

本土畜禽品种如何“突围”

畜禽遗传资源是畜牧业发展的基因库,是国家重要的战略资源。日前,笔者在河北省一些地方走访了解到,目前地方畜禽遗传资源保护与开发利用取得一定成效,但仍存在保种水平较低、种质资源开发不足、技术和人才匮乏等问题。受访专家及基层工作人员认为,在我国畜禽品种逐步单一化、部分品种被国外严重“卡脖子”的情况下,进一步加强对现有地方遗传资源保护和利用,对端牢中国饭碗、实现种业强国具有重要意义。

保护体系逐步完善 本土畜禽育种起步

河北目前有渤海驴、深县猪、太行鸡等11个地方畜禽品种资源。据了解,近年来,河北逐步建立和完善地方畜禽遗传资源保护和利用体系,加强本土品种选育和推广。

海兴县绿洲生态畜禽养殖有限公司从2008年开始养殖渤海驴,是河北省唯一的国家级畜禽保种场,现存栏渤海驴186头、家系数10个。公司负责人高文治表示,渤海驴体格高大,体型紧凑,共有两个品种,全身黑色的叫“乌头”,眼圈、鼻端和腹部等三处呈白色的叫“三白”。

每年4到7月是渤海驴配种和降驹时期,也是驴场保种任务最重的时候。从凌晨5点开始,工作人员便开始投喂草料,上午集中对发情母驴进行检查和配种。现场可以看到,驴场一处墙面上详细记录着每头公驴和母驴的编号、配种日期,工作人员还为新生驴驹建立了健康档案。

从河北省农业农村厅了解到,河北已初步建立原产地保护和异地保

护相结合、活体保种和遗传材料保存相补充的畜禽遗传资源保护体系。11个地方畜禽品种中,有9个品种建有活体保种场,并建设省级畜禽遗传资源基因库,以精液、胚胎、细胞等方式保存遗传材料2万多份。

在保种的基础上,河北一些企业与大专院校等开展畜禽品种选育,积极发展本土种业。太行鸡曾是河北主要家鸡品种,随着大量国外高产品种的引进,太行鸡种群急剧减少且杂化退化严重。2003年起,赞皇县天然农产品开发有限公司从边远山村搜集太行鸡,开展提纯复壮和扩群工作,目前公司有原种太行鸡5000只、扩繁群5万只。

“目前我国引进的罗曼、海兰等高产蛋鸡只能养一代,一代生命结束后必须重新引种。”公司总经理梁立阁说,公司今年和中国农业大学签订协议,开展太行鸡蛋用、肉用两个配套系的培育,这样就不怕“卡脖子”,可以把种质资源掌握在自己手里。

保种水平较低 育种支撑不足

近半个多世纪以来,随着我国畜禽工厂化、规模化养殖快速发展,同时由于本土品种普遍存在的生长周期长、市场适应性差等问题,地方畜禽遗传资源数量总体呈下降趋势,资源保护面临挑战。

——种群规模普遍较小、保种水平不足。据了解,由于设施设备落后、保护手段单一等原因,一些地方畜禽品种仅能维持种群数量。以海兴县绿洲生态畜禽养殖有限公司为例,驴场每年维持运营需100万元,其收入主要靠销售部分驴驹和淘汰的老驴,去年收入20多万元。2021年以来,国家和省级保种费提高,去年达到90万元,保种场基本达到收支平衡。

——保种成本高、选育周期长。深县猪是河北现存唯一的地方猪品种,在繁殖力、耐粗饲、抗病性等方面有独特优势。深州市大冯营镇河北兴泰农业园区从2019年开始深县猪

养殖,现有基础母猪100头。公司负责人杨青海说,养殖场正在进行深县猪品种改良工作,目前改良已经到第二代了,但牲畜改良和育种周期非常长,面向市场的品种改良至少要三到五年。而育种需要时间则更长,对企业经济承受能力是一个考验。

——先进技术支撑不足,专业化人才缺乏。由于我国畜禽种业起步晚,目前存在良种繁育基础研究不系统、研发能力较弱等问题。据了解,一些养殖场规模小,养不起技术团队,技术支持有限。一名地方畜禽养殖场负责人表示,他曾与国内一家研究所谈过技术服务项目,5年的项目需要150万元,觉得价格太高只能放弃了。

