



ZENYANG KEXUE BANHAO ZHONGXIAOXING JICHANG

怎样科学办好 中小型鸡场

郑玉姝 魏刚才 黄俊克 主编

The Second Edition

第二版



化学工业出版社



ZENYANG KEXUE BANHAO ZHONGXIAOXING JICHANG

怎样科学办好

中小型鸡场

郑玉姝 魏刚才 黄俊克 主编



化学工业出版社

· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

怎样科学办好中小型鸡场/郑玉姝, 魏刚才, 黄俊克主编. —2 版. —北京: 化学工业出版社, 2016. 1
ISBN 978-7-122-25605-8

I. ①怎… II. ①郑… ②魏… ③黄… III. ①养鸡场-经营管理 IV. ①S831

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 261893 号

责任编辑: 邵桂林
责任校对: 边 涛

文字编辑: 焦欣渝
装帧设计: 王晓宇

出版发行: 化学工业出版社 (北京市东城区青年湖南街 13 号 邮政编码 100011)
印 刷: 北京永鑫印刷有限责任公司
装 订: 三河市宇新装订厂
850mm×1168mm 1/32 印张 14½ 字数 421 千字
2016 年 3 月北京第 2 版第 1 次印刷

购书咨询: 010-64518888 (传真: 010-64519686) 售后服务: 010-64518899
网 址: <http://www.cip.com.cn>
凡购买本书, 如有缺损质量问题, 本社销售中心负责调换。

定 价: 45.00 元

版权所有 违者必究

本书编写人员名单

主 编 郑玉姝 魏刚才 黄俊克

副主编 尚迎辉 李清晖 梁 静 王 路

编写人员 (按姓氏笔画排列)

王 路 (济源市动物疫病预防控制中心)

李占慧 (洛龙区动物卫生监督所)

李清晖 (济源市动物卫生监督所)

尚迎辉 (孟津县动物疫病预防控制中心)

郑玉姝 (河南科技学院)

姜晓辉 (伊川县动物疫病预防控制中心)

耿向华 (滑县动物疫病预防控制中心)

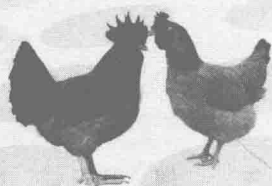
黄俊克 (济源市动物卫生监督所)

梁 静 (济源市动物卫生监督所)

魏刚才 (河南科技学院)

前言

FOREWORDS



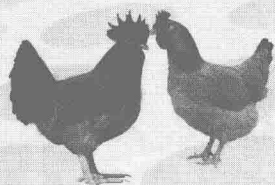
近几年来，养鸡业的规模化、集约化程度越来越高，养鸡水平不断提高，对养殖技术和经营管理知识要求也不断提高。编者根据近年来我国养鸡生产的新动向、新需求，本着实用、全面、先进的宗旨，对第一版做了较大幅度的增删和调整，收进了最新版的“中国饲料成分及营养价值表”“鸡饲养允许使用的药物”“禁止使用，并在动物性食品中不得检出残留的兽药”等标准，增加了办鸡场的手续及备案、鸡场消毒设备设施、我国培育的高产杂交品种及生产优质蛋品的蛋用及兼用标准品种、新的饲料添加剂、鸡病诊断方法、疾病综合防治措施、饲养管理新技术等内容，并绘制了一些相关图表。

本书内容包括：科学决策和准备、科学建设鸡场、科学选择优良品种、科学配制饲料、科学饲养管理、科学控制疾病和科学经营管理。本书理论密切联系实际，全面系统，重点突出，内容简练，可操作性强，适于开办中小型鸡场和经营中小型鸡场的饲养人员、技术及管理人员阅读，也可以作为大、中专学校和农村函授及培训班的辅助教材和参考书。

在编写过程中，由于时间和编者水平等原因，疏漏之处在所难免，请广大同行多多指正。

编 者

第一版前言



我国具有悠久的养鸡历史，是养鸡大国，鸡的饲养量和鸡产品产量连续多年居于世界前列。养鸡业由传统的家庭散养逐渐向规模化和集约化方向发展，家庭散养的比例已由过去的 80% 下降到 30%，规模化养殖比例已提高到 70%，规模化养殖中，中小型鸡场以及养殖小区饲养数量占存栏量的 80%。

