

女大学生羽绒服消费现状调研与分析

刘金焕,阮亚雯,王迪,郑攀*

(河南科技学院服装学院,河南省新乡市 453003)

摘要:为了解女大学生羽绒服消费现状,设计了调查问卷,对郑州、新乡等河南地区高校女大学生进行实地和网络问卷调研,统计分析调研结果,以期为羽绒服产品的设计创新及销售提供参考。

关键词:女大学生;羽绒服;消费行为;调研

中图分类号:TS941.7

文献标识码:A

文章编号:1673-0356(2017)08-0044-03

采用天然纤维羽绒作为填充保暖料的羽绒服,以其轻柔保暖、绿色环保、价格适中等优良特点而深受广大消费者的喜爱,使其成为人们秋冬季节御寒保暖的必备服装^[1]。羽绒服市场的全球化、多元化、快时尚化发展,以及全球气候变暖的形势影响,人们对羽绒服的需求也向着时尚化、个性化、多样化、文化化方向发展,而大学生文化层次较高、消费概念前卫,特别是90后女大学生,更有着女性独有的审美观和时尚嗅觉,她们的时尚追求代表着羽绒服市场需求的主要方向。同时,随着高校的不断扩招,数量不断增加的女大学生终将成为服装市场消费的主力军,在羽绒服市场上占据着重要地位。选取20~25岁在校女大学生作为调研对象,通过研究其消费行为和需求,以期为服装企业羽绒服款式开发和市场开拓营销提供参考。

1 调研基本信息

调研对象为河南新乡、郑州等地区20~25岁在校女大学生,调研方法为实地问卷调查和问卷星网站调查^[2]相结合的方法,实地调研地点主要集中在新乡大学城,郑州及其他地区则采用问卷星网络调查。为了保证问卷填写的准确性,在问卷设计中针对一些专业名词多采用图例的方式呈现或在调研过程中进行解释^[3],如落肩袖、驳领等。

调研过程中实地调研共发放问卷350份,回收有效问卷348份;网络调研回收有效问卷116份,有效调查问卷共计464份,有效调查问卷率为99.6%。

2 调研结果及分析

2.1 消费信息

调研对象羽绒服拥有数量如表1所示,拥有2件羽绒服的人数最多,占34.48%;其次是1件,占27.59%;拥有4件及以上羽绒服者占14.66%;拥有3件羽绒服的女大学生人数占12.93%,0件占10.34%,人均拥有件数为1.94件,拥有率不是很高。这主要是由于羽绒服的制作成本较高、售价较贵,而女大学生消费者经济来源主要来自父母,购买能力有限^[4],他们所购买的羽绒服价格多在200~300元(47.41%)和300~400元(36.21%)之间。此外还与所调研地区冬季生活环境相关。

羽绒服购买渠道如图1所示,所调研地区64.66%的女大学生认为在商场购买羽绒服质量有保证而且可以试穿,53.45%的女大学生选择网购,43.1%的女大学生在羽绒服专卖店购买。从这组数据不难看出,商场是女大学生购买羽绒服的主要渠道,同时,网购正在逐渐成为其购买羽绒服的又一重要渠道^[5]。

表1 羽绒服拥有数量

选项	人数	占比/%
没有	48	10.34
1件	128	27.59
2件	160	34.48
3件	60	12.93
4件及以上	68	14.66

2.2 设计要素

2.2.1 设计风格

在调研问卷中,针对羽绒服设计风格特点列举时尚流行型、轻薄型、运动休闲型、加厚型、传统保暖型和无所谓型等6个选项,通过如图2的调研结果显示,78.45%的女大学生喜欢时尚流行型风格的羽绒服,41.38%喜欢轻薄型羽绒服,运动休闲型羽绒服受到39.66%女大学生的追捧,传统保暖型和加厚型羽绒服受喜欢程度相对较低,占比分别为12.07%和8.62%。由此可见,女大学生天生爱美且向往自由,时尚流行和运动休闲风格的羽绒服更容易被其接受,这也为羽绒

收稿日期:2017-06-21;修回日期:2017-06-27

基金项目:河南科技学院校级大学生创业训练计划项目“基于中原文化特色的羽绒服款式开发”(201610467051)