补齐畜禽种业短板 完善本土育种体系

受访专家及基层工作人员认为,相较于农作物育种,我国畜禽种业与国际先进水平差距较大,尤其在生猪、奶牛等种业方面“卡脖子”问题严重。他们建议,尽快补齐畜禽种业短板,加强相关基础研究,完善本土畜禽育种体系。

首先,加强基础研究,完善评价体系。河北农业大学动物科技学院教授贾青说,摸清种源家底是种业振兴的第一步。目前,关于品种起源、历史变化、遗传特性等地方畜禽遗传资源品种特性和资源调查还不够深入,尤其对遗传多样性评价做得不够全面和系统,亟待对相关研究进行专项扶持,为遗传资源更加合理开发打好基础。

其次,加强政策支持力度,健全保护支撑体系。受访人员认为,应明确畜禽遗传资源保护职责,加强省级保种场、保护区、基因库建设,对仅存的地方畜禽品种做到应保尽保,进一步健全保护支撑体系。

第三,推动产学研深度融合,建立完善的育种体系。目前科研单位是新品种培育的主要承担者,但相关工作多以课题形式进行,缺乏长期规划性,往往随着课题项目结束而停滞。同时企业主体作用还未充分发挥,育种技术研发、成果转化等仍有局限。他们建议建立运行顺畅的产学研用合作机制,建立以保护促开发、以开发促保护的良性循环机制。

(巩志宏 杨帆 赵鹏昊)



樱花雪糕

不该只是“做个模子” 文创雪糕该多些创意

□ 毛建国

夏日炎炎,逛景区,吃雪糕,成了一种流行现象。近来,江苏扬州多家景区推出了造型各异、风味多样的文创雪糕,这些文创雪糕基本以景区标志和特色建筑为原型,有的还做成了系列产品,采用时下流行的盲盒形式销售,大受游客欢迎。

文创雪糕不是近期才出现,也并非只在一个地方流行。如今,从南到北,从景区到博物馆,都不难看到文创雪糕,坊间甚至有“万物皆可雪糕”的说法,足见文创雪糕的出圈效应。

相对于摆件、钥匙扣等传统纪念品,文创雪糕颜值更高、创意更足,而且美味解暑,因此更受欢迎。此外,在游览参观之余,买根雪糕,拍张照片,上传朋友圈,也符合时下的打卡风潮。对相关景区和博物馆来说,文创雪糕让其在增强影响力的同时赚到了真金白银。就拿扬州推出的瘦西湖文创雪糕来说,2023年上半年销售量已达30万支,单日最高销售量达9000支,这恐怕已不能用“苍蝇再小也是肉”来形容了。

文创雪糕火了,但其仍面临不少争议。一是价格。有媒体报道,文创雪糕大多价格不菲,不少都是20多元,有的卖到40多元,甚至“雪糕比景区门票还贵”;二是创意,不少文创雪糕简单粗糙,有的只是简单做了个模子,造型“差点意思”,有的则奉行拿来主义,直接复制别家的好创意;三是品质,不少文创雪糕味道乏善可陈,甚至存在食品安全问题。

客观而言,文创雪糕通常并非规模化生产,加之叠加了文创元素,指望其如常见雪糕一样定价,并不现实。公众吐槽的言外之意,是希望价格更实一些,别“狮子大开口”。至于创意,有些确实有待提高,否则也枉称一个“创”字。

文创雪糕到底意味着什么,或许是更值得思考的问题。无论是“让更多文物和文化遗产活起来”,还是推动文旅产业高质量发展,指向的都是推动优秀传统文化创造性转化、创新性发展这个时代课题。对文创雪糕而言,其创意等级或许没那么高,但其依然有较强的生命力。我们拥有诸多优秀的历史文化资源、地域文化资源,如果能既有想法又有办法,那么让文化消费成为重要引擎、让文化产业成为支柱产业,便会更好地照进现实。

文创雪糕不是简单地“雪糕+文创”,更不是做旅游的卖上了雪糕,其中折射出的其实是观念之变、思路之变。多点创新创造,多点决心耐心,文创雪糕才不会“热”化,才会活出大家期待的样子。