目前，在中小型鸡场的投办和运行过程中存在诸多问题，如建场前不进行项目论证和投资估算，盲目上马，规模不适宜，导致建设中或建成后资金周转不灵，产品销售不畅或技术力量、经营管理等跟不上，直接影响鸡场的正常运转和效益提高；鸡场设置不科学，隔离卫生条件差，疾病控制方法不当，导致疾病频繁发生，鸡群的生产性能低，死亡淘汰多；经营管理观念淡漠，缺乏相关知识，没有详细的生产记录，不进行经济核算，导致生产成本过高，资源浪费严重，养殖效益差等。为了正确指导从业人员科学兴办和经营管理中小型养鸡场，提高养殖效益，走上致富道路，我们组织了长期从事养鸡教学、科研和生产的有关专家编写了本书。

本书根据目前养鸡的生产实际，从投资决策分析、总体规划设计、建筑设计、优良品种选择、日粮的科学配制、饲养管理、疾病控制和经营管理八个方面进行了全面论述，期望为相关人员科学办好中小型养鸡场提供技术支撑。

本书理论密切联系实际，全面系统，重点突出，内容简练，操作性强，适用于鸡场饲养人员、技术人员和管理人员，也可作为大、中专学校相关专业学生和农村函授及培训班的辅助教材和参考书。

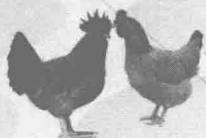
由于编者水平有限，本书定会存在不足之处，恳请广大读者和养鸡业同行批评指正并提出宝贵意见。

编 者

2009 年 2 月

目 录

CONTENTS



第一章 科学决策和准备

1

第一节 市场调查分析	1
一、市场调查的内容	1
二、市场调查方法	3
第二节 鸡场性质和规模的确定	5
一、鸡场性质和规模的表示方法	5
二、影响鸡场性质和规模的因素	7
三、鸡场性质和规模的确定	9
第三节 鸡场的投资分析	11
一、生产工艺确定	11
二、鸡场的投资概算和效益预测	16
三、投资分析举例	17
第四节 办场手续和备案	20
一、项目建设申请	20
二、养殖场建设	21
三、动物防疫合格证办理	21
四、工商营业执照办理	21
五、备案	22

第二章 科学建设鸡场

23

第一节 场址选择	23
一、场地	23
二、土壤	24
三、水源	24
四、其他方面	26

第二节 规划布局	26
一、分区规划	26
二、鸡舍距离	28
三、鸡舍朝向	29
四、道路和贮粪场	29
五、绿化	30
六、配套隔离设施	33
第三节 鸡场的建筑	35
一、鸡舍的类型及特点	35
二、鸡舍的结构	37
第四节 鸡舍的建筑设计	40
一、地基和基础	40
二、墙体设计	41
三、屋顶设计	43
四、门窗设计	47
五、通风设计	48
六、光照设计	50
七、鸡舍的内部工程	52
第五节 鸡舍的配套及规格	55
一、鸡舍种类和配套	55
二、鸡舍规格的确定	56
第六节 鸡场的常用设备	57
一、笼具	57
二、喂料设备	58
三、饮水设备	59
四、清粪设备	60
五、通风设备	61
六、照明设备	62
七、鸡舍的清洗消毒设施	62

第三章 科学选择优良品种

64

第一节 鸡品种的类型特点	64
一、蛋用型鸡及其特点	64
二、肉用型鸡及其特点	65

第二节 现代高产品种的特点及繁育	68
一、现代高产品种的特点	68
二、现代高产品种的繁育	68
第三节 优良品种介绍	72
一、蛋鸡品种	72
二、常见的高产杂交肉鸡品种	78
第四节 优良品种的选择和引进	84
一、市场需要	85
二、饲养条件	85
三、饲料条件	86
四、实际表现	86
五、品种的体质和生活力	86
六、种鸡场管理	86

第四章 科学配制饲料

87

第一节 鸡的营养需要	87
一、鸡需要的营养物质	87
二、鸡的营养需要（饲养标准）	100
第二节 鸡的常用饲料	105
一、能量饲料	105
二、蛋白质饲料	105
三、矿物质饲料	109
四、维生素饲料	110
五、饲料添加剂	110
第三节 鸡的饲料配制	120
一、饲料配制的原则	120
二、不同类型鸡饲料配方设计的要点	122
三、饲料配方设计的方法	127
四、不同类型鸡的实用饲料配方	130

