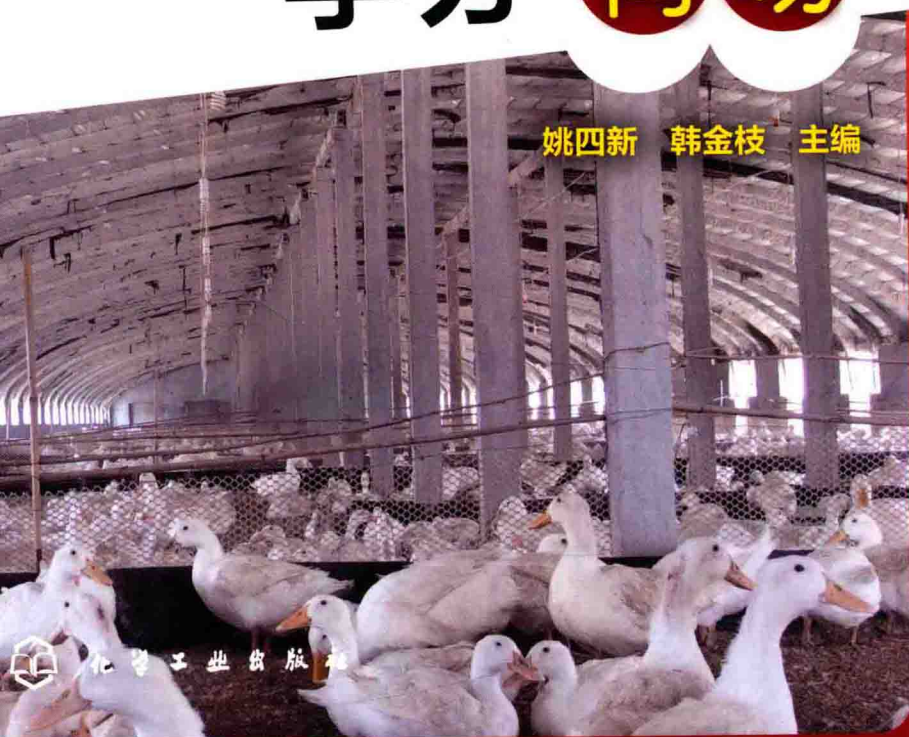


零起点学创业系列
LINGQIDIAN XUECHUANGYE XILIE

零起点

学办 鸭场

姚四新 韩金枝 主编



化学工业出版社

零起点  创业系列
LINGQIDIAN XUECHUANGYE XILIE

零起点

学办  鸭  场

姚四新 韩金枝 主编



化学工业出版社

· 北 京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

零起点学办鸭场/姚四新, 韩金枝主编. —北京:
化学工业出版社, 2015.2
(零起点学创业系列)
ISBN 978-7-122-22571-9

I. ①零… II. ①姚…②韩… III. ①鸭-饲养管理
IV. ①S834.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 295894 号

责任编辑: 邵桂林

文字编辑: 焦欣渝

责任校对: 王素芹

装帧设计: 刘丽华

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 装: 大厂聚鑫印刷有限责任公司

850mm×1168mm 1/32 印张 11 $\frac{3}{4}$ 字数 344 千字

2015 年 3 月北京第 1 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: 38.00 元

版权所有 违者必究

编写人员名单

主 编 姚四新 韩金枝

副 主 编 陈高良 何军伟 申凌梅

编写人员 (按姓氏笔画排列)

王 凯 (河南省辉县市畜牧局)

申凌梅 (河南省汝州市职业中专)

何军伟 (河南省汝州市职业中专)

陈高良 (平舆县动物疫病预防与控制中心)

赵淑秋 (河南科技学院)

姚四新 (河南科技学院)

韩天河 (河南省汝州市职业中专)

韩金枝 (河南省济源市畜牧技术推广站)

魏刚才 (河南科技学院)

