

普通高等教育包装统编教材

包装管理

主编 戴宏民
主审 何玉明



印刷工业出版社

普通高等教育包装统编教材

包 装 管 理

主 编	戴宏民		
副主编	李安平		
主 审	何玉明		
编 著	戴宏民	李安平	白云千
	陈建国	刘丽华	周树高
	白成东	王润球	王 萍

印刷工业出版社

内 容 提 要

本书共十一章。内容包括包装管理概论、包装企业经营管理、包装企业生产管理、包装企业质量管理、包装企业成本管理、包装技术经济分析、包装的使用管理、包装行业管理、物流中的包装管理、包装废弃物的综合利用及管理、包装标准化与法规。

本书可作为普通高校包装工程专业本、专科教材,还可作为相关专业的教学参考书,亦供成人教育、函授教育的有关专业选用。本书内容全面、实用,选材新颖,也可作为包装企、事业单位的技术人员、管理人员的参考用书。

图书在版编目 (CIP) 数据

包装管理/戴宏民主编:白云千等编写. -北京:印刷工业出版社, 1996. 12

ISBN 7-80000-226-8

I. 包... ①包装工厂-企业管理
②包装技术-管理

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (96) 第 17539 号

印刷工业出版社出版发行

(北京复外翠微路 2 号 邮编 100036)

北京振华印刷厂印刷

各地新华书店经售

787×1092 毫米 1/16 印张: 16.25 字数: 423 千字

1997 年 1 月第一版第一次印刷

印数: 1—5000 册 定价: 25.00 元

全国包装教材编审委员会

主 任	何玉明		
副主任	苏鹏福	宋尔涛	戴宏民
秘书长	刘玉生		
委 员	许林成	潘松年	刘喜生
	杨仲林	宋宝峰	王余良
	孙蓉芳	孙凤兰	金银河
	赖植滨	金国斌	王德忠
	王瑞栋	黄 健	刘晓玫

全国普通高校包装工程专业统编教材

包装材料学	刘喜生主编
运输包装	彭国勋主编
包装工艺学	潘松年主编
包装机械概论	孙凤兰主编
包装机械设计	许林成主编
包装自动控制原理及过程自动化	宋尔涛主编
包装计算机辅助设计	王德忠主编
包装测试技术	山静民主编
包装容器结构设计与制造	宋宝峰主编
包装造型与装潢设计基础	肖 禾主编
包装印刷	金银河主编
包装管理	戴宏民主编
包装专业英语	陈为旭主编

前 言

在改革开放的浪潮中,伴随着我国包装工业而崛起的包装教育,近几年成果累累。首先是我国的包装工程专业自 1984 年第一次以试办专业的身份列入我国本科专业目录后,经过全国 17 所高等学校 8 年的试办,1993 年被国家教委批准摘掉了试办的“帽子”,正式列入本科专业目录,使包装专业在我国高等教育中占据了一席之地。其次是在我国形成的多层次、多形式相结合的包装教育体系中,中国包装技术协会和中国包装总公司创办的我国第一所以包装专业为核心的包装高等学校——株洲工学院,近几年围绕包装办学,已由单一的包装工程专业逐步发展成印刷技术、包装设计、装饰艺术设计、包装机械与自动控制等多个专业和方向。与此同时,全国已有近 30 所高等院校先后设置了包装工程本科专业,80 多所学校开办了与包装相关的专业,几乎覆盖了包装的所有行业。包装研究和为包装服务的领域更全面、更广泛、更深入,这批院校已成为我国包装教育的主要基地。第三是由中国包装协会和中国包装总公司于 1984 年组织全国 36 位包装专家和学者编写的我国第一套 13 种全国包装专业高等教材已于 1989 年正式出版,并被全国 40 多所院校所选用,从而开创了我国包装教材编写的先河,填补了我国包装教材的“空白”,对促进我国包装教育起了极大的推动作用。

但是随着我国包装工业和包装教育的发展,第一套教材无论在内容和课程体系上已经不适应当前的发展形势,于是经过请示及各高校协商,包装教育委员会决定成立第二届全国包装教材编审委员会,并在第一套全国包装教材的基础上,组织全国 19 所高等院校和研究院所的 80 多位专家、教授编写我国第二套全国包装专业高等教材。这套教材包括:《包装材料学》、《包装管理》、《包装自动控制原理及过程自动化》、《包装容器结构与制造》、《包装工艺学》、《包装造型与装潢设计基础》、《包装机械概论》、《包装印刷》、《包装机械设计》、《包装测试技术》、《包装计算机辅助设计》、《运输包装》、《包装专业英语》等 13 种。由于这套教材是在总结第一套全国包装专业高等教材教学经验的基础上编写的,因此内容衔接和课程体系及学时的安排更加合理,教材更加切合我国包装工业的实际,我相信这套教材的出版会为我国包装教育的发展奠定新的基础。

