

迪士尼粉丝凌晨3点排队,这回又炒出一个“迪士尼六宝”

# 迪士尼致歉:“六宝”售卖结束

晨报记者 郁文艳

凌晨3点迪士尼度假区已经排队长队;早上8点,乐园里已经人山人海,几个商店停止排队,个别粉丝与演职人员发生口角,演职人员劝说;原价149元的乐园早享卡被炒到1200元,酒店房间的价格也顺带被炒;“迪士尼六宝”的价格二手平台加价200-500元,星黛露公仔1200元……昨天,因“2021达菲和朋友们圣诞系列商品”剩余库存开始在乐园内3个商店销售,迪士尼又“疯”了。上海迪士尼度假区呼吁:请大家保持冷静理智!昨天上午3个商店停止排队,乐园正常开放。

昨晚,上海迪士尼度假区发布公告,“2021达菲和朋友们圣诞系列商品”售卖活动已经结束,非常抱歉不能满足所有游客的需求。上海迪士尼度假区将不断改进和持续优化,努力给游客带去更多欢乐、更好体验。再次感谢大家对该系列商品的喜爱,衷心地感谢大家的支持、理解和配合。

## 凌晨3点不到排队

凌晨3点,可能绝大部分人还在睡梦中。但是,迪士尼乐园门口,已经有很多人在排队。他们等待的是希望能幸运地买到“2021达菲和朋友们圣诞系列商品”剩余库存商品。12月27日、28日两天,此前幸运中签的粉丝已经在迪士尼商店购买了商品,迪士尼度假区表示,剩余的库存昨天在乐园里的甜心糖果、部落丰盛堂和米奇米妮同心铺进行发售。

凌晨四五点,抖音、小红书、微博等社交平台上,众多粉丝发布了穿着厚厚冬装排队的场景。

凌晨五点,星愿湖旁,队伍已经

绕了2圈。从米老鼠停车场出来的天桥就开始排队,一直排到桥的那一头。

邱小姐是在长长队伍中排队的一位粉丝,她是星黛露的铁粉,此行的目的是想买到一只星黛露包,“我是5点钟到乐园门口的,现在已经在乐园里面,但是甜心糖果屋已经停止排队了,因为人太多,我马上去前面的部落丰盛堂试试。”早上8点半,邱小姐告诉记者,原本乐园8点半开门,但她看到,可能因为乐园内人太多,暂时停止了园外的游客入园,有人喊着,“退票!”

其实,这是一次赌运气。邱小姐说,他们也知道,昨天是来买库存的,但究竟库存是多少,能不能买



粉丝连夜排长队到天亮

到,这些都是未知数,“有些人可能是黄牛,但我是真的粉丝,就来碰碰运气吧。但今天的情况确实有点疯狂,我估计是买不到了。”

## 相关商店停止排队

随着时间的推移,排队的游客越来越多。小红书上,有现场粉丝说,估计要排队5-8小时。因为疫情防控、安全等原因,甜心糖果、部落丰盛堂和米奇米妮同心铺不得不停止游客排队。由此,引发了粉丝的

不满和冲突。

有粉丝一大早就来排队,当得知不能再排队时,情绪一时失控,朝演职人员发泄情绪,演职人员只能一遍遍告诉她,已经停止排队,请谅解。有粉丝干脆瘫坐在地上,演职人员将其扶起,并劝说。按照迪士尼原本的公告,库存商品除了乐园里3个商店售卖外,还会在迪士尼世界商店销售,如果在世界商店销售,因为没有里门票这道门槛,可能前来排队购买的游客会更多。邱小姐就告诉记者,很多粉丝原本打算连夜通

宵在商店门口排队。

正是考虑到了这样可能给疫情防控、游园安全等带来的风险,迪士尼连夜发布通知,取消了迪士尼世界商店的销售,并考虑到微博可能被屏蔽、发送速度慢等情况,通过在相关微信公众号推文下方留言的方式尽快发布通知。在通知里强调,不得连夜排队或聚集。然而,似乎并没有很大效果。

