

## 중국 상해지역 여대생의 진 팬츠 착용 실태와 구매 행동에 관한 조사 연구

박진영<sup>†</sup> · 손희순  
숙명여자대학교 의류학과

### A Research on the Jean Pants Wearing Conditions and Purchase Behavior of Female University Students in Shanghai of China

Jin-Young Park<sup>†</sup> and Hee-Soon Shon

Dept. of Clothing and Textiles, Sookmyung Women's University  
(2006. 4. 12. 접수; 2006. 6. 12. 채택)

#### Abstract

The purpose of this research is to offer basic data for Jean Pants by investigating the wearing conditions and behavior of female university students in Shanghai of China.

The questionnaire was administered to 426 female university students in Shanghai of China. The data was analysed by percentage, mean and frequency. The result of the survey can be summarized as follows :

First, The university students women is found to be wearing the blue jean three to four days weekly and the best preferred blue jean is of the straight style with the tight covering the foot bottom. Second, when they purchase their jean pants, the factor of decision was fit and design - style.

*Key words: jean pants(진 팬츠), wearing conditions(착용 실태), purchase behavior(구매 행동).*

#### I. 서론

사회 구조가 복잡해지고 역원이 다양 다변해짐에 따라 현대인의 복식관도 캐주얼화를 선호하고 개성화를 추구하는 경향을 보이고 있다. 이에 복식의 착용에서 성차와 연령차가 없어짐에 따라 진 팬츠의 착용이 증대되고 있다<sup>1)</sup>.

진 팬츠는 연령, 성별, 계절, 신분, 국적에 관계없이 누구나 손쉽게 입을 수 있는 아이템 중의 하나이다.

고도 산업 사회에 접어들면서 근무복의 자용화 그리고 경제적으로 여유보워지고 삶의 질을 높이려는 의식이 커지면서 레저생활에 대한 관심이 증폭되고, 자유와 심플함을 갈망하는 소비자 의식이 확산되면서 자연스럽게 진 팬츠를 입을 기회가 많아지게 되었다<sup>2)</sup>.

중국 의류 시장은 전 북종에 걸쳐 캐주얼 바람과 건강한 친환경 소비 '웰빙'에 맞춰지고 있다<sup>3)</sup>. 캐주얼 시장은 중국 패션 산업 분야에서 가장 큰 시장을 형성하고 있다. 1990년대부터 시작된 캐주얼 의류의 발전은 중국 의류 산업에 큰 영향을 안겨다 주었으며

<sup>†</sup> 교신저자 E-mail : pjydrress@hanmail.net

1) 이주영, "신세대 여성의 진바지 착용 실태와 정보원 환용에 관한 연구," *한국 의류학회지* 20권 2호 (1996), pp. 336-349.

2) 정선희, "정바지 패턴 및 그레이딩에 관한 연구" (부산대학교 대학원, 석사학위논문, 2003).

3) *한국섬유신문*, 2004년 9월 2일 p. 2.

빠른 속도로 중국 전 지역을 석권하며 중국 소비자들의 패션에 대한 관심과 미적 취향에 큰 변화를 주었다. 중국의 캐주얼 의류 브랜드는 점차 중국 의류 산업에서 주도적인 위치를 차지하고 있으며 현재 중국 캐주얼 의류의 판매량은 전체 의류 산업의 약 18%를 차지한다<sup>4)</sup>.

중국 의류 상품의 판매량은 대부분 전년보다 성장하여 이중 남성 정장 29.2%, 티셔츠 31.8%, 여성복 24.1%, 아동복 19.7%, 진의류 13.1%, 재킷 32.3%, 캐시미어/울셔츠 4.8% 증가하였다<sup>5)</sup>. 하의는 캐주얼 팬츠나 진 팬츠 등 팬츠 착용을 선호하였다<sup>6)</sup>.

이러한 중국 패션 시장의 급격한 환경 변화 속에서 우리나라는 1992년 한·중 수교 이후 2005년 무역 규모가 처음으로 1,000억 달러 관문을 돌파하여 1,119.9억 달러에 도달하였다. 한국은 EU, 미국, 일본, 아세안 다음으로 여섯 번째이며 중국과의 무역 규모가 1,000억 달러가 넘는 국가가 되었다<sup>7)</sup>. 중국 의류 시장에 대한 정확한 정보 수집 및 연구의 미비로 고가 시장 제품은 패션 선진국에 선점되었고 한국이 공략하던 중·저가 시장은 중국 자국산 패션 제품의 품질 향상으로 점차 경쟁력을 잃게 되어 2000년도 전반까지 한국 패션 업계의 중국 내수 시장 진입은 매우 어려운 실정이다<sup>8)</sup>. 그러나 현재 한국 패션 업계는 내수 불황을 타개할 대책 마련으로 중국 패션 시장을 선택했고 그곳에서 성공하기 위해서 저가 시장에서 중점을 두었던 진출 전략을 고가 시장으로 수정하고 있다<sup>9)</sup>.

중국 소비 시장이 명품화 및 브랜드화로 진전된 것이 사실이나 아직도 패션 상품에 대해서는 상품의 품질과 몸에 잘 맞는 제품을 선호하고 있다. 이러한

경향은 중저가 캐주얼 제품이나 브랜드력이 높은 스포츠웨어에 더 높은 경향을 띄고 있다. 한편 중국 소비자들이 느끼는 한국 제품에 대한 품질력과 신뢰도는 점차 낮아지는 경향을 보이고 있다<sup>10)</sup>.

이러한 가운데 중국 시장에서 성공하기 위해서는 중국의 자연·문화·환경에 대한 이해와 중국 소비자 특성을 파악할 수 있는 시장 세분화 변수를 선별해야 하며, 명확한 포지셔닝 전략을 바탕으로 일관된 세부 전술을 수행해야 한다. 품질과 맞춤새에 대한 경쟁력을 높여야 하고 패션 시장별로 가격 전략과 함께 마케팅 활동을 적극적으로 해야 한다. 또한 중국 수출용 의류 제품의 근본적 문제점인 의류 제품의 신체 적합성이 도외시되고 있는 실정이므로 한국과 중국 성인 여성의 연령별·지역별 체형의 차이에서 오는 신체 적합성의 문제점을 파악하는 것이 필요하다<sup>11)</sup>.

또한 국내 기업들이 무한한 성장 잠재력을 갖고 있는 중국이라는 거대한 시장에서 다른 국가 기업들과 치열한 경쟁에서 우위를 확보하려면 제품력을 위한 대응 방안과 전략에 대한 체계적이고 분석적인 연구가 매우 필요하다. 국내 여성복 기업들이 고부가가치의 대중국 수출용 여성복을 개발하기 위해서는 중국인의 체형에 대한 철저한 조사 분석, 소비권역별 체형에 맞는 패턴 개발, 창의적이고 차별화된 디자인 개발을 통한 상품력 강화, 생산 기지 현지화에 의한 원가 절감 및 기동성 확보, 표적 시장 세분화에 의한 판매 효율 극대화, 장기적 투자 전략에 의한 독자적인 마케팅 경로 개발 등이 필요하다<sup>12)</sup>.

현재까지 중국 성인 여성으로 대상으로 한 선행 연구는 소비자 구매 실태<sup>13,14)</sup>, 체형 특성<sup>15-18)</sup>, 의류

4) 어패럴뉴스, “중국패션시장을 잡아라,” 2005년 11월 21일, 12면 ; available from WorldWideWeb@appnews@apparelnews.co.kr

5) 국제섬유신문, 2005년 1월 24일 제561호, p. 7.

6) 국제섬유신문, 2005년 1월 10일 제 559호 p. 15 (한국패션협회).

7) 한국섬유산업연합회, 한중 무역 불균형 3대 원인 ; available from WorldWideWeb@www.kofoti.or.kr/pds/pds-list.php. 2006년 5월 15일.

