

不仅是极限运动，在足球等常规体育运动中，红牛的支持也一直相伴。

新的突破：

2019 国际田联钻石联赛上海站中，王宇夺得金牌。“在这个过程中我从未放弃挑战自己、挑战纪录，同时坚持在各方面的学习、向他人请教，这让我最终获得突破。”他说。

撑竿跳的比赛总是被安排在一天的中午或者深夜，这样的外部环境给了李玲更多的挑战，但她仍然为中国女子撑竿跳高创造并保持亚洲纪录。

今年疫情期间，原本较为小众的女子撑竿跳高获得了全球观众的热切关注，人们对这项充分体现女性的力与美的运动不吝赞美之词，巨大的热度甚至让外媒将之称之为“世界第一运动”。对此，李玲笑称，无论外界评判怎么变换，她都不会放松对自身的严格要求。

这三位中国田径名将都提到，在他们的运动生涯中，红牛品牌带给他们很多的启示。在他们看来，红牛安奈吉蕴含的在所有领域挑战自我、突破极限的精神，正是与体育精神的完美契合。

而红牛安奈吉也向中国田径运动致敬，第一次在中国改变了传统的罐体图案，专门设计了四款特别版“故事金罐”包装产品，分别对应短跑、投掷、跨栏和竞走四大田径项目。在这些罐体上，人们能看

到四个项目的荣誉榜以及佳绩时刻。畅饮红牛安奈吉，回想辉煌时刻，随时开始运动。

助你前进的红牛安奈吉

实际上，红牛品牌从诞生起，就充满了运动的基因。

世界各地的跳伞、跑酷、滑板、漂移、冲浪、自由式山地车等挑战自我的极限运动中，人们都能看到那一对熟悉的斗牛图案。不仅是极限运动，在足球等常规体育运动中，红牛的支持也一直相伴。

在拥有全球最多人口的中国，红牛安奈吉全力支持每个人都能轻松参与受众基础最广的田径运动，在 2020 年 10 月 22 日宣布成为中国田径协会的合作伙伴。

中国田径协会副主席蔡勇表示，协会希望借助红牛的品牌影响力，

下图：2020 年 10 月 22 日，在中国田径协会与红牛安奈吉合作伙伴签约新闻发布会上，中国田径队运动员苏炳添、王宇、李玲共话“红牛精神”。



调动更多社会大众参与并养成体育锻炼的习惯，促进全民健身，实现全民健康。

“在全球疫情依然严峻的当下，中国作为全球为数不多的率先控制疫情的国家，更加理解全民健康的意义与重要性。”红牛品牌的创立者泰国天丝集团的 CEO 许馨雄说，红牛安奈吉与中国田径协会携手合作，将共同面向社会大众弘扬全民健身文化，推进实现“健康中国”的目标。

红牛安奈吉为何能带给人们充足的能量？秘诀在于它每罐牛磺酸的含量达 475 毫克，同时添加西洋参提取物，并且含维生素 B 族，是原国家食品药品监督管理总局批准的保健食品。无论在运动场上的竞技时刻还是在在工作生活中的拼搏场合，它都能帮助你保持满满的高能。

消费者对红牛安奈吉有多喜爱，销售数据可以证明：2020 年 8 月，产品入驻仅 10 天，便登顶天猫超市能量饮料销售榜首；上架 28 天，跃升为饮料类目单品销量第一。老罗直播间里，它拿下销量及人气的“双料冠军”只用了 5 分钟。在线下渠道，红牛安奈吉稳扎稳打，步步为营，深耕渠道。

其实，永远挑战自我、突破自我、成就自我，这不仅是所有优秀运动员共有的意志品质，更是我们每一个普通人可以努力达到的精神境界。

这款红牛安奈吉，用一个小故事金罐激励着每个人去谱写属于自己的“真牛”故事，从而创造一个“真牛”时代。心怀这种精神，人们必将拥有坚韧的拼搏力，继而实现人生之梦，实现家国天下之梦。[E]