

B

女性生活蓝皮书®

LUE BOOK OF WOMEN'S LIFE

2008 ~ 2009年： 中国女性生活状况报告 (No.3)

权威机构 · 品牌图书 · 每年新版

**ANNUAL REPORT
ON CHINESE WOMEN'S STATE
OF LIFE
No.3 (2008-2009)**

中国妇女杂志社
华坤女性生活调查中心
华坤女性消费指导中心
主 编/韩湘景



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

2009
版



2008~2009 年： 中国女性生活状况报告 (No.3)

**ANNUAL REPORT
ON CHINESE WOMEN'S STATE
OF LIFE
No.3 (2008-2009)**

中国妇女杂志社
华坤女性生活调查中心
华坤女性消费指导中心
主编/韩湘景



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

女性生活蓝皮书

2008 ~ 2009 年：中国女性生活状况报告 (No.3)

主 编 / 韩湘景

出 版 人 / 谢寿光

总 编 辑 / 邹东涛

出 版 者 / 社会科学文献出版社

地 址 / 北京市西城区北三环中路甲 29 号院 3 号楼华龙大厦

邮政编码 / 100029

网 址 / <http://www.ssap.com.cn>

网站支持 / (010) 59367077

责任部门 / 社会科学图书事业部 (010) 59367156

电子信箱 / shekebu@ssap.cn

项目经理 / 王 绯

责任编辑 / 谢蕊芬 童根兴

责任校对 / 张茂涛 李传军

责任印制 / 岳 阳 郭 妍

品牌推广 / 蔡继辉

总 经 销 / 社会科学文献出版社发行部

(010) 59367080 59367097

经 销 / 各地书店

读者服务 / 市场部 (010) 59367028

排 版 / 北京中文天地文化艺术有限公司

印 刷 / 北京季蜂印刷有限公司

开 本 / 787mm × 1092mm 1/16

印 张 / 20.25

字 数 / 347 千字

版 次 / 2009 年 5 月第 1 版

印 次 / 2009 年 5 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5097 - 0693 - 0

定 价 / 48.00 元 (赠光盘)

本书如有破损、缺页、装订错误，
请与本社市场部联系更换



版权所有 翻印必究

序言 推进我国女性健康消费 繁荣健康消费市场

顾秀莲*

“倡导女性健康消费，发展健康消费市场”是贯彻中国共产党第十七次代表大会精神、关注民生的一个十分重要的问题。

围绕这个主题，我讲三个问题。

一 倡导女性健康消费的重要性

健康消费是人们围绕预防疾病、增进健康所进行的消费。它包括有益于健康的消费品和健康的消费方式两大要素，是健康的消费品和健康的消费方式的有机统一，二者不能分割开来。科学、文明的生活方式对人的身心健康成长起着重要的作用。健康消费正是这种生活方式在消费中的实现形式。目前，中国有6.5亿女性，有3.7亿个家庭。女性是家庭消费，特别是自身及其未成年子女消费的主要决策者，是家庭消费品购买和消费行为的主要实施者，是家庭消费结构、消费方式的主要影响者。在女性消费者中倡导健康消费，就是主张她们在积极主动预防疾病、增进健康的思想指导下，选择、购买、使用有益于自身及家庭成员健康的消费品，并通过科学、文明的消费方式来完成消费过程，实现健康消费，提高女性及其家庭成员的健康水平，提升家庭生活质量。同时对于贯彻落实科学发展观，建设资源节约型、环境友好型社会，都具有重要意义。

* 顾秀莲，十届全国人大常委会副委员长、原全国妇联主席。



第一，倡导健康消费，是贯彻落实以人为本的科学发展观的内在要求。

以人为本，就要关注民生，不断改善、提高人民的生活质量和生活水平。健康的体魄，是事业之本、幸福之源。健康状况是衡量生活水平和生活质量的重要尺度。以人为本，就要切实保障人民群众的健康消费权。维护和保障人民群众的健康消费权就是保障人民群众的切身利益，就是维护人民群众的基本生存权。因此，在全社会倡导并推动健康消费，是以人为本的内在要求，是贯彻落实科学发展观的具体行动。

