



■ 朱承华
淘米执行副总裁

朱承华带领儿童虚拟社区从网上走到网下 追逐“中国迪士尼”之梦

本报记者 叶薇

从世界 500 强职业经理人到加入草根创业者团队，土生土长的上海人朱承华做了人生中最冒险的决定。他不是传统的动漫迷，却热爱一切给儿童带来快乐的事业。过去 3 年，他力图让儿童社交网络淘米网的影响力从网络走向现实。淘米网要做中国版迪士尼，梦想成为最受中国家庭喜爱的儿童娱乐公司，他是追梦之路最有力的推手。近日，朱承华获得第三届中国十大动漫新锐称号。



■ 摩乐乐能否像米老鼠成为经典卡通形象

朋友情感的把握很到位。”在朱承华看来，淘米打造品牌最大的优势是，它拥有超过 2 亿人的儿童网络社区，能直接倾听孩子的心声，从中触摸到当代中国小朋友内心深处最缺乏的情感。通过对儿童网上行为的监测以及每月数以万计的小朋友来电来信，朱承华心中的“摩尔庄园”越来越生动。“中国孩子大多是独生子女，他们很孤独，缺乏探索精神，所以我们设计的故事中，友情是核心，正义、勇敢是摩乐乐的品格。”

“一位老前辈曾对我说，任何一家文化公司的核心竞争力就是它的文化。做动漫品牌，不是追求漫画画得多精、电影拍的 3D 效果多好，而是团队对动漫事业的忠诚与热情。故事、人物必须触动灵魂，否则做得再炫也没用。”

在朱承华的带领下，淘米生动演绎了一条从线上到线下的转型之路，两年时间，淘米拍了 200 集动画片、4 部动画电影，实现一个国家级电视台、4 个卡通卫视全覆盖；从电影、动漫、图书、服装、玩具等打造了一条完整的儿童娱乐产业链。“现在，线下业务占到淘米营收的 30%，未来 3 年内，我们希望线下业务的收入上升到 50%。”

2015 年，迪士尼主题乐园将在上海开园，这对本土动漫品牌会造成冲击。也许，不久的将来，朱承华的新老东家将在电影领域正面交锋。“我们要抓紧这段时间，勤练内功，沉下心来做品牌，只有自己本领练好了，才不会在竞争的大海中淹死。”

事业黄金期重新出发

朱承华，1978 年出生，土生土长的上海人，2000 年从复旦大学企业管理系毕业，深受职业经理人文化影响，“当时我和同学的职业理想就是进入世界 500 强企业工作。”

毕业 5 年内，他先后加入了百胜餐饮、联合利华工作。2005 年迪士尼正式进入中国市场，他成了迪士尼中国的首批职业经理人。加入时，迪士尼中国才不到 10 人，他参加了香港迪士尼筹办过程中的整套培训课程。

“我见证了迪士尼中国从初创到快速发展的历程，5 年迪士尼的玩具业务在中国翻了 5 倍。”他是玩具业务负责人，那是当时迪士尼成长速度最快、业绩表现最好的板块。

2010 年，在事业黄金期，他选择离开。这个决定让同事、同学大跌眼镜。“一般来说，世界 500 强的职业经理人就算离开也不会去本土公司。”他不仅去了本土公司，还去了当时名不见经传的创业公司淘米网。

“在迪士尼的 5 年，让我看到了文化产业在中国的巨大潜力，未来 5 到 10 年将是本土文化娱乐公司创业的黄金期，我不想错过这个历史性机遇。”朱承华坦言，在迪士尼的最后一两年他已萌生退意。

机缘巧合，迪士尼的一个客户向他聊起了一个想做儿童娱乐公司的年轻人。这个年轻人叫汪海兵。“我们见面时，他说了两句话让我印象深刻。一是想创办一个百年企业，二是想成为像迪士尼那样的儿童娱乐公司。我的朋友圈子基本都是职业经

理人，我从来听不到如此狂妄、又如此有激情的话，它就像一束小火苗，腾一下就从我心里蹿上来了。”

