

我国发布荷兰牛中高密度基因组选择育种芯片



丁静 张尧

一张全基因组育种芯片上均匀

国北京种业大会上,荷兰牛中高密度基因组选择育种芯片发布,标志着我国荷兰牛中高密度育种芯片自主设计开发取得重要突破。

荷兰牛是当前世界奶牛的主要品种,作为单胎大型动物,选择出优秀公牛是奶牛育种的核心工作。

近年来,国际上已进入奶牛基因组选择育种时代,使用中高密度育种芯片,能使种公牛培育周期由约6年缩短至约2年,育种效率显著提升。

“十四五”国家重点研发计划项目首席科学家、中国农业大学教授孙东晓说,我国近年来加速构建和

优化奶牛基因组选择育种技术平台,但过去完全依赖国外育种芯片,国内种牛检测样品需要送到国外实验室检测,存在技术“卡点”及生物信息安全风险。

2020年,首农食品集团北京奶牛中心、中国农业大学、华智生物技术有限公司启动荷兰牛育种芯片自主开发联合攻关,基于过去多年的科研成果,挖掘、鉴定了一批针对我国荷兰牛群体遗传背景的基因位点,自主设计了涵盖超12万个位点(即126K)的育种芯片,可通过牛的毛发或血液等,检出基因突变位点、遗传缺陷位点、亲子鉴定位点、其他组学来源数据位点等。

近日,专家组论证认为,芯片设计科学合理,验证程序完善,参照国际同类产品标准,达到产业化推广应用水平,可用于荷兰牛基因组选择参考群体的构建及种牛评价。

“这是我国荷兰牛育种领域首款中高密度育种芯片,对提升我国种公牛自主培育能力和水平,进一步完善奶牛种质自主评价体系具有重要意义。”中国奶业协会副秘书长陈绍祐说。

中国奶业协会育种专业委员会主任麻柱说,奶牛育种自主创新联盟将率先用上这款芯片,助力保障我国奶牛自主选育体系稳定运行,维护生物信息安全。

2023 辽宁奶业高质量发展大会将于10月召开

本报记者 杜兆侠

为全面贯彻落实党的二十大、中央农村工作会议、中央一号文件精神,认真落实辽宁省“实现三年振兴新突破”会议精神和省农业农村厅2023年推进奶业高质量发展工作的相关要求,推动奶业绿色低碳高质量发展,助力畜

牧业强省建设。辽宁省奶业协会定于2023年10月19—20日在沈阳市召开“奶业高质量发展大会”。

本次大会的主题是“聚力创新 共克时艰 共赢未来”,将邀请国家和辽宁省各厅局及奶业主产区协会等领导、乳品加工企业、规模奶牛养殖场及奶牛养殖从业人员、各地畜牧

业主管部门、各地市县项目负责人、科研院校的专家学者、国内外奶牛养殖、乳品加工、牧场机械与工程、包装包材及为奶业服务的相关单位人员百余人共同探讨辽宁省奶业发展大计。

同期举办的奶业高峰论坛,将会对辽宁省奶业相关产业政策进行详细解读,也将结合当前的奶业形

势,以新理念、新成果、新技术、降本增效、精准饲喂、饲草饲料、生态养殖、数字化智能管理、减排环保、动保健康、检验检测、包装辅材、产品研发创新、新模式乳品营销、鲜活“鲜”动力、电商直播平台等方面为主题,开展汇思聚力、困中求索式立体探讨,以期实现奶业行业持续健康、高质量发展共赢未来的发展目

云南:力争到2025年奶业一二产产值达250亿元

杨抒燕

深入田间地头,走访农民群众和经营主体,摸情况、找问题、解难题……云南省农业农村厅在主题教育中聚焦目标任务抓学习、突出问题导向抓调研、注重实际成效抓整改,与“三农”工作统筹谋划、一体推进,推动主题教育成效见效。

