

「老店」傳承+創新

一間主力進口海參、並於上環屹立七十多年的海味店「安興號」，兩年前在第四代掌舵人80後的薛志威（Victor）及其舅公馮榮立共同努力下，創辦出海參科研公司LABWAY，投資達7位數字。公司與港大合作發掘出海參的抗癌功能，並首度生產出以海參製造的保健品，成功將傳統海味業再工業化。

■文：香港文匯報記者 莊程敏／圖：莫雪芝



■不同品種的海參。



■受內地大力打貪影響，少了人購買海味去宴客送禮。



■海參精元素在香港生物科技研究院製造。受訪者供圖

行業轉差積極轉型 斥百萬研抗癌膠囊



□Victor（中）親赴中東市場了解當地營商文化。受訪者供圖



□Victor（左一）參觀澳洲最大的海參加工場，見識到巨型梅花參。受訪者供圖

說到鮑參翅肚，眾所周知是補身佳品，不過價格昂貴，未必人人能夠負擔；同時煮食工序繁複，以乾貨海參為例，需浸泡30小時，再去除參內白筋和白皮才可煮用，現時除非應節，已經很少人購買了。此外內地打貪，宴客送禮大減，海味行業前景愈來愈窄。

海參皂苷有助抗癌

安興號雖處於上環海味街，有別於其他海味店主要做零售，其主要是做海味的進口批發工作，至2013年才開始拓展至零售及網購業務。訪問當日所見，安興號的地舖放滿了很多一大包的海味，Victor解釋，這些海味是由產地新鮮直運到港，部分仍濕漉漉，大小亦未分類。員工需要將其曬乾再處理包裝，然後才批發給零售商，上環不少海味店不時會前來補貨。

雖然身為第四代掌舵人，Victor由於大學時就讀法律系，畢業後從事律師數年，到後來才接手祖業。他在兩年前與舅公討論起海參有抗癌功效，起初半信半疑，後來就着手找論文研究，結果發現外國已有相當多有關海參的研究。研究指海參中的多糖、皂苷、多肽等營養成分具有防癌抗癌的功效，但香港則未有這方面的研究。

製成膠囊保健產品

Victor指出，其實香港是全球海參的集散地，品種繁多，但限於一買一賣，無做有關海參的研究真的很可惜。Victor的舅公馮榮立從事海參批發多年，亦曾接觸過很多癌症病人，聽過很多關於海參幫助他們減輕病情的案例，

不過一直無法核實。馮榮立補充：「海參在8,000米下的水底仍能生長，證明其生命力多頑強。」

機緣巧合之下，Victor在參與一個論壇時認識到科學園一間生物科技公司Novus Life Sciences，雙方一拍即合，開始着手研究海參內皂苷的抗癌功能。LABWAY委託了香港大學醫學院將店內海參的皂苷提取出來，進行體外研究，結果發現其中有三款海參在抑制癌細胞方面特別有效。得到這個結果後，LABWAY就研發了一種以這三款海參為主要成分的膠囊保健品，希望能與大眾分享成果。

馮榮立指出，乾貨海參需要「浸發」，但「發」完後，當中好的元素就會流失一部分，因很多屬於水溶成分。製成膠囊的話就能解決這問題，且無須烹調，存放服用更為方便快捷。目前產品暫定零售價為1,300元一瓶，作小量批發，主要是在店內售賣；因不少分銷商需收取高昂的上架費，故目前仍未有作廣泛分銷的打算。

訪問當日，Victor收到由創新科技署向其批出的資助金額——約四成的研究費用。他認為，這對他們的研究是一個很好的證明，證明他們的研究是有意義的。

做生意講個「信」字

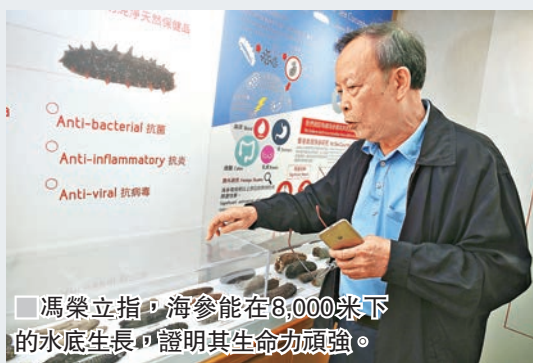
面對海味這個傳統行業，80後的Victor表示剛接觸時需要一段時間去理解及磨合。他指出，海參買賣很看重一個「信」字，不會像以前做律師時可簽合同，白紙黑字。

「當地的漁民在微信傳張相來，列明有這些貨，問我收唔收，如果收就傳現金過去，如果唔信得過根本就無辦法做得成生意。」他指，通常對方會誇大指自己的貨很好，但運到時有時會貨不對辦；要經過多年合作建立起互信後，才能減少這些狀況。

談到港人多年來食海參的趨勢，馮榮立認為香港人食海參的文化並不太濃厚，加上內地近年大力打貪的影響，少了人購買去宴客送禮，市場出現縮窄。



■薛志威指，公司即將申請進入科學園。



■馮榮立指，海參能在8,000米下的水底生長，證明其生命力頑強。

未來申入科學園

傳統行業轉型往往需要一些新主意的衝擊，Victor指：「LABWAY是第一間海參Startup（初創企業），主要有兩方向，一是研究海參的營養價值；二是將研究成果商品化。」公司即將申請進入科學園，希望屆時會得到更多支援。他預計，未來的研究方向會繼續深入了解皂苷方面，因現時只做了體外癌細胞測試，接下來希望可進行動物體內測試，甚至進行人的臨床測試。目前亦有與一些外國研究機構洽談，他舉例指有一間機構指出，海參能變軟變硬的特性或能應用於皮膚上的研究方面。

