

植物種苗電子報

發行人：郭華仁
執行編輯：謝舒琪
台灣大學農藝學系種子研究室

種苗市場

- [Pride 種子公司以種子粒數出售大豆種子](#)
- [荷蘭 DEVG 進軍雜交種子市場](#)

Pride 種子公司以種子粒數出售大豆種子

Pride 種子公司宣佈將於 2009 年栽培季節開始以種子粒數出售大豆種子。

Pride 種子公司表示，以種子粒數出售大豆種子可提供現在正在種植的生產者依照他們的需求更有效規畫栽種大豆。

Pride 種子紙袋的內包含 140,000 顆種子（傳統是用 22.7 公斤估算），大紙袋則可裝 500 萬粒。全部品種都用粒數來出售。

此舉讓生產者們可更好購買與預期種植密度相符的種子數目，也消除生產者對於每袋計價的種子因為在不同季節、環境生產的種子大小、重量不同而造成數量難以掌控的疑慮。

最終將可以的顧客、業務和種子公司更有效率掌握庫存。

資料來源：

<http://www.seedquest.com/News/releases/2008/september/23682.htm>

荷蘭 DEVG 進軍雜交種子市場

2008 上半年業務

2007 年 11 月，Devgen 公司在印度購得雜交種子企業，展開雜交稻育種與基改作物的研發。在 2008 年第一季即第二季，Devgen 成功地在印度建立育種公司，生產和販賣米、高粱、珍珠粟、向日葵等印度重要作物的優質種子。Devgen 將據此於印度及東南亞擴展商業的版圖。

- 2007 年上半年收入為 430 萬歐元，2008 年上半年收益增加至 580 萬歐元，大部份來自銷售雜交種子。
- Devgen 在印度的育種、種子生產、品管、銷售等專家從原本 65 人增為 90 幾位，由陣容堅強的團隊管理子公司，且於 6 月在 Hyderabad 成立 Devgen 印度總公司。
- 三月，國際標準的 20,000 平方英尺新種子加工場也落成於 Hyderabad。在濕季時(4 月到 8 月)及時完成種子生產及加工目標的量。下一年度也準備建構第二個種子加工場，用於親本種子加工。
- Devgen 採用兩個商標 Frontline 和 Mahalaxmi 來出售商品，這兩個商標整合 Devgen 要作為研究種子先驅及科技公司龍頭的理念。有 18 項產品行銷於印度 25 個地區 10 種語言，而且價格很好。
- 一月至六月底，市場對 Devgen 產出的米及高粱種子需求很大，使得短短

六個月的營收超過 400 萬歐元。而因西部雨量不足，使得珍珠粟的銷售不如預期，但 Devgen 預期今年一定會達到目標。銷售向日葵主要是從第三季開始。

- 基於在市場上證明 Devgen 的優質產品，到 2009 年將計劃更積極銷售。預期 2009 年將對農民推出新的高粱、向日葵、珍珠粟雜交種子。而新的雜交米準備於 2010 年銷售。
- Devgen 在印度的育種計畫將與肯亞(育種)、比利時、新加坡(分子育種、生物技術)、菲律賓(育種)、印度(產品評估、登記註冊)的全球研發計畫做結合。在印度 Devgen 4 個育種場及重要市場的多個試驗點，育種與產品評估都明顯的增加。

擴大投資種原、育種、生物技術以達中期成長

Devgen 增加投資種子營業資產，先進的育種技術及生物技術，是領先提供亞洲雜交作物特別是水稻的關鍵。

Devgen 已將種原與育種目標從印度擴展到全世界(中國及日本除外)。也已與中國與其他地方先進的研究機構完成協議與授權來強化該公司種原與雜交稻技術，並且增進該公司將雜交稻及其父本商業化的管道。這些都已在亞洲各地進行測試。

RNA 干擾及生物技術性狀

Devgen 對於米性狀的研發，以及利用 RNA 干擾科技來進行作物保護，已有很好的進展。該科技已證實有控制穀物食根蟲(玉米主要害蟲)的潛能。

展望 2008 年

儘管年初時盧比(印度貨幣)兌換歐元約貶值 13%，今年的種子銷售預估依舊為 500 至 600 萬歐元左右。

總之，在印度第一年生產與銷售四個重要作物的成績，顯示 Devgen 已經成功地整合去年所併購的種子公司及在印度建立自己的雜交種子市場。

Devgen 由 2004 年開始投資研究雜交米，並發展產品組合及銷售管道，陣容堅強的團隊現在已快速的在印度及東南亞擴展。未來，這將是 Devgen 的行銷重點。在這方面，Devgen 可能考慮藉由債權或股權的市場獲得其他資金來源。

資料來源：

<http://www.seedquest.com/News/releases/2008/august/23494.htm>

電話：02- 3366 4770

傳真：02- 2365 2312

本版網址：<http://e-seed.agron.ntu.edu.tw/0086/20086.pdf>