# 智慧物流包装论文范文优选6篇

来源：网络 作者：风吟鸟唱 更新时间：2024-11-26

*智慧物流包装论文范文 第一篇“绿色”包装【关键词】包装设计、绿色包装、包装功能一.包装与环境和经济的关系包装与我们每个人都息息相关。自从人类社会有了商品流通以来就有了包装。开始时包装很原始也很简单，其作用只限于保护商品、便于运输。随着社会的...*

**智慧物流包装论文范文 第一篇**

“绿色”包装

【关键词】包装设计、绿色包装、包装功能

一.包装与环境和经济的关系

包装与我们每个人都息息相关。自从人类社会有了商品流通以来就有了包装。开始时包装很原始也很简单，其作用只限于保护商品、便于运输。随着社会的发展，包装又增加了品牌识别。传达信息以及促进销售等多种作用。而且包装对产品的销售发挥着越来越重要的作用，有时一个好的包装作品会让产品大卖。然而包装与环境保护有密不可分的关系。随着消费品越来越多的进入人们的生活，在丰富和方便了人们生活的同时也产生了大量的包装废弃物。据统计，我国每年生产约1500万吨包装废弃物。包装物的生命周期对生态环境的影响几乎涉及大气、水体、土壤、森林和海洋等各方面。纸质包装在制造过程中，严重污染环境，塑料工业、玻璃工业将排放出大量有毒有害气体，如二氧化碳、硫化物等，对大气造成污染，这既是对资源的消耗，又是对环境的破坏。

党的xxx提出了全面建设小康社会的目标和任务。实现这一战略部署，必须紧紧抓住和切实用好本世纪头20年的重要战略机遇期。20\_年我国人均国民生产总值已经超过1000美元。开始向中低收入国家迈进。国际经验表明，从低收入国家步入中低收入国家行列的阶段，对任何国家的成长来说都是一个极为重要的历史阶段。它既是一个“黄金发展时期”，又是一个“矛盾凸现时期”。特别是随着经济快速发展和人口不断增加，水、土地、能源、矿产等资源不足的矛盾会越来越突出，生态建设和环境保护的形势日益严峻。面对这种情况，按照科学发展观的要求，大力发展绿色包装产业，合理、高效地利用能源和资源，制造维护生态环境安全的包装产品，就显得尤为重要，尤为迫切。

随着世界经济的发展和社会的进步，标准越来越严。同时随着经济全球化和贸易自由化的不断发展，各国采取的贸易保护措施发生了很大变化。传统的贸易保护措施和关税、许可证、配额等逐步被削弱甚至取消，一些新的贸易保护措施不断出现，如技术性贸易壁垒、绿色壁垒等，对国际贸易的影响越来越大。一些发达国家以维护国家安全、保障人类健康和安全、保护生态环境、防止欺诈行为和保证产品质量为由，凭借他们的科学技术和社会经济发展的优势，通过制定技术法规、标准和合格评定程序等方式对商品提出苛刻的市场准入要求，给其他国家尤其是发展中国家的对外贸易造成很大障碍。据调查表明，我国每年约有80亿美元的出口产品受到国外环境标志制度的影响，240亿美元出口产品达不到发达国家环保包装要求而受到间接影响，还有90亿美元的出口机电产品受到有关《臭氧层保护公约》的限制而被禁止生产和销售。近几年，我国因环境壁垒所造成对外贸易的影响总量相当于当年出口总额的20%左右。在如此日趋严重的绿色壁垒面前，发展我国的绿色包装尤为必要和紧迫。 二、绿色包装的内涵与意义

绿色包装设计的多重内涵归属于包装设计文化观念层上的“绿色设计”理念，涵盖了多方面的内容：呵护生态，环保意识;人类自身健康安全意识;可持续发展的设计思想;自然及其舒适简约的设计理念。它从环境保护出发，旨在通过设计创造一种无污染，有利于人类健康，有利于人类生存繁衍的生态环境。因此绿色设计不仅仅是一种技术层面上的考虑，更重要的是一种观念上的变革，它要求设计师放弃那种过分强调产品外观设计上标新立异的做法，将重点放在真正意义上的创新上面，以一种更为负责的态度和方法去创造产品的形态，用更简洁、持久的造型使产品尽可能地延长其使用寿命，同时传达绿色、人文的精神理念，从而在物质与精神两个层面为社会的发展做出自己的贡献。

