

颜值与公平感知

——基于中国劳动力动态调查数据的实证研究

徐淑一 林建浩 李捷瑜*

摘要 颜值作为个人天生禀赋是否影响其公平感知? 本文基于中国劳动力动态调查数据 (CLDS) 的实证研究发现: 个体颜值越高, 则越感到公平, 社会地位是两者关系的重要中介渠道。机制分析表明颜值主要通过人际技能信号机制产生影响, 而非偏好机制, 具体表现为: 第一, 相比女性, 男性的颜值对于社会地位以及公平感知的影响更为显著, 这与中国“郎才女貌”的传统偏好倾向不同; 第二, 在对人际技能要求更高的职业中, 颜值对公平感知与社会地位的影响更为重要; 第三, 相比于年轻人, 中老年人颜值的影响更大; 第四, 颜值与朋友圈规模之间具有倒 U 形关系, 颜值次高者拥有最多密切朋友数量。

关键词 颜值, 公平感知, 社会地位

DOI: 10. 13821/j. cnki. ceq. 2020. 04. 18

一、引言

韩愈说:“大凡物不得其平则鸣”。行为经济学的研究也表明, 人类具有公平偏好和强对等性偏好, 而个人的动机和经济行为常常与公平偏好有紧密联系, 人们在公平偏好下宁愿牺牲自己的利益也要对破坏公平规范者实施惩罚 (Camerer *et al.*, 2011; 董志强, 2011); 不公平感甚至会导致个体更加积极地参与到抗议性质的群体事件之中 (吴祖兴和董志强, 2014)。翁定军 (2010) 指出, 人们倾向将在微观生活环境中产生的不满扩散到与己无直接关系的社会群体上, 如果被剥夺的“不公平感”程度增强, 人们对社会不公感到愤慨, 仇富心理便易发生。斯蒂格利茨 (2013) 认为, 当不平等的现象成为人们感知的不公平时, 则会挫伤人们的工作效率, 社会缺乏积极性和正义,

* 徐淑一, 广东财经大学金融学院; 林建浩、李捷瑜, 中山大学岭南学院。通信作者及地址: 林建浩, 广东省广州市海珠区新港西路 135 号中山大学岭南学院, 510275; 电话: (020) 84112104; E-mail: linjh3@mail.sysu.edu.cn。本文得到国家自然科学基金 (71773147, 71991474)、广东省普通高校创新团队项目 (2016WCXT001) 以及中山大学高校基本科研业务费青年教师重点培育项目 (19wkzd09) 的资助。本文诚挚感谢匿名审稿人对本文提出的建设性修改意见和对文章逻辑思路的洞见。

甚至引起社会风险和动荡。史耀疆和崔瑜(2006)也指出,如果公民对社会公平度评价较低,就会导致其经济压力与心理压力加剧,在合适的外在条件下可能演化为激烈的矛盾冲突,进一步阻碍社会经济的有效增长。一言以蔽之,公平感是社会稳定和经济持续发展的压舱石。

本文对公平的度量主要是测量劳动者对“您认为您目前的生活水平和您的努力比起来是否公平?”的赞同程度。这种“付出—得到”之间的差异所导致的公平感知,其影响因素是复杂的,除了个人努力之外,更包括诸如性别、相貌、户口、家庭出身等个人无法改变的禀赋。在各种先天禀赋中,相貌最为直观,也成为各个学科的研究热点。相貌会对个体的社会经济地位以及收入产生影响,为了就业和职业发展而进行整形美容的现象屡见不鲜(费舒澜,2016)。广为流行的网络词汇“颜值”能够更加直观地体现相貌概念,“颜”意为容貌,“值”则指数值,颜值表示人物面容英俊或靓丽的数值,男性和女性皆可用该词形容。Hamermesh and Biddle(1994)最早研究了颜值与工资收入的关系,并验证了“美丽溢价”(beauty premium)的存在,拥有平均水平以上颜值的劳动者相对于颜值在一般以下的劳动者能够多挣10%—15%,这一美丽溢价与美国劳动力市场上存在的种族和性别收入差距不相上下。自此开始,“颜值效应”得到广泛关注,相关研究逐渐成熟并成体系,以至于被概括为“颜值经济学(Economics of Beauty)”(Hamermesh,2011)。

那么,颜值是如何影响个人的公平感知的?本文对此问题的探索一方面将公平感知的影响因素追溯至个人天生禀赋层面,另一方面将颜值的影响扩展至心理感知。基于中山大学中国劳动力动态调查数据(CLDS)的研究表明,个体颜值越高,则公平感知越强,社会地位是这一关系的重要中介渠道。相比收入和职业这种客观指标,个体对所属社会阶层和地位的主观评价与其公平感知有着更为紧密的关系。根据已有理论研究,颜值的作用机制包括偏好机制和信号机制。偏好机制是指人们由于爱美之心倾向于和高颜值的人打交道,而不管其是否真正带来回报,这种偏好带来了劳动力市场的偏见和歧视(郭继强等,2016)。信号机制则认为颜值是交际技能的信号,能够带来生产率的提高。如果爱美之心的偏好机制成立,则颜值的影响在不同职业之间是没有显著差异的;而且,中国有着“男才女貌”的传统看法,偏好机制下,女性颜值比男性颜值能带来更高的公平感知。本文实证研究发现,相比女性,男性的颜值对社会地位与公平感知的影响更为显著和稳定;相比生产性人员,颜值在文教、商业服务和办事人员等更需要人际沟通的职业中具有更高的溢价。因此,颜值作为交际能力的信号机制得到经验证据的支持。

本文其余部分的结构安排如下:第二部分回顾相关文献并提出本文的研究假说,第三部分介绍数据来源和变量定义,第四部分是实证模型以及结果分析,最后是结论和启示。

二、文献综述与研究假说

本文的研究涉及公平感、社会地位以及颜值多支文献，我们在分别综述的基础上，厘清相互之间的关系和作用机制，进而提出待检验的假说。

（一）公平感的影响因素与社会地位

人们的公平感不仅与收入公平有关，还和人们在社会不同阶层中所享有的资源以及人们的心理等因素有关。现有文献往往从理性均衡主义出发将市场收入视为劳动贡献的报酬，并将追求公平的主张归咎于穷人的嫉妒心以及大众民主下的利益划分（图洛克，2008）。由此，在社会公平观和相应政策上，现代主流经济学就发展出利己主义理论：人们的立场和观点取决于他们的自我利益，那些占据优势地位的社会群体出于对其既得利益受损的担心会倾向于维护现有的分配状况，而弱势社会群体则希望通过平等化或再分配政策来获得更多的社会资源（Corneo and Gruener, 2002）。

