

零起点^学创业系列
LINGQIDIAN XUECHUANGYE XILIE

零起点

学办肉狗养殖场

马金友 魏刚才 主编



化学工业出版社

零起点[®]创业系列

LINGQIDIAN XUECHUANGYE XILIE

零起点

学办肉狗养殖场

马金友 魏刚才 主编



化学工业出版社

· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

零起点学办肉狗养殖场/马金友, 魏刚才主编. —北京: 化学工业出版社, 2015.4
(零起点学创业系列)
ISBN 978-7-122-22988-5

I. ①零… II. ①马…②魏… III. ①肉用型-犬-饲养管理②肉用型-犬-养殖场-经营管理 IV. ①S829.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 027696 号

责任编辑: 邵桂林

文字编辑: 赵爱萍

责任校对: 王 静

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 10¼ 字数 303 千字

2015 年 5 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: 35.00 元

版权所有 违者必究

本书编写人员名单

主 编 马金友 魏刚才

副主编 殷玉鹏 孙 瑞 周春香

编著人员 (按姓氏笔画排列)

马金友 (河南科技学院)

孙 瑞 (郑州铁路职业技术学院)

杨显辉 (郑州铁路职业技术学院)

周春香 (雏鹰农牧集团股份有限公司)

殷玉鹏 (西北农林科技大学)

程灵均 (新乡市红旗区动物疫病预防控制中心)

魏刚才 (河南科技学院)

前言

肉狗属哺乳纲、食肉目、犬属动物，适应力和抗病力强，生长发育速度快，繁殖能力强，易于饲养管理。肉狗不仅具有极大的肉用价值，而且具有极高的药用价值，全身是宝，市场潜力巨大。狗肉味道鲜美，肉质细腻，营养丰富，是高级的美容保健佳品，具有较好的市场效益。近年来，肉狗养殖深受养殖者青睐，成为人们创业致富的一个好途径。但开办肉狗养殖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。但目前市场上有关学办肉狗养殖场的书籍几乎没有，严重制约许多有志人士的创业步伐和发展速度。为此，组织有关专家编写了本书。本书注重系统性、实用性和可操作性。

本书全面系统地介绍了开办肉狗养殖场的技术和管理知识，具有较强的实用性、针对性和可操作性，为成功开办和办好肉狗养殖场提供技术保证。本书共分为：办场前的准备、肉狗养殖场的建设、品种引进及繁殖、肉狗的饲料营养、肉狗的饲养管理、肉狗的疾病防治和肉狗场的经营管理七章。本书不仅适宜于农村知识青年、打工返乡人员等创办肉狗养殖场者及肉狗养殖场（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，书中可能会有疏漏之处，敬请广大读者批评指正。

编者

零起点

目录

第一章 办场前的准备

第一节 肉狗养殖业的特点及办场条件	1
一、肉狗养殖业特点	1
二、开办肉狗养殖场的条件	3
第二节 市场调查分析	5
一、市场调查的内容	5
二、市场调查方法	7
第三节 肉狗场的生产工艺	9
一、肉狗养殖场性质和规模	9
二、生产工艺流程和种群结构	13
三、生产指标	14
四、饲养管理方式	15
五、狗场环境参数	15
六、建设标准	15
七、卫生防疫制度	16
八、狗舍样式、构造的选择和设备选型	16
九、管理定额及狗场人员组成	17
十、狗舍种类、幢数和尺寸的确定	17
十一、粪污处理利用工艺及设备选型配套	17
第四节 狗场的投资概算和效益预测	17
一、投资概算	17
二、效益预测	18
三、举例	18
第五节 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	22
五、备案	22

第二章 肉狗养殖场的建设

第一节 肉狗场场址的选择和规划布局	23
一、场址选择	23
二、规划布局	25
第二节 肉狗舍的建筑	27
一、肉狗舍的建筑形式	27
二、肉狗舍的建筑要求	28
三、肉狗舍的建筑标准	30
四、肉狗场内的附属建筑	30
第三节 肉狗场的设备用具	32
一、常用设施	32
二、辅助设备	33

第三章 品种引进及繁育

第一节 肉狗品种介绍及引进	34
一、肉狗品种介绍	34
二、肉狗的品种选择和引进	40
第二节 肉狗的选育和利用	42
一、肉狗的选择	42
二、肉狗选配	46
三、肉狗的杂交改良	47
第三节 肉狗的繁殖	50
一、肉狗的生殖生理	50
二、狗的配种	57
三、狗的妊娠	69
四、狗的分娩	71

