

“十一五”国家重点图书出版工程

金阳光

小型养猪场 创办与经营



主编 陶 勇

凤凰出版传媒集团
江苏科学技术出版社



“金阳光”新农村丛书

金阳光



“金阳光”新农村丛书

顾问：卢良恕

翟虎渠

小型养猪场创办与经营

主 编 陶 勇

副 主 编 杨晓志 任善茂

编写人员 董晓君 高勤学 任善茂

陶 勇 徐椿慧 杨晓志

凤凰出版传媒集团

江苏科学技术出版社

图书在版编目(CIP)数据

小型养猪场创办与经营/陶勇主编. —南京:江苏科学技术出版社, 2008. 12

(“金阳光”新农村丛书)

ISBN 978-7-5345-6271-6

I. 小… II. 陶… III. 养猪学 IV. S828

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 164762 号

“金阳光”新农村丛书

小型养猪场创办与经营

主 编 陶 勇
责任编辑 张小平
责任校对 郝慧华
责任印制 曹叶平

出版发行 江苏科学技术出版社(南京市湖南路 47 号, 邮编: 210009)
网 址 <http://www.pspress.cn>
集团地址 凤凰出版传媒集团(南京市中央路 165 号, 邮编: 210009)
集团网址 凤凰出版传媒网 <http://www.ppm.cn>
经 销 江苏省新华发行集团有限公司
照 排 南京奥能制版有限公司
印 刷 江苏苏中印刷有限公司

开 本 787 mm×1 092 mm 1/32
印 张 3.625
字 数 78 000
版 次 2008 年 12 月第 1 版
印 次 2008 年 12 月第 1 次印刷

标准书号 ISBN 978-7-5345-6271-6
定 价 5.30 元

图书如有印装质量问题, 可随时向我社出版科调换。

建设新农村 培养新农民

党中央提出建设社会主义新农村,是惠及亿万农民的大事、实事、好事。建设新农村,关键是培养新农民。农村要小康,科技做大梁;农民要致富,知识来开路。多年来,江苏省出版行业服务“三农”,出版了许多农民欢迎的好书,江苏科学技术出版社还被评为“全国服务‘三农’出版发行先进单位”。在“十一五”开局之年,省新闻出版局、凤凰出版传媒集团积极组织,江苏科学技术出版社隆重推出《“金阳光”新农村丛书》(以下简称《丛书》),旨在“让党的农村政策及先进农业科学技术和经营理念的‘金阳光’普照农村大地,惠及农民朋友”。

《丛书》围绕农民朋友十分关心的具体话题,分“新农民技术能手”、“新农业产业拓展”和“新农村和谐社会”三个系列,分批出版。“新农民技术能手”系列除了传授实用的农业技术,还介绍了如何闯市场、如何经营;“新农业产业拓展”系列介绍了现代农业的新趋势、新模式;“新农村和谐社会”系列包括农村政策宣讲、常见病防治、乡村文化室建立,还对农民进城务工的一些知识作了介绍。全书新颖实用,简明易懂。

近年来,江苏在建设全面小康社会的伟大实践中成绩可喜。我们要树立和落实科学发展观、推进“两个率先”、构建和谐社会,按照党中央对社会主义新农村的要求,探索农村文化建设新途径,引导群众不断提升文明素质。希望做好该《丛书》的出版发行工作,让农民朋友买得起、看得懂、用得上,用书上的知识指导实践,用勤劳的双手发家致富,早日把家乡建成生产发展、生活宽裕、乡风文明、管理民主的社会主义新农村。

孙志军

目 录

一、小型猪场创办新思维	1
(一) 市场观念要牢记	1
(二) 投资之前细筹划	7
(三) 精打细算建猪场	16
(四) 掌握资料选品种	19
二、小型猪场经营新理念	31
(一) 生产组织管理	31
(二) 饲养技术管理	36
(三) 饲料生产管理	63
(四) 疾病防治管理	68
(五) 市场营销管理	73
三、小型猪场生态养殖创高效	79
(一) 生态养猪的意义	79
(二) 生态养殖的条件与准备	81
(三) 生态养殖的几种成功模式分析	83