社会学家指出，社会地位是指在一个群体或社会中所界定的社会位置或在一个社会等级体系或分层系统中的等级位置（波谱诺，2007）。一个人的社会地位受到三个维度的影响：权力、财富与声望。客观社会地位与主观社会地位代表了社会地位研究的两种不同路径。经济收入往往作为客观社会地位的重要衡量标准，在学术界广泛采用。另一客观社会地位的测量指标为职业声望，由美国社会学家邓肯（Duncan, 1961: pp. 109-138）提出，其结合了与职业有关的收入以及教育背景。主观社会地位是指个人对自己经济地位和社会阶层的综合评价，包括主观阶层认同（于铁山，2015）。在信息的丰富程度上，主观社会地位要优于客观社会地位，因为主观社会地位既能在一定程度上反映客观社会地位的情况，又包含了客观社会地位无法考察的因素（黄雪琴和张云矿，2018）。主观社会地位能准确抓住社会地位中更敏感的方面，其提供的评定信息远远超过客观指标（Goodman and Adler, 2003），其影响因素包括收入、教育、家庭背景、性别、婚姻等一系列可观测和不可观测因素的影响（许琪，2018；Nielsen and Combs, 2015），因此越来越多的研究采用主观社会地位。

近年来，已经有越来越多的国内学者开始逐渐关注人们的主观公平感及其影响因素。由于学者们采用的实证、数据和研究方法不同，结论也不尽相同。史耀疆和崔瑜（2006）采用一项北京大学中国国情研究中心的调研数据进行实证研究发现，主观社会地位是影响公民公平感受的主要因素。孙明（2009）以 2005 年 CGSS 调查资料为依据，则发现处于社会底层的人们更倾向于平均分配的公平观。怀默霆（2009）基于一项 2004 年的调查数据分析表明，城市居民对不平等更加不满，特别是那些教育程度较高的人和那些住在

中部省份的人,相反,农村居民更倾向于接受当前的不平等。马磊和刘欣(2010)利用2005年CGSS数据,发现中国城市居民的收入分配公平感主要是由与自己过去的状况相比以及与其他人的状况相比决定的。翁定军(2010)基于上海市某区的数据,发现高职业地位不会使人们产生自己得利的不公平感,但低职业地位则会使人们产生被剥夺的不公平感。李骏和吴晓刚(2012)的研究发现教育使人们对不平等持更加批判的态度,地区实际的不平等程度越大,人们对不平等的认可程度越低。方学梅(2017)基于全国6城市1439位受访者数据的研究发现,与周围人相比以及与自己过去相比,自评社会经济地位高的人,其公平感知越高。进一步地,陈晓东和张卫东(2017)在探讨机会不平等影响社会公平感的作用机制中,发现机会不平等程度的上升会显著降低社会公平感,这一影响在家庭背景较差的群体中更为强烈。

从公平感的实证研究不难发现,收入以外的社会地位因素的影响不容忽视。实验研究也表明:当人们被问到希望在富裕社会中做穷人还是愿意在贫困社会中做富人而实际收入要比富裕社会中的穷人少很多时,有50%的人为了能够在一个社会中做富人而宁愿牺牲一半的实际收入(威尔金森和皮克特,2010)。这反映出人们更加关注自身所处的社会地位阶层。

(二) 颜值的影响

Hamermesh and Biddle(1994)首先发现了“美丽溢价”的存在,Liu and Sierminska(2014)的综述认为这个领域的文献主要关注以下问题:第一,颜值是否对劳动力市场的结果产生影响。第二,影响如果存在,颜值效应究竟有多大,其作用机制是什么?不同的机制意味着不同的政策含义。第三,这种影响是否存在异质性,例如颜值效应在劳动力市场和婚姻市场中的不同影响可能可以解释性别不平等现象。

国外学者研究还发现,不仅劳动力市场上存在“美丽溢价”,颜值与婚姻、职业地位也存在密切关系。比如Averett and Korenman(1996)研究发现肥胖的女性,其结婚的可能性更低,伴侣的工资也更低,从而导致较低的家庭收入。Harper(2000)研究发现相貌较差或者身材矮小都会显著降低个体的工资收入,身材高大的男性更受雇主青睐,而肥胖的女性更难就业和结婚。Feingold and Alan(1992)和Judge *et al.*(2009)发现长相越好看越能够进入社会地位较高的职业。McClintock(2014)研究则认为漂亮女性嫁给了高地位男性这一现象,并非纯粹是“美貌—地位交易”模式,而更多是因为漂亮女性更倾向于选择与自己相似的伴侣,这意味着美貌者本身往往具有更高的社会地位。

国内研究方面,江求川和张克中(2013)基于中国健康和营养调查数据(CHNS),发现身材偏胖对女性的工资收入和就业都有显著的负面影响。郭继强等(2016)提出了相貌与收入呈高跟鞋曲线的命题,发现相貌整体上有

助于提升收入，但最漂亮那一类人的美貌溢价却没有次美者高。刘一鹏等(2016)基于中国家庭追踪调查(CFPS)2010年数据的研究表明，相貌高于平均水平不会有统计上显著的工资溢价，但相貌低于平均水平使男性劳动者工资率显著降低17.8%，女性劳动者工资率显著降低9.5%。费舒澜(2016)基于中国家庭追踪调查数据，实证表明美貌者与相貌平平者收入差距的64%是由不可解释因素导致的，如果美貌者和相貌平平者获得同样的对待，那么美貌者在高收入职业的概率和收入均将有较大幅度下降。

(三) 假说的提出

综合文献研究，本文提出以下假说：

假说1：颜值作为天生禀赋，是影响公平感的重要因素，这主要是因为高颜值将给劳动者带来更高的社会地位和相应的收入，进而影响其公平感知的判断。

为何高颜值在劳动力市场具有优势？Mobius and Rosenblat (2006)提出了美丽溢价产生的三个途径：①自信，外貌突出的员工更加自信，自信能够增加工资；②视觉印象，外貌突出的员工被招聘者认为更加有能力；③口头印象，外貌突出者口语技能（例如交流和社交能力）更强，因而在他们与招聘者就工资进行谈判时更有优势。大量的文献从雇主歧视角度进行分析，认为雇主倾向于雇用美貌者主要基于以下两个理由：其一，纯粹偏好美貌者而无关其能力，这是一种Becker意义上的歧视，也可以理解为是一种偏好机制，是指人们从爱美之心出发，倾向于和长相好看的人打交道，而不管其是否真正带来回报，这种偏好带来了劳动力市场的偏见和歧视（郭继强等，2016）。这种影响在不同职业之间应该是没有显著差异的，而且在中国“郎才女貌”传统视角下，女性的相貌偏好效应应该强于男性。其二，雇主认为美貌的员工更具生产力，这是一种统计歧视，也可以理解为是一种信号机制，相貌被认为是非认知能力尤其是交际技能的信号，能够带来生产率的提高。也就是说，这种机制在需要交际技能的职业中将更为显著。

费舒澜(2016)认为，非认知能力包括社会适应能力、人际交往能力、情绪管理能力等，而且非认知能力在劳动力市场中的作用日益突出。颜值高并不意味着长相多美，而是气质、谈吐和衣着等方面与社会主流审美观的契合程度，反映的是一种非认知能力。Scholz and Sicinski (2015)使用美国数据研究男性高中时期的相貌与其中年时工资收入水平之间的关系，发现良好的相貌与自信度、外向性格、学生时代课外活动参与度高度相关，而这些品质正是用人单位所重视的，为劳动者带来较高收入。如果相貌与生产力相关，我们更倾向于将其称为信号机制。相貌之所以能传递人际技能的信号，是因为存在相貌的刻板印象和自我实现预言。相貌的刻板印象形成巴特·辛普森效应(Bart Simpson effect)，诱导人们喜欢与长得好看的人打交道，并相信

