

## 自然元素在农特产品包装设计中的生态呈现

侯明勇, 何 征

(浙江农林大学 艺术设计学院, 浙江 临安 311300)

**摘要:** 用生态学和美学的观点论述了农特产品包装设计中的生态美, 阐释了自然元素在农特产品包装设计中的审美呈现要素及其生态审美内涵, 同时, 也论述了农特产品包装设计必须具有的生态观及审美观。依据自然生态包装方式和理念, 论述了自然生态元素在农特产品包装设计中的生态呈现形式和生态呈现理念。认为传统的包装工艺和理念应该与现代的生态理念相互融合, 在改造利用自然的同时, 也要顺应自然。在农特产品的包装设计中应该树立正确的包装生态观和审美观, 提升对自然生态元素的利用水平, 使农特产品包装得到更好的生态呈现。参 16

**关键词:** 自然生态元素; 农特产品; 包装设计; 生态呈现

中图分类号: S7-05; J524.2 文献标志码: A 文章编号: 2095-0756(2013)02-0286-06

## Eco-rendered of natural elements in special agricultural products packaging design

HOU Mingyong, HE Zheng

(School of Art and Design, Zhejiang A & F University, Lin'an 311300, Zhejiang, China)

**Abstract:** This article integrates the concept of the ecological and aesthetics to discuss ecological beauty in the special agricultural products packaging design, explain their aesthetic present elements and ecological aesthetic connotation, at the same time, also discusses we must have ecological ideas and aesthetic ideas in the special agricultural products packaging design. Based on the mode and idea of natural ecological packaging, this paper discusses the ecological present form and ecological present philosophy of natural ecological elements in the special agricultural products packaging design. This paper holds that the traditional packaging technology and philosophy and modern ecological concept should be mutual combined. We not only transform the nature also need to comply with nature. In the special agricultural products packaging design should set up the correct packaging ecological ideas and aesthetic ideas, to improve the natural ecological elements of the use of level, make local agricultural product packaging get better ecological present. [Ch, 16 ref.]

**Key words:** natural ecological elements; special agricultural products; packaging design; eco-rendered

随着环境问题的出现和绿色消费意识的增强, 生态审美逐渐受到重视, 以机器美学、功能美学、技术美学为基础的现代主义设计, 正在受到审视和拷问, 逐渐失去其主角地位。后现代设计、生态设计开始登上历史舞台。在农特食品包装领域, 由于受到生态设计理念的影响, 其生产、加工、消费等各个环节开始注重节能环保, 农特产品包装设计的自然生态化逐渐成为当前时尚趋势, 众多农特产品的包装外观被各种饱含生态意蕴的自然元素装饰和美化, 在色彩、形质等方面尽显生态智慧, 巧妙应用自然元素, 极力彰显产品的自然本色, 呈现生态、环保、健康的理念, 以期感染受众, 促销产品。以自然生态元素为主导的农特产品包装正在受到消费者的亲睐, 天然健康的农产食品也将成为未来时尚礼品的发展趋势。绿色产品行情看好, 绿色产品将主导 21 世纪国际消费市场, 绿色企业将成为市场的主导者, 绿

收稿日期: 2012-08-13; 修回日期: 2012-10-29

基金项目: 浙江省教育厅资助项目(Y201223890)

作者简介: 侯明勇, 讲师, 从事设计艺术学理论与实践研究。E-mail: hmyk\_7912@sina.com

色营销战略将显示出它强大的生命力，成为众多企业争夺市场的首选战略<sup>[1]</sup>。在国内大中城市，绿色食品品牌的认知度超过70%，成为大家公认的品牌。产品越来越多地进入大型超市，走向国际市场，成为国内商家的“新卖点”和农产品出口新的增长点<sup>[2]</sup>。各地的农特产品加工商和品牌营销策划公司敏锐觉察到绿色产品的消费预期和市场潜力，积极打造生态品牌，诱导生态消费，在产品及其产品包装环节极力挖掘自然生态特质，逐渐从自然生态表象走向自然生态本质。因此，对农特食品包装中自然元素的生态呈现方式的探索将成为一种必然。这种生态呈现探索，不仅仅是生态的物化形式的探索，也是生态精神理念的探索，更是生态实践探索。

