

美國中西部食品出口協會以及美國東北部食品出口協會

# U.S. Foodlink

協助美國中西部和東北部食品供應商觸及全球買家

## 2026 年美國冷凍市場的三大趨勢

介紹美國精選供應商和出口  
就緒的產品

### 光在美國，冷凍食品的年銷售額已飆升至 935 億美元。

這是全球最大的冷凍食品市場，數據來自 Conagra Brands 的報告：《2026 年冷凍食品未來》。冷凍食品區是美國消費者經常光顧的貨架，因為這類食品滿足了幾個經常相互衝突的需求：價值、便利和健康。

隨著食品通膨持續升溫，美國消費者大都想盡辦法控制各項開支，包括食品和飲料。美國冷凍與冷藏食品協會 (National Frozen & Refrigerated Foods Association) 最近一項研究顯示，78% 的受訪者表示價格是左右他們購買食品雜貨的最大因素。根據該調查，73% 的美國人認為家中冷凍庫囤積的食材夠他們變出物美價廉的餐點。

冷凍食品高度便利，深受美國消費者的偏好，報告指出，38% 的受訪者每天或每隔幾天就會食用冷凍食品。從單人餐點到家庭包裝，早、午、晚三餐和點心的選擇越來越豐富。冷凍食品類別中瞄準健康和養生目標、特殊飲食、食物過敏及其他飲食限制的客製化品項，也越來越興盛。Circana 一項調查顯示，近 25% 的消費者表示他們積極嘗試減少攝取人工添加劑和防腐劑，許多人因此轉向冷凍食品，因為冷凍食品既可自然保鮮，也能維持風味不變。



[www.foodexport.org](http://www.foodexport.org)

## 2026 年美國冷凍市場的三大趨勢 (續)

從富含蛋白質與纖維的主菜，到各種場合都適合的迷你零食，以下幾個趨勢料將繼續受到追捧。



### 適合社交聚會的美味小吃

2026 年，冷凍食品不再只是平日晚間囤果腹的一餐，而是日漸重新定位為便利的選擇，非常適合零食、小吃及社交場合。隨著美國消費者越來越傾向選擇方便易食的冷凍食品，迷你餐、加熱即食小吃拼盤、免餐具即食品、家庭共享包裝和多份裝食品等，各種品項都在不斷成長。

根據 Circana 的資料，一口大小的零食和開胃菜，消費量比去年同期成長了 31%，年銷售額總計達 24 億美元。但這種新形態食品受喜愛的程度，其實因世代而異，年輕的 Z 世代和千禧世代明顯比老一輩的消費者更有可能購買迷你零食。

鹹食在這個類別的成長幅度佔了相當大一部分，年增 36%。各地正宗美食，尤其是迷你水餃和迷你春捲這類亞洲風味小吃，大受年輕消費者歡迎，他們渴望以便捷的方式探索國際潮流新風味。此外，餐廳主打的冷凍開胃菜在零售市場繼續締造良好表現，加熱即食的熱門食品，如莫札瑞拉乳酪條、鑲料烤馬鈴薯皮、墨西哥辣椒起司球和無骨雞米花等，經常出現五花八門的組合包裝，適合大大小小的社交場合及家庭娛樂需求。

### 專為 GLP-1 使用者設計的產品

Circana 指出，目前美國約有 23% 的家庭中，至少有一名成員正在服用邁織達 (Wegovy) 或胰妥讚 (Ozempic) 等 GLP-1 藥物，預計到 2030 年，此數字將增加到 35%。隨著 GLP-1 療法日益普及，使用者越來越偏好選擇份量小且更健康的食品，例如低糖、富含纖維與蛋白質，而許多冷凍食品正好滿足了這個需求。例如，雀巢在其 Vital Pursuit 子品牌下推出 14 款份量控制的冷凍食品，旨在滿足 GLP-1 使用者的飲食需求，產品種類從花椰菜餅皮義式辣腸披薩，到氣炸楓糖醋香雞肉，應有盡有。

除了施用 GLP-1 藥物的消費者外，追求改善腸道健康的美國人也依舊注重纖維攝取。水果是益生元纖維的天然來源，幾間公司甚至推出了預包裝的冷凍果昔材料包，方便使用者在家自行拌勻後飲用。冷凍超級水果包、火龍果磚和熱帶風味即食果昔碗越來越普及，為注重健康的消費者提供了便利又營養豐富的選擇。