长相一般的人其才干和人际技能不如那些漂亮的人。自我实现预言则会引发皮格马利翁效应(Pygmalion effect),使那些受益于相貌刻板印象的貌美者在他人对其人际技能的正向预期影响下,获得更多的社交机会,建立更多的自信,从而最终切实地提升了自身的人际技能(郭继强等,2016)。

基于以上有关偏好机制和信号机制的分析,我们提出以下假说:

假说2:如果颜值影响在不同职业之间没有显著差异,而且女性颜值比男性颜值带来更高的公平感知,则是偏好机制起作用;反之,则是信号机制起作用。

三、数 据

(一) 数据来源

本文使用的数据来自中山大学“中国劳动力动态调查”(简称CLDS)。该调查包括中国29个省市(除港澳台、西藏、海南),2012年首次展开正式调查,完成村居问卷303份,家庭问卷10612份和劳动力个体问卷16253份;2014年完成401份村居问卷,家庭问卷14188份,劳动力个体问卷23512份。由于个体问卷中缺乏有关婚姻状况和民族的问题,我们将个体问卷和家庭问卷进行匹配以获取相关信息,经过整理,去掉关注变量的缺失值,2012年有8451个有效个体样本,2014年有14042个有效个体样本,其中共有4007个对象在两年中被追踪调查。本文采用2014年数据为主进行实证研究。

(二) 公平感知与相貌

调查问卷中,有关公平感的问题是:您认为您目前的生活水平和您的努力比起来是否公平?1代表完全不公平,5代表完全公平,被调查者在1—5的分值内进行打分。图1显示了居民公平感知的分布¹:认为不公平的个体比例较高,不足半数的受访者认为社会是相对公平的。

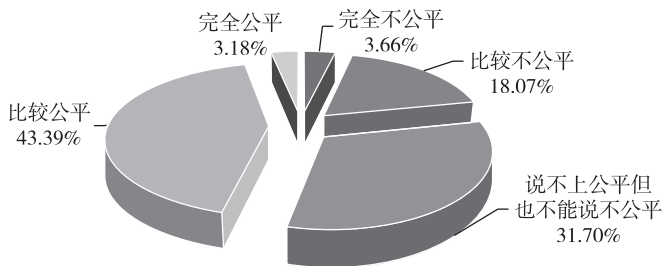


图1 居民公平感分布

¹ 如不作特殊说明,数据描述均指2014年样本。

问卷中，受访者的相貌是访问员在访问结束后对受访者进行的评价，访问员对受访者的相貌打分范围为 1—10，分值越高表示受访者越漂亮，相貌分布见表 1。Pfeifer (2012) 直接采用相貌 1—11 分值进行度量，郭继强等 (2016) 指出 Pfeifer 用 1—11 表示最丑到最美，这种度量方式极易给打分者造成困扰，进而带来测量误差，因而对相貌得分进行合并分类是非常有必要的，目前文献包括三级分类 (刘一鹏等, 2016)、四级分类 (郭继强等, 2016; 费舒澜, 2016) 以及五级分类 (Hamermesh and Biddle, 1994)。本文的基准分析采用四级分类：相貌较差 (合并 1—3 分)、相貌一般 (合并 3—6 分)、相貌较好 (合并 7—8 分) 和相貌很好 (合并 9—10 分)，四类相貌占比分别为：2.19%、52.04%、39.11% 以及 6.65%。图 2 刻画的是不同相貌等级人们公平感知的均值水平。可以看出，随着相貌等级的提高，人们的公平感知也在提高。

表 1 相貌分布

相貌	频数	占比 (%)	累计占比 (%)
1	15	0.11	0.11
2	41	0.29	0.40
3	252	1.79	2.19
4	879	6.26	8.45
5	2 920	20.79	29.25
6	3 509	24.99	54.24
7	3 266	23.26	77.5
8	2 226	15.85	93.35
9	676	4.81	98.16
10	258	1.84	100

(三) 社会地位

目前国内研究多采用人们对社会阶层的自我评价来测度社会地位。调查问卷中，相关问题是：您认为您自己目前在哪个等级上？用最高的“10”分代表最顶层，最低的“1”分代表最底层，受访者在 1—10 的分值内进行打分。图 3 显示大多数受访者认为目前所处的社会等级较低，5 分及以下者占比高达 77.07%。

与主观社会地位相补充，本文同时考察收入的影响。2014 年问卷调查的是受访者 2013 年各类收入的总计值，2013 年受访者各类收入均值为 3.1917

万元。由于收入的方差较大,而且最低收入和最高收入之间的差异悬殊²,因此本文在实证中将收入取对数。

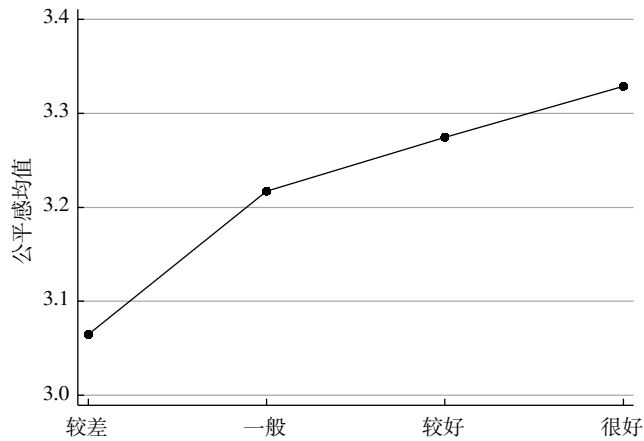


图2 不同相貌等级公平感均值

注:图2中横轴为相貌等级,下文图4、图5、图6相同。

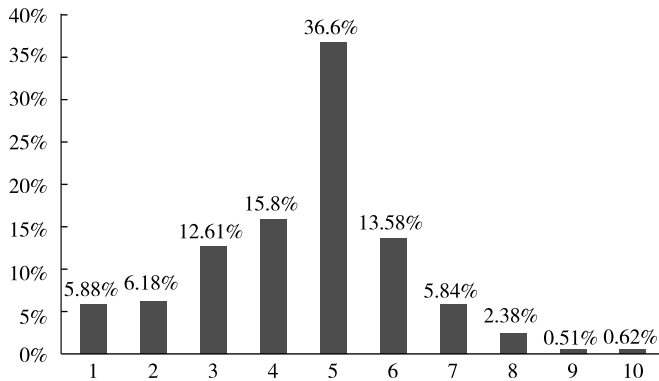


图3 社会地位分布

注:图3横坐标为受访者的主观社会地位评分,长方形阴影的高度表示各主观社会地位得分的样本占比。

(四) 控制变量

除了相貌,本文将影响公平感的其他控制变量分为四类。第一类是与社会地位密切相关的因素,包括教育、户口、党员身份;第二类是职业与单位性质,问卷按照我国第五次人口普查进行职业分类;第三类是人口学特征,包括年龄、性别、婚姻、家庭户主、健康状况和生活习惯;第四类是民族与信仰。最后,本文引入城市固定效应以控制不可观测的城市异质性的影响。本文涉及的主要变量描述性统计列在表2中。