两人的梦想太吻合——都认为儿童娱乐市场潜力无限，都希望培育一个真正属于中国人的卡通品牌。“汪海兵带给我一个全新思路，就是做新媒体儿童娱乐产业，中国新一代卡通品牌，很有可能来自互联网。”他进而思考，能不能结合迪士尼的商业运作模式和新媒体特点，打造一个全新的卡通品牌。

从光杆司令到组团作战

2010 年 1 月，朱承华加入淘米。彼时，他的第二个孩子即将出生。他用对待自己孩子的心，对待淘米，这种感觉是以往从未有过的。

尽管汪海兵想做中国迪士尼的梦想说得很美好，但朱承华刚进淘米时一点也看不到娱乐公司的影子。“公司里全是互联网工程师，做线下业务，我是光杆司令。”组建团队，成了他到淘米最迫切的事情，而完成从外企高管到创业者的切换，并不容易。

“在外企，工作的系统性和规划性很强，基本提前一年已经把工作计划定好了，每天朝九晚五，开三四个会议，每月出差一次，每年去国外培训一两次，工作和生活很平衡。”而到了淘米，每天加班到八九点，一天要开七八个会议，随时可能出差，工作充满不确定性，随时会改变想法。而最让他感到不适应的是，在外企习以为常的支撑系统没有了，所有的事情都得自己来。“以前

想招人，发一个邮件给 HR，想做行业分析，告诉一下财务部门。现在，招人要自己去找，面试、培训都得自己来；行业分析，自己跑市场调研、写报告。”

而在心态调整上，朱承华也经历了阵痛。“姿态要不断放低，所谓职业经理人的那种优越感再也不存在了。离开大公司，我开始懂得别人尊重的是你的公司，而不是你个人。以前大多是别人找我，客户排着队等着挑，现在是我求人，面前一堵堵墙等着去突破。”

2011 年，根据淘米的网上儿童社区“摩尔庄园”打造的同名电视动画片首次在电视荧幕亮相。从制作完毕到正式播映，朱承华等了半年多，数不清在电视台吃了多少闭门羹。“没人相信从网上诞生的卡通故事能获得好收视率，但我们做到了。”从那时开始，由他搭建的淘米线下业务团队组建完成，从内容制作到电影电视制片、媒体发行、推广，以及消费品授权等业务开始高速运转。

打造品牌“攻心为上”

“在迪士尼的工作经历告诉我，打造一个卡通品牌并不是拍好一部动画片那么简单。中国人不缺好创意，缺的是运营知识产权的能力和经验。”朱承华认为，在迪士尼，他参与推动品牌商业化，而在淘米，他直接参与创造品牌。

创造过程最重要的事，是为网上卡通形象“摩乐乐”“么么公主”等注入故事和灵魂。“品牌最重要的价值是满足人的情感需求，我们打造品牌要‘攻心为上’，我不敢说淘米的美术、编剧人才是最棒的，但我们对小

没带银行卡却急需现金怎么办？手机停机身边没有充值卡怎么办？上班忙碌错过贵金属行情怎么办？离自己最近的网点在哪里？用你的手机，全部能搞定。

艾瑞咨询出具的《2012 年中国手机银行用户行为研究报告》显示，适用智能手机 APP 客户端接入手机银行的人数已达到 65%。在近日建行上海市分行举办的电子银行体验活动中，客户们平时常碰到的烦恼和尴尬，得到一一解答。以建行手机银行为例，生活方面，手机银行提供无卡取款功能。只需在手机银行上预约取款，获取实时手机动态取款密码，到就近的 ATM 机凭动态密码和原有取款密码就可取到现金了。手机“摇一摇”，最近的自助终端和网点就会出现。手机银行还提供全国话费充值功能，实时到账且支持为本人、他人手机充值。

