



示，希望通过发起“和蒙牛一起踢球吧”的倡议，让全社会更多的人热爱运动、享受足球。

“和蒙牛一起踢球吧”不仅仅是一句品牌口号，更是蒙牛推动全民足球的实践路径。

1978年，中国第一次对世界杯进行实况转播。在屏幕上观赛世界杯成为了绝大多数国人那一年难以忘怀的记忆。

随着电视的普及，以世界杯为代表的国际顶级赛事，越来越多地走进国民视野。年轻人爱上足球的同时，中国也走在与世界全面接轨的路上，各行各业一片欣欣向荣景象，牛奶正是快速发展的行业之一。

2002年，国足迎来了闯进世界杯决赛圈的历史性时刻，全民足球热情被彻底引爆。也是在这一年，蒙牛乐包牛奶第一次走进千家万户。自此，牛奶与足球、营养与体育交织，成为青春岁月不可磨灭的印记，蒙牛也自此成为球迷成长之路上的温暖陪伴者。

牛奶代表“营养、健康、成长”，足球代表“激情、拼搏、团队协作”，二者都能给人们带来健康和快乐。

秉持着这一初心的蒙牛，在2018年成为中国乳业首个FIFA世界杯全球官方赞助商，牵手代言人梅西，向世界发出“我不是天生强大，我只是天生要强”的中国强音。

此后，蒙牛在连续成为2022年、2026年、2030年世界杯和2027年女足世界杯FIFA全球官方赞助商，身影贯穿多届世界杯征程，用横跨十余年的长期主义，实

“和蒙牛一起踢球吧”不仅仅是一句品牌口号，更是蒙牛推动全民足球的实践路径。



现品牌要强精神与“百年世界杯”的同频共振。

蒙牛还以长期主义理念，将“营养+运动”融入其品质提升与产品打造，旗下九大类产品全部通过欧盟食品标准认证，成为名副其实的“世界品质”。

“顶天+立地”，蒙牛的足球长期主义

足球不会辜负每一滴努力的汗水，蒙牛也不会辜负每一个要强的灵魂。

作为连续三届FIFA世界杯全球官方赞助商，蒙牛对足球的投入绝非单纯的品牌曝光逻辑，而是将与世界杯的深度合作从一个商业符号，转化为对中国足球事业、全民健康事业的持续赋能，完成了从赛事赞助商到中国体育事业筑梦师的角色进阶。

值得一提的是，蒙牛的体育生态版图始终贯穿“顶天”与“立地”的清晰战略逻辑，这也是蒙牛连续三届牵手世界杯，始终能够实现品牌价值与社会价值双赢的核心。

“顶天”之处，蒙牛持续锚定国际顶级体育IP，让中国乳企的品牌标识与大力神杯同频闪耀，向全球市场传递中国乳业的品质自信与品牌实力。蒙牛还携手梅西、姆巴佩、亚马尔等品牌代言人，让中国品牌闪耀世界顶级足球舞台。

“立地”之处，是蒙牛始终扎根中国足球的土壤培育，把资源与精力投入到青少年足球普及、校园足球发展、基层青训体系建设中。多年来，蒙牛不仅长期支持中国女足与U系列青训赛事，更以公益方式持续推动青少年足球下沉普及，让更多偏远地区、热爱足球的孩子能被看见、被鼓励、被托举，为中国足球事业筑牢根基。

蒙牛还在全国范围与地方民间赛事携手，将足球比赛下沉到基层一线，持续传递“多喝牛奶多运动”的科学理念。2024年，蒙牛携手贵州村超，以公益力量支持榕江县青少年体育事业的发展。2026年4月2日，蒙牛成为内蒙古“蒙超”总冠名商，让这份对故土家园的赤