

# 服装可持续因素探析

余晓芸, 钟 蔚

(武汉纺织大学 服装学院, 武汉 430073)

**摘 要:** [研究意义] 当下服装可持续发展已成为热门话题, 众多品牌、设计师越来越注重绿色、环保与低碳, 然而回归市场仍可发现可持续服装的发展在我国并不普遍。 [研究方法] 通过文献研究法和问卷调查的形式, 从消费者对服装行业可持续发展的理念、对极简风格的态度、服装使用生命周期等问题进行调查, 并使用 SPSS 软件对问卷数据进行分析。 [研究结果与结论] 分析结果表明: 通过消费者对几种服装可持续发展方式的了解程度与接受程度的对比分析, 可知以中青年为代表的消费群体的可持续发展意识与行动力并不高, 对二次利用服装接受程度低; 快时尚行业的兴起导致消费者在追求个性化过程中, 服装消费频率变高, 使用寿命变低, 导致服装生命周期缩短; 由于消费者回收再利用意识不高, 在废旧衣物处理方式中以不环保的闲置为主; 消费者对设计的可持续贡献持消极态度, 与服装闲置原因呈相悖状态。因此需对消费者展开相应的引导, 提升其环保可持续意识。

**关键词:** 服装可持续发展; 消费观念; 绿色设计; 数据分析

中图分类号: TS941.19

文献标志码: A

文章编号: 2095-4131-(2020)03-0058-07

## Analysis on factors of sustainable clothing

Xiaoyun Yv, Wei Zhong

(School of Fashion, Wuhan Textile University, Wuhan 430073 China)

**Abstract:** At present, the sustainable development of clothing has become a hot topic. Many brands and designers are paying more and more attention to green, environmental protection and low carbon. However, returning to the market can still find that the development of sustainable clothing is not common in China. Through literature research and questionnaire survey, the survey was conducted from the perspective of consumers' concept of sustainable development, the life cycle of clothing use, then SPSS software was used to analyze the questionnaire data. The results of analysis indicate as follow: Through the comparative analysis of consumers' understanding and acceptance of several ways of sustainable development in clothing, it can be seen that the consumer groups represented by the young and middle-aged do not have a high sense of sustainable development and action, and they have a low acceptance of reusing clothing. The rise of fast fashion industry leads to the higher consumption frequency in the pursuit of personalization, which results in the shortened life cycle of clothing. Moreover, due to consumers' low awareness of recycling, consumers have a negative attitude to the contribution of sustainable design, which is contrary to the clothing idle reason. Therefore, it is necessary to carry out corresponding guidance for consumers to enhance their awareness of sustainable environmental protection.

**Key words:** sustainable development of clothing; consumption concept; green design; data analysis

## 1 引言

根据中国国家统计局数据显示, 2019 年中国服装类商品零售额累积 9778.1 亿人民币, 同比增长 2.6%。而在这些数据的背后, 服装产业所产生的资源浪费与环境污染却占全球污染的很大一部分, 我国纺织服装业每年产生 25 亿吨废水和其他污染物<sup>[1]</sup>, 其中废水排放占全球 20%, 温室气体的排放量则

收稿日期: 2019-01-18; 修回日期: 2020-06-03。

基金项目: 教育部人文社科项目(16YJA760055); 国家级大学生创新训练计划项目(202010495003)。

作者简介: 余晓芸, 武汉纺织大学服装学院硕士研究生。通信作者: 钟蔚, 武汉纺织大学服装学院教授、硕士生导师。

占全球排放量的 8%–10%，全球生产的化学品约有 25% 用于服装产业。从国家颁布一系列条例后，服装行业的环保状况有所改善。

在可持续服装消费方面，国内学者做了诸多研究：和嘉伟、梁建芳等对以消费观念、再利用现状为主的服装消费观进行探究分析<sup>[2]</sup>；梁建芳、程婉莹等对可持续消费行为三阶段以及回收再利用为重点进行分析<sup>[3]</sup>；杨姗姗从生活方式的角度对服装可持续消费态度的影响进行研究<sup>[4]</sup>。笔者发现当前学术界对服装可持续消费的研究多停留在“消费”以及回收处理这个层面上，一些可持续理念仅仅在设计类文献中被提到，没有将二者进行结合。笔者认为，服装生产过程中的所有环节都是环环相扣的，应联系起来研究，因此笔者在问卷中设置了与设计相关的问题，考虑到消费者对一些专业性设计名词陌生，故问卷中的其他绿色设计以可拆卸设计及极简风格设计等较为常见的设计方式为主。从消费者对可持续设计、极简风格的态度以及可持续基本特征、服装穿着频率方面分析其可持续意识。并且随着人们对个性化的追求不断提高，使得面料不再成为唯一的可持续方式，可持续设计的发展也为环保贡献了一份力。

