

중국 20대 전반 여성의 브래지어 착용실태 및 선호도 연구

차수정* · 손희순

숙명여자대학교 대학원 의류학과 박사과정*
숙명여자대학교 의류학과 교수

A Research on the Brassiere Preference and Wearing Status of Chinese Women in their 20's.

Cha, Su-Joung* · Sohn, Hee-Soon

Dr. course, Dept. of clothing & textiles, Sookmyung women's univ.*
Professor, Dept. of clothing & textiles, Sookmyung women's univ.

Abstract

This research focused on determining the brassiere preference index and wearing status of chinese ladies in their 20's living in the Shanghai region of China, to help Korean lingerie companies in their development of bras to successfully advance into the Chinese lingerie market.

The main research tool of this research was various different surveys, and the results of the surveys were evaluated using the SPSS 12.0 for Window program.

The results of the survey can be summarized as:

1) consciousness and satisfaction level of the body.

The satisfaction level of the brest was proportionate to the size of the brassiere, thus, people showed higher level of satisfaction for cone-shaped, semi-circular shaped, prominent-shaped(exposing), lifted-shaped brest over flat-shaped brest.

Concerning the relationship between the shape of the brest and the age of the customers, people under 22 years of age preferred flat-shaped, and those between 23~24 years of age preferring exposing and lifted brest, thus as females mature and get older, the size of their brest increases, thus having preference on more circular and lifted-shaped brest and bras.

2) Status of bra wearing in China

When we look at the size of the bra in relation to the shape of the brest, those classified as having 'flat-shaped' brest showed a high proportion of A-cups, ranging from 75A, 70A and 80A, where as those of 'cone-shaped' brest represented high ration of B-cups, ranging from 75B, 75A and 80B. Majority of those classified as having 'semi-circular shaped' and 'prominent-shaped(exposing)' brest showed a high ration in the

Corresponding author: Cha, Su-Joung, Tel.+82-2-710-9461, Fax.+82-2-710-9461,
E-mail: carollain@sm.ac.kr

size 80 range. And vast majority of those classified into the 'lifted-shaped' brest group, were reported of having C-cup size bras.

3) Status of Bra Purchasing

As people mature, the main reason behind choosing a bra was the actual design of the bra, where they emphasized the importance of aesthetic values. People classified as having 'flat-shaped' and 'cone-shaped' brest emphasized the importance of design and beauty, while those having 'semi-circular shaped,' 'prominent-shaped(exposing),' and 'lifted-shaped' brest groups emphasized the importance of hygiene and the material(fabric) of the bra. This shows that when people have relatively smaller brest, they emphasize the importance of external appearance whereas when the size of the brest increases, they pay more attention to the function of the bra rather than the external appearance.

Key Words : cone-shaped(원추형), semi-circular shaped(반구형), prominent-shaped(돌출형), flat-shaped(납작형), lift-shaped(하수형) breast

1. 서론

중국 의류시장의 급격한 환경변화 속에서 우리나라는 1992년 한-중 수교이후 우리나라와 중국 간의 경제적인 교류가 빈번히 이루어지면서 현재 중국시장에서 미국, 일본과 함께 우리나라 3대 패션 상품 수출시장 중 하나로 중요한 위치를 차지하고 있으며¹⁾ 1996년 대중국 한국 섬유류 수출실적이 전체 수출액의 20.1%로 우위를 차지하였다.²⁾

그러나 한국 의류업체는 저렴한 풍부한 노동력, 지리적·사회·문화적 근접성, 거대한 시장임에도 불구하고 중국 의류시장에 대한 정확한 정보수집 및 연구의 미비로 고가시장제품은 패션선진국에 선점되었고 한국이 공략하던 중저가 시장은 중국 자국산 패션제품의 품질 향상으로 점차 경쟁력을 잃게 되어 한국패션업체의 중국 내수시장 진입은 매우 어려운 실정이다.³⁾ 그러나 현재 한국 패션업체는 내수 불황을 타개할 대책으로 중국 의류시장을 선택하였고 그곳에서 성공하기 위해서 저가시장에 중점을 두었던 진출 전략을 고가시장으로 수정하고 있다.⁴⁾

중국은 넓은 국토, 56개의 다양한 민족으로 구성된 다민족 국가이며 이들의 체형과 거주지별 의복 선호도의 차이가 큼에도 불구하고 한국 의류업체들은 중국의 문화적 환경에 대한 이해와 중국 소비자 특성, 체형 등에 대한 파악 없이 한국인의 체형에 맞는 의류를 그대로 수출하고 있다. 중국소비시장의

브랜드 이미지를 중요시 하는 시장으로 변모하고 있으나 패션상품에 대해서는 상품의 품질과 몸에 잘 맞는 제품을 선호하고 있다. 그럼에도 그런 중국 소비자에 대한 정보나 조사 없이 기존 한국 제품을 그대로 수출함으로 인해 중국 소비자들이 느끼는 한국 제품에 대한 품질력과 신뢰도는 점차 낮아지는 경향을 보이고 있다.⁵⁾

따라서 한국과 중국 성인여성의 연령별·지역별 체형의 차이에서 오는 신체적합성의 문제점을 파악하는 것이 필요하다.

중국은 15-55세 사이의 여성인구수가 4억 명에 달하는 세계최대의 여성 속옷시장을 형성하고 있다. 특히 연령별로는 20대와 30대 여성들의 속옷에 대한 구매액수가 비교적 많으며 매년 평균 15-20%의 증가율을 보이고 있다.⁶⁾ 특히 동부 연해지역의 경우 점점 많은 여성소비자들이 겉옷뿐만 아니라 언더웨어 구매에도 신경을 써 유명브랜드를 선호하는 경향이 뚜렷해지고 있다. 또한 이 지역의 여성용 고급 속옷 시장에서 외국 브랜드에 대한 선호도는 매우 높은 편이다. 비록 물량기준으로 중국산 제품의 비중이 절대적이지만, 외국 브랜드 제품은 고가에 판매되기 때문에 금액기준으로는 고가의 중국브랜드 속옷과 외국브랜드의 제품이 전체 여성 속옷 시장의 60%를 차지하고 있다.⁷⁾

따라서 중국 속옷시장은 무한한 발전가능성을 가지고 있는 시장이다. 그러나 현재 진출해 있는 우리

나라 업체는 거의 전무한 상태로 이너웨어 중에 처음으로 2006년 이랜드의 Eblin이 중국에 진출한데 이어 2007년 주)좋은사람들의 'YES' 브랜드가 쉬자 후이 태평양백화점 한 곳에 입점하여 중국에 진출하였다.⁸⁾ 앞으로 더 많은 업체들이 진출할 수 있는 가능성을 가지고 있다. 그러나 현재까지는 국내 사이즈의 제품을 그대로 수출하여 판매하는데 그치고 있다.

