，90后占比26.0%，85后占比12.8%，80后占比13.7%。

(黄子涵对本文亦有贡献，王欣、李薇、周晓均为化名)

# 参加乡村研学 超八成受访家长表示孩子更知农爱农

中青报·中青网记者 吴欣宇

近年来，随着素质教育的深入推进和乡村振兴战略的全面实施，“乡村研学”作为一种融合学习教育与乡村体验的新型教育模式，正逐渐走进广大学生和家长的视野。本周，中国青年报社社会调查中心联合问卷网(wenjuan.com)，对1334名家长进行的一项调查显示，59.2%的受访家长表示参加过乡村研学活动。59.9%的受访家长感觉近年乡村研学活动变多了，80.5%的受访家长表示参加乡村研学后，孩子在知农、爱农、重劳动方面有变化。

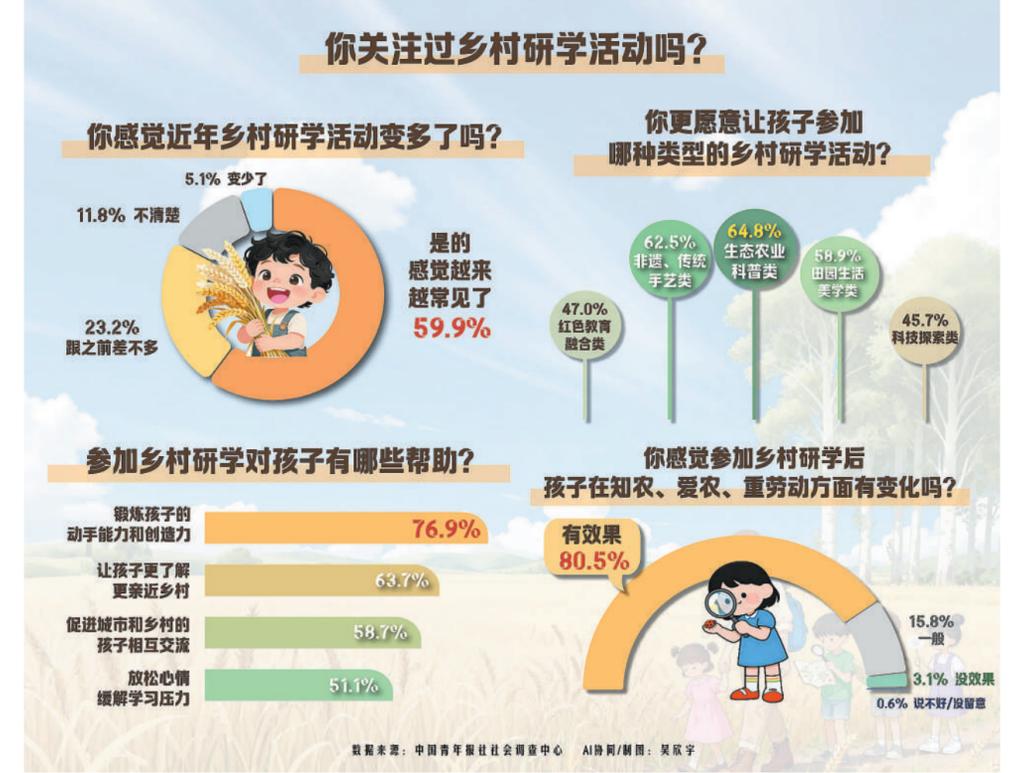
## 在乡村研学中感受头顶蓝天、脚踩泥土的生活

每到周末或节假日，来自广东省珠海市斗门区的王晓妹就会带两个孩子去周边的乡村参与户外研学活动：去竹林里体验割竹子，再做成有当地风味的竹筒饭；去甘蔗地里砍甘蔗，再熬成红糖棒棒糖……每次乡村研学之旅，都会给孩子们带来新的收获。

“现在城市里的孩子缺少在田野里撒欢、头顶蓝天白云、脚踩泥土的这种自由自在的生活。”王晓妹在乡村长大，对乡村有非常深厚的感情，作为一名幼教工作者，她一直在思考：为什么现在的孩子心理上的问题越来越多？或许去大自然，可以帮他们释放压力。“斗门区周边的乡村文化氛围比较浓郁，近年来在大力发展乡村旅游，乡村研学资源也很多，我就经常带孩子们去周边转转。”

