

HUMAN  
RIGHTS  
WATCH

## “限男性”

中国招聘广告性别歧视

## 摘要

### 招聘广告例一：

科技公司百度网站上的一则招聘启事：

内容监控专员		
所属部门：百度	工作地点：北京市	招聘人数：若干
公司：百度	职位类别：管理支持	发布时间：2017 - 03 - 16
工作职责：		
-负责法务部门内容审核工作		
-对已审核信息情况进行定期维护、分析并输出报告		
-对不良信息及时进行处理、分类、挖掘、汇总上报		
-对平台工具、流程、策略等提出合理化建议，协助提升平台使用效率		
任职要求：		
-大专及以上学历，男性，专业不限，有相关工作经验		
-热爱互联网，细心耐心，责任心强，具备良好的沟通、协调能力		
-出色的数据处理、分析、总结提炼能力		
-有较强的抗压能力，并能够承受周末、节假日、夜班倒班等工作		

### 招聘广告例二：

阿里巴巴官方微博账号 2013 年 3 月 7 日发布的一则帖文。（该帖文直至 2018 年 2 月 4 日仍存在该公司网站。）

[3 月 8 日，第 1 季招聘启事：女神的召唤] 她们是阿里巴巴员工心目中的女神——工作上精明干练、生活上魅力迷人。她们独立但不骄傲，感性但不任性。她们希望和你一起工作，你想成为她们的同事吗？...（更多职缺：[\[阿里巴巴招聘网站连结\]](#)）

中国四十年来的高速经济增长，为女性创造出前所未有的经济机遇，但职场性别歧视仍然普遍存在。

从一些重要数据看来，问题还在持续恶化：女性就业的比例正在缩小。2017 年的女性劳动力就业率仅达百分之 63，不及十年前的百分之 65.5。劳动力参与率的性别差距则在上升。女性劳动力参与率在 2007 年达到百分之 83，但 2017 年已下降到男性劳动力参与率的百分之 81。城市地区的薪酬差距也在扩大。根据世界经济论坛的报告，中国性别平等排名在 2017 年连续九年下滑，使中国成为调查涵盖的 144 个国家当中的第 100 名（中国曾在 2008 年升至第 57 位）。

招聘歧视是造成性别差距的重要因素之一，如本报告所记载，这种现象在就业招聘广告中昭然可鉴。政府和私人企业的招聘广告经常仅限男性或以男性优先，既影响谁来应聘，也影响到最终录取结果。这种歧视做法不仅在保安门卫等低薪职位相当常见，在高薪、重要职位也很普遍。

在最新全国公务员职位表中，百分之 13（2017）和百分之 19（2018）的招考帖文指明“限男性”、“男性优先”或“适合男性”。（值得注意的是，在 2017 年的职位表中没有一项指明“限女性”、“女性优先”或“适合女性”；2018 年的职位表则只有一项指明女性优先。）公安部 2017 年发布的招聘启事中，百分之 55 指明“限男性”。例如，该部宣传局的一则招聘帖文说：“必须经常超时工作，工作强度高，限男性报考。”有些广告虽未一律排除女性，但常常要求女性应聘者必须已婚且育有子女。2017 年 5 月，一名招聘人员在她的社交媒体贴文说，“[应聘条件为] 已婚已育女性，或男性。”

这些招聘广告反映深具歧视性的传统观念：女性在体能、智识和心理素质方面都不如男性；女性是家庭中照顾儿童的主力，因此无法全心全力投入工作，或者最终必须为了成家而放弃全职工作；以及女性请产假将造成公司或机关无法接受的困难或成本。

有少数案例，优先或限定招聘男性员工，是为了平衡某些职业领域男性员工不足的情况，例如公务员和小学老师。有些地方政府发布歧视性广告是为了增加男性幼儿园老师，因为，如一位幼儿园主任所说，“缺少男老师，会造成儿童倾向以女性思维和行为模式去看待和解决问题。”

女性的性物化 ( Sexual objectification ) —将女性角色窄化为性欲望的客体—在中国招聘广告中也相当常见。有些招聘帖文要求女性符合特定的体格条件—关于身高、体重、声音或容貌—但这些条件与执行相关工作内容毫无关联。例如，河北省招聘高铁乘务员的一则广告，要求女性求职者身高“162–173 厘米”，体重“65 公斤以内”，还必须“五官端正，无纹身，面部、颈部、手部无明显疤痕，肤色好，无久治不愈的皮肤病。”