브래지어는 성인여성이라면 누구나 늘 착용하는 필수 아이템 중의 하나로 맞춤새가 매우 중요시됨에도 불구하고 중국 여성의 브래지어에 대한 연구는 중국뿐만 아니라 국내에서도 전무한 실정이다.

이는 중국 자체 내의 연구에서도 현재 중국의 의류시장은 아직 발전단계에 있어 치수의 부분적인 부적합문제, 디자인 및 소재측면에서의 문제점들을 크게 인식하지 못하고 있기 때문이다. 그러나, 앞으로 중국 소비자의 패션 환경에 대한 관심이 증가하고 의류산업이 급속히 발전하게 되면 소비자의 사이즈 적합성문제는 중국진출 기업의 제품개발에 있어서 대단히 중요한 문제로 대두될 수 있다고 생각된다.

따라서 본 연구는 중국 상해지역에 거주하는 20대 전반 여성을 대상으로 브래지어 착용실태 및 선호도를 파악하여 중국에 진출하고자 하는 국내 관련업체의 중국 성인 여성의 브래지어 개발에 도움을 주고자 한다.

II. 연구방법

1. 조사대상

본 연구의 자료 수집을 위해 중국 상해 동화대학에 다니고 있는 17-24세의 여대생 중 단순임의추출법(simple random sampling)에 의해 선정한 총 230명에게 설문지를 작성하도록 한 후 미비한 54부를 제외한 176부를 연구대상으로 하였다.

2. 조사기간 및 장소

중국 20대 전반 여성의 브래지어 착용실태 및 선호도를 조사하기 위한 설문지의 작성은 선행연구,

전문가의 조언 및 중국 현지 시장조사와 판매원 면접을 통해 이루어졌으며 설문지의 검증을 위하여 2007년 10월 18일부터 10월 24일까지 7일간 중국 상해 동화대학에서 20대 전반 여대생 중 30명을 대상으로 예비설문을 실시하였다. 예비설문을 통해 미비한 점을 수정·보완하여 2008년 1월 9일부터 2008년 2월 2일까지 중국 상해 동화대학에서 설문조사를 실시하였다.

3. 조사방법 및 측정도구

조사는 설문지법에 의해서 이루어졌으며 조사자가 보는 앞에서 직접 기표하는 방식으로 진행되었다. 중국 20대 전반 여성의 브래지어 착용실태 및 선호도를 조사하여 보다 적합한 브래지어 설계를 위한 기초자료를 마련하고자 실시된 설문지는 총 39개 문항으로 구성되었다.

자기신체에 대한 평가를 알아보기 위한 4문항, 브래지어 착용실태에 대한 17문항, 브래지어의 구매실태에 대한 12문항, 인구통계학적 내용 6문항으로 구성되었다.

유방의 크기, 유방에 대한 만족도 등은 5점 리커트 척도를 사용하였다.

4. 자료처리 및 분석방법

설문조사를 통하여 얻어진 자료는 SPSS 12.0 for Windows를 사용하여 기술통계, 빈도분석, 상관분석, 교차분석 및 ANOVA 분석을 실시하였다.

III. 연구결과 및 고찰

1. 조사대상자의 일반적 특성

조사대상자는 상해 동화대학에 재학 중인 여대생으로 연령은 17-24세로 평균 연령 21.12세이며 23세가 23.9%로 가장 많았다. 키는 160-165cm인 경우가 50.6%로 가장 많았으며 평균 162.68cm로, 몸무게는 45-50kg이 25.6%, 50-55kg이 39.8%이며 평균 51.97kg인 것으로 나타났다. 젓가슴둘레 사이즈에 대해서는 모르는 경우가 36.4%로 가장 많았으

며 대부분 80-85cm인 것으로 나타났다. 그러나 알고 있다고 답한 경우에도 알고 있는 사이즈가 실제 자신의 신체 사이즈와는 차이가 있었다. 가족의 월 평균 수입은 1000-3000위엔이 28.4%, 3000-5000위엔이 30.7%인 것으로 조사되었으며 월평균의복비 지출은 200위엔 미만인 40.3%, 200-500위엔 미만이 39.8%이었다. <표 1>

2. 신체의식과 만족도

<표 4>는 연구 대상자의 자신의 유방에 대한 인식 및 평가로 자신의 유방의 크기에 대해서 보통(44.9%), 약간 빈약(21.0%), 약간 풍만(18.8%), 매우 풍만(8.0%), 매우 빈약(7.3%)의 순으로 나타났다. 유방크기와 브래지어 착용 연령과의 상관분석결과, 유방크기와 브래지어 착용연령과는 유의한 부의 상관관계($r=.219, p<.01$)를 보이므로 유방의 크기가 클수록 브래지어 착용연령이 낮은 것을 알 수 있다. 즉, 어린 나이에 가슴의 발육이 진행될수록 빨리 브래지어를 착용 한다는 것이다.

또, 유방만족도에 있어서는 약간 불만족하는 경우가 34.7%로 가장 많았으며 보통이 28.4%, 약간 만족이 20.5%로 나타나 대체로 유방에 대해서 불만족하는 비율이 높게 나타났다.

유방만족도와 연령, 브래지어 착용연령, 유방크기, 유방형태, 가슴사이즈 인지여부, 브래지어사이즈 인지여부, 브래지어 수선경험과의 관계를 살펴보았을 때 유방만족도와 연령, 브래지어 착용연령, 브래지어사이즈 인지여부, 브래지어 수선경험 사이에는 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다. 그러나 유방만족도와 유방크기 사이에는 유의차가 있는데 유방크기가 매우 빈약하거나 약간 빈약한 경우보다 약간 풍만하거나 매우 풍만하다고 생각하는 경우에 유방에 대한 만족도가 높은 것으로 나타났다. 유방형태에 있어서도 납작형보다 원추형, 반구형, 돌출형, 하수형이라고 평가하는 경우에 유방에 대한 만족도가 더 높은 것으로 나타났다.<표 5>

또한, 자신의 가슴 사이즈에 대해서 알고 있는 경우에 가슴 사이즈를 모르는 경우보다 유방에 대한 만족도가 나타났다.

유방형태에 대해서는 원추형(36.4%), 납작형

(27.4%), 반구형(22.2%)의 순으로 나타났으며 젊은 층이므로 아직 노화가 시작되지 않아 하수형의 비율은 2.8%로 낮은 것으로 나타났다. 이상적인 유방형태에 대해서는 원추형과 반구형이 각각 46.0%로 볼 수 있게 솟아있는 유방형태를 선호하는 것으로 조사되었는데 이는 우리나라와 같은 결과이다.