第五章 科学饲养管理

139

第一节 蛋用鸡的饲养管理	139
一、育雏期的饲养管理	139
二、育成期的饲养管理	161

三、产蛋期的饲养管理	170
四、蛋用种鸡的饲养管理	193
第二节 肉用鸡的饲养管理	200
一、肉用种鸡的饲养管理	200
二、肉用仔鸡饲养管理	220
第三节 强制换羽和人工授精	248
一、强制换羽	248
二、人工授精	250

第六章 科学控制疾病

257

第一节 疾病综合防治措施	257
一、保持良好的卫生环境	257
二、科学的饲养管理	266
三、加强隔离卫生	268
四、严格消毒	270
五、免疫接种	273
六、药物治疗	283
第二节 常见的传染病	284
一、传染病	284
二、常见的寄生虫病	345
三、常见的营养代谢病或营养缺乏症	358
四、常见的中毒病	375
五、其他疾病	380

第七章 科学经营管理

384

第一节 经营管理的概念、意义及内容	384
一、经营管理的概念	384
二、经营管理的意义	384
三、经营管理内容	385
第二节 经营预测和决策	386
一、经营预测	386
二、经营决策	386
第三节 计划管理	391
一、养鸡场的有关指标及计算	391

二、编制计划的方法	393
三、养鸡场的主要生产计划	394
第四节 生产运行过程的经营管理	398
一、制度管理	398
二、定额管理	399
三、记录管理	401
四、产品销售管理	406
第五节 资产管理	406
一、流动资产管理	406
二、固定资产管理	407
第六节 成本和盈利核算	409
一、成本核算的意义	409
二、做好成本核算的基础工作	409
三、鸡场成本的构成	410
四、成本的计算方法	411
五、盈利核算	413
第七节 提高鸡场效益的措施	414
一、生产适销对路的产品	414
二、提高资金的利用效率	414
三、提高劳动生产率	414
四、提高产品产量	415
五、降低饲料费用	415

附录一 中国饲料成分及营养价值表 (2012 年第 23 版)	417
---------------------------------	-----

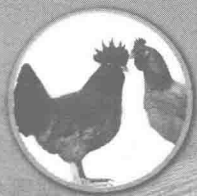
附录二 禽产品购销合同范本	434
---------------	-----

附录三 鸡饲养允许使用的药物	437
----------------	-----

附录四 允许作治疗使用, 但不得在动物性食品中检出 残留的兽药	451
------------------------------------	-----

附录五 禁止使用, 并在动物性食品中不得检出残留 的兽药	452
---------------------------------	-----

参考文献	454
------	-----



第一章

科学决策和准备

养鸡业的专业化生产，将鸡场分为多种类型，鸡场种类不同，所需的资源不同，投入的资金也不同，获得的经济效益也有较大差异。所以，在兴办中小型鸡场时，需要进行市场调研，了解市场，根据市场需求进行性质、规模、产品档次、资金投入以及各项生产指标等的决策和分析，为更好地生产和获得最大效益奠定基础，否则，盲目上马和生产就可能导致效益差甚至亏损。

第一节 市场调查分析

随着养禽业的不断发展，家禽行业竞争不断加剧，需要加大家禽市场调查的力度，根据市场情况进行正确的决策，力求使生产更加符合市场要求，以获得较好的生产效益。

一、市场调查的内容

影响养鸡业生产和效益提高的市场因素较多，都需要认真做好调查，获得第一手资料，才能进行分析、预测，最后进行正确决策。具体内容有如下几方面：

（一）市场产品需求调查

1. 市场容量调查

一是进行区域市场总容量调查。通过调查，有利于企业从整体战略上把握发展规模，是实现“以销定产”的最基本的策略。新建鸡场应该在建场前进行调查，以市场情况确定规模和性质；正在生产的鸡场一般一年左右进行一次，同时，还应调查企业产品所占市

场比例，尚有哪些可占领的市场空间，这些情况需要调查清楚。

二是具体批发市场销量、销售价格变化的调查。这类调查对销售实际操作作用较大，需经常进行。有利于帮助企业及时发现哪些市场销量、价格发生了变化，查找原因，及时调整生产方向和销售策略。同时还要了解潜在市场，为项目的决策提供依据。

2. 适销品种调查

鸡的经济类型和品种多种多样，不同的地区对产品的需求也有较大的差异，包括外形特征、肉质风味等，适销品种的调查在宏观上对品种的选择具有参考意义，在微观上对销售具体操作、满足不同市场的品种需求也很有价值。如有的地方消费者喜欢褐壳鸡蛋，有的地方消费者则喜欢白壳鸡蛋；有的地方消费者喜欢快大型肉鸡，有的地方消费者喜欢土鸡，而我国南方地区消费者则喜欢优质黄羽肉鸡。

