

食品包装设计与儿童健康意识培育的 互动机制研究

杨 倩

(悉尼大学艺术与社会科学院, 澳大利亚 悉尼 2006)

摘要:食品包装面向儿童搭建“娱—知—行”互动闭环机制,可以有效引导儿童践行健康行为,打破单一图文说教的低效模式,从而持续强化健康认知。当前食品包装设计的儿童健康意识培育互动设计存在互动形式浅层化、娱乐功能化不足、体系构建呈现碎片化、落实环节育人机制缺位等不足,而“娱—知—行”闭环设计能够针对性地解决传统包装互动碎片化、认知浅表化、行为引导乏力的难题,即以趣味交互为入口扭转儿童对健康科普的抵触心理;依托趣味场景的认知,通过渗透科学饮食知识实现儿童健康认知的内化建构;借助场景化互动任务与量化引导推动静态认知转化为可落地的健康饮食行为。

关键词:食品包装设计;儿童健康意识;互动机制;饮食健康教育

Interactive mechanism of food packaging design and children's health consciousness

YANG Qian

(Faculty of Arts and Social Sciences, The University of Sydney, NSW 2006, Australia)

Abstract: Food packaging can establish an "entertainment-knowledge-action" interactive closed-loop mechanism for children, effectively guiding them to practice healthy behaviors, overcoming the low efficiency of conventional text-and-image-based instruction, and continuously strengthening their health awareness. At present, interactive design for cultivating children's health awareness through food packaging is constrained by superficial forms of interaction, insufficient integration of entertainment functions, fragmented system construction, and the absence of educational mechanisms in the implementation stage. The "entertainment-knowledge-action" closed-loop design can specifically address the limitations of traditional packaging, including fragmented interaction, superficial cognition, and weak behavioral guidance. Specifically, entertainment serves as the entry point by reversing children's resistance to health education through engaging interactions; knowledge, embedded in entertaining scenarios, facilitates the internalization and construction of children's health cognition by incorporating scientific dietary knowledge; and action promotes the transformation of static cognition into practical healthy eating behaviors through scenario-based interactive tasks and quantitative guidance.

Keywords: food packaging design; cultivation of children's health awareness; interactive mechanism; dietary health education

儿童健康意识的培育及养成是国家公共健康制度机制建设和食品教育制度化推进的关键要素之一,而食品包装作为儿童接触食品信息的第一载体,其既承担了产品保护、品牌传播的主要作用,又能在潜移默化之中促进儿童的饮食认知、选择偏好与行为习惯养成。其中,目前的食品包装设计正在向多维度、沉浸式、可参与的互动机

制进行及时转型,即借助感官刺激、知识传递、行为引导等多样化的方式,有效构建儿童与健康信息之间的科学联结,但现有研究存在重视觉、轻育人和重美学轻儿童行为的学术聚焦度不足问题^[1]。对此,研究拟分析食品包装设计与儿童健康意识养成互动机制研究面临的短板及其原因,并提出优化策略,旨在为推动食育教育落地生

通信作者:杨倩(1994—),女,悉尼大学博士研究生。E-mail: yangqian191007@163.com

收稿日期:2026-03-05 改回日期:2026-05-30

引用格式:杨倩. 食品包装设计与儿童健康意识培育的互动机制研究[J]. 食品与机械, 2026, 42(6): 228-232.

Citation: YANG Qian. Interactive mechanism of food packaging design and children's health consciousness[J]. Food & Machinery, 2026, 42(6): 228-232.

