

U.S. FOODLINK

美國食品進口商雙月刊簡報

第20卷4期



美國天然、有機和特色食品 正在滿足全球需求

全球各地的消費者在購買食品和飲料時都在強調個人和環境的健康。這些因素正在為美國天然食品、特色食品 and 美食創造出口機會。

“當下的消費者越來越重視健康和福祉，因此無論是在家還是外出就餐，他們都對有益健康的食品有更高的要求，”生產及銷售巴西莓產品的公司 SAMBAZON 的首席執行官 Ryan Black 說。“消費者正在尋找高抗氧化劑含量、天然、有機或以本地成分製作、以及增強免疫力等關鍵屬性的產品。而且，他們在關注減少糖分攝入以及增加新鮮蔬菜和水果的食用量的同時也在追求便利性。”

監管機構認為，產品上標注的“天然”聲明意味著在產品在加工過程中沒有添加任何人工成分，而且產品的加工都是最少化的。據美國農業部統計，在所有食品中，包裝上標注“天然”的食品約占食品零售支出的 16%。

值得注意的是，研究表明大多數消費者並不了解此類標籤聲明的不同含義。例如，美國農業部 (USDA) 最近指出，許多人認為食品上的

(第二頁續)



www.foodexport.org



美國天然、有機和特色食品正在滿足全球需求 續

“天然”標籤等同於更健康的食品，以及暗示環境管理和關注動物福利的生產實踐，即使事實並非如此。因此，提供全面、透明標籤和營銷信息的企業將贏得現代消費者的青睞。

與此同時，美國國內和海外市場對有機產品的需求也在激增。2023年，經認證的有機產品的銷售額將接近700億美元，同比增長3.4%，創下該行

由於飼養美國本土有機認證的雞肉、牛肉和豬肉變得非常昂貴，各品牌都在艱難維持著本土的有機產品供應鏈，特別是在肉類領域方面。”

在相關領域上，特色食品在全球範圍內持續升溫。今年5月，美國特色食品協會（SFA）發佈報告稱，特色產品（通常採用優質原料小量生產的高價值食品）的銷售額已從2013年的880億美元增長到2023年的約2070億美元，增幅高達149%。在SFA測定的63個類別中，特色食品和飲料目前占所有中心店雜貨銷售額的21.6%，不再被視為小眾產品。

SFA報告稱，至少在美國，特色食品的單位毛利率是主流食品的三到四倍。據《Food Business News》報導，便利和享受是目前推動銷售增長的兩大趨勢。

手工和工藝食品正受到越來越多消費者的青睞，他們要求高品質的產品生產背後有一段背景故事。這類產品通常突出地方性原料和對品質的承諾。歐洲和亞洲等市場對這類產品十分青睞，尤其是手工乳酪和特色巧克力等產品，這為美國出口商提供了機會。

由於消費者願意為獨特的口味支付高價，美食原料也繼續保持增長勢頭。松露油、陳年義大利香醋和優質橄欖油等產品需求量非常龐大。根據Mordor Intelligence的報告，到2026年，全球美食市場的年增長率預計將達到6.4%。

隨著全球購物者對健康和道德產品的興趣與日俱增，結論顯而易見：利用有機和公平貿易等認證可以增強這些產品對消費者的吸引力——即使生產商需要付出巨大成本。



歐盟擁有嚴格的有機標準，是美國有機產品出口的重要市場。在亞洲，日本和韓國等國家正在擴大有機食品的進口，以滿足消費者對健康食品日益增長的需求。

業的最高紀錄。根據Grand View Research的數據，去年全球有機食品和飲料市場規模已達到2315億美元，預計到2030年將以每年13.9%的速度增長。許多購物者出於個人和家庭健康、可持續發展以及對不含抗生素、激素、防腐劑和染料的產品的渴望而轉向有機食品。

“面對通貨膨脹和經濟挑戰，消費者依然繼續選擇有機產品。”有機貿易協會（Organic Trade Association）聯席首席執行官Tom Chapman說：“儘管有機食品在市場上已經日趨成熟，但我們仍有很大的發展空間。”

