

内蒙古首个！ 蒙牛集团宣布千万现金 奖励中国女足

2月6日，“天生要强”的中国女足，时隔十六年重回亚洲之巅。当天，作为中国女足的官方合作伙伴，蒙牛集团率先宣布，拿出千万奖金奖励中国女足，并向她们“天生要强”的奋斗精神致敬。这是内蒙古首个官宣给予中国女足重金奖励的企业。

6日举行的亚洲杯决赛上，中国女足对阵韩国女足，在上半场落后两球的压力下，中国铿锵玫瑰连扳两球惊天逆转，并在补时绝杀，最终以3:2夺冠。而在此前的半决赛中，中国女足同样是在先行落后的不利局面下，不屈不挠、顽强拼搏，并在逼平对手后通过点球决战成功晋级。

落后、扳平、逆转、绝杀……为梦想竭力拼搏之后，方才上演的惊天逆转——这恰恰诠释了蒙牛“天生要强”企业精神的真正内涵。中国女足在亚洲杯夺冠后，蒙牛第一时间官宣给予重金奖励。

官方微博@“中国女足”也对蒙牛的奖励表示了感谢：“感谢蒙牛给中国女足的慷慨奖励！同时也感谢长期以来

广大球迷、社会各界对中国女足的支持！我们会继续努力，相信女足明天会更好。”

事实上，作为中国足协中国之队官方合作伙伴，蒙牛多年来全面助力中国足球事业。早在2006年，中国女足老队长孙雯就担任蒙牛送奶爱心大使，并寄语：“希望中国的孩子们都能多喝牛奶，健康的成长，完成中国人的足球梦！”

2018年，作为俄罗斯世界杯全球官方赞助商，蒙牛不仅在全世界推广中国品牌，还通过发起“踢球吧！少年强”公益活动，在全国选拔了88名小球员，并带领他们走上了世界杯赛场，为中国足球的未来播下梦想的种子。

而蒙牛对中国足球的鼎力支持，只是蒙牛体育营销IP“大满贯”的一朵闪亮浪花。蒙牛与国内的足球、篮球、田径、游泳、自行车、击剑等数十个项目都有广泛而深入的合作，积累了良好的口碑，也是国内首个完成了体育IP营销“大满贯”的大型快消品企业。

这绝非一朝一夕之力。对于蒙牛来说，其品牌中蕴含的“天生要强”内涵，是它能从内蒙古草原一角闯进全球乳业前十强的硬核基因。而体育比赛积极向上的属性，与蒙牛的品牌理念存在天然的吸引力。

因此，在蒙牛的体育营销IP布局中，并非“谁火谁优秀”，而是着力挖掘拥有“天生要强”品质的潜力选手，共同用“拼搏、进取、超越”的精神，相互支撑，共同成长。例如，中国自由式滑雪运动员谷爱凌，蒙牛就看中她身上挑战自己、突破自己等“天生要强”的精神特质，并成为国内最早邀请谷爱凌作为品牌代言人的企业之一。

蒙牛集团总裁卢敏放曾表示，牛奶和体育运动之间有很强的关联，它们都能够给人们带来健康和欢乐。赞助重要体育赛事，蒙牛不光是为了进一步提升自身的影响力，向公众传递健康、品质、营养的品牌主张，更希望为中国食品行业、特别是中国乳业走向世界发挥引领和推动作用。

