

上海迪士尼“欢乐方式”如何开启



首届交通部长会议举行

中欧陆运开启“16+1”交通模式

本报布达佩斯电 记者刘健报道：首届中国—中东欧国家交通部长会议日前在拉脱维亚首都里加举行，与会代表就亚欧交通与物流发展问题展开讨论并通过了《里加交通物流合作纲要》。

中国交通运输部副部长戴东昌在会议后举行的记者会上指出，首届中国—中东欧国家交通部长会议的顺利召开对于“16+1”互联互通合作具有重要意义。近年来，“16+1”交通互联互通合作稳步向前推进，各国对发展中国同中东欧互联互通表达了强烈的政治意愿，越来越多的互联互通合作项目付诸实施。中欧陆路运输发展呈现新气象，中欧铁路班列发展态势迅猛。

戴东昌表示，中国将重点在三个方面推进亚欧基础设施互联互通和国际大通道建设：一是促进新亚欧大陆桥经济走廊与泛欧交通网络、欧洲核心交通走廊的对接，扎实推进匈塞铁路、西巴尔干半岛公路网等重要项目，推动黑海、亚得里亚海、波罗的海等主要港口加快扩能改造和港区合作；二是促进中国—中东欧国家交通运输、口岸管理制度的对接，不断提升运输便利化水平；三是深入推进物流发展，推动中国—中东欧物流信息共享，加快推进物流信息公共服务平台建设，积极发展多式联运，充分发挥“16+1”物流合作联合会这一新合作平台的作用。

波罗的海运输和物流协会(BATL)主席安塔涅表示，考虑到拉脱维亚在2016年第一季度交通货运急剧下滑的复杂局面，货源多元化和拓展新市场迫在眉睫。她认为拉脱维亚不应错失“16+1”合作带来的机遇，要充分利用担任“16+1”交通物流协调员的便利在波罗的海国家交通业占据领先地位，拉脱维亚业界必须努力在即将到来的领导人会晤期间签署重要协议。

北京朝阳区搭建信息共享服务平台 促进中巴、中俄合作项目落地

本报讯 记者杨学聪报道：“京交会”分销服务板块传来“喜报”，包括中巴经济走廊产能合作、中俄O2O跨境电商平台、中国新纪录电影院线基金在内的国际经贸、文化贸易等重点企业及项目陆续签约。

北京朝阳区为企业搭建“走出去”和“引进来”的信息共享、综合服务平台，促成中巴、中俄经济合作项目落地。作为“一带一路”建设重点，中巴经济走廊新增11项产能合作项目，其中包括20MW光伏电站、规划北方工业园区绿色生态建设、大型污水处理合作、合资成立公交营运公司等。来自北京、天津、山东等地的中国企业将给巴基斯坦人民带去清洁能源、生态环保、医疗服务、智能交通等方面的实惠。

“这些项目是朝阳区响应‘一带一路’建设，帮助中国企业‘走出去’，外国企业‘引进来’的成功案例。”朝阳区商务委相关负责人介绍，“此次签约的中巴合作项目都是通过‘绿商网’撮合的。”“绿商网”是北京市朝阳区国际绿色经济协会建设的国际经贸合作平台，为绿色建筑、生物科技、节能环保、生态治理等领域的中外企业提供服务，旨在帮助中国企业“走出去”。

此外，与中巴经济走廊南北呼应的中俄经济合作也步入了跨境电商合作的新阶段——中国产业海外发展协会俄罗斯合作中心与俄罗斯国家中小企业扶持署将签署“俄品多”O2O平台项目合作协议。

“俄品多”跨境电商平台将由线上商城及线下300家左右的自营及加盟体验店构成，将来北京市民可以在家门口的体验店品尝鱼子酱、伏特加等正宗俄罗斯商品。平台销售额预计5年内超过10亿元人民币，有望成为中国最大的俄罗斯商品销售平台。

阿斯塔纳论坛聚焦“一带一路”

中国与中亚合作将添更多动力

据新华社阿拉木图电 (记者周良 苗壮) 来自哈萨克斯坦、拉脱维亚、塔吉克斯坦等国的官员日前纷纷表示，中国提出的“一带一路”倡议将给沿线各国带来新机遇。沿线各国应抓住这一机遇，强化相互合作，实现共同发展。

阿斯塔纳经济论坛近日在哈萨克斯坦首都阿斯塔纳开幕。多国官员在该经济论坛框架下举行的“一带一路对接欧亚经济联盟”分论坛上发言时，纷纷对“一带一路”倡议的实施建言献策。

