

21世纪养殖创业者丛书



陈宽维 主编

肉鸡快速饲养 综合配套新技术



中国农业出版社

21世纪养殖创业者丛书

肉鸡快速饲养

陈宽维 主编

综合
配套
新技术

中国农业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

肉鸡快速饲养综合配套新技术 / 陈宽维主编. — 北京:
中国农业出版社, 2004.12

(21 世纪养殖创业者丛书)

ISBN 7-109-09519-3

I. 肉... II. 陈... III. 肉用鸡—饲养管理

IV. S831.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 129241 号

中国农业出版社出版

(北京市朝阳区农展馆北路 2 号)

(邮政编码 100026)

出版人: 傅玉祥

责任编辑 刘 炜

唐山市润丰印务有限公司印刷 新华书店北京发行所发行

2005 年 1 月第 1 版 2005 年 10 月河北第 2 次印刷

开本: 850mm×1168mm 1/32 印张: 9.25

字数: 227 千字 印数: 6 001~12 000 册

定价: 13.80 元

(凡本版图书出现印刷、装订错误, 请向出版社发行部调换)

主 编 陈宽维

副主编 张学余 高玉时

编著者 (按姓氏笔画为序)

丁余荣 厉宝林 申春平

张小燕 张学余 陈宽维

高玉时 章 明 黎寿丰

目 录

第一章 肉鸡的市场预测	1
一、市场调研	1
(一) 市场调研的概念、类型与要求	1
(二) 市场调研的内容	4
(三) 市场调研的方法	5
二、市场预测	5
三、定性预测方法	9
(一) 用户意见预测法	9
(二) 集体判断法	9
(三) 专家意见法	9
四、定量预测方法	10
(一) 时间序列预测法	10
(二) 回归预测法	14
第二章 肉鸡场的场址规划与建设	19
一、鸡场规划与建设的一般原则	19
(一) 节省耕地	19
(二) 避免公害	19
(三) 经济适用	20
二、鸡场场址的选择	20
(一) 自然条件的调查	20

(二) 社会条件的调查	21
(三) 场区位置的确定	21
(四) 场地面积	21
三、鸡场建筑的分区规划与平面布置	22
(一) 鸡场建筑的种类和分区规划	22
(二) 鸡场建筑的平面布置	22
四、鸡舍建筑设计与类型	25
(一) 鸡舍建筑设计的要求	25
(二) 鸡舍建筑的类型	27
五、简易塑料大棚的建造	30
(一) 规格	30
(二) 制作	30
(三) 注意事项	31
第三章 肉鸡的外貌与解剖生理	32
一、鸡的外貌	32
(一) 鸡体表各部分名称	32
(二) 皮肤	34
(三) 尾脂腺	34
(四) 羽毛	35
二、鸡的内部构造及生理功能	35
(一) 运动系统	35
(二) 消化系统	40
(三) 呼吸系统	43
(四) 泌尿系统	44
(五) 生殖系统	45
(六) 循环系统	47
(七) 内分泌系统	49
(八) 神经系统和感觉器官	50

三、鸡的生物学特性	51
第四章 主要品种介绍	54
一、速生型配套鸡种	54
(一) 爱拔益加	54
(二) 艾维茵肉鸡	55
(三) 海波罗肉鸡	57
(四) 红波罗肉鸡	58
(五) 安卡红鸡	59
(六) 康达尔黄鸡	60
(七) 苏禽黄鸡	63
(八) 佳禾黄鸡	64
二、优质型品种	70
(一) 鹿苑鸡	70
(二) 仙居鸡	71
(三) 白耳黄鸡	72
(四) 固始鸡	72
(五) 萧山鸡	74
(六) 惠阳胡须鸡	74
第五章 肉鸡种蛋的孵化	76
一、种蛋的构造与成分	76
(一) 种蛋的构造	76
(二) 种蛋的成分	79
二、种蛋的质量管理	82
(一) 种蛋的收集	83
(二) 种蛋选择的标准	83
(三) 种蛋保存的条件	84
(四) 种蛋的消毒措施	85

