

2024年2月11日

格力高 102 周年，续写健康与美味的传奇

去过日本大阪道顿堀的游客，肯定会对树立在心斋桥中心位置的巨型“格力高广告牌”印象深刻。高举双手冲刺的“奔人”形象，自 1935 年首次亮相以来，吸引了无数游客前往打卡、“同框合影”。在 2003 年，更是被评为“大阪市指定景观形成物”，成为一代代大阪人心中的城市代名词。

广告牌经历六次迭代，每次更新都在奔跑姿势的基础上，优化奔人的线条、服装和背景，以跟上时代的审美，展示出百年格力高年轻、活力的打开方式，更蕴含着格力高不断改革求变、追求创新的精神。



格力高“奔人”广告牌

溯百年源 恪守初心品健康味

格力高自创业以来，“通过食品提高国民体质”和“通过事业为社会做贡献”的初心从未改变，为了使公司实现永续发展并持续创造以消费者为基础的价值，在 2022 年集团创立百年之际制定了全新的企业文化体系，并于 2023 年面向全球消费者正式提出全新的 Purpose（企业使命）【Healthier days, Wellbeing for life】（健康的每一天，充实的人生），以及 Vision（企业愿景）通过创造性地使用高品质的原料，为人们的高品质生活持续提供「美味与健康」的价值。

1919 年，创始人江崎利一发现牡蛎煮出来的汤汁里含有大量糖原，便开始着手将糖原活用于开发食品。期间他更尝试将糖原喂给患有伤寒的儿子竟然得以保命，这也更加坚定了他的信心，想要帮助更多的孩子成就健康的身体。此后，他开始尝试从牡蛎精华中提取出糖原，从起初的难以入口到变成像样的糖果，中间经过了不断的改良，最终诞生了营养糖果 Glico。

1922 年的 2 月 11 日，在当时深受人们信赖的三越百货上架了这款红色盒子包装的糖果——Glico。成功进驻享誉盛名的三越百货，成为格力高全新的起点，这一天被定为格力高集团的创立纪念日。

News Release



上海江崎格力高

www.glico.com.cn



创始人江崎利一



初代产品-营养糖果 Glico



Glico 格力高商标变迁



Glico 格力高江崎纪念馆

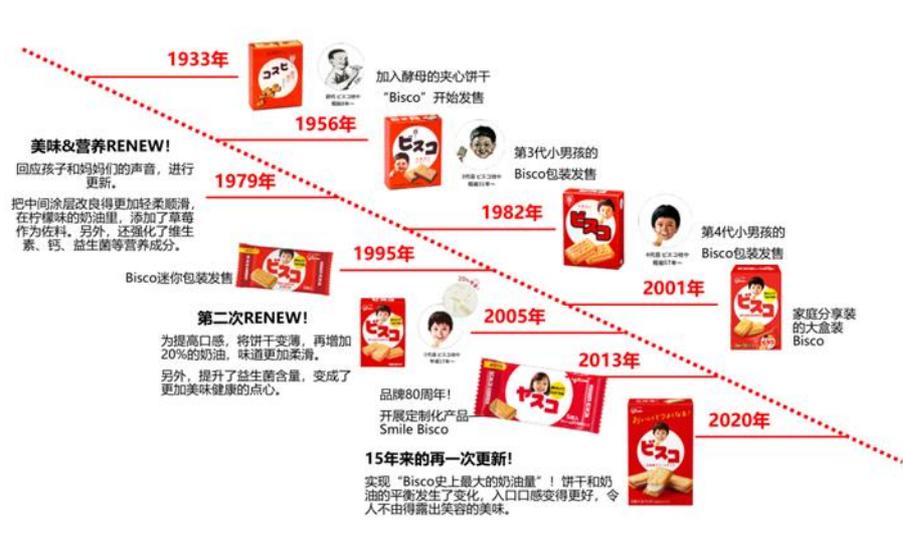


Glico 格力高总部

必思可创研出新 益起快乐成长

江崎利一先生始终没有停下创新脚步，1931年，能够帮助胃肠蠕动且具有营养效果的“酵母”备受关注，江崎利一先生深受其启发，开始着手研发江崎格力高的第二款营养产品。为了防止酵母在高温中失去活性，他极具创意地提出

将其加入奶油中，制成奶油夹心饼干。1933年，历经两年不断地试制和研究，日本首款加入酵母的新式奶油夹心饼干“Bisco 必思可”正式上市，并逐渐成长为格力高集团历史最悠久的品牌之一。

