



金山啤酒花。摄影/应琛

厂——联合啤酒股份有限公司（顺和啤酒厂）。上海人根据读音又称之为“上海友啤啤酒厂”，后被挪威商人收购改名上海啤酒公司，仍使用原“友啤”商标，平时该厂也叫斯堪脱维亚啤酒厂。这是上海生产啤酒之始。

“但上海的城市定位和开放程度注定了它的啤酒产业更注重消费端，百威亚太选择将总部设在上海，或许更多是基于其对品牌传播力和影响力的考量。”何勇分析道。

的确，在《增强国际消费中心城市的文化内核》白皮书中，百威集团期待以啤酒为媒，助力上海将标志性活动IP与城市形象塑造和地方产业发展紧密结合，提供出类拔萃的消费体验，打造创新性的IP，助力上海加快推进国际消费中心城市建设。

城与酒，共荣共生

而要想了解一杯啤酒是如何做到和一座城市相互促进、相互影响，最终成为文化经济统一体的，哈尔滨或许是一个典型的例子。

提及哈尔滨，就可以想到哈尔滨啤酒，后者俨然成为前者的代名词。最近，啤酒文化再次为这座城市加冕——7月20日，第21届中国·哈尔滨国际啤酒节开幕式上，中国酒业协会理事长宋书玉授予了哈尔滨“中国啤酒之都·哈尔滨”的称号。

毫无疑问，这背后正是企业与城市的共生共荣、相映生辉。

啤酒，在哈尔滨已经有120多年的历史，中国的第一杯啤酒便诞生在哈尔滨啤酒厂。哈啤目前作为百威集团的全国性品牌，行销全国及英美、韩国、俄罗斯、新加坡等海外市场。2010年，哈尔滨啤酒携手国际足联，成为第一个赞助世界杯的中国啤酒品牌。2011年底，正式成为NBA中国市场合作伙伴，也是首个连续两届赞助世界杯的中国啤酒品牌。哈尔滨啤酒工厂和博物馆凭借其特有的品牌创意和文化深度，将成为哈尔滨的全新旅游胜景。

百威中国东北事业部企业事务总监于春滨告诉《新民周刊》，作为哈尔滨老字号品牌，在加入百威集团后，哈尔滨啤酒得到了全方位的提升。新的啤酒厂全力打造数字化与绿色化智能工厂，赋能当地啤酒工业实现创新高质量发展与绿色转型，助力百年工业老城焕发全新活力，见证啤酒与这座城市的共生共荣。

多年来，哈尔滨啤酒始终发挥行业龙头优势，带动产业上下游发展，促进形成了巨大市场潜力，吸引诸多啤酒厂家相继来哈尔滨投资建厂，形成百花齐放的良性发展格局。目前，哈尔滨的啤酒年产能超过240万吨。

据统计，哈尔滨的啤酒年消费总量和年人均消费量位于中国各大城市前列。时至今日，啤酒仍是哈尔滨经济发展的支柱性产业。2022年，全市啤酒实际产量约130万吨，年产值超过30亿元，极大拉动了当地经济发展。

毫不夸张地说，在哈尔滨，啤酒“拉”来了一条包括生产、



随着中国的经济水平和消费水平的提高，品质化、个性化、多元化会是未来啤酒产业的发展趋势，也是未来的增长点。