

# 养猪生产中的细节管理

王俊发

武汉金龙畜禽有限公司, 武汉 430200

管理重在细节, 细节决定品质, 品质影响未来, 细节管理在我国各行各业都尤为关键。特别是养猪行业面对的是活体动物, 经常在生产管理和技术管理过程中出现很多细节问题, 而部分养殖户往往忽视这些细节管理, 造成猪群生产水平不高, 经济效益提升困难。笔者就养猪生产过程中的几个主要环节, 浅谈几个容易漏管的细节问题。

## 1 后备种猪选留过程中的细节管理

### 1.1 后备公猪

选留种公猪时, 养殖户一般较注重血统和体型外貌, 除此之外有些关键性细节也需重视。一是查看奶头数。不论是公猪还是母猪, 奶头的遗传都是显性的且是非常稳定的, 所以奶头少、发育不好或不整齐的公猪不能选留。二是注重繁殖性能。体型外貌好但繁殖性能差的公猪不能选留。三是细微观察。驱赶公猪时观察其应激情况, 呼吸发生变化、尾根不停地抖动、全身有轻微发红或抖动、口流唾液的公猪不能选留。四是检查精液。精子稀少、运动不规则、发育不正常且定期检查 3 次以上不合格的公猪不能选留。

### 1.2 后备母猪

许多养殖户在选留后备母猪时一般较注重奶头数和体型, 除此之外还有一些细节必须注意。一是母猪阴户应直线下垂, 如果阴户很小且向上, 一般患有先天性骨盆狭窄, 尽量不要选留。二是后备母猪小群饲养(每栏 3~5 头)时, 除满足其对能量、赖氨酸(日需要量 19~21 g)、钙、有效磷和维生素的需要外, 还应饲喂专用后备猪料, 不能饲喂生长育肥猪料, 严禁饲喂霉变饲料, 杜绝使用杂粕, 建议采取自由采食的方式给料。三是超过 8.5 月龄不发情、

9.0 月龄未配种的后备母猪, 不能留作种用。四是生长速度慢、到了配种月龄却低于配种体重的后备母猪(僵猪), 不能留作种用。五是仔猪断奶后 2 个情期不发情及配种后连续 2 次返情、空怀、屡配不孕、习惯性流产的母猪, 不能再作为种用, 要及时淘汰。

## 2 母猪配种前、后的细节管理

### 2.1 配种前、后的炎症检查

配种是养猪生产中非常重要的一个环节, 只有做好配种过程中的细节管理, 猪场的生产水平才会高、经济效益才会好。笔者认为养猪场繁殖水平不高的一个非常重要的原因就是配种过程中一些细节的漏管。如对配种母猪缺乏阴道及子宫内环境的检查, 而若母猪患有严重炎症, 配种后受孕会较困难。因此, 要在配种前对发情母猪进行炎症检查, 如果产道有炎症, 必须进行冲洗、消炎处理, 配种受孕效果将明显提高。

### 2.2 配种后的饲喂

配种母猪的饲喂必须科学, 如配种后 1 个月是母猪受孕、胎儿发育的关键时期, 如果不严格控制饲喂量(每头母猪日饲喂妊娠前期料 2.0~2.5 kg), 母猪很容易累积脂肪而长肥, 进而造成胎儿早期死亡或发育不良; 而且, 母猪过肥, 产后易无奶。在母猪妊娠后期, 必须给予营养丰富且足够的饲料, 以满足母体正常生长及胎儿后期发育的需要。

## 3 产仔前、中、后的细节管理

### 3.1 产仔前

产仔一定要做到全进全出, 且每批待产母猪进产房的时间间隔一定要有 7 d 以上。在这 7 d 内, 要完成冲洗、消毒、干燥等工作, 这样才能杜绝各种疾

病的交叉感染。母猪上产床后,饲养管理人员的动作一定要轻,绝不能鞭打临产母猪,以免造成其发生应激而早产。

### 3.2 产仔中

正常产仔过程中每头仔猪产出的时间间隔为 15~20 min。如果间隔时间达 40 min 以上,就应该考虑是轻度难产,在母猪强度努责又没有仔猪产出时,应马上进行助产。助产时一定要注意卫生,防止产道感染,最好用专用助产手套,助产次数必须适度。

