

U.S. FOODLINK

專為美國食品進口業者發行的電子雙月刊

Vol. 21 No. 4



現代商品銷售趨勢 美國餐飲業現況

全球在競爭十足且經濟充滿不確定性的變換局勢之下，餐飲進口業者必須掌握最新的美國商品銷售趨勢、策略和創新。

其中又以小型和新興品牌為最，這些業者努力在實體零售環境和數位平台上重新定義各種餐飲的定位。以下介紹幾個重大商品銷售趨勢，不僅在近期影響了消費者行為，更重塑整個餐飲業。

重新設計零售貨架，創造更大影響力

傳統超市中，貨架商品的擺放位置依然是刺激消費者購買特定食品雜貨的一個超強因素，但越來越多新興品牌利用動態商品銷售策略與已臻成熟的產業巨頭競爭。

靈活的貨架陳列系統讓零售商能快速更替和主打新品或季節性產品，這類系統越來越流行，能協助小品牌躍升至走道末端展示位置或與視線齊平的貨架位置。例如，Partake Foods 的無過敏原零食產品就利用這樣的系統，陳列於靈活銷售區域中最顯眼的位置，並經常在主流零食區取得黃金位置。

此外，數位顯示器已取代傳統價格標牌，成為進一步提升購物體驗的策略。而走道末端展示位置附帶 QR 碼，能讓購物者隨時連結到食譜、使用方法或營養資訊的互動策略也已相當普遍，成功讓標準的商店貨架搖身一變成為吸引消費者的接觸點。

結帳區域的設計也不斷演進，過往總是琳瑯滿目、讓人最後一刻衝動放入購物車的五彩糖果選項，逐漸改成陳列更健康的零食商品，或用數位呈現的方式祭出搶眼的限時優惠。Poppi 是一個主打有健康益處的飲料品牌，最近將益生元汽水品項陳列於走道末端展示位置和結帳貨架，利用鮮豔的色彩和醒目的展

(接續第 2 頁)



Food
Export
Midwest USA™



Food
Export USA
Northeast™

www.foodexport.org

現代商品銷售趨勢 (續)

示位置，大幅提高衝動購物的機率，也因此實現了巨額成長。

利用外包裝來行銷

對於新興餐飲品牌而言，創新的外包裝已然成為脫穎而出的關鍵。新式包裝設計要能夠清晰且直接地傳達出品牌形象和產品價值。

Liquid Death 使用外觀設計大膽的鋁罐，在早已飽和的水商品紅海中取得顯著成功，這些鋁罐外觀明確傳達出品牌瀟灑不羈的個性以及對永續發展的承諾，畢竟這是現今消費者最關心的課題，消費偏好也大多轉向可回收、可生物降解或可重複使用包裝等的環保解決方案。

而清楚標示永續屬性的產品，例如無塑膠認證或碳中和標章，對環保意識高漲的消費族群而言特別有吸引力，這些視覺提示對購買決策 (尤其是對年輕消費者) 的影響力日益加深。

健康導向和多元文化吸引力

健康與保健趨勢在食品銷售中持續佔據主導地位，促使品牌紛紛在包裝上印製營養價值標示。零食和即食調理食品通常會在包裝正面印製健康聲明，例如「優質蛋白質來源」、「零糖分添加」或「高纖維」，藉此幫助消費者快速找到符合個人健康目標的產品。有趣的是，無論是富含蛋白質的布朗尼或適合生酮飲食的冷凍甜點，這些講求健康的產品通常能在誘人口味與功能性效益之間找到絕妙平衡點，成功吸引到味蕾享受和營養攝取皆不願妥協的消費者。

多元文化商品銷售策略也使各家業者蓬勃發展。美國消費者的口味已經明顯全球化，促使零售商將國際商品直接整合到主貨架，而不是另行陳列

的健康效益，同時也利用道地的多元文化吸引力，給消費者留下深刻印象。

全通路策略及數位行銷

網路行銷策略對於長期成功也至關重要。數位貨架 (Digital shelf) 對產品能見度、影像呈現和消費者評論都必須有更精細的關注，因為這些是吸引線上購物者前來瀏覽的一大關鍵，各品牌也積極利用搜尋引擎最佳化 (SEO) 和精準廣告等策略以確保自己能在數位領域取得絕佳地位。例如，麥片品牌 Magic Spoon 利用精確的關鍵詞最佳化和引人入勝的數位內容，成功主導線上搜尋並建立起強大的數位到零售消費管道。

與此同時，業者亦積極無縫整合數位策略與實體零售體驗。全通路方法已成為常態，例如零售商應用程式推出可在線上商城和店內兌換的個人化促銷優惠。

根據 NielsenIQ 調查，美國有超過 86% 的包裝消費品 (Customer Packaged Goods, CPG) 銷售涉及購物者與多通路間的互動，因此各個平台之間是否一致非常重要。現今品牌對社群媒體的依賴日益加深，往往會在產品上架前成立社群，藉此催生消費需求，因此使用 Instagram 和 TikTok 等平台已成為產品上市和推動試用體驗重要的一環。