第二，倡导健康消费，是建设资源节约型、环境友好型社会的需要。

任何消费行为都是在一定的资源约束下进行的，并对消费者所处环境产生直接的影响。健康消费绝不可能是孤立的、仅限于消费者本人的消费行为，其本质是消费与资源、环境、社会的关系问题。倡导健康消费，就是要坚持和践行节约能源、保护环境的基本国策，使中国居民的消费结构、消费模式能够按照中国共产党第十七次代表大会的要求，有利于资源、能源节约和生态环境保护，有利于改善城乡人居环境，有利于增强经济、社会的可持续发展能力，促进资源节约型、环境友好型社会建设落实到每个单位、每个家庭、每个居民的消费行为过程中。

第三，倡导健康消费，是扩大消费、拉动内需、促进产业结构升级的重要力量。

按照中国共产党第十七次代表大会提出的“加快转变经济发展方式”的要求，中国产业结构将实现两个转变，即：把主要依靠投资、出口拉动向依靠消费、投资、出口协调拉动转变，把物质消耗型增长向主要依靠科技进步、劳动力素质提高和管理创新转变。随着中国居民收入增加、消费水平提高，人们“花钱买健康”的观念正在增强，对健康消费品和服务的需求无论在数量上、品种上还是质量上都会增大，促进着居民消费结构的“健康化”，进而推动中国农牧业、制造业、服务业产品结构的优化，与居民健康需求相关的产业规模将会扩大，竞争力将得到提升。这主要表现在：绿色食品，各类环保、节能、节水的家庭生活设备和用品的需求上升，环保节能的汽车、住宅，环保节电的手机、小家电将受到更多消费者的追捧，家用健身器材、保健食品等健康消费品越来越多地进入家庭。居民消费需求的变化，推动着中国产业结构的优化升级。

第四，倡导女性健康消费，是提高国民素质、增强社会文明和谐程度的重要



方面。

健康消费既是文明行为，也是文明理念。消费者作为消费活动的主体，总是在一定的思想、观念的支配下选择消费品和消费方式的。没有科学、文明的消费理念，就不可能有科学、文明的消费行为方式，也就不可能真正地实现健康消费。我们倡导健康消费，就是在社会主义核心价值观体系指导下，实行科学、文明消费。崇尚节俭、抑制奢华、保护环境、珍惜资源、量入而出、适度合理等等，都是科学、文明的消费理念和行为的体现。正在全国开展的节能减排全民行动，就是在环保节约的理念引导下，在全民范围内倡导科学、文明的生活方式，是政府主导、社会参与、全民参加的大规模健康消费的实践活动。它必将对在全社会形成良好的思想道德风尚，提高国民素质，增强社会和谐、文明程度起到积极的作用。

二 倡导女性健康消费要重视的几个问题

一要崇尚节约，反对浪费。简约、回归自然，是健康消费的一种理念、一种追求；节约资源、能源，反对铺张浪费，不仅是健康消费的应有之义，也是由中国的基本国情所决定的。中国是一个人口大国，又是一个资源、能源人均小国。中国人均耕地不到世界平均水平的 30%，人均林地不到世界平均水平的 14%，人均淡水资源不到世界人均水平的 30%，其他非再生资源的状况则更为严峻。石油可采储量只占世界的 2.35%，天然气仅占 1.37%，铁矿石仅占 5.7%，煤炭也只占到 14.2%，等等。如果我们每个人节约一度电、一吨水、一方木材，乘以 13 亿，那就是一个大数。所以，无论我们的消费水平有多高，都不能忘记基本国情，不能浪费资源、能源。崇尚节俭，反对浪费是中国人民的传统美德，是中国共产党的优良作风，是民族文化积淀，也是良好的社会风气。我们绝不能因为生活富裕了，就丢掉这个传统，就改变这个道德风尚。我们要认真落实中国共产党第十七次代表大会精神，“继承优良传统，弘扬新风正气”，“倡导勤俭节约，勤俭办一切事业，反对奢侈浪费”，并使之在女性健康消费中发扬光大。