有些招聘帖文利用女性的身体特征—通常附有该公司女性员工的照片—吸引男性应聘。近年来，中国最大科技公司如腾讯、百度和阿里巴巴，经常在招聘广告强调该工司有“美女”、“女神”员工。一名腾讯男员工在广告中自称这是他加入腾讯的首要动机；一名百度男员工则说，这是他在公司“天天开心”的原因之一。阿里巴巴的招聘公众号曾在深夜贴出一组年轻女员工的照片，称之为“深夜福利”。

作为《经济社会文化权利国际公约》和《消除对妇女一切形式歧视公约》的缔约国，中国有义务在政治、经济、社会和文化领域消除一切形式的歧视。国际人权法不仅保护人人不受国家官员侵犯，也保护人人不因政府未尽保护职责而遭私人侵犯。

尽管中国法律禁止招聘性别歧视，也禁止广告含有性别歧视内容，但法律上缺少性别歧视的明确定义，也缺乏有效的执法机制。因此，法律执行度偏低，中国当局也很少主动调查企业违反相关法规的行为。

歧视受害者或一般公民可以向各地人力资源和社会保障局举报招聘歧视，或向工商行政管理局举报歧视性广告，但有关部门的反应不按常规、标准不一，而且即便采取行动也大多从轻发落。当局对于歧视性招聘广告极少加以刑事处罚，通常只会要求业者修改广告。女权人士估计，因为发布歧视性招聘启事而被政府调查的业者之中，只有极小部分遭到罚款。

近几年曾会有几位女性成功向法院起诉招聘广告性别歧视，但业者被判赔的金额很低：在三件不同司法案件中，受害者皆获赔人民币 2,000 元 ( 约 300 美元 )。对许多公司来说，如此轻微的罚款根本不具有吓阻作用。

中国政府严格的媒体审查，以及对草根行动的敌视，使中国女权人士和公民社会团体在倡导公共关注此一议题时遭遇极大阻碍。维权人士决心持续对抗歧视性的招聘广告，但在中国当前情势下，他们的行动日益面临被报复的危险。

## 建议

中国政府应履行其长期以来关于性别就业平等的承诺，推动目标明确的法律改革，并且大幅加强执行现行法规对相关歧视行为的禁令。

### 对中国政府和全国人民代表大会

- 停止对女权人士的一切形式骚扰、恐吓和任意拘押。
- 依据中国法律，停止在公务员招聘广告中限定性别。
- 废除或大幅修改歧视女性就业的法律法规，包括但不限于：
  - 《劳动法》第 59、60、61 和 63 条有关禁止安排女性从事特定体力劳动强度工作的规定；
  - 《妇女权益保障法》第 26 条有关各单位不得安排女性担任不适合妇女从事工作的规定；
  - 《女职工劳动保护特别规定》有关女职工禁忌从事的劳动范围的附录。
- 制定全面禁止就业歧视的法律，其中：
  - 纳入性别歧视的定义，充分涵盖雇主歧视女性的各种方式，保障范围包括直接和间接的歧视；
  - 明文禁止招聘广告限定性别，除非相关职位本质上具有性别限制；
  - 制定包括罚金在内的罚则，处分发布歧视性招聘广告的企业和国家机关；
  - 采取程序性措施，便利就业歧视受害人举报和起诉，例如允许以匿名提出行政举报，以及放宽诉讼时效限制；以及
  - 确保不分公私部门雇主歧视的受害人获得有效救济，包括足以补偿受害人精神损害的罚金，俾能吓阻雇主继续违法。
- 修正相关法律法规，纳入或适度延长父亲育儿假。

### 对人力资源和社会保障部

- 加强查办该部及其各地分支机关收到的歧视性招聘广告举报案件。

- 积极对雇主执行监督和定期检查，确保其遵守相关劳动法规的反歧视条款。
- 提高对雇主歧视行为的罚则，加强吓阻违法行为。
- 与非政府女权人士及团体合作，解决普遍的性别就业模式，包括通过意识倡导行动。

## 对国家市场监督管理总局

- 加强查办该总局及其各地分支机构收到的歧视性招聘广告举报案件。
- 积极对雇主执行监督检查，确保其遵守《广告法》反歧视条款。
- 发出内部和公开指导原则，明确就业广告应受《广告法》规管。

## 对消除对妇女歧视委员会和国际劳工组织

- 呼吁中国政府确保其国内法规充分遵行中国关于不歧视原则和就业待遇平等的国际法义务。
- 呼吁中国政府遵守并执行禁止就业歧视的国内法律和政策，以符合中国的国际法义务。
- 对中国政府相关部门，包括人力资源和社会保障部的劳动监察人员及其各地分支机构，提供就业平权议题和监察技术的培训。

## 对本国和外国公司

- 制定并执行公司政策，禁止含有一切形式性别歧视的招聘广告。
- 制定并执行招聘用人政策，取消包括性别在内的一切歧视。