體驗式零售與 AI 整合

面對電子商務激烈競爭的局面，實體零售商也積極採取體驗式商品銷售策略提升客流量。現在，雜貨店會舉辦互動展示會、產品樣品試用促銷活動和擴增實境 (AR) 等數位體驗，精釀飲料品牌更是推出了支援 AR 的包裝，能讓消費者用智慧型手機掃描後查看動態視訊內容，以及將產品轉變為互動式的故事敘述平台。

在幕後，AI 和自動化不斷提高商品銷售效率，AI 驅動的分析幫助零售商根據人口統計資料和銷售趨勢將產品分類在地化，進而建立超精準定位的商店陳設。Foxtrot Market 是一間混合式連鎖便利商店，利用資料驅動的 AI 分析量身打造產品選擇和互動式展示，進而提升消費者在店內的體驗。此外，電子貨架標籤 (ESL)、自動庫存監控系統和機器人貨架掃描器等各種店內創新，也幫助餐飲企業保持最佳貨架狀態以及產品可用性。

未來契機

對於尋求市場切入或策略性洞察的全球進口商，為現代商品銷售趨勢提供了幾個重點觀察：成功的產品定位需要一個全盤方案，能有效整合創新包裝、關於健康和永續發展的明確資訊以及無縫的數位到實體策略。

最終，2025 年後的商品銷售會更加考量消費者的所在平台，例如在店內瀏覽、線上購物或透過社群媒體與品牌互動，並以此考量為出發點，向消費者展示他們真正重視的產品。瞭解並利用這些趨勢對於成功駕馭多樣且複雜的餐飲市場至關重要。



於專賣區。主打正宗異國風味的品牌行銷策略，例如菲律賓烏貝 (ube) 甜點或韓國辛奇點心，也因吸引到主流購物者的貨架陳設策略而受惠。

強調真材實料與天然風味的包裝進一步增強這種吸引力，在躍躍欲試的味蕾冒險和健康導向的購買習慣之間縮小兩者的差距。例如，墨美結合的品牌 Siete Foods 在旗下產品的顯眼之處標上無穀物、無麩質且適合原始人飲食法，有效傳達商品

新的餐飲包裝創新與法規

談及包裝，永續發展是許多消費者最關心的問題。市調公司 Mordor Intelligence 預測，永續包裝市場規模將從 2024 年約 2,930 億美元成長到 2029 年近 4,240 億美元，其中大部分成長來自消費者意識提高和監管壓力加大。

讓我們來看看餐飲包裝的幾個最新發展。

紙酒瓶

最近，英國包裝公司 Frugalpac 推出以紙纖維打造的紙酒瓶「Frugal Bottle」（節儉瓶），與 Latitude Wines 和 Monterey Wine Co. 合作，目前已正式上架美國約 1,200 家 Target 門市。這種酒瓶使用 94% 的再生紙板製成，製程中的碳足跡比傳統玻璃瓶降低 84%，重量為 83 克，約為傳統玻璃瓶的五分之一。

這種環保酒瓶內部採用可輕鬆分離的食品級聚乙烯 (PE) 袋，提高節儉瓶的可回收性，還可延長酒液新鮮度至少一年。

可路邊回收的紙張填料包裝

在零食貨架上，KIND Snacks 近期在部分 Whole Foods 門市首次試用新推出的可路邊回收紙張填料包裝。此新包裝由 How2Recycle 與包裝公司 Printpack 合作設計，採用符合 How2Recycle 可路邊回收標準的可製紙漿紙，支援品牌在 2030 年實現 100% 可回收包裝的目標。

升級改造柑橘皮以製成包裝

越來越多業者投入研究將柑橘皮副產品改造成全新包材，可望取代石油製成的塑膠（尤其是微塑膠），微塑膠會在環境中累積，經常被野生動物誤食，最終進入人類食物鏈，構成重大的健康和生態風險。這些替代材料含有大量的聚合物，如果膠、木質素、纖維素和半纖維素，經過加工後可以為人利用。例如，果膠是一種天然聚合物，形成的薄膜具有可生物分解以及可堆肥的強大機械性質。此外，柑橘皮中的纖維含

有纖維素與木質素，有助於加強包材的強度和耐用性。

但在柑橘皮製成材料成為常態之前，必須先通過重重法規與安全挑戰。首先這些柑橘皮需經過嚴格評估，確保符合食品接觸安全標準，尤其是農藥殘留、微生物污染以及精油等有效成分的允許含量。例如，所有歐盟包裝產品一律須符合針對堆肥標準的 EN 13432 法規，美國 FDA 法規下也有類似準則，要求在核准投入商用之前進行徹底測試。

2D 條碼

現今越來越多包裝都會加上 2D 條碼，以利企業蒐集資料、取得見解。例如，QR 碼用於各種目的，在行銷或消費者參與活動中尤其常見，資料矩陣碼則通常用於產品識別和可追溯性。相反地，PDF417 條碼主要用於裝運標籤和複雜的資料儲存。

使用 2D 條碼有很多優勢，包括更大的資訊儲存容量以及獨特的強大可追溯能力，企業憑藉這些優勢能夠更詳細追蹤整個供應鏈中的產品，進而確保食品安全和遵從法規。此外，2D 條碼相當耐用，有自行糾錯功能，即使部分損壞仍可準確讀取。

