



第一章 优质鸡的生产概况

我国的鸡在世界上具有“三个第一”，即品种资源世界第一，鸡肉品质世界第一，养鸡数量世界第一。我国鸡的品种资源有 100 多个，其中收入《中国家禽品种志》的鸡品种有 27 个。据史料记载，早在 1843 年，我国九斤王鸡两度输入英国，1847 年输入美国；1872 年，我国狼山鸡输入英国，1897 年输入德国和美国。1893 年，九斤王鸡在美国被列为标准品种。

从 20 世纪 60 年代广东中山市优质黄羽肉鸡“石岐杂”销往港澳地区开始，我国国内优质黄羽肉鸡的研究、开发、生产逐渐兴起。70 年代，我国的养禽界为编制国内地方品种志，发现了许多受自然生态和经济条件影响及人为长期选择形成的特性多样、遗传丰富、品种繁多的鸡种，如霞烟鸡、杏花鸡、清远麻鸡、惠阳胡须鸡、北京油鸡、鹿苑鸡和固始鸡等。这些鸡具有肉质鲜美、风味独特的优点，个体重一般在 1~1.5 千克，上市日龄在 60~100 天，性成熟早，羽色以黄、黄黑、黄麻为主。当地将其作为肉用，除生产活鸡外，大批加工成烧鸡、扒鸡等，均以肉质鲜美、色味俱全而闻名，深受消费者的喜爱。但这些土种黄鸡生长缓慢、就巢性强、繁殖力低、生产性能低下、饲养效益低，不适于集约化饲养。

为保护和利用我国丰富的种质资源，加速其商品化进程，国家科委以及农业部从“六五”时期起对优质黄羽肉鸡的研究进行攻关，尤其是 1990 年以来，在国内优质鸡培育方面投入了更大的财力、物力，企业的加入更推动了优质黄羽肉鸡的发展，使许多生产性能优良的黄羽肉鸡品系如岭南黄、苏禽 96、江村黄、882 和新兴黄被迅速推广应用。这些培育出的优质肉鸡新品系综合了进口肉鸡和我国地方鸡种的优点，不仅保持了地方鸡种的肉质、风味，同时生长速度和饲料利用率比地方鸡种有明显提高，具备相当的市场竞争力，从此优质鸡的发展进入高速发展的通道。

一、优质鸡的概念

什么是优质鸡？在国外，优质鸡基本上只对所谓的质量而言；羽毛颜色主要考

虑是否影响宰后胴体的外观,因而喜欢白色的羽毛;胫部大小主要考虑是否能支撑起快速生长的躯体。但在国内,对优质鸡有各种各样的理解。

四川农业大学邱祥聘教授认为,从消费者角度考虑,优质肉鸡的内涵应包括风味、外观、保存性、纯洁度、嫩度、营养品质和价格等项目;台湾大学马春祥教授认为,优质鸡是原产于某一地区,在该地区被普遍饲养,并具有优良肉用性能的鸡只,即所谓“土鸡”;优质鸡生长时间较长,肌肉坚实,嚼之有味、鲜美可口;优质鸡生长缓慢,需较长生长时间,其饲料效率不高。吴常信院士也提出,优质鸡是指末与速生型肉鸡杂交的适时屠宰、肉质鲜嫩的地方鸡种。总的来说,优质鸡的概念具有一定的地域性,优质鸡肉质优良,具有符合某一地区和民族喜好的体形、外貌,生产性能良好。但优质鸡一定是“土鸡”的观点受到一些学者和养鸡生产者的质疑,因为纯种地方鸡种(土鸡)生长速度慢,饲料效率低,成本太高,缺乏市场竞争力。在内地和香港市场上大量推广上市的都是经过杂交产生的“三黄鸡”或“青脚麻鸡”,这些也属于本书认为的优质鸡的范畴。

目前国内具普遍意义的优质鸡的概念是相对于国外商用快长型肉鸡而言的,通常指含有地方鸡种血缘、生长较慢、肌肉品质优良、外貌和屠体品质符合消费者需求的地方鸡种或仿土鸡。其特色主要有:体质优良,外貌美观,含一定量的脂肪,口感较好;适应性好,饲养周期较长,适合传统工艺加工。实际上,优质肉鸡是指包括黄羽肉鸡在内的所有有色羽肉鸡,但黄羽肉鸡在数量上占绝大多数,因而习惯上有时候用“黄羽肉鸡”代替“优质肉鸡”这一词。目前,国内优质鸡分布于全国各地,其消费市场主要集中在广东、广西、海南、福建、上海、江苏、浙江以及香港、澳门等地区。

