



“十二五”普通高等教育包装本科规划教材

Baozhuang Guanli

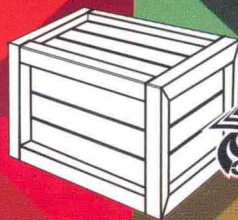
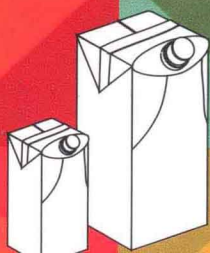
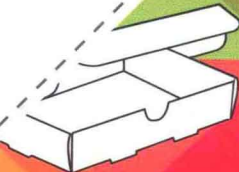
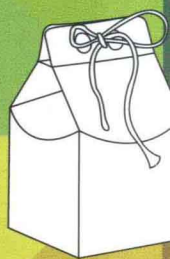
包装管理

(第三版)

主 编 戴宏民

副主编 杨祖彬 戴佩华

主 审 许文才



印刷工业出版社

“十二五”普通高等教育包装本科规划教材

包装管理

(第三版)

主 编	戴宏民		
副主编	杨祖彬	戴佩华	
编 著	戴宏民	杨祖彬	戴佩华
	周 强	刘彦蓉	白云千
	王润球	刘丽华	周树高
	白成东		
主 审	许文才		

印刷工业出版社

内容提要

本书是“十二五”普通高等教育包装本科规划教材。为了更好地适应包装工业的发展,比较全面地反映包装行业管理的新方法,作者对《包装管理》(第二版)进行了修订,在修订过程中,按原教材体系,依据最新的包装专业规范和新颁布的与包装管理相关的国家标准,对书中内容进行了更新补充。全书共有七章,即:包装管理概论、包装经营管理、包装计划管理及实施、包装质量管理、包装环境及绿色化管理、包装物流管理及CPS,包装成本管理。本书内容丰富,并附有一些企业管理的真实案例,以增加本书的实用性及易读性。

本书适合于普通高校包装工程专业选作教材和参考书,也可以供包装企事业单位管理及技术人员在实践中参考。

图书在版编目(CIP)数据

包装管理/戴宏民主编;杨祖彬等编著. —3版. —北京:印刷工业出版社,2013.2

(“十二五”普通高等教育包装本科规划教材)

ISBN 978-7-5142-0776-7

I. ①包… II. ①戴…②杨… III. 包装技术—高等学校—教材 IV. TB48

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第300097号

包装管理(第三版)

主 编:戴宏民

副 主 编:杨祖彬 戴佩华

编 著:戴宏民 杨祖彬 戴佩华 周 强 刘彦蓉 白云千 王润球 刘丽华 周树高 白成东

主 审:许文才

策划编辑:刘淑婧

责任编辑:张宇华

责任校对:郭 平

责任印制:张利君

责任设计:张 羽

出版发行:印刷工业出版社(北京市翠微路2号 邮编:100036)

网 址:www.keyin.cn www.pprint.cn

网 店://pprint.taobao.com www.yinmart.cn

经 销:各地新华书店

印 刷:河北省高碑店鑫宏源包装印刷有限公司

开 本:787mm×1092mm 1/16

字 数:320千字

印 张:13.875

印 数:1~2000

印 次:2013年2月第3版 2013年2月第6次印刷

定 价:36.00元

I S B N : 978-7-5142-0776-7

◆ 如发现印装质量问题请与我社发行部联系 发行部电话:010-88275602 直销电话:010-88275811

出版说明

包装工业是国民经济产业体系的重要组成部分，在生产、流通、消费活动中发挥着不可或缺的作用。随着我国工业化与城市化进程的快速发展和人民物质文化生活水平的不断提高，包装工业也获得了强大的发展动力，取得了长足的进步。近年来，中国包装工业总产值一直呈现大幅度的递增趋势。2009 年，中国包装工业总产值突破了 1 万亿元，包装产品的品种和质量已基本满足了国民经济发展的需要。

为了满足社会对新型人才的需要和适应包装新材料、新技术、新设备的更新和应用，作为包装工业发展支撑点和推动力的包装教育，必须与时俱进、不断更新和升级，努力提高教育质量。而高等教育教学的三大基本建设是师资队伍、教材和实验室建设，而教材是提升教育、教学的基础配套条件。