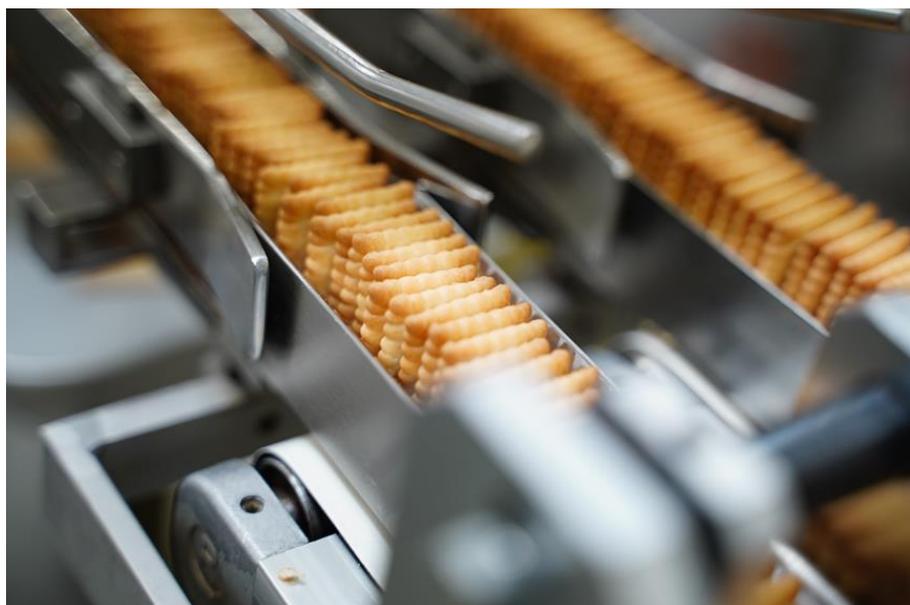


Bisco 必思可的迭代过程

在上市的 90 余年间，Bisco 必思可顺应时代发展及消费升级趋势，对产品配方、包装等方面不断打磨与探索。为了更好地满足消费者对于健康产品的需求，“健康”方面也持续升级，添加了维生素 B₁、维生素 B₂、维生素 D、钙等多种营养成分。2005 年，奶油用量提升 20%，益生菌含量也大幅提升，口感优化，营养升级，持续践行“美味与健康”的理念。



格力高神戸工厂



Bisco 必思可饼干生产

在日本，Bisco 必思可作为儿童零食的专业安心之选，直销各地的保育院和幼儿园，陪伴了几代孩子的成长。2022年，Bisco 必思可走出海外正式进入中国市场，率先抢占益生菌饼干这一细分品类赛道。Bisco 必思可始终将儿童健康放在首位，通过持续性的产品升级和创新研制打造健康安心的产品，陪伴孩子茁壮

News Release

Glico
格力高

上海江崎格力高
www.glico.com.cn

成长。

为满足消费者在不同使用场景下的不同需求，除了草莓、牛奶口味之外，2023年最新引进巧克力口味，迎合更多儿童喜欢的口味，“益”起快乐成长。在包装设计上，Bisco 必思可设计了多种不同规格，除了原有的12包盒装（每小包2片）以及24包袋装（每小包2片）外，今年又新推出了3包盒装（每小包5片）。每款皆采用便携独立小包装，小方尺寸，一口一个。无论是朋友聚会、家庭聚餐，亦或是休闲旅游，随时随地补充能量、解馋充饥，满足多元化的使用场景需求。



畅销儿童饼干品牌 Bisco 必思可



Bisco 必思可牛奶味&草莓味&巧克力味

扁桃仁效果 轻松美丽应援

2021 年，格力高旗下的一款植物蛋白饮“扁桃仁效果”正式在中国上市。扁桃仁效果主打植物基健康饮品，0 乳糖、0 胆固醇、0 反式脂肪，不会给身体造成额外负担，只提供健康的膳食补给。因其“美味又健康”的特性，深受消费者的关注与喜爱，是市场上极具代表性的健康饮品之一。

