

# Impossible Foods 加速在亞洲的擴張

美國植物性食品公司 Impossible Foods 以亞洲為先，加強在香港的業務，推動國際零售足跡。



愈來愈多人崇尚植物性飲食，當中有健康、環保甚至是道德的考量。但很多人卻難以放棄吃肉的滿足感。Impossible Foods 是研發及製造能重現肉類的色、香、味、營養及口感的植物性食品先鋒，其使命是維持全球食物體系的可持續性和生物多樣性。

Impossible Foods 香港區總經理藍凱慧解釋道：「我們的使命是停止使用動物製作食物，並在2035年前令全球食品體系變成真正可持續發展。我們只利用一小部分天然資源，用植物製作美味、營養豐富、價格實惠，以及可持續發展的肉類、魚類和奶類製品。逆轉氣候變化是地球上物種生存的關鍵因素，植物性飲食是最有力工具，而且每個人都能做到。」

## 亞洲需求激增

2016年，公司在美國推出 Impossible™ 植物牛肉後，便將目光投向充滿活力的亞洲市場，並視香港為加快拓展亞洲市場之地。藍凱慧說：「亞洲對肉類的需



“  
香港更是世界  
頂尖美食家和  
引領潮流的廚師  
的集中地。”

Impossible Foods  
總經理  
藍凱慧

求是全球增長最快的地區，香港不僅是全球人均食肉量最高的城市之一，更是世界頂尖美食家和引領潮流的廚師集中地。」

「2018年，我們選擇了香港作為首個海外市場，在一些最受歡迎的餐廳推出了我們的產品。在之後的一年，我們進一步開拓亞洲其他市場，包括澳門和新加坡，我們全球的足跡亦從此遞增。」

Impossible Foods 的產品現於全球超過3萬家餐廳有售，公司並於2019年9月進軍美國零售市場，及後於2020年進一步拓展海外零售市場，並以亞洲為首站。此外，隨著規模經濟的優勢，公司還成功在2020年3月將批發價降低了15%，隨後在2021年又進行了兩輪降價，包括最近將香港建議零售價格下調超過20%，為大眾提供更多價格實惠及可持續發展的植物性食品。

## 薈萃多元飲食文化的國際美食之都

藍凱慧分享 Impossible Foods 的成功秘訣：「關鍵是進行密切的市場評估，制定獨一無二的策略打入市場，確保能與當地顧客產生共鳴。在香港，我們與一些專門烹調肉類菜式的名廚合作，盡力讓每一家餐廳的菜單上都有 Impossible Foods 的產品，反映菜式的多樣性，從而獲得信譽。我們可以看到，香港人非常支持透過食物的選擇實踐可持續發展。」

正如藍凱慧所說，香港不僅僅是 Impossible Foods 的跳板：「香港匯聚了各式各樣的佳餚，並以亞洲菜為主，這有助於我們更易了解鄰近市場的消費者需求。」Impossible Foods 負責國際市場的高級副總裁 Nick Halla 最近遷往香港，也加強了香港在該公司亞洲擴張中的關鍵作用。

## Impossible Foods

- 總部設於加州，由史丹福大學生物化學名譽教授、前兒科醫生 Dr. Patrick O. Brown 於2011年創立
- 目前在香港約有五名員工，負責本地市場推廣、銷售和業務發展，以及與分銷商和零售商建立關係

 [impossiblefoods.com/hk](https://impossiblefoods.com/hk)