The Research Journal of the Costume Culture
Vol. 23, No. 2 pp.326~336, April 2015
Print ISSN: 1226-0401 Online ISSN: 2383-6334
http://dx.doi.org/10.7741/rjcc.2015.23.2.326

# A survey to study the wearing and purchasing of brassieres between Korean and Chinese women in their 20's

**Yu-Xuan Cheng and Mi-Kyung Uh†**
Dept. of Clothing and Textiles, Hanyang University, Korea

# 한국과 중국 20대 여성의 브래지어 착용 및 구매실태 조사

정 유 쉔 · 어 미 경†
한양대학교 의류학과

## Abstract

The purpose of this study is to survey the wearing and purchasing situation related to brassieres between Korean and Chinese women and to analyze the differences among them. This study utilized a survey targeting 397 women in their 20's in Korea and China. The results were as follows: First, Korean women considered that their breasts are conical in shape, whereas Chinese women considered their breasts to have a flat shape. With regard to breast size, those of Chinese women are larger than those of Korean women. Moreover, Chinese women expressed a high rate of dissatisfaction with their breasts. Second, regarding the wearing condition of brassieres, while Korean women expected their brassiere to converge their breasts to the center, Chinese women expected their brassiere to support the breasts. It was found that many of them were dissatisfied with the shoulder straps and the center front wire. Third, in the results pertaining to the purchasing brassieres, although both Korean and Chinese Women mainly visited brand name stores to buy brassieres, compared with Chinese women, Korean women prefer to shop at home to buy the brassieres. In addition, they considered the compensation effect, size, activity, fabric and fit as the most important selection criteria when purchasing a brassiere.

*Keywords: brassiere(브래지어), wearing condition(착용실태), purchasing condition(구매실태), Korean women (한국 여성), Chinese women(중국 여성)*

## I. Introduction

세계에서 가장 빠른 성장세를 나타내고 있는 중국은 의류 시장의 규모도 매년 증가하여 2012년 의류 매출 규모는 전년도에 비해 18% 증가한 9,778억 위안으로 강한 성장세를 나타내고 있으며 2012년 중국 도시 가구의 평균 가처분 소득은 전년대비 9.6% 증가한 24,565위안으로 집계되었고 의류제품에 대한 도시 가구들의 지출은 1,823,4위안으로 연간 총 도시가구 지출의 10.9%를 차지하는 것으로 나타났다(“China apparel industry”, 2013). 의류제품 중 중국 여성들의 속옷 소비지출 금액은 연간 평균 약 200억~500억 위안으로 의류소비금액의 5% 밖에 차지하지 않아 속옷의 시장 규모는 전체 의류시

Received 26 February 2015, revised 31 March 2015, accepted 1 April 2015.
본 논문은 석사학위 청구논문의 일부임.
† Corresponding author (mikyuh@hanyang.ac.kr)

장에 비해 상대적으로 낮지만 중국 속옷시장이 최근 매년 20%의 속도로 성장하고 있어 성장잠재력은 매우 크다고 전망하고 있다. 중국 속옷 시장의 60%를 홍콩, 대만, 일본 등에서 들어온 수입 브랜드와 40%의 중국 국내 브랜드가 치열한 경쟁을 펼치고 있으며 일찍 중국 시장에 진출한 해외 브랜드들이 두각을 나타내고 있다("China innerwear market", 2011). 이에 한국 의류기업도 중국에 진출하여 커다란 성과를 이루어내고 있으며 국내 이너웨어 브랜드도 중국 시장에 적극적으로 진출하기 시작하였다. 이랜드의 Eblin, 쌍방울의 Chaville, 좋은사람들의 Yes, 아이앤유앤아이의 Ullala gongju가 중국 시장에 진출하였고, 많은 국내 이너웨어 브랜드들이 중국 진출을 준비하고 있다("Innerwear global rising", 2014). 그러나 중국 개인의 소비수준이 상승하면서 과거에 비해 중국 여성의 속옷에 대한 디자인, 심미성, 기능성 등의 소비자 요구가 증가하고 있으므로 기존의 국내 이너웨어 브랜드가 중국에 진출하여 성공을 거두기 위해서는 우선 중국 여성의 신체적, 문화적 특성을 파악하고 중국 여성의 체형에 적합한 사이즈와 디자인구성 등 적절한 현지화 전략이 필요할 것이다.

브래지어는 여성의 삶의 필수적인 한 부분이며 여성의 가장 중요한 파운데이션 중의 하나로 유방형태를 자연스럽게 지탱하고 가슴부위를 보정하여 상체 실루엣을 아름답게 표현해주는 중요한 기능을 한다. 여성 유방의 형태나 크기는 연령 증가와 임신, 출산, 유전 등 생물학적 요인뿐 아니라 지역이나 생활방식, 자세, 활동영역 등에도 영향을 받는다. 여성의 유방은 다른 신체부위에 비해 피하지방이 많고, 또 움직임이 크고 변형되기 쉽기 때문에 브래지어를 착용함으로써 내외부의 자극으로부터 유방을 보호하고 형태를 유지할 수 있다(Kim & Kim, 2014). 그러나 브래지어의 사이즈와 맞음새를 고려하지 않고 착용할 경우 신체와 브래지어 사이에 들뜸 현상이나 당김, 조임 현상 등이 발생하여 브래지어의 형태가 뒤틀리고 동작 시에는 당겨 올라가거나 특정부위에 눌림현상이 나타나 답답함과 불쾌감까지 느껴지게 된다(Kim, 2013). 이와 같이 브래지어는 여성의 체형과 건강에도 영향을 미치므로 기능성과 맞음새가 우수하고 착용감이 좋은 브래지어 개발에 대한 연구가 필요하다.