## 1 自然元素的生态内涵

### 1.1 自然元素的生态释义

自然是指由自然环境与自然现象变化所共同构成的规律系统<sup>[3]</sup>。自然生态是指人类赖以生存的天然条件和资源，包括空气、阳光、山、水、土地、野生动植物及各类矿藏等，形成自然生态环环相扣的链条<sup>[4]</sup>。那些来源于自然生态系统，按照设计师的生态意图提炼出来的有某种生态象征和属性且符合生态目的自然元素，我们可以称之为自然生态元素，同时，自然生态元素所呈现的美也可以称之为自然生态美。自然生态元素，既包括直接取自自然的元素，也包括人工再造具备自然属性的元素。自然生态元素具有原始性、本真性、天然性、非人为性、合目的性，符合自然规律，与自然环境相互契合，具有自适应性。因此，自然生态元素相对于人造的被多次异化的元素来说具有较强的生态性，可以运用自然生态元素进行环保健康教育、生态理念宣传、生态消费促销以及制造丰富的生态环保材料等。

### 1.2 自然元素的生态呈现要素

自然生态元素的形式呈现要素包括自然形态、自然色彩、自然材质、自然肌理等。自然形态包括自然力作用下创造的一切形态，主要包括生物形态和非生物形态，也可以称作有机形态和无机形态。自然形态是自然力与自然生命的再现，具有丰富的生态寓意，有着天然的完美的有机共生结构，体现着大自然的和谐化境和生机盎然的生命样态，蕴含着自然美和生命存在的理想样式，也是自然生命本然性与本源性的外在体现。自然色彩指自然界的一切原生色彩，自然色彩的生态呈现是依据自然中的色彩的自然搭配，取之自然用之自然，自然的自然化。自然材质是指自然的材料和自然的质感，包括有机材质和无机材质，如细胞、分子、原子等粒子生成的有机生物和生命材质。自然肌理是指由自然力所形成的肌理，如水冲刷的痕迹、石头碰撞的裂痕、山石的纹理、动植物运动的印记等等。这些自然形式要素最终要呈现的是自然由内而外的生态神韵，彰显自然生态元素绿色健康的生态状态和天然属性，消解人工，追求自然天成，天人合一的生态意境。

### 1.3 自然元素的生态审美内涵

自然生态元素是大自然的天造之作，本身源自自然，有着完美的生存样式，与天齐与地和，与整个自然生态系统紧密相连，和谐共生，来于自然，回归自然，体现了人与自然和谐生存的理想状态，具有较强的生态属性，是自然健康的象征。符合自然规律，具有生态启发和生态联想的作用，是人类心灵与情感的寄托之地。自然生态元素既有自然美的因素，又有社会美的因素，只有符合人类生存目的的自然元素所呈现的自然美才能称之为生态美，有些自然元素外观形式非常漂亮，符合艺术审美或自然审美的标准，但危害人类的生存，这样的自然元素就缺少生态审美内涵。如：有些大理石砖颜色非常艳丽漂亮，但具有很强放射性，会导致癌症，这样的大理石虽有自然之美，但缺少生态之美，“通常的存在者之美是一种外在的比例、对称与艳丽之美，不涉及存在，还常常会走向反面。例如，罂粟花从外表来看是美的，但它作为毒品，直接危害到人的生存，则是非美的。”<sup>[5]</sup>也就是说，自然与人产生了不和谐，自然的灾难影响了人的存在，与人的生态过程相背逆，自然就是再美再壮观也是非生态之美，因此，自然生态元素在参与生态系统的整个过程中，既要体现自然之“真”又要体现社会之“善”，是善与真的融合，既要彰显自然与人本身的和谐，也要彰显人的生命律动与自然的生命律动的天然契合。自然生态元素除了本身的自然之美之外，还蕴含着自然之道，自然的清静无为，是圣纯洁朴意蕴的外在呈现，也是和谐本质的内在体现。自然生态元素应用在包装的外在形态上，能够给人带来大自然的气息和回归自然的享受，并让人感受到自然美所带来的超凡体验和想象，极大地释放出自然健康的正能量和魅力，具有很强