유방형태와 연령층과의 관계를 살펴보면 대체적으로 원추형으로 생각하는 경우가 모든 연령층에서 많은 것으로 조사되었으나 22세 이하의 연령층에서는 납작형으로 인식하는 경우가 다른 연령층에서보다 높게 나타나 차이를 발견할 수 있었다. 이는 아직 유방의 발달이 완성되지 않아서 그런 결과가 나온 것으로 생각된다. 또한 적은 수이긴 하지만 23-24세 연령층에서는 다른 연령층보다 돌출형(18.7%)과 하수형(5.3%)이 많은 것으로 나타나 연령이 올라갈수록 점차적으로 가슴의 발달이 완성되어 커지고 하수현상이 나타남을 알 수 있다.<표 6>

유방형태와 자신이 이상적으로 생각하는 유방형태와의 관계에서는 유의차가 있는 것으로 나타났는데 납작형의 경우에는 원추형을 선호하는 비율이 56.3%로 높게 나타났으며 원추형과 반구형의 경우에는 반구형을 선호하는 비율이 51.6%, 59.0%로 높게 나타났다. 반면에 돌출형은 원추형을 선호하는 비율이 50%로 나타났으며 하수형의 경우에는 돌출형을 선호하는 비율이 60%로 나타나 작은 유방의 경우에는 큰 유방형태를 선호하고 반면 큰 유방형태의 경우에는 작은 형태를 선호하는 것으로 나타났다.<표 7>

3. 브래지어 착용실태

중국 20대 전반 여성의 브래지어 착용실태를 살펴보면 중국 여성들은 14세에 처음으로 브래지어를 착용하는 비율이 가장 높았으며 15, 16세에 착용하는 경우가 그 다음으로 많았으며 18세에 착용하는 경우도 15.9%나 되었다. 차수정⁹⁾의 우리나라 청소년의 브래지어 착용실태에 대한 연구에서 우리나라의 브래지어 처음 착용연령이 11세-13세임을 보면 우리나라보다 중국이 많이 늦는 것임을 알 수 있다.

주로 착용하는 브래지어 사이즈는 75A(31.4%), 75B(24.2%), 80A(15.0%), 80B(12.4%)의 순으로

<표 1> 조사대상자의 일반적 특성

구분	빈도(명)	백분율(%)	
연령	17세	5	2.8
	18세	30	17.0
	19세	32	18.2
	20세	7	4.0
	21세	8	4.5
	22세	19	10.8
	23세	42	23.9
	24세	33	18.8
	합 계	176	100.0
키	155cm 미만	7	4.0
	155-160cm 미만	23	13.1
	160-165cm 미만	89	50.6
	165-170cm 미만	44	25.0
	170cm 이상	13	7.4
	합 계	176	100.0
몸무게	45kg 미만	9	5.1
	45-50kg 미만	45	25.6
	50-55kg 미만	70	39.8
	55-60kg 미만	34	19.3
	65-70kg 미만	14	8.0
	70kg 이상	4	2.3
	합 계	176	100.0
젖가슴둘레	75cm 미만	4	2.3
	75-80cm 미만	13	7.4
	80-85cm 미만	54	30.7
	85-90cm 미만	28	15.9
	90cm 이상	13	7.4
	사이즈 모름	64	36.4
	합 계	176	100.0
가족 월평균 수입	1000위엔 미만	25	14.2
	1000-3000위엔 미만	50	28.4
	3000-5000위엔 미만	54	30.7
	5000-7000위엔 미만	29	16.5
	7000-1900위엔 미만	9	5.1
	9000-1000위엔 미만	3	1.7
	1000위엔 이상	6	3.4
	합 계	176	100.0
월평균 의복지출비용	200위엔 미만	71	40.3
	200-500위엔 미만	70	39.8
	500-700위엔 미만	20	11.4
	700-1000위엔 미만	11	6.3
	1000위엔 이상	4	2.3
	합 계	176	100.0

<표 2> 브라착용 연령에 따른 유방크기

구 분	N	M	SD	F	Duncan-test
13세 이하	33	3.36	.96	3.258*	a
14세-15세	33	3.15	.87		a
16세-18세	72	2.90	.95		ab
18세 이상	38	2.68	1.17		b
합계	176	2.99	1.01		

<표 3> 유방크기와 브래지어 착용 연령간의 상관관계

구 분	브래지어 착용 연령
유방크기	-.219**

**p≤.01

<표 4> 신체 평가

구 분	빈도(명)	백분율(%)	
유방크기	매우 빈약	13	7.4
	약간 빈약	37	21.0
	보통	79	44.9
	약간 풍만	33	18.8
	매우 풍만	14	8.0
유방만족도	매우 불만	16	9.1
	약간 불만	61	34.7
	보통	50	28.4
	약간 만족	36	20.5
	매우 만족	13	7.4
유방형태	납작형	48	27.3
	원추형	64	36.4
	반구형	39	22.2
	돌출형	20	11.4
	하수형	5	2.8
이상적인 유방형태	납작형	0	0
	원추형	81	46.0
	반구형	81	46.0
	돌출형	14	8.0
	하수형	0	0

<표 5> 연령, 브라지어 착용연령, 유방크기 및 형태 등과 유방 만족도와의 관계

구 분		N	M	SD	t/F	Duncan-test
연령	19세 이하	67	2.79	1.122	1.118	
	20-22세	34	2.62	.888		
	23-24세	75	2.95	1.138		
브라지어 착용연령	13세 이하	33	2.91	1.01	1.312	
	14-15세	33	3.12	1.08		
	16-18세	72	2.72	1.08		
	18세 이상	38	2.68	1.16		
유방크기	매우 빈약	13	1.77	.83	20.43***	c
	약간 빈약	37	2.08	.86		c
	보통	79	2.86	.87		b
	약간 풍만	33	3.55	.83		a
	매우 풍만	14	3.86	1.35		a
유방형태	납작형	48	2.00	.77	12.17***	b
	원추형	64	3.20	.99		a
	반구형	39	3.00	1.00		a
	돌출형	20	3.20	1.15		a
	하수형	5	3.00	1.41		a
가슴 사이즈 인지여부	알고 있음	112	2.95	1.09	1.992*	
	모름	64	2.61	1.06		
브라지어 사이즈 인지여부	알고 있음	153	2.82	1.09	-.215	
	모름	23	2.87	1.10		
브라지어 수선경험	있음	16	2.69	1.08	-.524	
	없음	160	2.84	1.09		

*p<.05, ***p<.001
a>b>c

<표 6> 연령층별 유방형태

(단위: 명, %)