但就人體所需攝取的營養素而言，蛋白質仍佔最大宗。根據產業研究，過去一年間，與蛋白質相關的社交話題增加了 21%，富含蛋白質食品以冷凍類表現最為突出，約佔冷凍食品部門總銷售額的 14%。目前市售的高蛋白冷凍食品每份大都會含有 25-30 克蛋白質，蒸熱即食毛豆及其他豆類等植物性食品，則以便利形式提供了大量蛋白質攝取。

### 對消費者和地球都更友善的零食

雖然現代消費者普遍比上一輩的更重視健康和養生，但依然保留了甜點胃，並期望商品越環保越好。Island Way 順應這個市場潮流，積極推出創新產品，包括用橘子和鳳梨等熱帶水果的皮殼作為天然器皿來盛裝雪酪，而不使用一般產品包裝。

果皮/殼除了具備能生物分解的環境效益外，還能大幅降低塑膠微粒進入人體的機會；塑膠微粒的問題影響甚廣，連最偏遠的太平洋沿岸水域都可見塑膠微粒的污染。最近發表在 PLOS One 期刊上的一項研究指出，太平洋島嶼國家和領地附近的魚類生態，約有三分之一受到塑膠微粒污染，這對人類健康和全球生態系統都構成嚴重的威脅。Island Way 雪酪採用非基改原料製成，不含任何防腐劑、人工香料與合成色素，這幾項對追求健康的客群來說都是主要賣點。

消費者也持續尋求卡路里和糖分含量較低的冷凍甜點 (GLP-1 使用者尤其如此) 以及添加了膠原蛋白或適應原等機能性成分的零食，以及燕麥奶麻糬等不含過敏原的選擇。

### 冷凍食品的前景

隨著食品通膨遲遲不降溫，美國人也絲毫不減對冷凍食品和零食的需求，這兩類商品預計會一路攀升，相關類別的製造商和進口商未來幾年內有望蒸蒸日上。若業者能在包裝和行銷資料上明確標示價值、便利性和健康益處，將會更受喜愛。

# 自有品牌持續當道



自有品牌（又稱為「商店品牌」）的受歡迎程度持續成長，這類產品已蓄勢待發，等著在 2026 年再創高峰。

短短幾年內，自有品牌成功蛻變，擺脫了「白標」商品的負面形象，成為頂級、物有所值的選擇，價格、品質乃至風味都令人滿意。

Ipsos 2025 年的調查數據證實了這個說法。74% 的消費者認為自有品牌產品「與品牌產品一樣好」，更有 49% 的受訪者表示購物時會主動尋找自有品牌產品。

自有品牌製造商協會 (Private Label Manufacturers' Association) 估計，在 2025 年，美國所有零售店的自有品牌總收入將接近 2,800 億美元，標誌著自有品牌發展動能強勁的一年。部分專家預測，到了 2030 年，自有品牌產品的市佔率將達到 23-25%。

## 增加蛋白質攝取量

2025 年底於芝加哥大都會區舉辦了自有品牌貿易展 (Private Label Trade Show)，展位一位難求，該次展覽的其中一大趨勢，就是富含機能性益處的蛋白質。參展業者紛紛推出添加膠原蛋白、纖維、肌酸和玻尿酸等琳瑯滿目的產品，既可增強飽足感、促進新陳代謝、維持肌肉量，還可協助運動後恢復。