一方面：绿色包装设计可以大胆缓解资源危机和污染防治的双重压力。例如日本百货业协会委员会制订的百货业包装的标准：包装原材料或成器必须不危害人体健康，应尽量少用废弃后难降解的包装材料;尽量缩小包装体积，容器内空闲体积不应超过产品体积的两成。该委员会还力主采用最简单的包装方式，甚至要求向零包装方向努力。从上述环保要点，我们可以看出，绿色包装设计的着眼点应放在有利于人体健康，防治污染，以及对资源的再利用方面有密切关系，其落脚点仍放在人类社会的可持续发展上。

另一方面：绿色包装设计的影响更体现在它所蕴涵的思想，对人们观念的冲击上，绿色观念不断向人们传递“关爱环境，关爱健康”的理念，引领人们抛弃有害于身心健康的生活方式，为生命个体和群体探寻更加有意义的生存空间。由此，绿色设计的理念在生存，生命的难度上又一次与人本、人文精神相通起来。

三、绿色包装实施的措施

材料是包装的物质载体，是体现设计思想的物质基础。缺少了材料，任何完美的设计只能成为“皇帝的新衣”般的空想。而借助合适的材料，包装的创作风格才能被淋漓尽致地表现出来。

绿色包装应当从两方面着手：绿色包装材料与重复使用、再生、可食、可降解方面着手。 1.绿色包装从材料着手

①可降解塑料

目前国际上流行的“可降解新型塑料”具有废弃后自行分解消失、不污染环境的优良品质。

德国发明了一种由淀粉做的、遇到流质不溶化的包装杯，可以盛装奶制品，这项发明为德国节省40亿只塑料瓶，其废弃后也容易分解掉。美国研究出一种以淀粉和合成纤维为原料的塑料袋，它可在大自然中分解成水和二氧化碳。荷兰和意大利等国已立法规定某些塑料包装材料必须采用可降解塑料，有害环境的包装一律不得投放市场。

由于纸制品包装使用后可再次回收利用，少量废弃物在大自然环境中可以自然分解，对自然环境没有不利影响，所以世界公认纸、纸板及纸制品是绿色产品，符合环境保护的要求，对治理由于塑料造成的白色污染能起到积极的替代作用。目前，国内外正在研究和开发的纸包装材料有：纸包装薄膜、一次性纸制品容器、利用自然资源开发的纸包装材料、可食性纸制品等。

③玻璃

如果不含有金属、陶瓷等其它物质，玻璃几乎可以全部回收利用，某一颜色的玻璃中其它颜色玻璃碎片的含量有最大限值：①绿色玻璃中其它颜色玻璃的最大含量不超过15%。②白色玻璃中其它颜色玻璃的最大含量不超过3%，其中棕色玻璃的最大含量不超过2%，绿色玻璃的最大含量不超过1%。③棕色玻璃中其它颜色玻璃的最大含量不超过8%。为此，必须加强不同颜色玻璃的分类收集，在一些发达国家，白色玻璃和彩色玻璃分别用不同的容器收集。由于玻璃包装具有可视性强、易于回收复用优点，它已成为饮料等产品传统包装的主要容器。

④.竹

竹包装具有无毒、无污染、易回收等特点。竹包装是指：竹胶板箱、丝捆竹板箱等。中国是世界上木材缺乏的国家，但中国的竹林总面积和竹资源蓄积量分别居世界首位和第二位。中国具有浓郁传统文化气息的竹包装已受到欧美及日本等国的青睐。

2.绿色包装从可重复使用、再生、可食、可降解着手

①重复使用和再生

包装的重复再用如推行啤酒、饮料、酱油、醋等包装采用玻璃瓶，反复使用。瑞典等国家实行聚酯PET饮料瓶和PC奶瓶的重复再用达20次以上，荷兰Wellman公司与美国Holmson公司对PET容器进行100%的回收。如聚酯瓶在回收之后，可用两种方法再生，物理方法是指直接彻底净化粉碎，无任何污染物残留，经处理后的塑料再直接用于再生包装容器;化学方法是指将回收的PET粉碎洗涤之后，用解聚剂甲醇、乙二醇或二甘醇等在碱性催化剂作用下使PET全部解聚成单体或部分解聚成低聚物，纯化后再将单体或低聚物重新聚合成再生PET树脂包装材料。

