



中国冰淇淋 登陆世界杯

——蒙牛荣膺2026世界杯官方冰淇淋品牌



当2026年美加墨世界杯的号角响彻北美大陆,一支来自东方的冰淇淋,悄然成为这场顶级盛宴中不可或缺的“冰爽风味”。日前,蒙牛冰淇淋正式官宣成为2026FIFA世界杯官方冰淇淋,这不仅是中国乳业在全球顶级体育赛事上的又一次重磅亮相,更标志着蒙牛完成了从“产品出海”到“价值引领”的跃迁。



四款冰淇淋登陆世界杯 以“世界品质”筑牢出海根基

世界杯的舞台,从不缺少强者。而要成为官方冰淇淋,靠的不是运气,而是经得起全球检视的硬核实力。此次蒙牛携手世界杯重磅推出四款赛事专属产品,以世界级品质叩开全球消费市场大门,扎实推进全球化布局。

这四款冰淇淋分别为:蒙牛纯牛奶冰淇淋、随变布朗尼脆筒、冰+酷爽十足咖啡柠檬雪泥、绿色心情轻享果蔬冰淇淋。这四款产品已经进入中国与美国各大商超,兼顾了营养、美味与品质,从原料甄选到生产工艺,全产业链闭环把控品质。每一口冰爽背后,都是蒙牛对“世界品质”的极致坚守。

这份品质实力,早在2026年米兰冬奥会上就已埋下伏笔。彼时,蒙牛多款乳制品成功通过严格检测,入驻冬奥村,

开创中国乳制品品牌服务境外冬奥会的先河。从冬奥会到世界杯,蒙牛用国际顶级赛事的双重认证,为中国乳业的“品质领跑”写下了有力的注脚。

支撑这一切的,正是蒙牛覆盖全产业链的质量管理体系。通过融合国际八大标准和全球最佳实践,蒙牛构建起质量策划、质量控制、质量保障、质量支持的“4Q”质量管理体系,实现了“从牧草到餐桌”的全产业链品质管控。早在2021年,蒙牛旗下九大类产品全部通过食品欧盟标准产品认证,成为全国首个全品类通过食品欧盟标准产品认证的企业。

依托持之以恒的品质深耕,蒙牛正逐步引领中国乳业跳出被动跟跑格局,在全球乳业竞争中实现“品质领跑”,为中国乳业的高质量发展贡献力量。



IP+渠道 双引擎”驱动 蒙牛全球化征程再进阶

世界杯作为全球顶级的体育IP,是品牌推进全球化的黄金载体。但在这一舞台上,赞助只是入场券,真正的考验在于:如何将IP势能内化为品牌价值,而不仅仅停留在浅层的LOGO露出或口号式赞助?蒙牛冰淇淋给出的答案是——将产品深度嵌入世界杯的真实消费场景。

“咬一口蒙牛纯牛奶冰淇淋,浓郁奶香和谷物颗粒的丰富口感瞬间迸发,整个人都被激活了。”在世界杯现场,一位球迷的点赞,道出了冰淇淋与狂热赛场的绝妙搭配。

从看台助威、家庭团聚观赛,再到好友派对,蒙牛四款冰淇淋不仅进入世界杯各大赛场内,还进驻洛杉矶、纽约等全美11座核心城市商超,走进美国主流消费市场。每一支印有FIFA官方标识的蒙牛冰淇淋,都成为世界杯记忆的一部分——它不再只是赛场边的品牌标识,而是球迷情绪的延伸、狂欢氛围的注脚。

世界杯期间,蒙牛还推出“世界杯,

这一口赢了”主题活动。通过定格中外球迷在世界杯赛场邂逅蒙牛冰淇淋的惊喜瞬间,传递“世界杯赛场里的中国味道”,在海外消费者心中建立中国品牌的认知,并反哺国内市场,形成了“渠道进入—消费体验—市场验证—打开海外—撬动国内”的良性闭环。借助世界杯,蒙牛冰淇淋在北美市场完成了从“走出去”到“走进来”的关键一跃。

事实上,蒙牛冰淇淋的全球化版图早已稳步铺开。在东南亚市场,蒙牛旗下冰淇凌品牌艾雪居印尼市场首位,同时在菲律宾、越南市场均取得领先地位,不仅在东南亚构筑了坚实的竞争壁垒,还向非洲、拉美等新兴市场延伸,打造中国乳品企业国际化的典型案例。

从东南亚到美洲市场,蒙牛冰淇淋在全球不断突围。此次出征世界杯,也将为蒙牛冰淇淋全面进军国际主流市场提供更加坚实的支撑,进一步推动品牌在全球价值链中向上攀升。



以创新“带球突破” 引领价值链跨越升级

蒙牛与世界杯的深度合作,不仅是品质实力与国际标准的同频共振,更是精神内核的高度契合。足球运动的精神内核,在于进取、顽强与拼搏;而蒙牛的发展底色,也是以“要强”精神创新突破,不断引领全球乳业价值链跨越升级。

近年来,随着“一体两翼”战略全面推进,蒙牛以创新驱动打造“新质生产力”,全面布局基础营养、功能营养、医学营养等领域,用高品质的营养价值,为消费者创造健康价值,也为行业打开了向上增长的新空间。

在基础营养领域,蒙牛陆续推出软牛奶、简酸奶、软牛奶味冰淇淋等零乳糖品线,打破饮奶门槛、拓宽饮奶人群,让更多消费者“喝上奶”;在功能营养领域,不仅自主研发三款母乳低聚糖(HMO)、Lc19控糖益生菌,还打造了M-PLUS高

蛋白系列、乳钙电解质饮料、分离乳清蛋白水等产品,为消费者提供“千人千面”的营养服务;在医学营养领域,蒙牛已投产“特康瑞”特殊医学食品项目,并在低龄婴儿特医食品等方面获得突破。

在传统乳品行业深陷产品同质化、价格战的背景下,蒙牛依然选择走一条难而正确的路:以持续的科技创新为矛,突破行业内卷、推动产业升级,完成“带球突破”,引领全球乳业不断向价值链的更高端跨越升级。

一支世界杯上的冰淇淋,丈量着中国乳业走向世界、引领行业的脚步。今年夏天,当全球球迷拿起那支印有FIFA标志的蒙牛冰淇淋,他们品尝到的不仅仅是清凉与美味,更是蒙牛对“世界品质”的坚守、对体育精神的致敬,以及以价值创造价值、以创新引领未来的雄心。