

美國中西部和東北部食品

U.S. Foodlink

為美國中西部與東北部食品的供應商與全球買家連接



明日之味 引領全球的美國食品與飲品 三大趨勢

包含精選美國供應商及
可供出口的產品名錄

美國消費者轉變如何塑造全球食品產業的未來

近年來，美國食品市場經歷了深刻轉型。這一變化源於多重因素交織，包括極端天氣事件、食品通脹、GLP-1 類藥物使用大幅增加，以及「讓美國再次健康 (MAHA)」運動等。

消費者優先次序與消費行為的轉變，催生了以下三大趨勢，預計將於 2026 年及未來數年持續影響國際市場。

趨勢一：GLP-1 藥物將持續重塑消費模式

2025 年，愈來愈多美國消費者開始或持續使用 GLP-1 類藥物，對食品及飲品行業帶來連鎖影響。根據 Circana 最新數據，目前約 23% 的美國家庭正在使用 GLP-1 藥物，該比例預計將於 2030 年上升至 35%。

那麼，正在服用這類藥物的美國消費者，究竟在尋找哪些食品和飲品？除了份量較小之外，這些消費者首先傾向選擇低糖、低碳水化合物，同時高纖維及高蛋白





引領全球的美國食品與飲品三大趨勢 (續)

的產品。此外，他們亦偏好那些無需依賴藥物、可自然提升體內 GLP-1 水平的食品及飲品，例如雞蛋、堅果與豆類、健康食用油，以及全穀類。

近年來，食品與飲料行業中也出現了愈來愈多由康尼格拉 (Conagra Brands) 和雀巢 (Nestlé) 等企業推出的產品，並以「GLP-1 友好」作為賣點進行標注。這類產品涵蓋多種形式，包括蛋白質或膳食纖維粉、軟糖、功能飲品、膠囊、膠囊、冰沙，以及冷凍即熱即食餐。不過，食品業界亦開始討論相關標示監管或將收緊，「GLP-1 友好型」有機會成為下一個被嚴格規管的市場用語，類似過往的「天然」標示。

研究亦顯示，GLP-1 藥物有助降低酒精渴求及飲酒頻率，進一步拉低美國整體酒精消費水平，甚至已被部分醫生用作治療酒精依賴的非適應症用途。

趨勢二：清潔成分標示的重要性持續上升

「清潔標示」 (Clean label) 的定義正不斷演變，已不再局限於「不含人工成分」 (No artificial ingredients)，而是涵蓋加工方式、原料來源、可持續性，以及資訊透明度等層面。美國消費者不僅關注成分表內容，亦開始質疑原料的種植方式、加工流程，以及傳統成分是否真正安全。

研究顯示，提升清潔標示已成為食品及飲品產品研發人員的首要任務。《Food Business News》調查指出，64% 的受訪者將其列為最高優先事項，較一年前的 58% 明顯上升。

消費者對清潔標示的重視亦反映在實際購買行為上。Acosta Group 的研究顯示，81% 的消費者認為選購清潔標示食品屬「必要行為」。Innova Marketing Insights 的調查亦指出，近一半消費者於過去一年增加了新鮮及低加工食品的購買；約 30% 正減少加工食品攝取，另有 27% 則嘗試限制他們認為對健康不利

在 MAHA 運動影響下，美國消費者正逐步減少人工色素、防腐劑、甜味劑及其他添加劑的攝取。這一趨勢在零食市場尤為明顯。例如，康涅狄格州一間特色爆谷供應商推出以椰子油或牛油果油製作的有機、非轉基因產品，並在包裝上強調「清潔標示」、「不含種子油」及「極簡成分」 (Minimal ingredients) 等賣點。

紐約一間品牌則以有機、無麩質的薄脆種子餅乾 (Seed crackers) 作為定位，主打「以簡單、有機及無麩質成分製成的零食」 (Simple snacks made from organic and gluten-free ingredients)。即食餐市場方面，新澤西一間公司透過採用有機及低加工原料，推出如意大利肉丸意粉、烤雞配秋季米粒麵 (Autumn orzo) 等舒適食品，在方便性與健康形象之間取得平衡。