更永續的未來

Shorr《2025 年永續包裝消費者報告》(2025 Sustainable Packaging Consumer Report) 指出，90% 的消費者表示更傾向購買採用永續包裝的品牌產品，另有 54% 的消費者表示會刻意選購符合此標準的產品，有鑑於此，對餐飲企業而言，開發能反映相關價值理念的包裝解決方案非常重要。



美國中西部和東北部各州概況





新聞摘要

2025 年 NRA Show 美國芝加哥食品展新趨勢：創新風味的韓式主菜、更乾淨的煎炸油和口感層次豐盈的飲料—其中少不了令人食指大動的迷你韓式辣醬炸雞堡，或在 TikTok 紅透半邊天的火辣蒔蘿醃黃瓜檸檬水。

Bankrate 數據顯示，貿易緊張局勢迫使美國消費者繼續勒緊褲帶，54% 的成年人預計減低今年花在餐飲、娛樂和旅遊方面的支出。CNBC 報導，Intuit Credit Karma 另一項研究發現 83% 的消費者若面臨財務狀況惡化，將考慮減少購買非必需品。

食品包裝標示對消費者的身體健康沒有顯著影響，據 *Packaging Insights* 報導，喬治城大學 (Georgetown University) 的一項研究指出，沒有證據顯示食品外包裝的健康標示與食物攝取量、飲食品質或肥胖率有正相關。

蒔蘿醃黃瓜、熱蜂蜜和抹茶是零食類別中最值得關注的新趨勢，GlobalData 底下的創新暨消費者見解平台 Ai Palette 如是說。據 *Just Food* 報導，「正餐零食化」(Snackification)，也就是以零食取代正餐的趨勢，為製造商帶來不少商機。

「返璞歸真」趨勢顯示消費者越來越注重真實性、成分透明，和親身體驗，而不再一味追求以高科技打造的過度增強食品。這股風潮日益擴大，漸漸地餐飲業者紛紛搭上潮流，推出古早味商品，改造舊有行銷策略，同時強調商品的天然成分。

「超陽剛氣質」當道，Z 世代男性逐漸增加肉類攝取量。在各大網紅的推波助瀾之下，以及各界相繼推崇牛肉對於達到最佳體能狀態不可或缺的論述，食品業從中發掘重要契機。

即便經濟充滿不確定性，消費者仍堅決歡欣度過這一夏，不僅日益青睞自有品牌，更四處尋覓價格實惠的高熱量零食奢侈品。

每當談及食物浪費，購物者要求看到實質行動成果，而不是空口承諾。*Supply Chain Brain* 根據一份新報告指出，近四分之三的美國和英國購物者表示，將從目前習慣採購的超市轉向致力投入減少食物浪費且主動報告最新狀態的超市。

關稅措施引起部分消費者憂慮，其中 73% 擔心食品雜貨價格上漲，55% 擔心供應不足，51% 擔心負擔能力，以上是來自食品工業協會 (FMI) 的數據。即便如此，消費者仍盡己所能地苦中作樂，而食物正是一大快樂源泉。

疫情後的壓力釋放與價值觀轉變，催生出新一波重情感的植物性消費者。*Vegconomist* 指出，專家建議品牌透過關注同理心、福祉和永續發展，進而吸引這些植物性食品愛好者。

雖然 Chomps 平均每天生產 200 萬根肉乾零食棒，但仍難以滿足消費需求。據 *彭博社* 報導，該公司僅有能力完成約 84% 的訂單，還不得不延後版圖擴張和產品開發計畫。

雖然 70% 的美國人表示非常擔心食品雜貨價格節節攀升，但 75% 的人仍認為自己能夠控制支出。根據美國食品工業協會 (FMI) 發佈的《2025 年美國食品雜貨購物者趨勢》(U.S. Grocery Shopper Trends 2025) 報告，雖然經濟存在不確定性，但購物者的態度仍相對穩定。

U.S. FOODLINK

美國中西部、
東北部食品出口協會成員

Brendan Wilson
執行長

Michelle Rogowski
營運長/副執行長

Laura England
公關長/副執行長

Teresa Miller
計畫與合作長

Gina Donio
行銷與公共關係經理

美國中西部食品出口協會
(FOOD EXPORT-MIDWEST)
309 W. Washington St., Suite 600
Chicago, IL 60606 USA
312.334.9200

美國東北部食品出口協會
(FOOD EXPORT-NORTHEAST)
One Penn Center, 1617 JFK Blvd.,
Suite 420
Philadelphia, PA 19103 USA
215.829.9111

www.foodexport.org
如有任何指教或疑問，
請來信洽詢：info@foodexport.org

訂閱方式

U.S. Foodlink 電子報開放全球多國的讀者訂閱，以雙月刊形式發行。如欲瞭解如何在您所在的國家訂閱本電子報，請來信洽詢 info@foodexport.org。

