

B 女性生活蓝皮书[®]

BLUE BOOK OF WOMEN'S LIFE

· 权威机构 · 品牌图书 · 每年新版

中国女性生活状况报告 *No.5*

(2011)

ANNUAL REPORT ON CHINESE WOMEN'S STATE
OF LIFE NO.5 (2011)

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)

2011
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.5 (2011)

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

ANNUAL REPORT ON CHINESE WOMEN'S STATE
OF LIFE No.5(2011)



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: 2011. No. 5/韩湘景主编. —北京:
社会科学文献出版社, 2012. 1
(女性生活蓝皮书).
ISBN 978-7-5097-2865-9

I. ①中… II. ①韩… III. ①女性-生活-状况-研究
报告-中国-2011 IV. ①D442.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 223352 号

女性生活蓝皮书 中国女性生活状况报告 No.5 (2011)

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 / 社会科学图书事业部 (010) 59367156

责任编辑 / 曹长香 周永霞

电子信箱 / shekebu@ssap.cn

责任校对 / 张立生 李艳涛

项目统筹 / 王 绯

责任印制 / 岳 阳

总 经 销 / 社会科学文献出版社发行部 (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 / 37.75

版 次 / 2012 年 1 月第 1 版

字 数 / 653 千字

印 次 / 2012 年 1 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978-7-5097-2865-9

定 价 / 118.00 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

主要编撰者简介

韩湘景 女，编审，1953年出生于湖南湘潭。现任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常务副理事长、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。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”、首届“中国政府出版奖”等称号。

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》副社长、总编辑等职务。

时正新 男，研究员、教授，1944年出生于江西。1967年毕业于兰州大学经济系。现任华坤女性消费指导中心副理事长、中心主任，华坤女性生活调查中心副理事长、专家组组长，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学研究，先后独立出版或与他人合著专著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年调入国家民政部工作，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。

王孟兰 女，副编审，1943年出生于河北。1967年毕业于北京大学哲学系心理学专业。现任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，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；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》。

摘要

《中国女性生活状况报告（No. 5）（2011）》通过大量第一手调查数据，对中国城市女性的生活质量和消费状况进行了分析和预测。

国际金融危机过后，2010年，城市女性消费状况有所改善。被调查女性个人最大一笔开支按人数比例排序，前5位是服装服饰、旅游、健康消费、与车相关和与住房相关的消费；美丽消费持续增长，七成女性通过网上购物，近九成女性具有绿色环保意识，投资比例上升，投资人数增加。城市女性对政府的四大期望依次是：控制食品及日常生活用品价格，加强政府监管、保障食品安全，坚决调控房价，对绿色环保、节能低碳产品实施补贴。

2010年，中国城市女性生活质量总体较好，综合得分为72.9。71.1%的中国城市女性认为生活幸福。中国城市女性经济独立，对家庭经济收入的贡献度达到35.8%。42.0%的女性收入增长，36.6%的女性对收入感到满意，61.7%的女性对工作感到满意。85.3%的城市职业女性感受到职场压力，超时工作成为普遍现象。城市女性对居住环境质量的评价逐年降低。不断加重的各类污染成为影响城市女性生活质量的重要因素。物价上涨成为城市女性2010年生活中最大的焦虑。增加收入是城市女性对提高和改善生活质量最迫切的要求，她们期望缩小贫富差距，构建和谐社会。

本书首次将“中国城市女性生活质量调查”和“中国城市女性消费状况调查”扩展细化，分别形成10个样本城市的调查报告，在展示年度总体状况的同时，详细揭示了每个样本城市女性的具体状况，从而更加全面、深入地观察、评估中国女性生活状况。

《中国城乡家庭婚姻满意度调查报告》显示，夫妻感情是维系婚姻关系、家庭和谐的基础，也是女性幸福感的重要来源；《解续〈中产家庭生活质量调查报告〉》揭示了中产家庭独特的消费意识特点和生活品质特征；《2010年〈中国妇女〉读者调查》和《女性阅读调查分析报告》，从一个侧面展示了女性闲暇时光的生活和她们的需求。专论部分对美丽消费引领女性消费市场、美丽消费在拉动内需中的积极作用进行了分析。

Abstract

“Annual report on Chinese women’s state of life No. 5 (2011)” analyses Chinese city women’s life quality and consumption status, and also forecasts future trends, based on first hand survey data.