## 2 研究方法

通过线上发放形式，在问卷星上发布“对服装行业可持续发展的市场调查”的问卷，以全国范围内的居民为对象，对收到的有效问卷，使用 SPSS 23.0 软件进行数据分析。通过可靠性分析、交叉表以及单因素 ANOVA 分析等，探究消费者对服装行业可持续发展的了解程度及态度等问题。本次问卷调查于 2019 年 12 月至 2020 年 2 月进行，针对全国范围内的居民，期间累计收到问卷 353 份，在进行筛选，剔除无效问卷后，获得有效问卷 315 份，问卷有效回收率约为 89.2%。

## 3 研究结果和讨论

### 3.1 问卷信度分析

问卷分析采用 SPSS 23.0 软件对问卷结果进行可靠性分析检验，检验结果见表 1。

在社会科学统计调查中，若克隆巴赫系数大于 0.7，则说明问卷具有良好的可靠性。由表 1 可以看出，克隆巴赫系数 Alpha 为 0.86，大于 0.7，因此说明问卷具有较高的可靠性，各题项一致性较高。

### 3.2 调查基本情况分析

表 2 为被调查者基本信息统计。由表 2 可以看出，本次问卷调查中的消费者以 18~25 岁的青年居多，占 50.8%，25~35 岁的中青年次之；且女性消费者多于男性，比例约为 3:2；学历以本科为主占比为 67.3%，硕士次之；多为在公司、企业工作的社会人员、学生次之，两者共占 83.8%。

### 3.3 消费者可持续意识基本情况分析

问卷涉及到消费者对服装行业可持续发展前景的态度以及消费者对极简风格服装的态度，消费者对旧衣物的处理方式以及消费者对可持续发展方式的了解程度等问题。其中，基本情况调查主要为消费者的可持续意识调查。

从消费者对服装行业可持续发展的前景数据统计来看(图 1)，消费者对服装可持续发展是十分

表 1 可靠性统计

Tab.1 Reliability test

克隆巴赫 Alpha	项数
.860	26

表 2 被调查者基本信息统计

Tab.2 Basic information statistics of respondents

项目	类别	人数	百分比 /%
性别	男	127	40.3
	女	188	59.7
年龄	18 岁以下	8	2.5
	18~25 岁	160	50.8
	25~35 岁	100	31.7
	35~45 岁	32	10.2
	45 岁以上	15	4.8
职业	学生	128	40.6
	公务员	27	8.6
	公司、企业	136	43.2
	自由职业	22	7.0
学历	其他	2	.6
	高中及以下	19	6.0
	专科	40	12.7
	本科	212	67.3
	硕士研究生	42	13.3
	博士研究生	2	.6