作者简介:刘金焕(1994-),女,本科在读,主要研究方向:服装设计与工程。

*通信作者:郑攀(1985-),女,硕士,讲师,主要研究方向:服饰文化, E-mail:zhengpa913@163.com。

服设计、生产和销售提供了方向。

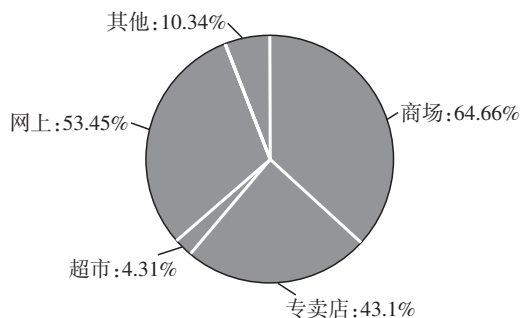


图1 羽绒服购买渠道

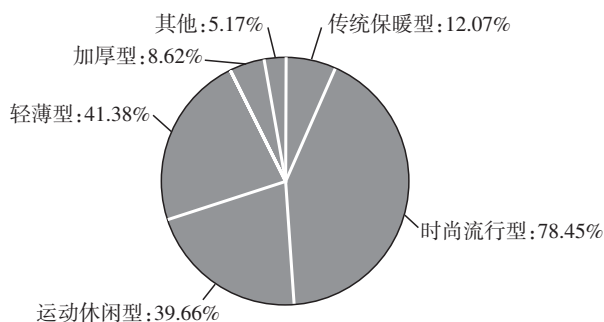


图2 羽绒服设计风格

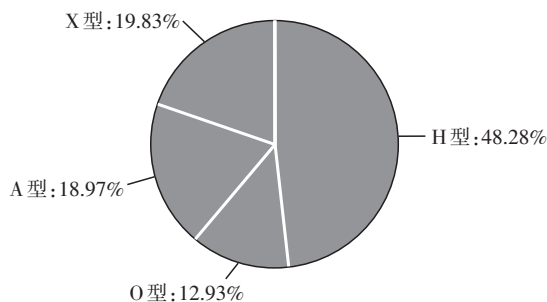


图3 羽绒服廓形

2.2.2 款式

羽绒服廓形主要有A型、X型、H型、O型、T型、S型等几种,其中以A型、X型、H型、O型最为常见,对其在女大学生消费者中的受欢迎程度进行调研,调研结果如图3所示。H型羽绒服受欢迎程度最高(48.28%),其次为X型(19.83%)和A型(18.97%),O型占比最少,这是由女大学生的消费心理和所喜欢羽绒服的风格决定的。

羽绒服款式长短可划分为超短款(衣长至腰部)、短款(衣长至臀部)、中长款(衣长至大腿部)、长款(衣长至膝盖处)、超长款(衣长至脚踝处)等几种。在校女大学生选择中长款羽绒服作为冬季保暖服装的人数较多,占比44.83%,因为中长款保暖又百搭。其次是短款,选择人数占总人数的27.59%,选择这部分的女大学生认为这种衣长至臀部的长度轻便、利索,特别是对

于取暖措施很好的地区和矮小个子的女生来说是首选。

2.2.3 色彩

羽绒服装常见色彩为两大色系:以黑、灰、藏蓝为代表的深暗色系和以白、黄、粉红为代表的浅亮色系,由统计数据不难看出,女大学生虽然爱美丽、追求时尚,但碍于羽绒服不易清洗,以致于她们更多无奈地选择深暗色系,其中黑色占67.24%,其他深暗色占35.34%,其次是白色占25%,而浅亮色占23.28%,红色占18.97%,黄色占6.03%。那么对于羽绒服生产企业来说,需要根据女大学生羽绒服色彩需求情况进行相应的设计和生,同时,进行浅亮色系防污面料的开发将会有很大的市场潜力。

2.3 设计细节

2.3.1 图案与拼接

羽绒服的组合拼接形式主要有:单一色彩同一面料的纯色净面;不同颜色面料拼接而成的拼色;拼接毛呢、针织、皮革等的异料拼接;拼接刺绣、印花和贴布等图案形式。调研结果显示55.17%的在校女大学生比较喜欢纯色净面的羽绒服,不太喜欢拼色羽绒服,仅有11.21%选择拼色羽绒服。但是喜欢刺绣图案拼接的占13.79%,喜欢拼接毛呢、针织、皮革等异料的占12.07%。因此,羽绒服生产企业可以针对女大学生羽绒服拼接、图案喜好特点以及追逐潮流、求新求异心理,研发拼接方式、形式和图案创意新颖的羽绒服,以迎合女大学生穿着需求。

2.3.2 领型与袖型

近几年市场上常见的羽绒服领型主要有无领、立领、翻领、立领+可拆卸帽、连帽领、衬衫领、驳领、棒球衫领等,以此为选择对象对在校女大学生进行羽绒服领型偏好调研。调研结果显示,连帽领款式羽绒服最受喜欢,有34.48%的女大学生选取,她们认为这种领子动感、休闲,而且保暖。其次是立领+可拆卸帽,选择比例为31.9%,这种领子保暖性高,灵活性好。对于近两年流行的棒球衫领、驳领等时尚领型,虽保暖防风性上略显不够,但紧跟流行趋势,深受时尚的在校女大学生喜欢,占比分别为21.55%、14.66%,逐渐追赶并赶超传统领型,如翻领(21.55%)、衬衫领(12.93%)、立领(12.07%),如图4所示。

