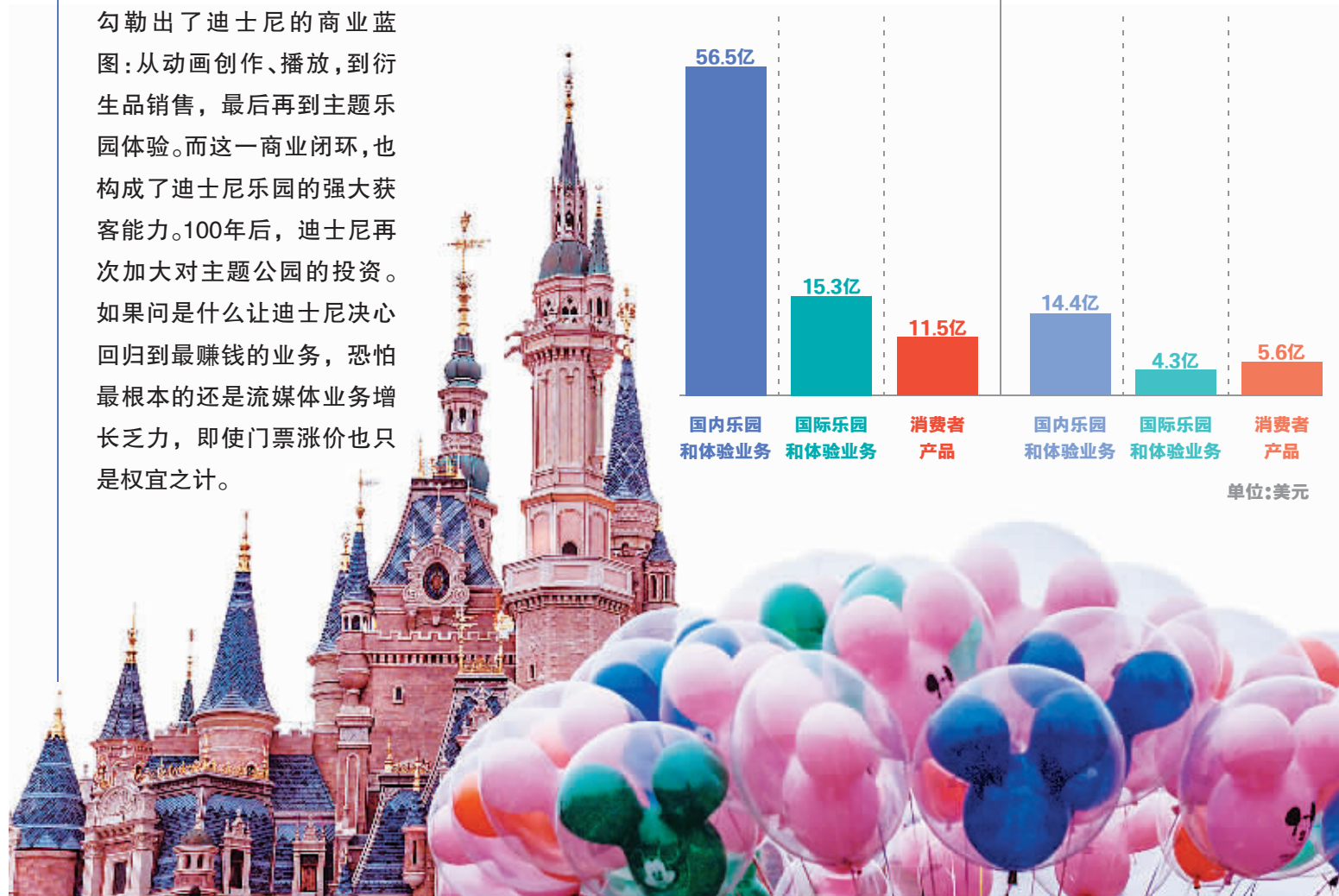


迪士尼600亿美元加注乐园主业

100年前，华特·迪士尼勾勒出了迪士尼的商业蓝图：从动画创作、播放，到衍生品销售，最后再到主题乐园体验。而这一商业闭环，也构成了迪士尼乐园的强大获客能力。100年后，迪士尼再次加大对主题公园的投资。如果问是什么让迪士尼决心回归到最赚钱的业务，恐怕最根本的还是流媒体业务增长乏力，即使门票涨价也只是权宜之计。



