

品牌链接丛书

PINPAI LIANJIE CONGSHU

NONGYE PINPAI
CHANPIN DE SHILIAO MIFANG

农业品牌 产品的食疗秘方

白光 马国忠/主编



中国经济出版社

CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

品牌链接丛书

药补不如食补 药疗不如食疗

农业品牌产品的食疗秘方

白 光 马国忠 主编



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北 京

图书在版编目 (CIP) 数据

农业品牌产品的食疗秘方/白光。马国忠主编。—北京：中国经济出版社，
2006.5

(品牌链接丛书)

ISBN 7-5017-7475-7

I. 农… II. ①白…②马… III. 农产品—食物疗法 IV. R247.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 027232 号

出版发行：中国经济出版社 (100037·北京市西城区百万庄北街3号)

网 址：www.economyph.com

责任编辑：苏耀彬

电话 (传真)：010-6835-4197

个人主页：<http://fbshs.top263.net>

E-mail：cephs@economyph.com suyaobin@126.com

bianshensyb@yahoo.com.cn

责任印制：石星岳

封面设计：白长江

经 销：各地新华书店

承 印：三河市欣欣印刷有限公司

开 本：787mm×960mm 1/16 印张：22.625 字数：300千字

版 次：2006年5月第1版

印次：2006年5月第1次印刷

印 数：0001—4000册

书 号：ISBN 7-5017-7475-7/F·6031

定 价：35.00元

版权所有 盗版必究 举报电话：68359418 68319282

服务热线：68344225 68353507 68308640 68359420 68309176

《品牌链接丛书》

编委会

主 编 白 光 马国忠

编 委 (以姓氏笔划为序)

马国忠	王之文	白 光
刘代丽	刘 彬	李永全
李保田	陈 渝	陈永民
陈清华	单玉波	杨东霞
庞守林	郭 刚	郭守信
梁 斌	黄安娣	蔺 岩

总 序

“品牌”包含着两个含义：“品”即是物品，商品的等级、种类，当然也含有人的品格；“牌”则是企业单位为自己产品的专用名称，实际上是商标。把上述两层意思联系起来，“品牌”就是具有一定品位的牌子；体现在商品上，应该是广大消费者认可的商品的牌子。

品牌没有一个确定的标准，企业广泛作了宣传，消费者使用，大众认可，便形成品牌。如果给品牌下一个定义，应该用以识别生产者和经营者的产品或服务，并使之与竞争对手的产品或服务区别开来的商业名称及其标记。品牌是一个集合概念，它主要包括品牌名称和品牌标记两部分。品牌名称是指品牌中可以用语言称谓的部分，也称“品名”，如“光明”牛奶等；品牌标记，也称“品标”，是指品牌中可以被认出、易于记忆但不能用言语称谓的部分，通常由图案、符号或特殊颜色等构成，如“光明”牛奶的品牌标记是一把火炬与英文名称组成的图形。

品牌由众多因素构成，如产品质量要好，这是品牌确立的基础；商品要美观，要实用；要适应消费水平；要注意消费者的反映，并以此作为改进产品质量、花色品种的重要依据；对品牌宣传要有计划、有目的，更要有科学性和实用性。

品牌被广大消费者公认，久而久之形成名牌，因此，名牌是品牌的延伸。名牌不是由谁任意评比、评选出来的，而是在消费者公认的基础上形成的。

作为品牌，必须具有价值。品牌价值是通过为消费者和企业提供附加利益来体现的、超过产品或服务本身利益以外的价值，它是品牌知名度、品牌联想、品



牌忠诚、品牌的品质形象（或者消费者对品牌的品质感知）和附着在品牌上的其他资产等项内容的集成反映。品牌知名度是指品牌为消费者所知晓的程度，故也称品牌知晓度。品牌知名度不仅影响消费者的购买选择，而且还会抑制竞争品牌知名度的提高。品牌忠诚度是消费者对农业品牌偏爱的心理反应。品牌忠诚度作为消费者对某一品牌偏爱程度的衡量指标，它反映了对该品牌的信任和依赖程度。品牌联想是指不同的品牌会使消费者在脑海中产生不同的联想，进而形成不同的品牌印象。消费者通过对不同品牌产生不同的联想，使品牌间的差异得以显露。品牌的品质形象是指消费者对某一品牌的总体质量感受或在品质上的整体印象。

