

GO Natural

天然食品採購指南 FOOD  GUIDE

POWDERS

Low GI Diabetic Friendly Gluten-F



日本、台灣及
香港零售商

分享2021食品趨勢及前景

以環保為己任的
卓越品牌

實現環保和商業雙贏的運營模式

撐本地優質魚

香港優質養魚場計劃

Nature's Superfoods
如何在疫情下增長107%

獲《金融時報》選評為亞太區500家增長最快的企業之一

OMN!PORK STRIP 新肉絲



免切免醃 絲絲入味



華星冰室

• 新絲維炒麵 •

KIND KITCHEN

• 新肉絲三色炒意 •

翡翠拉麵小籠包

• 京醬新肉絲 •



查詢新豬肉系列產品 餐飲及零售批發
Email: wsinquiry@greenmonday.org
Tel: +852 22633168



無添加激素



無添加抗生素



非基因改造



零殘忍



無蔥蒜



HOPE

轉眼又三月了，新冠病毒仍然肆虐全球，大家對疫苗之事爭論不休，各國繼續封關，經濟仍未明朗。TMM

今期我們以星加坡 Nature's Superfood 為封面故事，只因我們希望在人心虛怯的時候，為大家帶來希望——無論大圍經濟如何惡劣，但總有一些公司，憑着雄厚的根底，靈活的策略，仍能逆流而上，創造佳績。TMM

我們於2017年創辦「天然食品採購指南」，期間每年於本地、日本、上海、星加坡、曼谷參加超過10個大型食品展覽會，進行宣傳及派發刊物。2020年，我們停刊了一年。雖然如此，但卻讓我們可以好好坐下來，驗討過去，整合過往三年我們在展覽會現場跟過千名買家交流的意見，並制定今年的全新品牌策略。TMM

新名字 TMM 將我們公司 GO Natural Marketing & PR Co Ltd 旗下的兩本刊物從新命名 TMM 「天然食品採購指南」變為「GO Natural 天然食品採購指南」，「天然美肌及健康產品採購指南」變為「GO Natural 美肌雜誌」，統一公司所有品牌名字以 GO Natural 為首，以凸顯公司以 GO Natural 為企業宗旨，並協助其他 Green、Organic、Natural 公司於亞洲進行推廣的經營方針。TM

增加出版次數 TMM 由每年出版一次增加至一年出版三次，為買家提供最新採購資訊，亦為供應商增加曝光機會。TMM

由印刷版變為網上版 TMM 我們預計今年大部份展覽會仍受影響，我們亦未必能出外參展，故改出網上版，透過電郵直接將刊物送到三萬名訂戶手中。以網上形式出版，讓內容變得更互動和更豐富，例如，我們可加插更多有關供應商的短片及連結，令買家更了解品牌背後的故事及製造過程。更重要的是，省卻了印刷成本，我們可調低廣告費，直接讓廣告客戶得益。TMM

「GO Natural 天然食品採購指南」仍在不斷進化中，作為亞洲第一本，亦是唯一有關天然健康食品，以中英文出版的刊物，我們力求為業界提供更多、更快、更實用的資訊。亞洲人口漸趨老化，消費者對天然健康食品的需求只會有增無減，比較年輕一輩，更著重品牌於環保、動物福利、和永續發展的理念和實踐，所以天然、有機及可持續發展食品市場的大好趨勢是不會改變的。TM

今年，雖然仍然充滿挑戰，但我相信，物極必反，希望大家能保持樂觀積極態度，逆境自強，迎接市場反彈。TM

下期再見 TMM

Yvonne 
出版人



出版人 Yvonne Chang

項目管理 Wendy Wong

總編輯 Damien Lo

編輯 Kelly Wong, Kenneth Cheng

客戶經理 Ellen Lee, Nikko Ng

顧問 Val Johanson (澳洲、新西蘭)

設計 Wesley Wong

聯絡查詢

廣告

wendy@GoNaturalmarketing.com

新聞稿

editor@GoNaturalmarketing.com

訂閱

info@GoNaturalMarketing.com



GoNaturalFoodGuide



[gonaturalfoodguide](https://www.instagram.com/gonaturalfoodguide)



www.GoNatural-Food.com



ISSUE No. 04
2021年 3月

封面：
Nature's Superfoods
共同創辦人 Serene
Cha, Julian Lee、
Ailay Quek

封底 photo credit:

unsplash.com/@eugenivy_now

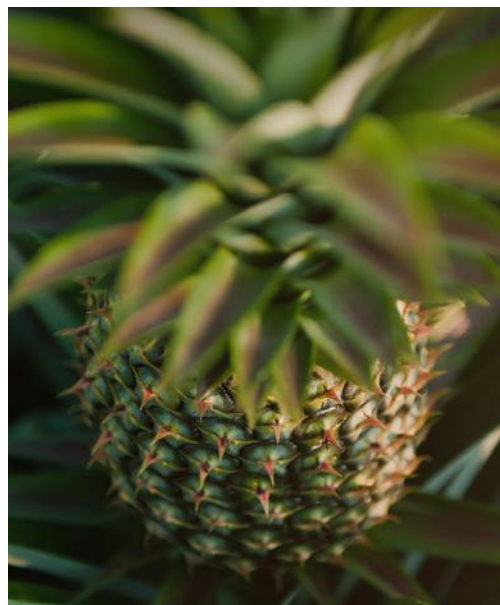
出版社

天然生活市場推廣及公關有限公司

Go Natural Marketing & PR Co Ltd

香港中環皇后大道北70號卡佛大廈1104室
Rm 1104, Crawford House, 70 Queen's Road,
Central, Hong Kong

p28



實現零廢目標
的菠蘿園
(p34)



封面故事

- 22 逆市奇葩：新加坡Nature's Superfoods
如何在疫情下增長107%
- 27 亞洲 — 秘魯農產品出口的第三大市場

焦點品牌

- 28 香港有靚魚 — 撐本地優質魚
- 32 營養豐富的芝麻奶Sesamilk

市場快訊

- 6 由飲料至植物性食品、有機至餐飲業
- 17 集資項目 - 初創食品公司集資訊息

行業展望

- 18 台灣、日本、香港 — 不同地區零售業的展望

專題報導

- 34 由零廢棄到實現循環經濟
- 36 可可，你只會想到朱古力嗎？
- 37 回收麵包釀啤酒
- 38 可食用的環保吸管
- 39 讓食物「自然呼吸」的蜂蠟保鮮布
- 41 行街鞋底再不怕竊著香口膠

貿易展覽

- 65 國內外植物性食品公司雲集世界食品（深圳）博覽會Anufood China
- 66 2021 國際食品展總覽



產品目錄

展示多家供應商的
精選商品……

市場快訊



更多精彩內容…

飲料

Kirin x FANCL全新功能性飲品

有機

丹麥有機食品銷售創新高

有機食品光棍節期間於京東超市銷售增長強勁

植物性食品

印尼星巴克推出全新植物性餐飲系列

香港7-Eleven 與Green Monday合作引入多款素食產品

馬來西亞肯德基推出植物性零雞肉漢堡

植物性食物與全素食品嗎？

餐飲業

雲端廚房

健康

洲和中東食品的升糖指數表

Comvita業務轉虧為盈

飲料

少一點酒精 多一些健康產品

根據GlobalData 1月發表的調查顯示，雖然去年四分之三（71%）的受訪消費者減少了酒精類飲品的消費，但是軟性飲料替代酒精類飲品的比率仍然很低，只有五分之一的消費者。

此外，調查亦指出，亞太地區的消費者往往被產品包裝上的健康聲稱而購買該產品，特別是聲稱能促進心理健康的產品，有近三分之一的受訪者曾購買了此類產品。

GlobalData的消費者分析師Carmen Bryan表示：「出於身心健康理由，亞太地區的消費者正在遠離酒精產品。該地區近一半的人口中（49%）表示整體健康是他們購買食品時的首要考慮因素，控制體重、保持身態、儀容和情緒健康都是令他們減少購買低酒精或無酒精飲料的重要因素。」 ☀



* 資料來源：GlobalData's 2020 market pulse survey – Asia-Pacific – published 1 September 2020

有機

丹麥有機食品 出口創新高

丹麥統計局發佈的最新出口數據顯示，2019年丹麥有機產品的出口量比2018年增長了4% 達30億丹麥克朗（約4.79億美元）。

當中包括奶粉和嬰兒配方奶粉的「其他食品」組別升幅更大增52% 至5.03億丹麥克朗（約8000萬美元）。增長主要由新市場如印度及其他國家包括中國、美國、沙特阿拉伯和阿拉伯聯合酋長等國家帶動。乳製品、雞蛋和其他食品仍然是最大的出口類別，佔總額的56%。

出口到鄰國市場的數量減少

數據亦顯示，丹麥出口到鄰國市場略有下降。瑞典和法國均下降了約12%，而德國則保持平穩。原因是這些歐洲國家亦有生產有機食品，可以自給自足，此外，因為整個歐洲對有機食品的需求有增無減，這些國家因應增加了更多地方作有機耕種，迎合歐洲市場需要之餘，亦提供更多產品作內銷。



「從可持續發展的角度來看，這是個好消息，因為這證明了歐洲有機產品的生產正在蓬勃發展。對亞洲的出口的增加彌補了丹麥企業向鄰國市場出口減少的不足，並為我們提供了更大、更強大的未來投資組合。」有機丹麥（Organic Denmark）國際市場總監PernilleBundgård說。

另一方面，有機產品進口丹麥亦增長了9%，達到48億丹麥克朗（約7.6億美元），進口產品主要是丹麥無法自行生產的有機蔬果，例如大米、香蕉、咖啡和糖。🇩🇰

資料來源：Organic Denmark

健康

Comvita業務轉虧為盈

新西蘭麥蘆卡健康食品公司Comvita剛剛宣布了截至2020年12月31日的六個月的業績報告，業務轉虧為盈，稅後淨利潤為紐幣350萬（約250萬美元），而去年同期虧損為紐幣1,297萬（約928萬美元）。

Comvita增長主要由集團的主要市場 - 中國和北美帶動，在此期間兩個市場表現強勁，營業額及純利均有雙位數字增

長 - 來自中國的收入增長20%，淨利潤增長28%；來自北美就更多，收入增長38%，淨利潤增長222%。

但與此同時，由於集團於新西蘭本土及澳洲的業務主要集中為亞洲消費者提供旅遊、代購、跨境銷售等服務，缺乏分銷點和網上活動，令集團於鎖國期間的業務備受打擊，收入下降了\$ 550萬（約393萬美元）。🇳🇿

貴茶 | Gui Tea

matcha 有機抹茶



源自貴州高原自家有機茶園, 天然無污染
Originated from own organic tea garden in Guizhou Plateau, free from pollution.

日本進口碾茶/抹茶生產線, 傳承日式工藝
Advanced tencha/matcha processing line imported from Japan as well as processing technology

30萬級無菌車間, 安全生產有保證
Safeguarding with class 300,000 aseptic workshop.

不同包裝及等級, 供各業界選擇
Different packaging & grades for different choices.



食品加工



餐飲



零售



歡迎零售及批發, 詳情請向我們聯絡
For more information, please contact us:

貴茶(香港)有限公司 Gui Tea (Hong Kong) Co., Ltd

香港九龍灣常悅道20號環球工商大廈5樓10-13室

Tel: (852) 2711 3181

Unit 10-13, 5/F., International Plaza, 20 Sheung Yuet Road, Kowloon Bay, Hong Kong



了解更多抹茶資訊
More About Matcha



與我們聯絡
Whatsapp

飲料

Kirin x FANCL 全新功能性飲品



這是自去年日本啤酒商麒麟控股宣布以1293億日元（約95.52億港元）購入日本化妝品品牌Fancl的30%股份後，兩大品牌聯營的第二款全新飲品。

Kirin x FANCL Daily AMINO Water 是以FANCL獨特的「體內效率」（Product Efficacy in Our Body Design）技術研發，該技術研究不同成分混合後所產生的效用、持久性和人體吸收性，以發揮產品的最大健康功能。

新產品以兩種聲稱可以增加人體活力的氨基酸 - 精氨酸和瓜氨酸的混合物為主要成份，並加入檸檬酸和維他命C，每瓶含有100毫克的精氨酸和瓜氨酸氨基酸，以及1,000毫克的檸檬酸和500毫克的維他命C。

產品將於4月6日在日本發售，零售價每支為日圓JPY138，顧客可以透過FANCL的郵購服務和全國FANCL商店購買該產品。

麒麟首席執行官Yoshinori Isozaki曾表示，未來二十年的目標是把食品和飲料銷售額推高至1,000億日元。隨着消費者健康意識提升，加上日本人口老化及生育率下降，飲酒的人愈來愈少，故麒麟正積極抵銷相關影響。 🇯🇵

有機

有機食品光棍節期間於京東超市銷售增長強勁

每年11月11日是內地近年興起的光棍節，據京東官方網站數據顯示，開賣十分鐘內，下單金額就突破 2000 億人民幣，京東超市（JD Super）有超過 3000 個品牌參加，成交額比往年增加 100 倍，其中有機食品的銷量亦比往年為高。

- 代餐奶昔增加20倍
- 蛋白質能量棒增加15倍
- 有機營養補充劑增加10倍
- 有機奶粉增加7倍
- 嬰幼兒有機食品增長7倍

京東超市自去年8月成立有機聯盟，至今已有20多個國內及海外外品牌參加，包括特倫蘇、貝拉米、聖牧、雅培、安佳、飛鶴、十月稻田、惠氏、君樂寶、嘉寶、千禾、北純、西麥等。有機聯盟設有「有機溯源」機制，方便消費



Natural innovation in the bakery market.

A fruit filling and fruit base, made with chia seeds instead of pectin. The only all natural, bake stable, fruit filling in the market today. An innovative ingredient, that contributes to a clean label, nutrient dense, and deliciously amazing, final bakery product, to achieve the desired healthy indulgence required by the demanding bakery consumers of today.