根、提升儿童健康素养提供理论参考。

1 食品包装设计与儿童健康意识养成互动机制的现状考察

通过观察,对于食品包装设计与儿童健康意识养成中的互动机制,其推进实践主要呈现出强化基于健康信息直观感知的感官互动型设计等特征。

1.1 强化基于健康信息直观感知的感官互动型设计

感官互动作为儿童接收健康信息的首要环节,其核心逻辑是依托色彩、图形、材质、结构等视觉与触觉要素,将抽象化的健康信息转化为可直接感知的具象符号,从而降低儿童的认知理解门槛,并且可以有效实施情感链接^[2]。从当前行业实践来看,色彩编码的应用已形成较为成熟的范式:以绿色、浅蓝色系标识天然、低糖、无添加等健康产品属性,以暖黄色、橙色系对应谷物、蛋奶等营养品类,通过稳定的色彩联想,帮助儿童快速建立健康与特定视觉符号的关联认知。在图形表达层面,行业内普遍摒弃枯燥的文字说明,转而采用真实食材插画、卡通化营养元素、笑脸或树苗等正向视觉符号,助力儿童形成健康即是美好的认知共识。从实践应用来看,部分儿童酸奶、谷物零食采用透明开窗兼备食材实拍的组合设计,可直观呈现产品的天然原料形态,促使儿童清晰地感知产品的健康属性;个别儿童饮用水则将瓶身设计为长方体易握结构,搭配圆角处理与防滑纹理,在提升儿童使用便捷性的同时,传递出安全、友好的产品气质。因此,这类设计以感官体验为核心入口,借助具象化的视觉与触觉表达,使儿童在无意识的接触过程中,完成健康信息的初步编码与认知启蒙。

1.2 创新以传递健康知识为关键路径的认知互动型设计

认知互动型设计通常将健康知识的有效输入作为核心目标,通过信息可视化、场景化、趣味化的设计手法,将营养成分、膳食均衡、食品安全等专业健康知识,有机嵌入食品包装的有限空间,实现消费场景与教育场景的深度融合,确保儿童消费者的知情权,最终达成消费即学习的育人效果^[3]。目前,认知互动型设计重点将传递健康知识作为关键路径,主要实践体现出3类样态:①直接将营养信息实施图标化;②食品教育内容采取场景化的表达形式;③依托数字技术拓展教育功能。

1.3 实施基于推动健康认知实践转化的行为引导型设计

目前,对于食品包装设计与儿童健康意识养成互动机制,其行为引导型设计是将健康认知向实践行为转化作为关键目标,其依托包装的结构功能优化、使用流程规范、任务指令提示等多种形式,全面启发儿童将目前所学的健康知识转化为较好的饮食习惯。从行业实践来看,儿童奶酪棒产品普遍采用单支握把包装设计,既方便儿童手持食用,又在包装上标注高钙助力骨骼成长、无额外添加蔗糖等健康提示,将产品的健康属性与儿童的使用行为紧密绑定;部分儿童饼干则采用杯型防洒包装,既满足儿童外出携带、便捷食用的需求,又通过吃完记得漱口

等温馨提示,引导儿童在食用过程中,逐步养成良好的饮食与卫生习惯,实现健康认知向实践行为的有效转化。

2 食品包装设计与儿童健康意识养成互动机制的问题反思

根据目前食品包装设计和儿童健康意识养成中互动机制的推进实践,其仍旧不同程度存在互动的形式化需要继续克服等提升空间。

2.1 设计互动形式化

互动形式化是当前儿童食品包装互动设计中最为突出的问题,具体表现为互动形式的浅层化、娱乐化、形式化,并由此导致健康内核缺失即存在虚假健康设计误导儿童,这一问题直接导致健康信息传递效率低下,最终很难实现儿童健康意识培育的核心目标。当前,大量儿童食品包装存在为互动而互动的功利化倾向,过度追求视觉趣味性与市场吸引力,导致健康内核被娱乐元素所稀释,具体表现:①视觉信息过载。卡通IP、炫彩特效等娱乐元素占据包装的主要版面,而健康提示、营养信息等核心内容则被压缩至包装边角,儿童的注意力被趣味外观所吸引,很难捕捉到核心的健康信息。②互动形式浅层化,多数包装的互动设计仅停留在简单拼图、刮奖、卡通形象粘贴等低参与度形式,缺乏与健康知识的深度绑定,无法形成娱乐、认知、行为的完整闭环,很难或无法实现健康知识的有效传递与内化。③健康信息失真,部分企业以“天然”“健康”“无添加”为包装宣传的主要宣传点,通过包装设计营造健康假象,但产品本身却存在高糖、高油、高盐等问题,误导儿童形成错误的健康认知^[4]。这种形式化的互动设计,不仅无法发挥包装的健康育人功能,还可能消解儿童对食品包装所传递健康信息的信任度,不利于儿童健康意识的长期培育。