零起点

前言

鸭的产品种类多，既可以生产鸭肉、鸭蛋、肥肝，也可以生产鸭绒及鸭皮等，具有较高的经济价值；加之鸭的适应性好，抗病力强，易于饲养管理，养殖风险相对较小，许多地方政府和养殖者把养鸭业作为调整农村产业结构和脱贫致富的好项目，也成为人们创业致富的一个好途径。但开办鸭场不仅需要养殖技术，也需要掌握开办养殖场的有关程序和经营管理知识等。目前市场上有关学办鸭场的书籍几乎没有，严重制约许多有志人士的创业步伐和发展速度。为此，我们组织有关专家编写了本书。

本书全面系统地介绍了开办鸭场的基础知识和主要技术，具有较强的实用性、针对性和可操作性，为成功开办鸭场提供技术保证。本书共分为办场前的准备、鸭场的建设、鸭的饲料营养、鸭的品种及引进、鸭的繁育、鸭的饲养管理、鸭场的经营管理和鸭的疾病预防和控制八章。

本书不仅适宜于农村知识青年、打工返乡人员等创办鸭场者以及鸭场、养鸭专业户的相关技术人员和经营管理人员阅读，也可以作为大专院校和农村函授及培训班的辅助教材和参考书。

由于水平有限，书中存在不当之处在所难免，敬请广大读者批评指正。

编者

2015年1月

零起点

目录

第一章 办场前的准备

第一节 养鸭的行业特点及开办鸭场需要的条件	1
一、养鸭业的生产特点	1
二、开办鸭场具备的条件	3
第二节 市场调查分析	4
一、市场调查的内容	4
二、市场调查方法	6
第三节 鸭场的生产工艺设计	8
一、鸭场性质和规模的确定	8
二、鸭群的组成和周转(工艺流程)	13
三、饲养管理方式	13
四、工艺参数	14
五、环境参数	15
六、人员组成	15
七、卫生防疫制度	16
八、鸭舍种类、幢数和尺寸的确定	16
九、鸭舍的样式、构造、规格和设备	16
十、粪污处理利用工艺及设备选型配套	17
第四节 鸭场的投资估算和效益分析	17
一、投资概算	17
二、效益预测	18
三、投资估算和效益分析	18
第五节 办场手续和备案	21
一、项目建设申请	21
二、养殖场建设	23
三、动物防疫合格证办理	23

四、工商营业执照办理	23
五、备案	23

第二章 鸭场的建设

第一节 鸭场场址选择、规划布局	25
一、场址选择	25
二、规划布局	28
第二节 鸭舍的建筑设计	33
一、鸭舍的结构及设计要求	33
二、鸭舍的类型	39
三、鸭舍的内部工程	44
第三节 鸭场的常用设备	45
一、保温设备	45
二、喂料设备	45
三、饮水设备	46
四、清粪设备	47
五、通风设备	47
六、照明设备	48
七、鸭舍的清洗消毒设施	48

第三章 鸭的饲料营养

第一节 鸭的营养需要	50
一、鸭需要的营养物质	50
二、鸭的营养需要	62
第二节 鸭常用的饲料原料	74
一、能量饲料	74
二、蛋白质饲料	81
三、矿物质饲料	89
四、维生素饲料	90
五、饲料添加剂	92
第三节 鸭饲料的配合、加工和调制	101
一、鸭的日粮配合	101
二、鸭用饲料的调制加工	109
第四节 鸭的饲料配方举例	111

一、蛋鸭饲料配方	111
二、肉鸭饲料配方	114

第四章 鸭的品种及引进

第一节 鸭的品种介绍	117
一、肉用型鸭品种	117
二、蛋用鸭品种	127
三、肉蛋兼用型鸭品种	134
第二节 品种的选择和引进	140
一、品种的选择	140
二、品种的引进	141