趨勢三：舒適食品走向更深層次的懷舊風格

Mintel 在其《2026 年全球食品及飲品趨勢預測》中，將第三大趨勢形容為「復古再生」 (Retro rejuvenation)，即回歸「植根於過去、值得信賴且實用的飲食傳統」 (Rooted in trusted and practical traditions of the past)，以紓緩消費者的不安與失控感。

這股懷舊潮流並非回到某一特定年代，而是透過「祖母式興趣 (Grandma hobbies)」 (如園藝、醃製食品、天然酵母烘焙)，以及源自地方文化的「祖源配方」產品，為消費者帶來情感慰藉。在氣候變化、食品價格波動及可持續發展意識提升的背景下，這類產品的接受程度預計將進一步擴大。

Mintel 預期，季節性穀物及發酵零食等基礎食品，將被重新定位為更具氣候智慧及環保價值的選擇，尤其適合價格敏感型市場。

在產品層面，德州一間公司推出「草飼牛肉祖源混合產品」 (Grass-Fed Beef Ancestral Blend)，主打將內臟營養配方融入現代飲食模式。另一例子來自的麵包生產商，該公司透過強調「手工製作」及「經典風味與口感」，以區隔市場上高度加工的便利麵包產品。

此外，「小批量生產」 (Small batch) 亦成為愈來愈多美國中小型品牌常用的關鍵詞，用以傳達其傳統、樸實及手工特色。

這些趨勢對未來的意義

綜合而言，這三大趨勢反映出美國食品及飲品市場正進行一場深層次的結構性調整。消費者在健康考量、經濟壓力，以及對透明度與穩定性的需求之間重新尋求平衡。由於這些變化並非短暫偏好，而是結構性轉變，其影響預計將超越美國本土，並於未來數年持續塑造全球食品創新與市場走向。



Better Batter Gluten Free Flour, LLC

奧爾圖納，賓夕法尼亞州

在 Better Batter，我們始終相信：布朗尼應該濃郁軟滑，曲奇要有彈性與嚼勁，而麵包必須夠厚實，才能做出真正的三文治。因為，「差不多」從來都不夠好。

二十多年來，我們的無麩質混合粉和杯對杯麵粉混合粉已走入全球廚房，幫助你重現喜愛的食譜，帶來熟悉的溫暖與喜悅。因為味道不僅是風味——它更是記憶。

無論是家傳食譜、麵包店暢銷產品，或午夜的甜點渴望，Better Batter 無麩質麵粉與混合粉都能讓你重拾家的味道。



Cheese Merchants

巴特利特，伊利諾州

“From Our Family of Cheeses to Yours®” ——自 1998 年以來，Cheese Merchants 一直熱情提供優質芝士。我們在硬質意大利芝士及特色芝士領域的專業知識，加上對品質、一致性及客戶服務的承諾，使我們成為出口、餐飲、零售及食品製造業的首選供應商。請聯絡我們：
CustomerService@CheeseMerchants.com!

請電郵 FoodLink@foodexport.org 以獲取以上精選產品或者其他精選產品的信息。



Dutch Waffle Company LLC

普利茅斯，印第安納州

Dutch Waffle Company 將經典歐洲小吃注入現代、不可抗拒的魅力。受傳統荷蘭 Stroopwafels 華夫餅啟發——兩片金黃薄脆華夫餅夾入溫暖焦糖——我們遵循世代傳承的食譜，使用真材實料，並且現場烘烤。

我們的不同之處在於新鮮度。華夫餅非工廠生產或長時間存放；每一片都確保從第一口起柔軟、香氣撲鼻、令人舒心。每片華夫餅都擁有完美平衡：酥脆邊緣、柔軟內心，以及微微融化的濃郁焦糖。

這不僅僅是一片華夫餅——它是一段體驗。無論是搭配咖啡享用、與家人分享，或在喜愛的商店首次發現，它都能讓日常休憩變成小小慶典。

嘗過 Dutch Waffle Company Stroopwafel，你會明白為何人們一次又一次回購。一口不僅滿足味蕾，更邀請你再來一口。



Elmhurst Milked LLC

埃爾瑪，紐約州

成立於 1925 年，重啟於 2017 年。2016 年，Henry Schwartz 關閉了紐約市最後一家 Elmhurst 乳品廠。這個決定並不容易；Elmhurst 由其家族經營逾 90 年，當年他的父親與叔叔更曾親手裝瓶牛奶，並以滿載冰塊的卡車將牛奶送往皇后區及布魯克林。如今牛奶早已不在，一段著名的傳統也在那一刻正式落幕...直到 2017 年，Elmhurst 以一家创新型植物奶品牌的姿態重新登場。Henry 究竟是如何作出這個看似顛覆傳統的轉變？