由品牌的含义及品牌知名度、品牌联想、品牌忠诚、品牌的品质形象等品牌价值构成，使我们可以认识到，品牌标示着产品品质，产品品质通过品牌得以表现；品牌是产品、生产者与消费者之间的桥梁和纽带；我们把这一凸现过程称之为“品牌链接”，这就是我们编写《品牌链接丛书》的初衷与意图。

本丛书以农业品牌产品为基础，由《中国要走农业品牌化之路》、《农业品牌产品的质量安全》、《农业品牌产品的营养保健》和《农业品牌产品的食疗秘方》四部分构成，以广大消费者的身体健康为出发点和落脚点。愿《品牌链接丛书》能为广大消费者提供有益的思考与借鉴。

编 者

于2006年3月于北京北郊慧龙居

序

农产品是人们每天不可缺少的重要生活品，它的质量直接关系到人们的身体健康。农产品用于食补或食疗，更是人们所津津乐道之事。民间早有“药补不如食补、药疗不如食疗”之说。食补或食疗讲五性五味，即食品有寒、凉、温、热、平五性，辛、甘、酸、苦、咸五味，人体进食，五味入五脏（心、肝、脾、肺、肾），食品五性五味发生补、热、清、泻、平五种作用。如果进食得当，进而对人体会发生各种食补或食疗的保健功能。为积极引导和推动农业品牌产品的食用、保健及食疗，我们系统地搜集整理了农业品牌产品的民间传统养生秘方，农业品牌产品的美容养颜饮食秘方，以及谷物类、豆类、油脂类、根茎类、叶茎花类、瓜类、茄果类、鲜果类、硬果类、菌类、畜类、禽蛋类、虫蜂花粉类、鱼类、软体水产类、虾蟹龟类、藻类、饮料类和调料类等农业品牌产品的保健食疗方 2000 余例，编写了《农业品牌产品的食疗秘方》一书。

本书共分十八章，第一章介绍了 81 例谷物类农业品牌产品的保健食疗方；第二章介绍了 111 例豆类农业品牌产品的保健食疗方；第三章介绍了 81 例油脂类农业品牌产品的保健食疗方；第四章介绍了 110 例根茎类农业品牌产品的保健食疗方；第五章介绍了 278 例叶茎花类农业品牌产品的保健食疗方；第六章介绍了 116 例瓜类农业品牌产品的保健食疗方；第七章介绍了 47 例茄果类农业品牌产品的保健食疗方；第八章介绍了 200 例鲜果类农业品牌产品的保健食疗方；第九章介绍了 114 例硬果类农业品牌产品的保健食疗方；第十章介绍了 34 例菌类农业品牌产品的保健食疗方；第十一章介绍了 64 例畜类农业品牌产品的保健食疗方；第十二章介绍了 62 例禽蛋类农业品牌产品的保健食疗方；第十三章介绍

了 77 例虫蜂花粉类农业品牌产品的保健食疗方；第十四章介绍了 110 例鱼类农业品牌产品的保健食疗方；第十五章介绍了 63 例软体水产类农业品牌产品的保健食疗方；第十六章介绍了 32 例虾蟹龟类农业品牌产品的保健食疗方；第十七章介绍了 22 例藻类农业品牌产品的保健食疗方；第十八章介绍了 169 例饮料类农业品牌产品的保健食疗方。