的生态引力和生态气场,可以让任何人为之沉迷,“其微观上的独特、精致和宏观上的雄奇、广袤,对人类的心灵具有永久性的吸引力。”<sup>[6]</sup>自然生态元素如果应用在包装的材料上,会给人带来健康和环保的感觉,易于让人亲近。总之,自然生态元素的应用体现了绿色生态、绿色设计、绿色消费的生存理想,同时,也体现了自然、绿色、健康的以及符合“善”的向上的生态审美意蕴。自然生态元素以其自然性、有机性、生命性、自然原始的内在力量以及生机盎然的自然活力释放着生态的魅力。自然生态元素的应用还能够消解人类唯我独尊的征服欲和物质欲,能够消解人与自然的隔膜,让人融入自然,与自然相合为一。人可以通过自然环境的秩序之美感领悟自然生态的和谐之美,从自然物象的轨迹感知生命运行的轨迹,并在生态美的意境中对深层意义的领悟可以唤醒人们对生态观念的认同,可以通过自然生态美的体验和感受达到对自然规律的体认,实现人的内在自然与外在自然的和谐统一关系,最终会让人体验到生生不息的生态意蕴,感悟到原始自然所生发的生命的永恒之美。

## 2 农特产品包装设计中的生态观及生态审美观

包装与人类的生态系统联系紧密,我们日常的生活用品主要是靠包装进行储运和保护,因此,包装是人类最大的消费产品之一。包装的大量制造给生态环境造成了破坏和污染,包装的生产过程消耗了大量的地球再生资源和不可再生资源,耗费了大量的能源,破坏了自然环境,造成了水土流失,物种灭绝,酸雨肆虐。在空中,包装的生产和焚烧排放了大量的二氧化碳和有毒气体,加速了温室效应,影响了空气质量;在海里,废弃的包装破坏了海洋环境,影响到鱼类的生存;在陆地,大量不可分解的包装进入土壤,破坏了土壤的生态结构。有些包装本身有毒,在生产时应用了有毒物质,给消费者带来了直接的身体伤害。面对包装日益严峻的生态问题,需要改变农特产品包装的传统审美观,建立新的生态审美观,树立包装的生态意识,建立更加合理的生态包装机制,解决包装的生态问题。