一、小型猪场创办新思维

(一) 市场观念要牢记

1. 小型猪场发展现状与前景

中国不仅是世界上的猪肉生产大国,也是猪肉消费大国,在世界养猪生产中占有重要地位。我国生猪存栏数约为4.57亿头,约占世界总存栏量的51.8%,猪肉产量占世界猪肉总产量的46.8%。我国生猪生产成本较低,价格优势明显。我国有优良的地方猪种48个,培育猪种12个,品种资源比其他任何国家都丰富。

(1) 目前,我国养猪业主要有以下几个方面的特点

① 分散饲养、规模小。我国养猪方式普遍是千家万户的小群饲养,规模小。经济欠发达的地区,养猪仍然是副业,每户饲养1头到数头。只在广东等经济发达省区规模化程度较高,广东省规模饲养猪数已达50%。全国大部分地区仍以农家和专业户饲养为主,专业户的饲养量一般也只有数十至数百头。

② 商品猪生产性能差。大部分地区仍以地方猪种为主,商品肉猪一般为二元杂交猪,瘦肉率仅为48%左右,生长缓慢,饲料报酬低,但我国猪肉的风味优于国外猪种。

③ 饲养方式粗放。饲养环境差,圈舍简陋。饲料以农副产品为主,品种单一,营养不平衡,且饲喂量不足。尽管近几年饲料工业发展迅速,但工业饲料的覆盖率只有20%。因



此,猪的营养需要和适宜环境需要得不到满足,制约了生产潜力的发挥,生产效率低。

④ 肉品加工落后。肉猪的屠宰方式原始,屠宰工艺落后,影响了猪肉的品质。大部分猪肉以鲜肉消费方式为主,猪肉的商品率不高,更缺乏深加工,猪肉的出口外销困难。这些状况严重影响了养猪生产效益的发挥。

⑤ 成本低、污染小、肉质好。这是我国养猪业的优点,但也存在规模效益低、疫病防治难的缺点。由于我国农村养猪主要利用闲置劳动力和农副产品饲料,猪舍条件简陋,投资少,因而总体生产成本低。饲养规模小,饲养户分散,大部分分布在农村,城郊大型猪场极少,因此,养猪对环境的污染很小。在农村,养猪不但没有污染,反而成为转化农副产物、变废为宝、生产有机肥料的主要方式。影响肉质的因素主要是遗传和饲养方式。大部分商品猪是含地方猪血缘的二元杂交猪,生长速度缓慢,且日粮以农副产品为主,营养水平低,育肥期长。这些因素决定了我国大部分地区,特别是广大农村生产的猪肉,不但风味好,而且安全性高,基本属于无公害猪肉。

(2) 实现我国养猪业的可持续发展,应当做好以下几个方面的工作

① 推行标准化、科技化生产。政府相关部门要建立完善的质量标准体系,建立生猪及其产品流通的标识制度,把好市场准入关。要围绕降低生猪生产、加工成本,提高生猪及其产品质量,大力推进科技成果转化。充分利用外种猪的优点改良本地猪的遗传基础,大力推广三元杂交或专门化品系杂交生产模式,提高猪的瘦肉率、生长速度与饲料利用率。

② 发展适度规模养猪,提高技术含量。发展规模养猪有利于充分利用设备条件、有效控制疫病、提高劳动生产效率、

实现规模效益。在当前条件下,大部分地区以发展数百头猪的中小型猪场为宜。这既可促进技术水平的提高,获得规模效益,又可避免过大规模在设备、技术、管理、市场和环保要求方面的压力。

