

雪花散落般的油花，大理石樣的紋理，提到「和牛」，嗜吃牛肉的老饕們一定兩眼放光。市場上頂級的A5雪花和牛肉每公斤售價高達1,800元(人民幣,下同)，一頭純種的引進和牛，價值和一輛中檔汽車相當。在黑龍江的齊齊哈爾，有一家企業7年前引進純種和牛後在當地繁殖，就出產這種最貴的牛肉，這家企業也成為全國最大的高檔肉牛生產繁育基地。

圖/文：香港文匯報記者 于海江 齊齊哈爾報導

## 全國最大高檔肉牛基地



■現時龍江和牛存欄量約為8,000頭，預計2020年將達15,000頭。

# 龍江和牛

# 一頭牛售價媲美一輛車

## 牛中貴族生活奢華 聽音樂歎全身按摩

和牛是當今世界公認品質最優秀的良種肉牛，以肉質鮮嫩，營養豐富口感獨特聞名於世，其肉大理石紋明顯，又稱「雪花肉」，是世上最昂貴的牛肉。和牛講究純正的血統、生長環境和飼養方式。由於日本和牛的肉多汁細嫩、風味獨特，肌肉脂肪中飽和脂肪酸含量很低、營養價值極高，在歐洲市場也極其昂貴。

據稱，元盛引入和牛時即考慮其合適的生長環境，選擇北緯47度，溫度在10至20攝氏度之間的溫帶黑土作為和牛生長的地方。而飼養「龍江和牛」的牛舍不但高大寬敞、特別設計溫水管和空氣循環系統，平時飼養員還定期為和牛播放音樂，為和牛進行全身的按摩；並通過「專業營養師」為和牛的飼料作出營養配搭。

和牛以黑色為主毛色，在乳房和腹壁有白斑。成年母牛體重約620公斤、公牛約950公斤，犢牛經27個月育肥後體重可達700公斤以上，平均日增重1.2公斤以上。

和牛的挑選也非常嚴格，一般都是滿三歲、體重500公斤左右的優良和牛，而且必須是「處女牛」，因為雌牛一旦經過交配，其肉質就會帶上輕微的乳臭味。

### 顏色脂肪率等決定等級

和牛肉從高到低共分為五個等級：A5、A4、A3、A2和A1。其中，A3以上級別的和牛肉就可以看見大理石狀的分佈了，A5級的和牛則是最頂級。

坊間提到的「霜降牛肉」，就是形容其肉中帶有大理石斑紋脂肪，瘦肉與脂肪紅白相間好像肉上結了霜一般，也稱「雪花肉」。

如何評判和牛的等級？據說主要是從大理石的分佈狀況，肉質的顏色、脂肪率、鬆弛程度等逐一進行評判，最重要的還是看大理石的分佈狀況。只有當兩位審核人員的意見一致時才能進行下一環節的評定，在每個環節中都會打一個分數，而最終確定的等級並不是按最高、而是按最低的等級作為最終的等級。



▲「龍江和牛」的牛舍不但高大寬敞，還設有特別設計的溫水管和空氣循環系統。



▲和牛肉的大理石花紋明顯，又稱「雪花肉」。

用按摩器、吃精飼料、住恒溫房，香港文匯報記者在齊齊哈爾市龍江縣的元盛食品有限公司中目睹了價值相當於一台20萬元以上汽車的龍江和牛是如何享受生活的。據龍江元盛和牛產業股份有限公司總經理蔡承達介紹，「引進的純種和牛價格一般是20萬到30萬元不等，種公牛價格更高。這些牛在齊齊哈爾當地繁殖後屠宰售價由8萬到12萬元不等，按照所產出牛肉的等級來劃分。」

和牛是世上最昂貴的牛肉，以肉質鮮嫩，營養豐富口感獨特聞名於世，全世界目前大概有40萬頭和牛。蔡承達說，「和牛是世界公認最頂級的肉牛品種，牠的肉帶有豐富的雪花，吃起來入口即化、油而不膩，還有獨特的味道讓人垂涎。和牛養殖週期長，飼養精心，飼料特殊，成本相對比一般的牛要高很多，但是牠產出牛肉的質量和口感是普通肉牛無法比擬的，所以說牠是全世界最好的肉牛，價格也較高。」

