



扬州大学的这只克隆猫能否吸引“毛孩子爹妈”

本报记者 于量

市场道路未必一片坦途

3月3日深夜，一只橘白相间的小猫在扬州大学兽医学院的实验动物房顺利降生。这只名为“扬扬”的小猫是江苏首只体细胞克隆猫，由扬州大学袁玉国教授团队培育。与此同时，另一对利用基因编辑技术培育出的“低过敏猫”，也正在该团队的精心养育下健康成长。

2019年，我国首例完全自主培育的克隆猫“大蒜”诞生，宠物克隆随之实现商业化并一度成为热门社会议题。从“复活”过世爱宠到基因层面“定制”宠物，随着袁玉国团队培育出的这三只小猫成功降生，是否标志着宠物经济的发展边界将在技术进步的同时，迎来又一次重构？

“捎带手”背后的硬实力

由于学科大楼尚在建设中，袁玉国团队的实验室暂时设置在扬州大学文汇路校区体育场的看台下方。克隆猫“扬扬”，就诞生在这个稍显简陋的实验室中。

谈及“扬扬”的诞生过程，袁玉国笑称，“扬扬”其实更像是团队“捎带手”的产物：2025年，常州的一家生物科技企业联系上了袁玉国，提出希望尝试培育一只克隆猫。彼时，他正带领团队开展猫的基因编辑研究。于是，克隆猫便成为团队在研究之余，“抽空”开展的工作。

对于“扬扬”这个名字，袁玉国一句话就讲完了取名过程：“诞生在扬州，又是扬州大学的科研成果，那就叫‘扬扬’吧。”

松弛的“捎带手”背后，却是实打实的硬实力。1996年，克隆羊多莉在英国诞生，成为世界上首只克隆哺乳动物，此后克隆猪、牛、小鼠等动物相继问世，克隆技术逐步从科幻概念进入大众视野。然而，由于生理结构的巨大差异，猫体细胞克隆长期以来都未能解决卵母细胞质量不稳定、克隆效率偏低等国际性难题。如果说克隆羊是克隆技术的“标准模板”，那么克隆猫则堪称“进阶关卡”。

从事基因工程相关研究多年，袁玉国此番带领团队创新采用了“体内成熟法”克隆技术，跳出了传统体外培养的路径依赖，显著提升了受体卵母细胞的质量与克隆胚发育率。通俗地说，传统体外培养就像是人工催熟、提前“摘果”，而袁玉国团队的技术，则是在“果实”自然成熟后再采摘。

“扬扬”的诞生意义重大，标志着袁玉国团队这项拥有完全自主知识产权的技术体系，使我国在猫科等哺乳动物克隆领域，具备了从核心方案到操作工艺的自主创新能力。

不止于“复活”过世爱宠

2019年，我国首例完全自主培育的克隆猫“大蒜”问世。“原版”的“大蒜”是一只宠物英国短毛猫，于当年1月因病离世。“大蒜”死后，其同委托北京的一家生物科技企业进行克隆。当年7月，克隆“大蒜”诞生。

“大蒜”的诞生，标志着宠物猫狗的克隆已经进入实用化。袁玉国告诉记者，2020年，就曾有一名扬州当地的宠物犬饲主辗转联系上他，请求克隆离世的萨摩耶犬。袁玉国成功提取了这只萨摩耶犬的体细胞，饲主随后将其转交给了相关企业，最终成功“复活”了自己的爱犬。

值得一提的是，操作这例萨摩耶犬克隆项目的，正是当年培育出“大蒜”的那家企业。在袁玉国看来，克隆技术和基因编辑技术的意义，远不止于“复活”爱宠。袁玉国表示，团队的技术具备跨物种、跨场景的通用性，技术运用拥有极大的想象空间。

太仓犬是我国本土培育的中小型猎犬品种，原产于江苏太仓、常熟及太湖周边地区，体形小巧匀称，以嗅觉极其灵敏、性格活泼大胆、奔跑速度快、耐力及环境适应力强而著称，近年来因其复杂狭窄空间出色的工作能力，被作为重点警用本土犬种进行培育和推广。2024年10月，在每四年一次的全国警犬技能大赛上，扬州市公安局刑警支队警犬技术大队的“太仓犬”舒克一举夺魁。

