

推广高质量的安岳青柠，实现真正的以购代捐，增加当地人均收入。同年10月22日，安岳青柠上线百威中国的经销商采购平台，面向全国销售。

到了2022年，在收获的青柠果实中，经抽样测定，一级果及特级果占比高达80%以上。

由此，百威集团乡村振兴计划全面升级，正式推出“科罗娜特选青柠”。带有“科罗娜特选青柠”标识的产品陆续出现在商超渠道，有不少消费者在社交媒体晒出图片，甚至吸引到原本不喝啤酒的尝鲜受众。据了解，秉持“100颗青柠里只选1颗”的筛选原则，“科罗娜特选青柠”以代表最高品质的标准进入市场，且收益最终又反哺给了当地社区和青柠果农。同时合作成果极大带动了渠道端对科罗娜啤酒和青柠的销售。

截至2022年底，该项目的年产量已突破23.5万公斤，累计帮助农户200多户，实现亩均增收21%，安岳青柠的种植面积从最初的30亩已扩大至208亩。据了解，此前的2019年，科罗娜西区的经销商中仅有约43%会同时销售青柠，有了优质的本土青柠供应后，2022年这一比例扩大至100%。科罗娜啤酒2022年年均销量相比2020年实现29%增长。

2023年10月18日，中国首家专为科罗娜提供“特选青柠”而孵化的青柠公司成立。

青柠公司将在安岳县石桥街道戏楼村投资建设占地100亩的智能化青柠种植基地，并协调专家资源，提供从修枝剪叶到农药喷洒各环节的全方位技术支持和指导，最大程度提高青柠品质和产量。预计到2026年，这100亩地将实现亩产5000斤以上，优质果率85%以上，青柠果园的经济效益增加20%以上。同时，青柠公司纯利润的20%将回馈村集体，用于扶助当地困难群体，助力产业发展。

打开产业振兴新思路

除此之外，百威中国率先提出并申报了青柠企业标准这一标准也为中国青柠行业标准的出台提供了基础和参照。目前，百威中国正在联动资阳市有关方面推动行业标准的建立。

谈到项目的延续性时，车祁表示，科罗娜特选青柠项目可以在一个省、一块田上取得成功，就可以复制到更多省、更多块土地，在中国形成规模效应。预计2026年，百威中国将不断



扩大青柠的饮用场景，打造立体产业园。未来，将实现科罗娜销售“最后一公里”和原产地“最初一公里”直连，目标是期望在全国各地设立青柠扶贫点。

百威中国不仅助力青柠种植，还在项目中为当地的贫困户提供就业岗位，并且向村民传授抖音、淘宝直播卖货的方式，希望通过兴起的互联网渠道和平台重新焕发下沉市场的活力。以购代捐、授人以渔，百威中国从产销结合的思路走出了产业振兴新路径。比如，百威中国在福建漳州开展的荔枝助农，一场2小时的线上直播销售，就吸引了近百万人观看，2022年一个夏天，百威通过各渠道帮助其销售了10万斤荔枝。

百威集团作为享誉全球的啤酒酿造商，在业务所到之处，亦一直致力于与社区共同繁荣。在“每一个工厂所在的中国城市捐建一所希望、爱心小学”的承诺下，自2010年11月22日，百威在中国捐建的云南金平希望小学建立后，截至今年12月，百威中国已帮助兴建了32所希望小学、爱心小学，还有一所在建。

百威亚太首席法律及企业事务官柯睿格表示：“在中国，我们即将迎来第四十周年，无论是支持乡村振兴的长期努力，还是对可持续助农模式因地制宜的探索，都紧紧围绕共融、天然、本地的跨界主题，与所在社区共同走上长期且可持续发展道路，携手共同富裕，共创一个人人共喝彩的未来。”