

乐活

品牌跨界、桩基供应、中央厨房……

甬企争搭迪士尼梦想快车

本报记者 张燕
实习生 孔维阁 王晓谦

笑容永不过时，想象力不分年龄，梦想永不终结。”

迪士尼乐园创始人华特·迪士尼先生的话犹在耳边。一个多月前，上海迪士尼乐园试营业，让宁波人可以便利地游玩这个世界著名的梦想乐园。

不仅如此，在迪士尼所倡导的想象力带动下，宁波企业与白雪公主、米老鼠、灰姑娘、阿拉丁共舞，用“中国梦”开拓创新、独具匠心，打造了真正直通梦想的乐园。

80%

上海迪士尼乐园八成食
物由宁波企业生产的中央
厨房提供。浙东建材
基建供应练工匠内功

春江水暖鸭先知。早在上海迪士尼建园之初，宁波企业就看中了迪士尼的品牌价值，深度参与乐园建设。“整个迪士尼乐园总投资为340亿元，投资规模远超上海世博会的直接投资。”浙东建材集团运营部总监胡世清说，公司早在2013年就看到了其中蕴藏的商机。

当年4月起，浙东建材集团旗下子公司上海中淳高科桩业有限公司中标上海迪士尼项目管桩供应商段，成为迪士尼乐园主要桩基建筑材料供应商之一。“企业为迪士尼乐园提供的PHC管桩，即预应力高强度混凝土管桩，是一种广



6月14日，顾客在上海迪士尼乐园酒店餐厅享用翔鹰中央厨房提供的食品。

(新华社)

虎，为了制造精品，公司还自行开发模具。

翔鹰中央厨房
八成食物的幕后推手

除了基建，宁波企业还深入迪士尼乐园的“腹地”。蔬菜加工区、海鲜类加工区、肉类加工区、加热烹调区、无菌分装区、清洗消毒区……在上海迪士尼乐园，八成食物由一个3000平方米的中央厨房统一制作配送，而这个中央厨房，则是由我市企业浙江翔鹰中央厨房设备有限公司生产。另外，奥克斯中央空调成功中标迪士尼项目，提供奥克斯风冷H型模块机组，让上海迪士尼乐园成为真正低碳环保的游乐王国。

“参与迪士尼乐园这样的国际大品牌项目建设，不仅企业知名度得以提升，更重要的是让企业用更高的标准、更严格的要求来实施项目，是对企业工匠精神的历练。”胡世清说。



宁波的迪士尼商品店受到顾客青睐。

(张燕 摄)

太平鸟童装
跨界合作获品牌溢价

“7月初开通了宁波到上海迪士尼的专线，虽然旅客数量还不太多，但市场正在培育。”市旅游集散中心负责人陈曦刚刚和同事开完关于这条专线的分析研究会议，她认定依托迪士尼乐园开发的“专线+门票+酒店”的产品，将成为中心未来旅游产品的方向之一。

旅游之外，事实上，迪士尼品牌带给宁波的远不止这些。“迪士尼形象的服装，一经推出就会卖到断码。”说起与迪士尼的跨界合作，宁波太平鸟悦尚童装公司品牌形象部部长吴凤神采飞扬。

迪士尼周边产品，除了产品本身经济价值之外，还存在或多或少的溢价。“构成品牌溢价的因素包括品牌的认知度、美誉度、忠诚度等。”上海社科院副院长谢京辉认为，“迪士尼”让商品的品牌价

月湖学古琴 鼓楼品美食

罗马姑娘的宁波假日

本报记者 单玉紫枫

“我轻轻地拨动其中的一根弦，它发出一种使整个房间都颤动的声音。”

——瑞典汉学家林西莉谈古琴

“我轻轻地拨动其中的一根弦，它发出一种使整个房间都颤动的声音。”

