

乳品企业社会责任践行与大学生体育文化建设的契合路径探索

苏亚日勒, 那仁满达

内蒙古化工职业学院, 内蒙古 呼和浩特 010070

DOI:10.61369/EDTR.2025090025

摘要：在“健康中国”战略与教育强国建设背景之下，乳品企业社会责任践行与大学生体育文化建设协同发展的社会问题引起了人们的高度关注。乳品行业是营养健康方面的关键力量，在履行社会责任时包含营养供给、宣传普及、公益支持等多个方面；另一方面大学体育文化正在遭受着缺乏营养保障、活动形式单调且没有可持续机制的困境，在健康层面有着相同的价值目标。本文从理论逻辑与现实需求出发，探索资源供给、文化传播、机制构建三大维度的契合路径，旨在为乳品企业履行社会责任提供新视角，为大学生体育文化建设注入新动能，构建“企业赋能教育、教育反哺社会”的良性生态。

关键词：乳品企业；社会责任；大学生体育文化；契合路径；健康协同

Exploration of The Alignment Pathways Between The Fulfillment of Corporate Social Responsibility by Dairy Enterprises and The Construction of Sports Culture among College Students

Suya Rile, Naren Manda

Inner Mongolia Chemical Industry Vocational College, Hohhot, Inner Mongolia 010070

Abstract：Against the backdrop of the "Healthy China" strategy and the construction of an education powerhouse, the synergistic development between the fulfillment of corporate social responsibility (CSR) by dairy enterprises and the construction of sports culture among college students has garnered significant attention. The dairy industry serves as a pivotal force in nutrition and health, encompassing various aspects of CSR such as nutritional provision, public awareness campaigns, and philanthropic support. On the other hand, university sports culture is facing challenges including inadequate nutritional support, monotonous activity formats, and a lack of sustainable mechanisms, despite sharing common health-oriented value objectives. This paper explores alignment pathways across three dimensions—resource provision, cultural dissemination, and mechanism construction—from both theoretical and practical perspectives. It aims to offer a fresh perspective for dairy enterprises in fulfilling their CSR, inject new vitality into the construction of sports culture among college students, and foster a virtuous ecosystem where "enterprises empower education, and education reciprocates society."

Keywords：dairy enterprises; corporate social responsibility; college sports culture; alignment pathways; health synergy

引言

近年来，各种经济社会问题的不断出现，企业社会责任运动的迅速发展，使得企业越发清楚地意识到，社会成就企业，企业作为社会的一个单元，在创造财富、追求利益最大化的同时，就必须承担相应的社会责任，回报社会。随着《教育强国建设规划纲要（2024—2035年）》提出“实施学生体质强健计划”，大学生体育文化建设已成为培养全面发展人才的重要支撑^[1]。在当下高等教育领域内推动校园体育文化实践的过程中存在诸多困难：有些同学由于缺乏营养知识而使锻炼效果欠佳；肥胖现象严重且微量元素不足影响参与热

课题基金：大学生对乳品企业支持校园体育及践行社会责任的认知与期望调研，课题编号：25HXKY08。

作者简介：

苏亚日勒（1982.09-），女，内蒙古锡林郭勒盟人，硕士，讲师，研究方向：为学科教学（思政）；

那仁满达（1982-），男，内蒙古通辽人，讲师，研究方向：计算机科学与技术方面。

情；传统体育项目难以契合现代大学生多样化需求并且缺乏创新性；场地资源分配不均以及经费保障机制缺失，限制着日常训练活动的有效进行。乳品企业在履行社会责任的过程中逐渐跳出简单的公益捐赠范畴，开始涉足营养健康科普、可持续发展等领域，与青少年健康的关联度愈发明显。近年来劲仔食品、妙可蓝多等企业围绕青少年营养健康展开的探索，表明食品企业参与校园健康建设有坚实实践基础。在此背景下探究乳品企业社会责任与大学生体育文化建设的契合点既是对乳品企业拓宽责任边界、开展价值共创的必然要求也是破解高校体育文化瓶颈、提升大学生健康素养的现实需求，对于构建校企协同健康促进体系具有重要的现实意义。

一、乳品企业社会责任与大学生体育文化建设的契合基础

（一）价值目标的同源性构成契合前提

乳品企业社会责任与大学生体育文化建设在健康价值追求上有着天然同源性，这种内在一致性成为二者协同发展的核心前提。从乳品企业的角度来讲，其社会责任已由传统的质量安全保障发展成包含营养供应、健康信息传递以及生态保护的复合体系，蒙牛等公司把“良好健康与福祉”列入战略重点议题范畴之中，并依靠优良的产品品质和科普活动来守护大众的身体状况，在此过程中与国家层面推行的“健康中国”战略达成高度契合状态。而站在大学生体育文化塑造的角度来看，则不仅关注于提升学生们的体质水平并养成运动习惯，而且还要借助各种各样的体育锻炼活动去传达有关健康生活的理念内容，从而做到身体素质与精神面貌共同进步的目标效果，《中国学龄儿童膳食指南（2022）》所提倡的“营养加运动相结合”的相关观点也与此相吻合。二者都把“人的健康发展”当作核心价值取向，乳品企业的营养保障能力跟高校的体育教育功能相辅相成，给协同发展赋予了逻辑起点。