乐园最赚钱

当地时间9月19日，美国华特迪士尼公司表示，计划加速和扩大在主题公园、周边产品等方面的投资，相关资本支出将在约10年内翻一番，达到约600亿美元。迪士尼首席执行官鲍勃·艾格(Bob Iger)和该公司公园负责人乔什·达马罗(Josh D'Amaro)表示，迪士尼将加快投资步伐，重点关注该公司的公园业务。

依据迪士尼的说法，主题公园是公司一

大增长引擎，这次扩张将有助于吸引大量尚未成为游客的迪士尼粉丝。该公司在网站发文说，公司现阶段在全球拥有6个园区共12家主题公园。与此同时，公司还拥有超过4平方公里土地可供开发，以“在现有园区扩大主题公园的空间”。

文章还说，邮轮已成为“有影响力的品牌大使”，其影响力遍及全球。迪士尼先前宣布，近几年内将在全球范围内增加3艘邮轮，同时在新加坡设立新的邮轮母港。

在疫情结束后，门票涨价和游客增多使主题乐园成为迪士尼旗下最赚钱的业务。迪

尼公布的2023财年第三季度业绩报告中提到，该季迪士尼乐园、体验和收入约83.26亿美元，同比增长12.6%。

另外根据一份监管文件中的介绍，迪士尼表示，自2017财年以来，其公园、体验和产品的年增长率达到6%，在过去12个月里创造了323亿美元的营业收入。

对于迪士尼向主题乐园的投资以及未来布局，北京商报记者联系了迪士尼方面，但截至发稿还未收到回复。互联网分析师杨世界表示，迪士尼眼下在除国际主题公园以外几乎所有领域面临收入挑战，比如流媒体服务、

影视资产等，特别是流媒体业务表现堪忧。

本土不如海外

在乐园收入中，美国本土乐园的运营收入下降，该部分的业绩增长主要是靠上海迪士尼度假区与香港迪士尼度假区的收入带动。

今年4月，上海迪士尼乐园所在的上海国际旅游度假区披露的七周年成绩单显示：度假区开放运营7年来，已累计接待游客逾1.13亿人次，共实现旅游收入超615亿元，创造直接就业岗位1.5万个。目前，上海迪士尼乐园是迪士尼历史上第一个开园首年实现收支平衡的主题乐园，也是全球最赚钱的迪士尼乐园。

对比之下，位于美国佛罗里达州的华特迪士尼世界度假区游客数量减少，营业成本也在不断增加，而且受整体“降本”影响，华特迪士尼世界度假区将在9月关闭星战主题酒店。据了解这家酒店耗时六年打造，去年3月开业，仅营业了一年多时间。

行业分析师和旅游顾问表示，这部分地归咎于迪士尼提高了门票价格。迪士尼高管表示，他们预计今年美国主题乐园业务的收入将下降。另一方面，还不得不提到佛罗里达州州长罗恩·德桑蒂斯与迪士尼的矛盾。

这场矛盾始于2021年佛罗里达推出的《家庭教育法案》。彼时迪士尼CEO查佩克缄口不言，而已经卸任的艾格却站出来公开反对，就此与德桑蒂斯关系破裂。从那之后，德桑蒂斯威胁取消迪士尼在奥克兰公园的自治权、出手接管芦苇溪改良区RCID董事会。原本其董事会由24个企业共同推荐的5人构成，迪士尼是该改良区的最大“地主”。到了5月，迪士尼干脆起诉了德桑蒂斯，称其对迪士尼进行报复。

德桑蒂斯已经参加美国2024年总统竞选，被认为是共和党中美国前总统唐纳德·特朗普的有力竞争者。他针对迪士尼，也带动着本土保守派对迪士尼乐园的抵制，不幸的是，随着总统竞选的展开，德桑蒂斯有可能死咬不放，甚至对迪士尼加大火力。

不过Insider Intelligence分析师Paul

Verna表示，“在佛罗里达州做生意的政治风险不会阻止迪士尼继续投资它在美国最赚钱的目的地”。

涨价输血

在主题公园界，迪士尼面临的竞争也日趋激烈，越来越高的价格也愈发丧失优势。9月15日，上海迪士尼乐园年卡在暂停半年后回归发售。其中对星光宝石卡、无限钻石卡进行价格调整，最高档的无限钻石卡价格上涨400元。