Ideal for a conscious bakery development, looking for clean label alternatives, with nutritional density ingredients. A must for vegan, gluten free, low sugar and all natural pastries, cakes, cookies, doughnuts and bakery products.

MADE IN USA • ALL NATURAL • HEALTHY INDULGENCE FRUITY TASTE • AMAZING BUTTERY TEXTURE FREE FROM ADDITIVES, PRESERVATIVES, ARTIFICIAL OR SYNTHETIC INGREDIENTS • NO ADDED PECTIN OR ACIDS • GLUTEN FREE & VEGAN • GOOD SOURCE OF OMEGA 3 ALA • LOW IN SUGAR • CLEAN LABEL (FRUIT, CANE SUGAR OR ORGANIC AGAVE, CHIA SEEDS, LIME JUICE) • U KOSHER • BAKE STABLE



The mucilage

around chia seeds is the gel that helps us thicken our fruit filling, has a soothing effect in the intestinal tract and helps improve digestion

High fiber

and mucilage from the chia seeds help with the digestion of sugars, and together with the protein of chia, help bind and make the fruit filling shelf stable



WORLDOFCHIA.COM

Follow us!    

For more information please contact your representative or distributor, email us at sales@worldofchia.com or call us and we will gladly assist you: **+ 1-281-846-9613**

植物性食品

印尼星巴克推出 全新植物性餐飲系列

印尼星巴克將於雅加達和巴厘島其中57家店中推出由印尼食品初創公司

Green Butcher開發的全新植物性食品，以及於印尼所有店引入杏仁奶。

Green Butcher將供應多種由例如蘑菇、鷹嘴豆、活性小麥麵筋、非基因改造大豆等植物原才材料製造的仿雞肉和牛肉。Green Butcher植物性食品是迎合亞洲菜式而研發，公司最



近獲得由Teja Ventures和Unovis Asset Management提供約200萬美元的種子基金。

星巴克近年於亞洲積極推出植物性食品，香港及星加坡星巴克與 Impossible Foods 合作推出Impossible三文治，台灣及泰國星巴克則選用 Beyond Meat 產品，而印尼星巴克則伙拍本土食品初創公司 Green Butcher。

植物性食品

香港7-Eleven與Green Monday合作 引入多款素食產品

計劃首先在超過700間 7-Eleven分店引入輕食選擇，包括獨家發售的兩款OmniEat新膳食系列產品——黑椒新肉絲意粉、芝麻燒汁新肉絲米線；還有兩款與Green Common同步發售的點心——新豬肉燒賣和新豬肉鮮蔬水晶餃。另外，7-Eleven亦會在150間分店增設貨架，提供零食、湯水、燕麥奶等超過30款素食產品。此外，市民亦可透過Deliveroo 買到各款素食。

Green Monday 創辦人楊大偉 (David) 表示：「是次與全港最大連鎖便利店 7-Eleven 的合作，期望可以在推動素食方面產生巨大的影響力。我們希望 Green Common 的素食產品為7-Eleven 顧客提供更豐富的方便快捷素食選擇，由即食便當、點心以至可口美味的素食零食皆一應俱全，讓忙碌都市人能隨時隨地在『總有一Green喺左近』，貨品種類應有盡有的7-Eleven 享受到綠色滋味。」





Organic and vegan wellbeing range made in the UK



Fushi began with our heritage of Ayurvedic family recipes which have helped us create ethically sourced health and beauty products in our London workshop combining hand-blended, organic, freshly cold-pressed oils and infused herbs from this season's harvest. Staying true to our values and supporting developing communities, global farmers and growers, helps us provide sustainable ingredients for award-winning products which enhance the wellbeing of our customers.

Interested in becoming a Fushi distributor?

Contact Jeanne Labrit on jeanne@fushi.co.uk or +44 203 941 1855

Visit us: www.fushi.co.uk



fresh
PRESSED

fresh
GROUND

<植物性食品>

馬來西亞肯德基推出 植物性零雞肉漢堡

肯德基零雞肉漢堡與植物肉品牌Quorn合作，於2月在馬來西亞肯德基商店推出全新植物性零雞肉漢堡。零雞肉漢堡肉的小餡餅，有經清真認證、無肉，含有高蛋白、高纖維、低飽和脂肪，並且不含膽固醇。

大馬KFC營銷部副總經理Evelyn Ng指出：「近年來，非肉類蛋白質的替代品，引起越來越多人關注，並且成為攝取蛋白質的另一選擇。這也啟

發零雞肉（zero chicken）的研發概念，一個沒有雞肉，但味道很像雞肉的漢堡，吃起來還很有肯德基風味！」

不過，官方新聞稿卻指出，新產品並非全素。而根據新加坡的《今日在線》(Today Online)報導，無肉小餡餅因為與某些雞肉產品使用相同的油油炸，而且使用的蛋黃醬也不是素食。🇲🇾



植物性食物與全素食品嗎？

首先，我們對全素食品的定義是：食物不能含有動物源性成分，包括雞蛋、乳製品和蜜糖等。

因此，植物性食物並不一定是全素食品。因為植物性食物可能含有動物性成分，例如明膠、蜂蠟、角蛋白、羊毛脂、胭脂紅、膠原蛋白等色素、增稠劑、香料等成分。另外，當在連鎖餐廳用餐時，這些植物性食品可能與肉類放在同一廚房器具上烹製，這亦可能素食人士的疑慮。

基本上，大多數植物性食物，例如植物“肉”，其實並不包含動物性成分的。比較安心的做法是，把產品買回家自行烹調，則可以避免以上外出用餐可能發生的問題。

健康

亞洲和中東食品的升糖指數表

以往有關食品血糖指數（GI）的大多數國際研究主要集中在西方食品，而很少包含非西方國家的其他食品。

新加坡科學技術研究局食品與生物技術創新研究（SIFBI）高級顧問Christiani Jeyakumar Henry教授及其團隊剛發表了一種新的非西方食品血糖指數資料庫。該研究論文於1月6日在《營養與糖尿病》（Nutrition and Diabetes Journal）上刊載。

該研究是唯一涵蓋亞洲和中東食品升糖指數的資料庫，內容包括東南亞（印尼、馬來西亞、菲律賓、新加坡和泰國東亞（中國、香港、日本、韓國、馬來西亞、斯里蘭卡和台灣）和中東（黎巴嫩、阿曼、沙特和阿聯酋）常見食物的血糖指數。

查看完整資料庫：www.nature.com 🌞

Premium organic Superfoods

Give your smoothies, baking and cooking a healthy boost!

Check out our range
matakanasuperfoods.com

info@matakanasuperfoods.com

New Zealand
brand

nutritious
superfoods



matakana
SUPERFOODS

Nourish your body,
enrich your life

餐飲業

雲端廚房

疫境下的全新餐飲服務模式

雲端廚房（Cloud kitchen）又稱為幽靈廚房（ghost kitchen）、小賣部廚房（commissary kitchen）和虛擬廚房（virtual kitchen）。

所謂雲端廚房，其實有幾種營運模式。其中一種，是業主將空餘的廚房變身為「共享廚房」，租給多間公司共同使用廚房設施。另一種模式是餐廳老闆自設或獨自承租一個地方作為廚房作營運。無論那一種模式，餐廳老闆基本上只需要一個廚房及一個廚師，便能開業。

傳統餐廳，需要有一個實體餐廳，並多數需在人流多的地區開設，餐廳有樓面、廚房等空間，佔用地方較多，租金亦較多。而雲端廚房，不設樓面，只需一個廚房，所以基本上可以在任何地方運作。食物準備好後，便透過餐飲外送平台，例如Deliveroo、Foodpanda、GRAB等將食物由廚房直接送顧客手中。由於這種營運模式基本上只提供送餐服務，所以被稱為雲端廚房。

疫情打擊傳統餐飲業，雲端廚房在疫境下顯得更有優勢

首先，最重要的是節省了租金 - 食肆成本一向以人工及食材的開支最大，惟兩者於疫情生意波動下可作調節，財政壓力反而最多來自租金。雲端廚房不需要設在依靠人流的大街、商場，可以設在廠區或租金比較便宜的



地方。不設樓面，只有廚房，所需地方少，租金相對亦少。

第二，就是靈活性。雲端廚房需要的創業投資相對較少，省卻了開設傳統實體餐廳所需的裝修費、廚房設備及用品、聘請侍應生、洗碗工等工資和訓練時間，餐廳老闆可以利用省下來的資金投入其他方面，例如購買更優質食材，增加宣傳推廣費、提升採購系統等，更可定立更具競爭力的價格，以更合理的方式處理和交付食物。

在香港，經營都爹利會館等餐廳的佳民集團，其全資附屬公司帝潤有限公司已在火炭區開始運營首個雲端廚房，讓更多餐飲品牌可以同時運作之餘，透過送餐平台為火炭、沙田、九肚山、白石角及香港科學園的住宅及商業社區提供餐食服務。而作為雲端

廚房業務的延伸，集團亦創建了三個虛擬品牌，分別提供粵式點心、粵式小炒及泰式咖喱。

雲端廚房這種全新的餐飲服務模式，現在於歐美正吸引了大批投資者，例如新加坡地產大亨Kishin RK將在亞洲、歐洲及美國開設1,000個雲端廚房。由前 Uber CEO Travis Kalanick 創立的雲端廚房品牌CloudKitchens Co去年就獲得由沙特阿拉伯創投基金籌集約4億美元的資金。

不過，由於餐廳只能透過外賣平台接觸消費者，比起傳統餐廳較難在消費者心目中建立品牌形象，所以必須投放更多資源作網上推廣及品牌行銷。此外，依靠外賣平台經營無形中增加餐廳的風險，因為如果外賣平台增加抽佣，便會削減餐廳利潤。☀

Emefail
TEA FROM THE PLATEAU

HARBAL TEA

Fine Blend



使用可降解粟米纖維三角茶袋
Biodegradable Pyramid Tea Bags

Emefail FINE BLEND is a series of fresh plateau herbal tea. This perfect mixture of fresh delicate tea leaves and imported premium flowers exudes a distinct plateau blossom fragrance after brewing.



- ✓ 百分百天然
100% Natural
- ✓ 無添加香料
No added flavors
- ✓ 設有不同的包裝和等級
Different packaging & grades
- ✓ 製造商直接銷售
Direct sales

歡迎零售及批發，詳情請向我們聯絡
For more information, please contact us:

貴茶(香港)有限公司 Gui Tea (Hong Kong) Co., Ltd

香港九龍灣常悅道20號環球工商大廈5樓10-13室

Tel: (852) 2711 3181

Unit 10-13, 5/F., International Plaza, 20 Sheung Yuet Road, Kowloon Bay, Hong Kong



Gui Tea (HK)
Official Website



Whatsapp
Contact

集資項目

加速初創食品公司開發更健康、更可持續食品步伐

融資紀錄（2020年11月至2021年2月）

ADVANTIR - SWIRLGO | 新加坡

膠囊軟雪糕機

S\$ 7-figure

www.swirlgo.com

AVANT MEATS | 香港

從魚細胞生產的培植肉

US\$ 3M

www.avantmeats.com

BITS X BITES 食芯資本 | 中國

農業與食物科技風險投資機構

US\$ 30M

www.bitsxbites.com

CRICKET ONE | 越南

以蟋蟀為原料生產的蛋白粉和油

US\$ 7-figure

www.cricketone.asia

DAYDAYCOOK 日日煮 | 香港

美食網絡信息多媒體服務平台

US\$ 25M

www.daydaycook.com

E GREEN GLOBAL | 南韓

農業生物技術公司

US\$ 9M

www.eggtuber.com

FOOD MARKET HUB | 馬來西亞

餐飲採購和庫存管理平台

US\$ 4M

www.foodmarkethub.com

LISTENFIELD | 泰國

為農業提供全面數據及方案以提高產量的平台

未披露金額

www.listenfield.com

NEXT GEN FOODS | 新加坡

植物肉製造商

US\$10M

<https://nextgenfoods.sg>

NICE TUAN 十薈團 | 中國

農產品和雜貨團購網上平台

US\$ 196M

www.nicetuan.net



ORGANIC FOODS & CAFE | 阿聯酋

有機超市和咖啡室

未披露金額

www.organicfoodsandcafe.com

TIPA | 以色列

用於食品行業的可生物降解包裝

US\$ 4M

www.tipa-corp.com

YONGHUI FRESH FOOD 永輝採食鮮 | 中國

新鮮農產品B2B平台

US\$ 153M

www.freshfood.cn



「我相信植物肉就是未來！」

微風超市 — 台灣 (p.19)

「腸道健康保健產品成為主流。」

Natural House — 日本 (p.20)

「市民經此一疫，健康意識大大提高，
促成增強抵抗力的食品持續上升。」

源生坊 — 香港 (p.21)

2021年食品和飲料趨勢

2021年會否是2020的延續？日本 Natural House、台灣微風超市及
香港源生坊跟大家分享一些趨勢及前景。

OUTLOOK





上：台灣微風超市副總經理羅大為



「我相信植物肉就是未來！」

台灣精品超市Breeze Super微風超市副總經理羅大為表示：「我相信植物肉就是未來！台灣植物肉市場龐大，消費者不限於330萬名台灣素食人口，而是2300萬名消費者！現在的消費者，尤其是25至40歲一輩，講求食品的味道之餘，也著重環保、動物福利、永續發展和健康，植物肉就是這批彈性素食者的最佳選擇。目前，超市也正持續進行「植物蛋」的研發，未來會繼續引入更多優質植物肉。」

