基于消费行为的学龄前儿童趣味服装元素选择研究

王　萍，王　银，匡才远*
（金陵科技学院，江苏 南京 211169）

摘　要：以童装趣味性元素选择为研究对象，对3～6周岁儿童的消费行为进行问卷调查，分别讨论了童装风格元素、装饰图案、装饰手法、趣味性设计元素、十二生肖元素与消费行为之间的关系。结果表明，童装面料应以棉型为主；装饰手法以图案装饰手法为主，贴布和镶拼装饰手法为辅，图案设计贴近自然又不脱离流行趋势；十二生肖图案的卡通化造型将在童装设计中引领潮流。

关键词：趣味童装；消费行为；设计元素

中图分类号：TS941.28　　**文献标识码：**A　　**文章编号：**1673－0356(2019)12－0044－04

学龄前儿童对周围的环境充满了求知欲与好奇心，这种心理的产生源于他们的兴趣。由于该年龄段的儿童观察到的事物相对有限，作为生活中不可或缺的服装自然而然就占据了他们的主要视觉感受。因此，可以通过选购趣味性服装来激发儿童的新奇感与探知欲。

关于3～6岁儿童服装的消费行为，已有相关研究：张苇[1]提出学龄前儿童刚刚开始接收外界的知识和信息，逐渐提出自己的消费需求并形成消费意识。此时他们的消费基本处于全依赖模式，由家长全面安排他们的服装消费；孙艳妮[2]提出学龄前儿童正处于思想波动期，但已具有初步的审美观与模仿能力；施静娟[3]提出现在的学龄前儿童父母比较喜欢款式潮流、个性化的童装；肖婉[4]提出90后家长已经意识到自己与孩子的服装审美偏好、喜好存在差异，这些家长认为在质量过关的情况下，他们会尊重孩子的选择，鼓励孩子自己做主，在购买时会听取孩子的意见；蒋甦鲔[5]提出通过设计学龄前儿童喜爱和感兴趣的事物，将趣味元素运用到学龄前儿童服装设计中，不仅可以增强童装的趣味性，还能满足儿童的审美需求。

由于有关消费者消费行为与学龄前儿童趣味服装元素选择方面的研究比较少，因此，本文以学龄前儿童趣味服装元素的选择为研究目标，探讨趣味服装元素与消费者消费行为之间的关系。

1　研究对象

选择3～6岁学龄前儿童的家长作为研究对象。因为该年龄层儿童正处于幼儿期转变成童年期的阶段，他们在身体成长、情绪、个性、认知能力、意识形态等方面都与0～3岁的婴幼儿期儿童和7～10岁的学龄期儿童有明显差异。该阶段的儿童虽然开始形成消费意识，但是他们暂时基本没有自主决策能力。因此，将研究对象确定为3～6岁儿童的家长，以了解该年龄段儿童服装消费情况。

2　研究方法

2.1　调查方法

调研采用电子问卷与纸质问卷相结合的方法，电子问卷回收63份，纸质问卷回收140份。其中，有效问卷192份，有效问卷回收率为94.58%。运用组织行为学理论，对问卷的有效性进行分析筛选，以获取更有利的信息。通过采用SPSS软件进行数据分析，主要采用描述性分析（频数分析、交叉列联表分析）、相关性分析等分析方法。

2.2　分析内容

童装消费者行为与童装本身的属性有关，着重分析童装趣味性设计元素与消费者消费行为之间的关系。

3　结果分析

3.1　童装风格元素分析

图1分析结果表明，家长在购买童装时更看中质

收稿日期：2019-07-14
基金项目：中国纺织工业联合会科技指导性项目（2016060）；江苏高校哲学社会科学研究基金项目（2017SJB0489、2017SJB0491）；江苏省“青蓝工程”资助项目
作者简介：王　萍（1996-），女，本科在读。
* **通信作者：**匡才远（1982-），男，副教授，博士，主要研究方向为现代服装工程，E-mail：kcy@jit.edu.cn。

量与舒适性，占总数的 68%；追求价格实惠的人数偏少，占总数的 11%。21%的家长们会更看重风格款式设计，这表明大部分家长不会一味追求童装的设计感，还是以质量与舒适性为基本要求，因此童装在设计开发时对其功能、舒适性的要求比较高。