本书集理论性与实践性于一体，融农学、管理学、医学、营养学与保健学于一身，借鉴了不少医疗保健界的优秀成果和实践经验，可作为广大消费者养生保健食疗的重要参考依据。

编 者

于 2006 年 3 月于北京北郊慧龙居

中国经济出版社第一编辑部

苏耀彬编审向您推荐其编辑的图书

序号	书号	书 名	定价	作 者	出版日期
		“中经管理智慧译丛”【1-5】			
1	5764	有效的电子商务推广计划①	28.00	凯西·埃斯	2003.03
2	5765	一种全新的专家②	18.00	里恩·麦戈文	2003.03
3	5766	临时管理——高级经理们的一种全新的职业选择③	20.00	丹尼斯·拉塞尔	2003.03
4	5767	国际市场营销失败案例④	18.00	甄伟 李晓光	2003.03
5	5768	学会管理⑤	18.00	甄伟 米俊	2003.03
		中经资本市场热点案例丛书【1-3】			
6	5885	上市公司退市与复市案例①	22.00	童 增	2003.05
7	5886	买壳借壳上市案例②	22.00	童 增	2003.05
8	5887	创业企业改制案例③	22.00	童 增	2003.05
		感性、悟性与理性广告语三卷书【1-3】			
9	6525	中外感性广告语经典与点评①	26.00	白 光	2004.10
10	6526	中外悟性广告语经典与点评②	26.00	白 光	2004.10
11	6527	中外理性广告语经典与点评③	26.00	白 光	2004.10
		语言与传播丛书【1-28】			
12	5783	对面——著名播音员主持人访谈录①	28.00	翁 佳	2003.03
13	5784	处处放光彩——成功广告语访谈录②	28.00	於 春	2003.03
14	5785	语言以人为本——第三轮语言哲学对话③	28.00	赵 俐	2003.03
15	5786	幽默与节目主持人的语言艺术④	15.00	王宇红	2003.03
16	5787	留心各种语言现象⑤	25.00	于根元	2003.03
17	5788	语言是大海⑥	16.00	于根元	2003.03
18	6000	语言宣言——我们关于语言的认识⑦	25.00	赵 俐	2003.10
19	6002	你的手机来信了⑧	20.00	贾 磊	2003.10
20	6084	有创意才有时尚——成功广告语访谈录⑨	25.00	於 春	2004.01
21	6085	十字街头的语言文字⑩	20.00	陈晓宁	2004.01
22	6086	电视广告语言的类型和创作⑪	20.00	刘艳春	2004.01

序号	书号	书 名	定价	作 者	出版日期
23	6087	主持人的个性化语言 ^⑫	25.00	蔡长虹	2004.01
24	6088	播音主持语言策略 ^⑬	22.00	徐树华	2004.01
25	6089	路途和手段——语言学及应用语言学研究方法 ^⑭	20.00	于根元	2004.01
26	6070	唤醒语言 ^⑮	16.00	于根元	2004.01
27	6001	语言的轮休和充电——第四轮语言哲学对话 ^⑯	25.00	赵 俐等	2005.01
28	6693	体态语和礼仪 ^⑰	20.00	熊征宇	2005.01
29	6694	论整体设计语言 ^⑱	26.00	陈晓宁	2005.01
30	6695	只要你想——成功广告语访谈录 ^⑳	28.00	於 春	2005.01
31	6696	电视谈话节目创作散论 ^㉑	18.00	王 婷	2005.01
32	6697	语言交际 ^㉒	28.00	刘艳春	2005.01
33	6698	语言学家的故事 ^㉓	28.00	徐红燕	2005.01
34	6699	语言在交际中规范 ^㉔	25.00	施春宏	2005.01
35	6700	语言是小河 ^㉕	25.00	韩陈其	2005.01
36	0962	播音主持语言研究十篇 ^㉖	18.00	于根元	2006.01
37	0963	应用语言学前沿问题 ^㉗	28.00	于根元	2006.01
38	0964	名牌电视访谈节目研究报告 ^㉘	25.00	翁 佳	2006.01
39	0965	论语结——有效提高语言实践能力 ^㉙	32.00	於 春	2006.01
		中国新农村建设丛书【1-6】			
40	6681	现代化进程中的农地制度及其利益格局重构 ^①	25.00	王景新	2005.01
41	6682	乡村新型合作经济组织崛起 ^②	25.00	王景新	2005.01
42	6683	村域经济转轨与发展——国内外田野调查 ^③	25.00	王景新	2005.01
43	6684	非农化与农村社会分层——十个村庄的实证研究 ^④	25.00	卢福营 刘成斌	2005.01
44	6685	农村金融体系再造——内生主导型金融生成问题研究 ^⑤	25.00	姜新旺	2005.01
45	6686	明日中国：走向城乡一体化 ^⑥	25.00	王景新 李长江 曹荣庆	2005.01
		大客户管理丛书【1-4】			
46	6859	大客户战略与管理 ^①	64.50	郝雨风	2005.08
47	6860	大客户销售管理 ^②	59.50	郝雨风	2005.08
48	6861	大客户团队与目标管理 ^③	54.50	郝雨风	2005.08
49	6862	大客户市场与客户管理 ^④	45.50	李朝霞	2005.08
		营销100战·最佳制胜之道丛书【01-03】			
50	7121	销售100战·最佳制胜之道	58.00	郝雨风	2006.01

