

湖南女性婚礼服的消费需求

汪莹 陈晓玲^{*1}

(湖南工程学院纺织服装学院, 湖南 湘潭 411201)

【摘要】: 通过问卷调查以及 SPSS 软件分析, 对湖南地区 18 岁以上适婚女性的婚礼服消费需求进行数据采集, 分析湖南地区适婚女性的消费水平、消费观念、品牌认知以及款式偏好等状况。发现该地区女性对婚礼服消费理念呈提高趋势, 但对婚礼服品牌认知度不够。指出目前湖南地区婚礼服市场的欠缺之处, 为企业产品设计、市场规划与拓展等提供参考依据。

【关键词】: 湖南 女性 婚礼服 消费需求

【中图分类号】: F407. 86 **【文献标志码】:** A **【文章编号】:** 2096—1928 (2018) 01—0086—05

婚嫁一直是中国人的喜庆大事, 婚服作为服俗, 带着浓厚的民俗色彩^[1]。近些年来, 西方文化的渗透使得西式婚纱备受广大女性的追捧^[2]。随着 80 后和 90 后成为婚庆市场的消费主体, 国人的婚庆消费观念和消费需求也相应发生变化。以往的婚礼服市场需求研究多集中于北上广等一线城市^[3,4], 针对我国中部地区的市场研究鲜少; 而美团点评第三届结婚行业高端峰会发布的《2016 结婚行业蓝皮书》显示, 在结婚用户比例构成上, 三四线城市成为新的增长点, 湖南等中西部地区的市场规模颇为可观^[5]。与此相对, 中国婚纱礼服行业在区域分布上, 具有一定规模、档次和效益的生产企业主要集中在广东、北京、江苏、上海、福建等地。文中通过问卷对湖南地区 18 岁以上女性的婚礼服需求进行调查, 根据所得数据分析湖南地区女性的消费水平、消费观念、品牌认知以及审美偏好。

1 问卷调查与受访者基本情况

1.1 问卷调查

1.1.1 问卷设计

本研究问卷是在参考相关文献以及消费者访谈基础上形成的^[6]。主要包括:

1) 受访女性的个人基本信息调查, 包括受访女性的年龄、职业、学历、婚姻状况、收入情况。

2) 受访女性的消费水平和消费观念调查。根据受访女性的收入水平以及婚姻状况进行划分, 进而得出不同收入水平的女性以及已婚、未婚女性的婚礼服消费情况。对不同收入水平女性的婚礼服消费观念与品牌观念进行分析, 得出婚礼服消费需求趋势。

3) 根据受访女性对婚礼仪式服与敬酒服的款式选择, 对受访女性的款式偏好调查。并分别列举市面上流行的中西婚礼服款

¹基金项目: 湖南省教改项目 ([2013] 223 号, 364)。

作者简介: 汪莹 (1987—), 女, 硕士研究生。

*通信作者: 陈晓玲 (1975—) 女, 副教授, 硕士生导师。主要研究方向为服装文化、服装结构与舒适功能性。

Email: 1092407980@qq. com

式、材质、颜色、风格等,可多项选择。

1.1.2 信度分析

为了检验本问卷的信度,利用 SPSS 软件进行信度检验,得出克隆巴赫 α 信度系数值为 0.810($\alpha > 0.7$ 时即为信度较高),因此,本问卷信度理想^[7]。

1.2 受访者基本情况

以湖南地区 18~40 岁适婚或将婚女性为调查对象,共发放问卷 520 份,有效回收 511 份,回收率 98.3%。在受访人群中,未婚女性 270 人,已婚女性 241 人。其中:18~23 岁女性 140 人,占受访人数 27.4%;24~29 岁女性 263 人,占受访人数 51.5%;30~34 岁女性 68 人,占 13.3%;35 岁以上女性 40 人,占 7.8%。此外,本次调研在职女性 298 人,在校大学生、研究生 213 人。

