

2024年05月10日

格力高受邀出席 2024 年 FBIC 全球食品饮料创新大会

5月9日，2024年FBIC全球食品饮料创新大会在国家会展中心顺利召开，格力高总经理加藤巧先生受邀出席并发表题为“回归消费者价值 创造韧性增长”的演讲，从企业发展、品牌升级以及营销创新的角度展开分享，立足消费者，提供品牌创新与实践的全新视角。



FBIC (Food & Beverage Innovation Conference) 全球食品饮料创新大会是行业内具有重要影响力的盛会，汇聚了全球顶尖的食品饮料企业和业内专家，大会旨在探讨食品饮料行业的最新趋势、创新技术以及市场发展动态，为行业从业者提供一个高水平的交流平台。

加藤总经理围绕“回归消费者价值 创造韧性增长”主题展开分享，详细阐述了格力高在顺应消费者需求、品牌创新以及产品健康升级方面的实践。演讲内容涵盖了格力高的企业发展历程、经典品牌百醇的创新发展以及产品健康升级的策略，格力高通过深入市场调研和消费者反馈，致力于提供消费者喜闻乐见的美味健康产品与丰富多元的营销模式。

加藤总经理表示：作为格力高主力品牌百醇，以独有的棒状技术注入巧克力酱，同时在口味方面做出持续性突破，得以在当时以夹心饼干为主的市场中脱颖而出，自 2005 年上市到 2015 年持续实现了销量正向增长。然而消费者普遍对格力高三大品牌百奇、百醇、百力滋的认知仅停留于产品形态差异，除形态以外很少对品牌本身尤其是百醇有清晰的认知。

品牌要针对怎样的人群作怎样的定位，这是非常重要的课题。为此，百醇定位为“醇享轻松时光”，针对 16-34 岁工作忙碌压力较大、有放松需求的人群。明确人群后，关注到年轻人群对饮食健康的重视以及肠胃健康的痛点，从健康升级出发做了品牌的全新升级，加入全麦粉让产品含有丰富的膳食纤维，并依据目标消费者喜好调整包装设计。

在健康问题中，消费者还常常对皮肤状态不自信。对此，我们选用了烟酰胺成分，并在口味开发时与天猫创新中心合作，结合人群的口味需求，推出“花果百醇”子品牌。

此外在人群生活压力方面，还尤其关注在职女性群体，情绪、情感问题是最主要的健康问题。基于此，我们在产品中加入 GABA 成分，搭配令人放松的

News Release



上海江崎格力高

www.glico.com.cn

抹茶成分和口味，于 2020 年推出了茶风和风系列。随着现代人生活压力导致的失眠问题日趋严重，2023 年发售“醇睡猫”系列，加入茶风和风系列近 10 倍的 GABA 成分，以及有助眠功效的茶叶茶氨酸，助力改善消费者有效睡眠和睡眠时间不足的问题。

面对变化的消费者，格力高始终旨在作出及时有效的产品沟通，百醇始终希望为每位消费者在忙碌生活中提供轻松犒赏。

格力高始终立足消费者视角，深入挖掘市场需求，不断为消费者提供健康又美味的产品。未来，格力高将继续加大创新研究力度，提升营销效能，努力实现品牌价值与销售价值的双向进步，以创新的营销探索与丰富的市场实践，助力更多消费者实现“健康的每一天，充实的人生”。