



中信国安葡萄酒业股份有限公司
CITIC GUOAN WINE INDUSTRY CO., LTD.

— 倡領产地生态消费 —



從合拍片到專賣店 從音樂劇到中移動

迪士尼布局中國商業版圖

國際旅遊學會理事長莫里森日前預測，上海迪士尼樂園2015年開園後，年訪問量有望達到1050萬到1500萬人次，是香港迪士尼的兩到三倍。

其實，在這座美國夢幻文化的「實體體驗店」背後，華特迪士尼公司（The Walt Disney）其他四大業務板塊，即媒體網絡、互動媒體、影視娛樂、消費品，也已悄悄布局中國商業版圖。相比令很多人嚮往的滬迪園，這四大板塊背後巨大的文化產業商機或許更讓米老鼠心動。【本報記者楊楠上海八日電】

作為多元化的國際家庭娛樂企業，從迪士尼的第一部動畫片1930年代在大陸上映起，同中國的長期合作關係就一直持續著。截至目前，其在北京、廣州已總計擁有1000餘名員工，雖然在全球14.4萬名員工中尚屬少數，但是大陸員工顯然將在滬迪園建成後出現幾何級增長。

當八十多歲的米奇老鼠懷揣中國大夢想，當華人已日益接受充滿奇幻的美式童話，當上海的南京路懸掛起「皮克斯（Pixar）」的卡通形象，我們知道迪士尼王國在中國的這場大戲，「演出開始了」。

明年在大陸開專賣店

本報從華特迪士尼公司了解到，其已計劃於2012年年中，在中國大陸開設首家「迪士尼專賣店」。迪士尼專賣店在華零售戰略將定位為主攻高檔商場、購物中心和百貨商店等。

據透露，迪士尼專賣店將是迪士尼公司首度在中國全資所有、並且直接運營的零售門店，中國消費者可在此體驗全方位的「融入式」零售環境，近距離接觸迪士尼高品質的國內外產品。

為了實現上述計劃，迪士尼挖來了曾擔任新百倫（New Balance）中國公司總經理，以及在阿迪達斯（adidas）、耐克（Nike）中國區都有高管理經驗的魏克（Michael Wellman），擔任迪士尼專賣店中國區總經理，直接向在上海的華特迪士尼大中華區執行副總裁兼行政總裁張志忠彙報。

在張志忠看來，中國大陸無疑有巨大商機——「中國的兒童零售市場正在迅速增長，而迪士尼在提供家庭購物體驗方面具有獨特優勢。我們的目標是，讓孩子們在迪士尼專賣店中的30分鐘，成為他們一天中最快樂的時刻」。

此次在中國大陸開設專賣店，是迪士尼專賣店歷史上的重要里程碑。2010年，迪士尼專賣店在北美、歐洲開設了充滿互動元素和融入式體驗的店門，積累的成功經驗為中國專賣店的登場打下了堅實基礎。

迪士尼專賣連鎖店創建於1987年，由迪士尼公司直接運營，作為迪士尼消費品部門下的零售業務，目前北美共有超過200家迪士尼專賣店，日本有超過40家、英、法、西、愛、意、葡有超過100家。今年內，迪士尼專賣店將新增或改造25家，最終在全球形成超過350家的龐大零售網絡。全球每年有逾8500萬人次的兒童、家庭和遊客光顧迪士尼專賣店，明年中國大陸市場加入後，前景更加可期。

「寶葫蘆的秘密」背後

除了直營專賣店，迪士尼更擅長生產文化產品，這部分業務其實早已在中國生根。早在2006年，迪士尼百老匯獲獎音樂劇《獅子王》來華，就曾在上海大劇院連演101場，創下16萬觀眾人次和7200萬元（人民幣，下同）總票房的中國音樂劇市場紀錄。

2007年，華特迪士尼影片公司、中國電影集團、先濤數碼（Centro）三家合拍的電影《寶葫蘆的秘密》（港譯：《魔法小葫蘆》）正式公映，明星陣容包括梁詠琪、張含韻、劉青雲、陳佩斯等。在中國內地上映兩週總票房即超過1600萬元，成為當時票房排名第二的國產影片。