 Food Export-Midwest & Food Export-Northeast

 Food Export-Midwest & Food Export-Northeast

 foodexportsusa

 foodexports4941

 Food Export-Midwest & Food Export-Northeast

使命宣言

本 U.S. Foodlink 電子報與電子郵件通訊是由美國中西部食品出口協會和美國東北部食品出口協會為您呈現；這兩大洲級貿易組織致力推廣美國食品和農產品的出口事業。美國中西部、東北部食品出口協會透過美國農業部國外農業署 (FAS) 的市場拓銷計畫 (MAP) 資金管理多項服務。U.S. Foodlink 以易於閱讀的格式向讀者呈現可靠的數據和資訊。

美國中西部、東北部食品出口協會透過美國農業部國外農業署 (FAS) 的市場拓銷計畫 (MAP) 資金管理多項服務。如有身心障礙讀者需要合理調整，或透過其他通訊方式取得計畫資訊，敬請與我們聯絡。此外，計畫資訊也提供除英語外的其他語言版本。美國中西部、東北部食品出口協會禁止在其所有計畫和活動中基於下列任一因素產生歧視，包括種族、膚色、國籍、宗教、性別、性別認同 (包括性別表現)、性取向、身心障礙、年齡、婚姻狀況、家庭/父母狀況、公共援助收入、政治理念、對過去參與民權運動之報復行為。如欲提交計畫歧視申訴，請造訪 <https://www.ascr.usda.gov/filing-program-discrimination-complaint-usda-customer>。美國中西部、東北部食品出口協會是提供平等就業機會的雇主和供應商。美國中西部、東北部食品出口協會絕不容忍詐欺行為並預防任何計畫中出現詐欺行為。美國中西部、東北部食品出口協會保留接受或拒絕公司加入其計畫之唯一權利。如欲瞭解完整的參與政策和我們的倫理準則，請造訪：www.foodexport.org/termsandconditions。



Omua Ingredients North America

威斯康辛州，希爾伯特 (Hilbert)

Ornua Ingredients North America 是客製化加工、仿製和天然配方乳酪原料領域的領導者。創新是我們的熱情所在，我們與客戶密切合作，幫助全球企業開發優質可靠的乳製品原料解決方案。我們專事生產最適合您的產品，瞭解您的需求可能相當獨特，也因此，我們推出具有不同風味、顏色、功能、標籤和成本的各種配方。無論是冷食或溫熱的三明治、漢堡、任何便利早餐、潛艇堡等，都可以搭配我們的起司片享用。



Cherry Central Cooperative Inc.

密西根州，特拉弗斯城 (Traverse City)

Cherry Central 是一家跨足全球的水果與果汁供應商，由家庭農場合作社擁有和經營，坐擁北美地理分佈最廣泛的種植基地。我們很幸運在加拿大、密西根州、華盛頓州、猶他州及愛達荷州都有合作的果農，這樣多樣化的分佈使我們能夠保證年復一年穩定地供應各種國產水果，我們相當自豪能夠成為全球規模最大、供應最穩定的蒙特羅西 (Montmorency) 櫻桃。

蒙特羅西櫻桃的口味層次豐盈，酸甜適中，特色是採用天然種植，對人體健康相當有益。這種櫻桃是褪黑激素的天然來源，研究顯示褪黑激素可以改善睡眠。此外，也不乏各種研究，探討食用蒙特羅西櫻桃對於改善運動恢復、痛風發作、關節炎症狀、心臟健康、血壓和腸道健康的影響。

Cherry Central 向國際供應蒙特羅西櫻桃濃縮汁、蒙特羅西櫻桃乾、冷凍蒙特羅西櫻桃以及冷凍甜黑櫻桃。

1973 年以來，我們持續為零售、食品服務、散裝原料提供包裝服務，並在全球範圍內提供自有品牌或代客包裝服務。

Cherry Central，串聯農友，開拓無限可能。cherrycentral.com



Cöpain Corp.

印第安納州，加里 (Gary)

Cöpain 伏特加：與朋友分享同樂 Cöpain 伏特加是優質、僅以小批量釀造的烈酒，每一杯都體現出細緻口感、深厚連結以及文化深度。我們的伏特加產自美國中西部，融合全球各地風味，不僅口感滑順，尾韻乾淨俐落，是永恆不敗的經典選擇。從澄澈清爽的「Cöpain Silver」到大膽優雅的「Cöpain Black」，每一瓶都是對傳統的重新演繹，交織著傳統與現代優雅風範。Cöpain 不僅僅是伏特加，而是代表著一場創意運動，以目的、社區和慶祝藝術為推動的燃料。我們以故事敘述為根基，熱衷於重新定義奢華的樣貌，致力於打造超越酒杯之間的品牌。Cöpain 伏特加現已準備好進軍全球市場，邀請您體驗一款既富特色又品質優良的烈酒。有些事物，生來就是為了被世人傳頌和分享。



The Esus Group, LLC

賓州，肯尼特廣場 (Kennett Square)

Esus 集團自 1999 年開始營業，主要出口美國生產商的餐飲產品。我們目前提供的一個最新產品線即是 Premier Pasta，其中包括：

- 各種尺寸和包裝形式的起司通心粉，有家庭號盒裝、單份盒裝以及可微波即食的單份杯裝選項；
- 義大利麵組合餐包，綜合多種義大利麵和添加肉類 (牛肉、雞肉、鮭魚)，可供即食；以及
- 義大利麵配菜，如雞肉奶油起司醬寬麵、青花菜義大利麵。

ESUS 已收到大量這類產品的請求，其中又以可微波即食的杯裝起司通心粉最為熱銷，不僅外觀和口味媲美知名國際品牌，甚至更美味可口，而且所有產品都可以採用美國品牌或自有品牌包裝後再銷售。請聯絡我們：www.theesusgroup.com 以瞭解上述產品及其他產品的詳細資訊，看看是否滿足您客戶的需求。

**如需深入瞭解本公司精選產品或其他產品，
請來信洽詢：FoodLink@foodexport.org。**



Venus Wafers Inc.