近 20 多年来，中国包装学科教育的兴起、发展，始终紧扣包装工程专业的教材建设。1985 年首次开创高等学校适用教材建设，出版了第一套 12 本开拓性教材；1995 年为推进全国包装统编教材建设，又出版了第二套 12 本探索性教材；跨入 21 世纪，2005 年在中国包装联合会包装教育委员会与教育部包装工程专业教学指导分委员会联合组织、规划，全国包装教材编审委员会指导下，规划出版了第三套 23 本包装工程专业教材。印刷工业出版社作为国内唯一一家以印刷包装为特色的专业出版社，一直致力于包装专业教材的建设，积极推动教材的发展与更新，先后承担了三套包装工程专业教材的出版工作，并取得了可喜的成果。许多包装类教材经过专家的审定，获得了国家级精品教材、国家级规划教材等荣誉称号，并得到了广大院校、教学机构和读者的认可。

目前，全国已有近 70 所高等学校开设包装工程本科专业。近年来，江南大学、天津科技大学等高校在轻工科学与技术一级博士点下设立了包装工程博士点和硕士点，西安理

工大学、上海大学、北京印刷学院、陕西科技大学、浙江理工大学、湖南工业大学、哈尔滨商业大学等高校在相近专业以学科方向形式开展包装工程专业硕士研究生教育，这给我国包装教育的发展注入新的活力。

随着产业技术的发展，原有的包装工程专业教材无论在体系上还是内容上都已经落后于产业和专业教育发展的要求。因此，印刷工业出版社作为“教育部普通高等学校包装教学分指导委员会”委员单位，根据教育部《全面提高高等教育教学质量的若干意见》的指导思想，紧密配合教育部“十二五”国家级规划教材的建设，在十二五期间对包装工程专业教材不断进行修订和补充，出版了一套包装专业本科教材。本套教材具有以下显著特点：

1. **时代性。**教材引用了大量当今国际、国内包装工业的科技发展现状和实例，以及当前科技研发的成果和学术观点，内容较为先进。

2. **科学性。**教材以科学发展观为统领，从理论的高度，全面总结了包装工业发展的成功经验，读者可以从中得到启发和借鉴。同时坚持以科学的态度，分析和判断了包装工业发展的趋势和方向。

3. **实用性。**教材紧扣包装工业实际，并注意联系相关产业的基本知识和发展需求，实现知识面广、工理渗透，强调基础知识、技能的协调发展和综合提高。

4. **规范性。**教材体系更符合教学实际，同时紧扣教育部新制定的普通高等学校包装工程专业的专业规范，教材的内容涵盖了新专业规范中要求学生需要掌握的知识点与技能。

5. **实现立体化建设。**本套教材大部分将采用“教材 + 配套 PPT 课件”的新模式，其中 PPT 课件免费供使用本套教材的院校教师使用。

“普通高等教育包装工程专业教材”已陆续出版并稳步前进，我们真诚地希望全国相关院校的师生及行业专家将本套教材在使用中发现的问题及时反馈给我们，以利于我们改进工作，便于作者再版时对教材进行改进，使教材质量不断提高，真正满足当今包装工程专业教育、教学发展的需求。

印刷工业出版社

2011 年 5 月

前 言

《包装管理》(第二版)出版至今已七年多了。在这段时间中,包装学科和管理学科都出现了新发展:绿色包装和整体包装解决方案等新理念及新技术在产品包装实践中得到进一步深化和成熟,RFID 电子标签在包装物流中获得了越来越广泛的应用;在管理学科中,则更加强调对实现决策的保证——计划管理的先进编制和实施方法的应用。这些新理念、新技术和新方法也必将促进包装管理学科在理论和实践中获得扩展。基于此,并考虑到我国包装行业规模的快速增长及对先进管理方法的强烈需求,本书决定对《包装管理》(第二版)进行修订。

在《包装管理》(第三版)中,增加了包装企业资源计划、目标管理法、滚动计划法、网络计划技术、绿色包装壁垒、食品包装材料安全性、包装环境及绿色化管理、整体包装解决方案、包装使用总成本的控制、RFID 标签等新内容,同时改写了包装物流管理的内容。上述新增内容均附有案例分析。此外,还对原第二版中其他各章内容也进行了合并、删减和修订。如原包装标准化与法规一章的内容因考虑到另有专著而删去。另外,本书配有 PPT 教学课件,为使用本教材的教师免费提供。