二要扩大妇女在健康消费领域的就业。就业是民生之本，是消费的前提。要积极促进城乡妇女在健康消费领域就业，增加收入，使消费者成为价值创造者，把消费领域作为妇女施展才智的舞台，真正实现自强自立。健康消费领域具有巨



大的发展潜力和就业空间，其行业和职业的特点适宜于妇女就业。妇女在诸多健康消费品的生产、销售和服务中都能够大显身手。在农村，可以结合国家的“千乡万村”工程，让更多的妇女，特别是“失地、失业、失保”的妇女参加绿色食品的生产、流通和服务工作；在城市，组织下岗女工和低收入家庭妇女在健康消费领域就业，特别要着力解决低收入妇女家庭“零就业”问题；要鼓励有条件的妇女在网络上开店，从事健康消费品的销售和服务。帮助妇女在健康消费领域就业，是各级妇联组织的重要任务，必须抓住健康消费大发展的机遇，下工夫花力气抓出成效。

三要关注重点人群的健康消费问题。现在人们的生活水平提高了，但不少人的身体素质却下降了。从近几年公布的调查数据来看，中国大约有1亿多人患有高血压，5000万人患有糖尿病，处于健康与疾病之间的亚健康状态者占到中国总人口的70%；癌症病人以每年新增160万的速度上升，肥胖症、“小胖墩”人数也在增加。上述疾患，除了一部分人与遗传基因有关外，大多数人则是由于不良生活习惯，不合理的饮食结构，不科学、不文明的消费方式造成的。还有个值得注意的现象是：糖尿病、心血管病等原本在中老年人中多发的慢性病，现在在青年，甚至少年儿童中都有不少患者。引导、帮助他们克服不良的消费习惯和生活方式，实行科学、文明、健康消费，就成为我们在倡导、推动健康消费过程中应当担负的一项重要任务。

四要重视新型消费方式对健康的影响。随着科技进步，居民收入增加，消费品日新月异，人们消费结构发生变化的同时，还会出现一些新的消费方式。电脑、互联网不仅改变着我们的工作方式，而且也改变着我们的生活方式，其中包括消费方式。网上购物、买票、交友、“博客”日益盛行；刷卡消费因方便、省时而逐渐普及；按揭、分期付款已进入寻常百姓家；手机已成为生活必需品；等等。但是还应当看到，新的消费品及其消费方式也会给消费者的健康带来不良影响。不少女性长时间使用电脑、手机，长时间上网，产生对电脑、手机和互联网的依赖，造成心理“瘾症”，进而影响身心健康；网络暴力、色情、病毒、虚假信息等已成为影响青少年身心健康和健康成长的消极因素。据有关部门估计，中国有200多万青少年深受其害，身体素质下降；有的因“网瘾”、“网游”而荒废学业，甚至成为“问题青少年”。我们要疏堵并举，在切实加强对广大女性消费者和青少年的健康消费、理性消费教育的同时，强化对网络视频的监管力度，



屏蔽、过滤不良网络信息，净化网络环境；更重要的是要加快创建网络文化的民族品牌，不断提供优质、健康的网络文化精品，满足广大妇女和青少年的精神文化需求。

三 培育、扩大中国的健康消费市场

倡导、推动女性健康消费并不是仅限于女性消费群体，而是要全社会都来重视健康消费问题，共同推进健康消费，改善中国人民的健康状况，扩大中国健康消费市场，发展中国的健康产业，进一步落实中国共产党第十七次代表大会提出的“坚持扩大国内需求特别是消费需求的方针”，促进国民经济又好又快地发展。