袁玉国告诉记者，目前团队正与公安部门合作，着手开展“舒克”的克隆及优良性状扩展工作。这意味着，一旦项目成功，未来优秀工作犬的卓越基因更将得到完整保留并批量复制，此举对于提升全国警犬、搜救犬、导盲犬等特种犬种的培育效率、缩短培养周期、降低训练成本具有重大意义。

更重要的是，这项技术形成了自主可控的核心种源繁育体系。袁玉国表示，在国家大力推动“种业振兴”的大背景下，该成果为宠物及功能性动物的种质资源保存、优良性状定向改良提供了可复制的范式。

苏超战火再燃



4月11日，2026苏超揭幕战举行，常州队坐镇主场，以3:0零封上届亚军南通队。

新华社发

从输光笔画到暂居榜首，常州队在苏超终于等到了“山花烂漫时”

本报记者 宋彦霖

苏超2.0如约而至，时隔7个月，我又一次坐在了常州奥体中心的观众席上。

球票还是熟悉的价格，19.9元。作为2026年苏超揭幕战，这19.9元堪称超值，不仅能观赏一场90分钟的球赛，还能看到歌手周深的现场表演——当然，相比后者，我更关心“常宝”在新一季苏超的首秀。

苏超、常州奥体、雨夜。看过去年常州队比赛的人，对这几个关键词的组合难免产生一种“不祥预感”。去年6月21日，同样是雨夜的常州奥体中心，常州队以0:4惨败。当时，常州队助教傅铮的“雨中一跪”让无数网友动容。加之常州队首轮的对阵是去年苏超亚军、14场不败纪录的保持者“南哥”南通队，开赛前，常州球迷心中那份“不祥预感”无疑又加重了几分。

比赛正式打响，“不祥预感”大有要应验的苗头：前30分钟，南通队就完成了10脚极具威胁的射门。所幸“天公作美”，雨水冲刷过的草皮让足球一次次与球门失之交臂，现场也一次次响起劫后余生式的欢呼。看台上，胜负欲一向没有那么强烈的常州球迷开始讨论：别像去年那样被进4个就行了。

丛中笑

不过，苏超赛场上，围绕“常宝”展开的故事，永远都是那么的戏剧性。

出人意料的是，比赛进行到32分钟时，却是常州队抓住了点球机会，率先改写了比分。待到终场哨响时，常州队竟交出了3:0的答卷，战胜强敌赢得了开门红，向大家展示出经历过风雨的常州队已然绽放。

这场料想之外的首胜，让今年的



2025年9月13日，常州队当年最后一个主场，“待到山花烂漫时”巨幅Tifo徐徐展开，近四万球迷高举横幅。

资料照片

“常州新年”到得更早了一些。向来“有活”的“常州发布”也在当晚宣布：明天，放假——虽然比赛次日是周日。

去年苏超常州队的最后一个主场，我也在现场。令我印象最深刻的，是赛后观众席上升起的巨型条幅，上书：待到山花烂漫时。彼时，常州队早已无缘淘汰赛。球迷们并未言明希望球队在未来取得怎样的成绩，只是静待花开。

这也许就是常州人超越了胜负执念的哲学：等待，并且相信未来。今晚，我们等到了“山花烂漫时”。

这让人不由得想起去年的8月16日，常州队主场迎战镇江队。最终，常州队1:0绝杀对手，取得苏超首胜。那一晚，全场4万多名观众齐唱《真心英雄》的场面，感人至深。

一如歌词所唱，经历风雨的常州队，如今确实看到了彩虹。全新的常州队以常州中钢铁足球俱乐部为核心组建，平均年龄仅23.6岁，这支朝气蓬勃的青年队伍，让球迷对新赛季常州队的表现充满期待。然而，这也意味着去年常州队中的不少球员，今年恐怕难有机会再度亮相。这也不免让那些“追更”过常州队的“老球迷”们有些落寞。

不过，这些走下苏超赛场的凡人英雄回到了孩子们的课堂、银行的业务大厅乃至常州的街头巷尾。去年的他们在荆棘中开拓，如今，随着新锐们在赛场热烈盛开，这些“老男孩”也完全可以欣慰地“丛中笑”了。

花头精

吴语方言里有个词，叫“花头精”，用来形容人心思活络、鬼点子多。自从去年苏超打响，越来越多的常州人开始用这个词来形容自己生活的这座城市，其中暗含着这样的情绪——常州，你还有多少惊喜？

