

山西省“Z世代”人群对DIY手工制品的消费意愿现状分析

韩鑫钰, 赵晓丹, 王敏然, 杨甜

运城学院数学与信息技术学院, 山西 运城 044000

摘要: 习近平同志强调:“文化自信,是更基础、更广泛、更深厚的自信,是更基本、更深沉、更持久的力量”。坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信,说到底就是要坚定文化自信。优秀的传统文化是我们文化自信的重要来源,而这之中也不乏一些非遗传统手工。随着时代的发展,新时代的青年人越来越追求价值认同。通过调查DIY目前的知名度,刻画DIY手工制作者画像并分析影响购买DIY材料时的因素,来分析群体对DIY手工制品的感兴趣程度,为DIY提供一种更好的呈现和用户体验,并从市场需求、营销方式和传统文化结合方面对DIY手工制品提出策略建议。

关键词: Z世代; DIY手工制品; 消费意愿; 传统文化

Analysis of the consumption situation of "Generation Z" people in Shanxi Province

Han Xinyu, Zhao Xiaodan, Wang Minran, Yang Tian

School of Mathematics and Information Technology, Yuncheng University, Shanxi 044000

Abstract: Comrade Xi Jinping has stressed that "cultural confidence is a more fundamental, broader and profound confidence, and a more basic, profound and lasting force." To strengthen confidence in the path, theory and system of socialism with Chinese characteristics means, in the final analysis, strengthening confidence in our culture. Excellent traditional culture is an important source of our cultural confidence, and there are also some intangible cultural heritage traditional handicrafts. With the development of The Times, the young people in the new era are more and more pursuing value recognition. By investigating the current popularity of DIY, DIY handmade portrait and analyze the factors of buying DIY materials, to analyze the degree of interest in DIY handmade products, for DIY to provide a better presentation and user experience, and from the market demand, marketing methods and traditional culture combination of DIY handmade strategy Suggestions.

Keywords: Generation Z; DIY handmade products; consumption willingness; traditional culture

引言

在追求时髦,独特,新颖的时代,充满时尚和个性的DIY制品更被消费者所喜爱。这些通过自己手工制作而形成的物品相较于传统物品来说,会更具有纪念意义。DIY手工成为了一种流行的休闲方式,与此同时,新时代的青年人也越来越追求价值认同,可以培养人们的创造力、动手能力和耐心,也是一种良好的社交活动,可以让人们相互交流、分享创意和经验。

现有研究表明DIY与非遗进行结合,分析当前“Z世代”消费者的消费心理,在与非遗、文创有机结合的情况下,能够对非遗保护、宣传起到一定的帮助作用^[1-8],并通过DIY文创助力非遗保护、传承与发展^[9-11]。基于DIY手工制作越来越受大家欢迎,为深入研究人们对手工制作的了解程度,明确DIY手工制作市场未来的发展方向,本文基于文献调查法、访谈调查法与问卷调查法展开了对于“Z”时代人群购买DIY手工制品的消费意愿与倾向情况的调查,以达到更好的了解手工DIY制品的未来发展情况以及“Z”时代人群的消费观念。

项目信息: 2024年全国大学生市场调查大赛山西赛区获奖作品

作者简介:

韩鑫钰,女,汉族,山西省吕梁市人,运城学院数学与信息技术学院助教,研究方向:抽样调查,应用统计;

赵晓丹,女,汉族,山西省运城市人,运城学院数学与信息技术学院在读本科生,研究方向:应用统计;

王敏然,女,汉族,山西省晋城市人,运城学院数学与信息技术学院在读本科生,研究方向:应用统计;

杨甜,女,汉族,山西省运城市人,运城学院数学与信息技术学院在读本科生,研究方向:应用统计。

一、调查方案设计及实施

(一) 方案设计

本文基于文献调查法,通过查阅中国知网、报纸期刊等,了解目前手工DIY市场现状以及手工制品的种类和风格,为问卷设计奠定基础。

基于访谈调查法,挑选xx学院的大一、大二、大三和大的学生作为典型代表,对抽取到的学生进行深度访谈并进行调查问卷的预发放,深入了解目前大学生对DIY手工制作的感兴趣程度、喜欢类型和体验感受等,为调查问卷设计的内容提供思路。

基于问卷调查法,我们利用线下访谈法和网上文献查阅来设计调查问卷,通过网络发放和现场发放调查表,采取不记名填写方式,且每个IP地址只能填写一份,以保证数据的真实可靠性。