In 2010, City women’s consumption status has improved after the international financial crisis. According to the number of women, the biggest amount of money they spent on is in the following order: clothing, travel, health, car and housing related items. Beauty consumption has kept rising. About 70 percent women shop online. About 90 percent women are aware of environment. Their investment asset has increased and the number of women investors is on the rise. City women’s expectations of the government are: controlling food and daily necessities’ prices, strengthening supervision and guaranteeing food safety, firmly controlling housing price, subsidizing green and low-carbon products.

Generally speaking, Chinese city women’s life quality is fairly good, with a comprehensive mark of 72.9. 71.1 percent city women live a happy life. City women are economically independent, contributing 35.8 percent to their families’ income. In 2010, 42 percent women’s income increased, while 36.6 percent women were satisfied with their income, 61.7 percent women are happy with their jobs. 85.3 percent feel work pressure, Working overtime is a common phenomenon. The increasing pollution, an important factor, has affected women’s life quality, and their grading of the living environment has kept sliding year by year. Rising commodity price has become the biggest worry for women, and they wanted most an income increase so that life can be improved and quality upgraded. They also hope the gap between the poor and the rich will get smaller and the society will be harmonious.

This book has expanded the two reports respectively: “Chinese city women’s life quality survey” and “Chinese city women’s consumption survey”, into 10 sub-reports. It can help readers get details on women’s status in each sample city while knowing the general situation so they can evaluate women’s life more deep and holistically.

“Chinese family and marital satisfaction survey report” shows a couple’s bond is the foundation of a marriage and harmonious family. It is also the source of women’s

happiness. “Explanation on middle income family’s life quality survey report” shows middle income family’s consumption characters and their life quality features. “2010 Women of China readers’ survey” and “Women’s reading: Survey analysis report” tell women’s demands in leisure markets. There are also reports analyzing beauty consumption market and its positive effects on driving domestic demands.



目 录

Ⅱ I 总报告

Ⅱ.1 个性化与多元化生活的写照

——2010~2011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

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6次中国城市女性生活质量调查报告（2010年度）

…………… 华坤女性生活调查中心 《中国妇女》杂志 / 017

Ⅱ.3 2010年北京城市女性生活质量调查报告

…………… 华坤女性生活调查中心 / 075

Ⅱ.4 2010年太原城市女性生活质量调查报告 …… 华坤女性生活调查中心 / 091

Ⅱ.5 2010年哈尔滨城市女性生活质量调查报告

…………… 华坤女性生活调查中心 / 107

Ⅱ.6 2010年上海城市女性生活质量调查报告 …… 华坤女性生活调查中心 / 123

Ⅱ.7 2010年宁波城市女性生活质量调查报告 …… 华坤女性生活调查中心 / 138

Ⅱ.8 2010年大连城市女性生活质量调查报告 …… 华坤女性生活调查中心 / 153

Ⅱ.9 2010年长沙城市女性生活质量调查报告 …… 华坤女性生活调查中心 / 169



- B. 10** 2010年广州城市女性生活质量调查报告
..... 华坤女性生活调查中心 / 185
- B. 11** 2010年成都城市女性生活质量调查报告
..... 华坤女性生活调查中心 / 201
- B. 12** 2010年兰州城市女性生活质量调查报告
..... 华坤女性生活调查中心 / 217
- B. 13** 中国城乡家庭婚姻满意度调查报告 华坤女性生活调查中心 / 233
- B. 14** 解读《中产家庭生活质量调查报告》 高博燕 / 259
- B. 15** 女性阅读调查分析报告 华坤女性生活调查中心 / 278