从去年苏超全民参与的常州笔画

吴越勇闯“吴越杯”

在场外逛逛，看球变看人，倒也不是没有收获

毛女士，已连续两个周末带孩子观看“吴越杯”。4月6日宁波队客场对阵绍兴队，他们自驾前往绍兴为家乡球员助威。这一次宁波队主场作战，他们更是“没有缺席的理由”。

和毛女士一家同行的还有一位年轻姑娘，一问才知是学校的体育老师。看来球赛不仅是热门亲子活动，还是维系家校关系的纽带。

往来的人群中，拿着湖州队蓝色球衣的两位中年大哥显得有些“扎眼”。其中的俞先生说，他们是在宁波工作的湖州人，球衣是湖州市体育局发的，让他们给客场作战的球队增加点气势。但被问起对比赛的期待时，俞先生却一脸淡然：“娱乐为主，只希望球员不要受伤。”

赛场内的拼搏，是尊重体育精神。而城市足球联赛本身带给人们的，是一个低门槛“打开新世界”的体验。这是一次低门槛“打开新世界”的体验。这是一次低门槛“打开新世界”的体验。这是一次低门槛“打开新世界”的体验。

越杯”收获了特别的缘分。起因是主办方方向全国的“吴越”发出邀请——无论你在哪个城市，无论你是男是女、是老是少，只要你叫“吴越”，主办方诚邀你来浙江免费看“吴越杯”。

这个名为“吴越们集合”的微信群里，现在已有185位群友。大家畅聊比赛，也互相推介自己的家乡，还有一些不叫吴越的人闻讯而来，只为给身边的“吴越”报信。

在杭州读大一的台州人吴越，就是被朋友拉进群的。学法律的他，自称比较“宅”，没去现场看过体育比赛，人群中萌生了看球的想法。眼下，他已预约了5月杭州队VS舟山队的比赛，“期待到时候能遇到其他吴越”。

一位来自上海虹口的吴越则表示，自己连“伪球迷”都算不上，只想等时机合适，趁着免费看球的机会一游浙江。城市文旅正有此意。根据媒体报道，借着赛事东风，浙江多地推出“票

保卫战，到今年首战后“常州改名为常州”登上热搜第一，泼天的流量又来到了常州这边。

去年开始，看苏超成了团聚最热烈的理由。在有常州队比赛的日子，买一张周五下班回常州的高铁票，周末坐进常州奥体中心或是与家人一起坐在电视前观赛，成为很多人苏超开赛后的生活日常。苏超的意义远不止一场90分钟的比赛，它更像是一根情感纽带，邀请远行的我们回乡共赴盛宴。

在苏锡常这片繁花似锦的长三角腹地，常州这朵月季总是太显低调，不免有点“怒其不争”。如今，重新阅读这座城市，才发现近年来它不断打造的新名片：从太湖湾音乐节的声浪，到奥体中心内四万人的呐喊；从2023年跻身GDP万亿元之城，到2025年新能源产业规模突破万亿元。像去年的常州队为了“进一球、赢一次”的小目标而步履不停一样，常州这座城市也在为了一个个目标而奔赴。

根+”促消费举措，意在把“赛事流量”转化为“消费增量”。球迷手中的“吴越杯”门票，不再只是观赛凭证，更是覆盖吃、住、游、购的通用“福利卡”。

从湖州来宁波观赛的周先生一家，周末就凭门票享受了酒店住宿和景点门票优惠。比赛开始前，他们在场外的“足够嗨市”也来回回逛了好几圈。

令他们满意的是，集市没有落入“臭豆腐大鱿鱼”的俗套。从糯唧唧年糕串到百年非遗米馒头，再到老字号生煎馒头，集市摊主们“忙并快乐着”。现场制作米馒头的摊主小伙说，开摊两个多小时，就卖出了100多份。对面的花色馒头铺的摊主也颇为得意，“我们为应景而做的足球造型的馒头，带来200个，最后只剩下8个”。

刚刚过去的这个周末，全国范围内的城市体育联赛“扎堆”揭幕，要想吸睛、赚得互联网上的名声，竞争可谓十分激烈。我觉得，越是在这种时候，越要向球员学习——上场之后，心无旁骛，把握当下，盯住眼前球。城市文旅亦是如此。这不比排场，只想想明白，这一场场城市嘉年华是为了谁而办，如何提升参与者的满意度。行动便是。