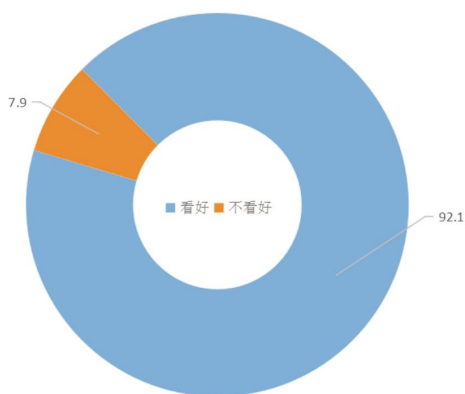


图1 服装可持续发展前景统计  
Fig1 Development prospects of clothing

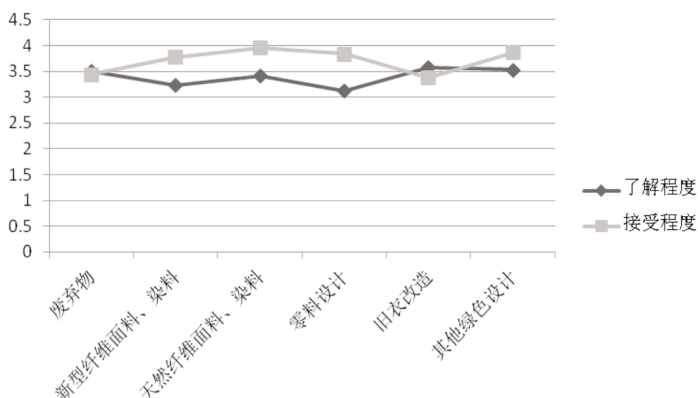


图2 服装可持续发展方式了解程度与接受程度均值关系  
Fig2 Mean value relationship between understanding degree and the acceptance degree of clothing sustainable development

看好的,占比高达 92.1%,只有极少数人持反对态度,占比为7.9%。因此可以推断,绝大部分消费者是有一定的可持续环保意识的,在思想上是支持与肯定的。

在服装可持续发展中,与消费者有直接或间接联系的发展方式主要为作为服装成品包含的面料、设计,购物时的包装,消费后的回收处理问题等,因此围绕这几项设置问卷选项。

图2为消费者对几种服装可持续发展方式的了解程度与接受程度调查结果的平均值图,可以看出,消费者对旧衣改造的了解程度最高,均值高达 3.58,其次为其他绿色设计(这里包括极简风格设计、可拆卸设计等)及废弃物回收再利用,均值分别为 3.53 及 3.514;消费者对“零料”设计的了解程度最低,均值为 3.12。消费者对天然纤维面料染料的接受程度最高,均值为 3.965;对旧衣改造及废弃物回收再利用的接受程度最低,均值分别为 3.387 和 3.444。

对比两者的均值变化,只有废弃物再利用和旧衣改造的了解程度均值高于其接受程度均值,并且旧衣改造的了解程度平均值从最高到接受程度平均值最低,可以推断出消费者对旧衣物、废弃物回收再利用、改造的了解程度普遍很高,但是却并不能接受自己穿着,无法付诸行动,持明显的排斥态度。因此可以判断出消费者实际上并没有一个真正环保的行为意识。从无法接受穿着旧衣改造、废弃物再利用的服装,可以推断以下几点原因:①消费者对改造过的服装卫生标准不放心;②消费者单纯不喜欢旧的服装;③改造过后的服装无法吸引消费者;④改造后的服装性价比不高。⑤消费者无法接受别人穿过的服装。并且,消费者对以零料设计为例的专业性设计名词没有了解是十分正常的,但对极简风格设计等较为常见的设计手法有一定的了解,且了解程度居第二高,可见可持续设计在消费者群体的普及是有一定可行性的。

在了解相关可持续因素主要适用性后,对服装生产环节中的几个方面进行了重要程度分析,来了解在消费者心中影响力较大的可持续因素。

由图3可以看出,消费者认为面料对服装可持续发展的影响程度最高,均值为 4.23;其

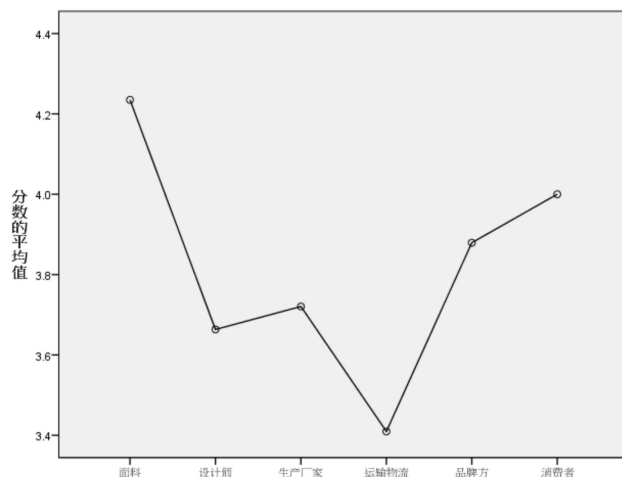


图3 对服装可持续发展有影响的因素之程度统计  
Fig3 Degree statistics of some factors influencing the clothing sustainable development