云南绿色有机农产品发展潜力无限,目前全省正全力推进绿色有机名特优新等农产品持续健康发展。省农业农村厅绿色食品处负责

人介绍,“立足资源禀赋,我们要聚焦茶叶、蔬菜、水果、牛羊、生猪等重点产业,持续打造高标准绿色有机农产品生产基地,全面提升绿色有机农产品供给能力。”

截至2022年底,全省认定“绿色食品品牌”产业基地1888个,有绿色食品获证主体692个、获证产品2547个;有机产品获证主体达1766个,有机产品证书达2473个;有机茶园认证面积167.6万亩,有机蔬菜认证面积134.2万亩、有机核桃认证面积103.6万亩,产业基础良好。

目前全省正持续推进绿色优质农产品认证,截至5月底,新增绿色有机和名特优新农产品1027个。今年,省农业农村厅将继续加强标准规范宣传、推广“获证企业”“亮证”宣传,强化品牌宣传。省农业农村厅积极加大农业龙头企业培育力度,开展省级龙头企业认定和监测工作,制定培育国家级、省级龙头企业后备企业名单,筛选国家级龙头企业后备企业200户、省级龙头企业后备企业1600户。研究制定重点农业企业贷款贴息项目申报指南,开展重点农业企业

贷款贴息项目申报工作,全省农业市场主体培育持续稳定向好。截至6月底,全省农业企业达126372户,农业产业化龙头企业达6672户。全省农业产业化龙头企业规模不断扩大、效益不断提升,有力地促进了农民就业增收。

云南聚焦品牌建设,推动高原特色农业高质量发展。历时22年培育的云上黑山羊成为我国首个肉用黑山羊新品种,推广应用到省内106个县(市、区)和省外19个省(区、市),产生直接和间接经济效益80多亿

元。省草地动物科学研究院以具有完全知识产权的云岭牛为核心,牵头成立了云南省肉牛产业技术创新战略联盟,现有会员单位32家,涉及屠宰加工企业12家,初步形成以云岭牛产业开发为核心的产业链条。发挥云南奶业资源聚集优势,云南正重点打造奶牛标准化养殖示范区、优质饲草料基地、乳产品加工能力提升区、联农带农示范区等四大功能区,力争到2025年奶业集群内奶牛存栏20万头、乳制品加工能力达70万吨、奶业一二产产值达250亿元。

奶粉销量腰斩 数量锐减的母婴店进入整合淘汰赛

栾立

随着人口出生率的持续下滑,叠加奶粉新国标的落地,国内奶粉市场进入了一轮深度调整期,也让依赖于奶粉销售的母婴渠道面临困境。

近期记者走访发现,今年上半年部分门店的奶粉销量比2019年同期减少一半,而奶粉业务收入一般要占到门店总收入的半壁江山。这一变化让一直小而分散的国内母婴行业不得不面对残酷的淘汰赛。

萎缩的母婴生意

张晨在山东威海从事母婴行业已经十五年了,今年是他感到压力最大的一年。在和记者攀谈前,他还在安排让老父亲去看看附近新开盘小区的门面房。

隔壁的小区还没开始销售,90平的门面房大约要100多万,这个价格对于张亮来说也有压力,但这是他筹划的新计划中的一部分。

张晨在威海市拥有3家母婴门店,房租是其每年几笔最大的支出之一。前几年当地租金不高,张晨每年只要支出2万到3万元/店,压力并不大。但在2023年,随着疫情放开,威海当地旅游业快速回暖,而张晨位于港西镇的门店,正好位于当地的热门旅游景点之中,景区的门面房租金也出现了快速上涨。

“对面很小的门面租金从8000元一年涨到2万7千元,翻了2番。”张晨告诉记者,房东已经在吹风要涨价。由于担心房租涨幅会超出他可承受的范围,张晨在考虑干脆买上一套门面房,如果万一租金大涨,他就把店搬过去。

除了考虑租金的问题,看房子也是张晨思考的后路之一。虽然在母婴行业里摸爬滚打15年,积累了丰富的经验,但这两年母婴生意每况日下让他感到担忧,所以希望“最起码生意不成还能留下套房子”,而不是让几年的租金打了水漂。

