第一图书网, tushu007.com

<<肉类产品概念设计>>

图书基本信息

书名：<<肉类产品概念设计>>

13位ISBN编号：9787501961672

10位ISBN编号：7501961670

出版时间：2008-2

出版时间：郭锡铎 中国轻工业出版社 (2008-02出版)

作者：郭锡铎 编

页数：490

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

<<肉类产品概念设计>>

内容概要

设计改变生活，设计改变世界。
设计是产品的心脏，是技术创新的主题。
这是一本有关肉类产品设计与开发的新思维、新创意、新技术和新理论的工具书。
以这样内容为主题的书，在我国肉类工业发展史上还是第一次。
《肉类产品概念设计》运用设计创新理论、现代营销理论与肉类产品开发和经营管理相结合，对肉类产品概念设计作了较为系统全面、深入浅出韵阐述，并为读者讲叙了不少精彩的商业故事。
《肉类产品概念设计》围绕产品概念设计与创新理论，突出重点与规律性地对肉类科学与工艺理论与实践予以系统表达，特别适合高年级食品专业的学生，以及研究生、MBA管理等职业人士阅读和应用；亦可供肉类科学研究机构工程技术人员改善创新思维与提升管理能力，以及肉类工业企业高管人员、研究人员、品管人员提升综合素质参考与应用，还可作高等院校有关创新理论与实践教学、食品专业教学与研究的教材。

作者简介

郭锡铎，中国肉类产业十大杰出科技人物，高级工程师，高级策划师，唐人神集团副总裁，兼多所大学客座教授，20世纪60年代末毕业于江西农业大学，受德国海乐（Hela）肉类技术学院多次培训，为新加坡国立大学管理学院研究学者，匈牙利国家肉类研究所访向学者，历任股长、科长、场长、厂长、总工程师、总经理、副总裁等职，从事食品工业科技研究、企业经营管理近40年，多次策划、主持完成国家级大型工程项目，任国家《肉类工业》、《肉类研究》期刊编委，中国食品工业协会常务理事，中国肉类协会常务理事，中国畜产品加工研究会常务理事，中国生产力学会策划专家委员会理事委员，荣获全国星火计划先进工作者，全国质量管理先进工作者，中国企业优秀策划人。

<<肉类产品概念设计>>

书籍目录

第一章 产品概念——设计程序的基石第一节 产品设计与开发漏斗第二节 产品的概念设计第三节 产品设计的定义第四节 肉类产品设计的类型第五节 产品概念设计的要素第六节 清洗与消毒第七节 产品开发管理第二章 资源整合——设计突破的选择第一节 肉类资源第二节 肉类品质第三节 肉类加工历史第四节 肉类工业第五节 肉类产品第六节 肉类香辛料第七节 肉类添加物第八节 我国肉类工业自主创新与发展第三章 准确定位——设计成功的保障第一节 产品价值的内涵第二节 市场需求，价值导向第四章 产品创意——概念设计的源头第一节 设计创意第二节 创意方法第三节 设计卖点第四节 卖点诉求第五节 卖点传播第五章 设备配套——工业开发的基础第一节 设备概述第二节 主要机械设备的性能与操作第六章 持续创新——达成目标的灵魂第一节 设计创新的概念第二节 设计创新的体系第三节 设计创新的原则第四节 设计创新的路标第五节 设计创新的方法第六节 产品设计构想的重点第七节 设计创新的加减乘除第八节 设计创新的法则第七章 产品命名——品牌设计的开始第一节 产品命名的价值第二节 产品命名的原理第三节 产品命名的法则第四节 产品命名的现状第八章 创造特色——永不言败的内涵第一节 产品色泽的设计第二节 产品造型的设计第三节 产品风味的设计第四节 调味配方实例第五节 产品包装的设计第九章 产品包装——品牌形象的光彩第一节 产品包装概念第二节 我国肉类产品包装的现状与未来第三节 肉类产品的包装材料第四节 塑料包装材料第五节 产品包装新材料与新技术第十章 现代技术——产品创新的摇篮第一节 超高压肉类加工技术第二节 肉类超微粉碎技术第三节 肉类加工发酵技术第四节 肉类冷冻干燥技术第五节 肉类生物工程技术第六节 肉类嫩化技术第七节 肉类微波技术第八节 肉类气调包装技术第九节 肉类辐照技术第十节 就地清洗技术第十一节 肉类添加剂技术第十一章 创造效益——概念设计的核心第一节 产品设计在经营中的地位第二节 产品设计人员的职业素质第三节 产品设计利润的源泉第四节 产品设计的经济结构控制第五节 产品设计的经济评价第六节 产品概念经济分析第七节 产品设计与其他部门第十二章 产权保护——市场竞争的武器第一节 知识产权保护的意义第二节 我国知识产权保护的现状与未来第三节 肉类产品设计的知识产权保护第四节 肉类产品设计与原产地名称保护第十三章 深度开发——生化设计的方向第一节 猪大脑类药物第二节 猪颌下腺类药物第三节 猪喉鼻软骨类药物第四节 猪甲状腺类药物（降钙素）第五节 猪胸腺类药物第六节 猪心脏类药物第七节 猪肝脏类药物第八节 猪胆汁类药物第九节 猪胃脏类药物第十节 猪胰腺类药物第十一节 猪十二指肠类药物第十二节 猪小肠类药物第十三节 猪血液类药物附录附录1 肉类产品设计常用单位（换算）附录2 食品质量安全市场准入审查通则（2004年版）附录3 肉制品生产许可证审查细则附录4 塑料包装材料的缩写代号与中英文全称附录5 国家质检总局《地理标志产品保护规定》附录6 外观设计国际保护海牙协定附录7 世界著名肉类机械、包装材料和配料供应商名录附录8 欧式肉制品配方实例附录9 肉类产品护色与保鲜复配添加剂参考文献

章节摘录

第一章 产品概念——设计程序的基石第四节 肉类产品设计的类型按肉类产品设计创新的角度划分类型，大体可分为四类。
一、全新产品设计全新产品设计是指采用新的科学原理、新结构、新技术、新材料制成的肉制品。从市场营销的角度，全新产品须具有以下三个特征：（1）创建或扩建了一个新的产品大类，例如火腿类产品最初仅局限于以猪后臀部为原料经腌制、发酵、修割而成的自然状火腿；后来发展到选择使用块状猪肉为原料经腌制、装模、风肉干而成的压缩火腿；在“压缩火腿”概念上又发展到以多种畜禽、水产品单一肉类或几种肉类混合后为原料，经腌制、乳化或乳化+肉块、充填入PVDC塑料肠衣，经高温（110℃以上）熟制杀菌而成的乳化型火腿肠。
（2）绝大多数顾客对全新产品了解不多，不知道产品用途和烹调食用方法，可说是陌生或新鲜的，说不清楚为何购买的理由，需要生产商加大产品卖点传播、销售导购、烹饪体验的现场营业推广活动力度。

编辑推荐

《肉类产品概念设计》适合具备一定肉类科学与工艺学知识的食品专业的本科生、研究生，以及MBA等专业人士，为肉类科学研究机构及其科技人员增强经济思维、创新思维与提升管理水平，亦为提升肉类加工企业高管人员、产品设计人员、品管人员综合技能去阅读和应用；还可作为高等院校有关创新理论与实践教学、食品科技专业教学与食品研究必修的一门教材。

第一图书网, tushu007.com

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