第四章 肉狗的饲料营养

第一节 肉狗的营养需要	78
一、肉狗需要的营养物质	78

二、肉狗的营养标准	88
第二节 肉狗的常用饲料	90
一、常用饲料种类	90
二、常用饲料营养成分含量	98
第三节 肉狗的饲料配制	102
一、饲料配方设计方法	102
二、参考饲料配方	104
三、肉狗饲料的加工和调制	106

第五章 肉狗的饲养管理

第一节 肉狗的生物学特征	109
一、肉狗的生活习性	109
二、肉狗的行为特点	113
第二节 肉狗饲养管理的原则	117
一、肉狗饲养的一般原则	118
二、肉狗管理的一般原则	120
第三节 不同类型狗的饲养管理	122
一、种公狗的饲养管理	122
二、种母狗的饲养管理	124
三、仔狗的饲养管理	130
四、商品肉狗的饲养管理	142
五、其他肉狗的饲养管理	157
第四节 不同季节的管理	161
一、春季管理	161
二、夏季管理	162
三、秋季管理	164
四、冬季管理	164
第五节 其他管理措施	164
一、狗的抓取	164
二、狗的运输	165
三、狗的标记	165

第六章 肉狗的疾病防治

第一节 肉狗疾病的诊疗	166
-------------------	-----

一、肉狗疾病的诊断	166
二、肉狗疾病的治疗方法	184
第二节 肉狗疾病的综合防制	199
一、加强饲养管理	199
二、加强隔离卫生	201
三、严格消毒	209
四、确切免疫	215
五、合理用药	221
第三节 肉狗的常见病防治	230
一、病毒性传染病	230
二、细菌性传染病	241
三、寄生虫病	248
四、营养代谢病	258
五、中毒病	262
六、狗的其他疾病	265

第七章 狗场的经营管理

第一节 经营管理的概念、意义、内容及步骤	279
一、经营管理的概念	279
二、经营管理的意义	280
三、经营管理的内容	280
第二节 经营预测和决策	281
一、经营预测	281
二、经营决策	281
第三节 狗场的计划管理	286
一、交配分娩计划	286
二、狗群周转计划	287
三、饲料使用计划	289
四、产品生产计划	290
五、年财务收支计划	290
第四节 生产运行过程的经营管理	291
一、制订技术操作规程	291
二、制订工作程序	291
三、制订综合防疫制度	292
四、劳动组织	292

五、记录管理	292
六、产品销售管理	297
第五节 经济核算	299
一、资产核算	299
二、成本核算	301
三、赢利核算	304

附录

一、常见的抗菌药物配伍结果	306
二、允许使用的饲料添加剂品种目录	312
三、允许作治疗使用，但不得在动物性食品中检出 残留的兽药	313
四、禁止使用，并在动物性食品中不得检出残留的兽药	314

参考文献

办场前的准备

核心提示

开办肉狗养殖场的目的不仅是为市场提供优质多的产品，更是为了获得较好的经济效益。开办肉狗场，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，开办肉狗养殖场前要了解肉狗养殖业的特点及开办应具备的条件，进行市场调查和分析，确定肉狗养殖场的性质、规模、生产工艺，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 肉狗养殖业的特点及办场条件

一、肉狗养殖业特点

(一) 产品价值大

肉狗属哺乳纲、食肉目、犬属动物，不仅具有极大的肉用价值，而且具有极高的药用价值，全身都是宝，市场潜力巨大。狗肉味道鲜美，肉质细腻，营养丰富，是高级的美容保健佳品。狗肉含有丰富的蛋白质、维生素和矿物质，脂肪含量低。其蛋白质含量要高于猪肉、牛肉，且人体必需氨基酸含量丰富。矿物质中除钙、磷等常量元素以外，还含有锌、硒、锰、铁等很重要的微量元素。维生素有维生素 A（含量高达 157 毫克/100 克，牛肉只有 6 毫克/100 克，猪肉为 114 毫克/100 克）、维生素 B₁、维生素 B₂、维生素 D 等。狗肉作为美味佳

肴为广大消费者所喜欢。一些大中城市宾馆、饭店、家庭也相继把狗肉搬上餐桌、宴席，受到广大食客的青睐和欢迎。

狗肉的药用价值很高，有很高的滋补价值。狗肉可提高人体的抗病能力，增强人的体质，民间素有“狗肉具有大补虚劳”之说，认为狗肉有回阳救逆、温肾壮阳、御寒止痛的功能，除可治阳痿、夜尿多、胃寒、四肢发凉等肾阳虚病症外，还可治疗老年人虚寒性慢性哮喘，以及久治不愈的疾病。各地群众都喜食狗肉，尤其冬季，视其为滋补食品。因此，狗肉药膳、狗肉制品，一直受到人们的喜爱，盛行在食品市场且百吃不厌。