第五章 鸭的繁育

第一节 鸭的繁育方法	143
一、纯种繁育	143
二、杂交繁育	143
第二节 鸭的选种和选配	146
一、鸭的选种	146
二、鸭的选配	149
第三节 鸭的繁殖	149
一、鸭的配种方法	149
二、鸭的孵化	153
第四节 鸭的雌雄鉴别和分级	166
一、雏鸭的雌雄鉴别	166
二、雏鸭的分级	167

第六章 鸭的饲养管理

第一节 鸭的饲养方式	168
一、放牧饲养	168
二、舍内饲养	169
第二节 蛋鸭的饲养管理	169
一、雏鸭的培育	170
二、育成鸭的饲养管理	189
三、产蛋鸭的饲养管理	196

四、种用蛋鸭的饲养管理	215
第三节 肉鸭的饲养管理	216
一、肉用仔鸭饲养管理	216
二、肉用种鸭的饲养管理	232
第四节 种鸭的人工强制换羽	246
一、人工强制换羽的作用和条件	246
二、人工强制换羽的方法	246
三、人工强制换羽期间应注意的问题	247
第五节 鸭肥肝生产	248
一、填肥鸭的选择	248
二、填饲饲料的调制	249
三、填饲的方法	251
四、填饲鸭的管理	253
五、适时屠宰	255
六、肥肝鸭的运输	255
七、屠宰取肝	256
八、产品保存	257
第六节 鸭活拔羽毛	258
一、活拔毛绒鸭的选择和次数	258
二、拔毛前的准备	258
三、操作方法	258
四、注意事项	259

第七章 鸭场的经营管理

第一节 经营管理的概念、意义、内容及步骤	260
一、经营管理的概念	260
二、经营管理的意义	261
三、经营管理内容	261
第二节 经营预测和经营决策	262
一、经营预测	262
二、经营决策	262
第三节 鸭场的计划管理	267
一、鸭群的周转计划	267
二、产品计划	268
三、饲料计划	268

四、 产品计划	269
五、 年财务收支计划	270
第四节 生产运行过程中的管理	270
一、 制定技术操作规程	270
二、 制定日工作程序	271
三、 制定综合防疫制度	272
四、 劳动定额和劳动组织	272
五、 记录管理	273
第五节 经济核算	276
一、 资产核算	276
二、 成本核算	278
三、 盈利核算	282

第八章 鸭的疾病预防和控制

第一节 综合防控措施	284
一、 加强隔离卫生	284
二、 严格的消毒	287
三、 科学的免疫接种	297
四、 合理的药物防治	304
五、 鸭场的药物保健方案	309
第二节 鸭常见病防治	311
一、 传染病防治	311
二、 寄生虫病防治	331
三、 营养代谢病	342
四、 中毒性疾病	350
五、 普通病防治	353

参考文献

办场前的准备

核心提示

开办鸭场的目的不仅是为市场提供质优量多的产品，更是为了获得较好的经济效益。开办鸭场，不仅需要场地、建筑物、饲料、设备用具等生产资料，也需要饲养管理人员等，这些都需要资金的投入。所以，开办鸭场前要了解养鸭业的特点及开办鸭场具备的条件，进行市场调查和分析，以便确定鸭场性质和规模；根据鸭场的性质、规模及生产工艺进行投资估算和效益分析等，以便进行投资决策和资金筹措。最后申办各种手续并在有关部门备案。

第一节 养鸭的行业特点及开办鸭场需要的条件

一、养鸭业的生产特点

（一）品种资源丰富

我国肉鸭品种生产性能处于世界领先水平。如驰名中外的北京鸭，对世界大型肉鸭品种的培育和肉鸭业发展做出了巨大贡献，至今已遍布全世界，已成为世界各国肉鸭生产的当家品种，约占世界大型肉鸭生产量的 94%。国内外对北京鸭经过多年选育，形成了各国的北京鸭品种或配套系。其中处于世界领先水平的是我国研究选育的北京鸭配套系、英国樱桃谷农场培育的北京鸭配套系（我国称樱桃谷鸭）、法国克里莫公司培育的北京鸭配套系（我国称奥白星鸭）。中国农业科学院畜牧研究所原始北京鸭为素材经过 20 多年选育形成了