該片成功後，迪士尼更加看好中國文化市場。2011年初，首場迪士尼官方授權音樂會《迪士尼奇妙音樂之旅》上演於北京國家大劇院，是該劇第一次來到中國大陸。

《迪士尼奇妙音樂之旅》所演奏的全部曲目由迪士尼音樂出版提供，中國著名指揮家陳佐煥執棒——當《小美人魚》、《美女與野獸》、《獅子王》等經典曲目響起時，現場大屏幕同步演繹經典動畫場景，令許多中國觀眾在回憶的感動中掏錢捧場，迪士尼的「吸金」本領可見一斑。

與國內巨頭戰略合作

巨頭與巨頭的聯手，往往更受矚目：中國移動通信有限公司、華特迪士尼（上海）有限公司不久前正式簽署《戰略合作協議》，宣布將通過資源共享、優勢互補，在無線增值服務領域建立戰略合作關係，推動基於迪士尼品牌內容的各類移動增值服務發展。

分析人士指出：通過此次合作，中移動實現以迪士尼移動官網的形式，在大陸獨家運營迪士尼內容；迪士尼也將通過中移動平台，為中國超過6億手機用戶帶來內容與故事。

作為迪士尼近年在華業務最重要進展之一，記者了解到，除了產品和服務領域的合作，中移動和迪士尼還將發揮各自渠道資源與優勢，在市場領域充分合作：未來，包括迪士尼電影、迪士尼現場演出、迪士尼零售門店及專櫃、迪士尼出版物等，都將有機會成為新的市場合作點。

迪士尼帝國戰略布局圖



電影娛樂

- 迪士尼家庭娛樂
- 迪士尼劇院
- 迪士尼音樂集團
- 華特迪士尼電影集團

媒體和電視

- ESPN
- 迪士尼/ABC電視集團
- 迪士尼互動媒體集團

消費品

- 奧蘭多迪士尼世界
- 巴黎迪士尼樂園
- 東京迪士尼樂園
- 加州迪士尼樂園
- 香港迪士尼樂園
- 在建的上海迪士尼樂園
- 迪士尼郵輪

主題公園和度假

迪士尼中國攻勢一覽

消費品

- 2011年，與達芙妮合作，全國500家門店同步發售迪士尼品牌系列童鞋
- 2012年，首家中國「迪士尼專賣店」開張
- 2006年，迪士尼音樂劇《獅子王》來華，吸引16萬觀眾，取得7200萬票房收入
- 2007年，與本土公司合拍《寶葫蘆的秘密》，內地上映兩週總票房即超過1600萬元

- 2010年初，《迪士尼奇妙音樂之旅》讓觀眾在懷舊中掏錢捧場
- 2011年8-10月，「皮克斯動畫25年展」造訪上海
- 2011年10月，《獅子王》鑽石珍藏版2D及3D藍光碟發行，引發「獅迷」收藏熱
- 與中移動合作，將推出《喜羊羊與灰太狼》移動互聯網社區等一系列內容，覆蓋6億手機用戶
- 斥資逾千萬人民幣，投資內蒙古「可持續植樹造林環保公益項目」



不僅是滬迪園，迪士尼全線明星在大陸都受到喜愛和期待
本報記者楊楠攝

密集拓內地市場 米老鼠在華起舞

隨著內地文化產業大潮湧起，迪士尼商業版圖的腳步，顯然不會只停留在劇場和電影院。在其世界範圍的產品布局中，中國已越來越成為重要市場之一。

今年8月至10月，迪士尼中國、上海當代藝術館等舉辦的「皮克斯動畫25年展」首度造訪中國內地，帶來《玩具總動員3》、《海底總動員》、《機器人總動員》、《飛屋環遊記》等一代經典動畫片的幕後製作和創意流程。