台灣Breeze Super微風超市在台灣有三家分店，售賣台灣、日本、歐洲等世界各地的高級食品及當季蔬果。而Breeze Super微風南山旗艦店，佔地近八萬平方呎，是目前亞洲最大的精品超級市場，除超市外，更設熟食外帶區、酒櫃座位區，以及全台灣最大芝士火腿專區。新設的植物肉專區，更齊集本地及海外植物肉品牌與產品，是台灣目前植物肉類型最齊全的超級市場。🇹🇼

「腸道健康保健產品成為主流。」



另一班相對著重健康的消費者，會選擇無碳水化合物飲食和較健康的無糖、素食、無麩質零食。在家工作人士，則多買了果汁和水。由於大部分餐廳及食肆仍然停業或縮短營業時間，家庭或朋友聚會都只能於家中進行，我們正準備一些聚會用的套餐，及於母親及父親節等節慶作送禮用的健康福袋。🇯🇵

左：日本Natural House總裁白川洋平

日本有機零售先鋒

Natural House 成立於1978年，總部位於東京，是日本健康和有機產品零售先鋒。Natural House 13間分佈於東京、大阪、神戶和其他城市的分店，是日本天然和有機食品最齊全的超級市場。主打本地新鮮有機農產品外，還售賣健康熟食、便當、天然化妝品和保健品等。

消化系統及腸道健康產品一支獨秀

Natural House總裁白川洋平（Yohei Shirakawa）表示，疫情期間，可能大家被困家中心情鬱悶下多吃了零食、蛋糕等高熱量低纖維食物，再加上缺乏運動，導致腸胃變差及便秘等問題，故此，一些幫助消化及促進腸道蠕動的天然健康產品，例如：乳酸菌、益生菌、酵素、螺旋藻、維他命及C和維他命D等產品，都非常暢銷，並預料此趨勢今年將能持續。

右：Natural House位於東京青山的旗艦店





上：香港源生坊創辦人高照成及高太高丁靜麗

「市民經此一疫，健康意識大大提高，促成增強抵抗力的食品持續上升。」



源生坊早於1998年成立，是香港首批天然及有機產品零售連鎖店之一，迄今全港有13間分店及4個網店(源生坊官方網站、HKTV Mall、Big Big Channel 及京東)，其中元朗漆柏佔地2,300 呎的旗艦店更是全港最大天然有機商店。源生坊每年服務超過120,000名顧客，連續8年榮獲「香港有機資源中心」頒發為「至TOP有機產品零售商」及「優質有機零售商」。過去兩年更以最高票數當選為「全城至愛有機零售商」。

源生坊超過一半產品獲得有機認證，而生物動力農法產品 (Biodynamic) 更佔一成，於業界是一個頗高的比例。

每件產品標籤上也有明確的標示，方便顧客識別那些是有機認證、生物動力農法產品或天然產品，絕不取巧混淆視聽。

香港浸會大學香港有機資源中心於2020年10月進行的市場調查，指出有機食品市場受到社會運動及疫情影響，發現高消費羣組減少了消費。不過，市民對購買有機產品的意欲仍然強烈，推算有機消費金額將於今年回升至77億港元。

今年一月尾，源生坊於大埔開設新店，以行動表達對後市的信心。

1. 功能性飲品

一些有實質例證證明有效增強免疫力，含有豐富抗氧化物、維他命、礦物質的功能性飲品，例如有機草本汁、酵素等，銷量都會持續上升。

2. 冷凍食物

冷凍食品可以保存較長時間，故此冷凍魚、肉、菜、蛋食物等會繼續有增長。

3. 有機糧油

消費者追求更天健康、無添加食材，有機食品就是信心保證，有機米油鹽醬醋茶的需求將不會減少。 🇭🇰



上：Nature's Superfoods 共同創辦人 Serene Cha (左)、Ailay Quek 和 Julian Lee (右)

成立於2011年的Nature's Superfoods，在疫情期間仍然得以持續發展，我們訪問了Nature's Superfoods的共同創辦人 Serene Cha，為我們分享其公司的發展策略。

保持簡單的產品組合

「當我們2011年創立Nature's Superfoods時，我們只是一家規模很小的企業，產品種類亦非常有限，只售賣一些當年在新的加坡，甚至整個東南地區仍然是很新的產品，例如藜麥和奇亞籽。所以我們便舉辦一些活動，例如烹飪班、試食會等，並透過社交媒體，令更多人認識超級食品這種食物，一直到2015年，公司業務開始多起來。」

「近年，市場上有很多『花款較多』的超級食品，但我們只想保持簡單的產品組合，專注提供一些顧客日常都會食用的基本超級食品便可以了。」

目前Nature's Superfoods提供多種有機食品，包括早餐穀物、穀物、香料、乾果零食、蛋白粉和混合營養粉等，其原材料大部分來自秘魯和南美等國家的有機食品，例如藜麥、奇亞籽、雪蓮果（yacon root）、印加果籽（sacha inchi seeds）、可可、紫玉米、薑、薑黃等。

「公司核心價值之一是為顧客提供最佳的無添加（無麩質、無GMO、無防腐劑、無添加劑、無精製糖）、低含量（低鹽、低GI升糖指數）和植物性超級食品，以確保消費者健康。近年，市場上有很多“花款較多”的超級食品，但我們只想保持簡單的產品組合，專注提供一些顧客日常都會食用的基本超級食品便可以了。」 Serene說。

從網上銷售開始

疫情延續刺激網上消費爆升。據 Accenture 報告表示，疫情令大家轉變消費模式，從而推動新加坡去年的網上經濟，額外增加了5億美元收入，有些企業的增長率甚至超出以往三倍。

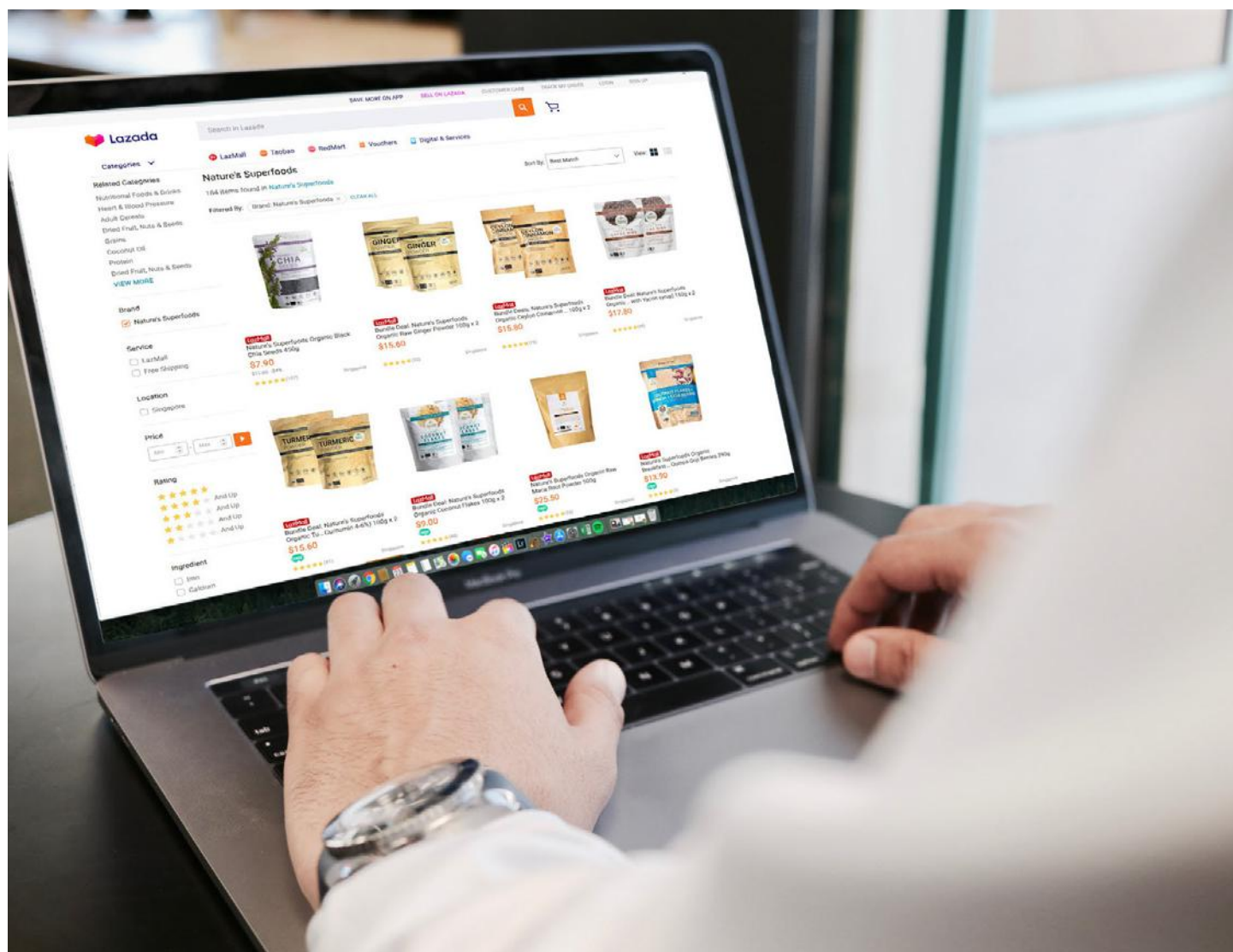
疫情亦促使世界各地的企業重新思考商業模式，並加快發展網上業務。然而 Nature's Superfoods 的營運模式從第一天開始就是電子商務，而這策略非但令品牌在去年疫情大爆發時免受打擊，市民紛紛轉至網上消費，更令 Nature's Superfood 的銷量大升。

奇蹟從不會在一夜間發生

「我們從一開始就從事電子商務，我們建立自己的網站讓顧客直接落單購物，生意一直都頗為理想，消費者也漸漸熟悉我們的產品。直到2015年，我們更開始加入RedMart、Shopee、Lazada等網購平台，從那時開始，我們的銷售額激增了25%-50%，顧客也逐漸增加。我們從事網上業務多年的經驗，令我們能夠妥善應對及處理疫情期間網購爆升所帶來的物流及其他管理問題。」 Serene 說。

去年 Nature's Superfoods 營業額增加了4倍，其中大部分來自 RedMart 的網上銷售。根據 Tech In Asia 報導，RedMart 去年的營業額升了50%。

根據 eMarketer 數據顯示，2019年東南亞六個最大網上消費的人口合共為5.7億，總額超過1000億美元。儘管全球各國的互聯網經濟增長率每年都有20%-30%，但印尼和越南卻有超過40%的增長。





儘管公司在線上業務方面取得一定成績，但Nature's Superfoods認為實體店購物在零售方面仍然是非常重要的。

「我們認為絕對不能忽略傳統銷售渠道的價值。始終，人與人之間的關係，還是需要面對面接觸和溝通才能建立，能親身體驗食物的色香味，是整體消費過程非常重要的一環。」

自2015年起，Nature's Superfoods更多元化其銷售渠道，並在新加坡的FairPrice Finest等連鎖超市、有機保健食品商店、健康藥房和餐飲食肆等銷售其產品。此外，還將產出口到香港及柬埔寨等地區。

現時直接向消費者銷售的線上業務約佔Nature Superfoods銷售額的50%。

亞洲風味

現實是，無論食物有多健康，如果食品味道不甚美味，生意是很難持續的。Nature's Superfoods有見及此，研發了數百款食譜，教導顧客如何處理及烹調食材，將源自西方的食材，變身成適合亞洲人口味的日常食物。同時食譜亦照顧到不同顧客，例如素食者、糖尿病患者、長者、小孩和上班族等的不同需要。

「超級食物並不是那麼難吃吧！我相信這是大家對健康食品的一種錯覺！我們

的超級食品產品是全天然的，而且沒有多餘的加工，不同人士可以因應個人的需求而處理食材，例如有人選擇生吃！亦有很多人用我們的產品配搭其他食材。我在網上就見過很多有關超級食物的食譜，而我們的顧客亦經常跟我們分享他們的創意食譜，我們都會親身嘗試，並把合適的在我們的社交媒體平台跟大家分享。就個人經驗來說，超級食品也可以是很美味可口的！」Serene補充。

為顧客提供不同選擇，分享超級食品帶來的益處，幫助大家改善健康，就是Nature's Superfoods經營之道。🇸🇬



Enjoy your wine
headache free,
preservative free

SO₂GO



Reduces free Sulphur Dioxide (SO₂) levels in wine & champagne
Drastically reduces preservatives 220 & 224
One 3ml sachet treats one standard 750ml bottle
One 5ml pump dispenser treats 20 glasses of wine or champagne
Will not affect the taste of your wine or champagne
Safe & Natural – Used by winemakers worldwide!