² 最低收入不足1千元,而最高收入高达593万元。

表 2 主要变量描述性统计

	全样本		相貌较差	相貌一般	相貌较好	相貌很好
	均值	标准差	均值	均值	均值	均值
相貌评分	6.364	1.468	2.770	5.360	7.405	9.276
公平感知	3.244	0.911	3.065	3.217	3.275	3.329
年总收入(万元)	3.192	8.700	1.666	2.828	3.627	3.986
对数年总收入	0.509	1.198	-0.231	0.358	0.693	0.855
自评社会地位等级	4.545	1.665	3.701	4.392	4.747	4.832
教育：初中及以下	0.686	0.464	0.860	0.759	0.618	0.457
教育：高中/职业高中/大专	0.239	0.427	0.107	0.197	0.283	0.360
教育：大学本科及以上	0.075	0.263	0.033	0.045	0.099	0.183
城市户口	0.234	0.424	0.123	0.178	0.282	0.434
共产党员身份	0.097	0.296	0.046	0.076	0.115	0.180
职业大类 0	0.087	0.281	0.052	0.083	0.094	0.084
职业大类 1	0.087	0.281	0.052	0.083	0.094	0.084
职业大类 2	0.026	0.160	0.007	0.016	0.037	0.047
职业大类 3	0.062	0.241	0.013	0.044	0.079	0.121
职业大类 4	0.057	0.232	0.033	0.048	0.063	0.102
职业大类 5、6、7、8、9	0.110	0.313	0.071	0.096	0.125	0.146
体制内工作单位	0.172	0.377	0.075	0.132	0.207	0.311
女性	0.443	0.497	0.464	0.433	0.442	0.518
家庭户主	0.479	0.500	0.503	0.494	0.474	0.388
婚姻状况：单身	0.100	0.300	0.091	0.080	0.117	0.159
婚姻状况：已婚有配偶	0.869	0.337	0.860	0.883	0.860	0.813
婚姻状况：离异/丧偶	0.031	0.174	0.049	0.037	0.023	0.029
年龄	44.739	12.625	50.510	46.576	42.876	39.414
不健康程度	2.262	0.938	2.896	2.373	2.130	1.962
抽烟	0.332	0.471	0.338	0.350	0.320	0.260
饮酒	0.770	0.421	0.799	0.762	0.774	0.802
汉族	0.890	0.313	0.815	0.881	0.910	0.870
无宗教信仰	0.887	0.317	0.870	0.891	0.886	0.865
基督教信仰	0.050	0.218	0.094	0.044	0.050	0.082
佛教教信仰	0.063	0.243	0.036	0.064	0.064	0.053
样本量 (N)	14 042		308	7 308	5 492	934

四、实证分析

(一) 基准回归：相貌与公平感之间的关系

为实证考察相貌和公平感之间的关系，本文采用以下的有序 Probit 模型进行估计：

$$F = \alpha + \gamma_2 looking_2 + \gamma_3 looking_3 + \gamma_4 looking_4 + \beta X + \epsilon, \quad (1)$$

其中， F 是公平感知， $looking_2$ 、 $looking_3$ 、 $looking_4$ 是三个相貌虚拟变量， $looking_2=1$ 表示相貌一般， $looking_3=1$ 表示相貌较好， $looking_4=1$ 表示相貌很好， X 是控制变量。

估计结果如表 3 所示，第 (1) — (6) 列是基于有序 Probit 模型的估计结果，无论是否引入控制变量以及城市固定效应，相貌虚拟变量的影响都非常显著，而且相貌虚拟变量的系数逐渐增大，即颜值越高，人们感到越公平。第 (7) 列是 OLS 估计结果，系数可以直接理解为边际效应，而且结果也是稳健的。

表 3 公平感知与相貌的回归结果

	公平感知						
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
相貌一般	0.170*** (2.74)	0.176*** (2.83)	0.173*** (2.79)	0.114* (1.83)	0.115* (1.83)	0.125* (1.95)	0.114** (2.18)
相貌较好	0.234*** (3.75)	0.248*** (3.96)	0.245*** (3.91)	0.175*** (2.77)	0.178*** (2.81)	0.198*** (3.03)	0.172*** (3.23)
相貌很好	0.308*** (4.39)	0.328*** (4.63)	0.326*** (4.61)	0.256*** (3.58)	0.258*** (3.60)	0.304*** (4.09)	0.249*** (4.12)
第一类控制变量	否	是	是	是	是	是	是
第二类控制变量	否	否	是	是	是	是	是
第三类控制变量	否	否	否	是	是	是	是
第四类控制变量	否	否	否	否	是	是	是
城市固定效应	否	否	否	否	否	是	是
Pseudo R^2/R^2	0.001	0.003	0.003	0.013	0.013	0.039	0.093
N	14 042	14 042	14 042	14 042	14 042	14 042	14 042

注³：括号内为检验统计量的值；***、**、* 分别表示在 1%、5%、10% 水平上显著。下同。

考虑到模型中有可能遗漏影响颜值而又同时影响公平感知的因素，以及存在颜值的不同测度带来的误差从而影响实证结果，本文从以下三个方面进

³ 为节约篇幅，详细的估计结果并未列出，可向作者索取。

行稳健估计，结果列在表 4 中。可以发现，“个体颜值水平越高，公平感知越强”这一结论非常稳健。

第一，颜值的分类方式。参考刘一鹏等（2016）的分类方法，将相貌按照低于、近似等于、高于平均值分为三个等级重新估计，结果列在表 4 第（1）列中，第（2）列为颜值直接测量得分的估计结果。

第二，颜值的测量误差问题。一方面，考虑到不同地区的人们相貌可能存在较大差异，我们采用个体相貌和其所在地区相貌均值的比例作为相貌的重新测度，并定义“相貌得分比”这一指标，其中地区平均相貌为各省样本的相貌平均值，估计结果列在表 4 第（3）列中。另一方面，为处理两次调查数据由于调查员的不同而导致的颜值测量问题，本文采用 2012 年和 2014 年个体颜值的平均值进行稳健估计，采用追踪数据进行计算，估计结果列在表 4 的第（4）列。

第三，潜在的遗漏变量问题。除了访问员的主观性，打分过程还可能受到受访者“情商”的影响，或者与其个人能力有一定关系⁴，而这些因素难以观测，使得模型可能存在由遗漏变量所带来的内生性问题。为此，本文进一步尝试寻找更多的控制变量。根据调查问卷的可得信息，本文选取了访问当天的天气、受访者对访问员的信任程度、受访者的合作程度、访问员自评问卷可靠程度作为控制变量。结果列在表 4 第（5）列中。

表 4 稳健性分析

	公平感知				
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	相貌分为三个等级	相貌采用连续值	相貌与地区均值之比	追踪数据相貌均值	控制问卷的可靠性判断与天气
相貌评分均值（2012 年和 2014 年均值）				0.047*** (3.4)	
相貌一般					0.113* (1.77)
相貌较好					0.176*** (2.69)
相貌很好					0.270*** (3.61)
相貌中等	0.139** (2.18)				
相貌上等	0.238*** (3.55)				