Henry 對乳製品的消費持續下降及美國的飲食變化既擔憂又好奇。愈來愈多人開始吃得更健康、選擇植物性替代品、並關注環境影響。而他也是一樣。

我們的生產流程從頭到尾更簡單、更優質。獨特的 HydroRelease™ 技術讓我們能充分利用原料穀物、堅果或種子，實現更優質營養與風味，同時減少配料數量。產品採用常溫可保存、可回收紙盒包裝，可用於烹飪、咖啡、湯品或醬料等多種用途。



GF Cooperative Inc. dba Graceland Fruit, Inc.

弗蘭克福特, 密西根州

在 Graceland Fruit, Inc., 我們生產多樣化的乾果原料, 每款產品, 包括酸甜蔓越莓、濃烈酸味蒙特莫倫西櫻桃、香甜藍莓、帶果香的蘋果、都在商業食品應用中提供卓越風味、質地、色澤及性能。我們的優質乾果源自高品質新鮮水果, 採摘於最佳季節並快速冷凍, 以保持完整性、營養、鮮艷色澤及原始風味。透過專有的浸漬、乾燥及切割技術, 將新鮮冷凍水果溫和加工為高品質乾果, 提供多種切割形態與尺寸。豐富的產品形式、切割方式及顆粒大小, 加上靈活定制選項, 使客戶獲得商業成功所需的多功能性及性能。



Giovanni's Appetizing Food Products Inc.

里士滿, 密歇根州

Giovanni's 是美國家族企業, 83 年來致力於生產優質食品。位於密西根東南部, 我們是美國唯一以管裝形式包裝食品的生產商。我們的 USDA 有機認證番茄醬, 是為菜餚增添濃郁鮮美番茄風味的完美選擇。僅選用在加州成熟的有機番茄, 經精心挑選與加工。我們的番茄醬用途廣泛, 可用於經典意大利菜或豐富燉菜、湯品。管裝設計便捷易用, 儲存不浪費、不混亂。我們的產品通過 USDA 有機認證, 確保無有害化學物質及添加劑。所有 Giovanni's 產品均於美國加工, 貨架穩定期達 730 天。

USDA 有機認證 | 無麩質 | 美國製造 | 可回收管裝 gioapp.com

請電郵 FoodLink@foodexport.org 以獲取以上精選產品或者其他精選產品的信息。



Healing Bottoms Corporation

芝加哥, 伊利諾州

Healing Bottoms 是一家整體健康公司及自有品牌, 提供全天然原料以促進消化健康。我們的薑黃香料兼具藥用價值, 並以薑及其他香料自然調味, 包括黑帶糖蜜精華 (Black Strap Molasses Serum) 及我們所有產品所使用的原料。

這種古老茶劑百年來用於治療炎症、痔瘡、腸易激綜合症 (IBS)、炎症性腸病 (IBD)、胃腸及泌尿系統疾病。Healing Bottom 的茶劑效力高, 易被人體吸收。透過專有的薑黃香料補充劑、薑黃素及 Collinsonia 草本茶混合, 有助修復消化道及血管功能, 改善直腸血流, 並恢復自然通道功能。

www.healingbottoms.com



Health Enhanced Foods

羅克韋, 新澤西州

Health Enhanced Foods: 營養支持健康管理——Health Enhanced Foods (HEF) 創造滋養烘焙混合粉及麵粉混合粉, 幫助人們吃得更好、生活更健康。我們相信食物不僅滿足飢餓, 更應支援身體、強化思維、關懷社區。

我們的清潔標示麵粉混合粉, 選用精挑細選原料以支援真實健康需求。HEF 提供無麩質麵粉混合粉、適合生酮飲食的烘焙混合粉、營養穀物及專用產品, 旨在幫助糖尿病、癲癇、腎病、鎌狀細胞病及食物敏感者管理健康。

HEF 產品使用方便、貨架穩定, 於美國 FDA 許可工廠生產。我們自豪地與零售商、分銷商、醫院、學校、宗教團體及全球買家合作。

從北美到非洲、拉丁美洲、歐洲及亞洲, Health Enhanced Foods 幫助家庭與機構將食物當作藥物——一餐一餐地改善健康。訪問: www.HealthEnhancedFoods.com 或 WhatsApp +1-973-452-6940