구 분	납작형	원추형	반구형	돌출형	하수형	합 계	χ^2
19세 이하	19 (28.4)	23 (34.3)	19 (28.4)	5 (7.5)	1 (1.5)	67 (100.0)	21.854**
20-22세	15 (44.1)	16 (47.1)	2 (5.9)	1 (2.9)		34 (100.0)	
23-24세	14 (18.7)	25 (33.3)	18 (24.0)	14 (18.7)	4 (5.3)	75 (100.0)	
전 체	48 (27.3)	64 (36.4)	39 (22.2)	20 (11.4)	5 (2.8)	176 (100.0)	

**p<.01

나타났다. 중국 백화점의 자국 브랜드 판매사원들을 대상으로 한 조사에서 가장 높은 빈도를 나타내는 사이즈가 75B로 나타났으나 실제적인 여대생 대상의 조사에서는 75A가 가장 많아 차이가 나타났다. 연령층별 브라지어 사이즈를 살펴보면, 대체적으

로 75A와 75B의 비율이 높으나 연령이 증가할수록 주로 착용하는 브라지어 사이즈도 커지는 것으로 나타나 23-24세는 80C, 85B, 85C와 같은 다른 연령층에서는 나타나지 않는 사이즈도 나타났다. 이는 연령이 증가하면서 신체적인 성장과 함께 유방의 성

속이 진행되기 때문인 것으로 보인다.

또, 유방형태별 브래지어 사이즈를 살펴보면, 남작형은 75A(52.6%), 70A와 80A(15.8%)로 주로 A컵이 많은 것으로 나타났으며 원추형은 75B(42.1%), 75A(22.8%), 80B(12.3%) 순으로 B컵의 비율이 높다. 반구형은 75A(36.1%), 80A와 80B(각 19.4%), 돌출형은 75B와 80A(각 29.4%), 80B(17.6%)로 80사이즈의 비율이 높다. 마지막으로 하수형은 75C(40%)로 C컵의 비율이 높다.<표 7>

브래지어 착용시간은 일어나서 자기 전까지 착용하는 경우가 가장 많았으며 외출 시에만 착용하는 경우도 10.8%나 되는 것으로 나타났다.

브래지어의 형태에서는 라운드형 브래지어가 59.7%로 대부분을 차지하였으며 다음이 몰드형(26.1%), 스포츠형(10.8%), 밴드형(3.4%)의 순으로 나타났다.

연령에 따른 착용 브래지어의 형태를 살펴보면, 대체적으로 모든 연령층에서 라운드형을 선호하나

<표 7> 유방형태와 이상적인 유방형태와의 관계

(단위: 명, %)

유방형태 \ 유방형태 선호도	원추형	반구형	돌출형	합 계	χ^2
남작형	27 (56.3)	18 (37.5)	3 (6.3)	48 (100.0)	30.346***
원추형	29 (45.3)	33 (51.6)	2 (3.1)	64 (100.0)	
반구형	14 (35.9)	23 (59.0)	2 (5.1)	39 (100.0)	
돌출형	10 (50.0)	6 (30.0)	4 (20.0)	20 (100.0)	
하수형	1 (20.0)	1 (20.0)	3 (60.0)	5 (100.0)	
전 체	81 (46.0)	81 (46.0)	14 (8.0)	176 (100.0)	

***p<.001

<표 8> 유방형태별 브래지어 사이즈

(단위: 명, %)

구 분	남작형	원추형	반구형	돌출형	하수형	전 체
70A	6 (15.8)	1 (1.8)	1 (2.8)			8 (5.2)
70B	2 (5.3)	1 (1.8)	2 (5.6)			5 (3.3)
70C		1 (1.8)				1 (.7)
75A	20 (52.6)	13 (22.8)	13 (36.1)	1 (5.9)	1 (20.0)	48 (31.4)
75B	2 (5.3)	24 (42.1)	5 (13.9)	5 (29.4)	1 (20.0)	37 (24.2)
75C		3 (5.3)			2 (40.0)	5 (3.3)
75D		1 (1.8)		1 (5.9)		2 (1.3)
80A	6 (15.8)	4 (7.0)	7 (19.4)	5 (29.4)	1 (20.0)	23 (15.0)
80B	2 (5.3)	7 (12.3)	7 (19.4)	3 (17.6)		19 (12.4)
80C		1 (1.8)	1 (2.8)			2 (1.3)
85B		1 (1.8)		1 (5.9)		2 (1.3)
85C				1 (5.9)		1 (.7)
합 계	38 (100.0)	57 (100.0)	36 (100.0)	17 (100.0)	5 (100.0)	153 (100.0)

19세 이하의 연령층에서는 스포츠형 브래지어를 선호하는 비율이 다른 연령층보다 높은 것으로 나타났으며 20-22세의 경우에는 몰드형 브래지어의 선호가 많고 23-24세에서 라운드형의 선호가 가장 높은 것을 알 수 있다. 19세 이하의 경우에는 가슴의 발달이 덜 되어 가슴을 누르지 않는 스포츠형 브래지어의 선호도가 높고 점차 외모에 관심을 갖게 되면서 겉옷의 실루엣을 그대로 유지시켜주는 몰드형 브래지어를 선호하다가 23-24세가 되면 가슴을 편안하게 받쳐주는 라운드형 브래지어를 선호하게 되는 것으로 보인다. <표 8>

브래지어의 와이어 유무에 있어서는 젊은 층이어서 84.7%가 와이어가 있는 브래지어를 착용하였으며 15.3%만이 와이어가 없는 브래지어를 착용하는 것으로 나타났다. 유방형태와 와이어 유무와의 관계를 살펴보면 납작형의 경우에는 다른 유방형태보다 와이어가 없는 브래지어를 많이 착용하였다. 이는 19세 미만의 연령층이 스포츠형 브래지어를 많이 착용하는 것과 연관이 있는 것으로 보이며 가슴의 발달이 완성되기 전 시기이므로 가슴의 모양을 잡아주는 브래지어보다는 가슴의 성장을 방해하지 않고 감싸주는 기능을 가진 브래지어를 착용하기 때문인 것으로 보인다.<표 10>

브래지어 컵스타일에 있어서는 3/4컵(54.5%), 풀컵(15.3%), 1/2컵(25%), 스포츠형(8.5%), 저중심형(7.4%)의 순으로 나타났으며 브래지어의 피트니스 정도에 있어서는 꼭 맞는 형(55.1%), 중간 형(26.7%), 아주 꼭 맞는 형(11.9%), 헐렁한 형(6.3%)의 순으로 나타났다. 연령층별로 착용하는 브래지어 컵 스타일을 살펴보면 대체적으로 3/4컵을 선호하나 19세 이하의 연령층에서는 풀컵에 대한 선호도가 높은 것을 알 수 있다. <표 11>

착용 브래지어 형태와 브래지어 피트니스 선호도와 의 관계를 살펴보면 스포츠형 브래지어는 헐렁한 형과 중간정도 피트니스의 선호도가 다른 브래지어보다 높고 몰드형, 밴드형, 라운드형 브래지어의 경우에는 꼭 맞는 피트니스와 중간정도의 피트니스에 대한 선호도가 높다.