8) 손희순, 임순, 위혜성, “중국 남성의 스포츠의류 구매실태에 관한 연구,” *패션비즈니스학회지* 6권 4호 (2002), pp. 113-124.

9) 위혜성, “중국 성인여성용 의류치수규격 연구: 북경·상해지역 거주자를 중심으로” (숙명여자대학교 대학원 박사학위논문, 2005).

10) 국제섬유신문, “중국 패션소비 시장 분석 및 대응 전략,” 2005년 1월 10일, 제 559호.

11) 손희순, 위혜성, “중국 성인여성의 Bodice원형 연구-북경·상해지역 거주자를 중심으로-,” *한국패션비즈니스학회지* 7권 5호 (2003), p. 129.

12) 장인식, “중국패션시장의 변화에 따른 대응방안,” *한국의류학회 춘계학술대회 주제 강연* (2002).

치수<sup>19,20)</sup> 등이 있다.

진 팬츠는 다야트가 없고, 피트되는 특징을 가지고 있기 때문에 일반 바지보다 여유량이 적으며, 높은 맞음새가 요구되지만 현재까지 중국 성인 여성의 하반신 체형에 대한 체형 연구와 진 팬츠에 대한 연구는 전무한 실정이다.

따라서 본 연구는 중국 상해 지역에 거주하는 20대 전반 여성을 대상으로 한 진 팬츠 원형 연구를 위한 선행 연구로서 먼저 진 팬츠 착용 실태와 구매 행동에 관한 조사를 실시하여 소비자의 특성을 이해하고 대중국 수출 국내 진 팬츠 제조업자에게 중국 성인 여성의 소비자 특성에 관한 정보 제공을 목적으로 한다.

## II. 이론적 배경

### 1. 중국의 의류 산업 현황

매년 10%대의 지속적인 성장세를 보이는 잠재 수요 13억 인구의 중국은 국민 일인당 GDP가 지난 2002년 1천여 달러를 돌파하면서 2005년 한 해 중국의 GDP는 18조 2,321억 위안으로 2004년보다 9.9%로 증가하였고 전년과 비슷한 증가 속도를 보였다<sup>21)</sup>. 오는 2050년이 되면 GDP는 1만 2천 달러로 전망되며 선진국 대열에 합류하게 된다. 특히 상해는 중국 평균보다 4.7배 높은 GDP를 기록하고 있고 북경, 상해,

광주 등 대도시는 소비 지출이 계속 확대되고 있는 추세다.

Credit Suisse First Boston(CSFB)는 최근 한 보고서에서 2004년에 중국 가계 소비는 7,040억 달러에 달하고, 2014년에는 3조 7,260억 달러에 달해 중국의 소비자들이 세계 경제 성장을 이끌어온 미국 소비자의 역할을 대신할 전망이라고 밝혔다. 2003년 말 연간 소득 1만 달러 이상이 중국 도시가구가 4백만 가구인데 비해 10년 후인 2014년에는 1억 5천 1백만 가구에 달하며 미국 달러로 환산하면 미국의 37%, 전세계 소비의 11%에 달할 것이라고 밝혔다. 2004년 중국의 소비는 미국의 9%, 전세계 3% 수준이다. 또한 중국 소비자들은 지난 3년간 개인 소득이 24%로 증가한 것으로 나타났으며 젊은층의 소득이 24%로 가장 빠른 증가율을 보였다<sup>22)</sup>.

이에 힘입어 중국 패션 시장도 급격한 성장세를 기록하고 있다. 지난 2002년 중국 패션 시장은 전년 대비 13.1% 성장한 3천 788억 위안으로 지난 95년에 비해 무려 55%가 성장하는 위력을 과시했다. 특히 신발, 액세서리를 제외한 의류 시장은 2천 670억 위안으로 전년 대비 16.7%가 성장한 것으로 나타났다<sup>23)</sup>.

중국 국가 통계국에 따르면 2005년 일정한 규모를 갖춘 의류 생산 기업의 의류 생산량은 147.98억 벌로 전해 동기 대비 16.8% 증가하였다<sup>24)</sup>.

13) 장춘희, “중국 직장 여성들의 의복구매 행동 연구: 북경, 상해, 심천, 장춘의 20·30대를 중심으로” (이화여자대학교 대학원 석사학위논문, 2003).

14) 김효숙, “중국여성 소비자의 의복 디자인 선호도에 관한 연구,” *생활문화·예술논집* 제23집 (2002), pp. 103-114.

15) 김은희, “중국 성인여성의 인체 프로포션에 의한 체형분석” (숙명여자대학교 대학원 박사학위논문, 2006).

16) 장희경, “중국 성인여성의 토르소 연구” (숙명여자대학교 대학원 석사학위논문, 2000).

17) 손희순, 위혜정, 김은희, 강연경, “중국 성인여성의 체형연구 (제1보): 북경·상해 지역 거주자를 중심으로,” *한국패션비즈니스학회지* 9권 1호 (2005), pp. 137-151.

18) 임순, 손희순, 석혜정, “중국 성인여성의 연령별 신체 체측지 비교: 북경과 상해에 거주하는 여성을 중심으로,” *복식문화연구* 11권 6호 (2003), pp. 889-901.

19) 위혜정, *Op. cit.*

20) 손희순, 임순, 김효숙, 손희정, 김연숙, 장희경, 정양, “한국, 중국, 중국 조선족 의류치수 비교 연구,” *한국패션비즈니스학회지* 7권 5호 (2003), pp. 66-82.

21) “중 올해 G에 증가율 9.45%에 달할 듯.” ; available from WorldWideWeb@<http://www.chinatech.or.kr/news/today> 2006년 5월 16일.

22) KTDI, 중국 소비자, 2014년이면 미국 소비자를 능가할 전망 ; available from WorldWideWeb@[www.textopia.or.kr](http://www.textopia.or.kr) 2004년 12월 15일.

23) “한국의류산업의 대 중국 진출 성공전략,” ; available from WorldWideWeb@[http://k.daum.net/qna/kin/home/qdetail\\_view.html](http://k.daum.net/qna/kin/home/qdetail_view.html) 2005년 11월 29일.

24) “2005년 중국의류산업동향 분석,” ; available from WorldWideWeb@<http://www.china-consulting.cn/article/html/2006/0405/175680.php>. 2006년 4월 5일.

외국 자본의 투자 유입도 꾸준히 늘어나 2000년에는 99년 대비 27% 늘어난 112억 8천만 달러에 달하며 2001년 12월 WTO의 가입으로 더욱 급증하였다. 한편 2000년 1/4분기 중국 측의 수입은 46.5%가 늘어난 465억 달러에 이르고 있다. 중국 섬유공업협회가 제공한 자료에 따르면 2001년 섬유 제품 수입은 360억 달러에 달하고 있다<sup>25)</sup>.

중국의 섬유 산업은 2005년부터 쿼터 폐지에도 불구하고 이미 1,000달러 가까이 수출하고 있는 것으로 보아 향후 중국의 섬유 산업은 수출과 내수를 병행하여 국가의 기간산업으로 발전할 것이다.

## 2. 중국 진출 국내 여성복 산업

자유무역주의(WTO)와 지역경제주의(EU, NAFTA, APEC 등)가 교차되는 부한 경쟁의 국제화 시대를 맞아 우리 기업은 다양한 국제 마케팅 과제에 관심을 갖지 않으면 안 되게 되었다. 그중 중국의 경우는 세계최대의 잠재시장일 뿐만 아니라 현재 우리나라의 세 번째 큰 교역국이라는 점에서 더욱 관심을 가져야 할 것이다. 90년대 초반 6억 달러에 불과했던 대중국 수출액은 2000년 185억 달러로 급증하여 총수출에서 대중국 수출이 차지하는 비중은 90년 0.9%에서 2000년 10.7%로 상승하였다. 이는 최근 10년 사이 국내 기업의 중국 시장 의존도가 급속히 높아졌음을 알 수 있다. 그리고 2001년 11월 중국의 WTO 가입으로 중국의 대외 무역 정책은 개방의 길로 들어섰다. 중국의 WTO 가입은 향후 우리 기업뿐만 아니라 세계 각국 기업들의 진출 러시를 가져올 것이므로 중국 시장은 세계 각국 기업들의 치열한 각축장이 될 것이다. 이는 가격 경쟁력과 품질 경쟁력을 동시에 겸비한 세계 일류의 상품이 아니면 중국에서 살아남기 어렵다는 것을 의미하는 것이다.