⁴ 感谢主编和审稿专家对此问题的相关意见。

续表

	公平感知				
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	相貌分为 三个等级	相貌采用 连续值	相貌与地区 均值之比	追踪数据 相貌均值	控制问卷的可靠性 判断与天气
相貌评分		0.0414*** (5.79)			
相貌得分比			0.267*** (5.87)		
四类控制变量	是	是	是	是	是
控制问卷的可靠性判断与 天气状况	否	否	否	否	是
Pseudo R ²	0.039	0.039	0.039	0.053	0.040
N	14 042	14 042	14 042	4007	14 042

注：控制变量同表 3 第 (6) 列，下同。

(二) 社会地位的中介效应分析

为了探讨“颜值—社会地位—公平感”这一中介渠道，建立如下回归模型：

$$I = \alpha^* + \pi_2 looking_2 + \pi_3 looking_3 + \pi_4 looking_4 + \beta^* X + \varepsilon, \quad (2)$$

$$F = \alpha + \lambda_2 looking_2 + \lambda_3 looking_3 + \lambda_4 looking_4 + \delta I + \beta X + u. \quad (3)$$

方程 (1) — (3) 联合构成了中介效应模型，其中 I 表示社会地位，本文同时考虑经济收入和自评社会地位等级两个指标。估计结果如表 5 所示，其中第 (1) — (3) 列考察收入指标的中介效应，第 (1)、(2) 列分别是对应于方程 (2) 和 (3) 的估计结果，第 (3) 列是收入的间接效应；第 (4) — (6) 列是考察自评社会地位指标的中介效应；第 (7) 列是在公平感方程中同时引入收入和自评社会地位的估计结果。

首先，无论是单独引入还是同时引入，收入和自评社会地位对公平感的影响是非常显著的。尤其是第 (4) 列和第 (7) 列加入主观社会地位后，相貌对公平感知的直接影响降低了，甚至变得不显著，仅“相貌很好”组的虚拟变量系数在 5% 水平上显著。同时，第 (2) 和第 (5) 列显示相貌对收入和主观社会地位的影响都非常显著，这表明社会地位是相貌影响公平感知的重要中介渠道，即本文的研究假说 1 得到验证。

其次，相比而言，表 5 第 (3) 列显示相貌通过收入对公平感知的中介效应远小于第 (1) 列的直接效应，而第 (6) 列显示相貌通过主观社会地位影响公平感知的中介效应则是明显大于第 (4) 列的直接效应。可见，在社会地位的两个指标中，主观测度比客观测度对于公平感知更具解释力。

表 5 中介效应模型估计结果

	收入作为中介变量			自评社会地位等级作为中介变量			综合回归
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
	公平感知	对数总收入	收入间接效应	公平感知	社会地位等级	社会地位等级间接效应	公平感知
相貌一般	0.111*	0.171***	0.015***	0.038	0.534***	0.090***	0.030
	(1.73)	(3.30)	(3.07)	(0.59)	(5.87)	(5.74)	(0.47)
相貌较好	0.176***	0.262***	0.023***	0.069	0.796***	0.133***	0.057
	(2.69)	(4.95)	(4.25)	(1.06)	(8.58)	(8.19)	(0.86)
相貌很好	0.279***	0.301***	0.026***	0.179**	0.790***	0.132***	0.164**
	(3.75)	(5.01)	(4.29)	(2.39)	(7.51)	(7.24)	(2.19)
总收入对数	0.087***						0.061***
	(8.30)						(5.70)
社会地位				0.168***			0.164***
				(27.35)			(26.69)
控制变量	是	是	是	是	是	是	是
N	14 042			14 042			14 042

(三) 颜值的信号机制与偏好机制检验

现有文献研究通过偏好机制和信号机制这两个角度讨论了高颜值在劳动力市场上的优势。从偏好机制来看，一方面，基于偏好一致性，相貌的影响在不同行业中应该不存在显著差异；另一方面，在“男才女貌”传统认知中，通常认为女性相貌比男性更重要，那么，相比男性，美貌的女性可能带来更高的社会地位与公平感知。从信号机制来看，相貌被认为是非认知能力尤其是交际技能的信号，能够带来生产率的提高。如果相貌能够体现人们的非认知能力，即相貌作为人们能力的某种表达，好的相貌则能够带来较高的收入/社会地位，从而影响公平感知。郭继强等（2016）指出，不同职业对于人际技能水平的要求是不同的，从事管理、服务业的人员需要更多沟通、协调等人际技能；而偏重生产技能的职业对人际技能的要求较低。因此管理、服务类职业的从业者的信号路径强于生产类职业从业者。在劳动力市场上，信号机制和偏好机制谁更占据主导？本小节对本文假说 2 进行验证。

首先分职业类别进行研究，探讨颜值的影响在不同职业之间的差异。相比其他职业，经济、金融、法律、文教、体育、新闻等行业以及与商业、服务等有关的职业对人际技能有较高的要求，本文描述统计表明，相貌较好的人在职业大类 2、3、4 和职业大类 5、6、7、8、9 的比例较高，特别是相貌较好的人从事职业大类 2、3、4 的比例增加更明显，因此我们将职业大类 2、

3、4 作为一类，其工作中需要较多沟通、合作等人际关系；将生产类职业 5、6、7、8、9 作为一类。为了全面展现各类职业中颜值的影响，职业大类 0 和 1 也分别进行估计。

表 6 的估计结果表明：第一，文教/商业/服务类人员的相貌对公平感、收入和主观社会地位的影响都是显著的。第二，生产类人员的相貌对公平感、收入和主观社会地位影响都是显著的，但总体而言，其系数都明显小于文教/商业/服务类人员的系数估计。和郭继强等（2016）的研究一致，即从事需要更多沟通、协调等人际技能的职业，好的相貌带来收入以及社会地位自我认知的提高，相貌的信号机制有更强的表现，而且相貌更多地表达了非认知能力中的人际技能。

表 6 分职业估计

	经济/金融/文教/商业服务与办事人员			生产类人员		
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	公平感	收入	社会地位等级	公平感	收入	社会地位等级
	Oprobit	OLS	OLS	Oprobit	OLS	OLS
相貌一般	0.490*	0.358**	0.813**	0.106	0.176***	0.561***
	(1.91)	(2.09)	(2.16)	(1.49)	(2.88)	(5.49)
相貌较好	0.610**	0.440**	1.052***	0.157**	0.267***	0.803***
	(2.37)	(2.57)	(2.79)	(2.14)	(4.25)	(7.64)
相貌很好	0.876***	0.464**	1.225***	0.219**	0.334***	0.782***
	(3.16)	(2.53)	(3.03)	(2.47)	(4.40)	(6.16)
控制变量	是	是	是	是	是	是
Adj. R^2		0.341	0.145		0.415	0.129
Pseudo R^2	0.089			0.042		
N	1 548	1 548	1 548	9 241	9 241	9 241
	机关/企事业单位负责人			专业技术人员		
	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)
	公平感	收入	社会地位等级	公平感	收入	社会地位等级
	Oprobit	OLS	OLS	Oprobit	OLS	OLS
相貌一般	-0.285	-0.367	-0.0449	3.861***	0.800	0.152
	(-0.91)	(-1.42)	(-0.11)	(3.68)	(1.33)	(0.11)
相貌较好	-0.0342	-0.305	0.456	4.129***	0.890	0.218
	(-0.11)	(-1.18)	(1.12)	(3.84)	(1.45)	(0.16)
相貌很好	0.282	-0.192	0.562	4.249***	0.794	-0.217
	(0.81)	(-0.67)	(1.26)	(3.87)	(1.27)	(-0.16)
控制变量	是	是	是	是	是	是
Adj. R^2		0.330	0.211		0.327	0.231
Pseudo R^2	0.152			0.302		
N	1 216	1 216	1 216	367	367	367