브래지어의 선호색상은 주로 무난한 색상인 살색, 검정색, 흰색의 순으로 나타났으며 중국의 특징상

빨간색을 선호하는 경우도 5.1%정도 나타났다. 기타 선호하는 색상으로는 핑크색, 오렌지색 등의 파스텔 계통의 색상을 선호하는 것으로 나타났다.

브래지어 착용 시 불편한 부위로 어깨끈이 가장 많은 비율을 차지하였으며, 날개부위와 컵부위도 거의 비슷한 비율로 나타났다. 브래지어의 수선부위는 날개길이와 어깨끈길이의 수선이 많았다. 그러나 불편한 부위가 있거나 잘 맞지 않아도 수선을 하는 경우는 단지 9.1%에 불과하였으며 대체로 수선을 하지 않고 불편하여도 그냥 입거나 맞지 않으면 아예 구매를 하지 않는 것으로 나타났다.

브래지어의 맞음새에 있어서는 대체적으로 잘 맞는다고 답하였으나 전중심 상단 부위의 경우에는 유방사이를 누른다는 응답이, 컵상변의 경우는 들뜨다는 응답이 많았으며 컵옆상변이 들뜨다는 응답과 눌린다는 응답이 같은 비율로 나타났다. 날개상변과 밑가슴둘레도 조인다고 답한 경우가 많았다. 와이어 넓이는 좁다고 답한 경우가 많았으며 어깨끈 간격은 넓고 길이는 길어서 어깨끈이 흘러내리는 경우가 많았다.<표 11>

연령층별 브래지어 맞음새에 대한 차이를 보면 날개상변이 조이는 경우가 연령이 증가할수록 증가하였다. 이는 연령이 증가함에 따라 밑가슴둘레가 증가하고 등 쪽에 살이 붙는 신체변화에 따른 것으로 볼 수 있다. <표 12>

유방유형별 브래지어 부위별 맞음새는 컵상변부위의 경우 원추형과 하수형은 눌리는 비율이 높고 납작형, 반구형, 돌출형은 들뜨는 비율이 높다. 또한 컵크기는 납작형의 경우만 크다는 비율이 높다. 이는 유방의 크기가 작아 컵이 남기 때문인 것으로 보인다. 날개상변이 조이는 경우는 납작형에서는 비율이 낮지만 원추형, 반구형, 돌출형에서는 높게 나타났다. 가슴의 돌출정도가 커지면서 가슴을 커버하기 위해서 날개상변길이가 많이 필요하기 때문에 원추형, 반구형, 돌출형에서는 날개상변길이가 부족하여 그런 것으로 보인다.<표 13>

브래지어형태별 브래지어 부위의 맞음새를 보면 다른 부위에서는 유의차가 없으나 날개상변 맞음새에 있어서는 브래지어 형태별로 차이가 있는 것으로 나타났는데 스포츠형 브래지어는 날개 상변이 헐겁

<표 9> 연령층별 착용 브래지어 형태

(단위: 명, %)

구 분	스포츠형 브라	몰드형 브라	밴드형 브라	라운드형 브라	합 계	χ^2
19세 이하	14 (20.9)	15 (22.4)	1 (1.5)	37 (55.2)	67 (100.0)	16.62 5**
20-22세	3 (8.8)	13 (38.2)	1 (2.9)	17 (50.0)	34 (100.0)	
23-24세	2 (2.7)	18 (24.0)	4 (5.3)	51 (68.0)	75 (100.0)	
전 체	19 (10.8)	46 (26.1)	6 (3.4)	105 (59.7)	176 (100.0)	

**p<.01

<표 10> 유방형태와 착용 브래지어 와이어 유무와의 관계

(단위: 명, %)

구 분	유	무	합 계	χ^2
납작형	33 (68.8)	15 (31.3)	48 (100.0)	14.794**
원추형	57 (89.1)	7 (10.9)	64 (100.0)	
반구형	35 (89.7)	4 (10.3)	39 (100.0)	
돌출형	20 (100.0)		20 (100.0)	
하수형	4 (80.0)	1 (20.0)	5 (100.0)	
전 체	149 (84.7)	27 (15.3)	176 (100.0)	

**p<.01

<표 11> 연령층별 착용 브래지어 컵 스타일

(단위: 명, %)

구 분	플러	3/4컵	1/2컵	스포츠형	저중심형	합 계	χ^2
19세 이하	14 (20.9)	26 (38.8)	11 (16.4)	11 (16.4)	5 (7.5)	67 (100.0)	19.228*
20-22세	1 (2.9)	25 (73.5)	4 (11.8)	2 (5.9)	2 (5.9)	34 (100.0)	
23-24세	12 (16.0)	45 (60.0)	10 (13.3)	2 (2.7)	6 (8.0)	75 (100.0)	
합 계	27 (15.3)	96 (54.5)	25 (14.2)	15 (8.5)	13 (7.4)	176 (100.0)	

*p<.05

<표 12> 브래지어 맞춤새

(단위: 명, %)

전중심 상단	유방을 매우 누름	유방을 누름	잘 맞는다	유방 사이를 누른다	유방 사이를 매우 누른다	합 계
		3 (1.7)	23 (13.1)	111 (63.1)	34 (19.3)	5 (2.8)
	매우 늘린다	늘린다	잘 맞는다	들 뜯다	매우 들뜬다	합 계
컵상변	2 (1.1)	17 (9.7)	97 (55.1)	58 (33.0)	2 (1.1)	176 (100.0)
컵옆상변	4 (2.3)	30 (17.0)	111 (63.1)	31 (17.6)	0 (0.0)	176 (100.0)
전체적 컵크기	매우 작다	작다	잘 맞는다	크다	매우 크다	합 계
	0 (0.0)	27 (15.3)	123 (69.9)	26 (14.8)	0 (0.0)	176 (100.0)
	매우 조인다	조인다	잘 맞는다	헐겁다	매우 헐겁다	합 계
날개 상변	2 (1.1)	41 (23.3)	121 (68.8)	12 (6.8)	0 (0.0)	176 (100.0)
밑가슴둘레	2 (1.1)	60 (34.1)	92 (52.3)	21 (11.9)	1 (0.6)	176 (100.0)
	매우 좁다	좁다	잘 맞는다	넓다	매우 넓다	합 계
와이어 넓이	2 (1.1)	44 (25.0)	107 (60.8)	21 (11.9)	2 (1.1)	176 (100.0)
어깨끈 간격	0 (0.0)	16 (9.1)	125 (71.0)	33 (18.8)	2 (1.1)	176 (100.0)
어깨끈 흘러내림			고정된다	종종 흘러내림	자주 흘러내림	합 계
			36 (20.5)	114 (64.8)	26 (14.8)	176 (100.0)

