



# 蔓越莓 原产美国超级水果 在华知晓率两年提升一倍

文 心

全球最大的市场调研公司尼尔森公司，近日接受美国蔓越莓市场协会委托进行了一项调查，发现蔓越莓在中国一线至三线城市的平均知晓率达百分之十一，比两年前增加了一倍。这次调研一共访问了北京、上海、广州以及其它20余个二、三线城市的共计3000多名消费者。

这次调研主要通过实体店铺（平均37.7%）和网络平台（平均24.7%）观察蔓越莓产品的销售。二、三线城市的受访者从实体零售店渠道知晓蔓越莓最多，而一线城市受访者从网络知晓蔓越莓最多。除此之外，全球领先的市场信息公司Mintel的年度报告指出蔓越莓在市场的供货和健康益处知晓率分别增加了42%和200%。

数年前，蔓越莓在中国几乎无人知晓。今天，对于那些寻求新食材来丰富烹调生活以及追求健康饮食的中国消费者而言，蔓越莓成为了他们青睐的水果。同时，对正在积极寻找新市场的美国蔓越莓种植者而言，看到更多中国消费者了解这种鲜红色的原产美国超级水果（America's Original Superfruit™）也非常高兴。

美国蔓越莓市场协会执行总监Scott Soares先生表示：“美国蔓越莓出口到中国总量的增加表示我们协会和美国蔓越莓行业为推广美国蔓越莓发挥了积极的作用；不仅如此，中国市场蔓越莓知晓率的上升的证据也再次显示蔓越莓知晓率与市场需求呈

正比。”

尼尔森的数据证明了美国蔓越莓协会的战术成功：集中精力在一线城市，进行零售，贸易促销活动，以及开展线上活动，再拓展至中国人口聚居并不断扩大的二、三线城市。同时尼尔森的调研也指出对于莓类水果，蔓越莓的知晓率仍低于草莓、蓝莓、黑莓和树莓。不仅如此，报告也发现中国有60%受访者不知道蔓越莓原产地，提高原产地的认知势在必行。为普及蔓越莓原产地知识，美国蔓越莓市场协会正在提议试行推广采用“America's Original Superfruit™”（原产美国的超级水果）标志的认证计划，这一商标在美国已获得注册。

根据美国农业部最近的一份报告，美国食品和农产品居中国进口产品

之首，中国也是美国食品和农产品最大海外市场，约占美国农产品出口的20%。美国进口食品受欢迎与中国消费者持续关注的食品安全问题有关。美国农业部的报告指出，95%的中国消费者在购买前会考虑食品安全，这也已成为影响食品购买行为的首要因素。自2012年，美国蔓越莓出口量增长了280%；而自2013年，消费者对蔓越莓的知晓率提升了一倍。

资料显示：美国蔓越莓市场协会总部设于马塞诸塞州的韦勒姆，代表了美国市场所有的蔓越莓加工商。目前，包含了位于美国俄勒冈州、康乃狄克州、马塞诸塞州、密歇根州、明尼苏达州、新泽西州、纽约州（长岛）、罗德岛州、华盛顿州和威斯康辛州在内的55个加工商。这些加工商代表了美国约1200个蔓越莓种植者。

