vinetur

慕尼黑第191届啤酒节开幕 仅六家酿酒厂供酒

节庆将持续至10月4日，特蕾西娅草地上一升杯售价为12至15欧元。

2026年9月22日星期二



慕尼黑啤酒节再次拉开帷幕，成百万游客涌入巴伐利亚首府，参加这场既关乎本地酿造规则和地区饮食，也关乎啤酒的庆典。

第191届啤酒节于周六开幕，计划持续至10月4日，地点是位于Ludwigsvorstadt-Isarvorstadt区、面积42公顷的特蕾西娅草地（Theresienwiese）展场。尽管名字听起来像是10月活动，但啤酒节每年都在9月下半月开始，并在10月的第一个星期日结束。

啤酒节依然是德国最知名的年度活动之一，也是慕尼黑规模最大的聚会之一。巨大的啤酒帐篷、游乐设施和食品摊位遍布整个场地，这里被布置成可在两周多时间内接待大量人潮。有些帐篷可容纳3,000至10,000人，长队十分常见，尤其在高峰时段。

啤酒节的起源可追溯到两个多世纪前的一场王室婚礼。1810年10月12日，后来成为巴伐利亚国王路德

维希一世的王储路德维希迎娶了萨克森-希尔德堡豪森的特蕾莎公主。慕尼黑居民受邀参加城外举行的公共庆祝活动。那次庆典反响极为热烈，因此次年又再次举行，为后来成为年度啤酒节的活动奠定了基础。在德国，这一活动常被称为Wiesn，指的是Theresienwiese。

尽管啤酒节在全球范围内常被视为一场大型啤酒盛会，但它与慕尼黑的酿造传统紧密相连，并对可供应的内容有严格规定。只有来自慕尼黑酿酒厂的啤酒才被允许上桌，而这些酿酒厂还必须遵守德国啤酒纯净法Reinheitsgebot。根据这一标准，允许使用的原料仅限啤酒花、大麦或小麦，以及水。

只有六家酿酒厂符合在啤酒节供应啤酒的要求：Augustiner、Hacker-Pschorr、Hofbräu München、Löwenbräu、Paulaner和Spaten。它们的存在是这一活动的核心组成部分，而这种排他性有助于保持啤酒节与慕尼黑之间的联系，而不是把它变成向德国各地或海外生产商开放的一般性啤酒展。

与啤酒节相关的啤酒之一是Märzenbier，这是一种传统上在3月酿造、并陈放至9月啤酒节开始时才成熟的拉格啤酒。它是与这一活动历史和酿造节奏最为紧密相关的风格之一。啤酒节上供应的啤酒还以倒入称为Maß的大型一升杯而闻名，这些杯子已成为啤酒节最具辨识度的象征之一。

今年，一升啤酒的价格为12至15欧元。对游客而言，这一成本只是更广泛节庆体验的一部分，啤酒、食物、音乐和巴伐利亚习俗共同构成了这场活动。现场出售的传统菜肴包括wurst和Leberkäse，这是一种在该地区广泛食用的巴伐利亚肉糕。

啤酒节的规模本身就是吸引力之一，但也会塑造现场体验。由于人潮拥挤，进入大型帐篷可能需要耐心，而如果事先没有计划，往往很难找到座位。虽然许多游客是为啤酒而来，但这项活动也充当了慕尼黑地方身份的展示平台，地区食谱、本地酿酒厂和长期延续的传统都处于庆典的核心。

这种地方性聚焦也解释了为何啤酒节上供应的啤酒比许多游客预期的受监管程度更高。这项活动并不只是一个大规模饮酒的场所。它建立在与这座城市以及巴伐利亚法律相连的特定酿造传统之上。六家获准酿酒厂不只是啤酒节上的供应商；它们也是定义啤酒节本质的结构的一部分。

活动时间的安排也反映了多年来做出的实际调整。将节庆的大部分安排在9月下旬，通常比等到10月更晚时候能享有更温和的天气，尽管传统名称依然保留。这并未削弱这一活动的历史认同；它至今仍指向1810年最初将慕尼黑居民聚在一起的那场王室婚礼。

对许多参与者来说，吸引力就在于历史、规制和场面感的结合。展场环境、巨大的帐篷、一升杯以及熟悉的慕尼黑酿酒厂名称，共同构成了这场远远超出最初用途的节庆，同时仍保持着清晰的本地规则。本周抵达特蕾西娅草地的游客会看到一场享誉全球的庆典，但它仍牢牢扎根于其发源地这座城市。