

U.S. FOODLINK

美國食品進口商雙月刊簡報

第20卷6期



2025年值得注意的 四個食品與飲品趨勢

隨著全球市場面臨日益複雜的環境、經濟的不確定性和消費者需求的轉變，食品和飲品行業必須保持適應性和前瞻性。從事出口的美國公司已準備好利用這些不斷演變的趨勢來保持競爭力和推動成長。以下是將在 2025 年及未來幾年塑造飲食業的四大趨勢。

1 健康與保健的重新定義

隨著 Ozempic 和 Zepbound 等 GLP-1 減肥藥物的普及，全球對健康和保健的興趣也在不斷發展。這些藥物已引發消費者將焦點轉移到監測血糖和荷爾蒙平衡，這是 GLP-1 使用者的兩項重要健康指標。這為美國出口商提供了一個迎合國際市場的絕佳機會，因為國際市場越來越接受「食物即藥物」（Food as medicine）的概念。

根據 Mintel 的《2025 年全球食品和飲料趨勢報告》，功能性食品配料也正占據中心位置，消費者越來越需要能夠提供實質健康益處的食品。以蛋白質、纖維和維他命等營養素為主的產品不僅吸引
(第二頁續)



Food
Export
Midwest USA™



Food
Export USA
Northeast™

www.foodexport.org



著注重健康的消費者，也吸引著希望通過清晰的標籤傳達這些益處的消費者。

除了減肥藥物之外，功能性食品也將成爲一種大趨勢。消費者正在尋找營養豐富的產品，以配合全面健康的生活方式。美國出口商可以利用這一趨勢，開發能引起國際消費者共鳴的低血糖產品和注重健康的食品，特別是那些尋求預防性健康益處而又不需要複雜的特殊保健品的消費者。

儘管當今許多消費者都注重健康，但也還是有很多人依然把放縱和便利放在首位，而且這三方面對大多數人來說都有些重要性。



2 消費者的優先考量

儘管當今許多消費者都注重健康，但也還是有很多人依然把放縱和便利放在首位，而且這三方面對大多數人來說都有些重要性，這種現象可能會造成衝突偏好的矛盾混合。Mintel 的報告將這種趨勢稱爲「規則反叛」（Rule rebellion），消費者覺得可以自由打破傳統的飲食規範，展現出一種更靈活的方式，在放縱與健康之間取得平衡，因此催生了高蛋白巧克力蛋糕和超級食物強化糖果棒等產品。

這種趨勢已超越了個人偏好的範疇，而延伸至受通貨膨脹和供應鏈限制影響的更廣泛的市場動態。全球消費者越來越多地在犧牲品質的前提下追求價值。便利行業，尤其是線上雜貨購物，已迅速擴展，Instacart 和 DoorDash 等平台現在接受補充營養援助計劃（SNAP）福利，為更廣泛地採用送貨服務鋪路。對美國出口商而言，擴大與電商平台的合作可能是增加產品在國際市場上的可及性與知名度的策略性行動。

這種優先事項的融合，也反映在消費者對價格合理的優質產品需求日增。隨著收入差距擴大，尤其是在越南等新興市場，高性價比的高品質產品對消費者有非常大的吸引力。即食食品和零食既能為消費者提供價值，又能讓他們感受到優質的感覺，這有助於美國出口商開拓這些發展中市場。

3 食品技術的進步

全球餐飲業日益受到技術創新的驅動，以應對氣候變化、糧食不保障和不斷變化的消費者需求。再生農業就是其中一種趨勢，強調以可持續耕作技術恢復土壤健康和生物多樣性。美國公司可以利用這一趨勢，提供來自再生農業的產品，這在重視可持續性的市場中特別具有吸引力。

同樣，替代蛋白質和精密發酵（Precision-fermentation）產業的成長也可能為實現差異化帶來新的機遇。隨著消費者更樂於探索非傳統的蛋白質來源，包括植物性產品、



