

西藏青稞优良品种的推广

——以喜马拉雅22号为例

泽仁巴宗

(西藏贡觉县农牧科技推广服务中心 西藏自治区 昌都 854200)

[摘要]目前,对于西藏青稞优良品种的推广主要具有很多不健全的地方,比如推广的手段落后,推广人员缺乏和推广的机构不健全等。本文以喜马拉雅22号作为推广研究的对象,首先针对西藏青稞优良品种推广现状模型进行了分析,其次对于推广所存在的问题进行了分析,最后对于西藏青稞优良新品种推广改进路径进行了分析。

[关键词]西藏;青稞;推广

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.04.738

青稞是禾本科大麦属的一种禾谷类作物,是西藏、青海、四川、云南等地藏族人民的主要粮食,由于生态类型多样、气候自然条件复杂、种植历史悠久,形成了丰富独特的种质资源。青稞在西藏栽培已有3500多年,西藏是当之无愧的“世界青稞之乡”,种植比例由外向内逐步加大并随海拔高度增高而增加,在海拔高度4200米以上的农田,青稞是唯一种植作物。西藏中部、南部河谷灌溉农区以中晚熟高产类型品种为主。藏西北等高寒非灌溉农田则以早熟耐寒耐旱的丰产型品种居多。

一、喜马拉雅22号简介

喜马拉雅22号是日喀则市农科所用(石海一号和喜马拉雅15号)×[福8-4*(昆仑一号)×关东二条]配置组合。1999年通过自治区农作物品种审定委员会审定且命名为喜马拉雅22号。是西藏春青稞良种中产量最高的品种,日喀则市高产栽培示范区域单产超过450公斤,最高单产达到572公斤。其生长周期约134天,株高110cm,四棱长芒,穗长方形,粒黄色、粒质硬、子粒饱满度好,抗倒伏性强、耐旱耐湿、品质优良。适宜在自治区海拔4300米以下,肥力水平较高、排灌方便、交通便利的农田种植。

喜马拉雅22号属于春性,为中晚熟品种,该品种经过了相关部门的检测检验以后发现,其营养价值较高:蛋白质含量占11.66%;粗脂肪含量占1.19%;总淀粉含量占53.74%;氨基酸含量占9.59%;赖氨酸含量占0.50%;β-葡聚糖含量占4.32%,由此可以看出,喜马拉雅22号营养价值高、生命力顽强,具有很高的种植价值,对于西藏地区的农作物品种的更新及各市县的农业生产结构的调整起到了很强的推动作用。

二、西藏优良品种推广现状及模式分析

(一)推广体系,网络不完善

西藏不同于其他地区的四级农业科技推广体系,目前,对于西藏进行农业技术推广体系建设的时候只是到了县一级,而对于乡一级根本没有进行农业服务推广机构的建设。这样一来,就导致了推广体系网络没有完善的形成,而且对于某些试点其条件非常差,从而使得品种在全区区域试点难以进行保证。

(二)推广人员缺乏,人员职责不清

首先由于西藏气候条件和自然环境恶劣,基层农业推广部门很难吸引高知识学历人才,加上一些非专业人员进入,造成推广队伍中业务知识水平低;其次推广人员知识更新和进修深造机会较少,对现代农业新技术的发展和操作了解不深;第三推广人员知识结构单一不能很好适应当前市场经济与高效农业多样化展。第四由于缺乏激励机制和监督考核机制,推广人员在工作上只注重技术指导,而忽略对农牧民的教育职责,致使推广人员与农户之间缺乏有效信息沟通,使推广工作陷入被动状态。

三、喜马拉雅22号推广模式及存在的问题分析

目前,西藏自治区已经将喜马拉雅22号作为自治区青稞重大科技专题项目,并且政府会给予一定支持。到如今,喜马拉雅22号已经在全自治区内得到了全面的推广。喜马拉雅22号青稞新品种推广采取首席专家负责制,各市地采取专家负责制的办法,全面负责本市地的推广技术服务工作。实行良种集中繁殖,统一供种,确保良种质量,加强技术指导和培训,合理安

排种植区域。

(一)推广力度不足

想要将优良品种不仅快速的进行推广,同时还会被种植户所采用,那么就需要将老品种进行退出,同时还应当对当地农牧民进行宣传和推广,转变农牧民的观念,促使农牧民快速接受新品种。但是,在积极推广喜马拉雅22号的同时,老品种依然享受同等补贴,新品种推广中的补贴力度不足,且在推广时,反复强调品种的优质性,没有将实际的成果展现在农牧民面前,导致推广力度不够,很大程度上阻碍了青稞优良新品种的推广。

(二)推广模式过于单一

在不同资源优势的地区进行推广的时候,根本没有将其地区的特点和优势进行充分的调动,并且进行多种推广模式的制定。而目前的推广只是以行政命令的方式进行,均为自上而下。对于农业科研机构需要进行无条件的配合,而对于推广的人员只是需要将技术做好指导,种植户按照指导内容直接进行操作即可。

四、西藏青稞优良品种推广模式改进路径

(一)培育培训主导型推广模型

对于农牧民可以采用优良新品种,其影响最大的因素就是他们受到教育的程度,但是针对教育程度在短期之内是无法达到,也是无法改变。而想要彻底改变这样的状态,只有通过不断的加强涉农技术培训,从而将农牧民基本观念进行逐渐的转变,将其认识提高上去。与此同时,还可以将正在学习农业专业的学生利用假期或者实习的期间积极的去参加农业科技推广中,不仅可以将在学校中所学到的东西运用到实际中,同时还可以有效的丰富学生的实践经验,以及起到农业科技推广的作用。

(二)加大对喜马拉雅22号产品的市场消化能力

农作物是否能快速被农牧民所接受,除了产量、补贴政策外,作物收获后是否能被市场消化,是影响喜马拉雅22号推广效果的主要因素。西藏地区虽然主要栽培推广青稞,用来满足当地居民青稞酒、吃糌粑需求,秸秆用做饲料,但是内部需求量比较少,而西藏地区关于青稞食品深加工的产业较少、且模式单一,限制了青稞的更新换代和推广成果。对此,应当加强对不同类型青稞产品的研发力度,尤其是强化新品种喜马拉雅22号食品深加工的研发力度,进而满足多元化的市场需要,增强对其的市场消化,让农民看到切实的经济效益,进而实现喜马拉雅22号的大力、快速推广。

参考文献

- [1]达娃.浅析西藏青稞“藏青2000”为主的推广策略[J].西藏农业科技,2020,42(04):80-82.
- [2]杨艳,扎西,米玛.浅谈西藏定日县青稞良种推广[J].西藏农业科技,2019,41(S1):99-102.
- [3]高建新.西藏青稞不同品种的推广策略——以藏青2000和喜马拉雅22号为例[J].农村科学实验,2019(10):36-37.

作者简介:

泽仁巴宗,出生年月:1990年11月,性别:女,民族:藏,籍贯:西藏,学历:大学本科,职称:初级,研究方向:青稞喜马拉雅22号。