包装教育事业是大家的事业,需要我们大家来努力,而且明天的包装取决于

我们今天的包装教育。因此我殷切地希望全国包装界的有识之士都来关心和支持我国的包装教育，同时推动我国包装高层次人才的培养，尽快发展我国包装专业硕士生的培养，使我国包装尽快跨入世界的先进行列。

邱纯甫

一九九六年八月于北京

目 录

第一章 包装管理概论	(1)
第一节 包装管理概述	(1)
一、包装概述.....	(1)
二、管理概述.....	(1)
三、包装管理概述.....	(2)
四、包装管理学及其知识体系.....	(2)
第二节 包装企业管理的性质、职能与任务	(4)
一、现代包装企业的基本要素和分类.....	(4)
二、现代包装企业管理的性质.....	(5)
三、现代包装企业管理的职能.....	(6)
四、现代包装企业管理的任务.....	(7)
第三节 市场经济与现代包装企业制度	(8)
一、社会主义市场经济.....	(8)
二、社会主义市场经济的微观基础.....	(9)
三、现代包装企业制度.....	(11)
第四节 包装企业的领导体制与组织机构	(14)
一、包装企业的领导体制.....	(14)
二、包装企业的组织机构.....	(15)
三、包装企业的组织结构形式.....	(17)
第五节 包装企业管理的基础工作	(19)
一、标准化工作和计量工作.....	(19)
二、定额工作和信息工作.....	(20)
三、规章制度和基础教育.....	(20)
四、班组管理和思想政治工作.....	(21)
第六节 包装企业的计算机辅助管理	(21)
一、计算机应用是企业管理的一大趋势.....	(21)
二、企业管理应用计算机的条件.....	(22)
三、计算机在企业管理中的应用.....	(22)
第二章 包装企业经营管理	(24)
第一节 经营思想与经营目标	(24)
一、经营概述.....	(24)
二、经营的职能.....	(24)

三、经营思想	(25)
四、经营目标	(27)
五、经营管理的任务	(27)
第二节 经营战略与经营策略	(27)
一、企业经营战略	(27)
二、企业经营策略	(28)
第三节 经营预测与经营决策	(30)
一、经营预测与经营决策概述	(30)
二、经营预测方法概述	(31)
三、经营决策方法概述	(34)
第四节 市场营销与经营计划	(36)
一、市场营销观念与理论	(36)
二、市场需求研究	(37)
三、产品及其开发研究	(38)
四、经营计划	(40)
第五节 企业形象策划	(41)
一、企业形象策划概述	(41)
二、CIS 导入	(41)
三、设计与开发	(44)
第三章 包装企业生产管理	(46)
第一节 生产过程组织	(46)
一、生产过程及其组成	(46)
二、生产过程组织的要求	(47)
三、生产类型	(47)
四、生产过程的空间组织	(48)
五、生产过程的时间组织	(50)
六、流水生产及自动线的组织形式	(50)
第二节 生产计划	(52)
一、生产计划的主要指标	(53)
二、生产计划的编制步骤	(53)
三、生产任务的统筹安排	(55)
四、生产能力的核定及其与生产任务的平衡	(58)
第三节 生产作业计划	(60)
一、编制生产作业计划的工作内容	(60)
二、期量标准的制定	(60)
三、生产作业计划的编制	(62)
四、生产调度工作	(63)
第四节 包装企业设备管理	(64)
一、设备管理的内容	(64)
二、设备的选择与评价	(64)