另外，表 6 的 (7) — (9) 列估计表明政府机关/企事业单位负责人的公平感和相貌无关，相貌也不存在收入溢价效应。我们认为这类人已经拥有相当高的社会地位，通过其社会地位显示了强大的能力，颜值的影响不再重要。第 (10) — (12) 列结果表明专业研究/技术人员的相貌对公平感知的影响非常显著，但几个相貌虚拟变量系数差异不大，表明对于这个群体而言，只要相貌不是太差，相貌对于公平感的影响较为接近。

综上，颜值的影响在不同职业之间存在差异，包括对公平感知以及社会地位的影响都存在差异，主要体现为：经济/金融/文教/商业服务与办事人员的影响强于生产类人员。这意味着相貌在劳动力市场上的优势主要以信号机制为主。

其次分析颜值影响的性别差异。图 4 和图 5 分别刻画了男性和女性在四个相貌等级下公平感均值的变化。可以看出，随着颜值提高，男性和女性的公平感知都在提高，但男性公平感知变化范围更大。

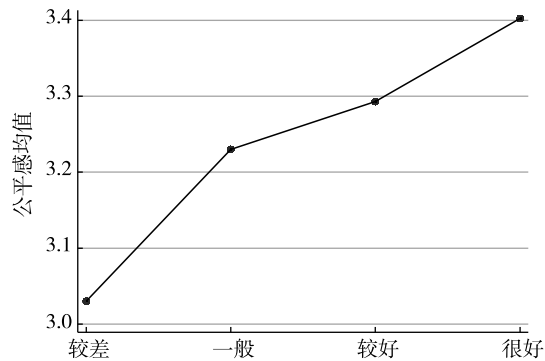


图 4 男性相貌与公平感

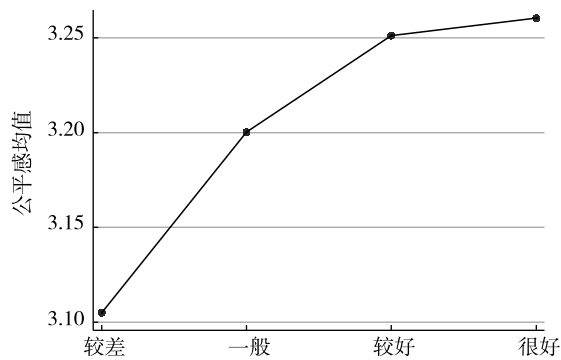


图 5 女性相貌与公平感

我们将方程 (1) 分性别回归，并分别将收入、自评社会地位等级作为被解释变量对相貌进行回归，结果列在表 7 中。表 7 的第 (1) — (3) 列为男性子样本估计结果，第 (4) — (6) 列为女性子样本估计结果。第 (1) 和第

(4) 列的公平感知方程显示, 男性相貌对公平感知的影响远远大于女性, 且女性相貌的影响并不显著。

下面具体分析这一现象。首先, 比较第(2)和第(5)列的收入方程, 男性和女性均存在相貌等级提高收入也显著提高的现象, 且女性“相貌很好”的系数明显大于男性, 整体表明女性的美貌溢价效应更为明显。仅从收入角度来看, 相貌在劳动力市场上更多的是通过偏好机制发生作用。其次, 比较第(3)和第(6)列的主观社会地位方程, 男性社会地位随着相貌提高而提高。在“相貌较好”等级, 主观社会地位提高幅度较女性增大; 在“相貌很好”等级, 主观社会地位提高幅度比女性增加的更多。然而, 女性社会地位在“相貌很好”等级甚至低于“相貌较好”等级, 也即社会地位随着相貌变化并非呈现稳定变化。综上, 女性的颜值溢价主要体现在客观的收入指标, 而男性则是体现在主观社会地位方面。

综合文献观点以及本文实证结果, 自评社会地位更能综合体现个体的社会地位以至能力, 因此我们认为相貌的能力信号在男性身上有更突出的表现, 也即表明相貌与生产力相关, 信号机制发挥更大的作用。结合表5第(5)列主观社会地位对公平感的影响远远大于收入的影响这一结果, 解释了为何女性相貌对公平感知的影响远弱于男性(表7第(4)列)。至此, 本文提出的假说2基本得到验证。

表7 分性别估计

	男性			女性		
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	公平感知	对数总收入	社会地位等级	公平感知	对数总收入	社会地位等级
	Oprobit	OLS	OLS	Oprobit	OLS	OLS
相貌一般	0.220** (2.51)	0.149** (2.12)	0.479*** (3.77)	0.0342 (0.36)	0.212*** (2.68)	0.586*** (4.38)
相貌较好	0.300*** (3.36)	0.242*** (3.38)	0.767*** (5.93)	0.0980 (1.00)	0.303*** (3.74)	0.794*** (5.80)
相貌很好	0.454*** (4.41)	0.240*** (2.92)	0.874*** (5.88)	0.138 (1.25)	0.366*** (4.02)	0.621*** (4.04)
控制变量	是	是	是	是	是	是
Adj. R^2		0.430	0.154		0.460	0.145
Pseudo R^2	0.044			0.049		
N	7 828	7 828	7 828	6 214	6 214	6 214

最后, 为进一步验证信号机制与偏好机制, 本文通过划分不同年龄层进行实证分析。考虑到样本为劳动力调查数据, 有部分受访者已经退休, 因此将年龄分为三个阶段: 45周岁及以下、45—60周岁(含60岁)、60周岁以上。估计结果列在表8中。

表 8 分年龄估计

	45 岁以下 (含 45 岁)			45 岁—60 岁 (含 60 岁)			60 岁以上		
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
公平感知		对数总收入	社会地位等级	公平感知	对数总收入	社会地位等级	公平感知	对数总收入	社会地位等级
Oprobit		OLS	OLS	Oprobit	OLS	OLS	Oprobit	OLS	OLS
相貌一般	0.061 (0.58)	0.082 (1.00)	0.238* (1.58)	0.170* (1.60)	0.263*** (2.95)	0.684*** (4.59)	0.0204 (0.15)	0.137 (1.12)	0.733*** (3.58)
相貌较好	0.116 (1.09)	0.154* (1.87)	0.489*** (3.22)	0.269** (2.48)	0.411*** (4.51)	0.974*** (6.40)	0.209 (1.40)	0.119 (0.91)	1.100*** (5.08)
相貌很好	0.231** (2.01)	0.217** (2.45)	0.492*** (3.01)	0.379*** (2.87)	0.438*** (3.96)	0.869*** (4.71)	0.274 (1.31)	0.214 (1.18)	1.620*** (5.34)
控制变量	是	是	是	是	是	是	是	是	是
Adj. R ²		0.373	0.148		0.410	0.164		0.424	0.161
Pseudo R ²	0.041			0.052			0.129		
N	7 219	7 219	7 219	5 195	5 195	5 195	1 628	1 628	1 628