哈萨克斯坦经济部副部长扎克斯雷科夫表示，“一带一路”倡议与欧亚经济联盟有多个契合点。他希望双方通过对接实现各国经济发展，促进欧亚各国间贸易往来。他说，“一带一路”倡议同欧亚经济联盟可以在贸易、消除关税壁垒、交通和基础设施建设等方面展开合作。

来自塔吉克斯坦经济发展和贸易部的官员说，“一带一路”倡议将带来重大机遇和新理念，中亚各国应抓住这一机遇，承担更多责任，加强相互合作，共同寻找商机。中亚国家在建设丝路经济带方面扮演着不可或缺的角色，这些国家认可丝路经济带的精神与倡议。中亚各国同中国开展合作将为丝路经济带建设注入更多动力。

拉脱维亚福利部长乌尔迪斯·奥古利斯克说，“一带一路”倡议能够促进欧亚大陆桥的建设，欧亚大陆各国可以从欧亚交通走廊的建设中获取巨大利益。沿线各国需以共同利益为基础消除丝路建设中遇到的瓶颈。

欧亚开发银行行长潘金表示，“一带一路”倡议的落实需得到开发性银行的支持，在实施“一带一路”倡议以及建设欧亚大陆桥方面，开发性银行都有着巨大的发展空间。

本版编辑 康丹

本报记者 沈则瑾



上海迪士尼乐园将于6月16日开园。乐园包括六大主题园区：“探险岛”“奇想花园”“米奇大街”“明日世界”“宝藏湾”及“梦幻世界”。图为空中拍摄的迪士尼乐园内的奇幻童话城堡。

中美企业合资合作开发

去年4月，华特迪士尼公司总裁兼首席执行官罗伯特·艾格在上海时曾对媒体说，大部分迪士尼经典游乐项目今后都会在上海重现，这是保证客流的重要手段。他说：“上海度假区是迪士尼全球第六个乐园项目，也是最有潜力的一个乐园，是我们今后工作的重中之重。”

很多人关心上海迪士尼乐园项目的投资运营情况。记者获悉，与巴黎、香港的迪士尼一样，上海迪士尼乐园项目采用合资模式的合作，只是上海的合作主体不是上海市政府，而是企业申迪集团，治理架构也有创新。申迪集团与华特迪士尼公司共同投资设立了三家企业：两家业主公司中，中方担任董事长，项目的重大事项由董事会决策；中方向一家管理公司委派副总经理及若干高级管理人员，参与项目的日常经营管理，管理公司接受业主公司委托，负责项目的创意、设计、开发和日常运营。这样的治理架构在华特迪士尼投资的海外乐园中是首例。此外，上海迪士尼乐园中美双方均以现金入股，土地使用权和知识产权均不作价入股。乐园建设、维护、更新费用均由双方成立的合资公司承担。上海迪士尼是美国迪士尼公司在海外最大的乐园投资项目。其中，美国迪士尼公司在244.8亿元人民币

东京迪士尼：成功缘于严谨细致的服务

本报驻东京记者 苏海河

日本有很多主题公园，东京迪士尼、大阪电影城、海洋馆、荷兰村、西班牙村等不胜枚举。但东京迪士尼以每年超过30万游客的接待量成为日本最大的主题公园。如今的迪士尼由两部分组成，一个是1982年建成的东京迪士尼乐园，另一个是2001年建成的海上迪士尼，两国隔一条铁路。游览迪士尼，处处感受到的是方便、体贴、周到的服务。

东京迪士尼的门票可以通过多种渠道购买。如在网订，入园时扫一下打印的电子码，免去了排队买票的烦恼。东京市内也有多家预售点，有迪士尼设在市内的品牌商店，有票据流通中心，不久前24小时便利店也开始代售迪士尼门票，提前购票还可以享受到5%左右的优惠。票价按大人、青少年、儿童分类，一日票分别为7400、6400、4800日元。2日联票分别为13200、11600、8600日元。喜欢傍晚花车游行和烟火晚会的游客，可以选择18:00点以后的夜间入场券，价格相对优惠。