女性消费状况调查

- B. 16** 2010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 / 300
- B. 17** 2010年城市女性服装服饰消费调查报告
..... 华坤女性消费指导中心 / 335
- B. 18** 2010年北京城市女性消费状况调查报告
..... 华坤女性消费指导中心 / 351
- B. 19** 2010年太原城市女性消费状况调查报告
..... 华坤女性消费指导中心 / 369
- B. 20** 2010年哈尔滨城市女性消费状况调查报告
..... 华坤女性消费指导中心 / 386
- B. 21** 2010年上海城市女性消费状况调查报告
..... 华坤女性消费指导中心 / 404
- B. 22** 2010年宁波城市女性消费状况调查报告
..... 华坤女性消费指导中心 / 422
- B. 23** 2010年大连城市女性消费状况调查报告
..... 华坤女性消费指导中心 / 440
- B. 24** 2010年长沙城市女性消费状况调查报告
..... 华坤女性消费指导中心 / 458



- B.25 2010年广州城市女性消费状况调查报告 华坤女性消费指导中心 / 475
- B.26 2010年成都城市女性消费状况调查报告 华坤女性消费指导中心 / 492
- B.27 2010年兰州城市女性消费状况调查报告 华坤女性消费指导中心 / 510
- B.28 2010年《中国妇女》读者调查 华坤女性生活调查中心 / 528

B III 专论

- B.29 把握时代主题，扩大女性消费市场 顾秀莲 / 551
- B.30 关于发展美丽经济的几个问题 洪天慧 / 558
- B.31 2010年中国城市女性消费状况报告 韩湘景 / 563
- B.32 努力营造健康良好的女性消费环境 柴保国 / 570
- B.33 2010年城市女性服装消费状况 刘 亚 / 573
- B.34 引领盛年女性着装艺术是我们的使命 陈灵梅 / 577
- B.35 亚太市场中女性社会经济地位普遍稳步上升 陈俐仙 / 580
- B.36 后记 585

皮书数据库阅读 **使用指南**





CONTENTS

Ⅰ I General Report

Ⅰ.1 Individualism and multi demands in real life

—*General report on Chinese women's life in 2010-2011*

Huakun Women Consumption Guidance Center Huakun Women's Life Survey Center / 001

Ⅱ II Survey of Women's Life Quality and Consumption

Women's life quality survey

Ⅱ.2 The sixth Chinese city women life quality survey report (2010)

Huakun Women's Life Survey Center Women of China Magazine / 017

Ⅱ.3 2010 Beijing city women's life quality report

Huakun Women's Life Survey Center / 075

Ⅱ.4 2010 Taiyuan city women's life quality report

Huakun Women's Life Survey Center / 091

Ⅱ.5 2010 Harbin city women's life quality report

Huakun Women's Life Survey Center / 107

Ⅱ.6 2010 Shanghai city women's life quality report

Huakun Women's Life Survey Center / 123



- B.7 2010 Ningbo city women's life quality report
Huakun Women's Life Survey Center / 138
- B.8 2010 Dalian city women's life quality report
Huakun Women's Life Survey Center / 153
- B.9 2010 Changsha city women's life quality report
Huakun Women's Life Survey Center / 169
- B.10 2010 Guangzhou city women's life quality report
Huakun Women's Life Survey Center / 185
- B.11 2010 Chengdu city women's life quality report
Huakun Women's Life Survey Center / 201
- B.12 2010 Lanzhou city women's life quality report
Huakun Women's Life Survey Center / 217
- B.13 Chinese family and marital satisfaction survey report
Huakun Women's Life Survey Center / 233
- B.14 Explanation on middle income family's life quality survey report
Gao Boyan / 259
- B.15 Women's reading: Survey analysis report
Huakun Women's Life Survey Center / 278
- Women's consumption survey**
- B.16 2010 Chinese city women's consumption survey report
Huakun Women Consumption Guidance Center / 300
- B.17 2010 city women's clothing consumption survey report
Huakun Women Consumption Guidance Center / 335
- B.18 2010 Beijing city women's consumption survey report
Huakun Women Consumption Guidance Center / 351
- B.19 2010 Taiyuan city women's consumption survey report
Huakun Women Consumption Guidance Center / 369
- B.20 2010 Harbin city women's consumption survey report
Huakun Women Consumption Guidance Center / 386