次为消费者群体,均值为 4;运输物流的影响程度最低,均值为 3.4;而设计师的影响程度均值也较低,仅为3.66。

图 4 为可持续服装特征统计图,其中认为可降解性面料是可持续服装特征的消费居多,占比为37.2%;其次是天然纤维面料,占 23.86%;而零浪费设计、循环再利用设计为代表的绿色设计占比则为 10.16%。由此可知,在大众认知中,原材料的环保特征相比绿色设计更为明显及普遍。

图 5 为消费者在购买服装时对是否为环保品牌、环保面料、环保设计的注意程度均值统计。可以看出消费者对面料的注意程度最高,均值约为 3.42;对设计的注意程度最低,均值为 3.25。

综合图 3、图 4、图 5 数据分析,可以发现消费者认为面料对服装可持续发展的影响较大,而设计的影响却与之相差较远,笔者推断可能的原因有以下几点:①可持续设计属于设计专业领域名词,普通消费者并不能够了解。②消费者不追求时尚,因此对服装款式、设计并不关心。③消费者认为可持续设计不太重要。从各方面对服装可持续发展影响程度统计中,被调查者认为最具影响力的排名依次为面料、消费者、品牌方、生产厂家、设计师、运输物流,其中最高均值与最低均值相差 0.83,这个排名与笔者设想的有些出入。面料在制造过程中会产生水污染、大气污染以及化学污染;消费者则产生浪费;品牌方制定决策;生产厂家产生噪声污染、水污染以及化学污染等;设计师则决定着服装的款式、功能,这里面则会包括面料的使用率、后期使用生命周期等;运输物流则主要产生包装、废气污染。因此笔者认为设计师的排名太过靠后,由此体现出消费者群体对设计所产生的可持续贡献不够重视及了解。

### 3.4 消费者服装使用生命周期分析

服装生命周期主要包括以下环节:创意策划、设计开发、生产加工、经营销售、消费使用及废弃物的回收处理。对服装使用生命

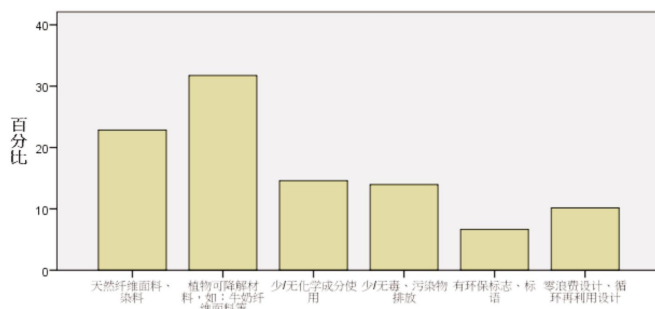


图 4 可持续服装特征统计

Fig4 Features statistics of sustainable clothing

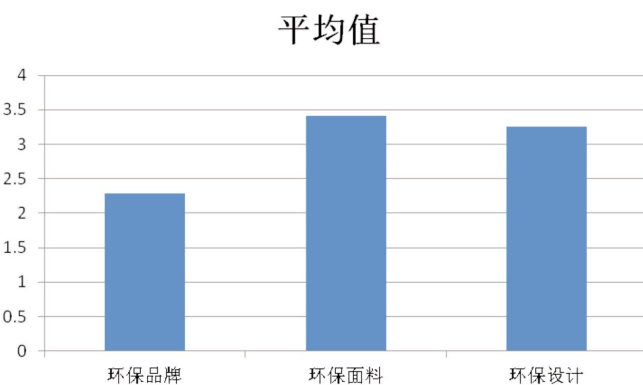


图 5 服装消费注意程度统计

Fig5 Degree statistics of attention to clothing consumption

表 3 被调查者服装穿着频率统计

Tab.3 Statistics from respondents' clothing life cycle

项目	类别	人数	百分比
购买的衣服最多穿几年	1年以内	34	10.8
	1~2年	180	57.1
	3~4年	88	27.9
	5年及以上	13	4.1
每年购买服装的数量(不包含服饰配件、内衣)	10件以内	105	33.3
	11~20件	126	40.0
	21~30件	61	19.4
	31~40件	14	4.4
一件衣服穿着的最高频率	40件以上	9	2.9
	每天都穿	42	13.3
	2~4天穿一次	212	67.3
	5~7天穿一次	47	14.9
一件衣服穿着的最低频率(同季节)	一周以上穿一次	14	4.4
	一周以内穿一次	87	27.6
	8~14天穿一次	61	19.4
	15~30天穿一次	57	18.1
	1~2个月穿一次	58	18.4
	3~4个月穿一次	16	5.1
	4个月以上穿一次	36	11.4