③ 大力提高饲料转化效率。饲料成本占养猪生产总成本的60%~80%,提高饲料转化效率是降低养猪生产成本的关键。充分利用饲料资源,应用动物营养和饲料加工新技术,推广配合饲料、浓缩饲料或添加剂预混料,改进饲养方式,避免使用单一饲料,确保饲料转化效率和养猪生产水平的大幅度提高。

④ 扶持龙头企业,推进产业化进程。要以生产和加工的利益为核心,加快一体化进程,大力推行“公司+基地+农户”的经营模式。采取有效的组织方式,引导龙头企业与农户通过股份合作等方式结成利益共同体。

⑤ 发展生态养猪业,探索发展种、养、加一体化集团企业。猪场规模越大,污染越严重。为了减少养猪带来的方方面面的污染,应把养殖业和种植业结合起来,走生态养殖的道路,以屠宰加工和产品销售为龙头,带动养殖、饲料种植或饲料生产企业或专业大户的发展,形成集团或联合企业,以增强企业的竞争力和抗风险能力。

⑥ 始终把猪肉品质和食用安全放在首位。在应用现代养猪先进技术的同时,充分考虑地方猪种肉质优良的特性和传统饲养方式对提高肉质的有利作用,禁止使用违禁药品和滥用饲料添加剂,规范疫病防治用药程序,严格执行无公害猪肉生产技术规程,改进屠宰工艺,确保屠宰加工环境的卫生标准,从而生产出优质、安全的猪肉及其制品。



(3) 小型规模化养猪的主要优点

① 固定资产投入少。小型养猪场的饲养量小,所以其投资相对较少。另外,由于可以使用廉价的劳动力,所以在猪舍建筑上可以选择较简易的形式。在饲养设施上要求也不高,可以更多地使用劳动力来代替诸如产仔架、热风炉和大型化粪池沟等投入较高的设施。

② 饲料来源多样化。小型养猪场,特别是专业户养猪场,饲养量比较小,饲养人员多数是家庭成员。因此,从饲料来源上可以做到灵活多样,既可以全部饲喂全价配合饲料,也可以购入浓缩料、预混料等自配全价料。同时,还可以补充饲喂农副产品下脚料。春、夏、秋三季大量补充青绿饲料,这样可以将养猪的饲料成本降到最低。

③ 饲养环境容易控制。在饲养环境控制上,大型与小型养猪场有很大的区别。大型养猪场为做好饲养环境控制,建筑与设施的要求高、投资大;而小型养猪场则相反,圈舍设计上则较多考虑利用自然环境因素和人工控制能力,一般离不开阳光、垫草和火炉。

④ 疾病交叉感染的机会减少。小型养猪场由于饲养量小,每头猪的相对空间较大,卫生较易控制。由于阳光的直射作用,病原菌不易长时间存活。因此,疾病感染的机会要少得多,即使有感染也容易控制。

⑤ 饲养和经营成本低。由于饲料可以多样化、劳动力成本低、固定投资少、疾病少,所以一般来说,其饲养成本要比大型养猪场低 10% ~ 15%。

⑥ 经营方式灵活,易转产。市场经济的特点之一就是市场行情变化很大。小型猪场具有投产快、见效快、转产快的优势。

(4) 小型猪场的劣势

① 生产上没有规模优势。由于饲养量小、出栏少,所以分阶段饲养工艺很难专业化。饲养技术水平低,抗风险能力较低,难以发挥规模效益。

② 产品质量较难控制。由于规模小,种猪质量和饲料质量很难保证很高的水平。所以,商品猪的质量也难以达到很高水准。

③ 销售渠道较难形成优势。由于规模小、出栏少,很难形成稳定的销售市场。所以,当出现卖猪难或猪价下降时,往往首先影响小规模猪场或专业养猪户,致使遭受经济损失。

小型养猪场既有优势也存在劣势,但仍是广大农村养猪的主要形式,比较适合农村的实际情况。盲目追求大规模经营,必然会在实践中碰壁。因此,只有选择适合自身生产力水平和管理水平的经营规模,即适度规模,才能获得良好的规模效益。