브래지어의 착용 및 구매실태에 관한 선행연구를 살펴보면, 한국 여성을 대상으로 브래지어의 착용 및 구매실태와 선호도를 조사한 연구(Cha & Sohn, 2010; Kim & Lee, 2001; Lim, 2004; Oh, Choi & Yi, 2006; Pan, Choi, Kweon & Sohn, 2009; Sohn & Kweon, 2012)가 이루어졌으며 중국 여성을 대상으로 브래지어 착용실태 및 선호도를 조사(Cha & Shin, 2011; Cha & Sohn, 2008)한 연구가 이루어졌다. 이와 같이 한국 여성이나 중국 여성의 브래지어 착용 및 구매실태에 관해서는 국가별로 각각의 연구가 진행되어 왔지만 한국과 중국 여성을 대상으로 동일한 설문문항으로 조사하여 양국의 브래지어 착용 및 구매실태에 관한 비교연구는 이루어지지 않고 있어 이에 대한 연구가 필요하다.

이에 본 연구는 한국과 중국 20대 여성을 대상으로 양국 여성의 유방형태 특징 차이를 파악하고 브래지어 착용 및 구매실태 차이를 분석하여 내수시장은 물론 중국에 진출하려는 국내 이너웨어 브랜드에게 심미성과 기능성이 우수한 브래지어 상품 개발에 필요한 기초자료를 제공하고자 한다.

## II. Methods

### 1. Data collection

자료는 한국과 중국 20대 여성을 대상으로 설문지 조사를 통해 수집하였다. 조사대상자는 양국의 대도시 거주자로 선정하였으며 양국의 전체 조사대상자의 비율을 맞춰 한국은 서울과 경기도에 거주하는 여성 197명, 중국은 베이징과 상하이에 거주하는 여성 200명으로 총 397명을 대상으로 조사하였다. 한국에서의 설문조사는 2013년 4월 한 달간 실시하였고 중국에서의 설문조사는 한국의 설

〈Table 1〉 Characteristics of respondents N(%)

| Question | Factor | | Korea (n=197) | China (n=200) |
|---|---|---|---|---|
| Age (years) | 20~24 | | 92(46.7) | 110(55.0) |
| | 25~29 | | 105(53.3) | 90(45.0) |
| Residence | Seoul | Beijing | 137(69.5) | 77(38.5) |
| | Gyeonggi-do | Shanghai | 60(30.5) | 123(61.5) |

문지와 동일한 내용을 중국어로 제작하여 2013년 7~8월 두 달간에 걸쳐 실시하였다. 응답자의 연령과 거주지역에 관한 내용은 〈Table 1〉과 같다.

### 2. Questionnaire

설문문항은 선행연구(Cha & Sohn, 2008; Sohn & Kweon, 2012)를 참고하여 유방형태 4문항, 브래지어 착용실태 9문항, 브래지어 구매실태 15문항의 총 28문항으로 구성하였다. 유방형태에 관한 문항은 인지 유방크기, 인지 유방형태, 이상적인 유방형태, 유방만족도로 구성하였다. 인지하고 있는 유방크기와 자신의 유방크기에 대한 만족도 평가는 5점 척도로 측정하였고 인지 유방크기 문항은 매우 빈약(1점)~매우 풍만(5점)으로 평가하였고 유방크기 만족도 문항은 매우 불만족(1점)~매우 만족(5점)으로 평가하였다.

브래지어의 착용실태에 관해 알아보기 위하여 브래지어 처음 착용연령, 착용시간, 착용이유, 브래지어 사이즈 인지 여부, 사이즈, 착용효과, 착용 시 불편부위, 부위별 맞음새 문항으로 구성하였다. 착용효과와 부위별 맞음새 평가는 5점 척도로 측정하였으며 착용효과 문항은 매우 중요하지 않다(1점)~매우 중요하다(5점)로 평가하였고 부위별 맞음새 문항은 매우 맞지 않다(1점)~매우 잘 맞는다(5점)로 평가하였다.

브래지어 구매실태에 관해 알아보기 위하여 브래지어 구매장소, 보유수, 연간 구매개수, 가격, 구매자, 브래지어 구매 시 선택 기준의 중요도, 브래지어 디자인 선호도 등을 조사하였다. 브래지어 구매 시 선택 기준의 중요도 문항은 5점 척도로 전혀 중요하지 않다(1점)~매우 중요하다(5점)로 평가하였다.

### 3. Data analysis

설문지에 의해 수집된 자료는 PASW WIN 18.0 Program을 사용하여 항목별로 빈도분석 및 평균의 기술통계를 실시하였고 국가 간 차이를 알아보기 위하여 교차분석과 Chi-square, *t*-test를 실시하였다.

## III. Results and Discussion

### 1. Breast type

한국과 중국 여성의 인지 유방형태와 이상적인 유방형태에 대한 분석결과는 〈Table 2〉와 같다. 인지 유방형태는 한국과 중국의 양국 간 유의차가 나타났다. 한국 여성은 원추형(38.1%), 돌출형(25.9%), 반구형(17.3%), 납작형(15.7%), 하수형(3.0%)의 순으로 높게 나타났고 중국 여성은 납작형(38.5%), 원추형(20.0%), 돌출형(20.0%), 반구형(13.0%), 하수형(8.5%)의 순으로 높게 나타나 한국 여성은 자신의 유방형태가 원추형으로 봉긋하다고 인식하고 있으며 중국 여성은 자신의 유방형태가 납작하다고 인식하는 것으로 밝혀졌다. 이는 선행연구(Nam, Kim & Choi, 2014)에서 중국 여대생의 이상가슴둘레치수가 실제가슴둘레치수보다 1.9cm 크다고 밝히고 있듯이 실제가슴크기보다 더 큰 가슴을 선호하기