這項趨勢轉變呼應了逐漸擴大的 GLP-1 用量、大眾對營養便利食品的興趣越來越高、對蛋白質改善活力的認知提升，以及消費者不斷追求更健康食品的趨勢。

## 腸道健康

近幾個月來，腸道健康日益受到主流關注，這受惠於消化健康、代謝健康以及 Poppi 和 Olipop 等品牌的崛起，這些品牌將汽水定位為機能性飲料平台。

消化健康現在成了飲料、零食和家庭食品櫃不可或缺的元素，也是自有品牌在 2026 年有高度發展機會的領域。

## 國際放縱享受

近幾個月來最受矚目的一個放縱享受趨勢就是杜拜巧克力的興起，靈感來自在 TikTok 上的爆紅巧克力甜點，其內餡融合了開心果醬與酥脆的卡達耶夫。

零售商和製造商將開心果醬、巧克力、卡達耶夫碎千層酥皮等杜拜風味元素，套用到冰淇淋、西點、糖果和零食等多種類別，鞏固了杜拜風甜點風味組合多元的奢華享樂地位。

## 超值優惠和頂級自有品牌逐步贏得市場

現代消費者證明，他們願意為優質體驗、放縱享受、機能及/或手工製的產品支付溢價。

Mood Media 全球客戶管理兼行銷資深副總裁 Jaime Bettencourt 表示：「自有品牌的……彈性更高，可加快潮流週期，更頻密地推出限量商品，也更契合消費者需求；這些都與現今注重發掘新體驗的消費者產生共鳴。」

業內專家指出，冷凍與即食食品類別對挑戰者產品業者而言尤其有利可圖，因為這些類別不僅擁有優質產品，可提升體驗，也能帶來具吸引力的單位經濟效益。然而 Innova Market Insights 的調查指出，當美國消費者被問及用哪些標準來評估食品飲料的品質時，價格往往位居榜首，57% 的受訪者將價格視為主要因素。

因此，無論是超低價產品或頂級商品，在現今市場上都有機會憑藉真實性和透明度，進一步與各收入階層的消費者建立連結。

## 消費者正重新界定自有品牌的品質

X 世代和嬰兒潮世代是自有品牌大部分變革的主要推手，不過，身為 Z 世代和千禧世代的年輕消費者，無疑是實現自有品牌長期成長的關鍵。Innova Market Insights 提及，從趨勢看出年輕消費者吃零食的比例更高，因此這個族群在美國購買自有品牌產品的比例逐步上升。

Innova Market Insights 認為，除了烘焙食品外，主打方便食用、新鮮烹調和衝動購入型產品的品牌（如即食零食），在自有品牌類別中最具成長潛力。

## 美國中西部和東北部各州概況



# 新聞摘要

高收入消費者終在 2026 年開始勒緊褲帶，顯示美國經濟到了人人都感到壓力的境地。專家表示，經濟低迷可能會持續一段時間，但消費者仍會選擇性地消費，也就是轉而青睞加倍投入品質的品牌。

Z 世代正在重塑餐飲潮流，越來越傾向高蛋白飲食、乾淨食材和機能性飲料。大學校園裡，現在最受歡迎的餐點包括越南河粉和日式拉麵、正宗墨西哥菜、壽司、義大利麵和起司通心粉以及各式甜品。



Challenge Butter 的一項調查發現美國人越來越愛「為快樂而烹飪」。近三分之二的美國人表示，今年想不藉著控制飲食吃得更健康，或根本無意改變飲食習慣；近一半的人表示，吃所謂的「垃圾」食物反而有助減輕壓力。

隨著 GLP-1 使用者數量成長，他們積極尋求更加客製化、營養更豐富的食品和飲料選擇來滿足需求。根據 IFT 報導，由於 GLP-1 治療過程差異很大，因此，能夠為不同使用者群體客製化產品並提供配套或維護服務的公司，將在這個新興市場中佔據最佳地位。



高級超市藉著向富裕年輕消費者販售「平價奢侈品」創造亮眼業績，因為年輕世代大多將頂級食品視為身分和體驗的代表。

隨著霜淇淋蘸奶油和味噌焦糖風味在網路上爆紅，「鹹甜混搭 (swavory)」風味直接登上 Yelp 平台的熱搜。Stew Leonard 意外爆紅的案例顯示，只需要簡單又低成本的微調，就能有效帶動人潮、提升品牌曝光，並創造創新的市場吸引力。



國際風味、TikTok 爆紅趨勢和「甜辣」混搭重塑了消費者預期，促使辛辣食品迅速走紅。隨著消費者對能添加特色風味的辣味食品需求與日俱增，各大品牌競相推出創新菜色。

消費者越來越傾向選擇蛋白質以外的機能性成分，例如初乳、膠原蛋白、海藻、猴頭菇和南非醉茄。Food Dive 指出，2026 年，能量、心情和心理健康將成為消費者 (尤其年輕世代) 最關注的課題。

雖然聯邦政府即將全面禁止大麻製品，但市場對大麻萃取的四氫大麻酚 (THC) 飲料越發興致勃勃，引發一股「大麻好奇心」。品牌和零售商試圖在高風險的監管改革中找回定位，因為這場改革可能會顛覆這個快速成長的產業，導致數千人失業。