自2016年开业以来，上海迪士尼还曾四次调整门票价格。最近一次的调价是在今年6月，其中，常规日门票价格从435元调整为475元，特别常规日门票价格由545元调整为599元，高峰日门票价格从659元上涨至719元，特别高峰日门票价格从769元涨到799元，分别上涨40元、54元、60元、30元。

9月20日，香港迪士尼门票也开始涨价，“高峰日子”及“特定高峰日子”成人票价增至719及799港元，同时新增第4级别票价879港元。

已经不少游客对乐园提价后不变的服务提出质疑。“上次去是500多，才几个月，就涨价到800了。涨价可以，把内容提升上去，不然我都去了四五次了，不涨价也不想去了。可能不是迪士尼粉吧，但对迪士尼忠实粉丝涨价也不太公平。”

艾格也承认，迪士尼乐园门票涨价可能过于激进，用主题公园的涨价来弥补不断亏损的流媒体业务，这对两个业务的后续发展都是不利的。

同时，迪士尼的竞争对手康卡斯特公司也一直在投资其环球影城主题公园业务，计划在得克萨斯州和内华达州规划较小的主题公园，并在奥兰多建设一个巨大的新度假村。

对此，迪士尼也有意识在改变。该公司近日宣布，全球第一个、也是最大的“冰雪奇缘”主题园区“魔雪奇缘世界”今年11月20日会在香港迪士尼乐园开幕；全球第一家“疯狂动物城”主题园区则预计今年年底会在上海迪士尼度假区开放。

北京商报记者 方彬楠 赵天舒

聚焦 Focus

维密大秀回归易回春难

维密大秀回归的消息传了四年，终于在2023年确认重启。近日，有消息传出，维密大秀将以纪录片的形式于9月26日在亚马逊流媒体平台播出。不过根据内部人士透露，具体播出时间待定，还在商榷中。针对中国市场，该内部人士透露称：“基于维密与腾讯的合作关系，此次回归大秀将在腾讯视频播出。”

从维密此前发布的预热物料来看，一批从维密大秀中成长起来的名模都将陆续出现，包括“吉娘娘”吉赛尔·邦辰、“黑珍珠”娜奥米·坎贝尔、阿德里亚娜·利马、坎蒂丝·斯瓦内普尔、何穗等。值得一提的是，宣传片中除了清一色身材姣好的超模外，还出现了大码模特的身影。

此外，强调性别平等、启用大码模特等手段，显示维密似乎正在努力撕掉性感标签，不断迎合当下消费者的消费需求。

鞋服行业品牌管理专家、上海良栖品牌管理有限公司创始人程伟雄表示，维密大秀是时尚圈的大事，时尚人士趋之若鹜，维密大秀重启对于维密品牌而言无疑是好事，有利于维密品牌重塑。

维密时装秀是维密的一张名片，它让维密名声大噪，成为全球数一数二的时尚内衣品牌，不过这背后也埋藏着足以将其推下神坛的隐患。

公开资料显示，维密成立于1977年，由罗伊·雷蒙德创立。当时的雷蒙德以维多利亚命名，希望该品牌能够唤起英国维多利亚时代精致的穿衣风尚。当时谁也不会想到在数十年后，维密会陷入争议不断、诟病不断的丑闻中。

1982年，维密品牌遭遇破产危机。

美国L Brands集团首席执行官莱斯利·韦克斯纳以100万美元的价格收购了维密品牌及其6家门店。自此，L Brands成为维密的母公司，维密也逐渐成为了专注女性、看起来奢华但价格相对实惠的内衣品牌。

到20世纪90年代初，维密已经成为美国最大的内衣零售商，在全美拥有350家门店，销售额超过10亿美元。1995年，维密推出时装秀，随着超模譬如吉赛尔·邦辰、米兰达·可儿等的影响力，维密大秀逐渐出圈。1999年，维密时装秀首次在线上播出，创下150万的观看纪录，一度致使网络崩溃。整个20世纪90年代和21世纪初，“维密天使”形象深入人心，而性感也一度成为维密画上等号。公开数据显示，巅峰时期，维密在全球拥有超过1200家门店，平均每分钟可以卖出600件内衣，年销售额超过百亿美元，美国30岁以下女性所拥有的内衣有50%出自维密。

