

青年群体对丝绸质量的需求研究

江学为, 郑璐, 陈玉

(武汉纺织大学 a.服装学院; b.服装数字化工程技术研究中心, 武汉 430073)

摘要: [研究意义] 青年作为丝绸潜在消费群体对于扩大丝绸市场十分重要, 若刺激青年群体购买丝绸, 需提高丝绸的质量。消费者感知丝绸质量的因素包括美观因素和物理因素。为了更具有针对性地对丝绸进行改性以提高丝绸的外观性能和耐用性能, [研究方法] 文章根据丝绸本身的特点设计了丝绸性能指标体系, 研究青年群体对丝绸外观性能和耐用性能的需求程度。[研究结果与结论] 结果认为: ①青年重视丝绸的外观性能和耐用性能, 且更重视外观性能。②青年最重视丝绸的起毛起球性和软硬感, 相对最不重视悬垂性和耐光性。③将丝绸外观性能的测量项目降维至4个因子, 并重新命名为手感、洗可穿性、造型效果和保型性, 青年最重视丝绸的保型性, 相对最不重视造型效果。④不同性别的青年对丝绸保型性的需求程度具有显著差异性, 女性青年比男性青年更加重视保型性。研究结果可为市场提供指导。

关键词: 青年群体; 外观性能; 耐用性能; 因子分析

中图分类号: TS941.12

文献标志码: A

文章编号: 2095-4131-(2020)04-0043-05

Research on the demand of silk quality for youth

JIANG Xue-wei, ZHENG Lu, CHEN Yu

(School of Fashion; Wuhan Textile and Apparel Digital Engineering Technology Research Center,
Wuhan Textile University, Wuhan 430073 China)

Abstract: As a potential consumer group of silk, youth is very important to expand the silk market. In order to stimulate young people to buy silk, you need to improve the quality of silk. The factors that influence consumers to perceive silk quality include aesthetic and physical factors. Therefore, so as to modify the silk more specifically to improve the appearance and durability of silk, this paper designs the silk performance index system according to the characteristics of silk itself. The youth group's demand for silk appearance and durability. The result showed that young people valued the appearance performance and durability of silk, and payed more attention to the former. Young people attached the utmost importance to the pilling property and softness of silk, and relatively speaking, the least attention to drapability and lightfastness. The measurement items of silk appearance performance were divided into 4 categories, renamed to handle, wash-ability, modeling effect and mode-holding nature, respectively. Young people payed most attention to the mode-holding nature of silk, and the least to the modeling effect relatively. Young people of different genders had significant differences in the degree of demand for silk mode-holding nature. The results of the study can provide guidance to the market.

Key words: youth group; appearance performance; durability of silk; factor analysis

青年这一潜在消费群体对于扩大丝绸市场十分重要。据调查, 青年群体服装产品占据大部分市场份额, 然而大部分青年没购买过丝绸却有购买意向^[1-3]。可想而知, 若能吸引他们购买丝绸, 这将极大扩展丝绸市场^[4]。为了吸引青年群体购买丝绸, 需从消费者的角度研究其需求, 细致分

析青年的喜好, 提升丝绸的服用性能。服装的服用性能是指服装在使用过程中表现出来的与人体穿着有关的性能^[5], 取决于织物的原料、纺纱、织造工艺、纱线结构、织物结构以及后整理加工方法等一系列因素^[6]。对于服用性能, 不同学者有不同的分类方法, 一般来说大致分为外观性能、耐用性能、舒适性能、卫生安全性能和其它性能。而消费者感知服装质量的维度包括美观因素和物理因素, 即服用性能中的外观性能和耐用性能^[7]。因此, 对于青年对丝绸的喜好, 本文主要研究外观性能和耐用性能。目前针对丝绸的调查研究大

收稿日期: 2019-09-06; 修回日期: 2020-03-19。

作者简介: 江学为, 博士, 武汉纺织大学服装学院副教授、硕士生导师。郑璐、陈玉, 武汉纺织大学服装学院硕士研究生。

多是基于消费者的购买意愿、喜爱的款式风格图案以及影响消费行为的因素等，少量有关丝绸服用性能的研究中只提及到部分性能，并不全面^[5,8,9]。因此，为了专业且全面地研究青年群体对丝绸各项性能的需求程度，本文根据丝绸本身的特点将外观性能和耐用性能更细致地划分为多个指标，在2019年6月发放网上问卷对青年进行调查研究。