〈Table 2〉 Perceptions of perceived and ideal breast shape N(%)

| Question | Factor | Korea(n=197) | China(n=200) | Total | $\chi^2$ |
|---|---|---|---|---|---|
| Perceived breast shape | Flat | 31( 15.7) | 77( 38.5) | 108( 27.2) | 37.881*** *df*=4 |
| | Conical | 75( 38.1) | 40( 20.0) | 115( 29.0) | |
| | Domed | 34( 17.3) | 26( 13.0) | 60( 15.1) | |
| | Projecting | 51( 25.9) | 40( 20.0) | 91( 23.0) | |
| | Drooping | 6( 3.0) | 17( 8.5) | 23( 5.7) | |
| Ideal breast shape | Flat | 7( 3.5) | 22( 11.0) | 29( 7.3) | 12.706** *df*=3 |
| | Conical | 34( 17.3) | 21( 10.5) | 55( 13.8) | |
| | Domed | 132( 67.0) | 141( 70.5) | 273( 68.8) | |
| | Projecting | 24( 12.2) | 16( 8.0) | 40( 10.1) | |
| Total | | 197(100.0) | 200(100.0) | 397(100.0) | |

**$p$<.01, ***$p$<.001

때문에 자신의 가슴 형태는 실제보다 납작하다고 인식하고 있는 것으로 여겨진다. 이상적인 유방형태도 양국 간 유의차가 나타났다. 한국 여성은 이상적인 유방형태가 반구형(67.0%), 원추형(17.3%), 돌출형(12.2%), 납작형(3.5%)의 순이라고 응답하였고 중국 여성은 반구형(70.5%), 납작형(11.0%), 원추형(10.5%), 돌출형(8.0%)의 순이라고 응답하여 양국 모두 반구형의 유방형태를 가장 선호하는 것으로 나타났다.

한국과 중국 여성의 유방크기와 유방만족도 차이에 대한 결과는 〈Table 3〉과 같다. 자신이 인지하고 있는 유방크기는 한국과 중국의 유의차가 나타났으며 중국 여성이 한국 여성보다 높은 점수를 보여 중국 여성이 한국 여성보다 자신의 유방크기가 약간 크다고 인식하고 있음을 알 수 있었다. 그러나 유방만족도는 양국 간의 유의차가 나타나지 않았으며 양국 모두 자신의 유방에 대한 만족도가 낮은 것으로 조사되었다.

〈Table 3〉 Difference in satisfaction and breast size

| Item | Korea (n=197) | China (n=200) | $t$ |
|---|---|---|---|
| | M(SD) | M(SD) | |
| Breast size | 2.83(0.90) | 3.11(0.95) | −2.925** |
| Breast satisfaction | 2.66(1.00) | 2.68(0.83) | −.164 |

**$p$<.01

## 2. Wearing conditions of brassiere

브래지어 착용실태 조사결과(Table 4), 처음 브래지어를 착용하는 나이는, 한국 여성은 12세(33%)

〈Table 4〉 Wearing conditions of brassiere N(%)

| Question | Factor | Korea(n=197) | China(n=200) |
|---|---|---|---|
| Starting age of wearing brassiere | Under 11 | 20( 9.6) | 20( 9.0) |
| | 12 | 65( 33.0) | 27( 13.5) |
| | 13 | 65( 33.0) | 31( 15.5) |
| | 14 | 31( 15.7) | 37( 18.5) |
| | 15 | 11( 5.6) | 47( 23.5) |
| | Above 16 | 6( 3.0) | 40( 20.0) |
| | Total | 197(100.0) | 200(100.0) |
| Wearing time | Only when you go out | 98( 49.7) | 115( 57.5) |
| | Before going to bed | 55( 27.9) | 69( 34.5) |
| | 24 hours | 44( 22.3) | 16( 8.0) |
| | Total | 197(100.0) | 200(100.0) |
| Reason to wear brassiere (Multiple response analysis) | Prevent nipple protrusion | 118( 29.2) | 137( 25.0) |
| | Habitually | 65( 16.0) | 66( 12.1) |
| | Prevent wobble breast | 49( 12.1) | 84( 15.1) |
| | Prevent sagging breast | 90( 22.2) | 127( 23.2) |
| | Voluptuous breast | 24( 5.9) | 54( 9.8) |
| | Compensation breast shape | 59( 14.6) | 81( 14.8) |
| | Total | 405(100.0) | 549(100.0) |
| Brassiere size of own | Know well | 94( 47.4) | 119( 59.5) |
| | Do not know exactly | 92( 46.7) | 81( 40.5) |
| | Know nothing | 11( 5.6) | 0( 0.0) |
| | Total | 197(100.0) | 200(100.0) |

나 13세(33%), 14세(15.7%))의 순으로 나타났고 중국 여성은 15세(23.5%), 16세 이상(20%), 14세(18.5%)의 순으로 나타나 한국 여성은 대부분 12~13세이고 중국 여성은 15~16세 이상으로 한국 여성이 중국 여성보다 브래지어 착용시기가 빠른 것을 알 수 있었다. 브래지어 착용시간은 양국 모두 외출 시에만 착용, 일어나서 잠자기 전까지 착용, 24시간 착용의 순으로 나타나 양국 간 큰 차이가 없는 것을 알 수 있었다.