### 3.3 产仔后

1) 仔猪锋利的犬牙易对同窝仔猪造成伤害,且吃奶时易损伤母猪的乳头。目前,仔猪的犬牙一般都会被剪掉,而且一般是从牙根部将犬牙剪掉。这种剪牙方式往往会造成仔猪牙齿断裂、牙龈暴露,进而导致慢性疾病及牙痛。欧盟新的法规在规定猪的福利时要求,仔猪的犬牙必须采用磨平或锤平的方法去除,而不是剪掉。

2) 母猪每窝一般可产 10 头以上的仔猪,而每窝仔猪内一般会有 1~2 头弱小仔猪(体重一般在 0.6 kg 左右)。对于这几头弱小仔猪,最好的办法是处理掉。因为弱小仔猪容易与同窝仔猪争夺奶头,造成同窝仔猪发育不整齐,还容易损伤母猪奶头;还有一个重要原因是弱小仔猪抵抗力差,容易生病,从而感染同窝其它仔猪,也易造成育肥阶段生长发育不良。

3) 有些养殖户往往将保温灯吊在保温箱固定不变的位置,这是不科学的。因为对于刚出生的仔猪和 7 日龄以上的仔猪,其需要的温度是不一样的;而且,早晚的温度也不一样,还有不同季节的温度也不一样。所以,一定要根据仔猪大小、季节变化等,决定是否需开保温灯或调节保温灯的位置。

4) 一般情况下,仔猪从 7 日龄开始补料,由于是刚开始训练采食饲料,需注意每次添料只能给很少量(用手抓一小把),乳猪料价格很高,不控制好易造成较大浪费。

5) 仔猪吃料后,必须喝足清洁的水。若仔猪饮水器很长时间没有水或水管及饮水器存有脏水,需把水管及饮水器内的脏水放掉并及时补足清洁的饮水;还需经常检查饮水器是否损坏。如果仔猪喝不上清洁的饮水,就会喝地上的脏水,甚至会喝母猪的尿液,进而诱发肠胃疾病。

## 4 保育期的细节管理

仔猪断奶后进入保育舍,对仔猪来讲是一次生存考验(断奶关)。这一阶段是提高成活率、增加育肥期增重的关键时期,如果管理精细,仔猪生长发育快,养殖效益就会好。

1) 要根据仔猪品种分群饲养,因为不同品种仔猪饲养标准及营养标准不一样,日龄、体重也不一样。分群还要兼顾健康状况,便于科学精细管理。

2) 要注意调教管理,使仔猪养成定点吃料、定点睡觉、定点饮水、定点排粪尿的好习惯。相反,若调教不好,易造成猪舍环境不好、饲料浪费,且猪群易发肠道疾病,严重影响猪的生长发育。

3) 要经常检查饮水设施,仔猪若饮水不足,就会出现采食量减少或不食,很容易导致生病,进而造成严重损失。

4) 要根据猪群密度、当天气温变化等进行环境条件调节。有些养猪户往往一次性调控保育舍温度及空气质量并保持不变,这是不科学的。

5) 要注重保育期的换料。整个保育期一般要更换 3 次饲料,每次都应过渡性地换料,让仔猪逐步适应。如仔猪断奶后进入保育舍,一定要饲喂乳猪料(教槽料)7 d;第 8 天开始,饲喂 50%乳猪料加 50%保育料,过渡饲喂 7 d;第 15 天开始,过渡到保育前期料;保育料饲喂 15 d 后,开始饲喂 50%保育料加 50%小猪料;再饲喂 15 d 后,转为小猪料,直到转入生长育肥舍。