美國出口商有機會將這些產品引入對道德和可持續選擇需求較高的市場。

3D 打印技術在食品生產中的應用是另一個快速進步的領域，許多公司都在開發植物性海鮮和肉類替代品等創新產品。這些技術提供了新的定制化能力，讓公司可以調整風味和質地，以符合特定市場的喜好。當美國出口商拓展至不同的國際地區時，這種適應性可為他們提供獨特的優勢。

中心使用自動化系統，其他大型出口商無疑也會跟隨此趨勢。自動化系統不僅能降低勞動力成本，還能讓公司更精準地處理更大的貨量。對於正在尋找明年潛在成長機會的美國出口商而言，自動化系統可以提高營運靈活性並縮短上市時間，從而提供競爭優勢。



4 人工智能集成與自動化

隨著全球餐飲業普遍面臨供應鏈中斷、勞動力短缺以及營運成本增加等問題，生成人工智能（AI）和自動化正成為企業提高效率 and 降低成本的重要工具。Mintel 的報告強調人工智能正在如何改變從產品開發到庫存管理的一切。對美國出口商而言，投資於人工智能驅動的物流與供應鏈管理可以降低與運送延誤及其他全球挑戰所帶來的風險。

在零售和餐飲領域，人工智能驅動的技術已經在提升客戶體驗。快餐店已開始在汽車餐廳（Drive-thrus）導入人工智能，使其能夠優化訂單處理流程並縮短等待時間。此外，人工智能還能簡化後端作業，例如預測庫存需求和因應需求的季節性變化進行調整。隨著越來越多的公司將人工智能整合到他們的流程中，進一步創新的潛力是巨大的，而採用這些技術的美國出口商將有可能獲得更高的效率和對全球市場變化的反應能力。

這種自動化也不只限於零售和餐飲業，它也在正改變著物流和倉儲行業。例如，沃爾瑪（Walmart）越來越多地在其配送

對美國出口商而言，投資於人工智能驅動的物流與供應鏈管理可以降低與運送延誤及其他全球挑戰所帶來的風險。

展望 2025 年，這四種趨勢突顯了全球餐飲業對適應性和創新的需求。藉由配合這些不斷變化的消費者優先考量，並運用尖端技術，美國出口商可以在競爭激烈的國際市場中取得成功。



從無品牌到美食品牌： 自有品牌在餐飲業中的演變

自有品牌 (Private-label) 商品曾被視為全國性品牌 (National brands) 的無品牌 (Generic) 和低成本替代品，如今已演變成迎合不同消費者偏好和生活方式的精緻高品質產品。這種演變不僅重塑了美國國內市場，也為美國公司在全球食品出口領域創造了重大機遇。

自有品牌產品也稱為商店品牌 (Store brands)，近年來取得了顯著的增長。根據 Mintel 的數據，2022 年美國的自有品牌食品和飲品銷售額增加了 15.5%，佔食品和飲品總銷售額的 19.2%。這種增長受到多項因素的推動，包括食品雜貨價格上漲、消費者行為的改變，以及零售商加強自有品牌產品的策略性措施。

自有品牌領域最顯著的趨勢之一是向高端化 (Premiumization) 轉移。零售商正在開發提供高品質、創新和獨家產品的優質自有品牌。這一轉變正在改變人們對自有品牌的觀念，從經濟實惠的替代品轉變為令人嚮往的理想品牌。例如，Walmart 推出的 Uniquely J 系列以都市千禧一代為目標，提供環保且具社會意識的產品，標榜以植物為主的成份、美國農業部有機認證 (USDA Organic) 和公平貿易 (Fair Trade) 認證。

消費者偏好與市場動態

消費者的偏好是自有品牌蓬勃發展的核心。越來越多的消費者在尋找能提供最佳整體價值的產品，將經濟實惠與高品質完美結合。根據最近的調查，83% 的消費者認為自有品牌比全國性品牌更物有所值，85% 的消費者認為自有品牌的品質等同或優於全國性品牌。此外，94% 的消費者認為自有品牌在提供適合他們生活方式的產品方面同樣出色或更勝一籌。

