

# 黄淮海夏播区玉米品种选择及推广策略

郝国太<sup>1</sup> 马珂<sup>2</sup> 付永全<sup>3</sup> 邓士政<sup>4</sup>

(<sup>1</sup> 河南省孟州市农业技术推广中心, 孟州 454750; <sup>2</sup> 河南省农业广播电视学校, 郑州 450002;

<sup>3</sup> 河南亿佳和农业科技有限公司, 郑州 450001; <sup>4</sup> 河南省种子站, 郑州 450000)

**摘要:**我国玉米品种绿色通道和联合体审定试验的开展,带来了品种审定数量的激增,种子企业增加了推广品种的选择空间;但如果选择推广品种不当,将会带来种子生产、销售和种植风险。从不同视角,探讨了种子企业在品种选择推广过程中应采取的策略,供企业参考。

**关键词:**玉米;品种;推广;策略

为落实 2011 年国务院 8 号文件,支持商业化育种,促进现代种业发展,2014 年国家批准“育繁推一体化”种子企业开展玉米绿色通道审定试验。2015 年修订的《中华人民共和国种子法》以法律形式确定“实行选育生产经营相结合,符合国务院农业、林业主管部门规定条件的种子企业,对其自主研发的主要农作物品种、主要林木品种可以按照审定办法自行完成试验,达到审定标准的,品种审定委员会应当颁发审定证书”。根据《农业部办公厅关于进一步改进完善品种试验审定工作的通知》(农办种〔2015〕41 号)精神,自 2016 年 1 月起,国家开始受理开展玉米联合体品种试验申请;2016 年 7 月 8 日《主要农作物品种审定办法》(农业部令 2016 年第 4 号)规定申请者具备试验能力并且试验品种是自有品种的,可以按照要求自行开展品种试验,包括企业联合体、科企联合体和科研单位联合体品种试验和在国家或省级品种区域试验基础上,自行开展生产试验;并且自有品种属于特殊用途品种的,自行开展区域试验、生产试验;同一适宜生态区省际间品种试验数据共享互认机制,开展引种备案。

新修订《种子法》和《主要农作物品种审定办法》的贯彻落实,玉米品种绿色通道和联合体审定试验的开展<sup>[1]</sup>,拓宽了品种审定试验渠道,进入市场的审定品种数量迅速增加,为种子企业选择和推广品种增加了空间,但若选择推广品种不当、品种类型配置不良、品种推广区域定位不准,也会给种子企业、经销商、种植户带来种子生产、销售和种植的风险,影响企业的良性发展。黄淮海夏播玉米区生

产条件多样、高温干旱、阴雨寡照、疾风暴雨等灾害频发,因此,在品种审定数量激增背景下,正确的品种选择及相应的市场开发推广策略显得尤为重要。针对上述情况,本文对玉米品种审定数量激增背景下,黄淮海夏播区玉米品种选择及推广策略进行了探讨。

## 1 制定完善的品种开发计划

种子企业的品种开发计划是企业发展战略的重要组成部分,应当遵循推广品种的持续性、品种来源的广泛性和品种类型结构的合理性原则。

**1.1 推广品种的更替要有战略思维** 即应考虑短期、中期和长期的发展需求,确保推广品种的持续供应,防止推广品种的间断。在做好当前推广品种开发的前提下,应根据农业生产方式的发展、种植结构的调整、市场需求的变化、气候因素的影响等方面谋划 3~5 年的中期品种开发计划和未来 5~10 年的长期品种开发计划,做到推广一批品种、示范一批品种、研发一批品种。种子企业一旦出现推广品种衔接和断层问题,就会导致客户丢失、市场萎缩。

**1.2 品种的来源应该具有广泛性** 每个育种单位、每个育种家进行品种选育时,因种质资源、研究思路、育种目标、选择取向等方面各不相同,造成培育的品种类型、优缺点、适应性存在差异,使品种具有各自固有的局限性。如果企业只选择推广单一育种家品种,一旦遇到特殊年份受气候环境因素影响,导致品种缺点突显,给生产带来较大损失,就可能造成来年推广面积的萎缩,致使已经生产的种子大量积压,影响种子企业平稳发展。采用自育品种、购买品

种、合作选育品种相结合的品种选择策略,增加品种来源的多样性,是合理市场布局、降低市场推广风险的有效途径<sup>[2]</sup>。

**1.3 品种类型结构要合理配置** 品种结构应保持遗传种质多样性,防止单一类型品种的重复。在黄淮海夏播区普通籽粒玉米品种同时配置黄改种质类型、美杂改良类型、黄改与美杂种质相结合类型和其他创新类型品种,推广中不同类型品种合理搭配,可以防范单一类型品种在特殊年份出现问题,导致市场和客户的大量丧失。从适宜的生产方式和产品用途角度,配置普通籽粒品种、机收籽粒品种、青贮品种、粮饲兼用品种,可以满足客户的不同需求。从事鲜食玉米的种子企业除配置不同种质来源的品种外,还应注意配置不同风味和口感类型的鲜食品种。

