

B 女性生活蓝皮书[®]

LUE BOOK OF WOMEN'S LIFE

中国女性生活状况报告 *No.8* (2014)

ANNUAL REPORT ON CHINESE WOMEN'S STATE
OF LIFE No.8 (2014)

中国妇女杂志社
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)

2014
版

女性生活蓝皮书

BLUE BOOK OF
WOMEN'S LIFE



中国女性生活状况报告

No. 8 (2014)

ANNUAL REPORT ON CHINESE WOMEN'S STATE OF
LIFE No.8 (2014)

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)

图书在版编目(CIP)数据

中国女性生活状况报告. No. 8: 2014/韩湘景主编. —北京:
社会科学文献出版社, 2014. 4

(女性生活蓝皮书)

ISBN 978 - 7 - 5097 - 5728 - 4

I. ①中… II. ①韩… III. ①女性 - 生活状况 - 研究报告 -
中国 - 2014 IV. ①D669. 68

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 039966 号

女性生活蓝皮书

中国女性生活状况报告 No. 8 (2014)

主 编 / 韩湘景

出 版 人 / 谢寿光

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

责任部门 / 社会政法分社 (010) 59367156

责任编辑 / 赵慧英 关晶焱

电子信箱 / shekebu@ssap.cn

责任校对 / 白桂和

项目统筹 / 王 绯

责任印制 / 岳 阳

经 销 / 社会科学文献出版社市场营销中心 (010) 59367081 59367089

读者服务 / 读者服务中心 (010) 59367028

印 装 / 北京季峰印刷有限公司

开 本 / 787mm × 1092mm 1/16

印 张 / 19.75

版 次 / 2014 年 4 月第 1 版

字 数 / 323 千字

印 次 / 2014 年 4 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5097 - 5728 - 4

定 价 / 79.00 元

本书如有破损、缺页、装订错误, 请与本社读者服务中心联系更换

▲ 版权所有 翻印必究

女性生活蓝皮书编委会

总 顾 问 顾秀莲

编委会顾问 黄晴宜

编委会主任 洪天慧

编委会副主任 谭 琳 王卫国 韩湘景 王孟兰 时正新

编 委 韩湘景 王孟兰 时正新 张李玺 吕 晋
尚绍华 兰珍珍 曹伟明 肖 炜 朱晓灵
林玉明 刘中陆

主 编 韩湘景

英文审定 黄 庆

主要编撰者简介

韩湘景 中国妇女杂志社社长、华坤女性生活调查中心理事长、华坤女性消费指导中心副理事长、中国期刊协会副会长、中国妇女报刊协会副会长、中国家庭文化研究会副会长、中国妇女研究会理事，编审。曾获得新闻出版总署中国“百佳”出版工作者、首批“新闻出版行业领军人才”等称号和首届“中国政府出版奖”。

1974年开始在党委宣传部门从事干部理论教育工作。1983年以后，进入妇联系统，长期从事女性媒体和女性问题研究。担任过《现代妇女》杂志总编辑、中国妇女报社副社长、中国妇女杂志社总编辑等职务。是《女性生活蓝皮书》主编。

时正新 华坤女性生活调查中心副理事长、专家组组长，华坤女性消费指导中心副理事长，中华社会救助基金会理事、在会顾问，研究员、教授，毕业于兰州大学经济系。致力于消费经济研究。

1985年在甘肃省工作期间破格晋升为经济学研究员。此间致力于生态经济研究，先后独立出版或与他人合著出版专著11本，其中有《生态农业原理及其应用》《简明农业生态经济学》《农业经济生态学》《生态经济原理》《企业环境治理与管理》等。

1990年调入民政部工作，先后任民政部办公厅副主任、民政部社会福利与社会进步研究所所长、民政部政策研究中心主任等职。结合业务工作，从事社会保障理论与政策研究，编著出版《城市最低生活保障制度》《中国社会福利与社会进步黄皮书》《中国社会救助体系探索》《中国农村社会保障制度建设》等。是多本《女性生活蓝皮书》总报告的撰写者。

