

图书基本信息

书名：<<浙江山区特色农林产品市场竞争力提升途径研究>>

13位ISBN编号：9787503853463

10位ISBN编号：7503853468

出版时间：2008-12

出版时间：中国林业出版社

作者：徐秀英

页数：252

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>

## <<浙江山区特色农林产品市场竞争力>>

### 内容概要

本研究在对浙江山区特色农林产品生产-加工-销售状况二手资料收集和实地调查的基础上,选择合适的指标对特色农林产品的市场竞争力进行评价,通过借鉴国内外农林产品经营的成功经验,提出了一套符合WTO规则和浙江实际的提升山区特色农林产品市场竞争力的有效途径。

重点解决了浙江山区特色农林产品生产经营中专业合作经济组织不健全,标准化生产实施难,从传统营销转向绿色营销的问题。

为提升浙江山区特色农林产品市场竞争力,促进山区经济持续、均衡发展,提前实现浙江现代化战略目标服务。

## 书籍目录

1 绪论1.1 研究背景1.2 研究目的和意义1.3 研究的主要内容1.4 研究点基本情况1.4.1 临安市基本情况1.4.2 台州市基本情况1.4.3 余姚市基本情况1.4.4 开化县基本情况1.5 数据和资料来源2 国内外相关研究综述2.1 竞争力理论研究2.1.1 竞争力的内涵2.1.2 竞争力理论的演变2.2 农业与农产品竞争力相关研究2.2.1 农业竞争力和农产品竞争力的定义2.2.2 农产品市场竞争的主要特征2.2.3 农业及农产品竞争力的实证研究2.3 特色农业相关研究2.3.1 特色农业概念与特征2.3.2 发展特色农业的必要性2.3.3 特色农业的形成条件2.3.4 特色农业发展应遵循的规律2.3.5 特色农业的类型和模式2.3.6 各地特色农业发展的实证研究2.4 不结3 浙江山区特色农林业发展及与山区经济发展的关系3.1 浙江山区特色农林业发展的自然资源状况3.1.1 土地资源3.1.2 气候资源3.1.3 植物资源3.2 浙江山区特色农林业的选择3.2.1 选择的原则3.2.2 浙江山区特色农林业的选择3.3 浙江山区特色农林产品生产的总体情况3.3.1 总体情况3.3.2 主要分布地区3.4 典型区域特色农林产业发展状况3.4.1 临安市山核桃、竹笋产业发展状况3.4.2 台州市柑橘产业发展状况3.4.3 余姚市杨梅产业发展状况3.4.4 开化县茶叶产业发展状况3.5 浙江山区特色农林产业发展与山区经济发展的关系3.5.1 在当地农业经济中的地位3.5.2 对农户家庭收入的贡献3.5.3 与当地农民人均收入的相关关系4 浙江山区特色农林产品市场竞争力评价4.1 农产品市场竞争力评价方法与指标概述4.1.1 国际市场占有率4.1.2 贸易竞争力指数法4.1.3 显示性比较优势指数法4.1.4 国内资源成本法4.1.5 综合比较优势指数法4.1.6 盈利水平4.2 特色农林产品市场竞争力评价4.2.1 评价方法和指标的选择4.2.2 利用PRIM、RcA对特色农林产品的国际竞争力进行评价4.2.3 利用sAI、EAI、AAI对特色农林产品的比较优势进行分析4.2.4 盈利水平比较分析4.2.5 投资项目的经济效益分析——个案分析4.3 特色农林产品竞争力的构成要素分析4.3.1 来自消费者需求的调查4.3.2 构成要素分析4.4 结论5 浙江山区特色农林产品标准化研究5.1 农业标准化概念及作用5.1.1 农业标准化概念与特点5.1.2 农业标准化对提升农产品市场竞争力的作用5.2 国际农业标准化现状与发展5.2.1 国际农业标准化总体情况5.2.2 主要国家和地区农业标准化现状5.3 农业标准化在农产品贸易中的应用：技术性贸易壁垒5.3.1 不断颁布新的技术法规5.3.2 制定严格的安全卫生标准，不断增加对农产品的检测项目并提高标准水平5.3.3 实行严格的食品标签制度5.3.4 执行严格的商品合格评定程序5.4 我国农业标准化发展历程与现状5.4.1 发展历程5.4.2 发展现状5.5 浙江农业（含山区特色农林业）标准化现状5.5.1 注重地方标准建设，制定了森林食品系列标准5.5.2 标准化推广模式多样化5.5.3 重视农产品质量安全监管制度建设，基本建立了农产品质量安全检测体系5.6 存在的问题5.6.1 农业标准缺乏系统性，农药残留项目少，且与国际标准有较大差距5.6.2 标准化推广力度不够，标准化生产技术应用率不高5.6.3 农产品质量安全监管和检测体系建设有待于加强5.7 对策与建议5.7.1 建立完善农业标准体系5.7.2 加快农业标准化的推广实施5.7.3 加强农产品质量安全监管和检测体系建设6 浙江山区特色农林产品绿色营销策略研究6.1 农产品绿色营销概述6.1.1 绿色农产品的界定6.1.2 绿色营销的概念6.1.3 绿色营销与传统营销的区别6.1.4 农产品绿色营销的内涵与特征6.2 实施农产品绿色营销的必要性分析6.2.1 是迎合绿色消费，提高农产品市场占有率的必然选择6.2.2 是突破绿色贸易壁垒，提高农产品国际市场竞争力的关键6.2.3 是提高农产品盈利水平的重要途径6.3 国内外农产品绿色营销发展状况及趋势6.3.1 国外农产品绿色营销发展状况6.3.2 我国农产品绿色营销发展历程与现状6.4 浙江山区特色农林产品绿色营销发展现状6.4.1 绿色农产品开发现状6.4.2 绿色食品管理和营销活动开展情况6.5 浙江山区发展特色农林产品绿色营销的优劣势分析6.5.1 优势分析6.5.2 劣势分析6.6 浙江山区特色农林产品绿色营销对策6.6.1 龙头企业和合作经济组织应充分发挥绿色营销的主体功能6.6.2 加快绿色农产品开发速度6.6.3 科学制定绿色产品价格6.6.4 加强绿色产品营销渠道建设6.6.5 积极引导和推动绿色消费需求7 浙江山区特色农林产品市场竞争力提升的组织保障7.1 农民专业合作社经济组织的内涵与原则7.2 农民专业合作社经济组织对提升农产品市场竞争力的重要性7.2.1 是构建农产品市场竞争主体的关键7.2.2 是降低交易成本，提高规模经济效益的有效途径7.2.3 为农业科学技术和标准化推广提供新的、有效的介质7.2.4 为农产品品牌化战略的实施提供重要的载体7.3 国内外农民专业合作社经济组织的发展7.3.1 国外农民专业合作社经济组织的发展7.3.2 我国农民专业合作社经济组织的发展7.4 浙江山区特色农林产品合作经济组织发展现状和作用7.4.1 浙江农民专业合作社经济组织发展概况7.4.2 浙江山区特色农林产品合作经济组织发展及作用7.5 存在的主要问题7.5.1 组织化程度较低，农户对合作社的认知程度较低7.5.2 功能有待于进一步完善7.5.3 内部运行机制不规范，利益分享风险共担机制尚未建