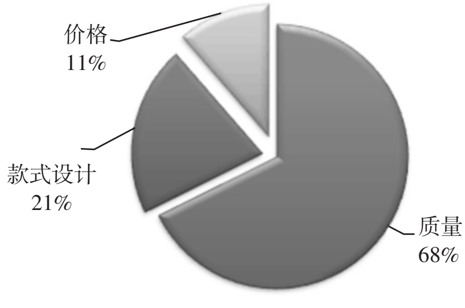

图 1　消费者购买童装时注重方面

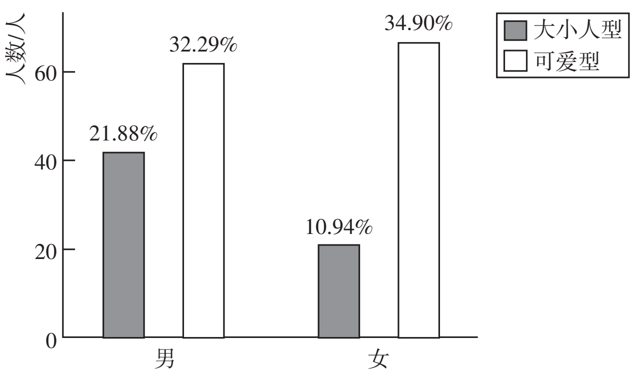

图 2　儿童性别与穿衣风格

由图 2 可知，有 67.19%的家长会为孩子购买可爱型的服装；有 32.83%的家长会倾向于将自己的孩子打扮成小大人的模样。整体而言，可爱型的童装风格占了绝大部分的比重。由表 1 可知，男童购买的童装风格为小大人型的皮尔逊相关性系数为 0.175，Sig(双尾检验概率)P＝0.015，说明男童与童装的小大人风格相关性显著，且成正相关；而女童购买的童装风格为小大人型的皮尔逊相关性系数为－0.179，Sig(双尾检验概率)P＝0.013，说明女童与童装的小大人风格相关性显著，且成负相关。结果表明，男童更乐于购买小大人型的服装，女童多数选择可爱型的服装，这为童装设计风格定位提供了很好的借鉴。

图 3 结果表明，家长为女童挑选服装时，选择购买甜美风格服装的比例最多，占总数的 48%；其次为休闲、清新风格；购买有个性的女童服装所占比例仅为 10%。因此，女童服装的设计风格要以甜美风格为主，休闲、清新风格为辅。

表 1　不同性别与购买童装风格的相关性分析

性别		小大人型	可爱型	Sig.(双尾)
男	人　数/人	42	62	0.015
	皮尔逊相关性	0.175	－0.175	
女	人　数/人	21	67	0.013
	皮尔逊相关性	－0.179	0.179	

家长为男童挑选服装时，选择购买休闲风、简约风、帅气风服装的比例较接近，依次是 36%、29%、25%，选择购买有个性的男童服装占比只有 10%，见图 4。因此，男童服装的风格以休闲、简约、帅气风格为主。

