

2026 年 7 月 15 日

咔滋不停 嘶哈上头：百力滋 X 三养火鸡辣酱联名限定款新品上市

当“咔滋轻脆”的饼干棒遇上“嘶哈上头”的经典火鸡辣酱，会碰撞出怎样的味蕾火花？7月15日，格力高旗下品牌百力滋（PRETZ）限定款新品——百力滋经典火鸡辣酱味、百力滋奶油火鸡辣酱味全新上市。产品添加正宗三养火鸡辣酱，这口熟悉的辣味，正以“咔滋咔滋”的酥脆形态走进更多人的日常时刻。



“火鸡辣”攻占味蕾，正版联名款火出圈

辣味在中国人的餐桌上始终占据着不可替代的位置。根据《2025 中国中式餐饮白皮书》，辣味仍是中式餐饮中菜品占比最高的味型。而在众多辣味中，三养火鸡面凭借极具辨识度的甜辣口感和“嘶哈上头”的食用体验，已成为一种现象级食品 IP，持续激发着年轻人的分享欲与参与感。

当三养火鸡辣被注入百力滋的酥脆饼干棒中，两者的相遇并非偶然。百力滋与三养火鸡面陪伴的是同一群追求新奇体验的年轻消费者，同样常常出现在独处解压、宅家刷剧等日常时刻。三养火鸡面作为现象级 IP，从“火鸡面挑战”到全民花式吃播，这口辣味早已成为一种极具互动性的社交符号。百力滋将火鸡辣酱融入饼干棒，让独处时的“咔滋”也能拥有同款的“嘶哈”体验。

百力滋此次与三养火鸡辣酱联手，推出经典火鸡辣酱味与奶油火鸡辣酱味双口味选择，添加 $\geq 4.7\%$ 正宗三养火鸡辣酱，火辣够劲，同时添加全麦粉，富含膳食纤维，0 反式脂肪酸，美味过瘾又轻负担。据悉，新品已在好想来全国门店独家首发。无论是与朋友相聚时随手拆一包，还是夏日午后独自窝在空调房里搭配冰饮，这口酥脆带劲的“嘶哈”辣味，都是再合适不过的零食搭子。

拥抱自我时刻，以创新回应时代味蕾

百力滋始终相信，每个人的内心都值得被倾听。基于“拥抱每一个真实的你”的品牌愿景，百力滋倡导为年轻人在忙碌之余留出一片属于自己的精神角落。百力滋希望通过这款火鸡辣酱限定款，将“咔滋不停 嘶哈上头”的体验融入日常，让每个消费者在“Hello, me time! 尽享我的时刻”中，回归真实与自在。

这份对“真实自我”的守护，也驱动着百力滋不断探索年轻人真正喜爱的味道。从早期香菜味、芥末味、螺蛳粉味等限定口味瞄准年轻消费者的尝鲜心理，到三丽鸥联名款、“南北大战”（麻辣炸酱面味 X 桂花龙井虾仁味）以 IP 与地域文化话题破圈，再到土产百力滋系列以北京烤鸭味、广东鱼翅味、四川麻辣味、

News Release



上海江崎格力高

www.glico.com.cn

上海蟹味还原中国各地名菜风味,百力滋持续拓宽风味边界。复古系列黄油小熊、轻松小熊联名款奠定爆款方法论,以“童年口味+国民 IP”实现声量销量双爆发。

2026 年春季国风豆乳艾草味则及时回应了年轻消费者对中式生活美学的兴趣。

每一款限定品,都是对消费者真实需求的精准洞察。



百力滋限定款的持续进阶，背后是格力高深耕中国市场三十年的研发实力与本土化决心。早在 1999 年，格力高便在上海设立了集团首个海外研发中心，从菜园小饼、百醇等新品上市到各类本土化风味产品创新，这一研发体系始终以中国消费者的口味偏好为原点，致力于将全球经验与本土洞察深度融合，真正为中国消费者定制属于他们的味道。这是格力高在中国市场持续生长、不断进化的核心动力，也是旗下各品牌不断推出贴合本土需求新品的底层支撑。

零食创新的起点和终点，都是消费者真实的需求与情绪。每一次洞察与落地，都是格力高“美味与健康”理念的生动实践。未来，秉承“健康的每一天，充实的人生”的品牌使命，格力高将继续以消费者为中心，以创新为路径，持续深耕中国市场，为更多人带来属于他们的美味时刻。