《包装管理》(第三版)全书共有七章,即:包装管理概论、包装经营管理、包装计划管理及实施、包装企业质量管理、包装环境及绿色化管理、包装物流管理及 CPS、包装成本管理。

本书修订工作由重庆工商大学包装工程编写团队修编,戴宏民教授担任主编,杨祖彬副教授和戴佩华副教授担任副主编。其中,第三章第四~七节由戴宏民教授和戴佩华副教授编写,第四章第五节由周强讲师编写,第五章由戴宏民教授和刘彦蓉讲师编写,第六章由戴宏民教授编写,第七章第四节由杨祖彬副教授编写,而书中其他章节,则由本书主编

戴宏民教授对《包装管理》(第二版)书稿中对应章节的内容进行了适当删节和修改而成。全书由北京印刷学院许文才教授担任主审。

本书适合于普通高校包装工程专业选作教材和参考书,也可供包装企事业管理及技术人员在实践中参考。

本书编写中难免有疏漏不当之处,望读者提出宝贵意见。在这里尤要对《包装管理》(第二版)中各有关章节的原编写作者(编写第一章的重庆工商大学白云千教授,编写第二章的湖南工业大学王润球教授,编写第三章第一~三节和第七章第六节的吉林大学刘丽华教师,编写第四章第一~四节的湖南工业大学周树高教师,编写第七章第一~三节的重庆工商大学白云千教授和白成东讲师)表示敬意。同时也要对本次修订中引用文献的作者致以敬意。

编者 戴宏民

2012年9月20日

目 录

第一章 包装管理概论	001
第一节 包装管理概述	001
一、包装的概念	001
二、包装管理概述	001
第二节 包装企业管理的性质、职能与任务	002
一、包装企业的基本概念和分类	002
二、包装企业管理的职能	003
三、包装企业管理的任务	007
第三节 市场经济与现代包装企业制度	008
一、社会主义市场经济	008
二、产权制度与经营机制	010
三、现代包装企业制度	011
第四节 包装企业的领导体制与组织结构	013
一、包装企业的领导体制	013
二、包装企业的组织结构	014
第二章 包装经营管理	019
第一节 包装企业经营管理概述	019
第二节 包装企业的经营战略	020
一、包装企业经营战略的概念与类型	020
二、制定企业经营战略的步骤	022
第三节 包装企业的经营思想与经营目标	022
一、包装企业的经营思想	022
二、包装企业的经营目标	024
第四节 包装企业的经营决策与经营计划	027
一、包装企业经营决策的概念	027
二、经营决策的分类	027

三、包装企业经营决策的内容	028
四、经营决策的方法	029
五、经营计划的概念及分类	034
六、经营计划的编制	035
七、经营计划的实施控制	036
第五节 包装企业的市场营销策划	037
一、市场营销策划概述	037
二、市场营销战略与企业经营战略	038
三、市场营销战略的类型	038
四、市场营销组合	043
 第三章 包装计划管理及实施	047
第一节 生产过程组织	047
一、生产过程及其组成	047
二、生产过程组织的要求	048
三、生产类型	048
四、生产过程的空间组织	050
五、生产过程的时间组织	051
六、流水生产及自动线的组织形式	052
第二节 生产计划	054
一、生产计划的主要指标	054
二、生产计划的编制步骤	055
三、生产任务的统筹安排	056
四、生产能力的核定及其与生产任务的平衡	060
第三节 生产作业计划	062
一、编制生产作业计划的工作内容	062
二、期量标准的制定	063
三、生产作业计划的编制	065
四、生产调度工作	065
第四节 包装企业资源计划	066
一、企业资源计划的发展历程	066
二、企业资源计划的管理思想	068
三、企业资源计划信息管理软件的构成	069
第五节 包装计划实施的目标管理法	073
一、目标管理的提出和定义	073
二、目标管理的基本思想和特点	074
三、目标的性质及特征	074
四、目标管理的过程	076