브래지어 착용이유에 대한 다중응답 분석결과, 양국 모두 유방형태의 드러남 방지와 유방의 처짐이나 벌어짐 예방을 위하여 브래지어를 착용하고 있는 것으로 나타났고 자신이 착용하는 브래지어 사이즈 인지에 대한 조사 결과, 한국 여성은 잘 알고 있다(47.4%), 전혀 모른다(5.6%)로 나타났고 중국 여성은 잘 알고 있다(59.5%), 전혀 모른다(0%)로 조사되어 중국 여성의 브래지어 사이즈 인지도가 높은 것으로 나타났다. 이와 같이 한국 여성은 중국 여성보다 브래지어 착용은 빠르지만 사이즈 인지도는 낮게 나타났는데 브래지어는 여성의 체형과 건강에 영향을 미치므로 자신의 브래지어 사이즈에 대한 정확한 인식과 더불어 그에 적합한 브래지어를 선택할 수 있도록 지도하여야 할 것이다.

착용 브래지어 사이즈 분포는 〈Table 5〉에서 보듯이 미응답을 제외한 한국과 중국 여성의 브래지어 사이즈는 70~95로 분포되어 있다. 한국 여성의 브래지어 사이즈는 75(50.6%), 80(22.3%), 85(18.1%) 순이었고 70, 90, 95는 낮은 빈도를 차지하였다. 중국 여성의 브래지어 사이즈는 75(37.1%), 80(32.9%), 70(15%), 85(13.2%)의 순으로 나타났다. 착용하는 브래지어의 컵사이즈를 살펴보면, 한국 여성은 A컵(53.6%)이 가장 많았고, 다음으로 B컵(38.0%)이라 응답하였으며 중국 여성은 B컵(50.3%)이 가장 많았고, 다음으로 C컵(27.5%)이라 응답하였다. 결국 한국 여성이 착용하는 브래지어 사이즈는 75A(30.7%), 75B(16.9%), 80B(12.7%), 85A(10.2%)의 순으로 나타났으며 중국 여성이 착용하는 브래지어 사이즈는 75B(22.2%), 80B(15%), 80C(10.8%), 75C(9%)의 순으로 나타나 중국 여성이 한국 여성보다 가슴둘레와 브래지어 컵사이즈도 크다는 것을 알 수 있었다.

브래지어 착용효과 인지에 대한 양국 간의 차이를 알아보기 위해 *t*-test를 실시하였다(Table 6). 가슴을 모아준다와 가슴을 받쳐준다의 항목에서 $p<.05$ 수준으로 양국 간 유의차가 나타났다. 즉 브래지어

〈Table 5〉 Brassiere size N(%)

| Factor | | A | B | C | D | E | Total |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 70 | Korea | 4( 2.4) | 4( 2.4) | 0( 0.0) | 0(0.0) | 0(0.0) | 8( 4.8) |
| | China | 10( 6.0) | 10( 6.0) | 3( 1.8) | 2(1.2) | 0(0.0) | 25( 15.0) |
| 75 | Korea | 51(30.7) | 28(16.9) | 2( 1.2) | 2(1.2) | 1(0.6) | 84( 50.6) |
| | China | 5( 3.0) | 37(22.2) | 15( 9.0) | 3(1.8) | 2(1.2) | 62( 37.1) |
| 80 | Korea | 14( 8.4) | 21(12.7) | 2( 1.2) | 0(0.0) | 0(0.0) | 37( 22.3) |
| | China | 7( 4.2) | 25(15.0) | 18(10.8) | 4(2.4) | 1(0.6) | 55( 32.9) |
| 85 | Korea | 17(10.2) | 6( 3.6) | 4( 2.4) | 0(0.0) | 3(1.8) | 30( 18.1) |
| | China | 1( 0.6) | 12( 7.2) | 7( 4.2) | 2(1.2) | 0(0.0) | 22( 13.2) |
| 90 | Korea | 2( 1.2) | 4( 2.4) | 0( 0.0) | 0(0.0) | 0(0.0) | 6( 3.6) |
| | China | 0( 0.0) | 0( 0.0) | 2( 1.2) | 0(0.0) | 0(0.0) | 2( 1.2) |
| 95 | Korea | 1( 0.6) | 0( 0.0) | 0( 0.0) | 0(0.0) | 0(0.0) | 1( 0.6) |
| | China | 0( 0.0) | 0( 0.0) | 1( 0.6) | 0(0.0) | 0(0.0) | 1( 0.6) |
| Total | Korea | 89(53.6) | 63(38.0) | 8( 4.8) | 2(1.2) | 4(2.4) | 166(100.0) |
| | China | 23(13.8) | 84(50.3) | 46(27.5) | 11(6.6) | 3(1.8) | 167(100.0) |

〈Table 6〉 Wearing effects of brassiere

| Factor | Korea(n=197) | China(n=200) | *t* |
|---|---|---|---|
| | M(SD) | M(SD) | |
| Stabilized breast | 3.82(.75) | 3.75(1.03) | .855 |
| Lifting breast | 3.80(.73) | 2.93( .77) | 1.702 |
| Converge breast to the center | 3.98(.78) | 3.82( .84) | 2.147* |
| Supporting breast | 3.91(.76) | 4.11( .76) | −2.580* |
| Compensation breast | 3.63(.86) | 3.71( .98) | −.814 |
| Plump breast | 3.76(.74) | 3.84( .88) | −.960 |

*$p$<.05

착용 시 한국 여성은 가슴을 모아주는 착용효과가 있으며 중국 여성은 가슴을 받쳐주는 착용효과가 있다고 인식하고 있는 것으로 나타났다.

