

中國 女大生の 衣服 選好度에 關한 研究

孫希定* · 金孝淑

淑明女子大學校 講師*, 建國大學校 衣裳學科 副教授

A Study on the Preference of Clothing of College Female Students in China

Hee Jeong Son* and Hyo Sook Kim

Instructor, Dept. of Clothing & Textile, Sookmyung Women's University*

Associate Professor, Dept. of Apparel Design, Kon Kuk University

Abstract

Today, China is drawing the attention of the entire world with rapid economic growth that commenced with the opening of its economy. The world recognizes the value of China as a massive market that will eventually lead the global economy in the future. This paper is devoted to basic research on Chinese apparel consumers and is intended to help apparel market developments in China. Its aim is to understand the distinct characteristics of China and to study general apparel designs and purchasing preferences necessary for the development of products that can meet the special needs of Chinese consumers. In addition it identified clothing behaviors to better understand the distinct characteristics of Chinese female college students preferences. The research showed that Chinese female college students preferred achromatic, dark blue, and red colors in decreasing order, and cotton and wool textiles. For style, they preferred designs that accentuated individuality. Also, comfort played an important role in purchasing. Behaviorally, they had strong interests in fashion but valued economic and pragmatic aspects when it came to purchasing, and were not much affected by the desire for identification. From research results, the paper concludes that there is a need for developing comfort-enhancing products for highly individual Chinese female college students, with designs uniquely preferred by them, and value-added apparel products targeted for upper social levels.

I. 서론

1. 연구의 필요성 및 목적

오늘날 중국은 개방경제체제를 시작한 이래 빠른 경제 성장으로 전 세계의 주목을 받고 있으며 향후 전 세계에서 세계경제를 주도할 거대시장으로서 그 가치를 인정받고 있다. 중국은 현재 빈부의 차이가 심하게 나타나고 있으며 국가통계국에 의한 1999년 3사분기

15만 도시(城鎮) 가구를 조사한 결과 중국 1인당 평균 수입은 992위안(元)이며 최상위 1%의 총 수입은 보통 20만 위안이 넘는데¹⁾ 이들은 경제적으로 소비수준이 높아 중국 소비형태에 큰 영향력을 끼친다. 중국은 우리 나라와 1992년 한·중 수교를 계기로 활발한 교역을 행해왔다. 중국은 한국의 2번째 투자대상국이며 1999년말 현재 실제투자액은 43억불로서 건수면에서 세계1위, 금액면에서는 미국에 이어 2위에 이르고 있다.²⁾ 또한 WTO 가입이후 중국은 기존의 자국보호위

주의 경제정책이 상호보호주의적 정책으로 변화되고 사유재산권의 공식적 인정에 따른 내수경기의 활성화가 기대되고 있다. 이러한 경기의 활성화는 의류시장 성장에 있어서도 매우 큰 영향을 줄 것으로 예측된다. 그러나 이러한 중국의 경제성장과 잠재력, 그리고 우리나라와의 지리적, 문화적 잇점에도 불구하고 국내 기업들의 중국 의류시장 진출은 중국시장의 복잡하고 관료적인 유통장벽을 뛰어 넘지 못해 내수시장진출에 많은 실패를 겪고 있다. 이것은 기업이 중국문화, 중국 시장, 중국정부의 정책변화, 지역·민족 간의 특수성을 이해하지 못한 결과로 사료된다. 우리나라의 중국 시장진출 초기는 중국시장을 재고의류의 판매시장 정도로 판단하여 재고 의상을 판매하므로써 한국의류제품에 대한 낮은 인식도를 중국시장에 심었으며 이는 후발 중국시장개척을 목적으로 하는 많은 의류생산기업에 장애가 되고 있는 형편이다. 따라서 중국 의류시장개척은 중국의 특수성을 파악하고 중국소비자의 특성에 맞는 의류상품을 개발하는 것이 무엇보다 중시되고 있는 형편이다.

따라서 본 연구는 중국 의류소비자에 대한 기초연구로서 일반적인 의복 디자인 및 구매관련 선호도를 조사하고 의복행동을 연구함으로써 중국 여대생들의 의복선호특성을 파악하고자 한다. 이러한 연구결과는 중국시장에 진출하는 국내 기업의 수출용 상품개발을 위한 기초 자료로서 활용될 수 있을 것으로 사료된다.

본 연구는 만 17세에서 24세 중국 여대생을 대상으로 일반적인 의복에 대한 의복디자인 선호도를 파악하는 것을 목적으로 하며 연구내용은 다음과 같다.