Enjoy a night to remember... not a morning to forget

For further information visit www.so2go.com.au or email so2go@so2go.com.au

上：秘魯PROMPERÚ東南亞商務專員
Erick Aponte



亞洲現在是秘魯農產品出口的第二大市場

目前，亞洲目前佔全球秘魯農業食品出口總量的9%。中國是秘魯產品的最大亞洲市場，占出口總量的30%，其次是香港（20%），韓國（14%），日本（12%）和印度尼西亞（8%）。PROMPERÚ是秘魯對外貿易和旅遊部的旅遊和貿易委員會。自2017年以來，PROMPERÚ憑藉其在香港的東南亞貿易辦事處，在亞洲發起了“秘魯超級食品”運動，以通過活動和活動在秘魯，新加坡，馬來西亞和泰國推廣秘魯水果，穀物，蔬菜，草藥和海鮮有影響力的營銷活動。

秘魯出口商協會（Adex）最新公佈的數據顯示，秘魯2020年農產品出口總額為74.87億美元，同比增長6%，產品出口至140個市場，美國是最大買家，中國內地和中國香港排進前十位。秘魯《安第斯報》近日報導，秘魯出口商協會表示，取得這一出口成績與“農業振興法（Ley de Promoción Agraria）”有很大關係，創造了就業機會，減少了貧困人口，使秘魯成為重要糧食大國。

美國是秘魯農產品的最大買家，出口額為24.5億美元，其次是荷蘭和西班牙，對英國和厄瓜多爾的出口也表現良好，其餘躋身前十的市場有智利、中國內地、哥倫比亞、中國香港和加拿大。針對農產品製品，出口額為67.63億美元，較2019年增長7%，佔農產品出口總額的90.3%。主要出口產品是葡萄，出口額為10.45億美元，佔15.5%，同比增長19.1%。藍莓以9.97億美元緊隨其後，佔14.8%，同比增長22.5%。其次是鱷梨，雖然銷量增加31%，但出口額減少0.07%，這是因為墨西哥和美國加利福尼亞的鱷梨產量高，導致售價下滑。排在第四、五位的是新鮮蘆筍（3.8億美元，同比減少4.9%）和新鮮芒果（2.72億美元，同比增長4.5%）。🇵🇪





香港有靚魚
撐本地優質魚

優質養魚場計劃

香港是亞洲人均海鮮消耗量第二高的地區，人均全球排名第七。而香港人均每年消耗71.8公斤海鮮，超出全球人均食用量三倍多。因此，香港人的海鮮選擇，對海洋及環保有着深遠影響。*

優質養魚場計劃

漁農自然護理署自2005年推出「優質養魚場計劃」，旨在協助及提升本地養魚場水平，為市民提供優質安全的水產品。這項計劃包括養魚場登記、水產品苗種登記及品質保證制度，確保已登記養魚場使用良好水產養殖方法及其養殖水產品符合食物安全標準。現時已有超過100個本地魚場參與了此計劃。

計劃提供多種活魚、冰鮮和速凍本地優質水產品，包括花尾龍躉、魚仲魚扒、花鱸魚扒、黃鱸鯪、紅魚、石蚌、寶石魚、烏頭等。

食材安全，入貨最安心

- ✓ 省卻額外品質檢測的時間和支出 – 魚場得到政府部門的支援，亦更容易解決很多技術上問題
- ✓ 顧客食得安心 – 不含孔雀石綠、抗生素、大腸桿菌、霍亂弧菌及重金屬等
- ✓ 食品追蹤 – 有合格證書及標籤作識別，二維碼追蹤食材來源

「養魚是我的興趣，看見魚成長自己就很滿足。我在南丫島已經養了34年魚，因為這裡有好的空氣及水質，很適合養魚。」

魚場負責人陳平有

其中一位參與計劃的魚場負責人陳平有說，漁護署每個月也會到訪魚場，監察水質及魚的健康，只有通過檢測的魚才可使用「優質養魚場計劃」的標籤。

左：參與「優質養魚場計劃」的魚場負責人陳平有



寶石魚

Jade Perch

源自澳洲昆士蘭省，因魚身上有如寶石般的黑色斑塊而命名。由於寶石魚的生長速度快，而且成長時疾病較少，因此是一種理想的養殖品種。寶石魚含有較高的不飽和脂肪酸，奧米加脂肪酸Omega3含量比三文魚更高，肥美甘香，清蒸或用油煎都適宜，所以是一種營養價值高，食用用途廣泛的魚種。

烏頭

Grey Mullet

又名青鯔，長於鹹淡水域河口交界，魚體呈圓筒長形，身形肥美而且所含脂肪較多。香港元朗出產的烏頭油質豐富是地道特產，四季當造。



花尾龍躉

Giant Grouper

又名花尾躉、龍膽、過耳、紫石斑等。屬於石斑魚類最大型品種的花尾龍躉，於本港室內養殖的花尾龍躉，品質受到嚴格監察。魚身粗壯，全身以深褐色為主，魚身有光澤。魚是皮包鱗，有3至5層魚皮包裹着肉，肉質厚實彈牙，蛋白質含量豐富，魚皮柔韌而重膠質，是貴價食材之一。



黃鰺鯧

Pampano

又名布氏鰺鯧，屬於鰺魚科，主要分佈於紅海及東非海域，北至日本南部，南至澳洲等地方。身型圓扁，與白鰺魚相似。其肉質鮮香軟滑，肉嫩而沒有細骨，老少咸宜，宜以豉汁蒸煮。現時黃鰺鯧一年四季皆有供應。



紅魚

Red Snapper

又名赤鰭笛鯛，本地俗稱紅魚、大紅魚、紅笛鯛。紅魚是暖水性中下層魚類。魚身體積大、少刺。魚身側扁、呈橢圓形，全身為鮮紅色。該魚肉厚結實肉質細嫩、少刺多汁、色澤鮮豔，故適合各種烹煮方法。



花鱸

Japanese Seabass

又名日本花鱸、鱸魚、斑鱸。體型延長，側扁。背部稍隆起。一般長度為40厘米，最大長度為1.02米，最大重量為8.7公斤。不論用來煮湯、燒烤、紅燒、油炸或清蒸等，都十分合適。

魚仲

Cobia

魚仲屬海鱸科，俗稱槽仔魚。頭寬及扁平，體長，呈深褐色，具兩條窄橫帶，腹部淺色；肉質肥美，可作魚生或魚扒，亦可加陳皮碎蒸或以鹹酸菜同煮，同樣別具風味。



石蚌

Star Snapper

又名星點笛鯛，頭與背呈紅色或紅棕色，腹部為黃色或黃白色，魚鰭皆為鮮黃色。憑據體側有一明顯的白點，石蚌可算是其中一種容易辨認的魚類。石蚌食用方式廣泛，深受本港家庭、酒樓、茶餐廳等喜愛。野生的石蚌主要分佈於印度洋與太平洋；現時石蚌一年四季皆有供應，產自本地優質養魚場的石蚌，在食物安全上有著更高的保障，令消費者食得更放心。



上：元朗一帆漁業創辦人黎來就

為零售及餐飲業提供優質本地魚

元朗一帆漁業是「優質養魚場計劃」的參與魚場之一，亦是其中規模最大的魚場。

其創辦人黎來就先生(就哥)表示魚場主要供應元朗烏頭、鯪魚、寶石魚及蝦，除了向酒樓直接供貨外，亦有向香港仔魚市場、惠康超市、一田百貨、百分百餐廳，甚至HKTV MALL等供貨。

就哥指食魚最怕有泥味，他們除了每隔2至3年會清理塘泥，並注意飼料投放的配搭和份量外，還要通過漁護署的泥味測試，確保魚沒有泥味才會推出市面。他們並設有取得ISO認證的加工場，部分魚獲會於晚上約六時運往加工場清理乾淨，並配上調味料和蔥薑蒜，以密封包裝及冰鮮處理，再運往各銷售點，讓市民烹調美食更方便。

「魚不單沒有泥味，當中寶石魚充滿油香，大頭魚、烏頭及鯪魚亦新鮮嫩滑，魚味鮮甜。絕對適合酒家及餐廳平日的客飯或夜市小菜！」

香港餐務管理協會主席梁振華品嚐過優質魚後表示



專家教路：天虹海鮮酒家負責人陳詠楓 Wendy 介紹優質魚不同的烹廚方法

早前麥包(麥長青)與Wendy參觀「優質養魚場計劃」中位於南丫島索罟灣的魚排，即撈、即煮、即食優質魚。

Wendy表示：「魚除了一般清蒸，油鹽水魚也很美味。比較大條的魚，也可起片、起肉，做兩味不同款的菜式。」她說經營酒樓最重要是讓食客食得安心，要清楚知道來源及生產過程，她認為優質魚的肉質最好，味道能一直保持水準。

「天虹海鮮酒家」成立於1984年，是南丫島上最大及最具規模的海鮮酒家。多年來榮獲多項飲食大獎，2009年獲「Miele飲食指南」推介【亞洲450家最佳食府】。

大家亦可到天虹海鮮酒家，品嚐各種以「優質養魚場計劃」海鮮炮製的美味菜式。



左：天虹海鮮酒家負責人陳詠楓 Wendy

右：點擊觀看 - 麥包(麥長青)與Wendy專家教路





SESAMILK

白芝麻奶和黑芝麻奶



芳香、濃郁、美味

Sesamilk從優質泰國芝麻提煉而成的純正芝麻奶，有白芝麻奶、黑芝麻奶、並各有無糖版本，產品是品牌跟泰國 King Mongkut大學，經過100多次試驗和兩年共同研發後得出來的成果。

泰國清邁大學醫學院化學系的研究人員發現，芝麻中的獨特芝麻素，可幫助對抗引起癌細胞的自由基。另外，芝麻素可抑制導致關節炎和骨質疏鬆症的軟骨分解，促進新陳代謝，降低膽固醇，平衡荷爾蒙，並可提升維他命E的功效10倍。

但要吸收芝麻的整全營養，並不是單憑在咀裏慢慢咀嚼或用普通機器研磨可以做到。Sesamilk 所開發的特殊提取技術，令一盒200毫升的白芝麻奶，就有392毫克的芝麻素。

Sesamilk含有豐富鈣質，比牛奶多6倍。全素食，不含乳製品、大豆，麩質和膽固醇。更好的是，它不含大多數植物奶中常見的添加劑，例如均質劑、穩定劑及增稠劑。🇹🇭





P34 由零廢棄到實現循環經濟

Great Giant Pineapple — 印尼

P36 當你想到可可時，你只會想到朱古力嗎？

Kokojoo — 瑞士

P37 回收麵包釀啤酒

CRUST — 新加坡

P38 可食用的環保吸管

NLYTECH Biotech — 馬來西亞

P39 讓食物「自然呼吸」的蜂蠟保鮮布

Abeego — 加拿大

P41 行街鞋底再不怕竊著香口膠

True Gum — 丹麥



以環保為己任的卓越品牌

近年來，越來越多公司憑著嶄新的理念，打破常規，以各種創新的手法，實現升級再造及源頭減廢的目標。今期，讓我們看看國際大型食品製造商及多間初創食品企業，如何將別人的「廢物」升級再造成寶物及或發明新一代環保產品以減少塑膠的使用，並實現環保和商業雙贏的運營模式。



FEATURES



由零廢棄到實現循環經濟

我們現時處於的經濟模式，稱為「直線經濟」：開採資源，製造產品，銷售產品，丟棄產品。循環經濟旨在改變這一切！

印尼食品企業PT Great Giant Pineapple（簡稱GGP）成立於1979年，現時是世界上最大的綜合零費棄菠蘿加工生產商，印尼最大的菠蘿種植者，世界第三大菠蘿灌頭產品和濃縮菠蘿汁生產商，僱用超過19,000名員工。

GGP每年生產超過500,000噸罐裝菠蘿，其中 17,000個貨櫃的罐裝菠蘿出口至全球65多個國家及地區。除菠蘿本

業外，GGP 還有其他業務包括：食品加工、木薯粉生產、肉類加工、健康酵素產品、肥料等。其位於印尼蘇門答臘島南部楠榜省，佔地34,000公頃的綜合土地，是集團菠蘿種植園、菠蘿加工廠、木薯澱粉廠、牛場、菠蘿酵素廠、液體有機生物肥料工廠、堆肥廠、沼氣廠、熱能發電廠的所在地，為當地製造了大量就業機會同時，亦同時製造了大量「垃圾」。

有見及此，GGP開發了一套完善的零廢管理系統，將各個業務產生出來的固體和液體廢物回收，再用於其他業務中，形成一個封閉式「廢物」大循環。例如：把菠蘿皮用作牛隻的飼料，牛糞用於菠蘿園作堆肥，利用菠蘿莖生產菠蘿酵素，加工廠廢水進行沼氣發酵生產甲烷氣體，作為汽電共生原料等，達至零廢目標，實現循環經濟。