J.R. Kelly Company

柯林斯維爾, 伊利諾州

J.R. Kelly Company 是美國領先的辣根 (Horseradish root) 供應商與出口商。我們不僅服務美國本土市場, 亦將大量辣根出口至全球各地, 長期為國際市場穩定供貨。

J.R. Kelly 提供多個等級的辣根產品, 全面滿足不同客戶需求。無論是大型食品加工商與製造商所需的散裝辣根, 或是供應生鮮農產品市場的新鮮辣根, J.R. Kelly 均能提供可靠解決方案。

作為辣根產業的領導者, J.R. Kelly 持續拓展新市場, 擴大全球佈局。憑藉龐大的種植者網絡及 PrimuGFS 食品安全認證, J.R. Kelly Company 成為全球辣根市場中最值得信賴的供應夥伴。更多資訊請瀏覽:

www.jrkelly.com



LorAnn Oils, Inc.

蘭辛, 密西根州

LorAnn 擁有超過 60 年歷史, 是美國備受信賴的高品質香料、香草及專業食品配料製造商, 長期服務全球專業廚師、烘焙師及食品工匠。LorAnn 的專業陳列方案精選並展示品牌最暢銷的超高濃度風味香料、烘焙乳化香精、香草精, 以及糖果與軟糖混合配方, 包裝設計兼顧零售與專業用途。

該陳列方案強調效率與視覺吸引力, 體現 LorAnn 對創新、品質、一致性及消費者便利性的承諾。無論是製造商、分銷商或烹飪創作者使用, LorAnn 產品都能持續激發創意, 提升糖果、烘焙、飲品、冷凍甜品等多個領域中的食譜。

全球 100 多個國家的專業人士和食品工匠信賴 LorAnn 的品質、一致性及風味創新。請訪問 www.LorAnnOils.com, 瀏覽我們的全部產品系列, 或聯繫我們以洽談合作機會。



Market Square Food Co.

派克市, 伊利諾州

關於 Happy Snacks® — Market Square Food Company 自 1982 年以來, 專注製作更健康、更適合家庭的餅乾產品。Happy Snacks® 代表我們對「健康而美味」零食的長期承諾, 回應現代家庭對營養與口感的雙重需求。

我們的創新之處在於: 率先推出不僅是植物性、通過非基因認證, 同時具備「功能性營養」的餅乾產品——在所有餅乾中添加必需維生素和礦物質, 同時保持美味口感。 <http://www.marketsquarefood.com>



Maytag Dairy Farms LLC

紐頓, 愛荷華州

Maytag Blue Cheese 由 Frederick Maytag II 於 1941 年創立。時至今日, 位於愛荷華州紐頓的資深芝士工匠仍然延續這一傳統, 通過洞穴熟成、陳年, 並以標誌性的藍銀色錫紙手工包裹——象徵美國工藝精神。

Maytag Blue 手工藍紋芝士採用當地新鮮荷斯坦乳牛奶製成, 口感略帶鹹香, 質地緊實而易碎。其鮮明而平衡的風味層次, 以及乾淨俐落的尾韻, 使其深受全國芝士鑑賞家及廚師的青睞。

<https://www.maytagdairyfarms.com/>

請電郵 FoodLink@foodexport.org 以獲取以上精選產品或者其他精選產品的信息。



Shankar Distillers LLC

特洛伊, 密西根州

Shankar Distillers 坐落於密西根州特洛伊, 融合傳統釀酒技藝、現代創新及多元文化元素, 打造屢獲殊榮的高品質烈酒系列。旗艦產品 Varchas Reserve 102 Straight Bourbon Whiskey (102 proof) 波本威士忌單桶陳釀 6-8 年, 致敬底特律 M-102 公路, 風味層次豐富, 榮獲多項國際金獎。其他兩款獲獎威士忌: Varchas Small Batch Straight Bourbon Whiskey (90 proof) 高黑麥配方, 陳釀 5-7 年, 口感順滑, 帶有焦糖、可及奶油糖風味。Varchas Small Batch Straight Rye Whiskey (90 proof) 含 95% 黑麥, 陳釀長達 7 年, 辛香濃烈, 尾韻乾爽。Varchas Vodka (80 proof) 伏特加以密西根玉米蒸餾, 口感清爽純淨, 適合調酒或純飲。Dasara Savari Gin (90 proof) 融合印度文化靈感及 12 種全球植物, 呈現明亮而富層次的柑橘香氣。所有酒款均採用五大湖新鮮水源調配, 充分體現品質、個性與文化融合。