2.2 体系构建呈现缺乏“娱一知一行”闭环的碎片化设计

儿童健康意识的培育是兼具渐进性、连续性与实践性的认知建构过程,需要遵循趣味感知到认知输入,再到行为内化的发展逻辑,实现从注意力捕获到认知转化、行为固化的闭环赋能,但目前市面多数儿童食品包装的健康互动设计呈现典型的碎片化特征,割裂了娱乐体验、健康认知与行为实践的内在逻辑关联,较难形成稳定、长效的健康培育机制。首先,娱乐交互与知识科普存在功能脱嵌^[5]。目前,儿童食品包装的互动设计多以卡通视觉、趣味造型、轻量化扫码交互等娱乐化形式为核心,其核心导向为商业引流与产品溢价,而非健康知识的科普传播。这类设计仅满足儿童的感官娱乐需求,缺乏低糖低盐、均衡膳食、科学摄食等核心健康饮食知识的系统性植入,导致娱乐体验无法转化为有效认知积累,互动载体的育人价值被商业属性消解。其次,知识传递与行为转化存在衔接断层。部分包装虽搭载基础健康图文科普内容,但多为单向、静态的知识灌输模式,缺乏可参与、可操作的交互式实践场景,未能为儿童搭建健康认知落地的行为

路径,难以实现从认知接受到行为践行的转化。再次,碎片化设计引发培育效果断层。多数品牌的包装互动设计呈现随机性、单次化、零散化特征,未结合儿童阶段性认知发展规律与健康成长需求构建阶梯化、系列化的设计体系,无法支撑儿童健康知识的持续积累与健康行为的反复强化,最终导致健康引导效果流于表层,从而较难形成稳定的健康认知与行为习惯。

2.3 落实环节包装设计的育人评估机制缺位

从落实环节来看,目前,包装设计的育人评估机制面临缺位的问题,行业对儿童食品包装的评价体系以视觉美观度、商业价值、合规安全性、市场销量为核心指标,未将健康科普精准性、儿童认知适配性、行为引导实效性等育人核心指标纳入评价体系,设计落地后缺乏专业化、系统化的效果核验机制,无法量化评估互动设计对儿童健康认知建构、健康行为养成的实际赋能效果^[6]。首先,评估指标体系比较单一。目前,行业评估主要是将商业指标等作为核心,尚未构建适合健康意识培育的专项评估指标,育人属性被弱化,尤其是指标缺乏分层适配性,即未能结合不同年龄段儿童认知水平、行为特点设置分级评估标准,低龄幼儿与学龄儿童使用同一套评估逻辑,无法精准衡量包装对不同群体的育人差异。其次,评估主体权责错位。现行的评估主体以企业设计部门、市场运营部门、第三方设计机构为主,而营养学、教育学、儿童心理学、公共卫生学等专业主体的评估专业性不足。同时,品牌方自行完成设计验收与效果评估、市场监管部门不介入健康互动设计的育人效果评估,儿童、家长、幼儿园及校园机构作为直接受众,其使用体验、行为反馈未纳入常规评估体系,受众评价无法影响设计优化。

3 食品包装设计与儿童健康意识养成互动机制的优化策略

针对食品包装设计与儿童健康意识养成中互动机制目前面临的问题,可以从构建包装感官设计、认知设计、行为设计等不同维度正向引导儿童养成健康意识。

3.1 优化“娱一知一行”的系统性融合设计机制

对于儿童食品包装互动形式化的难题,需要将打破娱乐与教育脱节、认知与行为割裂的困境作为核心目标,立足儿童具象思维突出、注意力持续时间短、乐于参与游戏的身心发展规律,构建娱乐吸引、认知渗透、行为强化的三层级系统性融合机制,实现互动设计趣味性、知识性、实践性的有机统一,彻底改变当前重形式、轻实效的基本现状,确保包装互动真正成为儿童健康意识培育的有效载体。例如,好丽友旗下的蘑古力饼干借助连续的包装升级将娱乐、认知与行为作出深度融合(见图1)。

(1) 娱乐吸引方面应将娱乐元素与健康主题深度绑定。对于娱乐吸引,需要摒弃无意义的视觉堆砌与浅层游戏设计,将娱乐元素与健康主题深度绑定,以沉浸式的互动体验捕捉儿童的注意力,实现娱乐为载体、健康为核



图1 好丽友旗下的蘑古力饼干对娱乐、认知与行为的深度融合

Figure 1 Deep integration of entertainment, cognition, and behavior in Orion's Moguli cookies