三、胚胎发育	86
(一) 胚胎在种蛋形成过程中的发育	86
(二) 胚胎在孵化过程中的发育	86
(三) 鸡胚发育的主要特征	87
(四) 胚胎营养物质的代谢途径	88
四、肉鸡种蛋孵化条件与关键技术	92
(一) 温度与孵化	92
(二) 通风与孵化	93
(三) 翻蛋与孵化	94
(四) 湿度与孵化	94
(五) 凉蛋与孵化	95
五、孵化过程中的技术管理	96
(一) 入孵前的管理	97
(二) 孵化过程中的技术管理	97
六、影响种蛋孵化率和雏鸡质量的因素分析及 其应对措施	99
(一) 孵化效果的检查方法	99
(二) 影响孵化率和雏鸡质量的因素	100
(三) 防止孵化率波动采取的措施	103
(四) 孵化场的必备设备	104
第六章 肉鸡的营养与日粮配合	106
一、肉鸡所需的营养物质	106
(一) 碳水化合物组成的功能	106
(二) 粗蛋白质的概念及功能	107
(三) 粗脂肪的概念与功能	108
(四) 矿物质的概念与功能	108
(五) 维生素的概念与功能	112
(六) 水的功能	119

二、肉鸡的常用饲料	119
(一) 能量饲料	119
(二) 蛋白质饲料	120
(三) 矿物质饲料	122
(四) 维生素饲料	123
(五) 添加剂饲料	123
三、肉鸡的日粮配合	125
(一) 配合饲料	125
(二) 肉鸡的饲养标准	128
(三) 黄羽肉鸡饲粮配合	131
第七章 肉种鸡繁育技术	137
一、肉鸡育种技术	137
(一) 品系育种	137
(二) 特殊技术在育种中的应用	139
(三) 父系、母系分开选育	140
(四) 肉鸡的育种工作技术	143
(五) 肉鸡的经济性状及其在育种工作中的意义	146
二、肉种鸡的繁殖技术	149
(一) 肉种鸡的选配	149
(二) 配种年龄、配偶比例与利用年限	151
(三) 配种方式	151
(四) 人工授精	152
第八章 肉用鸡的杂交配套	167
一、杂交配套	167
二、黄羽肉鸡杂交配套的形式	169
(一) 关于杂交的含义	169
(二) 常用的品系杂交三种形式	169

(三) 配套杂交品系选育的进展	171
(四) 黄羽肉鸡配套品系的选育方向	173
(五) 配套杂交生产中需要解决的几个问题	174
第九章 肉种鸡饲养管理技术	176
一、育雏期的饲养管理	176
(一) 种雏饲养前的基本工作	176
(二) 种雏的饲养管理	178
二、育成期的饲养管理	180
(一) 种鸡的限制性饲养	180
(二) 种鸡的体重调控	186
三、产蛋期的饲养管理	191
(一) 产蛋期的饲养	191
(二) 产蛋期的管理	196
四、肉用种公鸡的饲养管理	202
(一) 公鸡的选择	202
(二) 公母分饲	202
第十章 商品肉鸡快速育肥技术	204
一、肉鸡的生长发育特点	204
(一) 绝对增重的变化特点	204
(二) 相对增重的变化特点	205
(三) 饲料转化率的变化特点	205
二、饲养方式与全进全出制	206
(一) 饲养方式	206
(二) 全进全出制	207
三、肉鸡的育雏	207
(一) 给温方式与供暖设备	208
(二) 雏鸡的饲养与管理	210

四、肉鸡的育肥	216
(一) 育肥期的饲养	216
(二) 育肥期的管理	219
五、夏季的特殊管理要点	221
六、地方品种肉用鸡的生产	222
(一) 生产特点及市场趋向	223
(二) 饲养管理特点	223
第十一章 肉鸡疾病综合防制技术	225
一、防疫的基本要求	225
(一) 重视防重于治	225
(二) 适时接种疫苗	228
(三) 紧急防疫措施	229
二、常见病的防治	229
(一) 鸡新城疫	229
(二) 禽流感	231
(三) 鸡传染性法氏囊病	232
(四) 鸡马立克氏病	234
(五) 鸡传染性支气管炎	235
(六) 鸡传染性喉气管炎	237
(七) 鸡痘	238
(八) 鸡脑脊髓炎	239
(九) 鸡白痢	240
(十) 大肠杆菌病	242
(十一) 禽巴氏杆菌病	244
(十二) 禽支原体病	245
(十三) 鸡传染性鼻炎	246
(十四) 鸡球虫病	247
(十五) 住白细胞虫病	248