歐盟擁有嚴格的有機標準，是美國有機產品出口的重要市場。在亞洲，日本和韓國等國家正在擴大有機食品的進口，以滿足消費者對健康食品日益增長的需求。

當然，此類高端產品的生產商在2024年也並非沒有挑戰。

Vitamin Cottage Natural Food Markets 食品產品標準經理 Christie Pettys 指出：“我在天然及有機食品行業所看到的情況是，



方便、健康的產品正在激發全球對美國飲品的需求

2024 年，飲料生產商要想在出口方面取得成功，就必須注重產品的便利性和健康性。在消費者需求不斷變化的推動下，飲料零售業正在經歷一場變革。

這些變化為尋求擴大業務範圍的美國飲料公司創造了機會。

例如，在消費者對便利性和高級體驗的需求推動下，即飲雞尾酒類別正經歷著顯著的增長。在這一細分市場中，美國基本上處於領先地位。出口市場的雞尾酒文化蓬勃發展，但獲得優質雞尾酒調料的渠道有限，因此罐裝雞尾酒等產品在這些市場中頗具吸引力。考慮這一點：根據 Grand View Research 的數據，美國即飲雞尾酒類別從 2024 年到 2030 年的年增長率預計將達到 15.2%。

在其他酒類中，精釀啤酒、烈酒和蘋果酒的發展勢頭依然強勁。歐洲和亞洲等市場對美國精釀飲料特別受歡迎。根據美國啤酒釀造商協會 (Brewers Association) 的數據，2022 年美國精釀啤酒出口增長了 3.6%，其中在英國、瑞典和韓國等市場增長顯著。

隨著人們對可持續發展和有機產品的興趣日益濃厚，葡萄酒行業也從中受益。美國的釀酒商正在採用有機種植方法和環保包裝等可持續性實踐。這些實踐與歐洲和澳大利亞等市場具有環保意識的消費者的價值觀不謀而合。美國葡萄酒協會 (The Wine Institute) 預計，到 2026 年，全球有機葡萄酒的銷售額將以每年 10% 的速度增長。

“全世界的消費者都正在支持採用可持續做法的品牌，這使得生產‘對您有益’產品的企業有利。” EP Consulting 創始合夥人 Ella Parlor 說：“消費者欣賞品質，願意為優質原料和具有環保意識的包裝支付更多費用。”



除了酒類之外，植物奶和無乳製品替代奶繼續擁有一批忠實的追隨者，儘管最近在網上出現了一些消費者質疑燕麥奶營養成分的動向。杏仁奶等非乳製品飲料在美國以外的地區越來越受歡迎，除了因為它們能滿足各種飲食偏好和需求以外，它們還能吸引素食主義者、乳糖不耐症患者和注重健康的消費者。值得注意的是，根據 Statista 的資料，美國牛奶替代品每年創造的收入超過 30 億美元。

消費者對功能飲料也越來越感興趣，包括康普茶和益生菌飲料。這些產品往往迎合了消費者對改善腸道健康、提高免疫力和補充水分等健康益處的興趣。Mintel 的一份報告顯示，這些飲料在歐洲和亞洲具有強勁的出口潛力。

另外，高端飲用水和風味飲用水正在受益於全球各地市場的需求的增長。美國品牌在高礦物質飲料方面正處於領先地位。這些高端飲用水迎合了追求健康和奢華的國際消費者的需求。IBISWorld 最近預測，美國瓶裝水市場到 2026 年的年增長率將達到 6%。

美國中西部和東北部 焦點州份概況



新聞摘要

據《華爾街日報》報導，在胡塞叛軍發動數次襲擊後，航運公司將貨物轉向紅海周邊地區，導致貨運成本不斷上升。

美國農業部向 66 個美國組織撥款了 8 億美元，用於在全球高潛力市場上建立對美國食品和農產品出口的需求。

據美國食品研究所 (The Food Institute) 報導，首輪“區域農業促進計劃”(Regional Agricultural Promotion Program) 資金將說明受援組織開展數百個項目，涵蓋多種產品和市場。

聯合利華飲食策劃 (Unilever Food Solutions) 最近發佈了一份最新的餐飲服務行業趨勢報告，重點介紹了“共用食勢”等趨勢——即餐廳通過提供共享拼盤等產品來提供多感官的體驗。