从颜值对公平感知的影响来看,青年人颜值的影响不如中年人重要,老年人的颜值对公平感没有影响,而中年人颜值的直接影响最大。从颜值对收入的影响来看,青年人颜值对收入的影响小于中年人和老年人,而中年人和老年人差异不大。从颜值对主观社会地位的影响来看,老年人的颜值影响最大且非常显著,其次是中年人,最后是青年人。综上,随着年龄增长,颜值的影响在增加,这一结论更多地体现了信号机制而非偏好机制。对处于未退休工作阶段的受访者而言,中年人颜值的影响高于青年人,也更多地体现了颜值的信号机制。

分性别、分职业以及分年龄的估计结果均支持颜值的信号机制。现有文献对信号机制的探讨主要集中于人际技能这一角度,并形成了较为完善的理论分析框架,即因为存在相貌的刻板印象和自我实现预言从而传递人际技能的信号。本文继续对这一现象进行实证检验。

CLDS问卷中有关人际关系的问题是:在本地,您有多少关系密切,可以得到他们支持和帮助的朋友/熟人?被访者按照以下类别选择:一个也没有,1—5个,6—10个,11—15个,16个或16个以上,本文将作为分类变量考察。⁵图6是相貌与朋友数目的关系图,可以发现,随着相貌等级提高,朋友数目先增加再减少,相貌为较好等级,朋友数目最多,即相貌和朋友规模的关系呈现倒U形。这表明高颜值增加了人们的吸引力,但最漂亮的人可能由于太漂亮而可能被“妒忌”却影响了人际关系,以至于“漂亮到没有朋友”,也可能因为太漂亮的人,人们自愿喜欢和他们打交道,从而不需要广泛交际来维持人际关系,即更可能体现了巴特·辛普森效应(刻板印象影响)。本文进一步采用实证估计验证相貌的人际技能信号,建立方程如下:

$$Friend = \alpha + \lambda_2 looking_2 + \lambda_3 looking_3 + \lambda_4 looking_4 + \beta X + u. \quad (4)$$

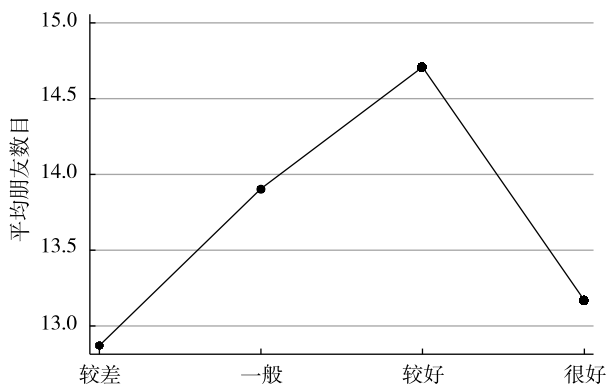


图6 相貌与朋友数目

⁵ 这是2012年问卷的设置,2014年设置的答案是密切关系朋友的具体数目。为了数据的一致性,本文将2014年的数据参照2012年进行了分类。

表 9 列出了方程 (4) 的估计结果, 为进一步验证结果的稳健性, 表 9 分别列出了相貌评分作为连续变量、考虑地区相貌水平重新测度的相貌得分以及相貌分等级的估计结果。表 9 的各列估计结果显示, 高颜值增加了人际关系, 但这一影响在最高颜值组中下降了, 这和图 6 的描述是一致的。相貌的人际技能信号的实证分析表明, 帕特·辛普森刻板效应是存在的, 人们愿意和好相貌的人打交道, 同时, 相貌也存在自我实现预言, 高颜值的确增加了人们的交际能力; 但是, 最漂亮的人们反而朋友数目变少了, 而且变得和相貌最差的人的交际类似。这说明颜值与朋友圈规模之间具有倒 U 形关系, 相貌的人际技能信号的传导并非是相貌越好越显著, 而是体现在相貌次好以下的人群中。

表 9 相貌的人际技能信号

人际关系					
相貌连续		相貌与地区均值之比		相貌分为等级	
(1)		(2)		(3)	
相貌评分	0.207*** (5.06)	相貌评分比值	1.079*** (4.01)	相貌分类: 相貌一般	0.148** (2.28)
相貌评分 二次项	-0.0118*** (-3.73)	相貌评分比值 二次项	-0.355*** (-2.67)	相貌分类: 相貌较好	0.294*** (4.45)
				相貌分类: 相貌很好	0.212*** (2.84)
控制变量	是	控制变量	是	控制变量	是
Pseudo R ²	0.063	pseudo R ²	0.063	Pseudo R ²	0.063
N	14 042	N	14 042	N	14 042

五、结论与启示

公平感是社会稳定和经济持续发展的压舱石, 除了社会、经济等影响因素之外, 一些无法通过个体自身努力改变的个体因素也可能发挥着重要作用。2015 年开始, “颜值”一词风靡中国, 相貌在日常生活和职业生涯中的重要性引起了人们前所未有的关注, 颜值经济学在国外文献中方兴未艾。本文首次系统考察了颜值对公平感的重要影响, 颜值越高, 人们感到越公平, 这一结论在控制个体异质性以及考虑颜值地区差异等不同测度后仍然稳健。通过建立“颜值—社会地位—公平感”分析框架, 发现颜值会通过影响人们的社会地位进而影响公平感, 实证研究同时表明相对于收入, 人们更加关注主观社会地位, 高的社会地位感知带来更强的公平感受。本文通过不同职业类别、

不同性别的实证分析发现,颜值主要通过信号机制发挥作用。这一方面体现在,男性颜值的影响相比于女性更加显著,而且影响也更大,即美貌的女性不如美貌的男性感受到更多善意,显然这不符合“男才女貌”这一传统偏好,即颜值表现为能力信号在劳动力市场上传递。第二个方面,在需要和人打交道比较多的职业中,颜值对公平感的影响更加显著,而且颜值对社会地位的影响在需要较多人际沟通的职业中比其他职业更加突出,这间接地证实了颜值在劳动力市场上的信号机制发挥更大作用。第三个方面,随着人们年龄的增长,颜值更多地通过社会地位渠道影响人们的公平感知,这也表明了颜值的信号机制在发挥作用。

现有文献对于颜值的信号机制主要是从颜值的人际技能信号出发进行论证,从刻板印象和自我实现预言理论分析,在他人对其外貌的偏好和对其人际技能的正向预期影响下,可以获得更多的社交机会。本文也证实颜值存在强烈的人际技能信号,但表现为次美者的人际关系最为突出,而最美者的人际关系却大大下降了,意味着颜值的能力信号渠道并非仅仅通过人际技能体现,颜值的能力信号还存在其他渠道。因为颜值在劳动力市场上表达了较强的能力信号,而能力是人们很多方面技能的综合表现,这意味着颜值有更宽广的内涵和范畴,比如自信、涵养、气质等,这些显然不能单纯地通过“整容”可以获得,而是需要长期的自我内在培养才能实现。