三、设备的合理使用	(65)
四、设备的维护保养	(65)
五、设备的检查与预防修理	(66)
六、设备的综合管理	(68)
第四章 包装企业质量管理	(69)
第一节 包装产品质量和质量管理的	(69)
一、包装产品质量的概念	(69)
二、包装产品质量的形成过程	(69)
三、质量管理的发展阶段	(70)
第二节 全面质量管理的特点	(72)
一、全面质量管理的基本观点	(72)
二、全面质量管理的特点	(72)
三、全面质量管理的基础工作	(73)
第三节 质量管理中常用的数理统计方法	(76)
一、排列图法	(76)
二、因果分析图法	(77)
三、直方图法	(77)
四、工序能力和工序能力系数	(81)
五、控制图法	(84)
六、相关分析	(87)
七、调查表法	(88)
第四节 质量保证体系	(89)
一、基本概念	(89)
二、质量保证体系的内容	(89)
三、质量保证体系的建立	(90)
第五章 包装企业成本管理	(95)
第一节 包装企业成本管理概述	(95)
一、成本管理的概念、任务和要求	(95)
二、理论成本、实际应用成本和产品成本	(96)
三、包装工业产品成本的形态	(97)
四、包装工业企业的生产费用分类	(98)
五、降低成本费用意义和途径	(99)
第二节 包装企业成本预测与目标成本	(100)
一、成本预测	(100)
二、目标成本	(104)
第三节 包装产品制造成本及费用	(105)
一、实行制造成本法,改革有关成本管理制度	(105)
二、制造成本的内容	(107)
三、期间费用	(107)
四、不得列入成本、费用的项目	(109)

五、用制造成本法计算产品成本.....	(109)
第四节 包装产品成本计划与控制.....	(110)
一、包装产品成本计划.....	(110)
二、成本控制.....	(115)
第五节 包装成本分析与考核.....	(116)
一、成本分析.....	(116)
二、成本考核.....	(119)
第六章 包装技术经济分析.....	(121)
第一节 技术经济分析基本原理.....	(121)
一、技术与经济的关系.....	(121)
二、包装技术经济分析的概念.....	(122)
三、经济效益的概念、性质与评价原则.....	(122)
四、技术经济分析的可比原则.....	(123)
五、包装技术经济分析的基本程序.....	(124)
第二节 资金的时间价值.....	(125)
一、资金的时间价值概念.....	(125)
二、衡量资金时间价值的尺度.....	(125)
三、计算资金时间价值的方法.....	(125)
第三节 包装技术经济分析的基本方法.....	(132)
一、投资回收期法.....	(132)
二、投资效果系数法.....	(133)
三、技术方案相对经济效益评价法.....	(133)
四、计算费用法.....	(134)
五、净现值法.....	(134)
六、内部收益率法 (IRR 法)	(136)
七、追加投资内部收益率法.....	(137)
八、年费用法.....	(138)
九、不确定性及敏感性分析.....	(139)
第四节 包装工业项目的可行性研究.....	(139)
一、可行性研究概述.....	(139)
二、可行性研究的阶段和内容.....	(140)
第五节 包装新产品开发及价值分析.....	(144)
一、新产品开发管理.....	(145)
二、价值分析.....	(146)
第七章 包装的使用管理.....	(151)
第一节 概述.....	(151)
一、包装与生产、流通的关系.....	(151)
二、包装的使用管理.....	(154)
第二节 选用包装的主要原则.....	(155)
一、有利于实施产品包装标准化.....	(155)

二、有利于节约包装资源·····	(156)
三、有利于包装废弃物的回收利用和防止环境污染·····	(157)
四、必须注意包装的经济合理性·····	(158)
第三节 使用包装的质量管理·····	(158)
一、使用包装的质量管理概述·····	(158)
二、工业企业产品的包装质量管理·····	(159)
三、流通领域的商品包装质量管理·····	(160)
第四节 使用包装的费用管理·····	(164)
一、包装费用管理的概念·····	(164)
二、使用包装的费用管理·····	(165)
第八章 包装行业管理·····	(169)
第一节 行业管理概述·····	(169)
一、产业及行业·····	(169)
二、行会及行规·····	(170)
三、行业协会及行业管理·····	(170)
第二节 我国行业管理的发展进程·····	(171)
一、我国行业管理的三个发展阶段·····	(171)
二、我国加强中介性行业管理的重要性及紧迫性·····	(172)
第三节 我国包装行业管理的成就和经验·····	(173)
一、中国包协行业管理的巨大成就·····	(174)
二、中国包协行业管理的主要经验·····	(176)
三、协会行业管理尚存在的问题·····	(178)
第四节 包装行业管理深化改革的有关问题·····	(178)
一、包装行业管理深化改革的原则·····	(178)
二、包装行业协会的性质·····	(179)
三、包装行业协会的功能及作用·····	(179)
四、包装行业协会的行业管理职能·····	(180)
五、包装行业协会的组织领导及经费来源·····	(182)
六、行业协会的法律地位和行业管理立法·····	(182)
七、加强和改进与行业管理配套的改革环境·····	(182)
第五节 包装行业协会工作者应具有素质·····	(183)
一、政治素质·····	(183)
二、业务素质·····	(183)
第九章 物流中的包装管理·····	(185)
第一节 物流的基本概念·····	(185)
一、物流的概念·····	(185)
二、商流与物流·····	(185)
三、微观物流与宏观物流·····	(186)
四、包装与物流·····	(188)
第二节 物流合理化·····	(188)

