

2025 年 10 月 27 日

## 进击的“奔人”：格力高 103 年健康进化论

在大阪道顿堀，那面高举双臂奔跑的红色人形广告牌，早已超越商业符号的范畴，成为这座城市的重要记忆坐标，也是格力高百年历程的生动象征。

自 1935 年首次亮相以来，“奔人”形象历经六代演变，不仅勾勒出品牌的成长轨迹，更见证了格力高对“健康”使命的坚定追求，展现出这一百年企业如何将“健康的每一天，充实的人生”融入每一款产品与每一次创新。

### 价值锚点：跨越百年的健康承诺

“通过事业为社会做贡献”是格力高创立的精神原点。创始人江崎利一于 1919 年发现牡蛎汤汁中富含糖原，并决心将其运用于食品开发。1922 年，首款富含糖原的爱心形状营养糖果“格力高”正式上市。如今，格力高已从大阪走向世界，业务遍布欧洲、东亚、东南亚及北美等全球 18 个据点，持续传承其健康使命。



格力高初代营养糖果

格力高总部博物馆中陈列的历代产品，清晰呈现了其健康理念在不同时代的创新表达。在神户工厂的 Glicopia 乐园，以互动方式展现了格力高对“美味与健康”的持续探索。这一以健康为核心的文化基因，不仅贯穿于品牌百年发展历程，也深刻融入后续“必思可”与“扁桃仁效果”等产品的研发理念中，形成一脉相承的创新脉络。



1933 年，面对当时儿童体质普遍较弱的社会问题，格力高创新应用耐热酵母活性保持技术于饼干制作，推出了第二款营养点心“必思可”。近百年来，“必思可”历经多次配方升级：1979 年强化维生素与钙质；2005 年显著提升乳酸菌含量；2020 年引入“合生元”理念；最新配方更采用“美味叠加制法”，同时搭载两种乳酸菌，落实“从肠道出发，助力健康成长”的产品使命。



格力高品牌全球化负责人 赤尾一成 介绍必思可产品进化史



格力高必思可益生菌饼干

1930 年，格力高创始人江崎利一被扁桃仁的营养价值所打动，由此开启了长达九十余年的探索历程。1955 年，推出首款扁桃仁食品，2014 年，格力高秉持“让人们更方便、更美味地摄取扁桃仁营养”的初衷，推出了以“饮用型扁桃仁”为概念的“扁桃仁效果”产品。作为一款“可以喝的坚果”，“扁桃仁效果”富含维生素 E 与膳食纤维。维生素 E 具有抗氧化作用，膳食纤维则有助于维持正常肠道功能。自 2021 年进入中国市场以来，“扁桃仁效果”已陆续登陆泰国、



菲律宾、马来西亚、新加坡等市场，作为继牛奶、豆奶之后的“第三种奶”，持续为全球 10 亿人的健康幸福贡献力量。



格力高健康创新事业及营销负责人 木村幸 介绍第一代扁桃仁效果产品



格力高扁桃仁效果系列产品

## 创新驱动：解码健康的科学语言

博物馆承载着格力高的历史积淀，研发中心则展现了其面向未来的创新活力。格力高以发育与营养最优化、成长支持、运动能力强化、脑功能提升及健康的增

龄五大领域为研究核心，致力于通过高品质原料与先进制造技术的融合，发挥食品的健康功能，推动新饮食文化与习惯的形成，为全球消费者提供兼具“美味与健康”的价值。

格力高的研发体系始终以前瞻性视野洞察时代健康需求，其商品技术开发研究所致力于将前沿科学发现转化为具备市场价值的健康解决方案。以乳酸菌研究为例，团队不仅成功筛选出具有免疫调节功能的 GCL1815 菌株，更通过创新工艺将生产效率提升十倍、成本显著优化，使该研究成果得以广泛应用于多款产品中。这一从实验室到产业化的高效转化路径，体现了格力高以科技创新响应现代健康挑战的能力，持续推动“美味与健康”价值的升级与迭代。

“健康的增龄”作为格力高“长期经营构想”中的五大核心战略之一，指引着企业积极推进与延长健康寿命相关的科研攻关，其中细胞层面的衰老机制研究是重点方向之一。这些前沿探索也已走出实验室，在 2025 大阪·关西世博会上转化为可触可感的互动体验。在大阪医疗健康馆，格力高以“细胞护理”为主题，聚焦清除衰老细胞的前沿研究，通过互动展陈呈现其在健康领域的科学探索。



大阪医疗健康馆中的格力高细胞护理研究所

基于“健康的增龄”这一研究重点，格力高从其约 6,000 种食品原料库中展开系统性筛选，最终发现合欢（学名：Albizia julibrissin）具有显著清除衰老细胞的生物活性。实验结果显示，该成分能选择性清除因年龄、紫外线等因素