序号	书号	书 名	定价	作 者	出版日期
51	7122	渠道 100 战·最佳制胜之道	58.00	郝雨风 李朝霞	2006.01
52	7123	客户 100 战·最佳制胜之道	58.00	郝雨风	2006.01
		品牌的故事丛书【1-14】			
53	0454	品牌创意的故事①	20.00	白 光	2005.08
54	0455	品牌图形的故事②	45.00	白 光	2005.08
55	0456	品牌演变的故事③	22.00	白 光	2005.08
56	0457	品牌注册的故事④	24.00	白 光	2005.08
57	0458	品牌维权的故事⑤	28.00	白 光	2005.08
58	0459	品牌经营的故事⑥	24.00	白 光	2005.08
59	0460	品牌造词的故事⑦	20.00	白 光	2005.08
60	7309	品牌凤凰的故事(上下)⑧	68.00	白 光	2006.01
61	7310	品牌构成的故事⑨	32.00	白 光	2006.01
62	7311	品牌宣传的故事⑩	32.00	白 光	2006.01
63	7312	品牌公关的故事⑪	30.00	白 光	2006.01
64	7313	品牌应变的故事⑫	36.00	白 光	2006.01
65	7314	百年老品牌故事⑬	32.00	白 光	2006.01
66	7315	品牌失败的故事⑭	34.00	白 光	2006.01
		企业理论研究丛书【1-4】			
67	6857	交易、治理与经济效益——O. E. 威廉姆森交易成本经济学①	18.00	王国顺	2005.12
68	6858	技术、制度与企业效率——企业效率基础的理论研究②	20.00	王国顺	2005.12
69	6855	企业理论：契约理论③	25.00	王国顺	2006.01
70	6856	企业理论：能力理论④	22.00	王国顺	2006.01
		其 他			
71	6701	新时期推广普通话方略研究	26.00	于根元	2005.01
72	6702	语言预测词典	24.00	郭丽君	2005.01
73	6703	推广普通话文件资料汇编	24.00	课题组	2005.01
74	6557	保险案例评析	26.00	郑美琴	2004.10
75	6711	企业融资理论与实务	28.00	王丽娅	2005.01
76	0714	政府转型——中国改革下一步	50.00	海南改革院	2005.01
80	6849	中国农民组织建设	58.00	中国(海南) 改革发展研究院	2005.01

