

文章编号: 1673-3851 (2012) 01-0057-04

杭州大学生健美操服消费行为研究

贺文娟, 阎玉秀, 易 秀

(浙江理工大学服装学院, 杭州 310018)

摘 要: 采用问卷调查、数据统计分析等方法研究杭州大学生健美操服的消费心理与消费行为。结果显示: 杭州大学生购买健美操服装时比较喜欢的购物场所为专卖店和百货商场等; 购买决策因素首选整体舒适性、款式造型和整体美观性等质量因素; 购买健美操服时倾向的价位为 200~300 元; 倾向的服装信息来源途径为电视广告、朋友推荐等; 喜欢的颜色为鲜艳色调, 喜爱的装饰因素为印花等。

关键词: 健美操服; 消费行为; 杭州大学生

中图分类号: F407.86 **文献标识码:** A

0 引 言

随着体育事业的蓬勃发展,健美操作为高校体育主干课程之一受到无数大学生的喜爱。在我国各种运动服装的选择中,健美操服装成为他们的首选。近年来,我国运动服饰市场每年以 40% 的速度增加,同时国际著名运动品牌先后涌入国内,加剧了我国运动品牌之间的竞争^[1]。在这竞争激烈的市场环境中,我国运动服装品牌可以通过细分市场,对特定消费群体进行有关产品开发设计、制定价格和销售策略,推出满足大学生需求的健美操服来提高市场占有率。

国内外学者对健美操服装的研究主要是有关服装的美学、舒适性、功能性等方面。邓伟等^[2]从色彩学和设计学角度对竞技健美操服装的色彩进行了研究;耿毓^[3]通过运用内衣基型法,从满足健身服的贴体性、塑身性等角度出发,对健美操服装进行了款式设计。有关大学生消费行为学的研究则主要针对休闲服装、运动服装或流行性服装展开。阎玉秀等^[4]研究了浙江女大学生对休闲服装的消费行为,朱寒宇^[5]研究了杭州青少年运动服装消费行为。

本文从分析大学生对健美操服的消费心理与消费行为出发,研究影响大学生购买健美操服时的主要

因素,为企业制定健美操服装的开发策略提供参考。

1 研究方法

1.1 调查方法

本次实验采用问卷调查方式,共发放 150 份问卷,剔除不合格问卷,实际回收有效问卷共 135 份,符合数理统计中的大子样抽样数量的要求。

1.2 调查对象

调查对象为浙江理工大学、杭州电子科技大学、浙江工商大学和浙江财经学院等高校大学生。其中,女性 72 人(占 53.3%),男性 63 人(占 46.7%)。按学生专业统计,其中文科人数 29 人、工科 35 人、理科 38 人、艺术类 33 人,分别占总人数的 21.5%、25.9%、28.1%、24.4%。被调查大学生的性别分布均匀,学科分布广泛,能比较真实地反映大学生的基本情况。

1.3 调查内容

调查内容由个人基本情况和消费行为两部分组成。个人基本情况包括性别、年龄、月消费额等。消费行为包括购物场所、购买服装决策因素、购买服装价位倾向、购买服装信息来源、体操服颜色偏好和装饰因素等内容。

1.4 分析方法

将调查所得的数据通过 SPSS 统计软件进行处理。采用频数统计、平均值、标准偏差等方法分析。

衡量大学生的消费心理通过五级量表进行评分,对调查项进行评定为“很不喜欢”(1分)，“不喜欢”(2分)，“一般”(3分)，“喜欢”(4分)，“非常喜欢”(5分),然后求平均数和标准偏差,并按照排序进行分析。平均值越高说明大学生对该调查项目喜欢的程度越高,同时标准偏差反应了调查对象的想法是否一致,标准偏差值越小,观点就更具有一致性。

2 结果与分析

2.1 大学生的基本情况分析

由于大学生经济尚未独立,消费水平具有一定的局限性,月生活费在一定程度上会影响他们对健美操服的选择。因此对被调查大学生的基本情况采用单变量频数分析^[6],统计结果见表1。表1可以看出,大学生可支配的月消费绝大多数在500~1000,其次为1000~1500元。