2005년 1~12월 니트 여성복 누계는 52.06억 벌 182.95억 \$로 동기 대비 20.84% 성장하였다. 중화전국상업정보센터가 통계한 2005년 1~12월 전국 의류 대형 백화점 의류 판매 상황에 의하면, 여성복 판매가 8,283.39만 벌로 동기 대비 23.1% 증가하였다<sup>26)</sup>.

중국 여성복 기업의 발전은 중국 경제의 지속 성장, 사회의 발전, 문화와 생활 수준의 향상 및 국내외 시장의 개방과 밀접한 관계가 있다.

한국 국토의 60배, 인구의 30배가 되는 중국 소비 시장은 향후 급속한 소비 시장의 증가를 바라볼 수 있다. 특히 현재 한국 의류 시장 대비 4배 정도 수준이나, 고급 의류 구매 인구가 전체의 0.6% 정도인 것을 감안하면 한국을 비롯한 패션 선진국의 새로운 공략시장으로 충분한 매력을 지니고 있다.

지리적으로 근접된 이점을 활용하여 진출 초기부터 기존 중국 유통망을 확보, 적극적인 시장 창출 전략 구사 이랜드의 경우 1991년 생산 기지를 설립하고, 이를 활용하여 현지 기획 생산 판매의 전문화를 가속하면서 이랜드, 스코필드 등 2개 브랜드 120여 개 매장을 운영하고 있으며 상품 재고 소진 시장으로 접근한 신원, 선경, 데코, 대현, 대하, 하이파이브 등은 1997년 IMF 경제 위기를 기점으로 사업을 철수하거나 축소하였다.

2000년 전후로 한 국내 내수 시장이 침체되는 반면 중국 내수 시장이 급부상되고 한류 열풍에 의해 한국 패션 상품에 대한 호감도가 대폭 증대되면서 중국이라는 새로운 시장 기회가 나타나면서 30여 개 브랜드가 신규로 진출하였다.

2003년 현재 시집에서 활동하는 40여 개 브랜드는 다양한 북중에서 성공적인 성과를 보이고 있다. 대표적인 활동 브랜드로는 제일모직이 고가 남성 정장 시장에서, 이랜드의 이랜드, 스코필드는 고가 캐주얼 시장에서 활동하고 있다. 데코의 데코, 보크레 머천다이징의 ON & ON, 모가산업의 랑시, SBF의 카라임 플러트 등이 고가 여성복 시장에서, BM 글러벌의 울시, 브루윈, 제일모직의 아스트라, FnC 코오롱의 잭 니클라우스 등은 남성 어덜트 캐주얼에서 그리고 아가방, 리오부라부 등은 유아동복에서 높은 성과를 달성하고 있다.

2000년도 중반 이후 60개에 육박하는 브랜드가 현지법인, 라이선스, 합자 등의 형식으로 활발하게 움직이고 있으며 경영 패턴은 단순하고 피동적인 제품

25) 한국패션협회, "2004년 하반기 중국 패션마켓 정보제공 사업-중국 패션 소비시장 분석과 대응전략," 2004년 12일.

26) CHINA TECH, "한국패션기업의 중국 소비시장 진출과 의미," ; available from WorldWideWeb@www.chinatech.or.kr, 2003년 11월 26일.

수출 패턴을 넘어서 직접 생산, 위탁 가공, 체인 경영 등의 다양한 경영 패턴으로 변모한 실정이다<sup>27)</sup>.

중국 진출 한국 캐주얼 브랜드는 <표 1>과 같다.

### 3. 중국 성인 여성의 선행 연구

21세기 경제대국으로 전망되는 중국을 대상으로 하는 수출이 진행됨 따라 패션 선진국들과 경쟁력 있는 패션 제품을 개발하기 위해서는 맞춤새가 높은 의류제작이 필수적이다. 따라서 의복에 대한 문제점과 함께 체형에 대한 연구가 선행되어야 하며 이에 관한 선행 연구는 다음과 같다.

장희경(2001)<sup>29)</sup>은 중국 및 한국 여대생 200명을 대상으로 신체 계측을 실시하여 중국 성인 여성 체형의 특징 및 차이를 파악한 결과, 중국 여대생은 한국 여

대생보다 키는 작지만 몸무게는 차이가 적어 다소 비만하고 수직 길이가 짧으며 몸통이 두껍고 가슴 용적이 더 크고 볼륨이 있는 것으로 분석하였다. 키와 몸무게를 제외한 51항목에 대한 요인분석으로 실시하여 6개의 체형 구성 요인(신체 비만도, 신체의 수직 크기, 어깨 관련 부위 형태 및 크기, 엉덩이 부위 형태, 상반신의 앞·뒷면 길이, 어깨 처짐 정도)이 추출되었으며, 군집분석을 통해 키가 크고 보통 체형, 키가 크고 마른 체형, 키가 작고 뚱뚱한 체형, 키가 작고 마른 체형의 4유형으로 분류되었다.

최명해(2002)<sup>30)</sup>는 한국 여대생 210명과 중국 여대생 200명 총 410명의 계측 자료를 사용하여 한국과 중국 여성의 체형을 비교하여 그 결과 배둘레, 어깨각도, 엉덩이각도 중국이 크고 한국이 중국보다 소매길

<표 1> 중국 진출 캐주얼 제품 일람<sup>28)</sup>

제품	회사	브랜드	진출시간	진출방식	진출 지역
캐주얼	Eland	Eland Ssofield	1994	직접 진출	북경, 상해
	Yeshin Persons	ONG	2001	라이센스	상해
	Bangbang	UGIZ	2002	제품 수출	북경, 청도
		Bangbang	2002	합자	심양위주의 동북 3성
	제일모직	Fubu	2002. 10	직접 진출	상해
	GSGM	Chasecult	2002	제품 수출	북경, 위해, 장충, 하얼빈
	The Basichouse	Basichouse	2003	직접 진출	남경, 상해
	Yena	GIA	2003	합작, 직접 진출	북경, 상해
	Yunsong	Clride	2003. 6	제품 수출	북경, 상해, 항주
	Gnco	Thursdayisland	2004	제품 수출	상해, 영파
	Yeshin Persons	Maru	2004 F/W	라이센스	대런, 북경, 남경, 광주, 신천, 상해
	SSanzic	ssam	2004 F/W	라이센스	광주
	Dongkwang	ZIPPYZIGGY	2003 S/S	라이센스	심양
	SK 네트웍스	아이젠포스트	2005	-	북경
리얼컴퍼니	에스크, 도크	2005	-	북경	

27) 중국복장망, "섬유쿼터제 폐지 이후 중국은 최대의 위협국인가," 2004년 8월 2일.

28) 한국섬유산업연합회, "중국 6대 패션시장 조사 보고서," 2005년 5월. pp. 126-127.

29) 장희경, *Op. cit.*

30) 최명해, "사이즈 설정을 위한 중국 여대생의 체형분석에 관한 연구" (서울대학교 대학원 석사학위논문, 2000).

이, 팔꿈치길이, 엉덩이뼈가시점 높이 등 키에 비해 사지가 길다. 또 드롭치에 의한 비교결과 중국이 한국보다 다양한 체형이 넓게 분포되어 있다.

