



关注三湘都市报
报微信看E报。

中国大妈和创业，听起来是两个风马牛不相及的概念，但是在过去的两年间，人数已经突破了一亿的中国广场舞大妈们，却让广场舞成为了高达千亿级的资本风口。

根据调查，跳广场舞的月均花费一般在三百到五百元之间，三五百虽然不多但乘以一亿人这个系数，得出的数字可就是天文数字了。



广场舞大妈月均花费三五百 撑起千亿级市场，引来创业者无数



月均花费三五百 广场舞成大妈们 不可或缺的生活

吃完晚饭，陈华开始张罗舞伴们一起行动。这是北京顺义区的董各庄村，每到晚间，到村里的广场上跳广场舞，已经成为她们生活中不可或缺的部分。

广场舞爱好者陈华：以前一下班吃完饭就是看电视，也没干别的，现在不一样了，吃完饭到点了就得去跳舞。

舞队规模不算大，不到20人，最年轻的30出头，最年长的年过70，她们有的是外来租户，有的就是本地人，不过为了广场舞，她们普遍认为，花些钱都是应该的。

问及平时的花销，一名广场舞爱好者告诉记者，每个月花三到五百块钱吧，买一些衣服，鞋子啊，舞衣之类的吧，还有就是化妆品。

尽管并非所有人都会为跳广场舞置办专门的服装，但在围绕广场舞产生的消费中，舞衣舞鞋，无疑是最突出的刚性需求。记者在某电商平台上输入广场舞服装进行搜索，可以看到，有相关服装销售的店铺多达100页，这些服装价格一般在几十块钱左右，一些“爆款”商品的月销量甚至能达到上万件。

专业人士表示，由广场舞衍生出来的消费，还有广场舞音响，广场舞折扇，广场舞平板等，目前已经有了产业的雏形。

从事广场舞相关产业的方惠说，人群的话就是之前也调查过大概一个亿到两个亿，一个亿以上肯定是有的，然后包括它的消费品，包括服装、鞋然后还有音箱包括平板这一类的这种老年唱戏机，它的市场规模还是很大的。



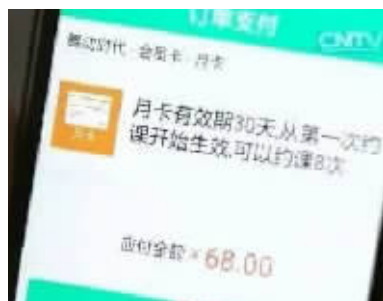
千亿市场引创业者涌入 广场舞实现互联网+

除了置办装备，还要修炼技能，广场舞的需求越来越高端，创业者的热情也越来越高涨。于是数亿元的资本热潮也跟着吹到了热闹的广场上。

今年58岁的红烛阿姨，每个星期都要到位于北京市回龙观的一家广场舞培训中心上两次课，当月的课程结束后，她就会在手机APP上花68元购买下个月的课程，这样的学习她已经持续了三个月的时间。

红烛阿姨已经跳了6年广场舞，但在培训中心，她觉得可以学到专家老师精心编排的舞蹈。而针对不同阶段的广场舞爱好者，这里还可以提供基础舞蹈、原创舞蹈、名师新舞等不同的课程。公司负责人告诉记者，他们公司成立于2015年8月，虽然时间不长，但发展势头很好。

除了线下培训，年轻的创业者们在线上更是玩出新花样。某广场舞软件，主



营视频分享，广场舞爱好者不仅可以直接在APP上完成录制和上传，还可以选择自己中意的背景特效，甚至可以给自己进行美白和瘦身。另外，由专业舞蹈老师进行的在线直播教学，也很受欢迎，授课老师很快就会成为广场舞圈子里的名人。

该APP创始人张远说，现在这款手机软件安装量已经超过了2000万了，每月（全网）服务的用户已经超过了4000万，每天活跃的用户已经超过了300万。

2016年，这款广场舞B轮融资额达到2000万美元，而这并非个案。从2015年开始，围绕广场舞创业逐渐成为风潮。据不完全统计，截止到2016年底，国内已有这方面创业公司十多家，主要分布在北京、杭州、苏州等地。近两年，至少有超过六家广场舞公司获得融资，总金额达数亿元。



聚集用户做平台 中老年市场 需长期耕耘

对创业者来说，比吸引资本更现实的问题是投资回报。庞大的广场舞用户基数，到底如何才能变现呢？

在2016年成功实现融资的广场舞创业公司中，糖豆广场舞的融资额高达2000万美元，但企业负责人张远坦言，公司目前还处于培育用户规模的阶段，离大规模盈利还有不小的距离。事实上，变现渠道有限，几乎是目前所有创业企业都面临的问题。

专家表示，虽然广场舞用户基数大，而且具有低门槛高频次的属性，但是在广场舞上亿的参与人群中，45岁以上的中老年人占比极高，培养其新的消费习惯，尚需时日。事实上，相比于直接提供产品或服务，不少创业公司更希望自己能为平台。

业内人士表示，无论是创业者还是投资人都应该意识到，体育本身是一个长周期的生意，广场舞创业的变现也必将是一个长期耕耘的过程。

清华体育产业发展研究中心主任王雪莉表示，它的核心就是这个平台上的客户的质量、数量，他们的客群特征的精准，这几个如果创业公司能够维护得很好的话，那么后面的做中老年高端旅游的，中老年理财的，才会愿意为你这个平台所提供的流量，提供的机会来去付费。

■据央视财经