②可食用

几十年来，大家熟知的糖果包装上使用的糯米纸及包装冰淇淋的玉米烘烤包装杯都是典型的可食性包装。

人工合成可食性包装膜中比较成熟的是70年代已工业化的普鲁兰树脂，它是无味、无臭、非结晶、无定形的白色粉未，是一种非离子性、非还原性的稳定多糖。由于它是由a-葡萄糖甙构成的多聚葡萄糖，因而在水中容易溶解，可作粘性、中性、非离子性的不胶化水溶液。 其5%-10%的水溶液，经干燥或热压能制成厚度为的薄膜，它透明、无色、无臭、无毒，具有韧性、高抗油性、能食用，可做食品包装。其光泽、强度、耐折性能都比高链淀粉制得的薄膜好。

最近，武汉市的科研人员研制成一种新型的内包装材料可食性包装膜。该产品是由苕干、土豆、碎米等原料经发酵转化成多糖，然后将多糖延成薄膜。该膜是由葡萄糖连接而成的高分子物质，具可食性、可降解性、无色透明、隔氧性好等特点。作为食品包装膜，其直角撕裂强度、机械强度、透光性等均可达到塑料包装优等膜标准。该膜制成袋后，装奶粉和色拉油不漏油，并可与奶粉共溶于水一起食用。

③可降解

可降解材料是指在特定时间特定环境下，其化学结构发生变化的一种塑料。可降解塑料包装材料既具有传统塑料的功能和特性，又可以在完成使用寿命之后，通过阳光中紫外光的作用或土壤和水中的微生物作用，在自然环境中分解和还原，最终以无毒形式重新进入生态环境中。可降解塑料主要分为合成光降解塑料、添加光敏剂的光降解塑料和生物降解塑料，以及多种降解塑料复合在一起的多功能降解塑料。也有按降解塑料的环境条件分为光降解塑料、生物降解塑料(完全生物降解塑料、部分生物降解塑料)、化学降解塑料(氧气降解塑料、水降解塑料)，以及上述三种降解塑料组成的复合降解材料。

④纸材料

目前许多企业已考虑使用中型、重型的瓦楞纸箱或白色板箱来包装，并使用各种防潮保鲜纸张代替塑料薄膜来进行包装。美国已有一半以上的塑料包装改用新型纸张包装。我国的上海嘉宝包装公司引进先进设备研制成纸浆模型，这种产品采用天然植物纤维，如芦苇浆、蔗渣浆、木浆等原料，经科学配方，模压成型而制成。这种纸浆模型是替代泡沫餐具的最理想的产品。

3、包装的艺术性

是通过包装设计来体现的， 归纳起来， 包装设计的方法主要有以下六类， 都可以在一定程度上达到艺术包装的目的。

①.系列法：系列法是包装中最常用的方法之一。它实际上是在形态、品名、色彩、型 体、材料、组合方式上对同一产品做出不同的包装处理，形成系列化状态。

②.组合法： 组合法不是着眼于商品和包装品本身， 而是着眼于顾客的消费与使用方便。 根据民族的风俗习惯或地域文化特色，将某些特定的产品相互组合在一起出售。常用的组 合方式有：礼品组合、使用组合、心理组合、套装组合等。如文房四宝加印章印泥成套包 装、旅行卫生袋、女性手提袋等。

③.仿生法：它是仿照生物的形象、结构、功能、色彩、材料、质地、效果来设计包装 品，使包装品具有生物的形态与结构、特性及相似性，从而给消费者以生命、活力、生机 等感受，激发消费者的购买欲望、实施其购买行为。

④.简化法简单就是一种美。由于时代的变迁和价值观念、审美意识、心理需求、生产 工艺、运输方式、装卸手段、包装材料和技术的更新，人们有时刻意追求简洁明了，有视 觉冲击力的包装。 当然，体现商品包装艺术性的方法多种多样，上面四种是最常用的方法，它们切实起 到了增强商品包装艺术性的作用。