임순, 손희순, 석해정(2003)<sup>31,32)</sup>은 중국 북경시와 상해시에 거주하는 20~49세 525명을 대상으로 총 79 항목에 대해 직접 계측을 실시하였으며 군집분석을 실시한 결과 5유형으로 분류하여 연령별로 비교 분석하였다. 유형 1은 키가 크고 몸무게는 보통이며 상반신 길이가 짧고 가슴이 처지지 않는 체형, 유형 2는 키는 보통이고 너비, 둘레, 두께 항목이 크고 몸무게가 무거운 체형, 유형 3은 키고 작고 높이가 낮고 몸무게는 보통이며 가슴이 처진 체형, 유형 4는 키가 크고 너비, 두께, 둘레 항목이 작고 몸무게가 적은 가장 왜소한 체형이다.

임순, 석해정(2004)<sup>33)</sup>은 중국 북경과 상해시에 거주하는 20세에서 49세 성인 여성 525명을 대상으로 신체 계측을 실시하고 79 항목에 대한 요인분석을 실시한 결과 8개 요인(비만, 높이, 상반신 길이, 발목 굵기, 어깨각도, 엉덩이 길이, 어깨 길이, 가슴 형태)으로 추출했다. 그 결과 20대는 차이가 없었으나 30대, 40대는 북경과 상해에 거주하는 여성의 유형은 차이가 있었고, 상해에 거주하는 여성은 북경에 거주하는 여성에 비해 키가 작고 왜소한 체형이다.

권영자(2004)<sup>34)</sup>는 중국 절강성 닝보에 거주하는 20~29세 성인 여성 192명을 신체 계측하고 요인 분석, 군집분석을 실시하였다. 요인 분석 결과 요인 1은 신체둘레 및 비만 인자, 요인 2는 신체의 높이 및 길이 인자, 요인 3은 엉덩이두께의 비율 및 편평율 인자, 요인 4는 허리너비 비율 및 편평율 인자, 요인 5는 둘레간의 드롭치 인자, 요인 6은 어깨 및 팔 크기 인자, 요인 7은 가슴너비 비율 및 가슴 편평율 인자로 분류

하고 군집분석 결과 유형 1 키가 크고 가장 마른 체형, 유형 2는 키는 보통이고 보통인 체형, 유형 3은 키가 가장 작고 가장 뚱뚱한 체형, 유형 4는 키가 크고 마른 정도가 보통인 체형, 유형 5는 키는 작고 마른 체형이다.

강연경(2005)<sup>35)</sup>은 중국 북경과 상해에 거주하는 19~24세 성인 여성 348명을 111항목을 신체 계측하고 군집분석을 실시하여 체형을 3유형으로 분류하였다. 유형 1은 상반신 뒷면의 길이가 긴 체형이고, 유형 2는 3개의 유형중 중간값을 가지는 가장 표준적인 보통체형이고, 유형 3은 상반신 뒷면에 비해 앞면의 길이가 긴 체형이다. 결과적으로 유형 1은 상반신이 앞으로 굽혀진 숙인체형이고, 유형 2는 상반신 체형이 표준인 바른 체형이고, 유형 3은 뒤로 젖혀진 꺾힌 체형이다.

위혜정(2005)<sup>36)</sup>은 중국 북경과 상해 지역에 거주하는 19~50세의 성인 여성 1,381명을 연구의 표본으로 하여 111항목을 신체 계측하고 요인 분석과 체형 분류를 하였다. 요인분석 결과 요인 1은 신체의 만족도 및 횡적 크기, 요인 2는 신체의 종적 크기, 요인 3은 어깨 형태 및 크기, 요인 4는 상반신의 종적 크기, 요인 5는 하반신 종적 크기, 요인 6은 어깨의 처짐 요인이다.

GB에서 제시한 드롭치에 의한 체형 분류 결과 Y 유형은 보통 정도의 키와 어깨를 가지며 가슴이 크며 마른 체형이고, A 유형은 보통 정도의 키와 어깨 및 가슴을 가지는 보통 체형, B 유형은 작은 키와 약간 좁은 어깨와 작은 가슴 및 약간 굽은 허리를 가지는 다소 비만인 체형이고, C유형은 보통 키에 넓은 어깨와 가슴 및 굽은 허리를 가지는 비만이 체형이다.

김은희(2006)<sup>37)</sup>은 중국 북경과 상해에 거주하는 19~50세의 성인 여성 1,381명을 대상으로 인체 지수치

31) 임순, 손희순, 석해정, "중국 성인 여성의 연령별 신체 계측치 비교: 북경과 상해에 거주하는 여성을 중심으로," *복식문화연구* 11권 6호, 2003, pp. 889-901.

32) 임순, 손희순, 석해정, "중국 성인 여성의 체형연구(1)-북경과 상해에 거주하는 여성을 중심으로," *한국의류학회지* 27권 7호 (2003), pp. 831-842.

33) 임순, 석해정, "중국 성인 여성의 체형연구 (제2보): 연령대별 북경과 상해에 거주하는 여성의 체형 비교를 중심으로," *한국의류학회지* 28권 11호 (2004), pp. 1362-1371.

34) 권영자, "중국 절강성지역 20대 여성의 체형분석에 따른 Bodice 원형 설계에 관한 연구" (동아대학교 대학원 석사학위논문, 2004).

35) 강연경, "중국 성인여성용 의복원형 개발: 북경, 상해 거주 20대 전반 여성을 중심으로" (숙명여자대학교 대학원 석사학위논문, 2005).

36) 위혜정, *Op. cit.*

37) 김은희, *Op. cit.*

에 의해 진단을 분류하고 한국과 중국 성인 여성의 체형 차이를 파악하였다. 중국 성인 여성 평균 체형이 7.09두신이며, 몸통의 원평을 보았을 때 허리를 비롯한 상반신이 둥근 형태이다. 중국 여성을 20대, 30대, 40대의 3연령으로 나누어 분석한 결과, 연령이 감소할수록 키에 비해 상대적으로 어깨가 낮고, 연령이 증가할수록 허리굴곡이 점차 줄어들어 정면이 H자형 실루엣으로 변하며, 측면 굴곡이 작은 밋밋한 실루엣으로 변하고 허리와 배가 짧고 굽은 체형으로 변화한다. 중국 여성은 한국 여성에 비해 하반신이 길고 엉덩이가 높으며 허리가 굽다.

장희경, 손희순(2001)은 한국의 의류 제품을 중국인에게 착용시켜 의복 구성의 적합성 여부를 파악하기 위하여 중국 여대생을 대상으로 테일러드 제킷과 슬렉스를 이용하여 착의 평가를 실시한 결과, 재킷의 경우 정면, 측면, 후면의 적합도가 전반적으로 낮아 어깨선, 품선, 가슴둘레선, 허리둘레선, 옆선의 위치 이동을 감안하여 다양한 부위에서 보정이 요구된다고 지적하였고, 슬렉스의 경우 정면과 후면의 적합도가 매우 낮게 나타나 패턴 제작시 밀위김이를 늘려주고 옆선의 전후 차이를 보완하여 엉덩이둘레선 부위의 편안함을 보완해야 한다고 지적하고 있다.

이상의 선행 연구를 살펴본 결과, 한국인과 중국인 성인 여성의 체형에는 지역별, 연령별 차이가 있음을 알 수 있으나 대부분의 연구는 체형을 중심으로 한 연구로 대 중국 수출을 위한 패션 제품에 대한 연구는 미비한 실정이다. 따라서 대 중국 수출을 위한 기업체에 정보 제공에 있어서는 체형 연구뿐 아니라 각 패션 제품에 대한 연구도 다각적으로 이루어져야 할 필요성이 있음을 알 수 있다.

### Ⅲ. 연구 방법 및 절차

#### 1. 조사 대상 및 방법

##### 1) 조사 대상

본 연구는 시장 변화에 빠르게 변화하는 여대생을 대상으로 진 팬츠 착용 실태 및 구매 행동을 파악하기 위해 중국 상해시에 거주하는 여대생을 대상으로 하였다.