随着 GDP 总量和人均水平的增长，人们在基本生活需求满足之后，健康消费就成为居民消费的首选，成为衡量生活质量的重要指标。有关资料显示，目前，美国居民用于健康消费的支出，约占可支配收入的 48%，而日本则占到了 55%。中国人口众多，正处在经济快速发展时期，健康消费市场会更大，前景会更好。

第一，大力加强宣传教育，让更多的人认识、理解并积极践行健康消费。

消费者是市场经济的主体，是消费领域的“上帝”。消费者素质高低不仅决定着自身能否实行健康、科学、文明的消费，能否维护自己的消费权益，而且也是影响消费市场发展的重要因素。提高消费者素质，就是提高消费者的消费能力。正如马克思所说：“消费能力是消费的条件，因而是消费的重要手段，而这种能力是一种个人才能的发展，一种生产力的发展。”经济发展、市场繁荣、健康消费，都离不开亿万成熟、理性的高素质消费者。

要发挥电视、广播、网络、报刊等各种传媒的作用，营造科学、文明、健康消费的良好舆论氛围。通过开设专题、专栏和讲座，大力宣传健康消费理念，普及健康饮食、健康生活习惯、运动健身知识，特别要针对当前不少人健康消费知识缺乏的情况，采取贴近百姓、贴近生活、生动鲜活的形式，释疑解惑，推广介绍社区居民实行健康消费的好做法、小窍门、新经验，让健康消费、健康生活走进千家万户。

要切实抓好消费理念、消费技能和消费方式三项消费教育。帮助消费者树立



科学、文明、健康消费的观念，正确处理收入、储蓄、消费与投资关系的科学理财观念，抑奢崇俭的适度消费观念，消费中保护环境的观念等。让消费者了解、掌握对健康消费品，特别是新产品的识别、使用技术和知识，防范消费过程对健康造成不良影响的知识、消费维权的相关知识等。使消费者养成有益身体健康、积极向上的良好生活习惯，实行符合消费品功能和人体医学科学规律的健康消费方式，践行包括有益于身心健康的物质、文化、精神消费在内的消费模式，克服不利于健康的消费行为和生活习惯等。

要从娃娃着手抓健康消费教育。应当看到，中小學生挑食、厌食、偏食，爱吃零食，不爱吃主食的情况还比较普遍，成群结队去“麦当劳”、“肯德基”的现象令我们担忧。要教育孩子们知道什么食品该多吃，什么食品尽量少吃，怎样吃才能更健康等饮食营养知识，帮助他们从小树立科学的饮食消费观念，逐步改掉不良的饮食习惯。一些地方的学校，已经让“食育”进了课堂，开设了饮食教育课程。我认为这一做法值得在幼儿园、中小学推广。

第二，加快发展健康产业，扩大健康消费市场的有效供给。

健康消费涉及吃、穿、用、住、行等居民生活消费的方方面面，还涉及保健、健体、体检、咨询等行业部门，形成了健康消费品生产、销售、储运和服务的行业集合体，这就是健康产业。最近，有朋友向我推荐了一本美国人保罗·皮尔写的书《财富第五波》。他把健康产业称作继农业、工业、知识经济、网络经济之后的第五个财富增长浪潮。2000年，美国的健康消费年销售额近2000亿美元，到2010年，美国的健康产业产值将达到10000亿美元以上。