<표 13> 유방형태와 브래지어 불편 부위와의 관계

(단위: 명, %)

구 분	컵부위	어깨끈부위	날개부위	뒤후크부위	기타부위	합 계	χ^2
납작형	10 (20.8)	12 (25.0)	12 (25.0)	5 (10.4)	9 (18.8)	48 (100.0)	17.084
원추형	9 (14.1)	29 (45.3)	14 (21.9)	6 (9.4)	6 (9.4)	64 (100.0)	
반구형	5 (12.8)	13 (33.3)	11 (28.2)	3 (7.7)	7 (17.9)	39 (100.0)	
돌출형	2 (10.0)	6 (30.0)	6 (30.0)	2 (10.0)	4 (20.0)	20 (100.0)	
하수형			1 (20.0)	2 (40.0)	2 (40.0)	5 (100.0)	
전 체	26 (14.8)	60 (34.1)	44 (25.0)	18 (10.2)	28 (15.9)	176 (100.0)	

<표 14> 주로 착용하는 브래지어 형태와 브래지어 불편 부위와의 관계

(단위: 명, %)

구 분	컵부위	어깨끈부위	날개부위	뒤후크부위	기타부위	합 계	χ^2
스포츠형 브라	1 (5.3)	7 (36.8)	5 (26.3)	4 (21.1)	2 (10.5)	19 (100.0)	9.792
몰드형 브라	10 (21.7)	14 (30.4)	10 (21.7)	2 (4.3)	10 (21.7)	46 (100.0)	
밴드형 브라	1 (16.7)	2 (33.3)	2 (33.3)	1 (16.7)		6 (100.0)	
라운드형 브라	14 (13.3)	37 (35.2)	27 (25.7)	11 (10.5)	16 (15.2)	105 (100.0)	
전 체	26 (14.8)	60 (34.1)	44 (25.0)	18 (10.2)	28 (15.9)	176 (100.0)	



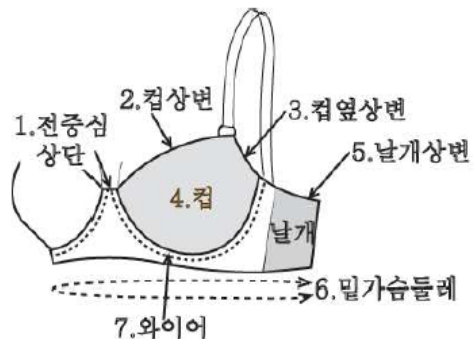
<그림 1> 브래지어 컵형태

다고 한 비율이 높고 밴드형과 라운드형 브래지어에서는 날개 상변이 조인다는 비율이 높았다. 이는 스포츠형 브래지어의 경우 대체로 낮은 연령대에서 착용하는 것으로 나타나 아직 신체적인 성숙이 완성되지 않았기 때문에 비율이 높은 것으로 보인다.<표 14>

브래지어의 보유수를 물어본 결과 5벌 이상 가지고 있는 경우가 36.4%로 가장 많았고 4벌(29.5%), 3벌(24.4%) 순으로 나타났다.

4. 브래지어 구매실태

브래지어의 구매에 있어서 주로 백화공사(백화점)이나 브랜드 단독점을 이용하는 경우가 많은 것으로 나타났으며 시장을 이용하는 경우도 20.9%나 되었다. 그러나 할인점이나 인터넷/통신판매 등을 이용하는 경우는 낮게 나타났다.



<그림 2> 브래지어 부위

<표 15> 연령층별 브래지어 부위별 맞춤새

(단위: 명, %)

구 분		19세 이하	20-22세	23-24세	전 체	χ^2
전중심 상단	유방을 누르는 편	6 (9.0)	10 (29.4)	10 (13.3)	26 (14.8)	8.088
	잘 맞춤	45 (67.2)	19 (55.9)	47 (62.7)	111 (63.1)	
	유방사이를 누르는 편	16 (23.9)	5 (14.7)	18 (24.0)	39 (22.2)	
컵상변	놀리는 편	7 (10.4)	4 (11.8)	8 (10.7)	19 (10.8)	1.829
	잘 맞춤	41 (61.2)	17 (50.0)	39 (52.0)	97 (55.1)	
	들뜨는 편	19 (28.4)	13 (38.2)	28 (37.3)	60 (34.1)	
컵옆상변	놀리는 편	9 (13.4)	11 (32.4)	14 (18.7)	34 (19.3)	5.790
	잘 맞춤	47 (70.1)	18 (52.9)	46 (61.3)	111 (63.1)	
	들뜨는 편	11 (16.4)	5 (14.7)	15 (20.0)	31 (17.6)	
전체적 컵크기	작은 편	9 (13.4)	4 (11.8)	14 (18.7)	27 (15.3)	6.672
	잘 맞춤	52 (77.6)	21 (61.8)	50 (66.7)	123 (69.9)	
	큰 편	6 (9.0)	9 (26.5)	11 (14.7)	26 (14.8)	
날개 상변	조이는 편	10 (14.9)	6 (17.6)	27 (36.0)	43 (24.4)	14.577**
	잘 맞춤	49 (73.1)	28 (82.4)	44 (58.7)	121 (68.8)	
	헐거운 편	8 (11.9)		4 (5.3)	12 (6.8)	
밑가슴 둘레	조인 편	22 (32.8)	13 (38.2)	27 (36.0)	62 (35.2)	.662
	잘 맞춤	37 (55.2)	16 (47.1)	39 (52.0)	92 (52.3)	
	헐거운 편	8 (11.9)	5 (14.7)	9 (12.0)	22 (12.5)	
와이어 넓이	좁은 편	14 (20.9)	8 (23.5)	24 (32.0)	46 (26.1)	3.255
	잘 맞춤	45 (67.2)	22 (64.7)	40 (53.3)	107 (60.8)	
	넓은 편	8 (11.9)	4 (11.8)	11 (14.7)	23 (13.1)	
어깨끈 간격	좁은 편	6 (9.0)	3 (8.8)	7 (9.3)	16 (9.1)	3.108
	잘 맞춤	49 (73.1)	27 (79.4)	49 (65.3)	125 (71.0)	
	넓은 편	12 (17.9)	4 (11.8)	19 (25.3)	35 (19.9)	
어깨끈 흘러내림	고정됨	11 (16.4)	7 (20.6)	18 (24.0)	36 (20.5)	1.716
	중중 흘러내림	47 (70.1)	22 (64.7)	45 (60.0)	114 (64.8)	
	자주 흘러내림	9 (13.4)	5 (14.7)	12 (16.0)	26 (14.8)	
합 계		67 (100.0)	34 (100.0)	75 (100.0)	176 (100.0)	

**p<.01

연간 브래지어 구입횟수는 2벌을 구입하는 경우가 41.5%로 가장 많았으며 3벌(30.7%), 4벌(10.8%), 1벌(9.1%), 5벌이상(8.0%)순으로 조사되었다.