這種消費者信心反映在自有品牌產品在不同類別的表現上。例如，根據 Nielsen 的資料顯示，自有品牌產品在沙律醬 (+6%)、鹹味零食 (+4%)、捲餅和玉米餅殼 (+12.1%) 以及蘸料和塗醬 (+3.2%) 等領域都有顯著的成長，在這些領域的表現往往超越全國性品牌。

正在推動自有品牌市場增長與發展的幾個主要趨勢包括：

可持續性與道德採購： 消費者，尤其是年輕的消費者，越來越關心他們購物對環境和社會的影響。Mintel 指出，30% 年齡介乎 18-34 歲的消費者會購買更多以可持續採購為特色的商店品牌產品。

消費者越來越關心他們購物對環境和社會的影響。自有品牌正在通過納入可持續發展和道德採購的原料來應對

這一趨勢。註冊整體營養師兼加拿大健康食品協會 (Canadian Health Food Association) 營銷和通訊副總裁 Lynsey Walker 指出：「我們看到自有品牌在一個領域有顯著的成長，那就是加入第三方背書，例如 Whole Foods 的 365 系列支持國際公平貿易 (Fairtrade International) 和雨林聯盟 (Rainforest Alliance)。」

健康與保健： 人們對於更健康、營養更豐富的食品的需求也在不斷增長。約 83% 的消費者希望過上更健康的生活，而 70% 的消費者在選擇更健康的食品方面付出了更多努力。自有品牌正在利用這一趨勢，提供含有促進健康和保健的成分的產品。

便利與創新： 現代消費者快節奏的生活推動了對方便、即食餐點和零食的需求。為滿足這一需求，自有品牌正將重心放在「隨身」食品和創新包裝解決方案上。包裝紙 (Wraps)、包裝膜 (Films) 和小袋子 (Pouches) 等軟性包裝的使用越來越普遍。

烹飪多樣化： 全球美食的影響在自有品牌市場中顯而易見。消費者正在尋求大膽且充滿活力的搭配，以反映多樣化的烹飪傳統。零售商正推出迎合這些愛探索新口味的消費者的產品作出回應。

在即食餐食和健康零食等細分市場中，自有品牌食品和飲品市場的競爭者數量不斷增加，預計全球自有品牌食品和飲品市場將有可觀的增長。

千禧世代是推動即食餐食市場成長的重要力量，其影響力尤其顯著。在美國，千禧世代人口估計約有 7,590 萬，佔總人口的 23.3%。這群人口對方便、高品質的食品的偏好正在影響著國內和國際的市場趨勢。

美國出口商的策略考量

希望出口自有品牌產品的美國公司首先必須進行徹底的市場調查，以了解目標市場的消費者偏好、法規要求和競爭動態。這將有助於量身打造符合當地需求的產品，並確保符合法規。

此外，與當地零售商和經銷商建立策略夥伴關係，以獲得市場洞察力並加強分銷網路。與當地品牌合作也有助於建立品牌知名度和信任度。

出口商應強調產品採購及製造流程的可持續性與透明度。全球消費者越來越重視道德與可持續實踐，強調這些方面可以讓產品在競爭激烈的市場中脫穎而出。

與此同時，出口商還應努力制定強大的營銷和品牌策略，以引起當地消費者的共鳴。強調自有品牌產品的品質、價值和獨特屬性，有助於建立消費者的信任和忠誠度。

食品和飲品行業中的自有品牌市場正經歷重大的成長和轉型。在不斷變化的消費者偏好、零售商的策略性措施以及創新產品的驅動下，自有品牌正在重新定義市場格局。對美國公司而言，這在國內和國際上都提供了大量機會。透過了解市場動態、投資創新及強調可持續發展，美國出口商可把握自有品牌產品需求成長的機會。



Food Export 將在 2025 年 參加這些國際貿易展覽會！

Super Market Trade Show (SMTS)

