



大展宏兔

在青岛,有一家国内乃至亚洲最大的兔产业链企业 小兔子在这里是“大财神”



推广发展肉兔养殖是实现精准脱贫的重要渠道。



康大兔自主育种,填补了国内空白。



康大集团育成康大1、2、3号肉兔配套系。

商品肉兔10周就可以出栏,每只繁殖母兔每年平均提供商品肉兔60只,而我国尚停留在经济杂交阶段,每只母兔年均提供商品兔50只。为了提高养兔生产水平,国内企业需花大笔费用从国外引种商业配套系。但国外育种公司为了牢牢控制种源,往往只出售祖代兔,只能制种一代不能连续留种,我国养兔企业和兔农则背负很大的经济负担,制约了我国内兔行业的健康发展。

为破解这个难题,2005年,康大集团启动研发,团队分别利用欧洲肉兔配套系单性别祖代兔、泰山白兔等10余个育种材料,创建了肉兔集约化繁育、全群测定、全程选育的育种体系,育成康大1、2、3号肉兔配套系。2011年10月通过国家畜禽遗传资源委员的新品种审定,是我国首个拥有自主知识产权的肉兔配套系,填补了国内空白,打破了国外对优良种质资源的垄断。兔子养殖,皮毛也是重要的产出。目前国内市场上基本都是白色兔,但有色兔更受市场欢迎。为此,康大兔业持续选育康大系列肉兔配套系

3个,新选育专门化品系5个,育成世界首例彩色肉皮兼用兔配套系。

截至目前,康大肉兔配套系育种成果已在山东、吉林、四川等地进行推广应用,带动发展符合国家标准的大型养殖场100多个,联结农户1.5万户,产品销往法国、德国等30多个国家和地区。小小一只兔子成为“财神兔”,背后是本土科研人员数十年如一日的钻研与付出。

观海新闻/青岛晚报 记者 高静文

商场兔年装饰成网红打卡地 节前消费市场



崂山万象汇里的巨大兔子玩偶。

每一年辞旧迎新之际,生肖元素的商品不仅将喜庆吉祥的氛围感“拉满”,更承载着人们对新一年的美好祈愿。走在青岛各大购物中心,兔元素随处可见,商家以兔为主题举办各类促销活动,各大知名品牌推出的春节新品中也植入了众多兔元素,各珠宝首饰品牌更是推出了以“兔”为主题的首饰。众多的兔元素

兔元素黄金首饰热销 兔元素抢占“C位”



崂山利群金鼎广场超市年味十足。

也让今年的春节前消费市场活力十足。

节前促销“兔”味浓

近日,记者探访崂山利群金鼎广场、海信广场、大融城、崂山万象汇等大型购物中心发现,几乎各家都别出心裁地推出了以兔元素为主题的促销活动。崂山万象汇推出了名为“nice 兔 meet you”的大型主题活动,整个商场被兔元素装饰一新。商场中庭摆放着一个三层楼高的粉色兔子,外面也摆放着一个与路人打招呼的兔子。

位于CBD中央商务区的大融城同样把商场装饰得“兔”味十足。走进商场大门,“兔 RICH! 兔 STRONG! 兔 NICE!”的文案格外显眼,商场内一处摆台上还写着“兔个健康”“兔飞猛进”“兔然暴富”等标语,令人感受到浓浓的兔年氛围。大融城还举办了名为“好事成兔”的市集,摊主们在销售宠物零食、兔子造型的帽子等商品。

青岛一家购物中心策划介绍,传统的促销方式已经无法吸引消费者的注意,必须要别出心裁地举办消

费者喜欢的活动才能把更多的人流引入商场。兔年临近,兔元素无疑是一个绝佳的主题,因此各大商场都推出了以兔为主题的活动,希望能让更多市民走进商场。

知名品牌打出“兔”年牌

各大知名品牌也早早推出了兔年限定款产品,希望能吸引更多消费者。记者在崂山利群金鼎广场儿童区域看到,知名童装品牌都推出了针对兔年的新款童装,大红色的外套上印着造型各异的可爱兔子。记者在一家童装专卖店看到,一位妈妈正带着孩子前来选购过年新衣,这位妈妈一眼便被一套兔子主题的红色运动装吸引。她告诉记者,快要过年了,赶紧到商场来给孩子购买过年新衣,正好是兔年,穿上带有兔元素的衣服更应景。

记者在利群超市看到,超市促销台摆上了兔子造型的玩偶,春节家家户户必备的春联、窗花等装饰品上,也点缀着兔元素,令人感受到一派红红火火的新年氛围。

兔元素首饰受追捧

春节历来是黄金首饰销售的高峰期,各大品牌也会借此推出以生肖为主题的珠宝首饰。记者探访海信广场等青岛各大购物中心黄金首饰专区发现,周大福、周大生、周生生等知名珠宝品牌都推出了兔年主题首饰。

利群金鼎广场一位黄金首饰导购告诉记者,每年春节前夕各大品牌推出的生肖主题首饰都会受到消费者的追捧,消费者购买主要用于自行佩戴或者作为新年礼物送给亲朋好友,通常这些小首饰的克重并不大,价格也多在千元左右。尽管近期黄金价格一路看涨,但依旧没有影响到这些生肖主题黄金首饰的热销。

观海新闻/青岛晚报 记者 李沛