



8月7日，健身爱好者在道县西洲公园进行表演。
蒋克青 摄

“草根”到“顶流”

湖南日报全媒体记者 黄婷婷 通讯员 侯灵芝

11月18日19时30分，安徽合肥，紫荆名都小区，广场舞音乐准时响起。46岁的陈阿竹，两年“舞龄”，换上一身黄色鬼步舞服，兴冲冲下楼集合排练。

30多人的小区广场舞队，身着统一队服，伴着热情猛烈的音乐，舞步动感有力，陈阿竹越跳越起劲。

“网上买件队服，加入我们！我们刚定制了好几套。”陈阿竹笑着拉记者“入伙”，她翻看订单物流进度，指着手机上的发货地说：“你看，都是湖南益阳的工厂直接发货的。”

打开购物APP，搜索“广场舞服”，下单，大概率买到的是“益阳制造”。

据益阳市商务局统计，益阳广场舞服产值已超过20亿元，占据国内七成市场份额。今年以来，益阳广场舞服销量较去年同期增长近50%，还远销到了纽约唐人街。

益阳生产的广场舞服，为何能风靡全国、远销海外？初冬时节，记者来到益阳，探寻其“称霸”大江南北的密码。



10月26日，益阳市嘉泽制衣有限公司，工人在加工各类广场舞服饰。
湖南日报全媒体记者 李健 摄

“民间裁缝” 踩出20亿元大产业

益阳市赫山区泥江口镇，“湘银之舞”服饰有限公司车工陈小红从没想到过，自己一针一线车出的裙子，能漂洋过海，卖到美国，成为唐人街老太太爱不释手舞的舞服。

16岁学缝纫，后因国有纺织厂倒闭而“南下”打工，40多岁回乡重新拾起“缝纫针”，陈小红的人生轨迹，见证了益阳轻纺行业的兴衰起伏。

“现在只要会缝纫，到处抢起要。”陈小红有“技”在身，底气十足。

据统计，益阳目前有300多家广场舞服生产企业，密集分布在赫山区各个乡镇。益阳形成如此庞大的广场舞服生产规模，产业基础要从40年前说起。

上世纪80年代，益阳打造“轻纺城”，制衣、制袜甚至生产缝纫机的国有企业蓬勃兴起。

“益鑫泰——中国人的面子。”曾是益阳麻纺品牌的标志。“湘银之舞”老板何斌记得，有个同乡去上海做生意，特地带回几双“洋气”袜子，仔细一看是益阳生产的。

上世纪90年代，当地纺织领域不少国字号企业陆续重组改制或关闭破产，部分人员转行，还有部分工人放不下缝纫手艺，或盘下门面制作内衣秋裤，或隔出房间办起服装小作坊。

坚持初心的“民间裁缝”，用缝纫机踩出莎丽袜业、旭荣制衣等企业，生产瑜伽服、母婴服等，益阳轻纺行业重新崛起。

好景不长。随着瑜伽服、母婴服市场需求愈发高端化，以低端市场为主的益阳服装，在和江浙沪地区企业竞争时，感觉愈发吃力。

2009年，广场舞音乐响遍大江南北，赫山区广场舞展演风头渐起，这给益阳纺织业带来历史性机遇。

“益阳做衣服的不少，但那时专门做广场舞服的，没有。”益阳市广场舞协会会长陈敏回忆，当时他想给广场舞队置办统一队服，店里找、网上搜，都没有，只得联系赫山区一家制作内衣的企业，才定制到500套紫色队服。

随后，定制广场舞服的订单越来越多，益阳赫山区不少服装企业决定：转型，做广场舞服。

这是一块空白的市场细分领域，有前景，却不被人看好。

“十几块钱一件衣服，利润一丁点，有钱赚吗？”2010年前后，看到家乡企业纷纷转去做广场舞服，当年在株洲做男装电商生意的袁又君，对这个售价低、“跑量”的产业，有些瞧不起。

何斌却不这么想。2012年，在广东做生意不理想的他，看到家乡朋友做广场舞服，决定破釜沉舟，回乡办厂。

“100件以上最好，10件不嫌弃，1件也卖。”何斌说，“利润一两块，只要能赚钱，我们不嫌少、不嫌累。”

事实证明，广场舞不仅越跳越受欢迎，还被纳入全民健身项目，拉丁、鬼步舞、民族舞、健身操……如今，连“80后”“90后”也开始在广场上施展舞技。

外面广场舞的音乐越响，赫山区工厂里缝纫机的声音越欢，一个20亿元的大产业就此初现雏形。

一件舞服，『称霸』大江南北



10月26日，益阳市湘银之舞服饰有限公司一派繁忙。

湖南日报全媒体记者 李健 摄

抓住风口，涌入电商

“赚钱不容易咧，头两年，仓管、打包、送货、做饭，全是我，1个人干4个人的活。”“湘银之舞”老板何斌感慨。

益阳广场舞服创业者都有一个共同的成功秘诀——勤奋、不知疲倦。

10多年过去，益阳广场舞服规模越做越大，没有走向瑜伽服、母婴服失败的老路，发展成为当之无愧的“中国广场舞服之乡”。

从“草根”企业晋升为行业“顶流”，绝非只靠努力。

在“湘银之舞”工厂，生产一件广场舞服，仅需3分钟：裁床按要求分割布料，运往车工线，机械夹分类夹好领口、前襟等部位后，自动识别暂时空闲的车工位，智能分配任务，车工缝合完毕，机械夹夹走成衣，打包完成。