周期的调查能使我们了解消费者在服装使用及处理环节的可持续情况及意识。

由表 3 可知,接受调查的 57.1%的消费者购买的服装最多穿 1~2 年,约有 27.9%的消费者会穿 3~4 年,但还是有接近十分之一的消费者服装使用周期为一年不到。40%的消费者每年购买 11~20 件服装,其次为购买 10 件以内的消费者,占 33.3%。约有 67.3%的消费者穿着服装的最高频率为 2~4 天一次,27.6%消费者穿着服装的最低频率为一周以内穿一次。

从以上数据可知,大多数消费者服装使用周期并不长,每年购买的服装数量也不在少数。假设一个人每年购买 20 件衣服,每件衣服穿 2 年,那么他一生至少会购买约 800 件服装,与每年购买同数量,但穿 4 年的消费者相比,至少多出了一倍。这其中所产生的资源消耗、环境污染是巨大的。而今时尚的快速更新则会加速缩短服装的使用生命周期,造成更多的服装与资源浪费。全球成衣制造项目机构(WRAP)曾提出可持续性服装行动方案(SCAP),该方案提议“延长衣物的生命周期,提高可持续性”。WRAP 认为一件衣服只需多穿 9 个月就可减少 20~30%的二氧化碳、水和废物的排放,节约 50 亿英镑的资源<sup>9</sup>。因此,我们应提倡消费者在消费使用时,做到少买多穿,节约资源。其实追求时尚与美并没有错,但人们在购买服装的同时,应更多地考虑该服装的搭配性、质量以及环保性能等,并做到多次利用以及采取环保可持续的回收方式,以达到延长产品生命周期的目的。

通过图 6 可知,消费者选择不再穿着一件服装最多的原因是款式,占比为 42.86%;其次为质量,占比为 21.9%;工艺与面料占比最低为 4.13%。而款式往往与时尚、流行挂钩,这就意味着消费者多是因追随时尚而闲置服装,并不是因为服装的破损。特别是近几年快时尚行业的兴起,导致服装更新换代的频率越来越高,从而导致服装产业产生的废料、垃圾越来越多。而作为第二高的因素——质量,则可以从侧面看出近年来服装质量下滑。快时尚行业的服装往往也存在着质量差、做工细节不到位的问题。通过与图 4 及图 5 所显示的数据,可以发现消费者认为设计对可持续的影响程度不高,而图 7 的数据却显示款式、设计影响着人们服装的使用频率、生命周期,这与注重款式、追求个性的心理是相互矛盾的。

由图 7 可知,消费者处理旧衣物的方式主要为闲置家中,所占比例为 41.59%,远远超过其他方式,其次为捐赠,占比为 20.32%。而选择丢弃的人数占比为 10.48%,大于二手转卖与机构回收的人数比例。由此可得知,消费者对旧衣物回收再利用的意识并不强,与看好服装可持续发展前景的消费者比例差距很大,表明消费者对环保可持续发展没有一定的行动意识,意识仅仅停留在靠企业、设计师、品牌等去改变、发展服装可持续,没有从自我行动出发。结合图 6 和图 7,可以发现大多数消费者追逐潮