以廢棄物，養活不同業務

回收菠蘿副產品，物盡其用

每一公頃菠蘿園，就產生約160噸的菠蘿廢棄物。GGP將菠蘿皮與草、木薯和高粱等其他農作物混合成可滋潤果園泥土的肥料及餵飼牛隻的飼料。

菠蘿亦可製成酵素。菠蘿酵素分兩種，分別來自果實和莖部，GGP利用成份和含量比較好的莖部，生產用於食品和藥物的酵素原料，來自果實的酵素則用於生產有機肥料。

綠化土壤

通過安裝液態有機生物肥料系統，將每天約325噸來自25,000頭牛的牛糞變成有機肥料，用於菠蘿園作堆肥，菠蘿更能茁壯成長。

減少水土流失

佔地2500公頃的竹林，種植了超過160種不同種類的竹，比起其他樹木，竹可吸收多35%的二氧化碳及釋放多35%的氧氣，並同時減少水土流失。

利用廢水產生能量

利用菠蘿加工及木薯澱粉廠的廢水生產沼氣，而沼氣廠產生的甲烷，又會為工廠提供動力。而有機生物肥料廠產生的廢水，經處理後，用於灌溉菠蘿及木薯。

部分成果

化石燃料使用量減少了30%，無機肥料使用量減少了40%，產量提高了50%。GGP於2015年獲得年亞洲企業卓越與可持續發展獎。

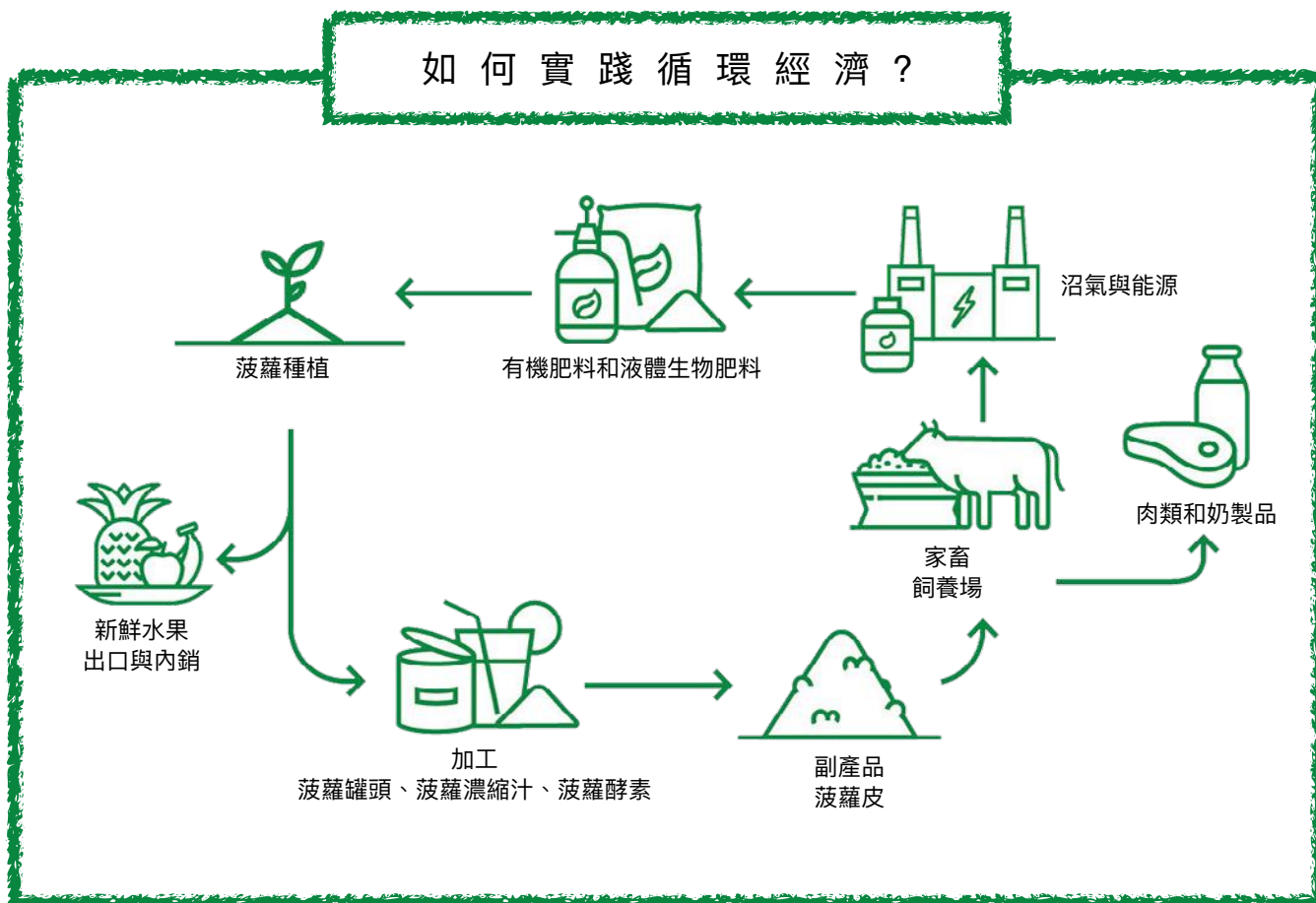


甚麼是循環經濟？

我們現時處於的經濟模式，稱為「直線經濟」：開採資源，製造產品，銷售產品，丟棄產品。*循環經濟旨在改變這一切，從根源上消除廢物並形成一個「閉環」，讓材料在系統內流動。這種生產和消費模式提倡對材料和產品的重複利用、維修、租賃和回收。「閉環」越短或越緊密越好，因為它通常可以通過減少勞動力和能源等成本來實現最大程度的節約。現在，全球經濟中只有9%是循環經濟。

*資料來源：JP Morgan

如何實踐循環經濟？



當你想到可可時， 你只會想到朱古力嗎？

其實，可可能製成的食品還有很多。

用來製造朱古力的可可豆僅佔整個可可果實的20%，其餘80%的可可果實，包括當中的可可豆殼和白色果肉就會被棄掉，儘管可可豆殼和果肉其實亦是營養豐富的食物。

可可豆殼佔可可豆總重量的10-17%，含有豐富纖維、可可揮發性化合物、蛋白質、礦物質、維他命和多種多酚（例如抗氧化物），瑞士非洲公司KOKOJOO便利用可可豆殼，作為其全新天然功能性飲品的主要原材料，為市場帶來一個全新的飲品種類。

提神醒腦的天然飲品

目前KOKOJOO提供兩種產品，分別是 *kōkōjoo original* 和 *kōkōjoo caffeine*，是以可可豆殼製成的有氣可可飲品，味道前段似湯力（tonic），後段有強烈而持久的朱古力味，甜而不膩，口感非常獨特。雖然品牌定位並不是能量飲品，但飲後非常提神醒腦，是繁忙都市人想增加活力的一種全新健康飲品選擇。Kōkōjoo是全素飲品，不含任何動物成份、低糖和無麩質。

kōkōjoo產品使用的所有可可原材料，均來自該品牌在象牙海岸的可可種植園及歐洲的朱古力製造商。象牙海岸是全球可可豆五大生產區之一，而歐洲是全球朱古力最大消費地區。

將快推出的新產品

kōkōjoo juice— 由100%可可肉製成原汁，將於3月推出

kōkōjoo focus—含豐富維他命B12，以可可豆殼為主要原材料的飲品，將於4月推出 

獎項

於科隆ANUGA展覽會榮獲年度最佳初創企業飲品類別的「2019年度最佳食品初創企業獎」

kōkōjoo original 和 *kōkōjoo caffeine* 於巴黎SIAL展覽會榮獲「2020 SIAL 創新初創獎」



* 資料來源：MDPI



回收麵包釀啤酒

於2019年推出以來，成功將480公斤本被當作垃圾的多餘麵包回收及升級再造成啤酒。其目標是於2030年，將全球食物廢棄物減少1%。



CRUST是新加坡第一個可持續啤酒品牌，收集來自合作麵包店、餐廳和酒店未售出和未使用的剩餘麵包，再加上果皮等「廢物」，製成一系列手工啤酒。

「釀造230升的品牌旗艦產品 Bread Ale需要大約10-15公斤的麵包。我們自2019年9月推出以來，便回收了480公斤以上的麵包，釀造出來的啤酒更達8,500升之多，成功把原本被當作垃圾的麵包升級再造。」 CRUST的創辦人Travin Singh說。

啤酒釀造過程

以剩餘麵包替代在釀製過程中使用的大麥和麥芽，麵包的澱粉在釀造過程間轉化成可發酵的糖份。麵包皮使啤酒味道變得更甜，餘韻更有焦糖味。最有趣的是，不同類型的麵包會釀出不同風味的啤酒。

釀製麵包啤酒跟普通啤酒的過程其實沒有太大區別。不同之處是，CRUST用白麵包（其中大部分來自法國麵包店Maison Kayser）代替了30%的麥芽。另一個分別是進行麥汁分離過程時（lautering），過濾所需的時間長得多。CRUST現時以白麵包釀製啤酒，但正嘗試使用酸種麵包和黑麥包，以調配更多新味道。

「啤酒釀造時，麵包皮是非常重要的，因為它賦予了啤酒的甜味。因此，我們以麵包皮（Crust）命名。」 Travin說。

Crust 剛於一月於日本推出CRUST Pilsner 啤酒，並計劃於今年進軍泰國市場。🇯🇵

可食用的環保吸管

90天內可完全分解、100%可食用、100%可生物降解

由馬來西亞的生物技術公司新億科技生物技術有限公司（NLY Tech Biotech）創立的吸管品牌 RiceStraws，由全天然碎米粉和木薯澱粉造成，不含任何添加劑，100%可食用。如果你不想吃掉它（無特別味道的），你可以把它當作動物飼料或肥料。90天內可完全分解，是100%可生物降解的環保吸管。

RiceStraws 所用的米粉由碎米磨成，而並非主食中的大米。大米在加工過程中，會產生15-20%的碎米，經研磨後便成米粉，是物盡其用的又一好例子。

紙飲管來自紙張，紙張來自樹木，需求越多意味更多樹木將被砍伐，而 RiceStraws只需碎米和木薯澱粉，所以相對

環保；它亦比聚乳酸PLA飲管更好，後者只是另一種塑膠，需要數年時間才能在堆填區或和海洋中分解；而金屬和竹飲管，比較難以清洗和吹乾，可能產生衛生問題，而且兩款飲管成本和售價都比較貴。

RiceStraws可以在浸泡在熱飲中長達2小時，冷飲更可以維持6小時，雖然最後飲管會變得有點黏糊，但時間已足夠大家嘆住飲。

RiceStraws已獲清真認證，並且是全素產品。品牌在2019年亞洲食品創新獎中獲得了最佳可持續包裝獎。



左：RiceStraws
在2019年亞洲
食品創新獎中
獲得了最佳可
持續包裝獎



讓食物「自然呼吸」的蜂蠟保鮮布

「我可以向你保證，你以後可以吃到更多新鮮食物了！長久以來，我們被教導保鮮袋一定要“密密實實”，食物才可保持新鮮。但我們卻相信，Abeego 讓食物「自然呼吸」，所有食物可保存得更好、更久。」 Abeego創辦人Toni Desrosiers

Abeego是世界上第一個可重複使用，讓食物可以「自然呼吸」的蜂蠟保鮮布。

取於天然，來自加拿大的Abeego，織布以棉麻製造，不含塑膠成分，再以樹脂、蜂蠟、有機荷荷芭油作為蜂蠟塗層，可以作保鮮紙和保鮮袋用。打破傳統保鮮袋一定要密實的觀念，Abeego保護食物免受空氣、光線和濕氣影響的同時，為食物製造一個自然環境，讓其「自然呼吸」，就像檸檬皮、洋蔥皮及芝士外皮一樣，保持內裏食材新鮮，留住原味，延長食材壽命，減低食物變質而需被棄掉的機會。

使用方便，Abeego質料具有延展性，可以附著容器或包裹固體食材，而無需於使用前將蜂蠟布沾濕。蜂蠟布放在冰

箱後會變得僵硬，但只要放回室溫中便會軟化回復原形。

要清潔Abeego，亦非常簡便，使用冷水和不含酒精的洗潔精就可以了！如果保養得宜，更可用上一年，就這樣重複使用，便可取代我們一直沿用的一次性塑膠保鮮紙和保鮮袋，多做一步便可讓地球少一點負擔。

當Abeego完成使命，可以直接把它放進泥土作堆肥，或者野外燒烤時將它剪成條狀並燃燒，便可代替碳精，徹底把 Abeego 回歸自然。

Abeego是由本身是營養學家的Toni Desrosiers於2008年創立，全線產品於其加拿大卑斯省的零污染工場生產。



右：Abeego創辦人Toni Desrosiers



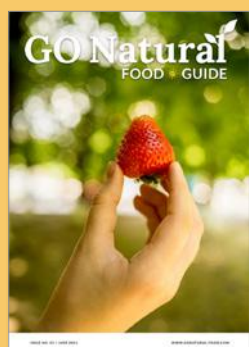


30,000+ 買家訂閱

80% 訂戶來自亞太區

香港特別行政區工貿署
《認可貿易雜誌》

亞洲10+ 個大型國際食品展
「官方支持媒體」



ISSUE No. 05
2021年6月出版



info@GoNaturalMarketing.com

行街鞋底再也不怕黏著香口膠

任何街道上，都總會發現它的痕跡，它就是香口膠！



無膠香口膠

True Gum是由一群熱愛吃香口膠的丹麥年青人經過近500種原型測試後研發的。True Gum是一種不含任何塑料、植物性、百份百可生物降解的純天然口香糖。

早期的香口膠大多以樹膠 (chicle) 為原材料，樹膠來自中美洲人心果樹身所含的乳汁，但由於人心果結果的時間很長，大概需要一年時間，根本無法應付市場的龐大需求，所以現在的香口膠大多以人造合成橡膠為主要基底。

現在，True Gum 反璞歸真，沿用最原始的人心果天然樹膠為產品的基底。天然乳膠以中美洲使用已有數百年歷史的古法提取，整個過程不需砍伐任何樹木，保育森林外，更可為當地社區和農民合作社提供收入。

此外，跟傳統香口膠不同的是，True Gum不含人造甜味劑斯巴甜 (aspartame)，甜味是來自天然甜味劑甜菊 (stevia) 和木糖醇 (xylitol)。甜菊是從甜葉菊植物的葉提煉出來的代糖，甜度比白糖高100到300倍，但不含碳水化合物和卡路里。而木糖醇則來自自樺樹。True Gum亦不含合成抗氧化劑丁基羟基甲氧苯 (butylated hydroxyl anisole, BHA)，BHA證實會干擾荷爾蒙激素。

為了防止大家亂吐香口膠，True Gum 盒內附送包裹紙，讓你將香口膠包好後才放進垃圾桶，認真又貼心！包裹紙跟香口膠一樣是百分百可生物降解的。🇩🇰

香口膠使用的塑膠聚合物與車軌和膠樽中使用的相同，它無法生物降解，代表它永遠黏附在街道上。

你知道香口膠是世界第二最常見的垃圾嗎？每年全球約生產100,000噸垃圾，就是來自香口膠。香口膠中的塑膠微粒可能流入海洋，被海洋生物，例如我們最愛吃的海鮮吸取，並再進入我們的食物鏈中。