“规模化生产，江浙沪更厉害，但我们还有独特的优势——灵活。”何斌带记者体验了一把“私人订制”的感觉。

民族风？大裙摆？没问题，打开电脑设计软

件，企业根据需求，从设计、打版到成品，一天搞定。何斌介绍，曾有某广场舞队紧急定制队服，上午沟通完设计款式，下午下班前，样衣已送到队长手中。

益阳市商务局电子商务科科长王顺成告诉记者，益阳广场舞服企业多为百人以上规模，不大不小，既能规模生产，又能灵活调整款式和生产线，恰恰符合广场舞服翻新快、款式多、定制需求高的特点。益阳人力、租金成本的相对低廉，也保证了广场舞服企业的利润空间。

“最重要的是，益阳企业抓住了电商风口，牢固地稳住了广场舞服的线上销售。”王顺成介绍。

广场舞服企业的电商潮，大致兴起于2013年。那一年，益阳伢子姚劲波带着58同城这个“神奇的网站”，在美国纽约证券交易所挂牌交易。互联网和电商的风，吹回益阳，吹醒了广场舞服企业。

“‘80年代买股票，90年代开实体店，21世纪是电商的时代。’我觉得推销员说得很有道理。”2013

年，阿里巴巴到益阳做地推，何斌交了1688元入驻费，抢抓线上发展机遇。

“电脑都没摸过，还搞电商？”何斌老婆知道后，质疑不已。

“我就不信这个邪！”何斌的斗志被激发出来。每天清晨5时，何斌便起床练习使用电脑，用一根指头敲键盘，学习产品上架、店铺运营。7时再到工厂忙生产，累了就倒在车间的货上休息一会。

“真被我爸搞成了。”2015年，何斌的儿子何少雄研究生毕业，回来惊讶地发现，老爸和他的朋友们，一群平均年龄近50岁的服装老板，竟然纷纷开起网店，线上生意红红火火。

卖到南方，跳江南烟雨古典舞的阿姨们喜欢；销往北方，跳全民健身操的大妈们爱穿；就连美国唐人街的老太太，也不吝花费高昂的国际运费下单购买。

2013年至2016年，是益阳广场舞服产业发展的“黄金时代”。一工厂一网店，迅速占领了当时尚属空白的广场舞服电商市场。

新一代创业者，跟“仿制”划清界限

何少雄毕业后回自家工厂帮忙，电商热潮下，工厂销量不错。高速发展之下，却遭遇危机。

2017年开始，何少雄发现，广场舞服有些卖不动了。

跳广场舞的人越来越年轻，衣服却还是老套的款式，如何能卖得好？

“90后”何少雄开始从设计和款式上反思，跟经销商沟通，向广场舞老师请教，上网搜索最新潮流趋势……2016年，何少雄设计出自己的第一件作品——水兵服广场舞服，立刻成爆款。

“广场舞火了这么多年，大家早已买齐各种款式，没有设计感和新意的衣服，是卖不出去的。”何少雄介绍，这几年，他和媳妇摸索设计舞衣样式，原创款式上百种，满足各类广场舞人群需求。

袁又君深有同感。今年初，他成立益阳市嘉泽制衣有限公司，立志与“跟风仿制”划清界限。

在他看来，“仿”，是益阳广场舞服企业存在的普遍问题，看到一家卖了爆款，其他各家立马仿制，不断压低价格，恶性竞争。

“我们有个款式卖得很好，结果图案被别人注册，导致我压了几十万元货卖不出去。”袁又君说，他和几个刚入行的年轻创业者，商量好走原创路线，并开始注重知识产权保护。

益阳市商务局表示，商务部门正在与当地人社部门进行对接，帮企业联系美术和设计类院校，让益阳广场舞服真正在全国广场上引领潮流。

新一代创业者们，还抓住了电商运营的新风口——直播带货。

何少雄早就见识了直播带货的威力。在销量增速变缓的情况下，2020年9月，“湘银之舞”找到短视频平台的网红老师合作，连续直播一个星期，每天卖出上万套。

“工厂加班加点也做不完，到后面我们甚至希望她少卖点。”何少雄说。

目前，赫山区泥江口镇已经帮“湘银之舞”规划了10亩新厂房。何少雄计划建设一个花园式厂房，设立室内室外直播间，邀请广场舞服经销商、广场舞明星老师进行直播，帮工厂带货。

夜幕降临，广场上灯光亮起，人们穿着益阳生产的广场舞服，尽情欢笑、舞蹈。

袁又君的工厂，夜晚同样通明。11月初，他又接了一笔上千套的大单，工人们日夜赶制，用不了几天，这批衣服将发往大连，被穿到广场，带着这个湘北小城的手艺，更带着人们的好心情。

湘经评

跳出“五彩缤纷”

黄婷婷

“我好像又成为了广场舞界的‘顶流’。”最近，益阳广场舞服产业占据全国七成市场的新闻，备受关注，益阳市广场舞协会会长陈敏开玩笑说，自己隔几天就要接受采访，就像回到了2012年。

那一年，全国广场舞热度空前高涨，他带领益阳广场舞队赢得了湖南省广场舞队大赛一等奖，上了不少节目，受到极大关注。

也正是那一年，益阳的广场舞服产业开始一天红火起来。

“没有哪个地方会像益阳这样，如此喜欢广场舞。”正如陈敏所说，益阳广场舞服产业和广场舞文化密不可分。跳舞的人越多，产业发展越快；产业发展越红火，人们跳得越欢。

舞服的兴起可以说是跳舞跳出来的，如今已是五彩缤纷。通过广场舞文化，益阳的广场舞服更能打响品牌；有了服装产业做支撑，举办广场舞赛事、文化博览会等活动，也能让广场舞文化走得更深更远。

广场舞和广场舞服产业，并肩成为“顶流”，益阳在全国独具魅力。

6月14日，长沙市芙蓉区世茂环球金融中心广场，一场绚丽多姿的广场舞快闪在上演。
湖南日报全媒体记者 辜鹏博 摄