2. 养猪市场行情变化规律

猪肉是我国城乡居民的主要副食品,受各种传统节日的影响,在每个年度内生猪价格往往出现“两头高、中间低”的规律,市场影响养猪业经济循环周期往往是2~3年。而近几年高热病等突发疫情事件的发生对生猪市场的影响远远大于市场自身的影响,使得原来的规律性不规律了,波动较以前更加频繁,也更加没规律。

过去10年中,我国猪价有过3次大“牛市”。第一次从1996年6月开始至1998年2月,养猪业处于“牛市”,历时21个月。从1998年3月开始猪价加速下降,到最低点1999年5月,历时15个月,完成1个周期历时共36个月(3年)。第二次“牛市”因“非典”和“禽流感”的影响,猪价从2003年5月

开始涨价到2005年9月都是景气期,历时27个月。从2005年9月开始,由于能繁母猪数量大增,导致猪价加速下跌,到最低点2006年5月,猪粮比跌至4.37:1,是2000年以来的最低点,此阶段历时10个月,完成这个周期历时共37个月(约3年)。第三次大“牛市”从2006年6月开始,因四川发生链球菌病及全国由南向北发生“猪无名高热病”使养猪业雪上加霜,存栏数量减少。同时,高致病性蓝耳病致使母猪患病后发生流产或死胎以及仔猪成活率低,从根本上加剧了生猪的短缺和恢复生产的艰难,种种原因势必导致生猪价格一路飙升。

我国从事养猪业的散养户较多,饲养技术水平低,对于突发疫病的应急能力低,经不起市场的波动。养猪业生产周期长,投资大,疫病风险大于市场风险,再加上我国养猪业规模化程度低,这些都将影响着我国养猪业行情的稳定。

一般养猪成本中饲料成本约占70%,饲料成本中大部分是玉米和豆粕,而玉米和豆粕的价格近几年涨幅较大,仔猪短缺,猪苗费用更是增加到400~600元/头,占到养猪成本的一半。其他的电费、人工费、设备等费用都在不同程度地增加,这些都对生猪市场起到了很大的影响。

2007年上半年生猪价格为3~4元/千克,猪粮比5.22:1,养猪处于盈利区,但受2006年疫情影响,养殖户补栏的积极性仍然不高,纯种母猪及二元母猪销量很低,基本没有新建猪场或补栏的猪。2007年5月以后,生猪价格一直处在高价位运行,加上国家出台的一系列的相关政策促进生猪产业的发展,对促进生猪生产、稳定市场供应产生了重要作用,也大大加强了农户的补栏积极性,能繁母猪养殖户也开始增加。但是,由于仔猪短缺、疫病的困扰、养殖成本的增加、市场的不

稳定等因素仍影响着养殖户补栏的积极性,生猪饲养量难以在短期内恢复和得到较大的增长。

3. 应对市场波动的方法

在猪价开始下跌时,不仅不压缩规模,反而要迅速扩大饲养量,以规模取得效益;或者在养猪微利或持平,甚至亏本时,采取低成本养猪法,以低成本取得效益,哪怕是取得微利也行,尽可能坚持,不要轻易下马。要通过加强内部管理,千方百计挖掘生产潜力,提高生产效率,避免各种浪费,尽量减少各种损失;要坚定信念,因为只有失败的企业,没有失败的行业,困难是暂时的,只要渡过难关,走出低谷,还是有挣钱机会的。

在猪价上升很快时,养猪企业或养殖户不能盲目扩大规模,应根据对市场的预测结果,提前做好应对措施。

(二) 投资之前细筹划

1. 市场定位

市场是养猪生产发展的关键,饲养什么样的猪,饲养多少猪要看市场的需求。如果没有市场,猪养成后卖不出去,或卖的价钱很低,也就得不到高效益,增加收入更无从说起。因此,养猪者可以根据养猪市场行情及自身条件情况,进行准确的定位,从而在投资前做出正确的决策。目前,养猪市场的定位包括两个方面,即产品定位和销售区域定位。