1. 중국여대생의 의복디자인 요인에 대한 선호도를 파악한다.
2. 중국여대생의 구매관련 요인에 대한 선호도를 파악한다.
3. 중국여대생의 의복행동요인에 대한 특성을 파악한다.

2. 이론적 배경

1) 대중국에 대한 선행 연구

국내 대중국 연구는 1992년 한중수교이후 활발한

연구가 진행되었다. 조진호(1998)³⁾는 대중국 투자 성공 전략으로서 중국의 내수시장을 겨냥한 투자로서 중국이 러시아 동부, 일본, 한국, 중국, 대만, 홍콩, 베트남, 태국, 싱가포르를 함께 묶은 거대한 경제지역의 중심부에 위치함으로써 중국을 기점으로 주변국에 대한 판매 네트워크를 형성하는 관점에서의 투자전략을 연구하였으며 중국시장에 대한 투자가치에 대한 타당성을 입증하였다. 또한 중국시장 진출을 위한 마케팅 전략으로서 박충남(1997)⁴⁾은 중국시장개척을 위한 투자환경에 대한 충분한 사전조사와 철저한 분석의 선행을 통한 중국시장 마케팅 전략을 강조 하였다. 그리고 중국인의 라이프 스타일의 유형과 특성에 관한 연구로서 김화(1999)⁵⁾는 중국의 신세대족을 현재 중국 소비시장의 선도자로서 외국제품을 선호하는 고품질적 소비집단으로 분류하였으며 이 신세대족이 중국의 소비시장을 이끄는 주도적인 세력으로 분석하였다. 이에 비해 독생자족은 중국의 한 자녀갓기 운동이후의 새로운 세대로서 이들은 아직 학생계층이지만 미래의 신세대족으로서 잠재적인 소비집단으로 추측된다. 또한 중국 소비자 연구로서 유혜경(1998)⁶⁾은 우리나라 기업 중 중국시장에 진출한 실무자와의 상담 및 중국 소비자에 대한 이론적 고찰을 통하여 중국 의류소비자의 일반적 특성을 고찰하였다. 이상과 같이 중국투자전략에 대한 연구는 활발하게 연구되어왔으나 아직 중국 의류소비자집단에 대한 직접적인 설문지법에 의한 소비자 연구는 이루어지지 않고 있으며 특히 의복 디자인 선호도에 대한 연구는 전무한 형편이다.

2) 의복의 디자인 선호도에 대한 선행 연구

의복은 개인의 특성에 밀접하게 연관되어 심리적인 안락감을 제공하므로 인간은 마음을 편안하고 즐겁게 해주는 옷을 좋아하게 된다. 특히 현대사회에서 의복에 대한 선호도는 개성에 따라 선택하는 경향이 있으며 아무리 유행하는 스타일의 옷이라도 자신에게 어울리지 않는다고 생각되면 거부한다.(M.Kefgen & P. Touchie-Specht, 1976)⁷⁾ 의복선호도 관련 국내 선행연구로서 김호숙(1999)⁸⁾은 소비자의 일반적 특성에 따른 의복 디자인 선호도에 관한 연구에서 선호 색상, 소재, 문양, 품목에 대한 연구를 행하여 10대에서 50대에 이

리는 소비자 집단에 대한 선호도의 차이를 나타냈다. 김은애(1992)⁹⁾는 가치관 변인과 디자인 선호도는 부분적으로 유의한 차이가 있으며 여대생의 전공과 의복 유형에 따라 디자인 요소의 선호도가 차이를 나타냈다. 또한 사회환경적 변인, 인구통계학적 변인 등에 의한 선호도 및 의복행동에 대한 연구로서 조필교(1995)¹⁰⁾는 노년층 여성을 대상으로 생활양식에 따른 의복행동을 연구한 결과 생활양식에 따라 의복행동의 차이가 있고 의복의 상징성보다 정숙성, 안락성, 관리성 등을 중시한다는 결과를 나타냈다. 그 외 유경숙(1991)¹¹⁾은 교복디자인 선호도를 파악하기 위해 자켓의 모양, 허리모양, 블라우스칼라모양, 스커트모양 등에 대한 디자인 선호도를 파악하였으며 정삼호(1991)¹²⁾는 체형, 연령별 의복디자인 선호도 연구에서 색채선호 및 의복디자인에 대한 연구를 행하였다. 이러한 국내 선행연구를 기본으로 기초적인 중국 여대생의 일반적인 의복선호도를 파악하기 위한 연구를 행하는 것은 의미 있는 일이라고 사료된다.