迪士尼有几十个游乐项目，如何能够省力高效、尽可能多地体验这些项目，园区服务系统可以帮上大忙。跟世界各地的大型主题公园一样，东京迪士尼受欢迎的游乐项目总是排着长长的队伍，排一小时是一项是常事，赶上周末、节假日甚至会排上两三个小时。每个排队会有服务员举着一个牌子告诉游客预计等候时间。园区服务系统的作用就在于，凭门票上的条形码，游客可以预约项目，之后可以到其他项目去排队游玩，到了预约项目的预定时间，检票口直接放行。但是这一系统也有两个前提条件，一是每个项目有预约总量控制，目的是给排队的游客留出充分的游玩名额；二是每张门票最多只能同时预约两个项目，玩完之后才能再去预约，避免顾客预约后玩不过来，造成名额浪费。在

总投资中占股43%，包括乐园配套设施在内，一期项目出资额高达124.72亿元，申迪集团占股57%。双方按股权比例分享利润，分担风险和运营维修等费用。

配套项目正陆续投运

记者了解到，这座乐园预计每年吸引游客逾千万，未来或将贡献近900亿元规模的消费额，直接和间接带动上百个行业增长。例如，当地及周边的旅游酒店业、交通、物流、商业零售、地产、服饰、食品、文化、动漫等。专家表示，上海迪士尼乐园将对上海国际旅游度假区、大浦东区域、整个上海产生带动作用，助力长三角区域协同发展。

“主题乐园+度假区”模式已成为世界主题公园发展的主流趋势，上海迪士尼乐园也不例外。据范希平介绍，上海迪士尼乐园周边配套项目正在陆续投运，5月19日，奕欧来上海购物村盛大开业，为游客提供高品质旅游购物体验。5月22日，湖畔露天广场落成，已成功举办了美国费城交响乐团和上海爱乐团的联袂演出。5月23日，度假区生态园和香草园开放，百亩薰衣草、千米海棠廊等展现的绿色休闲空间吸引各方游客前来赏花。范希平说：“我们正在努力将上海国际旅游度假区打造成为高品质、世界级的旅游目的地。”

编者按 中国第二个、亚洲第三个、世界第六个迪士尼乐园——上海迪士尼即将正式开园迎客。这个备受瞩目的主题乐园从5月底开始试运营以来就成为舆论的热点：有来自普通游客对票价高、排队久、餐饮贵的吐槽，有专业“驴友”在综合比较之后给出的交通便利、游乐项目经典的点评，还有乐园投资、运营方面作出的创新、规范管理等各种回应。

作为全球知名主题乐园品牌的迪士尼，在投资、文化创意、工艺设备、营销等方面创下了不少成功运营的先例。但即便如此，迪士尼乐园在有些地方的发展也并非总是一帆风顺。上海迪士尼乐园诞生于我国文化旅游产业转型和文化产业消费升级，以及本土主题乐园迅猛发展的大背景下，它未来的发展命运也必将伴随着行业竞争，以及与中国文化能否和谐相融。

上海迪士尼乐园6月16日将正式开园。“迪士尼乐园及配套度假设施将为八方游客提供沉浸式体验，为人们带来快乐。同时作为上海实施的重大对外开放项目，上海迪士尼项目也是中美文化交流、人文交流、经贸和旅游合作的重要象征。”上海申迪(集团)有限公司董事长范希平对记者说，上海迪士尼度假区位于上海国际旅游度假区核心区，该公司负责与美方合资合作，共同建设、管理和运营上海迪士尼乐园。同时，还承担上海国际旅游度假区的土地开发、基础设施建设和相关产业发展任务。

5月7日，上海迪士尼乐园启动首次内部运营测试，截至5月30日，共举行了17场次开放运行测试，接待游客30万人次，运行测试将持续到6月11日，6月14日至16日举行开园庆祝活动，16日正式开园，当日“上海迪士尼”特种邮票将正式发行。

试运营期间长短各现

记者近日到上海迪士尼乐园采访，当晚也是集水幕、光影和烟花等于一体的“夜光幻影”首秀，场面唯美震撼，引来阵阵欢呼。记者作为一名游客全程体验了一番。即便是酷暑难当的工作日，游客依然很多，大部分项目排队超过30分

巴黎迪士尼：遭遇“水土不服”窘境

本报驻巴黎记者 陈博

一提到巴黎，大部分游客脑海中会立刻浮现高耸的埃菲尔铁塔、建筑造型独特的卢浮宫、藏宝无数的奥赛博物馆等一系列“法国名片”式的名胜，巴黎这座城市似乎生来就与艺术、唯美、浪漫等词汇联系在一起。这其中，巴黎迪士尼乐园虽然名气不小，但常常被多数游客“选择性忽视”。毕竟，很难想象旅行者在寥寥数日仓促的艺术游览行程中对米老鼠或是七个小矮人念念不忘。自巴黎迪士尼建成至今，盈利水平始终未能达到投资者预期，其原因并非单纯地因为“风格不搭”。有法国媒体指出，巴黎迪士尼乐园早期设计运营思路中存在一定失误，使得这一著名概念性游乐园在法国面临着“水土不服”的窘境。