(二) 调查内容

关于“Z世代”,又称“网生代”“互联网世代”,我们进行相关检索,发现互联网对这一新潮名词有不同的解释,但共同的特点为受数字信息技术、即时通信设备、智能手机产品等影响比较大的人群。

结合山西省实际调查,我们将范围确定在了1997-2010年出生的人群。本次调查以山西省为例,选取山西省11个市的Z世代人群为调查对象,调查DIY手工制品的种类与风格,人们购买手工制品的意愿,消费者亲身体验手工制作的感受以及对DIY手工制作市场未来发展的期望。

(三) 抽样设计

1. 预调查

在正式调查之前,我们通过对调查对象进行问卷预发放,对研究主题以及调查问卷的内容进行讨论,对于某些存在歧义和矛盾的问题进行删减和修改,并对问卷问题进行调序。调查中,共发放预调查问卷255份,回收255份,其中有7份问卷有由于没填写完整以及前后有明显逻辑不符无法使用,视为无效,有效率约为97%。

2. 样本量的确定

本次调查的调查对象为山西省Z世代消费人群。采用分层随机抽样调查方式,按照山西省各市人口比例投放问卷,得到一个相对真实,合理的结果,参考价值更高。依据样本量计算公式最终得到最佳样本量为1066。

(四) 问卷设计

1. 问卷结构

我们将调查问卷分为三个部分:个人基本信息、对DIY手工制作的了解与认识及个人的体验与感受,积极收集问卷并分析数据,了解被调查者对DIY手工制品的认知情况以及对相关传统文化的态度。

2. 数据处理

调查问卷整理完毕后,将选择题编号依次设置为A1, A2, A3, A4……,最终整合数据转化为Excel文件。本次调查最终得到有效问卷1116份,有效率为94.34%。

3. 问卷效度和信度检验

(1) 效度分析

效度,即有效性,它是指测量工具或手段能够准确测出所需测量的事物的吻合程度。本调查将问卷进行效度分析,进行KMO和Bartlett的检验。

表1 效度检验表

KMO检验和Bartlett的检验		
KMO值		0.795
Bartlett球形度检验	近似卡方	5875.661
	df	171
	P	0.000***

如表1所示:KMO值为0.795,KMO值大于0.7,研究数据适合提取信息,效度很好。进而可以进行问卷的信度检验。

(2) 信度分析

信度分析主要用来考察问卷中量表所测结果的稳定性以及一致性,即用于检验问卷中量表样本是否可靠可信。量表题型就是问题的选项,是分陈述等级进行设置的。

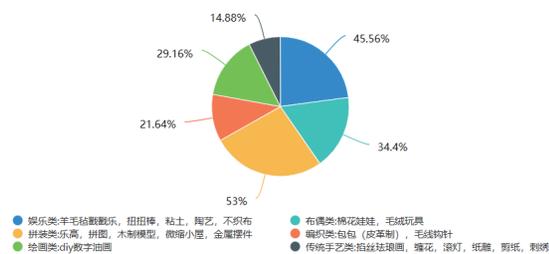
表2 信度检验表

Cronbach's α 系数	标准化 Cronbach's α 系数	项数	样本数
0.838	0.847	2	1116

据表2所示,信度系数Cronbach's α 值为0.838,大于0.8,信度质量高,该问卷的信度可接受。由此可得本问卷设计合理。

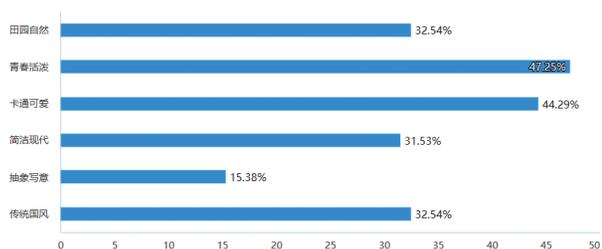
二、统计建模与分析

(一) DIY手工制品特征分析



> 图1 DIY手工制品种类分布图

由图1可知,娱乐类和拼装类手工制品是最受欢迎的,而传统手工艺类手工制品相对较少被接触。这些结果可以为相关行业提供市场需求的参考。



> 图2 DIY手工制品风格统计图

由图2分析发现,青春活泼和卡通可爱风格是最受欢迎的DIY

手工制品风格，田园自然和传统国风风格也备受喜爱，但简洁现代和抽象写意风格相对较少被喜好。

(二) 刻画手工制作者画像

采用 k 均值聚类算法对手工制作者进行聚类分析。将三个类别的手工制作者按照聚类指标进行命名，分别为：尝鲜玩家（期望价格较低，制作频率较为稳定，一般感兴趣），兴趣玩家（期望价格最低，制作不具有规律性，很感兴趣），资深玩家（期望价格高，制作频率高，很感兴趣）。结果如下表 3 所示。