Simply Organic Maple

沃特維爾, 佛蒙特州

Pure Vermont Maple — 為全球製作, 於美國製造

零碳排放生產 — 單一來源, 不混合

Simply Organic Maple™ 家族農場位於佛蒙特州北部, 種植 17,000 棵楓樹, 占地 400 英畝, 生產世界頂級有機、單一來源楓糖漿。我們專注國際市場, 全面支持全球分銷夥伴。

Simply Organic Maple™ 不僅提供楓糖漿, 還包括楓糖糖果、楓糖奶油及楓糖顆粒糖, 零碳排放製作。靈活瓶裝及包裝, 使我們成為全球分銷商、美食零售商及特色食品市場的可信合作夥伴。

重振佛蒙特純楓糖漿市場, 讓全世界品味其風味。

www.simplyorganicmaple.com



Crunchmaster / TH Foods, Inc.

洛夫斯帕克, 伊利諾州

Crunchmaster 是領先的無麩質零食品牌, 專注以簡單、優質的原材料製作消費者信賴的健康餅乾。所有產品均採用烘焙而非油炸方式, 選用糙米、芝麻及藜麥等全穀物, 不含種子油或人工添加劑, 帶來酥脆而滿足的口感。

隨著消費者日益重視清潔標示、無麩質及植物性食品, Crunchmaster 在健康餅乾市場中脫穎而出, 成功平衡風味、口感與品質。多元化口味與產品形式, 為零食貨架帶來增長與差異化。

Crunchmaster 以豐富口味與多元化產品, 推動零食貨架的增長與差異化, 深受忠實顧客歡迎, 同時吸引新客青睞。

探索 Crunchmaster 如何升華您的餅乾品類產品線, 請立即登入 <https://crunchmaster.com/>。優質食材與智慧零食體驗, 在此完美融合。



Sticky Spoons Jam, LLC

奈爾斯, 密西根州

Sticky Spoons LLC 是一間由黑人女性退伍軍人創辦的小批量果醬及蜜餞公司, 總部位於密西根州奈爾斯市。我們的使命是生產及推廣能夠展現密西根本地農場食材獨特風味的果醬和蜜餞產品。在 Sticky Spoons, 我們將密西根夏天的風味封存於每一樽產品中, 其中 95% 的生果來自當地農場。無論是個人享用還是商業用途, 顧客均可信賴我們始終如一品質。每一樽果醬或蜜餞均為手工精心製作, 蘊含誘人風味。

我們的暢銷產品 Blueberry Lavender Preserve 藍莓薰衣草蜜餞, 融合了陽光熟成的密西根藍莓與當地手工採摘的食用薰衣草, 香氣馥郁、口感細膩。它是廚櫃常備的美味, 無論是填入法式多士、拌入奇亞籽杏仁希臘乳酪, 或是調入檸檬水製成清爽夏日特飲, 皆能展現獨特風味。這款產品製作精心、風味飽滿, 香甜中帶有花香, 令人回味無窮。

請電郵 FoodLink@foodexport.org 以獲取以上精選產品或者其他精選產品的信息。

2026 年風味前瞻： 美國區域料理的崛起



雖然美國飲食往往被簡化為少數幾項代表性食品，但實際上，最具活力的風味創新正源自不同地區。隨着全球市場對產地特色與地域認同的關注持續升溫，加上中小型生產商不斷開發更具流通性的產品形式，美國各地的地方料理正逐步走向國際市場。

以下為預計於 2026 年及未來持續走熱的美國區域料理、風味及原料趨勢。

美式燒烤

隨着全球對美式燒烤的需求增加，不同地區的燒烤傳統成為產品差異化的重要來源。例如，德州以牛胸肉為核心的燒烤風格、卡羅來納地區偏重醋味的做法，以及堪薩斯城以番茄及糖蜜為基礎的經典燒烤醬，均具備鮮明的地域識別度。