1 问卷设计

1.1 指标体系设计

本次调查采用的问卷包括两个部分。第一部分是关于个人基本情况等人口学特征调查，具体包括性别、年龄段等信息。第二部分依据织物服用性能的分类^[8,10]，对丝绸的外观性能与耐用性能的指标进行细致划分，测量项目如表1所示。

表1 丝绸外观性能与耐用性能测量项目

Tab.1 Silk appearance and durability performance measurement projects

测量维度	编号	测量项目	编号	测量项目
外观性能	Q1-1	光泽	Q1-10	抗皱性
	Q1-2	色彩	Q1-11	收缩性
	Q1-3	软硬感	Q1-12	钩丝性
	Q1-4	粗滑感	Q1-13	起毛起球性
	Q1-5	轻重感	Q1-14	耐摩擦色牢度
	Q1-6	冷热感	Q1-15	耐熨烫色牢度
	Q1-7	悬垂性	Q1-16	耐皂洗色牢度
	Q1-8	透明或不透明感	Q1-17	耐日晒色牢度
	Q1-9	耐光性	Q1-18	耐汗渍色牢度
耐用性能	Q2-1	耐拉伸	Q2-5	耐磨性
	Q2-2	耐撕裂	Q2-6	耐熨烫性
	Q2-3	耐冲击	Q2-7	耐疲劳能力
	Q2-4	耐顶裂		

1.2 问卷质量分析

在正式施测前，首先发放预试问卷，对测量工具的信度和效度进行检验。然后在充分吸收现有成果基础上，对测量问卷的措辞、陈述方式等进行了多次检查和修改，消除了有歧义和晦涩的词语。之后正式发放205份问卷，回收有效样本170份，有效率82.9%。测量项目采用李克特(Likert)五点式设计^[11]，即得分1-5分别表示完全不重视、不重视、一般、重视、非常重视五个等级。

问卷的Cronbach系数见表2。从表中可以看出，丝绸外观性能与耐用性能的Cronbach系数

均高于0.7，说明测量工具具有较好的内在一致性，信度较高。

表2 问卷可靠性分析

Tab.2 Reliability analysis of questionnaire

测量维度	项数	样本数	Cronbach's Alpha 平均值
外观性能	18	170	0.8579
耐用性能	7	170	0.8563
全部	25	170	0.8575

将外观性能与耐用性能的平均得分划分为高分组与低分组，进行独立样本T检验，结果如表3所示。从表中可知，两个性能的高分组与低分组之间分别都具有显著的差异性，能将不同重视程度的受调查者区分开来，具有良好的区分度，因此本次测试具有良好的效度。

表3 区分度分析

Tab.3 Distinction analysis

测量维度	F	Sig.	t	df	Sig. (双侧)
外观性能	18.668	0.000	-20.466	86.229	0.000
耐用性能	47.969	0.000	-19.475	66.904	0.000

总得分的标准Q-Q分布如图1所示，样本数据基本在直线附近，可以认为服从正态分布，表明此次调查具有一定的合理性。以上数据表明调查结果与研究内容具有有效性、稳定性和较高的吻合度^[12]。

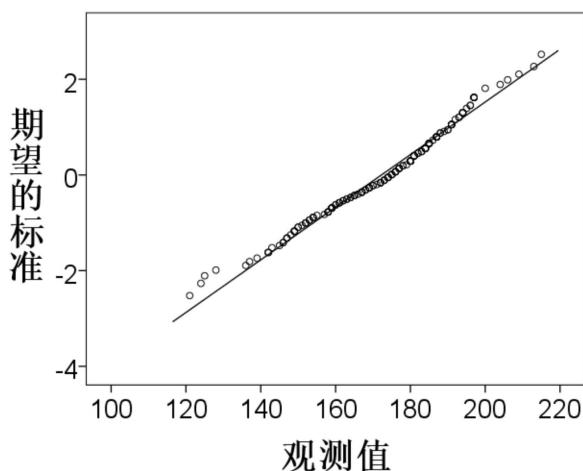


图1 总得分的标准Q-Q图

Fig.1 Standard Q-Q of total score

2 青年对丝绸性能的需求分析

2.1 青年对丝绸性能的需求程度

丝绸外观性能和耐用性能的各项指标的得

分均值如图 2 所示。从图中可以明显看到,所有性能的得分均在 3.7 以上,说明青年对于丝绸的外观性能和耐用性能都很重视。与耐用性能相比,外观性能的得分更高,说明青年更重视丝绸的外观性能。其中外观性能中最受重视的是起毛起球性和软硬感,相对来说最不受重视的是耐光性;耐用性能中青年最重视丝绸的耐磨性,相对来说最不重视丝绸的耐冲击能力。

