

美國中西部和東北部食品出口協會

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



2026年夏季新興食品趨勢



包含精選美國供應商及
可供出口的產品名錄

全球風味與功能性飲品等趨勢雖已深入人心，但新一輪消費偏好正在重塑美國食品格局。

對於採購美國產品的國際買家而言，口感創新、由內而外的功能性美容飲品，以及回歸簡單、少加工食品等新興趨勢正在積聚勢頭，並帶來全新商機。

回歸本真：新鮮、簡單、營養密集

消費者需求持續轉向新鮮、少加工的食品，尤其是超市貨架外圍常見的產品。新鮮農產品、沙律套裝和即食預製肉類等產品因兼具便利與健康雙重吸引力而獲益。

GLP-1 藥物在美國使用日益普及，進一步強化了這一趨勢，正在影響購買行為。使用這類藥物進行治療的消費者越來越多地選擇份量較小、營養密集的高品質食品。



Food
Export
Midwest USA™



www.foodexport.org



2026 年夏季新興食品趨勢 (續)

因此，配料表更簡短、成分可識別的產品需求正在上升，印證了向「回歸本真」營養理念的廣泛轉變。

水果消費也在擴大，尤以年輕消費者為甚。Z 世代和千禧一代目前佔農產品消費總量的近 56%，從早餐到零食，水果越來越多地出現在各種飲食場景之中。

與此同時，美國果汁品類正經歷重新定位。生產商正逐步擺脫高含糖量的固有印象，轉而將 100% 純果汁與無添加糖產品打造為優質、天然健康的飲品。

口感佔據核心地位

在風味之外，口感正成為驅動消費偏好和產品差異化的關鍵因素。最新數據顯示，若產品口感未達預期，72% 的消費者會考慮更換品牌。

這一趨勢在年輕群體中尤為顯著。約 75% 的 Z 世代和 80% 的千禧一代表示，口感與味道同等重要，從而推動了那些能帶來獨特感官體驗的產品需求。

「酥脆」(Crunchy)、「Q彈」(Chewy)、「順滑」(Smooth)、「醇厚」(Velvety) 等賣點越來越多地出現在產品營銷與包裝之上。

其中，Q 彈口感在 2025 年菜單滲透率增長了 46%。軟糖和麻薯類甜點因其味道及互動「可玩性」

(Playability) 而備受年輕消費者青睞。與此同時，酥脆型產品，如經典薯條和即食凍乾果蔬，依然表現強勁。

這種對口感的關注也在影響飲品領域。例如，冷泡奶蓋 (Cold foam) 在 2025 年菜單滲透率提升了 78%，而即飲飲品則在融入功能性成分的同時，通過增強口感來提升飲用體驗。

功能性飲品與「由內而外的美顏」 風潮興起

功能性飲品持續演進，超越了補水提神等傳統健康功效。越來越多產品開始瞄準整體健康，特別是腸道健康與皮膚健康之間的關聯，即常說的「腸-皮軸」(Gut-skin axis)。

這一趨勢預計將在 2026 年及以後加速發展，因為消費者對既能支持消化健康又能改善外在形象的產品興趣日益濃厚。融合膠原蛋白、益生元、益生菌、後生元等成分的飲品，作為「雙重功效」(Dual action) 解決方案正獲得越來越多關注。

此外，旨在輔助睡眠與恢復的產品，如含有適應原、鎂和氨基酸的菌菇茶與拿鐵，正在功能性飲品品類中不斷拓展。這些產品契合了消費者對能帶來長期益處的健康習慣的廣泛追求。

對油脂與成分的認知轉變

消費者對成分的審視也在加強，尤其在種子油方面。曾經的小眾顧慮如今已進入主流視野，39% 的美國消費者表示正在出於健康考量主動避免攝入種子油。

這一轉變推動了對替代脂肪的興趣增長，包括牛油 (Beef tallow) 等傳統選擇，後者在 2025 年菜單使用量上顯著增長。與此同時，對透明度及更簡單原料採購的需求，持續影響著各品類的購買決策。