브래지어 착용 시 불편부위의 다중응답 분석결과는 〈Table 7〉과 같다. 한국 여성은 브래지어의 착용으로 가장 불편함을 느끼는 부위에 대해서 어깨끈부위(28.5%), 앞중심와이어 삽입부위(23.9%), 컵부위(17.8%)라고 응답하였고, 중국 여성은 어깨끈부위(27%), 앞중심와이어 삽입부위(23.4%), 겨드랑이부위(18.8%), 컵부위(14.6%)로 응답하여 비슷한 결과가 나타났다. 중국 여성은 겨드랑이부위로 인해 답답함을 느끼는 경우가 더 많았고 한국 여성은 여밈과 밑가슴부위로 인해 불편함을 느끼는 경우가 더 높게 나타났다.

브래지어 맞음새 만족도 차이를 알아보기 위해 *t*-test를 실시한 결과는 〈Table 8〉과 같다. 컵의 크기, 와이어 너비, 와이어 형태에서는 $p$<.001 수준으로, 컵의 옆상변과 날개길이에서는 $p$<.05 수준으로, 밑가슴둘레에서는 $p$<.01 수준으로 양국 간 유의차가 나타났다. 즉 한국 여성은 중국 여성보다 컵의 크기, 컵의 옆상변 및 날개길이의 맞음새에 대해 높은 만족도를 보였고 중국 여성은 한국 여성보다 밑가슴둘레, 와이어 너비, 와이어 형태의 맞음새에 대해 높은 만족도를 보였다.

〈Table 8〉 Fit satisfaction of brassiere

| Factor | Korea (n=197) | China (n=200) | *t* |
|---|---|---|---|
| | M(SD) | M(SD) | |
| Edge of center cup | 3.21(.77) | 3.36(.72) | −1.907 |
| Cup size | 3.60(.71) | 3.31(.85) | 3.743*** |
| Edge of top cup | 3.36(.77) | 3.21(.85) | 1.847 |
| Edge of side cup | 3.43(.78) | 3.23(.75) | 2.042* |
| Wing length | 3.43(.81) | 3.28(.74) | −2.368* |
| Wing width | 3.38(.80) | 3.53(.87) | −1.785 |
| Under breast | 3.33(.84) | 3.58(.92) | −2.781** |
| Wire width | 3.17(.74) | 3.48(.96) | −3.516*** |
| Wire shape | 3.25(.70) | 3.54(.77) | −3.938*** |
| Strap length | 3.42(.80) | 3.51(.75) | −1.207 |

*$p$<.05, **$p$<.01, ***$p$<.001

### 3. Purchasing condition

〈Table 7〉 Uncomfortable area on wearing brassiere N(%)

| Factor | Cup | Strap | Wing | Closure | Front wire | Under arm | Under breast | Comfortable | Total |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Korea(n=197) | 46 (17.8) | 74 (28.5) | 8 (3.1) | 22 (8.5) | 62 (23.9) | 14 (5.4) | 9 (3.5) | 24 (9.3) | 259 (100) |
| China(n=200) | 48 (14.6) | 89 (27.0) | 17 (5.2) | 16 (4.9) | 77 (23.4) | 62 (18.8) | 4 (1.2) | 16 (4.9) | 329 (100) |

(Multiple response analysis)

브래지어의 구매실태 조사결과를 〈Table 9〉에서 살펴보면, 구매 장소는 한국은 속옷전문매장(31%), 인터넷이나 홈쇼핑(23.4%), 백화점(22.3%), 할인점(16.8%), 시장(6.1%)의 순으로, 중국은 속옷전문매장(45%), 백화점 (34%), 시장(9.5%), 할인점(8%), 인터넷이나 홈쇼핑(2.5%)의 순으로 나타나 한국이 중국보다 인터넷이나 홈쇼핑을 통해 브래지어를 구매하는 비율이 월등히 높게 나타났다. 브래지어의 보유수에 대한 조사결과는 한국은 5~8개(47.2%), 8개 이상(28.4%), 2~4개(24.4%)의 순으로, 중국은 5~8개(43%), 2~4개(38.5%), 8개 이상(18.5%)의 순으로 나타났고 연간 평균 브래지어 구입 개수는 양국 모두 3~4개, 1~2개, 5개 이상의 순으로 나타났다. 브래지어 구매 가격의 조사결과, 한국은 2~5만 원 미만(66.5%), 2만 원 미만(24.9%), 5~10만 원 미만(8.6%)의 순으로 나타났고 브래지어 구매는 본인(52.3%), 어머니(21.8%), 어머니와 함께(17.8%)의 순으로 나타났다. 중국은 2~5만 원 미만(51.5%), 2만 원 미만(32.5%), 5~10만 원 미만(13.5%)의 순으로 나타났고 브래지어 구매는 본인(49.5%), 어머니와 함께(22%), 어머니(13%), 친구와 함께(11%)의 순으로 나타났다. 종합해 보면 브래지어의 구매 장소에서는 양국 모두 속옷전문매장과 백화점의 선호도가 높았고 5~8개의 브래지어를 소유하고 있으며 연