优质鸡按照体重和生长速度可以分为3种类型,即快速型(快长型、快大型)、中速型(仿优质型)和慢速型(特优质型、珍味型),呈现多元化的格局,不同的市场对优质鸡的外观和品质有不同的要求。

快速型:以长江中下游的上海、江苏、浙江和安徽等省市为主要市场。要求49日龄的公母鸡平均上市重为1.3~1.5千克,1千克以内开啼的小公鸡最受欢迎。该市场对鸡的生长速度要求较高,对“三黄”(羽毛黄、爪黄、喙黄)特征要求不高,黄、麻、黑羽均可,胫色有黄、麻、黑等。

中速型:以香港、澳门和珠江三角洲为主要市场,内地市场需求量有逐年增长的趋势。港、澳、粤市民偏爱接近性成熟的小公鸡。要求80~100日龄上市,体重



1.5~2.0 千克,冠红而大,毛色光亮,具有典型的“三黄”特征。

慢速型:以广西、广东湛江地区和部分广州市场为代表,内地中高档宾馆饭店、高收入人员也有需求。要求 90~120 日龄上市,体重 1.1~1.5 千克,冠红而大,羽毛光亮,胫较细,羽色和胫色随鸡种和消费习惯而有所不同。这种类型的鸡一般未经杂交改良,以各地优良地方鸡种为主。

对优质鸡的生长速度与肉质进行划分,可将其分为特优质型、优质高档型、优质中档型和优质普通型四类(表 1-1),这种分类较为通用。

表 1-1 优质鸡的分类

类型	小母鸡饲养期(天)	上市体重(千克)
特优质型	120~150	1.15~1.40
优质高档型	95~115	1.25~1.40
优质中档型	85~110	1.25~1.50
优质普通型	70~85	1.40~1.80

二、发展优质鸡产业的现状及前景

我国南方地区及东南亚国家都有食用优质肉鸡的传统习惯,仅我国的港澳两地市场年消费量就在 4 000 万只左右。广东家禽年消费量 14 亿只,其中优质肉鸡约 7 亿只。2007 年,广东黄羽肉鸡的饲养量达到 9.48 亿只。华东、华中、西南目前年饲养共 10 亿只优质精品肉鸡,现有的标准的优质肉鸡产量还满足不了市场的需求。经过近 30 年的快速发展,黄羽肉鸡养殖目前已经发展成为最具中国特色的肉鸡产业,不仅产量增长明显,而且生产水平、产业化程度都有明显提高。目前我国年出栏黄羽肉鸡约 40 亿只,产肉量约为 360 万吨,占全国鸡肉总产量的 30%以上。其中,中国规模排名前 10 位的黄羽肉鸡育种公司年提供父母代种鸡约 3 000 万套,约占全国年父母代种鸡需求量的 75%;排名前 30 位的黄羽肉鸡父母代种鸡公司年存栏父母代种鸡约 3 600 万套,约占全国年父母代种鸡需求量的 90%。因此,大力发展优质鸡是市场的需要,是大有前途的。当前,国际肉鸡的生产正朝着优质、高效、低耗和小型化发展,发达国家对快大型白羽肉鸡的消费正趋于饱和,所以黄羽肉鸡等优质肉鸡的饲养有广阔的发展前景。

受消费市场拉动,现代黄羽肉鸡生产企业不断涌现,成功探索出“公司+农户”“公司+基地+农户”“北繁南养生产模式”“产、供、销”一条龙的产业化经营模式。目

前,我国黄羽肉鸡产区主要集中在华南、华东和西南等地,而且出现了向华北地区发展的势头。我国黄羽肉鸡消费大部分仍以活鸡为主,农贸市场大多卖鲜活鸡,深加工产品较少。由于地区间品种资源和消费习惯的差异,优质肉鸡市场区域差别较大,目前市场上快速型、中速型和慢速型黄羽肉鸡市场占有率分别约为50%、30%和20%。广东、广西以慢速型和中速型为主,华东地区以快速型为主,西南地区(云、贵、川)以中速型青脚麻鸡为主。

三、我国优质鸡产业发展需注意的问题

1. 优质鸡产业重点应转向优质鸡加工产品,并尽快推广工厂化生产,形成产业

目前,我国活鸡生产的市场容量已经达到相对饱和的程度,活鸡长途运输受到诸多因素的限制,而防疫和运输成本成了制约优质鸡产业发展的两大因素。优质鸡熟制品和胴体分割冻品恰恰能克服防疫和运输成本的制约,可使优质鸡产业获得发展的空间。