2 婚礼服消费水平、消费观念及品牌认知

2.1 婚礼服(预期)消费水平

因大多数在校大学生、研究生还属于消费者,月收入来源于家长给予的零用钱,故本项目将在职女性与受访在校学生调查结果分开分析。

看出,受访职业女性月收入主要在 2000~5000 元之间,这一部分女性在婚礼服的(预期)消费相对集中于 1000~3000 元。其中,月收入 2000~3000 元的女性在婚礼服(预期)消费金额由低到高逐渐呈递减趋势;而月收入 3000~5000 元女性消费在 1000~2000 元与 2000~3000 元这两档之间差异较小,但随着价格的攀升,选择的人数骤然减少。

图 1 为月收入高于 2000 元的在职受访女性婚礼服(预期)消费。

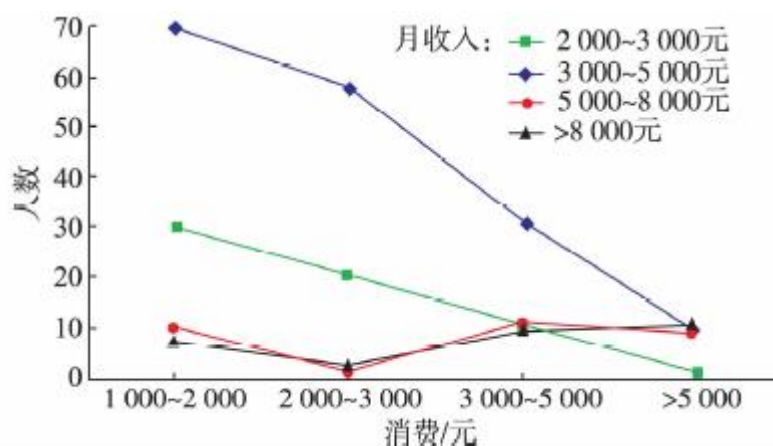


图 1 月收入 2000 元以上者婚礼服(预期)消费

由图 1 可以看出,月收入高于 5000 元的受访女性在婚礼服的(预期)消费则呈两极分化趋势。2000 元以内的经济型婚礼服与 3000 元以上的高端礼服均受到此类人群的青睐;而 2000~3000 元档的礼服则鲜有人问津。

可以看出,在受访的 213 名在校学生中,婚礼服预算在 5000 元以上人数有 79 人,占受访学生的 37.1%;其次是预算在 3000~5000 元之间,有 63 人,占受访学生的 29.6%。尽管其中部分原因是在校学生还处于消费阶段,未能直接感受到来自家庭生活的经济压力,但也在一定程度上反映了未来婚礼服市场的价位走势。

2.2 婚礼服消费观念

为了调查湖南地区女性对婚礼服消费观念,文中设置了 4 个选项供受访女性选择,分别是:“A. 结婚是一辈子的事,一定要购买/定做一套高档的”;“B. 在可承受的经济范围内愿意购买/定做一套婚纱”;“C. 租一套就好,但一定会选高档一点的”;“D. 反正只穿一次,随便租一套便宜的就好”。结果表明,有 52.9% 的女性受访者投给了 B 选项,约 33.3% 的女性投给了 C 选项,选 A 的女性占 11.8%,而认为随便租一套即可的女性仅 2%。由此可见,绝大多数女性对婚礼服的挑选非常重视。

婚礼服消费方式调查结果如图 2 所示。

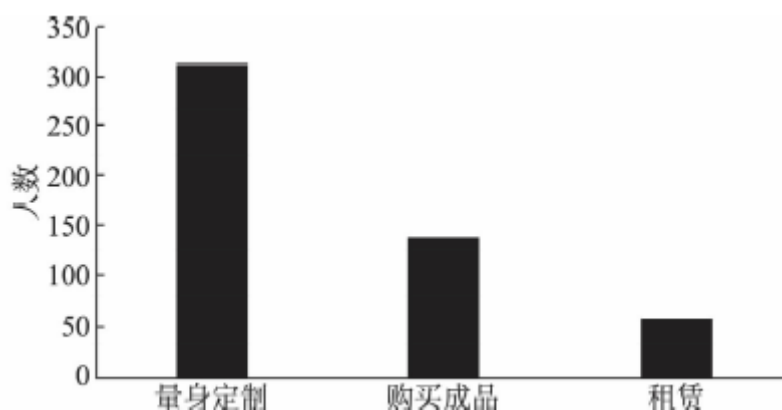


图 2 婚礼服消费方式

由图 2 可以看出,在婚礼服消费方式上,受访女性中约有 60.7% 的人愿意在经济承受范围内量身定制一套婚礼服;约 27.6% 选择购买成品婚礼服;而选择租赁婚礼服的女性仅占 11.7%。