王孟兰 华坤女性消费指导中心理事长、中国家庭文化研究会常务副会长

兼秘书长，副编审，毕业于北京大学哲学系心理学专业。致力于家庭文化与女性消费研究。

1978年调入全国妇联，历任宣传部部长、中国妇女杂志社总编辑兼社长、国务院妇女儿童工作委员会办公室专职副主任等职。其间结合工作，从事妇女儿童宣传和发展问题研究。其著作《细妹生活道路的变化》曾获联合国教科文组织东亚文化奖；策划编辑的图书《蔡畅传》获第五届中国图书二等奖。2000年主持编写《中华人民共和国1995年第四次世界妇女大会〈北京宣言〉〈行动纲领〉执行成果报告》，并提交当年在纽约召开的妇女问题特别联大。2001年主持起草《中国妇女发展纲要（2001~2010）》和《中国儿童发展纲要（2001~2010）》。2005年参加起草《中国性别平等和妇女发展白皮书》。是《2013年中国城市女性消费状况调查报告》的执笔者。

吕晋 中国妇女杂志社总编辑、华坤女性生活调查中心副理事长、华坤女性消费指导中心副理事长、中国记协理事，副编审，毕业于天津师范大学政治教育系哲学专业。

自1983年开始从事妇女工作理论的研究与实践，历任天津市妇联调研室研究人员、全国妇联机关刊物《中国妇运》杂志主编、中国妇女杂志社副社长，多次参与并主持有关妇联工作及妇女发展状况的调查研究及采访报道工作，部分作品获得社科类及采编类优秀作品奖。是《第9次中国城市女性生活质量调查报告（2013年度）》的主要执笔者。

汪凌 中国妇女杂志社编辑、华坤女性消费指导中心理事。毕业于复旦大学中文系比较文学专业，硕士。

1985年起在新疆大学中文系任教。自1999年起，先后在商务印书馆《今日东方》杂志、《中国妇女》杂志任记者编辑至今。出版了《张元济：书卷中岁月悠长》《萧红：寂寞而飘零四方》《汪曾祺：废墟上一抹传统的残阳》《梁漱溟：乱世中特立而独行》等著作；在《北京青年报》等报刊发表了十多万字的书评等文章。是《母婴健康状况调查报告》《2013年中国母婴安全消费状况调查报告》《中国城市女性形体健康状况调查报告》等文的执笔者。

摘 要

美丽生活、健康生活、安全生活是 2013 年女性生活状况的特点和亮点，也是城市女性对未来生活的追求。本书由 2013 中国女性生活状况总报告、5 篇调查报告和 7 篇专论组成。

2013 年城市女性生活质量总体评价偏好，综合得分为 69.2 分，自 2011 年起呈现逐年上升的趋势。女性对个人和家庭收入满意的，分别为 26.4% 和 30.9%；对工作满意的占 35.8%；感到幸福的占 73.0%；对居住环境和城市管理的总体评价分别为 58.0 分和 64.2 分。

2013 年，被调查者家庭收入用于消费、储蓄、投资的比例是 57:30:13，月消费 9899.7 元。被调查者最大一笔开支用于购买服装服饰的人数最多，房产开支最大；52.5% 的人外出旅游；78.3% 的人网购；超过六成的人使用过网络金融服务。

城市女性高度赞同“女人的形象需要内外兼修”“有个好身材会使女人更自信”“女性应当进行形体健康管理”等观点。对自身形体感到满意的占 35.0%。认可“养成良好的生活方式”“坚持运动”“保持良好心态”“进行形体训练”是有效的形体健康管理方式。

城市女性的平均育龄为 27.9 岁，晚育的占 57.2%，剖腹产的占 64.7%，母乳喂养的占 47.7%，享受了带薪产假和生育保险的分别占 38.1% 和 39.2%。

城市女性家庭母婴产品月均支出 2331.5 元，占家庭月均总支出的 27.3%。购买母婴产品时最关心的因素是“健康安全”。被调查者对“婴儿食品安全”“母婴药品安全”和“婴儿服装安全”感到焦虑。

期望政府提供安全放心的食品；控制物价；调控房价，让居者有其屋；加强对消费安全和网上个人信息泄露的监管力度；关注母婴健康方面存在的隐忧；制定严格统一的母婴产品质量检测标准，提高安全系数。



2014年，女性生活质量可望进一步提高，女性消费尤其是数码产品、信息服务和网络消费将呈增长态势；女性对形体健康管理将更加科学、理性；母婴健康状况和母婴安全消费将得到改善。