依据农特产品自身的天然属性以及特有的地域生态环境,应该树立适合农特产品包装的生态观和生态审美观。农特产品本身与其生长的自然环境有着天然的血缘关系,并有着内在的审美联系和共同的生态属性,在表现产品的生态特色上有着独特的优势,符合农特包装的生态审美需要,所以,在农特产品包装设计中采用自然生态元素,既能体现产品原始的存在环境和良好的生态系统,又能彰显产品的地域特色和天然属性,还可以消隐人为性,体现自然性,接近产品生态实质,增加包装的生态个性。另外,成功的生态包装在其自然生态元素的应用上还要具备生态提醒和生态暗示性能,拥有生态气场,能够从潜意识中纠正人们的非生态行为,就如同进入洁净、庄重的环境,人们会修正自己的不雅陋习一样,当然,这不仅仅是打几个环保符号提醒标志就能解决的问题,这需要一个综合系统的设计。在解决生态美的呈现问题上,自然美的呈现是重点。自然美是生态美的一部分,生态美的实质,就是人的自然化和自然的自然化<sup>[7]</sup>,但仅仅自然美是不够的,还必须将它们与社会之善相互融合才能体现出生态之美,呈现出农特包装理想的生态样式。同时,在农特产品包装生态审美的过程中,需要思维的整体性和系统性,应用系统化思维能够为我们处理复杂形势和变化提供重要思路<sup>[8]</sup>,所以,思维的系统性和整体性可以作为农特产品包装生态性的考量。在生态方面考虑不周全,没有考虑到与其他系统之间的相互作用,做出比较孤立的选择判断,这样的包装不能称之为生态包装。有些包装虽然以艺术美的标准来看非常漂亮,但危害到了其他系统,也只是徒有其表。所以,那些华而不实,极为虚华的农特产品包装并不属于生态包装,脱离了生态美的实质。市场上还有些伪生态包装,表面上看应用了可以分解的自然材质,但实际上包装夹层内部应用了不可分解的材料。这种包装表里不一,极其伪善,也不具备生态之美,因此,在农特产品包装设计中,生态美除了具有自然的显性呈现,还必须具有实质性的自然品质。因此,“在选材、色彩、质感、外观、功能等方面既有鲜明的自然生态特点,又益于使用者在欣赏自然美的同时获得人文关怀”<sup>[9]</sup>,体现出农特产品生态外观与内质上的高度统一,让包装不再危害自然,变废为宝,循环利用。充分利用能够自净的自然材料,调动大自然的自组织性和能动性。提高包装的使用效率,一物多用,增加包装生态的边缘效应。降低对资源的耗损,为其他生物的可持续发展预留空间。节约材料,节约能源,经济适用,最好就地取材,与当地生态环境相结合,充分利用自然条件,便于生态循环,降低制造成本。人性化设计,无毒、安全、简便、舒适。学会推销自然,实现人与自然的沟通,让生态学在人们的意识中变的越来越熟悉,在产品和设计包装上,某些较好的图案应该突出“绿色”和“自然”的主题<sup>[10]</sup>。