不管是绿色包装或是普通包装，除了具体的功能外，也要具备人们的审美需求。也就是包装的艺术性。

4、绿色包装设计的6个方面的含义

①、包装设计人员应该尽量采用绿色包装材料并设计寿命的包装材料，能极大地减少包装物废弃后对环境的污染。

②、包装减量化。在包装设计中尽量减少使用的材料，消除不必要的包装，提倡简朴包装，以节省资源。

③包装材料单一化。采用的材料尽量单一，不要混入异种材料，以便回收利用。 ④、包装设计可拆卸化。需要复合材料结构形式的包装应设计成可拆卸式结构，有利于拆卸后回收利用。

⑤、包装材料要能再利用。采用可回收、复用和再循环利用的包装，提高包装物的生命周期，从而减少包装废弃物。

⑥包装材料的无害化。规定禁止使用或减少使用含有某些有害成分的包装材料，并规定重金属的含量。

归根究底，绿色包装所需要的不仅仅是它的包装功能，更重要的是它的环保功能，在日常生活中很多包装袋打开就会扔掉，不仅失去了使用价值，最重要的是还污染了环境，比如说“白色污染”。

【结束语】

虽然现在提倡用纸袋，但并没有根本解决问题，所以材料是问题的关键。设计者们可以用以上提到的材料，再根据包装艺术性的设计方法，设计出既环保又实用美观的绿色包装。

【参考文献】

1、王莉.再谈包装环保，包装工程20\_ 12期

2、顾红.论绿色包装，包装工程20\_ 05期

3、顾红;祝琳华;李锡蓉.从包装材料的使用与回收谈绿色包装，包装工程20\_ 03期

【致谢】

感谢\_\_老师对我论文的指导和帮助，还有感谢\_\_\_辅导员这三年来的对我的帮助和照顾。在这里表示由衷的感谢。谢谢

**智慧物流包装论文范文 第二篇**

摘要：近几年来，东莞市物流业得到长足发展，正在逐步明向专业化领域经营发展，但是依然存在着一些问题。论文研究的目的是找出这些问题并提出相应的对策，论文主要采用文献资料法、调查研究法、访谈法等方式，得出东莞市物流业存在的问题主要有三方面：民营企业为主，企业规模偏小;以传统服务为主，物流功能简单;物流市场混乱，物流管理水平低。针对这些问题，论文提出了相应的发展对策：深化认识，加强物流基地建设;政策扶持，发展第三方物流市场;加强监管，营造规范市场秩序。

关键词：东莞 物流市场 物流基地

近几年来，东莞市物流业得到长足发展，物流总量不断扩大。经过多年的发展，东莞物流行业不断积累经验，逐步明确发展和服务定位，向专业化领域经营发展，慢慢形成了独具特色的优势，成为具有相对成熟的管理系统的物流领跑者。

>一、东莞市现代物流业的发展现状

东莞市地理位置优越，具有非常完善的基础设施，东莞火车站是广九铁路、广深准高速铁路、广梅汕铁路与京九铁路的交汇点，拥有国家一类口岸虎门港，北有广州，南有深圳两个国际机场，皆有高速公路直达，这为物流交通提供了方便。

近来年东莞经济实力保持快速增长，产业规模巨大，以加工制造业为产业基础的东莞，有“世界工厂”之称，物流服务需求旺盛。有资料显示，每天从东莞出境的货柜车就有7000多辆。

总体来讲，东莞物流产业有相当稳定的基础：内部需求旺盛、地理位置优越、基础设施完善以及政策支持等，这些都极大地促进了东莞物流业的发展。

>二、东莞物流业发展存在的问题

虽然东莞物流业发展迅速，但是相对莞经济的发展速度来说却相对滞后，而且与物流相对成熟的广州、深圳等地相比，也存在着较大的差距。总体来说，东莞物流业存在的主要问题有以下几个方面：

1、民营企业为主 企业规模偏小

虽然近年来东莞市物流企业数量大幅度增长，但其中多以本地民营物流企业为主，且企业规模总体偏小。据统计，目前东莞市注册资本在千万元以上的物流企业只有为数不多的十家左右而已。东莞市的物流企业有很大一部分广州、深圳等地的大型物流企业设立的办事处或分支机构。东莞本地的物流企业思想仍旧停留在“重生产、轻流通”的观念上，缺乏做大做强的决心，不注重扩大投资，保守而驻足不前。当地民营物流企业的平均职工数、平均职工工资等远远落后后广州、深圳等地的物流企业。