II. 연구방법

1. 측정도구

측정도구는 설문지로서 선행연구¹³⁾¹⁴⁾¹⁵⁾¹⁶⁾¹⁷⁾를 중심으로 응답자의 일반적 특성에 관한 문항, 의복디자인선호와 구매관련요인에 대한 문항, 의복행동 파악을 위한 문항으로 구성되었다.

일반적 특성에 관한 문항은 연령과 신체주요부위 치수에 대한 문항으로 이루어졌고, 의복디자인선호는 색상, 재질, 유형, 이미지 등에 관한 문항이다. 구매관련항목은 구매시 중시요인, 구매장소, 구매량에 대한 문항이다. 의복행동파악을 위한 문항은 선행연구를 기본으로 본 연구자가 작성하였으며 유행성과 동조성 및 개성, 가격요인, 실용성요인 등에 대한 항목을 섞어서 질문하였으며 1. 매우 그렇다, 2. 그렇다, 3. 보통이다, 4. 그렇지 않다, 5. 전혀 그렇지 않다.의 5점 리커트척도법에 의해 측정되었다.

〈표 1〉 의복행동파악을 위한 문항

	의복행동문항
유행성	나는 유행 의상에 관심이 매우 높다.
	나는 늘 자신의 의상을 예쁘게 하여 다른 사람의 칭찬을 받기 위해 노력한다.
	나는 기회를 놓치지 않고 유행 의상을 산다.
	나는 늘 옷매무새 예쁘게 하기를 즐긴다.
	외출시 나는 귀중한 의복 착용을 즐긴다.
	낮선 사람을 대할 때 착용 의복으로부터 생활 수준을 판단한다.
	나는 유행이 지난 의상은 입지 않는다
	유행을 따르는 일은 불필요한 일이다.
동조성 및 개성	나는 의복을 구매할 때 제일 기본적으로 고려하는 것은 의복의 미적 외관이다.
	나는 의복으로 몸매를 보정하여 균형잡힌 몸매를 나타내기 위해 노력한다.
	나는 많은 사람들과 같은 의복을 입기 싫어한다.
	나는 다른 사람과 스타일, 색상 등이 같은 의복은 입지 않는다.
경제성	나는 의복구매시 유행보다 개성을 더 중요하게 생각한다.
	나는 친구와 같은 의복을 산다.
	의복을 살 때 가격이 너무 비싸면 사지 않는다.
	나는 의복을 구매할 때 경제성을 고려한다.
	의복을 살 때 스타일이나 칼라보다 가격을 더 중시한다.
관리성	나는 의복을 살 때 가격범위를 정하지 않는다.
	의복의 스타일이 마음에 들면 가격을 따지지 않고 산다.
	나는 의복을 구매할 때 실용성을 충분히 고려한다.
	나는 수선이 쉬운 의복을 산다.
	나는 의복을 구매할 때 소재와 봉제를 중시한다.

2 연구대상 및 자료수집

본 연구의 설문지는 1999년 6월 10일부터 6월 25일까지 한국 여대생 30명을 대상으로 예비설문을 행하여 1차 수정하고 중국어로 번역한 후 한국에 거주하는 중국여대생 5인에게 예비설문을 행하여 중국어 번역등에 대한 수정과 설문내용을 수정하여 작성하였다.

본 연구의 대상자는 설문 당시 중국의 수도 북경시

에 거주하며 북경북장학원에 재학중인 여대생으로서 의상학을 전공하는 학생이다. 무작위 추출법에 의한 만17세에서 만 24세의 여대생으로 223부를 설문하였으며 이중 자료가 미비한 것을 제외하고 200부를 연구자료로 하였다. 설문기간은 1999년 6월 29일부터 7월 30일까지였고, 설문장소는 중국북경 북장학원에서 실시되었다.

3. 자료분석방법

본 연구의 자료 분석은 SAS(Statistical Analysis System)통계 프로그램으로 처리하였고, 사용된 분석방법은 다음과 같다.

- (1) 의복디자인선호와 구매관련 항목에 대한 빈도분석(Frequency Analysis)을 행하였다.
- (2) 의복행동문항에 대한 요인분석을 행하였으며 각 문항별 점수에 대한 평균, 표준편차를 구하였다.