关键词：女性生活质量 女性消费 女性形体健康 母婴健康 母婴安全消费

目 录



Ⅱ I 总报告

Ⅱ.1 女性生活的支点与亮点：健康、美丽与安全

——2013 中国女性生活状况总报告

…………… 华坤女性生活调查中心 华坤女性消费指导中心 / 001

一 2013 年女性生活状况评述…………… / 002

二 2014 年女性生活状况预测…………… / 010

三 对改善女性生活状况的建议…………… / 011

Ⅱ II 女性生活状况和消费状况调查

女性生活状况调查

Ⅱ.2 第9次中国城市女性生活质量调查报告（2013年度）

…………… 《中国妇女》杂志 华坤女性生活调查中心 / 013

Ⅱ.3 母婴健康状况调查报告

…………… 母婴健康促进行动组委会 华坤女性生活调查中心 / 073

Ⅱ.4 中国城市女性形体健康状况调查报告

…………… 北京兰超服饰科技发展有限公司 华坤女性生活调查中心 / 112



女性消费状况调查

B.5	2013年中国城市女性消费状况调查报告	华坤女性消费指导中心 / 150
B.6	2013年中国母婴安全消费状况调查报告	华坤女性消费指导中心 华坤女性生活调查中心 / 214

B III 专论

B.7	加强监管，实现母婴安全消费	顾秀莲 / 264
B.8	营造母婴安全消费环境 护航儿童安全健康成长	姜天波 / 269
B.9	优化消费环境，实现母婴安全消费	洪天慧 / 273
B.10	努力普及保健知识，保障母婴消费安全	朱宗涵 / 276
B.11	2013年中国母婴安全消费状况	朱晓灵 / 279
B.12	积极推动可持续消费的发展	顾秀莲 / 285
B.13	倡导女性消费者可持续消费，促进经济社会持续健康发展	姜天波 / 291
B.14	后记	/ 295
Abstract		/ 296
Contents		/ 298

总 报 告



General Report

B. 1

女性生活的支点与亮点： 健康、美丽与安全

——2013 中国女性生活状况总报告

华坤女性生活调查中心 华坤女性消费指导中心

摘 要：

健康生活、美丽生活、安全生活，是 2013 年女性生活的亮点，也是对未来生活的追求。女性消费出现新的增长点。城市女性注重形体健康，高度认可女性美是内外兼修的结果。母婴健康和母婴安全消费存在隐忧，亟待政府重视。2014 年，女性生活质量可望进一步提高，数码产品和网络消费将保持增长态势；母婴健康状况和母婴安全消费将得到改善。

关键词：

女性生活质量 女性消费 女性形体健康 母婴健康 母婴安全消费



在党的十八大精神指引下，全党全国人民坚持稳中求进的工作总基调，着力稳增长、调结构、促改革，全面推进经济建设、政治建设、文化建设、社会建设和生态建设。具有历史意义的十八届三中全会的召开，掀起了新的改革浪潮，提出了全面深化各项改革的任务。《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》从系统性、整体性、协同性出发，部署了全面深化改革的战略重点、优先顺序、主攻方向、工作机制、推进方式和时间表、路线图，是对我国新历史阶段全面深化各项改革的总部署、总动员，必将对我国的经济建设、人民生活和社会发展、生态保护等各个领域起到巨大的推动作用，对妇女发展和女性生活也必将产生巨大影响。

总览 2013 年女性生活状况调查资料，有三个亮点非常突出，它们集中体现了女性对美好生活的追求，呈现了她们的现实生活状态，即健康的生活、美丽的生活、安全的生活。三者贯穿在本年度女性生活进程中，是本年度女性生活的支撑点和闪光点。

《中国女性生活状况报告 No. 8 (2014)》由 5 个调研报告，即《第 9 次中国城市女性生活质量调查报告 (2013 年度)》《2013 年中国城市女性消费状况调查报告》《中国城市女性形体健康状况调查报告》《母婴健康状况调查报告》《2013 年中国母婴安全消费状况调查报告》和专论部分组成，从不同角度印证了，美丽、健康和安全的的生活是 2013 年女性生活状况的特点和亮点。