〈Table 9〉 Purchasing condition of brassiere N(%)

| Question | Factor | Korea(n=197) | China(n=200) | $\chi^2$ |
|---|---|---|---|---|
| Purchasing place | Department store | 44( 22.3) | 68( 34.0) | 51.465*** *df*=5 |
| | Branch store | 61( 31.0) | 90( 45.0) | |
| | Market | 12( 6.1) | 19( 9.5) | |
| | Outlet | 33( 16.8) | 16( 8.0) | |
| | Internet and TV home shopping | 46( 23.4) | 5( 2.5) | |
| | Others | 1( 0.5) | 2( 1.0) | |
| Number of owned | 2~4 | 48( 24.4) | 77( 38.5) | 10.861** *df*=2 |
| | 5~8 | 93( 47.2) | 86( 43.0) | |
| | Over 8 | 56( 28.4) | 37( 18.5) | |
| Number of purchases per year | 0 | 5( 2.5) | 3( 1.5) | 6.293 *df*=4 |
| | 1~2 | 81( 41.1) | 76( 38.0) | |
| | 3~4 | 82( 41.6) | 87( 43.5) | |
| | Over 5 | 29( 14.7) | 34( 17.0) | |
| Price (Unit: won) | Under 20,000 | 49( 24.9) | 65( 32.6) | 12.847** *df*=3 |
| | 20,000~50,000 | 131( 66.5) | 103( 51.5) | |
| | 50,000~100,000 | 17( 8.6) | 27( 13.5) | |
| | Above 100,000 | 0( 0.0) | 5( 2.5) | |
| Purchaser | By myself | 103( 52.3) | 99( 49.5) | 20.518*** *df*=5 |
| | By mother | 43( 21.8) | 26( 13.0) | |
| | With friend | 3( 1.5) | 22( 11.0) | |
| | With mother | 35( 17.8) | 44( 22.0) | |
| | With sister | 11( 5.6) | 8( 4.0) | |
| | Others | 2( 1.0) | 1( 0.5) | |
| | Total | 197(100.0) | 100(200.0) | |

**$p$<.01, ***$p$<.001

간 평균 브래지어를 2~4개 정도를 구매하며 가격은 2~5만 원인 것으로 나타났다.

브래지어 구매 시 중요 선택기준에 대한 조사결과는 〈Table 10〉과 같다. 항목 중 기능적 보정효과, 사이즈, 재질, 활동성, 착용감에서 4점 이상의 높은 점수가 나타나 이들 항목을 브래지어 구매 시 중요한 선택기준으로 생각하는 것으로 나타났다. 양국의 차이를 검증하기 위해 *t*-test를 실시한 결과, 브래지어의 브랜드와 유행성을 제외한 모든 항목에서 양국 간 차이를 나타냈다. 가격, 장식, 색상, 디자인, 기능적 보정효과, 사이즈, 봉제, 보건위생성, 재질, 활동성 및 착용감에서 $p<.001$ 수준으로 유의차가 나타났고 세탁에서 $p<.01$ 수준으로 유의차가 나타났다. 즉 가격을 제외한 모든 항목에서 중국 여성의 평가가 높게 나타나 중국 여성이 한국 여성에 비해 각 선택기준을 중요하게 인지한다는 것을 알 수 있었다.

브래지어의 디자인 선호도 조사결과는 〈Table 11〉과 같다. 선호하는 브래지어 디자인으로 한국 여성은 몰드형(59.4%), 노라인형(24.9%), 체형보정형(9.1%), 벨트형(4.1%)의 순으로 나타났고 중국 여성은 체형보정형(44.5%), 몰드형(30%), 노라인형(19%), 벨트형(2.5%)의 순으로 나타나 한국 여성은 몰드형을, 중국 여성은 체형보정형을 가장 선호하는 것을 알 수 있었다. 와이어 유무에 있어서는 양국 모두 와이어가 있는 브래지어를 선호하는 것으로 나타났는데 와이어는 가슴의 형을 잡아주어 유방을 실제 사이즈보다 크게 또는 작게 보이도록 하는 역할을 하는데 이를 잘 인지하고 있는 것으로 생각된다. 브래지어 컵의 유형은 양국 모두 3/4컵, 풀컵, 1/2컵의 순으로 선호하는 것으로 조사되었고 브래지어의 앞중심 높이도 양국 모두 보통높이를 가장 선호하는 것으로 나타났다. 브래지어 날개 스타일의 선호도를 살펴보면, 한국 여성은 일자형(80.7%)을 가장 선호하였으며, 그 다음으로 U자형(19.3%)이라고 응답하였고 그 외의 스타일은 선호하지 않는 것으로 파악되었다. 중국 여성은 U자형인 날개의 선호도가 61.5%로 가장 높았으며, 그 다음으로 일자형(28%), 백리스(3.5%)로 조사되었고 그 외의 스타일은 낮은 비율을 보였다. 브래지어의 하변 밴드의 조사결과, 한국 여성은 하변 밴드가 있는 것(56.3%)을 가장 선호하는 것으로 나타났으며, 그 다음으로는 하변 밴드가 없는 것(36.5%), 레이스 하변 밴드(6.1%), 롱 하변 밴드(1.0%)의 순으로 나타났다. 중국 여성은 하변 밴드가 있는 것(53.5%)을 가장 선호하였으며, 하변 밴드가 없는 것(18%), 레이스 하변 밴드(17.5%), 롱 하변 밴드(11%)의 순으로 나타났다. 여밈의 유형에 있어서는 한국 여성은 2 hook 4 eye나 6 eye(84.8%)를 가장 선호하였으며, 다른 여밈은 모두 낮은 빈도를 나타내었고 중국 여성은 3 hook 9 eye(46.5%)와 2 hook 4 eye나 6 eye(35.5%)의 선호도가 높았다. 여밈 위치에서는 양국이 공통적으로 뒤로 여밈이 80% 이상으로 선호도가 높았다. 선호하는 브래지어 색상은 한국 여성은 Skin(43.1%), Black(33,5%), Pink(9.1%), White(6.6%)의 순으로 나타났고, 중국 여성은 Black(42.5%), Skin(19.5%), Pink(14%), White(10%)의 순으로 나타나 양국 모두 Skin과 Black의 브래지어를 선호한다는 것을 알 수 있었다.