2. 优质鸡的选育重点应转向特色品系研究开发,并尽快形成产业优势

我国优质鸡品系选育在生产性能选育方面取得了很大进步,但在特色品系选育方面还处于比较低的水平。从长远来看,今后优质鸡的市场竞争焦点并不是生产性能,具有特色的品系可能是帮助获胜的有力武器。因此,选育具有抵抗特定疾病如鸡马立克病、禽流感、鸡白痢、支原体病等能力的品系,选育对人体健康非常有益的富含特定营养物质的品系,选育具有特色肉质风味的品系,将是优质鸡的研发重点。

3. 优质鸡的研究重点应转向肉质风味的基础研究方面,以确保优质鸡的优势

优质鸡的肉质风味特点是什么?肉质好在哪里,风味“特”在哪里?优质鸡特有的肉质风味是遗传的还是环境造成的,或是饲喂育成的,能不能通过选育而提高或创新?在这方面的研究还比较少,或者说深入研究还不够。优质鸡能有现在的规模和市场份额,与种鸡和肉鸡的质量是分不开的,优良的品质是主要因素。因此,优质鸡研究与开发的重点应是肉质风味特点与形成机制,应为培育有特色肌肉风味的优质鸡打下理论基础,确保优质鸡的优势。

4. 优质鸡的营养需要和肉质调控的研究应加强

我国的优质鸡的饲养模式和营养需要与国外快大型品种差异很大,如何准确



测定营养需要,必须在满足肉质要求的基础上展开。

(1)根据优质鸡品种的生理特点,合理划分生长阶段,确定各个阶段最适合的能量、蛋白质、钙和有效磷等营养素的水平。

(2)氨基酸营养方面,要研究出各生长阶段理想的氨基酸模式,生产上也要以可消化氨基酸和理想蛋白质模式为基础配制日粮,并以氨基酸添加剂等新产品取代常规产品,以节省蛋白质资源。

(3)维生素和微量元素需要量的研究上要更深入、更具体,特别是对那些与肉质有关的营养素,应确定其具体需要量。

(4)选择具有代表性的优质鸡种对饲料原料进行营养价值评定,以丰富和完善饲料原料数据库。

第二章 优质鸡养殖经营之道

第一节 鸡场的经营管理

在日益激烈的市场竞争情况下,现代养鸡企业的经营管理起的作用越来越大,它同品种、饲料、环境管理以及疾病防治共同构成了现代养鸡业的五大支柱,而且后四项直接受经营管理的制约。

一、鸡产品行情变化的分析与利用

鸡产品行情的波动规律性极强,养鸡户可以根据其特点做出准确分析预报。行情好时,将产品大量上市;在价格低时,缩小生产规模或者减少上市量,以减少价格低给自己造成的经济损失和降低经营风险。

(一)做好市场调查

市场调查的内容包括市场需求产品的类型、规格、数量和价格的调查,消费者调查,市场供给产品调查,销售渠道调查,竞争形势调查等。调查的方法有询问法、观察法和实验调查法。所谓询问法,就是直接向被调查者提出问题,收集所需要的资料,种鸡场可以向用户发出问卷,收集反馈回来的信息;观察法,即调查人员实地观察被调查者的行为和现场事实,如直接到批发市场调查产品的价格和供应情况等;实验调查法,即通过展销、试销等办法,了解消费者的需求和市场动向,以避免养鸡生产的盲目性。报纸、杂志、广播、电视等都是获得信息的有效途径。另外,随着计算机的普及,利用因特网可以获得很多有用的信息。

(二)加强市场预测

市场预测的内容主要包括市场需求的产品类型、销售量、产品寿命周期、市场



占有率等,可进行短期和长期预测。一般在开始引种或新上项目之前要进行长期预测,而决定是否要淘汰鸡时进行短期预测就足够了。

由于养鸡生产的周期比较长,尤其是蛋鸡和种鸡先期投入较大,从开始养鸡到鸡产蛋要6个月的时间,一个生产周期长达一年半,而且一旦把鸡养上,就必须不断地投入,一天都不能间断,直到鸡被淘汰或出栏。养鸡生产周期长的特点和市场的不规范,要求鸡场必须能够较准确地掌握市场需求的变化,更要做好市场预测,根据市场未来的需求确定养鸡的规模、品种。市场预测是在市场调查的基础上,根据过去几年的周期变化情况,对未来一定时间内产品如种蛋、雏鸡、肉鸡、食品蛋等在一定范围内的市场供求变化趋势做出估计和判断。市场预测是鸡场做出经营决策和计划的重要依据。

