



# 产量占全国70%市场,年产值超20亿元! 湖南益阳生产的广场舞服俏销国内外

10月12日,在益阳湘银之舞有限公司的工厂,70多名工人正在生产线忙碌。他们生产的广场舞服,通过网络平台销往香港、澳门以及美国等地。

据悉,作为“广场舞服之乡”,益阳当地300多家企业生产的广场舞服装占据了全国70%的市场,年产值超20亿元。数据显示,仅今年上半年销售额就增长了50%。

■记者 卜岚



## 国潮类服饰销量最好

将铺展开的针织面料进行裁剪,把裁片送到印刷车间和绣花车间处理,再进行缝纫和尾部处理,将多余的线头进行运送和打包等等……10月12日,在益阳市赫山区多三针制衣厂,工人们正在有序地制作服饰,经过4道主要工序,一件广场舞服饰就制作完成了。

“今年,我们特别设计了一款国潮风格的广场舞服饰,颜色有渐变红、渐变蓝、渐变白等等,售价50多元。从今年4月推出到7月,已经卖出了五六十万套,是目前工厂最畅销的产品。”多三针制衣厂负责人李小露介绍。

## “广场舞服之乡”年产值超20亿

市场源于需求。近年来,因为广场舞爱好者增加,行业才迎来了发展的春天。

“明晚7点,不见不散!”10月12日晚上8点半,刚刚结束了当日广场舞运动的益阳市民廖姝驰愉快地和舞友们约定。作为活动的组织者之一,她跳广场舞已经5年多了,“你看这套红色的舞服是我们训练的服饰之一。这不,下周又要参加比赛,又要买比赛服了!”

《中国广场舞行业研究报告》提供的数据显示,目前国内广场舞的深度爱好者大约有2000万人,广场舞爱好者共有约8000万人。服装、音响、看戏机这三种和广场舞相关的产品,在淘宝上的月销售额超过2500万元。

而作为“广场舞服之乡”,湖南省益阳市共有300多家企业生产了占全国70%的广场舞服装,年产值超过20亿元。

为什么是益阳?业内人士

谈及制衣厂的业绩,李小露乐呵呵地说,“业绩上涨了50%左右。这都得益于广场舞行业的发展,爱好者多了,服饰自然畅销。和前两年流行艳丽的演出风格的服饰不同,今年国潮风格的广场舞服饰更受欢迎,大家也更爱居家的运动风格套装。”

“现在广场舞服饰比较流行的颜色是红、白、黑、橘等等,湖南的长沙、宁乡、益阳、怀化等销量较好。”益阳湘银之舞有限公司的负责人何斌说,与去年相比,公司今年上半年销售额增长了20%,产品价格大多在50—60元,更多的是通过线上平台进行销售。

指出,因为当地政府比较重视广场舞的推广,在一些大型的节日政府和公益组织都会举办广场舞大赛,政府还会免费给参与的群众发放服装。在今年7月,就举办了助力中国奥运代表团出征暨万人同跳广场舞活动,今年4月,益阳市赫山区还举办了首届乡村广场舞比赛,24支代表队300余名广场舞爱好者竞相展现最美的舞姿等等。

“益阳的广场舞因为参与人数多本来具有一定影响力,也有不少之前的内衣等服装厂转型开始生产广场舞服饰,再加上相对合适的人工成本,益阳成为了广场舞服生产的一个重要聚集地。”益阳市广场舞协会会长陈敏说,“一般人均一年至少买6套广场舞服饰,风格也偏向运动风。预计未来,市场还将进一步细分,将分为运动、表演、练功等不同的服饰风格,蛋糕也会越做越大。”

## 中欧甄选FOF即将发行

据悉,资深FOF战将桑磊拟担任基金经理的中欧甄选3个月持有将于10月20日起正式发售。中欧基金桑磊是国内首批养老目标基金的基金经理,在管多只FOF产品,长期超额收益显著。

中欧甄选3个月持有的拟

任基金经理桑磊从业超13年,管理公募基金近3年,长期专注资产配置,拥有CFA、CPA、FRM、中国精算师等资格。他注重安全边际和分散配置,更倾向于基于对市场的预判和观察进行右侧操作,长期持有优质资产力求获得超额收益。

