



啤酒的酿造原料简单，
就是水、啤酒花、大麦和
酵母。我想，我们要做的
就是为人们提供更多举杯
欢庆的理由。



IBLAC 携手百威亚太为致敬上海推出玉兰寻啤酒上海特酿。

“玉兰寻”啤酒上海特酿款），选用上等优质原料，并选用特别设计的瓶身，可以说是独一无二的。而且这是我们与 IBLAC 携手推出的，它特别引入象征上海精神的市花白玉兰。目前，“玉兰寻”只在本周、在上海才能品尝，我们也在考虑今后将它打造为上海地区的专属产品，将其推向市场。

《新民周刊》：百威集团过去推出过像“玉兰寻”这样的城市限定产品吗？

邓明潇：毫无疑问，这款引入了白玉兰的产品是相当特别、史无前例的。百威集团过去也曾推出过许多特别限定产品，但专为一座城市酿造一款酒，我想这还是第一次。当然我可能还需要确认一下，但不管怎样，我们用玉兰花为上海专门打造的百威大师臻藏绝对是首开先河。

《新民周刊》：我们知道，自 2019 年，百威亚太在香港独立上市后，百威集团在中国市场的投资力度进一步加大。例如，去年 7 月，百威亚太最大的精酿酒厂——莆田精酿啤酒工厂正式竣工投产，除生产全球知名的鹅岛、拳击猫等一线精酿品牌外，还成为百威集团结合福建文化特色打造本土精酿品牌的基地，并推出了以武夷山大红袍、福建百香果等本土原料为特色的 059 海岸线精酿品牌。去年 10 月，啤酒行业被纳入西部及东北六省的“外商投资鼓励目录”，这也让百威集团在中国的发

展上了快车道。百威集团迅速行动，增资扩建四川资阳工厂的生产线，投产 3 款高端线啤酒，预计可新增产能 42000 吨。

在您看来，中国市场的啤酒消费有何特点？百威集团将如何助推中国啤酒产业链发展及消费升级？

邓明潇：百威集团进入中国已近 40 年，中国市场充满活力、极富创新性，一直以来，我们努力提升品质，希望为消费者提供更多高端化啤酒产品，务求让消费者享受高品质和价钱相宜的啤酒，并能够了解更多啤酒背后的历史，丰富品饮体验。

就本质而言，啤酒是天然而包容的，是人人皆可享受的。啤酒的酿造原料简单，就是水、啤酒花、大麦和酵母。我想，我们要做的就是为人们提供更多举杯欢庆的理由。

《新民周刊》：您曾经说过：“全球每消费 4 瓶啤酒，就有 1 瓶是在中国销售的。”中国是百威集团最重要的市场之一，能否分享一些未来在中国的投资计划？

邓明潇：过去这些年里，我们已经在中国投资（包括直接投资和并购）超过 300 亿元人民币，我们即将迎来进入中国市场的第四十周年。对我们来说，中国一直是亚洲至关重要的市场。于我个人而言，我在中国工作和生活多年，我对这里有深厚的感情。我们将继续深耕中国市场，积极推动中国啤酒产业高端化发展，确保我们的产品始终与消费者深度共鸣。[R]