

综合刊

2016年4月出刊
(总第116期)



主办单位

福建天马科技集团股份有限公司
福建天马饲料有限公司

地址: 福清市上迳镇工业小区
邮编: 350308

公司电话: 0591-85627188

传真: 0591-85627388

销售热线: 0591-85622933

传真: 0591-85627088

售后服务中心热线

电话: 0591-85627700

<http://www.jolma.cn>

E-mail: jolma@sina.com



内部资料 仅供参考

免费赠阅 来函即寄

TIANMAXINXI 天马信息

目录

开首篇

2016, 饲料企业的生、死、去、留/2

养殖技术

白斑狗鱼养殖技术解析/5

黄颡鱼苗种培育关键点/6

南美白对虾塑料大棚养殖技术/7

病害防治

鳗鱼烂尾病的防治技术总结/8

泥鳅胀气病/10

春季鱼类水霉病的预防方法和治疗措施/11

多宝鱼养殖常见病害防治技术/12

虹鳟鱼养殖中常见的病害与治疗方法/15

金鲰鱼养殖过程中最易出现的几个病例防治方法/16

经验交流

PH 值偏高对鱼体的危害/18

近期宁德地区大黄鱼内脏白点病的总结/19

水产养殖鱼病现场诊治三步曲/20

鱼苗入塘“八注意”你知道吗? /22

专题论述

好资料! 饲料业务员开发市场全攻略! /23

鳗鱼的饲料知识及投喂技术详解/35

信息与动态

2016年2月福建省鳗鱼饲料产量统计/37

台湾3月起捕捞鳗苗, 最高罚15万/37

受潮流影响日本各地鳗苗捕捞量大减/38

日本各地鳗苗入池情况(截至2016年3月18日)/40

2016年1月日本进口活鳗月报/41

2016年2月份日本配合饲料产量大下降/41

2016年2月份日本部分水产配合饲料生产量/42

2016年1-3月份福建省水产养殖病情测报分析/42

鳗鱼市场周报(至2016年3月18日)/44

2016，饲料企业的生、死、去、留

文/ 谋易智造中国电子商务协会农牧专业委员会会长王中

过去30年，饲料企业从未如今天这样焦虑，因为当下需要考虑的不是发展的问题，而是生存的问题。我在以前的文章中多次表示：“2015年，饲料企业的竞争还是女人之间在吵架，而2016年，则是两个男人之间的决斗！”我何出此言呢？2014年末，中国饲料工业协会发布消息称中国获证饲料企业还有7000余家，2015年末，据农业部某领导的一次讲话透露：国内饲料企业还剩下6000余家，仅仅才过去一年，又有几百家企业退出了行业竞争。

几年前，曾有人断言，中国饲料行业最后可能只会剩下约3000家企业。这个数字是怎么得（预测出）来的，实在是不好说，但有一点毋庸置疑，在未来的3-5年中，还会有大量的饲料企业因缺乏竞争力而退出。不过，我们也不要只看表象，饲料企业数量的减少，数字之外，还有哪些是没有浮出水面的呢？

一、数量为何急剧减少？

1、《条例》的作用

2014年是饲料企业减少最多的一年，这和国家有关部门管理思路的调整有关。早在数年前，农业部就颁布了针对饲料行业管理的新《条例》，这个条例实际上在硬件上抬高了饲料企业进入和存在的门槛。过去，我国的饲料企业在部分区域，甚至是绝大多数区域，存在着“大群体、小规模、门槛低、监管松”的现象，很显然，这样

的一个群体，被一些管理者认为是很容易出现关联食品安全的饲料安全事件，这是主管部门非常不愿意看到的现象，但监管起来又比较难。所以，采取了一刀切的方式，干脆，用门槛，“干掉”一些实力弱、硬件不达标的小企业，让他知难而退。

这些规模较小的饲料企业退出市场，数量非常大。如黑龙江，企业数量减少了约70%，云南、贵州、四川、吉林等偏远省份，情况几乎大同小异。过去，在云南昆明的大板桥地区，据传有几百家饲料企业，多数都是500吨（甚至几十吨）以下规模的，这次新《条例》的实施，直接干掉了部分企业。不过，企业的许可证没有了，并不代表那些人退出了市场竞争，大部分老板带着团队和市场选择了找有证的企业合作，采取代工的方式，继续经营。

2、大企业产能过剩

中国饲料行业是从一开始就高度市场化的行业，竞争充分，当然，由于市场容量巨大，对于一些资本雄厚的企业来说，财大气粗的扩张，也带来了产能过剩。以销量排名世界第三、中国第一的新希望六和来说。当年的六和在山东大力发展禽类产业链，饲料企业密集布点，几乎几十公里就有一个，新希望六和旗下的饲料和屠宰企业高达2-300家。经过禽流感 and 所谓的“速生鸡”事件，前几年，国内禽料市场需求大幅下降，新



六和也遭受较大损失，这几年在山东、河南均有一定数量的关闭和合并行动；像东方希望这样的企业，拥有上百家饲料企业，也遍布全国，产能很大高；大北农上市后，资本充足，持续扩充产能，据估计，产能也有较大的过剩。

曾几何时，很多饲料企业均立下豪言壮志，声称要在数年内实现产销千万吨的宏伟目标，才短短两年，已经几乎张口不提了。事实上，据谋易咨询所了解，很多大型饲料企业销量的下降是以百万吨级的，出于成本的考虑，一些销量很低的工厂，难逃被关闭的厄运。由于数字敏感，在这里就不予披露了。

3、看不到未来

当然，有些企业现在还没到生存不下去的时候，而且，多少还有点利润。即使是这样，有些老板还是选择了退出，这是基于对未来趋势的判断：今天能够活下来，不代表未来也可以，而且，今天的退出成本更低一些。尤其是在新《条例》实施前，很多老板选择了主动退出，不再在硬件上继续投入了。还有一些企业，是硬件暂时达标，准备再继续经营几年，也不做长久打算了。事实上，不只是小企业（包括销量小的企业），就是一些有较大规模的中型集团性企业，不但放弃了扩张的思维，也把一些绩效不好的分子公司关闭了。

4、竞争失败退出

按照百度上的解释，“竞争的本质是不惜牺牲他人利益，最大限度的获取己方利益的行为”。在一些地区，由于产能的严重过剩，大家为了生存，竞争手段无不用之其极。今天，饲料企业的竞争已经上升到系统竞争时代，甚至转向资本竞争，对于一些资源匮乏、实力有限而且效率低下的企业来说，不管是否愿意，都只能黯然退场。

二、饲料企业的几个出路

1、混合（业）经营

所谓的混业经营就是它不再只是一个简单的饲料厂，他还可能参股猪场，甚至是药厂等养殖

产业链中的其它环节，出现“你中有我，我中有它”的新业态。混业经营在金融业早已有之，现在饲料行业那些手里有点钱，但饲料业务经营并不是顺风顺水的，往往喜欢这种方式，在一定程度上能够止住销量下滑，或者用股权来获取一部分销售资源。目前，行业内有几家上市公司做了很多的尝试，一些中型企业也是这样。

2、产业链经营

温氏的成功足以让很多有实力的企业动心，但温氏类的企业毕竟还是极少数，做全国产业链的，是重资产、大投入，成功者寥寥。而做区域产业链则更容易得到地方政府的支持甚至是庇护，对资本及资源的要求要少的多。上市公司新疆天康走的就是区域产业链道路，除了在新疆，未来在中原也会加大投入。云南神农（农业产业集团）最初从饲料领域起家，现在已经成为一个典型的区域产业链公司。再小一点规模的四川达州天王集团，现在也开始往区域产业链方向走。

不过，做区域产业链并不容易。它注定只能属于少数企业的方向，因为区域产业链想做成功，还不仅仅是资源的问题，而是能力的问题，尤其是消费端的低成本拓展能力。从做生产资料到做消费端，这是巨大的跨越，甚至比经营饲料企业要难得多。

3、专业工厂

对于一些具有很强研发能力和产品创新能力的企业来说，在某一领域走得更深入一些，照样也可以活得很滋润，如当年的教槽料领域一样，作为某个领域的拓荒者，可以享受较高的回报，只是，这样的机会和领域未来越来越少了，但并非没有。

4、小众领域

竞争最激烈的领域往往是具有较大市场容量的，因为大型企业的加入而高度竞争。但在一些小众领域，大企业暂时无暇顾及，产业链（或价值链）也未被资本所控制，所以，也拥有较好的生存空间。如螃蟹料、甲鱼料、肉羊料、肉牛料、

观赏鱼料、驴料、鹿料等等，这些领域更多的是中小企业的天地。

5、直销工厂

未来，营销的作用越来越少，而作为生产资料属性的饲料，一定会在一定时期内打一场血腥的价格战，以期自然的回归到生产资料的本质。对于一些采购、制造、品控能力超强的企业，超低的成本是在竞争中胜出的三大基础。就目前来看，东方希望、双胞胎都没有大举进入产业链，而只是对猪产业链进行小范围的试水，而同时成本控制能力超强，有望走直销工厂之路。

据悉，2016年双胞胎集团的猪场直销品牌“三胞胎”的销售目标锁定为150万吨，目前进展不错。其实，像中粮这样的企业，在饲料行业的营销时代，几乎没多少优势，而在直销时代，如果能够充分利用原料的国家化采购优势，也可以走这一条途径。据悉，目前中粮饲料的产能超过300万吨，而各种方式聚合的销量有约180万吨。

6、专业的代工厂

谁都不想成为代工厂。成为代工厂意味着只能赚取微薄的加工费，如富士康一样，超过百万名的员工，辛辛苦苦挣得的钱还不如苹果的零头，但毕竟这也是一个生意（活路）。能做成苹果不容易，但能成为富士康也不易，当下，很多饲料企业在竞争中处于下风，自认为干不过资本雄厚的大企业，干脆就裸身代工。未来的代工企业除了为一些中型规模养殖企业代工外，还会成为新兴的电商企业的代工厂，这也算是一种专业化分工。会卖的负责卖，不会卖的，干脆给会卖的打工，赚点辛苦费。

三、从业人员淘汰才刚刚开始

1、企业关门人尚在

过去的几年，实际上新《条例》的实施，并未能够淘汰掉产能，甚至使产能近一步增加。饲料行业想扩大产能很容易，大部分企业只需要改造即可。而由于大家太过于乐观，实际上前几年产能膨胀迅速，最赚钱的其实是饲料装备企业。

15万吨的产能已属低配，30万吨成为主流，60万吨的也不鲜见。所以，饲料企业数量迅速减少，并不意味着产能迅速下降，而且，从业人员，尤其是营销人员并未离场。而是由老板或职业经理人带着整支队伍以另外一种方式继续参与竞争而已。所以，从13000家到6000多家，这个数量的减少，并不能完全客观反映行业竞争的真实情况。

2、从业人员将大量退场

在过去几年，其实竞争远未如我们所想象的那样残酷，一个行业竞争到残酷阶段，一个显著的特征就是从从业人员大量减少，饲料行业也不例外。

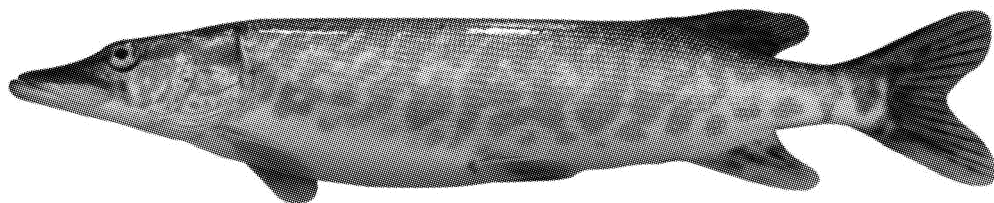
(1) 除了少部分营销人员可能转向技术服务或养殖工人外，大部分将难逃裁员结果，这是生产资料属性所决定的，也是竞争到最后去营销化的必然之路。

(2) 机械手（自动码垛机）等智能装备将代替相当部分人力岗位，尤其是新建工厂。

(3) 配方师将至少减少60%以上，而一个配方师将服务更多的工厂。专业化的营养工作室出现，一家机构服务众多企业，而且通常水平较高。

(4) 品控人员将减少50%以上。由于国际大宗原料价格的持续低迷，玉米、豆粕的性价比更高，过去几年火爆的非常规原料用量大大减少，品控压力大大降低，而设备及物联网带来自动化程度的提高、品控体系的成熟，必定对品控岗位的需求大大减少。

(5) 伪服务人员大大减少。过去，很多的服务人员实际上是以“服务人员身份”出现的营销人员，他们服务能力不足、服务效率低下，未来，对更专业、高效、可量化的服务需求更高，专业的收费服务机构涌现，这些因素综合起来，会导致“伪服务人员”大大减少。



白斑狗鱼养殖技术解析

来源：
中国渔业报

白斑狗鱼，属鲑形目，狗鱼亚目，狗鱼科，狗鱼属，主要分布于亚洲、欧洲和北美洲，在我国仅产于新疆北部额尔齐斯河流域。全世界共有7种，我国有两种，即白斑狗鱼和黑斑狗鱼。白斑狗鱼肉质坚韧少刺、味道鲜美，是人们非常喜爱的优质经济鱼类。

养殖技术

池塘培育时，要求池塘面积大约在1亩~3亩，水深1米~1.5米，最好能做到微流水排灌。放苗前15天，每亩池塘用150公斤生石灰清塘消毒，并施放粪肥250公斤~300公斤，以培育充足的浮游动物作开口饵料。在放苗前3天，每亩用2公斤~3公斤黄豆制成的豆浆泼塘，以保证有足够的生物饵料供饲料鱼摄食所需。在放鱼前1天，每亩投放麦鲢幼苗20万~30万尾作为白斑狗鱼苗的饲料鱼。白斑狗鱼苗放养密度为每亩2万尾~3万尾。放苗后每两天要投喂一次黄豆浆作饲料鱼的饵料，当鱼苗长至4.5厘米体长时，要及时拉网分疏转入成鱼塘养殖。

成鱼养殖

池塘条件：面积5亩~8亩，水深2米，水源充足，自流排灌，在高温季节保证能调低水温。池塘水

面放设水浮莲等作遮荫，最好能在池中种植一些水生植物作隐蔽场所，防止自相残食现象。

饲料准备：白斑狗鱼苗下塘前要准备充足适口的饲料鱼，体长5厘米可摄食体长为2.5厘米~3厘米左右的饲料鱼。一般采用原塘培育，即放苗前进行消毒，施肥培育饲料鱼，待饲料鱼长成厘米2.5厘米~3厘米时放入5厘米长的白斑狗鱼苗，亩放养狗鱼苗1000尾。

管理措施：随着白斑狗鱼的生长，所需饲料鱼的适口规格和数量也不断增加，要及时掌握投喂，同时每月拉网1次将大小规格分开，减少残食现象。在饲料充足的情况下，当年鱼苗养殖至12月底，个体可达1公斤，达到上市规格。

病害防治

白斑狗鱼对环境的适应能力较强，病害甚少。如发生细菌性烂鳃病，可用0.3微克优氯净或0.3微克二溴海因全池泼洒，每天1次，连用两天，效果十分理想。同时，在高温季节期每15天用0.2微克优氯净消毒1次，同时注意向水塘或水池冲注溪水或河水，保持水质清爽，水温清凉。（作者：马立鸣范毛毛孙敏）





黄颡鱼苗种培育关键 要点

来源：中国渔业报

黄颡鱼苗种培育是指刚孵化出膜的仔鱼或8~10日龄的幼苗经过15~20天培育的一个时期，在这个时期可让仔鱼、幼苗生长到3厘米左右的小规格夏花苗种，是黄颡鱼养殖中很重要的一个时期，所以养殖户要掌握好黄颡鱼苗种培育关键点：

1、池塘条件

鱼苗池塘的水源要充足、水质清新、注排水方便；池塘长方形整齐，面积2~3亩左右为宜，水深1~1.5米左右；池塘底部平坦，淤泥少，池底、池边无水生杂草，池塘水质浑浊度不能过大，pH值在6.8~8.5，透明度为35~40厘米，溶氧量在5毫克/升以上。

2、池塘消毒

鱼苗培育池清整及消毒的目的是改良池塘生态环境条件，以利于鱼苗健康生长。清整好的鱼池在投放鱼苗的前10~15天用生石灰120公斤消毒，杀死野杂鱼，致病细菌、寄生虫和其它敌害生物。

3、鱼苗放养

鱼苗放养密度依据池塘的生态条件及浮游生物的数量而定。密度过大鱼苗摄食不均匀，天然饵料不充足，生长缓慢；密度过小则影响池塘利用率和鱼苗产量。鱼苗培育池首先在施肥后，待浮游动物和原生动物、轮虫、无节幼体、枝角类、桡足类、底栖动物出现高峰期时再投放鱼苗到培育池，水温在20~28℃时，注水施肥后7~9天后即可投放鱼苗较为适宜。经过暂养后的黄颡鱼鱼苗放养密度为每亩1.5~2万尾较为适宜。且不宜搭配其它鱼类混养。

培育黄颡鱼苗种的准备工作与放养要点给大家介绍到这里，黄颡鱼是水产市场中很受欢迎的鱼类品种，而黄颡鱼苗种的培育是发展黄颡鱼养殖的重要基本工作。

南美白对虾是近几年来海、淡水养殖的重要品种，在全国范围内大面积推广养殖，是目前水产市场上的畅销产品，前景广阔。该虾繁殖周期长，生长快，肉味鲜美。南美白对虾为热带型虾，生存水温为6℃~40℃，最适生长水温为22℃~35℃，偏喜高温，低温适应能力较差。

一、南美白对虾塑料大棚养殖的优点

南美白对虾在自然条件下养殖每年大多只能养一茬；受气候等的限制，南美白对虾商品虾的销售过于集中，尤其是在北方地区，这必然严重影响其价格，导致养殖效益低下。另一方面，在养殖过程中，因夏季雨水较多，各种污染物极易被带入养殖池塘造成池水污染；再加上水鸟等的掠食易引起疾病。塑料大棚养殖南美白对虾克服了天然养殖的诸多弊端，与室外露天养殖相比，具有生长周期短，水质易调控，发病率低，产量高，且一年可养2茬~3茬的优势，效益更为可观。以下是笔者多年来应用塑料大棚养