- B.21 2010 Shanghai city women's consumption survey report
Huakun Women Consumption Guidance Center / 404
- B.22 2010 Ningbo city women's consumption survey report
Huakun Women Consumption Guidance Center / 422
- B.23 2010 Dalian city women's consumption survey report
Huakun Women Consumption Guidance Center / 440
- B.24 2010 Changsha city women's consumption survey report
Huakun Women Consumption Guidance Center / 458
- B.25 2010 Guangzhou city women's consumption survey report
Huakun Women Consumption Guidance Center / 475
- B.26 2010 Chengdu city women's consumption survey report
Huakun Women Consumption Guidance Center / 492
- B.27 2010 Lanzhou city women's consumption survey report
Huakun Women Consumption Guidance Center / 510
- B.28 2010 Women of China readers' survey *Huakun Women's Life Survey Center / 528*

B III Special

- B.29 Expanding women's consumption market *Gu Xiulian / 551*
- B.30 On issues of developing beauty economy *Hong Tianhui / 558*
- B.31 2010 Chinese city women's consumption report *Han Xiangjing / 563*
- B.32 Creating safe and healthy women consumption environment *Chai Baoguo / 570*
- B.33 2010 city women's clothing consumption *Liu Ya / 573*
- B.34 Our mission: Leading art of dressing for women *Chen Lingmei / 577*
- B.35 The economic and social status of women in Asia-Pacific market is rising steadily *Chen Lixian / 580*
- B.36 Afterwords / 585



总 报 告

General Report

B.1

个性化与多元化生活的写照

——2010~2011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*

摘 要：女性消费是扩大内需的重要力量。2010年，女性传统消费稳中有升；用于提高自身素质的发展性消费热度不减；对新兴消费情有独钟，环保消费意愿强烈，网购人数增加；投资比例增加，女性个人和家庭理财出现新热点。提高生活质量是女性的不懈追求。女性感到最幸福的事是家人健康、家庭和睦、孩子健康成长。旅游和阅读成为女性闲暇时的最爱。“中国城乡家庭婚姻满意度调查”显示，夫妻感情是维系婚姻关系、家庭和谐的基础，也是女性幸福感的重要来源。2011年，女性消费水平将稳中有升，新型消费会受到女性热捧，时尚消费有望提速；女性生活方式将更科学，更注重健康与环保。建议：抑制物价上涨，保障居民生活水平稳定；加强市场

* 执笔：时正新，经济学学士，华坤女性消费指导中心副理事长、华坤女性生活调查中心副理事长，研究员、教授，致力于生态经济学和消费经济研究。



监管，确保消费安全。

关键词：女性消费 女性生活质量 婚姻满意度 女性阅读 预测与建议

2010年是《中华人民共和国国民经济和社会发展第十一个五年规划纲要》(以下简称“十一五”规划)的收官之年。伴随着中国经济社会大步前进的五年足迹，华坤女性消费指导中心和华坤女性生活调查中心秉承“反映女性生活状况，指导女性消费，发展女性消费市场，提高女性生活质量”的宗旨，五年来一直坚守着“为女性生活写与照，替女性消费鼓与呼”的使命，恪尽职守，尽责尽力，连续出版的4本《女性生活蓝皮书》，就是其努力的结果、心血的结晶。“十一五”期间诞生的这4本《女性生活蓝皮书》，是中国女性群体民生状况的真实写照，是女性个性化与多元化生活状态的生动记录，也是中国政府发展经济、扩大内需、关注和改善民生的各项政策措施取得明显效果并惠及百姓的有力佐证。