##### 2) 조사 방법

본 연구의 조사기간은 2005년 12월 19일부터 12월 23일에 걸쳐 예비조사를 실시한 후, 설문 내용을 수정 보완하여 2006년 1월 3일부터 2월 9일까지 본 조사를 실시하였다.

본 연구의 조사방법은 선행 연구 자료<sup>38-40)</sup>와 업체 실무자와의 면담 결과를 참고로 작성한 소비자 대상 설문지 500부를 중국 상해시에 거주하는 여대생을 대상으로 면접법으로 실시하였으며 그 중 통계처리가 가능한 426명을 표본으로 이용하였다.

#### 2. 조사 내용 및 조사 도구

##### 1) 조사내용

본 연구에서 사용한 설문지는 중국 상해시에 거주하는 여대생들의 진 팬츠 착용 실태 및 치수 만족도, 선택 기준, 한국 상표 인지도, 일반적 배경을 조사하였다. 설문 문항은 총 28 문항으로 다음과 같이 3부분으로 구성되었다.

##### (1) 진 팬츠 착용 실태 및 치수 만족도

중국 상해시에 거주하는 여대생이 주로 착용하는 진 팬츠의 형태, 소재, 구입 후 평균착용 기간, 구입 후 만족도, 선택 기준 등에 관한 14 문항으로 구성하였다.

##### (2) 진 팬츠 한국 상표 인지도

중국 상해시에 거주하는 여대생의 한국 상표 인지도를 파악하기 위해 구매 경험, 한국 진 팬츠 평가, 선호 브랜드 등에 관한 7 문항으로 구성하였다.

##### (3) 연구대상의 인구통계학적 특징

38) 박원선, “청바지의 착용태도 및 구매 행동에 관한 마케팅적 연구” (숙명여자대학교 대학원 석사학위논문, 1999).

39) 이명은, “청바지 패턴 설계에 따른 기능성 및 심미성에 관한 연구” (영남대학교 대학원 석사학위논문, 2002).

40) 김성연, “청바지 형태에 따른 소비자 착용 실태 및 착의평가” (성균관대학교 생활과학대학원 석사학위논문, 2003).

중국 상해시에 거주하는 여대생의 인구통계학적 특징을 파악하기 위해 연령, 출신지, 학력, 한 달 평균 의복 구입비의 7문항으로 구성하였다.

### 3. 자료 처리 및 분석 방법

본 조사 설문지는 응답이 불완전한 응답지를 제외한 426부의 설문지를 SPSSWIN 10.0 Program을 사용하여 통계 처리하였다. 조사방법은 단순 선택형과 5단계 평정법을 병행하여 실시하였다.

## IV. 연구 결과 및 고찰

### 1. 조사대상자의 일반적 배경

본 연구의 조사대상자의 일반적 사항은 <표 2>과 같다.

본 조사에 표집된 연령은 22세가 26.8%, 21세가 20.0%, 23세가 16.7% 순으로 평균 21.6세로 표집되었다. 키는 161cm~165cm 미만이 39.2%, 166cm~170cm 미만이 26.5%, 155cm~160cm 미만이 22.5% 순으로 조사되었다. 엉덩이둘레는 86cm~90cm 미만 55.4%, 80cm~85cm 미만 19.3%, 91cm~95cm 미만 15.4% 순으로 조사되었다. 허리둘레는 65cm~70cm 미만 46.7%, 60cm~65cm 미만 36.7% 순으로 조사되었다. 월평균 지출 의류비는 200~500위엔 미만 47.7%, 200위엔 미만 39.1%, 500~700위엔 미만 3.6%, 1000위엔 이상 1.1% 순으로 조사되었다.

### 2. 조사대상자의 진 팬츠 착용 실태

#### 1) 진 팬츠 착용 실태

중국 상해시에 거주하는 여대생들의 진 팬츠 착용 실태를 파악하기 위해 일주일간 평균 착용일수, 주로 착용하는 캄바지 형태, 주로 착용하는 소재, 선호하는 밑위형태, 선호하는 바지통, 수선 부위, 평균 진 팬츠 구입 가격대 등을 조사하였다.

중국 여대생들의 진 팬츠 착용 실태를 연령별로 살펴보면 <표 3>과 같다. 전체 평균 일주일간 진 팬츠의 착용 회수는 3~4회(45.2%), 5~6회(29.0%) 순으로 나타났으며 일주일 내내 진 팬츠를 착용한 여성도 14.3%로 나타났다. 연령별로 살펴보면 19세 여성은 5~6회(1.4%)가 가장 높게 나타났으며 다른 연령은

<표 2> 연구대상자의 일반적 사항

연인	통계치	반도 (명)	백분율 (%)
연령	19	38	8.9
	20	64	15.1
	21	85	20.0
	22	114	26.8
	23	71	16.7
	24	53	12.5
	합계	425	100.0
키	150cm~155cm 미만	21	4.95
	155cm~160cm 미만	95	22.5
	161cm~165cm 미만	166	39.2
	166cm~170cm 미만	112	26.5
	171cm~175cm 미만	20	4.73
	175cm 이상	9	2.12
합계	423	100.0	
엉덩이둘레	80cm 이하	16	3.9
	80cm~85cm 미만	80	19.3
	86cm~90cm 미만	230	55.4
	91cm~95cm 미만	64	15.4
	95cm 이상	25	6.0
	합계	415	100.0
허리둘레	53cm~60cm 미만	16	3.8
	60cm~65cm 미만	153	36.7
	65cm~70cm 미만	195	46.7
	70cm~75cm 미만	44	10.6
	75cm 이상	9	2.2
	합계	417	100.0
출신지	북경	16	3.8
	상해	153	36.0
	기타	256	60.2
	합계	425	100.0
월평균 의류 지출비	200위엔 미만	164	39.1
	200~500위엔 미만	200	47.7
	500~700위엔 미만	35	8.4
	700~1000위엔 미만	15	3.6
	1000위엔 이상	5	1.1
	합계	419	100.0

\* 조사 당시 1위엔 : 130원(한화).



<표 3> 연령에 따른 진 팬츠 착용 실태 단위:명(%)