南美白对虾塑料大棚养殖技术

来源：南美白对虾养殖技术

殖南美白对虾达到稳产高产的技术总结，以供借鉴。

二、大棚建造及配套设施

大棚建造的原则是既要考虑尽量节约成本，又要考虑牢固、经久耐用。以400m²水体养殖大棚为例：大棚山墙用240mm厚砖砌筑，东、西两山墙都开门。大棚拱顶高2.8m，大棚棚顶采用镀锌钢管弓型梁构造，跨度11m，弓型梁间距为6m，其上覆盖整张塑料布，塑料布上铺草帘子，并牢牢固定，以防大风毁坏。大棚内水池池深1.2m，水泥池壁，泥质或三合土质池底。池底铺设4路15mm~20mm PVC材质气管，进气口由中部接入。池两头进水，中间设溢水管排水，预先铺设的排水管道孔径根据总进水量考虑。池沿高于地坪20cm~30cm。

三、苗种放养

1.早茬苗放养

3月下旬即行放苗，10万尾左右/亩。7月底以前可根据市场行情随时起捕上市。

2.晚茬苗放养

8月上旬前放苗，亩放养5万尾~6万尾。在棚内水温降至16℃~17℃可及时起捕，如能利用地热或电厂余热等资源则可尽量延迟上市。

四、养殖技术要点

1.肥水放苗

放苗前一个月左右对大棚内进行清理消毒，每个大棚用生石灰150kg左右匀成灰浆全池泼洒。

15天后网滤进水40cm~50cm，稳定3天~4天后用有机发酵肥600kg左右/大棚进行积肥肥水，同时配合使用1kg左右的芽孢杆菌微生物制剂（活菌：10⁹个/g）改善底质、抑制有害菌的生长、培育水色。以后根据水色情况追施一定量的无机肥，以培养单胞藻、糠虾、枝角类、桡足类等天然生物饵料。

2.选用优质苗种

苗种质量的优劣是决定养殖成败的首要关键，故在购苗时一定要严把苗种关。首先可用样瓶或小抄网随机捞取数十尾肉眼观察：苗体规格应大小整齐，体长以1cm左右为宜；且健壮活泼，颜色青亮一致。然后再取若干苗镜检：应体表干净、肢体齐全、无病无伤，且肠胃饱满或有食物。随后检验是否有弱苗，简单方法为：随机选择若干数量的虾苗（50尾以上），放到白瓷盆中，用手朝同一方向沿盆搅动水体，使虾苗旋转成团，聚于容器中央；停止搅动后，虾苗很快散开而滞留在中间部分的即为弱苗，根据弱苗的多寡来判断质量的优劣。最后一定要试水：取大棚内养殖池水2kg左右放入某一容器，再放入几十尾虾苗，24小时后观察是否有死苗及苗的活力，一般没有死苗且活力仍较好的即可购苗放养。

3.投饵

由于前期肥水较好并具有丰富的天然饵料，故虾苗一般长至4cm~5cm前不需投饵。当观察到养殖池内枝角类、桡足类等生物饵料急剧减少时





鳗鱼烂尾病的防治技术总结

福建天马科技集团股份有限公司 王进可

鳗鱼烂尾病是养殖过程中常见的一种疾病，也是使养殖业者倍感头痛的一种疾病。其主要原因是该病具有传染速度快、复发率相当高，并容易并发其他细菌性疾病的特点，给养殖业者造成

很大的经济损失。

一、鳗鱼烂尾病病因与特性

1、病因

烂尾病是一种细菌性疾病，养殖过程中发现

即可开始投喂南美白对虾专用配合饲料。一般日投饵两次：早晨投1/3；晚上投2/3。具体投饵量要根据日常观察来决定：可在每一大棚内设几个固定投饵台，投饵后2小时进行检查以无残饵为宜。到生长后期可增加夜间投饵一次。此养殖模式下南美白对虾整个生长期的饵料系数比可达到1: (1~1.2)，故可根据总投饵量来估算其产量。

4.增氧

养殖前期，一般放苗一个月内可间断充气增氧：每间隔4小时~5小时充气半小时左右；从中期开始则尽量不要中断充气。

5.大棚调节

一般情况下，大棚应该密封，特别是连续阴天或气温偏低，棚内温度随之下降，但只要大棚密封好，仍可保证水温不低于20℃；而当外界最高气温连续几日接近甚至超过30℃时，棚内水温便会明显升高许多，这时为保持棚内温度相对稳定，中午前后应掀起大棚，让棚内通气，降低温度，保持水温在25℃以下。密封的大棚，空气流通差，湿度高，所以正常时候每天中午应掀动一次大棚，让空气得到交换，改善棚内空气质量。在初春或初冬季节，当外界气温较低时，大棚内会产生很大的雾气，从理论上讲，通过放风可以将雾气散出。但因为外界温度低、所以绝对不允许放风。目前认为比较好的克服办法是：将温室前部放风口以下部分开始就用普通棚膜，在温室

的前底脚靠北些的地方东西贯通吊起高地膜，上部与棚膜保持有30cm左右的距离，下边埋入土壤中，使之形成1个相对独立的空间。有了这样1个装置，使得从上部流下的雾气停留在其中，不能向温室的后部移动，从而使雾滴附着在前部的棚膜和地膜裙上，形成大的水滴顺势流下，因而可以大大减轻雾气的发生。待严寒过后，再撤除地膜裙，使用无滴膜的温室。

6.水质调节

据养殖季节的不同，适时加注新水和进行水质调节，经常使用底质改良剂和微生物制剂来改良池塘水体的生态环境，使池水长期保持肥、活、嫩、爽。一般养殖前期每天加水5cm~10cm，透明度保持在30cm~40cm，达到2m水位后，再开始逐步换水，每天换水量10cm左右。以后逐步增大到15cm~20cm。养殖后期水色过浓的池口换水量增大到30cm左右，尽量使池水保持清爽，透明度保持在30cm~50cm。另外，在整个养殖过程中无须用抗生素等药物。可在每张大棚内放养2尾~3尾鱼，以随时吃掉弱虾、病虾从而预防疾病的发生或蔓延。

五、收获

在此养殖模式下，一般放养50余天后即可达到上市规格。此时可根据市场行情随时用地笼或拖网起捕上市。一般每平米可产虾1.5kg~2kg，每个大棚年可获纯利两万余元。





其病例较为复杂，主要有三种类型。

①鱼体未受伤时原发性感染柱状屈挠杆菌

在不良水环境下易发生：在鳊池底质差、排污不干净；水质恶化氧气不充足，氨氮多，细菌易繁殖感染。

②鱼体受伤后由斑点产气单胞菌感染引起

在药物过敏、搬池、选别、加热管烫伤、排污时被刷伤或者尾巴插入排污栅等原因使鳊鱼表皮保护粘液分泌过多皮肤受伤，保护功能降低易使体表受细菌侵入而感染，引发烂尾病。

③低温阴雨季节，并发水霉病，水霉孢子着生于受外伤及细菌感染后的皮肤上，形成病灶，长出棉毛状水霉，菌丝穿入肌肉，甚至侵入脑、心脏、血管、肝脏或其他内脏器官。

2、特性：

①鳊鱼烂尾病往往发生在20℃以上水体中易发生，在20℃下水体中较少发生。

②在规格较小鳊中易发生：在养殖中可以发现，白苗期几乎不见有烂尾病发生。而在黑仔和鳊种养殖中易发生，特别在选别之后几天，所以要特别注意；而在幼鳊和成鳊养殖中也很少见有烂尾现象。

二、病理分析及主要症状

1、病理分析：

此病早期是体表局部炎症，表皮和皮下组织坏死脱落，局部血管扩张充血，并伴有白细胞渗出，随着病情发展、局部炎症加重，病灶向周围蔓延，并通过败血症引起肝、肾、脾等不同程度病变。

2、主要症状

早期：池塘四周可见游动缓慢的病鳊，病鳊离群，在尾柄处有黄色或黄白色的粘性物质，同时尾部外表的粘性脱落，尾部变白。

晚期：尾柄处充血、发炎、糜烂，严重时尾鳍烂掉，尾柄处肌肉出血、溃烂，骨骼外露，病鱼在水中失去平衡，头部朝下、尾部朝上，呈倾斜状“竖游”，病鳊不久就会死亡。

三、处理方案：

1、及早发现、及时处理

鳊鱼烂尾病发生有其特定性，烂尾病本身性质也有其特异性。发病初期及早发现，及时采取正确措施，可以治愈轻度烂尾，并且可以控制传染，防微杜渐。如果拖延时间，势必造成病情迅速蔓延，规模越来越大，病情越来越严重，严重时可以说是病入骨髓，无药可救，给及时治疗增加难度。所以要求技术人员经常巡塘，认真观察，发现情况及时处理。

2、控制传染

烂尾病的治疗也就是仅仅相对于患有轻度的那部分来说，较严重的几乎无法救治；又由于烂尾病发展快，蔓延感染到半池也不是没有可能的，一旦感染上了，便成了烂尾病。所以一个鳊池如有一小部分鳊鱼发生烂尾病，对整个鳊池产生了极大的威胁，所以鳊鱼烂尾病的治疗从某个意义上来说也就是控制传染。控制传染的办法有：①捞起病鳊进行特殊处理，并捞尽死鳊；②更换新水；③适当降低水温至20℃或20℃以下；④药物处理。

3、外消毒浴处理

①重铬酸钾2.0-2.5ppm+二硫氰基甲烷0.3ppm或聚维酮碘0.5-1.0ppm+乙酰甲嗪2-4ppm；②罗红霉素3.0ppm，药浴时间保持24h第二天全池泼洒二氧化氯1.0-1.5ppm。

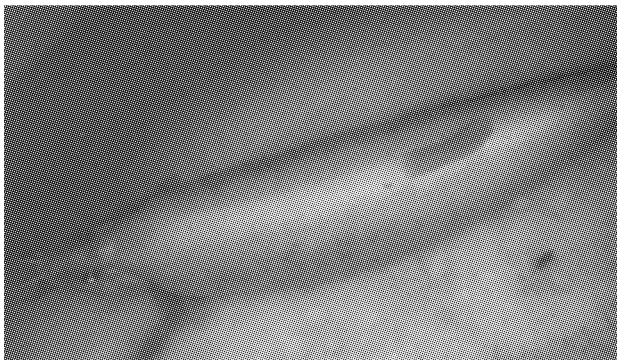
4、内服药饵配合

在药浴处理期间可以停食，换水之后可以饲料减量减量药饵内服。加药方法是：罗红霉素3-5g/kg饲料或者Vc。

5、调节水质有利于康复

在药浴后第二天晚上可以用高锰酸钾1.5-2.5ppm进行水质处理，在一定程度上有利于病鳊康复。





图示泥鳅腹部鼓起，表现出发胀症状

泥鳅胀气病

福建天马饲料有限公司 陈冬安

泥鳅被称为“水中之参”，生活在湖池，是营养价值很高的一种鱼，南方分布较多，北方不常见。全年都可采收，夏季最多，泥鳅捕捉后，可鲜用或烘干用。随着泥鳅养殖规模的不断扩大，养殖水质不断恶化，疾病不断增多，近年出现的“胀气”病就是其中的一种。泥鳅胀气病虽说不是什么大病，也非常容易治疗，但是很多地区每年都有发生，有着多年养殖经验的养殖户也没有办法预防，给许多养殖户带来了一定的损失。

一、病因

泥鳅不仅能用鳃和皮肤呼吸，还具有特殊的肠呼吸功能；当天气闷热或池底淤泥、腐植质等物质腐烂，引起严重缺氧时，泥鳅也能跃出水面，或垂直上升到水面，用口直接吞入空气，而由肠壁辅助呼吸，当它转头缓缓下潜时，废气则由肛门排出。泥鳅的肠道既承担了消化食物的功能，又承担了呼吸功能。据研究，泥鳅“肠呼吸”可占其呼吸量的1/3。投饵时，泥鳅到水面吞气，抢食，吞气，抢食的过程，“肠呼吸”的次数有所增加。这种次数的增加，有时与投饵的质量有关，例如投喂高蛋白或单一的饵料后，泥鳅会在池中集群，“肠呼吸”的次数随之迅速增加，而后逐渐不摄饵，其在池中游动，最后浮到水面。其根本原因就是水体水质差及溶氧不足。

二、流行特点

主要流行于4~5月。当泥鳅消化能力弱，在

发粘或发涩水体中易爆发此病。

三、症状与病理

病鳅肚鼓，腹部朝上漂浮于水面，腹部黑白相间，表现出发胀症状，有时腹部胀得发红，解剖后，可见腹壁、肠壁很薄，稍用力可将肠道内饲料从肛门处挤出。有时伴有肠炎发生；多数肝胆有病变，有的肝、脾肿大，肝脏发黄、发白、发绿，胆汁变黑变黄。严重的出现死亡。

四、诊断

根据症状即可进行初步判断。

五、防治

预防措施：

①定期换水，保持水质的清新，如感到水质发粘或发涩及时换水；

②定期改底，控制底泥排放气体，减少水中气体的含量；

③前期少量投喂饲料，逐渐增加，阴雨天减少投喂量。

治疗方法：

首先换水，换过水之后一亩地按1.5千克（苗适当减量）的盐撒下去，同时内服健胃助消化，保肝护胆类药物，如果有肠炎出现可配上治疗肠炎的药，添加大蒜素2g/kg、食盐3g/kg，连喂5~7d。第2天如果还有胀气出现，就再换水，再撒盐，不出三次泥鳅胀气就可治愈。





春季鱼类水霉病的预防方法和治疗措施

来源：中国养殖网

初春季节，气温波动差异较大，在近期工作中发现常规鱼类感染水霉病的几率较高，现整理出水霉病防治的相关意见供参考。

一、流行特点

水霉病又称白毛病，是鱼类常见真菌性疾病之一，对感染对象没有选择性，但与宿主的健康状况密切相关，大多是体表鳞片脱落或受伤的鱼先开始感染。鱼卵也可感染，感染后称为太阳籽或卵丝病。

水霉病病原菌5~26℃均可生长繁殖，繁殖适温为13~18℃。

二、典型症状

感染早期不明显，直至菌丝一端深入宿主体内，造成发炎和坏死，另一端裸露在体表外，形成肉眼可见的灰白色棉毛状絮状物，并粘有污泥、藻类等，俗称鱼类体表“发毛”，严重的病鱼鳍条损伤，整个体表覆盖一层白毛。待菌丝繁殖生长加快，会加剧体表皮肤受损，病灶处形成大量絮状物质，皮肤红肿溃烂，病鱼游动缓慢，背部发黑，往往挣扎游动于水浅表面附近，食欲减退，最后瘦弱而死。

三、发病原因

- 1、鱼类体表掉鳞或免疫力低下、养殖密度过高，发生挤压碰伤；
- 2、温度过低，池塘水质较差，鱼体浮头或冻伤；
- 3、连续阴雨天，早春或晚冬天气，容易诱发此病。

四、预防管理

现阶段的水温较为适合病原菌繁殖生长，因此，尤其要做好预防工作：

一是冬季清塘时可以除去池底过多的淤泥，用200mg/L的生石灰或20mg/L的漂白粉消毒；

二是加强饲养管理，提高鱼体抗病力，尽量避免高密度条件暂养时造成鱼类挤压碰撞掉鳞，或在捕捞、运输过程中尽可能避免鱼体受伤；

三是水温低于15℃时，尽量减少人为操作，防止出现应激反应，导致擦伤或冻伤。

四是经长途运输的鱼种放养前和放养后，及时用3~5%食盐水或消毒剂进行消毒。

五是亲鱼人工繁殖受伤后，可在伤口涂抹10%的高锰酸钾溶液消毒处理。

五、治疗方法

1、病鱼数量少可局部操作的话，可以用含碘消毒剂浸泡，如浓度为20mg/L聚维酮碘溶液，或2mg/L的高锰酸钾混合1%的盐水浸泡病鱼20~30分钟；

2、用800mg/L的食盐与小苏打合剂（1:1）全池泼洒；

3、内服抗细菌药物（如磺胺类），防治细菌继发感染；

4、市面上常见其他的防治水霉病渔药种类。

六、注意事项

严禁使用孔雀石绿治疗该病；注意消毒剂使用时的天气状况。





多宝鱼养殖常见病害防治技术

来源：中国养殖网

多宝鱼养殖的病害为什么这么多？在多宝鱼的养殖中，病害问题日渐突出，时有发生多宝鱼大规模死亡的情况，从而给养殖户带来巨大的经济损失。现农村致富网的编辑将多宝鱼养殖常见病害防治技术分享如下：

1、红体病

病原为虹彩病毒。病鱼鳃丝贫血，呈暗灰色，鳍基部出血，严重者整个身体出血发红，胃肠壁呈点状出血，摄食力下降、活力差、不易集群。感染初期死亡较少，但出现明显症状后死亡很快。

对策：（1）避免投喂不新鲜的冰冻杂鱼，以防病毒被带入养殖池中；（2）一旦发现病鱼要及时隔离；（3）在饵料中添加抗病毒药物（如“抗病毒免疫促长素”）、加“鲟服康”内服，每日两次，连喂5-7天为一个疗程。

2、黑瘦症

病原为灿烂弧菌。发病鱼苗体色发黑，头部大，身体相对较小，呈畸形，不摄食、活力差、发育迟缓、变态率低，最后沉底死亡。孵化后7-18天的早期仔稚鱼易受感染，此病发病率高，死亡快，属急性死亡。

对策：（1）保持养殖用水的清洁和充足的换水量；（2）用“参鲟菌毒杀”对轮虫及卤虫进行消毒处理后再收集投喂鱼苗；（3）用“高

浓度复合戊二醛”全池泼洒进行药浴，连续处理3天，每天药浴时间在8小时以上。同时在饵料中添加“溃疡平”内服，每日两次，连喂3-5天为一个疗程。

3、白鳍病

病原为鳃弧菌。病鱼背、腹鳍变浊白，鳍的边缘卷曲，鳍组织出现溃烂。腹部外观呈现橘红色。严重感染的病鱼体色变暗、不摄食、漂游水面、游泳无力。此病主要发生在25-40天的仔稚鱼，表现为急性死亡。