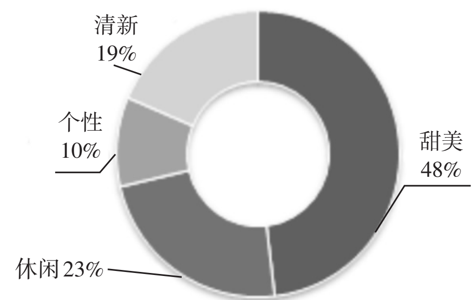

图 3　消费者选购女童服装风格占比

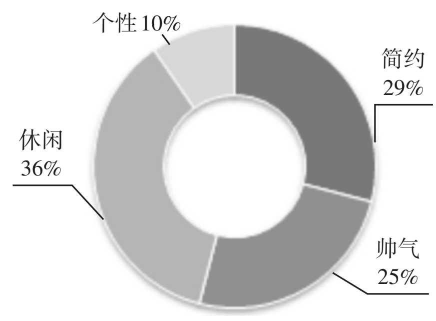

图 4　消费者选购男童服装风格占比

3.2　童装装饰手法及装饰图案元素分析

由表 2 可以看出，消费者购买童装时喜欢图案装饰手法的比例高达 77.08%；由图 5 可知，卡通图案装饰同样最受消费者的青睐，达到了 59.9%；动物图案与花卉植物图案装饰也比较受欢迎，分别占到 36.98%和 30.21%，这说明在童装装饰设计中动物图案与花卉植物图案等接近自然的装饰图案消费市场比较广，由此可见，十二生肖的卡通化图案在未来将具有十分广阔的市场。3～6 周岁的儿童思维还不够成熟，因此，童装图案设计要从儿童的视角切入，展开对大自然的奇思妙想，对儿童喜欢的装饰图案进行趣味性设计。

表 2　消费者喜欢的童装装饰手法

喜欢的装饰手法	人　数/人	比　例/%
辑线装饰法	56	29.17
镶拼装饰法	70	36.46
贴布装饰法	78	40.63
褶裥装饰法	48	25.00
造花装饰法	50	26.04
图案装饰法	148	77.08

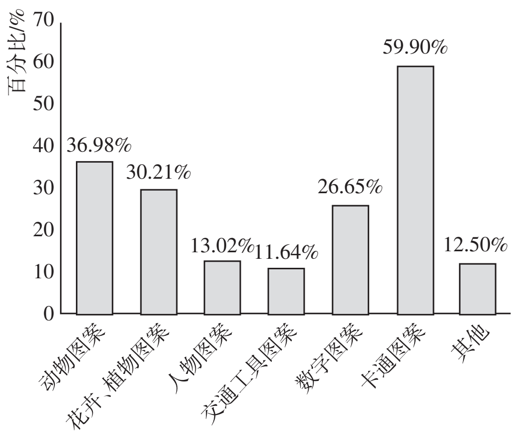

图 5　消费者购买童装时喜欢的装饰图案

3.3　童装趣味性设计元素分析

由表3分析可，消费者在为儿童购买服装时最注重的趣味性设计要素是款式和面料，分别占比40.63%、35.42%，这说明消费者购买童装时主要关注舒适性及款式。最能体现童装趣味性的是服装款式，由于学龄前儿童的胸腰臀3个围度差距不明显，童装款式设计以O型、H型和A型为主，注重款式造型的功能性，以适应儿童的身体发育与自由活动。

表 3　消费者对童装趣味性设计要素喜好

趣味性设计要素	人　数/人	比　例/%
款式	78	40.63
面料	68	35.42
色彩	20	10.42
图案	26	13.54

由表4分析可知，家长通常会为孩子购买以纯棉为主的童装，棉混纺为辅，化纤面料仅占2.6%，这与儿童皮肤娇嫩，对童装舒适性的要求较高有关。其中，7.81%的家长会选择新型面料，可以预测健康环保型面料在童装上的应用将进一步发展。因此，在童装设计过程中，除了注重款式设计、色彩图案搭配外，还要选择无污染、无毒害染料的天然面料。这样可以提高童装的吸湿性、柔软性与透气性，保证儿童服装穿着的健康、舒适与安全。

表 4　消费者对童装面料的喜好

面　料	人　数/人	比　例/%
纯棉面料	133	69.27
棉混纺面料	39	20.31
化纤面料	5	2.60
新型面料	15	7.81

3.4　十二生肖元素在童装上的应用分析

在童装图案设计中，十二生肖元素是能体现中国传统文化的代表性图案，值得进一步研究。

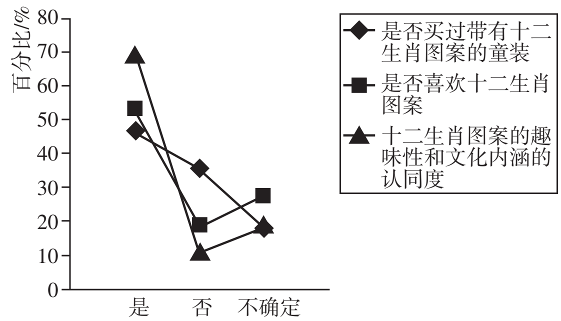

图 6　消费者十二生肖童装的喜好

由数据分析可知，94.79%的家长认为童装的趣味性设计对儿童的心理有调节作用，有69.3%的家长认同生肖的趣味性和文化内涵，有53.6%的家长喜欢十二生肖图案在童装上的应用，有46.88%的家长为孩子买过带有十二生肖图案的服装。这说明十二生肖图案受多数童装消费者的喜欢，十二生肖图案对儿童身心健康的调节作用得到家长的认可。此外，家长希望孩子能受到传统文化的熏陶，培养民族自信心。