2.3 品牌认知

从受访女性的调查中发现,在选购婚礼服时,倾向于购买品牌礼服的人占 51%,对品牌没有要求的人占 49%。而通过对湖南地区(长株潭为主)的婚礼服市场、婚纱影楼的调查得出,尽管湖南有一批知名服装生产企业,也有中国四大名绣之一的湘绣作为工艺依托,但在女性婚礼服设计生产领域还未形成规模,本土品牌鲜少。一些能被人熟知的婚礼服品牌(如长沙的颂颂),仍停留在单个设计师开设门店设计制作阶段。

文中分别选取了国内外一些知名婚礼服品牌,同时列入了湖南本土婚礼服品牌,对湖南地区女性的婚礼服品牌认知度进行调查,具体结果如图 3 所示。由图 3 可以看出,在国外知名婚礼服品牌中,受访女性对 VERA WANG 品牌认知度相当高,而同样作为世界知名的西班牙品牌 Pronovias 认知度仅为前者的 1/7。VERA WANG 的成功归纳于 5 个方面:定位明确、简约高贵、工艺精良、明星效应、接轨科技^[8]。国内品牌认知方面,云裳嫁衣一枝独秀,北京的兰玉与广州的富丽纱紧随其后,本土品牌颂颂也有一定知名度。值得注意的是,在受访者中还有 35 人不知道任何婚礼服品牌。由此表明,湖南地区女性对婚礼服的品牌认知度还不高,中国本土品牌可以学习借鉴 VERA WANG 的成功经验,加速企业转型。

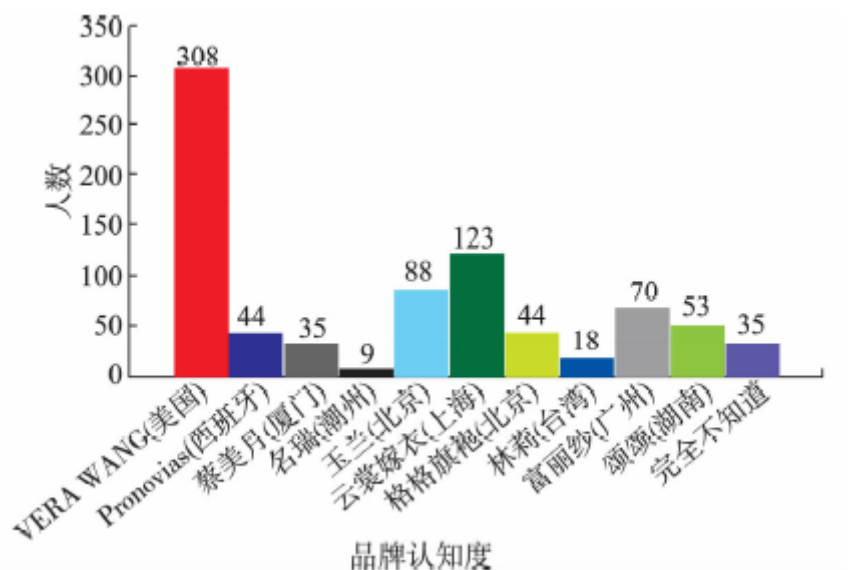


图3 受访者对婚礼服品牌的综合认知度

3 婚礼服中西款式偏好

婚俗受到具体社会情况的影响具有变异性。湖南地处江南地区,山清水秀,人杰地灵,风俗民情多样,婚俗更是自古充满了地域特色。如屈文菲在《清代湖南汉族婚俗研究》中提到,清代礼制上规定“庶民妇女不得僭用冠帔、补服、大轿”、“舆不彩饰”,而湖南地区在实际的亲迎过程中,都是“男家具名帖,备礼仪,随綵舆至女家亲迎”。“设酒宴,宾戚或款饮二三日不等”,更是逾越了成婚日筵席数量礼制的规定^[9]。因此,了解湖南地区女性婚服选择偏好,可为服装生产企业产品设计与市场规划提供参考。

