

上海乐园开园在即，“米老鼠”衍生品销售升温 迪士尼概念捂热“永康卡通杯”



上海迪士尼乐园将于16日正式开门迎客。随着开园日期临近，哈尔斯、安胜等我市多家公司纷纷收到了迪士尼公司发送的乐园、商店新供应商资料表，以各自结合优势为其提供卡通水杯等衍生产品。分析人士表示，上海迪士尼度假区开园将助力区域旅游经济发展，撬动千亿级消费增量。

□记者 吕高攀

品牌影响力极速扩张

12日，在浙江哈尔斯真空器皿有限公司塑杯生产车间内，全自动流水线上，一个个“大白”形象的水杯塑造成型，其中一部分将进入上海迪士尼乐园。

据悉，3月，哈尔斯公司获得了上海国际主题乐园有限公司、上海国际主题乐园配套设施有限公司的允许，生产并出售包含、纳入、复制、展示、涉及等方式使用“迪士尼财产”的用品、货物、材料等。迪士尼将委托哈尔斯生产印有迪士尼授权卡通人物的真空器皿，在全球迪士尼乐园园区及直营门店进行销售。

“借助迪士尼卡通形象的影响力，哈尔斯快速开拓卡通系列水杯市场，目前大白系列水杯已进入公司自有销售渠道，并推动公司品牌影响力极速扩张。”哈尔斯公司副总经理欧阳波说，大

白系列水杯强大的市场消费能力令哈尔斯公司日产5万只的全自动生产流水线显得抓襟见肘。

推动卡通形象本土化

日前，浙江安胜科技股份有限公司总经理刘锋打开邮箱发现了一封来自迪士尼公司的邮件，内容是入驻迪士尼商店的新供应商资料表。

“迪士尼公司让我们尽快填写资料，不久之后，我们生产的米奇、米妮等卡通水杯将入驻上海、香港等全球迪士尼商店。”刘锋说，上海迪士尼乐园开业后，安胜公司的迪士尼系列水杯将通过迪士尼商店进入广大消费者的视野。

现在，安胜公司的生产车间内，员工正加班加点，生产新授权的“疯狂动物城”卡通形象系列吸管水杯，为大批量入市做准备（见上图）。刘锋预计，该产品一旦进入迪士尼商店，销量将会出现爆

发式增长，现阶段必须保证货源充足。

刘锋介绍，今年，借助于上海迪士尼乐园开业掀起的迪士尼热潮，安胜公司多次举办“乐在‘奇’中”等主题迪士尼卡通系列水杯专场促销活动，在国内各个卖场中获得极大成功。上半年，该公司实现产销两旺，迪士尼相关产品销量同比增长近40%，其中400ml的青少年吸管杯多次出现供不应求的局面。

据悉，多年前，安胜公司就成为了迪士尼系列卡通形象的授权公司。迪士尼委托其生产印有米奇、米妮、小熊、公主等多个迪士尼授权卡通人物形象的水杯，在华东、华南和西南地区深受广大消费者喜爱，部分产品还远销日本。

“与迪士尼合作，其实是推动系列卡通形象本土化的过程，我们会根据他们提供的卡通形象定制产品，也会根据市场需求，与其协商设计更符合国内消费者审美观的卡通形象。”刘锋说。

亲子游园路线受宠 呆萌卡通首饰揽客 旅行社商家跑步进场布局“迪士尼+”

□记者 田妙联

上海迪士尼乐园童话世界的快乐美好，成了大家近期最大的渴盼。不过，这次我市旅行社没有半点“特权”，也要守着电脑和散客一样抢票，最快将在7月份陆续推出迪士尼旅游打包产品。

旅行社7月加推线路

为避开关园首日被挤成“肉饼”，2日，市民曹超严一家四口提前坐上高铁，“咻”地去了“魔都”游园了。

“我们通过培训机构抢到的门票，试运营期间共游玩了2天。慕名来玩的人非常多，有的项目需要排队两个小时。”对即将赴游的市民，曹超严建议尽早入园，在入口处领取游玩地图后，先筛选出必玩项目，通过拿到快速通行证，缩短排队时间。

