

特别报道

11月21日,2022年卡塔尔世界杯开赛,全球官方赞助商蒙牛集团推出“要强”主题宣传片。上届世界杯,蒙牛集团通过代言人梅西诠释“我不是天生强大,我只是天生要强”的企业精神,如今,片中一位位主人公不断上演“要强”“打破墙”的励志故事,蒙牛正用足球传递着“要强精神”,致敬每一位感动世人的“要强明星”,也致敬每一位敢于追求梦想、要强不认输的普通人。



卡塔尔世界杯的“蒙牛时刻”： 致敬每一位“要强人”

1 与命运抗争 “要强”才能打破“墙”

纵然时代车轮滚动向前,但追寻梦想的要强精神从未改变。

在这部宣传片致敬的“要强明星”中,既有梅西这样的世界球王,也有我们不熟知名字的足球人,更有代表着足球未来的新人练足形。他们有着不同国别、不同肤色、不同背景,但都有一个共同的标签——逐梦足球的“要强人”。

梅西曾因营养不良,被判定身高只能停留在140厘米,纵然天赋异禀,却遇到了外人看来难以逾越的鸿沟。为了追梦足球,梅西三年每天坚持跑步一万米,身高长到170厘米,成为了过去十年最成功的球星。

宣传片中,梅西亚斯从一个快递员,用6年时间成为AC米兰主力;哈尔多松是一名专职导演,为了足球梦,接受手术,在俄罗斯世界杯中扑出梅西点球;丽莎·齐莫赫15岁夺得花式足球大赛冠军;想进入中国女足的12岁少女练足形,一个人在车库练球,备受国人期待……

蒙牛在宣传片中致敬要强足球人,致敬的是与拼搏、不认输的体育精神高度一致的“要强”精神,而这正是蒙牛长期以来坚守的品牌内核。通过“要强”这个精神纽带,蒙牛、“要强明星”们,为了梦想不懈奋斗的每一位普通人,在这一刻紧紧相连。

无论是明星想要成就伟大事业,还是普通人为了微小的个人目标而前行,在人生的旅途上总会遇到各种各样的困难险阻,但正如宣传片中解说的那样:“这个世界都是墙,要强的人多了就能打破墙”。作为个体,每个人都坚守自己的要强,作为集体,就会让这个国家和我们的生活变得更加美好。

2 不忘初心 “要强”助蒙牛迅速崛起

“要强”是蒙牛一直赞扬、致敬的精神,也是其自成立以来一直身体力行的初心和坚持。

1999年,蒙牛成立于呼和浩特大草原上一间小平房中。彼时,国内乳业进入草莽时代,竞争激烈,而蒙牛作为新生品牌,从不气馁,专注市场与自身,一往直前。2003年,凭借与中国航天合作,让老百姓记住了“蒙牛牛奶是‘中国航天员专用牛奶’”。不断要强,不断进

3 迎接世界杯 “M三次方”组合绽放要强时刻

本届世界杯小组赛抽签当日,蒙牛宣布要以全新面貌“世界品质,天生要强”的形象,服务好每一位消费者。而“营养世界的每一份要强”,是蒙牛世界杯的宣言,更是蒙牛一以贯之的目标和追求。

蒙牛建立了一整套从牧场、研发、检测到工厂的航天管理体系,以打造出航天品质的产品。在航天管理体系下,蒙牛引进世界最严格的质量检测标准,结合数字化信息化的管理体系,确保从最前端到最后端,从奶牛吃的每一口饲料到消费者最后拿到的牛奶产品,每个环节都有着严格的质量管控。

2021年,蒙牛通过源头控制、奶牛养殖、工艺技术升级、检验方法优化等举措,对114项原料指标、38项产品指标进行升级和补充的欧盟对标项目正式取得突破性进展,蒙牛乳品七大品类品质达到欧盟标准要求,成为中国乳制品行业目前唯一一家经通标标准技术服务公司(SGS)认证,产品品质达欧盟标准的企业。



步,蒙牛就这样一步步从“草原牛”“中国牛”,成长为“世界牛”。如今,在“2022年全球乳企20强”中,蒙牛排名第七名,也是TOP10中最年轻的乳企。

“要强精神”支撑蒙牛迅速崛起,蒙牛也一直将“要强”作为精神内核,并持续激励、致敬“要强精神”。今年2月,中国女足夺得亚洲杯,蒙牛为其送去千万元巨额奖金。

不论是蒙牛代言人梅西、姆巴佩,

还是中国女足,他们星光闪耀的背后,是不服输的“要强精神”,这是蒙牛最为看重的,以至于很多网友纷纷刷屏——“你永远可以相信蒙牛的代言人”。网友们通过这句戏言想表达的,并不是对具体某个人的崇拜,而是对“要强精神”的肯定和赞叹——不论多么平凡、多么普通的人,只要肯拼搏、不服输,就一定会实现自己的价值。

时代在变化,由蒙牛和代言人梅西、姆巴佩组成的“M三次方”组合骨子里的“要强精神”却没有变,无论是过去跨越困难,还是未来迎接挑战,“要强精神”始终激励一代代人突破自己、践行梦想。

如今,梅西和姆巴佩在巴黎队的配合渐入佳境,成为锋线最佳搭档。梅西经常为姆巴佩送出绝妙助攻,姆

巴佩则用进球回报老大哥对他的信任。“要强精神”在新老两代球王之间完美传承,更是通过他们的励志故事,传递给每一位普通人。

在世界杯这个大舞台上,在时刻沸腾着激情的赛场内外,薪火传承的“营养世界的每一份要强”精神,将蒙牛品牌和全球消费者通过情感共鸣,紧紧相连。