〈Table 10〉 Important selection criteria on purchasing brassiere

| Factor | Korea (n=197) | China (n=200) | *t* |
|---|---|---|---|
| | M(SD) | M(SD) | |
| Price | 3.73( .77) | 3.47( .74) | 3.459*** |
| Brand name | 2.74(1.00) | 2.80(1.09) | −.562 |
| Trend | 3.04( .96) | 3.12( .95) | −.882 |
| Decoration | 2.34( .87) | 2.71( .98) | −4.044*** |
| Color | 3.07( .93) | 3.87( .75) | −9.463*** |
| Design | 3.46( .80) | 3.92( .75) | −5.949*** |
| Compensation effect | 4.05( .75) | 4.63( .56) | −8.691*** |
| Size | 4.28( .75) | 4.71( .53) | −6.519*** |
| Sewing | 3.60( .82) | 4.26( .76) | −8.199*** |
| Washing | 3.69( .76) | 3.91( .83) | −2.820** |
| Health and hygiene | 3.78( .83) | 4.33( .71) | −7.009*** |
| Fabric | 4.02( .85) | 4.48( .69) | −5.940*** |
| Activity | 4.08( .78) | 4.37( .74) | −3.792*** |
| Fit | 4.30( .62) | 4.70( .50) | −6.883*** |

**$p<.01$, ***$p<.001$

<Table 11> Design preference of brassiere styles N(%)

| Question | Factor | Korea(n=197) | China(n=200) | $\chi^2$ |
|---|---|---|---|---|
| Design type | No-line | 49( 24.9) | 38( 19.0) | 73.533*** *df*=8 |
| | Sport | 2( 1.0) | 2( 1.0) | |
| | Mould | 117( 59.4) | 60( 30.0) | |
| | Body compensation | 18( 9.1) | 89( 44.5) | |
| | Nude | 3( 1.5) | 1( 0.5) | |
| | Belt | 8( 4.1) | 5( 2.5) | |
| | Tape | 0( 0.0) | 3( 1.5) | |
| | Strapless | 0( 0.0) | 1( 0.5) | |
| | Others | 0( 0.0) | 1( 0.5) | |
| Wire existence | Wire | 161( 81.7) | 186( 91.1) | 11.459*** *df*=1 |
| | No-Wire | 36( 18.3) | 14( 7.0) | |
| Cup height | Full | 36( 18.3) | 57( 28.5) | 12.642** *df*=2 |
| | Three-quarters | 158( 80.2) | 131( 65.5) | |
| | Half | 3( 1.5) | 12( 6.0) | |
| Front-end length | Short | 19( 9.6) | 45( 22.5) | 13.068*** *df*=2 |
| | Normal | 161( 81.7) | 135( 67.5) | |
| | Long | 17( 8.6) | 20( 10.0) | |
| Shoulder strap form | U | 38( 19.3) | 123( 61.5) | 115.204*** *df*=7 |
| | Straight | 159( 80.7) | 56( 28.0) | |
| | H | 0( 0.0) | 1( 0.5) | |
| | Y | 0( 0.0) | 3( 1.5) | |
| | X | 0( 0.0) | 4( 2.0) | |
| | Backless | 0( 0.0) | 7( 3.5) | |
| | Vest | 0( 0.0) | 5( 2.5) | |
| | Others | 0( 0.0) | 1( 0.5) | |
| Band type | No-band | 72( 36.5) | 36( 18.0) | 39.975*** *df*=3 |
| | Nature | 111( 56.3) | 107( 53.5) | |
| | Lace | 12( 6.1) | 35( 17.5) | |
| | Long | 2( 1.0) | 22( 11.0) | |
| Fastening | 1 hook 3 eye | 14( 7.1) | 8( 4.0) | 124.625*** *df*=4 |
| | 2 hook 6~4 eye | 167( 84.8) | 71( 35.5) | |
| | 3 hook 9 eye | 10( 5.1) | 93( 46.5) | |
| | 4 hook 12 eye | 4( 2.0) | 27( 13.5) | |
| | Others | 2( 1.0) | 1( 0.5) | |
| Closure location | Back | 164( 83.2) | 185( 92.5) | 8.877* *df*=2 |
| | Front | 33( 16.8) | 15( 7.5) | |
| Color | Black | 66( 33.5) | 85( 42.5) | 41.518*** *df*=13 |
| | Pink | 18( 9.1) | 28( 14.0) | |
| | Skin | 85( 43.1) | 39( 19.5) | |
| | White | 13( 6.6) | 20( 10.0) | |
| | Others | 15( 7.7) | 28( 1.5) | |
| Total | | 197(100.0) | 200(100.0) | |

*$p$<.05, **$p$<.01, ***$p$<.001

## IV. Conclusion

본 연구는 한국과 중국 20대 여성을 대상으로 설문조사에 의해 유방형태의 차이를 파악하고 브래지어의 착용실태 및 구매실태를 비교분석하였으며 그 결과는 다음과 같다.

1. 한국과 중국 여성의 유방형태, 유방크기, 이상적인 유방형태에 있어 유의차가 나타났으며 자신이 인지하고 있는 유방형태는 한국은 원추형, 중국은 납작형이었으며 이상적인 유방형태로는 양국 모두 반구형으로 나타났다. 자신의 유방크기에 대해서는 중국 여성이 한국 여성보다 자신의 유방크기가 약간 크다고 인식하고 있었으며 양국 모두 자신의 유방에 대한 만족도는 낮은 것으로 조사되었다. 선행연구(Cha & Sohn, 2008)에서 중국 20대 전반 여성의 유방만족도는 약간 불만족은 34.7%, 보통은 28.4%로 대체로 불만족 비율이 높게 나타났다는 연구결과와 비슷한 결과를 보였다. 그러므로 브래지어를 제작할 때는 유방이 커 보이면서 반구형으로 보일 수 있는 디자인 개발이 필요하다고 여겨진다.