Ⅲ. 결과 및 고찰

1. 중국여대생의 의상디자인선호도에 대한 통계적 분석 결과

1) 일반의상의 색상, 소재, 이미지에 대한 선호도

(1) 선호 색상

중국 여대생의 의상 선호 색상에 대한 분석 결과는 다음과 같다.

전체적으로 무채색계열에 대한 선호도가 가장 높아 200명중 40.5%인 81명이 무채색을 선호하는 것으로 나타났으며 그 다음으로 선호되는 색상은 남색계열

(55명)로서 27.5%가 선호하였다. 세 번째로 선호되는 색상은 붉은색계열 (31명)로서 17.5%가 선호하였으며, 일반적으로 녹색계열, 자색계열, 황색계열의 선호도는 매우 낮게 나타났다. 김호숙¹⁸⁾의 국내 연구결과에서는 무채색계열의 선호도가 약 80% 이상을 나타내 중국 여대생의 무채색선호도가 한국보다 낮은 성향을 나타냈다.

(2) 선호 소재

중국 여대생의 선호 소재에 대한 분석 결과는 다음과 같다. 전체적으로 실용적이며 위생적인 면직물(31%)에 대한 선호도가 제일 높고 모직물(27%)은 두 번째로 높게 나타났다. 그 다음으로는 합성직물(19%)와 마직물(16.5%)의 순으로 높게 나타났으며 비실용적이며 관리가 어려운 견직물(5%)은 매우 낮은 선호율을 나타냈다. 조사시기가 여름이지만 모직물이 면직물 다음으로 선호도가 높아 모직물에 대한 중국 여대생들의 높은 선호도를 알 수 있다.

(3) 선호 이미지

중국 여대생들이 선호하는 의복스타일을 3개씩 중복 응답한 결과는 다음과 같다. 전체적으로 개성형에 대한 선호도가 가장 높아 전체 200명중 136명이 선호 이미지로 선택하여(68%) 개성적인 이미지에 대한 높은 선호도를 나타냈다. 그 다음으로 활동형(94명), 우아형(90명), 여성형(67명), 현대형(58명), 소박형(55명), 고전형(42명)의 순서로 선호하고 있다. 응답율이 매우 낮게 나타난 형은 남성형(16명), 화려한 형(6명), 유행형(3명)으로서 응답율이 10%에 못 미친다. 따라서 중국 여대생들은 유행에 민감한 의상이나 남성적 이미지의 의상은 선호하지 않으며 활동적이고 자신의 개성을 나타내면서도 우아한 의복이미지를 선호한다고 할 수 있다.

<표 2> 선호 색상 및 소재에 대한 통계적 분석결과

선호색상 및 소재		항 목							
선호색상	색상종류	무응답	붉은색계열	남색계열	녹색계열	자색계열	황색계열	무채색계열	전 체
	빈도(퍼센트)	1(0.5)	31(15.5)	55(27.5)	5(2.5)	15(7.5)	12(6.0)	81(40.5)	200(100)
선호소재	소재종류	무응답	면직물	견직물	모직물	마직물	합성직물	전 체	
	빈도(퍼센트)	3(1.5)	62(31.0)	10(5.0)	54(27.0)	33(16.5)	38(19.0)	200(100)	

<표 3> 선호 의복 이미지에 대한 통계적 분석 결과(중복응답)

이미지	여성형	남성형	고전형	현대형	소박형	화려한형	유행형	개성형	활동형	우아형
빈 도	67	16	42	58	55	6	3	136	94	90
백분율(%)	335	8	21	29	275	3	1.5	68	47	45
순 위	4	8	7	5	6	9	10	1	2	3

2) 외출복 품목 및 이미지 선호도

것을 나타낸다.

(1) 선호 외출복 품목

중국 여대생이 선호하는 외출복형은 캐주얼(98명)이 49%로서 가장 높다. 이것은 학생신분으로서 활동성이 좋고 편안한 캐주얼을 선호하기 때문으로 추측된다. 그 다음으로 선호되는 것은 롱스커트 정장(19%), 바지 정장(13.5%), 타이트스커트정장(10.0%), 미니스커트(4.5%)의 순으로 나타났다. 따라서 정장류에서는 롱스커트를 선호하며 미니스커트의 선호도가 매우 낮은 특성을 나타내고 있다.