(三)科学决策

决策是对鸡场的建场方针、经营方向、经营目标以及实现目标的重大措施等做出选择和决定。要做到正确地决策,通常要在市场调查和市场预测的基础上采取定性分析和定量分析相结合的方法,按照如下步骤实施:明确所要决策的内容,规定决策目标;集思广益,制订可行性方案;分析评估,选定最佳方案;执行方案,进行跟踪检查。同时还必须注意决策的整体性、经济性、有效性、创造性和民主性等基本要求,防止决策失误。科学决策包括经营方向、生产规模以及饲养方式方法等方面的决策。

1.经营方向的决策

养鸡生产首先要决定养什么类型的鸡。而决策的依据是资金情况、技术实力、当地或要进入的市场所需求的产品类型等。饲养种鸡需要的资金较多,技术水平要求较高,而且代次越高,对资金和技术力量的需求越高。

此外,还必须对是否配套建立饲料厂、孵化厂、屠宰加工厂、冷库等做出决策。有些肉种鸡场采用一条龙生产,而有些鸡场只养鸡,其他配套工作由社会提供。

2.生产规模的决策

鸡场的规模应在商品经济意识和市场观念的指导下,全面衡量资金、技术力量、设备、劳力及市场等各要素的客观实际情况来确定,既不宜规模太小,也不宜规模过大。生产规模的确定,主要决定于投入产出效果和固定资金利用效果。

只有具有一定的生产规模才能产生规模效益,才能降低生产成本,从而对经营

有利。但是如果不考虑自身经济实力和技术力量而盲目求大,或主要资金来源为银行贷款时,不但不能形成规模效益,而且可能被银行利息压垮。

3. 饲养方式方法的决策

应当根据养鸡的类型、代次(曾祖代、祖代、父母代、商品鸡)、当地气候条件、管理水平、劳动力水平、资金等情况综合考虑。密闭式鸡舍可以人为地给鸡创造良好的生长环境,满足不同生长阶段的鸡对温度、湿度、光照、通风等条件的需求,有利于发挥鸡的生产性能,管理方便。但是投资大、耗能多,并需配备发电设备。开放式鸡舍或开放密闭相结合的鸡舍,受自然环境左右,鸡的生产性能无法充分发挥出来,且表现出极大的不稳定性。但是投资少,节省能源,资金效率高。

二、鸡场的人员管理

鸡场的人员管理是在生产经营活动中对劳动力进行计划、组织、协调和控制等,包括劳动人员的合理安排与使用、劳动计划的制订与执行、组织劳动的分工与协作、劳动报酬的计算与分配、劳动人员的监督与考核、劳保福利和奖惩制度的建立及思想政治教育和业务培训等工作。

(一) 建立科学的劳动管理制度

劳动管理制度主要包括考勤制度、劳动纪律、生产责任制、奖惩制度、劳动保障及福利制度、技术培训制度等。各种制度的建立,要遵照以下原则:一是要符合鸡场的劳动特点和生产实际;二是内容要具体化,用词准确,简明扼要,质和量的概念明确;三是要经全场职工认真讨论、通过并经场领导批准后公布执行;四是必须具有一定的严肃性,一经公布,全场干部职工都必须认真执行,不得搞特殊化;五是必须有连续性,长期坚持,不断在生产中完善。

(二) 建立合理的劳动组织

实行责任制是人员管理的重要措施,要根据实际条件和生产要求确定人员组织的形式及规模。

实行责任制可充分发挥劳动分工与协作的优越性。分工与协作是劳动人员组织的基础,分工是为了使每个劳动人员明确在各自的岗位上应负的责任,协作是为



了使各岗位劳动人员相互紧密联系,形成集体力量。只有在分工的基础上进行协作,才能有利于人尽其才,有利于劳动人员主动提高劳动技能,有利于发挥分工与协作的优越性。

各鸡场的经营范围和规模不同,其人员组织的形式和结构也有所不同,一般包括组织领导机构(包括场长、副场长、总畜牧兽医师、科长、班组长等)和职能机构(如生产技术科、销售科、财务科、后勤保障科等),并根据生产工艺流程将生产劳动组织细化为孵化组、育雏育成组、饲料组、清粪组等。对各部门各班组人员的配备要依据个人的劳动态度、技术专长、体力和文化程度等具体条件,合理搭配,科学组织,并尽量保持人员和所从事工作的相对稳定。

(三)合理确定劳动定额

劳动定额的制订,必须依据以往的经验 and 目前的生产技术及设施设备等具体条件,以本场中等水平的劳动人员所能达到的数量和质量为标准,不可过高,也不可太低。应使一般水平劳动人员经过努力能够达到,先进水平的劳动人员经过努力能够超产。只有这样的劳动定额才是科学合理的,才能起到鼓励与促进劳动者的作用。