第六节 包装计划实施的滚动计划法	077
一、滚动计划法的概念	077
二、滚动计划法的特点	077
三、滚动计划的编制方法及流程	078
第七节 包装计划实施的网络计划技术	079
一、网络计划技术的发展及原理	079
二、网络计划技术的基本概念	080
三、网络图的绘制	080
四、网络时间参数的计算及关键路线的确定	083
五、网络计划方案的优化	086
六、网络计划的贯彻执行	086
案例分析：包装计划实施	086
 第四章 包装企业质量管理	090
第一节 包装产品质量和质量管理的	090
一、包装产品质量的概念	090
二、包装产品质量的形成过程	091
三、质量管理的发展阶段	091
第二节 全面质量管理的特点	093
一、全面质量管理的基本观点	093
二、全面质量管理的特点	094
三、全面质量管理的基础工作	095
第三节 质量管理中常用的数理统计方法	098
一、排列图法	098
二、因果分析图法	099
三、直方图法	099
四、工序能力和工序能力系数	103
五、控制图法	106
六、相关分析	110
七、调查表法	110
第四节 质量保证体系	111
一、基本概念	112
二、质量保证体系的内容	112
三、质量保证体系的建立	114
第五节 2008 版 ISO 9000 族标准	118
一、ISO 9000 族标准在中国	118
二、2008 版 ISO 9000 族标准的构成与特点	118
三、2008 版 ISO 9000 族中核心标准的主要内容	120

四、ISO 9000 族标准质量管理体系与 TQM 的关系	122
第五章 包装环境及绿色化管理	124
第一节 环境管理系列标准及认证	124
一、环境管理系列标准 ISO 14000	124
二、环境管理体系的审核认证	126
三、产品生命周期评价和环境标志简介	127
第二节 食品包装材料的安全性及法规	128
一、食品包装材料对食品安全的影响	128
二、食品包装材料的安全性法规	129
三、食品和包装机械设计制造中的安全卫生规定	130
四、食品包装的环保油墨标准	132
第三节 绿色包装壁垒及绿色包装	132
一、绿色包装壁垒的形成及特点	132
二、典型绿色包装制度的主要内容	134
三、欧盟 94/62/EC “关于包装和包装废弃物处理的欧洲议会和理事会指令”	134
四、欧盟的新绿色壁垒	137
五、绿色包装和生态包装	139
六、发展绿色包装需对生命周期全过程实行绿色化管理	140
第四节 包装的减量化及低碳化	140
一、包装减量化的主要途径	140
二、包装低碳化的主要途径	141
第五节 包装废弃物的回收再利用	144
一、包装废弃物的重复利用	145
二、包装废弃物的回收再生	146
三、包装废弃物热能回收的特点、原理及应用	148
四、包装废弃物堆肥化的用途及原理	151
案例分析：包装绿色化管理	152
第六章 包装物流管理及 CPS	154
第一节 包装的物流功能与合理化	154
一、物流与包装的物流功能	154
二、物流（运输）包装系统的合理化	156
三、物流环节对包装合理化的要求	160
四、物流包装系统合理化的措施	161
第二节 基于供应链管理的整体包装解决方案 CPS	162
一、整体包装解决方案的新理念	162
二、整体包装解决方案的策划目标和原则	163

三、整体包装解决方案的策划（设计）方法	164
第三节 条码技术在物流信息管理中的应用	166
一、条码的概念与类型	166
二、条码的结构	168
三、条码的识读原理与设备	170
四、条码技术在商品销售和物流中的应用	171
第四节 RFID 标签在包装箱流通管理上的应用	174
一、基于 RFID 标签的包装箱管理系统的功能	174
二、RFID 标签的工作原理	174
三、RFID 标签在流通管理上的应用	175
案例分析：整体包装解决方案	177
 第七章 包装成本管理	179
第一节 包装企业成本管理概述	179
一、成本管理的概念、任务和要求	179
二、理论成本、实际应用成本和产品成本	180
三、包装工业企业的生产费用分类	181
四、制造成本法的特点及与完全成本法的比较	184
五、降低成本费用意义和途径	185
第二节 包装企业成本预测和成本计划	186
一、成本预测	186
二、成本计划	191
第三节 包装企业成本控制和成本考核	192
一、成本控制	192
二、成本分析	193
三、成本考核	194
四、成本核算	195
第四节 包装使用总成本的控制	195
一、包装使用总成本的构成简介	195
二、包装使用总成本控制	198
第五节 包装技术经济分析的方法	199
一、静态评价方法	199
二、动态评价方法	202
三、不确定性及敏感性分析	204
案例分析：某公司降低包装综合成本	205
 参考文献	208

第一章 包装管理概论

包装管理是一门新兴的管理学科，它的形成和发展是包装产业发展的内在要求和必然产物。商品生产和商品交换都离不开包装，包装工业的发展水平，体现了一个国家工业现代化的水平。搞好包装管理，对于加快我国包装工业的发展，提升我国包装产业的水平，实现我国从包装大国向包装强国迈进具有十分重要的意义。本章主要论述包装管理的概念、意义、内容；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结构等问题。