(2) 선호 외출복 이미지

중국여대생들이 선호하는 외출복 이미지에 대한 분석 결과, 가장 선호하는 이미지는 우아하고 품위 있는 이미지로서 응답자의 59.5%가 선호하였다. 따라서 과반수가 넘는 응답자가 우아하고 품위 있는 이미지를 외출복으로서 절대적으로 선호한다고 할 수 있다. 이것은 선호하는 의복이미지에서 3번째로 높은 응답률을 나타낸 우아한 이미지와 유사한 결과라고 할 수 있다. 그 다음으로는 편안한 이미지로서 23%가 응답하였고 학문적 이미지는 10%, 섹시하고 성숙한 이미지는 4%이다. 이것은 중국 여대생들이 외출복 품목으로서 캐주얼 의상을 선호하면서 추구하는 이미지는 편안한 이미지가 아닌 우아하고 품위있는 이미지라는

2 중국 여대생의 의복구매관련 선호도에 대한 통계적 분석 결과

1) 의복구매선택중시 요인

의복구매시 중시하는 요인을 3개씩 중복 응답한 결과는 <표 7>과 같다.

전체적으로 가장 중시하는 것은 디자인(149명, 74.5%)이며 그 다음으로는 안락감(110명, 55%), 색상·문양(93명, 46.5%), 가격, 실용성, 소재, 치수, 유행성의 순서로 나타났다. 이러한 결과로서 중국여대생은 한국과 달리 의복구매시 유행성이 큰 영향을 끼치지 않는 것을 알 수 있으며 의복개발시 중국인이 선호하는 색상과 문양을 고려하는 디자인에 대한 개발 및 의복의 맞춤새를 높이는 편안한 안락감을 높이는 의복개발이 필요하다고 할 수 있다.

2) 연간 의복 구매량

연간 중국 여대생의 의복 구매량을 분석한 결과, 4벌(24%)과 3벌(22.5%)의 응답율이 높아 3-4벌을 연간 구매하는 응답자가 약 46.5%로서 높게 나타났다. 그 외 5벌-6벌을 구매하는 비율도 31%로 나타났으며 7벌 이상 구매하는 응답자도 14%나 나타나 의복 구매량에

<표 4> 선호 외출복 품목 및 이미지에 대한 통계적 분석결과

선호외출복품목 및 이미지		항 목						
선호외출복 품목	품목종류	바지정장	미니스커트정장	타이트스커트정장	롱스커트정장	캐주얼웨어	기 타	합 계
	빈도(퍼센트)	27 (135)	9 (45)	20 (100)	38(190)	98 (490)	8(40)	200(100)
선호외출복 이미지	이미지종류	학문적 이미지	편안한 이미지	우아하고 품위 있는 이미지	섹시하고 성숙한 이미지	기 타	합 계	
	빈도(퍼센트)	20(100)	46 (230)	119(595)	4 (20)	11(55)	200(100)	

있어서 개인별 차이가 큰 것으로 나타났다.

3) 구매장소

중국여대생의 구매장소는 재래시장이 57%로서 가장 높게 나타났다. 따라서 응답자의 과반수는 가격이 저렴한 재래시장에서 의복을 구매하는 것을 알 수 있으며 이것은 학생의 신분이기 때문에 경제적인 소비를 하는 것으로 분석된다. 다음으로 응답율이 높은 곳은 백화점으로서 22%를 나타내 고가의 의류상품에 대한 선호도 또한 높은 것을 알 수 있다. 따라서 시장세분화 정책에 따른 저가 및 고가의 의류상품 개발이 필요할 것으로 사료된다.

3. 의복행동변인에 대한 통계적 분석 결과

1) 요인분석결과

의복행동에 대한 주성분 분석법을 이용하여 요인 분석하였으며 Scree-test 결과 eigen값의 차이가 뚜렷하지 않은 4개 요인을 선정하여 직교회전을 실시한 결과 전체 4요인으로 분류되었으며 전체 설명변량은 42%를 나타냈다. 또한 추출된 4요인을 구성하는 문항들의 측정도구로서의 신뢰도를 검증하기 위해 Cronbach α 값을 산출한 결과, 1요인과 3요인은 0.70, 0.69의 비교적 높은 점수를 나타내었으나 2요인은 0.65, 4요인은 0.63의 점수를 나타냈다. 따라서 1, 3요인

의 신뢰성이 2, 4요인보다 높게 나타내며 측정도구로서의 신뢰성이 입증되었다.

요인분석결과, 전체적으로 유행 및 심미성요인, 동조성요인, 경제성요인, 관리성요인 등 4요인으로 나타났으며 이러한 결과는 조필교(1995)¹⁹⁾의 의복행동 요인분석결과 중 심미성요인, 관리성요인, 동조성요인과 같은 결과를 나타냈다.