一、包装设计合理化	(188)
二、运输合理化	(190)
三、储存合理化	(193)
四、装卸合理化	(195)
第三节 条码技术在物流中的应用	(197)
一、条码的概念及作用	(197)
二、条形码的构成	(197)
三、条码的印制	(198)
四、条码的运用	(199)
第四节 包装件的流通管理	(199)
一、包装件流通技术管理	(200)
二、包装件流通费用管理	(201)
第十章 包装废弃物的综合利用及管理	(204)
第一节 包装资源的合理利用	(204)
一、包装资源存在的危机	(204)
二、包装原材料的合理利用	(205)
第二节 包装废弃物对环境的污染	(207)
一、包装废弃物与环境污染	(207)
二、加强包装废弃物管理的重要意义	(207)
三、加强包装废弃物管理的主要内容及方法	(208)
第三节 国内外包装废弃物的治理动态	(209)
一、治理包装废弃物的必要性和可能性	(209)
二、国内外包装废弃物的治理动态	(210)
第四节 包装废弃物的回收处理及综合利用	(212)
一、纸包装废弃物的回收处理及综合利用	(212)
二、塑料包装废弃物的回收处理及综合利用	(213)
三、玻璃包装废弃物的回收处理及综合利用	(214)
四、金属包装废弃物的回收处理及综合利用	(215)
第五节 包装废弃物的治理对策	(216)
一、采用多种废弃物处理技术,重点发展回收再生	(216)
二、制定和完善包装废弃物的管理法规	(216)
三、建立全民关心、共同参与的宣传教育体系	(217)
四、实行政策倾斜,开发无污染或少污染的包装材料	(218)
五、制定国家绿色包装发展规划	(219)
第十一章 包装标准化与法规	(221)
第一节 包装标准化的基本概念与重要意义	(221)
一、包装标准化的基本概念	(221)
二、包装标准体系表	(222)
三、包装标准化的重要意义	(226)
第二节 国外包装标准化概况	(227)

一、国际标准和国际标准化组织.....	(227)
二、国际标准化组织 ISO/TC122 的基本情况	(227)
三、国外法规中引用包装标准的简况.....	(230)
四、按国际标准进行生产的必要性.....	(230)
第三节 制定包装标准的基本原则和程序.....	(230)
一、制定包装标准的基本原则.....	(231)
二、制定包装标准的程序及其关键环节.....	(232)
第四节 包装标准的主要内容与编写方法.....	(233)
一、包装标准编写的基本要求.....	(233)
二、包装标准的主要内容.....	(233)
三、产品包装标准编写方法.....	(233)
第五节 商品包装法规概述.....	(238)
一、法规的基本概念.....	(238)
二、包装法规内容.....	(239)
第六节 包装标准化与国际贸易.....	(240)
一、国际贸易与贸易壁垒.....	(240)
二、包装标准化在国际贸易中的作用.....	(241)
三、国际贸易合同中的包装条款.....	(241)

后记

参考文献

第一章 包装管理概论

包装管理是一门新兴的学科，它的形成和发展，适应了我国经济和科学技术发展的要求。本章主要论述包装管理学及其知识体系；现代包装企业管理的性质、职能与任务；市场经济与现代包装企业制度；包装企业的领导体制与组织机构；包装企业管理的基础工作；包装企业的计算机辅助管理等问题。

第一节 包装管理概述

一、包装概述

1. 商品包装的含义。包装是指将商品盛装于某种容器或包装物之内，以便运输、陈列和销售。在现代经济生活中，包装不仅对商品的促销具有重要意义，而且是商品整体观念的重要组成部分。