(1) 产品定位 产品定位也就是确定养猪场生产什么产品的问题。无论规模大小、实力强弱,都必须至少定位于生产和销售“安全”的产品上。对于有一定实力的中小型养猪场应定位于生产“安全、无公害”猪肉产品更符合养猪场的利益和可持续发展。



(2) 销售区域定位 销售区域定位也就是客观看待自身实力的问题。进入一个市场需要有相应的资金、技术和人员投入,条件不具备而强行进入一个市场,负面作用很大。一是开拓不了市场;二是损耗有限资源;三是给以后(资源具备时)开拓市场制造障碍;四是影响自身品牌。从目前我国国情和养猪业的情况看,养猪销售区域要根据就近的原则(利于集中资源、各方支持、降低成本)定位于区域市场上。所以各养猪企业应根据各自实际能力确定最佳定位。

2. 市场调查

(1) 市场调查的内容 在市场多变和大规模的商品猪生产中,要想养猪生产经营获利,必须以销定产。这就要根据市场对猪的品种、数量、质量、价格、时间等的需要,以及自己的生产条件和生产能力,来决策养猪的类型、品种、规模,以及产品销售的时间和地点。

市场调查的内容很多,必须有重点、有针对性地进行。不仅需要调查市场对猪品种和猪肉的现实需求,还要深入调查潜在需求及其转变为现实需求的条件;既要了解和分析国内市场畜产品生产和加工企业的营销手段和竞争策略,也要了解国际市场上中国畜产品销售对象的意见和需求,争取多出口,提高养猪的经济效益。市场调查还要分析社会购买力投向和消费规律。例如,随着我国国民经济的发展和人民生活水平的逐步提高,猪肉在市场上的消费量不断增长,并且要求瘦肉量越来越大。但是市场上的消费量又因地区、消费习惯、季节、货源等的不同而不同。

市场调查可以通过各种渠道和采用多种方式。例如,利用销售人员了解市场情况以及顾客或客商对产品需求的变化趋势、同行业的竞争能力;向有关部门索取市场情报资料;对

副食品店或菜市场进行抽样调查;参加展销会、订货会、鉴定会,也是一种行之有效的市场调查形式。在取得比较系统而全面的资料后,再进行专题或综合分析。

(2) 市场调查方法 市场调查要有重点,重点不明确会造成人力、物力的浪费。要在调查过程中围绕重点收集资料,防止无用资料占用精力,形成喧宾夺主。调查前要对调查人员进行必要的培训,以促进调查工作的开展。要对市场调查进行实效分析,研究调查结果的经济效益。

① 资料调查法。运用本部门、本企业内部或外部现成的资料,包括收集政府机关、金融机构、经济研究机构、市场调查情报网以及报纸杂志、因特网上的信息进行市场分析。分析内容包括趋势分析和相关分析。趋势分析是通过资料分析,发现其变化的方向,加以合理的延伸,推测其变化趋势。相关分析是通过分析资料的各个变量之间的相互关系,发现其相关程度,并预测其变化的趋势。

② 访问法。访问法包括面谈、电话和邮件等形式。面谈访问法是调查人员和消费者面对面直接交谈。这种方法全面具体、灵活准确,被普遍采用,但要对调查人员进行专门训练。缺点是费用开支比较大,需用时间多。由调查人员通过电话询问,节约时间,费用也低,但不易得到调查对象的配合。邮件调查法是将设计好的问卷寄给调查对象,请其协助填写。此法较方便,但回收率低,回答问题肤浅,不易得到满意的结果,较少采用。