麻州，欣厄姆 (Hingham)

無負擔的好滋味！我們的 South Shore 膨化餅乾採用最原始未經基改的「古穀物」和各種天然原料製成，每一口都為您帶來輕巧酥脆、吮指回味的飽滿風味。

從辛辣芒果起司醬的煙燻熱度，到龍舌蘭可可燒烤的甜鹹綜合風味，再到切達乾酪與煙燻紅椒粉結合的濃厚辛香起司味，每一口都恰如其分地平衡美味和放縱。這款有益健康的零食推出前所未見的前衛（但美味）風味。

關於 Venus Wafers - 自 1931 年以來，家族自有經營的 Venus Wafers 持續領先業界，推出健康餅乾和扁麵包，滿足消費者便利的同時，也迎合不斷變化的口味。從 90 多年前創辦人推出第一款產品：100% 全麥威化麵包，到各種正宗亞美尼亞薄餅 (Lavash) - 純淨蘇打餅、石磨全麥餅以及有機扁麵包。Venus 一直致力於採用最優質的原料烘焙出各種形狀和大小的餅乾，再以吸睛度十足的方式包裝後銷售。如需瞭解更多資訊，請聯絡我們 www.venuswafers.com 或致電美國 1-781-740-1002。



Plenus Group

麻州，羅爾 (Lowell)

PGI Foods 是一間家族企業，20 多年來致力於生產各種一流的湯品和醬汁。我們的產品組合包括 Boston Chowda Co 和 Herban Fresh 等全國知名品牌。屢獲殊榮的 Boston Chowda 系列包括新英格蘭蛤蜊巧達濃湯和羅克波特龍蝦濃湯等暢銷產品，提供冷凍零售杯裝和 8 磅散裝袋裝兩種選項。

規模較大的散裝湯品系列包括 40 多種便利的 8 磅冷凍袋裝即食湯，其中有濃醇海鮮湯、雞肉麵條和青花菜切達乾酪等經典家常菜餚，還有豐盛的辣椒、純素食選項和美味燉肉湯頭。我們的醬汁和肉類高湯以 4 磅一袋的形式提供。從經典義大利醬汁到辛辣亞洲醬汁，甚至乳酪醬和水牛城辣醬等美國特色醬汁，我們的醬汁產品讓您輕鬆為美味的主菜畫龍點睛。Pgifoods.com



Jeneil Biotech Inc.

威斯康辛州，索克維爾 (Saukville)

Jeneil 是發酵/酵素技術市場的領頭羊，為 B2B 製造通路創造出市場領先的正宗天然乳製品風味和乳製品濃縮物、植物性/純素乳製品風味和專有益生菌。

我們的口味解決方案通常適用於含常見乳製品 (如乳酪、奶油、鮮奶油、牛奶、優格、白脫牛奶和酸奶油) 的各種餐飲產品，包括加工乳酪、烘焙食品和零食，以及糖果、冷凍甜點、湯、醬汁、預製餐點及飲料等各種應用。我們的益生菌解決方案非常適合乾燥混合物、軟糖甚至寵物食品。

Jeneil 的全球業務提供了卓越解決方案給分佈於北美、歐洲、中東和非洲、中南美洲和亞太地區的食品、飲料、寵物和營養保健品業者，並在美國威斯康辛州和歐洲德國設有製造、研發、應用和感官分析設施。



Jaydobo LLC

南達科他州，希伯倫 (Hebron)

我們不僅是一個調味品品牌，而是一群熱衷探索各種風味的饕客。無論您是經驗豐富的大廚或家中的掌廚人，我們在此慎重邀請您加入這趟美味之旅。探索我們推出的產品，嘗試我們研發的食譜，發掘 Jaydobo 如何將您的烹飪創作提升到全新層次。<https://jaydobo.com/>

**如需深入瞭解本公司精選產品或其他產品，
請來信洽詢：FoodLink@foodexport.org。**



Fortune Favors, LLC

威斯康辛州，科蒂奇格羅夫 (Cottage Grove)

Fortune Favors：進軍全球市場的優質糖漬胡桃 Fortune Favors 演繹出美味零食的演變，推出的優質糖漬胡桃產品完全滿足消費者日漸增加的嘴饞需求。我們憑藉專有的烹飪工藝，充分發揮美國胡桃的潛力，生產出含糖量僅 7% 的產品，遠低於含糖量超過 50% 的傳統糖漬堅果。

我們推出四種獨特風味：經典、辛辣、全口味和煙燻選項，致力迎合顧客多變的味蕾，還致力做到成分單純，僅含四到六種成分。每一款口味都是純素食、無麩質且植物性，契合國際市場的主流飲食偏好。