브래지어 구입비용은 100위엔 미만이 가장 많아 66.5%나 되었으며 100-300위엔 미만이 31.1.%로 대부분 300위엔 미만의 가격대를 선호하는 것으로 나타났다. 적당하다고 생각하는 브래지어 가격에 대해서는 100위엔 미만이 가장 많아 57.4%였고 100-300위엔 미만이 40.3%로 나타났다.

브래지어 구매 시 주로 본인이 직접 결정하는 것으로 나타났으며 부모나 판매원의 의견을 수용하는

경우도 각각 13.1%, 11.4%로 나타났다.

브래지어 구입방법에 있어서도 본인이 알고 있는 사이즈를 선택하여 구매하는 경우가 많았으며 판매원의 도움을 받아 원하는 사이즈를 선택하는 경우가 다음으로 많은 비율로 나타났다. 브래지어 사이즈를 알고 있는 경우에는 본인이 알고 있는 사이즈를 구매하지만 브래지어 사이즈를 모를 경우에는 판매원에 대한 의존도가 높아짐을 알 수 있다. <표 16>

구매를 원하는 브래지어 색상은 선호하는 브래지어 색상과 같게 나타나 주로 선호하는 브래지어 색상을 구매하는 것으로 나타났다. 검정색(23.9%)과

<표 16> 브라지어 사이즈 인지 정도와 브라지어 구매방법과의 관계 (단위: 명, %)

구분	알고 있음	모름	전체	χ^2
전적으로 판매원의 도움을 받음	32 (20.9)	10 (43.5)	42 (23.9)	5.828*
비슷한 사이즈를 몇 벌 입어봄	29 (19.0)	4 (17.4)	33 (18.8)	
본인이 알고 있는 사이즈를 선택	92 (60.1)	9 (39.1)	101 (57.4)	
합계	153 (100.0)	23 (100.0)	176 (100.0)	

*p<.05

<표 17> 선호하는 브라지어 색상과 구매하고 싶은 브라지어 색상과의 관계 (단위: 명, %)

구매색상 \ 선호 색상	흰색	검정색	살색	빨간색	기타	합계
흰색	23 (63.9)	5 (13.9)	2 (5.6)	1 (2.8)	5 (13.9)	36 (100.0)
검정색	2 (4.9)	28 (68.3)	4 (9.8)	4 (9.8)	3 (7.3)	41 (100.0)
살색	5 (10.4)	4 (8.3)	31 (64.6)	3 (6.3)	5 (10.4)	48 (100.0)
빨간색		1 (11.1)	1 (11.1)	7 (77.8)		9 (100.0)
기타	3 (7.1)	4 (9.5)	3 (7.1)	1 (2.4)	31 (73.8)	42 (100.0)
전체	33 (18.8)	42 (23.9)	41 (23.3)	16 (9.1)	44 (25.0)	176 (100.0)

살색(23.3%)에 대한 선호도가 높은 것으로 나타났으며 흰색(18.8%)과 빨간색(9.1%)이 다음으로 나타났다.<표 17>

구매하는 브랜드는古今(29.5%), 戴安芬(17.9%), 歐迪芬(10.3%)순으로 나타났으며, 구매하고 싶은 브랜드의 경우에는古今(32.6%), 戴安芬(20.2%), 安莉芳(5.2%)순으로 나타났다. 구매하는 브랜드와 구매하고 싶은 브랜드는 정적상관관계에 있어 대체로 구매하는 브랜드와 구매하고 싶은 브랜드는 일치하였다.

브라지어 구매 시 중요선택기준을 보면 매우 중요하다고 생각하는 기준에는 치수(52.3%), 착용감(37.5%), 보건위생성(25.6%) 순으로 나타났으며 중요하다고 생각하는 기준은 디자인(60.8%), 활동성(54.0%), 소재(52.8%) 순으로 나타났다. 보통 정도의 선택기준으로는 유행(50.6%), 장식(43.8%), 상표(39.2%), 세탁관리성(39.2%) 순으로 나타났다. 브라지어는 유행을 받쳐주는 기능을 가지고 있기 때문에 유행이나 장식적인 면보다는 치수나 착용감이 중요하고 속옷이므로 보건위생성이 중요한 선택 기준으로 인식되는 것으로 보인다.

연령층별 브라지어 선택기준을 보면 모든 연령층에서 공통적으로 치수와 착용감을 중요시하나 19세 미만에서는 보건위생성을 중요하게 생각하는 비율이 다른 연령층보다 높으며 20-22세 미만에서는 미용성을 중요시하는 비율이 높고, 23-24세는 디자인을 중요하게 생각하는 비율이 높아져 연령이 증가할수록 미적인 부분을 중요시하는 경향이 있음을 보여준다.

유방형태별 브라지어 선택기준을 보면 유방형태와 상관없이 치수와 착용감을 중요시하나 납작형과 원추형은 디자인과 미용성을 중요시하는 비율이 다른 형태보다 높은 것으로 나타났으며 반구형, 돌출형, 하수형에서는 보건위생성과 옷감의 소재를 중요시하는 경향이 높은 것으로 나타났다. 이는 가슴이 작은 경우에는 보여 지는 외관을 중요시하나 가슴의 크기가 어느 정도 될 경우에는 외관보다는 브라지어의 기능적인 면을 중요시하는 것으로 볼 수 있다.

IV. 결론 및 제언

본 연구는 중국 상해지역에 거주하는 20대 전반 여성을 대상으로 브래지어 착용실태 및 선호도를 파악하여 중국에 진출하고자 하는 국내 라제리업체의 중국 성인 여성의 브래지어 개발에 도움을 주고자 하였다.

이에 대한 연구결과의 요약 및 결론은 다음과 같다.

조사대상자는 상해 동화대학에 재학 중인 여대생으로 연령은 17-24세로 평균 연령 21.12세이며 23세가 23.9%로 가장 많았다. 키는 평균 162.68cm로, 몸무게는 평균 51.97kg인 것으로 나타났다. 젖가슴둘레 사이즈는 평균 83.29cm인 것으로 나타났다.