第一节 包装管理概述

一、包装的概念

大多数物质产品在从生产领域流转至消费领域的过程中，都需要有适当的包装。包装一词，有两种含义：其一是指在商品流通过程中，为保护商品、方便储运、促进销售，按一定技术方法而采用的容器、材料及辅助物；其二是指在为保护商品、方便储运、促进销售而采用容器、材料和辅助物的过程中施加一定技术方法的操作活动。

商品的包装一般有3个层次：内包装、中层包装和外包装。内包装又称销售包装，是指盛装商品的直接容器，如牙膏的软管、药品的玻璃瓶等；中层包装又称次要包装，指用于保护商品和促进销售的直接容器外面的包装，如牙膏软管的纸盒和玻璃瓶外面的纸盒等；外包装又称储运包装，指便于储存、搬运和便于识别商品的外包装。此外，包装上的标签、装潢等也属于商品包装范畴。

二、包装管理概述

（一）包装管理的概述

包装管理，是指对包装经济活动进行的决策、计划、组织、指挥、协调、激励、控制和创新活动，它是综合运用社会科学和自然科学的原理和方法，对包装生产、流通、分配、消费等活动进行管理的过程。其目的在于科学地组织包装生产力，高效率地利用包装

经济资源,达到以最小劳动耗费和最少的资源消耗,取得最大的社会效益、环境效益和经济效益的目的,满足包装工业和国民经济发展的需要。

(二) 包装管理的内容

包装管理的内容,从要素结构上来说,是一个十分复杂的相互联系的体系。从总体上分,有人、财、物的管理;按部门和系统区分,有纸包装、塑料包装、金属包装、木质包装、玻璃包装等方面的管理;按包装经济活动的过程和环节区分,有包装原辅材料、包装印刷、包装机械、包装容器和包装消费的管理;按管理的层次和幅度区分,有国家对包装经济的宏观控制,中央有关职能部门对某一行业或区域包装经济实行的管理,还有地方政府有关职能部门对包装企业的管理。所以说,包装经济管理是一个有机的相互制约和联系的组织体系和组织过程。

如前所述,包装工业本身是一个综合性、横向性和跨行业的工业,其组织过程比较特殊,分散在轻工、食品、医药、化工、纺织、商业、外贸等工业系统。因此,包装经济系统是一个多部门、多子系统、多因素、多层次构成的庞大体系。包装经济管理的范围十分广泛,既包括微观系统包装企业的生产经营管理,又包括宏观系统的包装行业管理;既包括生产领域的包装管理,也包括物流中的包装管理;既涉及包装企业的经济效益问题,又涉及到包装废弃物的综合利用及管理问题。这里仅就包装经济的宏观调控和微观的包装企业管理的内容作一阐述。

包装经济宏观调控,通常指国家为保证包装与国民经济、社会利益各方面协调发展,从总量和结构以及包装的使用上对包装经济活动进行的调节和监控。包装经济宏观调节、监控的主要内容有:①包装经济的规模、发展速度和重点。②包装资源的有效配置以及包装投资的数量和结构。③包装科学技术发展以及包装工业装备研制的方向和重点。④包装废弃物对环境的污染及治理。⑤包装标准化以及法规的制定与执行。⑥物流中的包装管理。⑦包装资源开发与包装工业布局。⑧包装行业管理。

包装企业管理,是对包装企业的生产经营活动进行计划、组织、指挥、协调、控制的一系列活动。包装企业是以从事包装生产为主,实行独立核算并具有法人资格的基本经济单位;是应用现代生产技术,进行社会化大生产的自主经营、自负盈亏的经济组织。包装企业管理的基本任务是在社会主义市场经济条件下,通过有效的管理,合理组织企业系统的人、财、物和信息等生产要素,加快企业技术进步,增强企业技术创新能力,正确处理企业内部人员在生产过程中的相互关系以及企业同国家之间、企业同其他经济单位之间的关系,创造一种良好的工作环境,调动全体职工的积极性,以最少的投入,通过企业的工作系统,取得最大的产出。