日本東京 - 2025年2月12-14日

Gulfood

阿聯酋杜拜 - 2025年2月17-21日

FOODEX Japan

日本東京 - 2025年3月11-14日

VIV Asia

泰國曼谷 - 2025年3月12-14日

Expo ANTAD & Alimentaria

墨西哥瓜達拉哈拉 - 2025年3月25-27日

FHA-Food & Beverage

新加坡 - 2025年4月8-11日

ANUGA Select Brazil

巴西聖保羅 - 2025年4月8-10日

SIAL Canada

加拿大多倫多 - 2025年4月29-5月1日

Zoomark International

意大利博洛尼亞 - 2025年5月6-8日

HOFEX

中國香港 - 2025年5月14-16日

SIAL China

中國上海 - 2025年5月19-21日

Thaifex ANUGA

泰國曼谷 - 2025年5月27-31日



Seoul Food & Hotel

南韓首爾 - 2025年6月10-13日

Food Taipei

台灣臺北 - 2025年6月25-28日

China Fisheries Show

中國青島 - 2025年9月3-5日

Fine Food Australia

澳洲悉尼 - 2025年9月8-11日

Seafood Expo Asia

新加坡 - 2025年9月11-13日

Food Tech Summit & Expo

墨西哥墨西哥城 - 2025年10月3-4日

ANUGA

德國科隆 - 2025年10月4-8日

美國中西部和東北部 焦點州份概況



新聞摘要



美國碼頭工人與港口運營商日前達成協議，迅速結束為期三天的罷工。

據路透社報導，該臨時協議包括在六年內將工資提高近 62%。

包裝消費品 (CPG) 企業已經開始將單份餐食、小包裝零食和可吸飲的湯視為吸引 GLP-1

使用者的策略。據彭博社報導，高階主管不再將減肥藥視為生存的威脅，而是將其視為一種可為這種新飲食方式生產食品的機會

在最近舉行的國際餐飲服務經銷商協會 (IFDA) 會議上，利益相關者考慮了人工智能對產業的影響。

會議主題包括供應鏈動態、科技化的安全措施，以及人與人之間連線的必要性。

在過去幾年中，消費者對零食的需求發生了顯著變化，這主要是由於人們更加注重新鮮以及與食物之間的情感聯繫。

這一轉變加速了人們對能提供愉悅和功能性的健康零食的需求。

冷乾糖果曾經是太空人和軍方的專利食品，現在已經成為糖果市場的發展趨勢。

有一家公司正在運用其專利的冷乾技術，生產出口感極佳的糖果產品，並且贏得了一眾追捧者。

消費者的需求正在推動無過敏原糖果的創新

據《Confectionery News》報導，隨著對不含過敏原產品的需求激增，各品牌正從不含乳製品和麩質的糖果，轉而提供迎合日益增長的多重食物過敏消費者群的選擇。

南瓜口味的產品持續贏得消費者的青睞，

根據 Grocery Doppio 的一份報告表示，這促進了衝動性購物和需求的增長。

超大份的三文治在英國的餐廳中越來越多，而且每一份都含有大量的碳水化合物。

據《衛報》報導，美式 XXL 超大份三文治在倫敦和愛丁堡等城市越來越受歡迎。

Innova Market Insights 數據顯示，從 2019 年 7 月到 2024 年 6 月，聲稱使用植物性包裝的產品數量增加了 29%。 Packaging Insights 報告指出，乳製品是最主要的類別，佔 2023 年 7 月至 2024 年 6 月期間推出產品的 23%，但其他類別 (如糖果) 對植物性包裝的使用也有增加。

Domino's 的「緊急披薩」(Emergency Pizza) 活動促進了訂單激增，並為其忠誠計劃帶來了數百萬名新會員。據《華爾街日報》報導，該公司花了兩年時間微調其營銷計劃，以確保盈利能力，並且確保客戶無法玩弄系統。

無酒精啤酒的發展勢頭越來越猛，甚至在世界最著名的啤酒節——德國的 Oktoberfest 也不例外。據美聯社報導，目前非酒精類啤酒佔世界上歷史最悠久的釀酒廠——Weihenstephan 總產量的 10%。

Trax 對 12,000 名消費者進行的調查顯示，92% 的消費者傾向於堅持購買自己喜愛的糖果品牌，而 75% 的消費者則採取較隨意的方式來購買糖果。此外，68% 的受訪者表示，零售店的陳列在很大程度上影響了他們購買糖果的習慣。

