

美式樂園動畫城紛落戶 搶灘滬上文化消費市場

經過7年談判協商，2011年4月才破土動工的上海迪士尼樂園上月底終宣布主體工程開建。項目進行得如火如荼之際，其在美國的最大競爭對手——夢工場，卻於兩個月前高調宣佈與中方合作成立「東方夢工場」，而且無獨有偶，同樣落戶上海，可謂冤家路窄。雖然迪士尼主打主題公園，而夢工場則集動漫產業區和遊樂中心於一身，但兩大荷里活文化產業巨頭火拚上海灘已是一觸即發。業內人士認為，自由競爭下，對中國動漫發展將獲益不淺。

■香港文匯報記者 許嘉俊

先發優勢 Vs 後來居上

早在2005年，有關上海要建迪士尼主題樂園的消息就已傳出，經過4年多艱苦曲折的談判，雙方才協商一致，並於2009年11月獲得國務院批准，2011年4月開始破土動工。但迪士尼沒想到，先發優勢加上漫長談判，卻被對手夢工場突然搶灘成功，行動之迅速，令人動容。

今年2月，作為中國國家副主席習近平訪美的積極成果，華人文化產業投資基金（CMC）牽頭中方公司與美國夢工廠在洛杉磯宣佈，雙方在「中美經貿合作論壇」上簽署協議，華人文化產業投資基金將聯合上海東方傳媒集團有限公司（SMG）、上海聯和投資有限公司（SAIL）與夢工場動畫公司（DreamWorks Animation SKG）在中國上海合資組建上海東方夢工場影視技術有限公司（Oriental DreamWorks）。

「東方夢工場」合資項目由中方控股55%，美方持股45%，首輪投資達3.3億美元。「東方夢工場」將以自營及與相關夥伴合作的形式，啟動動畫技術研發、動畫影視製作、版權發行、衍生產品、演藝娛樂、數碼遊戲、主題樂園等多個業務領域。知情人透露，「東方夢工場」成立消息一傳出，迪士尼方面就即刻聯絡上海有關部門，詢問相關情況，相當在意。

■上海東方夢工場標誌結合夢工場的招牌月亮和中國國寶熊貓。



迪士尼 夢工場

高單

上海灘

美國派頭 Vs 中國文化

迪士尼雖然名氣大，但常被人詬病是將美國價值觀和派頭帶到中國，而夢工場創始人和CEO傑弗里·卡曾伯格卻不斷在各個場合積極表態，要充分開掘中國元素，從中國的本土文化中提煉出新卡通形象帶向世界，「東方夢工場走的是一條完全不同於上海迪士尼的道路，我們用中國的語言向世界生動地講述中國的故事，就像《功夫熊貓》那樣。我們所寄予和代表的，更多是源於中國人的文化價值觀念，但是能找到與世界對話的語言。」

卡曾伯格曾把《功夫熊貓》比喻為夢工場寫給中國的情書，現在，他的效果

達到了。卡曾伯格的這一善意，在極短的時間內得到了主管部門極高的認同。

夢工場的中國牌，完美契合中國迫切期盼文化「走出去」，尋求與世界更多對話的需求。卡曾伯格順利敲開中國大門，得到了各方的認同。

面對最大競爭對手「咄咄逼人」的進攻，迪士尼主題樂園與度假區亞太區總裁及董事總經理安明智在「一周年進展情況通報會」上表示，未來上海迪士尼將融入很多獨特的中國元素，譬如在中秋節、春節等節日，將安排濃墨重彩的慶祝活動。而樂園的餐飲、零售等，都將努力契合本地飲食文化。

自由競爭 中國動漫才有出路

就在迪士尼、夢工場兩大巨頭於上海暗戰之際，雙方分別所在的浦東新區與徐匯區卻並沒有發生想像中的「火併」，而是根據各自的特色進行錯位競爭。

錯位競爭 暗裡火拚

浦東新區最新規劃將上海迪士尼樂園所在的國際旅遊度假區納入浦東開發開放二次創業關鍵時期的重要支撐之一，重視程度可見一斑。

上海國際旅遊度假區區域面積約20平方公里，將以上海迪士尼樂園項目為核心，大力培育旅遊會展、文化創意、商業零售、體育休閒產業等集聚平台，打造現代服務業產業高地，並與周邊旅遊資源組團式協調聯動發展，打造能級高、輻射強的國際化旅

遊度假區。

而藉着剛發佈的《文化發展三年行動計劃》，徐匯區委書記孫繼偉告訴記者：「我們正在這條沿黃浦江的『黃金通道』上，着力打造『西岸文化走廊』。我們將新建眾多的展示館、美術館、演藝中心，包括朵雲軒博物館、藝術大師創作室、木板水泥工作室等，還將引進大幕舞台、水上劇場、浦江T台、星光大道等項目，使徐匯濱江成為上海最具有文化品位和文化氣質的濱水區域；同時，我們還將努力打造中國電影動畫製作的高地，依托西岸傳媒港，集聚世界著名的動畫製作企業及TVB中國、英皇影視等一批傳媒機構，讓徐匯濱江成為『夢』開始的地方。」