2011年是《中华人民共和国国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》(以下简称“十二五”规划)的开局之年，《中国女性生活状况报告(No.5)(2011)》也以新的面貌呈现给读者，其内容有三个特点。一是把女性消费状况和女性生活质量报告扩展细化，形成10个被调查城市的分报告。从中不仅能了解到女性消费和生活质量的年度总体状况，而且能了解到每个样本城市的具体状况，从而更全面、更深入地观察女性生活状况。全景式和具象式结合，对女性生活状况的考察更具立体性和全面性。这是本年度女性生活状况报告与往年最大的不同之处。二是在女性生活状况调查系列中，新添了三个类别的调查，即中产家庭生活质量调查、中国城乡家庭婚姻满意度调查和中国女性阅读状况调查，其中包括《中国妇女》杂志的读者调查。这三个女性生活调查新类别的增加，表明了中国女性生活状况及其生活质量所呈现的丰富多样性，体现了生活多元化的时代特征；同时也表明，华坤女性生活调查中心紧跟实践发展，及时开辟新的调查领域，使2010年度的女性生活状况报告，在呈现中国女性生活状况多面性的同时，更加贴近女性生活实际。三是2010年“第六届女性消费高层论坛”抓住了女性消费的永恒主题——美丽消费，不仅发布了年度女性消费报告，还发布了女性服装的流行趋势，同时还开设了“女性时尚生活大讲堂”，就女性如何穿着装



扮让自己美丽起来，现场施教、示范。这届论坛在内容和形式上的创新表明，“中国女性消费高层论坛”走近百姓，进入女性生活，践行了论坛为女性消费服务，指导女性生活的使命，体现了服务中指导，指导中服务的理念，给论坛增添了色彩和活力。我们期待着“中国女性消费高层论坛”沿着这条创新之路，坚持办下去，越办越好。

一 女性消费是扩大内需的重要力量

2010年，中国经济依然保持了快速增长的势头。据国家统计局公布的数据，全国国内生产总值近40万亿元，跃居世界第二，年增长速度达10.3%。中国消费市场繁荣，全年消费品零售总额比上年增长18.4%，扣除价格因素，实际增长14.8%。城乡居民收入增加，消费热点活跃，“调结构、促内需、保增长”的宏观政策取得明显的实施效果，中国经济在抵御国际金融风暴后重新步入稳步快速发展的轨道。

华坤女性消费指导中心和华坤女性生活调查中心对北京、上海、广州等10个大中城市的女性进行问卷调查，结果显示，2010年10城市被调查女性消费持续升温，消费能力提高，消费结构改善，美丽消费依然是“永恒主题”。这表明，女性消费持续活跃并丰富多彩，成为中国扩大内需、促进国内消费市场发展的一支不可忽视的重要力量。

党的十七届五中全会通过的《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十二个五年规划的建议》，把扩大内需放在十分重要的位置，提出要继续坚持扩大内需战略，着力建立扩大消费需求的长效机制；确立扩大内需特别是居民消费需求是中国的一个长期战略方针，并且提出要通过多种政策措施，把居民消费潜力转化为有效的现实需求。党和政府特别强调扩大内需的重要性主要基于以下四点。

一是在“投资、消费和出口”三驾马车的相互制衡中，最容易出现短板的是消费，最常出现的是重投资和出口，轻国内消费，特别是轻居民消费。党和政府强调重视消费，重视居民消费在“三驾马车”中的作用，加强弱项，就能够增强“三驾马车”的平衡性，从而增强中国经济的稳定性和持续性。

二是经历了国际金融风暴的冲击，中国需要通过扩大内需，来纠正和降低经