Fortune Favors 自 2018 年以來，銷售額每年都會翻上一倍，產品銷售遍及美國超過 2,500 個零售點，展現出強大的市場吸引力。我們位於威斯康辛州的生產設施確保了一致品質和供應鏈可靠度，而我們的優質定位在全球美食特色堅果市場佔了價值 175 億美元的利潤。我們提供完善的出口支援，包括自有品牌機會、彈性包裝選擇和行銷輔助，目的是幫助國際合作夥伴憑藉這個卓越的產品類別取得成功。



Graminex LLC

俄亥俄州，德什勒 (Deshler)

PollenBerry® 是 Graminex® G60® 和蔓越莓粉萃取物混合而成的粉末膠囊，可應用於泌尿道健康和尿失禁狀況。這款產品經臨床試驗證實可顯著減少女性因壓力引起的漏尿，提供粉狀成分和固體劑形。Graminex 位於俄亥俄州西北部，是一家由女性擁有的家族企業，專門在美國種植和生產有益於男性和女性健康的花粉萃取物。

如需深入瞭解本公司精選產品或其他產品，
請來信洽詢：FoodLink@foodexport.org。



Wyandot Inc.

俄亥俄州，馬利恩 (Marion)

在 Wyandot Snacks，我們相信優質的零食始於卓越的價值理念。在領先業界的新興食品品牌之中，我們是值得信賴的合作夥伴，全心製作有機且有益健康的美味零食，追求健康的同時絲毫不妥協口味和品質。憑藉數十年的經驗以及對創新和永續發展的堅定承諾，Wyandot 很自豪能夠為塑造零食的未來盡一份心力。

所有產品組合中，最為傑出的產品是 Luke's Organic Cheddar Clouds。這款輕盈酥脆的泡芙採用有機原料和真材實料的切達乾酪製成，口感香脆潤嘴，令人心滿意足之餘還不忘兼顧健康。Cheddar Clouds 完全不含人工香料、防腐劑和麩質，非常適合注重健康的消費者，安心享用通過潔淨標章認證的零食，每一口都能帶來濃郁起司風味。無論是作為旅途點心或放在午餐盒內，這款美味零食都在提醒著我們永遠都有更優質的選擇，能放心大啖零食還能用心顧及健康。



Ginseng & Herb CO-OP

威斯康辛州，馬拉松 (Marathon)

Ginseng & Herb CO-OP (GHC) 位於威斯康辛州中部的心臟地帶，是一家免稅公司，專門從事威斯康辛州業者在地種植的優質純正西洋參銷售。

我們的人參經過專業分級，符合美國農業部 (USDA) 的標準。由 GHC 銷售的每一批人參都可以直接追溯到種植該人參產品的農場業者。

我們提供各種產品選項，有膠囊、粉末、人參茶、人參根以及桶裝批發選項。

威斯康辛州人參憑藉卓越品質和優良功效聞名於世，客戶遍及全球，包括中國、香港、新加坡、越南、澳洲和歐洲等地。

食用人參的益處良多，客戶紛紛回報，原有的倦怠、關節不適、壓力程度和整體活力都有所改善。詳細瞭解我們的產品：

<https://ginsengherbco-op.com/>。



Market Square Food Co.

伊利諾州，帕克城 (Park City)

一句話：餅乾類別中沒有足可匹敵的競爭對手。Happy Snacks 的價值主張使我們的品牌脫穎而出，造就與其他零食商品截然不同，因為這款零食：

植物性 | 非基改，純天然成分 | 不含堅果與花生 | 不含雞蛋與牛奶 | 富含必要維生素和礦物質，在餅乾類別中獨樹一格 | 長期以來公認為同業中在該類別出類拔萃的產品

我們的品牌、產品和包裝一再鼓勵人人找回「埋藏心底的內在小孩」，而事實證明，這款零食真的能夠引起各世代的共鳴。



Baking Co. / Crazy Monkey Baking

密西根州，大急流城 (Grand Rapids)

Crazy Monkey Baking 現已推出最新上市的 2 盎司即食燕麥脆片，共有三種口味可供選擇。我們推出的燕麥脆片全數通過認證，不含麩質、人工香料或人工成分，每 30 克含有 17 克全穀物。以 7.5 盎司立式夾鏈袋包裝，共推出 9 種日常口味：黑巧克力片、鹹焦糖、藍莓、雙倍濃郁巧克力布朗尼、肉桂胡桃、薄荷巧克力、蔓越莓杏仁、檸檬椰子、白巧克力蔓越莓，這些香脆潤嘴的小點心不僅可以單獨享用，還可搭配千層優格、沙拉、冰淇淋一同享用，或為加入綜合堅果增添風味！打造有史以來最美味的燕麥脆片！

如需詳細資訊，請來信 sales@crazymonkeybaking.com

**如需深入瞭解本公司精選產品或其他產品，
請來信洽詢：FoodLink@foodexport.org。**



Pop Daddy Snacks

密西根州，豪厄爾 (Howell)