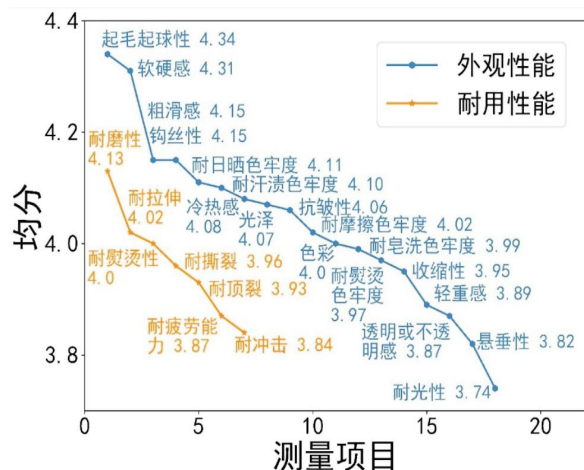


图 2 青年对丝绸外观性能和耐用性能需求程度得分情况

Fig.2 Youth's score on the appearance performance and durability of silk

从图 2 中可以看到,青年对光泽的重视程度(得分 4.07)高于悬垂性(3.82),然而在陈志华等人的研究中,消费者对丝绸悬垂性(得分 3.74)的喜好程度高于光泽(得分 3.69)^[9]。本文调查时间为 2019 年 6 月,后者调查时间为 2008 年 10 月份;本文调查区域是全国,后者调查区域是苏州;本文调查对象为 18-30 岁的青年,后者调查对象是 21-40 岁的消费者。因此,造成差异的原因一方面可能是时间、调查区域的不同,另一方面可能是调查对象的年龄差异。说明随着时间、年龄的不同,消费者的喜好可能也发生了改变。

根据上面的结果分析得出,青年群体更重视丝绸的外观性能,这可能是由于现代生产工艺得到提高,消费者对丝绸耐用性能更加放心,而青年群体追求个性化和时尚化,因此对丝绸的外观更加重视。为了深入研究青年群体对丝绸外观性能的喜好,下面将外观性能的测量维度进行进一步划分,进行因子分析。

2.2 青年重视丝绸外观性能的主要因素

根据学者 Kaiser(1974)^[13]观点,如果 KMO 值小于 0.5,较不宜进行因子分析,进行因子分析的普通准则至少在 0.6 以上。外观性能的测量项目进行第一次因子分析的 KMO 值为 0.796,呈现的性质为“普通的”标准,表示变量间具有共同因子存在,变量适合进行因子分析。显著性概率值 Sig=0,代表总体的相关矩阵间有共同因子存在,适合进行因子分析。以特征值大于 1 以上作为主成分保留的标准得到共同因子,外观性能的共同因子有 5 个,但旋转后的因子结构中有一个因子仅包含 2 个题项,层面所包含的题项数太少无法显示共同因子所代表的意义,因而此共同因子应该删除较为适宜。在因子分析中共同因子所包含的题项数最少为三题,亦即一个构念或层面所包含的题项变量至少 3 个。题项删除后的因子结构也会改变,因而须再进行一次因子分析^[14]。外观性能测量项目第五次因子分析后的 KMO 和 Bartlett 的检验如表 4 所示,表明适合进行因子分析。

表 4 外观性能的 KMO 和 Bartlett 的检验

Tab.4 Inspection of KMO and Bartlett for appearance performance

取样足够度的 Kaiser-Meyer-Olkin 度量		0.782
Bartlett 的球形度检验	近似卡方	410.566
	df	91.000
	Sig.	0.000

外观性能测量项目进行因子分析后产生 4 个因子,将因子重新命名,显示在表 5。丝绸外观性能的 4 个维度,分别命名为手感、洗可穿性、造型效果和保型性。所有因子的得分均值都大于 3.8 分,说明青年对这 4 个维度都很重视。其中均分最高的是保型性,最低的是造型效果,说明青年最重视丝绸外观性能中的保型性,相对最不重视丝绸的造型效果。这可能是由于对造型效果的喜好受消费者主观因素的影响,不同造型效果都会有消费者喜欢。然而保型性更客观明显,不论是起球起毛勾丝,还是因汗渍导致的色差问题,都会严重影响丝绸服装的评价和可穿性。并且丝绸服装对于青年来说属于高档服装,穿着次数少,存放时间长,大部分青年只能偶尔才购买丝绸^[3]。因此青年消费者更重视保型性。