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**

 **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。



Abba Industries

普利茅斯, 密西根州

Abba Industries 擁有超過 40 年歷史的配方, 提供天然、滋養、美味且具功能性的生薑飲品、濃縮飲品及保健飲品。我們最暢銷的產品包括溫和的 Ginger Quencher、辛辣的 Ginger Refresher 和獨特的 Ginger Hibiscus 等口味。我們的飲品有 12 安士 (355 毫升)、59 安士 (1.75 公升) 和 5 加侖 (19 公升) 三種規格, 並在各種有機健康食品店、雜貨店、超級市場、熟食店和快餐店、餐飲場所、加油站、學院和大學、酒店、餐廳、釀酒廠和酒庄冷藏有售。正在尋求國際經銷夥伴。

天然 | 真實的原料 | 真正的味道 | 無防腐劑 | 無人造色素 | 無人造香料 | 非轉基因 www.abbasuperstore.com



Anderson International Foods

澤西城, 新澤西州

Sincerely, Brigitte 是 Brigitte Mizrahi 的心血結晶。她分享了對美食芝士的熱情, 以及將食品產業中呆板的細分市場轉變為大膽、創新口味和冒險的願景。我們的產品以優質不含 rBST 的牛奶為起點, 原料來自威斯康辛州的小型乳牛場, 使用素食凝乳酶和新鮮的配料。我們引以為傲的是為您帶來最新鮮、最獨特的風味。Sincerely, Brigitte 延續她的傳統, 將甜味、辛辣味和鹹味等新口味組合在一起, 製作出最令人興奮的芝士。所有芝士均通過 OK 猶太潔食認證和 ETIMAD 的清真監督認證。 www.aifoods.com



Antoni Ravioli & Pasta Co. Inc.

馬薩佩瓜, 紐約州

Antoni Ravioli & Pasta Co. Inc. 75 年來一直生產最高品質的意大利餃子、意粉和麵條。該公司為自有品牌、餐飲服務和零售業生產。

雖然所有公司都會說他們的產品是最好的, 但 Antoni Ravioli & Pasta 卻以其 75 年的聲譽來說話。如需產品資訊, 請與 Gene Saucchi 聯繫, 電話 1-516-799-0355 或 1-516-263-5544 或電郵 saucchi@optonline.net。



Columbus Vegetable Oils

德斯普蘭斯, 伊利諾州

Columbus Vegetable Oils 是近 300 種食用油、起酥油、醬料、調味料和蘸料的供應商。身為第四代女性經營的認證企業, Columbus 提供優質的客戶服務、快速的加工流程及具競爭力的價格。Columbus 在伊利諾州德斯普蘭斯和內華達州里諾設有兩家分銷設施, 兩家設施均擁有食品安全和品質方面的著名 SQF 認證, 證明了其採購最高品質原料並進行嚴格內部實驗室測試的承諾。品牌包括 Butcher Boy、Mike's Brand、Sunrise Shortening、Nature's Secret、Sorrento's Olive Oil 和 Soaper's Choice, 此外還提供自有品牌服務。近 90 年來, Columbus 一直是您值得信賴的合作夥伴。如需了解更多資訊, 請訪問 www.cvoils.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。



Culver Duck Farms Inc.

米德伯里, 印第安納州

Culver Duck Farms 是養鴨業的知名品牌, 擁有悠久的歷史, 並堅守對品質、動物福利和可持續發展的承諾。Culver Duck 以領先養鴨業的雄心壯志成立, 多年來已取得顯著的成長。1959 年, Herb Culver Jr. 和 Howard Phillips 建立了世界上最大的鴨孵化場, 每年生產 3 百萬隻小鴨, 從這個重要的里程碑開始, 公司取得了無數的成就。

Culver Duck 是北美唯一一家獲得美國人道認證的養鴨場, 彰顯其對動物福利的貢獻。該公司的北京鴨在寬敞的飼養場內飼養, 讓牠們自由活動, 並在確保牠們健康的環境下生活。這種方式不僅有助提高 Culver 的鴨子的品質和瘦肉率, 而且也符合公司的核心價值觀, 即信任、團隊合作、誠信、承諾和尊重。