表 3 聚类中心点坐标表

聚类种类	感兴趣程度	期望价格	制作频率
资深玩家	2	4.870967741935484	6.806451612903226
尝鲜玩家	1.7464788732394365	2.0985915492957745	2.4788732394366257
兴趣玩家	2.015151515151515	1.924242424242423	7.000000000000004

在得到手工制作者的分类后，我们按照类别对手工制作者从社会存在特征（性别等指标）、制作行为特征（制作频次等指标）、购买行为特征（购买原因等指标）三个维度进行交叉分析，得到了不同类别群体的主要特征，从而刻画出相应的手工制作者画像，具体结果如下：

1. 尝鲜玩家。尝鲜玩家中，男女比例达到均衡，24-30 岁人群偏多。制作频率较为稳定，且选择个人制作；对 DIY 手工制品一般感兴趣，价格期望较低，在 10-50 元之间，购买手工制品用作收藏占比较多，IP 联名相对其他群体占比较大。

2. 兴趣玩家。兴趣玩家中，男女比例达到均衡；制作频率大多不固定，且选择个人制作，更喜欢原材料是按自己的需要分开购买；对 DIY 手工制品较为感兴趣，价格期望较低，在 10-50 元之间。购买目的与调查样本总体比例一致，影响制作者购买的因素与调查样本总体比例一致。

3. 资深玩家。资深玩家中，男性占比较多；制作频率较为集中且不固定，且选择个人制作，材料选择上则是散件购买与打包购买呈现 1:1 的比例；对 DIY 手工制品较为感兴趣，价格期望较高，在 80 元以上。购买目的与调查样本总体比例一致，影响制作者购买的因素与调查样本总体比例一致。

(三) 材料包各方面因素与对制作成品满意度的影响

在这里我们分析材料包的各个方面的因素对制作成品的满意度的影响。

表 4 多因素方差分析

项	平方和	自由度	均方	F	P	R ²	调整 R ²
截距	177.431	1	177.431	242.327	0.000***	0.336	0.246
工具全质量佳	3.115	4	0.779	1.064	0.376		
安全性强	3.857	4	0.964	1.317	0.265		
包装精美	0.193	4	0.048	0.066	0.992		

项	平方和	自由度	均方	F	P	R ²	调整 R ²
创意新颖	4.37	4	1.093	1.492	0.206	0.336	0.246
教程清晰	9.443	4	2.361	3.224	0.014***		
多人协作性	2.944	4	0.736	1.005	0.406		
价格适宜	3.229	4	0.807	1.102	0.356		
误差	150.1	205	0.732		NaN		

从由表多因素方差分析结果数据可知：

(1) 对于变量工具全质量佳、安全性强、包装精美、创意新颖、多人协作性、价格适宜对手工制作者对制作 DIY 手工制品的满意程度没有显著性影响，不存在主效应。(2) 对于变量教程清晰，对手工制作者对制作 DIY 手工制品的满意程度有显著性影响，存在主效应。

(四) DIY 手工制品的价值与传统文化相关性分析

研究您觉得 DIY 手工艺品的价值在哪？(A1) 和如果通过制作 DIY 手工艺品了解到一些传统文化手艺，你会感到更有成就感吗？(A2) 之间的线性回归分析。

表 7 线性回归分析结果 (n=100)

	非标准化系数		标准化系数	t	p	共线性诊断	
	B	标准误	Beta			VIF	容忍度
常数	-4.367	5.762	-	-0.758	0.450	-	-
A2	6.367	2.903	0.216	2.193	0.031*	1.000	1.000
R ²	0.047						
调整 R ²	0.037						
F	F(1,98)=4.811, p=0.031						

从上表可知，DIY 的价值体现之一在于增加了传统文化，两者是正相关关系。说明 DIY 增加传统文化的占比，可以增加 DIY 在同类商品中的竞争力，可以通过 DIY 这个载体，传承和发扬传统文化。