創辦人 Mark 和 Erin Sarafa 憑藉對爆米花的滿腔熱情，在疑心市售微波爆米花內含的化學物質之下，開創了此品牌。Mark 埋首自家地下室進行無數次實驗，最終於 2013 年在密西根州高地的一個共享麵包房空間催生出 Pop Daddy。

調味椒鹽脆餅系列誕生於 2018 年，當時 Erin 的親戚送了她自製的調味椒鹽脆餅當禮物。全家人都非常喜歡這些脆餅，Mark 的同事甚至說服他設計成包裝對外販賣。現在，這些椒鹽脆餅已經成為許多家庭食品櫃中少不了的常客，而且是零食市場上最暢銷的調味椒鹽脆餅之一。Pop Daddy Snacks 推出許多前衛又獨一無二的調味椒鹽捲餅口味，例如泰式蜂蜜咖哩和蒟蒻黃瓜口味。

2024 年，Pop Daddy Snacks 擴大產品線，增加了 Kettle Chips 系列，秉持初衷，持續以大膽口味稱霸零食世界。如今，品牌提供 8 種獨特的爆米花口味、12 種金牌椒鹽脆餅口味以及 5 種 Kettle Chip 口味，在美國超過 3 萬間零售店和跨足四個國家販售，所有產品全部在密西根州豪厄爾佔地 57,000 平方英尺的工廠中生產。

Pop Daddy Snacks 持續推出「用愛心打造的美味零食」。



Renard's Cheese Store LLC (商業名稱: Rosewood Dairy Inc.)

威斯康辛州，阿爾戈瑪 (Algoma)

Renard's Legacy Blend 是純手工製的綜合乳酪，當中有濃郁白切達乾酪和甜美滑順、略帶堅果味的高達起司，一入口就能體驗到切達乾酪濃郁醇厚的滋味，以及來自高達起司奶香十足的奶油口感，營造出整體滑順而美味的味蕾體驗。可以直接放入餅乾夾心、切碎加入清爽的沙拉菜餚、切片夾在三明治中，或融化到起司通心粉中，各種變化料理都能駕馭。

自 1961 年以來，Renard's Cheese 一直是家族經營的自有企業，目前已傳承至第三代起司製造商。Renard 家族致力延續純手工製特色起司的傳統，同時全心生產完美混合的優質美味起司。這些年一路走來，雖然遇到許多阻礙，但 Renard 的配方始終如一。這種精湛工藝不僅為 Renard's 家族贏得高標準的聲譽，也為自家產品爭取到令人自豪的美名。



Rose Sisters Brands, Inc. (商業名稱: Rose Sisters Chips)

康乃狄克州，布里奇波特 (Bridgeport)

我們生產獨特、新鮮出爐、美味、爽脆的調味麵粉玉米餅，集脆片、酥餅和扁麵包於一體。我們的玉米餅為人們帶來生動的飲食體驗，一入口就驚豔饕客，同時情不自禁露出燦笑。口感扎實、輕盈酥脆、美味且令人難以忘懷。這不是在盲目瞎吃……每一位消費者只要品嚐過我們家的玉米餅，都會對第一次入口的體驗印象深刻，且之後每一次入口，都能找回當初的悸動。每袋包裝內含有三份完整的圓形烤製麵粉玉米餅，顧客可以在包裝袋中先掰開，接著拿來製作餅乾或薯片。我們的原創家庭食譜（鹹味）已延續了四個世代。我們秉承傳統，繼續動力推出令人難忘也更健康、更獨特的口味，近期最新的三種口味是：帶有一絲熱氣的煙燻 BBQ 口味、酸奶油佐甜洋蔥口味、肉桂糖霜佐一絲比利時巧克力風味。所有品項都帶有獨一無二的口味和質地體驗，令人垂涎欲滴。還可搭配各種濃稠沾醬、莎莎醬、酪梨醬、鷹嘴豆泥、起司、冷肉、西班牙塔帕斯、湯品、沙拉等各式菜餚。共推出家庭裝 (201 克 - 僅限原味)、零食裝 (132 克) 和即食單份裝 (70 克) 可供選擇。

女性自有 | 猶太潔食 | 素食 | 不含堅果與種子 | 不含膽固醇 | 不含反式脂肪 | 低碳水化合物 | 烘焙、非油炸 | info@rosesisterschips.com

FB 和 IG @rosesisterschips www.rosesisterschips.com



Seed Nutrition

紐約州，伊薩卡 (Ithaca)

Seen Nutrition 推出首款完全由真材實料的食物製成的天然鈣咀嚼塊。Seen 鈣咀嚼塊鎖定女性客群，專為她們設計比傳統鈣片更天然、更易消化的理想替代品，產品目前已獲專利保護，經證實可以增加骨骼對鈣的吸收率。Seen Nutrition 的鈣咀嚼塊由臨床藥師和食品研究學者配製而成，結合了全食物成分，支援女性的骨骼健康。這款鈣咀嚼塊至今贏得無數獎項，消費者認為無論口味、價格和消化率方面，都遠遠優於其他市售鈣片。Seen 骨骼健康產品的客戶遍佈全美 50 個州，品牌也正著手準備在韓國上市，整體而言日益受到美國和國際買家的青睞。