商品包装的作用在于：保护商品，保证商品质量；美化商品，方便群众；指导消费，扩大销售；减少损耗，增加利润。

包装一般可分为内包装、中包装和外包装。以商品在流通过程中对包装的不同要求区分，包装可分为运输包装和销售包装。

在进出口业务中，包装条件是交易条件的一个重要组成部分，在购买需要包装的产品时，交易双方必须在合同中对包装条件作出明确的规定，订好包装条款。

2. 商品包装的意义。

(1) 包装是产品生产过程中一道必不可少的工序。有的产品，如食品、化妆品、酒等，必须经过袋装、盒装、瓶装才具有产品的外观形态，生产过程的完成也就是包装的完成，包装和产品生产是密不可分的。有的产品，如电视机、电冰箱、灯具等，当生产完成时，产品也就具有了独立的形态，可以使用。这类产品也必须包装才能出厂，以便于储存、运输和保护。由此可见，包装对绝大多数产品都是必需的，对轻工产品尤为重要。

(2) 包装可以提高产品价格。国外商人对我国出口商品往往评价为“一等品质，二等包装，三等价格”。据估计，过去我国出口商品因包装技术落后，在装卸储运中造成的货损以及不能进入超级市场等影响，少收入外汇高达百分之十。近年，当我们注意了这个问题之后，产品的价格就大幅度上升，有的甚至是几倍地上升。

(3) 包装可以传递商品信息，有利于竞争。产品要在国内市场站住脚，在激烈竞争的国际市场经得起考验，产品的功能和品质是基础，良好而精美的包装则具有广告和推销的功能。包装的创新与精心设计，有助于用户识别产品的品牌商标、生产厂家，促进用户对产品的喜爱和购买兴趣，从而使产品在竞争中取胜。

二、管理概述

1. 管理是社会化大生产的客观要求。管理，就一般意义而言，指的是管辖和治理。现代意义上的管理，则是社会化大生产的客观要求和直接产物。

2. **管理的含义。**根据我国的情况,管理有以下含义:

(1) 管理是一门科学,有其本身的规律。

(2) 管理是一种领导艺术,由于管理者领导艺术和组织才能的不同,其效果差别很大。

(3) 管理是一种重要资源,管理能够创造财富。

(4) 管理是一种手段,能够协调人们的活动,组织人们在集体内一道工作,以完成预定的使命和目标。

(5) 管理有民族特色。

综上所述,我们可以把管理定义为:管理就是管理者为了一定的目的,在所管辖的范围内,对所管对象进行的一系列组织和实施活动。

我们研究了包装和管理之后,就可探讨什么是包装管理了。

三、包装管理概述

包装管理可以定义为:管理者为了实现包装管理科学化、现代化,以达到提高社会效益、环境效益和经济效益为目的,在所管辖的范围内对包装这个管理对象所进行的一系列组织和实施活动。这个定义包括以下含义:

1. **我们研究包装管理是从大包装的概念出发的。**所谓大包装的概念,是指从微观系统与宏观系统相结合出发,既研究微观系统的包装生产企业的生产经营活动,也研究宏观系统的包装行业管理;从社会再生产的生产、流通和消费相结合出发,既研究生产领域的包装管理问题,也研究物流中的包装管理问题;从社会效益、环境效益和经济效益相结合出发,既研究包装企业的经济效益问题,也研究包装废弃物的综合利用及管理问题。

2. **我们研究包装管理是以社会主义市场经济为依托的。**市场经济是商品经济高度发展的产物,社会主义市场经济具有资源优化配置的功能。包装行业和包装企业的生存与发展是以市场为依托的,在激烈的市场竞争条件下,包装企业和行业必须以市场为导向,正确制定经营战略和发展战略,才能在市场竞争中立于不败之地,进而求得发展壮大。

3. **我们是从管理科学化和现代化的角度研究包装管理的。**现代包装工业产生于工业革命带来的工业品的大批量生产,流通范围扩大和包装材料的飞速发展之中。管理科学化是建立在科学基础上的管理,是在管理活动中,综合运用人类科学技术的各种理论、方法和手段,适应客观经济环境的变化,探索管理活动的内在、共同的规律,取得管理最优化效果的。管理现代化就是根据经济活动规律,适应现代生产力发展的客观要求,运用科学的思想、组织、方法和手段,使管理活动达到国内同行业先进水平,并且力争在较短时间内达到国际先进水平。