张晨告诉记者,2019年的母婴生意虽然没有前几年增长的快,但依然保持着增长,但2020年以来,他明显的感觉生意在逐年下滑,特别是2022年,门店生意比2021年同期要减少了3成左右。

2023年,母婴店生意变得更加辛苦,张晨和妻子一天要忙十四个小时,才能保证营收整体和去年同期持平。今年6月到9月的市场旺季,销售额也只能和疫情前的平时水平相当。

张晨也曾好奇询问同行的经营情况,但大多数门店都反馈“今年还在掉量”。

“这几年进店人数明显减少了,当地不少门店都关掉了。”在张晨看来,母婴店的生意主要靠消费者到店消费,而进店人数的减少,既有疫情对消费习惯的改变,越来越多的年轻父母开始习惯网购,也有出生人口的持续减少原因,让母婴客户总量在减少。

2022年,我国全年新出生人口956万人,连续第6年下降,相比于2016年的1883万人几乎腰斩,而在此前举行的世界奶业大会上预测今年的人口新出生数或不超过800万人。

尼尔森IQ数据显示,截至2023年第二季度末的12个月里,母婴用品全渠道销售额下滑了9.5%,其中线上渠道销售额增长了1%,而线下渠道销售额下降了13.5%。

此外,近两年国内奶粉市场由于总量萎缩,造成了市场供给过剩、竞争加剧,导致奶粉价格和市场秩序混乱,也影响到了门店的收入。

“原来单店奶粉一个月就可以卖4—5万元,如今只有2019年的一半左右。”张晨透露。

西安母婴连锁店负责人陈智有同样的感受,今年5月份以来,他旗下门店的奶粉业绩下滑比较严重,他能够感受到消费者对价格变得更加敏感,各门店间产品价格战的情况也变得更加激烈。相比于疫情前,今年他门店的奶粉业务收入减

少了一半还多。

奶粉约占到母婴门店收入的5成左右,奶粉业务的下滑,也直接影响了门店收益。

江苏海安母婴连锁爱婴房总经理王桂群告诉记者,目前主销的奶粉类“内卷”已经谈不上利润了,奶粉、纸尿裤类产品内卷严重,门店只能往其他方面寻找出路。

母婴店面临重新洗牌

根据母婴服务系统汇员帮公布的《2022年度中国母婴实体店消费数据分析报告》,2022年母婴门店月均销售额较2021年同期下降8.1%;月均订单量和月均单店销售量同比下滑15.6%和12.8%。最新的2023年1—5月数据显示,母婴连锁门店的业绩较去年同期下滑,单店月均销售额16.3万元,较2022年同期下降1.1%,月均单店订单量同比下降3.8%,其中奶粉业务销售额下降了1.7%。

市场萎缩之下,中小母婴连锁和单店经营越发困难,多位受访者表示,当地的母婴店数量这几年在陆续减少,这也让母婴渠道面临新一轮淘汰和转型。

一直以来,国内母婴行业中流传着30万宝妈爱店的说法,但相比于奶粉行业行业前十名能够达到80%的市场集中度,母婴渠道反倒是呈现小而分散的状态。

2020孕婴童展上公布的抽样调研显示,在母婴渠道中,拥有门店数量在5家以下的母婴零售企业占比达到49.4%,门店数量为5—10家的占比达到20.6%,而门店超过100家的占比仅为4.1%。

独立乳业分析师宋亮告诉记者,过去很长一段时间,母婴渠道未能实现整合的原因,主要是行业持续增长,一些中小母婴门店虽然规模不大,但盈利能力很强,不愿意接受大户整合;此外,行业中的大连锁品牌也没有足够的资金和时间去整合零零散散的中小门店资源。