구분		연령	19세	20세	21세	22세	23세	24세	평균(%)	유의 수준
일주일 평균 착용 회수	1~2회	6(1.4)	9( 2.1)	10( 2.3)	10( 2.3)	6( 1.4)	8( 1.9)	49( 11.5)	$\chi^2=78.77$ $df=36$	
	3~4회	12(2.8)	28( 6.6)	38( 8.9)	49(11.6)	40( 9.4)	25( 5.9)	193( 45.2)		
	5~6회	14(3.3)	16( 3.8)	26( 6.1)	35( 8.3)	18( 4.2)	14( 3.3)	123( 29.0)		
	7회	6(1.4)	11( 2.6)	11( 2.6)	20( 4.7)	7( 1.6)	6( 1.4)	61( 14.4)		
	합계	38(8.9)	64(15.1)	85(20.0)	114(26.8)	71(17.0)	53(12.5)	425(100.0)		
주요 착용 하는 형태	다이트한형	6(1.4)	8( 1.9)	7( 1.6)	7( 1.6)	4( 0.9)	3( 0.7)	35( 8.2)	$\chi^2=26.70$ $df=18$	
	일자형	16(3.8)	29( 6.8)	31( 7.3)	51(12.0)	30( 7.1)	30( 7.1)	188( 44.3)		
	벨버넴형	11(2.6)	18( 4.2)	39( 9.2)	51(12.2)	32( 7.5)	19( 4.5)	171( 40.2)		
	힙합형	5(1.2)	9( 2.1)	8( 1.9)	4( 0.9)	4( 0.9)	1( 0.2)	31( 7.3)		
	합계	38(8.9)	64(15.1)	85(20.0)	114(26.8)	71(17.0)	53(12.5)	425(100.0)		
착용 하는 소재	면 100%	25(5.9)	42( 9.9)	55(12.9)	69(16.2)	41( 9.6)	30( 7.1)	262( 61.7)	$\chi^2=4.604$ $df=12$	
	면 스판	11(2.6)	18( 4.2)	24( 5.6)	38( 8.9)	23( 5.4)	19( 4.5)	34( 31.5)		
	기타	2(0.5)	4( 0.9)	6( 1.4)	7( 1.6)	6( 1.4)	4( 0.9)	29( 6.8)		
	합계	38(8.9)	64(15.1)	85(20.0)	114(26.8)	71(17.0)	53(12.5)	425(100.0)		
선호 하는 밑위 길이	긴 밑위	4(0.9)	3( 0.7)	4( 0.9)	12( 2.8)	2( 0.5)	7( 1.6)	32( 7.5)	$\chi^2=20.42$ $df=12$	
	중간 밑위	14(3.3)	21( 4.9)	47(11.1)	54(12.7)	39( 9.1)	21( 4.9)	196( 46.1)		
	짧은 밑위	20(4.7)	40( 9.4)	34( 8.0)	48(11.3)	30( 7.1)	25( 5.9)	197( 46.4)		
	합계	38(8.9)	64(15.1)	85(20.0)	114(26.8)	71(17.0)	53(12.5)	425(100.0)		
선호 하는 바지통	협정한 형	4(0.9)	6( 1.4)	7( 1.6)	8( 1.9)	7( 1.6)	3( 0.7)	35( 8.2)	$\chi^2=3.024$ $df=12$	
	중간형	14(3.3)	20( 4.7)	27( 6.4)	39( 9.2)	20( 4.7)	18( 4.2)	138( 32.5)		
	꼭 맞는 형	20(4.7)	38( 8.9)	51(12.0)	67(15.8)	44(10.3)	32( 7.5)	252( 59.3)		
	합계	38(8.9)	64(15.1)	85(20.0)	114(26.8)	71(17.0)	53(12.5)	425(100.0)		
수선 여부	있다	14(3.3)	23( 5.4)	38( 9.0)	43(10.1)	29( 6.8)	29( 6.8)	176( 41.5)	$\chi^2=17.47$ $df=12$	
	없다	24(5.7)	41( 9.7)	47(11.1)	70(16.5)	42( 9.9)	24( 5.7)	248( 58.5)		
	합계	38(9.0)	64(15.1)	85(20.0)	113(26.7)	71(17.7)	53(12.5)	424(100.0)		
수선 부위	허리부위	4(2.2)	3( 1.6)	2( 1.1)	3( 1.6)	6( 3.3)	4( 2.2)	22( 12.0)	$\chi^2=29.04$ $df=36$	
	엉덩이부위	1(0.5)	2( 1.1)	2( 1.1)	5( 2.7)	1( 0.5)	1( 0.5)	12( 6.6)		
	대퇴부위	-	1( 0.5)	1( 0.5)	2( 1.1)	1( 0.5)	-	5( 2.7)		
	바지통	2(1.1)	1( 0.5)	2( 1.1)	1( 0.5)	2( 1.1)	2( 1.1)	10( 5.5)		
	바지길이	7(3.8)	17( 9.3)	33(18.0)	33(18.0)	22(12.0)	23(12.5)	132( 72.1)		
	밑위길이	-	-	-	2( 1.1)	1( 0.5)	-	2( 1.1)		
	합계	14(7.7)	24(13.1)	40(21.9)	46(25.1)	30(16.3)	29(15.8)	183(100.0)		
구입 평균 가격대	100위엔 미만	8(1.9)	9( 2.1)	18( 4.2)	18( 4.2)	13( 3.1)	3( 0.7)	69( 16.2)	$\chi^2=24.52$ $df=30$	
	100~300위엔 미만	22(5.2)	35( 8.2)	44(10.4)	65(15.3)	33( 7.7)	31( 7.3)	230( 54.1)		
	300~500위엔 미만	6(1.4)	14( 3.3)	19( 4.5)	28( 6.6)	19( 4.5)	17( 4.0)	103( 24.2)		
	500~700위엔 미만	2(0.5)	6( 1.4)	4( 0.9)	2( 0.5)	4( 0.9)	2( 0.5)	20( 4.7)		
	700위엔 이상	-	-	-	1( 0.2)	2( 0.4)	-	3( 0.7)		
	합계	38(8.9)	64(15.1)	85(20.0)	114(26.8)	71(17.0)	53(12.5)	425(100.0)		
적정 가격대	100위엔 미만	10(2.4)	11( 2.6)	21( 4.9)	20( 4.7)	13( 3.1)	7( 1.6)	82( 19.3)	$\chi^2=22.33$ $df=24$	
	100~300위엔 미만	23(5.4)	42( 9.9)	53(12.5)	69(16.2)	45(10.6)	33( 7.8)	265( 62.4)		
	300~500위엔 미만	4(0.9)	9( 2.1)	11( 2.6)	24( 5.6)	13( 3.0)	12( 2.8)	73( 17.2)		
	500~700위엔 미만	1(0.2)	1( 0.2)	-	1( 0.2)	-	-	3( 0.7)		
	700위엔 이상	-	1( 0.2)	-	-	-	1( 0.2)	2( 0.5)		
	합계	38(8.9)	64(15.1)	85(20.0)	114(26.8)	71(17.0)	53(12.5)	425(100.0)		

모두 3~4회 착용 회수가 가장 높게 나타났다. 주로 착용하는 진 팬츠의 형태는 일자형(44.3%), 벨버텀형(40.2%), 타이트형(8.2%), 험합형(7.3%) 순으로 나타났다. 이는 우리나라 여성(22세~33세)을 대상으로 한 김정연<sup>41)</sup>의 연구와 같은 결과를 보여 한·중 여성들은 일자형과 벨버텀 형태의 진 팬츠를 선호함을 알 수 있다. 연령별로 살펴보면 19세(3.8%), 20세(6.8%), 24세(7.1%) 여성은 일자형을 더 선호하며 21세(9.2%), 23세(7.5%)는 벨버텀형을 더 선호하는 것으로 나타났다. 22세 여성은 일자형과 벨버텀형의 진 팬츠를 모두 선호함을 알 수 있다. 선호하는 진 팬츠의 소재는 면 스판(31.5%)이나 기타(6.8%) 소재에 비해 면 100% (61.7%)을 선호하는 것으로 나타났다. 연령별로 살펴보면 전 연령에서 면 100%의 소재를 선호하는 것으로 조사되었다. 선호하는 밀위길이 결과를 살펴보면 짧은밀위(46.4%), 중간밀위(46.1%), 긴 밀위(7.5%) 순으로 나타났다. 이는 한국 소비자들을 대상으로 한 시판 상품의 현황 조사에서 일자 형태의 중간 밀위길이 가장 판매율이 높다고 한 이명은(2002)<sup>42)</sup>과는 다른 결과를 보였다. 이와 같은 결과는 진 팬츠는 유행 변화에 민감한 복종으로 조사 당시 유행에 따른 변화로 볼 수 있다. 연령별로 살펴보면 19세(4.7%), 20세(9.4%), 24세(5.9%) 여성은 짧은 밀위

길이를 선호하는 반면 21세(11.1%), 22(12.7%), 23세(9.1%) 여성은 중간 밀위길이를 선호하는 것으로 조사되었다. 유행변화에 따른 선호하는 바지통은 꼭 맞는형(59.3%), 중간형(32.5%), 험렁한 형(8.2%) 순으로 몸에 밀착되는 스타일을 선호하는 것으로 나타났으며 연령별로 살펴보면 전 연령에서 몸에 꼭 맞는 형을 선호하는 것으로 나타났다. 진 팬츠 구입후 수선 경험은 있다(41.5%), 없다(58.5%)로 나타났으며 수선 부위는 바지 길이(72.1%)로 시판되는 진 팬츠의 바지 길이가 대체적으로 길게 나오는 것을 알 수 있다. 팬츠 구입 평균가격대는 100위엔~300위엔 미만(54.1%)으로 전 연령대가 증가 제품을 구입하는 것으로 조사되었고, 적당하다고 생각되는 가격대는 100위엔~300위엔 미만(62.4%)으로 전 연령대가 증가 제품을 선호하고 있음을 알 수 있다.