调研主要从肩部对羽绒服袖型进行考量,主要设置平肩袖(正常肩点装袖)、落肩袖、插肩袖3个选项。调研结果如图4所示,45.69%的女大学生倾向于选择普通平肩袖羽绒服,她们认为这样袖型的羽绒服比较经典,好搭配,不挑身材。32.76%喜欢插肩袖,认为这种袖型运动休闲,适合年轻人。对于近两年来流行的

落肩袖喜欢的相对较少,占比 21.55%,原因是多数女大学生虽追逐时尚但更趋向于理性消费,她们认为这种袖型易显肩宽,虽是流行但并不适合自身。

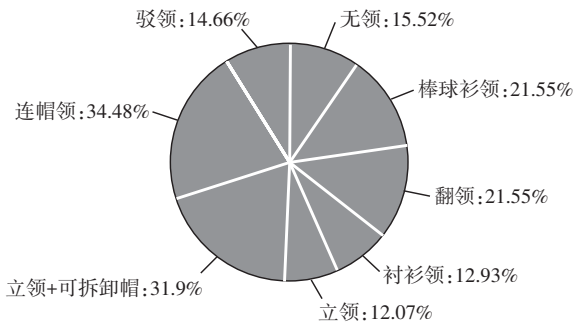


图 4 羽绒服领型

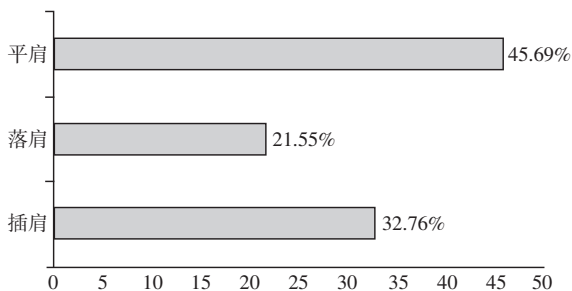


图 5 羽绒服袖形

3 市场满意度

随着新型材料的研发,科技水平的提升,人们对羽绒服的要求越来越高。根据市场调研结果显示,63.79%的女大学生消费者认为目前市场上羽绒服款式雷同、无特色;50.86%认为羽绒服过于臃肿、不时尚;37.93%对羽绒服的面料不够满意^[6],他们认为应将高科技面料应用于日常服装中,如防油污、防细菌病毒等面料;37.93%对羽绒服的图案不够满意,认为目前市场羽绒图案无新意;此外还有部分女大学生认为

市场羽绒服存在钻毛(28.45%)、不保暖(20.69%)、色彩单一(19.83%)等不满意的问题。

4 结语

在校女大学生文化程度较高,接受新事物能力强,追逐时尚和流行,是消费大军中最具潜力的消费群体。通过对在校女大学生羽绒服装消费市场的调研与分析,了解到受生活和学习环境影响,在校女大学生每年购买羽绒服数量为 2 件居多,网购所占比例较大,在选购过程中比较重视羽绒服款式、价格、色彩、面料、设计细节及功能性,对市场满意度不高,认为市场羽绒服款式雷同、不时尚、高科技面料应用少、图案无新意、保暖功能性差等。

针对在校女大学生对于羽绒服的消费行为和意向,生产企业与设计师要在充分了解女大学生消费与审美心理的基础上,紧跟时尚潮流,创新应用高科技,设计和开发出让女大学生满意的羽绒服款式。销售企业要根据女大学生消费群的消费心理和特点,合理定位营销策略,满足女大学生羽绒服消费需求。

参考文献:

[1] 郑攀.羽绒防寒服保暖性能影响因素分析[J].轻工科技, 2015,(6):106-107.
 [2] 武利利,郑攀.大学生羽绒服网络消费行为分析[J].辽宁丝绸, 2015,(4):48-49.
 [3] 马春艳.基于问卷调查的高校学生针织毛衫设计与分析[J].北京服装学院学报, 2016,36(1):37-45.
 [4] 陈美.天津地区男大学生衬衫消费需求分析[J].天津纺织科技, 2016,(4):78-80.
 [5] 张技术.山东地区女大学生文胸消费状况的调研与分析[J].针织工业, 2014,(2):62-65.
 [6] 李玲艳,李敏.上海市松江大学城大学生“正装”消费行为[J].服装学报, 2017,2(1):84-89.

Investigation and Analysis of Down Apparel Consumption Status of Female College Students

LIU Jin-huan, RUAN Ya-wen, WANG Di, ZHENG Pan*

(College of Fashion, Henan Institute of Science and Technology, Xinxiang 453003, China)

Abstract: In order to know the consumption situation of down apparel of female college students, an investigation questionnaire was designed. The field and online questionnaire survey was conducted among female college students in Zhengzhou, Xinxiang and other Henan areas. Investigation results were analyzed to provide some suggestions for the design innovation and sales of down apparel.

Key words: female college student; down apparel; consumer behavior; survey