

广东海洋大学科研团队培育热带地区抗热应激山羊新品种取得突破 世界首例PRLR基因编辑雷州黑山羊诞生

羊城晚报讯 记者余胜容报道：世界首例PRLR基因编辑雷州黑山羊近日在广东海洋大学“粤西畜禽生物育种广东省工程研究中心”诞生。该突破标志着我国在培育适应热带滨海高湿热气候、适宜沿海“滩涂牧场”放牧的黑山羊质资源创新方面取得重大进展，为我国南方及滨海地区草食畜牧业可持续发展提供了新的种源支撑。

全球温室效应导致高温高湿天气频发，热应激已成为制约畜牧业生产的主要因素之一。热应激不仅导致动物生产性能下降、繁殖障碍和健康问

题，还显著提高牲畜死亡率并降低饲料转化效率。据不完全统计，我国畜牧业因热应激每年遭受的经济损失超过100亿美元。因此，选育耐热性、强、抗逆性能突出的畜禽新品种，已成为应对气候挑战、保障肉类供应安全的迫切需求。

PRLR基因编码催乳素受体，其介导的信号通路在动物应对热应激、调节代谢产热和维持水盐平衡中发挥关键作用。该基因最初在一些著名耐热牛品种中被发现，并已成为耐热分子育种的重要标记基因。例如，原产自美属维

尔京群岛的Senepol耐热牛，就因PRLR基因突变呈现被毛短而顺滑的表型，其耐热性能显著优于普通欧洲牛种。然而，在反刍类的绵羊和山羊中，PRLR基因突变是否同样能够增强耐热性尚不明确。

针对这一科学问题，广东海洋大学雷州山羊生物育种创新团队综合运用同期发情、基因编辑与胚胎移植等先进技术，针对PRLR基因设计4条靶向引導RNA，采用CRISPR/Cas9系统精准敲除该基因上一段246碱基的核心区域，成功构建出一个含两个酪氨酸残

基的截短型PRLR耐热蛋白变体。经胚胎移植和150天妊娠期，一只健康基因编辑羔羊于8月25日顺利出生，目前生长发育状态良好。

团队首席科学家甘尚权研究员表示，本研究通过PRLR基因编辑制耐热黑山羊新品种，为我国热带地区抗热应激山羊新品种的培育奠定了坚实基础。该突破为沿海地区畜牧业的高质量发展提供了科技支撑。团队未来还将进一步推进中试推广与产业化应用研究，推动优良动物遗传资源在滩涂、盐碱等边际土地的高效利用。

乡村振兴 第一线

文/图 羊城晚报记者 欧阳志强
通讯员 叶俊毅 黎党强 赵小华

韶关乐昌市北乡镇茅坪村矮石组是种植优质无花果的专业村，多年来以初级农产品形式销售无花果，不仅收购价低，缺乏产品议价权，还受市场供需影响容易滞销。目前，随着该村的茅坪农副产品加工厂试投产成功，这样的局面得到了扭转。

当前正值无花果丰收的时节，走进北乡镇茅坪村矮石组，随处可见无花果种植园，阵阵果香扑鼻而来，一颗颗饱满圆润、紫青相间的无花果挂满枝头。果农忙着采摘、搬运、包装，一派丰收繁忙的喜人景象。

果农刘兴炎开车满载着新鲜无花果送往加工厂进行精深加工，每天清晨和傍晚各跑一趟，采摘的果子都能以协议价被收购。“以前去市场卖果，下雨天就没有那么好卖。现在卖给加工厂就没有这个问题，价格也比较稳定。”

加工车间内，经挑选、修剪、清洗后的无花果，有的被送去榨汁，有的切片摆

韶关乐昌无花果专业村成功破解初级农业品销售难题 引入加工厂“甜蜜果”身价飞升

盘后被送进烘干机内加工处理。乐昌矮石农业发展有限公司经理谢润辛介绍，目前设备还在进一步完善中，试投产半个月，他们已收购村民的无花果两万多公斤，用于加工无花果干和无花果汁饮料。“等所有设备到齐，明年我们能达到500万至600万元的产值。”

经过机器烘干，无花果的价格能提升至160—200元每公斤，相较于最高8元每公斤收购价的鲜果，其价值得到了显著提升。

无花果的深加工不仅为产业发展带来了新的活力，更为当地村民提供了多样化的就业机会。“正常生产最少要30人，如果我们村闲置劳动力不够，还要从外面招人。”谢润辛说。村民李凤珍每天送孩子上学后，就按时到车间修剪无花果。“每天工作8个小时，还可以照顾家里、照顾小孩。”记者了解到，产业链延伸预计今年直接带动周边70多户果农增收120万元左右。



