

<<绿色农药 绿色植被>>

图书基本信息

书名：<<绿色农药 绿色植被>>

13位ISBN编号：9787109084438

10位ISBN编号：7109084434

出版时间：2003-10

出版时间：中国农业出版社

作者：全国农业技术推广服务中心 编

页数：491

字数：883000

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>

<<绿色农药 绿色植被>>

内容概要

绿色农药、绿色植保与无公害农产品生产、农药社会化服务和经营管理、农药抗性与治理、农药试验示范和药效、病虫害发生防治与植保机械等。

<<绿色农药 绿色植被>>

书籍目录

- 第一部分 绿色农药、绿色植保与无公害农产品生产
- 发展绿色农业与提高农产品市场竞争力
 - 积极发展生态农业认真抓好绿色品牌经营
 - 食品安全战略选择与中国生物农药的发展
 - 国外农产品质量安全管理制度概况
 - 世界有机农业七大发展趋势
 - 完善农产品生产安全体系确保无公害农产品生产发展
 - 实施绿色植保行动计划为无公害农产品生产服务
 - 大力推广绿色植保技术保障苹果无害化生产
 - 树立绿色植保理念发挥韭菜之乡优势把无公害韭菜产业做大做强
 - 搞好农药安全使用和无害化防治促进绿色植保事业发展
 - 推行新型工业化道路铸造绿色农药品牌
 - 农药无害化的对策及其途径
 - 增强质量植保观念全力服务果业强县
 - 加强农药安全使用为无公害农产品生产实践服务
 - 搞好农药安全合理使用促进绿色植保事业发展
 - 无公害蔬菜生产中农药残留污染现状及对策
 - 我国农药残留标准对农产品安全性评价的影响
 - 发展绿色农业推广“生物导弹”
 - 无农药污染病虫综合控制模式初探
 - 浅谈化学农药的安全应用问题
 - 适应无公害农产品发展形势搞好优质强筋小麦病虫害综防治理
 - 浅谈无公害水稻生产植保技术
 - 化学农药在无公害蔬菜生产中的应用
 - 果菜高效安全施药技术及推广方法的探讨
 - 苹果无公害生产的实践与思考
 - 发展绿色食品蔬菜是陕西蔬菜业发展的必由之路
 - 植物源农药与绿色食品
 - 合理规划科学引导促进无公害蔬菜发展——对商洛市无公害蔬菜生产的思考
 - 新世纪农药生产、经营、使用者要共同关注农药安全问题
 - 瑞安市农产食品质量安全状况及绿色农产食品生产的对策措施
 - 我国除虫菊产业现状与发展趋势
 - 天然除虫菊的研究与应用
 - 印楝及印楝生物农药
 - 绿色食品与病虫草鼠害防治相关问题的思考
 - 开展“无公害毛芋”生产的技术与思考
 - 秦巴山区优质魔芋安全生产技术探讨
 - 植物抗逆诱导剂在绿色食品生产中的应用研究
- 第二部分 农药社会化服务和经营管理
- 开展植保社会化服务推动农业可持续发展
 - 植保社会化服务的尝试与思考
 - 抓好统防统治搞好基层植保社会化服务
 - 以统防统治为突破口认真抓好植保社会化服务
 - 加入w1、0后广东省农药经营管理的对策
 - 应对当前形势开创植保工作新局面

<<绿色农药 绿色植被>>

创新植保技术服务方式开创乡镇农技站工作新局面——乡级植保技术服务方式创新的探索与实践

认真抓好基层“两高”农药的监管

建立健全农药经营和使用管理机制为无公害农产品生产服务

高扬绿色联盟“共富”旗帜开拓厂商植保“长赢”新路

积极开展连锁服务经营努力实现基层植保技术推广方式创新

农药行业现状与科诺核心竞争力

开展“统防统治”保障农产品质量安全

推行病虫统防统治促进果业可持续发展

农药新产品的上市策略

农药技术服务营销浅谈

对农药连锁经营的思考

浅谈生产企业营销中的客户管理策略

农药产品的绿色营销策略

基层植保工作必须掌握农药管理的几个问题

当前农药经营市场存在的问题及其有效治理对策

开展农民安全用药技术培训确保无公害农产品生产

新时期农药经营存在的问题及对策

加强高毒农药管理的思考

.....

第三部分 农药抗性与治理

第四部分 农药试验示范和药效

第五部分 病虫害发生防治与植保机械

<<绿色农药 绿色植被>>

章节摘录

版权页：插图：优质绿色产品。

而绿色品牌经营则能将绿色产品的生产特点和品质信息通过品牌传递给消费者，使消费者感到物有所值，进而接受绿色产品并积极、重复地购买，从而可以促进绿色产品的生产和销售，有效地避免绿色产品在交易中的“优质却不优价”。

具体来说，绿色品牌战略的实施对消费者的作用表现在如下几个方面：首先，品牌便于消费者的市场定位，使消费者更方便地选择自己所喜爱的绿色产品。

品牌是消费者识别绿色产品品质的重要标志。

随着绿色产品技术的发展，不同绿色产品的品质即使都能达到国家相关的质量标准，甚至符合绿色食品标准，仍可能存在很大的品质差异，如不同品牌的牛奶风味、质地、口感等因产地或技术的不同往往差别很大，而消费者无法用肉眼识别，也不可能在购买之前都亲口品尝。

所以，品牌就成为消费者识别的标志。

其次，通过品牌选择，消费者能最大限度地满足自身的特定需求。

通过对某种品牌产品的反复购买和长期消费，消费者能逐步建立对某品牌绿色产品在质量、性能、风格等方面的信赖。

一个成功的品牌能培养消费者的信任感和自豪感，在使消费者因购买该品牌绿色产品获得物质享受的同时，还能使消费者的自我个性得以表现，使消费者得到心理和精神上的满足。

<<绿色农药 绿色植被>>

编辑推荐

《绿色农药·绿色植保》由中国农业出版社出版。

<<绿色农药 绿色植被>>

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>