

<<绿色食品发展研究>>

图书基本信息

书名：<<绿色食品发展研究>>

13位ISBN编号：9787810884884

10位ISBN编号：7810884883

出版时间：2006-10

出版时间：西南财经大学出版社

作者：杜通平

页数：228

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>

<<绿色食品发展研究>>

内容概要

《绿色食品发展研究》以绿色食品发展研究为基本框架，由11章构成，可分为三个部分。第一部分为第1章内容，全面介绍了绿色食品与有机食品和无公害食品的概念、特征、异同及在我国的进展情况；第二部分为第2至9章内容，全方位阐述了绿色食品发展过程中的一系列相关理论和实践问题，以实例形式进行了分析；第三部分为10至11章内容，分析和总结了我国绿色食品发展中存在的问题，并提出了加快我国绿色食品发展的基本思路。

<<绿色食品发展研究>>

书籍目录

1 绿色食品与无公害食品和有机食品1.1 “三品”概述” 1.2 “三品”的共同点1.3 “三品”的不同点1.4 我国“三品”工作的新进展1.5 实践案例2 绿色食品与可持续农业2.1 可持续农业概述2.2 西方发达国家探寻可持续农业发展道路的历程2.3 我国可持续农业发展面临的主要问题2.4 发展绿色食品符合可持续农业发展理念2.5 绿色食品的生产有赖于可持续农业2.6 发展绿色食品的科技支撑体系3 绿色食品与生态农业3.1 生态农业概述3.2 中国走生态农业之路的必然性3.3 中国生态农业的发展3.4 生态农业与绿色食品的关系3.5 适合绿色食品开发的生态农业模式4 绿色食品与农业产业化4.1 农业产业化概述4.2 绿色食品产业化4.3 加快我国绿色食品产业化发展的策略4.4 实践案例5 绿色食品与标准化生产基地5.1 标准化生产基地的概念5.2 基地建设在绿色食品产业发展中的作用5.3 创建生产基地的目标、思路和原则5.4 基地创建的基本条件和要求5.5 基地创建申请、验收和监督管理5.6 当前基地建设的一些重要模式5.7 加强基地建设的主要措施5.8 实践案例6 绿色食品与品牌化经营6.1 品牌的概念和特征6.2 绿色食品品牌及特征6.3 绿色食品品牌化经营的作用6.4 绿色食品品牌化战略切入点6.5 实践案例7 绿色食品与绿色营销7.1 绿色营销的定义及基本特征7.2 推动绿色食品营销的因素7.3 绿色食品市场培育与实施绿色营销的基础和优势7.4 绿色食品与绿色营销的关系7.5 绿色食品的营销现状7.6 我国绿色食品实施绿色营销存在的问题7.7 绿色食品实施绿色营销的主要措施7.8 实践案例8 绿色食品与绿色贸易壁垒8.1 绿色壁垒的内容和特点8.2 绿色贸易壁垒形成的原因8.3 绿色壁垒对我国农产品出口的影响8.4 我国农产品屡遭绿色贸易壁垒的原因8.5 发展绿色食品是突破绿色壁垒的最佳战略8.6 我国绿色食品出口现状及存在的问题8.7 促进我国绿色食品出口的建议8.8 实践案例9 绿色食品与绿色消费9.1 人类消费模式的演变历程9.2 绿色消费的内涵、特征及功效9.3 绿色消费体现科学发展观的内涵和本质9.4 绿色食品与绿色消费的关系9.5 促进我国绿色消费的对策9.6 实践案例10 绿色食品的发展现状和趋势10.1 国外绿色食品发展的现状和趋势10.2 我国绿色食品发展的现状和趋势10.3 国内外有机食品和绿色农产品发展的比较11 加快我国绿色食品发展的思路11.1 发展绿色食品是坚持科学发展观的具体体现11.2 我国绿色食品发展中存在的问题11.3 加快我国绿色食品开发的思路11.4 实践案例参考文献

<<绿色食品发展研究>>

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>