果农采摘成熟的无花果

首席 评

□陈广江

让“切香肠式用工”无处遁形

据《工人日报》报道，有劳动者仅投递一份简历、签署一份劳动合同，却成为好几家公司的员工。问其原因，有劳动者坦言“这都是正常操作”“工资社保按时发放缴纳就行”“都是一套人马，跑不了”……然而在发生劳动纠纷时，个别劳动者却遭遇“多年工龄被清零”。记者调查发现，个别企业采取分立公司业务、设立劳务公司等方式进行形式上的“用工隔离”，试图切断劳动者工龄或否认与劳动者的劳动关系。

这种“用工隔离”现象，又被形象地称为“切香肠式用工”。近年来，一些企业通过设立关联公司、交叉任职、轮流签合同等方式，把劳动者在不同用工主体之间“挪来挪去”。表面上员工身份多次变更，实际上作品内容、场所及工资待遇等一切照旧。一旦发生劳动纠

纷，企业就试图将劳动者的实际工龄，“切”成只在最后一家公司工作的短工龄，从而逃避支付高额经济补偿金的法律责任。

这种把戏看似聪明，实则漠视法律，侵害劳动者合法权益。工龄不仅是时间长度，更是劳动者权益的重要保障基石。它直接关系到经济补偿、带薪年假、医疗期乃至签订无固定期限劳动合同的资格。企业人为切断工龄，就是在变相剥夺劳动者的合法权益。

现实中，不少劳动者直到维权时才发现自己的工龄已被“清零”。有人像报道中的刘女士那样，被单位安排“签署”合同，岗位工资一切照旧，工龄却被迫“重置”。也有人像卫某那样，在不同关联公司之间被频繁调动，一旦被辞退，公司就声称“你只在我这儿干了没多

久”，拒不承认之前的工龄。

法律从不支持这种规避责任的行为。根据最高人民法院最新的司法解释，劳动者在多家关联企业交替用工的，工龄应合并计算。法院在审理此类案件时，会穿透表面看实质，通过股权结构、管理人员、业务安排等综合判断企业是否关联，是否存在故意规避法定责任的情形。

对劳动者来说，维权最重要的是保存好证据。劳动合同、工资银行流水、社保缴纳记录、调岗通知、工作沟通的邮件或聊天记录等，都是关键证明材料。一旦发现工龄被“切割”，可以申请劳动仲裁。如对仲裁裁决不认可，可在法定期限内向法院提起诉讼。

对企业而言，“切香肠式用工”绝非长久健康发展之计。这种投机做法不

仅损害劳动者权益，更会带来更大的违法成本，包括加倍支付赔偿金、行政处罚和商誉损失。真正有远见的企业，应当坚持诚信经营，依法用工，把精力放在提升管理水平和核心竞争力上，而不是千方百计提法律空子。

劳动关系的和谐稳定是企业发展的基础。保障劳动者合法权益，就是保障企业自身持续发展的根基。让“切香肠式用工”无处遁形，不仅要靠劳动者提高维权意识、法律持续亮剑，也要靠企业自觉守法和社会监督合力。唯有如此，劳动者才能更有尊严，用工才能更加规范。

总之，每一位劳动者都应提高权利意识，每一家企业也应守住法律底线。只有相互尊重、诚信相待，才能构建和谐稳定的劳动关系，实现企业与职工的双向奔赴、共同发展。

热点 快评

□汪昌莲

“租赁消费”需破解成长烦恼

租相机、租衣服、租玩具……从数码产品到户外装备，从房屋汽车到母婴用品，在部分年轻人的世界里，一股“万物皆可租”的消费浪潮正扑面而来。随着租赁市场的迅速扩张，线上线下租赁主体大量涌现，消费者权益纠纷也屡见不鲜，套路多、磕碰多、损毁多等成为消费者的“头疼事”。专家认为，规范租赁市场发展，要构建政府、平台、企业、消费者“多元共治”的治理体系。（9月11日新华社）

曾几何时，“买不如租”还只是精打细算者的生活智慧，如今却已成为许多人的消费习惯。从服装到电子产品，从奢侈品到家居用品，租赁消费以其灵活性和低成本特质，在城市生活的土壤中迅速生根发芽。然而，这棵新苗在茁壮成长之际，也不