对策：（1）养殖用水要严格过滤，并经过消毒处理以保证水质清洁；（2）降低养殖密度，加大换水量，及时吸污清底和清除死亡鱼苗；（3）用“参鲟菌毒杀”对轮虫及卤虫进行消毒处理后再收集投喂鱼苗。（4）用“高浓度复合戊二醛”全池泼洒进行药浴，连续处理3天，每天药浴时间在8小时以上。同时在饵料中添加“健鱼乐”内服，每日两次，连喂3-5天为一个疗程。

4、腹水病

病原为鲨鱼弧菌和大菱鲆弧菌。病鱼腹部膨大，肠胃中或腹腔内有大量无色或淡黄色液体，严重时病鱼全身弥散性充血呈暗红色，肛门红肿、凸出。此病在大菱鲆的苗期和养成期均可发生，死亡率高，常引起大规模死亡。

对策：（1）加强卫生管理，避免投喂不新鲜





的杂鱼；（2）发现病鱼立即隔离，以防相互传染；（3）在病鱼尚能摄食时在饵料中添加“鲟服康”加“鱼病康”内服，每日两次，连喂5-7天为一个疗程。当病鱼停止摄食时，用“参鲟菌毒杀”全池泼洒进行药浴，连续处理3天，每天药浴时间在8小时以上。

5、烂鳍病

病原为鳃弧菌。病鱼的背鳍、臀鳍、胸鳍和尾鳍先变浊白，1-2天后逐渐充血发红直至溃烂。严重时鳍部组织烂掉而缺损。该病多发生于苗期和养成初期，传播快、死亡率高，属急性死亡。

对策：（1）降低养殖密度，降低发病机率；（2）勤吸污，加大换水量以保持池底清洁和良好的水质；（3）适时分池，小心操作和搬运，防止擦伤；（4）发现病鱼应尽快隔离处理；（5）用“高浓度复合戊二醛”全池泼洒进行药浴，连续处理3天，每天药浴时间在8小时以上。同时在饵料中添加“溃疡平”内服，每日两次，连喂3-5天为一个疗程。

6、疥疮病

病原为革兰氏阳性球菌。发病初期，在背部出现局部性红肿，随着病情的发展，病灶中间产生黄色脓状物，最后表皮出现黄白色、圆形溃疡性伤口。溃疡伤口多集中在鱼的躯干部肌肉厚实的部分，可形成深窝。严重时伤口可洞穿整个鱼体，伤口处充满脓状物。该病多见于养成期。

对策：（1）加强常规管理，勤换水、吸污，防止出现残饵，保障良好水质；（2）适时分池，调整养殖密度；（3）出现病症时，及时将病鱼隔离；（4）用“高浓度复合戊二醛”全池泼洒进行药浴，连续处理3天，每天药浴时间在8小时以上。同时在饵料中添加“溃疡平”内服，每日两次，连喂3-5天为一个疗程。

7、白便症

病原为大菱鲎弧菌和溶藻胶弧菌。病鱼体色变暗，腹部下凹，不摄食或吞食后吐出，挤压腹部可见白便从肛门流出，有时肛门处拖带稠的白色粪便。因此，发病时池底经常会发现黄白色条状物。该病常见于育苗期和养成期，其感染率及死亡率均较高，能引起长期慢性死亡，养殖过程中常与腹水病状并发。

对策：（1）加强吸污和换水，清除池底污物；（2）勿投喂不新鲜的冰冻杂鱼，防止病原体的侵入；（3）池底较脏时可进行移池或使用“氧立得”等强氧化剂处理，使池中有有机物氧化；（4）用“高浓度复合戊二醛”全池泼洒进行药浴，连续处理3天，每天药浴时间在8小时以上。同时在饵料中添加“鱼病康”加“鲟服康”内服，每日两次，连喂5-7天为一个疗程。

8、脾肾白浊病

病原为细菌，菌种有待鉴定。该病俗称“阴阳鱼”或“两截鱼”。病发时，腹部肾脏区隆起，鱼体开始变暗，摄食量下降，鳃丝末梢出现白色肿大物。解剖病鱼后发现脾肾严重肿大，外观呈白色，组织易碎，切开后像豆腐渣，失去了正常组织结构。随着病情发展尾端变黑，黑色面积自尾端向头部方向逐步扩大，出现明显的“黑白”界线，鱼体好像分成明显的两截。当黑色边缘推移到腹腔位置时病鱼开始发生死亡。该病发生在养成期，属慢性死亡。

对策：（1）加强吸污和换水等日常管理，保持池底、水体清洁；（2）发生此病时在饵料中添加“鲟服康”内服，每日两次，连喂5-7天为一个疗程。

9、凸眼病

病原为一种肠球菌属细菌。病鱼的单眼或双





眼凸起，眼周组织浮肿呈淡红色，眼部正下位的腹面区域也常出现红肿。严重时眼球爆裂导致病鱼失明，最后因无法捕食而死亡。此病从苗期、养成期到亲鱼培育期均有发生。

对策：（1）避免投喂不新鲜的小杂鱼及冰冻鱼；（2）加强水质管理和卫生操作。（3）发生此病时在饵料中添加“鲟服康”内服，每日两次，连喂5-7天为一个疗程，直到病症消失为止。

10、鞭毛虫病

病原为漂游鱼波豆虫。在感染初期体表出现多处呈不规则状的小面积白色斑块，1-2天内可遍及全身。鳃丝及白斑处有大量黏液和寄生虫体。病鱼食欲差、消瘦、游泳迟钝。该病多见于养成期，在高温期发作，传染极快，1-2天内可导致整池鱼大部分死亡，属急性死亡。

对策：（1）加强吸污和换水等日常管理，清除有机碎屑，以保持池底、水体清洁；（2）一旦发现病鱼，应尽快加冰或采取其他措施降低池水水温，降低鞭毛虫繁殖速度和疾病蔓延；（3）同时将病鱼用淡水浸泡10分钟杀灭鱼体表面鞭毛虫。

11、盾纤毛虫病

病原为蟹栖异阿脑虫。鳃丝、鳃盖膜、眼周和鳍部组织为盾纤毛虫的易感区域。感染初期病鱼体表出现白斑、粘液增多。随着病情的发展，病鱼一般体色变暗、活力减弱、摄食量降低、生长减慢、在养殖池中散群，偶有出现打转游动现象。该病在苗期、养成期和亲鱼培育期均可发生。此病传染快，发病率高，可引起大规模死亡。

对策：（1）养殖用水要经过严格过滤或消毒处理，避免虫体随水带入养殖池；（2）加强吸污和换水等日常管理，清除有机碎屑，以保持

池底、水体清洁；（3）投喂鲜活小杂鱼要经淡水浸洗30分钟以上或冰冻处理后投喂；（4）发现病鱼后，在池中使用福尔马林300×10-6浸泡3小时，以杀灭鱼体表面和水体中的纤毛虫。

12、白化病

该病属因特殊营养缺乏和失衡而导致的营养性疾病。在自然环境下，大菱鲂的自然体色为背面青褐色，腹面白色，中间分布有点状黑色颗粒。但在人工育苗和工厂化养殖条件下，大菱鲂易出现白化现象，我们称之为“白化病”。患有白化病的鱼虽然生长基本正常，不发生死亡，但其养成商品鱼的经济价值降低，给养殖业户造成一定的经济损失。病鱼背面体表色素异常，出现不规则白色斑块和少量的浓黑着色区域，严重时整个背面呈白色。该病在苗期和养成期均有发生，发生率可达90%以上。患病仔稚鱼皮肤透明状，色素稀少或分布不均，随生长其皮肤逐步变成全白或黑白相间。

对策：（1）在亲鱼培育期间，制定适宜的控光和控温计划，严禁升温过快、急率促熟的操作方法；（2）强化亲鱼营养，投饲一定量的鲜活饵料以增强卵的营养积累；（3）给鱼苗提供充足的、高质量的轮虫和卤虫；（4）降低苗期培育密度，同时提供适宜的培育条件。

多宝鱼的养殖是我国新兴的一个水产行业，养殖户要在这个新兴行业中占稳脚跟，打下良好的基础，那么无论是饲养管理还是病害防治都需要掌握好，这样才能提高养殖效益。





虹鳟鱼在养殖中也和其它鱼类一样容易患上各类病害，比如常见的就有小瓜虫病、三代虫病、肝脂肪变性病等，这些病害给虹鳟鱼的健康带来很大的危害，甚至时常发生死亡，所以对于虹鳟鱼养殖中常见的病害症状与治疗方法都要进行了解：

一、小瓜虫病（白点病）

易发生在仔鱼期，病鱼体表明显出现许多小白点，鳃上分泌大量粘液，病鱼呈现不安状态，常侧身在池壁摩擦身体，食欲减退。治疗时用1/4000的甲醛溶液浸洗1小时，或在5%~10%的盐水中浸洗1小时。

二、三代虫病

三代虫寄生于鱼的体侧、背鳍、臀鳍、尾鳍或鳃等部位。病鱼动态和上述小瓜虫病相同。另外，病鱼鳃肿大，鳃丝暗黑色，体色黑瘦，不摄食，离群缓游，渐趋死亡。此病主要危害稚鱼和当年鱼，在成鱼上也有寄生。防治此病：可用1/2000~1/4000的甲醛液浸洗病鱼0.5小时~1小时，或用2%浓度的盐水浸洗2小时。

三、肝脂肪变性病

此病是人工养殖虹鳟由于投喂的饲料营养含量不全、长期缺乏必需氨基酸或维生素等造成的。不新鲜的、生霉的或氧化变质的饲料，以及饲料中碳水化合物、脂肪、磷等过多均可引发此病的发生。病鱼体色发黑，鳃颜色变淡，体质衰弱，离群，不活泼，独自漂在缓流处。肝脏肿大，呈黄色、黄白色或黄褐色，胆囊肿大呈黄色。胃肠充满黄色粘液，无食物，肠末端溃疡充血。防治办法：发现病鱼立即换喂优质饵料，减少投喂量，

在饲料中增加维生素的含量。病情较轻的鱼经过2个月~3个月可完全恢复，病重者则无法挽救。如果投喂全价合成颗粒饲料，可减少此病发生。

四、肤霉病

又称水霉病，发生在孵化期死卵或损伤的卵上，并能侵害临近的好卵，在受伤的鱼体处也易着生。发病初期出现小斑点，然后逐渐扩大成绒毛状，使患处肌肉溃烂坏死。水霉繁殖适温在4℃~14℃。预防办法：孵化期注意拣除死卵，拉网时注意不要擦伤鱼体。

五、细菌病

细菌性疾病有多种，如细菌性鳃病，多于春季发生在体重3克以下的稚鱼上；烂鳍病，水温15℃以上时发生，水温低于15℃时病菌自行死亡。这两种病鱼，均可用1/2000浓度的硫酸铜溶液浸洗30秒，或用1×10⁻⁶浓度的呋喃剂浸洗1小时，也可投喂混合磺胺类药物的饲料治疗。

六、弧菌病

多在晚春或秋季水温15℃以上时发病。病鱼眼球突出、白浊、糜烂，鳍基部、体表、肛门、口腔等处出血。病重鱼肌肉坏死，肠管充血、发炎，肾脾肿大。防治办法：用磺胺类药物混拌于饲料中，投喂1周；然后清刷池子，并用漂白粉或生石灰消毒；也可用1/50万浓度的盐水浸洗20分钟。

虹鳟鱼在养殖中对于病害的防治要以预防为主、治疗为辅的理念，在日常饲养管理过程中就要注意消毒、投饵等事项，减少虹鳟鱼发病的可能性。





金鲳鱼养殖过程中最易出现的几个病例防治方法

来源：中国水产养殖网

金鲳鱼，学名卵型鲳，是水产养殖界近年迅速发展海水鱼。金鲳鱼生长迅速，抗病力强，市场销售形势乐观，整个产业链从种苗、饲料到加工出口销售，初步形成完整的系统，深受养殖户欢迎。虽然金鲳鱼抗病力很强，但从近年开始，由于鱼类种苗品质可能出现的退化，或是养殖环境出现污染，金鲳鱼养殖过程中也出现较多的病害。笔者总结了金鲳鱼养殖过程中最易出现的几个病例防治方法，供养殖户参考。

一、神经坏死病毒

病情简述：养殖户送样鱼10尾，此金鲳鱼苗自4月16日自海南采购，经过10多小时运输后直接上排，第二天出现少量黑身鱼苗在水面打转，第三天黑身鱼苗增加，检查网箱底部出现60尾的死亡，此后死亡鱼苗每天递增，浮于水面的鱼苗也有增加趋势。

检查分析结果：经检查，黑身鱼苗体表粘液消失，皮肤退色变黑，镜检全身没有寄生虫，肠道有大量黄白脓汁，其他内脏正常。

送检结果主要为诺达病毒（神经坏死病毒），该病毒以垂直传播为主，所以同一母鱼孵化出的苗有可能全部带毒。同时肠道伴有明显肠炎，为嗜水气单胞菌。

产生原因：运输过程压迫式应激，导致鱼类产生不适，诱发体内存在的病毒；运输过程摩擦导致鱼苗外伤加重病毒传播与感染；而肠炎的产生，则与鱼苗身体机能下降后消化功能退步有关。

处理方法：1、尽量缩短运输时间与降低运输密度，并在运输过程中投放VC类抗应激剂；2、运输结束后，鱼苗上排前适量添加刺激性低的消毒剂，减少体表创伤感染；3、内服恩诺沙星与VC三聚磷酸酯，每天两次，连续五天，能效减少

鱼苗损失。

二、肠炎

病情简述：网箱养殖，进苗20天，是质量较好的头苗，生长速度快，从23日起发现有十几尾鱼浮于水面，体色正常，游泳速度较慢，整箱鱼吃料速度下降，检查箱底出现30尾左右死鱼。

检查分析结果：鱼体色彩正常，无脱鳞与粘液减少现象，全身无寄生虫，肝脏等内脏器官完好；肠道有大量黄白脓汁与固体物，轻压腹部，有黄白色体液渗出。经细菌检测，可确诊为肠炎。病原为嗜水气单胞菌。

产生原因：金鲳鱼肠炎是伴随金鲳鱼养殖整个过程的常见病，也是导致金鲳鱼的养殖过程最重要的死亡原因，如果处理不好，往往会导致养殖成活率偏低，生长过慢，是影响经济效益的一个非常重要因素。金鲳鱼肠炎为何容易发生？经研究，导致肠炎产生的直接因素未能确定。但总体认为与鱼的凶猛食性有关，也有人怀疑与饲料配方、生产工艺不够成熟有一定关系。

处理方法：1、平时控制投料量，以达到八成饱为指标；2、投料前，对饲料进行泡水软化处理，避免直接大量投喂干燥膨化饲料；3、肠炎出现后，使用诺菌素与多维进行药饵投喂，每天两次，连续四天；如果病情严重，则再加入肠炎灵（商品名，主要成分盐酸黄连素）处理。病情一般在三天内能够控制，死亡停止。

三、车轮虫病

病情简述：池塘养殖，投苗一个半月，少量金鲳黑身，体消，在池边狂游，速度很快，有时急速打转，整池食料速度下降，池底出现少量死亡。

检查分析结果：捕捉到几尾黑身狂游鱼苗进行检查，并抛网检查其他健康鱼苗。全身器官正常，





但体色偏暗，色彩不够鲜艳，检查鳃丝，发现黑身鱼大量车轮虫，其他体色较好鱼鳃丝也存在大量车轮虫，确诊为鳃丝车轮虫寄生。车轮虫为常见寄生虫，池塘养殖金鲳鱼，水质肥沃时最容易生产此病。在高温季节，大量车轮虫繁殖，布满整个鳃部时，金鲳鱼很容易出现窒息缺氧死亡。车轮虫数量较少时，金鲳鱼会表现出狂躁症状，无法摄食，导致营养不足，体色暗淡甚至发黑。

处理办法：1、池塘水质力求清爽，有换水条件多换水，避免寄生虫快速繁殖；2、硫酸铜与硫酸亚铁合剂1ppm全池泼洒，第二天检查是否害生虫脱落。使用此药剂时，务必注意天气变化，温度较高时，要留意水体是否会缺氧。硫酸铜剂量过大时，导致金鲳应激反应时，用海中宝（商品名，主要成分为硫代硫酸钠）2ppm可缓冲毒性减少应激。

四、刺激隐核虫

病情简述：网箱养殖，整个鱼排食料速度大幅下降，鱼游泳无力，体色暗淡。与平时相比，最大变化是吃料速度迅速下降。鳃丝、体表出现白点。俗称“白点病”。

检查分析结果：全身器官正常，体表完好，但体表粘液大幅增加，鳃丝粘液明显增加，鳃丝出现白色斑点。镜检可发现大量正在分裂的刺激隐核虫，检查体表粘液，同样发现刺激隐核虫。刺激隐核虫是金鲳鱼养殖最大敌人，大量在鳃丝寄生虫时会阻碍鱼类正常呼吸，同时会刺激鱼体分泌大量粘液；研究表明，刺激隐核虫还会分泌一定毒素，影响金鲳鱼的正常生理工作。刺激隐核虫大量存在时，金鲳鱼先是厌食狂躁不安，随后身体消瘦，肥胖度大减，体质极度虚弱，往往会形成大量死亡。刺激隐核虫每年在水温下降的季节秋天出现，但随着养殖密度的加大与海区鱼排数量增加，或者鱼排分布不合理，流速缓慢，都有可能让刺激隐核虫提前爆发。刺激隐核虫外壳坚硬，生命力旺盛，抗药性非常强，到目前为止，没有能一次性灭杀的药物。

处理方法：1、到目前为止，没有药物能一次性灭杀刺激隐核虫，预防以提高鱼体免疫能力

为主，在饲料中添加金鲳宝贝（商品名，主要成分多维与胆汁酸）、VC三聚磷酸酯，加快生长速度与免疫能力。2、在刺激隐核虫繁殖季节，在每口网箱吊袋小瓜灵（商品名）500g与敌百虫500g，三天后重复再吊。确保安全渡过刺激隐核虫繁殖季节；3、已发现金鲳鱼鳃丝上出现大量刺激隐核虫，而且金鲳鱼食料大幅下降，除吊袋小瓜灵500g与敌百虫500g外，尽量把鱼排移到流水较急地方。