第二节 包装企业管理的性质、职能与任务

一、包装企业的基本概念和分类

(一) 包装企业的基本概念

包装企业是在包装行业内从事包装制品的生产、流通或提供包装作业及包装服务等包

装经济活动,为满足商品包装和国民经济发展的需要,实现自身的赢利目标而进行自主经营、自负盈亏,实行独立核算,具有法人资格的商品生产者与经营者,是市场经济主体的一部分,也是市场经济条件下社会的基本经济单位。

(二) 包装企业的分类

1. 按包装制品的基材分类

(1) 纸制品包装企业,即生产纸箱、纸盒、纸杯、纸袋、纸桶等纸类包装制品的企业。

(2) 塑料制品包装企业,即生产塑料箱、塑料盒、塑料袋(含塑料编织袋)、塑料桶等塑料包装制品的企业。

(3) 金属包装企业,即生产金属箱(如集装箱)、金属桶、金属罐、金属盒(如糖果、饼干包装盒)等金属包装制品的企业。

(4) 玻璃包装企业,即生产玻璃瓶(如各种酒瓶、饮料瓶)、玻璃罐等玻璃包装制品的企业。

2. 按包装产品大类分类

(1) 包装材料企业,即生产包装制品用的各种纸材(如纸箱板、真空包装纸)、金属板材、塑材等包装材料的企业。

(2) 包装印刷企业,即为各种包装制品提供装潢印刷服务(如金属印刷、塑料印刷、纸印刷等)的企业。

(3) 包装容器(制品)企业,即生产纸、塑料、玻璃、金属等包装容器(制品)的企业。

(4) 包装机械企业,即生产各种包装机械设备(如饮料罐装机、瓶盖封装机、打包捆扎机)的企业。

二、包装企业管理的职能

职能是人、事物、机构应发挥的作用。从企业管理的角度看,企业管理职能就是企业管理者对一定领域内的企业活动进行有效管理所必须具备的基本功能。根据企业管理的二重性原理,企业管理具有两个基本职能:合理组织生产力和维护生产关系。由于包装企业既是社会生产力的承担者,又是一定生产关系的体现者,是生产力和生产关系的统一体,因而这两种管理职能是结合在一起的。包装企业管理的具体职能,主要包括决策、计划、组织、指挥、协调、激励、控制和创新等主要活动。

(一) 决策职能

决策是人们为达到一定目标,运用科学的理论和方法,拟定多种行动方案,并从中选出最优方案的活动。其本质是人们对将要付诸行动的主观意志的表达。

决策是现代管理中的一项重要功能。它一般由7个要素构成:①决策者,即作出决策的个人或集体。②决策目标,即决策者所要达到的目的。③决策方案,即决策者用以达到目标的手段。④决策环境,即决策者无法控制但又对决策后果起重大影响的因素。⑤决策后果,即决策方案在特定的决策环境中所达到的结果。⑥决策变量,即决策环境与决策后果之间的关系。⑦决策评价,即对决策后果的分析与评估。

包装企业管理包括企业内部管理与企业外部管理，主要指经营管理，管理的重心在经营，经营的重心在决策。决策是对包装企业的生产、技术和经营等活动全过程的筹划。

包装企业管理的决策，对确定包装企业的企业目标和方针，制定有关政策和规章制度等均有重要意义。在包装企业管理决策中，既要考虑企业的近期目标，又要对企业的全局和长远目标包括生产规模、设备更新、技术引进、费用与成本水平以及包装企业体制改革等，作出选择和决定。

（二）计划职能

计划是指为实现既定的决策目标而对各项具体管理活动及其所需人力、物力和财力所作出的设计和谋划。

计划是管理职能中的一项重要职能，它与决策的关系十分密切。通常认为，决策是计划的灵魂，计划是决策的具体化和落实。决策职能的使命是确定未来活动的目标、方向和原则，以及为实现目标在整体上必须采取的程序、途径、手段和措施。但是，决策只是勾勒了未来行动的大致轮廓，远远没有达到周密设计的程度。决策确定的目标能否实现？决策选择的方案能否实施？在决策和决策实施之间还需要有一种管理职能作为桥梁把它们彼此衔接起来。计划就是起这种桥梁作用。计划功能的使命是在决策所确定的目标、方向和原则的基础上，使决策方案具体化。在包装企业管理中，管理者通过一系列的计划管理活动，对包装企业的生产经营目标进行分解、计算，并拟定实施目标的步骤、方法和策略，以期合理地安排人力、物力和财力资源，调动各方面的积极性，从而迅速有效地实现决策目标。