## 2 用品种经济学的视野选择推广品种

种子企业选择推广品种应从制种、营销、种植3个环节综合评估品种的经济价值,单纯1个或2个环节具有经济价值的品种难以长期推广,只有制种者、营销者、种植者都能获得较高经济收益的品种才是真正的好品种。

**2.1 杂交种制种环节** 首先考虑制种的难易程度和成本高低,包括父母本的播种错期、父本抽雄难易与集中度、能否进行不育化制种或采用机械化去雄技术等;再者考虑制种产量和种子质量的高低,包括花期相遇情况、父母本种植比例、结实性、制种环节抗逆性、收获时间、种子发芽率等因素。杂交种制种成本低、产量高、品质好的品种才能给制种者带来较高的效益,为经营者、种植者打下良好的基础。

**2.2 产品营销推广环节** 种子企业不仅要核算自身效益,更应该考虑到各级代理商的投入产出高低、经济效益好坏<sup>[3]</sup>。种子企业选择推广品种既要考虑制种产量的高低,又要考虑杂交种种子千粒重的高低,在同等制种产量情况下,生产的杂交种种子千粒重高,就意味着单位面积生产的杂交种种植推广面积减少,单位面积商品种子成本随之提高,营销环节的利润空间减少。选择推广的品种应该卖点突出、稳产性好。卖点突出,识别度高,便于宣传和种植者辨认;稳产性好,各级经销商宣传和开发后风险小,具备持续长期收益。只有销售代理商能够得到应有的收益,品种才能得到有力推广。

**2.3 品种种植环节** 主要应考虑种植的风险性和

种植收益。种植者最为关注品种是否会发生严重的倒伏倒折、病虫害、果穗畸形、空秆等现象。因此,在选择推广品种时应该首先选择多抗广适的稳产品种,选择不同年际间、不同生产条件和不同管理水平间产量比较稳定的品种;其次是在稳产基础上选择有高产潜力的品种。也就是说在品种的选择上稳产重于高产,品种稳产高产,种植户才能获得较高种植效益,种植者喜欢的品种才是真正的好品种。

## 3 通过风险测试发现品种的风险点

单一按照品种审定过程中的区域试验和生产试验数据选择推广品种、制定品种推广计划、进行品种推广是不全面的,因为品种审定过程中的试验方案是根据一个生态区大田生产的基本情况而设计的,难以涵盖品种推广应用中遇到的所有风险、隐患和极端状况。因此在进行品种的推广前设定一些风险测试,摸清品种的风险点十分必要。播期试验,可以检验在特定区域生产方式下,同一品种不同生育进程遇到低温、高温、高湿、干旱、阴雨寡照、狂风暴雨等情况下的表现,发现其优缺陷。栽培密度试验,不仅仅研究品种的最佳种植密度,而且可以发现其在高密度胁迫下品种的结实性、抗倒性和抗病性等方面的表现。肥水管理试验,可以发现在粗放管理和高肥水管理条件下的品种表现,暴露他们的优缺点。有条件的种子企业还可以开展抗高温干旱、耐阴雨寡照、抗倒伏倒折等方面的专项测试。通过品种极限施压式测试,去挖掘品种优点,发现其缺点,以便在制定推广方案时,发扬优点、规避缺点。

## 4 提前做好品种展示示范和配套技术研究

在品种数量激增的情况下,应提前组织开展新品种的展示示范和配套技术研究。通过展示示范,进一步挖掘发现品种的优缺点,找准品种的适宜种植区域,寻找合适的代理销售商家,为品种推广打下良好基础。选择品种审定试验与品种展示示范同步进行的路线,当品种试验审定程序结束时,品种的推广方案也基本成型。配套技术研究包括开展品种的杂交种制种技术研究和在大田生产栽培技术研究。品种杂交种制种技术直接关系着制种者的收益多少、商品种子成本高低和市场竞争能力强弱。种子企业应该在品种即将结束试验审定阶段就开始进行制种播期、父母本种植比例、种植密度、适宜制种区域、去雄技术、质量监控等方面的系统研究,在品种获得

审定进入市场推广环节时,该品种杂交种制种技术已经研究成熟,制种成本已经核算清楚。品种的田间表现是品种基因型与栽培环境互作的结果,一个好的品种必须有一套符合品种特征特性的配套栽培技术,才能发挥该品种的最大增产潜力,产生最大的种植效益。品种开发者在品种推广之前,应根据品种试验、品种展示、品种风险测试中表现出的特征特性、优点缺点,研究配套栽培技术,以便在推广时实现良种良法配套。