## 5 育肥期的细节管理

仔猪从保育舍转入生长育肥舍后一般再饲养 90 d 就可以育成出栏,体重可达 100 kg。但若育肥期不重视细节管理,则很难实现理想的成活率和生长速度。

1) 严格执行全进全出制度,按个体大小、强弱分群饲养,及时隔离或淘汰健康状况差的猪只。

2) 记录每天的饲料采食量,通过记录,可了解猪群的健康状况及饲料质量,有助于确定出栏时间。

3) 每天定时按全群饲养量的 3%(不重复)进行体温检测,通过监测猪的体温变化,了解猪群的健康状况。

4) 现代规模化养猪场都采取封闭式饲养,舍内环境非常重要。如温度、湿度的控制及空气质量的

调节,都直接影响生长猪的健康及出栏时间。所以,必须根据室内猪群密度、猪群体重、室外天气变化及温度变化来进行调节。

5) 生长育肥舍的饮水器很容易损坏,养殖户必须每天检查 1 次。如果生长育肥猪饮水不足,易造成其采食量下降、体温升高,甚至引发疾病,严重影响成活率、生长速度和出栏时间。

## 6 结束语

总之,养猪生产的细节问题,往往容易忽视。要想提高生产水平、提升经济效益,养猪企业必须高度重视养猪生产过程中的每一个环节的细节管理。

(责任编辑:刘娟)

## 微利时期 养猪业如何搏利

我国市场从高利润时期走向微利时期已是大势所趋。即便是养猪业,也必然符合市场规律。要想改变微利时期的弱势,就必须警惕“在旋风里面捡垃圾”。降低成本、保证质量、开发新产品是微利时期企业赢得市场的唯一出路,也是养猪业从目前国内市场降价大战中脱颖而出的有效方法。

### 1 养猪模式必须符合市场规律

国内市场近期表现出北方因天气问题造成交通不便导致猪源紧张,使得猪肉上涨,生猪价格上扬;而南方也因为天气变化促使肉类需求上涨,业界人士称之为“需求旺季”已经来临。这就符合了市场的供求规律:供求变动引起价格变动;反之,这种商品供求变化与价格变动相互作用,供给与需求相互适应,形成均衡价格的规律性。

那么,养猪企业要如何 在供求规律中谋得一席之地呢?

精明的消费者在消费时,总是货比三家,尤其是对所需产品,更是要求获知产品的质量、性能、技术、服务等方面。

毕竟,只有群众认可的食品,才会有市场、有前景。例如沈阳出现的“天价猪肉”,每千克 346 元……这些地区或者企业向消费者首推的就是消费者所需要的绿色、健康。

因此,越来越多的养猪企业或者个体已经在转变养猪模式。例如由单一的养猪模式向多元化甚至一体化模式转变:从仔猪到育肥猪到屠宰场直至到消费市场,将一切历程都展示在消费者面前,以一种公开的方式来取得消费者的认可,从而获取市场、获得利润。

### 2 市场竞争必须符合经济规律

微利时期的到来无疑是受消费者欢迎的,因为在微利时期更能从细微处检验出企业的信誉度。一个值得信赖的企业,其后续获得的利润在这个追求知名度的时代是可想而知的。

养猪企业在经济规律当中所反映的竞争与供求关系、价格变动、资金和劳动力流动等市场活动之间的联系,都说明了养猪企业对资源配置的处理。也就是养猪企业要在人力、物力和财力方面的综合支配。

降低成本的方式,并不是损害猪产品的质量、性能、技术和服务,否则就会在竞争当中被市场淘汰、被经济规律遗弃,这样的企业是不会有发展前景的。

综上所述,既要在市场降价大战中脱颖而出,又要在符合供求规律的前提下良性竞争,就像沃尔玛推出的“天天低价”策略,通过指甲刀、袜子、打火机等看似不起眼的微利产品来获取巨大的利润一样,养殖企业需要在开发新产品、保障质量以及提供优质服务等方面入手,从而打开市场、获得丰厚的商机。

市场是现实的,群众的眼睛是雪亮的,市场竞争是残酷的,只有被消费者接受的、符合市场规律变动的企业,才能更好地生存下去,才能在微利时期获取厚利。

来源:搜猪网