來自密蘇里的 Blues Hog 及德州的 Humble House Foods 等精品醬料品牌，透過乾擦料、醃料及常溫保存的即用型醬料，成功建立強調地域特色的品牌形象。另一方面，佛羅里達的 Bear & Burton's 等生產商亦推出融合燒烤風味與拉丁美洲及加勒比地區常見柑橘或香料元素的沿海風格醬料

美國東北部海鮮與沿海風味

談及美國東北部料理，周打濃湯、貝類、海藻及冷水漁業往往最具代表性。總部位於緬因州的 Bar Harbor Foods，專注於罐裝周打湯、忌廉湯及煙燻海鮮產品，在無需冷鏈的情況下，呈現鮮明的地區特色。

此外，包括 Acadia Sea Farms 在內的多家小型海藻生產商，亦推出紅藻 (Dulse) 及海帶 (Kelp) 等產品，供零食及調味品製造商使用，為湯品、餅乾等產品注入沿海風味元素。

中西部穀物與傳統農業

美國中西部近年重新引發市場對「古老穀物」的關注，包括高粱、大麥、黑麥及野生稻。這些穀物正被廣泛

應用於烘焙預拌粉、穀物粥、零食，以及主打健康概念的穀物碗。

反映此趨勢的品牌包括明尼蘇達州的 Alexandra's Wild Rice，以及威斯康辛州的 Sohnrey Family Foods，均以具地域特色的穀物產品展現在地魅力。科羅拉多州品牌 Teffola 則採用傳統苔麸 (Teff) 及中西部本地種子，開發面向健康消費者的穀物脆片產品，強調營養密度及原產地可追溯性。

美洲原住民料理與原料

美洲原住民料理及原料也正在獲得更多市場關注，部分生產商已能提供具規模的產品。明尼蘇達州的 Red Lake Nation Foods 供應野生稻、野櫻桃 (Chokecherry) 糖漿及漿果果醬，呈現與奧吉布瓦 (Ojibwe) 文化相關的飲食傳統。

以野牛肉及紅莓為主要原料的 Native American Natural Foods，其 Tanka 能量棒成功結合文化傳承、營養價值及現代標示要求，實現了市場成功。這類產品亦符合市場對清潔標示及低加工、強調原產地成分的持續需求。

正在崛起的美國區域性原料

除區域料理外，多種與特定地區相關的美國原料亦有望於未來幾年持續走熱，包括阿巴拉契亞地區的高粱糖漿與蘋果牛油、太平洋西北部的馬里昂莓、融合克里奧爾及卡真料理特色的墨西哥灣沿岸香料、中西南部的豆科木煙燻風味與 Hatch 辣椒，以及上中西部晚餐俱樂部文化中的白蘭地調飲基底及炸魚調味料。相關風味正逐步應用於醬料、零食及濃縮基底產品中。

隨着美國生產商在包裝、採購及規模化方面持續優化，區域性美國美食如今相比以往已更具商業可行性，同時也更加適合出口。這一轉變為國際市場帶來了新的機會，使產品在保持實用性的同時，能夠進一步強化風味層次與新鮮感，並充分把握全球消費者對文化傳承、匠心工藝以及清晰原產地故事等屬性日益增長的興趣。

美國中西部和東北部 焦點州份概況



新聞摘要

美國消費者雖然愈來愈重視健康，但他們對高滿足感零食的需求，仍然持續推動市場成長——尤其是在朱古力、糖果及高蛋白鹹味零食類別中。Z世代盛行的「小確幸式犒賞文化」以及下午茶消費習慣也在推動產品創新。

目前，網上消費者對透明度、信任感及精準產品資訊的要求不斷提高——產品圖片、消費者評價及庫存可得性已成為影響轉換率的關鍵因素。業界專家指出，能夠清楚傳遞、資訊的品牌更有機會贏得消費者忠誠度。



風味趨勢預測機構指出，2026年將屬於「黑色系」——包括黑芝麻、黑加侖、黑蒜及仙草等深色食材。這類風味不僅帶有高端形象，亦為食品創新者提供具全球吸引力的靈感來源。

根據 Impinj 最新發佈的報告，社交媒體及意見領袖趨勢於今年推動了 42% 的消費購買行為，同時亦在短時間內造成需求激增，為供應鏈管理帶來挑戰。



FlavorSum 已公佈其 2026 年值得關注的風味趨勢，火龍果、酸櫻桃及辣味芒果。該公司指出，46% 的北美消費者在選購食品及飲品時，會主動尋找從未嘗試過的新口味。