DnD Mediterranean Foods LLC

俄克拉荷馬城, 俄克拉荷馬州

我們是一家總部位於美國的公司, 向歐洲、北非和中東出口加州的生堅果。我們在開心果、大杏仁和核桃方面擁有四代相傳的專業技術, 使我們成為業界的領導者。

除了堅果和乾果, 我們也在俄克拉荷馬市生產「美國製造」的芝麻醬。我們是全球主要鷹嘴豆泥品牌和全國零售品牌的主要供應商。

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。



Endless West

底特律, 密西根州

Endless West 是您出口散裝烈酒、濃縮酒和包裝品牌的合作夥伴, 讓您發揮全球潛力。無論您是希望擴大產品組合還是推出新業務, 我們能專門為您的企業提供量身定製的解決方案。與 Endless West 合作, 您將享有無與倫比的靈活性——我們的產品以中型散裝容器 IBC 桶或以 ISO 的形式提供, 您也可以選擇我們多種包裝的烈酒和即飲雞尾酒, 隨時可以運送到世界任何地方。無論您是需要搭配基準配方或創造獨特的風味, 我們都能滿足您的需求。

與 Endless West 合作, 降低您的生產成本、簡化供應鏈, 並發掘無限可能。



Fancypants Baking Company

沃波爾, 馬薩諸塞州

Fancypants 以作為一個女性所有的品牌為傲, 使用真正的優質原料製作口感豐富、美味可口的脆餅乾。Fancypants 由 Maura Duggan 於 2004 年創立, 最初是一家裝飾曲奇餅公司, 現在已發展成為一個美味的脆餅品牌。Fancypants 的靈感來自 Maura 放學後與祖母一起製作的自製餅乾, 口味經典、平易近人、創新且帶有特別的花式風味。身為最早的升級再造 (Upcycle) 餅乾之一, Fancypants 致力於可持續發展, 他們使用升級再造的燕麥麵粉烘焙, 並自豪地成為零食物浪費品牌。



Robin's Snack Group dba Grandpapa's Snack Company

哈姆特拉姆克市，密西根州

Grandpapa's Snack Company 是一家女性擁有的天然成分零食製造商。我們的產品不含人工色素和人工香料。Grandpapa's 製造各種不同形狀、大小和口味的膨化零食。我們對產品的口味和品質引以為傲。Grandpapa's 堅持最高的質量標準。我們使用真正的芝士，並且只烘烤我們的產品，這是比傳統油炸更健康的方式。這使我們的產品具有獨特的風味和品質，從競爭中脫穎而出。Grandpapa's 已出口至大洋洲和中東市場，並將於今年十月在美國一家大型連鎖店上架！

Grandpapa's 很榮幸能為消費者提供高品質的零食。我們使用真正的芝士，並且只烘烤我們的產品，這是比傳統油炸更健康的方式。這使我們的產品具有獨特的風味和品質，從競爭中脫穎而出。



Smoke'n Magic

穀谷，密蘇里州

Smoke'n Magic 以大膽、風味濃郁的調味料和醬汁將人們聚集在一起，這些調味料和醬汁是與家人和朋友一起烹飪無數個小時的成果。這些混合調味料旨在提升每種肉類的天然風味，可為牛腩增添濃郁的鮮味、為雞肉增添甜辣的刺激、為豬肉增添美妙的甜味。無論您是燒烤、煙燻或是用其他方法烹調，Smoke'n Magic 產品都能為您帶來充滿活力的美味體驗。您不僅可以品嚐到美味可口的肉，外觀也會令人驚艷。我們將為您帶來真正神奇的烹飪體驗——讓神奇之旅開始吧！



Upton's Naturals

芝加哥，伊利諾州

Upton's Naturals 成立於 2006 年，是美國銷量第一的 Seitan 麵筋品牌。我們的產品以在伊利諾州芝加哥市製造為榮，使用簡單的原料，不添加任何香精、色素或防腐劑。我們提供各式各樣的出口產品，包括麵筋、菠蘿蜜、香蕉花菜和素食罐頭湯。不論您是純素食者、素食者、或只是想少吃肉的人，Upton's Naturals 都讓您輕鬆在家製作美味、健康的植物餐。請訪問 uptonsnaturals.com/wholesale 了解更多資訊。