参考文献

- [1] Averett, S., and S. Korenman, "The Economic Reality of the Beauty Myth", *The Journal of Human Resources*, 1996, 31 (2), 304-330.
- [2] Camerer, C. F., L. George, and R. Matthew, eds., *Advances in Behavioral Economics*. Princeton: Princeton University Press, 2011.
- [3] 陈晓东、张卫东,“机会不平等如何作用于社会公平感——基于CGSS数据的实证分析”,《华中科技大学学报》(社会科学版),2017年第2期,第35—44页。
- [4] Corneo, G., and H. P. Gruener, "Individual Preferences for Political Redistribution", *Journal of Public Economics*, 2002, 83, 83-107.
- [5] [美] 戴维·波谱诺,《社会学》,李强等译。北京:中国人民大学出版社,2007年。
- [6] 董志强,“我们为何偏好公平:一个演化视角的解释”,《经济研究》,2011年第8期,第65—77页。
- [7] Duncan, O. D., "A Socioeconomic Index for All Occupations", In A. J. Reiss (ed.), *Occupations and Social Status*. New York: Wiley, 1961.
- [8] 方学梅,“不平等归因、社会比较对社会公平感的影响”,《华东理工大学学报》(社会科学版),2017年第2期,第72—78+90页。
- [9] 费舒澜,“美貌者进入了高收入职业吗?”,《劳动经济研究》,2016年第6期,第92—106页。
- [10] Feingold, A., "Good-looking People Are Not What We Think", *Psychological Bulletin*, 1992, 111 (2), 304-341.
- [11] [美] 戈登·图洛克,《收入再分配的经济学》,范飞、刘琨译。上海:上海人民出版社,2008年。

- [12] 郭继强、费舒澜、和林平，“越漂亮，收入越高吗？——兼论相貌与收入的‘高跟鞋曲线’”，《经济学》（季刊），2016年第16卷第1期，第147—172页。
- [13] Goodman, E. and N. E. Adler, “Impact of Objective and Subjective Social Status on Obesity in a Bilingual Cohort of Adolescent”, *Obesity Research*, 2002, 11 (8), 1018-1026.
- [14] 怀默霆，“中国民众如何看待当前的社会不平等”，《社会学研究》，2009年第1期，第96—120页。
- [15] Hamermesh, D. S., and J. Biddle, “Beauty and the Labor Market”, *American Economic Review*, 1994, 84 (5), 1174-1194.
- [16] Hamermesh, D. S., *Beauty Pays: Why Attractive People Are More Successful*. Princeton: Princeton University Press, 2011.
- [17] Harper, B., “Stature and the Labour Market: A British Cohort Study”, *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 2000, 62 (Supplement), 771-800.
- [18] 黄雪琴、张云矿，“个人主观社会地位影响因素分析——基于 Ordered Probit 模型的估计”，《西华大学学报》（哲学社会科学版），2018年第2期，第92—101页。
- [19] 江求川、张克中，“中国劳动力市场中的‘美貌经济学’：身材重要吗？”，《经济学》（季刊），2013年第12卷第3期，第983—1006页。
- [20] Judge, T., C. Hurst, and L. Simon, “Does it Pay to Be Smart, Attractive, or Confident (or All Three)? Relationships among General Mental Ability, Physical Attractiveness, Core Self-evaluations, and Income”, *Journal of Applied Psychology*, 2009, 94 (3), 742-755.
- [21] [英] 理查德·威尔金森、凯特·皮克特，《不平等的痛苦：收入差距如何导致社会问题》，安鹏译。北京：新华出版社，2010年。
- [22] 李骏、吴晓刚，“收入不平等与公平分配：对转型时期中国城镇居民公平观的一项实证分析”，《中国社会科学》，2012年第3期，第114—128页。
- [23] 刘一鹏、郑元、张川川，“长得好有高收入？——中国劳动力市场的相貌歧视问题研究”，《经济评论》，2016年第5期，第83—95页。
- [24] Liu, X., and E. Sierminska, “Evaluating the Effect of Beauty on Labor Market Outcomes: A Review of the Literature”, University of Arizona, 2014, Working Paper.
- [25] 马磊、刘欣，“中国城市居民的分配公平感研究”，《社会学研究》，2010年第5期，第31—49页。
- [26] McClintock, E. A., “Beauty and Status: The Illusion of Exchange in Partner Selection?”, *American Sociological Review*, 2014, 79 (4), 575-604.
- [27] Mobius, M. M., and T. S. Rosenblat, “Why Beauty Matters”, *American Economic Review*, 2006, 96 (1), 222-235.
- [28] Nielsen, F., J. M. Roos, and R. M. Combs, “Clues of Subjective Social Status Among Young Adults”, *Social Science Research*, 2015, 52, 370-388.
- [29] Pfeifer, C., “Physical Attractiveness, Employment and Earnings”, *Applied Economics Letters*, 2012, 19 (6), 505-510.
- [30] Scholz, J., and S. Kamil, “Facial Attractiveness and Lifetime Earnings: Evidence from a Cohort Study”, *Review of Economics and Statistics*, 2015, 97 (1), 14-28.
- [31] 史耀疆、崔瑜，“公民公平观及其对社会公平评价和生活满意度影响分析”，《管理世界》，2006年第10期，第39—49页。
- [32] 孙明，“市场转型与民众的分配公平”，《社会学研究》，2009年第3期，第78—88页。
- [33] 翁定军，“阶级或阶层意识中的心理因素：公平感和态度倾向”，《社会学研究》，2010年第1期，第85—110页。
- [34] 吴祖兴、董志强，“感知的不公平如何影响群体事件参与——基于 CGSS 数据的经验研究”，《广

东社会科学》，2014年第6期，第201—210页。

- [35] 许琪，“‘混合型’主观阶层认同：关于中国民众阶层认同的新解释”，《社会学研究》，2018年第6期，第102—129页。
- [36] 于铁山，“个人主观社会地位的社会影响因素——基于CLDS（2012）数据的实证研究”，《人口与社会》，2015年第1期，第89—97页。
- [37] [美] 约瑟夫·E. 斯蒂格利茨，《不平等的代价》，张子源译。北京：机械工业出版社，2013年。
- [38] 赵琼，“影响社会公平感的心理因素和社会因素”，《光明日报》，2005年5月10日。

Physical Appearance and Fairness Perception —An Empirical Study Based on China Labor-force Dynamics Survey

SHUYI XU

(*Guangdong University of Finance and Economics*)

JIANHAO LIN* JIEYU LI

(*Lingnan (University) College, Sun Yat-Sen University*)

Abstract As individual's natural endowment, does physical appearance affect one's fairness perception? Based on an empirical study using data from China Labor-force Dynamics Survey, we find that better-looking individuals perceive higher degree of fairness and social status is the important mediating channel. Further mechanism analysis shows that physical appearance works through rather signal mechanism than preference mechanism, which is expressed by interpersonal skills. Firstly, males' and older's physical appearance has more significant effects on social status and fairness perception. Secondly, the effects of physical appearance differs are more important in careers which demand high interpersonal skills. Thirdly, there exists an inverted-U relationship between physical appearance and number of friends.

Key Words physical appearance, fairness perception, social status

JEL Classification C25, D39, I31

* Corresponding Author: Jianhao Lin, Lingnan (University) College, Sun Yat-Sen University, Guangdong, Guangzhou, 510275, China; Tel: 86-20-84112104; E-mail: linjh3@mail.sysu.edu.cn.