销售渠道和消费者群体不同，对产品的质量要求不同，如通过大型超市销售或针对高端消费者，对产品要求高，需要绿色或有机的产品；通过一般市场销售或针对大多数消费者，还是主要消费一般的或无公害产品。

3. 适销体重调查

与适销品种一样，各地市场对家禽体重的要求也有所区别。例如：西南的四川、重庆地区对肉鸡体重要求偏大，广东地区适销体重较重的肉鸡，潮汕地区适销体重较轻的竹丝鸡等。对各地家禽市场产品的适销体重调查清楚，首先，在销售上可灵活调节，为不同市场提供不同体重的产品，做到适销对路；其次，弄清不同市场适销体重的特点，还可为深度开发潜在的市场、扩大市场空间提供依据。

（二）市场产品供给调查

对养殖企业来说，市场需要（养鸡产品市场需要的种类主要有鸡蛋、鸡肉和雏鸡）由需求和供给组成，要想获得经营效益，仅调查需求方面的情况还不行，对供给方面的情况也要着力调查。

1. 当地区域产品供给量

当地主要生产企业、散养户等在下一阶段的产品预测上市量，对这些内容的调查有利于做好阶段性的销售计划，实现有计划的均

衡销售。

2. 外来产品的输入量

目前信息、交通都很发达，跨区域销售的现象越来越普遍，这是一种不能人为控制的产品自然流通现象。在外来产品明显影响当地市场时，有必要对其价格、货源持续的时间等作充分的了解，作出较准确的评估，以便确定生产规模或进行生产规模的调整。

3. 相关替代产品的情况

肉类食品中的鸡、鸭、鹅、猪、牛、羊、鱼等以及蛋类产品中的鸡蛋、鸭蛋、鹌鹑蛋、鹅蛋等都会相互影响，有必要了解相关肉类和蛋类产品的销售情况。

(三) 市场营销活动调查

1. 竞争对手的调查

需调查的内容是竞争者产品的优势，竞争者所占的市场份额，竞争者的生产能力和市场计划，消费者对主要竞争者的产品的认可程度，竞争者产品的缺陷以及未在竞争产品中体现出来的消费者要求。

2. 销售渠道调查

销售渠道是指商品从生产领域进入消费领域所经过的通道，目前活禽产品的销售渠道主要有两种：生产企业→批发商→零售商→消费者；生产企业→屠宰厂→零售商→消费者。蛋品销售的渠道主要有三种：生产企业→批发商→零售商→消费者；生产企业→批发商→蛋品加工企业；生产企业→蛋品加工企业。

(四) 其他方面调查

市场生产资料调查，饲料、燃料等供应情况和价格，人力资源情况等。

二、市场调查方法

调查市场的方法很多，有实地调查、问卷调查、抽样调查等。目前调查家禽市场多采用实地调查当中的访问法和观察法。

(一) 访问法

访问法是将所拟调查事项当面或书面向被调查者提出询问，以

获得所需资料的调查方法。访问法的特点在于整个访谈过程中调查者与被调查者相互影响、相互作用，这也是个人际沟通的过程。在家禽市场调查经常采用个人访问法。

个人访问法是指访问者通过面对面地询问和观察被访者而获得信息的方法。访问要事先设计好调查提纲或问卷，调查者可以根据问题顺序提问，也可以围绕调查问题自由交谈，在谈话中要注意作好记录，以便事后整理分析。一般来说，调查家禽市场的访问对象有：家禽批发商、零售商、消费者、肉禽种禽养户、市场管理部门等，调查的主要内容是市场销量、价格、品种比例、品种质量、货源、客户经营状况、市场状况等。

要想取得良好的效果，访问方式的选择是非常重要的，一般来讲，个人访问有三种方式：

(1) 自由问答 指调查者与被调查者自由交谈，获取所需的资料。自由问答方式，可以不受时间、地点、场合的限制，被调查者能不受限制地回答问题，调查者则可以根据调查内容和时机、调查进程，灵活地采取讨论、质疑等形式进行调查，对于不清楚的问题可采取讨论的方式解决。进行一般性、经常性的家禽市场调查多采用这种方式，选择公司客户或一些相关市场人员作调查对象，自由问答，获取所需的市信息。