2. 브래지어의 착용실태 조사결과, 한국 여성이 중국 여성보다 브래지어 처음 착용연령이 빠른 것으로 밝혀졌고, 양국 모두 유방형태의 드러남 방지와 처짐이나 벌어짐 예방을 위하여 브래지어를 착용하고 있는 것으로 나타났다. 브래지어 착용사이즈는 한국은 75A, 75B, 80B, 중국은 75B, 85B, 80C를 주로 착용하는 것으로 조사되어 중국 여성이 한국 여성보다 가슴둘레와 브래지어 컵 사이즈가 크다는 것을 알 수 있었다. 브래지어의 착용효과로는 한국 여성은 가슴을 모아주는 효과, 중국 여성은 가슴을 받쳐주는 효과라고 응답하였고, 한국 여성은 컵의 크기, 컵의 옆상변 및 날개길이의 맞음새에 대해 높게 평가하였고 중국 여성은 밑가슴둘레, 와이어 너비, 와이어 형태의 맞음새에 대해 높게 평가하였다. 브래지어 착용 시 불편부위로는 양국 모두 비슷하게 어깨끈부위, 앞중심와이어 삽입부위, 컵부위, 겨드랑이부위라고 응답하였으므로 브래지어 생산 시 이 문제점을 개선한다면 좀 더 맞음새를 높일 수 있을 것으로 생각된다.

3. 브래지어의 구매실태 조사결과, 착용감, 사이즈, 활동성, 기능적 보정효과, 재질의 항목에서 양국 모두 높은 점수를 보여 이 항목들이 브래지어 구매 시 중요한 선택 기준임을 알 수 있었다. 브래지어의 디자인 선호도 조사결과, 한국 여성은 몰드형과 노라인형을, 중국 여성은 체형보정형과 몰드형을 선호하며, 양국 모두 와이어가 있으면서 브래지어 컵은 3/4컵, 브래지어 앞중심 높이는 보통높이를 선호하는 것으로 나타났다. 양국 대부분 일자형과 U자형의 날개 스타일과 하변 밴드가 있으며 뒤로 여미는 형태의 스킨색이나 검정색 브래지어를 선호한다는 것을 알 수 있었다.

이와 같이 20대 여성의 유방형태와 브래지어 사이즈, 브래지어의 선호 기능성 등에서 양국 간 차이가 나는 연구결과를 고려하고 브래지어 디자인에 있어서는 양국의 선호 경향이 유사하므로 이를 반영하여 내수 시장은 물론 중국에 진출하려는 국내 이너웨어 브랜드가 중국 시장에도 성공적으로 진입하기 위한 기초자료가 되기를 기대한다. 본 연구는 한국의 서울과 경기지역, 중국의 베이징과 상하이 지역에만 국한되어 연구가 진행되었으므로 연구 결과를 일반화하는 데는 주의를 기울여야 할 것으로 사료된다.

## References

*Apparel news*.(2014, July 28). Innerwear global rising. Retrieved December 10, 2014, from http://www.apparelnews.co.kr

Cha, S. J., & Shin, Kristina.(2011). Hong Kong Chinese breast cathexis and brassiere design preferences. *The Research Journal of the Costume Culture*, *19*(4), 780-793.

Cha, S. J., & Sohn, H. S.(2008). A research on the brassiere preference and wearing status of Chinese women in their 20's. *Journal of Fashion Business*, *12*(2), 72-86.

Cha, S. J., & Sohn, H. S.(2010). The conditions for wearing and purchasing brassieres by Korean women: Based on the female college students in their early 20's. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, *34*(2), 303-317.

Fashion journal.(2011, April 26). China innerwear market. Retrieved December 10, 2014, from http://www.okfashion.co.kr

Fung business intelligence centre.(2013. December). *China apparel industry*. Retrieved December 10, 2014, from http://www.kiet.go.kr

Kim, H. S., & Kim, J. M.(2014). A comparative study on the bra wearing awareness and preferences between Korean and American women in their 30s. *Korea Design Forum*, *44*, 407-416.

Kim, J. M.(2013). Classification of breast types through 3D human body scan data and brassiere construction by utilizing functional components: A focus on women in their 30s. Unpublished doctoral dissertation, Konkuk University, Seoul, Korea.

Kim, Y. W., & Lee, M. J.(2001). Survey on wearing brassiere conditions in 20's female. *Living Science*, *7*, 69-78.

Lim, J. Y.(2004), A survey on the wearing conditions for the improvement of wearing comfort of brassiere. *Journal of the Korea Society for Clothing Industry*, *6*(4), 455-460.

Nam, Y. R., Kim, Y. J., & Choi, H. S.(2014). A comparative of satisfaction for body and perceived body types in accordance with clothes preference between Korean and Chinese female college students. *Journal of the Korean Society of Costume*, *64*(5), 108-124.

Oh, S. Y., Choi, H. S., & Yi, K. H.(2006). A survey on the actual wearing condition for the improvement of fit of brassiere. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, *30*(10), 1378-1388.

Pan, H. Y., Choi, J. M., Kweon, S. A., & Sohn, B. H.(2009). A study on the wearing and preferences of brassiere for female college students. *Korea Living Science Association*, *18*(5), 1093-1101.

Sohn, B. H., & Kweon, S. A.(2012). A survey on wearing of brassieres according to body and breast type of college women. *Journal of the Korea Society of Clothing and Textiles*, *36*(8), 791-801.