投资方面，贵金属投资已成为时下的热点。建行手机银行提供实时交易、委托挂单，更有走势分析，助大家随时积累财富。投资种类包

大数据时代银行『跨界』服务手机摇一摇，网点全知道

括账户金（AU9995、AU9999）、账户银、账户铂，包括人民币和美元产品等。

除了借助于移动终端的手机银行，传统的网上银行也在不断推陈出新。以往收益高的理财产品总是白天开放即被抢购一空，上班族不容易买到。现今银行全新推出理财夜市，客户可 24 小时投资，先人一步获得收益率较高的理财产品购买机会。另外，通过电子银行购买基金的申购费用也比柜面更优惠。

如今的电商大家早已不再陌生，建行的“善融商务”平台将金融服务渗透到电子商务全流程中去。购买小额商品的个人客户，信用卡积分可直接抵用现金使用；购买大额商品的个人客户，可以使用信用卡分期、个人贷款等金融服务品；企业采购商则获得基于在线交易的供应链综合融资服务方案。

据介绍，“善融商务”平台上线不到一年时间，入驻商家已达到 1.5 万户，注册客户 130 万户，交易额超过 75 亿元。

本报记者 谈璆

境外旅行投保看门道

保险课堂

在肯尼亚遭河马袭击，在塞班岛浮潜时身亡，在台北故宫拍照时不慎坠落……近期接二连三的游客意外事故，让渴望出境旅游的人对旅途中的不测风云生出种种担忧。

绝大部分出境旅行者都知道需要购买境外旅行险。那么，哪些是判断一款产品值不值得买的关键门道？怎么购买高性价比的境外旅行险？

买前花几分钟看仔细

中德安联人寿境外旅行险专家张宇建议消费者：“在决定购买一份境外旅行险之前，最好多花几分钟时间了解以下四点：

● **国际救援机构** 在国外旅行，遇到意外情况时，向国际救援机构求助很靠谱。受益于外资股东全球领先的经营实力，一些合资保险公司可以与集团旗下的专业国际救援公司紧密对接，充分授权，也因此能够提供更专业高效的救援服务。

● **医疗费用垫付** 在国外一旦发生意外或突发急病，医疗费用

非常高，特别是欧洲地区。如有“医疗费用垫付”这一功能，那么保障范围内的医疗费用将由救援机构承担。否则，需要消费者自行垫付，回国后到投保公司理赔，这一做法可能会面临理赔资料不齐全等繁琐问题。

● **免责条款** 免责条款是保险公司在保险合同中列明的不承担保险责任的范围，比如慢性病及既往病史；极限运动，例如滑雪、潜水、攀岩等；高风险国家或地区等通常都在免责范围内。如果消费者的旅行计划是去海岛潜水，就需要专门购买承保高风险运动的意外险产品，而不能想当然地随意购买。

● **退保条件** 拒签或因个人安排需要改变甚至取消行程，是境外旅行极为常见的变数。人性化的境外旅行险产品能够根据这些变数进行变更或退保。

发掘最具性价比品种

● **找准最核心保障功能** 市场上的境外旅行险种类繁多，保障功能也五花八门，但其实最为核心的保障功能即意外伤害保险、医疗保险、国际救援服务。而保障功能

加得越多，保费自然也越贵。

● **保障范围限定旅行目的地** 以往出境游的旅行者在选购境外旅行险时不管是去欧洲、北美还是东南亚，购买的保险其实都是一种产品，除了保障时间长短可选之外，实质的保障范围其实是将境外所有国家（可保国家）包含在内的。而现在针对境外游目的地的旅行险陆续推出，保障范围的缩小使得保费更实惠，保障针对性更强。

专家表示，消费者在选择旅游项目时应当对风险性有充分的了解，选择正规机构并做好相应的防范措施，一旦不幸出险，这些因素也都会对保险公司的理赔决定有所影响。以浮潜导致的身故事故额为例，通常的旅游意外险产品会将潜水等高风险项目免除在保险责任之外，不过也有些产品会作特别的说明。比如安联安顺无忧团体国际旅行保险计划中，将潜水列为责任免除条款，但是免责条款也明确规定了“由旅行社安排的有正式经营执照的机构经营的并符合安全规范的潜水、骑马、冬季运动、跳伞项目不在此列”。

本报通讯员 姜宇欣

本报记者 谈璆