



隨着「十五五」的號角在全國吹響，一場由婚紗禮服編織的產業變革正在安徽六安市丁集鎮悄然鋪開。這座以「婚紗」為名片的特色小鎮，不僅構建了一條年產值超24億元（人民幣，下同）、帶動1.5萬人就業的「幸福產業鏈」，更通過服裝製造與數字經濟的深度融合，實現了從傳統代工到品牌出海、從單一品類到多元拓展的華麗轉身。丁集的故事，是小城擁抱大時代的縮影，亦是中國式現代化在縣域層面的生動註腳。

●香港文匯報

記者 趙臣、朱順傑 安徽六安報道



掃碼睇片

●主播正在抖音平台上直播銷售兒童禮服。網上圖片



●丁集生產的新中式禮服。

香港文匯報記者趙臣攝

安徽丁集鎮擁抱電商 禮服品類多元 年產值超24億元

# 「歸雁潮」激活鄉土「幸福鏈」

## 婚紗小鎮編織

香港文匯報記者採訪

當日，上午9點的丁集鎮，縫紉機的吵吵聲此起彼伏，裁剪、縫紉、釘珠……一件件精美的婚紗禮服在這裏誕生。對於年近7旬的丁集鎮商會會長、新時代婚紗廠創辦人許昌應而言，這聲音是他奮鬥半生的交響曲，更是家鄉從沉寂走向繁榮的時代回響。

### 返鄉創業 肩挑手提銷售成品

許昌應的故事，始於上世紀90年代初的江蘇蘇州。彼時，改革開放的浪潮席捲全國，許昌應一家外出務工，憑藉勤勞與智慧，在蘇州虎丘的婚紗坊裏扎下根來。「那時候在虎丘，滿大街都是我們六安口音，根本不用講普通話。」許昌應回憶道，約10年左右的時間，靠着「親戚帶親戚，朋友帶朋友」的模式，丁集人就在虎丘形成了龐大的產業群體。在「虎丘婚紗一條街」，街上的生意人近70%來自安徽六安，其中又有70%是丁集人。許昌應作為其中的代表，從1992年開門店到招工擴大規模，直至創辦婚紗廠做起了老闆。

然而，異鄉的打拼終究有其局限。2010年左右，當地婚紗產業出現招工難等問題，加之有老下有小的牽掛，「我和我老婆商量，決定回家試試。」許昌應成為了丁集鎮婚紗產業返鄉創業「第一個吃螃蟹的人」。

創業之初，許昌應頗為維艱。沒有物流，沒有快遞，成品婚紗全靠大巴車和老鄉的肩膀，一趟趟帶回蘇州銷售。「那幾年真是苦，起早貪黑，就為了趕晚上的大巴車。」他感慨。到2012年，在當地政府部門支持下，情況開始好轉，許昌應順利買下30畝地建新廠房，開始擴大生產。

### 政企合力 斥逾20億建特色小鎮

許昌應的先行一步，為後來者作了示範。2018年，因蘇州當地加快推進傳統產業升級，搬遷成為許昌應等許多虎丘婚紗坊老闆們必須面對的選擇。恰逢國家大力實施鄉村振興戰略，六安市政府敏銳捕捉到蘇州婚紗產業轉移這一機遇，當年即啟動「接你回家」大型招商引資活動。「當地政府很鼓勵我們回家，一切政策都蠻支持的。」許昌應作為商會會長，見證了那場盛況：曾經在蘇州的幾百家婚紗企業，如百川歸海般湧回丁集，一時間鎮政府

大院停滿了返鄉的貨車，場面蔚為壯觀。

在許昌應看來，這不僅是簡單的產業轉移，更是一场精準施策。當地政府與企業合力，投資超20億元規劃建設丁集婚紗特色小鎮。短短數年，一個集生產、展示、電商、旅遊於一體的現代化產業園區拔地而起。通過提供租金補貼、產業基金扶持、完善學校等基礎設施，小鎮吸引了500餘家上下游企業、600餘家電商店鋪集聚，將「人才在外、產業在外、稅收在外」的困境，轉變為「人才回歸、產業扎根、財富留鄉」的新局。