表5 外观性能因子变量的提取与命名

Tab.5 Extraction and naming of appearance performance factor variables

因子	测量项目	因子负荷量	因子命名	均分
1	软硬感	0.673	手感	4.151
	粗滑感	0.664		
	抗皱性	0.563		
	冷热感	0.467		
2	耐日晒色牢度	0.745	洗可穿性	4.012
	耐熨烫色牢度	0.657		
	收缩性	0.560		
3	光泽	0.755	造型效果	3.881
	耐光性	0.665		
	轻重感	0.534		
	悬垂性	0.430		
4	起毛起球性	0.739	保型性	4.196
	耐汗渍色牢度	0.568		
	钩丝性	0.450		

以上结果说明了青年群体的喜好总体上偏向于丝绸的保型性。为了吸引不同类型的青年购买丝绸,需再进行更细致的分析。由于传统观点认为不同性别消费者的消费理念不同,因此我们从性别方面更进一步分析。

2.3 不同性别的青年对丝绸外观性能的重视程度

不同性别的青年对丝绸外观性能的重视程度显示在表6。由表可知,在对丝绸的外观性能重视程度的4个维度中,不同性别的青年仅对丝绸保型性的重视程度具有显著差异性,对于丝绸的手感、洗可穿性以及造型效果的重视程度上均没有显著差异性。基于感性工学的相关理论^[5],说明男女青年对于丝绸保型性的感性喜好存在显著性差异。由于手感、造型效果受主观影响较

表6 不同性别的青年对丝绸外观性能的重视程度

Tab.6 The importance of youth of different genders to the appearance performance of silk

因子	性别	样本	均值	标准差	F	t	Sig. (双侧)
手感	男	59	4.0424	0.6073	2.647	-1.902	0.059
	女	111	4.2095	0.5096			
洗可穿性	男	59	3.9153	0.5522	3.719	-1.446	0.150
	女	111	4.0631	0.6735			
造型效果	男	59	3.7712	0.6285	0.047	-1.733	0.085
	女	111	3.9392	0.5870			
保型性	男	59	4.0339	0.6744	2.874	-2.516	0.013*
	女	111	4.2823	0.5777			

大,而洗可穿性的效果变化较缓慢,不易察觉,因此青年对这三个维度重视程度没有显著差异。而丝绸的保型性容易观察到,因此可以较为明显地体现出男女青年对于丝绸外观重视程度的差异。

可以明显看到,女性青年的4个维度分值均高于男性,说明女性青年对于外观性能的重视程度高于男性青年。众所周知,对于服装,男性更重视实用性,女性更重视美观,因此女性青年比男性青年更重视丝绸的外观性能。其中男性青年分值最高的维度是手感,女性青年分值最高的是保型性,说明男性青年最重视手感,女性青年最重视保型性。进一步说明男性青年更重视服装的舒适度,女性青年更重视服装的外观。

3 结语

本文使用问卷调查的方法研究青年对丝绸外观性能和耐用性能的重视程度。结果认为,青年对丝绸外观性能和耐用性能都达到重视的程度,在所有测量维度中,青年最重视丝绸起毛起球性和软硬感,相对最不重视的是悬垂性和耐光性。总体来说,与耐用性能相比,青年更重视丝绸的外观性能。将丝绸的外观性能测量项目降维至4个因子并重新命名为手感、洗可穿性、造型效果和保型性,发现青年对外观性能的4个维度都很重视,其中最重视丝绸的保型性,相对最不重视的是造型效果。这可能是因为保型性更客观,可以明显观察到,而且丝绸服装属于高档服装,青年穿着丝绸服装的次数少,需要长时间保存。不同性别的青年对丝绸的保型性的需求程度具有显著差异性,对于其它三个维度的需求程度没有显著差异性,说明女性青年与男性青年对于丝绸保型性的要求差异较大。男性青年最重视手感,女性青年最重视保型性。这可能是由于男性更重视实用性,女性更重视美观。

参考文献:

[1]周文杰. 浙江都市成熟女性丝绸服装消费调查研究[J]. 丝绸, 2008(7):5-7,11.
ZHOU Wen-jie. Investigation on the consumption of mature women's silk clothing in Zhejiang city[J]. Journal of Silk, 2008 (7):5-7, 11.