嬰兒潮世代是食品業的強大力量，手中握有無與倫比的財富，比年輕世代展現出更強烈的品牌忠誠。專家表示，無視老年世代對品質與混合式便利性的需求，將使品牌錯失大量商機。

最新研究顯示，40% 的食客願意為富含蛋白質的餐點支付更高價格。Restaurant Business 指出，Revenue Management Solutions 的調查另發現，58% 的用餐者更可能從「富含蛋白質」的菜單區點餐。



## 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

Teresa Miller  
計畫與合作長

美國中西部食品出口協會  
(Food Export-Midwest)

29 North Wacker Drive,  
Suite 1000  
Chicago, IL 60606  
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](http://www.foodexport.org/termsandconditions)。

# 利用食品出口協會的品牌計畫， 打造符合進口規定的包裝

包裝與標籤法規是業者出口美國產品時需審慎考慮的重要因素，但為了達到國外市場的要求，可能導致業者產生大量的設計、翻譯、法規遵循審查與生產調整成本。

若您選擇加入與美國食品出口協會的品牌計畫，將能確保產品符合您所在市場的進口要求，同時減輕財務負擔。

## 為何這對您作為進口商很重要

與品牌計畫參與者合作，您將可以：

- ✓ 降低推出美國新產品時的財務風險
- ✓ 採用符合法規的包裝，加快產品上市速度
- ✓ 加強與美國供應商的合作
- ✓ 無須增加成本負擔，仍可提高宣傳投資
- ✓ 利用在地化且準備好投入市場的產品，讓您的產品組合脫穎而出

若您的供應商享有經費補助，雙方都可以更放心地將資源挹注到包裝、標籤和行銷執行。

此成本分攤結構能夠使您和您的美國供應商，更輕鬆地推出符合規範且準備好投入市場的包裝。

計畫經費補助合格費用的 50%。例如，若投入 10,000 美元更新包裝以符合進口規定，則您的美國供應商可獲得 5,000 美元的補償，進而降低整體上市成本，使市場適應性更加可行。

品牌行銷計畫補助**合格費用的 50%**，包括為符合進口規定的包裝與標籤相關成本，例如：

- 翻譯服務
- 平面設計
- 法規遵循審查
- 印刷版
- 包裝印刷
- 貼標的人力成本



## 合作模式

- 您的美國供應商必須透過食品出口協會提出申請並獲品牌計畫核准。
  - 您需共同制定符合市場需求的行銷及包裝方案。
  - 供應商可選擇以電匯或未來採購訂單折讓的方式，將這些省下的費用轉給您。
- \* 符合條件的產品必須至少含有 50% 美國農業原料，並清楚標明為美國製造 (例如：「美國產品 (Product of U.S.A.)」)。
- \* 您需要向美國供應商提供包裝和標籤費用的證明文件，以便他們提交所需的報銷文件。

## 品牌計畫支援進口法規遵循包裝的範例



包裝經重新設計以符合加拿大進口標籤的要求。



更新葡萄酒標籤以符合日本法規。



修改動物飼料添加劑包裝以符合埃及進口標準。



貼上標籤以滿足英國進口要求。

與您的美國供應商及美國食品出口協會攜手合作，確保產品符合您所在市場的法規標準，同時最大化行銷投資效益。

請造訪食品出口協會網站，瞭解更多關於從美國進口食品和農產品的資訊：

<https://www.foodexport.org/import-from-the-us/>



[foodexport.org](https://www.foodexport.org)  
[info@foodexport.org](mailto:info@foodexport.org)



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.ascrusda.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慎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](https://www.foodexport.org/termsandconditions)。



## Beatrice Bakery Co.

內布拉斯加州，比阿特麗斯 (BEATRICE)

自 1964 年以來，Beatrice Bakery Company 一直在內布拉斯加州的同一地點烘焙著美國最優質的蛋糕。能讓 Beatrice Bakery Co.® 脫穎而出的關鍵就在於做這些糕點的人。技藝精湛的烘焙師傅用最上等的原料手做每一塊蛋糕，仔細監督製程中每個步驟——從精確計量和混合原料，再到手工挑選堅果，最後手工製作完成，每一步都不放過。每塊蛋糕都經過精心調配和烘焙，力求完美，呈現六十多年來使品牌屹立不搖的品質和風味。