### 擁抱新業態 向高端定製轉型

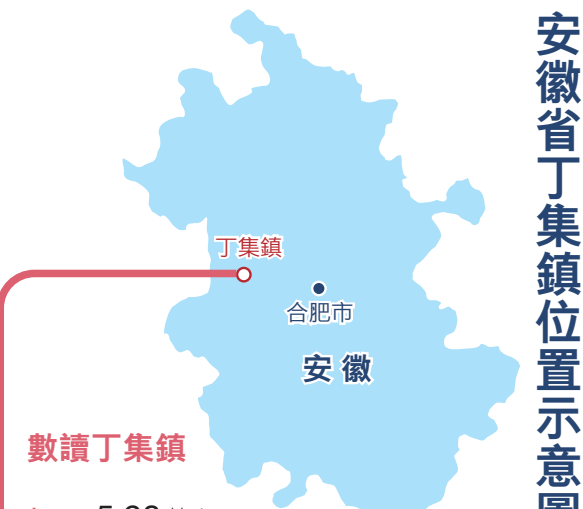
丁集婚紗特色小鎮負責人張選高告訴香港文匯報記者，「十四五」期間，婚紗小鎮主動求變：一方面，入駐企業全面擁抱電商直播、跨境電商等新業態，通過亞馬遜、SHEIN等平台，將「丁集製造」賣向北美、中東、歐洲、澳洲等國際市場。另一方面，推動產業向高端化、多元化升級，開拓了童裝禮服、新中式旗袍、媽媽裝等新藍海。同時，按照「全球化婚紗產業基地、世界級婚紗交易市場、中外婚俗文化大觀園」的構想，打造文旅、服裝製造齊頭並進的新模式。

「這既是市場倒逼，也是主動轉型。」在張選高眼中，這種多元化布局，既有效增強了企業抗風險能力，也為不同年齡、不同需求的本地勞動力創造了更多元的就業崗位。



●丁集鎮的一家企業內，裁縫正在工作。香港文匯報記者趙臣攝

如今，許昌應的兒子、女兒、女婿在蘇州等地經營着婚紗生意，而他和妻子則在丁集經營婚紗廠，一家人形成了「前店後廠」的聯動模式，並向高端定製轉型。「曾經是『跑量』，現在做的是精品，量小但利潤高，工人也從上百名精簡到二三十人。」許昌應說。在他看來，婚紗產業給丁集帶來的最大價值在於「富民」。「這個產業帶動了全鎮就業，工人月均收入六七千元，忙的時候能過萬。更重要的是，讓大家在家門口就能掙錢，還能照顧老人孩子。」許昌應說，如今的丁集鎮，超市、飯店、奶茶店遍布，夜晚燈火通明，與他剛回來時的冷清景象已天壤之別。



## 童裝新藍海 加工批發忙



●豐富多樣的童裝吸引外地客商挑選。

網上圖片

在丁集婚紗小鎮7號樓，「米萊熊」童裝品牌負責人王紅娟正忙碌地處理着電商訂單。她的創業歷程，是小鎮產業多元化轉型的一個縮影。

「最早大家都是做婚紗的，但市場總有波動

的時候。」王紅娟說，隨着國內結婚率的變化，許多從業者開始尋找新的增長點。她發現，隨着生活水平提高，家長對孩子在校園活動、節日慶典中的着裝需求日益增長，專業童裝市場潛力巨大。於是，她果斷將生產線從婚紗相關品類轉向了專業童裝。

「童裝和婚紗在工藝上有相通之處，但款式更新更快，更考驗設計和供應鏈反應速度。遇到六一兒童節等節日以及開學前後的旺季，出貨量很大。」依託小鎮成熟的產業配套，王紅娟的童裝迅速打開了市場，通過淘寶、天貓以及阿里旗下批發平台，為眾多網店供貨。