调查显示，59.2%的受访家长表示孩子参加过乡村研学活动。交叉分析得出，二线城市受访家长表示，孩子参加过乡村研学活动的比例最高，为63.7%，其次是一线城市(62.9%)。59.9%的受访家长感觉近年乡村研学活动变多了。

“现在的孩子很少接触乡村，带他们去地里挖红薯都会很兴奋。”河北省石家庄市正定县塔元庄村的90后封永静从事研学导师工作有7年了，2020年，他从城市来到乡村，专门进行乡村研学课程研发、教学、业务对接等工作，希望找到



“研学+乡村振兴”的新路径。“研学课程的设计要找到孩子们的需求点，既让他们学到东西，还得让他们玩得开心，要寓教于乐。”

在贵州省黔东南苗族侗族自治州丹寨县南皋乡清江村90后田如花也在返乡创业的浪潮中发现了乡村研学的潜力。

下田、抓鱼、割水稻、收谷子、吃农家饭、徒步溯溪……田如花在自己设计的研学课程中加入了丰富的农耕体验项目。作为苗族服饰、酸汤制作技艺两项非物质文化遗产的代表性传承人，她还通过研学的

形式推广当地的民族文化特色、手工技艺。田如花想通过研学活动，让城市里的人更沉浸式地体验乡村生活，同时收获一份内心的宁静。

数据显示，生态农业科普类，如认识作物、体验采摘、了解现代农业，是受访家长最愿意让孩子参与的乡村研学类型，获选率为64.8%，然后是非遗、传统手工艺类(62.5%)，田园生活美学类，如插花、品茶、感受乡村慢生活(58.9%)，其他还有：红色教育融合类(47.0%)、科技探索类(45.7%)、沉浸式深度体验类(28.0%)等。

## 76.9%受访家长认为乡村研学能锻炼孩子的动手能力和创造力

王晓妹会挑一些新鲜有趣的活动，带孩子们一起参与，她记得在一次研学中，孩子们在老师的带领下，亲自在土里挖蚯蚓，做管道给蚯蚓喂食，他们一边动手，一边学习生物知识，还把这次研学经历写进了作文。“研学活动的每个环节都环环相扣，孩子们觉得非常充实、有趣。”

# 知识付费存在哪些问题？近七成受访青年首选内容质量参差不齐

68.4%受访青年希望建立透明真实的知识付费平台评价反馈系统

中青报·中青网记者 戴瑶 王品芝

终身学习时代的到来叠加互联网技术的飞速发展，让越来越多年轻人选择在互联网平台上为知识付费，给自己“充电”。而海量的知识付费产品也让消费者眼花缭乱，难以筛选。日前，中国青年报社社会调查中心联合问卷网(wenjuan.com)，对1334名青年进行的一项调查显示，71.7%的受访青年在知识付费时看重内容和质量。68.4%的受访青年希望知识付费平台可以建立透明、真实的评价反馈系统。

## 质量参差不齐被认为是当下知识付费存在的最主要问题

前段时间，在北京上学的00后王欣为了提高英语口语能力，在视频软件上购买了一名博主的英语课，“价格不高，效果也是有”，在她看来，每个群体都能找到适合自己的付费服务，但需要去筛选适合自己的。“知识付费博主应该实事求是地把自己课程适合的群体、能达到的效果讲清楚”。

购买知识付费产品大家会考虑哪些因素？调查显示，内容和质量(71.7%)是受访青年考虑的首要因素，价格(53.7%)、平台是否可靠(52.2%)、创作者的背景及口碑(48.1%)、用户评价(43.4%)、是否提供配套资料和售后服务(34.3%)等也是受访青年会考虑的因素。

“知识付费行业发展迅速，短短几年之内就出现大量的知识付费产品，导致质量参差不齐，内容同质化情况严重，优质的知识付费产品数量较少。”中国政法大学知识

产权研究中心研究员徐新明接受中青报·中青网记者采访时表示，知识付费行业迅速发展原因之一，是能让用户充分利用碎片化的时间获取有用知识，实现学习目的。但知识付费所提供的产品内容，多趋于碎片化、浅层化，难以提供系统化、具有一定深度的内容。