如今这一情况正在发生改变。

在近期举行的多场行业论坛上,多位业内人士认为,经过几年的淘汰,目前国内母婴门店数量或已不足15万家。

王桂群告诉记者,当地原本还有不少单店和中小连锁门店存在,如今主要只剩下他的十几家门店和行业大户爱婴室了。

行业头部企业也开始抱团取暖。近两年来,行业内并购和联合开始增多,比如爱婴室收购贝贝熊、孕婴世界整合川渝云本土连锁品牌、南国宝宝联合山东婴儿贝儿等六家地方龙头连锁创立海南南宝贝天下等。今年6月,孩子王宣布收购北方母婴连锁大户乐友65%的股权,也是近年来最大的一笔母婴行业并购。

在近期接受投资者调研时,孩子王管理层透露,目前双方已经进入整合阶段,收购乐友后,孩子王成为母婴连锁行业第一家规模过百亿的企业,形成更大的规模优势、更强的竞争力。

值得注意的是,今年上半年,大型母婴连锁的日子整体要好于行业水平。

财报显示,今年上半年大型母婴连锁孩子王实现收入41.6亿元,同比减少4.9%,实现归母净利润约6955.2万元,同比增长3.9%。若剔除股权激励带来的股份支付费用的影响,归属于上市公司股东的净利润1.2亿元,同比增长74.9%。其中母婴商品部分收入35.9亿元,同比减少6.5%,其中奶粉业务收入21.4亿元,同比减少6.2%。

爱婴室上半年实现收入16.7亿元,同比减少10.8%,实现归母净利润4151.2万元,同比增长0.6%。其中上半年门店销售和电商销售收入12.1亿元和3亿元,同比减少10.1%和18.3%,其中奶粉类收入9.4亿元,同比减少17%,用品类收入2.7亿元,同比减少16.9%,食品类收入1.6亿元,同比增长19.1%,供应商服务收入1.2亿元,同比增长23.9%。

在业内看来,大型母婴连锁品

牌日子尚还“过得去”,与其规模化经营后,有能力开发部分自有品牌产品有关,后者的定价和利润水平要比日常大流通商品好很多。财报显示,2023年上半年孩子王差异化供应链销售收入为3.1亿元,占母婴商品销售收入比重为8.5%,自有品牌收入同比提升27%,同期爱婴室自有品牌销售收入占到集团总收入的约11%,同比增长16.8%。

在外界看来,通过进一步整合,大型母婴连锁品牌会拥有更大的品牌和规模优势,可以通过定制、渠道开发等方式,进一步规划和打造自有品牌产品,从而更好的缓解奶粉业务下滑的问题。

爱婴室董事长施琰告诉记者,近两年国内出生率下滑,如果母婴渠道依然按照过去的发展模式不变,产品结构不变,那很难有增长。因此母婴渠道也应该做出调整,转而聚焦在其他品类上,比如棉纺、玩具等,这些还没有超级品牌的赛道,通过提升自身能力以获得更高的市占率,来驱动业绩的增长。

在施琰看来,出生率的短期变化,虽然给行业带来一些挑战,但在4万亿母婴行业市场规模式下,渠道发展空间依旧巨大,未来爱婴室将在优化线下渠道的同时,增加线上渠道作为增量,并推进自有品牌的研发推广,拓宽母婴多产业,延长对消费者的服务生命周期来提升经营质量。

对于中小母婴门店,宋亮认为,未来门店数量还会继续减少,也许到5到8万家是比较合理的范围,这也是行业自我调整的方式。因为目前奶粉市场规模在快速萎缩,市场养活不了那么多靠销售奶粉为主的门店。中小门店未来主要向两个方向转型,一方面向服务型门店方向发展,比如提供更多儿童健康方面的服务;另一方面则要向全家精准营养门店的方向拓展,但这一转型需要很长的时间,对从业者都是一次严峻的考验。

(文中张晨为化名)

行业动态

9月份第1周生鲜乳平均价格3.76元/公斤

据对全国500个县集贸市场和采集点的监测,9月份第1周(采集日为9月6日)鸡蛋、鸡肉、商品代肉雏鸡、牛羊肉、豆粕、配合饲料价格环比上涨,生猪产品、商品代蛋雏鸡价格下跌,玉米、生鲜乳价格持平。