2、以传统服务为主，物流功能简单

虽然近年来东莞市的物流企业服务品种正在大量增加，但服务内容却依旧是传统服务业的水平，主要以运输、仓储、搬运等服务档次和水平较低的服务业为主，没有发展新的物流增值服务。这种现象导致东莞物流业只能接零散生意，无法提供高层次的物流服务。另外，很多企业不注重技术改造和设备更新，无法跟上时代发展对于现代物流技术的要求。同时，很多企业自行提供运输等服务，也从另一方面阻碍了东莞服务业整体规模的形成，导致发展缓慢。

3、物流市场混乱 物流管理水平低

目前，东莞物流管理市场存在三类物流企业：国外大型物流企业、东莞本土的物流企业以及贷代企业。东莞本土的物流企业数量众多，加上贷代企业，数量多，管理难度大，又没有相对配套完善的管理政策，导致各类公司之间恶性竞争严重，人员流动频繁，物流市场混乱无序。从物流企业自身来说，大多数物流企业都没有明确的公司规章制度和服务规范等，企业管理水平低，经营管理粗放，无法提供正规、规范而有效的物流服务，以致运作效率低，速度不高，成本上升，从而造成物流管理成本的加大和物流环节上的浪费。

>三、东莞市物流业发展对策

针对目前东莞市物流业存在的问题，具体有以下几方面的发展对策：

1、深化认识 加强物流基地建设

政府有关部门应加大宣传力度，推广现代物流技术和知识，增强工商企业采购现代物流服务和物流企业应用现代物流技术的意识。政府部门要适时适当引导物流企业进行技术改造，大力发展现代化的物流技术服务，应用新技术，提升物流服务水平和管理效率。同时，要大力加强物流基地的建设，物流基地对东莞市的经济发展和长远规划都有着不可替代的重要作用，政府应带动物流企业充分发挥东莞虎门满仓、常平大京九物流和松山湖三大物流园区的优势，加大开发建设，加速东莞经济发展。

2、政策扶持 发展第三方物流市场

目前，东莞市已经出台了针对物流市场的《东莞市现代物流业“十五”规划》，成为指导东莞市现代物流业发展的方向性文件，同时，各级政府部门在加快现代物流发展过程中，还要遵从市场规律，由市场需求决定产业发展方向，不能过分干预。针对东莞市巨大的物流需求，可以鼓励工商企业将“自营物流”分离出来，转而投向第三方市场，依靠专业的物流企业承担物流运输，提供完善的物流及配套服务。

3、加强监管，营造规范市场秩序

由于物流业的发展时间很短，但是物流业涉及的部门却非常多，这就造成了政府对于物流企业的监管不到位，再加上物流企业质量的参差不齐，导致物流市场混乱，违法违规经营、不正当竞争现象时有发生。这些不正当经营行为包括恶意压价、严重超载等，这些企业牺牲公共利益，破坏物流企业的正常运营，对东莞物流业的整体环境造成了恶劣影响，阻碍了物流企业的进一步发展。

因此，各级有关部门应做好物流企业的监督工作，加大执法力度，制定相应的惩罚，积极引导东莞物流企业守法诚信经营，重视企业自身的信用，在行业内构建诚信体系，营造规范有序的市场环境。

总之，在市场经济条件下，现代物流企业已经成为必然的发展方向和趋势，东莞有着独特而丰富的物流资源，具备物流发展所需要的优越的地理位置、发达的交通条件、完善的物流配套设施以及发达的经济基础，相信只要克服当前东莞物流业发展存在的问题，依靠政府政策的支持，只要抓住机遇、努力进取，主动更新物流技术，提升物流服务水平，提高物流服务效率，就能为打进推进东莞市的经济发展做出应有的贡献。

**智慧物流包装论文范文 第三篇**

>一、毕业论文(设计)工作概况

（一）毕业论文工作概况

经济与信息技术系10级物流管理1班共20人参加了毕业论文的写作和论文答辩。毕业论文的组织工作在20\_年11月底就已开始，发给学生的毕业论文参考题目经本专业全体教师充分讨论确定。在学生教师双向选择的基础上，根据学生论文题目的内容，教研室安排了毕业生毕业论文指导教师。 为了保证毕业论文的质量，规范毕业论文的写作格式，学院和系都作了统一规定，要求物流管理专业毕业生在指导教师的指导下，按规定时间先后完成资料收集、论文初纲、研究写作、初稿修改和最后定稿，并要求毕业论文应包含如下要素：内容提要、关键词、正文、参考文献等，定稿后按论文的规范格式打印成册，与论文内容摘要一并上交教研室。