Sunday Night Foods

愛荷華州，西迪蒙恩市 (West Des Moines)

Sunday Night Foods 的巧克力醬和焦糖醬味道醇厚濃郁、美味十足，採用鮮奶油、真材實料的奶油以及最優質的巧克力和香草製成，更借鑒經典的法國技術採小批量方式於農場製作。產品成分完全不含玉米糖漿、人工成分、防腐劑、乳化劑或種子油，因此得以保留真正天然的風味。



Jackson's Food Company, LLC

威斯康辛州，馬斯基戈 (Muskego)

Jackson's 是以酪梨油為原料推出的超級零食品牌，無敵酥脆、口感新鮮實在。我們的零食使用簡易的真材實料調配製成，只有蔬菜和酪梨油，再來點完美的調味就成了。

打從成立之初，在這股健康飲食風潮尚未成形之前，Jackson's 就堅持不使用種子油來製作屢獲殊榮的零食產品。該公司的創辦人是一對父母，為了讓全家人安心享用美味零嘴而推出這些零食，主因是他們的兒子 Jackson 診斷出罹患罕見的自體免疫疾病，需要特殊的抗發炎飲食。

原本只是家庭廚房內的簡易料理，而後躍上美國真人秀節目《創智贏家》(Shark Tank)，至今在威斯康辛州馬斯基戈擁有世界級的製造工廠，我們堅持使命：僅製作最優質的零食，而且完全用酪梨油烹調。

Jackson 推出的所有零食均不含基因改造成分，且幾乎適合所有飲食習慣：純素食、猶太潔食、無乳製品、無堅果、無麩質。

**如需深入瞭解本公司精選產品或其他產品，
請來信洽詢：FoodLink@foodexport.org。**



HC International, Inc.

北達科他州，法哥 (Fargo)

HC International, Inc. (HCI) 是一家出口貿易商，為國內銷售和國際出口供應有機和非基因改造農業原料。我們憑藉過去從生產農業、工廠營運和食品安全方面累積的豐富經驗，為客戶提供最優質的服務以及供應鏈解決方案。HCI 專營食品級有機和非基因改造大豆。

產品亮點：脫殼大豆（剖半或碎粒）非常適合生產豆漿、天貝、豆粕、粗玉米粉和其他產品。大豆脫殼後可增進營養成分，使大豆的蛋白質含量更高、纖維含量更低，這道步驟還提高了進一步處理的效率。HC International 的脫殼大豆提供 2,000 磅或 1 噸的桶裝或散裝容器運送。

如需瞭解更多資訊，請聯絡 Curt Petrich，電子郵件：curt@hcinternational.us



Struesli Granola Redefined

康乃狄克州，紐敦 (Newtown)

Struesli 用潔淨和現代的角度，重新定義燕麥脆片類別。Struesli 的誕生源於一位私廚的使命，這位私廚專為遵守特定飲食限制的饕客提供營養豐富且無穀物的菜單；也因此，Struesli 採用簡單有機原料製成：完全不含燕麥、無添加糖、零填充劑，而是以對腸道有益的虎堅果 (tiger nuts) 和優質堅果和種子為特色。共推出三種綜合口味，分為 9 盎司和 2 磅裝。

Struesli 為天然純素食，適合原始人飲食法且為無麩質食品，吸引越來越多尋求健康早餐和零食選擇的消費者上門，非常適合搭配優格、果昔碗、沙拉一起食用，或直接從袋中取出食用。Struesli 總部位於康乃狄克州紐敦，正著手利用完善的零售夥伴關係，把握出口機會拓展企業版圖。如果您正在尋找符合所有健康要求的高級格蘭諾拉麥片替代品，Struesli 絕對值得您關注。



Fountain City Foods

堪薩斯州，黎霧市 (Leawood)

在 Fountain City Foods，我們為若干全球頂級品牌提供代客包裝專業知識、服務和員工。一直以來，我們為全國乃至整個北美的食品加工業者與製造商提供創新實惠的包裝解決方案。

在競爭日益激烈的全球市場中，代客包裝具有競爭優勢，Fountain City Foods 身為代客包裝夥伴，成功打造高效率的供應鏈，為客戶實現最大化營收和利潤。我們與 SQF 和 AIB 認證的製造商合作，擁有經過 cGMP 食品安全培訓的生產團隊以及經過 HACCP 培訓的 QA 員工。



Blackwood Pet Food, LLC

俄亥俄州，里斯本 (Lisbon)

Blackwood® 是美國優質寵物食品品牌，在品質、營養和信任方面皆打下深厚的根基。早在 1978 年，位於俄亥俄州里斯本的團隊就精心製作出由博士寵物營養學家開發的慢煮食譜。

2024 年，我們重新設計由 Zinpro® ProPath® 礦物質支援的乾糧配方，更全面補充毛孩的消化、皮膚、毛髮和免疫功能。

從乾糧和濕食到配料、烘焙零食和單一成分的凍乾，Blackwood 為各年齡層和生長階段的毛孩提供全系列潔淨且營養豐富的選擇。

探索全產品系列 blackwoodpetfood.com。

如需深入瞭解本公司精選產品或其他產品，
請來信洽詢：FoodLink@foodexport.org。