表1 被调查大学生消费水平基本情况

月消费额/元	人数	百分比/%
≤500	17	12.6
>500~1000	96	71.1
>1000~1500	19	14.1
>1500	3	2.2

2.2 健美操服购买行为

对大学生购买健美操服装的消费行为进行分析。本文主要从分析大学生的消费场所、购买决策因素、价位等信息来分析消费行为。同时,消费动机是服装消费行为心理分析中的一个很重要的方面^[7]。通过比较和随机访谈来进一步了解影响消费行为的消费动机。

2.2.1 大学生购买健美操服对场所的喜爱程度分析

该问项调查了大学生在购买健美操服时对各购物场所的喜爱程度。本题采用的是五级量表对各购物场所的喜爱程度进行赋值,平均分值越高,说明喜爱程度越高。标准偏差越小,说明被调查者观点越一致。大学生通常选择的购物场所主要有6种,按照表征喜爱程度的平均值从大到小的顺序对购物场所进行排序,结果见表2。分析表2得出:大学生购买健美操服时最喜爱的场所是专卖店,接着是百货商场。这说明具有一定经济来源的大学生喜欢光顾专卖店、大型商场。

表2 购买健美操服场所喜爱程度分析

场所	喜爱程度均值	标准偏差	次序
专卖店	3.81	1.36	1
百货商场	3.68	1.17	2
普通服装店	3.14	0.85	3
网上店铺	2.73	0.94	4
超市	2.68	0.98	5
批发市场	2.55	1.12	6

随机采访得知,这部分被调查者认为专卖店的健美服装质量更加值得信任,同时款式设计更为时尚新颖。而普通服装店、网上店铺、超市、批发市场虽有价格便宜、品种丰富的优势,但由于服装质量参差不齐,不能得到保证,且缺少良好的购物环境,所以较少受到大学生的青睐。分析标准偏差得出,较其他购物方式而言,选择专卖店购物的离散程度最大,观点较不一致。

2.2.2 大学生购买健美操服时的决策因素分析

芬兰学者 Cronroos 认为,影响顾客感知质量有三个方面的因素:产品质量、服务质量和品牌形象。针对健美操服的产品特点,在不考虑人的形态尺寸变化的条件下,影响大学生购买健美操服的因素主要与表3所列的15个变量有关^[8]。

表3 购买健美操时的决策因素分析

因素	平均值	标准偏差	排序
整体舒适性	3.930 3	0.553 9	1
款式造型	3.813 3	0.685 1	2
整体美观性	3.779 1	0.519 6	3
吸湿透气性	3.676 3	0.567 2	4
弹性	3.531 1	0.505 7	5
价格	3.502 2	0.611 2	6
颜色	3.480 7	0.571 4	7
面料	3.459 3	0.648 1	8
制作工艺	3.457 8	0.685 1	9
图案	3.434 1	0.723 5	10
购物环境	3.385 2	0.838 0	11
售后服务	3.324 4	0.909 8	12
品牌形象	3.267 4	0.864 3	13
折扣	3.161 5	0.917 1	14
产品包装	2.896 3	0.920 4	15

统计大学生在调查表中对五级量表的打分数,结果见表3。表3可见,大学生在购买健美操服时优先考虑的前五位因素为整体舒适性、款式造型、整体美观性、吸湿透气性和弹性。观察得知,所有服装内在质量因素的平均值均排序在前五位,说明大学生在购买健美操服时对服装的质量、性能较为注重。购买健美操服决策因素的选择也符合大学生优

先选择质量具有保证的专卖店和百货商场的结论。同时,大学生对款式造型和整体美观性也较为注重,这主要是考虑到健美操服装具有集运动与艺术于一身的特点。平均值排在后 5 位的多为产品的其他影响因素,包括购物环境、售后服务、品牌形象、折扣和产品包装等,说明大学生购买健美操服时受这些因素的影响较小。

观察标准偏差值,标准偏差值最小的为弹性因素,说明大学生不仅注重健美操服的弹性,而且关注程度最为一致;其次为整体美观性、吸湿透气性和颜色,说明大学生对这些因素的关注程度较为一致。

标准偏差值最大的因素为产品包装,说明大学生对这个因素的关注度不一致,具有一定的离散型。其次为折扣、售后服务和品牌形象。

2.2.3 大学生购买健美操服的价位倾向分析

图 1 可见,大学生购买健美操服选择的价位如下:单价在 200~300 元的最多,比例为 65.9%;其次为 300~400 元,比例为 16.3%;这也与大学生倾向选择专卖店与百货商场相符合。调查发现,有 75.6% 的大学生认为,健美操服装属于表演与竞赛用服装,愿意支出较高的费用来购买质量有保证且具有美观性的健美操服。