五、金鲳鱼疔疮

病情简述：金鲳鱼食料正常，体色完好，生长正常。在背部、尾鳍部、下腹部出现明显疔疮，疔疮红肿有脓汁，严重影响鱼美观，卖相难看。

检查结果分析：对疔疮进行细菌培养检测，可分离出乳球菌与弧菌。产生原因有可能与饲料维生素不足，引发皮肤溃烂感染所致。此病虽然不会构成大量死亡，但疔疮的存在严重影响了金鲳鱼的卖相，从而影响了金鲳鱼销售价格。

处理办法：1、在饲料里定期添加金鲳宝贝与Vc三聚磷酸酯，可有效避免皮肤溃烂出现；2、疔疮出现后，用多种维生素混合氟苯尼考，连续内服一星期后，可消除此疔疮。

六、黑身病

该病因不详。神经坏死病毒、肠炎、应激都有可能引起金鲳鱼苗黑身。该病主要表现为鱼苗身体颜色发黑，在池塘边或者网箱边分散游动，活力差，逐渐死亡。

防治方法：

(1) 选择卫生消毒条件较好的苗场，选择健壮活泼的鱼苗。

(2) 鱼苗运输前适当拉练，提高鱼苗的抗应激免疫，同时运输过程添加维生素C等抗应激药物，减少鱼苗损伤。

(3) 水温在24℃以上，无大寒潮南下，天气稳定时再进苗。

(4) 开始投喂应与苗场的相同，避免苗场投喂粉料，回苗后马上投喂膨化颗粒料，应给予过度期，并拌料喂氨基多维等保健药品。





PH值偏高对鱼体的危害

福建天马饲料有限公司 杨晗

在渔业生产中，提起水质，大家第一个想起的就是PH值，在精养池中PH值会相对稳定，但在土池养殖中各方面的因素都会影响PH值的变化，PH值的变化对水体的物理、化学和生物因子均有较大的影响，同时会改变污染物的降解反应和污染物的形态。而通常我们在关注PH值时往往更关注PH值偏低时的情况，懂得用生石灰去调节，并使用底质改良剂、益生菌、EM菌等类产品促进有机物分解，阻止其形成腐植酸。却忽略了PH值过高对鱼类的危害。过高的PH值会引起鱼类死亡，即使有时不致死，但由于其值超过鱼类的忍耐程度，导致生理功能紊乱，引起其他疾病的发生。笔者在此就来和大家谈谈PH值过高的危害。

（一）PH值过高的原因及危害

导致水体PH值过高的主要原因主要有：二氧化碳大量消耗、藻类大量繁殖、养殖中后期投饲量多、排泄物增多、池塘内大量氨氮的积累等因素。水体PH值过高直接影响到鱼类血液的PH值，使其发生碱中毒，氨中毒，影响池中物质代谢转换，并会腐蚀鳃组织及皮肤。

1、高PH值下的碱中毒危害

养殖实践证明，鱼类能够安全生活的PH值范围是6.5—9，而最适宜酸碱条件PH值在7—8.5之间。而当池塘PH值上升到9—9.6之间时，在这种碱性条件下，会直接导致鱼类血液PH值发生碱中毒，影响血液缓冲系统平衡，对鳃、皮肤及粘液有腐蚀作用，致使鱼体分泌大量粘液，影响呼吸，在此状况下，即使在富氧水域里的鱼也会出现缺氧症状。若短时间内PH值变化过大，会使鱼兴奋、快游、喘息、跳跃，甚至造成灾难性的危

害；在冬季，PH值长时间处于高位，会使鱼类出现慢性碱中毒现象，起先鱼类弯体侧游，慢慢鱼类仰卧于水中，随后贴近冰下被冻伤、冻死，造成经济损失。

2、高PH值下的氨中毒危害

PH值的升高会增大氨的毒性，水体中氨氮以两种形式存在：非离子氨和铵离子，二者之间的平衡关系受PH值直接调节，当PH值升高时，非离子氨所占的比例将增大，当水体PH值从8升到9时，非离子氨将增加7倍。非离子氨对鱼类有很强的毒性，因为它具有相当高的脂溶性，能穿透细胞膜毒害细胞，最终可损害鳃、肝等组织。

3、高PH值对物质代谢转换的影响

高的PH值会使水生植物光合作用和腐败菌的分解作用受抑制（当PH=9.5以上时硝化细菌受到抑制），有机物分解率减慢，物质循环过程变慢，使细菌、藻类，浮游生物的繁殖受到影响，严重时会引起浮游动植物死亡，使水体缺氧，致使鱼类死亡。当PH值在9.0—9.5之间时主要是 CO_2 -、 HCO_3^- 致毒，PH9.5以上时 CO_2 -和 OH^- 一起协同作用致毒。碳酸盐型水体在蒸发和结冰过程中水体不断浓缩，不断析出 CaCO_3 或 $\text{CaCO}_3 \cdot \text{MgCO}_3$ 的结晶，在盐度增高的同时，水中不断积累钠离子和钾离子，而钙的含量受到限制。因此随着碱度的升高，不但PH值较高，并且钾含量通常也增高，而钙含量则降低，出现水体缺钙，造成钙镁离子平衡失调，缓冲作用下降，在这种情况下，过高的钾不仅致毒，同时多余的镁离子与氯离子结合成氯化镁（俗称苦氯）也致毒，达到一定限度时，可引起鱼体溃烂和瞎眼等中毒现象。





近期宁德地区大黄鱼内脏白点病的总结

福建天马科技集团股份有限公司 杨方圆

还在过年期间，就听见宁德养殖户抱怨说大黄鱼的内脏白点病比往年有所提前，而且今年该病引起的黄瓜鱼感染率和死亡率都很高，同时今年黄瓜鱼的鱼价格好，使得养殖户更蒙受较大的损失。本月中旬在宁德有为期一周的走访，现将近期该区大黄鱼内脏白点病的情况总结如下。

1、典型症状：患病初期病鱼体表无明显症状，仅反应迟钝，食欲下降，继

而离群上浮水面，独游或静止于网箱底部，体质较弱者不久即死亡，体表几乎看不出症状，但随着病情的加重，部分鱼体表出现了白色或淡黄色斑点。体表有损伤并溃疡，出血发红，尾鳍和下巴也有出血、发红，随后死亡量逐渐增多，解剖观察，病鱼内脏有明显的病变并伴有腹水、肝、脾、肾等内脏稍有肿大，而且布满大量形状不规则近似球形的白色或淡黄色结节，以脾脏最为明显，这些白点是由菌落外包一层纤维组织形成的，肾脏白点很多时呈贫血状态，脾脏白点很多时肿胀且带暗红色，将白色结节内含物作涂

片，镜检，发现大量短状菌体，为革兰氏阴性菌，可能是假单胞菌属一类（与前面很多报道的诺卡氏菌等革兰氏阳性菌不一样）。

2、流行特点：年底主要在半两到三两的黄瓜鱼体内出现症状，因水温比较低所以死亡量不会太大，随着时间推移，在二三月份时一些育苗场里面太长2-3cm的小苗体内都会出现内脏白点，此时不管大规格鱼还是小规格鱼苗死亡量都很高；流行区域主要集中在宁德三都澳、大湾一带，同时在罗源，去年新拆迁的鱼排那一片海域的下游又重新聚集了很多的养殖户，走访看见那边的黄瓜鱼的内脏白点病也是相当严重。

3、治疗方案：如今治疗内脏白点病，用的最多的还是沙星类，以恩诺沙星最为常见，前期水温较低的时候用任何药物作用的效果均不明显，随着水温的提升沙星一类的杀菌效果还是明显好起来，导致现在很多养殖户直接去鱼药店购买恩诺沙星原粉进行投喂，因为其原粉价格便宜。在早期水温较低的时候常用的药物有青霉素钾或氨

（二）PH值过高的改良和调节

1、稀释法：加注新水降低离子浓度，特别是降低碱浓度，同时适量抽出老水是最有效的方法。

2、全池投放明矾（硫酸铝钾），用量在1.5米水深每亩2—3kg，可增加透明度。

3、施用二氯化钙（CaCl₂），二氯化钙水解后呈酸性，可降低PH值又能增加钙离子。

4、施用沸石粉，每亩每米水深施用1—2kg，可降低PH值0.5—1.0。

5、加强水质监控：1、对于投饲量多、排泄物多的池塘，经常使用EM菌、益生菌调节水质。

2、对于有大量氨氮积累的池塘，泼洒护水宝，使水体碱度降到合适的值，再用除氨硝等产品降低氨氮含量。3、对于因藻类大量繁殖，水色过浓引起的PH值过高的池塘，傍晚时分全池泼洒藻苔净，连用2天，当晚注意增氧，第三天泼洒解毒安解毒。

6、在精养池中发现PH值一直偏高时可使用醋酸100g/m²来降低PH值。

清明过后虾塘将开始陆续放苗，希望养殖户能做好水质的培育工作及时调节好PH值，为成功养殖奠定好基础。





芊青霉、利福平、恩诺沙星这几种，通常用青霉素钾或氨苄青霉+恩诺沙星+盐酸黄连素+保肝类，或者利福平+恩诺沙星+三黄粉+保肝类，效果一般还可以，在2天之内能够将死亡量降下来，不过是不能完全治愈的，过几天之后又会重新反弹，本身药店人员的建议都是连续吃4-5d才能彻底断根，不过有这种思想及做法的养殖户几乎是找不见的，究其原因，其一是因为他们的潜意识认为鱼药店肯定是要挣他们的钱，所以想延长治疗的疗程，其二是他们想要鱼体康复的心太急切，经常会跟药店将要在2-3天内一般把鱼病治好，如果2-3d鱼体没有康复他们会马上去新的一家药店再去看，他们并不了解该病发生的缘由以及特点，其三是本身药物很贵，尤其是散装的经过加工后的鱼药，鱼药的价格昂贵也是导致他们经常半途而废的缘由，因此想要改变这种情况不是一朝一夕能够完成的。同时药物的滥用程度也是很严重，现在即使是黄瓜鱼小苗阶段，单用沙星一类其剂量就达到了4-5g鲜料，折合成干料的话应该是12-15g干料，而且多数情况下还拿不下来，这也是导致现在鱼病是越来越难治的主要原因之一。

水产养殖鱼病现场诊治三部曲

来源：搜狐公众平台

第一步：看

一、进出水：

- 1、水源：水源的水质的好坏，进水渠道是否畅通，水源处是否有机械，进水渠中是否有死鱼等。
- 2、出水：是否有固定出水口，出水口与进水口的距离，是否用机械出水等。

二、养殖环境：

- 1、卫生状况：池埂上是否有死鱼到处抛弃，是否有有机粪肥堆放及痕迹，残草是否在一处等。
- 2、电源：有无发电机，有无交流电源，是二相还是三相等。
- 3、机械设备：投饵机，增氧机有几台，多大功率，水泵有几台多大功率等。

三、水面情况：

- 1、水面：是否平静。
- 2、肥瘦：透明度是多少。
- 3、混浊：是否混浊。
- 4、水色：呈现什么颜色。
- 5、水华：水面是否有水华及其颜色。
- 6、浮游动物：是否用肉眼能观察到，是什么品种（轮虫、枝角类或桡足类）。
- 7、死鱼：是否有死鱼，死鱼的品种、规格、数量及重量、症状等。
- 8、水面其他漂浮物：是否有残草、残食等。

第二步：问

一、基本情况：

- 1、进出水情况：水源是否充足，水源是否有污染，靠什么出水，每小时能降多深的水等。
- 2、面积：占有面积多大，实际使用水面有多少，现在水面有多大等。
- 3、水深：设计水位有多深，现有水位多深。
- 4、淤泥：淤泥最深有多少，最浅有多深，平均深度是多少。
- 5、电源供给：有无发电机，有无交流电源，是二相还是三相、电源稳定状况等。

二、鱼种的放养情况：

- 1、投放时间：具体到年月日。





2、品种：青、草、鲢、鳙、鲤、鲫、鳊、鳊、虾、蟹等。

3、规格：上述各品种对应的规格。

4、数量：上述各品种对应的尾（只）数。

5、重量：上述各品种对应的重量。

6、亩平：上述各品种对应的品种、数量、重量等的亩平均值。

三、目前各种鱼的规格：现有投放鱼到目前为止的大小。

在上面基本情况的对选项下问清现有的规格。

四、前期施肥情况：

1、施肥时间：具体到年月日。

2、品种：包括无机肥料、有机肥料（绿肥、粪肥等）、生物肥料等。

3、数量：上述肥料品种的对重量。

4、效果：上述肥料施入水体后是否达到预期的效果。

五、饲料投喂情况：

1、青饲料：包括面积、青饲料品种、估计投喂青饲料的重量。

2、精饲料：包括单一饲料和配合饲料，分别问清各品种和相应的重量。

六、前半月之内的用药及调水情况：

1、外用药：杀虫、杀菌剂的品名（最好能知道主要成份及化学名称）、剂量及下药当时的水深、天气状况、气温等。

2、内服药：内服药的品名（最好能知道主要成份及化学名称）、剂量、当时估计的吃食鱼重量及当时的气温等。

3、调水剂：调水剂的品名（最好能知道主要成份及化学名称）、剂量及下药当时的水深、天气状况、气温等。

七、死鱼情况：

1、发病时间：具体到年月日，特别是刚开始出现零星死鱼的时间，一定要注意问清野杂鱼刚开始的死亡时间。

2、死鱼品种：水体中各种死亡鱼的品种。

3、数量：每天死亡鱼和发病尚未死亡的鱼数量。

4、延续时间段：从刚开始发病的时间到基本不死所延续的时间。

第三步：动手

一、取水测成分：

1、PH值、 $(\text{NH}_4)^+ - \text{N}$ 、 $(\text{NO}_2)^- - \text{N}$ 、 DO 、 H_2S ：用水质分析仪或水质分析试剂盒测量出上述值。

2、透明度：用透明度板或手来测量。

二、放大看虫体：通过显微镜来查看。

1、看体表：刮取体表粘液，加一点水后，在显微镜下查看虫体，主要是车轮虫、斜管虫、聚缩虫、累枝虫等。

2、看鳍条：剪取部分鳍条，加一点水后，在显微镜下查看虫体，主要是车轮虫、斜管虫、聚缩虫、累枝虫等。

3、看鳃丝：剪取部分鳃丝，加一点水后，在显微镜下查看虫体，主要是指环虫、车轮虫、斜管虫、聚缩虫等。

4、看血液：取血样，在显微镜下查看虫体，主要是锥体虫、隐鞭虫等。

三、解剖看内脏：看内脏的病变情况，肠道病变及其内的寄生虫。

1、内脏病变：主要观察肝、胆、脾、肾、鳔、肠、肌肉等的充血、出血、糜烂及肝胆综合症、肠内有无食物等病变情况。

2、肠内寄生虫：主要是棘头虫、九江头槽绦虫、毛细线虫等。

四、综合开处方：根据水质、水色、水源、电源、体表症状、体内症状等因素综合分析后开出有效的处方。

1、水质因素引起的鱼病：先以化学药物迅速对症用药，后用生物制剂对因用药。

2、体表疾病：有针对性的先杀虫，再杀菌，最后一定要调水。

3、体内疾病：体内寄生虫用内服药治疗，体内其他疾病先分析引起该病的内外在原因，而后有针对性的去除外在病因，同时有针对性的内服内服药，所有体内疾病的治疗一定要首先减食，而后一定要按照鱼体总重量来计算用药量。

在用药期间，一定要注重水质的调整，给鱼类创造一个良好的生活环境。





鱼苗入塘“八注意”你知道吗？

来源：科学养鱼

1、鱼苗在入池前一天要用密眼网拉几次空塘。一方面使堆积在池底的剩余清塘药物充分溶解，以防毒害鱼苗，另一方面进一步清除敌害，如果发现敌害可用0.5克/立方米浓度的敌百虫全池泼洒进行杀灭，此浓度对轮虫没有杀灭作用。

2、在鱼苗入池前一定要检查清塘的药物毒力是否消失，以及水的肥度是否合适。首先取半桶水，因有时表层水毒力已消失，但底层的毒力仍然很强，将鱼苗放入水中观察8小时~10小时，看是否正常，以确定鱼苗能否入池。pH值应在7~8.5范围内。其次可根据水色、透明度和饵料生物情况判断水的肥度，如发现池水过肥，可加注清水调剂，池水的肥度不够，应立即补施少量化肥或增投人工饵料。

3、鱼苗入池时要求池水温度不能低于运鱼水温3℃，如果水温相差过大，就应先逐渐调整温差，鱼苗适应后再入池。用塑料袋运输的鱼苗，在入池前应先先将塑料袋开口缓慢放入预先安置在渔池中的网箱内，待池内水温与袋内的一致，让池水与袋内的水逐渐混合，停10分钟~20分钟后再将鱼苗连水一起缓慢倒入箱内，借此调节水温差和鱼苗对袋内气压改变的适应，有人称为“缓苗”。如果开袋时发现鱼苗呈仰卧状态，这是二氧化碳中毒现象，只要经过缓苗，放入清水一段时间即可恢复。如果将鱼苗从袋中直接倾入池内，即使在放养时肉眼观察生活正常，下塘后也会发生死亡，即运输后死亡。因此塑料袋运输鱼苗，入池要特别细致操作，缓苗处理是必不可少的重要步骤。

4、鱼苗入池前应进行药物消毒。可用1%的小苏打水浸洗20分钟~30分钟或1万IU/L的青霉素溶液浸洗1小时。

5、坚持鱼苗饱食后下塘。鱼苗饲养的生产实践证明，鱼苗入池前喂1次~2次熟蛋黄或饲料酵母，如能捞取轮虫投喂更理想，其成活率或成长速度都比不喂的有明显提高，因此很多地方坚持鱼苗饱食后下塘。鱼苗运到后，先用网箱喂饵，再重新过数入池。在网箱内取苗时，上风头的鱼苗一般体质较强，个体较大，下风头的鱼苗体质较差，个体较小，这样就可将个体大小不同、体质强弱有别的鱼苗基本分开，以免在饲养过程中个体大、体质强的鱼苗排挤个体小、体质弱的鱼苗，而逐渐形成大小分化。但在操作过程中要严防网箱中缺氧，以免造成损失。