膳食纖維正迅速取代蛋白質，成為功能性食品領域的核心成分。隨著消費者對腸道健康及新陳代謝支持的關注日益提升，加上美國普遍存在膳食纖維攝取不足的問題，消費品品牌（CPG）正迎來一個引領新一輪營養創新的重要機遇。



根據 dsm-firmenich 的預測，2026 年年度風味將為「霜感八角（Frosted Star Anise）」。

八角是一種帶有甘草、丁香及肉桂風味特徵的香料，常見於越南河粉等國際料理之中；而「霜感」概念則是透過薄荷或先進技術，為產品帶來清涼的感官體驗。

2025 年 12 月美國消費者信心指數小幅回升至 53.3，高於前一個月的 51。密西根大學數據顯示，主要因為通脹憂慮有所緩解。然而，《Food Manufacturing》指出，由於價格水平仍然偏高，加上關稅影響尚未完全消退，整體消費前景依然存在不確定性。



至 2025 年底，「高端化」已不再單純代表價格溢價，而是更多體現在清晰的資訊傳達、便利性及品牌故事塑造。從區塊鏈包裝技術，到可作刺身級食用的三文魚，那些能將透明度與品牌敘事轉化為消費體驗的高端品牌，正逐步贏得消費者信任。

約 30% 的消費者願意讓 AI 代理代為完成購買行為，根據 Contentsquare 的研究，24% 的消費者表示，他們已較少使用搜尋引擎，而轉向其他產品發現途徑。

凍乾糖果的熱潮仍在持續。品牌正利用真空處理技術，將原本富有嚼勁的糖果轉化為風味高度集中的零食，同時呈現出全新的口感結構。BBC News 引述威斯康辛大學研究人員的發現指出，透過去除水分，產品體積可產生近乎無限膨脹的效果。



宗旨

U.S. Foodlink 簡訊和電子簡報由 Food Export USA Midwest 和 Food Export USA-Northeast 發佈。這兩個區域貿易組織均位於美國，致力於推廣美國食品和農產品的出口。U.S. Foodlink 的創建是為讀者提供輕鬆易懂的可信數據和信息。

需要其他通訊途徑以獲取項目信息的殘疾人士請與我們聯繫。此外，項目信息可能以英語以外的語言提供。Food Export USA-Midwest 和 Food Export USA-Northeast 所有項目均不允許基於種族、膚色、國籍、宗教、性別、性別認同（包括性別表達）、性取向、殘疾、年齡、婚姻狀況、家庭/父母狀況、公共援助方案所得收入、政治信仰、對先前公民權利活動的報復的歧視。如要提交歧視投訴，請轉到 <https://www.ascr.usda.gov/filing-program-discrimination-complaint-usda-customer>。Food Export USA-Midwest 和 Food Export USA-Northeast 是機會均等的雇主和提供者。同時，Food Export USA-Midwest 和 Food Export USA-Northeast 不允許出現欺詐行為，並保留批准和拒絕項目執行的權力。欲獲取完整的參與政策和行為準則，請訪問 www.foodexport.org/termsandconditions。

U.S. Foodlink

FOOD EXPORT-MIDWEST 及
FOOD EXPORT-NORTHEAST 職員

Brendan Wilson

首席執行官/
執行董事

Michelle Rogowski

首席運營官/副主任

Teresa Miller

首席項目及合作夥伴官

**Food Export USA-
Midwest**

29 North Wacker Drive, Suite 1000
Chicago, IL 60606
312.334.9200

**Food Export USA-
Northeast**

One Penn Center, 1617 JFK Blvd., Suite 420
Philadelphia, PA 19103 USA
215.829.9111

www.foodexport.org

如若評論或查詢，請
電郵：info@foodexport.org

訂閱

U.S. Foodlink 簡報是一份
廣泛發行於全球各地的雙月
刊物。若想查詢如何能在您
的國家收到這份簡報，請
發送郵件至
info@foodexport.org。



Food Export-Midwest &
Food Export-Northeast



Food Export-Midwest &
Food Export-Northeast



foodexportsusa



foodexports4941



Food Export-Midwest &
Food Export-Northeast