## 2) 구매 만족도

진 팬츠 제품에 대한 구매 만족도에 관한 결과는 <표 4>와 같다. 품질(3.35), 디자인·스타일(3.34), 체형과의 적합성(3.26), 색상·무늬(3.25), 가격(3.08), A/S 및 서비스(3.05) 순으로 나타났다. 이 결과 모든 항목에서 평균 3점 이상으로 나타나 진 팬츠에 대한 평가는 다소 만족하는 것으로 나타났다.

<표 4> 구매 만족도

단위:명(%)

만족도	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	평균	표준편차
품질(소재의 질, 봉제 상태)	3(0.7)	22(5.2)	236(55.5)	153(36.0)	11(2.6)	3.35	.652
디자인·스타일	-	41(9.6)	218(51.3)	148(34.8)	18(4.2)	3.34	.709
색상·무늬	1(0.2)	61(14.4)	215(50.6)	125(29.4)	23(5.4)	3.25	.775
가격	3(0.7)	77(18.1)	239(56.2)	94(22.1)	12(2.8)	3.08	.733
체형과의 적합성 (착용감·사이즈)	1(0.2)	74(17.4)	184(43.3)	146(34.4)	20(4.7)	3.26	.806
A/S 및 서비스 (교환·환불·수선)	9(2.1)	68(16.0)	251(59.1)	87(20.5)	10(2.4)	3.05	.736
합계	425(100.0)						

41) 김정연, *Op. cit.*

42) 이명은, "청마자 패턴 설계에 따른 기능성 및 심미성에 관한 연구" (영남대학교 대학원 석사학위논문, 2002).

**3) 진 팬츠 선택 기준**

진 팬츠 선택 시 선호되는 기준을 살펴보면 <표 5>와 같다. 맞춤새(4.28), 디자인·스타일(4.22), 품질(4.11), 편안함·쾌적성(4.03), 가격(3.99), 색상·무늬(3.96)는 높은 평가를 받았으며 가장 낮은 평가를 받은 항목은 스타들이 착용한 스타일(3.04)로 나타났다. 이는 스타 폐선보다는 신체에 편안하게 잘 맞으면서 디자인, 품질, 편안함·쾌적성, 가격 등을 중요시함을 보여준다.

**4) 한국 브랜드 선호도**

중국 상해시에 거주하는 여대생의 한국 진 브랜드

에 대한 평가는 <표 6>과 같다. 한국 진 브랜드의 디자인(3.47), 색상(3.38), 소재(3.40), 가격(3.03), 맞춤새(3.32), A/S 및 기타 서비스(3.18) 순으로 나타나 중국 내 한국 제품에 대한 평가는 보통 수준으로 나타났다. 특히 중국 여대생이 진 팬츠 선택시 체형과의 적합성(4.28)을 가장 중요시 한다는 결과에 비해 중국 내 한국 제품의 맞춤새(3.32)는 비교적 낮은 평가를 받았다. 따라서 대중국 수출 국내 업체들은 중국 여성의 체형파악이 무엇보다 중요하며 더불어 맞춤새에 대한 검토가 요구된다.

**5) 선호하는 브랜드**

<표 5> 진 팬츠 선택 기준

단위:명(%)

선택 기준	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	평균	표준 편차
품질(재질·재단·봉제)	2(0.5)	7( 1.6)	82(19.3)	186(43.8)	148(34.8)	4.11	.800
디자인·스타일	-	8( 1.9)	64(15.1)	178(41.9)	175(41.2)	4.22	.768
유행성	-	27( 6.4)	128(30.1)	158(37.2)	112(26.4)	3.84	.891
색상·무늬	-	8( 1.9)	124(29.2)	170(40.0)	123(28.9)	3.96	.810
가격	-	5( 1.2)	115(37.1)	184(43.3)	121(28.5)	3.99	.810
관리의 용이성 (세탁·다림질 편함)	1(0.2)	15( 3.5)	159(37.4)	168(39.5)	82(19.3)	3.74	.806
맞음새	-	3( 0.7)	63(14.8)	172(40.5)	187(44.0)	4.28	.768
개성표현	2(0.5)	12( 2.8)	126(29.6)	162(38.1)	123(28.9)	3.92	.807
상표성(브랜드의 명성)	1(0.2)	23( 5.4)	172(40.5)	142(33.4)	87(20.5)	3.68	.775
편안함(활동성)·쾌적성	1(0.2)	19( 4.5)	97(22.8)	158(37.2)	150(35.3)	4.03	.736
다른 의복과의 조화	1(0.2)	5( 1.2)	117(27.5)	198(46.6)	104(24.5)	3.94	.810
이성으로부터의 매력	9(2.1)	43(10.1)	167(39.3)	116(27.3)	90(21.2)	3.55	.652
타인의 호감 주의사람과 어울림	10(2.4)	45(10.6)	148(34.8)	139(32.7)	83(19.5)	3.56	.769
소재의 흡수성 및 청결성	2(0.5)	29( 6.8)	145(34.1)	164(38.6)	85(20.0)	3.71	.890
상황에서의 적절성	2(0.5)	31( 7.3)	159(37.4)	155(36.5)	78(18.4)	3.65	.759
A/S(교환·환불·수선)	3(0.7)	29( 6.8)	190(44.7)	131(30.8)	72(16.9)	3.56	.765
판매촉진활동(세일·광고)	6(1.4)	39( 9.2)	170(40.0)	141(33.2)	69(16.2)	3.54	.778
스타들이 착용한 옷	34(8.0)	113(26.7)	138(32.6)	76(18.0)	62(14.7)	3.04	.868
합 계	425(100.0)						

〈표 6〉 한국 진 브랜드에 대한 평가

단위:명(%)

한국 진 브랜드	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	평균	표준편차
디자인이 예쁘다	1(0.3)	11( 3.7)	161(53.4)	101(33.6)	27(9.0)	3.47	.724
색상이 예쁘다	1(0.3)	11( 3.7)	176(58.5)	98(32.6)	15(5.0)	3.38	.656
소재가 고급스럽다	2(0.7)	10( 3.3)	172(57.1)	100(33.2)	17(5.6)	3.40	.679
가격이 합당하다	9(3.0)	54(17.9)	168(55.8)	60(19.9)	10(3.3)	3.03	.795
맞음새가 좋다 (착용감·사이즈)	2(0.7)	15( 5.0)	182(60.5)	90(29.9)	12(4.0)	3.32	.661
A/S 및 기타 서비스	1(0.3)	16( 5.3)	216(71.8)	61(20.3)	7(2.3)	3.18	.585
합 계	301(100.0)						

〈표 7〉 선호하는 진 켄츠 브랜드

브랜드	빈도(명)	백분율(%)
LEVIS	229	28.2
LEE	150	18.5
ONLY	113	13.9
BALENO	74	9.1
ELAND	52	6.4
ETAM	51	6.3
APPLE	41	5.0
GIODANO	24	3.0
ESPRIT	22	2.7
JEANSWEST	21	2.6
G-STAR	11	1.4
WEIPENG	9	1.1
LILY	7	0.9
ET-BOITE	3	0.4
합계	813	100.0

\* 다중응답으로 처리함.

상해시에 거주하는 여대생의 선호하는 진 켄츠 브랜드를 조사한 결과는 〈표 7〉과 같다. LEVI'S 28.2%, LEE 18.5%, ONLY 13.9%, BALENO 9.1% 순으로

나타났다. 12위 안에 국내 수출 브랜드는 ELAND 6.3%로 나타나 아직 대중국 수출 국내 브랜드는 인지도면에서 낮게 평가되었다. 따라서 대중국 수출 국내 업체들은 성공적인 중국 내수 시장에 진출하기 위해서 신제품 적합성, 디자인 및 마케팅 분야에 중점을 둘 필요성이 있다.