中國正在努力大幅減少對進口的依賴，以促進糧食安全，但專家認為這將是一段艱巨的過程。據路透社報導，由於土地和水資源有限，中國需要通過技術和轉基因作物大幅提高農業生產率。



一種前所未聞的植物可能成為咖啡的替代品。據《Fast Company》報導，油松冬青 (Yaupon holly) 是一種原產於北美洲的含咖啡因植物，曾一度被人們遺忘，但它可能成為今年最熱門的食品趨勢之一。

Z 世代的“小點心文化”在咖啡品類中尤為明顯。根據美國食品研究所 (The Food Institute) 的數據，年輕人在追求自我保健的同時，也在追求“小點心文化”，他們開始轉向冷萃和香芋拿鐵咖啡等飲品。

根據聯合國的一份報告，由於過度使用和氣候變化，世界上半的牧場可能會退化。《聯合國防治荒漠化公約》(UNCCD) 警告說，熱帶稀樹草原、濕地、沙漠和草原的退化將危及全球六分之一的糧食供應。

宗旨

U.S. Foodlink 簡訊和電子簡報由 Food Export USA-Midwest 和 Food Export USA-Northeast 發佈。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。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。



天氣和戰爭威脅著小麥供應。

據美國食品研究所 (The Food Institute) 報導，由於農地受潮和乾旱造成的生產力損失，小麥供應量達到了幾十年來的最低水平。

根據有機貿易協會 (OTA) 的最新數據，2023 年有機認證市場的銷售額達到創紀錄的 697 億美元。據《Food Business News》報導，與 2022 年相比，銷售額增長了 3.4%；其中農產品的銷售額居首位，其次是食品雜貨和飲料。

主要由甜椒和茄子製成的阿瓦爾 (Ajvar) 調味醬的知名度正在開始從其歐洲源頭擴散。美國食品研究所 (The Food Institute) 指出，Ajvar 的風味可以分為香甜 (傳統)、辛辣 (常見) 或重辣。由於其質地更厚、更粘稠，它可以塗抹在麵包上或作為配菜享用。

益生元蘇打水已成為一種現象——儘管其成分對大多數消費者來說仍然是個謎。益生元蘇打水利用菊糖和其他纖維來源來幫助滋養有益的腸道細菌。據 IFT 報導，該品類在 2024 年的銷售額大幅上升。



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

Laura England
首席通訊官/
副主任

Teresa Miller
首席項目及合作夥伴官

Gina Donio
營銷及通訊經理

**Food Export USA-
Midwest**
309 W. Washington St., Suite 600
Chicago, IL 60606 USA
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



Bagelista Take & Bake Bagels

紐約市，紐約州

把 Bagelista Take & Bake 帶回家，即能在家享受貝果店的同等品質貝果。我們的貝果由手藝麵包師手工製作，用紐約的水源在壺中煮沸後立即冷凍，以保證最大的新鮮度。消費者只需在烤箱、烤麵包機或空氣炸鍋中烤幾分鐘，就能吃到新鮮出爐的貝果。半烤的形式讓早餐體驗更有吸引力，更有成就感。我們這款使用清潔成分的紐約美食有四種口味：原味，全料，肉桂葡萄乾和芝麻味。 www.bagelista.com



C. Howard Company, Inc. (Choward's Brand Candy)

貝爾波特市，紐約州

C. Howard 公司是來自紐約的 Charles Howard 於 20 世紀 30 年代初創立。在 20 世紀 30 年代的大蕭條時期，Howard 先生想創造一種“獨特且與眾不同的糖果口味”，於是在百老匯的一個小工業閣樓裡調製出了一種名為“Choward's Violet”的薄荷糖。之後，他開始在曼哈頓的街角兜售“Choward's Violet”，並漸漸收穫了口碑。很快，紐約市的每個街角報攤和雜貨店都能買到“Choward's Violet”，並迅速擴張到整個美國東海岸。