（二）资源优势的互补性提供契合条件

乳品企业的资源禀赋和大学生体育文化建设的资源需求呈鲜明反差，形成了双方契合的可能性。乳品企业有其独特的优势，在营养产品研发、健康知识传播、供应链资源整合方面，妙可蓝多等企业在青少年营养产品开发上具有专业性，在对蛋白质、钙这些运动必要营养物质供应方面也颇有独到之处。劲仔食品等乳企利用新媒体平台宣传营养知识，积累了大量有关健康的科学普及经历。蒙牛这样大型企业则有着包括科研人员在内的完整资源链条，从研发、生产、公益等方面都可以见到它们的身影。但大学体育文化建设却存在营养支持不足且科普形式单一以及活动经费短缺等诸多问题。乳品企业的产品资源、传播资源与资金优势，可以精准地弥补校园需求的缺口，高校也为企业提供了一个社会责任实践的重要场景和受众群体，这种资源共享具有“1+1>2”的效果。

（三）社会需求的现实性强化契合动因

当前我国青少年存在超重肥胖、视力下降以及体育活动参与度低等多重健康问题，“营养过剩与缺乏并存”的状况在高校学生中较为显著，这对运动效果改善和体质发展形成阻碍，并给综合素质培养带来不良影响。“十四五”规划把近视率、肥胖率列为重要评价指标之一，提倡革新校园体育教育形式来优化育人环境，

这给高等教育机构推进体育文化体系建设赋予了更高要求。在此情形之下，大众对于企业社会责任的认识不再局限于产品品质这一方面，乳制品行业务必加深校企合作的实践力度，体现自身担当精神并且提升品牌竞争能力。从“健康中国”战略出发，乳制品行业同高等教育机构的合作正在变成符合大众需求的路径，企业以资助校园体育文化发展来承担社会责任，高校则依靠外界资源改善服务功能，并且去寻找有关青年健康的全新解决办法，在这种互利共赢的关系当中，双方不但合乎社会期望，而且成为促使彼此持续前行的关键力量之一。

二、乳品企业社会责任与大学生体育文化建设的契合路径

（一）资源供给维度：构建“营养+体育”的物质保障体系

从资源供给端看，乳品企业可凭借营养产品定制、体育设施更新、科研力量加入等途径给大学生体育文化塑造给予精确物资支持。就大学生运动后的营养补足需求而言，企业可以同高校体育学院以及营养机构携手合作，研制适合各种运动场景的专门乳制品，参照妙可蓝多在奶酪营养方面的实际操作经验，开发含有高钙，高蛋白成分的运动后即刻补充型饮品，做到营养浓度和口感契合度两方面的要求，依照《中国学龄儿童膳食指南》对于零食的规定情况，推出符合校园环境下的健康乳制品零食，成为学生运动期间的一种营养添加选择。体育设施支持上，可以参考蒙牛“可持续农业”中的资源整合经验，以公益捐赠、校企共建等方式参与到校园体育设施建设中去，给高校运动场馆设立营养补给站，并且提供定制化的乳制品以及一份营养指导手册^[2]；加入“智慧体育设施”的建设当中，在运动场地设置起营养知识的二维码，让运动与科普得以实现场景上的结合。

（二）文化传播维度：打造“食育+体育”的价值传播矩阵

文化传播维度的契合要塑造“食育教育与体育文化深度融合”的流传体系，达成健康观念准确流传，乳品企业可以依靠自身流传资源，同高校一道开发专属流传内容，例如联手创建“运动营养微课堂”，邀请企业营养师和高校体育教师一同上课，剖析运动前后怎样搭配食物。模仿“新媒体流传思路”，制作“运动营养科普短视频”，用有趣动画，实景演示等办法，讲述乳制品如何提升体能，加快恢复，解决传统科普枯燥问题。在传播渠道方面，可采取“校园+企业”双矩阵模式，借助企业官方平台和高校校园媒体联动宣传，在微信、抖音等大学生聚集的新媒体平台上广泛传播^[3]。在学校体育赛事、文化节等活动举办时设立

“营养科普展区”，利用互动游戏、实物展示等形式提高参与感，比如设置“乳制品营养成分闯关游戏”，把营养知识融入运动竞技当中去。这种做法既能充分发挥企业的渠道优势又能依靠校园场景来增强传播效果，“科学运动+合理营养”的理念就会被大家所熟知。

