

# Chinese Young Adult Women's Clothing Exploratory Behavior and Shopping Style According to Their Sensitivity Pursuit Propensity

Haiyan Wang\* · Guolian Liu · Yong-Sook Kim

Chonbuk National University, Korea\* · Soju University, China ·  
Chonbuk National University, Korea

Since China began diplomatic relationships with many western countries in 1970s, Chinese had more chances to contact western cultures and changed their consumption concepts or styles. Especially, many foreign companies with multi-nationality installed their branches at China, and that accelerated swift economic growth. Also, a generation who were born after 1970s were reared in the rapid political changes, but in their parents' affluent financial support and enthusiastic sincerity. They show a different consumption behavior with other age groups, and diverse needs and individuality for clothing.

The size of clothing market in China is estimated to be 4,650 hundred million Yuan and that is as big as almost 4.5 times of the clothing market in Korea. Chinese women are main streams of consumption and over 50% of them have the right to decide purchasing at home by themselves. Clothing is evaluated as a major item which leads consumption, and especially Chinese young adult women control clothing purchasing.

Universities and companies in China have begun to show a strong interest on the consumption behaviors from 1990s because many foreign companies with multi-nationality needed

more information about Chinese consumers to understand them and to broaden their market. Psychological characteristics and responses of consumers are very important in consumer behavior studies because sociopsychological aspects of clothing are more effective than functional aspects of clothing. Sensitivity pursuit propensity controls impulsive purchases. However, there is few materials about Chinese young adult women's clothing exploratory behaviors and shopping styles. Also, there is a strong need to study more about Chinese consumers to accelerate economic development of China.

The research problems are 1) to identify factors of Chinese women's sensitivity pursuit propensity, clothing exploratory behavior, and shopping style, 2) to classify Chinese young adult women according to their sensitivity pursuit behavior, 3) to identify clothing exploratory behavior and shopping style of classified groups. The subjects are 500 Chinese young adult women of 20 - 35 years old in Soju, China. The data will be analyzed by use of SPSS PC+(Ver, 10.0). One-way ANOVA, t-test, factor analysis, Chi-square test, and cluster analysis will be done. The results can be used as guidelines for marketing strategy.

# 중국 신세대 여성의 감각추구성향에 따른 의복탐색행동과 쇼핑스타일

王海燕\* · 劉國聯 · 김용숙

전북대학교\* · 中國 蘇州大學校 · 전북대학교

1970년대 들어 중국은 서방세계에 국교를 개방하게 되었고 이에 따라 중국인들은 서양문화와 빈번한 접촉을 하게 되었으며 소비 관념과 스타일에서 큰 변화를 가져 왔다. 특히 다국적 기업들이 중국 시장에 파고 들어 경제적 성장이 급속히 이루어졌으며, 이에 따라 중국 경제는 급속도로 발전하게 되었다. 1970년대 이후에 출생한 세대들은 정치 개혁과 물질적 풍요 속에서 성장하였으며, 이들은 그 이전에 출생한 세대들과 가치성향, 생활 스타일, 의복 요구 등에서 큰 차이를 보인다.

중국 의류시장의 규모는 4,650억 위엔으로 추정되며 이는 한국의류 시장의 4.5배에 달하는 수준이다(www.samsungdesign.net). 이중 여성 의류 판매고는 전체 의류 시장의 35%를 차지하여 그 비중이 대단히 크다. 중국 여성들은 소비의 주체자로 소비시장을 장악하고 있으며 50% 이상의 여성이 가정에서 소비를 단독으로 결정하고 있다. 21세기 초반 중국 시장의 주도 상품은 의류라고 평가되고 있으며 1970년대 이후 출생한 신세대 여성들이 주도할 것으로 예측된다.

1990년도에 들어서면서 여러 다국적 기업에서 중국 시장을 확보하고 확장해 나가는데 중국 소비자 행동에 대한 이해가 필요하다고 느끼고 중국 학계와 업계를 중심으로 많은 연구가 진행되기 시작했다. 홍콩의 경우 많은 연구가 이미 많이 진행되었으나 중국의 경우 북경, 상해, 광주 등 대도시를 중심으로 기초 연구가 이루어지는 단계이다. 그러나 의류 소비의 주체인 신세대 여성의 의복행동에 관한 자료가 부족한 실정이다.

의복의 사회심리적 특성은 기능적 특성보다 더 중요하기 때문에 소비자의 의복행동 연구에서 심리적 특성과 이에 대한 반응에 대한 연구의 필요성이 더 크다. 소비자의 감각추구성향은 의복 충동구매를 조장하나 이에 관한 연구가 거의 없으므로 본 연구에서는 중국 신세대 여성의 감각추구성향에 따른 의복탐색행동과 쇼핑 스타일을 파악하여 중국 의류 시장에 대한 기초 자료를 제공하고 중국 경제 발전에 도움을 주고자 한다.

본 연구의 연구 문제는 1) 중국 신세대 여성의 감각추구성향, 의복탐색행동, 쇼핑 스타일의 요인을 파악하고, 2) 중국 신세대 여성을 감각추구성향에 따라 유형화하고, 3) 유형화된 집단 의 의복탐색행동과 쇼핑 스타일 특성을 파악한다. 연구 대상자는 중국 소주시에 거주하는 20세부터 35세까지의 신세대 여성 500명으로 전업주부, 취업주부, 미혼 직장인, 그리고 대학생으로 구성되었다. SPSS PC(Ver. 10.0)을 사용하여 빈도, 백분율, 평균, 표준편차 등을 계산하고 분산분석, 요인분석, 교차분석, 군집분석 등을 실시한다.