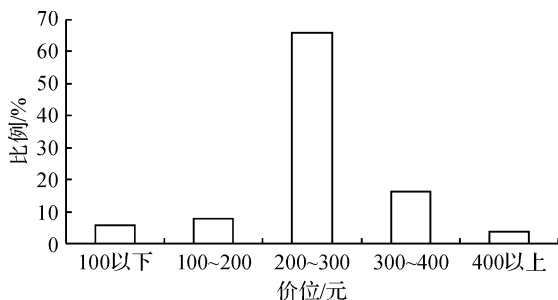


图 1 大学生购买健美操服的价位频率分布

2.2.4 大学生购买健美操服的信息来源分析

对于大学生购买健美操服装的主要信息来源,问卷列出常见的 8 个主要信息途径,被调查者可进行多项选择,选出自己主要获得信息的几个途径。有关大学生购买健美操服装信息来源的频数分布如图 2 所示。

由图 2 可见,电视广告是大学生购买健美操服时最主要的信息来源途径,其次为朋友推荐和商场海报、陈列。由于健美操服是专业性的运动服装,不同于购买一般性运动服饰,购买一般性运动服饰的主要信息来源为报刊杂志^[5]。同时,大学生通过网络和时装杂志获得健美操服装信息的人数也相对较多,这部分人认为通过网络和杂志对选择不同健美

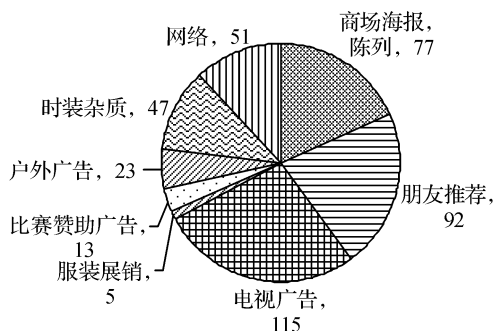


图 2 大学生购买健美操服信息来源

操服显得较快捷方便。然而,大学生较少通过服装展销和比赛赞助广告的途径获得健美操服装的信息。因此,运动服装品牌企业可以依据不同信息途径受关注的程度不同,有选择地进行广告宣传的投入,促进大学生健美操服购买行为的实现。

2.2.5 大学生购买健美操服颜色偏好分析

在人们的视觉感知接受过程中,服装的色彩信息传递情感最深,视觉冲击力最大,而且最具美感吸引力,是影响运动服美观性的一个重要因素。依据健美操运动的表演特性,分析大学生倾向选择的色调就显得十分必要。体操服色调可分为鲜艳、深沉、浅色和其他色调,调查结果如图 3 所示。

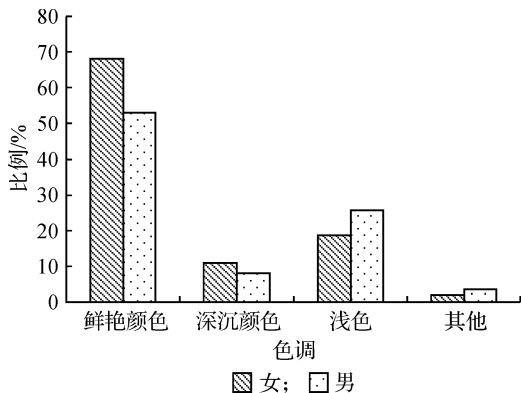


图 3 大学生购买健美操服色调偏好分布

从图 3 可以看出,男性和女性在健美操服的色调选择中都更倾向于鲜艳色调,其中 68.1% 的女性和 52.9% 的男性认为在健美操运动项目中,鲜艳的色调更能表达出健美操运动员的思想感情与精神风貌,体现出健美操的运动性和艺术性的双重特点,展现出动感、青春的特征。

2.2.6 大学生偏爱的健美操服装饰因素分析

由于大学生在购买健美操服时最注重的因素包括款式造型,整体舒适性和整体美观性,而健美操服的装饰因素对三者影响较大。经调查,体操服的装饰因素主要分为珠片装饰、刺绣装饰、简洁无装饰、印花装饰及其他,调查结果如图 4 所示。

