



邓明潇：我们提出几个方面的议题，而其中相当重要的一点是，上海是一座极具创新性与活力的国际知名城市，并在城市发展进程中提升自身对创新型人才和企业的吸引力。消费是经济增长的重要驱动力，不少经济繁荣、人才聚集的国际化大都市，都积极打造标志性活动和地标性场地，以此带动消费。

我们认为，音乐和体育能作为媒介，进一步向世界展示上海的活力与魅力。尤其是音乐，百威与众多全球知名音乐节紧密合作，相信这类活动能为上海吸引更多消费者和游客。通过这种形式，上海将为企业提供更多创新空间，让我们能更好地展示别具一格的产品，正如我们在今年市咨会期间推出的用上海市花白玉兰酿制的“百威大师臻藏”（即IBLAC携手百威打造的“上海啤酒”——“玉兰寻”啤酒上海特酿款）。它别出心裁地引入上海市花白玉兰，未来，我们希望将它打造为“上海限定”产品。

《新民周刊》：刚才您提到“全球知名音乐节”。我们知

道百威集团已经和“明日世界”（Tomorrowland）有合作。比利时“明日世界”电子音乐节是世界上最大的电子音乐节之一，每年7月下旬在比利时的小镇Boom举办。像这样的大IP，百威集团是否考虑引进到上海？毕竟音乐节和啤酒消费很搭，也适合带动上海的夜经济。

邓明潇：的确，“明日世界”是一个很好的例子。这个盛大的音乐节源于比利时，我们一直与之保持紧密合作，双方也积极推动“明日世界”音乐节走向世界，比如巴西圣保罗。在此次市咨会期间，我们向上海市市长建言献策，并非常愿意提供有关协助和支持，把这一IP引入中国、引入上海。

《新民周刊》：刚才您还提到百威集团携手此次市咨会共同发布了首款定制化“上海啤酒”——玉兰寻啤酒上海特酿款，能否请您简单介绍一下？

邓明潇：这是一款非常特别的限量款酒品，我们将其命名为“百威大师臻藏”（即IBLAC携手百威打造的“上海啤酒”——

啤酒与欢乐同在。