君之路動漫公司總裁周宇告訴記

者：「迪士尼與夢工場進入中國，最終的贏家是中國動漫，上海市政府應該因為引進兩個偉大的公司成為最大的贏家。而開放的中國動漫，最終的贏家是中國動漫。」

中國動漫切忌全盤西化

周宇認為，文化的競爭絕對不可能是壓倒性的全盤西化，至於錢被誰賺去了，更不是大問題，有財富效應初顯，更無論誰成功，都是中國動漫的成功。他強調，「動漫行業要開放促學習，開放促改革，不能自己亂改革，迴避開放。歸根結底，我認為中國動漫行業的出路在於——自由競爭！而中國動漫成功的標誌是——我們的文化可以哺育世界，讓世界每個小朋友的枕邊都有一本中國文化的動漫畫。」

迪士尼與夢工場選址示意圖



主題樂園 Vs 遊樂中心

除了落戶上海的動畫製作基地，「東方夢工場」的另一雄心就是繼迪拜、新加坡、澳洲後，和上海市合作，建造一個大型的「遊樂中心」，選址在上海中心城區的徐匯區黃浦江邊，這個包含演藝、娛樂、餐飲等多種服務的「遊樂中心」同樣將建設成為上海市地標性的建築。

卡曾伯格告訴記者：「首先我要說明的是，我並不認為那是一個『主題樂園』，因為一說起主題樂園，人們就會想起迪士尼樂園。」

東方夢工場的「遊樂中心」設想的是建一個娛樂中心，包括影院、餐廳、酒吧、劇場等，形成城市的一個中心娛樂區域。「就像倫敦有西區，紐約有百老匯，洛杉磯有荷里活一樣，在上海，也可以有一個獨特的、大型的娛樂中心。人們來到這裡，可以享受不同的娛樂內容，不僅是夢工場動畫的內容，它應當是開放式的，有各色各樣的設施、雄偉的建築，很多特別的娛樂方式，就是這樣一個具有綜合功能的娛樂中心。」卡曾伯格說，這個「遊樂中心」不會是美國夢工場的簡單延伸，上海東方夢工場將其向外昭示自己獨立娛樂理念的第一個範本。

2015 Vs 2016

上海迪士尼度假區共分六個片區，並將分期分批逐步建設，上一期計劃於2015年年底或2016年年初開門迎客，包括一座帶有神奇王國風格的樂園（融合經典的迪士尼故事人物及為中國遊客量身定製的全新景點和體驗）、兩家主題酒店、一個大型零售餐飲娛樂區，以及休閒娛樂設施、人工湖、相關停車場和交通樞紐等公共設施。

「東方夢工場」似乎不願讓上海迪士尼樂園獲得喘息的時間，高調表示將會在2016年出品第一部動畫電影。「我們現在有7組人馬、7個本子在同時展開工作，這些劇本的主題全部源自中國古典文化和歷史題材，都是中國觀眾熟知的形象，也很

獨特。其中，《功夫熊貓3》將被最優先考慮。」卡曾伯格告訴記者。

雖然「東方夢工場」對其他六個故事的內容守口如瓶，但卻被卡曾伯格不小心透露出口風。卡曾伯格曾在一次會談中表示，自己非常喜歡「神筆馬良」的故事。「我覺得這是一個關於實現夢想的力量故事，那個小男孩把自己的想像力變成了活生生的現實。我也知道之前已經有一些電影、電視節目用過了『神筆馬良』這個故事，不過我們要做的肯定與他們都不相同。我們會有自己的角度，怎麼來講這個故事，我們有獨特的觀點。」卡曾伯格說。

兩大巨頭 18年恩怨情仇

迪士尼與夢工場的恩怨情仇，並非始自今日。

1994年，在迪士尼原總裁華爾斯墜機去世後，迪士尼內風光無限的卡曾伯格被認為最有機會接替華爾斯的職位。但有評論稱，正是因為功高蓋主，所以卡曾伯格追隨多年的迪士尼大老闆艾斯納最終沒有選擇他。也就是因為這個原因，迪士尼為自己造就了一個有史以來最厲害的競爭對手。

近20年來，隨着兩家公司的激烈競爭，荷里活電影動畫片的票房紀錄不斷被刷新。到2010年，夢工場在美國本土的市場份額為33%，迪士尼與旗下彼思動畫工作室合計為32%，夢工場略勝一籌。但是，在北美以外的國際市場，夢工場則略遜一籌，迪士尼和彼思的組合份額為35%，而夢工場則為34%。值得注意的是，迪士尼是百年老店，而夢工場則只有18年的歷史。

賣座動畫電影票房比較

公司	電影動畫片	全球總票房
迪士尼	《反斗奇兵》系列	22億美元
	《獅子王》	9.5億美元
	《海底奇兵》	8.7億美元
夢工場	《史力加》系列	29億美元
	《功夫熊貓》系列	13億美元
	《荒失失奇兵》系列	12億美元