(十六) 恶食癖	249
第十二章 鸡产品加工	252
一、鸡肉的营养成分	252
二、鸡肉风味的形成	253
(一) 鸡肉中的滋味化合物	253
(二) 赋予香味的化合物	254
(三) 鸡肉香气形成的化学反应	254
三、鸡的屠宰与分割	256
(一) 鸡的屠宰	256
(二) 浸烫脱毛	258
(三) 去残毛	258
(四) 净膛	258
(五) 鸡的分割	259
四、各地名牌鸡制品传统加工方法	259
(一) 长沙南风鸡	260
(二) 常熟叫花鸡	260
(三) 符离集烧鸡	262
(四) 道口烧鸡	263
(五) 德州扒鸡	263
五、家常鸡类菜做法	265
(一) 荷叶蒸鸡	265
(二) 泥煨鸡	265
(三) 包鱼翅	266
(四) 水晶鸡	267
(五) 醉鸡	267
(六) 椒麻鸡条	268
(七) 雪花鸡淖	268
(八) 珊瑚鸡丁	268

(九) 桂花鸡米	269
(十) 双味烩鸡丝	269
(十一) 姜芽鸡片	270
(十二) 红松鸡排	270
(十三) 什锦鸡肉卷	271
第十三章 肉鸡的经营管理	272
一、饲养肉鸡的规划	272
(一) 预测产品价格, 合理安排饲养	272
(二) 预测饲料价格	273
二、成本核算	273
(一) 成本构成	273
(二) 利润	274
(三) 最佳上市时间	275
三、提高经济效益的措施	277
(一) 提高经营管理水平	277
(二) 降低生产成本	278
(三) 提高生产技术水平	280



第一章 肉鸡的市场预测

在市场经济条件下，生产与市场是一个有机联系的整体。生产的目的是为了以最小的成本获取最大的利润。市场中产品的价格受价值规律的影响。当产品供大于求时，价格低于价值；当供小于求时，价格高于价值。目前，我国肉鸡的生产完全处于市场经济条件下，肉鸡产品同样受到价值规律的支配。由于很多肉种鸡场或商品代鸡场缺乏对市场经济规律的了解，在生产中往往是一哄而上或一哄而下。对于饲养什么鸡种，饲养多少，心中无数。生产完全处于一种无序的状态中，结果是效益甚微，甚至亏本。因此，充分掌握和利用市场信息，做好肉鸡的市场预测，对于提高肉鸡饲养的综合效益十分必要。



一、市场调研

美国学者哈浦尔曾经说过，只有能预测未来的人才算得上是懂得管理的人。然而，只有掌握充分的信息，才能准确地预测未来。管理依靠预测，预测需要信息，信息来源于数据，数据只有通过调研才能获得。

（一）市场调研的概念、类型与要求

1. 市场调研的概念与类型 市场调研是指系统地收集、记

录和分析从生产到消费这一过程中的全部资料、情报和数据，以了解产品的现实市场和潜在市场。

理解市场调研的概念要掌握以下三点：第一，市场调研是一项营销活动，其目的是要了解市场（包括现实市场和潜在市场）。第二，市场调研要求具有客观性和广泛性。客观性是市场调研的本质，但客观性是建立在广泛性基础上的。没有市场调研的广泛性，就谈不上市场调研的客观性。第三，市场调研手段是系统性收集、记录、分析有关情报资料和数据，没有系统性就很难避免主观片面性，甚至带来完全错误的市场信息。

市场调研的主要类型有：

（1）探测性调研 指对市场上存在的不明确问题进行调研。通过探测性调研可以弄清情况，找出问题的关键，探讨解决问题的办法或为进一步深入调研做好准备。比如，为了解市场中对某一类型或品种肉鸡的接受程度，任意选择 100 名饲养户或消费者进行问卷调查，分析被调查者的意见和要求，以组织生产。

（2）描述性调研 指对市场上存在的客观情况如实地加以叙述与反映，从中找出各种因素的内在联系。如调查某一类型肉鸡的销售量、饲养成本、消费者类型、收入水平、已有的饲养场家、饲养量等。

描述性调研与探测性调研既有联系又有区别。探测性调研的答案是对某一问题的不确定因素确定“是”与“非”，而描述性调研是对某一问题的客观情况进行说明，在说明中也包含着“是”与“非”的问题。