狗皮进行深加工，不仅可制成裘皮大衣、狗皮褥子，是很好的御寒品，对风湿病有良好的疗效，在北方很受欢迎和喜爱，而且可制成狗皮膏药（原名“消痞狗皮膏”，中医外用药，用丁香、肉桂等药共研细末，掺入宝珍膏内并摊在狗皮上制成），具有消痞止痛的功效，主治癰疽痞块、筋骨疼痛等症；狗骨味甘、性平、无毒，有除风祛湿、活血止痛的功效，可泡制药酒或制成注射剂，治疗风湿性关节炎、风湿病、四肢麻木等病症；烧成灰可治疮痍及乳痈等；狗肾，包括狗的阴茎和睾丸，主含雄性激素、蛋白质和脂肪，可入药，有补肾、壮阳、益精之功效，主治阳痿、遗精、早泄、肾虚和女性崩漏带下等症；狗宝是生长在狗胃里的一种石头样的东西，主要含磷酸钙、碳酸镁、磷酸镁等，有降气开郁、消积、解毒之功能，主治胸胁胀满、噎膈反胃、痢疽疮疡等症；狗蹄含有丰富的蛋白质和胶质，有通乳、滑肌的功用，可治妇女产后无乳；鲜狗血可治猪腹胀、直泻不止等症。

（二）生长发育速度快，繁殖能力强

肉狗属已驯化的动物，具有适应能力强、易饲养、繁殖率高、产胎多、生长快等特点。在一般的饲养管理条件下，尤其是在饲料中，不加生长素和化学性质的添加剂的情况下，出生后6个月出栏，体重在25千克以上，8~10个月体重可达40千克以上。一只母狗一胎可产8只左右，一年2~3胎，可产16~24只。

（三）适应力和抗病力强

狗对环境的适应能力很强，能够在极其恶劣的环境中生存和繁衍后代。整个地球上只要有生物生存的足迹，就有狗的足迹。在北极和

南极,在沼泽和沙漠,在高山和平原,在沿海和内陆都有狗的存在。如青龙狗的亲本来源于我国的西部和北部,自然环境条件比较差,夏季生长在暴风雨中,冬季生长在凛凛寒风中,这造就了它有很强的适应能力。冬季可以在我国北方 $-30\sim-40^{\circ}\text{C}$ 条件下正常生长、发育和繁殖,夏季可以在我国南方 30°C 以上的气候条件下正常生长、发育和繁殖,母狗年产仔两窝,每窝 $6\sim 7$ 只。

狗有极强的耐受饥饿的能力,即使在一周之内没有食物,也不会发生十分衰弱的现象。狗的抗外伤性很强,在很严重的伤势下多数能活过来,并且自愈能力很强。因此,狗具有很强的抗病能力,病毒感染率低,治愈率高,死亡率低。医学外科手术将狗视为最理想的实验动物。

(四) 易于饲养

肉狗吃的是杂食,既吃五谷杂粮(如玉米面、高粱面、豆粕、菜子饼、麸皮等),又吃蔬菜(如马铃薯、白菜等)和动物下脚料(如鸡鸭肠子、猪牛血、弃肺子、肉边子等)。各地可根据当地的饲料资源,就地取材,降低饲料成本;饲料加工简单方便,既可以吃稀食、又可以吃干料,可根据各地的加工条件决定喂给哪种饲料,加工后每日喂两次,就完全能够满足肉狗生长发育的要求,所以肉狗易于饲养。

(五) 市场行情好

狗肉味道香美,肉质细腻,为高蛋白、低脂肪、低胆固醇、营养价值高的肉类食品,我国人民素有食狗肉的传统。特别是现在对鸡、鸭、鱼、猪、牛、羊肉的消费已基本得到满足的情况下,人们开始转向享用肉香味美、滋补强身、延年益寿的狗肉。目前和未来几年肉狗市场很好,前景诱人。

【提示】近年来,肉狗养殖业发展较快,肉狗的养殖数量不断增加,以狗肉、狗皮、狗毛为主的加工业迅速兴起,成为农民致富的一个新途径,这与肉狗养殖业上述生产特点有很大关系。

二、开办肉狗养殖场的条件

(一) 市场条件

开办肉狗养殖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价值和效益高低。市场条件优越,提供产品得到市场认可,产品价格高,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。

市场条件优越包括产品适销对路、销售渠道可靠,市场开发能力强,市场信息易获得等。产品符合消费者和经销者的要求,适销对路,容易实现其价值;产品有好的销售网和销售商,销售渠道畅通,可以减少投资风险和降低生产成本;市场的开发能力强,可以打开和扩大市场或潜在市场,增加和促进产品的销售;获得最多的信息(如技术信息、市场信息、价格信息等),可以不断提高养肉狗水平,找到更多的销售市场,制订销售策略和价格等,最大限度提高养肉狗效益。