劳动定额的指标应达到数量和质量标准的统一。如确定一个饲养人员饲养鸡数量的同时,还要确定鸡的成活率、产蛋率、饲料回报、药品费用等指标。

各劳动定额间应平衡。不论是养鸡还是孵化或者清粪,各项劳动定额应公平。

劳动定额应简单明了,便于应用,参见表 2-1。

表2-1 鸡场劳动定额参照表

工 种	内 容	人员定额	条 件
饲养雏鸡	生火,4层笼养,头一周值夜班,注射疫苗	6 000 只/2 人	注射疫苗时需助手
饲养育成鸡	3层笼养,饲喂、清粪	6 000 只/人	自动饮水,人工饲喂、清粪
一段育成 (1~140 日龄)	笼养,网上饲养(机械化程度高)	6 000 只/人	自动饮水,机械喂料、刮粪
笼养产蛋鸡	全部手工饲喂、捡蛋	5 000~10 000 只/人	粪场位于 200 米以内,机械刮粪
清粪	清粪	2 万~4 万只/人	人工清粪并运走,粪场在 200 米以内

(四)全面落实鸡场生产责任制,使责、权、利三者统一

根据各鸡场实际情况和工作内容,责任制可因地制宜,采取多种形式,以有利于调动职工积极性和责任感、提高鸡场经济效益为原则而定。

(五)及时兑现劳动报酬

对劳动人员应得的劳动报酬,要按照签订的责任书内容和科学的计酬标准严格考察,及时兑现,奖罚分明,以调动职工的劳动积极性。

(六)做好职工思想工作

鸡场要以人为本,对全场职工在生活上关心、政治上帮助、工作上支持,充分发挥职工的智慧 and 才能,不断增强鸡场的凝聚力。

三、鸡场的技术管理

(一)生产计划

1.鸡群周转计划

鸡群周转计划反映鸡场在一定时期内鸡群的变化情况,它是制订其他计划的依据,如产品计划、销售计划、饲料计划和收支计划等。鸡群周转计划的主要内容包括计划期初各鸡群的数量;计划期内各鸡群成活的雏鸡数量,购买种鸡和生产后备鸡的数量、日期,淘汰种鸡或产蛋鸡以及出售种蛋、雏鸡、肉仔鸡和育成鸡的数量;计划期末各鸡群应达到的数量和生产指标等。以蛋鸡或种鸡三阶段饲养为例的周转计划,应考虑以下因素:

(1)根据成鸡舍的数量和市场行情确定本年度饲养的鸡群数量,安排好鸡群之间的间隔。

(2)每群鸡的饲养数量,种鸡还要考虑公鸡的数量。

(3)参考饲养管理指南和本场的生产水平,确定育雏、育成及产蛋期的死淘率,以及鉴别误差。

(4)各饲养阶段的时间。



(5)鸡舍清理、消毒及空闲时间。

2. 产品生产计划

根据鸡群周转计划中提供的鸡群数量、日龄,参考饲养手册中该日龄的产蛋率、种蛋合格率、种蛋受精率、死淘率等,可编制产品的生产计划。产品的生产计划可以分为日产量、周产量、月产量和年产量等。不同类型的鸡场需要计划的产品类型不同,商品蛋鸡场需要计划产蛋数量和淘汰鸡的数量,商品肉鸡场可计划每批饲养只数、平均活重及出栏总重量,种鸡场需要计划产种蛋数、孵化种蛋数、可出售种蛋数、可出售雏鸡数等。

3. 饲料计划

根据鸡群周转计划和各日龄阶段每只鸡的饲料消耗量,可计算每周和全年各鸡群的饲料用量,从而制订饲料计划。饲料计划要将各种饲料的数量分别列出,因为各种饲料的价格不同,制订财务计划时要用到这些数据。另外,要在计算的基础上增加5%左右的保险系数。节假日要制订短期的饲料需求计划,提供给饲料厂。鸡场在放假之前一定要贮备足够的饲料,因为许多饲料厂要放假。

4. 其他计划

除了上述基本计划外,还应制订销售计划、财务计划、维修计划、设备更新计划、教育培训计划等。其中财务计划更为重要,整个鸡场的经营活动最终要以货币的形式表现出来,反映到财务的收支情况上。企业的盈亏最终通过财务决算体现。

(二) 成本核算

成本核算是财务管理的一部分,是指在生产过程中,对生产费用的发生和产品成本的形成,用一定的技术方法进行核算。要求建立和健全成本核算的原始凭证制度;正确划分成本开支范围,即哪些费用计入成本;确定成本计算的对象,即哪些产品可单独核算成本;确定成本项目,即把企业的生产费用按经济用途分类,以便反映产品的成本构成;做好生产费用的汇集和分摊工作,确定成本的计算方法。