1 Organic Super Shot
Turmeric, Cinnamon & Apple
Case: 15 x 100ml

2 Organic Super Shot
Pomegranate, Black Pepper & Mint
Case: 15 x 100ml

3 Organic Super Shot
Beetroot, Ginger & Carrot
Case: 15 x 100ml

4 Organic Super Shot
Ginger, Lemon & Grape
Case: 15 x 100ml

1 天然鹼性泉水
配有機檸檬+姜味
包裝: 12 x 500ml

2 天然鹼性泉水
配有機黃瓜+薄荷味
包裝: 12 x 500ml

3 天然鹼性泉水
配有機草莓+玫瑰味
包裝: 12 x 500ml

4 天然鹼性泉水
配有機西柚+接骨木花味
包裝: 12 x 500ml

5 天然鹼性泉水
配有機黑莓+洛神花味
包裝: 12 x 500ml

6 天然鹼性泉水
(含天然礦物質和電解質)
包裝: 12 x 500ml

flow
alkaline spring water



1 Be Organic
有機蘋果汁
包裝: 27 x 200ml

2 Be Organic
有機石榴汁
包裝: 27 x 200ml

3 Be Organic
有機酸櫻桃蘋果汁
包裝: 27 x 200ml

4 Be Organic
有機超級果汁
包裝: 27 x 200ml



SimplyProtein®

1 Simply Protein
Lemon Coconut
Case: 12 x 40g

2 Simply Protein
Chocolate Coconut
Case: 12 x 40g

3 Simply Protein
Peanut Butter Chocolate
Case: 12 x 40g

4 Simply Protein - Kids
Strawberry Vanilla
Case: 5 x 25g

5 Simply Protein - Kids
Chocolate Brownie
Case: 5 x 25g



有機初榨冷壓 三本山茶油

冒煙點高達250°C 配合東方烹飪習慣

有益心臟健康

富含單元不飽和脂肪酸，降低膽固醇

延緩衰老

含抗氧化成份，消除體內自由基

控制三高

軟化血管，預防血管壁老化

高煙點/可涼拌

在烹調方式上有更多的選擇，而山茶油是極少數使用初榨冷壓提煉卻又擁有高冒煙點的油品

滋潤皮膚

高含量的 Omega 9 脂肪酸，輕盈的質感容易吸收，能夠有效滋養和保護肌膚

有利排便

於早餐前空腹食用，有利排便



山茶油是從山茶科 (Camellia) 油茶 (Camellia Oleifera Abel) 樹種子中獲得的，是我國最古老的木本食用植物油之一。



多個認證及 機構支持

讓您食得安心



APVU蔬食認證



香港優質品牌



USDA有機認證



歐盟有機認證



樂活貢獻大獎
最佳天然食用油



符合英美加標籤法規



香港食品科技協會
企業會員



香港保健食品協會
企業會員

油中極品 健康人士首選



從一粒籽到一瓶油 用心打造，始終如一

由山茶樹幼苗到開花結果需要經過六年才結籽，從開花到採摘又要經過五個季節。種植海拔高達600米，日照多，空氣溫和而濕潤，且需要在酸性的紅土上生長，是非常珍貴的。

生長在沒有污染的亞熱帶南嶺濕潤氣候區，生長過程中不施農藥、化肥等。經緯度及土質氣候適宜營養成分高。不含芥酸、膽固醇、黃曲霉素等對人體有害物質。色澤金黃或淺黃，品質純淨，澄清透明，氣味清香，味道純正。

由於嬰幼兒消化系統不成熟，給他們吃難消化的油脂會損害其肝膽器官，產生消化不良等問題。

用油膩感重的油脂烹調副食，容易使嬰幼兒產生排斥反應造成厭食；所以提供分子結構細、易消化、高營養的山茶油十分必要。

山茶油口味清香、不油膩，能促進嬰幼兒食慾，可利氣、通便、助消化，對身體發育很有幫助。



母嬰的鑽級健康油

歡迎whatsapp查詢:



.....67681717

.....28699776

.....info@sunplanoil.com.hk

.....https://sunplanoil.com.hk



sunplanoil.com.hk



Sunplan
三本

香港總代理: AA1218 Company Limited | 7B, Prospect Mansion, 66-72 Paterson Street, Causeway Bay

法國有機紅 薯仔、洋蔥



現已登陸



有機地健康食品有限公司

香港荃灣沙咀道11-19號達貿工業中心2011室

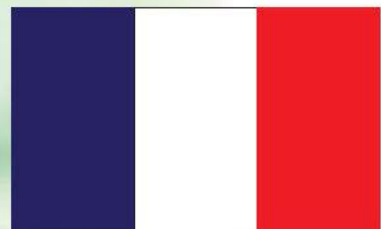
小苗子

灣仔軒尼詩道 179-181號地下

電話：

電話：

菜頭



歡迎聯絡查詢
852 93183745

Sprout Deli
苗子

* 圖片只供參考

(852) 2850 6166

(852) 2333 6207



Sprout Cafe HK 小苗子



sproutcafehk



新仕美 SnackMate™



美味、健康又方便的零食小吃

新仕美 SnackMate

新仕美SnackMate嚴選世界各地優質的原材料，為追求健康生活的您提供多種健康、方便和美味的零食選擇。

產品特點：

- ✓ 非切片的原粒果乾，大顆圓渾，口感飽滿
- ✓ 豐富膳食纖維及維他命
- ✓ 不含膽固醇
- ✓ 不含人造色素
- ✓ 獨立小包裝，一開即食，隨時隨地隨心享用

產品種類

原粒藍莓乾、原粒紅莓乾、去核西梅及杏脯乾

服務以下國家及地區顧客

香港、澳門及中國

目標顧客

零售商及批發商

採購及查詢聯絡

東秀有限公司

Assure Company Limited

電話：(852) 2388 8839

電郵：info@assure.com.hk

網站：www.assure.com.hk

原粒紅莓乾 (7包裝)
Whole Dried
Cranberries 7's
包裝：(25g x 7) x 12



原粒紅莓乾
(密實保鮮裝)
Whole Dried Cranberries
Zipper Bag
包裝：200g x 8

泌尿系統健康

含多酚、獨特的原花青素、纖維、維他命C和槲皮素，預防尿道細菌性感染，提升免疫力。

原粒藍莓乾 (7包裝)
Whole Dried
Blueberries 7's
包裝：(25g x 7) x 12



護眼補腦

含有天然花青素，護眼明目，增強夜間視力，促進眼部血液循環。豐富抗氧化物，防止自由基攻擊腦部和神經細胞，減緩腦部退化，有助維持記憶力。

去核西梅 7小包
Pitted Prunes 7's
包裝：(24g x 7) x 12



腸道健康

含豐富食用纖維及山梨糖醇，幫助排便，保持腸道健康。水溶性纖維，能有助降低體內膽固醇，減輕心血管負擔，更有助預防骨質疏鬆。

杏脯乾 6小包
Dried Apricots 6's
包裝：(20g x 6) x 12



抗氧美肌

含天然維他命E、維他命C及β胡蘿蔔素，抗氧美肌，保護皮膚細胞免受紫外線的損害，預防皺紋。



美國著名蘋果汁品牌 150多年歷史，信心保證

馬天尼 Martinelli's

馬天尼，擁有超過150年歷史的知名品牌。

自1868年創立以來，一直使用加州肥沃土壤的山谷所種植的蘋果，生產出100%金牌優質果汁。產品更在不同博覽會上獲得超過50面金牌，商標獲冠以「金牌馬天尼」的稱號。

產品特點：

- ✓ 原裝美國進口，產地盛產優質蘋果
- ✓ 採用美國優質品種蘋果，調製出完美香純的果味
- ✓ 無添加糖、色素、防腐劑等添加劑

產品生產地

美國

產品種類

純果汁、有機果汁及有汽果汁

服務以下國家及地區顧客

香港及澳門

目標顧客

零售商、批發商及餐飲業

採購及查詢聯絡

東秀有限公司

Assure Company Limited

電話：(852) 2388 8839

電郵：info@assure.com.hk

網站：www.assure.com.hk



有汽蘋果汁 (不含酒精)
Sparkling Apple Cider
包裝：750ml x 12



純蘋果汁
Pure Apple Juice
包裝：296ml x 24



有汽蘋果紅桑莓汁 (不含酒精)
Sparkling Blush
Apple-Raspberry Juice
包裝：750ml x 12



有汽蘋果葡萄汁 (不含酒精)
Sparkling
Apple-Grape Juice
包裝：750ml x 12



有汽蘋果紅莓汁 (不含酒精)
Sparkling
Apple-Cranberry Juice
包裝：750ml x 12



有汽蘋果石榴汁 (不含酒精)
Sparkling
Apple-Pomegranate Juice
包裝：750ml x 12



有機純蘋果汁
Organic Pure Apple Juice
包裝：296ml x 12



有汽蘋果紅桑莓汁
Sparkling Blush
Apple-Raspberry Juice
包裝：296ml x 12



有汽蘋果汁
Sparkling Apple Juice
包裝：296ml x 12



有機



全素



無酒精



猶太潔食



Nature's
Superfoods

天賜食福



我們只相信以可持續方式生產及經過驗證的
潔淨、植物性、有機、營養豐富的超級食品

Nature's Superfoods

Nature's Superfoods 相信，進食100%天然、有機和營養豐富的整全食品，就可保持健康。我們品牌以 Superfoods (超級食品) 命名，皆因超級食品具有豐富的營養和保健功效，能為顧客提供最佳的超級食品，就是我們對顧客的最佳承諾。

一直以來，我們不斷尋找來自不同地方，最優質、經最少加工、最能呈現食物本質的有機食品，並力求以最優惠的價格提供給我們的顧客。雖然我們投入了大量的資源作採購和驗證等工作，但我們都希望客戶可以相宜的價格長期享用我們的優質有機食材！

公司註冊國家

新加坡

產品種類

超級食品早餐穀物、超級食品零食小吃、超級食品穀物種子、超級食品農產品、超級食品粉末香料、保健超級食品

有機、營養豐富、無麩質、無蔗糖、低GI (升糖指數)、無添加劑/防腐劑

服務以下國家及地區顧客

香港、馬來西亞、菲律賓、泰國

目標顧客

分銷商、進口商、零售商

採購及查詢聯絡

Actspand Pte Ltd

電郵：trading@actspand.com

網站：<https://naturesuperfoods.sg/>



有機椰子片-藜麥枸杞
早餐穀物
Organic Coconut Flakes - Quinoa
- Goji Berries Cereal Mix
包裝：290g 密實袋式包裝



有機紫玉米-藜麥桑子
早餐穀物
Organic Purple Corn-Quinoa-
Mulberries Cereal Mix
包裝：290g 密實袋式包裝



有機藜麥泡泡餅
Organic Quinoa Puffs
包裝：80g 密實袋式包裝



有機速溶藜麥粉
Organic Instant Quinoa
Powder
包裝：250g 密實袋式包裝



有機植物蛋白粉
(原味)含印加果粉
Organic Plant Protein Powder
(Original) ft. Sacha Inchi Powder
包裝：400g 密實袋式包裝



有機植物蛋白粉
(抹茶味)含印加果粉
Organic Plant Protein Powder (w/
Matcha Powder) ft. Sacha Inchi Powder
包裝：400g 密實袋式包裝



有機植物蛋白粉
(可可味)含印加果粉
Organic Plant Protein Powder (w/
Cacao Powder) ft. Sacha Inchi Powder
包裝：400g 密實袋式包裝



優質營養酵母片
Premium Nutritional
Yeast Flakes
包裝：150g 密實袋式包裝



超級食品小吃：
有機印加金莓乾
Superfood Snack: Organic Inca
Golden Berries, Dried
包裝：110g 密實袋式包裝



超級食品小吃：
有機雪蓮片乾(含益生元)
Superfood Snack: Organic Yacon
Root Slices, Dried (prebiotic)
包裝：40g 密實袋式包裝



超級食品小吃：有機甜生
可可粒(含益生元雪蓮糖漿)
Superfood Snack: Organic Sweet Raw
Cacao Nibs (prebiotic Yacon Syrup coated)
包裝：150g 密實袋式包裝



有機生可可粉/粒
(criollo可可風味)
Organic Raw Cacao Powder/Nibs
(criollo variety)
包裝：250g 密實袋式包裝



有機生薑粉(亞馬遜)
Organic Raw
Ginger Powder (Amazonian)
包裝：100g 密實袋式包裝



有機冷壓印加果籽油
(含歐米茄3-6-9)
Organic Cold-Pressed Sacha Inchi
Seed Oil (Omega 3-6-9)
包裝：200ml 玻璃樽裝



有機綠粉
(超級食品排毒粉)
Organic Green Clean (Superfood
powder blend for Detox)
包裝：100g 密實袋式包裝



有機優質雪蓮糖漿
(含益生元)
Organic Premium
Yacon Root Syrup (prebiotic)
包裝：250g 玻璃瓶裝



有機



全素



無乳製品



無麩質



無黃豆



無蛋



無堅果



無酒精



無咖啡因



本地養殖水產品的優質安全保證

優質養魚場計劃

「優質養魚場計劃」由漁農自然護理署自2005年推出，透過養魚場、水產品苗種登記及品質保證制度，以確保已登記養魚場使用良好水產養殖方法及其養殖水產品符合食品安全標準。

「優質養魚場計劃」產品賣點：

- ✓ 本地生產 - 優質、新鮮、低碳排放
- ✓ 食物安全 - 零殘藥、零孔雀石綠、零重金屬
- ✓ 食品追蹤 - 合格證書、附上標籤作識別、掃描二維碼查看來源
- ✓ 可持續性 - 減少運輸碳排放、養魚區的環境水質監察、本地漁業的可持續發展

