

2021年7月3日

格力高受邀出席 2021FBIF 食品饮料创新论坛

2021年6月30日-7月2日，2021FBIF 食品饮料创新论坛(简称：FBIF)于杭州国际博览中心举办，上海江崎格力高食品有限公司总经理加藤巧先生受邀担任包装创新分论坛演讲嘉宾。



FBIF 食品饮料创新论坛是亚太地区具有高影响力的食品盛会之一，今年是举办的第八届，以“探索新增量——全球力量，领变未来”为主题，聚焦食品行业的创新趋势。上海格力高总经理加藤巧先生受邀在包装创新分论坛中担任演讲嘉宾。加藤总经理以《打破代际界限：格力高品牌设计的传承与创新》为题与现场来宾分享准百年格力高的“青春秘诀”。

99 年「美味与健康」的传承

格力高诞生于 1922 年，至今已度过了 99 个岁月。创始人江崎利一最初秉承着「通过事业为社会做贡献」的信念研发了含有糖原的“营养糖果格力高”，并为该产品设计了奔人的标志，该标志后来以位于日本大阪道顿堀的巨型奔人广告牌而闻名，其振臂高呼、前行奔跑的健康积极形象成为了坚持不懈、勇往直前的精神象征。格力高也一直将「美味与健康」的企业理念传承至今。



加藤先生邀请现场观众一起模拟奔人的动作

与企业理念同样传承至今的，还有一根根饼干棒。提到格力高，大家最先想到的是百奇、百力滋、百醇的“三百”品牌。1963 年百力滋上市，1966 年百奇上市，2005 年百醇在中国市场首发推出。而今，距最早上市的百力滋已有 58 年，随着时代的进步格力高根据时下市场和前沿技术，不断在细微处调整产品的口味和包装。譬如今年 7 月百力滋与百醇全线全麦升级，以增加膳食纤维含量。未来还会通过减糖、降低 Na 值、推出低 GI 产品等方式保障美味的同时也让产品愈发健康。

创新塑造品牌常青树

一根简单的饼干棒，却被打造成千变万化的小零食，简直是收集者的心头好。在中国市场，“三百”推出了众多为消费者所喜爱的经典口味，如巧克力、牛奶、蓝莓、抹茶、微辣虾、特浓番茄、白脱、提拉米苏、扁桃仁脆、香蕉布丁曲奇、慕斯芒果等等。其中也不乏香菜味、芥末味等“猎奇”口味；也有上海蟹味、广东鱼翅味、北京烤鸭味、四川麻辣味的百力滋尽现中国传统美食的魅力；更有跨

Press Release



上海江崎格力高
www.glico.com.cn

界合作的限定口味，与江小白合作的白酒味、与褚橙合作的慕思甜橙味、与满记甜品合作的杨枝甘露风味、芒果白雪黑糯米风味等等。丰富繁多、不断推陈出新的口味，使品牌问世 50 多年来依旧“年轻”，始终为消费者带来新奇与新鲜感。



丰富的限定/联名口味

玩转口味之余，“三百”也推出了不少 IP/品牌联名，百奇与优衣库合作联名 T 恤，与富士推出联名拍立得，与无印良品推出的特别 MUJI 风包装；百力滋通过与崩坏 3、王者荣耀、吾皇万睡合作不断焕新包装；百醇与大都会、大英博物馆、永璞咖啡设计联名礼盒等等。



从左至右：百奇、百力滋、百醇

在包装设计上，“三百”也吸引了不少颜值即正义的 Z 世代们。百醇的花果系列以手绘的形式描绘了鲜花盛开、蝶舞鸟鸣，清新的花果香迎面扑来的画面，仿佛品尝到了大自然的味道，清甜而香醇、愉悦而享受。也因此花果系列在去年 FBIF 论坛发起的全球食品包装设计盛典 Marking Awards 2020 中荣获标志视觉奖。

Press Release

Glico
格力高

上海江崎格力高

www.glico.com.cn



百醇荣获 Marking Awards 2020 标志视觉奖

提到品牌内核，格力高针对“三百”的特点赋予其不同的品牌理念。百奇“Share Happiness! 乐意分享!”、百力滋“Hello, me time! 尽享我的时刻!”、百醇“Savor the relaxing moment 醇享轻松时光”以赋予品牌场景感，并以此为主题不断以时下最潮流的方式进行广告营销。

在演讲最后，加藤总经理表示：格力高作为一家即将迎来一百周年的企业，打破代际界限，始终基业长青保持长盛不衰、永远年轻的秘诀就是坚定地秉承企业理念，一心做好「美味与健康」的产品，并随着时代的变迁洞察市场与消费者的生活方式，不断淘汰、不懈推新，始终与消费者同在。