요인1은 유행 및 심미성에 관한 요인으로서 고유치 3.35로서 가장 높은 설명력(15%)을 나타냈으며 속한 문항은 다음과 같다. 1. 나는 늘 자신의 복장을 예쁘게 하여 다른 사람의 칭찬을 받기 위해 노력한다, 2. 나는 기회를 놓치지 않고 유행 의복을 산다, 3. 나는 유행 의상에 매우 관심이 있다, 4. 나는 늘 옷매무새를 예쁘게 하기를 즐긴다, 5. 외출시 나는 귀중한 의복을 입기를 즐긴다, 6. 낯선 사람을 대할 때 착용 의복으로부터 생활수준을 판단한다. 응답자의 각 문항별 평균점수를 보면 3, 4번 문항이 점수가 낮아 유행의상과 예쁜 옷매무새에 대한 다소 높은 관심을 나타내지만 2번 문항의 점수는 높게 나타나 유행의상의 구매율은 낮을 것으로 추측된다. 이것은 유행의상을 구매하려는 욕구는 높지만 경제적인 요인에 의해 구매행동으로 나타나지 않는 것으로 분석되며 이것은 향후 경제적 여건에 따른 잠재의복구매력에 대한 가능성을 나타낸다고 할 수 있다.

요인 2는 동조성에 관한 요인으로서 고유치 2.35이

<표 5> 의복구매관련 요인에 대한 통계적 분석결과

색 상	가 격	디자인	색상, 문양	소 재	치 수	유행성	안락감	실용성
빈 도	68	149	93	43	38	16	110	55
백분율(%)	34	74.5	46.5	21.5	19	8	55	27.5
순 위	4	1	3	6	7	8	2	5

<표 6> 연간 의복구매량 및 구매장소에 대한 통계적 분석결과

연간 의복구매량 및 구매장소		항 목						
의복구매량	의복구매량	1-2벌	3벌	4벌	5벌	6벌	7벌이상	합계
	빈도(퍼센트)	17(8.5)	45(22.5)	48(24.0)	31(15.5)	31(15.5)	28(14.0)	200(100)
구매장소	구매장소	무응답	백화점	외제품점	재래시장	가게	기타	합계
	빈도(퍼센트)	1 (0.5)	44(22.0)	9 (4.5)	114(57.0)	5 (2.5)	27(13.5)	200(100)

<표 7> 의복행동요인의 요인분석결과에 의한 요인부하량 및 평균, 표준편차

	문 항*	요인부하량	평균**	표준편차
유행 및 심미성요인 I	1. 나는 늘 자신의 복장을 예쁘게 하여 다른 사람의 칭찬을 받기 위해 노력한다.	0.68 *	261	0.88
	2. 나는 기회를 놓치지 않고 유행 의복을 산다.	0.67 *	345	0.78
	3. 나는 유행 의상에 매우 관심이 있다.	0.60 *	229	0.88
	4. 나는 늘 옷매무새를 예쁘게 하기를 즐긴다.	0.58 *	233	0.82
	5. 외출시 나는 귀중한 의복을 입기를 즐긴다.	0.58 *	319	0.82
	6. 낯선 사람을 대할 때 착용 의복으로부터 생활수준을 판단한다.	0.53 *	263	0.83
	고유치(eigen value)		335	
전체변량(%)		0.15		
누적변량(%)		0.15		
cronbach α		0.70		
동조성요인 II	7. 나는 많은 사람들과 같은 의복을 입기 싫어한다.	0.77 *	1.69	0.85
	8. 나는 다른 사람과 스타일, 색상 등이 같은 의복은 입지 않는다.	0.70 *	1.91	0.93
	9. 나는 친구와 같은 의복을 산다.	-0.65*	3.70	0.87
	고유치(eigen value)		235	
	전체변량(%)		0.10	
	누적변량(%)		0.25	
cronbach α		0.70		
경제성요인 III	10. 의복을 살 때 가격이 너무 비싸면 사지 않는다.	0.67 *	226	0.74
	11. 나는 의복을 구매할 때 경제성을 고려한다.	0.54 *	221	0.65
	12. 의복을 살 때 스타일이나 칼라보다 가격을 더 중시한다.	0.52 *	332	0.90
	13. 나는 의복을 살 때 가격범위를 정하지 않는다.	-0.60 *	317	0.95
	14. 의복의 스타일이 마음에 들면 가격을 따지지 않고 산다.	-0.62 *	291	0.84
	고유치(eigen value)		200	
	전체변량(%)		0.09	
누적변량(%)		0.35		
cronbach α		0.62		
관리성요인 IV	15. 나는 의복을 구매할 때 실용성을 충분히 고려한다.	0.73 *	232	0.79
	16. 나는 수선이 쉬운 의복을 산다.	0.50 *	277	0.83
	17. 나는 의복을 구매할 때 소재와 봉제를 중시한다.	0.50 *	208	0.72
	고유치(eigen value)		160	
	전체변량(%)		0.07	
	누적변량(%)		0.42	
cronbach α		0.65		

* 문항의 척도는 5점 리커트 척도법이다.