(2) 发问式调查 又称倾向性调查，指调查人员事先拟好调查提纲，面谈时按提纲进行询问。进行家禽市场的专项调查时常用这种方法，目的性较强，有利于集中、系统地整理资料，也有利于提高效率，节省调查时间和费用，选择发问式调查，要注意选择调查对象，尽量较全面了解市场状况、行业状况。

(3) 限定选择 又称强制性选择，类似于问卷调查，指个人访问调查时列出某些调查内容选项，让调查对象选择。此方法多适用于专项调查。

(二) 观察法

观察法是指调查者在现场对调查对象直接观察、记录，以取得市场信息的方法。观察法要凭调查人员的直观感觉或借助于某些摄录设备和仪器，跟踪、记录和考查对象，获取某些重要的信息。观察法有自然、客观、直接、全面的特点。

在调查家禽市场中，运用观察法调查的主要内容大体上有：

(1) 市场经营状况观察 选择适当的时间段观察市场整体状况，包括档口的多少、大小、设置，顾客购买情况，肉鸡库存情况，结合访问等得到的资料，初步综合判断市场经营状况等。

(2) 产品质量、适销体重等的观察 观察禽只的体重、毛色、脚肉色等，判断禽只的质量档次，观察库存肉禽只的体重，结合访问等判断禽只适销体重。

(3) 顾客行为观察 通过观察顾客活动及其进出市场的客流情况，如顾客购买家禽的偏好，对价格、质量的反映评价，对品种的选择，不同时间的客流情况等，可以得出顾客的构成、行为特征，产品畅销品种，客流规律情况等市场信息。

(4) 顾客流量观察 观察记录市场在一定时段内进出的车辆，购买者数量、类型，借以评定、分析该市场的销量、活跃程度等。

(5) 痕迹观察 有时观察调查对象的痕迹比观察活动本身更能取得准确的所需资料，如通过批发商的购销记录本、市场的一些通知、文件资料等等，可以掌握批发商的销量、卖价以及市场状况，收集一些难以直接获得的可靠信息。

为提高观察调查法的效果，观察人员要在观察前作好计划，观察中注意运用技巧，观察后注意及时记录整理，以取得深入、有价值的信息，得出准确的调查结论。

在实际调查中，往往将访问、观察等调查方法综合运用，我们要根据调查目的、内容不同而灵活运用方法，才能取得良好效果。

第二节 鸡场性质和规模的确定

一、鸡场性质和规模的表示方法

(一) 鸡场性质

性质决定了鸡场的生产经营方向和任务，影响到鸡场的资金投入和经营效果。

1. 根据不同的代次划分

(1) 原种场(选育场,曾祖代场)进行品种选育,杂交组合配套试验,生产配套系。

(2) 种鸡场(祖代场和父母代场)进行一级杂交制种和二级杂交制种生产父母代和商品代雏鸡。

(3) 商品场 饲养配套杂交鸡,生产商品蛋和肉。

2. 根据鸡的经济用途划分

商品鸡场多按经济用途划分。

(1) 肉用鸡场 饲养的品种一般有快大型肉鸡、肉杂鸡和黄羽肉鸡。

(2) 蛋用鸡场 饲养的品种一般有白壳蛋鸡、褐壳蛋鸡和粉壳蛋鸡。

3. 根据产品层次划分

根据产品的层次可以分为一般产品鸡场、无公害产品鸡场、绿色产品鸡场和有机产品鸡场。

4. 根据生产方式划分

根据生产方式可以分为舍内饲养的鸡场和舍外散放饲养(包括果园、林地、山坡或田间等)的鸡场。

(二) 鸡场规模的表示方法

鸡场规模的表示方法一般有三种:

1. 以存栏繁殖母鸡只(套)数来表示

如父母代种鸡场存栏 CD 母鸡 5000 只,其规模就是 5000 套父母代种鸡,其中鸡场的 AB 公鸡不算在内,根据母鸡数量进行配套;如一个商品蛋鸡场,有产蛋母鸡 5000 只,其规模就是 5000 只母鸡的鸡场。生产中常用于蛋鸡场和种鸡场。

2. 以年出栏商品鸡只数来表示

常用于商品肉用鸡场,如年出栏商品肉鸡 50 万只。

3. 以常年存栏鸡的只数来表示

如一个商品蛋鸡场,常年饲养有产蛋母鸡 50000 只、育雏鸡 6000 只、育成鸡 5500 只,其规模就是常年存栏 65500 只鸡。

养鸡场的种类及规模划分见表 1-1。