伴随着名声大噪，维密大秀背后的丑闻也不断被曝出，譬如多位超模被性骚扰、领导层不尊重女性等，随着丑闻的发酵，再加上美国内地一些新兴内衣品牌的出现，维密业绩、市场份额大受影响。

公开数据显示，2016年至2018年，维密在美国的市场份额从33%下降到24%。2017财年维密的营收下跌9%至73.872亿美元，2018财年收入继续下跌0.17%，2019年全年，L Brands集团销售额下跌2%至129.14亿美元，净亏损为3.66亿美元。

2019年，维密大秀停止举办。此后连续三年疫情，维密迎来艰难时刻。

2020年，维密被迫关闭美国多家门店。2020年6月，维密英国公司宣布破产，最终以L Brands与英国快时尚集团Next成立合资公司分别占股49%和51%收场；2021年分拆上市。

甚至在2022年，维密业绩也依然在下行。今年3月，维密发布2022年财报显示，在截至1月28日的12个月内，维密销售额同比下滑6.5%至63.44亿美元，净利润下跌48%至3.37亿美元。

在维密业绩连连下滑之际，中国市场却成为其为数不多的亮点。今年6月，维密发布2023年第一季度财报，在整体销售额下滑的情况下，中国市场扭亏为盈，被维密CEO马丁·沃特斯评价为“一个特别的亮点”。

2017年，维密正式进入中国市场，甚至将维密大秀搬到了上海。同时在上海、成都、重庆、北京、苏州连开5家全品类旗舰店，入驻天猫旗舰店。与此同时，2022年，中国内衣制造巨头维珍妮以4500万美元收购维密中国49%的股份，与维密共同经营维密的中国业务。

不过，在维密布局的同时，中国内衣市场也在不断发展，并且早已不再是以性感为主的天下。过去，有维多利亚的秘密创造一场内衣大秀爆赚50多亿的商业盛况，如今有Ubras“双11”一天卖出3个亿的战绩。与此同时，主打舒适无钢圈的内外、无标签的蕉内等纷纷崛起。公开数据显示，2022年中国内衣市场占有率TOP10品牌中，包括爱慕、都市丽人、曼妮芬、Ubras、蕉内等，而维密并未上榜。北京商报记者 郭秀娟 张君花

南半球提前数月遭遇热浪



19日，人们在澳大利亚悉尼的邦迪海滩休闲。新华社/图

南半球国家澳大利亚9月刚进入春季，多地就遭遇热浪。澳大利亚气象局说，包括悉尼在内的东南部大部分地区18日热浪天气加剧，预计气温最高将比往年同期平均水平高16摄氏度。

自上周起，澳大利亚内陆地区热浪愈演愈烈，高温天气逐渐影响其他地方。气象部门表示，南澳大利亚州、维多利亚州和新南威尔士州热浪可能持续至20日。依据澳大利亚气象局说法，这种高温“在9月非常罕见”，预计未来几天可能会打破多项早春纪录。

气象局说：“随着一股更强的冷锋影响东南部各州，热浪到20日以后才会缓解。”

17日参加悉尼马拉松比赛的多名选手受到高温天气影响，其中26人被送医，约40人因中暑接受急救服务。天气预报显示，悉尼西部

18日最高气温预计将达36摄氏度，预计21日会降至22摄氏度左右。

这股热浪也提升了火灾风险。澳大利亚多个地区火灾风险等级达到“高”级别，政府敦促居民为森林火灾做好准备。据路透社报道，新南威尔士州目前约有50场草地野火或林火在燃，但均已得到控制。在悉尼，由于消防部门为即将到来的林火季做准备而烧荒，当地上周连续多日被浓烟笼罩。

受厄尔尼诺现象影响，澳大利亚预计今年春夏季将比往年更热，野火、飓风、干旱等极端天气事件可能增多。

依照世界气象组织说法，随着厄尔尼诺现象卷土重来，预计将进一步增加陆地和海洋的热量，并导致更加极端的气温和海洋热浪。

据新华社