1.0 매우그렇다, 2.0 그렇다, 3.0 보통이다, 4.0 그렇지 않다, 5.0 매우 그렇지 않다.

** 지면 축소관계로 요인부하량, 평균, 표준편차를 함께 수록하였음.

며 속한 문항은 다음과 같다. 7.나는 많은 사람들과 같은 의복을 입기 싫어한다, 8.나는 다른 사람과 스타일,

색상 등이 같은 의복은 입지 않는다는 문항이 양의 요인 부하량이 높고 9.나는 친구와 같은 의복을 산다는

문항은 음의 요인 부하량이 높다. 따라서 요인 부하량이 높을수록 동조성이 낮은 개성이 강한 집단이다. 응답자의 각 문항별 평균점수를 보면 7, 8번의 평균값이 모든 문항의 평균값 중 가장 낮은 값을 나타내고 있다. 따라서 중국 여대생들의 동조성이 매우 낮은 것을 나타낸다. 즉 개성을 중시하며 동조성은 매우 낮은 특성을 나타내고 있다. 이러한 낮은 동조성은 자기만족감 및 심리적 안정감이 높은 이유에서 기인하는 것으로 중국 여대생들의 높은 자존감을 추측할 수 있다.

요인 3은 경제성에 관한 요인으로서 속한 문항은 다음과 같다. 10. 의복을 살 때 가격이 너무 비싸면 사지 않는다, 11. 나는 의복을 구매할 때 경제성을 고려한다, 12. 의복을 살 때 스타일이나 칼라보다 가격을 더 중시한다는 양의 요인 부하량 값이 높게 나타났고 13. 나는 의복을 살 때 가격범위를 정하지 않는다, 14. 의복의 스타일이 마음에 들면 가격을 따지지 않고 산다는 음의 요인 부하량이 높게 나타났으므로 의상에 대한 가격결정 관련 요인이다. 응답자의 각 문항별 평균점수를 보면 11번 문항의 평균값이 낮아 경제성을 매우 고려하여 구매하는 것을 알 수 있으며 12번은 평균값이 30이상을 나타내 가격보다 스타일, 칼라등을 의복구매시 더 중시하는 것으로 분석된다.

요인 4는 관리성에 관한 요인으로서 속한 문항은 다음과 같다. 15. 나는 의복을 구매할 때 실용성을 충분히 고려한다. 16. 나는 수선이 쉬운 의복을 산다. 17. 나는 의복을 구매할 때 소재와 봉제를 중시한다. 이며 응답자의 각 문항별 평균점수를 보면 3항목 모두 30 이하의 낮은 점수를 나타내 관리성에 대한 응답자의 높은 관심을 나타냈다.

IV. 결론

중국여대생의 의상디자인 및 구매 관련 선호도에 대한 연구결과는 다음과 같다.

중국 여대생은 무채색, 남색, 붉은색 계열순으로 색상을 선호하고 소재는 면직물, 모직물을 선호한다. 이것은 선행 연구결과²⁰⁾에서 한국여성도 무채색과 면직물에 대한 선호도가 가장 높게 나타나 중국 여대생이

한국여성의 선호 성향과 유사한 것으로 나타났다. 또한 중국 여대생은 개성적인 의복스타일을 선호하는 반면 남성형, 화려한 형, 유행형은 매우 낮은 선호율을 나타냈다. 따라서 유행성이 높은 의상에 대한 선호율이 낮으므로 의류상품 계획에 있어서 적절한 유행성에 중국 소비자 특성을 살린 디자인 개발이 요구된다고 할 수 있다. 외출복은 캐주얼 의상에 우아하고 품위 있는 이미지를 선호하였다.