由表5及图6可知，是否喜欢、购买过十二生肖图案以及是否认同其含有的趣味性和文化内涵的皮尔逊相关性系数均为正数，且Sig(双尾检验概率)均小于0.05，说明这3个因素相关性显著，且成正相关。消费者对十二生肖图案的趣味性和文化内涵的认同度所占比例相对最高，而购买率是相比之下最低的，也就是说，以十二生肖图案为代表的中国传统图案在童装设计的应用方面还需要进一步改进设计，来增进消费者的购买需求。因此，根据男女儿童的不同性格特征做出相应的趣味性设计，使这类产品在促进童装市场发展的同时，增强中国民族文化气息，体现儿童可爱纯朴的性格特色，将家长对孩子美好前途的愿望传达出去，以弘扬中华民族传统文化。

表 5　关于十二生肖图案的相关性分析

		是否喜欢十二生肖图案	是否买过带有十二生肖图案的童装	是否认同十二生肖的趣味性和文化内涵
是否喜欢十二生肖图案	皮尔逊相关性	/	0.342	0.318
	Sig(双尾)		0.000	0.000
是否买过带有十二生肖图案的童装	皮尔逊相关性	0.342	/	0.195
	Sig(双尾)	0.000		0.007
是否认同十二生肖的趣味性和文化内涵	皮尔逊相关性	0.318	0.195	/
	Sig(双尾)	0.000	0.007	

4　结论

(1)在童装的设计生产中,最重要也是最基本的是做好质量保证,面料以棉型为主,款式以宽松舒适为主,符合儿童人体工效学要求,给儿童一个柔软透气舒适的着装感受。

(2)在 3～6 岁童装设计上要根据男女儿童不同的性格特征,选择不同风格的童装。装饰手法以图案装饰手法为主,贴布和镶拼装饰手法为辅,图案设计贴近自然又不脱离流行趋势,满足童装消费市场的需求。

(3)十二生肖的卡通化图案设计在童装上的应用受到广大童装消费者的喜爱。十二生肖图案作为一种中国优秀传统文化的重要组成部分,将受到广大消费者的追捧,不仅在童装设计应用上也将在其他设计领域形成不小的反响。

参考文献:

[1] 张　苇.3－6 岁儿童家长童装购买决策影响因素分析[D].杭州:浙江理工大学,2013.

[2] 孙艳妮.基于学龄期儿童健康需求的童装设计[D].青岛:青岛大学,2013.

[3] 施静娟.巴拉巴拉品牌童装顾客忠诚度提升策略研究[D].上海:东华大学,2017.

[4] 肖　婉."新亲子关系"下的学龄前童装设计研究[D].杭州:浙江理工大学,2018.

[5] 蒋甦鲔.趣味元素在童装设计中的应用[J].艺术与设计(理论),2019,2(3):95－97.

Study on Preschool Children's Interesting Clothing Element Design Based on Consumption Behavior

WANG Ping, WANG Yin, KUANG Cai-yuan*

(Jingling Institute of Technology, Nanjing 211169, China)

Abstract: Taking the children's interesting elements design as research object, a questionnaire survey on the consumption behavior of 3～6 years old children was carried out. The relationship between clothing style, decorative pattern, decorative techniques, interesting design elements, as well as 12 zodiac patterns and consumption behavior was discussed. The result showed that the children's clothing fabric should be given priority to cotton type. The decoration technique was mainly pattern decoration technique, with cloth sticking and inlaying decoration technique as auxiliary. The pattern design should be close to nature without breaking from the popular trend. The cartoon modeling of 12 zodiac patterns would lead the trend in children's wear design.

Key words: fun children's clothing; consumption behavior; design element