

<<农业品牌产品的质量安全>>

图书基本信息

书名：<<农业品牌产品的质量安全>>

13位ISBN编号：9787501774739

10位ISBN编号：7501774730

出版时间：2006-5

出版时间：中国经济出版社

作者：中国经济出版社

页数：320

字数：300000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<农业品牌产品的质量安全>>

内容概要

农产品是人们每天不可缺少的重要生活品，它的质量直接关系到人们的身体健康。

因此，农产品的生产及食用已成为社会普遍关注的热点问题。

如今，农产品已经进入品牌化时代。

农业品牌化的发展，使生产者和消费者更加关注农产品对人体的安全。

为了更好地使广大生产者和消费者生产和选用各种农业品牌产品，我们编写了《农业品牌产品的质量安全》一书。

本书共分为七章，分别是：第一章 从天然食品到农业品牌产品，第二章 人们青睐农业品牌产品的深层原因，第三章 人们青睐农业品牌产品的表层原因，第四章 农业品牌产品生产与加工有严格的要求，第五章 农业品牌产品是营养食品与保健食品，第六章 在市场上如何选购各类农业品牌产品，第七章 食用农业品牌产品也需要膳食平衡。

<<农业品牌产品的质量安全>>

书籍目录

总序序绪论 一、农业品牌是区别不同农产品的商品标记 二、农业品牌对生产者和消费者的基本功能 三、进入21世纪发展农业品牌的重要作用第一章 从天然食品到农业品牌产品 一、天然食品 二、无公害食品 三、绿色食品 四、有机食品 五、转基因食品 六、营养保健食品 七、农业品牌产品 八、中国农业品牌化的发展第二章 人们青睐农业品牌产品的深层原因 一、食品有营养也有污染危害 二、植物食品中的有害物质 三、动物食品中的有害物质 四、食品外来的生物性污染 五、食品外来的化学性污染 六、食品中外来的农药污染 七、食品外来的放射性污染 八、食品加工产生的有害物质第三章 人们青睐农业品牌产品的表层原因 一、食品污染令人担忧 二、污染性食品中毒事件 三、“疯牛病”风波震撼全球 四、氮污染殃及人类 五、使人类陷入困境的抗生素 六、影响人类生殖的动物激素 七、含有大量农药残毒的食品 八、有害金属元素污染着食物 九、亚硝胺是一种化学致癌物 十、黄曲霉毒素是最强的化学致癌物 十一、TOCP是可怕的人类致瘫剂 十二、甲醇与氢氰酸是隐形杀手 十三、滥用食品添加剂危害大 十四、食品防腐剂需要人们“警惕” 十五、食品合成抗氧化剂与食用香料需要人们“防范” 十六、腌肉用的亚硝酸钠会危害人的肝脏 十七、儿童多动症与食用人工合成色素有关 十八、糖精过量使用对人体有危害 十九、食品安全在于增强自我保护与防范意识 二十、家庭对食品污染的防范措施第四章 农业品牌产品生产与加工有严格的要求 一、农业品牌产品标准的基本框架 二、农业品牌产品的分级标准 三、农业品牌产品的卫生质量标准 四、农业品牌产品的申报 五、农业品牌产品的标志 六、农业品牌产品的管理机构 七、农业品牌产品管理的主要内容 八、依法强化农业品牌产品的监督管理第五章 农业品牌产品是营养食品与保健食品 一、农业品牌产品是营养保健食品的基础 二、营养保健食品存在和发展的理论 三、营养保健食品的功能分类与评估 四、营养保健食品的生物活性物质 五、营养保健食品有效成分的原料资源 六、孕妇和乳母的营养保健 七、婴幼儿的营养保健 八、老年人的营养保健 九、特殊工作环境人群的营养保健 十、我国保健食品的政策法规和监督管理第六章 在市场上如何选购各类农业品牌产品 一、粮油类农业品牌产品的选购 二、蔬菜类农业品牌产品的选购 三、果品类农业品牌产品的选购 四、肉类农业品牌产品的选购 五、禽蛋类农业品牌产品的选购 六、水产品类农业品牌产品的选购 七、调味品类农业品牌产品的选购 八、乳品糕点类农业品牌产品的选购 九、水及饮料类农业品牌产品的选购 十、酒类农业品牌产品的选购第七章 食用农业品牌产品也需要膳食平衡 一、中华民族自古就追求膳食平衡 二、中国与西方国家有不同的饮食习惯 三、世界卫生组织推荐的“地中海式饮食” 四、美国推行的“食物指南金字塔” 五、中华民族传统膳食平衡的经验 六、要从小养成良好的饮食习惯 七、安康家庭科学合理安排膳食 八、向你推荐几套膳食平衡食谱 参考文献

<<农业品牌产品的质量安全>>

章节摘录

2. 区别农产品出处的功能 对消费者来说,农产品品牌则具有区别农产品出处的基本功能。品牌在不同的商品生产者或经营者所生产或者经营的同一或类似商品之间能够制造差别,便于消费者区分商品的生产厂家和经营单位。

同一种商品有众多厂家生产,其商品的内在质量、外在形式、功能等,都相差无几,如牛奶商品,有“伊利”、“蒙牛”、“三元”、“光明”、“完达山”等众多品牌,消费者已无法分辨它们的品质,唯一的基本差别就在于它们的品牌不同。

品牌是识别商品、识别厂商的最简捷、最有效的手段。

品牌的识别性为认牌购货提供了保证。

区分不同的人主要在于人的脸面,所以品牌被誉为“商品的脸”。

3. 表明农产品质量的功能 品牌未必标示着农产品的高质量,但它确实标示着一定农产品较一贯的质量水平,无论是高质量、低质量还是一般质量。

消费者则经常希望通过品牌寻找农产品的稳定质量。

品牌有时被人当成贴有同样标志的相同农产品的价值和质量的一种信用担保。

消费者会认为“鲁花”牌花生油具有的质量,所有贴有同样标志的其他花生油也都具有。

品牌表明农产品质量的功能,一方面在于消费者所要购买的实质性东西,它与一般产品略有不同;另一方面在于农产品质量的一贯稳定性。

4. 宣传农产品的功能 品牌是一种最卓越的广告宣传方式。

企业创牌的一切努力都是为了提高商品的知名度和市场竞争能力,引起消费者的注意,将厂商及其商品的形象深深烙在消费者心中,变为消费者购物的行动,为自己带来经济效益和社会效益。

所以品牌又被誉为“无声的推销员”。

农产品品牌的宣传功能可以从两个方面表现出来:一方面通过消费者使用带有品牌的农产品,使他们把对农产品质量等方面的良好印象集中在品牌上,并通过品牌,把这种印象传递给其他消费者。

另一方面,在各种广告宣传和推销活动中,品牌是广告宣传的核心。

通过引人入胜的画面,独特的音响引起人们的注意,使潜在的顾客对品牌产生好感,留下深刻印象,从而诱发他们购买这种农产品的兴趣。

<<农业品牌产品的质量安全>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>