6、鱼苗下塘时要选择深水处，紧贴水面慢慢放苗。据试验，鱼苗从30厘米高处倒入水中，可损伤5%~10%；距水面60厘米高时，鱼苗损伤率可达20%~30%。因此，鱼苗入池一定要注意缓慢轻放，鱼苗放养后不要立即离开，要等鱼苗散开游入池中后再离去，如发现鱼苗密集成团，要用水滴轻轻泼洒，使其散开游入池中。遇到起风天气，要在上风头深水处入池，以免鱼苗被风吹到池坡或压到池底而造成伤亡。

7、同一池塘应放养规格一致的同种鱼苗，并尽量争取一次放足，以免发生大鱼吃小鱼及出池规格不齐。规格不一致的鱼苗放养在一起，大鱼苗的生长速度远远超过小鱼苗，两极分化就更加明显。

8、自行孵产鱼苗的下塘标准。看到两个眼点、一个腰点这三个点，并能平行游泳时即可入池，否则要及时投喂，以免鱼苗因饥饿而致死。下塘的时间要选择无风晴天的上午，避免风天、雨天或夜间入池。





好资料！饲料业务员开发市场全攻略！

来源：爱畜牧

一、岗位职责

(一) 饲料销售区域经理应具备的条件

1、首要条件：

(1)较高的工作兴趣；

(2)个人素养：①、学习习惯（市场唯一不变的是变化，物竞天择，适者生存）；②、良好的心理素质（适应压力、自我调节、保持乐观、坚定信心）；

(3) 了解把握市场的能力（良好的观察、判断力，感性、理性、理论、实践相结合，发现机会、创造机会，正确判断，因地制宜，调整计划和策略，保证销售目标实现）；

(4)身体好。

2具备能力：

(1)适应能力；

(2)管理能力（不凭一腔热情，讲究方式方法）：市场策划、预先制定区域销售方案，先谋后动、能处理片区内部、经销商之间及其它公共关系；拜访是手段，扮演上游供应商的角色是本分，树立专业形象，协助经销商运作好市场是建立好客户关系的法宝；要能担当教练员的角色，内部员工做好传、帮、带，能以点带面，实现团队建设和市场销售由量变到质的转化；对经销商也能出谋划策并帮助其员工成长；良好的情报收集处理能力，做到知己知彼）；

(3) 沟通能力：片区内部、经销商间都需要多沟通多理解。著名成功学家陈安之先生讲：“成功等于30%的知识加70%的人脉。”人脉来源于沟通和理解；

(4)计划能力；

(5)执行能力：好的政策和好的方案不等于成功，要有不折不扣地执行，否则便是纸上谈兵；

(6)防变和应变的能力；

(7)解决区域内纠纷和问题的能力。

(二) 行销员和区域经理的工作职责

1、根据销售任务制定出工作计划：能付出辛苦，工于心计，智勇足某，做事有条理，循序渐进。计划全面周到可行：年度、主要工作、销量、开发量、市场范围，找哪些、多少经销商等等；在分月分周分日订立，哪一天出发，去哪一个区县市，哪一片场户，市场调查和掌握数据：如品种、饲料营养水平、养殖规模、饲料销量、经销商情况、主销产品厂家、品种、价格、用户反映等；

2、开发市场：逐渐建立客户群；主要找经销商。

3、管理好市场、管理好经销商。

4、做好产品售后服务。

二、团队建设

(一) 集团的快速发展离不开团队化运作。

团队建设应先从共同使命抓起，使命是企业存在的意义，是“为谁活着，为谁生存，为谁而工作”等终极目的的界定，这些都很重要的使命要素，必须进行清晰的解读，如果大家对终极使命更加清晰、统一和坚定，那么一个强力的文化因子已经形成，可以产生强有力的执行推动力。

(二) 集团在新的征途中，将树立一个共同的目标。

就是大家知道“我们要成什么样，我能得到什么”，根据集团新的发展战略，制定了集团销





售量目标，然后对营销团队工作有所调整，改掉过去人员满天飞、松散、形不成合力的管理办法，变成高度分工下的有效合作的工作团队，具体就是由营销顾问和两名养殖顾问，组成三人工组小组，根据目标所确定的任务，进行突破，三人小组吃住在一起，早上统一出发，晚上统一总结，讨论经验和心得，然后拿出具体的工作办法，这样，更多的三人小组形成公司的团队，凝聚力和向心力得到增强，起到事半功倍的效果。

(三) 团队开发具体运作办法——团队的体现统一的目标、严密的规则、集中的智慧、相互的理解、协同的作战，完美的结果。打造市场营销团队，功能区分：供给补给队—宣传服务队—攻坚开发队—柔情释怀队后勤供应部—技术服务部—销售业务部—客户关系部

(四) 团队锻造

在潜在市场选定集中密集开发区，在一定时期将所有要采用密集开发的区域排序，以顺序轮回进行。

1、后勤供应部做好供给补给队作用：兵马未动，粮草先行。将培训所要入住的宾馆、会议室、宣传材料、电脑投影、文笔纸墨、广告条幅、宣传车锣鼓队、会议礼品、图文资料、档案合同等提前备好送达待命。

2、技术服务部做好宣传服务队的作用：和业务员、经销商提前请好接受宣传和培训的有关人员，利用宣传材料、文档资料、广告条幅、锣鼓车等做好户外宣传户内宣讲等鼓动和培训工作。

3、销售业务部做好攻坚开发队的作用：按事先选好的业务对象和客户性质，在集中密集开发区域内分工进行：尖刀班——扎入敌人心脏（在竞争对手占优势区域内）作策反工作；排雷班——挑选拒绝使用或起毁誉作用的客户，做感化排除工作，不然它就是我们要渠道建设内的地雷，随时都可能引爆；轰炸班——大部队主火

力，区域内全部用户经销商扫大街、地毯式逐一轰炸排查。

4、客户关系部做好柔情释怀的作用：将意向准客户、潜在客户纳入客户管理系统，柔情释怀，拉近距离增进感情，成为现实客户和忠诚客户。

5、集中到达驻地，举行开营仪式，然后入住。

6、每天出发前都要准时举行出征仪式，统一出发。

7、每天都要按时回营地，举行回营仪式，集中吃住。

8、晚饭后进行小组总结或全营总结：交流当天的经验收获、探寻遇到的难题、问题。使大家感到我不是孤军奋战、排除一个人盲目漫无边际地跑市场那种孤独、无奈、无助等不良情绪，遇到难题大家一起交流沟通，遇到困难大家一起帮助，遇到身体不适有人照顾……

9、一个区域结束，要进行总结表彰，举行闭营转移仪式。

10、一个重点区域历时25天，剩余5天回公司总结休整，举行文艺娱乐健身竞技活动：如按班组举行拔河、登山、球类、棋类等比赛；感想、感受、体会、经验、教训等演讲征文、短剧、笑话、卡拉ok表演等，进行评奖颁奖，并将获奖结果和优秀征文、短剧、笑话登载在企业内部刊物中。

11、下一个月转移到下一重点开发区，循环往复。

12、每一个营期结束评出十大集团销售团队建设标兵（评选条件含销量增长、团队活动表现）每季度评出三个集团销售团队建设标兵小组。

三、经营指南

(一) 产品质量统一：

1、全集团产品配方全部归类、归档，档次相同配方相同；2、同类、同档产品各种营养成分统一标准和标示。





(二) 市场零售价全集团统一规定：

1、集团同一乡镇市场，各片区同类、同档产品零售价统一。

2、特殊情况须调整零售价且低于集团其他管属同一片区同类、同档产品价位销售的，需提前三日向集团市场管理委员会主管领导提出申请。

(三) 市场开发集团统一管理：

1、进入片区开发的原则：拓展进入，应提前十日向集团市场管理委员会主管领导申报计划，未经审批不得开发（指定进入的除外）。

(1) 优先开发空白市场的原则；

(2) 占有率达不到集团规定的指标不得择区另行开发的原则；

(3) 在开发区的零售价，同质同价——比照集团最大经销商的零售价或集团该区域平均价格销售的原则；

(4) 进入开发与集团同一片区不同归属管理人员事前会商的原则；

(5) 进入老市场和老经销商协调开发的原则。

(四) 统一市场管理：

各片区、各区域的市场管理，纳入各级业务人员的年、月考评。

(五) 统一出厂底价红线控制：

集团制定各类产品出厂底价红线控制标准，并纳入考评。

(六) 招商会、推广会模式统一：

见招商会、推广会运作模式。

(七) 大型促销活动统一操作、统一策划：

1、同一区域乡镇，同时、同力度操作促销；
2、统一策划促销时间、力度、方法以及宣传造势。

(八) 集团经销商的管理统一：

- 1、统一年终奖励标准设计；
- 2、统一市场管理；
- 3、制定经销商管理手册。

(九) 统一形象标示、名片、服装、业务包、胸牌和摩托车配置。

(十) 统一服务语言和服务手册。

四、营销通路建设与通路管理

营销通路就是指某种货物或劳务从生产者向消费者移动过程中，取得这种货物或劳务的所有权或帮助其转移所有权的企业和个人。目前，集团对通路中的渠道经销商和经销商提了一个目标，那就是为用户创造价值，为经销商打造市场，集团为此制定了详细的工作流程：

(一) 选择通路的手段

1、为用户创造价值

(1) 品种服务（什么样的品种最合适）；

(2) 管理技术服务（什么样的技术最适用）；

(3) 疫病防控服务（什么样的防疫最有效）；

(4) 饲料供应服务（什么样的饲料最有价值）；

(5) 信息行情服务（什么样的行情去运作）；

(6) 资金支持服务（什么样的规模最合算）；

(7) 产品回收服务（小龙作业双循环）；

(8) 抗风险服务（大风险怎样化为平安）；

(9) 社会关系服务（感受到集体与团队温暖）；

(10) 其它超值服务（特殊服务帮其攻难关）。

使用户能做稳、做强、做大，做的省心、省力、轻松、高效。

2、为经销商打造市场

(1) 为经销商创造良好的经营环境；

(2) 培训其适应形式的经营理念和设定发展目标；

(3) 推荐好的产品，稳定、高效；

(4) 帮其维护二级网络（缓解矛盾、提升销量）和开发新的渠道；

(5) 寻找示范户，以点带面；

(6) 职能主管部门的沟通与协调；

(7) 召开技术讲座及新产品推广会。

(二) 具体通路的选择路径

1、通过经销商选经销商（如何寻找经销商）。



2、开发终端养殖户并入经销商。

3、通过示范户实证推广影响辐射，用临时办事处（中转站）供应饲料，逐步选大用户——有实力、有影响力，将其转化为经销商，把办事处（中转站）转为其经营。

4、通过服务两端（雏鸡、仔猪、供应，毛猪、毛禽回收）为经销商开发用户增加销量或培育新经销商。

5、通过办技术服务站及新产品推广站，以诊断、治疗、配种等间接促销兽药和饲料（如建立奶牛技术推广站）。

6、尖刀班插入竞争对手心脏，异化转化其终端用户或经销商、分销商。

7、排雷班排除渠道中异义我们的用户或经销商。

8、在竞争对手的主渠道市场投炸弹，乱中取胜。

9、将身边有一定积蓄找不着项目的人转化为养殖户。

10、通过经销商门店和店员开发客户，稳定渠道、增加销量。

（三）通路建设管理

1、饲料销售渠道通路设计与开发策略：

（1）渠道开发通路设计与开发的九项基本原则：

①、接近终端原则：（目标市场细分、注重分销能力、服务、渠道维护成本，尽可能近养殖终端，实现有效的区域市场覆盖）；

②、追求覆盖率原则（有选择进入市场，集中兵力，战则必胜）；

③、精耕细作原则（好日子天长地久，只有精耕细作，才会有渠道质优长久和强大的分销力）；

④、先下手为强原则（目标定下，动手要快，蛋糕就那么大）；

⑤、利益均沾原则（利益双赢，饲料企业不

要一味算计渠道的钱包）；

⑥、世上没有解不开疙瘩的原则（渠道全过程不可能不出现磨擦，但不能无动于衷，听之任之，要寻求解系之套，不然就会越系越紧）；

⑦、钱不能打水漂原则（渠道建设，如履薄冰，必要但要有效）；

⑧、做到领跑渠道原则（不妄语、不盲目，精耕细作，兵力集中，措施得力有效，不断出奇新招，成为渠道的领袖）；

⑨、变则通，通则久原则（时间空间变化、产品需求也在变，渠道自然也变，随机应变，与时俱进，秩序中前进，进步中秩序）。

（2）渠道设计开发策略：

①、设计开发分析：市场环境分析——饲料整体发展环境和趋势；领先企业、追赶企业以及各自的市场重点和运作渠道；自己企业状况地位和定位；通过公开和非公开获得第一手资料，企业多级人员参与加以认真研究分析，得出结论；渠道模型确定——a、渠道瘦身，扁平化，摒弃旧的批发兼零金字塔状渠道，创建效率高、竞争力强的新型渠道；b、渠道中建立防火墙，避免冲突，有序竞争；c、强调双赢宣传，打造渠道内可持续合作发展的伙伴关系；细化运作目标（目标销量、市场覆盖率、市场占有率、回款率、客户流失率；目标过高打击士气，过低缺失动力）。

②、确定渠道层次结构（渠道纵向要短、横向要宽，符合扁平化要求）。

③、渠道布局：目标市场——四处撒网型、重点突破型、蚕食型；目标市场蜘蛛网化布局。

④、布置网点（重点户）疏通网线（点联系的通路和影响域）扩大网面（通过点、线影响扩展更大区域）。

2、营销渠道的管理：

（1）经销商的管理：

经销商普遍希望有一种稳定的价格利润体系保障其利益，渠道秩序越规范对经销商的吸引力





就越大，企业渗透市场的力度也越大：

①、经销商的评估和选择标准：市场辐射能力（所在区域的养殖量、该区域的影响力、市场拓展能力、既往业绩）；行为规范（遵守饲料法规及其他法律、无恶意窜货、无售过低劣质饲料）；信誉良好（回款及时、赊欠少、歪在比低、固定资产和流动资金充足等）；对企业产品认同；有养殖技术和专业素养；有一定仓储能力等。

②、渠道成员关系管理、规范管理制度：企业要在价格体系、利润体系、经销商支持、结算方式等经营环节上形成规范可操作的制度。通过制度给予经销商的待遇利益，要经过仔细计算保证企业的利益，又能保证经销商的利益分配合理，同时体现经销商间差异化原则。企业做到言必行，行必果，和为贵；出现问题和矛盾要及时处理。

③、提供有效的激励措施：饲料企业激励目标（完成销售任务就可获得某些待遇）销售政策优惠、特殊折让（回扣）荣誉鼓励（年度最佳经销商、月冠军、季冠军评比等）累积奖、积分会员制（制订考评标准和参数如：总销量、成长量、新增客户量、新品种推广量、技术服务成长情况、与公司配合执行新政策和促销情况、守信回款情况等）进行考核，按总考核积分决定经销商的级次如金牌经销商、银牌经销商、铜牌经销商等，享受不等的进一步优惠和更大力度的服务。进到钻石经销商就可以加盟公司，与公司建立股东式生产公司或经营公司）。

(2) 渠道中的价格管理：

①、构架差别化价格体系：制定出厂价、经销价、门市价；根据客户销量和潜在销量将客户划分为三级，分别确定不同的返利幅度。

②、防止价格体系混乱：企业防止价格混乱主要是防止窜货，和防止经销商间打价格战。

③、产品市场价格定位：价格是一个双刃剑，用好则创造需求，反之则会失去市场；价格

可以定高因为一份价格一分货，也可以定低因为薄利多销；价格的平衡点取决于企业产品、销售渠道、市场需求、同业竞争；价格的生命力在于价格的灵活性和适应性，随市场需求和供应、竞争而变动。

(3) 饲料销售渠道的流程管理（物流、资金流、促销流）：

①、物流管理：企业与养殖户空间的分离，需要通过公路、铁路、水路、航空，在适时、适地、适量地供应联系；这种联系最好进行比较时间、成本决定运输方式，和通过物流公司外包承运来降低成本，提高效率，降低风险。

②、资金流管理：有效的资金流管理前提是保证渠道运作的供应，其次是资金的安全和利用效率；明确程序、完善手续，强化责任，注重监管，比较效率。

③、促销流管理：促销效果预测，成本费用预算，促销措施细化明确，出奇制胜；促销方案适合集团渠道建设发展要求，整个过程企业能够掌控，促使渠道配合这一政策。

(4) 渠道中行销员的管理：

①、行销员的目标管理：根据企业目标分解成行销员目标，按照不同的薪资（奖励）系数，系数分服务年度、服务开发技能、维持正常量、新增销量、新增准客户（潜销量）综合效益（产品总销量的总收益/总销售费用）服务区域、参加培训、用户同事领导评价等，进行考评，以考评系数校正后的总的分值计算薪水和奖励金。让每一位员工在考虑自己目标实现的同时（追求个人利益个人价值的实现的同时）实现公司目标自然实现自然整合。这样企业经营的每一资本要素都像一个活跃跳动的音符，共同奏响企业、员工、社会共赢的美妙乐章。

②、行销员的过程管理：目标、计划、执行、修订、再执行这一循环往复的过程，必须每日评估追踪，建立日查、周结、月考评 27 推动任务计



划执行完成。

③、营销员的培训：专业技术培训、行销技能培训。培训促进强化团队，提高队伍的稳定性和管理销售渠道的作用。

④、行销员的激励（增加报酬、直接奖励、工作满足、安全感、地位感等不同需要组合激励机制）。

(5) 渠道管理中的促销管理：

①、对经销商的促销（刺激意愿，增加销量）：一是激励提高销量，二是协作经销增加销量。

②、针对经销商的销售激励：直接激励政策，降出厂价、提销量奖、赠旅游活动，促销期销量计入正常积累奖励销量；针对经销商的门市店员、员工销售激励；这些员工除应得雇主薪水外，饲料企业另颁发销量奖励金，以提高门市人员的士气。对经销商的进货附赠促销：如免费送货、买十送一。