“Choward's Violet”大獲成功後，Howard 先生又乘熱打鐵向紐約客們推出了一種紫色的口香糖片，命名為“Choward's Scented Gum”。在之後的幾年，Charles Howard 拓寬了他的糖果系列，增添了 Choward's Peppermints、Spearmints、Lemon Mints，以及最新增到 Choward's 系列的 Guava 糖果。

Howard 先生去世後，公司在老將 Elizabeth Juhase 的帶領下繼續發展。20 世紀 70 年代，Elizabeth 將她的侄子招到了麾下，也即最近的一次公司變化，領導層換到了第三代。當時，他們的銷售網路遍及包括夏威夷在內的沿海地區。20 世紀 70 年代，Choward's 牌的糖果已在超過 7500 家商店銷售。

今天，公司繼續生產著 Charles Howard 先生開創的優質產品。這些產品現已銷往全國 50 州、加拿大、波多黎各、加勒比群島、智利和百慕大。

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。



Lafeber Company

康奈爾市，伊利諾州

Ted Lafeber Sr. 博士研發的第一種商用鳥食滋養丸為寵物鳥的生活帶來了巨大的飛躍。在此之前，鳥類的主要糧食是混合種子，所以由於營養不良所引起的疾病屢見不鮮。Lafeber Sr. 博士在他的診所精心製作的顆粒飼料每一口都能提供均衡的營養。他的 Premium Daily Pellets 產品的成功促使他於 1973 年成立了 Lafeber 公司。

他的兒子 Ted Lafeber III 博士成為了一名獸醫，並於 1988 年加入父親的公司。1990 年，他們共同創建並推出了 Nutri-Berries。Nutri-Berries 營養漿果提供由滋養丸、去殼種子和穀物混合而成的均衡營養。其獨特的漿果形狀和口感可促進自然覓食行爲。

在兩代獸醫的照料下，Lafeber 公司繼續著創始使命，憑藉先進營養的產品、卓越的品質、不斷培養、周到盡責的客戶服務和對動物們的熱愛，為寵物們的健康保駕護航。



J & J Group LLC dba Rufus Teague

肖尼，堪薩斯州

Rufus 的故事始於 2004 年，當時一位堪薩斯城的男子對純正的堪薩斯城風味燒烤情有獨鍾，並立志要成為業界標杆。漸漸地，他開始建立起來自己中西部燒烤大師的地位，並慷慨地與周圍人分享他的美食。他的烤肉令人記憶深刻，但是人們一直渴求的是他的燒烤醬。多年來，他的燒烤醬在全國最佳的燒烤競賽中屢獲各種獎項。不知不覺，他的時間已經完全專注在研發和市場醬汁了。

如今，Rufus Teague 仍以傳奇的優質燒烤醬和乾醃料醬而聞名，不過他最近已向研發正宗的燒烤小吃和煙熏咖啡風味延伸。這些產品採用優質原料製作，始終保持燒烤愛好者所追求的正宗、大膽的口味。從暢銷的傳統中西部風味到令人興奮的創新口味，Rufus Teague 提供了一系列燒烤產品，對燒烤和戶外烹飪消費者具有全球吸引力。

大多產品都是非轉基因認證、無麩質、猶太潔食，並只使用天然成分。為什麼這麼說？因為 Rufus 一直深知：“好的醬汁讓糟糕的燒烤變好，讓好的燒烤更美味”。若了解更多信息，請訪問 rufusteague.com

家族企業 | 天然成分 | 美國製造 | 正宗燒烤



Lillie's Q Sauces and Rubs, LLC

芝加哥, 伊利諾州

Lillie's Q 由大廚兼兩屆世界燒烤冠軍 Charlie McKenna 創立，專營正宗的南方燒烤風味醬汁。Lillie's Q 熱衷於傳統的南方燒烤，提供多種產品，為世界各地的廚房帶來南方菜餚的風味。公司擁有一整套屢獲大獎的醬汁產品線，採用最優質的配料製作出正宗風味，其中包括剛剛在世界燒烤錦標賽上被評為第一名的 Carolina 醋味醬汁。此外，Lillie's Q 還提供各種醃料和調味料系列，可完美提升任何肉類或蔬菜菜餚的風味。此外，他們的原切薯片系列，包括辣椒芝士和辣椒香醋等品類，提供了獨一無二凸顯南方美食精髓的小食體驗。Lillie's Q 為世界各地的廚房和烤爐帶來了真正的南方燒烤風味。