心的设计目标。同时需要强调的是,娱乐设计的核心是以儿童喜闻乐见的方式,搭建健康信息传递的入口,而不是单纯追求视觉炫酷与形式新颖。

(2) 认知渗透方面可以将抽象化的健康知识转化为可感知、可记忆、可理解的具体内容。在认知渗透方面,需立足儿童的认知规律,将抽象化的健康知识转化为可感知、可记忆、可理解的具象内容,推动消费场景向教育场景的深度转化,实现消费即学习的育人目标。首先,优化健康信息的可视化表达,摒弃专业晦涩的术语与密集的文字表格,采用“图标+短句+生活场景”的组合形式,确保儿童能够快速捕捉、准确理解核心健康信息。例如,对于3~6岁的低龄段儿童,可以将低糖属性标注为小糖粒少一点,牙齿笑得更开心,搭配牙齿微笑的卡通图标,增强信息的趣味性与易懂性。其次,推动健康知识的体系化传递,努力克服碎片化信息的堆砌,可以将膳食均衡、食品安全、适量食用等核心健康知识,拆解为系列化的内容,并融入同一品牌的系列产品包装中,促使儿童在不断接触过程中逐步形成完整的健康认知体系。

(3) 行为强化方面需要搭建认知、实践、反馈的整体实施机制。在行为强化层面,需要搭建认知、实践、反馈的整体实施机制,借助优化包装设计进一步降低儿童践行健康行为的专业化要求,强化健康行为的正向反馈,引导儿童将所学的健康认知,转化为稳定的良好饮食习惯。事实上,行为引导的主要环节是摒弃空洞的口号式提示,以具象化的设计,推动健康行为的落地。例如,德国喜宝儿童辅食包装(见图2)的设计具有较强的借鉴价值,其采用“分阶段份量控制”的设计模式,根据儿童6,12,18个月等不同年龄段的生长需求,设置不同规格的独立小包装,每个包装均明确标注“适合XX月龄宝宝,每日1份”的提示,同时重视搭配食用打卡表,家长可协助儿童记录每日的食用情况,累计打卡满一定天数,可在后续购买的产品包装中获取专属的健康勋章,通过正向反馈,强化儿童的适量食用行为。因此,娱乐吸引、认知渗透、行为强化三者的融合,并非简单的叠加,而是层层递进、相互支撑的有机整体:娱乐吸引是前提,主要解决儿童愿意参与的问题,为健康信息的传递搭建入口^[7];认知渗透是核心,重点解决儿童“知道什么是健康”的问题,实现健康知识的有效传递与内化;行为强化是目标,最终解决儿童如何践行



图2 德国喜宝儿童辅食包装的设计

Figure 2 Packaging design for HiPP children's complementary foods in Germany

健康的问题,推动健康意识向实践行为转化。因此,只有实现三者的系统性融合,才能彻底破解互动形式化难题,提升健康信息传递的效率与质量,让食品包装互动设计真正发挥健康育人的功能。

3.2 构建“娱一知一行”一体化闭环设计体系

对于当前儿童食品包装互动设计碎片化、功能割裂化导致的培育闭环失效问题,需要将儿童认知发展理论与健康行为养成理论作为支撑,重构包装互动设计的整体逻辑框架,打通趣味交互、认知科普、行为实践的关键环节,构建感官吸引、认知建构、行为内化的全链条育人机制。

3.2.1 实现娱乐交互与健康科普的深度融合 实现娱乐交互与健康科普的深度融合,需要以娱载知,全面突破传统包装重商业娱乐、轻知识赋能的单一设计思维,确立娱乐为载体、科普为核心的设计准则,将科学化、系统化的健康饮食知识嵌入多元化趣味交互场景。依据儿童不同成长阶段的认知特征,差异化设置适配性交互形式与科普内容:对于低龄儿童具象化认知特征,依托涂色创作、食材拼图、科普图鉴、趣味贴纸等低门槛交互形式,传递膳食搭配、科学摄食、均衡营养等基础健康认知;针对学龄儿童逻辑思维初步发展的特征,借助AR交互、科普闯关、膳食配比问答、营养参数对照等多元化形式,精准植入控糖控盐、膳食均衡、科学饮食甄别等专业健康知识,实现娱乐体验向健康认知的有效转化,以此解决娱知脱节的结构性问题^[8]。

3.2.2 搭建认知落地与行为转化的场景化路径 对于单向科普导致的知行脱节问题,需要将认知行为转化逻辑作为核心,在知识科普的基础上增设实操性、场景化交互模块,构建从认知接受到行为践行的完整转化链路。依托食品食用场景,在包装可视化区域设置标准化摄食刻度、科学食用频次与分量指引,搭配健康摄食打卡、饮食习惯养成任务等可交互式模块,引导儿童自主规范摄食行为、规避暴饮暴食、过量摄食等不良饮食习惯^[9]。同时,构建亲子协同培育场景,设计亲子科普问答、家庭膳食搭配实践、饮食行为记录等交互内容,依托家长的监督与引导补齐儿童自我约束能力短板,实现健康认知向常态化健康行为的有效转化。