③、提高对经销商的培训力度：提高企业形象、增加经销商提高销量的技能和机会，拉近与客户的距离。

④、对经销商的感情投资：包括其身边的亲近人。如：重大的节日、本人和家人的生日、个人和家庭纪念日、婚丧嫁娶、关键时刻的急需等：如赶上孩子、老人生病去医院看望等都要赠送礼品或聚会帮助；友谊提醒提示：如利用短信信息预报行情和天气、恭喜祝福等。

⑤、对经销商的广告宣传：赠送条幅、牌匾、补助展示广告、补助特别促销以及合作补助广告等。

⑥、对养殖户、场的促销：有别于经销商的促销，对养殖场户促销采取直接降价、附赠礼品或买五送一；技术部、经销商一起出面组织全方位、多层次、立体化、免费专业培训；抓示范大户，以点带面，扩大产品在使用地的影响力。

(6) 渠道管理的信息管理：没有这些信息饲料企业就无法制定正确的渠道策略。

①、信息的全面收集：一是当地养殖量养殖信息；二是经销商的全面信息；三是有关该区域竞争对手的信息。信息要求尽量全面、准确。

②、信息的反馈、整理、分析及预测：要建立动态的信息平台，以便及时准确为企业发展服务。竞争是企业成败的关键，获得竞争的优势最基本的是建立适合企业自身专有的销售渠道和网络，并对其进行有效的管理控制，唯此才能在市场上赢取主动，在竞争中持续占有优势，求得长远发展。

五、市场运作中的促销及招商模式

(一) 市场促销：

1、目的：增加市场份额，局域销量第一。

2、时机：潜力市场主动出击，先发制人，避免被动。

3、促销过程：

(1)、人员服饰、标牌、公文包、统一整齐；

(2)、了解当地其它主要厂家的质量稳定性及效果档次、零售价、用户满意度等；

(3)、力度要大，让对方无法跟进；

(4)、时间要短，让其它人无时间跟进；

(5)、如果必要的话，借助新闻媒体，做广告；

(6)、促销员的工作重点是新用户，应亲自到猪场、鸡场做解释，沟通交流，老用户打个电话通知即可；(7)、选择相应产品，零售价要在当地第一；(8)、所带奖品要符合时宜和用户需要、喜爱；(9)、与经销商签订合作协议，销量计算方法、费用等应事前协商。

促销总结：对是否达到促销的目的，进行有效总结。

(二) 二级网络招商会议模式和目的

1、帮助有潜力而总经销辐射不到的空白区域招商。

2、提高绝对市场占有率（猪料、肉鸡料）。

(1)、会议程序：

①、邀请中档客户；





- ②、人数30-40人;
- ③、尽量发请柬;
- ④、会议当天及前天晚上需电话通知客户参加;
- ⑤、必须提前掌握市场准确信息。

(2)、会议准备:会议前一天应把会议室、电源、话筒、音箱、条幅准备到位。

①、条幅内容:

a: 嘉博文总公司市场研讨会;

②、会议内容程序:

a、放集团光碟;

b、区域经理组织、介绍主席台就座领导及嘉宾及简单介绍集团形象;

c、当地职能部门领导讲话;

d、销售部经理讲话:企业概况、当前行业形式分析、成功经销商的标准及养殖户的需求、新产品介绍,解除合作客户的后顾之忧并介绍公司对客户的扶植方式;

e、成功经销商代表(2人)发言;

f、区域经理重申会议目的、精神、当前集团的销售政策及结束语。

(3)、就餐程序:

- ①、带领业务客户进包间;
- ②、喝酒标准在当地属中上等以上;
- ③、敬酒气氛需热烈;
- ④、饮酒适量需开心、尽兴,量不宜太大;
- ⑤、业务人员分桌陪客吃饭;
- ⑥、客户就餐完毕应热情相送;
- ⑦、电话问候经销商是否安全到家。

效果:客户参会后有合作的激情,成功率达60%。

六、服务与服务创新

为客户创造超值服务,是开发促销的最有效措施。

1、公司成立技术研发中心,为广大用户提供优质高效的产品。

2、集团对区域管理人员培育成复合型人才,既懂管理又会兽医技术,所以加强了对用户畜禽疫病防治的服务能力。

3、集团成立了畜禽综合服务部,它可以为用户提供鸡苗、小猪供应和畜禽收购等信息中介服务,解决用户活禽活猪的销售问题,解除了用户的后顾之忧。

4、公司建立客户管理服务中心,对客户重大节日、喜事、困难等提出祝贺,赠送礼品和解决、建立订货、发货到场接待(尽量缩短接待时间),货物发出后连续一条龙不间断服务和全程全面微笑服务。

5、区域和特别需要产品特殊加工服务:针对特殊的市场特别户特殊的疫情、特别的需要,研究生产地区特点饲料、饲养户特别饲料等。

6、临时遇到用户特殊困难事件,突发事件帮助处理。

七、经销商的选择和经销商的管理

(一) 饲料经销商的选择

1、选择原则:

(1) 渠道延伸至目标市场的原则。方便终端户就近、简便、快捷、随意购买到产品。注意经销商有无分店(二级经销商)目标市场和通路、信誉度和下级忠诚度;

(2) 分工合作原则。要符合集团运营方向和布局,方便购买和集团形成互补完整的销售通路;

(3) 树立形象的原则。选用户愿意去购买形象好的经销商,建立品牌互动形象;

(4) 共同愿望和报复原则。联合经销商联动销售,实现厂家、商家、用户互利多赢----即利益捆绑。

2、经销商十个评价(10C):

- (1) character (品质);
- (2) capability (能力);
- (3) capacity (规模);





- (4) capital (资本);
- (5) credit (信誉);
- (6) cash (付现能力);
- (7) cordiality (诚恳);
- (8) channel (渠道);
- (9) culture (文化修养);
- (10) custom (习惯)。

3、饲料经销商优势甄别:

(1) 地理位置: 评价进销地理优势: 近主干道、近厂与库、近目标用户;

(2) 经销历史和成功经验: 时间长、经验足、有影响力、有忠诚客户, 能握有主动, 销量稳定并有扩大能力;

(3) 经营范围: 销售涵盖不同品种、批发兼零售, 但每一经销商都有其主导和定位优势, 选择适合企业定位优势经销商;

(4) 经营实力: 在销售规模量和开发投入能力上占优势。适合实力才是有用实力, 有时实力大, 管理臃肿费用高, 要价高盛气凌人, 需要多让利, 不一定适合;

(5) 信息沟通和货款结算: 能沟通有接受信息的渠道会分析具有信息优势, 正常借款也是保持长期运行的重要条件。

(二) 联系经销商的技巧

规模和大型养殖场是终端用户也是经销商; 分散一户式养殖户要找经销商, 并不是谁都能找到经销商, 要讲究技巧。

1、目标经销商必备条件: 初入道你肯买就是经销商, 结果很长时间下来卖不出几包, 这就犯了饥不择食的毛病。找准经销商的关键是清楚目标经销商的必备条件: 有需求、有实力、有多的潜在客户。至少要具备以上两项才可以列为准经销商, 经集团帮助才会有大的提升。

2、目标经销商的寻找方法: 查资料、经人介绍、主动访问。告诉你周边的人和你接触过的人, 说明你在干什么、你的目标, 争取他们的理

解和支持。亲人的亲人、朋友的朋友、同学的同学、客户的客户、同事的同事等, 还有养殖户的介绍、经销商的介绍、政府和业务主管部门的走访介绍等, 你都有机会获得他们的帮助。即使同行也要成为朋友, 合作寻找各自或共同经销商。根据猎取到的经销商, 按区域和时间间隔分类, 经常拜访, 通电话、通信宣传联络等, 尽快使潜在的经销商成为真正的经销商。

3、拜访接近的技巧: 接近的方法多: 如电话、通信、拜访。拜访接近的方法:

(1) 基本方法:

- ①、送礼接近法;
- ②、展示接近法;
- ③、悬念接近法 (接触时给对方以新鲜的好奇, 引起兴趣);
- ④、赞美接近法; ⑤、幽默接近法。

(2) 进入话题的步骤——初次接触经销商步骤:

- ①、称呼对方的名字;
- ②、自我介绍;
- ③、感谢接见;
- ④、寒暄;
- ⑤、表达拜访的理由;
- ⑥、赞美及询问。

实例——行销员王荣的故事: “郑老板在吗?” “您好!” “您好! 郑老板, 我是某某饲料的行销员王荣, 在您百忙中打扰, 很抱歉! 我负责这片的销售, 经常路过你家店, 看到生意很好, 真不简单。” “您过奖了, 没那么好。” “您家的店员态度亲切, 对面的张老板说您对员工教育培训非常用心。我到别家看很少有像您家店员服务态度这么好的, 那位张老板对您的管理也相当佩服。” “是吗, 张老板经营的也相当好。” “郑老板果真不同凡响, 张老板就夸您的生意好, 不瞒您说, 张老板昨天换了我们公司的饲料非常高兴, 当时提到郑老的经营事情, 因此, 我今天





才来打扰您!”“噢!他换了你们的料!”“是的,您是否也考虑和我们合作呢?尽管您现在卖的品牌也不错,但我相信换了我们的饲料销售会更好!郑老板考虑怎样?”

加入行销行列,就要练一身功夫,有准备就有机会:练好口才、打开陌生人的嘴只须敢闯敢做;把你所能接触到的人都列出表,合得来和合不来的,包括恨你的人或你讨厌的人,越是交往有过节的人越是关心你的人,你主动拜访或打一个电话多会出现意想不到的好;让你的话具有感染力,好好练习你的表达方法,把要讲的话写出来,关上门对着镜子练习表情至熟背,之后你就不会在家发蒙了。

(3) 如何面对初次见面的经销商:

①、想办法引起他的注意:引起注意、产生兴趣、产生联想、激起欲望、比较产品、决心购买;引起潜在经销商注意的方法:

A.别出心裁的名片;

B.请教经销商的意见(引起注意、了解想法,满足被请教的优越);

C.迅速提示可获得的重重大利益;

D.告诉一些有用的信息(业态、人物、事件等);

E.提出可协助解决面临的问题:

a.承诺协助解决某些问题,经销商会注意你说的每一句话;

b.立即获得他的好感,得体穿着是被见到的第一目标,穿得得体能让人心情放松,肢体语言表达自信或是否侵犯他人,微笑感染如一剂良药,终日愁眉苦脸、眉头深锁不会有多少人对此好感,记住名字和称谓,当每次面时都会给经销商留下好感和深的印象。

②、让潜在经销商得到优越感:满足虚荣心是让经销商有优越感的最好方法,优越感被满足距离拉近、戒心消除。

③、替经销商解决问题:在见潜在经销商

前,能知道他面临的困难,关切地站在他的立场上表示关心和愿与他共同解决;有时去时带点小礼品等,从尊重、体谅、愉悦考虑,都能给人留下好的印象。

感觉到热情、感受到被尊重,站到对方立场考虑问题、帮助解决困难,获得信任,自然就能进入销售主题。

4、产品说明的技巧:

(1) 介绍产品的原则:

①、特性、优点、特殊利益;

②、指出问题或改进现状——提出解决问题对策或改善现状的对策——描述经销商采用后的利益;

(2) 产品说明的步骤和技巧:在经销商引起兴趣后,第一步以调查说明,封闭式询问技巧,陈述经销商目前的状况、存在问题,指出应该期望达到或满足的目标(问题)或需求。第二步从经销商关切度有重点的介绍产品特性、优点、特殊利益,技巧在产品特性转化为特殊利益的技巧。

(3) 产品介绍三段论:陈述产品的实施状况——解释事实中具有的性质——阐述性质特殊的利益以及所带给经销商的利益。注意技巧:事实陈述清楚准确、尽述产品特性优点长处,侧重于同同类饲料的差异性,这一差异是期待尤其是潜在经销商期待的;横向比较必须客观,不可贬低其他厂家产品,最后指出经销商存在的问题,特性产品趋势和不使用将带来的利益损失。

(4) 交谈中注意事项:

①、使客户始终在整个推销过程中受到尊重,尊重不是奉承,肯定客户的鉴赏力,否则客户认为你把他当傻瓜;

②、耐心倾听对方讲话,不要过分展示自己的才华,否则客户的自尊会受到伤害,用80%的耳朵、20%的嘴巴;

③、杜绝与用户争吵,尽量少用“不”字,





表示将尽量努力帮助；不要被动的解释缺点，而应主动说明特征；以情动人，不买冷冰冰、干巴巴的产品，而要销充满人情味的利益。

5、处理异议的技巧：用户提出异议是常事，这种异常发生在价格、交货时间、交货方式。同化异议的技巧：

(1) 了解情况、先入为主：不要一开始花费时间讨论价格，用户真正需要的是通过销售产品获利。多在产品性能、质量、服务、交货时间、汇款方式、用户获益上做文章，侧面透露自己掌握的情况、标明产品货真价实。

(2) 缩小单位，感受便宜：贵和便宜是参照一标准比较后得出的结论，高浓度高质量的产品乍一听价很高，经分解分析，按添加的量占的比例却很低，占成本根本不高，但营养价值和产生的饲养结果相比却很高。

(3) 强调价值，淡化价格：价格异议时多强调价值、服务、质量。

(4) 找准目标比较优势：摸清用户产品敏感点，掌握竞争对手的资料，清楚自己产品的比较优势，推荐给用户，让其感受到价值。

(5) 确定理由，调整价格：价格能不调最好不调，如确需变动，采取些技巧：附赠、不影响质量性能的前提下调低，象征性变化一下后，再调低价格，如果以上都不适合，也要说出充分理由，证明原来的价格不是随便定的。

(6) “是的……如果”法：人不乐意被否定或直接遭反驳，利用此法。比较：A、您根本不了解我的意见，因为情况是这样的……；B、一般看来您说的都对，如果情况变成这样，您看我们该……；A、您的想法不正确，因为……；B、您有这样的想法没错，我第一次也这么认为，可如果我们进一步了解后……，养成B方式表达不同意见，将受益不浅。有些时候又必须直接了当的反驳，如经销商对企业的服务、诚信有怀疑；经销商引用的资料不正确。您能用正确资料佐证你的

说法经销商容易接受，反而更信任。但要掌握好度，对事不对人，态度诚恳，不要伤害经销商的自尊心，让经销商感受到你的学识和敬业。

6、达成最后交易：

(1) 掌握时机（语言、行动、表情成交信号）：

①、语言信号：经销商询问使用方法、售后服务、交货手续、交货时间、支付方式、保存时间、使用注意事项、价格、新旧产品比较、竞争对手产品及交货条件、市场评价等。

②、动作信号：点头、端详样品、细看说明书、用手触及订单、身体向销售员方向倾。

③、表情信号：紧锁双眉舒展、上扬、深思、深色活跃、态度更友善、自然微笑、等眼神、表情。

(2) 不失时机提出签约：一经发觉客户有需求欲望，即要主动把协议拿出来，请经销商签字，促成交易。提出签约后，销售员尽量少言，以使经销商把注意力放在签约上。签字后立即确定发货和下次拜访时间。

(三) 经销商的管理方法、内容和指导

1、方法：

(1) 饲料经销商资料卡；(2) 分析经销商资料；(3) 经销商访问；(4) 饲料经销商会议；(5) 业界信息等等。

2、内容：

(1) 销售区域管理；(2) 专销执行检查；(3) 销售目标商定；(4) 忠诚度；(5) 月销量、增长率、市场份额增长率；(6) 信誉度；(7) 饲料产品库存和退货情况；(8) 货款回收情况；(9) 执行销售品种、价格情况。

3、指导：

(1) 指导的目的：主要是培养忠诚度，加强沟通了解，贯彻集团的方针政策、企业文化，提高其销售能力和竞争力。养成良好的合作习惯，树立正确的经营观念，促其提高专业技能，使其





素质得到提升，达到长期合作。

(2) 指导原则：

- ①、尊重对方，方法面子问题；
- ②、帮助对方，要让他虚心接受问题；
- ③、分别对待，因人而异；
- ④、有针对性，缺啥补啥；
- ⑤、态度、方法得体，以沟通交友的形式，

取信于经销商。

(3) 指导内容：

①、观念问题、原则问题；②、经营方法、技巧、管理；③、专业水平、诉怨处理、服务等；④、策略方法；⑤、树立信心；⑥、认清形势；⑦、解决一些具体问题。

(四) 如何把握与经销商的关系

经销商可以靠但不能依赖；定位合作关系：只有永恒的利益，没有永久的朋友；以防不测，留有一手；不能告诉的可以说，但不能欺骗；保护老客户，但不是保护落后，避免会哭的孩子有奶吃；新、老、大、小客户平等对待，一视同仁；淘汰客户、发展客户良性维持都需要；经销商间也要有良性竞争（多品牌、品种策略）；尽量让经销商少聚，尤其市场环境恶劣时；经销商的话不一定是真的；不因小失大（因维持发展小客户而失去大客户），也不能因大失小（一味维持目前看似较大的客户，而失去有潜力的小客户）；保持一定的距离（太近易被经销商牵着鼻子走，太远不利于沟通、联络）；方便客户，但不迁就客户，对经销商奖惩分明；实力是基础，但防止店大欺客，客大欺店；人无完人，我们更关心饲料经销的情况，缺点毛病暂不管他；切忌在经销商面前说集团（领导）的坏话或发牢骚；切忌在甲经销商说乙经销商的坏话；谨防饲料经销商是竞争对手的内线（特别是非专销商）；要经常拜访经销商手中的重要客户，并与其保持良好的关系，在发生变故时可起到稳定的作用。