3.1 仪式服与敬酒服偏好

受访女性对仪式服和敬酒服的中西款式偏好情况。在对婚礼仪式服与敬酒服的中西款式偏好调研中发现,绝大多数女性会选择中式礼服与西式礼服相结合的形式,只有约 19.6%的女性选择两套礼服全部采用中式或西式的形式。未婚女性与已婚女性意见相似,在仪式服的选择上更青睐于西式礼服,而在敬酒服的选择上则更喜欢穿着中式礼服。

3.2 中式婚礼服风格偏好

根据《我国古代婚姻与女性传统婚服简略》中的中国古代各个时期女性婚礼服款式^[10],结合当前市面上流行的中式婚礼服风格,主要列举 4 款中式礼服风格供受访者选择,分别是汉代的袍服风格、唐代的花钿礼衣风格、凤冠霞帔的明代风格以及民国褂裙风格。

调查结果显示,选择“凤冠霞帔的明代风格”的女性最多,占 39.2%;其次是“唐代的花钿礼衣风格”,占 25.5%;“汉代的袍服风格”与“民国褂裙风格”分别占 13.7%和 9.8%;除列出的 4 种风格以外,选择“其他款式”的女性占 11.8%。

3.3 西式婚礼服款式偏好

文中还从礼服廓形、裙摆式样、肩部设计、礼服色彩、礼服材质、整体风格 6 个方面对受访女性的西式礼服偏好进行了研究。因全部为多项选择题,故各项目只记录所选入次数。

3.3.1 礼服廓形

在廓形的选择上,多数女性偏爱具有大裙摆的A型礼服或是具有收腰效果的X型礼服。

3.3.2 裙摆式样

西式婚礼服裙摆式样偏好可以看出,在裙摆式样上,具有拖尾式样的礼服更受女性青睐。其中选择大拖尾式样的女性达 243 人次,占总人次 46.82%,在 511 名受访女性中所占比例高达 47.55%。

3.3.3 肩部设计

图 4 为 4 种不同款式的婚礼服。在肩部设计方面,选择 A 款一字肩的女性为 381 人次,选择 B 款单肩设计的女性为 22 人次,选 C 款双肩设计的女性有 98 人次,而选择 D 款吊带式样的女性最少,仅 10 人次。



图 4 西式婚礼服肩部设计款式

3.3.4 礼服色彩

西式婚礼服色彩偏好情况如图 5 所示。由图 5 可以看出,有 80%女性仍选择象征圣洁的白色作为婚礼服颜色;近来兴起的香槟色婚礼服也占到 9%受访女性的喜爱;此外红色与粉色礼服各占 4%和 2%;选用其他颜色作为婚礼服色调的女性占 5%。

