



# 一颗青柠打造乡村振兴新范本

共同富裕在中国最需要解决的问题是在乡村。

□ 记者 | 吴 雪

今年，百威中国与四川省安岳县有关方面联合孵化的项目——安岳县青柠盟商贸有限公司诞生，其由“社会企业+村集体经济”村企联投，通过打造智慧化青柠基地，引入流程化管理模式，推动青柠产业科学化、规模化发展，让安岳青柠从市场上的“酸果果”变成抢手的“香饽饽”，为农民创造可持续的“现金牛”。

回看百威中国与安岳方面结缘，正值中国脱贫攻坚战进入重要时刻的2019年。当时，百威中国积极响应国家“乡村振兴”的号召，开创了百威中国“可持续闭环助农”的青柠模式。一场国际知名啤酒品牌下沉中国四川盆地中部一个小县城种青柠、卖青柠的乡村振兴项目拉开了序幕。

乡村振兴，对于百威中国而言意味着什么？百威中国企业事务副总裁朱江柳认为，是“以产业为纽带，充分结合企业自身的特长和优势，把产品和帮扶有机地结合起来，通过不断的创新，打造可持续发展的助农项目，为农增收，带动本地的经济与发展，从而推动乡村振兴”。

## 年均销量实现 29% 增长

作为百威集团旗下超高端品牌，科罗娜的一大特点是在瓶内放一片青柠享用。相传，这种饮用方式来自墨西哥人无意间将青柠角放到科罗娜中，意外发现两者搭配口味更佳。随后，“科罗娜+青柠”也成了官方认证的最佳喝法并在全球推广。

科罗娜啤酒进入中国，其CP青柠也从各主产国追随而来。但现实问题是，路途远、成本高，百威中国一度陷入“进口青



百威集团全球 CEO 邓明潇（左二）和百威亚太 CEO 杨克（右二）都非常重视青柠项目。

柠困境”。为了实现品牌的深层价值，百威中国把目光移向了中国，在本地培育高质量青柠。在百威亚太首席营销官车祁先生看来，从品牌角度和助农角度，这是一个天生协调且非常朴素、实用的创意，源于自然的生发，而非“刻意”的设计。

2019年，百威中国与四川省安岳县正式开启了“青柠乡村振兴项目”合作。在种植端，百威中国投入资金、技术和设备，帮助农户改善农田，修筑排水渠，全面使用有机肥，提升土壤的质量，还进一步强化协同创新，与四川农业大学合作，建设了产学研一体化建设的创新体系，辅以技术团队对农户进行技术指导。由于技术团队的倾力支持和协助，安岳的第一批青柠柠檬挂果成熟后，全部达到优质品质。推向市场后，很快销售一空。第二年还出现了供不应求的局面。

2020年9月22日，第二届世界柠檬产业大会在四川安岳隆重召开，百威中国助农青柠+科罗娜CP首次面向世界亮相。在青柠采购这一环节，百威中国希望借势科罗娜的品牌影响力发动经销商、供应商等合作伙伴向全国甚至全球的啤酒爱好者