序号	书号	书 名	定价	作 者	出版日期
81	0228	青年塑造未来 (2004, 上下册)	60.00	蔡富有 樊和平	2005.01
82	0468	中小企业发展——挑战与对策	48.00	中国 (海南) 改革发展研究院	2005.02
83	7055	商业银行法制、道德和管理	18.00	王玉珍	2005.07
84	6966	中国农村经济解难	22.00	黄建宏	2005.08
85	5604	中国现代应用语言学史纲	38.00	于根元	2005.08
86	7171	政府转型与建设和谐社会	50.00	中国 (海南) 改革发展研究院	2005.10
87	7174	创新发展的战略选择	60.00	蔡富有	2005.10
88	7134	中国小城镇现代服务业发展研究	40.00	乔 忠	2005.11
89	0990	门槛——政府转型与改革攻坚	48.00	迟福林	2005.12
90	7268	解构金阳——中国西部城市发展观察	38.00	史 芳	2005.12
91	7269	中国农业家庭经营制度	25.00	阮文彪	2005.12
92	7270	科学发展观与农业持续发展	18.00	阮文彪	2005.12
93	2100	民间组织发展与建设和谐社会	50.00	中国 (海南) 改革发展研究院	2006.01
94	4682	政府转型与社会再分配	50.00	中国 (海南) 改革发展研究院	2006.03
95	2285	中国改革为何成功	35.00	朱华友	2006.03
		品牌链接丛书【1-4】			
96	7472	中国要走农业品牌化之路	35.00	白 光 马国忠	2006.05
97	7473	农业品牌产品的质量安全	35.00	白 光 马国忠	2006.05
98	7474	农业品牌产品的营养保健	35.00	白 光 马国忠	2006.05
99	7475	农业品牌产品的食疗秘方	35.00	白 光 马国忠	2006.05
		城镇社区管理者经济法律手册【1-4】			
100	7476	市场经济秩序规则	35.00	白 光 邱如山	2006.05
101	7477	市场经济监督规则	35.00	白 光 邱如山	2006.05
102	7478	市场经济保证规则	35.00	白 光 邱如山	2006.05
103	7479	市场经济裁决规则	35.00	白 光 邱如山	2006.05
		其 他			
104	7480	2006' 中国改革评估报告		迟福林 主编	2006.05

联系方式: 010-6835-4197 (传真)

个人主页: <http://fbshs.top263.net>

电子信箱: cephs@economyph.com 或 suyaobin@126.com 或 bianshenshyb@yahoo.com.cn

目录

总序
序

第一章 谷物类农业品牌产品的保健食疗方

一、大麦保健食疗方 6 例	(1)
二、麦芽保健食疗方 5 例	(2)
三、小麦保健食疗方 9 例	(3)
四、浮小麦保健食疗方 2 例	(4)
五、小麦麸保健食疗方 5 例	(5)
六、燕麦保健食疗方 4 例	(5)
七、荞麦保健食疗方 10 例	(6)
八、粳米保健食疗方 8 例	(8)
九、糯米保健食疗方 8 例	(9)
十、米皮糠保健食疗方 3 例	(10)
十一、高粱保健食疗方 2 例	(11)
十二、粟米保健食疗方 4 例	(11)
十三、黄米保健食疗方 3 例	(12)

十四、玉米保健食疗方 3 例	(13)
十五、薏苡仁保健食疗方 6 例	(14)
十六、脂麻保健食疗方 5 例	(15)

第二章 豆类农业品牌产品的保健食疗方

一、黄大豆保健食疗方 8 例	(17)
二、豆腐保健食疗方 2 例	(19)
三、豆腐浆保健食疗方 4 例	(20)
四、豆腐渣保健食疗方 4 例	(21)
五、黑大豆保健食疗方 13 例	(22)
六、大豆黄卷保健食疗方 4 例	(23)
七、淡豆豉保健食疗方 3 例	(24)
八、绿豆保健食疗方 12 例	(24)
九、扁豆保健食疗方 6 例	(26)
十、豌豆保健食疗方 2 例	(27)
十一、赤小豆保健食疗方 14 例	(28)
十二、蚕豆保健食疗方 4 例	(29)
十三、豇豆保健食疗方 8 例	(30)
十四、菜豆保健食疗方 2 例	(32)
十五、刀豆保健食疗方 25 例	(33)

第三章 油脂类农业品牌产品的保健食疗方

一、豆油保健食疗方 2 例	(37)
二、花生油保健食疗方 3 例	(38)
三、胡麻油保健食疗方 12 例	(39)
四、油菜子油保健食疗方 5 例	(41)