Beatrice Bakery 相當自豪地推出「阿嬤的純天然水果蛋糕」以及一系列熱賣的阿嬤手作風味配方糕點，除了美味還是美味。這款水果蛋糕用的是不含高果糖玉米糖漿的蜜餞水果，不含人工色素、香精或防腐劑，是一款健康、成分純淨的選擇，且絲毫不影響口感。



**Biosorb® Product:**  
**FertiGlu™** - Fertilizer Biostimulant with UV Protection  
 \*\*\* Organic Certified \*\*\*

**FertiGlu™ in Grapes**

- Reduces sun damage, UV protector
- Maintains BRIX and plumpness of fruit

**FertiGlu™ in Apple Production**

- Reduces sun damage in fruit
- Improves stoma transpiration in high temperature
- Maintains healthy photosynthesis
- Does not leave residue, such as kaolin clay products

www.Biosorb-Inc.com

## Biosorb, Inc.

密蘇里州，聖彼得斯 (SAINT PETERS)

FertiGlu™ 是一種含有微量營養素的生物刺激劑，具有天然黏附特性，可用作水果、蔬菜、草坪、土壤和其他植被的葉面噴灑劑。FertiGlu™ 以穀物為基底，因此能增強緩釋效果，減少徑流，還可提供紫外線防護和耐候性。

有機認證 | 補充施肥做法 | 搭配化學與生物農藥使用 | 不含介面活性劑 (肥皂) | 可減輕肥料和營養素造成的作物逆境 | 耐雨/耐候，將徑流和漂移降至最低 [www.Biosorb-Inc.com](http://www.Biosorb-Inc.com) | [www.YouTube.com@Biosorb](http://www.YouTube.com@Biosorb)

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](mailto:FoodLink@foodexport.org)。



## Chalet Cheese Cooperative

威斯康辛州，門羅 (MONROE)

Chalet Cheese Cooperative 由五位酪農於 1885 年創立，至今仍是美國歷史最悠久的乳製品合作社之一，集中採購當地農場的牛奶，生產出屢獲殊榮的乳酪。我們的乳酪製造廠主本身就是酪農場的成員，他們負責向工廠供應牛奶。

Chalet Cheese Cooperative 以生產獨特的純手工起司而聞名，例如 Alpenaro™ 起司就是高達起司和帕瑪森起司的創新混合，獨特的風味輪廓帶有一抹堅果香氣，質地滑順。

非常適合添加到熟食冷肉拼盤，或加入經典菜餚迸出新穎滋味。不妨試試在扁麵包上塗抹融化的 Alpenaro™，疊上義式燻火腿、番茄、羅勒和橄欖油，再搭配一杯梅洛葡萄酒或一品脫的農舍啤酒享用。

<https://chaletcheese.com/>



## CocktailMeNot LLC

伊利諾州，芝加哥 (CHICAGO)

Teal Bliss 邀請您體驗熱帶天堂，用舌尖感受鳳梨、椰子、百香果那活力四射又清爽的融合風味。多汁的鳳梨帶來明亮、陽光般的清新口感，椰子帶來順滑、醇厚的圓潤感，尾韻活潑、芬芳的百香果則完美融合了所有風味。Teal Bliss 的氣泡輕盈，口感平衡，入口就令人愉悅又清爽，能夠喚醒感官但不造成負擔。無論是冰鎮後單獨飲用、加冰塊飲用，或做精緻調酒的原料，這款氣泡酒能讓您每啜飲一口，都感受到輕鬆愜意的過世感。Teal Bliss 完全使用果汁原汁製成，不添加糖，體現了 TITUN 的理念，即美味與明智的選擇應始終並存。

TITUN COCKTAILS，商業名稱為 COCKTAILMENOT，由 Jean Brice Ngouen 和 Edwige Ngouen 創立，靈感源於他們的非洲傳承和美國生活經驗的交融。兩人從小沉浸在熱情好客、注重天然食材和集體慶祝的傳統氣氛之中，隨後則發現，現代美國飲料市場充斥著含糖量過高或了無新意的產品，於是決心創造更好的商品。TITUN SPRITZ 的誕生正是為了彌合市售飲料所欠缺的元素：精心調配，更健康，文化底蘊深厚，增進社交體驗但絲毫不妥協。他們的使命既簡單又大膽：重新定義現代、包容和富有創意的飲料。[www.tituncocktails.com](http://www.tituncocktails.com)