중국 여대생들이 의복을 구매할 때 가장 중시하는 것은 색상, 문양 등의 디자인과 안락감이다. 따라서 디자인 개발과 함께 안락감을 높이는 의복개발이 요구되며 의복의 적합성을 높이기 위한 중국인의 체형 및 패턴개발이 요구된다고 할 수 있다. 연간 의복 구매량은 3-4벌이 가장 많지만 7벌이상의 응답율이 14%가량 나타내므로 구매율이 높은 집단에 대한 잠재적 경제성을 고려한 상품계획이 이루어져야 한다. 구매장소에서 시장이 가장 높고 백화점이 두 번째이지만 백화점은 고부가가치의 상품에 대한 구매를 기대할 수 있으므로 중국시장 개척을 위한 백화점 진출에 대한 필요성을 나타낸다고 할 수 있다.

의복행동에 대한 요인분석결과, 요인1은 심미성 및 유행성에 관한 요인이고 요인2는 동조성에 관한 요인이며 요인3은 경제성에 관한 요인이고 요인4는 관리성에 관한 요인이다. 중국 여대생은 유행성에 대해 관심은 높지만 구매행동에서는 경제성 및 실용성이 더 많은 비중을 두고 있다. 또한 동조성이 매우 낮아 중국인 특유의 개성적인 의복 구매행동이 기대된다고 할 수 있다. 따라서 일반소비자를 위한 상품개발은 개성적인 중국여대생의 선호디자인을 중시하는 상품개발이 요구된다고 할 수 있다. 따라서 고부가가치의 상품전략을 위해서 한국 상표 이미지를 높이고 고급상표로 인지시키기 위한 브랜드홍보가 정책적으로 필요하다고 할 수 있다.

본 연구는 연구대상이 북경에 거주하는 중국 여대생에 한정하였으므로 일반적인 확대해석에는 주의가 필요하다. 후속연구로서 지역별, 타 연령대에 대한 중국 소비자 의복선호에 대한 연구가 지속되어야 할 것이며 한국 소비자 의복행동과의 비교 고찰을 통한 양국간에 특성이 연구되어야 할 것이다.

참고문헌

- 1) 2000년 4월 15일, 조선일보
- 2) 중국주재 한국대사관 경제과 자료 (Embassy of the Republic of Korea), (<http://www.koreaemb.org.cn/trade/b21.html>)
- 3) 조진호, 대중국 해외직접투자 성공 전략에 관한 연구, 서강대 석사논문, 1999
- 4) 박충남, 한국 중소기업의 중국시장 진출을 위한 마케팅 전략, 강원대 석사논문, 1997
- 5) 김화, 중국인의 라이프스타일의 유형과 특성에 관한 연구, 1997
- 6) 유혜경, 중국 의류소비자 특성 고찰, 한국의를학회지 제 22권 2호, pp. 233-240. 1998
- 7) M.Kefgen & P. Touchie-Specht, Individuality in Clothing Selection and Personal Appearance, 2nd ed.(New York:The Macmillan Publishing Co.), pp.22-24. 1976
- 8) 김효숙, 소비자의 일반적 특성에 따른 의복 디자인 선호도에 관한 연구, 건국대학교 생활문화·예술 논집 제22호, 1999
- 9) 김은애, 가치관과 의복이미지 및 의복디자인 선호도에 관한 연구, 성신여자대학교 대학원 석사학위 논문, 1992
- 10) 조필교, 추태귀, 구양숙, 노년층 여성의 생활양식에 따른 의복행동, 한국의를학회지 제 19권, 1호, pp. 57-70, 1995
- 11) 유경숙, 여고생의 교복디자인 선호에 관한 연구, 한국의를학회지, 제 15권 3호, p. 263-270. 1991
- 12) 정삼호, 부산시 여대생의 의복관심과 패션디자인 선호도 조사연구, 대한가정학회지 제 22권 1호, pp. 43-52, 1986
- 13) 이금실, 사회계층변인에 따른 여성의 의복태도와 구매행동에 관한 연구, 연세대학교 박사논문, 1992
- 14) 박혜정, 여대생의 의복 선호도에 관한 연구, 이화여자대학교, 석사학위논문, 1990
- 15) 오희선, 심리적 특성이 의복행동 및 Suit 이미지 선호도에 미치는 영향, 영남대학교 대학원 박사학위논문, 1992
- 16) 정삼호, 앞글, pp. 79-93
- 17) 김찬주, 의복구매시 소비자가 지각하는 위험에 관한 연구(I), 의류학회지 제15권 제4호, 1991
- 18) 김효숙, 앞글, p. 54
- 19) 조필교, 앞글, p. 65
- 20) 김효숙, 앞글, p. 50