中国经济连续多年保持着快速增长的势头，中国人民的生活水平和生活质量逐步提高，健康消费方兴未艾，前景很好。只有加快发展健康消费产业，不断扩大健康消费市场，才能满足人们日益增长的健康消费需求。当前，发展中国的健康产业，至少包括以下几大类的健康消费品生产、销售和服务：一是绿色食品，满足消费者吃的安全，吃出健康的需求。目前中国绿色食品的销售额仅占整个食品销售的1%，预计近几年内将达到10%，具有每年200亿元的市场规模。二是环保的生活用品，满足消费者用的安全、有益于健康和环保的需求。主要是家庭消费用品，环保节能的冰箱、电视机、洗衣机、空调、热水器、厨卫用品、灯具等，无污染、环保的家具、床上用品等需求俱增，市场巨大。三是女性专用品，满足女性既要美丽又要健康的需求，如不含有害物质、有益于女性健康的护肤



品、美容化妆品、卫生用品等。据统计，中国城镇健康美容业年产值约为 1680 亿元。四是营养保健品，满足消费者补充营养、平衡膳食、解决营养失调，特别是维生素和矿物元素缺失的需求。据预测，中国保健营养品年消费额到 2010 年将达到 1000 亿~1200 亿元。五是环保节能的住宅、汽车，满足消费者住的、乘的环保节能又舒适的需求。节能、节水、节电、节材的环保住宅和家装材料是今后房地产发展的方向，市场大有可为。环保节能、采用新能源、安全、舒适的乘用车，是汽车工业新的利润增长点和竞争点，必将开拓汽车工业发展的新阶段。六是健身和健美俱乐部、健康美食馆、健康养生咨询、健康保险及与健康产业相关的金融服务等服务业，具有广阔的发展空间。随着健康消费需求的增长，健康产业链还会延长，还会催生出新的健康消费品和服务，不断丰富和拓展中国的健康消费市场，满足消费者多样化的健康消费需求，成长为富有潜力的新型产业部门。

第三，强化农村健康消费的物质基础，让健康消费尽快惠及广大农民。

农村是中国最大的消费品生产基地，农村也是中国最大的消费市场。在党中央、国务院的正确领导下，中国农业、农村发展连续多年保持了难得的大好局面。各项“三农”政策落实到位，农业基础地位巩固加强，农村面貌日新月异，农民生活改善，农村市场繁荣兴旺。在农村倡导和推动健康消费，让健康消费走进农民家庭，开发农村的健康消费市场，要抓好四个着力点：一是提高农民收入，增强农民消费能力。要把政策性增收同生产性增收结合起来，有效地提高农民的实际收入水平。据国家统计局《2007 年国民经济和社会发展统计公报》，2007 年全国农民人均纯收入 4140 元，扣除物价上涨因素，比上年实际增长 9.5%。农民收入增加了，负担减轻了，就有了提高生活质量的物质条件，就有可能把更多的钱用于健康消费。二是加强环保、绿色农产品基地建设，增大健康食品产出能力，增强其市场竞争力，为市场提供安全、优质、健康的各类农副产品。三是加强农村市场建设，扩大农村健康消费市场容量。要完善县、乡、村商品流通体系，建设和改造农产品冷链系统和物流中心，加快推进农村市场现代化进程。四是加强农村生活基础设施建设，改善农民的生活条件和生活习惯。结合新农村建设，在加强农村道路、自来水建设的同时，改善农村生活能源结构，开展改圈、改厕、改厩、改灶活动，建立文明、有益于健康的生活方式。

第四，营造良好的消费环境，保障健康消费市场有序发展。



中国健康消费市场正处于加快发展的初期，需要有一个良好的成长环境，使之在法制保障、政策支持、技术控制和市场监管的保护下，健康有序地发展。一要有健全的法律保障，构建中国健康产业和健康消费的法律体系。二是有力的政策支持。中国对节约资源、保护环境的企业和项目，给予税收减免、资金扶持，实行优惠、优先；对节能减排效果好的消费品帮助排除发展障碍，拓展市场空间。三是科学的技术标准。政府和行业组织对各类健康消费品制定技术标准，从技术源头上确保社会生产各个环节有利于环境保护和资源、能源节约，有利于企业技术创新，有利于广大消费者安全、健康地消费。四是严格市场监管。国家质检、工商、环保、卫生等部门要联合协作，构建完备的市场监管体系。严厉打击、取缔假冒伪劣产品，尤其要加大对假冒“环保”、“绿色”产品的查处力度，严防不法厂商打着“环保”、“绿色”的旗号，制造和销售假冒伪劣产品，损害消费者健康，扰乱市场秩序。构建和谐的消费环境，确保健康消费市场快速、健康、有序发展。