(五) 经销商转向的征兆和处理要点

1、征兆：突然抱怨多，一贯和集团人员交流，突然很少交流；销量突降；在业务代表面前提及竞争厂家的情况；暗渡陈仓，另租门面（借口分家、折伙、父子、夫妻各挡一面）；突防其他公司的秘密接触；突然降价，下级零售商抱怨很大；诉怨处理不配合，也不及时，甚至同用户联合注册公司；突然要求结账，催结奖金，借口周转困难；从来未和集团主管联系过，主管也不认识他，突然即兴反映情况；对集团变化、调整反映冷淡，持无所谓态度；召集用户会议，在用户面前说集团的坏话，并暗示转向；参加竞争对手的开业聚会等；突然变得斤斤计较；对召开各种促销会，基础工作不支持；有现金购货突然转为支票、汇票；老板以前经常亲自到场进货，近期却很少来。

2、处理要点：诚—诚恳、真诚，实实在在；勤—多接触、交谈、沟通、交流；同—一视同仁，同等对待大小新老客户；利—合理利润，正确处理功利关系；关系—互惠互利合作关系、不是隶属关系，谁也离不开谁；长期—合作不是短期行为，投机不是好经销商；距离—有距离，戒私情；分级管理—片区、饲料区域经理、饲料销售员分级管理分级负责。

(六) 饲料企业对饲料经销商激励11法

1、不失时机宣传集团、传播文化：

(1)、这是让客户情愿与之合作的原动力和基础；(2)、目的：感到这是一个有规模、有前景、有档次的企业，使合作更稳固，对公司更有信心。

2、工作要勤奋：

(1)、天道酬勤，勤能补拙；

(2)、让客户认同你，接受你，甚至被你感动；

(3)、目的：通过你的自身勤奋来带动饲料经销商的合作热情和加深合作诚意。

3、工作要有成效：

(1)、快速建立核心示范户；(2) 33做出几个成





功对比实证；(3)、确立工作计划（书面）；(4)、速度击败规模，快鱼吃慢鱼；(5)、目的：让客户进一步看到希望，认定你是他的好帮手。

4、建立个人魅力

(1)、它是合作的无形纽带；(2)、在与饲料经销商拜访养殖户时是展示自己的最好时机；(3)、有技术服务能力；(4)、成熟、干练、敬业、有好习惯、有礼貌；(5)、能帮助客户作一些准确的决策；(6)、目的：赢得客户对你的喜欢、信任和尊重。

5、充分利用各种资源：

- (1)主管、服务专家、集团管理者；
- (2)市场周围的榜样客户；
- (3)凭借优秀同事的帮助；
- (4)目的：深刻感受集团的人才优势。

6、不断鼓励饲料经销商：

(1)用经济利益引导他；
(2)每做下一个客户时；
(3)每一个客户对产品有较高评价时；
(4)每一个阶段的目标达到时；
(5)要不失时机表扬他，激励他，同时要有所表示（小礼物、短信、信函、肢体语言）；(6)、目的：激励合作热情，保持旺盛斗志。

7、建立合适融洽的感情关系：

- (1)关心健康、生活、感情；
- (2)与其家人、经销店里其他人都要很融洽；
- (3)保持适当距离；
- (4)重视其生日；
- (5)年、节要有所问候；
- (6)要尽量投其所好（健康）；
- (7)目的：感情是合作的基石。

8、正确处理客户投诉：

- (1)做示范户时要精心、细致、确保成功；
- (2)处理要及时、得当；
- (3)要懂得疾病防治知识；
- (4)把有隐患的用户事前对饲料经销商讲；

(5)目的：减少因投诉而对品牌失去信心。

9、对品牌投入更多时间和资金：

- (1)强化自己的优势；
- (2)各方面要表现得比竞争对手业务员优秀；
- (3)让客户感到他现在的销量有些愧对于你与之签订的经销合同；

(4)目的：精诚所至，金石为开。

10、当销量下滑时——

- (1)充分刺激饲料经销商每一根神经；
- (2)共同分析下滑原因；
- (3)快速制定最佳解决方案；
- (4)寻求公司的支持（促销）；
- (5)目的：让其在低谷时保持镇定、乐观、信心十足。

11、参与其管理：

- (1)市场开发策略和思路；
- (2)协助其进行财务规范管理；
- (3)培训其下属的业务人员；
- (4)掌握其网络使其欲罢不能；
- (5)目的：控制其运作思路，深入其管理，让其感到你对他至关重要。

(七) 处理客户关系13法宝：

- (1)打开你的秘密区；
- (2)站在他人的角度想问题；
- (3)记住别人的名字；
- (4)微笑就是财富；
- (5)迅速承认自己的过错；
- (6)不要让对方轻易说“不”；
- (7)避免无谓的争论,无价值的争论；
- (8)经常保持良好的心态；
- (9)给人抬轿子；
- (10)让别人下结论；
- (11)用差异化的原则对待每一个人；
- (12)激发别人的兴奋点；
- (13)做一个好的聆听者。





鳊鱼的饲料知识及投喂技术详解

来源：当代水产

1 鳊鱼饲料

养殖鳊鱼需选购优质、稳定的专业生产鳊鱼配合饲料。从水产饲料发展至今，鳊鱼饲料的配方及配制技术已基本成熟，饲料原料齐全，选购也方便。目前，影响鳊鱼配合饲料质量主要是原料品质的把握、配方中原料的稳定性和饲料添加剂的使用。

1.1 鳊鱼饲料的主要原料及稳定性

鳊鱼饲料中主要原料是鱼粉和 α -淀粉；要求鱼粉新鲜、蛋白质高、组胺和挥发性盐基氮低等，同时鱼粉质量要稳定，保持生产的每批鳊鱼饲料的品质和味道相对一致；要求 α -淀粉不但粘性高，还需与鱼粉配合度好，保证鳊鱼饲料粘弹性好。

1.2 鳊鱼饲料中饲料添加剂的使用

鳊鱼饲料要求高蛋白和高脂肪；在高密度的鳊鱼养殖过程中，要靠高的投喂率促进鳊鱼的生长，就需要添加一些助营养物消化和抗压的添加剂，如酶类（蛋白酶、脂肪酶）、促脂肪消化吸收的卵磷脂、胆碱、胆汁酸等和维生素等。

1.2.1 鳊鱼配合饲料的选购要把握以下几点：

1.2.2 眼看：饲料色泽一致，颜色偏白，生产日期短；

1.2.3 手摸捏：可感觉细度、均匀度和水份含量，鳊鱼饲料要求细度达100目；

1.2.4 鼻嗅：具香腥味、无臭腥味、霉味等；

1.2.5 口尝：具甜味，说明原料新鲜；

1.2.6 拌料：将饲料与水按1:1.2拌成团状，团块整齐、外表光滑、不粘手与工具、粘弹性好。

2 鳊鱼饲料的投喂技术

2.1 搅拌机

目前鳊鱼饲料搅拌机有两类，即卧式搅拌机和立式搅拌机，选择立式搅拌机拌出的鳊鱼饲料均匀、团块整齐、外表光滑、粘弹性好。

2.2 拌料技术

2.2.1 加水比例：鳊鱼配合饲料与水的比例一般为1:1.2~1.5，鳊鱼越小摄食的饲料团需越软，饲料中加水比例越大。拌料时要按预先设定的水比例一次性加足水，决不能一开始加少了，之后边加水边搅拌，这样会破坏粘弹性。

2.2.2 搅拌时间：拌料时要一边拌一边用手或割刀将料团按下压平，要求连续搅拌4~5min才能达到鳊鱼所需的粘弹性。拌料时间不足，弹性差，会粘到搅拌机、割刀、装料桶、料盘和手，甚至会粘到鳊鱼的嘴，使鳊鱼摄食不良，且残饵多；建议在拌料房明显处挂一个石英钟以方便掌握时间。

2.2.3 饲料拌好即刻投喂：鳊鱼饲料中的粘性主要靠 α -淀粉，而 α -淀粉在鳊鱼饲料拌成团块后随着时间的延长，弹性会逐渐变差；因此，饲料拌好后应尽快投喂；同时，需将鳊鱼驯化在不超过20min内吃完，一般从拌出到饲料吃完不超过30min；吃不完的饲料即刻捞出，否则会产生较多残饵。

2.3 鳊鱼饲料补充营养物

一方面由于鳊鱼饲料加工技术的缺陷，或贮藏时间长与不当，造成饲料中营养缺乏，如脂肪偏低、维生素等营养物损失。另一方面在鳊鱼养殖过程中，根据养殖环境的变化和鳊鱼本身的状况适时补充一些营养性或保健的添加物，以增强





鳗鱼的体质和免疫力，预防疾病。

2.3.1 添加油脂：鳗鱼营养要求高蛋白和高脂肪，鳗鱼需求的脂肪最高可达20%；但由于加工技术的缺陷，目前鳗鱼饲料中脂肪含量仅6%~7%，远远达不到鳗鱼的营养需求。因此，在鳗鱼饲料中一定要添加脂肪。据研究，鳗鱼需要的脂肪中包含 $\omega 3$ 和 $\omega 6$ 不饱和脂肪酸。在鱼油中主要含 $\omega 3$ 不饱和脂肪酸，在植物油中含 $\omega 6$ 不饱和脂肪酸多，而鳗鱼饲料中的脂肪大多来自鱼油，因此，在投喂时以添加植物油（如豆油、菜籽油等）为主，添加量约3%~12%，需从投喂颤蚓（丝蚯蚓或红虫）转成配合饲料后就开始逐渐添加，否则鳗鱼因不适应高脂肪而消化不良会产生肠炎。笔者见证某品牌鳗鱼饲料在闽南地区因在养殖过程中添加了3%~5%油脂，鳗鱼的饲料转化率达75%左右，而在闽北地区喂养时无添加油脂，鳗鱼饲料转化率仅50%左右，两者相差25%。这是典型的脂肪节约蛋白质效应。

2.3.2 添加维生素：鳗鱼饲料为粉状，贮藏时间长和不当，维生素会损失。而维生素是鳗鱼营养和抗环境应激的重要营养物。如在下列情况可考虑补充喂养混合维生素、或维生素C和维生素E：养殖密度过高，夏季饲料购买时间超过1个月，在搬移动或选别前，杀虫或生病喂药之后，天气异常（高温季节、温差变化大时、闷热或暴雨时、刮风等）。另外，如添加油脂多，需补充胆碱，以促进脂肪消化，而胆碱因碱性太强，在饲料中添加过多会破坏其他维生素，可考虑改添加甜菜碱或肉碱。

2.3.3 添加保健药物：鳗鱼饲料中是以约25%的 α -淀粉作为粘合剂，而鱼虾对 α -淀粉等碳水化合物消化吸收能力较差，主要转化为脂肪，造成鳗鱼产生脂肪肝；另外，鳗鱼饲料中的蛋白质高，如代谢不良会产生有毒的代谢物，而鳗鱼饲料中主要以鱼粉作为蛋白源，特别是红鱼粉中的组胺，在鳗鱼体内产生毒副作用，而首先受伤害的是肝脏。因此，在鳗鱼摄食量多和高温季节，

饲料中必须添加保肝利胆的保健药物。

2.4 投喂次数

据研究，日投喂2~6次对鳗鱼的生长影响不大，但对鳗鱼生长的均匀度即大小有影响。因此建议：在白仔鳗和黑仔鳗阶段日投喂3次，在幼鳗和成鳗阶段日投喂2次。但在高温（30℃以上）时和在低温（15℃以下）时日投喂1次即可，分别在凌晨2~4h气温最低时和下午2~4h气温最高时进行投喂。

2.5 控料技术

鳗鱼饲料的投喂量的实践和研究已较成熟，一般白仔鳗和黑仔鳗阶段投喂量控制在3%~5%，幼鳗和成鳗阶段投喂量控制在1.2%~2.5%。由于酶的作用，水温低时，鳗鱼自然吃不多，但随着水温越高，鳗鱼摄食越好，当水温达30℃时鳗鱼仍然吃得好，此时鳗鱼处于应激状态，体内代谢紊乱，造成残饵、粪便和代谢有毒物质多，水质易恶化，鳗鱼体质变弱，容易爆发疾病。因此，在下列情况应减少饲料投喂量：鳗鱼生病时，水质恶化时，消毒下药时，水体缺氧时，鳗鱼搬移动时，鳗鱼饥饿过长，天气异常（闷热，雷阵雨，温差大等）。特别是在夏季高温（30℃以上）时，一定要至少减少投喂量40%~50%，尤其是欧洲鳗鲡和美洲鳗鲡。

3 投喂低档饲料的影响

3.1 饲料效率低，鳗鱼生长期延长、病害增多、成本反而增高；

3.2 低档饲料多来自小厂或自配料：原料来源不稳定，造成配方变化大，生产出每批次饲料的品质和味道会不同，导致鳗鱼需再摄食驯化，影响生长；

3.3 低档饲料一般粘弹性差，残饵和粪便多，水质易恶化，容易爆发疾病；

3.4 鳗鱼摄食低档饲料体色差，肉质不好，会影响卖价。





2016年2月福建省鳗鱼饲料产量统计

来源：福建水产饲料同业协会

2016年2月福建省报备水产饲料生产企业共生产鳗鱼饲料5281.98吨，同比减产1466.59吨，占当月产量的27.77%。其中白仔饲料10.4吨，同比减产1.05吨，占10.1%；黑仔饲料3686.76吨，同比减产543.24吨，占14.73%；幼鳗饲料1005.48

吨，同比减产368.0吨，占36.6%；成鳗饲料579.34吨，同比减产554.3吨，占95.68%，几近一半。这是自2012年以来头一次同一月份里鳗鱼饲料各品种同时减产，希望引起注意。

台湾3月起捕捞鳗苗，最高罚15万

来源：海峡渔业网

鳗苗少，鳗鱼价高涨，鳗鱼饭一碗要价至少三百五十元！鳗鱼也面临保育压力，渔业署宣布，昨起一连八个月禁捕鳗苗，违者处三万到十五万元（新台币，下同）罚款，但环保团体批评，鳗苗捕捞渔期在每年冬天，此时颁布禁渔管制规定，根本是做表面功夫。

昨起连8月禁捕违者最高罚15万

“渔业署”去年九月公告《鳗苗捕捞渔期管制规定》，除花莲县及台东县外，其他县市每年自三月至十月，禁止于距岸三哩内海域、潮间带及河口水域以任何方式捕捞鳗苗，此一规范对象包括在岸际以「人力」从事捕捞者，及以渔船（筏）进行海上捕捞者，若学者要进行学术研究，应报中央主管机关核准。

过去台湾每年可产四十公吨鳗苗，前年仅剩近三.五公吨，使得鳗苗一尾一度飙涨至一百八十元，成鳗每公斤也创一千六百元天价。不过，台湾区鳗鱼发展基金会董事长郭琼英说，去年期（去年十月到今年二月）鳗苗大丰收，产量达七公吨，比前年多一倍，鳗鱼要养一年三个月，预

计明年此时，鳗鱼价格恐腰斩。

去年鳗苗丰收明年鳗鱼价恐腰斩

绿色和平海洋保育专案主任颜宁表示，欧洲鳗已列入华盛顿公约濒临危险物种，台湾渔民捕捞的日本鳗，去年也列入讨论，虽然该公约组织未通过，但国际自然保护联盟（IUCN）今年六月讨论濒危物种红色名录，将列入日本鳗。鳗鱼资源已受关注，禁渔期故意设在非捕捞期，可见“渔业署”并不是真心让资源永续。

前“渔业署副署长”陈添寿也批评，管制资源就是要痛，但管制的时间点不对，政策只是做假的、给外行人看的，保育不是这样做的。水试所每年都会放流鳗鱼，成效如何，政府应该说清楚。

郭琼英解释，鳗苗的汛期是每年十一月到隔年的三月底，过去原本三月还可捕捞，现在不能捕，政策仍有适度管制，渔民靠此吃饭，不能赶尽杀绝；“渔业署”说，渔民有部分作业时间受影响，粗估将得以确保6%到10%鳗苗上溯溪流成长的机会。





受潮流影响日本各地鳎苗捕捞量大减

来源：中国鳎鱼网

《中国鳎鱼网》综合《日本养殖新闻》讯随着赏樱季节的到来，东亚地区的鳎苗捕捞期也快要结束。本周，日本各地的鳎苗捕捞量大减，尤其是关东的利根川；中国大陆的鳎苗日捕获量依然保持在100kg；韩国鳎苗的日捕获量保持在10-15kg。

根据《日本养殖新闻》的统计数据显示：截止3月18日，东亚地区已捕获鳎苗26.6吨。其中中国大陆累计捕获鳎苗12.7吨，占总量的47.7%；日本累计捕获鳎苗11吨，占总量的41.4%；台湾地区累计捕捞鳎苗2.5吨，占总量的9.4%；韩国累计捕捞鳎苗0.4吨，占总量的1.5%。

另外，鳎苗入池量方面：截止3月18日，日本、中国大陆、韩国、台湾地区共入池鳎苗26.6吨。其中，日本共入池鳎苗16.3吨，占鳎苗入池总量的61.31%；韩国共入池鳎苗5.0吨，占鳎苗入池总量的18.8%；中国大陆共入池鳎苗4吨，占鳎苗入池总量的15%；台湾地区共入池鳎苗1.3吨，占鳎苗入池总量的4.9%。

具体捕捞情况播报

3月18日

日本

气温升高，潮流情况差，昨晚各地的鳎苗捕获量降至50kg。

关东的利根川：在17-18日潮休。桃子方面的捕捞量更是少，看来真的是要终渔了。昨晚仅捕捞鳎苗5kg。

静冈县：17日集荷鳎苗，20日休息。天龙川

有20位渔民出海捕捞鳎苗，捕捞量多的100尾，少的20-30尾。

爱知县西部地区：捕捞鳎苗10kg，东部还没有消息传来。

德岛县：数日以来，鳎苗日捕捞量一直保持在1-2kg。

宫崎县：今早集荷，在20日终渔。

中国大陆

昨晚捕捞鳎苗80-100kg。其中包含广东省、福建省15-20kg，浙江省20kg，上海15-20kg、江苏省40-50kg。

3月17日

日本

关东的利根川两岸：受潮流的影响，今晚开始休渔，鳎苗捕捞量还没有统计出来。

静冈县的滨名湖养鱼渔业协会：17日午后，捕捞三团体代表表示，合计有100kg鳎苗出售，价格是50万日元/kg。今日集荷鳎苗滨名湖15kg（累计集荷鳎苗510kg），天龙川18kg（累计集荷鳎苗300kg）、龙洋10kg（累计集荷鳎苗100kg）；爱知县东部、西部地区：东部捕捞鳎苗10kg。今晚西部地区鳎苗捕获量回落至5kg；德岛县：依然是1-2kg鳎苗；宫崎县：20日终渔。出海的渔民日益减少，苗量少，终渔的感觉越来越强烈。今早集荷鳎苗500克。昨晚至今早，国内的鳎苗中捕获量加上熊本、福冈、大分等地的合计有60-70kg。