（三）活动创新维度：开展“公益+体育”的特色实践活动

活动创新是二者深度契合的重要载体，乳品企业参与校园体育活动的策划与开展，助力体育文化建设形式升级。参考“体能游戏化”的思路，与高校携手推出“营养+体育”特色活动，在常规体育赛事中加入营养元素，举办“牛奶杯”球类联赛，给参赛学生给予定制营养套餐并附带营养指导。开发“运动营养挑战赛”，设立“体能测试+营养知识问答”复合环节，把运动能力和健康认识关联起来。针对校园体育活动参加率低的情况，依靠企业品牌效应筹划特色活动，例如联手举行“校园健康文化节”，包含体育表演、营养讲座、运动体验等多种内容，吸引各类兴趣的学生参加；发起“运动打卡换营养”公益计划，学生经由记录运动时长兑换乳制品，并且积累公益积分去帮助远端地区学生改进营养状况，做到“个人健康+社会公益”。这些活动丰富了校园体育文化形式，增强了企业社会责任实践的感染力，形成了可感知的协同价值。

三、乳品企业社会责任与大学生体育文化建设的契合保障

（一）建立校企协同的组织运行机制

健全的组织运行机制是保证两者长久契合的前提，需要明确校企各自的职责以及合作模式，借鉴蒙牛“责任供应链”的管理模式，建立“校企联合工作小组”，由企业社会责任部门、高校体育部门和学工部门三方共同组成，负责整体合作规划制定、合作项目实施安排与资源统筹分配等工作。要形成常态化的沟通机制，利用定期会议、线上平台等方式实现对接，企业要及时反馈产品开发动态、公益资源情况等信息，高效精准地提出体育活动需求、科普教育需求等具体内容，形成“需求清单-资源清单-项目清单”三单式对接流程。同时明确双方职责边界：企业重在资源供给、内容支撑和专业指导，不作过多商业干涉；高校侧重活动组织、受众动员和场地保障，维持校园文化属性。这种协同模式可以破除校企壁垒，使资源共享顺畅流转，给合作项目落地赋予组织保证。

（二）构建科学合理的评价反馈机制

科学的评价反馈机制能及时优化契合路径，增进合作实效，需兼顾过程监测与效果评估，在评价指标方面，应包含“企业责

任履行”与“体育文化建设”两个维度：从企业角度讲有资源投入强度、产品适配度、科普实际性等指标，乳制品供给是否按时按量到达学校，营养科普对学生来说是不是真的有用；而从高校角度来看则涵盖活动参加比率、学生健康认知改进状况以及校园内体育文化氛围改变程度等指标，借鉴多利隆所用到的类似“课间活动参与率”的测评手段来观察体育活动参与人数变动情况，并经由问卷调查了解学生对营养知识的认知水平和运动习惯有了哪些改善之处。建立“双向反馈”渠道：高校定时向企业回馈资源使用成效及需求调整意见，企业给高校给予专业评判报告与改良方案，模仿瞭望智库“课题调研”的追踪手段，针对合作项目展开长久监测，保证契合路径一直符合双方的需求。

（三）完善长效稳定的支持保障机制

长效支持保障机制是维持二者契合可持续的关键，要从政策、资金、文化三方面创建支撑体系，在政策扶持上，可把校企合作纳入地方“健康校园”创建评价体系之中，获取教育部门与行业协会的支持，参照“农村义务教育学生营养改善计划”的思路，给予校企合作指导标准和奖励办法。在资金保证方面，塑造“企业主打+多方补充”的资金池：企业拿出专门的责任基金来支援校园合作项目，高校也跟着安排相应的经费去支持活动的开展，提倡社会力量加入捐赠行列，从而做到资金供给稳定^[4]。文化保障方面，营造“健康协同”校园文化氛围：借助校园媒体宣传校企合作案例，评选“健康生活践行者”，把营养和体育相结合的思想融入校园精神文明创建之中；企业可以把与学校的合作经历变成社会责任案例，在行业内流传出去，“校园实践-行业示范-社会认同”的扩散效应便会出现，从而为长久地携手打下文化的根基。

四、总结

乳品企业社会责任践行与大学生体育文化建设的契合，是“健康中国”战略下的创新举措，也是企业、高校价值共创的新路径。三者价值目标同源性、资源优势互补性及社会需求一致性方面形成了协同发展的基础，并赋予了契合路径以逻辑支撑。“营养+体育”的资源供给、“食育+体育”的文化传播以及“公益+体育”的活动探索，在此过程中能够有效破解高校体育文化建设和乳品企业履行社会责任时所遭遇的诸如资源短缺、形式单一等问题，也拓展了乳品企业在开展社会责任实践中的场景空间，“企业得口碑、学生得健康、校园得发展”将成为一种多赢局面。而校企协同的组织机制、科学合理的评价机制、长效稳定的支持机制，则使得这种契合关系得以不断深化，使合作由散乱的项目向系统的生态发展。

参考文献

- [1] 王邦兆, 邓婷婷. 我国乳品企业社会责任缺失的原因及对策——以“皮革奶”为例 [J]. 2021(2011-6): 112-115.
- [2] 贾春芳. 企业社会责任追踪研究报告——以伊利集团为例 [J]. 商业2.0(经济管理), 2021(1): 0154-0154.
- [3] 高然, 王晶. 打造可持续的社会责任——蒙牛集团公益项目盘点 [J]. 中国乳业, 2017, (11): 81-83.
- [4] 杨熙纯, 李春梅. 乳品企业社会责任的评价指标及实现机制探析 [J]. 人力资源管理, 2016, (04): 223.