扁桃仁中富含维生素 E、膳食纤维与钙，维生素 E 具有抗氧化的作用，膳食纤维可以维持肠道正常功能。与食用扁桃仁坚果相比，饮用液体扁桃仁奶，营养更易吸收。



扁桃仁效果原味/无糖/可可味坚果饮

这款主打植物基的健康饮品，采用先进的冻结粉碎技术，将整颗扁桃仁冷冻后直接带皮压榨成浆，不仅完美保留了扁桃仁的营养价值，同时也留下了果仁的本真香醇。每 250 毫升的扁桃仁效果中约含有 9.80 毫克的维生素 E，可以满足人体每日所需的 70%，含有 5.4 克膳食纤维，相当于 2 个苹果，有助维持肠道功

能。

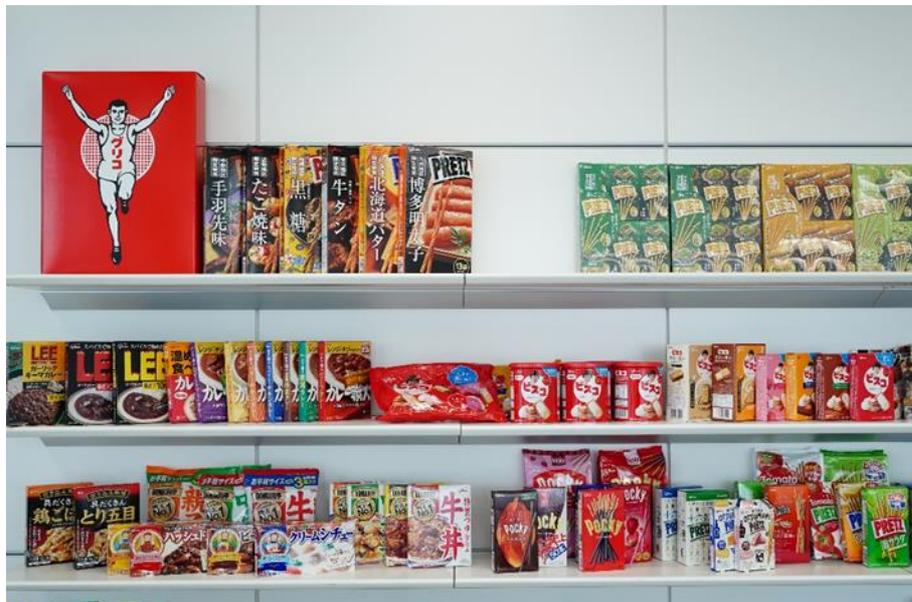
从扁桃仁的研究到扁桃仁效果的上市，格力高经过坚持不断地钻研与考验，以美味与健康为产品开发的宗旨，将创新精神融入到每一件产品中，为广大消费者提供更多符合中国市场口味的新产品，希望大家在享受美味的同时，也能放松心情，享受安心与自在。

传承百年，蓄力美味与健康之旅

回顾历史，格力高从未停止在健康领域的探索，始终秉持“将不可能变成可能”的决心，致力于品牌创新，通过持续性的产品升级和用心研制，凭借过硬的产品品质赢得消费者的信任。

自 1995 年进入中国以来，格力高始终深耕中国市场。遵循美味与健康的理念，结合中国饮食文化不断开发创新，为广大消费者提供更多符合中国市场口味的美味又健康的新产品。

发展至今，格力高已走过 102 个春夏秋冬。作为百年企业，格力高始终牢记创业理念，恪守初心。同时，始终贯彻“通过事业为社会作贡献”的创业精神，聚焦消费者不断升级的需求，致力于助力更多消费者实现“健康的每一天，充实的人生”。



格力高旗下部分产品



纤巧百奇系列/百力滋春季樱花限定系列/百醇醇睡猫系列

格力高正在续写健康故事，美味与健康的征程从未止步。减糖 50%、低 GI 的纤巧百奇，添加全麦粉+益生元富含膳食纤维，轻松美味轻负担；口味、配方升级的百力滋系列，持续推出广受年轻消费者喜爱的猎奇新口味，并在坚持产品美味的同时，对成分进行健康升级；以及百醇全新上市的醇睡猫系列，每小袋添加 GABA 和茶叶茶氨酸，开启晚间情绪 spa 之旅，一周 7 天轻松说晚安。

格力高致力于让美味与健康共存，实现健康轻负担，推动消费者拥有“健康

News Release



上海江崎格力高

www.glico.com.cn

的每一天，充实的人生”。通过创造性地使用高品质的原料，为人们的高品质生活持续提供美味与健康的价值。通过创造更多丰富产品，续航品牌活力，提升品牌价值，努力成为对社会有贡献的企业，用行动续写健康与美味的传奇。