### 3 自然元素在农特产品包装中的生态应用

#### 3.1 对自然中生态包装的模仿

地球上自有生命以来,各种自然生物经过漫长的自然进化,在不断的适者生存中优化着生命系统的结构和功能,形成了完备合理的原生态自然包装系统,展示了大自然包装结构功能的可调控性、复杂性、适应性、精巧性、经济性等等,既能保护生物本身,又能够防潮、防震、防污染、防破损等,其结构看起来简约精美、深沉厚重、自然合理。人类不能不惊叹大自然的鬼斧神工和神奇力量,当人类沉迷于工业文明所带来的所谓的“便利”和“享受”时,却远离了自然,制造了与自然不和谐的垃圾废物,品尝到了“工业文明”带来的苦果。时至今日,人们才开始回头重新审视自然,并发现大自然的神奇包装仍然是人类学习包装的良好典范,“天然的包装仍然是最好的包装……有橘子 *Citrus reticulata* 的‘缓冲包装’,豆荚 *Pisum sativum* 的‘颗粒包装’,花生 *Arachis hypogaea* 的‘卡楞包装’,葫芦 *Lagenaria siceraria* 的‘全封闭包装’,鸡蛋的薄壳防震的气室功能,松果球 *Pinus* sp.种子的携带方式,椰子 *Cocos nucifera* 的汁、肉、壳在炎热气候中的共生而形成重重迭迭的包装方式,还有从墓葬中出土的千年莲子 *Nelumbo nucifera* 开花所体现的保鲜性和延时性等等。”<sup>[1]</sup>这些来自大自然的生物包装以不同的方式应对自然环境的严酷考验,保护生命的果实,完成生命的延续,充分反映了大自然包装的合理性、适应性和复杂性。在动物世界,这种神奇的包装更是多种多样,都是巧夺天工的高手。缝叶莺 *Orthotomus* sp.应用自然材质(如植物纤维、野蚕丝等)将树叶缝合成口袋形,里面铺上柔软的树叶和羽毛,经济、适用、安全、保暖。卷叶虫 *Diaphania pyralis* 应用自身的丝和黏液将树叶一层层卷裹,在身体的外围形成天然的植物外壳,用来遮蔽和保护自己。金丝雀 *Serinus canaria* 用自身胶着力很强的唾液筑巢,坚固耐用,分泌的唾液清洁自然,无毒无害,对幼鸟来说舒适健康,这和人类的建筑材料、家具等使用的有毒胶水形成强大反差。人类居住的空间还没有鸟类的巢穴健康,人类正在悄然地进行着威胁生存的非生态行为,安全事故层出不穷。人类自以为掌握了自然的规律,对待自然我行我素,随意改造,自以为得到大自然的真理和绝技,其实只是刚刚靠近了自然,还没有真正的走进自然。大自然还有很多需要人类学习的奥秘,回归自然,是为了更好的生存,美好的活着。重新审视自然,既有利于人类也有利于自然。这些大自然的包装在不同的环境中经过长期的优胜劣汰的考验,它们相互适应,相互依存,互惠互利,取之自然用之自然,显示出超凡的生存策略,自然的妙化之作闪耀着大自然生命智慧的灵性之光。这些自然生态包装应该对农特产品的包装有所启发,应该重新思考农特产品包装的生态属性、自然属性、审美属性。应该从生态系统中择取包装材料及形态结构,各种产品应该顺应产品的自然属性,让不同类型的产品与其生态系统相契合,变化发展和解决问题的思路,不要违背自然相生相克的规律,应该寻求和发现与其环境系统相关的自然生态元素作为包装,开发它的储存和保鲜技术,取之自然用于自然,使自然自然化,形成一个自然而然的包装循环系统。

#### 3.2 取之自然,用之自然

自古以来,人类就从大自然的生态系统里寻求帮助,根据自然生态元素的不同属性制造不同类型的工具,用它们来解决生存中的不同问题。取之自然,循环利用之后又回归自然,对自然不构成任何威胁,人类与自然相安无事、共生共存,享受着大自然给与的各种恩惠,包装作为一种受惠于自然的物化形式,早在上古时期就已经存在,对自然生态元素的应用是当时的主流时尚,人类学会应用葫芦瓢、果壳喝水,用植物的叶子包裹食物,用兽皮搬运物品,同时也可以包裹身体,保暖御寒。巧借自然生态元素储运、保存食物极大的方便了人们的生活,成为人们生活必不可少的一部分,伴随人类漫长的生活岁月,人类也慢慢的开始学会应用自然元素制造一些简单的储运产品的器物,拉开了天工开物的序幕。各种原始的产品包装如竹木器具、植物茎叶编织器物、陶器、丝绸棉麻口袋等,一直沿用至今。根据调查,在江浙地区,人们经常挑选一些没有经过深入加工的自然元素用作包装,原始生态,不但对人体无害,而且还有很多益处。如荷叶包装,用新鲜的荷叶做简易包装来包裹食物,自然、生态、方便、实用,而且食物还有一丝来自天然的自然清香,同时,天然的荷叶包装如果开发适当,还能补充身体的虚损、充实筋骨、益于五脏、活络血脉、耐寒暑、清热等。类似的特色食品包装还有嘉兴的粽子,应用箬叶包裹粽子,箬叶宽大厚实可以包裹糯米,笋叶劈成丝条可以用来捆绑,整个包装自然天成,材质无化学成