生鲜乳价格。内蒙古、河北等10个主产省份生鲜乳平均价格3.76元/公斤,与上一周持平,同比下跌9.2%。

饲料价格。全国玉米平均价格3.06元/公斤,与上一周持平,同比上涨2.3%。主产区东北三省玉米价格为2.80元/公斤,比前一周上涨0.4%;主销区广东省玉米价格3.19元/公斤,与前一周持平。全国豆粕平均价格4.97元/公斤,比前一周上涨0.6%,同比上涨8.0%。育肥猪配合饲料平均价格3.96元/公斤,比前一周上涨0.5%,同比上涨1.8%。肉鸡配合饲料平均价格4.06元/公斤,比前一周上涨0.2%,同比上涨3.8%。蛋鸡配合饲料平均价格3.75元/公斤,比前一周上涨0.3%,同比上涨3.6%。(农业农村部)

内蒙古乳业技术研究院斩获双重殊荣

近日,内蒙古乳业技术研究院在自治区和呼和浩特市两级科技管理部门的评选中荣获“内蒙古自治区科技成果转移转化示范基地”和“呼和浩特市科技领军企业”荣誉称号。这是业内对该研究院多年来不断推进科技创新、加快科技成果转化认可和肯定。

内蒙古乳业技术研究院是内蒙古伊利实业集团股份有限公司旗下,专业从事乳制品技术研究开发和技术服务的机构。运营包括乳品深加工技术国家和地方联合工程研究中心、国家乳制品加工技术研发专业分中心、内蒙古自治区乳品前沿技术重点实验室等19个科研技术平台,与多位院士及300余名乳业专家、高层次人才合作开展乳业技术研究,构建起乳业产学研用的创新生态。该研究院致力于通过科技创新和产业升级,推动乳业转型升级,满足国人对于优质乳品的需求。(郑慧英)

吉林严查乳粉固体饮料掺杂使假行为

为严厉打击乳粉、固体饮料掺杂使假、以假充真等违法行为,确保乳粉、固体饮料质量安全,近期,吉林省市场监管厅组织开展乳粉、固体饮料及粉状产品掺杂使假违法行为专项治理行动。

聚焦重点企业,严把“生产关”。以乳制品、固体饮料及粉状产品生产企业为重点开展监督检查和风险提示。重点检查企业物料采购票证是否齐全,物料查验、投料生产、出厂检验、销售记录等信息是否真实、完整、准确。

聚焦经营门店,严把“线下关”。以消费群体广、群众关注度高、宣称进口的乳粉与固体饮料经营者为重点检查对象,检查中,现场要求商家提供索证索票,核查经营者的进销台账,检查是否销售超过保质期及标签标识不符合要求的乳粉与固体饮料等经营行为。同时,排查食品经营者是否采购、销售掺杂使假、以假充真的乳粉与固体饮料。

聚焦电商平台,严把“线上关”。重点检查电商平台对入网食品生产经营者的营业执照、食品经营许可证、固体饮料合格证明文件等相关资料的审查情况。尤其对于部分“网红”产品,检查经营者是否存在“傍名牌”“山寨”进口产品、虚假夸大宣传、价格超出合理范围等违法行为。

聚焦专项抽检,严把“监测关”。在生产经营环节,对各类乳粉、固体饮料产品开展专项监督抽检和风险提示。

聚焦处罚力度,严把“违法关”。采取多种形式专项检查、联合检查,加大执法力度,严厉打击违法违规行。对不履行法定义务,未落实索证索票制度,生产经营记录不真实、不完整、不准确,提供虚假票证、生产销售掺杂使假乳粉的一律依法责令整改,情节严重的停产停业;对监督检查、抽检监测等监管过程中发现的问题线索,加大核查处置力度,追根溯源。(吉文)

(本报所采用部分文图无法联系到作者,请相关著作权人持权属证明与本报联系,本报将支付稿酬。)