유방크기와 브래지어 착용 연령과의 관계는 부적 상관관계로, 유방의 크기가 클수록 브래지어 착용연령이 낮은 것을 알 수 있다.

유방만족도는 유방의 크기가 크다고 생각할 경우 높은 것으로 나타났다. 유방형태는 납작형보다 원추형, 반구형, 돌출형, 하수형이라고 평가하는 경우에 유방에 대한 만족도가 더 높은 것으로 나타났다.

유방형태에 대해서는 원추형이 가장 많았으며 젊은 층이므로 아직 노화가 시작되지 않아 하수형의 비율은 낮은 것으로 나타났다. 이상적인 유방형태는 원추형과 반구형을 선호하는 것으로 조사되었는데 이는 우리나라와 같은 결과이다.

유방형태와 연령층과의 관계에서는 22세 이하는 납작형, 23-24세 연령층에서는 돌출형과 하수형이 많아 연령이 올라갈수록 점차적으로 가슴의 발달이 완성되어 커지고 하수현상이 나타남을 알 수 있다.

유방형태와 자신이 이상적으로 생각하는 유방형태와의 관계에서는 작은 유방의 경우에는 큰 유방형태를 선호하고 반면 큰 유방형태의 경우에는 작은 형태를 선호하는 것으로 나타났다.

브래지어 착용실태를 살펴보면, 연령층별 브래지어 사이즈는 대체적으로 75A와 75B의 비율이 높으나 연령이 증가할수록 브래지어 사이즈도 커져 23-24세는 80C, 85B, 85C와 같은 다른 연령층에서는 나타나지 않는 사이즈도 나타났다. 이는 연령이 증가하면서 신체적인 성장과 함께 유방의 성숙이 진행되기 때문인 것으로 보인다. 또, 유방형태별 브래

지어 사이즈를 살펴보면, 납작형은 75A, 70A와 80A로 주로 A컵이 많고 원추형은 75B, 75A, 80B 순으로 B컵의 비율이 높다. 반구형과 돌출형은 80사이즈의 비율이 높다. 하수형은 C컵의 비율이 높다.

유방유형별 브래지어 부위별 맞음새는 컵상변부위의 경우 원추형과 하수형은 눌러는 비율이 높고 납작형, 반구형, 돌출형은 들뜨는 비율이 높다. 또한 컵크기는 납작형의 경우만 크다는 비율이 높다. 이는 유방의 크기가 작아 컵이 남기 때문인 것으로 보인다. 날개상변이 조이는 경우는 납작형에서는 비율이 낮지만 원추형, 반구형, 돌출형에서는 높게 나타났다. 가슴의 돌출정도가 커지면서 가슴을 커버하기 위해서 날개상변길이가 많이 필요하기 때문에 원추형, 반구형, 돌출형에서는 날개상변길이가 부족하여 그런 것으로 보인다.

브래지어 구매실태를 살펴보면, 브래지어의 구매에 있어서 주로 백화공사(백화점)이나 브랜드 단독점을 이용하며 할인점이나 인터넷/통신판매 등을 이용하는 경우는 낮게 나타났다.

브래지어는 보통 5벌 이상 가지고 있으며 연간 2벌 정도 구입하며 구입비용은 100위엔 미만인 것으로 나타났다.

구매를 원하는 브래지어 색상과 선호 브래지어 색상은 같게 나타나 검정색, 살색, 흰색이 가장 많았다. 구매하는 브랜드와 선호 브랜드도 같아古今, 戴安芬이 가장 많았다.

브래지어 구매 시 중요선택기준을 보면 매우 중요하다고 생각하는 기준에는 치수, 착용감, 보건위생성을 가장 중요하게 생각했다. 브래지어는 유방을 받쳐주는 기능을 가지고 있기 때문에 유행이나 장식적인 면보다는 치수나 착용감이 중요하고 속옷이므로 보건위생성이 중요한 선택 기준으로 인식되는 것으로 보인다.

연령층별 브래지어 선택기준은 연령이 증가할수록 디자인을 중요하게 생각하는 비율이 높아져 연령이 증가할수록 미적인 부분을 중요시하는 경향이 있음을 보여준다.

유방형태별 브래지어 선택기준을 보면 유방형태와 상관없이 치수와 착용감을 중요시하나 납작형과 원추형은 디자인과 미용성을, 반구형, 돌출형, 하수형

은 보건위생성과 옷감의 소재를 중요시하는 경향이 높은 것으로 나타났다. 이는 가슴이 작은 경우에는 보여 지는 외관을 중요시하나 가슴의 크기가 어느 정도 될 경우에는 외관보다는 브래지어의 기능적인 면을 중요시하는 것으로 볼 수 있다.

본 연구는 중국 20대 전반 여대생의 브래지어 착용실태 및 선호도를 알아보고자 하였으나 상해지역에만 국한되어 연구가 진행되었으므로 확대해석하기는 어려우며 중국의 다른 지역의 여대생에 대한 후속연구가 필요할 것으로 생각된다.

또한 다른 연령대와의 비교연구도 필요할 것으로 생각된다.

참고문헌

- 1) 김효숙(2001), “중국 여성 소비자의 연령에 따른 의복 디자인 선호도에 관한 연구”, *대한가정학회지*, 39(1), p.1-10.
- 2) 손희순·임순·위혜정(2002), “중국 남성의 스포츠 의류 구매실태에 관한 연구”, *패션비즈니스*, 6(4), p. 113-124.
- 3) 손희순·임순·위혜정, *Ibid.*, p. 113-124.
- 4) 위혜정(2005), “중국 성인여성용 의류치수규격 연구-북경·상해지역 거주자를 중심으로-”, 숙명여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 5) “중국 패션소비 시장 분석 및 대응 전략”, *국제 섬유신문 제 559호*, 2005. 1. 10,
- 6) “중국의 여성용 언더웨어 시장, 틈새시장을 노려라.”, (2001, 4, 2), KOTRA 자료검색실 2007, 11, 1, 자료출처 <http://www.Kofoti.or.kr>
- 7) “중국언더웨어 현황”, (2006, 11, 28), KOTRA 자료검색실 2007, 11, 1, 자료출처 <http://www.Kofoti.or.kr>
- 8) “한국패션브랜드의 중국시장진입현황”, (2007, 9, 27), KOTRA 자료검색실 2007, 12, 5, 자료출처 <http://www.Kofoti.or.kr>
- 9) 차수정(2005), “청소년 전기 여학생의 브래지어 착용실태 및 패턴비교연구”, 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문, pp.69.

접수일(2007년 11 월 23일)

수정일(1차 : 2008년 1월 10일)

게재확정일(2008년 1월 14일)