(二) 技术条件

投资肉狗养殖场,办好肉狗养殖场,技术是关键,必须具备一定的养殖技术及经营管理能力。如日常的饲养管理技术、繁殖技术、疾病防治技术,更重要的是根据不同的养殖项目进行管理,制订完善的饲养管理方案。否则,不能进行科学的饲养管理,不能维持良好的生产环境,不能进行有效的疾病控制,会严重影响经营效果。规模越大,对技术的依赖程度越强。小型肉狗养殖场的经营者必须掌握一定的养殖技术和知识,并且要善于学习和请教;大中型肉狗养殖场最好设置有专职的技术管理人员,负责好全面的技术工作。

(三) 资金条件

肉狗养殖生产特别是专业化生产,需要场地、建筑狗舍,购买设备用具和引进种狗以及技术培训等,这都需要一定的资金。因规模大小的差异,资金的需求量也不同,所以,准备办肉狗养殖场前,要考虑自身的经济能力,有多少钱办多大事。如果考虑不周,没有充足的资金保证或良好的筹资渠道,上马后出现资金短缺,会影响肉狗养殖场的正常运转。

资金需求主要有固定资金和流动资金。固定资金包括土地租赁费、建设费、设备购置费和种狗引种费等;流动资金包括饲料费、药

费、水电费、人员工资、折旧维修费以及运输、差旅等费用。新办肉狗养殖场，相当长一段时间内没有产品，没有收益，需要大量的资金投入。

第二节 市场调查分析

随着养殖业的不断发展，市场竞争不断加剧，开办肉狗养殖场前需要加大市场调查的力度，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

影响肉狗养殖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，市场调查的具体内容有如下方面。

（一）市场需求调查

1. 市场容量调查

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”的最基本策略。应该在建场前进行调查，以市场情况确定规模和性质。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。此调查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。三是国际市场变化调查。肉狗的产品种类多，许多产品在国际市场占有优势，国际市场变化对我国肉狗养殖业影响较大。因此，调查国际市场，可以根据国际市场需求调整生产。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

肉狗的品种多种多样，有的是专用肉用型，有的是使用狼狗杂交的，有的是本地品种（笨狗）等，不同地区对产品的需求有较大差异，所以进行适销品种的调查，在宏观上对品种的选择具有参考意义，在微观上对产品结构调整，对满足不同市场需求也很有价值。

3. 产品要求调查

肉狗的产品种类多,消费者对各种产品的数量需求和质量要求也不同。其生产的产品有狗肉、狗皮、狗的内脏等,而且可以加工成不同的产品,消费者对产品的要求也各有不同,通过市场调查,了解消费者对产品的要求,其作用:一是在销售上可灵活调节,为不同市场需求提供不同的产品,做到适销对路;二是弄清不同市场对产品的要求,还可为深度开发潜在的市场,扩大市场空间提供依据。

4. 效益调查

养殖效益如何是开办肉狗养殖场人群最为关心的问题,也直接影响到以后肉狗养殖场的生产经营。肉狗养殖场性质和规模与养殖效益之间关系密切。性质不同生产的产品不同,市场价格不同,投入不同,效益也就不同。规模不同,产品数量不同,生产和销售成本不同,需要投资不同,获得的效益也就不同。通过性质、规模对养殖效益影响的调查,可以合理确定自己开办肉狗养殖场的性质和最适宜的规模,以便获得更好的经济效益。

(二) 市场供给调查

对养殖企业来说,要想获得经营效益,仅调查需求方的情况还不行,对供给方的情况也要着力调查,因为市场需要是由需求和供给两个方面组成的。

1. 当地区域产品供给量

对当地主要生产企业、养殖户等在下一阶段的产品预测上市量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

肉类食品中的兔、鸡、鸭、鹅、猪、牛、羊、鱼等都会相互影响,毛皮动物之间也会有影响,有必要了解相关肉类和毛皮类产品的情况。

（三）市场营销活动调查

1. 竞争对手的调查

调查的内容包括竞争者产品的优势、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，肉狗产品的销售渠道有多种，如生产企业—批发商—零售商—消费者；生产企业—屠宰厂—零售商—消费者；生产企业—贸易公司—消费者等。调查掌握销售渠道，有利于企业产品的销售。

（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

市场调查的方法很多，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。在肉狗交易市场调查中经常采用个人访问。

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，在谈话中要注意做好记录，以便事后整理分析。访问对象有批发商、零售商、消费者、养肉狗户、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。