分,不会引起食品污染,非常符合绿色食品的包装内涵<sup>[12]</sup>,是人与自然契合的良好典范。然而,近些年,粽子成为批量商品后,它的有些包装皮和捆绑丝线变成了塑料替代品,天然味道全无,原本的生态性遭到了破坏,对传统的革新是要继承精华去其糟粕,不是光为了一点经济利益,随意改动,得不偿失。对待原生态的包装应该重新审视,发掘其益处,将其传统工艺及生态理念与高新技术相互结合,重新焕发传统魅力,不要做摧毁性的改造,要顺其自然,稍加改动,科技的发展是接近自然,而不是远离自然。

除了嘉兴粽子之外,在江浙市场上还有茶叶、山核桃、笋干、藕粉等农特产品,这些产品包装的生态促销意识在不断加强,包装水平也在不断提高。为了向消费受众传达原生态的产品信息,传达绿色食品的理念,在产品包装的形态结构、色彩、肌理及材质方面多数应用了与其生长环境系统相关的自然生态元素,一方面从包装的形态外观等精神属性上呈现生态性,另一方面从包装的材质结构等物质属性上呈现生态性。如临安笋干的包装外观关于竹叶元素的应用,有些取其形,有些取其质,有些采用具象形态,直接拍摄,有些采取抽象形态,取其结构,有些采取意象手法,取其天然意象,总之,都是想生动自然地再现产品的生态意境,彰显产品的天然属性。再如临安老六食品公司在其山核桃包装材料上应用了竹材,这种包装材料韧性好,易加工,耐磨,耐腐,耐虫。竹材包装不仅仅具有优良的自然品格,还具有让人敬仰的人文品格,如苏东坡的诗:“可使食无肉,不可居无竹,无肉使人瘦,无竹使人俗。”<sup>[13]</sup>竹材在江浙地带资源丰富,可以就地取材,而且,生长时间比木材快3~5倍,同时,竹子还便于栽植,竹制品的使用和废弃无环境污染<sup>[14]</sup>,经济实惠,生态环保。另外,竹子具有天然的抗菌性,在生长过程中不使用农药,健康环保,是农特食品包装的理想容器<sup>[15]</sup>。此外,从竹材中提取的竹蜡液还可以杀灭和抑制霉菌<sup>[16]</sup>,可以用作竹木材包装的防腐、防霉涂剂,无毒生态,不会构成食品污染。在调查中还发现,精美考究的竹材包装还可循环利用,用作家庭装饰及储物罐也非常合适。有些竹材的包装上还采用火烙工艺,烙字烙图,借火的自然之力增加其包装的工艺性和人文内涵,天然、美观,具有很强的自然生态属性和生态审美价值。自然元素的生态设计,取之自然用之自然,巧用自然,追求天人合一审美境界,达到了人与自然的和谐统一。

#### 4 结论

大自然为人类提供了一切生存的手段,人类所要做的就是善待自然,要感恩自然赠与的一切,不能随心所欲,仅仅以人为中心,掠夺和破坏自然家园。在进行包装设计时,要整体考虑,使自然生态元素能够得到最佳利用,既要符合生态系统的需要,又不能浪费资源,既利用自然又顺应自然,让包装系统以自然的形式呈现,又能以自然的形式回归。大自然的智慧取之不尽,还需要人类深入挖掘,巧思巧用,让人类与大自然紧密沟通,化合为一,共存共荣,生生不息,实现人类自然健康的生存理想,使包装的生态之美能够得到最大呈现。通过包装的生态化设计,呈现包装设计自然的生态之美,造就一个和谐、和美、让人赏心悦目的包装设计世界。