三、结论与建议

(一) 结论

1. DIY 手工制品感兴趣程度

(1) DIY 手工制品在受访者中有较高的吸引力，超过一半的受访者对其比较感兴趣，会自己购买制作。而不感兴趣的主要原因是因为太耗费时间和精力。

(2) 不同性别样本对于对 DIY 手工制品感兴趣程度全部均呈现出显著性差异。

(3) 手工精美、新颖创新、实用性强、具有珍藏意义以及能够了解传统手艺等方面是消费者认为的主要价值。

(4) 多数受访者将 DIY 手工制品视为一种休闲娱乐方式，个

人兴趣爱好是制作 DIY 手工制品的最主要原因。

2. 消费者偏好

(1) 娱乐类和拼装类手工制品是最受欢迎的, 而传统手工艺类手工制品相对较少被接触。青春活泼和卡通可爱的风格最受大众青睐。

(2) 多数人更喜欢通过短视频、直播推荐了解 DIY 手工制品。

(3) 消费者对完成制品的满意程度与材料包的教程清晰有很大关系。价格适宜, 创意新颖, 多人协作性是能够让消费者再次购买材料包的重要因素。

(4) 通过手工制作者的期望价格, 制作频率与感兴趣程度分为尝鲜玩家(期望价格较低, 制作频率较为稳定, 一般感兴趣), 兴趣玩家(期望价格最低, 制作不具有规律性, 很感兴趣), 资深玩家(期望价格高, 制作频率高, 很感兴趣)三类。

3. DIY 价值与传统文化

(1) DIY 的价值与其背后的传统文化手工艺两者是正相关关系。通过制作 DIY 手工艺品了解到一些传统文化手工艺, 与制作后感到成就感产生正向影响。

(2) 完成 DIY 手工制作后, 大部分受访者愿意了解其背后的传统文化手工艺, 对传统文化手工艺有一定的兴趣和认知需求, 反映

了人们对传统文化的重视程度。

(3) 多数受访者希望 DIY 未来发展越来越好, 可以更好地与传统手工艺相结合, 传承和发扬传统文化, 从而实现 DIY 市场的可持续发展。

(二) 建议

1. 市场需求

针对不同消费者的喜好, 制定符合各类消费者的手工艺品。提高 DIY 制作的信息透明度, 降低制作难度, 吸引更多消费者参与制作。充分发挥手工制品手工精美、新颖创新的价值, 吸引广大消费者。

2. 营销方式

跟随时代潮流, 利用抖音等短视频平台, 激发消费者兴趣, 让更多的人了解手工制作, 体会亲手制作的意義。材料包价格合理, 富有创新性, 多人协作性, 同时注重制作教程视频的清晰程度, 可以提供更多的教程和指导材料。

3. 与传统文化相结合

将 DIY 手工制品与传统文化结合, 大力宣传所蕴含的传统文化手工艺和传统文化知识, 让更多消费者了解优秀传统文化, 满足消费者的需求。

参考文献

- [1] 张春雷. 基于 DIY 材料包引起的非遗培训议题 [J]. 岭南文史, 2023, (04): 39-41.
- [2] 王帅寅. DIY 文创之于非遗保护的意義——以泉州花灯为例 [J]. 美术教育研究, 2023, (21): 62-64.
- [3] 吴娟, 肖黎, 祝婷, 等. “借” DIY 创新性传承传统文化的困境和对策研究 [J]. 现代商贸工业, 2022, 43(23): 63-65.
- [4] 黄婷, 肖黎, 何寒梅, 等. 传统文化的传承与 DIY 融合的创新模式研究 [J]. 现代商贸工业, 2022, 43(22): 92-94.
- [5] 官瑾. 从原材料开始的 DIY 生活 [J]. 走向世界, 2021, (41): 40-43.
- [6] 胡秀琴, 贺鑫雨, 贺一乐, 等. 大学生 DIY 服饰创新设计模式探索与实践 [J]. 美与时代(上), 2020, (04): 111-113.
- [7] 何天豪, 沈鸿晨, 吴雪, 等. 蛋糕 DIY 行业的市场分析和前景展望 [J]. 对外经贸, 2020, (02): 51-53.
- [8] 林露. 非遗 DIY 体验馆受热捧体验式业态如何“保鲜”? [N]. 闽南日报, 2024-08-14(007).
- [9] 陈茹. 非遗 DIY 夏令营的课程设计与实践策略 [J]. 三角洲, 2024, (31): 185-187.
- [10] 阙王金, 丁美琴, 刘慧. 传统文化资源的传承发展模式与创新机制研究 [J]. 文化学刊, 2024, (06): 211-214.
- [11] 陈道佳. 文化生态视角下黔东南苗族蜡染文创产品设计研究 [D]. 贵州大学, 2024.