這些趨勢反映出美國消費者優先考慮事項的更廣泛轉變，即更注重健康、功能性和感官體驗。對國際買家而言，這也創造了採購符合以下方向產品的機遇：

- 清潔標籤與少加工定位
- 覆蓋零食、甜點及飲品等領域的口感創新
- 關聯健康、美容及恢復的功能性益處
- 傳統品類的優質化、更健康升級改造

能夠有效結合上述特質並清晰傳達其優勢的美國供應商，已然做好充分準備，以滿足不斷變化的全球需求。



新一代醬料趨勢勢頭漸起



醬料在消費者個性化餐食方面持續扮演核心角色，為家庭烹飪、餐飲服務乃至外出就餐等各種用餐場景提供了提升風味的便捷且實惠的途徑。

在家庭成員口味偏好多元的家庭中，醬料尤具吸引力，因為個人可藉此在不改變核心菜餚的前提下調節風味濃淡。這一靈活性，加之人們對濃烈大膽及全球風味的興趣日益濃厚，正推動該品類不斷創新。

以下趨勢揭示了美國醬料與調味品市場的發展方向。

健康與簡樸塑造醬料創新

隨著健康優先理念持續影響購買決策，對更清潔、配方更簡單的產品的需求正延伸至醬料品類。消費者越來越青睞使用可識別成分且少加工工序製成的調味品，推動了清潔標籤沙律醬和調味醬的興起。

同時，對於用大蒜、橄欖油及發酵成分等傳統上關聯健康的原料製成的醬料，興趣也在增長。這反映出，人們正普遍轉向那些既能帶來預期健康益處，又能呈現濃郁風味的產品的追求。

GLP-1 藥物在美國的日益使用也在影響消費模式。由於消費者進食份量變小，風味最大化變得更為重要，進而推動了對辣醬和辣椒調味料等濃烈複合型醬料日益增長的需求。

風味混搭持續演進

甜辣（Swicy）組合雖已流行多年，但該品類正向著更複雜的風味混搭拓展。融合甜味、煙熏味和辛辣味的組合，例如楓糖配辣椒與燒烤風味的融合，正逐漸獲得青睞。

辣蜂蜜依然是這一趨勢的典型代表，但新的變體也在湧現，包括融入是拉差辣椒醬或其他辣椒醬的混合調味品。這類產品吸引着追求層次豐富、立體多維風味體驗的消費者。

乳脂感與辛辣感（Creamy and spicy）的融合同樣日益流行。將熟悉的醬料基底，如牧場醬、蛋黃醬或燒烤醬，與濃郁辣味相結合的混合醬料，正受到那些在單款產品中同時尋求舒適口感與強烈風味的消費者歡迎。

全球風味驅動持續創新

對全球風味的探索仍是醬料品類增長的關鍵驅動力，人們對具有地方及街頭美食風格的風味興趣日增。

新銳調味品，如源自中東菜系、以濃郁酸辣芒果醬為特色的安巴醬（Amba），正逐漸獲得關注，而像墨西哥莫萊醬（Mole）、韓式辣醬（Gochujang）和日式柑橘醋（Ponzu）等已站穩腳跟的全球風味，也在零售與餐飲服務領域持續擴大影響。

柑橘風味正蓄勢待發，特別是柚子等食材正被融入醬料和沙律汁中，呈現出明亮酸爽的基調，能與多種菜餚相得益彰。

這些趨勢反映出消費者對國際化口味的接納度日益提高，並為那些既能保證正宗風味又對大眾保持親和力的產品帶來了機遇。

這些新興醬料趨勢體現出美國消費者偏好向濃烈複雜風味、原料透明度及全球影響的更廣闊轉變。對國際買家而言，這為採購不僅能提升日常餐飲，還能滿足人們對品質、多樣性和感官吸引力日益增進期待的產品，創造了契機。

美國中西部和東北部 焦點州份概況





Blackwood Pet Food, LLC

里斯本，俄亥俄州

Blackwood® 是一個植根於品質、營養與信任的美國高端寵物食品品牌。自 1978 年起，我們位於俄亥俄州里斯本的團隊便精心研製由寵物營養學博士配製的食譜，歷史上從未發生過產品召回。

