

《中国有机农产品市场发展研究》

图书基本信息

书名：《中国有机农产品市场发展研究》

13位ISBN编号：9787109153295

10位ISBN编号：7109153290

出版时间：2011-3

出版社：中国农业出版社

作者：张新民

页数：240

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《中国有机农产品市场发展研究》

内容概要

《中国有机农产品市场发展研究》对中国有机农业和有机农产品市场发展做出了系统论述，具体包括：有机农业概述和发展现状分析，有机农产品市场发展的影响因素与现状分析，有机农产品市场的经济学理论分析等12部分内容。

《中国有机农产品市场发展研究》

作者简介

张新民 1971年9月出生，河南平舆人。管理学博士。现为北京交通大学中国产业安全研究中心博士后，黄淮学院副教授。主要从事农业经济、粮食安全、农村发展等方面研究。近五年来，主持完成4项省部级课题，参与国家及省部级课题6项，在农业技术经济、统计与决策等核心期刊发表学术论文20余篇。

序	序二	绪论	1.1 问题的提出和研究背景	1.1.1 问题的提出	1.1.2 研究的背景与意义	1.2 国内外研究现状综述	1.3 研究的基本思路、结构框架和方法	1.3.1 研究的基本思路和研究目标	1.3.2 研究的结构框架	1.3.3 研究的基本假设	1.3.4 研究方法	1.4 研究范围和相关概念界定	1.5 有机农业和传统农业、生态农业等的比较	1.5.1 有机农业与传统农业的比较	1.5.2 有机农业与生态农业的比较	1.5.3 有机农业与其他替代农业	1.5.4 有机食品与绿色食品及无公害食品	1.6 主要创新和特色	2 有机农业概述和发展现状分析	2.1 有机农业产生的背景	2.1.1 有机农业的起源	2.1.2 世界有机农业的发展历程	2.1.3 世界有机农业发展的趋势	2.2 有机农业的特征和有机农业的原则	2.2.1 有机农业的特征和内涵	2.2.2 IFOAM的有机农业原则	2.3 世界有机农业的发展现状和展望	2.4 中国有机农业的发展现状和展望	2.4.1 中国有机农业发展的历程	2.4.2 中国目前有机农业的品种和空间分布	2.4.3 中国有机农业的发展（生产组织）模式	2.4.4 中国有机农产品的市场与贸易	2.4.5 中国有机农业发展的机遇和挑战	2.4.6 中国有机农产品市场前景展望	3 有机农产品市场发展的影响因素与现状分析	3.1 有机农产品市场的类型及其特征	3.1.1 农产品及其商品特征分析	3.1.2 有机农产品市场的类型	3.1.3 中国有机农产品市场的特征	3.2 有机农产品市场发展的影响因素	3.2.1 有机农产品市场需求的影响因素	3.2.2 影响有机农产品供给的因素	3.2.3 有机农业标准	3.2.4 政府政策支持	3.2.5 有机农业的基础理论研究和科技发展	3.2.6 有机认证和有机农产品市场发展	3.3 中国有机农产品市场存在的主要问题	3.3.1 “诚信”危机	3.3.2 生产规模小，物流成本高，难以形成规模	3.3.3 有机农产品流通渠道不畅，物流能力差	3.3.4 中国有机农产品市场开发相对较晚，市场体系发展滞后	3.3.5 缺乏有机农产品知识和理念的教育宣传，消费者认知度低	3.3.6 生产、流通成本高，有机农产品价格高，消费者难以接受	3.4 有机农产品竞争力和有机农产品市场发展	3.5 本章小结	4 有机农产品市场的经济学理论分析	4.1 有机农业生产的外部性和市场失灵	4.1.1 外部性概念	4.1.2 有机农业生产的外部性和市场失灵	4.2 有机农产品市场与信息不对称	4.2.1 柠檬市场理论（Lemons Argument）	4.2.2 有机农产品质量属性与信息不对称	4.2.3 有机农产品市场信息不对称问题产生的原因分析	4.2.4 有机农产品市场信息不对称与机会主义行为	4.2.5 解决信息不对称的途径	4.3 优质优价原则和有机农产品市场发展	4.4 有机农产品市场发展与品牌化经营	4.4.1 品牌的概念和特征	4.4.2 品牌化经营在有机农产品市场发展中的作用	4.5 有机农业从业者的规模变迁与有机农产品市场发展	4.6 本章小结	5 有机农产品市场的供应链分析	5.1 有机农产品供应链的特点	5.1.1 有机农产品的特点	5.1.2 有机农产品供应链的特点	5.2 有机农产品供应链的发展面临的机遇及挑战	5.2.1 有机农产品供应链的发展所面临的机遇	5.2.2 有机农产品供应链的发展中存在的矛盾和问题	5.3 有机农产品供应链的发展模式分析	5.3.1 以超市为终端的有机农产品销售渠道	5.3.2 以专卖店为终端的有机农产品销售渠道	5.3.3 互联网、电话等销售的有机农产品销售渠道	5.3.4 团购、酒店等直销渠道	5.4 有机农产品质量管理长效机制：供应链可追溯性体系	5.5 冷链物流：有机农产品供应链的发展瓶颈	6 有机认证制度与有机农产品市场发展	6.1 有机认证制度的产生和发展	6.2 中国有机认证制度的发展	6.2.1 中国有机产品法规框架与标准体系	6.2.2 中国有机认证制度的发展	6.2.3 中国有机产品认证存在的问题	6.3 有机认证制度在有机农产品市场发展中的作用	6.3.1 有机认证制度对有机农产品市场发展的意义	6.3.2 有机认证在有机农产品市场发展中的作用	6.4 中国有机认证可持续发展的对策	7 中国有机农业生产经营组织模式与市场发展	7.1 分散经营的小农户与有机农产品大市场之间的矛盾	7.2 中国有机农产品生产经营组织模式类型	7.3 有机农产品生产经营组织模式与生产行为分析	7.3.1 信息不对称致使产生机会主义倾向的生产行为	7.3.2 有机农业生产经营不同组织模式与农户生产行为	7.4 有机农产品市场发展需要创新生产经营组织模式	7.5 案例分析	8 有机农业生产效益的经济学分析	8.1 数据来源	8.1.1 数据来源	8.1.2 被调查样本的基本特征	8.2 概念界定	8.2.1 成本（C）的内涵	8.2.2 收益	8.2.3 技术效率	8.3 有机农业生产成本和经济效益分析	8.3.1 有机菜花和常规菜花生产成本和经济效益的比较分析	8.3.2 有机水稻生产成本和经济效益分析	8.4 有机农业生产的环境效益分析	8.4.1 农户对有机农业环境效益认知情况的统计分析	8.4.2 有机水稻生产者环境效益的支付意愿和所希望得到的补偿意愿的计量分析	8.5 本章小结	9 有机农业生产技术效率及其影响因素的实证分析	9.1 有机菜花生产技术效率的计量经济学分析	9.1.1 研究方法	9.1.2 数据说明	9.2 有机水稻生产技术效率及其影响因素分析	9.2.1 研究方法	9.2.2 数据说明	9.2.3 数据来源与描述分析	9.3 本章小结	10 有机农产品消费行为分析	10.1 研究方法	10.1.1 问卷调查法	10.1.2 统计分析法	10.1.3 联合分析法（Conjoint Analysis）	10.2 消费者对有机农产品认知和消费行为的统计学分析	10.2.1 消费者对有机农产品的认知特征	10.2.2 消费者对有机农产品的消费行为特征	10.2.3 消费者基本信息分