產品生產地

香港

產品種類

計劃提供多種活魚、冰鮮和速凍本地優質水產品，包括花尾龍躉、魚仲魚扒、花鱸魚扒、黃鱔、紅魚、石蚌、寶石魚、烏頭等。

服務以下國家及地區顧客

香港

目標顧客

零售商、餐飲業

採購及查詢聯絡

商界環保協會有限公司

Business Environment Council Limited

電郵: affs@bec.org.hk

網站: <https://affs.afcd.gov.hk>



魚仲魚扒
Cobia Steak
包裝：300g x 10



花尾龍躉
Giant Grouper
包裝：200-500g x 10



黃鰺鯧
Pompano
包裝：300g x 10



紅魚
Red Snapper
包裝：300g x 10



石蚌
Star Snapper
包裝：300g x 10



寶石魚
Jade Perch
包裝：300g x 10



烏頭
Grey Mullet
包裝：300g x 10



花鱸魚扒
Sea Bass Steak
包裝：300g x 10

資助機構



漁業持續發展基金
Sustainable Fisheries Development Fund

推廣機構



BUSINESS
ENVIRONMENT
COUNCIL
商界環保協會



味道與藝術結合的精品茶包 展現當今精品茶包新典範

Mighty Leaf

Mighty Leaf在1996年創立於美國加州三藩市，嚴選來自全球不同有機及公平貿易茶園的茶葉，並加入乾果、香料和花等天然素材進行拼配而成。每款Mighty Leaf茶葉都經由擁有30年經驗的茶藝師Eliot Jordan每年評審和測試超過3,000不同茶種後的成果，彰顯頂級茗茶呈現的獨特性、風味與香氣。

- ✓ 採用原片茶葉 - 並非碎茶或茶粉，保留更多養份，味道濃郁醇厚
- ✓ 茶葉份量十足 - 一個茶包已可沖一大壺濃度十足的靚茶
- ✓ 環保物料茶袋 - 100%可生物降解，不含漂白劑、熒光劑、重金屬及塑化劑，安全、衛生、耐泡
- ✓ 包裝華麗 - 以純棉線縫製精品茶袋，並非一般平價茶包用釘書釘縫口可比
- ✓ 透明設計 - 內裏的茶葉、香料、乾果和花等天然素材，真材實料，一目了然
- ✓ 大部分茶包均獲有機、公平貿易、全素認證

產品生產地

美國

產品種類

3大系列超級30種不同產品，包括：

茶包 - 有機花果茶、紅茶、綠茶、白茶

凍茶特選茶包 - 傳統錫蘭紅茶、有機紅茶、有機花果茶、有機綠茶

原片磅裝散茶 - 經典紅茶、綠茶、白茶、花果茶

服務以下國家及地區顧客

香港、澳門

目標顧客

零售商、餐飲業

採購及查詢聯絡

和田寶信有限公司

Walton Possession Ltd.

電郵：sales@walton.com.hk

網站：www.walton.com.hk

傳統錫蘭紅茶、有機紅茶

餐飲業專用



有機早餐茶
Organic Breakfast
包裝：100茶包 (大盒裝)
15茶包 x 6 (小盒裝)



有機伯爵茶
Organic Earl Grey
包裝：100茶包 (大盒裝)
15茶包 x 6 (小盒裝)



甜蜜香橙
Orange Blossom
包裝：100茶包 (大盒裝)
15茶包 x 6 (小盒裝)



大部分口味備有
100茶包 (大盒裝)

綠茶、白茶



有機好吉綠茶 (培茶)
Organic Hojicha Green Tea
包裝：100茶包 (大盒裝)
15茶包 x 6 (小盒裝)



有機茉莉山泉
Organic Spring Jasmine
包裝：100茶包 (大盒裝)
15茶包 x 6 (小盒裝)



有機龍井茶
Organic Green Dragon
包裝：100茶包 (大盒裝)
15茶包 x 6 (小盒裝)



熱帶清綠茶
Green Tea Tropical
包裝：100茶包 (大盒裝)
15茶包 x 6 (小盒裝)

有機花果茶



有機非洲甘露
Organic African Nectar
包裝：100茶包 (大盒裝)
15茶包 x 6 (小盒裝)



有機薄荷美配茶
Organic Mint Melange
包裝：100茶包 (大盒裝)
15茶包 x 6 (小盒裝)



美果洋甘菊
Chamomile Citrus
包裝：100茶包 (大盒裝)
15茶包 x 6 (小盒裝)



姜蜜之舞
Ginger Twist
包裝：100茶包 (大盒裝)
15茶包 x 6 (小盒裝)



有機



全素



公平貿易



無麩質



可生物降解



新一代多功能營養代餐 超級食物配方，照顧不同人士的健康需要

恩卡萊 KAV enCore

美國研發及製造的KAV enCore恩卡萊，是新一代能提供均衡營養的多功能代餐，由乳清蛋白（傳統配方）或植物蛋白（全素配方），加入多種超級食物、酵素、益生菌等製成，照顧不同人士的健康需要。

高蛋白、高纖、高鈣、零反式脂肪、低糖、低卡路里、三高人士亦適合進食；含多種維他命及礦物質、天然無麩質、非基因改造。

美國自設廠房生產，並獲得食品安全管理系統Safe Quality Food(SQF) II級、GMP、非轉基因項目驗證、有機、無麩質、素食、猶太潔食、清真和公平貿易認證。

KAV enCore更是WBC四屆世界拳擊冠軍Leo Santa Cruz及女子MMA美國冠軍Jenae Noonan的指定營養食品。

產品生產地

美國

產品種類

傳統配方 - 3種味道（雲呢拿、朱古力、抹茶味）

全素配方 - 2種味道（原味、朱古力味）

服務以下國家及地區顧客

中國、香港、澳門

目標顧客

零售商、健身中心、纖體中心

採購及查詢聯絡

民駿有限公司

Civil Smart Ltd

電郵：info@kavencore.com.hk

網站：www.kavencore.com.hk

傳統配方 Classic



朱古力全效營養代餐
(15包盒裝)

Chocolate Nutritional Shake
包裝：50g x 15包 x 4盒 (1箱)



抹茶全效營養代餐
(15包盒裝)

Matcha Nutritional Shake
包裝：50g x 15包 x 4盒 (1箱)



雲呢拿全效營養代餐
(15包盒裝)

Vanilla Nutritional Shake
包裝：50g x 15包 x 4盒 (1箱)



朱古力全效營養代餐
(1公斤桶裝)

Chocolate Nutritional Shake
包裝：1kg x 6桶 (1箱)



抹茶全效營養代餐
(1公斤桶裝)

Matcha Nutritional Shake
包裝：1kg x 6桶 (1箱)



雲呢拿全效營養代餐
(1公斤桶裝)

Vanilla Nutritional Shake
包裝：1kg x 6桶 (1箱)

全素配方 Vegan



全素營養代餐 - 原味
(10包盒裝)

Vegan Nutritional Shake
Original Flavour



全素營養代餐 - 朱古力味
(10包盒裝)

Vegan Nutritional Shake
Chocolate Flavour



無反式脂肪



無添加糖



無激素



無麩質



非基因改造



Distributed by Master Lam Foods Ltd Email: sales@naturolam.com
Tel/Whatsapp: +852 2763 9596 Office: RM405, Wah Chun Ind. Ctr. Tsuen Wan HK
Please contact Mr. Jimmy Lam for all local and international retail and distribution.

NATURALAM
—天然之林—

Introducing our Best Selling, All Natural & Pure

BLACK SESAME POWDER **ALMOND POWDER**
(LOW TEMPERATURE ROASTED) (APRICOT KERNEL POWDER)

Their wonderful & natural taste profiles plus elegant aesthetics are praised by the most discerning customers.

We welcome Retail and Distribution enquiries.



www.naturolam.com/NF19

DIRECT FROM MANUFACTURER
Wholesale & Retail ingredients
for Bakeries, Dessert Shops, Tea
shops, DIY, Cafes & Restaurants

廠家原料 批發及零售
烘焙・甜品・茶店・咖啡店・餐廳

Our signature collection items make use of modern food technology for **optimum flavour extraction** of **fresh natural ingredients**. They contain **no or low sugar, zero added fats**, and are **UHT-treated** for **ambient storage** without the need for preservatives.

主打產品系列應用**食品抽提科技**確保豐富**天然農產品**味道。**無糖/低糖，不添加油脂，無防腐劑，經過UHT超高溫處理**保鮮可**無需防腐劑室溫儲存**。



黑芝麻醬
Black Sesame Paste



南瓜蓉及菜泥
Pumpkin Paste & Puree



紅豆蓉
Red Bean Paste



紫番薯蓉
Purple Sweet Potato Paste

Master Lam Foods Ltd

Sales Office: RM405, 4/F Wah Chun Industrial Centre, Tsuen Wan NT, Hong Kong
Tel/Whatsapp: +852 2763 9596 Email: sales@masterlamfoods.com Contact: Mr. Jimmy Lam
For more information please visit our website: www.masterlamfoods.com/NF19

林師傅
master lam foods



A sweet story

Find out why Mānuka products from Kiwi Manuka should be your everyday essential

Sourced from the remote regions of New Zealand, the health benefits of honey, essential oil, leaf harvested from the Mānuka tree have long been recognised by the Māori, the indigenous people of New Zealand. Kiwi Manuka produces Mānuka honey of the highest quality, working with knowledgeable beekeepers who are invested in ensuring a sustainable environment for future harvests. Mānuka honey's health benefits including the easing of stomach discomforts, strengthening the immune system, improving the quality of sleep, and sustaining oral health.

To fully reap the benefits of Manuka, the honey can be taken internally, consumed or applied externally as seen through our honey, lozenge and beverage products. Our essential oils are applied externally and are made into our skin and beauty care products. While the manuka leaf used in our new range of Teas provide that extra immunity day to day for health living.

甜「蜜」故事

為你解構加維麥蘆卡出品的麥蘆卡蜂蜜
為何會是我們的日常保健品

麥蘆卡蜂蜜源自新西蘭的偏遠地區，當地原住民毛利人早已了解這種從麥蘆卡樹採集而來的花瓣、精油與及蜂蜜。加維麥蘆卡專門生產優質麥蘆卡蜂蜜，並與經驗豐富的蜂農合作，致力為未來的蜂蜜收成維持一個可持續的發展環境。

麥蘆卡蜂蜜據說具有眾多健康益處，其中包括有助改善多種腸胃不適症狀、增強身體抵抗力、提升睡眠質素，以及保持口腔健康等。

如你希望獲得各種療效，可以通過口服或外用的方法使用我們的蜂蜜、口服含片或飲料。我們的精油系油能作為保養品塗在皮膚上，而全新茶包系列則以一個方便快捷的方法提供每天所需的營養，同時促進身體的免疫力。

WHAT DOES UMF STAND FOR?

Kiwi Manuka is renowned worldwide for its "Unique Mānuka Factor" (UMF™). This is a grading system that appraises natural markers around in Mānuka honey and assures purity. Kiwi Manuka works to ensure that all of its products are ethically sourced, true to label and are of the highest quality.

甚麼是「獨特麥蘆卡因子」(UMF™)?

加維麥蘆卡因其「獨特麥蘆卡因子」(UMF™) 而舉世知名。「獨特麥蘆卡因子」乃一種評級制度，用以鑑定麥蘆卡蜂蜜中的天然標誌物含量，從而確保蜂蜜的純正程度和品質狀態。加維麥蘆卡是獨特麥蘆卡因子蜂蜜協會的約章成員，致力確保所有產品均符合道德生產標準、標籤資料真確，並且擁有最高質量。

New Zealand

525B State Highway 30
Whakatane 3191 New Zealand
ph +64 (7) 308 0428
www.kiwimanuka.com

Hong Kong

35 Ko Shing Street,
Sheung Wan, Hong Kong
ph +852 2547 6219
www.kiwimanuka.com.hk



由下列獨立機構提供產品質量保證
Quality assurance by the following independent organizations



Website



WeChat



JD.COM
(China)



JD.COM
(International)



輝和陳列設備有限公司
Fixwell Display System Co., Ltd.

Unit 1401, Westlands Centre, 20 Westlands Road, Quarry Bay.
852 2811 9381 (Fax: 852 2565 7094)
fixwell@netvigator.com
www.fixwell.com.hk | Fixwell Display System

供應歐美及日本超市陳列及商用凍櫃、紅酒窖、組合式冷庫及各類型貨架、購物車、POP道具、收銀台等配套設備。並提供設計、安裝、維修保養等全面服務。

We supply full range of worldwide Supermarket Refrigerated Display Case, Commercial Refrigerator, Cold Room, Wine Cellar, Display Shelving, Warehouse Racking, Shopping Cart, Check-out Counter, with comprehensive Layout Planning, Installation & Maintenance Service.