我們的配方採用慢火烹製以更好地保留關鍵營養素，並添加了 ProPath® Zinpro® 礦物質，有助支持健康消化、皮膚、被毛及免疫功能。

從乾糧、濕糧到佐餐澆頭、烤箱烘焙零食以及單一成分凍乾小食，Blackwood 為各個年齡階段和生命階段的寵物提供一整套清潔、營養密集的完整產品系列。

歡迎瀏覽 blackwoodpetfood.com 探索全系列產品，或透過 info@blackwoodpetfood.com 聯繫我們。



Buckaroo & Company, LLC

埃文斯頓，伊利諾州

Rollicking Buckaroo 胡椒果醬與調味料是一個屢獲殊榮的特色食品品牌，以大膽風味、優質原料和充滿活力的西部精神標識而著稱。品牌總部位於伊利諾州埃文斯頓，提供全天然、無麩質和純素的胡椒果醬與調味料系列，旨在為日常烹飪增添甜辣風味與鹹香層次感。其胡椒果醬品種從微辣到超辣不等，為消費者和廚師提供了多樣的上光、蘸料、澆頭及菜品研發選擇。調味料系列則專為提升肉類、海鮮、蔬菜及植物性菜餚的風味而精心打造，風味獨特且易於駕馭、令人難忘。Rollicking Buckaroo 透過農貿市場、手工藝市集、餐飲服務拓展及特色零售渠道積累了一批忠實追隨者。憑藉對風味、創意和平易近人風格的專注，品牌持續成長，致力於為家庭烹飪愛好者和專業廚師提供富有靈感的產品，讓他們為每一道菜都增添興奮感、個性與一抹鮮活勁道。

<https://www.buckaroopepperjam.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。



Sartori Cheese

普利茅斯，威斯康辛州

自 1939 年起，Sartori（薩配）便是一家傳承四代的家族芝士企業，秉持一個質樸的使命：做出世界上最好的芝士。我們甄選世界級優質牛奶，全部來自本地家庭農場合作夥伴，每一塊芝士的製作之旅都始於擠奶後的數小時內，確保每一口都擁有非凡的新鮮度、品質與匠心。

Sartori 融合意大利傳統與美國創新，已成為屢獲殊榮的手工芝士領軍者，斬獲四百多項國內及國際榮譽。產品組合的核心是 BellaVitano®（芭拉維他）——這款由 Sartori 原創並於 2008 年推出的芝士，以其濃郁綿潤的質地和大膽出人意料的風味層次而聞名，從梅洛紅酒、濃縮咖啡到黑胡椒等，風味豐富多樣。

每一塊 BellaVitano 芝士均由資深芝士大師手工精心完成表面處理，或搓揉或浸泡於外皮，再經恰到好處的熟成，方才形成其獨具特色的深度與複雜度。最終呈現出的，是一組真正別具一格的芝士系列，旨在帶來驚喜與愉悅，滿足每一種味蕾的期待。



Dar Baklava, LLC

芝加哥，伊利諾州

身為兒科醫生兼馬拉松跑者的同時又酷愛甜食，Sherif Badawy（Dar Baklava® 創始人）認為，縱享美味的同時也應有益健康。從埃及移居美國後，他發現市售的 baklava 果仁蜜餅往往過甜且品質欠佳，於是他決心以健康理念重塑自己鍾愛的這款傳統甜點。受中東烘焙大師的啟發，他製作的版本用料豐富，選用優質堅果，含糖量極低，甜度恰到好處，口感酥脆而絕不濕軟。匠心製作、真材實料，他在芝加哥出品的果仁蜜餅和其他零食證明，美味與營養完全可以兼得。Dar Baklava® 的使命是讓世界更美好，通過適合日常食用的便攜零食形式（Snacklava®：單份零食包裝）和適合送禮的禮盒形式（Nutlava®：混合果仁蜜餅禮盒），將社區氛圍與中東飲食文化帶給世界。



Dave's Pet Food LLC

朗梅多, 麻塞諸塞州

在 Dave's Pet Food, 我們製作直截了當、不玩花樣的貓狗糧。真材實料的蛋白質, 簡單的成分, 不含任何您不需要的填充物。

挑食的寵物? 我們見得多了。正因如此, 我們提供從細膩肉醬到豐盛燉菜和肉汁風味食譜的全系列選擇, 以及針對有特殊膳食需求的寵物提供的非處方解決方案。

我們的食譜嚴格按照質量控制標準生產, 符合 AAFCO 準則, 既可靠又美味。好食物, 用心做, 價格不讓人望而卻步。

www.davespetfood.com



Ginseng Up Corporation

伍斯特, 麻塞諸塞州

Ginseng Up 的旅程始於 1981 年, 使命是將人參的益處引入主流消費市場。當時傳統軟飲料佔據市場主導地位, 「功能性」飲品和「適應原」等概念尚鮮為人知。Ginseng Up 率先在功能性和健康導向飲品領域嶄露頭角, 最初推出其經典人參飲品, 隨後以突出人參益處的果味產品線進一步擴展。