可避免地遭遇着“成长的烦恼”——信用体系不完善、产品质量参差、消费者权益保障不足等问题，正成为制约其健康发展的隐忧。破解这些烦恼，不仅关乎一种消费模式的成熟，更关乎我们如何重塑消费伦理与经济生态。

租赁消费的兴起绝非偶然，它是共享经济理念深入人心的产物。在物质极为丰富的今天，人们逐渐厌倦了被产品奴役的生活，转而追求更轻盈、更环保的生活方式。租赁模式恰好满足了这种需求，既减少了资源浪费，降低了消费门槛，又让消费者能够以较小成本，体验更多样化的生活可能。从对“所有权”的执念，到对“使用权”的分时租赁，其中包含着消费理念的嬗变。

然而，任何新生事物的发展，都不会一帆风顺。当前租赁消费市场最突出的“烦恼”，莫过于信用体系的缺位。租赁是一种基于信任的经济行为，但在陌生人社会环境中，这种信任难以自发建立。商家担心设备受损难以追责，消费者忧虑个人信息过度暴露，双方都难免在缺乏可靠信用背书的情况下如履薄冰。同时，产品质量标准缺失、售后服务体系不完善、纠纷解决机制不健全等问题，也让许多消费者对租赁消费望而却步。这些“烦恼”若不及时解决，将不利于这种创新商业模式的发展。

破解租赁消费的成长烦恼，需要多方合力，构建一个健康可持续的生态系统。首先应当加强行业规范与标准建设，建立统一的品质认证体系

和信用评价机制，让租赁交易在透明、可信的环境中进行。平台企业应强化主体责任，完善从选品、配送、维护到回收的全流程服务体系建设，提升消费体验。监管部门则需要创新监管方式，在鼓励创新的同时守住安全底线，保护消费者合法权益。

更深层次看，租赁消费的健康成长，还需要文化层面的支持。我们需要培育与现代租赁经济相匹配的诚信文化和使用者责任意识。租赁是一种具有持续性的契约关系，要求双方都以负责任的态度履行各自义务。通过制度创新、技术创新和文化培育的多轮驱动，租赁消费将能逐步成熟，为我们构建一个更加绿色、灵活、包容的消费社会贡献独特价值。

全国首个吸力筒基础桁架式“风渔融合”海洋牧场

“盛唐一号”在汕头投产

羊城晚报讯 记者赵映光报道：9月11日上午，伴随着多种具有高经济价值的海鱼苗跃入湛蓝海域，全国首个吸力筒基础桁架式“风渔融合”项目——“盛唐一号”海洋牧场在汕头南澳正式投产。

据悉，这座矗立于风电场间的“海上智能粮仓”，是汕头探索“海上风电+海洋牧场”融合发展的首个示范项目，通过立体式用海、复合化开发模式，可实现海域资源集约利用，形成“海上发电、水下养鱼”的“一片海两种收成”循环经济体系，标志着广东省在探索集约式现代化海洋牧场建设上取得新进展。

“它不仅是‘海上粮仓’，还是一座‘蓝色能源站’。”据大唐汕头新能源有限公司党委书记娄淑军介绍，“盛唐一号”跨距达38米，高度56.5米，总重约1760吨，是全国首个采用

吸力筒基础桁架结构的“风渔融合”型海洋牧场，具备抵御16级超强台风的能力，养殖水体达1.36万立方米。

何谓吸力筒基础桁架结构呢？“这是一种底端开口、顶端封闭的筒状结构。”娄淑军形象地比喻说，“你可以想象这是一个巨大的‘海底吸盘’，它不仅能‘吸’在海底，保障结构稳定，又能‘拔’起来，实现整体迁移，这种基础具有免打桩、安装快、经济环保等优势”。

记者在活动现场了解到，“盛唐一号”投产后预计年产高经济价值的海鱼约180吨。这些海鱼不仅将成为餐桌上的美味佳肴，后续的捕捞、运输、销售等环节也将带动海洋物流服务业的发展，形成一条完整的产业链，为汕头海洋经济注入新的活力。

参展企业670多家，设置展位1881个

东莞台博会“朋友圈”再扩容

羊城晚报讯 记者李洪宝、余宝珠、石梦卓报道：9月11日，为期4天的2025第16届东莞台湾名品博览会（以下简称“台博会”）在东莞拉开帷幕。据介绍，本届台博会以“强链融合，智创未来”为主题，汇聚参展企业670多家，设置展位1881个，涵盖AI、电子信息、智能制造、生物科技等领域的台企名品，规模再创历史新高。