[2]胥箐箐,冯巧优.浙江中青年女性丝绸服装购买偏好调查[J].纺织导报,2015(11):104-106.
XU Zheng-zheng, FENG Qiao-you. A survey on purchasing ten-

- dency of silk garments among middle-aged women in Zhejiang [J]. *China Textile Leader*, 2015(11):104-106.
- [3]李瑞,沈卫德,陈文虎,等. 国内消费者丝绸购买行为及消费意愿的调查研究[J]. *丝绸*,2007(10):9-12.
- LI Ri, SHEN Wei-de, CHEN Wen-hu, et al. A survey of domestic consumers' silk purchase behavior and consumer willingness [J]. *Journal of Silk*, 2007(10):9-12.
- [4]王云仪,徐宁宁,金向鑫. 丝绸家纺的消费者调查及营销策略优化研究[J]. *丝绸*,2013,50(1):67-70.
- WANG Yun-yi, XU Ning-ning, JIN Xiang-xin. Consumer survey of silk home textile and research on optimization of marketing strategy[J]. *Journal of Silk*, 2013,50(1):67-70.
- [5]倪红,彭晓东. 半精纺针织衫服用性能的模糊综合评价[J]. *纺织学报*,2009,30(12):99-102,107.
- NI Hong, PENG Xiao-dong. Fuzzy and comprehensive evaluation on serviceability of semi-worsted knitted shirt [J]. *Journal of Textile Research*, 2009,30(12):99-102,107.
- [6]周璐瑛.现代服装材料学[M].中国纺织出版社,2000:73-84.
- ZHOU Lu-ying. *Modern Materials for Clothing*[M]. China Textile & Apparel Press, 2000:73-84.
- [7]柳小芳,季晓芬,汪洁,叶海莲,曹爱娟. 丝绸服装的感知质量研究[J]. *丝绸*,2007(12):49-52.
- LIU Xiao-fang, JI Xiao-fen, WANG Jie, et al. Consumers' perceptions of silk clothing quality[J]. *Journal of Silk*, 2007(12):49-52.
- [8]李瑞,沈卫德,陈文虎,冯月晓. 影响丝绸消费的产品因素调查与分析[J]. *丝绸*,2009(1):8-10.
- LI Ri, SHEN Wei-de, CHEN Wen-hu, FENG Yue-xiao. Investigation and analysis of product factors affecting silk consumption [J]. *Journal of Silk*, 2009(1):8-10.
- [9]陈志华,刘国联. 从消费行为看丝绸服装面料的再开发[J]. *丝绸*,2010(3):37-40.
- CHEN Zhi-hua, LIU Guo-lian. Silk fabric's re-development according to consumption behavior[J]. *Journal of Silk*, 2010(3):37-40.
- [10]姚穆.纺织材料学[M].中国纺织出版社,2009:345-369.
- YAO Mu. *Textile Materials Science* [M]. China Textile & Apparel Press,2009:345-369.
- [11]Likert R 1. A Technique for the Measurement of Attitudes[J]. *Archives of Psychology*, 1932, 22 140:1-55.
- [12]姚君,陈建辉.基于顾客价值的国内服装设计师品牌竞争力分析[J]. *服饰导刊*, 2018, 7(5):43-53.
- YAO Jun, CHEN Jian-hui. Analysis on brand competitiveness of domestic designers brand from perspective of customer value [J]. *Fashion Guide*, 2018, 7(5):43-53.
- [13]Kaiser, H. F., Rice, J. Little Jiffy, Mark IV [J].*Educational and Psychological Measurement*. 1974,34 (1):111-117.
- [14]吴明隆.问卷统计分析实务:SPSS操作与应用[M].重庆:重庆大学出版社, 2010:194-236.
- WU Ming-long. *Practice of Statistical Analysis on Questionnaire: SPSS Operation and Application*[M].Chongqing:Chongqing University Press,2010:194-236.
- [15]赵红艳,叶洪光.基于感性工学的女大学生群体对于连衣裙设计的感性差异研究[J].*服饰导刊*,2019(2):45-50.
- ZHAO Hong-yan, YE Hong-guang. Research on the perceptual differences of female college students in dress design based on Kansei Engineering[J]. *Fashion Guide*, 2019(2):45-50.

(责任编辑:李强)