— 2013 年女性生活状况评述

2014 年《女性生活蓝皮书》所呈现的女性生活状况除了持续 9 年的女性生活质量和女性消费外，还增加了女性形体健康管理、母婴健康状况和母婴安全消费等方面的内容。这 5 个方面的调查分析，特别是新增的 3 个调研报告，从另一个侧面充实了女性生活的内容，展示了女性生活质量提高的新趋势，更深化了新时期妇女发展的内涵，提高了女性生活的丰富度，表现了女性生活状况的立体性。女性生活状况的汇集，充分体现了党和政府发展经济、促进消费、改善民生的现实成果，是广大妇女分享改革发展成果并得到实惠的一个缩影。

（一）女性生活质量相关指标的阐释

生活质量与客观意义上的生活水平有关，一定程度的生活水平是保持较高生活质量的必要条件。但是，除了保持基本的物质生活水平及身心健康之外，生活质量也取决于人们是否能够获得快乐、幸福、舒适、安全的主观感受，这又与人们对精神文化方面的追求，对社会与环境的认同，有着密切关系。《第9次中国城市女性生活质量调查报告（2013年度）》对女性生活质量的观察，采用了7个方面的评价尺度，即：收入状况、工作状况、健康与家庭生活、幸福感、闲暇生活、居住环境与市政管理状况、女性生活质量评价，基本涵盖了生活质量测评所包含的客观条件与主观感受两大类指标。调查结果显示，2013年城市女性生活质量总体评价为69.2分，高于2012年（68.9）和2011年（65.9）；由高到低，调查选取的10个城市的排序依次是：青岛、北京、西安、哈尔滨、南京、成都、上海、广州、南昌、杭州。大体能反映出10城市女性的生活质量。

《第9次中国城市女性生活质量调查报告（2013年度）》有以下4个方面值得关注。

1. 关于高品质女性生活的积极意义

高品质生活是2013年“中国城市女性生活质量调查”首次引入的新概念。高品质生活涵盖了女性日常生活的质量和品位，包括了经济、文化、政治、社会和环境等5方面因素。只有在生活观念、生活内涵、生活方式、生活环境和生活保障等方面互为支撑、谐和时，一个人才能获得真正高品质的生活。它和金钱有关系，但没有绝对关系；和物质生活有关联，但没有绝对联系。生活品质是一种求好的精神，是在有限的条件下追求最好的事物与生活。因此，每个女性都能有自己的高品质生活，并非仅指目前被定义的所谓“精致”，也不是摆阔、奢靡、追逐名牌，而是有自信、丰富的内心世界，有敏感、直觉和能力找到生活中的好东西。因此，生活品质和女性内心的丰沛有关，是能够抵抗外界袭扰，让自己更多地保持幸福、安宁状态的一种能力。

从2011年起，城市被调查女性对生活质量的的评价逐年上升，从一个侧面反映出女性对自身生活水平及生活品质的总体满意度的提高。本次调查首次设



问了女性心目中的高品质生活，调查结果显示，在被调查女性心目中，“健康的身体”（91.1%）、“平和、健康的心态”（80.1%）、“幸福的婚姻，和睦的家庭”（78.9%）占据前三位；此外，女性认知的高品质生活还包括：“积极向上的生活态度，明确的人生目标”“能够满足自己和家庭需要的理想收入”“顺心的工作，良好的同事关系”“拥有知心朋友”“安全的社会环境，良好的居住环境”等。显然，城市女性对高品质生活的认知涵盖了女性生活的内心和外界环境，她们关注自我又兼顾母性和妻性，在意自己的身心和谐健康，注重家庭的和睦幸福，有积极向上的人生态度，她们的视野更开阔，生活容量更广大。这样的认知，无疑对不断提升高品质的女性生活具有积极意义。