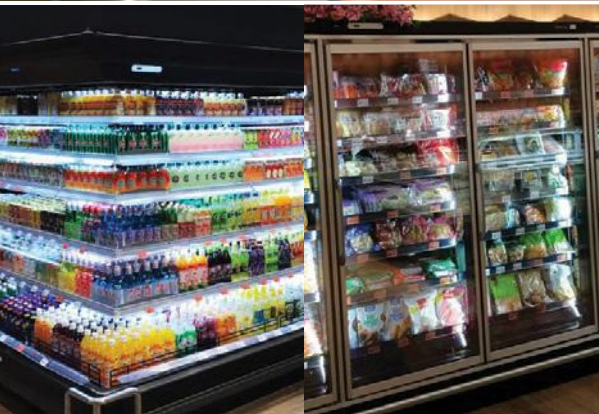
JORDAO



EXPO



EVERLASTING



FUKUSHIMA



AHT



ARNEG



WANZL (HOTEL SERVICE, SHOP SOLUTIONS, RETAIL SYSTEMS, LOGISTICS + INDUSTRY, AIRPORT, ACCESS SOLUTIONS)

JORDAO
COOLING SYSTEMS®

Fukushima

wanzl

EXPO

AUTEC

AHT

arneg
KOREA

STAYCOLD

rhino

TAIKO

60
EVERLASTING
Anniversary

OSCARTIELLE

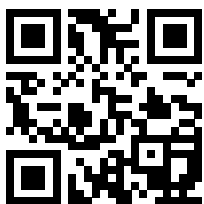
im
italmodular
modular storage solutions





All Vegetable Are Grown on Virgin Soil

- ✓ No Chemical Fertilizer
- ✓ Passed Pesticides Residues
- ✓ Passed Heavy Metal Tests
- ✓ Low Carbon Footprint
- ✓ Own Farm Produce



Address: Room 815, Elite Industrial Centre, 883 Cheung Sha Wan Road, Kln, HK (MTR Lai Chi Kok Station Exit D1)
Phone: 2370 4882 **Email:** info@farmers-choice.com **Whatsapp:** 6656 0522 **Facebook:** Farmers Choice

powered by



Restore, Refresh, Revitalize
South China's F&B market awaits you

NEW

21-23 April 2021

Shenzhen World Exhibition &
Convention Center, Shenzhen, China

Organizers:

anufoodchina.com



中国食品土畜进出口商会
China Chamber of Commerce of Foodstuffs
and Native Products (CFCF)



深圳市零售商业行业协会
大消费资源赋能生态



koelnmesse



國內外植物性食品 公司雲集世界食品 (深圳)博覽會 2021

據《時代周刊》報導，中國對植物性肉類替代品的需求激增，2018年國內植物性肉類替代品的市值接近61億元人民幣（約合9.1億美元），並預計每年將有20%至25%增長。

駕臨2021世界食品(深圳)博覽會，親身體驗各種植物性食品的味道和了解其可持續發展食品的理念。



1. Naked拿顛醬堅果醬，綿陽梅蒂食品有限公司-中國(展位1-A005) • 2. OmniPork新膳肉，新昇行有限公司-香港(展位1-E062) • 3. Sperlonga 特級初榨橄欖油，Casa Olio sperlonga S.P.A.-意大利(展位1-E028) • 4. Carob World長角豆零食棒及抹醬，Carob World Portugal,Lda-葡萄牙(展位1-H041) • 5. Vitariz 有機天然米奶，寧波綠志國際貿易有限公司-中國(展位: 1-G072) • 6. 松露醬汁系列，ED Food S.R.L.-意大利(展位: 1-F027) • 7. JOOMA美仁巴旦木基植物優酪乳，美仁食品(天津)有限公司-中國(展位: 1-F066) • 8. 株肉植物肉醬意式千層麵，上海好優膳食品科技有限公司-中國(展位: 1-E058) • 9. 愛家營養酵母片，漳州市薌城區素咖貿易有限公司-中國(展位: 1-G069) • 10. 庖丁造肉植物蛋白牛排，深圳市文麻生物科技有限公司-中國(展位: 1-F077)

世界食品（深圳）博覽會 (Anufood China)

日期：2021年4月21-23日

地點：中國深圳國際會展中心(新館)

主辦：科隆展覽（北京）有限公司

聯合主辦：中國食品土畜進出口商會、

深圳市零售商業行業協會

入場費用：免費

查詢：anufoodchina@koelnmesse.cn

網站：www.anufoodchina.cn

同場活動

線上展覽-e食+線上平台，

餐飲體驗專區-食+定制體驗空間

烹飪比賽-粵港澳大灣區【筋杜鵑杯】國際烹飪聯賽

同期會議

中國食品土畜進出口商會進口食品分會會員代表大會

首屆全球進口食品零售趨勢論壇

國際大食品產業發展發展高峰論壇

全球動物蛋白市場論壇



photo credit: HOFEX

貿易展 總覽

2021年國際食品展覽會

(截至2021年2月28日)

溫馨的提示！

我們盡力確保資料準確，但在這非常時期，請出發前確認展覽會是否如期舉行。



三月 March 2021

9-12 March

FOODEX

日本，東京

www.jma.or.jp/foodex/en/

9-12 March

BIOFACH JAPAN

日本，東京

www.biofach-japan.com

15-18 March (網上 virtual)

SUSTAINABLE FOODS SUMMIT

亞太版

www.sustainablefoodssummit.com/asia/

31 March - 3 April

COFFEE EXPO SEOUL

南韓，首爾

www.coffee.xposeoul.com

四月 April 2021

21- 23 April

世界食品（深圳）博覽會

ANUFOOD CHINA

中國，深圳

www.anufoodchina.com

27- 30 April

中國國際焙烤展覽會

BAKERY CHINA 2021

中國，上海

www.bakerychina.com/en

五月 May 2021

12-14 May

中國國際有機產品博覽會

BIOFACH CHINA

中國，上海

www.biofachchina.com/en

18-20 May

中食展 SIAL CHINA

中國，上海

<http://en.sialchina.com>

24-27 May (網上 virtual)

NATURAL PRODUCTS EXPO WEST

美國，加州

www.expowest.com/en/home.html

25-27 May

OLIVE OIL KANSAI 2021

日本，大阪

www.olive-kanasai.com/en/

25-29 May

THAIFEX ANUGA ASIA 2021

泰國，曼谷

www.thaifex-anuga.com/en/

六月 June 2021

1-4 June

SEOUL FOOD & HOTEL 2021

南韓，首爾

www.seoulfoodnhotel.co.kr/main/

2-4 June

FOOD & HOTEL INDIA 2021

印度，孟買

www.foodandhotelindia.com

8-11 June (網上 virtual)

SUSTAINABLE FOODS SUMMIT

歐盟版

www.sustainablefoodssummit.com/europe/

9-11 June

WELLNESS LIFE JAPAN

日本，東京

www.wfjapan.com/tokyo/

13-15 June 2021

FINE FOOD NEW ZEALAND

新西蘭，奧克蘭

www.finefoodnz.co.nz

23-26 June

台北國際食品展覽會

FOOD TAIPEI 2021

台灣，台北

www.foodtaipei.com.tw/index.html

國際品牌商聯絡資料

品牌名稱： Abeego 

公司名稱： Abeego Designs, Inc

國家 / 地區： 加拿大

電郵： sales@abeego.com

網址： www.abeego.com

品牌名稱： 貴茶 Gui Tea 

公司名稱： 貴茶 (香港) 有限公司

國家 / 地區： 香港

電郵： info@emerail.com.hk

網址： www.guitea.com.hk

品牌名稱： 優質養魚場計劃 (AFFS) 

公司名稱： 商界環保協會有限公司

國家 / 地區： 香港

電郵： affs@bec.org.hk

網址： https://affs.afcd.gov.hk

品牌名稱： 恩卡萊 KAV enCore 

公司名稱： 民駿有限公司

國家 / 地區： 香港

電郵： info@kavencore.com.hk

網址： www.kavencore.com.hk

品牌名稱： 世界食品 (深圳) 博覽會 

公司名稱： 科隆展覽 (北京) 有限公司

國家 / 地區： 中國

電郵： anufoodchina@koelnmesse.cn

網址： www.anufoodchina.cn

品牌名稱： 加維麥蘆卡 Kiwi Manuka 

公司名稱： New Zealand Manuka Group

國家 / 地區： 新西蘭

電郵： sales@nzmanukagroup.com

網址： www.nzmanukagroup.com

品牌名稱： CRUST 

公司名稱： Crust Group

國家 / 地區： 新加坡

電郵： hello@crust-group.com

網址： www.crust-group.com

品牌名稱： KOKOJOO 

公司名稱： kokojoo GmbH

國家 / 地區： 瑞士

電郵： hello@kokojooglobal.com

網址： www.kokojoo.com/en-gb

品牌名稱： Fixwell Display 

公司名稱： 輝和陳列設備有限公司

國家 / 地區： 香港

電郵： fixwell@netvigator.com

網址： www.fixwell.com.hk

品牌名稱： Matakana SuperFoods 

公司名稱： Matakana Superfoods Ltd

國家 / 地區： 新西蘭

電郵： info@matakanasuperfoods.com

網址： www.matakanasuperfoods.com

品牌名稱： Fushi 

公司名稱： Fushi Wellbeing Ltd

國家 / 地區： 英國

電郵： jeanne@fushi.co.uk

網址： www.fushi.co.uk

品牌名稱： 林師傅 Naturalam 

公司名稱： 林師傅食品有限公司

國家 / 地區： 香港

電郵： jimmy@masterlamfoods.com

網址： www.masterlamfoods.com

品牌名稱： Great Giant Pineapple 

公司名稱： Great Giant Pineapple PT

國家 / 地區： 印尼

電郵： contact@gg-foods.com

網址： www.greatgiantpineapple.com

品牌名稱： Nature's Superfoods 

公司名稱： Actspand Pte Ltd

國家 / 地區： 新加坡

電郵： trading@actspand.com

網址： www.naturesuperfoods.sg

香港供應商聯絡資料

品牌名稱：新豬肉 Omn!Pork 

公司名稱：New Ascent Corporation Ltd / Green Common

國家 / 地區：香港

電郵：wsinquiry@greenmonday.org

網址：www.greenmonday.org

品牌名稱：RiceStraws 

公司名稱：NLYTECH Biotech Sdn Bhd Rice Straws

國家 / 地區：馬來西亞

電郵：ytlaw@nlytech.com

網址：www.ricestraws.net/

品牌名稱：Sesamilk 

公司名稱：Sesamilk Foods

國家 / 地區：泰國

電郵：siripen@sesamilkfoods.com

網址：www.sesamilkfoods.com

品牌名稱：So2Go 

公司名稱：SO2GO

國家 / 地區：澳洲

電郵：so2go@so2go.com.au

網址：www.so2go.com.au

品牌名稱：True Gum 

公司名稱：True. ApS

國家 / 地區：丹麥

電郵：hello@truegum.com

網址：www.truegum.com

品牌名稱：World of Chia 

公司名稱：Space Enterprises, LLC

國家 / 地區：美國

電郵：sales@worldofchia.com

網址：www.worldofchia.com

品牌名稱：優質養魚場計劃 (AFFS) 

公司名稱：商界環保協會有限公司

電話：(852) 2784-3959

電郵：affs@bec.org.hk

網址：https://affs.afcd.gov.hk

品牌名稱：Be Organic 

公司名稱：Everything Organic Ltd

電話：(852) 5149-8866

電郵：info@everything-organic.com

網址：www.everything-organic.com

品牌名稱：Emerail 

公司名稱：貴茶 (香港) 有限公司

電話：(852) 2711-3181

電郵：info@emerail.com.hk

網址：www.guitea.com.hk

品牌名稱：Farmers Choice 

公司名稱：Farmers Choice Ltd

電話：(852) 2370-4882

電郵：info@farmers-choice.com

網址：www.farmers-choice.com

品牌名稱：Fixwell Display 

公司名稱：輝和陳列設備有限公司

電話：(852) 2811-9381

電郵：fixwell@netvigator.com

網址：www.fixwell.com.hk

品牌名稱：Flow 

公司名稱：Everything Organic Ltd

電話：(852) 5149-8866

電郵：info@everything-organic.com

網址：www.everything-organic.com

品牌名稱：貴茶 Gui Tea 

公司名稱：貴茶 (香港) 有限公司

電話：(852) 2711-3181

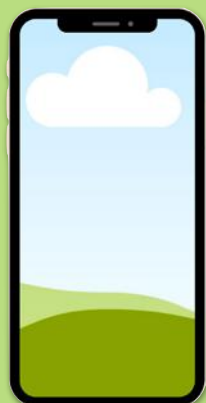
電郵：info@emerail.com.hk

網址：www.guitea.com.hk



為你的品牌增加曝光率 讓更多買家找到你！

品牌顧問
社交媒體行銷
宣傳與公關
買家試食活動



我們熱愛天然生活，協助其他企業推廣可持續的健康飲食和理性消費，保護地球資源之餘，享受優質生活。



info@GoNaturalMarketing.com

香港供應商聯絡資料

品牌名稱：恩卡萊 KAV enCore
 公司名稱：民駿有限公司
 電話：(852) 2873-3276
 電郵：info@kavencore.com.hk
 網址：www.kavencore.com.hk



品牌名稱：Simply Protein
 公司名稱：Everything Organic Ltd
 電話：(852) 5149-8866
 電郵：info@everything-organic.com
 網址：www.everything-organic.com



品牌名稱：Kiwi Manuka
 公司名稱：W International Investment Ltd
 電話：(852) 2547-6219
 電郵：info@kiwimanuka.com
 網址：www.kiwimanuka.com.hk



品牌名稱：小苗子 Sprout
 公司名稱：有機地健康食品有限公司
 電話：(852) 2850-6166 / (852) 9318-3745
 電郵：sproutcafehk@gmail.com
 網址：ulalapopup.boutir.com



品牌名稱：馬天尼 Martinelli's
 公司名稱：東秀有限公司
 電話：(852) 2388-8839
 電郵：info@assure.com.hk
 網址：www.assure.com.hk



品牌名稱：三本 Sunplan
 公司名稱：AA1218 Co Ltd
 電話：(852) 2869-9776 / (852) 6768-1717
 電郵：info@sunplanoil.com.hk
 網址：www.sunplanoil.com.hk



品牌名稱：林師傅 Naturalam
 公司名稱：林師傅食品有限公司
 電話：(852) 2763-9596
 電郵：jimmy@masterlamfoods.com
 網址：www.masterlamfoods.com



品牌名稱：Veen Ayurveda Super Shot
 公司名稱：Everything Organic Ltd
 電話：(852) 5149-8866
 電郵：info@everything-organic.com
 網址：www.everything-organic.com



品牌名稱：Mighty Leaf
 公司名稱：和田寶信有限公司
 電話：(852) 2873-3810
 電郵：sales@walton.com.hk
 網址：www.walton.com.hk



品牌名稱：新豬肉 Omn!Pork
 公司名稱：New Ascent Corporation Ltd / Green Common
 電話：(852) 2263-3101
 電郵：wsinquiry@greenmonday.org
 網址：www.greenmonday.org



品牌名稱：新仕美 SnackMate
 公司名稱：東秀有限公司
 電話：(852) 2388-8839
 電郵：info@assure.com.hk
 網址：www.assure.com.hk



更多精選品牌、產品...
 下期2021年6月出版





GO Natural 天然食品採購指南 亞洲唯一專為買家
發掘全球最新天然、有機及可持續食品的採購雜誌

www.gonatural-food.com