---	----	----	----------------	-------------	----------------	---------------	---------------------	--------------------	---------------	---------------	------------	-----------------	------------------------	--------------------	--------------------	-------------------	-----------------------	-------------	-----------------	---------------	---------------	-------------------	-------------------	---------------------	------------------	--------------------	--------------------	--------------------	-------------------	------------------------	-------------------------	---------------------	----------------------	---------------------	-----------------------	--------------------	-------------------	------------------	--------------------	--------------------	----------------------	--------------------	--------------	--------------	------------------------	----------------------	----------------------	--------------	--------------------------	-------------------------	--------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	------------------------	----------	-------------------	---------------------	-------------	-----------------------	-------------------	-------------------------------	-----------------------	-----------------------------	---------------------------	------------------	----------------------	---------------------	----------------	---------------------------	----------------------------	----------	-----------------	-----------------	----------------	-------------------	-------------------------	-------------------------	----------------------------	---------------------	------------------------	-------------------------	---------------------------	------------------	-----------------------------	------------------------	--------------------	------------------	-----------------	-----------------------	-------------------	---------------------	--------------------------	---------------------------	--------------------------	--------------------	-----------------------	----------------------------	-----------------------	--------------------------	----------------------------	-----------------------------	---------------------------	----------	------------------	----------	------------	------------------	----------	----------------	----------	------------	---------------------	-------------------------------	-----------------------	-------------------	----------------------------	--	----------	-------------------------	------------------------	------------	------------	------------------------	------------	------------	-----------------	----------	----------------	-----------	--------------	--------------	---------------------------------	-----------------------------	-----------------------	-------------------------	-----------------