野生海參供應量跌

Victor續指，野生海參的供應其實一直下降，可否持續發展是一個值得關注的問題；又呼籲漁民，太細的海參不要捉。

福壽園擬進軍港澳市場

香港文匯報訊（記者 莊程敏）福壽園（1448）主席兼執行董事白曉江昨於業績會上表示，目前內地殯葬行業中的墓地服務有30%正在市場化，但95%的殯儀館仍由政府經營，預計逐步市場化會帶來很多機會。公司未來將會增加與政府合作的比例，以PPP模式推出項目。另外，公司亦進軍香港及澳門市場，之前已曾與本港政府探討發展墓園的機會。

拓生前契約環保火化機

白曉江續指，未來收購的目標會集中於內地人口密集及經濟增長高的城市。除了墓地服務和殯儀服務外，福壽園開始拓展生前契約業務以及發展環保型火化機。今年上半年福壽園已錄得562份生前契約，合約金額約400萬元（人民幣，下同），轉化率約25%。至於去年自行研發的環保型火



■白曉江（中）指，未來將會增加與內地政府合作的比例。香港文匯報記者 莊程敏 攝

化機，已成功出口至蒙古及俄羅斯。

福壽園總裁兼執行董事王計生補充，環保型火化機造價較傳統火化機為高，且現時內地市面上的火化機大多以低價競爭，要普及及仍需時。上海及江蘇等地方政府早前視察公司的火化機後，對環保型火化機表示有興趣，工廠亦已經做好量產準備，

故對火化機未來銷售有信心。

福壽園上周五公佈中期純利2.29億元，按年增長28.6%，每股盈利10.8分；收益為7.7億元，按年增長20.1%，派中期息3.24港仙。其中，墓地服務收益增加21.8%，銷售墓穴10,075座，並向9,010戶喪家提供各類殯葬服務。

萬洲國際：續留意海外收購

香港文匯報訊（記者 周曉菁）萬洲國際（0288）昨公佈中期業績，上半年營業額按年微升2%至106.58億美元，公司擁有人應佔利潤上升5.6%至4.92億美元，每股基本盈利3.6美仙，派中期息5港仙。董事局主席兼行政總裁萬隆表示，除了專注發展豬肉產品，公司會拓展雞肉和牛肉業務，還會繼續留意海外的收購以擴展業務。

半年多賺5.6% 派息5仙

常務副總裁兼首席財務官郭麗軍透露，首6個月的經營利潤錄得9.01億美元，較去年同期升7.5%；美國業務佔比已超一半，中國業務佔近四成。他預計，下半年中國內地的生豬價格會繼續降低，令成本降低，有利於生鮮肉和肉製品的業務發展；美國生豬價格已呈現下跌趨勢，十分有利生肉和肉製品的深

加工。得益於收購波蘭三家肉類公司，旗下子公司史密斯菲爾德食品公司總裁及首席執行官Kenneth Sullovan透露，歐洲地區對豬肉製品需求強勁，業務會有顯著的增長；歐洲地區業務的利潤全年可達到兩三倍的增長空間。

對於海外收購受限的傳聞，萬隆認為並沒有多大的限制，內地政府一貫支持企業「走出去」。公司可以通過境外子公司進行併購，之前的項目現在進行得比較順利。他相信，中美間的貿易戰不會真正打響，尤其是公司這類食品行業不會受影響。貿易需雙方建立合作關係，資源和市場整合均有需要。

另外，萬洲又公佈，河南漯河雙匯中期業績，期內營業收入241.17億元人民幣，按年減少5.88%。淨利潤19.78億元人民幣，按年減少11.1%。

憧憬染藍 舜宇股價升7.56%

香港文匯報訊（記者 梁悅琴）受惠毛利上升及有效控制營運費用，憧憬「染藍」成為恒指成分股的舜宇光學（2382）昨公佈，截至今年6月底上半年，股東應佔盈利11.59億元（人民幣，下同），較上年同期之4.69億元大增1.5倍，每股基本盈利107.37分，不派息。該股昨收報103.8元，升7.56%。

半年盈利增倍半 不派息

期內，收入100.32億元，按年增長70%；毛利率約20.6%，較上年同期升約3.9百分點。

光學零件事業的銷售收入，較去年同期

增加約46.8%至約18.96億元。收入增長主要是因為手機鏡頭及車載鏡頭出貨量的上升，及手機鏡頭的產品結構改善所帶來平均售價的提升。

光電產品事業的銷售收入按年增77.9%至約80.14億元。收入增長主要是由於手機照像模組出貨量的上升，及產品結構改善所帶來平均售價的提升。

光學儀器事業的銷售收入，較去年同期增加約8.3%至約1.23億元。收入上升主要是因為工業儀器的市場需求回暖。

舜宇光學主席兼執行董事葉遼寧表示，全球智能手機行業延續去年總體增速趨緩的走勢。中國內地智能手機市場雖然仍為

最大的市場，但因需求飽和，今年上半年的出貨量較去年同期不增反減，競爭亦變得更加激烈。為數不多的幾家中國內地本土智能手機廠商搶佔包括傳統國際品牌在內的市場份額，中國內地智能手機品牌更在印度和中東等新興市場快速崛起。

另一方面，隨著車載物聯網的發展及法律法規在全球的普及及推行，車載鏡頭作為車載成像系統及智能駕駛輔助系統（ADAS）的重要零部件，其全球市場持續高速增長，發展趨勢迅猛。

未來集團將進一步加速業務的轉型及升級，繼續貫徹年初所制定的發展策略，努力保持今年上半年的良好發展走勢。