昨天上午现场,上海迪士尼度假区多位高层亲临一线,维持秩序。上海迪士尼度假区表示,请大家保持冷静理智,昨天上午各销售商店已经停止排队,持门票、年卡的普通游客可以正常入园游览。

## 二手平台又炒价格

对于库存商品,迪士尼依然采取了限购政策,每单每款限购2件,直至库存售完即止。然而,二手平台还是出现了价格炒作。

在闲鱼上,“迪士尼六宝”(指星黛露、可琦安、达菲、雪莉玫、杰拉多尼、奥乐米拉六个迪士尼朋友)的挂件原价139元,加价200元-500元不等。星黛露毛绒玩具被炒到1200元左右。

为了能提早一小时入园,有粉丝说,原价149元的早享卡一夜之间被炒到1200元,甚至迪士尼酒店的价格也被炒高。

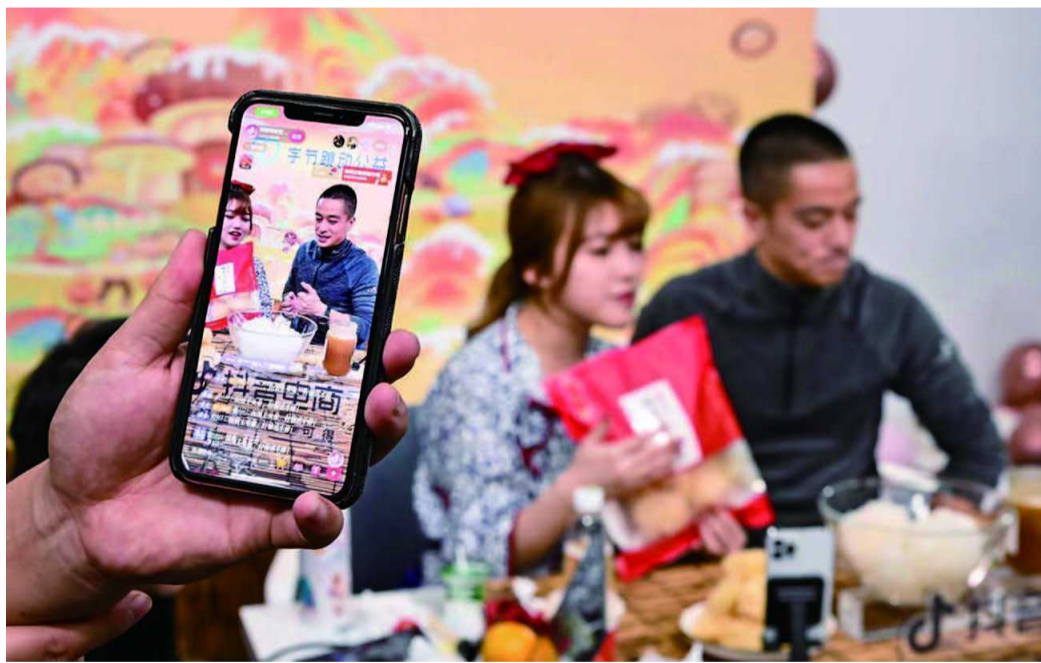
# 抖音电商开启“冬季山货节”,让农货和乡土人情一起“走出去”

文/江一

见到麻功佐时,他刚刚结束一场直播。在不到30分钟的时间里,这名在抖音上拥有74.8万粉丝的养蜂达人,就卖出360多瓶横樟土蜂蜜——那是来自他家乡的味道。

这场直播,其实是“山货上头条”助农项目中“冬季山货节”的一部分。12月28日,抖音电商邀请以麻功佐为代表的多位新农人,通过与农货原产地连麦的方式聚集在官方直播间内,进行农特产品推介。