累积的衰老细胞，同时保障正常细胞的存活。这一发现已获得日本专利认证（专利号：7659690），成为日本首项基于合欢实现衰老细胞清除的技术专利，为通过食品途径支持“健康的增龄”提供了创新方向。



衰老细胞互动展陈



合欢提取物

在象征“食物与生命循环”的 EARTH MART 展馆，格力高则从文化角度诠释创新，推出以大米为主要原料的“大米糖果”。大米作为日本传统饮食的核心要素，其背后所承载的“生命滋养”之意，与“通过饮食思考生命”的展馆主



题高度契合。“大米糖果”延续了品牌自 1922 年创立以来的健康初心，从首款营养糖果 Glico 为儿童成长提供能量，到如今严选日本国民食材大米，通过全大米配方传递纯净米香，格力高始终秉持“美味与健康”的价值理念，以味觉为媒介，引导人们思考食物、生命与未来的关联。



格力高与 EARTH MART 展馆主办方共同探索全新糖果概念



格力高大米糖果

## 品质匠心：铸就健康的每一程

研发创新是格力高健康使命的“大脑”，智能制造则是将理念转化为现实

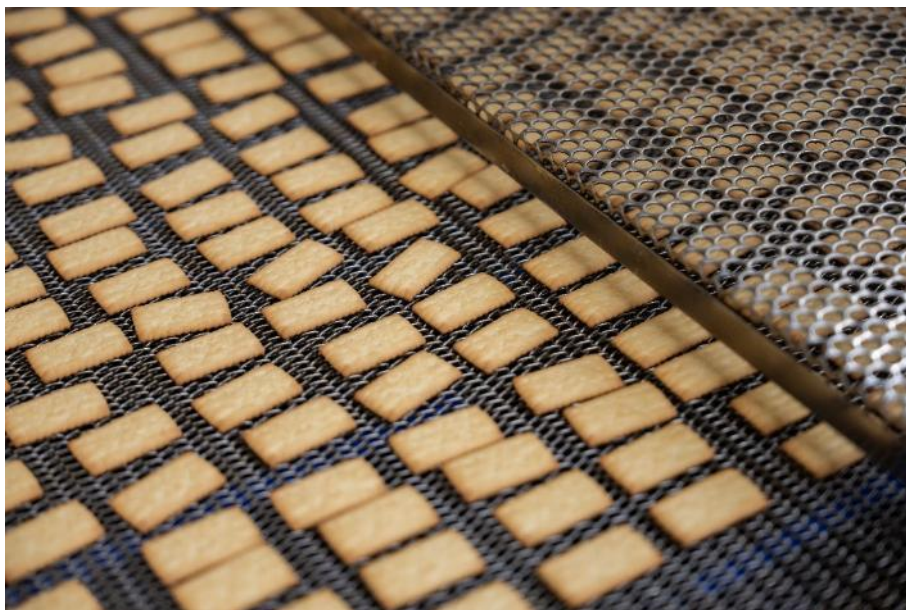
的“双手”。格力高在日本拥有 13 座工厂，是日本国内少数具备全温度带（常温、冷藏、冷冻）生产技术的企业之一。工厂积极应用尖端技术，推进数字化生产，每个生产基地均取得食品安全管理体系 FSSC22000 认证，构建覆盖原料采购、生产制造到流通销售的全链条质量保证体系。



格力高乐园与神户工厂

在格力高神户工厂的“必思可”生产线上，这款陪伴四代人的经典饼干从原料到成品的全过程均由计算机数控系统精确掌控。然而，饼干生产面临的核心挑战在于温度、湿度和原料状态的细微波动都会影响面团醒发状态，进而影响最终的口感和品质。为此，格力高在实现生产环节全自动化的同时，更通过独特的“匠师制度”培养专业技术人员。匠师们能够根据当日环境变化对面团醒发时间进行精准微调，确保每块饼干都达到最佳口感。





必思可生产线环节图

这种传统匠人经验与精密智能系统的深度融合，不仅体现在“必思可”的生产中，更延伸到整个质量保证体系。格力高运用味觉传感器、气相色谱质谱联用仪等先进设备，对产品的味道、香气、口感进行科学分析与数值化管理，实现“美味品质”的可视化与标准化。正是通过对每个生产环节的精准把控，格力高在规模化生产中依然坚守着对安全、安心与美味的三重承诺，为消费者构建起健康与品质的双重保障。



原料制作的流程工艺

格力高始终秉持“为人们的高品质生活持续提供美味与健康”的初心，将“健康的每一天，充实的人生”的企业使命融入每一项创新实践。从细胞护理的前沿科研到大米糖果的文化遗产，从智能制造的品质坚守到全球市场的健康承诺，这家百年企业始终贯彻“通过事业为社会作贡献”的创业精神，实现健康与美味的完美融合。展望未来，格力高将继续以创新为驱动，在全球推动健康饮食革新，使高品质生活成为每位消费者的日常体验，共同迈向健康新纪元。