### 逾10億打造高級產業鏈

目前，龍江和牛存欄量約為8,000頭，預計2020年達到15,000頭。蔡承達說，「一頭當地繁殖的和牛屠宰後平均價格是8萬元左右，但如果產出了A5級的雪花牛肉，市場價格要達到1,800元一公斤，一般一頭牛可以出40到50公斤，僅是牛肉就達到9萬多

元，整頭牛的價格會達到10多萬元。」

2004年招商引資來的元盛食品有限公司入駐齊齊哈爾市龍江縣，成立了龍江元盛和牛產業股份有限公司，經過多年發展不斷壯大，先後投資10多億元，形成了一條集畜牧良種培育、養殖示範、飼料和原料供應、屠宰加工、產品研發、保鮮儲運、市場營銷、售後服務於一體的高檔肉牛產業鏈。

### 銷售結合線上線下模式

2012年，2,000頭純種和牛基礎母牛和38頭種公牛「乘坐」飛機從新西蘭、澳大利亞遠道而來，開始在齊齊哈爾這片天然牧場上繁衍生息。龍江元盛是全國唯一一家經農業部及出入境檢驗檢疫總局批准引進純種和牛活體的高檔肉牛生產企業。

蔡承達說，產品銷售目前採取線上線下同時進行的模式，線上主要在內地大型電商網站中開設自營店，全國各大城市都能通過網上購買產品；線下主要通過渠道、供應商



■和牛是世上最昂貴的牛肉，以肉質鮮嫩，營養豐富口感獨特聞名於世。

在高檔餐飲酒店及超市進行銷售。此外公司職工也參與銷售工作。和牛產業正在成為當地經濟的主導產業，產品的聲譽和影響越來越大。「現在產品銷售主要針對內地市場，內地具有一定規模的和牛企業只有我們一家，市場是供不應求的狀態。」他說。

龍江元盛已發展成規模龐大的和牛繁育和凍精生產基地。該公司又與當地養殖戶合作，將純種和牛進行雜交改良，現已累計改良10萬頭。下一步，公司預計2020年掛牌上市，現已開始上市輔導工作。同時繼續擴大生產規模，整合上下游產業鏈，向飼料廠加工、屠宰場、物流配送及餐飲等方向發展。

## 哪個部位的牛肉最好吃？

牛排中的三位明星，牛柳（Filet mignon，也稱菲力）、西冷（Striploin）及眼肉（Rib-eye），如何來品鑒？牛柳是最神奇的一片肉，鮮嫩稀有，一頭牛只有兩條牛柳，入口酥軟咀嚼無阻力，基本上不含油脂，肉筋及肥肉非常少；西冷堪稱最鮮美的部位，上腰部的脊肉構成，大理石紋明顯，又稱「雪花肉」，由於運動量大而富含強韌纖維組織，肉質細嫩多汁；而眼肉則是口感最豐富的一塊肉，「眼」是指肥瘦均勻組成複雜的紋理，可在同一塊肉上品嚐出不同的口感。



■超市售賣的牛肉，不同部位價錢可以相差很遠，牛柳是其最貴之一。

# 貿發局：本月如常舉辦4展覽

周啓良(左)透露，本月4個展覽的參展商約7千多個，較去年減少約20間。

香港文匯報訊（記者 莊程敏）旅發局取消香港單車節和美酒佳節巡禮，引起不少關注。貿發局昨宣佈，將於本月舉辦多項大型展覽，包括秋電展、電子組件展、秋燈展以及香港國際戶外及科技照明博覽。香港貿易發展局副總裁周啟良表示，每個機構考慮各有不同，貿發局會以參展商和買家安全為首要任務，但照目前情況，展覽仍可繼續進行。他透露，這4個展覽的參展商達7千多個，較去年減少約20間，參展商仍覺得香港仍然是相對安全的地方，營商環境依然很好。