Van Holten's Pickle-In-A-Pouch

滑鐵盧市，威斯康辛州

我們是 Van Holten's，是原創 Pickle-In-A-Pouch 的製造商！我們有各種口味，從當地的小朋友到您的祖父母，一定都能找到我們 DILL-ICIOUS 的美味。

我們的 Charismatic Characters 非常適合隨身攜帶。每顆醃青瓜都是獨立包裝，內含一顆醃青瓜，並添加鹽水，是多汁的小吃。Van Holten 的醃青瓜不含麩質和脂肪、而且低熱量和適合生酮飲食者，是對您更有益的零食選擇。Pickle-In-A-Pouch 每盒 12 箱，保質期 2 年。本產品無需冷藏。

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。



Fry Krisp Food Products Inc.

傑克遜市，密西根州

以生產優質麵糊、裹粉和調味料而聞名的 Fry Krisp 很高興宣佈推出方便袋裝的新零售系列。這種創新包裝的設計旨在將廚師和美食愛好者喜愛的高品質脆皮直接帶入家庭廚房。小袋包裝提供實用、可重複封裝的解決方案，確保每一餐的新鮮度和易用性。Fry Krisp 的新包裝形式非常適合那些喜歡在家烹製餐廳級油炸食品的人，讓您更簡單地達到完美的酥脆效果，而無須大費周章。無論是烹調雞肉、魚肉或蔬菜，這些小袋都能以最少的工作量提升風味和口感。Fry Krisp 將繼續為專業廚房設定卓越的標準，並讓現在的家庭廚師更便於使用。



Heliponix, LLC

伊凡斯維爾，印第安納州

Anu™ 是一個專注於簡化新鮮農產品種植的健康和保健品牌。我們的 Rotary Aeroponics® 技術支持如 Nespresso 一樣的商業模式，提供豆莢訂購服務，幫助用戶種植 Pure Produce® ——一種在減少浪費的同時，為營養、風味和食品安全設定新標準的農產品。Anu 由來自普渡大學的前 NASA 工程師創立，致力於推動家庭和商業空間的可持續室內種植。在美國國家科學基金會和美國農業部的資助下，Anu 使用人工智能驅動的 LED 演算法，確保每天毫不費力地收穫，促進當地、無農藥且營養豐富的食物生產，同時將對環境的影響降至最低。



Fusion Gourmet Foods, LLC

威克薩姆，密西根州

ON~A DATE 是一款美味可口的零食，將您的零食體驗提升到新的高度。讓您盡情享受香滑的塔希尼醬或花生醬、香醇的牛奶或濃郁的黑巧克力與這些高品質的美國有機甜棗的和諧融合，體驗在您的味蕾上舞動的甜味與美味的完美平衡。

ON~A DATE Tahini & Coffee 最近在堅果、種子、零食及乾果類別榮獲著名的 2024 SOFI 金獎。

身為一家特色食品生產商，Fusion Epicure 銳意創造美味健康的零食，摒棄加工食品，專注於有益健康的食材。



Show-Me BBQ Sauce, LLC

羅奇波特，密蘇里州

近五十年來，Show-Me® Bar-B-Q Sauce 證明了美妙的味道只需幾種簡單的配料。我們的三款調味汁和五種調味料植根於密蘇里州的腹地，是中西部地區的主打產品，但卻遍及 50 個州、11 個國家和眾多軍事基地的廚房。我們的耐儲存，無需冷藏的醬料讓每個人——從家庭燒烤愛好者到各地的專業燒烤廚師，都能享受到我們風味獨特的經典美味。身為一家家族企業，我們深知真正重要的是超越任何語言或文化障礙——與摯愛共渡美食時光。傳統養育了我們，而美食探索則讓我們感動。產品是由我們製作的，但是難忘的時刻是由美食愛好者創造的。

無需冷藏 | 無麩質 | 無添加防腐劑 | 無添加填充物

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。