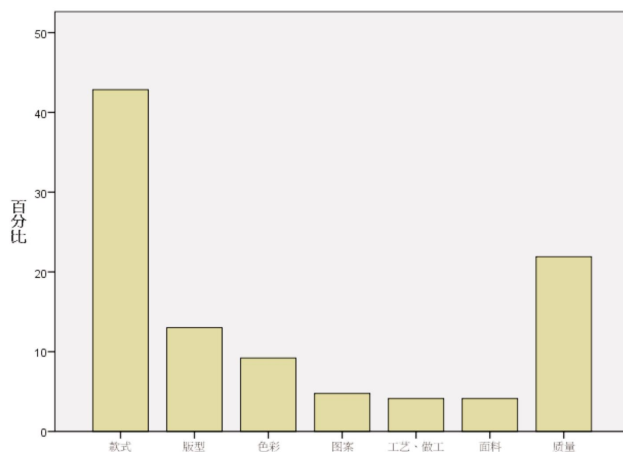


图 6 服装闲置原因统计

Fig6 Reason statistics about clothing no longer in use

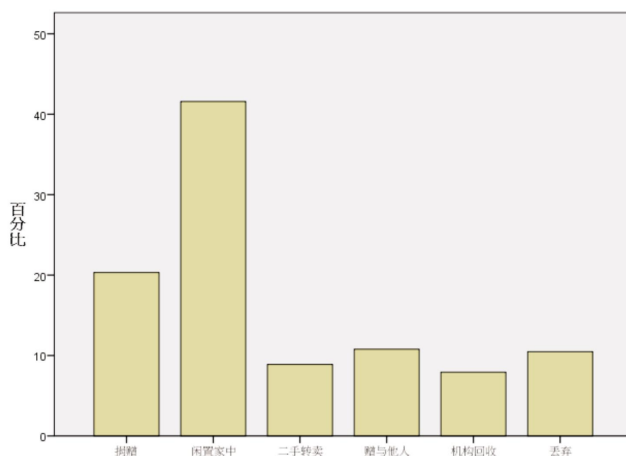


图 7 旧衣物处理方式统计

Fig7 Processing statistics of old clothing

流、时尚,看到喜欢的就购买,而后又被新的时尚所引,丢弃过时的服装,并将其闲置家中,久而久之,积少成多,造成了很多不必要的浪费。并且这种“一次性”的服装存在着很多质量问题,例如常见的脱纱、版型不对称、实物与图片差异等问题。

根据 WRAP 统计数据:美国每年售出服装约 800 亿件套,人均每年扔掉约 37.2 公斤旧纺织品,总计高达 1,100 万吨。根据 WRAP 于 2012 年发布的“珍惜我们的衣物”的报告可知,英国每个家庭保有价值 4,000 英镑的衣物,其中三分之一闲置一年以上,这意味着英国消费者约有 300 亿英镑的衣物处于闲置状态<sup>[9]</sup>。由此可知,废旧衣物处理不当的问题十分普遍与严重,大多数消费者还是缺乏环保意识。

### 3.5 消费者对极简风格服装的态度分析

问卷选用极简风格设计为可持续设计代表来提出问题,主要原因是:极简风格设计在人们日常生活中的应用十分普遍,并且其主张的减法设计适用于诸多场合,是最贴近人们日常生活的一种设计方式,它们通常出现在一些职业装、休闲装中。在可持续发展被全球重视的情况下,极简主义几乎可以成为可持续理念最好的体现。因此,笔者主要对极简风格的服装进行了主要调查,了解其在消费者心中的定位。

由表 4 可以看出大部分被调查者对极简风格服装的态度是喜欢的,其人数超过被调查者的一半,占比为 54.92%,很喜欢极简风格服装的则占 26.35%,两者相加的比例占总被调查者人数的 81.27%,这就说明极简风格服装十分受

表 4 极简风格服装喜欢程度与穿着频率交叉分析

Tab.4 Crosstab table between preference and wearing frequency about minimalist clothes

极简风格服装喜欢程度	极简风格服装穿着频率一般					性别	
	完全不会	不会	会	经常会	男性	女性	
很不喜欢			100.0%		100.0%		
不喜欢	20.0%	20.0%	40.0%	20.0%	80.0%	20.0%	
一般		9.4%	49.1%	32.1%	9.4%	34.0%	
喜欢		0.6%	28.3%	47.4%	23.7%	40.5%	
很喜欢			3.6%	33.7%	62.7%	41.0%	
总计	0.3%	2.2%	25.4%	41.0%	31.1%	40.3%	