2. 关于收入有所增长及增长缓慢的现象

收入是最能体现女性生活质量的指标之一。它能满足女性物质与精神的多种需求和追求，也是女性在学习方式、生活品质、幸福感、家庭和谐等方面的基本保障。党的十八大提出了到2020年实现国内生产总值和城乡居民人均收入比2010年翻一番的目标，即“国民收入倍增计划”。新一届政府在党的十八届三中全会上审议通过的《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》中，提出了有关中国收入分配改革的目标，即通过体制机制创新，逐步形成合理有序的收入分配格局，让经济发展成果更多、更公平地惠及全体人民。据有关学者阐释，到2020年前，在城镇就业的人员年收入达到6万到15万，即可称为“中等收入劳动者”。《第9次中国城市女性生活质量调查报告（2013年度）》显示，自2011年以来，被调查女性收入增长的人数比例呈逐年递增趋势（39.3%、42.3%、47.8%），女性对个人收入感到满意的人数比例也呈逐年递增趋势（19.2%、21.9%、26.4%）；而且，自2010年以来，第一次出现被调查女性个人收入比上一年“有所增加”的人数多于“与去年持平”的人数。但是，调查还显示，2013年被调查女性对工作不满意的第一位原因是“工资低于期待值，福利待遇差”，10城市中只有33.5%的女性月收入在5000元以上（年收入6万以上）。可见，城市女性收入虽然有所增长，但增长缓慢，要达到政府收入翻番的目标，还有很长的路要走。

3. 关于工作压力大的客观因素

工作状况是城市职业女性生活质量的重要组成部分，在一定程度上影响着

她们生活品质的优劣。2013 年的生活质量调查中，近五成被调查女性处在压力很大或较大的境遇（46.0%），“勉强能承受”和“无法承受”压力的合计 44.8%；职场竞争激烈、工作量大难以完成等是被调查女性工作压力的主要来源；工资低、升职困难、经常加班是她们对工作不满意的主要原因。为求得职场生存，职业女性不得不面对闲暇时间被大量剥夺的困境和代价，这从本次调查闲暇活动中“休息/补觉”的回答上升到第二位可以得到印证。这不能不得出一个结论，城市女性工作的客观环境是有待各方予以重视，并亟待改进的。虽然企业追求利益最大化无可厚非，但如何更人性化地对待员工，而不是把企业的盈利困境转嫁给员工；工会如何成为一个有效、良好的沟通平台；政府如何有效监督企业，有效保障女性权益是当务之急。如此，职业女性才有可能减轻身心压力，从容、有效地担当起职场和家庭的双重责任，并由此形成一个回馈各方的良性循环，毕竟，女性对一个社会的文明程度有着巨大影响。

4. 关于改善空气质量的紧迫性

2013 年初，一场波及京津冀 17 省市的雾霾，让几乎所有普通民众猝不及防；而年底波及长三角地区 25 个省 100 多个城市的雾霾，更昭示了 PM2.5 范围之广！空气污染危机之甚！前卫生部长、中华医学会会长、中国科学院院士陈竺等于 2013 年 12 月 14 日在国际医学界权威杂志《柳叶刀》发表题为《中国积极应对空气污染健康影响》的文章，其中明确指出：中国每年因空气污染导致死亡的人数为 35 万~50 万人。2013 年度的生活质量调查表明，2013 年，“空气质量太差”成为排在第二位被调查女性最焦虑的事，自 2008 年以来，首次进入女性焦虑的前三位。曾经的蓝天越来越灰蒙蒙，如果经济发展以民众的健康、环境的极度恶化为代价，这样的发展又有何前途可言？空气治理已刻不容缓！相较于男性，女性对于家人、亲朋、同事的身体状况更加敏感，因此她们也更容易产生焦虑情绪而危害身心。可喜的是国策已经启动，2013 年 9 月国家发布了《大气污染防治行动计划》，呼吁全社会“同呼吸、共奋斗”，女性的困扰有望缓解。

（二）女性消费出现新的增长点

女性消费市场潜力极大。据 1982 年的第三次人口普查统计，我国当时的



女性消费者有 4.8 亿人，占全国人口的 48.7%，其中在消费活动中有较大影响的是中青年女性，即 20~50 岁年龄段的女性，约占人口总数的 21%。女性消费者群体数量庞大，是大多数购买行为的主体或重要参与者。这在历年的“中国城市女性消费状况调查”中也得到一定的印证。值得注意的是，2013 年度的女性消费出现了新的增长热点，数码产品、网络购物、旅游、培训等消费开始占据越来越多的份额。