華特迪士尼及皮克斯動畫工作室首席創意官、兼華特迪士尼幻想工程首席顧問約翰·拉塞特說道：「希望通過皮克斯展分享原創的藝術作品，並非非常榮幸能將展覽最終帶來中國。」

迪士尼電影《獅子王》1995年曾在大陸上映，當年取得4100萬元票房，成為「八零後」的共同記憶。今年10月，迪士尼在中國大陸發行《獅子王》鑽石珍藏版2D及3D藍光碟，引發當年「獅迷」的收藏熱潮

▶ 首家迪士尼專賣店明年將落戶中國
網上圖片



，小獅子辛巴和《生生不息》的歌聲再度成為內地網絡熱詞。

緊跟潮流 蘋果店最熱門下載

今年11月，迪士尼商業版圖的另一重要板塊——全球最大的兒童圖書及雜誌出版商「迪士尼全球出版（DPW）」，在全球範圍推出的互動應用程序《世界大冒險：讀一讀，賽一賽》，於蘋果的iTunes網上商店提供中文下載。截至目前，該程序已名列全球逾45個國家圖書類App Store應用排行榜冠軍。

除了最新潮的蘋果應用，迪士尼在中國也做最傳統的事——他們賣鞋！達芙妮國際旗下的鞋類通路品牌「shoobox鞋櫃」，今年就與華特迪士尼上海正式簽約，成為迪士尼消費品部鞋類產品的中國大陸地區DTR（直接針對零售）授權商，全國500家門店同步發售迪士尼公主、玩具總動員、賽車總動員系列童鞋。

迪士尼甚至在中國北方種樹——斥資200萬美元（約1336萬元人民幣），用於內蒙古和林格爾地區生態退化土地的「可持續植樹造林環保公益項目」。該項目合作方是內蒙古自治區林業廳，將通過營造2500公頃林地，在未來的30年間固碳45萬噸。

「We keep moving forward, opening up new doors and doing new things, because we're curious (Mr. Walt Disney)」——「我們保持前進，開拓新的領域並做新的事情，因為我們有好奇心」。華特迪士尼先生當年這句名言，正不斷指引着米老鼠在華起舞。



▲ 華特迪士尼公司總裁兼首席執行官羅伯特·艾格2005年上任後，對中國大陸市場發展尤其看重
本報記者楊楠攝



▲ 迪士尼遊行充滿歡樂氣氛，遊客夾道欣賞，有時還會獲邀加入遊行隊伍
中央社

【本報訊】2015年，迪士尼就將在上海正式迎客。國際旅遊學會理事長莫里森日前預測，上海迪士尼年訪問量有望達到1050萬到1500萬人次，是香港迪士尼的兩到三倍，提供的工作機會則將達到2至3萬。

據介紹，上海迪士尼不到6000畝，為巴黎迪士尼的20%。儘管如此，國際旅遊學會理事長莫里森依然對上海迪士尼充滿期待。據他預測，上海迪士尼開園後，年訪問量將達到1050萬至1500萬人次。此前來自AECOM的統計數據顯示，香港迪士尼樂園2010年訪問量為520萬人次。這也意味著，上海迪士尼的年訪問量將達到香港迪士尼的兩到三倍。

據《勞動報》報道，長三角地區生活着1億以上的人口，屆時這部分人群將成為上海迪士尼的主要客源。與此同時，由於上海迪士尼是亞洲地區最大的迪士尼樂園，因此，大量境外遊客也將為上海迪士尼注入新活力。

莫里森指出，迪士尼落戶上海後將產生2到3萬個工作機會。不過，中國員工的管理和培訓工作也必須跟上。上海迪士尼度假區副總裁王凱表示，迪士尼不只是一個樂園，更是一個度假區。王凱強調，儘管上海迪士尼的佔地面積並不是世界上最大的，但城堡已確定將是世界第一。與此同時，上海迪士尼中還將出現穿中裝的卡通人物，而每到春節、端午、中秋等中國傳統節日，迪士尼還將舉行盛大的慶典。



▲ 迪士尼「獅子王」音樂劇，聲光效果十足
中央社

滬迪園人流或兩倍香港

預計提供2萬個工作機會