Z型北京鸭配套系, 42日龄体重达到3226克以上, 瘦肉率21%, 料重比 $(2.2\sim 2.3):1$ 。母系种鸭70周龄的产蛋量达到220个以上。Z型北京鸭配套系于2005年12月通过国家新品种审定。我国选育的北京鸭配套系保留了原始北京鸭肉质优良、细嫩的特点, 表现为肌间脂肪含量高, 42日龄公鸭肌间脂肪含量达到6.02%, 母鸭达到5.08%, 并且肌间脂肪均匀分布在肌纤维之间。

我国的蛋用型鸭有绍兴鸭、金定鸭、莆田黑鸭、攸县麻鸭、连城白鸭、三穗鸭、荆江麻鸭、山麻鸭、微山麻鸭、缙云麻鸭等, 500日龄的产蛋量在250~330个, 料蛋比 $(2.6\sim 2.9):1$, 特别是绍兴鸭和金定鸭的产蛋性能特别突出。

兼用型鸭品种有高邮鸭、大余鸭、建昌鸭、巢湖鸭等, 70~90日龄体重在1.5~2.0千克之间, 料重比 $(2.8\sim 3.2):1$, 500日龄产蛋量190个左右, 是选育小体型优质肉鸭品种的良好素材。

番鸭和半番鸭(骡鸭)的生产量迅速增长, 主要生产区分布于福建、台湾、广东和浙江等省, 2004年的出栏量达到2.5亿只左右。番鸭和半番鸭具有胸肉率高、皮脂率低、肉质细嫩的特点。

(二) 鸭的经济价值大

鸭产品种类多, 有鸭肉、鸭蛋、肥肝、鸭绒以及鸭皮等, 经济效益高。鸭肉和鸭蛋产品是我国居民传统的十分重要的优质蛋白质来源, 风味独特, 富含有益于人体健康的不饱和脂肪酸。以全聚德为代表的“北京烤鸭”驰名中外, “南京咸水鸭”“两广烧鸭”“四川樟茶鸭”“福建卤鸭”“杭州老鸭煲”等亦深受我国消费者青睐。北京烤鸭、南京咸水鸭的加工过程考究、工艺复杂, 年消费量均超过3000万只; 北京全聚德烤鸭包含着深刻的中华饮食文化底蕴, 已经成为国内饮食行业的驰名品牌; 杭州老鸭煲具有传奇文化, 近两年来的消费量已经超过2000万只。可见, 鸭肉类食品是中国传统饮食文化的重要组成部分。

鸭蛋是我国居民的重要食品, 更是南方居民的传统食品。咸鸭蛋、松花蛋、皮蛋、糟蛋等鸭蛋加工产品在我国具有悠久的历史, 加工方法和工艺简单, 容易操作, 能有效保持鸭蛋的风味和营养。我国加工的咸鸭蛋、松花蛋和皮蛋等产品已经出口到美国、日本、韩国和中国台湾、香港地区。

食品安全、营养、保健已经成为 21 世纪食品生产的主旋律。鸭肉产品属于高蛋白、低脂肪、低胆固醇食品。我国自明朝起就有关于北京鸭具有滋养强身功效的记载：“鸭，甘凉，滋五脏之阴，清虚癆之热，补血行水，养胃生浸，止咳息惊。”现代营养学家更将鸭肉、鹅肉一起推崇为人类的保健食品。随着鸭产品的营养保健作用被越来越多的人所认识、接受，鸭产品的需求量将会越来越大。

（三）鸭的适应性强

鸭体质强健，生活力强，适应性广。全国各地、各种气候条件都可饲养，特别是耐寒力和抗病能力在家禽中处于前列，小鸭的成活率一般都在 90% 以上。鸭的抗病力强，疾病发生率较低，所以鸭容易饲养，养殖风险也较小。