4. **包装管理体现为一系列组织和实施活动。**包装管理是一种在调动人的积极性的基础上,对包装这个物和事组成的系统的运动、发展和变化,进行有目的、有意识的管理活动。组织就是安排分散的人或事物使其具有一定的系统性和整体性,在实施中收到良好的效果。包装管理整体优化就是通过一系列组织和实施活动,对包装生产诸要素进行优化组织和合理配置,在局部服从整体的原则下,通过纵横协调,由局部功能的优化,达到整体功能优化,使人流、物流和信息流处于最佳结合状态,以最小的投入,最佳的转换,获得最大的产出。

四、包装管理学及其知识体系

1. **包装管理学的概念。**包装管理学是管理学的一门分支。它是系统地研究包装管理知识的一门学科。它由一系列的管理理论、管理原则、管理形式、管理方法和管理制度所组成。它

是包装管理活动在理论上的概括和反映。它指导人们如何按照客观规律的要求进行管理,以提高包装管理水平。

就现代管理学的意义而言,管理理论涉及马克思的管理二重性理论,以及组织理论、系统论、信息论、控制论、耗散结构论、协同论和突变论;管理原则包括政治与经济统一原则,统一领导、分级管理原则,民主集中原则,按劳分配原则和经济效益原则等;管理形式包括现代包装工业企业组织形式,企业组织结构形式等;管理方法包括行政方法、经济方法和法律方法等;管理制度包括以领导制度为中心的基本制度,以计划工作制度为中心的专业工作制度和以岗位责任制为中心的责任制度等。

2. 包装管理学的研究对象。包装管理学的研究对象是包装管理的客观规律性,即如何按照客观规律合理组织生产力,不断完善生产关系,适时调整上层建筑,以适应和促进生产力的发展。这个研究对象大体规定了包装管理学研究的范围、内容、性质及与其他学科的关系。

(1) 包装管理学研究的范围。主要是从大包装的角度研究包装管理活动的规律性,除系统研究包装企业管理的基本理论和现代管理方法外,还研究包装行业管理,以适应蓬勃发展的现代包装行业的客观需要。

(2) 包装管理学研究的内容。在生产力的研究方面为包装工业企业的生产组织和设备管理、质量管理等。根据包装工业企业的生产技术特点,在管理中合理地组织产品的生产过程,按质、按量、高效益、低消耗地生产出国家和市场需要的包装产品;在生产关系的研究方面为包装企业、行业的职工与领导,包装企业、行业与国家、地区之间的经济关系。在管理中建立和完善管理体制,保证公有制财产的完整和增值,实行按劳分配,并正确处理国家、企业和职工三者之间的关系;在上层建筑的研究方面为如何贯彻执行党和国家的方针、政策,合理建立组织机构,完善各项规章制度。在管理中抓好物质文明建设的同时,抓好精神文明建设,做好思想政治工作,对职工进行全员培训,激励职工的积极性;在客观规律的研究方面为生产关系一定要适合生产力性质的规律、价值规律、社会主义基本经济规律、按劳分配规律、技术规律等。在管理中要落实企业自主权,实行等价交换,增强包装企业的竞争能力,发展包装科学,进行技术改造,建立现代化包装行业的物质技术基础,使包装生产不断增长和完善,生产物美价廉、适销对路的包装产品,满足人民需要。

(3) 包装管理学的性质及与其他学科的关系。

①包装管理学是一门边缘科学。从包装管理学的研究对象看,它涉及生产技术、经济活动和生产关系,是跨越自然科学和社会科学的边缘科学。它同许多学科相联系,与其直接相关的学科有政治经济学、管理数学、会计学、统计学、决策科学、技术科学、管理信息系统、国民经济管理学、部门经济管理学和现代管理方法等;与其间接相关的学科有哲学、政治学、社会学、心理学和法学等。因此,有关学科的一些理论和研究方法也成了包装管理学的理论基础和组成部分。

②包装管理学是一门应用科学。从包装管理学与实践的关系看,它是一门应用性很强的科学。它强调按照客观规律办事,采用现代管理方法和手段,对丰富多采,生动活泼的包装管理实践经验进行提炼,使之上升为理论,从而又指导包装管理实践活动。

③包装管理学是一门动态科学。从包装管理学的发展历史、今后的趋势和包装管理活动过程看,它是一门动态科学。由于包装企业和行业面临着极其复杂的环境和问题,以及经济现象的多因素性,而且许多因素无法定量,所以,必须进行创造性管理。同时,就包装企业生产经营活动来看也是动态的,无论生产经营计划的短期、中期和长期,还是包装产品生产