步入第 44 個年頭, Ginseng Up 公司已發展為一家覆蓋國內與國際市場的飲料企業, 提供一系列「天然」與「精工釀造」的含氣及非含氣飲品。作為一家全整合、多平台的公司, Ginseng Up 業務涵蓋品牌產品、代工灌裝、自有品牌、以及配料、濃縮液和提取物的生產。公司還提供飲料諮詢服務。秉持對成長與創新的承諾, Ginseng Up 始終致力於提供優質產品, 滿足現有及新晉消費者不斷變化的需求。



Janet's Finest Compotes

聖保羅, 明尼蘇達州

Janet's Finest Compotes 是一個扎根於家族傳統、在中西部以小批量方式精心製作的特色食品品牌。以她們母親的原創配方為基礎, 公司歷經 25 餘年, 不斷完善一系列口味均衡協調的水果蜜餞, 與芝士完美搭配, 提升日常餐食, 激發創意待客靈感。如今由 Jessica Amel 和 Angela Kmeck 掌舵, 品牌融合傳統與創新, 推出意想不到的風味組合, 例如融入墨西哥辣椒的蜜餞, 兼具甜味與溫和辛香。

2026 年, Janet's Finest 憑藉其桃子漿果墨西哥辣椒蜜餞榮獲 sofi™ 金獎, 彰顯了品牌對出眾風味與品質的執著追求。其產品設計充分考慮到多功能性, 從芝士拼盤到上光醬、三文治和雞尾酒, 無縫融入各種場景, 成為特色零售商、美食愛好者和各地家庭廚師的心頭之好。

Marieke®
GOUDA

Marieke Gouda

索普, 威斯康辛州

Marieke Gouda 生產全天然、優質、屢獲殊榮的芝士, 以來自我們威斯康辛州索普自家牧場的牛乳, 傾注熱情精心打造。從照料奶牛到擠奶再到熟成, 每一步均在 Marieke 的細緻監督下完成。我們對傳統荷蘭芝士製作工藝的堅守, 確保了地道的風味與無與倫比的品質。在荷蘭松木板上熟成超過 60 天。

<http://www.mariekegouda.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。



Mayasari LLC dba SoyaMaya, Artisanal Tempeh Products

格林斯堡，印第安納州

SoyaMaya™ 手工天貝產品由 Mayasari Effendi 創立，她移民美國尋求高等教育。Mayasari 的旅程始於開設 Mayasari 印尼風味燒烤餐廳，將正宗的印尼風味帶到美國中西部。

出於對家鄉味道的思念，Mayasari 將傳統印尼發酵工藝與美國印第安納州當地採購的大豆相結合，創造出 SoyaMaya 蛋白天貝脆片。這些清潔標籤零食選用優質大豆製成，融合非轉基因高蛋白與高油酸大豆，提供富含維生素 B12 和植物蛋白的營養植物性零食。產品為純素、無麩質，每份含 0 克脂肪。

SoyaMaya 不僅僅是一款產品，更是一場行動。每售出一袋產品，品牌捐出五美仙支持兒童教育，並希望將這一影響擴展到全球。歡迎買家直接聯繫 Mayasari 訂購樣品。更多信息請瀏覽 www.MayasariTempeh.com。讓我們攜手讓世界更美好——從每一口開始。



Nikigo Sauce LLC

埃文代爾，賓夕凡尼亞州

食物過敏在全球範圍內日益受到關注，但在以醬油為核心調味料的東亞菜系中一直難以應對。NIKIGO 原創無大豆醬油，外觀和味道都與真正優質醬油無異，卻不含大豆、小麥或麩質。這款獨特且具有革新性的產品僅以新鮮菌菇、海鹽和水製成，卻沒有蘑菇的味道——只有地道醇厚、鮮美可口的鮮味。與壽司搭配完美，可在任何食譜中作為醬油或溜醬油的等量替代使用。由 Nicole Gordon 創造，她的母親是日裔夏威夷移民後裔，而她自己年輕時出現了多種嚴重食物過敏。另有：夏威夷風味照燒醬以及以日式麵汁為靈感的拌麵醬及高湯濃縮汁，一款美味便捷的純素拉麵湯濃縮汁。全部對過敏原友好。