消费者欢迎,是十分可行的绿色设计方式。在这部分消费者中,会穿与经常穿极简风格服装的人数占 70.1%,这足以说明极简风格服装在人们日常着装中的普遍性。喜欢与很喜欢极简风格服装的男性占所调查男性的 81.9%;女性则占有所有被调查女性的 80.9%。由此看出不管在男性还是女性之中,极简风格服装都是十分受欢迎的一种服装风格。

根据以上数据,分析可得:随着时尚流行不断更新,消费频率、品质不断提高,在当代中青年消费群体中,越来越多的人追求个性化。但与此同时,由于人们对环保的意识不够注重,导致服装使用寿命逐渐变短,特别是有一部分人的服装仅仅穿 1~2 年,并且对废旧服装的处理方式没有达到环保可持续标准,大大缩短了服装生命周期。并且通过调查发现人们在购买服装时,对环保面料的印象仅仅停留在棉、麻等天然纤维上,对一些可降解面料、功能性面料等不甚了解。由此可发现,我国对服装回收再利用、可持续发展的普及、宣传力度较弱,消费者对二手、旧物改造的服装很少能接受,衣柜里的闲置服装也已然成为隐形垃圾。

## 4 结论

通过研究,本文得出三点结论:①可持续设计作为未来设计的主要趋势,可持续概念将会贯穿人们的整个生活领域。而通过对消费者进行可持续调查可以发现,大众消费群体并没有很强的可持续发展意识与行动力,对二手服装、旧衣改造等二次利用的服装接受度不高,甚至有所排斥;可持续服装的推广与发展在二次利用服装层面会有所难度,还需进一步发展。②可持续设计的发展也需达到消费者层面,使更多消费者在购买服装时有更多的可能性去考虑可持续设计的服装,以达到延长服装生命周期的目的。极简风格设计作为可持续设计方式中被大众消费者接受最广泛的一种设计方式,其特有的

简洁、优雅、大方的风格,能够为人们提供舒适的感觉,缓解精神压力。使在当今社会快节奏与高压力生活下的人们有表达内心世界与体现个人个性与精神需求的载体。③要推动服装可持续不断发展还需让消费者可持续服装有一定了解,这仅仅靠企业、设计师是远远不够的。笔者认为,从生产到消费到回收全过程,需要形成一个良性循环,环里的每个部分都是相互作用、相辅相成的。并且在服装销售时,可以对环保服装进行一个分类,并展示或培训店员与该服装相关的环保知识,包括面料、设计等,向广大消费者进行引导,在丰富消费者可持续知识的同时,也打造了绿色服装品牌。作为未来设计的主要趋势,服装可持续发展任重道远,还需各行各业的人们一起努力。

#### 参考文献:

- [1]潘潘.生态纺织服装绿色设计[M].北京:中国纺织出版社,2017:1-250.  
PAN Fan.Green Design of Ecological Textile and Clothing[M].Beijing:China Textile & Apparel Press,2007:1-250.
- [2]和嘉伟,梁建芳,彭欣桐等.服装可持续消费观分析[J].服装学报,2019,4(2):184-188.  
HE Jiawei,LIANG Jianfang, PENG Xintong, et al.Analysis of research on sustainable consumption of clothing [J].Journal of Clothing Research,2019,4(2):184-188.
- [3]梁建芳,程婉莹.服装可持续消费行为的研究现状及困境分析[J].丝绸,2020,57(6):18-25.  
LIANG Jianfang,CHENG Wanying.Research on status and dilemma of sustainable clothing consumption behavior[J].Journal of Silk,2020,57(6):18-25.
- [4]杨珊珊.生活方式对服装可持续消费态度的影响研究[D].北京服装学院,2018.  
YANG Shanshan.Research on the influence of lifestyle on sustainable consumption attitudes of clothing [D].Beijing Institute of Fashion Technology,2018.
- [5]薛娇.时尚可持续 希望变现实[J].中国纤检,2017(4):136-137.  
XUE Jiao.Fashion sustainable,hopes will become reality[J].China Fiber Inspection,2017(4):136-137.
- [6]王朋.极简主义风格在服装设计中的应用与研究[D].武汉纺织大学,2014.  
WANG Peng.The research and application of minimalist style in fashion design[D]. Wuhan Textile University,2014.

(责任编辑:李强)