健康消费是现代生活的大趋势，是人类经济、社会发展的共同主题。倡导、推动健康消费，培育、发展中国的健康消费市场，需要政府支持、社会参与、企业履责，更需要每个消费者的自觉行动。可以预料在不久的将来，我们今天倡导的健康消费模式，必将在中国健康产业的发展壮大中，在健康消费市场的兴旺发达中，逐渐成为中国居民的主导型消费模式，为中国经济、社会和环境的协调、和谐、可持续发展，为提高中国人民的生活质量和健康水平，做出应有的贡献。

Preface

Let's promote women's healthy consumption and build a prosperous market (Excerpts)

Gu Xiulian *

We should develop a healthy consumption market and advocate women's healthy consumption. This is to implement the 17th Chinese Communist Party Congress' agenda and pay attention to people's livelihood.

1. The importance of advocating women's healthy consumption

Healthy consumption is what people spend on preventing illness and promoting health. It includes commodities that help people's health and healthy consumption habits. A scientific and civilized lifestyle plays an important role in people's healthy mind-body development. Healthy consumption is the realization of this lifestyle. China has 650 million women and 370 million families. Women are executors of family spending and chief influencer of family consumption structure and spending pattern. The advocacy of healthy consumption is to encourage women to consume and improve family members' health standard and their quality of life.

The advocacy of healthy consumption also has significance in implementing scientific

* Gu Xiulian, Vice Chairwoman, 10th National People's Congress Standing Committee, Former Chairwoman, All-China Women's Federation.



development outlook and building an environment-friendly, resources-saving society. First, it comes from the inner need of people-oriented scientific development outlook. Second, it is a must from a resources-saving, environment-friendly society. Third, it can be an important force in expanding consumption, increasing domestic demand and upgrading industrial structure. Fourth, it is an important part of improving our people's quality and building a harmonious society.

2. Key issues concerning women's healthy consumption should command our special attention

First, we advocate industry and thrift, and waste not. China is a country with a huge population but limited resources per person. Fight against waste is Chinese people's traditional virtue. We should not forget our tradition, although our life has become richer than before.

Second, we should increase jobs in healthy consumption field. Job opportunities are people's livelihood, and the prerequisite of consumption. We should actively promote city and rural women working in healthy consumption business and increase their income so as to make them fully independent. Healthy consumption has huge potential to grow and great space for jobs. This business and profession is suitable for women and they can show their talent and wisdom in producing, selling and servicing of healthy commodities.

Third, special attention should be paid to key groups. Now people's life has improved, but many have poor health, some owing to genetic reasons, others because of bad habit and irrational food structure and unscientific consumption mode. It is our important task to lead and help them correct bad habits and lifestyle, and practice scientific and healthy consumption.

Fourth, new consumption mode will affect people's health. Computers and World Wide Web have not only changed our working style but also our life style including consumption style. New commodities and consumption mode will also affect consumers' health. We should help clean online environment and continue to supply good and



healthy online items and products so as to meet the cultural and spiritual demand of women and youngsters.

3. Nurturing and expanding China's healthy consumption market

With China's growing GDP and per capita increase, healthy consumption has become people's next choice after their basic living demands have been met, and this has become an important life quality index. With China's large population and fast growing economy, the healthy consumption market will grow and the potential is great.

First, we should advocate and promote healthy consumption and make more people understand and actively practice it.