本地化融入缺陷是巴黎迪士尼开放后面临的第一大难题。法国人对本土文化拥有强烈的自豪感，巴黎迪士尼在建立之初便受到了法式文化的强烈抵制。当时的法国总统甚至一度拒绝参观迪士尼乐园，不少当地民众也认为，迪士尼带来的是强调商业包装和快餐主义的美式文化，噱头式的叫卖很难赢得法国百姓认同。同时，法国旅游局数据显示，巴黎迪士尼乐园在建立之后的17年中，仅有2年盈利，亏损额一度高达4亿美元。在意识到营销策略可能面临着文化冲击后，巴黎迪士尼有针对性地改进了本土化策略，提升了法国作家 Perrault 创作的白雪公主、灰姑娘等卡通概念在园内的比重，将园区内的主要工作语言由英语变更为法语，但收效不甚明显。法国旅游局负责监控境内大型游乐园游客流量的官员坦言，迪士尼公

司“横跨世界和时空”的“翱翔·飞越地平线”是最热门项目之一，需要排队2个半小时。同样是这个项目，3天后的双休日，排队时间甚至增至5个小时。一位妈妈告诉记者，天下着雨，湿漉漉的长椅不能坐，又到处排队，她带着刚上小学的儿子，一家人累得坚持不住早早回家了，没能看成晚上9点的烟花灯光秀。

除了处处要排队外，上海迪士尼乐园真没有什么可抱怨的。交通便捷，离市区不太远，地铁站距乐园主入口走路要不了10分钟；门票不便宜，项目要排队，这与全世界所有迪斯乐园都差不多。如果嫌里面吃的东西贵，可以自带饮料和食物入园，但因此错过品尝世界各国美味也有些许遗憾。上海迪士尼乐园内很少见到有游客随手扔垃圾，仅见花车巡游和灯光秀结束后有人站起来就走，扔下的垫纸也很快被工作人员打扫干净。

记者发现，虽然一直说迪士尼乐园适合所有年龄段的游客，但运营测试一票难求，游客几乎全是情侣、结伴而来的年轻人和推着童车的年轻父母，很少有老人出现。一些抱着孩子的妈妈头上戴着米妮头饰，好像小女孩模样。有人说每个人的心里都有一个童话王国梦，迪士尼就是那个让你去探索前所未有的神奇世界，“点亮心中奇梦”的圆梦之地。

司在推行巴黎迪士尼计划之初，低估了法国人对文化的敏感与保守程度，若是前期相关准备工作到位，那么少数针对迪士尼乐园的示威民众有可能将“米老鼠滚回美国”的标语更换成“欢迎白雪公主回家”。

营销策略出现偏差也是巴黎迪士尼自诞生至今，仍显得“不温不火”的另一个重要原因。巴黎迪士尼开放于1992年，当时的法国经济在经历了战后“辉煌30年”高速发展后，出现了一定程度的下行，本土民众的消费策略更偏重于理性，迪士尼高昂的票价令不少工薪家庭望而却步。虽然巴黎迪士尼随后很快调整了园区票价，但在欧洲整体经济仍然低迷的今天，售价262欧元的双人门票依然显得相当“高冷”。此外，法国人乃至欧洲人对葡萄酒充满了感情，往往愿意在饭后或是闲暇时间“来一杯”，但巴黎迪士尼乐园却出于种种商业考虑，禁止在园区内售酒，这一决策不仅引发了当地游客的不满，也让部分慕名而来的外国游客感到遗憾。此外，对来自世界各地的游客而言，法国不仅拥有丰富的自然旅游资源，还有数不尽的商店可以购物，巴黎迪士尼内相对缺乏特色的餐饮与纪念品无疑缺乏吸引力，归根结底，还是缺乏了法式特色。

一组数据或许可以清晰地解释巴黎迪士尼乐园的“挣扎”感：巴黎迪士尼近年公布的财报均显示，该乐园的近年游客参观量相当可观，以2011年为例，总计有1560万人次入园参观，这一数字相当于同期埃菲尔铁塔游客量的两倍。但同样是这一年，巴黎迪士尼的亏损额达到了1.2亿欧元，累积负债将近20亿欧元。