（四）养殖效益好

鸭的适应力强，鸭场和鸭舍的建设投入较小，容易饲养管理，疾病发生少，药物费用低；鸭的产品种类多，市场价值大，加之我国目前鸭的饲养量还没有满足市场需求，产品价格较高且相对稳定，鸭的养殖效益好。

二、开办鸭场具备的条件

（一）市场条件

开办鸭场的目的是为了获得较好的资金回报，获得较多的经济效益。只有通过市场才能体现其产品的价值和效益高低。市场条件优越，产品价格高，销售渠道畅通，生产资料充足易得，同样的资金投入和管理就可以获得较高的投资回报，否则，不了解市场和市场变化趋势，市场条件差，盲目上马或扩大规模，就可能导致资金回报差，甚至亏损。

（二）资金条件

养鸭生产特别是专业化生产，需要场地、建筑鸭舍，购买设备用具和雏鸭，同时需要大量的饲料等，前期需要不断的资金投入，资金占用量大。如目前建设一个存栏 10000 只蛋鸭的鸭场需要投入资金 50 万元左右；如果是种鸭，需要资金更多。如果没有充足资金或良好的筹资渠道，上马后出现资金短缺，鸭场就无法正常运转。

（三）技术条件

投资鸭场，办好鸭场，技术是关键。如鸭场和鸭舍的设计建筑、优良品种的引进选择、环境和疾病的控制、饲养管理和经营管理等都需要先进技术和掌握先进养鸭技术的人才。否则，不利于科学饲养管理，难以维持良好的生产环境和进行有效的疾病控制，鸭群的生产性能不能充分发挥，严重影响经营效果。规模越大，对技术的依赖程度越强。

第二节 市场调查分析

鸭场的类型、规模、经营方式、管理水平不同，投资回报率也就不同。如果不进行市场调查和正确的投资决策，盲目投资，就可能由于投资不善而亏损。市场调查是企业为进行生产经营决策而进行的信息收集工作。随着养禽业的不断发展，家禽行业竞争的不断加剧，市场调查显得越来越重要。通过调查取得大量可靠的历史和现实的资料，在此基础上，对鸭养殖市场及其产品的供求和价格变动等情况进行预测，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。进行市场调查要有的放矢，要以科学的态度和实事求是的精神进行系统的、客观的调查。

一、市场调查的内容

影响养鸭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。市场调查的内容大致包括如下方面：

（一）市场需求调查

市场需求决定了产品的种类和生产数量，只有了解市场需求，才能避免盲目生产。

1. 市场需要量调查

一是进行区域市场总需要量调查。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”的最基本策略。新建鸭场应该在建场前进行调查，以市场情况确定规模和性质。正在生产的鸭

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

鸭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、蛋壳颜色、蛋重大小以及鸭绒的质量要求等,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。如有的地方喜欢青壳鸭蛋,有的地方则喜欢白壳鸭蛋;有的地方喜欢北京鸭、樱桃谷鸭,有的地方则喜欢麻鸭,有的地方肥肝销售良好等。

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。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) 市场供给调查

对养殖企业来说,市场需要(养鸭产品市场需要的种类主要有鸭蛋、鸭肉和雏鸭)由需求和供给组成,在调查需求的情况下,对供给方面的情况也要调查。

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,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，蛋类产品中的鸡蛋、鸭蛋、鹌鹑蛋、鹅蛋等，以及鹅绒、鸭绒，鹅肥肝、鸭肥肝等，都会相互影响，有必要了解相关产品的情况。

（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

如市场生产资料调查，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，目前多采用实地调查中的访问法和观察法。

（一）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、记录和考察对象，获取某些重要的信息。观察法有自然、客观、直接、全面的特点，运用观察法调查的主要内容如下：

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，产品库存情况，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，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，作出准确的调查结论。

（二）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是调查者与被调查者相互影响、相互作用的过程，也是人际沟通的过程。在家禽市场调查中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。访问方式的选择是非常重要的，一般来讲，有三种方式：