成本核算可以反映和监督企业的各项生产费用,计算各种产品的实际总成本和单位成本,这对于鸡场制订销售价格、降低成本、提高产品竞争力、节约资金、增加盈利、促进生产发展有重要意义。

总成本包括直接成本和间接成本。直接成本包括饲料费、工资及福利、疫苗药品费、引种费、水电费、交通费、燃料费、接待费、广告费、低值易耗品费等。间接成本

包括管理费、共同生产费、固定资产折旧费、设备费等。总成本还可以分为固定成本和可变成本。固定成本总量在一定时期内和鸡场的生产量关系不大,如固定资产折旧费、银行利息、管理人员和正式职工工资与福利、定期维修费用等,单位产品固定成本比例随产量的增加而减少。可变成本是指在一定时期内因产出的变动而变动的费用,主要包括饲料费、疫苗药品费、可变维修费、临时工工资及加班费、水电费、交通费、引种费、销售费用等,单位产品的可变成本一般变化很小。

成本核算的对象可以是一枚食品蛋或种蛋、一只雏鸡、一只 140 日龄育成鸡、每千克鸡蛋、每千克活鸡等。

(三)提高鸡场经济效益的途径

1.提高从业人员的积极性

养鸡生产的风险较大,工作条件艰苦,大多数一线工人只能从农民中招收。而养鸡生产对工人素质的要求较高,稳定一线工人队伍对提高鸡场的生产水平和管理水平十分重要。因此,必须提高他们的工作待遇和收入水平。

2.降低饲料费用

饲料费用占养鸡生产成本的比重最大,通常占 65%~75%。提高饲料利用率,即使生产单位鸡蛋或鸡肉消耗的饲料最少,这需要在饲料配方和饲料原料的质量上下工夫,并防止浪费饲料。颗粒饲料可以减少浪费,虽然其价格高一些,但是总的效益较高。不同品种的鸡在饲料利用率方面差异也很大,如矮小型褐壳蛋鸡的消化吸收系统发达,可以提高饲料利用率 15%~20%,白壳蛋鸡的饲料利用率高于褐壳蛋鸡。

3.饲养高产、健康的鸡种

培育鸡的成本占总成本的 20% 左右,因此饲养高产、健康的鸡种很重要。要考虑品种的生产性能、遗传潜力、市场需求、消费者心理,选择适宜的鸡种。购买种蛋或雏鸡要到信誉好、管理好、防疫卫生条件好的鸡场或孵化厂。

4.采用新技术,提高生产水平

我国现代化养鸡起步较晚,虽然总产增加很快,但是平均单产和国际水平相比还有很大差距。虽然在一些单项技术上我们和世界水平的差距很小,但是在技术的综合应用方面有很大差距。大多数鸡场的环境控制不理想,农村个体养鸡的开放鸡舍最多安装个排风扇,饲养条件受环境影响较大,夏天经常出现热死鸡的现象。要



采用新技术,改善饲养环境,发挥鸡的生产潜力。在疾病防治方面,应根据疾病发展情况采用有效的疫苗,减少疾病发生率,提高经济效益。

5.提高饲养管理技术水平

应通过提高饲养管理技术水平提高成活率,使育雏、育成期的成活率达到或超过生产管理指南提供的生产指标。提高产品的产量和质量,提高产蛋率、孵化率、健康率及肉鸡的增重率、饲料利用率,降低破蛋率和肉鸡残次率。

6.开发新产品,促进销售工作

鸡场的产品一般比较单一,主要是鲜蛋和活鸡。随着鸡蛋和鸡深加工工业的发展,产品的类型逐渐丰富。开发新产品,增加产品附加值,可提高鸡场的经济收入。销售工作是鸡场的主要工作,种鸡场的盈亏主要取决于种蛋(雏鸡)销售率,大型种鸡场都有一支销售服务队伍,一方面促销,另一方面解决用户遇到的各种问题,以树立良好的企业形象,增加固定用户。

7.加强管理,增收节支

做好生产管理、计划管理、财务管理、物资管理、销售管理,增收节支,使鸡场的经营管理水平逐年提高。加强对鸡粪和孵化副产品的开发利用,可为鸡场带来一笔不小的收入。

四、鸡场的产品质量控制

在优质鸡产品生产开发过程中,为了抵御国外禽产品对国内市场的冲击,并且把我们的优质禽产品大量输送到国外市场,产品的质量控制是一个重要的环节。以下主要介绍鸡蛋的质量指标及分级。