（三）组织职能

管理学上所讲的组织，是指人们在社会活动中分工和协作的方式。两个人以上的群体共同工作，就有一个分工与协作的问题。因为，人的知识和能力的有限性决定了人们必须进行分工，以求提高效率，分工可以使不同的人为同一目标而工作，分工必须协调一致，才能发挥出综合效益。为了使分工与协作在推动管理目标的实现方面卓有成效，人们必须使共同工作中的每一成员或每一单位的任务、目标、责任与权限相对固定，也就是要求把在一起共同工作的人们之间的关系以相对固定的方式确定下来，这种被固定下来的稳定的联系就是组织。

从组织的职能方面来看，组织表现为有序性。组织工作和组织活动在于合理地向分系统和成员分配工作，调整各个分系统的关系。当组织内部因素变动或环境变动而产生各种矛盾时，组织的职能就在于解决这些矛盾，以便统一各种行动。组织工作的职能，就在于消除不断产生的各种无序状态，使之保持系统的有序性。

在包装企业管理中，组织职能是指建立包装企业组织结构方面的管理活动，它也是构成管理职能的要素之一。即按照已制订计划的目标要求，对包装企业的劳动力、劳动资料和劳动对象进行科学的组织安排，形成一个有机的整体，使企业人、财、物得到最合理的使用。同时，明确企业内部各岗位的责任与权限，决定合理的管理制度，确立相互协调的关系，促进企业工作的开展。

（四）指挥职能

在决策、计划与组织的既定条件下，管理者面临的任务是指挥。所谓指挥就是管理者

凭借自身的权力和影响力,对下属进行调度,指导他们为实现组织目标而展开活动的行为。

包装企业管理的指挥职能是指管理者为实现包装企业的生产经营计划,按照社会化大生产的客观要求,运用权力手段和权威进行发令调度,从而有效地领导他人行为的一种管理活动。

指挥职能是组织劳动协作的必要条件,其内容主要包括自上而下发出指令调动,了解意见和建议,进行必要的指导和调节等。指挥职能的执行,必须建立集中而有效的生产经营指挥系统,保证企业按照统一计划,把各方面的工作有机地组织起来,使企业内各部门、各工种、各工序紧密配合,协调发展。指挥职能具有统一性、科学性、权威性、适应性和纪律性的特点。

(五) 协调职能

在管理活动中,不可避免地会遇到各式各样的矛盾与冲突,这就需要协调。协调是管理的重要职能,是在管理过程引导组织之间、人员之间建立相互协作和主动配合的良好关系,有效利用各种资源,以实现共同预期目标的活动。

协调的对象包括组织与人员。管理协调就是正确处理人与人、人与组织以及组织与组织间的关系。但由于人是一切管理活动的主体,是构成组织的“基本单位”,所以,协调的对象归根结底是人员,管理协调归根结底是正确处理人与人的关系。可见,协调的最终目的是建立并维护良好的人际关系,通过实现人际关系的协调带动组织内外诸要素的协调。

包装企业管理的协调职能就是协调包装企业各方面的工作,协调各项生产经营活动,使企业内部各部门、各单位、各环节之间配合得当,消除不和谐现象,使包装企业的生产经营活动有序进行的一种管理职能。

协调职能的内容包括企业的内部协调、外部协调、纵向协调和横向协调等。

协调职能的特点:具有协商性、民主性、和谐性、沟通性和激励性的特点。

(六) 激励职能

激励是管理的一项重要职能。现代管理强调以人为中心,如何充分开发和利用人力资源,如何调动组织成员的积极性、主动性和创造性,是至关重要的一个问题。这就要求管理者必须学会在不同的情境中采用不同的激励方法,对拥有不同需要的组织成员进行有效的激励。

所谓激励职能就是激发人的动机,诱导人的行为,使其发挥内在潜力,为追求企业的目标而努力的管理活动。

对包装企业管理来说,管理者如何建立合理有效的激励机制,充分调动企业全体职工的积极性、主动性和创造性,充分发挥包装企业人力资源的效益,是包装企业能否提升竞争能力,能否兴旺发达的根本问题和关键问题所在。

激励的形成机制表现为个人需求和它所引起的行为,以及这种行为所期望实现的目标之间的相互作用关系。

包装企业管理的激励职能,就是指企业管理者要通过影响职工个人需要的实现来提高他们的工作积极性和创造性,引导他们在企业经营中的行为朝着实现企业经营目标的方向