据悉，迪士尼将6月16日至8月31日的门票作为指定日门票，成人定

价为499元/人，1.4米以下儿童定价375元/人。而之后的非假期普通日成人票价也要370元/人。

虽然，我市没有旅行社拿到上海迪士尼的门票销售代理，只能通过一级代理商购买，或和普通散客一样，去迪士尼官网订购，但针对试运营出现的火爆人气，江南、天马等多家旅行社已推出了自由行服务，帮忙代购门票和预订酒店。

一些市民甚至提早为孩子抢订了8月的夏令营，迪士尼+上海科技馆+上海长风海洋世界的路线。“上个星期开始预定，现在报名人数已达100人。”快乐丽州旅行社负责人姚高潮说，5天行程共需花费近3000元。

商家推出迪士尼+产品

百年老字号品牌——老凤祥也搭上了“迪士尼”列车，推出了迪士尼系列首饰新品。

胜利街老凤祥专卖店内，萌萌的米

老鼠、呆呆的维尼熊、暖男大白，各式各样充满童趣的迪士尼卡通形象集中在一个玻璃专柜内，招揽了不少消费者试戴。

“上个星期刚到货，已卖掉六七款了，特别是米奇形象的饰品比较受女孩子喜欢。”老凤祥专卖店店长曹鹏表示，此次迪士尼款偏时尚，都是限量版单款，共计70款，没时间去上海迪士尼的市民，可先来件迪士尼珠宝过过瘾。

一些商家看准时机，借道“迪士尼”提升人气。5月份，市天目琴行有限公司就围绕上海迪士尼乐园开幕，制定了一期游园活动。“本来限额100人，但这几天报名人数已达110人了。”该公司负责游园事宜的刘老师说不，不少家长还提前预定了名额，为满足家长的需求，他们准备推出第二期活动。

“到上海迪士尼游园是夏令营活动的一部分，我们还设计了不少游戏项目，让孩子收获欢乐的同时还能学到更多的协同合作。”刘老师说不。

“有形”之手 拉动“无形”产业 永康农商银行助 推影视文化发展

□通讯员 施黎敏

日前，由浙江和通影视公司投资拍摄的《聂九的天空》在西溪影视基地开拍。永康农商银行作为和通影视公司的信贷支持者，受邀作为特别嘉宾参加了开拍仪式。

在和通影视公司负责人的眼中，永康农商银行对文化产业的支持是贴心、暖心的，当企业创办之初资金短缺时，该行主动伸出援手，第一时间给予信贷支持；当企业有大笔资金流入时，他们又会及时帮助企业选择适合的理财产品。

“文化产业企业都会遇到缺乏抵押物的困境，于是我们大胆尝试信用贷款帮企业解难题。”永康农商银行金城支行行长胡杏贞表示，我市目前正大力发展文化产业，石鼓寮、西溪、四方等影视基地都已初具规模，吸引了全国各地的影视剧组前来取景拍摄。

与此同时，市委市政府大力扶持影视企业落户我市，在总部中心已形成了较有规模的影视文化制作企业集群，但是文化企业普遍资产规模偏小，再加上核心资产具有“无形化”的特点，资金成为制约文化产业发展的一大瓶颈。对此，永康农商银行金城支行根据文化产业的特点，积极创新产品、优化机制、完善服务，成功探索出了一套“一企一策”的服务模式，在有效控制风险的前提下，及时满足了文化企业的金融服务需求。

据悉，永康农商银行金城支行对文化产业的扶持已成为其战略发展的重要一环。该支行积极实施文化市场主体做大做强战略，通过提供贴心式、跟踪式、保姆式的金融服务，进一步吸引更多的影视公司与之合作。同时，该支行积极实施重点区域发展带动战略，在永康总部中心配合当地已有的影视产业发展集群，探索区域化特色经营模式和特色服务，带动当地文化产业上规模、成气候发展。此外，为影视产业量身定制金融产品，进一步做好文化产业企业的资金扶持工作。

目前，永康农商银行金城支行仅影视产业开户数达130户，存款余额达1862万元。下一步，该支行将通过全方位排摸的形式，全面掌握影视产业资金需求，以“有形”之手对接“无形”之文化产业，全力助推我市影视产业发展。