他們屢獲大獎的醬汁，如香濃的 Carolina 醬、煙熏味的 Hot Smoky 醬和濃郁的 Ivory 醬汁，都是採用世代相傳的家族秘方製成的。



Missouri Northern Pecan Growers

內華達市, 密蘇里州

更甜、更美味的碧根果。我們是一家農民所有的公司，由當地幾位碧根果農於 2000 年成立。今天，我們共有 50 多名果農成員。我們專門生產本地碧根果，與南方雜交品種相比，我們的碧根果含油量更高，更有風味，個頭更小。我們的碧根果 100% 在美國種植和加工。我們的加工設施經過 HACCP 認證，符合美國食品藥品監督管理局的要求，並經過第三方審計。我們的產品包括有機認證和非有機碧根果、碧根果油和碧根果粉。我們以生產可持續、單一成分、對心臟健康的產品而自豪，這些產品不含任何添加劑、防腐劑或轉基因衍生物。

我們在出口歐盟、加拿大、阿聯酋和亞洲市場方面經驗豐富，可以在短時間內簽發合規文件，並能直接送貨到您的倉庫或您選擇的貨運港口。請致電 (1) 417-667-3501、1-866-732 2678 免費熱線或發送電子郵件至 marketing@mopecans.com 聯繫我們。您還可以訪問 www.mopecans.com 查看我們的產品系列。

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。



SAI Probiotics LLC

楓樹林, 明尼蘇達州

SAI Probiotics LLC 致力於將優質益生菌與自然界獨特成分相結合，創造一種綜合且科學支援的方式來增強腸道和免疫力。公司創始人 Akshaya Panda 在該行業已經工作了 20 年之久——他在開始自己的創業之路之前曾在一些著名的益生菌企業中身居要職，他創業的目標是為了填補了市場上的一個明顯空白。

在這個市場，越來越多益生菌產品為了能提高益生菌的功效，菌種數量越來越多，價格也隨之越高。所以，SAI Probiotics 採取了一種更明智的方法。我們精選經廣泛研究和時間驗證的天然成分，以增強益生菌的功效和協同作用。這使我們能夠提供不僅安全、經濟、高效的產品，還是一套全面的方案提升人們的整體健康，不止局限於腸道內。

我們很榮幸向您介紹一款獨特的女性益生菌補充品——SAI Pro Femme，含有八種臨床證實有效的益生菌菌株，可改善陰道健康，預防泌尿道感染復發，抑制脂肪堆積，以及強化腸道健康。我們的產品利用了這些菌株的協同作用，當中含有薑黃素（一種強大的天然抗炎劑）和蔓越莓提取物（一種顯著的抗氧化劑）。此產品包含二十億個菌落形成單位（CFU），置於緩釋素食膠囊，包裝於內襯附乾燥劑的 CSP 容器，以保持功效和新鮮度。

如需進一步諮詢或踏上健康之旅，請聯繫我們：致電 +1-763-494-9721 或訪問 <https://saiprobiotics.com/>



Vesta Nutra

印第安納波里斯, 印第安納州

Vesta Nutra 憑藉其豐富的經驗和創新的方法位列營養保健品行業的前沿。Vesta Nutra 以其對品質和功效的承諾而聞名，其尖端的脂質體技術收獲了重大進展。LipoQuest™ 生產的脂質體以結構的高完整度，保證了其穩定和有效性。Vesta 的 LipoQuest™ 製造技術通過將成分封裝在這些微小的脂滴中，提升了營養保健品的功效。LipoQuest™ 技術確保了成分具有最佳穩定性、強化的吸收性、增大的生物利用率以及全面的營養輸送。Vesta Nutra 使用向日葵提取的磷脂，確保了脂質體的天然、可持續來源，同時提高了產品的純度和安全性。憑藉先進的生產技術，Vesta Nutra 樹立了營養保健品輸送系統的新標杆，為消費者帶來無與倫比的健康益處和卓越的產品效能。