【案例 5-3】上海迪士尼的市场调研

迪士尼乐园的历史要追溯到 20 世纪，世界上第一家迪士尼乐园于 1955 年 7 月开园，开园即成为世界上最具知名度和人气的主题公园。它由沃尔特·迪士尼创办，也就是举世闻名的迪士尼公司创始人、米老鼠之父。截至目前，迪士尼大家庭已拥有 6 个世界级的迪士尼乐园：美国加州、美国奥兰多、日本东京、法国巴黎、中国香港和中国上海。值得一提的是，上海迪士尼平日票价全球最低。

上海迪士尼自内部测试启动以来收获了大量网友好评，不过最近也有一些帖子在微博、微信上热传，抱怨迪士尼周边餐饮价格过高。针对网友热议，上海迪士尼度假区第一时间回应了新华社记者，称迪士尼度假区的定价机制既借鉴了全球行业经验，同时也考虑到了中国市场需求。迪士尼将始终认真收集和听取游客意见和建议。

上海迪士尼度假区有关负责人介绍，度假区内设施和服务的定价基于广泛深入的市场调研和分析，调研对象包括广大中国消费者、诸多业内专家以及本地监管单位等。记者了解到，面积超过 46000 平方米的迪士尼小镇上已有部分商户率先向公众开放，这一多样且国际化的社区近期吸引了众多人士到访。

在现代市场营销观念的指导下，企业如果要比竞争者更好地满足市场消费需求，赢得竞争优势，实现经营目标，就必须从研究市场出发，进行各种定性与定量的分析，预测未来市场需求规模的大小。实践证明，市场营销职能活动需要详细、准确和最新的情报资料，营销调研正是为不断提供这些情报服务的。在深入了解、掌握市场信息的基础上，运用科学的预测方法可以帮助营销管理者认识市场的发展规律，制定正确的市场营销组合策略，做出针对新企业、新产品投资的正确决策。

资料来源：刘金文、董沙、王珊，《市场营销学》，成都：西南财经大学出版社，2019 年出版，内容有改动。