《中国有机农产品市场发展研究》

析10.3 有机农产品消费行为影响因素的统计学分析10.3.1 有机农产品消费行为影响因素的统计学分析10.3.2 消费者购买行为影响因素的统计分析10.4 消费者对有机大米支付意愿的实证分析10.4.1 Conjoint模型的对数似然值函数的推导10.4.2 有机大米的Conjoint模型估计结果和边际支付意愿分析10.5 本章小结11 公共政策与有机农产品市场发展11.1 政府的基本职能11.2 政府可以使用的农业政策工具11.3 政府控制与干预有机农产品市场发展的理论基础11.4 农业补贴与有机农产品市场发展11.5 有机农产品市场的市场准入和政府监管11.5.1 中国农产品市场准入发展历程11.5.2 有机农业国家标准体系11.5.3 中国有机农产品市场政府监管存在的主要问题11.6 中国有机农产品市场公共政策展望12 结论、政策建议和有待研究的问题12.1 主要结论12.2 政策意义12.3 有待研究的问题附录附录1 有机农产品和常规农产品生产调查表附录2 有机水稻生产调查表附录3 消费者支付意愿调查表参考文献后记

章节摘录

1.1.1 问题的提出 改革开放30年来，中国农业取得了辉煌成绩，农产品短缺已经成为历史，人们对农产品的要求从数量安全（Food Security）向质量安全（Food Safety）转变，食品安全成为最重要的民生问题之一。近年来，中国农产品质量安全事件时有发生，如有毒大米、农药残留超标蔬菜、瘦肉精、阜阳劣质奶粉、三聚氰胺等，使得农产品质量安全问题受到空前关注。“民以食为天，食以安为先。”农产品安全是人类社会最基本的健康需要和安全需要。从现代农业和未来农业的发展趋势看，中国农业正在向生态农业、环境友好型农业的方向发展，农业发展不仅要为人类的生存和发展提供充足的安全食物，还要提供良好的自然环境和生态环境，实现农业经济的健康可持续发展。中国政府把农产品质量安全问题作为重要的民生问题提到日程，2009年中央1号文件提出，严格农产品质量安全全程监控，实行严格的食品质量安全追溯制度、市场准入和退出制度，支持建设绿色和有机农产品生产基地。这为有机农产品市场发展奠定了政策基础。有机农产品作为食品安全的最高层级，其发展状况在一定程度上体现了一个国家人民生活质量水平。三鹿奶粉事件的发生，再一次唤起全民对食品安全的关注，“我们还能吃什么？”食品安全事件的频繁发生，引起人们对自身健康日益担心，促使人们对有机农产品的关注和接受。日益增加的环保意识和对健康的关注，推动有机农产品市场的快速发展。……

《中国有机农产品市场发展研究》

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:www.tushu111.com