## 5 做好品种推广区域的精确定位

在品种数量激增情况下,品种推广的适宜区域精确定位至关重要。品种推广区域的精确定位,就是把品种推广在气候特点、土壤水肥条件、生产方式、种植习惯、管理水平等生产要素最能发挥该品种优点和生产潜力,规避其缺点的地方。如一个晚熟、耐热、抗锈、抗倒的黄淮海夏播品种,推广的适宜区域应在黄淮南部的豫南、湖北襄阳、江苏和安徽淮河以北等区域;如德单5号、迪卡653玉米品种正是根据其品种的这些特点,首先在豫南推广后,优点得到突显,种植面积快速扩增。如果将不抗南方锈病、耐热性差,但丰产性较好的品种推广到黄淮南部这些区域,优点不易突显,缺点容易暴露,种植风险就会增大。

## 6 做好品种的营销决策

品种推广可以采用多点开花快速推进和以点带面步步为营两种方式。在品种短缺的情况下或者品种综合性状特别好,尤其适应性和抗逆性突出的品种可以采用快速推进的营销方式,多点开花起到轰动效应,在适应区域推动品种快速大面积推广应用。而在品种多且竞争激烈,对特征特性及优缺点把握不透,品种适应性和抗逆性有一定局限性的品种,宜采用以点带面步步为营的营销模式。就是先在适宜发挥品种优点、规避品种缺点的区域,开展示范和推广,扩大品种影响力,树立品种良好口碑,然后逐步扩大推广区域。严防盲目扩大推广区域,一旦品种的缺点暴露,造成不良影响,落下不良口碑,就会影响适宜区域的推广。

## 7 展示示范和营销服务网络下沉到乡村

2015年以前市场品种数量少,代销商代理的品种又不多,拿到代理权就有市场和利润,种子企业以大区域代理、县级代理为主建立营销和服务网络。但在现阶段品种多、竞争激烈的情况下,一个县级代

理商代理有数十个甚至上百个品种,哪个品种给他带来的利润高他重点推广哪个,或者每个品种都多少推广一点,售后服务很难做到位,结果造成品种积压在县级代理商那里。因此在品种激增情况下,种子企业应当把展示示范、营销服务网络下沉到乡村,减少中间营销环节,尽可能做到村村有展示示范点、乡乡有销售服务部,也可以把乡村里的种粮大户作为村级代理商和展示示范户。总之种子企业要使产品更加贴近终端用户。

## 8 搞好多渠道宣传和技术服务

种子企业和代理商应该采用多种渠道,加大品种的宣传和技术服务。其方法可以利用技术培训会、展示观摩会、种植经验交流会等形式进行现场宣传与培训;也可以利用微信群、微视频和抖音等网络媒体渠道进行技术指导、种植经验分享,进行情感交流,加强与种植户的互动。

### 参考文献

- [1] 刘信. 贯彻种业发展新要求 开创事业体系新局面. 中国种业, 2021 (2): 1-3
- [2] 邓光联, 韩奎. 新冠肺炎疫情形势下对种业的一些思考. 中国种业, 2020 (6): 1-4
- [3] 王惠玉. 我国种业企业质量管理体系构建与实施. 中国种业, 2021 (3): 7-9

(收稿日期: 2021-06-21)

## 征订启事

《北方园艺》是由黑龙江省农业科学院主管、主办的园艺类综合性学术期刊。国际标准刊号: ISSN 1001-0009, 国内统一刊号: CN 23-1247/S。邮发代号: 14-150, 半月刊, 每月15、30日出版, 定价: 35.00元, 全年: 840.00元。全国各地邮局均可订阅, 或直接向编辑部汇款订阅。投稿网址: [www.haasep.cn](http://www.haasep.cn)。地址: (150086) 黑龙江省哈尔滨市南岗区学府路368号《北方园艺》编辑部; 电话: 0451-86694145; E-mail: [bfiybjb@vip.163.com](mailto:bfiybjb@vip.163.com)。

《中国稻米》是由农业农村部主管, 中国水稻研究所主办, 全国农业技术推广服务中心等单位协办的全国性水稻科学技术期刊。双月刊, 标准大16开本, 单月20日出版。定价15.00元, 全年90.00元, 邮发代码: 32-31, 国内刊号: CN33-1201/S, 国际统一刊号: ISSN 1006-8082。地址: (311400) 浙江省杭州市富阳区新桥水稻所路28号; 电话(传真): 0571-63370271, 63370368; E-mail: [zgdm@163.com](mailto:zgdm@163.com), 网址: [www.zgdm.net](http://www.zgdm.net)。