3.2.3 构建序列化长效培育体系 对于碎片化设计引发

的培育断层问题,可以建立适配儿童成长周期的阶梯化、序列化包装设计迭代机制。结合幼儿、学龄前、学龄期等不同发展阶段的认知升级规律,构建由浅入深、逐层递进的健康科普内容体系,实现从基础饮食卫生认知到专业化膳食管理、营养甄别能力的渐进式培育。同时,需要打造品牌专属健康科普设计IP,形成稳定的健康育人设计内核,通过周期性系列包装迭代更新,持续输出系统化健康知识,强化儿童认知记忆。结合季节膳食特点、全民营养主题等节点更新特色交互内容,丰富培育场景、深化认知沉淀,最终实现零散健康认知向稳定健康意识与常态化饮食习惯的内化固化。

3.3 完善包装设计育人效果评估的实施机制

针对落实环节包装设计的育人评价缺位困局,需要完善包装设计的育人评估机制,其中需要重视包装设计效果的微观评估,全面聚焦评估设计是否有效引导儿童认知与行为,以此推动服务于设计优化^[10]。

(1) 过程评估应重点评估健康信息传递的效率与儿童的互动参与度。对于当前评估维度比较单一的问题,需要构建过程到结果的双维度量化评估指标体系,实现对互动设计效果的全面评估。过程评估主要聚焦于互动设计的实施过程,重点评估健康信息传递的效率与儿童的互动参与度,核心指标可量化为:互动参与率即参与包装互动的儿童占比、健康信息读取率即能够准确说出包装传递的1~2个核心健康信息的儿童占比、互动时长即儿童参与包装互动的平均时长、信息记忆度即间隔1~2 d后仍可回忆起包装传递的核心健康信息的儿童占比等。例如,美国奇多(Cheetos)妙妙角作为进入中国近30年的经典零食品牌,其已将产品特性从单纯的“好吃”延伸到“好玩”即提出“上手就开玩”的核心概念(见图3),并以此建立了基于用户参与规模的清晰量化评估体系,评估机制创新方面将产品



图3 美国奇多(Cheetos)妙妙角创新性提出“上手就开玩”的包装设计

Figure 3 Innovative packaging design of Cheetos (United States), featuring the "open with your hands, play instantly" concept

“套在指尖”的物理互动特性和亲子场景结合,并依托线上线下联动实施效果追踪,成功实现了娱乐体验、亲子共育、健康赋能、效果评估的有机统一,以轻量化、趣味化、场景化的方式完成儿童健康认知渗透与饮食行为矫正,为儿童食品包装实现“娱—知—行”闭环培育提供了成熟的实践模式。因此,通过这些量化指标,可以准确判断互动设计的吸引力与健康信息的传递效率,及时发现互动设计中存在的薄弱环节如健康信息传递不清晰、互动形式缺乏吸引力等,为互动设计的即时优化提供依据。

(2) 结果评估应重点评估互动设计的健康育人成效。结果评估主要聚焦于儿童健康意识与行为习惯的长期变化,重点评估互动设计的健康育人成效,其关键指标可量化为 3 个维度:首先,健康认知维度,包括营养知识正确率如能够准确区分高糖与低糖食品的儿童占比、健康饮食理念知晓率如深入掌握膳食均衡与适量食用重要性的儿童占比、食品安全知识掌握率等^[11];其次,健康偏好维度,涵盖健康食品选择率即多种食品中优先选择包装传递健康信息的食品的儿童占比、对不健康食品的排斥率、主动关注食品健康信息的儿童占比等;再次,健康行为维度,涵盖适量食用率即按照包装提示的份量食用的儿童占比、良好饮食习惯养成率如按时进食与饭后漱口的儿童占比、主动践行健康饮食建议的儿童占比等。