### 周啓良：展商仍覺香港安全

周啟良介紹，在今年7月至9月期間，貿發局如常舉辦9個展覽和1個大型會議，其中展覽的參展商數目上升了1%，但買家數目則減少了16%。不過展商向其反映雖然買家人數下跌，但質素有所提升，接單的機會增加。今次4個展覽共有220團買家，涉及2萬多人，而貿發局已加強了招買家的力度，更調撥了很多資源。此外今次的展覽亦作出了多項安排，包括延長展商進館的時間，由8時延至12點，甚至更遲，亦在機場設有禮賓櫃位，如有需要可為展商及買家安排車輛到市區。

談及暴力事件的影響時，周啟良

### 秋電展吸4300展商參加

據介紹，一連四天的秋電展及電子組件展將於本月13至16日在香港會議展覽中心舉行，作為全球最大的電子產品商貿平台，今屆共吸引約4,300家來自23個國家及地區的展商參與。「科技館」向來是秋電展焦點之一，為配合人工智能(AI)全球發展走勢，今年大會增設「人工智能及語音識別技術」展區，呈獻多款嶄新科技產品，例如支援30種語言的即時翻譯耳機。

與秋電展同期舉行的電子組件展為

電子元件及零部件供應商提供一站式商貿平台，設有多個展區——「無線及感測器技術」展區展示智能裝置及機械人所需的感測器技術；「電源供應」展區集合各式電池包括電動車電池、電源供應配件、太陽能光伏組件及技術。其他焦點展區包括「印刷電路板及電子製造服務」、「顯示技術世界」、「電子元器件」及「鍵盤及開關」展區。

近年智能燈具大行其道，物聯網(IoT)更是未來智慧家居發展的大趨勢，秋燈展亦緊貼潮流，當中「互聯生活·智慧家居」展區將匯聚眾多國際知名品牌，例如歐司朗，合作夥伴佑昌集團(OSRAM Prosperity Group)、天貓精靈AI聯盟合作夥伴品訊及晶豐明源、百度智能雲戰略合作夥伴博聯智能、歐普照明(Opple)、松下電器(Panasonic)及飛利浦(PHILIPS)等，展示多款智慧生活的燈具及產品。

### Walkpner智能拐杖裝置

香港理工大學招聘成立的初創公司「喜行」研發出配備最新太陽能充電技術的裝置，外掛在不同類型的拐杖上，具有跌倒警報、GPS定位及通報功能。公司負責人李凱迪指出，由於裝置可連接手機App，長者如跌倒會立刻傳到看護者的手機。

### 智能眼鏡連接手機

通過USB Type-C DisplayPort連接智能眼鏡和手機，即插即用。擁有45°視角，其光學顯示屏相當於從3米觀看90英寸的屏幕。眼鏡僅重75克，而且可摺疊，方便隨身攜帶。公司代表指，目前產品主要是在網上銷售，亦有不少工業、醫療、零售行業的企業客戶；個人客戶主要用作看電影及遊戲。

### 智能風扇自動節能

除了有手機App控制風扇，最特別是風扇亦可以紅外線智能控制家中的冷氣機，如氣溫下跌時，冷氣機亦會自動節能，做到恒溫的效果。AIRXED創辦人之一的Daniel Chun稱產品仍未正式推出，投資額約數十萬元，料產品會先在新加坡推出，主打東盟市場，目的是幫人慳電，因為東南亞的電網不太穩定。

### 曼佳美：港銷售微跌

曼佳美照明電氣設備總經理朱聰河指，產品源自德國，主要銷售往歐洲，整體銷售額仍有上升。受到中美貿易戰的影響不大，但貿易戰及社會示威活動亦影響了氣氛，今年本港的銷售有單位數下跌，但幸好香港暫時銷售較少，佔收入很低。



李凱迪(左)



Daniel Chun(右)



Daniel Chun(右)



朱聰河

圖：莊程敏 攝