五、芝麻油保健食疗方 31 例	(42)
六、玉米油保健食疗方 2 例	(46)
七、棉籽油保健食疗方 3 例	(46)
八、米糠油保健食疗方 2 例	(48)
九、葵花籽油保健食疗方 3 例	(49)
十、椰子油保健食疗方 2 例	(51)
十一、新型保健食油 5 例	(51)
十二、猪脂保健食疗方 6 例	(53)
十三、羊脂保健食疗方 5 例	(55)

第四章 根茎类农业品牌产品的保健食疗方

一、百合保健食疗方 9 例	(57)
二、荸荠保健食疗方 11 例	(59)
三、慈姑保健食疗方 2 例	(60)
四、番薯保健食疗方 13 例	(61)
五、胡萝卜保健食疗方 5 例	(63)
六、土豆保健食疗方 2 例	(64)
七、竹笋保健食疗方 2 例	(65)
八、生姜保健食疗方 24 例	(66)
九、山药保健食疗方 11 例	(69)
十、萝卜保健食疗方 17 例	(70)
十一、茺菁保健食疗方 8 例	(72)
十二、魔芋保健食疗方 6 例	(73)

第五章 叶茎花类农业品牌产品的保健食疗方

一、大白菜保健食疗方 5 例	(75)
----------------------	------

二、小白菜保健食疗方 5 例	(76)
三、洋白菜保健食疗方 2 例	(77)
四、油菜保健食疗方 13 例	(77)
五、大葱保健食疗方 26 例	(79)
六、胡葱保健食疗方 2 例	(81)
七、洋葱保健食疗方 7 例	(82)
八、大蒜保健食疗方 27 例	(83)
九、薤白保健食疗方 10 例	(86)
十、菠菜保健食疗方 4 例	(87)
十一、冬葵保健食疗方 8 例	(88)
十二、韭菜保健食疗方 19 例	(89)
十三、茭白保健食疗方 3 例	(91)
十四、荠菜保健食疗方 11 例	(92)
十五、芥菜保健食疗方 5 例	(93)
十六、落葵保健食疗方 8 例	(94)
十七、蕹菜保健食疗方 2 例	(95)
十八、蕪菜保健食疗方 8 例	(95)
十九、苜蓿保健食疗方 3 例	(96)
二十、黄花菜保健食疗方 3 例	(97)
二十一、旱芹保健食疗方 6 例	(99)
二十二、水芹保健食疗方 8 例	(101)
二十三、蒲菜保健食疗方 2 例	(101)
二十四、芦笋保健食疗方 2 例	(102)
二十五、莴苣保健食疗方 6 例	(103)
二十六、苋菜保健食疗方 5 例	(104)
二十七、白苋保健食疗方 4 例	(104)
二十八、红苋菜保健食疗方 2 例	(105)
二十九、香菜保健食疗方 9 例	(105)
三十、香椿和椿叶保健食疗方 4 例	(106)

三十一、紫苏叶保健食疗方 10 例	(107)
三十二、茼蒿保健食疗方 2 例	(109)
三十三、枸杞叶保健食疗方 7 例	(110)
三十四、香蒿保健食疗方 3 例	(111)
三十五、藿香保健食疗方 8 例	(111)
三十六、红花保健食疗方 12 例	(113)
三十七、木槿花保健食疗方 8 例	(115)
三十八、木芙蓉花保健食疗方 8 例	(116)

第六章 瓜类农业品牌产品的保健食疗方

一、冬瓜保健食疗方 10 例	(118)
二、冬瓜皮保健食疗方 7 例	(119)
三、南瓜保健食疗方 8 例	(120)
四、黄瓜保健食疗方 14 例	(121)
五、越瓜保健食疗方 3 例	(123)
六、瓠子保健食疗方 5 例	(124)
七、葫芦保健食疗方 7 例	(124)
八、丝瓜保健食疗方 32 例	(125)
九、苦瓜保健食疗方 12 例	(128)
十、西瓜保健食疗方 10 例	(130)
十一、甜瓜保健食疗方 8 例	(131)

第七章 茄果类农业品牌产品的保健食疗方

一、茄子保健食疗方 16 例	(133)
二、番茄保健食疗方 9 例	(135)
三、辣椒保健食疗方 15 例	(136)