www.nikigo.com



Pork King Good

卡達希，威斯康辛州

Pork King Good 是一個以古靈精怪而自豪的豬皮零食公司，由一位對豬肉和低碳水生活方式充滿熱情的女性創立，正是這種生活方式幫助她減重 100 磅並逆轉了糖尿病前期。在生酮飲食群體中極受歡迎，Pork King Good 持續創新，以完全獨特的風味組合席捲豬皮零食市場。Pork King Good 豬皮不含任何人造成分，以自帶的豬油烹製而成，造就了市面上最輕盈蓬鬆、入口即化的西班牙式炸豬皮，並以大膽獨特的風味撼動了零食行業。低碳水高蛋白鹹味零食選擇在市場上有明確的空白，我們正努力用創新多樣、適合每種口味的風味系列來填補這一空白。用一句話完美概括我們的使命：「我們只是在做我們自己想吃的零食」，並帶着幽默感與全世界分享。

www.porkkinggood.com



Primal Pet Foods

埃文斯頓，伊利諾州

Primal Pet Foods 是犬貓凍乾生食、零食及佐餐澆頭的領先製造商。我們的高端寵物品牌致力於提供能賦予寵物及其主人最高品質生活的產品。

Primal Pet Foods 品牌始於 2000 年，當時公司創始人 Matt Koss 希望讓他患病的愛犬獲得更好的生活品質。他了解到以符合寵物祖先生物學需求的生食營養的種種益處。

作為熱愛寵物的人，我們率先開創了寵物生食營養，自 2001 年起便一直為犬貓創造優質、富含蛋白質的食譜。如今，我們通過同行評審研究證明了我們一直深知的事實：當寵物根據其生物學需求食用少加工食品時，它們能在黃金年華中獲得更多美好時光。

Primal 始終致力於讓生食營養更便捷、惠及更多寵物及其主人，產品組合涵蓋貓犬的全面均衡食譜，產品形式包括原生乾糧、凍乾生食肉塊和凍乾生食即食餐粒。

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。



Chef FLO-K Foods

明尼阿波利斯，明尼蘇達州

在 Chef FLO-K Foods，每一瓶 Afric Sauce 都承載着一個故事——我的故事。成長過程中，食物一直是我家庭與社區的心跳靈魂。我們的餐食充滿鮮活的風味、豐厚的傳統，以及將每次聚會都變為慶典的歸屬感。那些早年的經歷教會我，食物不僅僅是滋養。它是文化、是連接、是盛在盤子裏的愛。

懷抱着這份熱情，我着手創造一款既能捕捉非洲烹飪靈魂，又能無縫融入現代廚房的醬料。經過多年不斷完善食譜、在用新鮮食材平衡地道香料的反覆嘗試之後，Afric Sauce 應運而生。大膽、多元、忠於其根。無論是淋、蘸還是慢燉烹調，它都能為任何菜餚帶來難以忘懷的風味。

如今，我很自豪能將 Afric Sauce 分享給各地的家庭、美食愛好者和風味追尋者。通過 Chef FLO-K Foods，我的使命很簡單：頌揚非洲烹飪傳統，以味道凝聚人心。每一瓶都傾注着用心，植根於傳統，旨在為您的餐桌帶來歡樂，就像曾經為我的餐桌所做的那樣。



Swanson Health Products, Inc.

法戈，北達科他州

自 1969 年以來，Swanson Vitamins 一直是向全球健康追求者提供優質維生素、補充劑和天然健康解決方案的基石供應商。作為國際買家信賴的合作夥伴，我們的產品經過第三方檢測，並在符合 GMP 認證的設施中按照 FDA 要求生產，確保為客戶提供有保障的純度、效力和可靠性。如您有意成為授權經銷商，請透過 gbd@swansonhealth.com 或致電 +1 701-356-2700 聯繫我們的全球業務發展團隊。

www.swansonvitamins.com



Rosewood Dairy Inc. dba Renard's Cheese

阿爾戈馬，威斯康辛州

歷經四代傳承，Renard's Cheese 一直是威斯康星州多爾縣一家家族擁有並經營的芝士製作企業。我們繼續以代代相傳的技藝，生產屢獲殊榮的芝士。我們提供超過 50 個品種的芝士，每一款都體現了我們對手工芝士工匠精神的堅守。我們的芝士享譽國內外，榮獲無數獎項。我們的精選品種包括車打、高比、農家、門斯特、磚塊、大理石紋、蒙特利積、莫扎里拉芝士條、煙熏芝士條，以及超過 50 種風味浸入的特色芝士。時至今日，我們的精品芝士仍以傳統老式方式手工製作，極少使用自動化設備。我們的可持續實踐和對當地農業的支持回饋着社區，所有牛奶均獨家來自本地小型牧場。多年來，雖然許多事情已發生變化，但 Renard 家族的傳統和標誌性芝士配方始終如一。