据介绍，本届台博会首次设立“亚洲台商主题馆”，邀请印度、马来西亚、泰国、越南等十多个国家和地区的实力台企参展，进一步扩大展会“朋友圈”。

“已经在东莞设立了公司，东莞的营商环境和产业优势都非常不

错。”在台博会亚洲台商主题馆展区，参展企业昶辉螺丝公司董事长颜美云告诉记者，企业主要从事螺丝制造，其产品在精密仪器和电子产品中得到广泛运用，希望借助台博会这个平台打响公司知名度，吸引更多的客户群体。在颜美云看来，东莞最大的优势就是供应链非常齐全，在这座制造之城里，根本不用担心找不到供应链。

在本届台博会上，海峡两岸青年创新创业馆精彩亮相，搭建两岸青年交流学习生态圈，全面展示东莞的创新创业环境、产业机遇和宜居宜业美好家园政策，吸引更多台湾同胞来东莞发展，进一步密切两岸合作。

2025年9月12日 / 星期五
责编 张齐 / 美编 湛晓茸 / 校对 苏敏

时评 | A6

今日论衡之 财经观象

□余明辉

外语导游“一人难求” 解眼前困局也要谋长远发展

“杭州旅行社外语导游紧缺！”近日，杭州旅行社的招聘难现象成了网上的热门话题。9月2日，外交部发布消息：中方决定自2025年9月15日至2026年9月14日，对俄罗斯普通护照人员试行免签政策，俄罗斯普通护照人员来华经商、旅游、观光、探亲访友、交流访问，过境不超过30天，可免办签证入境。这一消息叠加已实施的240个小时过境免签政策，让杭州入境游市场热度再攀新高。然而，这份火热背后，藏着杭州旅行社的“甜蜜烦恼”：多家旅行社没有俄语导游。（《钱江晚报》9月10日）

目前在杭州等地，俄语导游到底有多紧缺？据悉，时下江浙沪本地旅行社鲜有相关资源，以至于连临时聘用的俄语导游津贴都飙至1200—1500元/天。这一现象无疑折射和暴露出当地旅游行业在外语导游人才储备上的明显短板，也给各地入境游市场发展敲响了警钟。

显而易见，入境游热度攀升，本是政策红利与“中国游”吸引力的体现。杭州凭借历史人文与智慧旅游优势，成了外国游客继北京、上海等地后的热门之选，东南亚游客数量激增，如今俄罗斯免签政策落地，又将带来新一轮客源。但外语导游紧缺，尤其是小语种导游断层，让旅行社难以接住这波“流量”。

更令人头疼的是，不仅俄语导游稀缺，当地旅行社资深外语导游还在流失，如像从业十年的德语、英语导游陆一鸣，就选择通过社交平台独立接单，原因无他——独立接单能自主安排行程，保证服务质量。这恰恰反映出传统旅行社在人才留存与服务模式上的滞后与不足。

面对眼前困局，杭州当地旅行社也拿出了应对办法。有的鼓励本土

导游自学多语种；有的开启跨省借调模式。这些做法能暂时填补用人缺口，但依赖“临时抱佛脚”的自学和跨省借调，难以应对持续增长的入境游需求，更无法满足游客对高质量服务的期待。

要真正破解这一难题，首先得建立长效人才培养机制，推动“语言+文化”复合型导游转型。当前不少外语导游仅能满足基础沟通，却难以深入讲解地方特色文化内涵，而外国游客来中国，不仅想饱览风光，更想了解各地背后的独特历史文化故事。高校旅游专业可加强小语种与旅游文化课程融合，企业也可与院校合作开展定向培养，让导游既懂外语，又能生动讲述当地文化，比如像陆一鸣那样，用雷峰塔的建筑工艺与白娘子传说打动游客。

其次，个性化导游服务或成未来旅游市场导游服务主流，传统旅行社需主动求变。如今游客需求升级，不再满足于常规路线，更青睐定制化、有深度的体验。独立导游能凭借灵活的行程安排和精准的文化输出吸引客源，传统旅行社不妨探索合作分成模式，与资深独立导游建立合作关系。同时，相关旅行社还可借助智慧旅游技术，为导游提供文化讲解素材库、多语种服务工具等支持，提升服务水平与质量。

入境游市场的火热，是中国对外开放政策与文化吸引力等多重因素综合作用的结果。外语导游作为“文化使者”，其服务质量直接影响外国游客对中国的印象。唯有补齐这一领域的短板，创新服务模式，才能将“流量”真正转化为旅游经济长远健康发展“留量”，让更多外国游客爱上中国、记住中国，也让入境游市场在政策红利下实现可持续发展。