4 结语

食品包装设计作为培养儿童食品健康意识首要载体,食品包装设计多维度、沉浸式、可参与的互动机制,能够有效通过感官刺激、知识传递、行为引导等多样化的方式发挥作用,目前已经突破现有食品包装设计研究偏重视觉美学、商业营销的单一研究边界,将包装设计纳入儿童健康教育、隐性育人的研究范畴,进而搭建了“设计互动—认知渗透—行为内化”的理论分析框架,全面丰富了儿童健康传播与服务设计的交叉研究成果,为食品包装育人功能的学术研究提供新的理论视角,并有力推动行业摆脱形式化、同质化的设计困境。但是,限于研究对象的不同和篇幅要求,该研究也存在一定的不足之处,如主要聚焦通用儿童群体的普适性设计机制,而未能针对特殊体质、不同地域儿童的饮食差异开展细分探究,且对包装互动设计的长期育人效果缺乏长期追踪实证分析。对此,未来研究需要进一步细化受众分层,结合儿童体质特征、成长环境开展差异化研究,同时引入长期田野调研与量化实证方法,精准验证包装互动设计对儿童健康习惯养成的长效影响,同时还可以结合数字化、智能化技术探索沉浸式健康互动设计新形态,持续拓展食品包装赋能儿童健康育人的多元路径和应用边界。

参考文献

[1] 段朦婷,王栋.视觉引导在儿童食品包装设计中的作用与应用研究[J].绿色包装,2026(3):71-74.

- DUAN M T, WANG D. Research on the role and application of visual guidance in children's food packaging design[J]. Green Packaging, 2026(3): 71-74.
- [2] 李莹. 移情理论赋能驱动下儿童食品包装设计的应用场景、现存问题及完善路径[J]. 食品与机械, 2026, 42(1): 243-248.
- LI Y. Empowering children's food packaging design with empathy theory: application scenarios, challenges, and improvements[J]. Food & Machinery, 2026, 42(1): 243-248.
- [3] 郑广东. 预包装食品中消费者知情权的法律问题浅析[J]. 中国包装, 2026, 46(1): 16-19.
- ZHENG G D. Analysis of legal issues on consumer's right to know in prepackaged food[J]. China Packaging, 2026, 46(1): 16-19.
- [4] 刘翊, 贺清楠, 彭慧宇. 面向儿童健康意识培养的食品包装设计策略研究[J]. 中国包装, 2026, 46(1): 32-36.
- LIU X, HE Q N, PENG H Y. Research on food packaging design strategies for cultivating children's health awareness[J]. China Packaging, 2026, 46(1): 32-36.
- [5] 毛可利. 食品包装设计中美学文化元素的运用[J]. 食品与机械, 2025, 41(10): 253-254.
- MAO K L. The application of aesthetic cultural elements in food packaging design[J]. Food & Machinery, 2025, 41(10): 253-254.
- [6] 郑旭彤, 靳尧. 基于风险评估的食品接触材料检验检测策略研究: 以塑料和纸制品包装材料为例[J]. 现代食品, 2025(16): 131-133.
- ZHENG X D, JIN Y. Study on inspection strategy of food contact materials based on risk assessment: taking plastic and paper products packaging materials as examples[J]. Modern Food, 2025(16): 131-133.
- [7] 王伊桐. 基于情感化设计理念的食品包装设计创新策略研究[J]. 绿色包装, 2025(12): 198-201, 206.
- WANG Y T. Research on innovative strategies of food packaging design based on emotional design concept[J]. Green Packaging, 2025(12): 198-201, 206.
- [8] 嵇晟, 瞿畅潞, 杨旭, 等. 食品安全与公共监管的挑战及协同创新路径[J]. 食品工业, 2026, 47(1): 339-342.
- JI S, QU C L, YANG X, et al. The challenges of food safety and public regulatory and collaborative innovation pathways[J]. The Food Industry, 2026, 47(1): 339-342.
- [9] 姚旭辉, 韩波. 基于多感官体验的儿童食品包装设计研究[J]. 艺术教育, 2025(24): 185-188.
- YAO X H, HAN B. Research on the design of children's food packaging based on multi-sensory experience[J]. Art Education, 2025 (24): 185-188.
- [10] 王林智, 王春杨. 域外经验下高糖、高盐等食品健康税的立法研究[J]. 食品与机械, 2025, 41(4): 89-96.
- WANG L Z, WANG C Y. Legislative research on health taxes on high sugar and high salt foods based on foreign experience [J]. Food & Machinery, 2025, 41(4): 89-96.
- [11] 马煜, 谷欣莹. 基层食品安全风险评估存在的问题及改进策略[J]. 现代食品, 2025(23): 91-93.
- MA Y, GU X Y. Discussion on the problems and improvement strategies of grassroots food safety risk assessment[J]. Modern Food, 2025(23): 91-93.