中国大陆





昨晚至今早共捕捞鳊苗100kg，其中包括广东省、福建省20kg；浙江省20kg；上海15-20kg，江苏省40-50kg。

3月16日

日本

潮流情况影响着鳊苗的捕捞，昨晚，爱知县东部、西部地区捕捞鳊苗20-25kg，再加上其他地方的，合计有60-70kg鳊苗。

中国大陆

昨晚各地的鳊苗捕获量如下：广东省、福建省15-20kg，浙江省15kg，上海15-20kg，江苏省50kg，合计有100kg鳊苗。往后的渔情值得期待，鳊苗的流通价高也有所升高。

3月15日

日本

随着第四波黑夜大潮余潮的消失，国内的鳊苗日捕获量在不断减少。昨晚关东的利根川有渔民冒强风出海捕捞鳊苗、铍子方面也有出海的渔民，但合计仅捕捞数kg鳊苗。除此之外，滨名湖的木贺捕捞鳊苗3.5kg、熊踏捕捞鳊苗1.5kg；爱知的东部、西部合计捕捞鳊苗10-15kg，且捕捞到的鳊苗颜色比其它县的稍白些，规格是5700-5800尾/kg、6000尾/kg；德岛县的吉野川地区捕捞鳊苗10kg左右；宫崎县的河川地区集荷鳊苗2kg。根据《日本养殖新闻》的推断，昨晚至今早，共捕捞鳊苗70kg左右。

中国大陆

昨晚至今早共捕捞鳊苗80kg，与前日相比有所增加。其中包含福建省、广东省15kg，上海、浙江省20kg，江苏省20-30kg。天气条件越来越好，希望苗量继续增多。

3月14日

日本

潮流情况多变再加之天气恶劣，各鳊苗捕捞地的捕捞水平还在下降中。关东的利根川两岸将在17、18日潮休；静冈县的滨名湖渔业协会将在周六、周日休息，不收购鳊苗。今早，新居集荷

鳊苗800克。天龙川有渔民出海捕捞鳊苗1kg；爱知县的东部、西部合计捕捞鳊苗15-20kg；宫崎县这两日集荷鳊苗12kg，中心地区至今累计集荷鳊苗330kg左右。最后投标的鳊苗价格是80万元/kg。

中国大陆

昨晚至今早捕捞鳊苗50-60kg，其中包括福建省10kg，广东省10kg，上海、浙江省10-20kg，江苏省10-20kg。苗量变少，流通价格将会上涨。

韩国

日捕捞鳊苗10-15kg，至今累计捕捞鳊苗380-400kg。截止3月14日，已进口鳊苗4900-5000kg。

3月13日

中国大陆

昨晚至今早捕捞鳊苗50-60kg，其中包括福建省10kg，广东省10kg，浙江省、上海10-20kg，江苏省10-20kg。

3月12日

日本

黑夜大潮早已经远去，但是有些地方的苗量还是不错的。昨晚，爱知县东部、西部合计捕捞鳊苗25-30kg；关东的利根川两岸合计捕捞鳊苗20kg；静冈县的滨名湖由于休息，没有好的消息传来。天龙川出海的渔民仅有1位，捕捞鳊苗1-2kg；德岛县昨晚捕捞鳊苗10-15kg，令当地渔民大为惊喜；宫崎县中心地区从昨晚开始已经结束鳊苗捕捞，河川集荷鳊苗2kg。

中国大陆

渔获量不理想，昨晚至今早仅捕捞鳊苗30-40kg，其中包含福建省、广东省10kg，浙江省、上海10-20kg以及江苏省10-20kg。流通价格还是在上涨中。





日本各地鳗苗入池情况

(截至2016年3月18日)

来源：中国鳗鱼网

县-地名	数量 (kg)		
	2016年	2015年	2014年
千叶 (各地)			
栃木 (各地)	35	11	45
静冈 (烧津、吉田、中达-组合)	10.3	10.3	-
静冈 (烧津、吉田-企业)	428	320	354
静冈 (大井川-企业)	130	-	85
静冈 (滨名湖)	70	90	100
静冈 (其他地方)	873	850	360
新潟 (各地)	160	200	507
爱知 (一色)	29.7	29.7	40
爱知 (丰桥)	2950	2696	3605
爱知 (碧海)	308.9	156.5	357
三重 (各地)	293	230.1	384
德岛 (各地)	225	200	221
高知 (各地)	246	200	433
爱媛 (各地)	375	180	470
福冈 (各地)	30	30	42
熊本 (各地)	13.8	50	18
大分 (各地)	390	305	420
宫崎 (各地)	55	30	100
鹿儿岛 (大隅-组合)	3200	2800	3350
鹿儿岛 (大隅-企业)	2558	2298	2966
鹿儿岛 (川内)	2960.7	3297	4170
鹿儿岛 (指宿-企业)	600	485.6	670
鹿儿岛 (种-屋久)	93	115	100
鹿儿岛 (鹿儿岛地区)	36	29	66
其他地区	112	187	190
合计	-	-	15
	16282.4	14800.2	19068.0





2016年1月日本进口活鳗月报

来源：中国鳗鱼网

《中国鳗鱼网》讯据日本贸易统计，一月份进口活鳗505吨，比去年同期的453吨增加11.5%。其中从中国大陆进口347吨，同比降低11.5%；从台湾进口197吨，同比增加87.6%。平均进口单价2837.9日元/公斤，比去年同期的2351.6日元/公斤增加20.7%。累计进口金额143.3亿日元，比去年同期的106.4亿日元增加34.7%。

1月日本活鳗进口情况

地区	进口量 (吨)			单价 (日元/公斤)		
	2016	2015	同比	2016	2015	同比
合计	505	453	11.5%	2837.9	2351.6	20.7%
中国大陆	307	347	-11.5%	2985.2	2313.9	29%
台湾	197	105	87.6%	2611.8	2481.6	5.2%

备注：以上统计根据计数规则，进口量均四舍五入到吨，创汇金额均四舍五入到万美元。

2016年2月份日本配合饲料产量大下降

来源：中国鳗鱼网

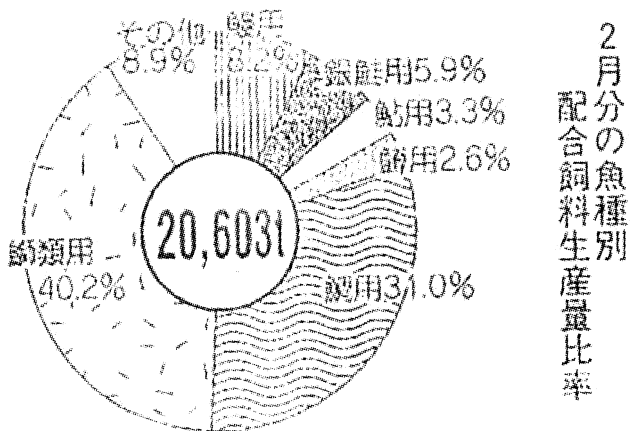
《中国鳗鱼网》综合《日本养殖新闻》讯日前，日本养鱼饲料协会统计并公布了2月份鱼用配合饲料生产量。据统计，海水·内水面2月份鱼用饲料生产总量为20603吨，较去年同期减少7356吨，为去年同期的73.7%。

淡水鱼方面，今年2月鳗鱼配合饲料生产量1679吨，较去年同期减少871吨，为去年同期的65.8%。淡水鱼配合饲料，除了鲈鱼、鲤鱼的配合饲料生产量较去年同期有所增加，其它鱼种的配合饲料生产量均在减少。

另外，海水鱼方面，不仅主力配合饲料鳗鱼类和鲷鱼类的生产量与去年相比均有下降，其他种类海水鱼饲料的产量也在下降。今年2月鲷鱼配合饲料生产量6397吨，较去年同期减少3611吨，是去年同期的63.9%；鳗鱼配合饲料生产量8273吨，较去年同期减少1936吨，是去年同期的81%；鲈鱼配合饲料生产量558吨，较去年同期减

少274吨，是去年同期的67.1%；银鲑配合饲料生产量1207吨，较去年同期减少333吨，为去年同期的78.4%。

根据二月份水产配合饲料生产量的统计数据，饲料生产商表示：“成鳗大部分都已经出池，库存少，鳗鱼饲料的需求量也相应降低。”



上图为：日本2月份配合饲料生产量比率图



2016年2月份日本部分水产配合饲料生产量

来源：中国鳊鱼网

《中国鳊鱼网》综合《日本养殖新闻》讯日本养鱼饲料协会近期统计并公布了2月份水产饲料生产量。据悉，2月份的饲料总生产量为20603吨，较去年同期减少7356吨，为去年同期的73.7%。

2月份水产饲料生产量排前两位的是依然是鲫鱼、鳊鱼，但均低于去年同期水平。鳊鱼饲料产量1679吨，与去年同期相比减少871吨。具体如下表所示：

种类	16/2月	15/2月	较去年比	16/1-2月	15/1-2月	较去年比
鳊鱼用	544	728	74.7%	943	1115	84.6%
鲤鱼用	133	122	109.0%	163	161	101.2%
鲇鱼用	670	591	113.4%	1036	1039	99.7%
鲟鱼用	6394	10005	63.9%	14305	18727	76.4%
鲫鱼用	8273	10209	81.0%	18199	20019	90.9%
鳊鱼用	1679	2550	65.85	3453	4256	81.1%
鲶鱼用	558	832	67.1%	1107	1422	77.8%
银鲑用	1207	1540	78.4%	2240	2806	79.8%
虾	33	30	110%	73	46	158.7%
其它	1112	1352	82.2%	2538	2375	106.9%
合计	20603	27959	73.7%	44057	51966	84.8%

数据来源：日本养鱼饲料协会

2016年1-3月份福建省水产养殖病情测报分析

来源：福建水产技术推广总站

一、1-3月份福建省病害测报情况

1-3月份福建省测报的6个养殖大类，14个大宗养殖品种中，监测到25种病害（生物源性疾

18种），其中：病毒性病害3种、细菌性病害9种、寄生虫病5种、真菌性疾病3种，另有病因不明及其他类病害5宗。第一季度各测报点罗非鱼、团头





鲂、青蟹、刺参、紫菜、龙须菜未监测到病害。其中，紫菜已全部收成，刺参3月份开始也陆续

种类比例见图2。

各养殖品种发生病害种类中，对虾和蛙最多为6种，其次是草鱼5种、鳊鲃4种，其它养殖种类病害种数见图3。

2016年1—3月份各养殖品种中，平均发病率最高的是对虾34.13%，其次是草鱼30.01%、大黄鱼20%，其余各品种发病率见图4。此次草鱼的高发病率主要因为从2016年11日开始，水产养殖病情测报使用新的网络系统上报，而基层测报人员由于首次录入不熟练造成的失误。

各养殖品种的平均死亡率最高的是对虾，为27.17%；其次是石斑鱼8.85%；其余各养殖品种死亡率见图5。

本季度各养殖品种的发病率和死亡率均高于往年，是因为新系统设置的计算标准与往年不同造成的。

注：平均发病率和平均死亡率均指的是3个月的月发病率和死亡率的平均值

二、下一阶段病情预测及防治建议

4月份，天气转暖，各养殖品种开始陆续投苗，要充分做好苗种放养前池塘处理、水体消毒等工作。随着水温的回升，病原体繁殖加快，养殖生物发病率也会有所上升，同时还要注意清明期间雨水增多对水产养殖的影响。

下一阶段主要采取的措施：

1、做好池塘清整消毒工作。使用生石灰或漂白粉彻底消毒，消除病原和野杂鱼等；定期检测水体pH、溶解氧、氨氮、亚硝酸盐等水质指标，确保其处于合理水平。

2、苗种应来源于有苗种生产许可证的苗种场，并经检疫合格。

3、苗种放养前用3~5%的

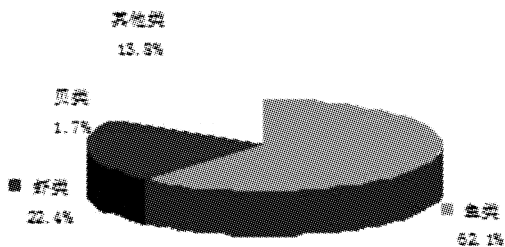


图1 发病种类比例

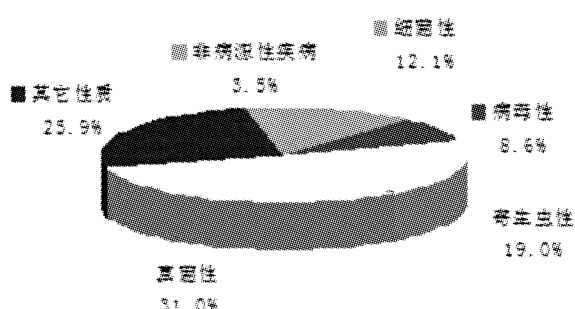


图2 疾病种类比例

起箱收成。

2016年1-3月共监测到有8个养殖品种发生病害，各养殖种类发病比例见图1，监测到的疾病

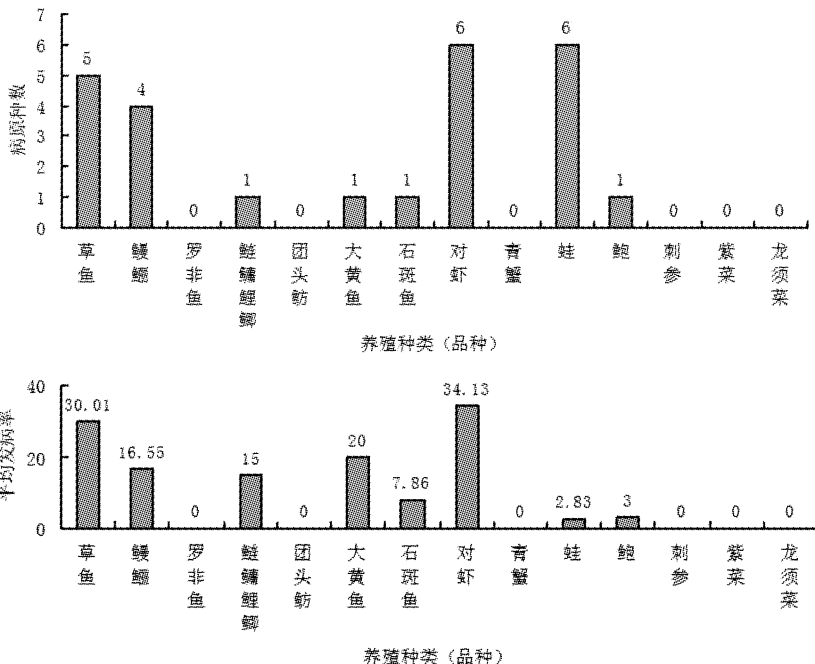


图4: 2016年1-3月份福建省测报的各个养殖品种的平均发病率情况



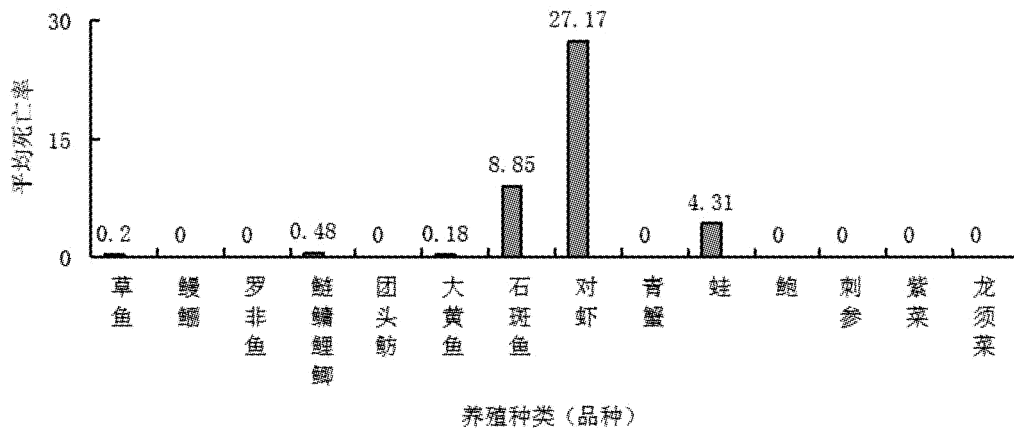


图5: 2016年1-3月份福建省测报的各养殖品种的平均死亡率情况

食盐水浸泡10~15min后放养。苗种投放、转塘时，小心操作，尽量避免擦伤鱼体，以防水霉和病原菌感染。

温等情况，掌握适当的投喂量。定时在饲料中添加适量多维和免疫多糖类物质，以增强鱼体体质，提高免疫力。

4、选购优质饲料，科学投喂，视天气、水

台鳗鱼市场周报 (至2016年3月18日)

来源：中国鳗鱼网

《中国鳗鱼网》讯本周（截至3月18日）中国大陆、台湾活鳗出池价格及日本市场鳗鱼批发价格如下：

类别		3p	4p	5p
中国出池价	大陆产日本鳗(元/公斤)	105	125-130	145-150
	大陆产欧鳗(元/公斤)	77-78	87-88	88
	台湾产(台币/公斤)	540	640	760
日本市场批发价格	中国大陆产(日元/公斤)	2900	3450	3900
	台湾产(日元/公斤)	2200-2250	2750-2800	3300-3350
	日本产(日元/公斤)	3550-3750	3900-4100	4100-4300
韩国产(韩元/公斤)		31000	33000	33000

备注：数据来源于《日本养殖新闻》。本文发布时汇率为：1日元=0.0580元，1新台币=0.2002元，1韩元=0.0056元。