在麻功佐看来,抖音电商就像是一座桥梁。透过这块小小的屏幕,他不仅让全国各地消费者了解他的家乡,还带动了当地村民就业,一起养蜂卖蜜,共同增收致富。



新农人麻功佐走进直播间介绍家乡蜂蜜

翻看麻功佐的抖音账号可以发现,上面不只有带货内容,还有许多他在村里的生活片段,颇有意思。麻功佐说,他的家乡松阳横樟是个美丽古朴的村落,好山好水,他想通过拍短视频的方式记录下来,向更多人分享、传递村里的美。甚至,他还用家乡的名字来给自己的蜂蜜品牌命名——横樟土蜂蜜。

“平常我们大家都分散在各个山里,自己去寻找好看的地方去创作。我们不会说全部都是拍产品,也不会全部都是拍生活,这其实是相互融合的,要把产品融入到生活当中。”麻功佐说,现在他们村子已经有网红点了,不少游客就是看了他们的抖音视频,特地寻过来的。

事实上,像麻功佐这样的新农人,在抖音平台上还有很多。为了让更多人看到这些藏在山里的好东西,抖音电商在“山货上头条?冬季山货节”活动中开设了一期农特产专场,在长达11个小时的直播时间里,消费者可以看到、买到来自内蒙古锡林郭勒盟的羊肉、福建的鳕鱼鲞和甘肃的静宁苹果等多种山货。

对此,抖音电商业务代表张鸣表示,“山货上头条”是字节乡村计划中的一个分支,他们希望通过抖音电商官方直播间的影響力,帮助新农人把山货销售到全国各地,也让屏幕前的消费者,了解到这些农特产背后的故事。

据了解,此次“山货上头条?冬季山货节”将持续24天,至来年1月16日结束,覆盖全国16个省、111个县市的特色农产品,助力打造区域农产品品牌。

## 返乡创业 让农货出山

2014年,麻功佐关闭了越来越难做的女装网店,回到老家松阳横樟开始创业。他选择从自己最熟悉的产品入手——蜂蜜。

在当地,麻功佐的爷爷和爸爸都是村里的养蜂人,所以他从小耳濡目染。“我们在农村长大,知道什么东西好,什么东西有特色,因为我们足够了解家乡,了解家乡的农产品。”

创业之初,麻功佐尝试过网店

等销售方式,但效果都不太尽如人意。直到2018年,他偶然入驻到抖音平台,没想到通过短视频的方式来带货,蜂蜜生意一下就有了起色。麻功佐说,到2019年,他的蜂蜜销售额就已经较之前翻了一倍。

实际上,光靠麻功佐自家的蜂蜜,远远是供不应求的,因此,他很早就开始寻找村民合作,一起养蜂,收购他们的蜂蜜。在养蜂这件事上,麻功佐也从来不会吝啬分享自己的方法,他希望发展更多农民来共同参与,增收致富。

2015年春节,麻功佐闻讯另一村的叶老伯,总是养不好蜂,没蜜

采。于是大年初一,就和父亲一同前往叶老伯家了解情况,教会他新的养蜂方法。在接下来的两年时间里,叶老伯从原先只能养3.4桶蜂,到逐渐发展成能养100多桶,他很是感激和感动。每每提到这件事,叶老伯还开玩笑说,“我现在养蜂比我儿子在外面打工一年赚得还多呢。”

通过抖音电商,麻功佐现在一年能和村民们一起卖出10万多斤蜂蜜,直接或间接带动了松阳县里300多人就业、创业,帮助蜂农们增收了400多万元。“越来越多像我一样的年轻人返回到家乡,尝试通

过电商卖农特产,大家在村里就能让农货出山,卖向大江南北。”麻功佐说。

## 用短视频 让美丽山村“走出去”

随着蜂蜜生意越做越红火,麻功佐组建起一支20多个年轻人的团队,包括返乡青年、退役军人,还有当地曾经的留守儿童,其中不少成员也学着麻功佐入驻抖音,用手机拍摄短视频,有些人的粉丝数量,甚至比麻功佐的账号还要多,但他本人毫不介意。