经济信息



10月12日,在益阳市赫山区多三针制衣厂,工人们正在有序地制作服饰。受访者 供图

## 一瓶售价40元,酸奶为何越来越贵 不少消费者感慨“吃不起” 专家:奶源新鲜度要求更高



“连工作餐餐标都控制在25元一顿,喝杯酸奶竟然要30多元,简直贵得离谱。”10月12日,长沙市民刘小姐在购物时发现,均价5元一杯的酸奶成了稀缺品,“印象中酸奶大多是三四元,现在想试试新口味,都得十几块。”

三湘都市报记者走访发现,市场上,曾一度吸睛无数的燕麦+黄桃酸奶、老酸奶、红枣风味酸奶等纷纷被移至展示架的边角位置,取而代之的是被贴上“0蔗糖”、“高蛋白”、“低脂”等标签的酸奶,一杯最低也得10元。不少消费者感慨,酸奶贵得有点儿“吃不起”。

### 【市场】一杯售价46元,酸奶身价倍涨

“这款3瓶装的卡士餐后一小时加入了双歧杆菌C-I,能有效缓

解用餐后的饱腹感、补充人体所需益生菌;您右手拿的简爱裸酸奶有1.08kg,配料表中只有生牛乳、乳酸菌、糖、百香果泥4种原料。”10月12日,卜蜂莲花超市富兴店内,沈先生正拿着两款导购推荐的酸奶做对比,两款价格分别为41.5元和39.8元。

“价格贵了点,但卖得确实挺好,今天就剩下最后两瓶了。”虽然沈先生有点儿迟疑,但导购仍极力推荐比起货架另一端3瓶装酸奶贵出3倍的“高端商品”,“不含糖,有助于减肥。”

酸奶贵得有点儿“吃不起”?记者走访发现,眼下,各种贴着“低糖”、“0蔗糖”、“低脂”、“高蛋白”、“益生菌”等标签的“高贵”酸奶在市场上愈发活跃。在Ole精品超市长沙国金店内,风头正盛的网红酸奶品牌乐纯旗下“三三三倍”系列酸奶占据了货架上最显眼的位置,“咖啡燕麦希腊风味”为198元一盒;盒马鲜生华创店约200种常温、低温酸奶在售,其中不高于10元的近55种,占全部在售酸奶的27.5%。”

零售价偏高,消费者反馈如何?“山葵芥末的口感有点儿冲,应该不会再买了。”市民赵丽表示,并非所有的网红冰淇淋都如宣传的那般物超所值,她曾在北京旅游时花费29.9元购买一小杯网红酸奶品牌“Blueglass”的牛油果山葵芥末冷萃酸奶,尝试后却觉得远不如预期,“29.9元是这家酸奶店的最低消费,最贵的酸奶一杯得46元。”

### 【探因】“0添加”意味着高品质生牛乳

“5—6年前,只需在酸奶中添加果粒、谷物燕麦来营造丰富的口感便可提高零售价,桑葚、牛油果、红枣,也是酸奶中最常见的添加物。”某低温酸奶品牌业务员邹先生介绍,彼时,原味酸奶是产品线中最基础、最便宜的单品之一,而现在,“0添加”的概念被广泛印制在饮料、酸奶等饮品的包装盒上,成为低温奶领域又一个“兵家必争之地”。

邹先生说,日常如华润万家、沃尔玛、卜蜂莲花等传统渠道,消费者依旧能在开放式冰柜的边角找到零售均价不超过5元一杯的“平价酸奶”,“不过,在任何一家超市内,与顾客视线齐平的货架上,一定是摆着品牌主推的0添加系列产品,这也是销量最好的位置。”

“0添加”往往意味着需添加的原材料更少、制作工艺更简单,那为何价格会更贵?“‘0添加’对于奶源的新鲜度有很高的要求,从牧场到工厂的时间,工厂内各个环节的时间都需要非常严苛的标准,超过时间就只能废弃。”简爱研发中心总经理刘爱萍表示,如果原奶不新鲜导致牛奶中的蛋白不稳定,就必须使用添加剂。

■记者 黄亚苹 实习生 宁瑞欣



赵丽花29.9元购买的这款牛油果山葵芥末冷萃酸奶,是该品牌入门消费价格,门店最贵的酸奶为46元一杯。受访者 供图