③ 观察法。调查人员深入到有一定代表性的商场和超市进行调查,抄录有比较意义的产品的价格、产地和特点说明,观察购买者的年龄、身份,询问购买者对产品的意见,估算产品的销量。通过调查判断消费者的态度和要求,调查人员



也可以充当购买者的一员,亲自经历感受,掌握市场的真实情况。还可以用照相机、录像机或录音机进行资料收集。观察法客观具体,有较高的准确性,但一般看到的或记录的都属表面现象。

④ 表格调查法。根据调查目的,在制订好调查提纲的基础上,设计简明易填的调查表格,分发给调查对象,征求意见,以取得第一手资料。这种方法比较经济,被调查者也有充分的时间考虑,可慎重填表。

3. 生产规模与方式确定

根据猪群、劳动力、资金、设备等生产要素在养猪生产经营单位中的聚集程度,结合当地条件及个人的实际情况,确定适宜的养猪规模,从最佳产出率中获得最佳经济效益。

(1) 猪群结构分析 猪群结构是指猪群中不同类型猪的头数占全群总头数的比重。一年中,各个猪群的生猪头数因出生、转群、淘汰、出售等原因不断发生变动,因而猪群结构也是不断变动的。为了有所依据,通常以年初的猪群结构作为标准。猪群结构受生猪的自然特点(性成熟期、寿命、妊娠期、每胎产仔数等)所制约,同时,又受人们的经济活动所制约。小型猪场应以自身的饲养管理水平、扩大再生产速度等因素,确定最为有利的猪群结构。

猪群分组是按性别、年龄、经济用途的不同把猪群分成若干类型,共分为哺乳仔猪、育成猪、后备母猪、检定母猪、基础母猪、后备公猪、种公猪、淘汰育肥猪、育肥猪等9类。

(2) 猪群结构内容

① 基本母猪比例。母猪在猪群中占多大比例,是确定猪群结构的中心问题。它直接影响其他猪群的比例,影响基础母猪和后备猪头数的比例,以及繁殖猪和后备猪之间的比例

关系。母猪在猪群中的比例不同,产品结构也不一样。母猪在猪群中所占比例大小会影响到猪群的增殖速度,在生猪总头数和繁殖率都相等的条件下,母猪比例大的猪群,其增殖速度就快,扩大猪群规模的可能性也大。可见,凡是再生产任务较大的地方,其母猪比例也宜大一些。母猪比例大小不同,还会影响经济收益的大小。为了使投入生产的劳动力、资金和饲料等能更好地发挥作用,必须注意比较不同方案的经济效益,从中选取最优者。可见,在确定母猪比例时,小型猪场或养殖户必须考虑畜牧业部门的经营方针、再生产任务的大小、经济效益及当地饲料、劳动力资源状况等一系列因素。

② 公猪与母猪比例。猪群中种公猪与基础母猪的比例关系也必须适当,公猪过少,会造成母猪失配;公猪过多,又会增加饲养成本,造成浪费。种公猪与基础母猪之间的比例关系取决于公猪的配种能力、配种任务的集中程度及配种方法。采取陆续分娩制时,配种任务相对分散在全年,公猪配备量较小;采用集中分娩制时,公猪配备量会相对集中。人工授精较自然交配可以提高公猪配种负担量,从而减少公猪配种及饲养费用,此外,还便于利用优良公猪,不受地域限制,可以提高受胎率和减少疾病传染机会。

③ 种猪与后备猪比例。种猪使用一定年限之后,生产性能下降,必须淘汰,而用幼龄后备猪来补充。因此,猪群中除了基础种猪外,还要有一定数量的后备猪。猪群要扩大,也必须有一定数量的后备猪。后备猪的多少,取决于基础种猪的使用年限、淘汰率和猪群再生产任务的大小。淘汰率可根据使用年限计算而得。年淘汰率为使用年限的倒数,例如,母猪的使用年限为10年,则年淘汰率为10%。根据淘汰率和再生产任务,就可以确定相应的后备猪数量。为了保险起见,应

