

<<滋补中药的生产与营销>>

图书基本信息

书名：<<滋补中药的生产与营销>>

13位ISBN编号：9787109151338

10位ISBN编号：7109151336

出版时间：2011-2

出版时间：中国农业出版社

作者：张勇飞，赵冰 主编

页数：477

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>

<<滋补中药的生产与营销>>

内容概要

深度影响与改变中药材产业的扛鼎大作。

24种高价值滋补中药的栽培与加工技术在本书中得到了充分的表达。

对每处药材的市场与营销均作了精辟的分析，有着直接的指导意义。
前所未有的商业机遇将如朝霞一般地升起在你的面前。

<<滋补中药的生产与营销>>

书籍目录

序言

第一篇 滋补药材的生产与营销发展趋势

第一章 滋补药材的生产趋势

第一节 道地滋补药材生产及其异地栽培的异化趋势

1.1.1 什么叫道地滋补药材?

1.1.2 道地滋补药材的生产与异地栽培有什么异同?

第二节 滋补药材的GAP生产基地建设

1.1.3 怎样建设滋补药材的GAP生产基地?

第三节 滋补药材GAP生产中的施肥技术

1.1.4 怎样进行滋补药材生产中的施肥?

1.1.5 滋补药材高产优质特效多维场能浓缩有机肥

第四节 滋补药材

生产中最新的一种地膜栽培技术

1.1.6 怎样在滋补药材生产中使用灌水多功能地膜?

第五节 滋补药材的采收和炮制

1.1.7 怎样进行滋补药材的采收和炮制?

第二章 滋补药材的营销趋势

第一节 中药材市场概况及滋补药材的市场地位

1.2.1 中药材在国内市场的发展潜力

1.2.2 中药材在国际市场的?展趋势

1.2.3 滋补药材是市场发展的主角吗?

第二节 产品开发和产业建设

1.2.4 新产品开发与滋补药材市场的关系怎样?药农如何加入滋补药材市场体系?

第三节 传统继承和品牌建设

1.2.5 如何通过传统药材品牌建设获得最大的生产和经营效益?

第四节 专业协会和产业基金

1.2.6 药农要积极关注当地专业协会和产业基金,以谋求社会力量而增加收益

第五节 我国药材集散地

1.2.7 我国药材集散地在哪里?

第二篇 补气壮阳中药类的生产与营销

第一章 人参

第一节 人参入药品种

2.1.1 人参有多少个品种?入药品种有哪些?

第二节 人参资源和产地分布

2.1.2 人参原始产地及分布和人工栽培在我国的发展情况如何?

第三节 人参的植物形态

2.1.3 人参是什么样子的?

第四节 人参的生态条件

2.1.4 人参适宜于在什么地方和条件下生长?

第五节 人参的生物特性

2.1.5 人参的生物学特征有哪些?

第六节 人参的栽培技术

2.1.6 人参的栽培方法有哪些?

2.1.7 人参栽培前应该做好哪些准备工作?

.....

<<滋补中药的生产与营销>>

第三篇 补血滋阴中药类的生产与营销

主要参考文献

<<滋补中药的生产与营销>>

章节摘录

目前，国际市场上每年中药销售额高达160亿美元，而产自我国的中药出口已遍及全球130多个国家和地区，只占其中的3%~5%，且大部分为原料中药材和保健药，其他份额主要被日本、韩国等国瓜分。

中药材在国际上也被称为植物药。

植物药在全世界的应用历史已经相当久远。

随着科技的大力发展，化学药物的出现曾一度将植物药挤入市场的边缘。

而今，人们在衡量、取舍化学药物速效和严重毒副作用所带来的痛苦时，植物药又一次以其回归自然的理念走到药物学家和患者的面前。

世界植物药市场中主要以美国、德国、法国、日本等占主导。

欧洲是世界最大的植物药市场之一。中医药传入欧洲已有300多年的历史，但是各国从20世纪70年代才开始深入认识并使用。

近几年来，中草药的使用在欧洲得到了迅速发展，目前中药及其制剂已遍布欧洲市场。

法规标准：为统一各国间有关植物药的法规，1965年，欧共体制定了第一药物指令（65 / EEC）

。1988年，欧共体制定《草药制品管理准则》明确规定：“草药是一种药物，所含的活性成分只是植物或植物药制剂。

草药作为药物就必须要有销售许可证。

在产品上市之前，必须符合质量、安全和功效的标准。

”且要求许可证的申请提供以下资料：（1）组成成分的定性、定量资料；（2）制造方法的描述；（3）初始材料的控制；（4）需定期进行的质量控制和鉴定；（5）成品的质量控制与鉴定；（6）稳定性的鉴定。

1990年，欧共体提出了草药生产的GMP。

<<滋补中药的生产与营销>>

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>