描述性调研所取得的市场信息十分重要。它是进行因果性调研和预测性调研的基础性工作。描述性调研注重事实资料的记录。因此，一般可采用询问法和观察法进行调查。

（3）因果性调研 指在描述性调研基础上，为了解市场中出现的有关现象之间的因果关系而进行的调研。因果性调研一般采用实验法收集有关市场变化的实际资料，并运用统计分析和逻辑

推理，找出现象之间的因果联系。分析何种因素是因，何种因素是果，其相互影响程度如何。还要分析哪一个因素是主要的，哪一个因素是次要的。例如，一段时期内，某一肉鸡的销售量逐渐下降，价格一路下滑，是什么原因造成的呢？是品质问题，还是季节因素，或是其他新品种类型的出现等等。通过因果性调研，找出原因，选择解决问题的办法。

(4) 预测性调研 指通过收集、分析、研究过去的和现在的各种市场情报资料，估计未来一段时间内市场变化趋势的调研活动。预测性调研所运用的资料是前三种调研所提供的。预测分析方法分为定性分析和定量分析。预测性调研的目的是要估计潜在需求，把握销售机会，以便制定切实可行的生产计划。

2. 市场调研的要求 市场调研的内容很广泛，又存在一定的偶然性。要确保取得的信息资料符合客观实际情况，在进行市场调研时必须坚持以下要求：

(1) 准确性 即如实反映客观情况。准确的市场信息是做出正确生产和营销决策的前提条件。要达到准确性的要求，首先，要做到科学性，这是保证调查资料准确性的关键。这就要求在市场调研中既要有科学的态度，实事求是地反映市场情况，又要运用科学的方法，以免被市场中大量非主要因素所迷惑。其次，要做到系统性。只有做到系统地收集、整理信息资料，才能避免因材料不全或不客观而造成判断的失误。因此，市场调研必须坚持科学的态度，求实的精神，如实地反映客观情况，认真鉴别信息资料的真实性和可信度，要求做到获取的信息有充分的根据，推理严谨，准确可靠。

(2) 及时性 即最迅速、最灵敏地反映市场发展各方面的最新动态。它要求做到两点：一是及时记录已发生的各种市场情况和问题；二是及时地根据掌握的信息资料进行分析、推理，作为生产决策的参考。市场信息的价值在于它的时效性，时间的延误将会使信息的价值丧失。只有及时收集、分析信息，才有可能抓

住市场机会，做出正确的决策。

(3) 适用性 市场信息很多，但不是所有信息对生产决策都有作用。没有必要去收集那些没有用处的信息。这里首先要明确市场调研的目的，根据目的有针对性地收集市场信息；其次，对已收集到的信息要进行加工、筛选和整理，提炼出符合调研目的的有用信息。这样才能收到事半功倍的效果。

(二) 市场调研的内容

市场调研的内容可分为市场环境调研和市场专题调研两大类。

1. 市场环境调研 可调查以下几个方面：

(1) 经济环境调研 具体调研内容如下：①人口增长趋势；②国民生产总值和国民收入的增长情况对社会购买力的影响；③家庭收入变化情况；④消费水平和消费结构的变化；⑤物价水平；⑥就业状况及劳动力资源等。

(2) 政治环境调研 具体内容如下：①政府的有关方针、政策，如就业政策、物价政策和金融政策等；②行政管理部门的有关法令、法规，如种畜禽管理法规、药物及添加剂禁用法规等。

(3) 社会文化环境及消费习惯的调研 包括某一地区在肉鸡消费时对羽色、肤色、胫色的嗜好和所要求的最佳上市体重等。

2. 市场专题调研 可调查以下几个方面：

(1) 市场需求调研 包括现有市场对某类型肉鸡的需求量和销售量以及供给情况；市场潜在的需求量，也就是某类型肉鸡可能达到的最大需求量。

(2) 消费者调研 侧重对消费者及其购买行为进行调研，包括消费者类型及购买能力、消费者的购买动机和购买习惯等。

(3) 竞争情况调研 包括竞争企业和竞争产品两个方面。①竞争企业调研具体内容有竞争企业或场家的数量、规模、地理位置及交通运输条件、生产能力、技术水平、销售量和销售地区等；②竞争产品调研包括所竞争的饲养场家肉鸡的品种类型、品