——瑞典汉学家林西莉谈古琴

交流。毕业后，她回到意大利罗马，却依旧心念那个“笔墨纸砚的国度”。一次，她在网上看到宁波沐兰公司面向“老外”提供实习机会，便递交了简历，只身来到了地球另一端。

“猪油汤团、雪菜黄鱼，还有鼓楼的油赞子都很好吃……”来宁波才三个月，曼蒂似乎已经被这个城市“俘虏”了，“而且建筑古色古香，人也很可爱。”几天前，她在同事家看到一把古琴，爱不释手。正巧月湖的茶博院在办雅集，便央同事带她一起来学。

“和其他乐器不同，古琴是弹给自己听的。”公益教琴人妙和轻抚琴弦，娓娓道来，“琴棋书画，排第一位的便是古琴，古琴历来被称为君子之器，是中国文化的典型代表，也是文人生活理想的体现。体悟琴之道，可以让我们回归身体的松静自然，寻求繁忙生活中的心灵伴侣，所以弹琴亦是弹心……”随后，她从器型、材质、构造到音色原理一一讲解。座下，众人听得频频点头。“老外”曼蒂似懂非懂，定定地看着琴，不觉出了神。

此前她曾在台中一所大学交换过一年，结果“不可抑止”地爱上了中国文化，还学会了简单的中文。此前她曾在台中一所大学交换过一年，结果“不可抑止”地爱上了中国文化，还学会了简单的中文。

◀图为沈曼蒂习汉礼、学古琴。

(仇九鼎 摄)

往来



制图 郑勇

对面老外看过来
宁波邀你来挑刺

本报记者 单玉紫枫

漫漫夏日，你想和这个城市来个更“亲密的接触”吗？

出门旅游怕太累，天天泡吧又嫌乏味。想走出自己熟悉的“老外圈”，又找不到更好的方式融入宁波。如果戳中了你的小心思，不如继续往下看。

这个夏天，我们想和你一起开启新的征程，换个方式“打开宁波”——

根据《宁波市加快推进城市国际化行动纲要》，宁波要通过推行国际化战略提升城市化水平，构建国际性都市形态，营造国际化软环境，打造国际性品牌，提高城市包容性。

对于一座正在迈向国际化的城市来说，老外的生活体验显然是个不可替代的尺度。在此，本报特联合市国际化办共同面向全市外籍友人发出邀请函——针对中心城区范围的国际化建设来统一“挑刺”。

首期将重点针对中心城区内的不当双语标识，哪里的英文名写错了，哪里的翻译闹笑话了，哪里的路牌方向错了……都可以献计献策。

找到“刺”后，如何递交？

官方邮箱：184804567@qq.com
后台确认后，我们将从中选出10位外籍公益大使，并为每人送出一份礼物，聊表谢意。

听16岁女生讲述——
来自90个国家的
国际化狂欢

宁波学子牟婧宜说，世界联合学院(United World College/UWC)改变了她看世界的角度。作为该校中国分校的在读生，她希望向更多的人引荐这个她心目中的“理想国”。

去年末，牟婧宜回到家乡，在师友的帮助下，16岁的牟婧宜召开了一场学校专场介绍会，在圈子里掀起了一股热潮。

起初，牟婧宜前往美国UWC的暑期夏校进行体验。在这里，她听到了来自非洲、南美等地的同学讲述各自不一样的经历。这让牟婧宜第一次感到，自己在真实地触摸世界。正式入校后，这一感受愈发强烈。学校不仅强调个体价值，也注重社会责任感的培养。比如为叙利亚难民募集捐款等，甚至因此收到了联合国难民署的感谢信。

此外，UWC还开展了很多文化活动，其中最让牟婧宜难忘的就是中国文化夜(Chinese Cultural Evening)。“为了在各国同学面前展现宁波特色的舞龙，我们经常彩排到很晚。还吸引了很多外国同学加入，一起表演中国的书法等。”牟婧宜笑着说，觉得任何国家、任何肤色的学生，都可以在这个神奇的地方成为知己。

“今年前往UWC就读的宁波学子翻倍了，这个趋势应该会持续下去。”牟婧宜说，接下来她计划将自己在UWC创建的项目带入宁波，让宁波学子有选择的同时，也让UWC学子更了解“书藏古今，港通天下”的宁波文化。

(洪瑀阳/文 作者为该校高一学生)