www.renardscheese.com



Zolli Candy

沃爾德萊克，密西根州

與 Zolli Candy 一起切入增長最快的糖果細分市場——美味、有趣、適合各年齡層的零糖果。我們的產品不含人工色素、純素、適合糖尿病人、GLP-1 用藥者、生酮飲食者和過敏體質人群，無麩質，具有廣泛的消費者吸引力，並有助清潔牙齒。作為一個女性擁有的使命驅動品牌，Zolli Candy 已連續五年入選 Inc. 5000 榜單，社媒渠道追蹤者超過 80 萬。擁有超過 10 億次自然病毒式影片觀看量，Zolli Candy 的社群和內容驅動着各市場和渠道的品牌發現與銷售。通過我們的 501(c)(3) 非營利組織「百萬微笑計劃」，我們為數百萬學生和家庭提供口腔健康教育。探索久經考驗的暢銷產品和令人興奮的創新，包括 SOUR Zolli Pops、Zolli Drops 和 Zaffi Taffy + Vitamin C、Zolli Fruit Drops + Vitamin C，以及 Elderberry Zolli Pops + Zinc。欲將 Zolli Candy 帶入您的市場，請通過 sales@zollipops.com 聯繫我們。

Zolli 趣味內容等你來觀看、點贊與分享！與 Zolli 一起觀看並綻放微笑吧！

<https://www.youtube.com/@Zollicandy/shorts>

<https://www.tiktok.com/@zollicandyshop>

<https://www.instagram.com/zollicandy/>

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。

新聞摘要

GLP-1 趨勢重塑飲食習慣：

GLP-1 驅動的消費模式正在重塑美國飲食習慣，消費者青睞更小份量、簡單成分和營養密集的食品。這一轉變正在增加對高品質、風味突出的產品的需求，要求每份產品提供更多價值。



乳製品為功能性而創新：

乳製品生產商正積極回應，開發平衡縱享與功能性的產品，融入蛋白質、纖維和其他營養素，以滿足對更營養密集選擇的渴求。

餐飲服務客流下降：

價格上漲正在影響外出就餐行為，31% 的食客減少光顧連鎖餐廳的頻率。此外，根據 Tillster 《2026 年 Phygital 指數報告》，45% 的消費者表示他們過去一年中偏愛的連鎖餐廳已經改變。

全日早餐持續擴展：

全日早餐繼續突破早餐時段限制，生產商正在創新更便攜的產品形式。根據 Circana 數據，涉及冷凍早餐產品的午餐場景較去年增加了18%。



全球風味持續扎根：

全球風味的接受度持續增長，年輕消費者對壽司等食物表現出更濃厚興趣。這反映出更具冒險精神的味蕾以及對口感和多樣性的更高欣賞度。

壓力管理影響消費：

約 60% 的美國消費者表示正在通過補充劑和縱享美食積極管理壓力。例如，34% 的受訪者認為朱古力有助支持心理健康。



寵物食品需求加速增長：

寵物食品需求保持強勁，尤其在千禧一代和 Z 世代消費者中，他們日益重視寵物營養。提供明確健康益處和原料透明度的產品正在獲得動力。

肌酸超越健身領域：

肌酸正從傳統運動營養領域向外擴展，出現新形式並在更廣泛的人群中被採用。消費者正日益探索其在支持肌肉健康和整體保健方面的作用。

對「真實性」的需求上升：

根據 Menu Matters 《2026 年消費者需求報告》，消費者對「真實」食品體驗的需求正在增長，這種需求由對透明度、品質和有意義的產品差異化的期望所驅動。



「零售療法」驅動零售消費：

「零售療法」(Retail Therapy) 持續影響購買行為，根據 Circana 洞察，縱享型和健康型零食的需求均見增長。

技術與包裝壓力顯現：

食品及消費品製造商正為供應商管理中越來越多地使用人工智能做準備，同時，在微塑料擔憂下，重新思考包裝形式的壓力也在持續加大。

可負擔性挑戰持續存在：

儘管膳食指南已更新，近半數美國人（47%）表示並未完全遵循建議。根據 Numerator 數據，可負擔性仍是主要障礙，雜貨購物成本升高被列為主要擔憂。



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

Trish James

首席增長官

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](https://www.instagram.com/foodexportsusa)



[foodexports4941](https://www.youtube.com/channel/UC4941)



Food Export-Midwest &
Food Export-Northeast

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。