「現在我們專注於加工批發，這樣既能發揮我們的生產優勢，又不會衝擊下游客戶的零售生意。」王紅娟表示，這種專業化、多元化的布局有效分散了單一品類的市場風險，也讓工廠的產能得到更充分的利用，去年整體銷售額達上千萬元人民幣。目前，在丁集鎮，像王紅娟這樣從婚紗向禮服、童裝、演出服等細分領域拓展的企業越來越多，一個更加豐富、更具韌性的時尚產業集群正在形成。

特稿

## 應對中東危機 闖「一帶一路」市場

在丁集婚紗小鎮百合園9號樓，殷康燦的工廠員工正忙碌地在縫紉機前工作着。與許多專注於婚紗內單的老鄉不同，他從創業伊始便一直深耕外貿禮服賽道，2017年他辦了工廠，如今有50多位員工，訂單旺季裁縫月薪能達2萬多元人民幣。他的故事，展現了丁集產業積極擁抱全球化、開拓國際市場的韌性。

「我主要做北美、中東市場的日常禮服，比如派對、晚宴穿着。」殷康燦介紹，禮服相比婚紗工序更簡單，款式更多元、出貨更快，更適合批量生產。他的產品通過亞馬遜等跨境電商平台，直接面向海外消費者。

然而，國際市場的開拓並非一帆風順。殷康燦坦言：「今年（中東）打仗的話多少也受一點影響。」但他指出，危機中也蘊藏着轉機，由於地緣衝突，許多海外客戶將目光轉向供應鏈更為穩定、性價比更高的中國。「我們的優勢在於出貨快、成本低、品質有保障。一個新款的禮服訂單，我們一周內就能完成並發貨，這是很多國際企業難以做到的。」殷康燦表示，「今年單量還可以，我們還在增產擴員，淡季也保證工人有活幹、有工資拿。」

如今在丁集，做外貿的企業不在少數，為了應對國際局勢挑戰，殷康燦和同行們一邊加大在海外平台上的推廣力度，優化店鋪運營；另一方面，也通過與巴基斯坦等「一帶一路」沿線國家的貿易公司合作，直接對接海外採購商，減少中間環節，降低風險。

## 設計師：做小鎮的「穿針引線人」

在丁集婚紗小鎮接待中心三樓的設計空間裏，設計師余海洋正專注地比對着一塊蕾絲面料。她長期使用的長桌上擺着一把木尺、一台電腦，以及十餘種不同的面料或飾品。這位19歲就離家前往上海的女設計師，曾為國際品牌和明星、主持人等定製禮服，如今她選擇回到家鄉，用自己的一技之長反哺這片土地。「我在上海學到了國際前沿的技術和理念，但心裏始終牽掛着家鄉。」余海洋說，2018年，看到政府大力

扶持婚紗產業發展，加之孩子長大上了高中，她毅然決定回鄉創業，創立了「春梵森」設計工作室。

### 共享資源打版 手把手傳技藝

與國際大都市的快節奏不同，余海洋在丁集找到了另一種價值。她不僅經營自己的品牌，更將自己的工作室變成了一個開放共享的平台。「很多小企業請不起專職設計師和版師，我就和他們共享資源，一起商量、一起打版，幫他們降低成本，提升設計水平。」

更讓余海洋傾注心血的，是手藝的傳承。她在自己的工作室裏免費招收了五六

名學徒，大多是本地的年輕人。「行行出狀元，有一技之長，到哪都能養家糊口。」余海洋手把手地教孩子們裁剪、縫製，強調動手能力的重要性。她還受聘於當地的省屬本科院校皖西學院，將自己在一線積累的實戰經驗帶進大學課堂。

在余海洋看來，丁集的婚紗設計早已不落後於一線城市。「網絡時代，信息是同步的。我們的優勢在於成本更低，更能沉下心來鑽研高難度、個性化的定製作品。」她相信，未來丁集一定能湧現出世界級婚紗品牌，她願在家鄉做一位穿針引線的手藝人，將匠心與技藝一針一線地傳遞下去。



●「春梵森」設計工作室負責人、丁集婚紗設計師余海洋 香港文匯報記者趙臣攝