Consumers are the main body of the market economy and healthy consumption must have millions of mature, rational and quality consumers. Media should help create a good environment and make healthy consumption known to as many families as possible.

Second, we should speed up health industry and expand efficient supply of healthy commodities.

Healthy consumption includes food, clothes, living utensils and other commodities and services that people need in their daily life. They may involve health care, bodybuilding, information and consulting business. It is a combination of healthy commodities' production, sale, transport and service.

China's health industry includes green food that meets consumers' demand for safety and health, environment-friendly products that meet consumers' demand for a safe environment, women's items that meet women's demand for beauty and health concerns, nutritious goods that meet consumers' demand for a balanced nourishment, energy-saving and environment-friendly living houses and cars, and health-related services. With the growing demand for healthy consumption, there will be more new products and services in the ever-expanding market so as to meet the market multi-demands and this will grow into a brand new potential industry.



Third, strengthening material basis for rural healthy consumption to benefit broad farmers immediately.

Agriculture is China's biggest commodity producing base and the rural area is the nation's biggest consumption market. We should advocate and push healthy consumption in the rural area and develop healthy consumption market there. There are four keys for the job to be done. First, farmers' income should increase and their consumption capacity should be improved. Second, environmental protection should be strengthened to produce green agricultural products and supply the market with good and healthy farm produce. Third, rural market should be developed to expand the space for rural healthy consumption. Fourth, rural infrastructure should be improved to make a better living condition for farmers.

Fourth, building a good consumption environment to guarantee an orderly growth of a healthy consumption market.

China's healthy consumption market is beginning to grow fast and needs a good environment for orderly and healthy development. First, both health industry and healthy consumption need legal protection, and a legal system should be worked out. Second, strong policy support should be provided. Third, there should be a scientific tech standard. Fourth, strict market supervision should be in place. A harmonious consumption market will guarantee its speed, healthy and orderly growth.

The healthy consumption mode we advocate today will gradually become the main consumption mode for Chinese people. It will help contribute to China's balanced, harmonious and sustainable social, economic and environmental development as well as to the improvement of Chinese people's life quality and health standard.

目 录



序言 推进我国女性健康消费 繁荣健康消费市场 顾秀莲 / 001

总 报 告

追求安全 健康 高品质的生活

——2008~2009年中国女性生活状况总报告

..... 华坤女性消费指导中心 华坤女性生活调查中心 / 001

调 查

女性生活状况调查

第3次中国城市女性生活质量调查分析报告

..... 华坤女性生活调查中心 中国妇女杂志社 / 033

中国8城市女性健康状况调查报告 华坤女性生活调查中心 / 068

中国10城市职业女性健康生活方式调查报告

..... 华坤女性消费指导中心 华坤女性生活调查中心 / 086

中国城市“盛年女性”生活指数研究报告

..... 深圳市赢家服饰有限公司 中国家庭文化研究会 / 111



女性消费调查

- 2007~2008年中国城市女性消费状况报告 华坤女性消费指导中心 / 127
- 城市中老年女性健康消费状况调查报告 华坤女性消费指导中心 / 154
- 中国城市女性品牌消费状况报告 华坤女性消费指导中心 / 181
- 进城务工女性消费状况调查报告 华坤女性消费指导中心 / 220

专 论

- 倡导女性健康消费 服务妇女全面发展 黄晴宜 / 247
- 努力构建健康消费的社会支持系统 洪天慧 / 252
- 2007年中国女性健康消费状况调查报告 韩湘景 / 256
- 全面建设小康社会要健康消费 董京生 / 264
- 引导中国女性健康消费 兰珍珍 / 267
- 中国职场女性健康状况评估 曹伟明 / 272
- “盛年女性”的健康心态 陈灵梅 / 277
- 医泽女性 健康中国 徐宗华 / 280
- 中国消费市场的发展动力
——中产阶层、现代女性及丁克家庭 王月魂 / 284
- 后记 / 299