#### 参考文献:

- [1] 王静. 绿色价格及其制订策略[J]. 企业改革与管理, 2009 (2): 12 - 13.  
WANG Jing. Green price and its developing strategies [J]. *Ent Reform Manage*, 2009 (2): 12 - 13.
- [2] 王运浩. 中国绿色食品发展现状与发展战略[J]. 中国农业资源与区划, 2011, 32 (3): 8 - 13.  
WANG Yunhao. The development situation and strategy of China green food [J]. *Chin J Agric Resour Region Plan*, 2011, 32 (3): 8 - 13.
- [3] 韩巍. 形态[M]. 南京: 东华大学出版社, 2006: 1.
- [4] 张江华, 揣振宇, 陈景源. 雅鲁藏布江大峡谷生态环境与民族文化考察记[M]. 北京: 中国藏学出版社, 2007: 2.
- [5] 曾繁仁. 生态存在论美学视野中的自然之美[J]. 文艺研究, 2011 (6): 42 - 48.  
ZENG Fanren. Ecological existentialist aesthetics in the beauty of nature [J]. *Liter Art Stud*, 2011 (6): 42 - 48.
- [6] 薛富兴. 自然审美论[J]. 汕头大学学报: 人文社会科学版, 2007, 23 (6): 71 - 73.  
XUE Fuxing. On natural aesthetics [J]. *Shantou Univ J Human & Soci Sci Bim*, 2007, 23 (6): 71 - 73.
- [7] 黄秉生, 袁鼎生. 生态美学探索[M]. 北京: 民族出版社, 2005: 309.

- [8] 爱德华·丹尼森, 广裕仁. 绿色包装设计[M]. 冀晓红, 译. 上海: 上海人民美术出版社, 2004: 13.
- [9] 刘晓陶. 生态设计[M]. 济南: 山东美术出版社, 2006: 36.
- [10] 艾伦·鲍尔斯. 自然设计[M]. 王立非, 刘民, 王艳, 译. 南京: 江苏出版社, 2001: 140.
- [11] 冯创贵. 包装设计中的生态构成[J]. 广东技术师范学院学报, 2004 (3): 71 - 73.  
FENG Chuanggui. Ecological perspective in package design [J]. *J Guangdong Polyt Norm Univ*, 2004 (3): 71 - 73.
- [12] 戴宏民. 新型绿色包装材料[M]. 北京: 化学工业出版社, 2005: 161.
- [13] 黄金峰, 黄文华, 唐石琪. 竹子文化在现代室内空间中的应用[J]. 科技信息, 2009 (18): 214.  
HUANG Jinfeng, HUANG Wenhua, TANG Shiqi. Bamboo culture in modern interior space application [J]. *Sci Technol Inf*, 2009 (8): 214.
- [14] 韩敏. “竹”用于包装材料的尝试[J]. 中国制笔, 1999 (1): 25 - 28.  
HAN Min. “Bamboo” for packaging materials to try [J]. *China Writ*, 1999 (1): 25 - 28.
- [15] 朱岩岳. 绿色包装看竹材[J]. 中国包装, 2005 (2): 50 - 51.  
ZHU Yanyue. Green packaging of bamboo [J]. *China Pack*, 2005 (2): 50 - 51.
- [16] 沈哲红, 方群, 鲍滨福, 等. 竹醋液及竹醋液复配制剂对木材霉菌的抑菌性[J]. 浙江林学院学报, 2010, 27 (2): 99 - 104.  
SHEN Zhehong, FANG Qun, BAO Binfu, et al. Antifungal characteristics of raw bamboo vinegar and bamboo preparations on wood mold [J]. *J Zhejiang For Coll*, 2010, 27 (2): 99 - 104.

\*\*\*\*\*

## 《浙江农林大学学报》荣获第5届华东地区优秀期刊奖

从浙江省新闻出版局获悉, 第5届华东地区优秀期刊获奖名单揭晓。《浙江农林大学学报》获此殊荣。

此次评选活动由华东地区六省一市新闻出版局联合主办, 旨在激励期刊出版单位提高期刊出版质量, 发挥优秀期刊的示范带动作用, 促进期刊出版业繁荣发展。

期刊获奖标志着《浙江农林大学学报》整体办刊水平不断提高, 办刊质量稳步提升, 竞争力、影响力不断扩大。

《浙江农林大学学报》编辑部周莉花副编审荣获第2届华东地区优秀编辑奖。

综合