(一)鸡蛋的质量指标

1.蛋重

蛋重是最直观明显的指标,也是鸡蛋分级的基本依据。测量要求是产后 24 小时内的新鲜蛋随机抽样测定。以蛋重 60~65 克者销售最好。蛋重受品种、年龄、日粮营养水平、气温等因素的影响。

2.蛋形指数

正常鸡蛋为一头大一头小的近椭圆形,标准的蛋形指数是 1.35,良好的蛋形

指数为 1.32~1.39。

3. 蛋的相对密度

蛋的相对密度反映蛋壳的厚度和蛋的新鲜程度,相对密度大的蛋品质好。在同等新鲜程度下,蛋的相对密度与蛋壳的厚度呈正比;在同等蛋壳厚度下,蛋的相对密度与蛋的新鲜程度呈正比。鸡蛋储存越久,其相对密度越小,品质越差。

4. 蛋壳品质

蛋壳品质指蛋壳的质地坚实程度。坚实的蛋不易破碎,并能较好地保持其内部品质。蛋壳品质通常包括蛋壳厚度和蛋壳强度两个指标。蛋壳厚度用蛋壳厚度测定仪,测取大端、小端和中间部分的平均厚度;蛋壳强度用蛋壳强度测定仪测定,利用经检查无裂纹的新鲜鸡蛋,大端朝上,小端朝下,测定将蛋壳压破时的最大压强。蛋壳强度的单位为千克/厘米²。

5. 蛋白质

此指标主要评价蛋白中蛋白质的含量,蛋清越浓稠,蛋白质含量越高,鸡蛋的品质越好。蛋白的品质取决于蛋内浓蛋白的含量,用哈夫单位表示。

$$\text{哈夫单位} = 100 \log(H - 1.7W^{0.37} + 7.57)$$

式中, W 表示蛋重(克), H 表示浓蛋白高度(毫米)。

哈夫单位在 85 以上为优良, 75~85 为良好, 60~75 为合格, 60 以下为不合格。

6. 蛋黄品质

蛋黄品质主要从两方面进行评价:一是蛋黄颜色,以鲜亮的浓黄色品质最好,最受市场欢迎;二是蛋黄指数,以蛋黄高度/蛋黄直径表示,直径一般约为 40 毫米,高度约为 18 毫米,蛋黄指数越大,说明蛋黄越新鲜。过去认为蛋黄颜色深则维生素 A 含量高,其实蛋黄颜色主要与叶黄素有关,现在可以用人工合成的色素如加丽红、柠檬黄等添加剂使蛋黄颜色加深。

7. 气室大小

气室大小是蛋的新鲜程度的重要标志,新鲜蛋的气室深度不超过 5 毫米。超过 10 毫米的蛋一般不允许食用。

8. 血斑与肉斑

蛋黄中的血斑来自排卵时卵泡破裂发生的微血管出血,蛋白中的血斑来自输卵管的蛋白分泌部在蛋形成过程中发生的微血管出血;肉斑主要是输卵管中脱落的组织。血斑、肉斑与品种和饲养管理有关,都影响蛋的分级,降低商品价值。



9. 蛋壳颜色

蛋壳颜色主要有白色、褐色和绿色等数种, 主要与品种特性有关, 而与蛋内的营养成分以及质量无关。人们对不同颜色的蛋的消费习惯和喜好不同, 会影响其售价。

我国鸡蛋的质量标准见表 2-2。

表2-2 我国鸡蛋的质量标准

指标	一级蛋	二级蛋	三级蛋
蛋壳	清洁、坚固、完整	尚清洁、坚固、完整	污蛋面积不大于全蛋的 1/10
气室	深度 6 毫米以上者 不超过全蛋的 10%	深度 6 毫米以上者 不超过全蛋的 10%	深度 7~8 毫米者不大于全蛋的 25%
蛋白	色清明, 质浓厚	色清明, 质较浓厚	色清明, 质较稀薄
蛋黄	不显露, 居中	略明显, 但仍固定	明显而有移动
胚胎	不发育	不发育	略有发育

(二) 蛋的分级

鲜蛋的分级主要依据重量、蛋壳、气室、蛋白、蛋黄和胚胎状况等质量指标进行综合分级。根据国家《鲜蛋卫生标准》(GB 2748—2003) 的规定, 鲜蛋的感官指标和理化指标分级要求如下:

(1) 感官指标 鲜蛋壳清洁、完整, 灯光透射时整个蛋呈微红色, 不见蛋黄或略见阴影, 打开后蛋黄凸起完整, 并有韧性, 蛋白澄清透明, 稀稠分明。

(2) 理化指标 汞 ≤ 0.05 毫克 / 千克。

我国出口鲜鸡蛋的分级标准见表 2-3。

表2-3 我国出口鲜鸡蛋的分级标准

级别	360 枚蛋重不低于(千克)	任取 10 枚蛋重大于(克)
超级	19.9	550
1	18.0	500
2	16.7	460
3	15.5	430
4	13.5	370

五、鸡产品营销

销售工作是养鸡场的主要工作。种鸡场的盈亏主要取决于种蛋(雏)销售率,商品鸡场的盈亏主要取决于销售价格。因此,一个鸡场要做好产品销售计划。产品销售计划主要包括种蛋和雏鸡供应计划,鲜蛋、肉仔鸡销售计划,淘汰鸡及其他副产品销售计划。为保证各类产品畅销,必须做好市场的调查工作,结合本场生产能力,制订月、季、年度销售计划。应提前与有关单位签订合同,预收定金,使生产的产品有明确的销售方向。

市场营销需要研究消费者的需求状况及其变化趋势。在保证产品质量不断提高的前提下,要利用各种机会、各种渠道刺激消费、推销产品。

1. 加强宣传、树立品牌

有了优质产品,还需要加强宣传,将产品推销出去。广告是被市场经济所证实的一种良好的营销手段,一个好企业,必须对企业形象及其产品进行包装策划设计,并借助各种媒体进行宣传,以提高企业及产品的知名度,树立良好的形象,促进产品的销售。

2. 加强营销队伍建设

一是要根据销售服务和劳动定额,合理增加销售人员,加强营销力量,不断扩大销售辐射面;二是要努力提高营销人员业务素质。营销人员的素质高低,直接影响着产品的销售。要经常对营销人员进行业务知识培训和职业道德、敬业精神的思想教育,使他们以良好的业务素质和精神面貌为用户服务。

3. 积极做好售后服务

鸡场的售后服务是企业争取用户信任、巩固老市场、开拓新市场的关键。在服务上,一是要建立售后服务组织,深入用户做好技术咨询服务;二是对出售的产品如雏鸡、种蛋等要提供防疫程序及相关技术资料和服务跟踪,规范售后服务,及时通过用户反馈的信息改进鸡场的工作,促进营销。



第二节 养鸡致富经

(一) 松针鸡“叫”醒山乡致富梦

松针,即松树的叶子,可入药,在增强人体免疫力、延缓细胞老化、治疗神经衰弱、明目安神、解毒止痒等诸多方面有一定的功效。鉴于此,国内已有一些地方开始加强对松针的开发,将其做成保健品或加工成饲料等。

岳池县黄龙乡党委政府意识到松针的开发价值,他们在充分保护生态的情况下,决定大力发展林下土鸡养殖——利用丰富的松林和山泉水资源,引进颇具市场竞争力的万源旧院黑鸡,着力打响黄龙松针鸡品牌,同时实现农户增收、森林防火、土壤增肥、生态优化等目的。

1. 开发松针鸡,引进业主来示范

长期以来,黄龙乡因为土地贫瘠、树干不壮、松树性脆等因素,松林的经济价值不明显,上万亩(1亩 $\approx$ 666.7米²)松林成为不少村民心中的“包袱”。在发挥良好的生态效益的同时,能否让松林产生经济效益呢?

“我们一直在思考这个问题。”黄龙乡党委书记杨淑芹告诉记者,他们通过多方查阅资料发现,松针是一大“宝”,特别是在药用和饲料开发方面,有着较为可观的前景。目前,国内松针开发仍处在起步阶段,若在黄龙或岳池建厂开发,眼下很难实现,而且一旦开发过度,也势必会对黄龙乡的生态造成影响。几经思考,乡党委政府决定利用松林大力发展林下土鸡饲养,让鸡每天食入一定的松针,成为药膳鸡。

道理倒是如此,但问题来了。按此逻辑,黄龙乡的土鸡早就属于药膳鸡了,因为不少农户都有松树林,平时养的鸡也经常松林里活动。对此,乡长周国庆解释说:“村民没有这个概念,只有规模发展实现产业化,才能实现品牌效应。要规模发展,就必须靠业主来示范引领。”

黄龙乡引来岳池业主高勇,在大地坝村5组发展林下养殖,乡领导也做出承诺:一是及时把公路打通至养殖基地,二是落实专人负责协调相关问题。

2. 松针+山泉+黑鸡,成就黄龙新品牌

经过半年多的前期准备,高勇从达州万源市引进了第一批旧院黑鸡苗2000只进行试养。