## Date Lady, Inc.

密蘇里州，斯普林菲爾德 (SPRINGFIELD)

我們的招牌椰棗糖漿只採用有機椰棗作為單一原料，為您呈現椰棗樹果實特有的馥郁焦糖甜味。不含精製糖、不含添加劑、不走捷徑，這是一款純淨且營養豐富的替代品，可以完美融入您最愛的食譜中，從早晨第一杯果昔到夜深人靜的冰淇淋宵夜淋醬，都非常合適。

Date Lady 由 Colleen Sundlie 創立，靈感源自於家人在中東的生活經歷，其品牌使命，是讓家家戶戶都能享用到真正健康美味的甜點。我們最暢銷的產品諸如椰棗糖漿、椰棗糖和椰棗醬，都強調純淨原料和濃郁風味，以及只有椰棗才能帶來的入口即化奇妙口感。

我們非常自豪，打造出自己也安心食用的產品，並充分考慮家人們的喜好。



## Eastern Fisheries, Inc.

麻州，新貝德福德 (NEW BEDFORD)

Eastern Fisheries 成立於 1978 年，是家族自有經營的垂直整合全球海鮮供應商，也是全球規模最大的扇貝供應商。憑藉在美國和中國的營運業務，以及與全球最豐富供應源的策略夥伴關係，Eastern Fisheries 坐擁獨特優勢，能夠為全球市場帶來優質海鮮。

Eastern Fisheries 出品的全天然阿拉斯加比目魚是從北太平洋冰冷深海中野生捕撈，為了鎖住鮮味和新鮮度，捕撈上船後就直接現場處理後冷凍起來。阿拉斯加比目魚的味道清淡，肉質細嫩，適合各種烹飪方式和食譜。一年四季都有供應，還有各種規格的魚片，如散裝和自有品牌客製化的包裝類型。

海上冰凍 | MSC 和 BRC 食品認證 | 全天然 | 野生捕撈



## Fire Department Coffee

伊利諾州，羅克福德 (ROCKFORD)

Fire Department Coffee 不僅僅是一家退伍軍人和消防員開設的咖啡公司。我們是一群熱愛優質咖啡而團結在一起的人，以支援生病和受傷的消防員及其所服務的社區為使命。

我們提供精選優質烘焙咖啡並引以為傲，包括自 2016 年以來獨家推出的烈酒漬咖啡。前往我們的官網，選購您心儀的烘焙豆子，加入我們，一起大力支持消防同仁。 <https://www.firedeptcoffee.com/>



## GivePet

堪薩斯州，黎霧市 (LEAWOOD)

GivePet 是一家位於堪薩斯州奧佛蘭公園 (Overland Park) 的超頂級犬貓零食公司，成立於 2016 年，每次的購買交易都會撥出部分款項，捐贈給當地的動物救援機構和收容所。每售出一袋產品，GivePet 就會提供夠 10 隻收容犬隻食用的零食。GivePet 在美國、加拿大、墨西哥和加勒比海地區分別擁有經銷合作夥伴，這些零食主要在獨立的專賣零售店販售。GivePet 非常榮幸能回饋當地的動物救援機構，也以其卓越的營養價值而自豪，這些零食都在美國製造，全部採用天然食材，對心臟有益，且加工過程極簡。GivePet 最知名的就是屢獲殊榮的包裝和有趣的特殊場合零食。

<https://www.givepet.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](mailto:FoodLink@foodexport.org)



## Gurley's Foods

明尼蘇達州，威爾瑪 (WILLMAR)

Gurley's Foods 自 1953 年以來一直由家族擁有和經營，在明尼蘇達州的威爾瑪販售自家烘焙和包裝的堅果、混合零食與混合乾果。我們的品牌名稱是 Gurley's Golden Recipe (Gurley 的黃金配方)，因為我們美味堅果的「配方」結合了家族祕方，這才能打造出市售最優質的烤堅果。每一次烘烤都採取少量烘烤，目的是確保烘焙均勻，其中帶殼花生仍採用明火翻烤的方式製作。另一個關鍵區別就是只採購美國本土家庭農場種植的堅果 (但腰果和巴西堅果除外，這類堅果必須在熱帶雨林生長)。產品包裝、紙板和所有耗材均來自本地。我們還在熱賣的 Gurley's Profit Advantage Line (PAL) 系列加入許多種類的糖果，此系列的產品包裝袋上沒有預先印製的建議售價，所有產品均可組合訂購，享有更經濟實惠的交付成本。  
[gurleysfoods.com](http://gurleysfoods.com)