虽然选择越来越多了，但从2016年开始知识付费的90后李薇却越来越难以辨别产品的优劣。之前，她曾购买过舞蹈课和减肥课，结果一堂课只是教几个简单的动作，“让人觉得很不值”。作为一名曾经的三甲医院医生，她发现网络上有一些没有足够知识背景的博主分享的有关身体健康的知识有误，“我觉得他们就是通过包装和情绪煽动，获得消费者的信任，消费者应该理性地去辨别”。

王欣感觉如今知识付费的门槛在逐渐降低。“过去可能更多的是各行各业里顶尖的、有大量相关经历的人去做知识付费，但现在只要有一些经历、相对经验丰富的人都可以做。”在她看来，现在是个人IP时代，只要有自己的优势和经验，有人愿意付费学习就可以，“只是要避免虚假宣传和定价虚高”。

从事市场营销工作的95后周晓看到过一些价格超千元的写作课，授课者声称

跟着他学习写作，还能帮投稿挣钱，结果只能投他自己的公众号，“甚至有一些‘写作老师’说自己的公众号有几十万粉丝，结果公众号内容却是分享壁纸图片”。她对这些自称“写作老师”的博主非常不满，“我不知道学员能不能挣钱，老师肯定挣钱了”。

你认为目前的知识付费存在哪些问题？69.0%的受访青年认为知识付费的内容质量参差不齐，54.3%的受访青年觉得缺乏后续服务和支撑，52.4%的受访青年认为宣传与实际不符，“水分大”，49.0%的受访青年觉得部分知识付费产品在定价过高的问题，39.9%的受访青年则表示仿冒抄袭、内容雷同也造成了一定的困扰。

## 68.4%受访青年希望建立透明、真实的知识付费平台评价反馈系统

相比内容，王欣认为更重要的是让知识付费产品尽可能透明、客观地向用户展示，让定价更合理。她期待更好地完善相关的法律法规，以确保知识付费的交易过程得到充分保障，“希望涉及知识付费服务行业的广告法和其他法律法规能够逐渐完善，从业者能够越来越规范”。

“目前知识付费平台已经形成了较为

成熟的商业变现模式，但在定价、宣传、售后等方面的配套法律法规仍有缺失。”徐新明表示，优质内容匮乏是目前知识付费行业的主要问题之一，随着用户需求的增长，很多平台降低了从业人员的门槛，这就导致了内容质量下降。此外，目前，知识付费行业尚未建立起完善的内容质量评估机制，无法对从业人员的输出进行严格把关。“未来要守住从业人员门槛，对专业性较强的内容领域，要求知识生产者提供相关资料，从而增强对内容的筛选，减少低质量及同质化内容。”

用户期待未来知识付费如何完善？调查中，68.4%的受访青年希望知识付费平台可以建立透明、真实的评价反馈系统，62.0%的受访青年期待建立严格的内容审核与创作者认证机制。另外，提供更长时间或更全面的免费试听或试读(60.3%)、畅通监督举报渠道(56.4%)、强化学习社群运营，优化后期服务(35.8%)等也是受访青年期待能够改进的方面。

“如今，消费者的维权意识和维权能力不断提高，在拿起法律武器维护自身合法权益的同时，也推动了知识付费行业的商业模式更加成熟，向更加合法合规的方向发展。”徐新明建议，消费者在购买知识付费产品前，应对课程内容进行充分了解，确



认课程内容与自己的知识需求相匹配，而非盲目购买。如果发现已购买的知识付费内容与需求不一致，甚至有诈骗嫌疑，应及时进行维权，如保存好商家的宣传材料、用户购买凭证等证据，和商家协商退款，或向有关部门投诉举报，或采取进一步的法律手段维护自身合法权益。同时，他也提醒消费者要避免对付费知识的过度依赖，“任何人都不能通过短期的付费学习一劳永逸；要善于制订长期的学习计划，终身学习”。

受访青年中，生活在一线城市的占35.8%，二线城市的占37.3%，三四线城市的占19.8%，城镇或县城的占6.1%，农村的占1.0%。

(黄子涵对本文亦有贡献，王欣、李薇、周晓均为化名)