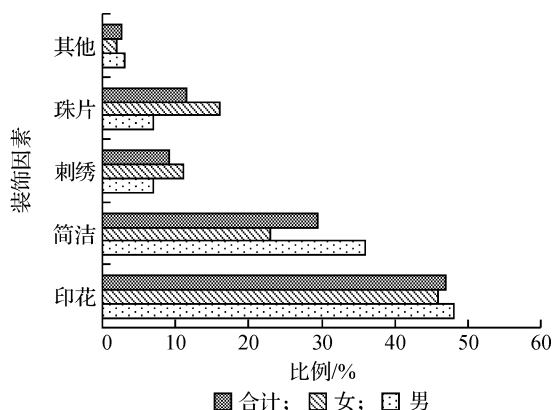


图4 大学生倾向的健美操服装饰因素分布

图4显示,男性和女性在考虑健美操服的装饰因素时都倾向于印花装饰,其次是简洁无装饰。这说明,在表达健美操服艺术性特点中,印花装饰更受青睐。在装饰因素的选择中,不同于其他服装为了追求美观性而选择更加亮丽的珠片或者刺绣装饰。通过与被调查者的访谈了解到,印花装饰除了具有图案丰富且美观、色泽亮丽且轻便,还具有不影响舒适性、运动性和透气性等优势。而刺绣与珠片装饰虽较美观,但是与身体接触会产生刺痒感,不利于健美操运动员的比赛发挥,所以较少选择此类装饰。

3 结论与建议

3.1 结论

a)大学生购买健美操服装的主要场所为专卖店和百货商店。

b)大学生购买健美操服装时的主要决策因素为反映服装性能和质量的要素,包括整体舒适性、款式造型、整体美观性,且对于各项属性的重视程度比较一致。

c)大学生在购买健美操服时偏好选择中档价位,即200~300元健美操服。

d)大学生获得健美服装信息的主要途径包括电视广告、朋友推荐和商场海报、陈列。

e)大学生倾向购买具有鲜艳色调的健美操服,在服装装饰方面喜爱印花装饰。

3.2 建议

a)运动服装企业在开发健美操服时首先要考虑舒适性和款式造型,提高产品的功能性和创新性。

b)运动服装企业在具体开发健美操服时,应该综合考虑健美操运动项目兼具运动性与艺术性的特征。在进行产品款式设计时,合理选择服装的颜色(如鲜艳色调)和款式装饰(如印花装饰),达到既美观又舒适的目的,避免忽略健美操服舒适性的需求,而一味追求美观。

c)运动服装企业在将产品投放市场时,应制定合理的销售价格、有针对性地选择卖场,以及制定最有效的广告宣传策略。

参考文献:

- [1] 张慧,戚其慧. 运动服装中外品牌各领风骚[N]. 市场报, 2003-08-04.
- [2] 邓伟,谢培. 关于竞技健美操服装色彩运用的思考[J]. 体育世界:学术版, 2009(9): 88-89.
- [3] 耿毓. 女性内衣基型法设计与应用的研究[D]. 天津: 天津工业大学, 2008.
- [4] 阎玉秀,金子敏. 浙江女大学生消费行为的研究[J]. 东华大学学报:社会科学版, 2008, 8(4): 311-315.
- [5] 朱寒宇. 杭州青少年运动服装消费行为研究[J]. 浙江理工大学学报, 2009, 26(1): 65-69.
- [6] 余建英,何旭宏. 数据统计分析与SPSS应用[M]. 北京: 人民邮电出版社, 2003: 81-82.
- [7] Solomon MR, 卢泰宏. Consumer Behavior: Buying, Having and Being[M]. 北京: 电子工业出版社, 2006: 173.
- [8] 孔媛,朱秀丽. 大学生对休闲服装感知质量的分析[J]. 浙江理工大学学报, 2006, 23(3): 307-309.

Study on the Behavior of Aerobics Clothing Consume of College Students' in Hangzhou

HE Wen-juan, YAN Yu-xiu, YI Xiu

(School of Fashion, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou 310018, China)

Abstract: This paper studies the behavior of aerobics clothing of college students in Hangzhou. By the way of detailed questionnaire and statistics analysis, the survey gets the conclusion that the preferred shopping site is franchised store and the department store, factors influencing consumers' purchase are comfort, style and artistry, price choice is during 200~300RMB, information sources are TV AD and friends' recommendation, color selection is live color and decorative element is printing.

Key words: college students; aerobics clothing; consumer behavior

(责任编辑: 张祖尧)