## Missouri Northern Pecan Growers

密蘇里州，內華達 (NEVADA)

我們是一間農民所有的公司，位於美國中西部地區，幾位本土胡桃種植者於 2000 年創立公司，如今已有 50 多位本土種植者。我們專門種植本土胡桃，與南方改良品種相比，本土胡桃油脂含量更高，風味更優異，外形也較小。我們的胡桃 100% 產自美國以及在美國當地加工，配合的加工廠均通過 HACCP 認證、符合 FDA 標準並通過第三方審核。我們的產品包括經認證的有機和非有機胡桃、胡桃油和胡桃粉。我們主打生產永續、單一成分、有益心臟健康的食品，這些食品不含任何添加劑、防腐劑或基因改造衍生物。

公司在出口至歐盟、加拿大、阿拉伯聯合大公國和亞洲市場方面擁有豐富經驗，可在短時間內出具符合法規的文件，也可直接將貨物運送到您的倉庫或所選的貨運港口。請撥打 (1) 417-667-3501、(免付費電話) 1-866-732-2678 或寄送電子郵件至 [marketing@mopecans.com](mailto:marketing@mopecans.com) 與我們聯絡，也可以前往以下網址查看各項產品系列：[www.mopecans.com](http://www.mopecans.com)。

有機認證 | 無麩質 | 非基改 | 猶太潔食 | 可素食 | 有益心臟健康 | 符合生酮飲食法、原始人飲食法和 Whole30 飲食法 | 不含防腐劑或人工成分



## Luke's Lobster

緬因州，薩克 (SACO)

我們的蒜香奶油蝦螺旋麵，選用鮮嫩且無施打抗生素、無激素的蝦仁，搭配濃郁鮮美的醬汁，醬汁採用特級初榨橄欖油、真正的奶油、新鮮大蒜、紅蔥頭、洋蔥和少許檸檬原汁製成。螺旋麵吸飽每一滴湯汁的鮮味，讓您在家也能幾分鐘內變出餐廳等級的美味佳餚。

Luke's Lobster 由第三代龍蝦漁民 Luke Holden 於 2009 年創立，此後發展成為連鎖品牌，在美國各地擁有超過 25 間家族經營的餐廳。Luke's 是一家垂直整合型公司，獲得 B 型企業認證，於 2018 年推出一系列食品雜貨商品，承諾每一款商品都比照供應給餐廳的新鮮、頂級品質標準。



## MNR Holdings LLC

威斯康辛州，密爾瓦基 (MILWAUKEE)

MNR Holdings LLC 是 Kidz Confections 的母公司，Kidz Confections 旗下擁有許多享譽全球的趣味糖果品牌，客戶遍佈美國、南美、加拿大、日本和歐洲，提供品牌包裝和自有品牌包裝解決方案，為全球糖果貨架帶來樂趣、新奇和靈活性。

其中一款傑出產品叫 Gone Bananas®，這款口香糖以香蕉口味為特色，包裝在獨一無二、值得作為收藏品的容器中。該產品符合猶太教規，不含麩質，手工製作，公司擁有人為少數族裔，保存期限長達兩年九個月，這些特色使公司成為國際零售市場吸睛又可靠的選擇。

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](mailto:FoodLink@foodexport.org)。



## Purelux Inc.

堪薩斯州，匹茲堡 (PITTSBURG)

Purelux 寵物食品是個創新品牌，屢獲殊榮，為寵物營養下了全新的定義。我們重視透明度，讓您完全掌控毛孩吞下肚的是什麼。我們精心挑選所有天然成分，用優質營養協助毛孩打造正面的生活型態，而且兼具美味，就連挑嘴寵物也愛。Purelux 不含人工添加劑和副產品，可促進健康消化、亮澤毛髮和持久活力。我們的獨特優勢是什麼？我們推出專屬應用程式：PurePROOF，讓您在購買前就能清楚查看每一袋寵物飼料的確切營養成分，毋須流連在寵物店的貨架徒勞臆測。透明度是 Purelux 的獨有特色，沒有其他品牌如此深入瞭解自家產品。Purelux 給您的毛孩最優質的選擇，讓您安心無憂，因為牠們值得享受健康、營養豐富的食物。