## <<浙江山区特色农林产品市场竞争力>>

立7.6 对策与建议7.6.1 大力发展特色农林产品专业合作经济组织7.6.2 充分发挥合作经济组织提升特色农林产品竞争力的功能7.6.3 注重规范化管理，完善内部管理制度7.6.4 建立合作经济组织内部的利益分享风险共担机制8 浙江山区特色农林产品市场竞争力提升的政策保障8.1 政策保障的必要性8.1.1 是激励市场竞争主体发挥作用的重要驱动力8.1.2 农产品品牌化建设的外部性需要政策支持8.1.3 是创新农业经营制度，培育现代农业主体的需要8.2 发达国家的相关政策和经验8.2.1 美国的相关政策8.2.2 欧盟的相关政策8.2.3 发达国家政策可资借鉴的经验8.3 提升浙江山区特色农林产品市场竞争力的政策现状8.3.1 国家层面的支持政策8.3.2 省级层面的支持政策8.3.3 山区县（市）支持政策8.4 现行政策存在的问题8.4.1 农林业产权政策有待于进一步完善8.4.2 财政政策扶持力度较小，扶持结构欠合理8.4.3 农业信贷扶持政策较为欠缺，特色农林业发展贷款难8.4.4 缺乏生产风险防范与保护机制8.5 政策建议8.5.1 加快农林业产权政策的改革8.5.2 加大财政政策扶持力度，改善扶持结构8.5.3 完善农业信贷政策8.5.4 建立和完善农业生产风险防范与保护机制参考文献

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>