首先，纵观数码产品在中国的发展，可以看到，近年来，计算机应用和网络应用环境日益完善，使以计算机和互联网为核心的学习、娱乐设备越来越为消费者所青睐。其次，随着城镇化的发展，大城市和新兴城市的中青年上班族对待生活及娱乐方式的态度也在悄然改变，追求时尚、注重休闲逐渐成为消费主流，数码产品自然而然成为人们改变自身、追求创新、休闲娱乐的重要方式之一。再次，数码产品价格下降，性能不断提升，功能不断丰富，刺激了消费者的潜在需求。最后，众多厂商不遗余力的营销宣传，营造了数码产品的使用氛围，并使数码产品及其相关配套产品越来越亲近普通消费者。《2013 年中国城市女性消费状况调查报告》显示，2013 年，被调查女性个人最大一笔消费中，“数码产品”消费跃居第二位，而女性体验过的信息产品或服务包括了“家人沟通交流”“网络金融服务”“生活资讯服务”“健康安全服务”“文化娱乐服务”等，几乎涵盖信息产品的各个方面，显然，这是同国内数码产品的迅猛发展紧密联系的。城市女性紧跟潮流，分享平板电脑、智能电视、数码相机、智能手机、ipad 等产品和新技术带来的快捷、方便和趣味，用网银、查资讯、玩自拍、玩微博微信，几乎足不出户就能完成日常生活中的许多事情。

网络购物是 2013 年城市女性最引人注目的消费方式。随着国家对电信业的扶持和投入，以及物流业的迅猛发展，在互联网交易平台上，由于产品丰富、价格实惠、购买便捷、在线支付和送货上门等特点，网购深得女性的青睐。据报道，2013 年仅在“双 11”的网购狂欢中，成交总额即达 350.19 亿元，相信女性网民的贡献绝非少数。本次调查结果表明，2013 年 78.3% 的被调查女性参与了网购，不同年龄、收入、学历、职业和城市的女性均被卷入其间。因此，这个发展才十来年的新兴消费市场，女性消费者的参与不可小觑。但值得注意的是，网络安全仍是网络消费的一大困境，本次调查显示，被调查

女性认为信息产品服务消费的最大问题是“个人信息易泄露”“网购产品质量和售后服务难保障”等。隐私泄露、网络欺诈等弊端，威胁和侵犯了消费者权益，需要政府和相关部门加强监管和惩戒力度，为女性消费者营造一个安全的网络消费环境。

我国是旅游大国，目前也是全球最大的旅游消费国。调查显示，2013年，超过五成的被调查女性和家庭参加过旅游，旅游热情和女性的经济收入、文化水平呈正相关；女性境内游平均花费8791.5元，境外游平均花费27800元，创下近年的新高。此外，旅游方式多元化，除了“跟团游”之外，采取“自由行/自助游”和“自驾游”这类彰显个性的旅游方式的旅游者数量显著上升。离开居住地，暂时摆脱繁重的工作和千篇一律的日常琐事，去外面的世界放飞心情，是女性认可的高品质的生活方式，它能开眼界、长知识、休息放松、陶冶情操，有益于身心健康，是女性满足了生活的基本需求后对精神生活的向往与追求。

至于培训，除了和工作有关的职业培训，调查显示，随着生活水平的提高以及休闲时间的增加，被调查女性中已经出现了少量专为丰富日常生活而投资的文化消费，诸如对营养健康、茶道花道香道、琴棋书画等技能和提高文化修养的培训消费也比往年增加，调查结果显示有12.6%的人参加了这类培训。这是一个新气象，说明有一部分女性开始关注自我精神的滋养与丰富，主动学习谋生之外的新技能。

（三）女性美是身体健康、身材匀称、有教养、有知识、悦纳自我的综合体现

自古以来，女子之美即有多种涵义。古代妇人有所谓“四德”——德容言功，即正身立本的品德，端庄稳重的容貌，善解人意的言语，相夫教子、勤俭节约等日常生活中的治家之道。晚清时期，梁启超倡导女学：“上可相夫，下可教子，近可宜家，远可善种，……皆可各执一业以自养。”民国建立，女子教育从服务家庭向其他方面扩展，渐渐走向社会，争取经济独立，争取职业及职业平等权。新中国成立后，妇女解放的热情空前高涨，“铁姑娘”成为女性美的标杆，“人”之意义和价值得到格外张扬。“新时期”以来，女性性别角色渐渐复归，