## V. 요약 및 결론

본 연구는 중국 상해시에 거주하는 여대생을 426명을 대상으로 하여 진 켄츠 착용 실태 및 치수 만족도, 선택 기준, 선호 브랜드에 대한 조사 결과를 토대로 대중국 수출 국내 진 켄츠 의류 기업들에게 중국 성인 여성의 소비자 특성에 관한 정보를 제공하여 한국 의류 산업의 국가 경쟁력 강화를 도모하고자 한다.

본 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 본 조사에 표집된 여대생의 평균 나이는 21.6세였으며 키는 161cm~165cm 미만 39.2%, 166cm~170cm 미만 26.5%, 155cm~160cm 미만 22.5% 순으로 나타나 조사 대상자들의 평균키는 큰 것으로 조사되었다. 엉덩이둘레는 86cm~90cm 미만인 55.4%로 가장 많았으며 허리둘레는 65cm~70cm 미만 46.7%, 60cm~65cm 미만 36.7% 순으로 조사되었다. 월평균 지출 의류비는 전체 86.8%가 500위엔 미만을 지출하는 것으로 조사되었다.

둘째, 조사 대상자들의 일주일간 진 팬츠의 착용 횟수는 3~4회(45.3%), 5~6회(28.8%) 순으로 나타나 진 팬츠는 중국 여대생의 의복 착용시 중요한 아이템임을 알 수 있다. 주로 착용하는 진 팬츠 형태는 일자형(44.3%), 벨버텀형(40.1%)이며 선호하는 밑위길이는 짧은 밑위(64.4%), 중간 밑위(46.1%)로 나타나 조사대상자들은 일자형이나 벨버텀형의 짧은 밑위길이의 진 팬츠를 선호하는 것으로 조사되었다. 또한 진 팬츠 구입 평균 가격대는 100위엔~300위엔 미만(62.4%), 100위엔(19.3%)로 중국 여대생들은 중저가 제품을 선호하고 있음을 알 수 있다.

셋째, 진 팬츠에 대한 구매 만족도는 품질 3.35, 디자인·스타일 3.34, 맞춤새 3.26 순으로 모든 항목에 3점 이상으로 나타나 구매 만족도는 대체적으로 만족하는 것으로 평가되었다.

넷째, 진 팬츠 선택기준은 맞춤새(4.28), 디자인·스타일(4.22), 품질(4.11), 편안함·쾌적성(4.03)을 높이 평가하였으며 스타들이 착용한 옷(3.04)보다는 자신의 체형에 잘 맞는 의복을 선택하는 것으로 조사되었다.

다섯째, 조사 대상자들의 한국 진 팬츠에 대한 평가는 디자인(3.47), 색상(3.38), 소재(3.40), 맞춤새(3.32), 가격(3.30) 순으로 나타나 보통수준으로 나타났다.

여섯째, 조사 대상자들의 선호하는 진 팬츠의 브랜드를 조사한 결과 LEVI'S 28.2%, LEE 18.5%, ONLY 13.9%, BALENO 9.1%, ELAND 6.3%로 순으로 나타나 중국 수출 국내 브랜드의 인지도는 매우 낮은 것으로 조사되었다.

이상의 결과를 종합해 보면 중국 20대 전반 성인 여성은 유행에 민감하며 맞춤새가 좋고 디자인, 스타일, 품질과 편안함을 중요시 여기는 것을 알 수 있다. 또한 외국 수입 브랜드에 대한 선호도가 높은 것으로 나타나 중국 수출 국내 업체들은 중국 내수시장에 성공적으로 진출하기 위해서는 중국의 자연, 문화, 환경에 대한 이해와 중국 소비자 특성을 파악할 수 있는 시장 세분화 변수를 선별해야 하며, 품질과 맞춤새에 대한 경쟁력을 높여야 하고 패션 시장별로 가격 전략과 함께 마케팅 활동을 적극적으로 해야 한다. 또한 중국 수출용 의류 제품의 신체 적합성을 높이기 위해 중국인 체형을 적극적으로 분석하고 창의적이고 차별화된 디자인 개발이 절실히 요구된다.

본 연구는 광역의 중국에서 인구 유입이 많은 상해지역 여대생에 국한해 지역적 범위를 확대하여 해석하는 데는 신중을 기해야 할 것이다.

후속 연구에서는 연령별, 지역별로 다양한 패션제품에 대한 연구도 이루어져야 할 것이다.

## 참고문헌

- 김은희 (2006). "중국 성인여성의 인체 프로포션에 의한 체형분석." 숙명여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 김정언 (2003). "청바지 형태에 따른 소비자 착용 실태 및 착의평가." 상경관대학교 생활과학대학원 석사학위논문.
- 김효숙 (2002). "중국여성 소비자의 의복 디자인 선호도에 관한 연구." *생활문화·예술논집* 제23집.
- 권영자 (2004). "중국 절강성지역 20대 여성의 체형분석에 따른 Bodice 원형 설계에 관한 연구." 동아대학교 대학원 박사학위논문.
- 박원선 (1999). "청바지의 착용태도 및 구매 행동에 관한 마케팅적 연구." 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 손희순, 임순, 위혜정 (2002). "중국 남성의 스포츠의류 구매실태에 관한 연구." *한국패션비즈니스학회지* 6권 4호.
- 손희순, 위혜정 (2003). "중국 성인여성의 Bodice 원형 연구: 북경·상해지역 거주자를 중심으로." *한국패션비즈니스학회지* 7권 5호.
- 손희순, 위혜정, 김은희, 강연경 (2005). "중국 성인여성의 체형연구(제1보): 북경·상해지역 거주자를 중심으로." *한국패션비즈니스학회지* 9권 1호.
- 손희순, 임순, 김효숙, 손희정, 김영숙, 장희경, 정양 (2003). "한국, 중국, 중국 조선족 의류치수 비교 연구." *한국패션비즈니스학회지* 7권 5호.
- 위혜정 (2005). "중국 성인여성용 의류치수규격 연구: 북경·상해지역 거주자를 중심으로." 숙명여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 이명은 (2002). "청바지 패턴 설계에 따른 기능성 및 심미성에 관한 연구." 영남대학교 대학원 석사학위논문.
- 이주영 (1996). "신세대 여성의 진바지 착용 실태와

- 정보원 활용에 관한 연구.” *한국의류학회지* 20권 2호.
- 임순, 손희순, 석혜징 (2003). “중국 성인여성의 연령별 신체 계측치 비교: 북경과 상해에 거주하는 여성을 중심으로.” *복식문화연구* 11권 6호.
- 장인석 (2002). “중국패션시장의 변화에 따른 대응방안.” *한국의류학회 춘계학술대회 주제강연*.
- 장춘희 (2003). “중국 직장 여성들의 의복구매 행동 연구: 북경, 상해, 심천, 장춘의 20·30대를 중심으로.” *이화여자대학교 대학원 석사학위논문*.
- 정선희(2003). “청마지 패턴 및 그레이딩에 관한 연구.” *부산대학교 대학원 석사학위논문*.
- 장희경 (2000). “중국 성인여성의 토르소 연구.” *숙명여자대학교 대학원 석사학위논문*.
- 최명해 (2000). “사이즈실정을 위한 중국 여대생의 체형분식에 관한 연구.” *서울대학교 대학원 석사학위논문*.
- 국제섬유신문*, 2005년 1월 24일 제561호.
- 국제섬유신문*, 2005년 1월 10일 제559호.
- 국제섬유신문*, “중국 패션소비 시장 분석 및 대응 전략.” 2005년 1월 10일, 제 559호.
- 어패럴뉴스*, “중국패션시장을 잡아라.” 2005년 11월 21일, 12면. [appnews@apparelnews.co.kr](mailto:appnews@apparelnews.co.kr)
- 한국섬유신문*, 2004년 9월 2일.