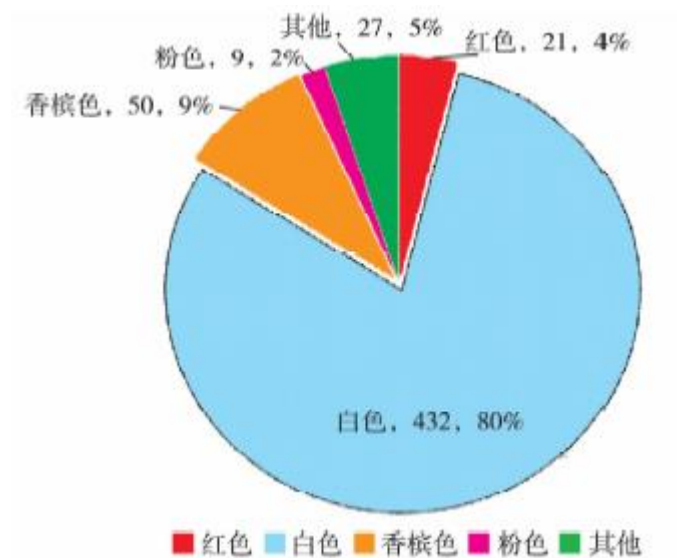


图 5 西式婚礼服色彩偏好情况

3.3.5 礼服材质

图 6 为受试女性对西式婚礼服材质偏好情况。由图 6 可以看出, 蕾丝与欧根纱材质的婚礼服最受女性喜欢, 其他材质如真丝、雪纺、绸缎则选择人次相对较少。

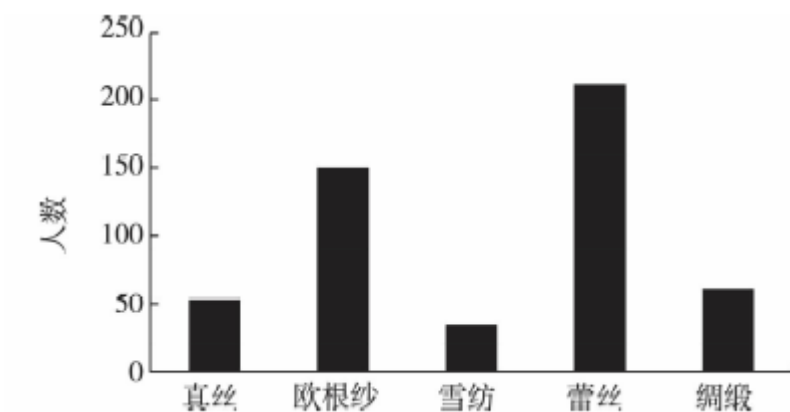


图 6 西式婚礼服材质偏好情况

3.3.6 整体风格

调查发现, 高雅风格的婚礼服在受访女性中人气最高, 达到 380 人次, 占总人数的 74.4%。居第二位的可爱风格 59 人次, 仅占总人数的 11.6%, 其余风格婚礼服则更少。

4 结语

1) 湖南地区大多数女性对于婚礼服的接受价位目前还在 1000~3000 元之间,但将来随着 18~23 岁年轻一代逐渐成为婚礼服市场的消费主流,市场消费观念也随之变化,婚礼服接受价位将逐渐提高。在可接受价格范围内,更多女性希望能拥有一套量身定制的婚纱。因此,婚纱定制拥有广阔的市场空间,但如何合理地减少定制成本、降低定制费用也成为婚礼服装企业的思考难点。

2) 对于婚礼服品牌认知的不足,需要婚礼服生产企业思考如何树立品牌形象,并通过网络等媒体传播增加品牌知名度;同时这也给了一些中小型婚礼服企业转型机会,有望在未来的婚礼服市场中占据一席之地。

3) 在婚礼服的款式选择上,大多数女性采用西式仪式服+中式敬酒服的方式。无论是中式礼服还是西式礼服,风格款式偏好的选择都具有明显的倾向性,调查结果相对集中。

此次问卷调查涵盖湖南地区在校女学生与在职女性,尽管还有不尽如人意之处,如受访女性职业覆盖不够全面、调查范围有限,但在一定程度上为婚礼服企业今后的发展方向与设计思路提供了参考。

参考文献:

[1] 崔普权. 婚服与民俗[J]. 北京档案, 2013, 4 (4) : 42.

[2] 何晓晴, 王革非. 北京女性中西式婚服市场需求偏好研究[J]. 丝绸, 2015, 52 (10) : 70-75.

[3] 何晓晴. 北京地区女性婚服现状及发展趋势研究[D]. 北京: 北京服装学院, 2016.

[4] 钱珍瑛. 我国婚纱市场的顾客消费体验研究[D]. 上海: 东华大学, 2014.

[5] 姚华. 《2016 结婚行业蓝皮书》出炉详解三大趋势 [EB/OL]. (2016-08-24) [2017-01-18]. <http://mt.sohu.com/20160824/n465800562.shtml>.

[6] 张瑞利, 鲍卫君. 广东珠三角地区女性婚礼服消费行为研究[J]. 浙江理工大学学报, 2012, 29 (3) : 361-365.

[7] 许文武. 青年人服装消费心理与消费行为建模研究[D]. 苏州: 苏州大学, 2009: 17-29.

[8] 程星杰. 国内女性婚礼服消费观念调查及市场需求分析[J]. 西安工程大学学报, 2012, 26 (3) : 317-322, 331.

[9] 屈文菲. 清代湖南汉族婚俗研究[D]. 长沙: 湖南师范大学, 2016: 2, 44.

[10] 王革非. 我国古代婚姻与女性传统婚服简略[M]. 北京: 中国经济出版社, 2015: 41-186.