[www.pureluxpetfood.com](http://www.pureluxpetfood.com) | 社群媒體帳號 @pureluxpetfood  
聯絡方式：info@pureluxpetfood.com 或  
直接聯絡 jdavis@pureluxpetfood.com



## Stengel Oils

南達科他州，米爾班克 (MILBANK)

Omega 3 脂肪酸是現今健康領域關注度最高的營養素之一，Stengel Oils 精心提煉的 Cal's 亞麻仁油，則以卓越的純度和濃度為顧客提供 Omega 3 脂肪酸。現代飲食嚴重偏向 Omega 6 脂肪，因此許多人都在尋找簡單有效的方法，試圖恢復脂肪平衡。Cal's Flax Oil 推出了強效的植物性解決方案。

這些人體必需的 Omega 3 脂肪酸有助於維持全身細胞健康，但人體本身無法合成這個營養素。正因如此，我們需要在飲食中添加 Cal's 亞麻仁油，簡簡單單就能升級健康。這款油的口感順滑清爽，輕鬆駕馭各種食物，還能提供人體所需的必要脂肪。

人們選擇 Cal's 亞麻仁油，因為他們追求健康的生活方式，注重心臟健康、好膽固醇數值和整體活力。每份亞麻仁油都能為您的身體提供高品質的必需營養素，而且天然、簡單、美味。<https://stengeloils.com/>



## Terranean

俄亥俄州，克里夫蘭 (CLEVELAND)

Terranean 是一個由女性擁有、家族創立的零食品牌，全心生產源自正宗中東傳統的優質無籽油皮塔脆片。Terranean 由黎巴嫩裔美國企業家 Tina Chamoun 創立，其皮塔脆片採用真正的雙層皮塔餅，經兩次烘烤而成，標榜零油炸，口感輕盈酥脆。這些脆片是純素的，通過非基因改造生物計畫認證、猶太潔食認證以及清真認證，不添加糖，也不添加人工防腐劑、色素或染料。口味選擇包括：用真正的中東綜合香料 Za'atar 製成的札塔、辣味札塔、手採海鹽，以及用椰棗糖、楓糖和僅 1 公克蔗糖製成的肉桂糖口味。Terranean 脆片專為現今注重健康的消費者而設計，可重複密封的包裝讓脆片常保鮮度且方便攜帶，成為外出零食的理想選擇，而且用途廣泛，不僅可以蘸醬，還可搭配沙拉、湯和三明治食用。除了食物之外，Terranean 也是個社區導向的企業，支持黎凡特地區的婦女、移民和符合道德規範的採購，同時從俄亥俄州克里夫蘭市的當地，僱用了全由女性和移民組成的團隊。

[TerraneanHerbs.com](http://TerraneanHerbs.com) | @TerraneanHerbs | Info@TerraneanHerbs.com



## Wigglesworth International

紐澤西州，皮斯卡特維 (PISCATAWAY)

Wigglesworth International 以精準透明的方式連結起全球買家與可靠的美國農業。我們專門從事為國際市場採購、檢驗和出口優質的美國穀物、堅果和乾果。我們是您在美國的專屬代表，負責管理出口流程的每一步：從供應商驗證與品質檢查，到文件編製、物流協調和貨物運輸監控。

我們的客戶可以接觸到值得信賴的美國廠商，並透過 Wigglesworth Gateway (我們的安全閘道，可提供即時貨物運輸和記錄) 獲得簡化、資料導向的出口體驗。無論您需要大宗商品還是特殊品項搭配，我們都能確保每一筆交易的清晰度、一致性和可靠性。

Wigglesworth International 提供講求誠信、準確和卓越營運的服務，可滿足尋求可靠貨源和透明出口合作夥伴的買家。

[www.wigglesworthgrains.com](http://www.wigglesworthgrains.com) | 電子郵件：sales@wigglesworthgrains.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](mailto:FoodLink@foodexport.org)