（二）毕业设计工作概况

经济与信息技术系物流管理1班共20人参加了毕业设计的设计和答辩。为了保证毕业设计的质量，规范毕业设计的写作格式，学院和系都作了统一规定，要求10物流管理毕业生在指导教师的指导下，按规定时间先后完成资料收集、论文初稿、研究、初稿修改和最后定稿，并要求毕业设计应包含如下要

素：摘要、正文、参考文献等，定稿后按毕业设计说明书的规范格式打印成册，上交教研室存档。

通过广大师生的努力，10级物流管理毕业生的毕业论文格式规范、内容充实、质量较高，部分论文较具有现实意义。

>二、毕业论文(设计)动员与安排

（一）召开动员大会

工作开始之初，我专业老师给同学们召开了毕业论文动员会。会议内容主要包括：

1、介绍毕业论文的整个流程，对毕业论文的选题，提纲设计等做了大概的介绍。

2、介绍了毕业论文指导老师的安排。

3、要求同学们一定要及时与自己的指导教师联系，把握好整个毕业论文的时间与流程，做到顺利毕业。

（二）安排工作日程

我专业根据课程的安排与设臵，完成常规教学任务的同时，严格执行我校毕业论文工作的工作程序，合理制定了毕业论文的工作日程。具体如下：

20xx年做好毕业论文工作的组织动员工作，确定论文选题及指导教师，同时确定张苏老师指导10物流管理班共20名学

生的毕业设计指导工作；3月中旬上报毕业论文题目及指导教师名单；4月初要求学生完成毕业论文提纲撰写；5月中旬要求完成毕业论文初稿；5月下旬前要求完成毕业论文(设计)的二稿；6月中旬要求完成毕业论文(设计)定稿。6月下旬进行毕业论文(设计)答辩；xx年7月上报毕业论文、设计成绩。整个进程安排得紧凑合理，有效地保障了毕业论文(设计)工作的有序进行。

>三、毕业论文(设计)选题及审题

（一）毕业论文的审题

1、认真指导学生选题

在选题阶段，本着抓早、抓紧、抓细、抓好的原则，在20\_年11月底就向学生布臵了这项工作，并组织教研室全体教师，根据专业学习情况，结合全国和省市重点科研题目进行命题，作为毕业论文的参考题目，让学生根据自己的情况进行选择，由系审查确定，并最终确定指导教师。到3月初，大多数学生已选定题目，并在3月中旬在教师指导下草拟了资料搜集大纲，并着手开始搜集、整理与论文有关资料，到4月初，向指导教师提出开题报告和论文的详细提纲。当然，也有个别学生由于最初所选题目超出了他们的研究能力，影响了论文的进度和质量。

2、严格审题

我专业教师在审题时，主要遵循下列原则：

（1）严把审题关，近三年课题或内容的重复率≤10%；

（2）注重反映解决社会、经济、文化中的实际问题的选题的题目总数≥80%；；

（3）创新与实用性的设计（论文）≥15%

（4）有理论价值、技术价值、经济价值和应用推广的设计（论文）≥15%；

（二）毕业设计的审题

在选题阶段，本着抓早、抓紧、抓细、抓好的原则，在20\_年11月底就向学生布臵了这项工作，并组织教研室全体教师，根据专业学习情况，结合学生社会物流实践情况，选写毕业设计题目，让学生根据自己的情况进行选择，由系审查确定，并最终确定指导教师。

>四、毕业设计指导的过程管理及效果

在学生选定题目从事写作过程中，教师也加强了对学生搜集资料和论文写作的指导。不少教师对学生的指导，既耐心又细致，不仅向学生进行学术指导，甚至将自己的资料内容交给学生使用。学生也很重视资料搜集，学生的资料来源多种多样。我教研室（含兼职、外聘教师）参加指导的教师有3人，由有经验的具有中级职称以上的教师担任主要指导工作，保证了学生毕业论文的质量。

1、明确写作要求

由于学生在大学三年过程中，缺乏必要的锻炼，对论文写作格式和要求不够清楚。为此，我专业采取多种方式方法，组织学生认真学习，明确要求。我专业多次组织师生共同学习《毕业论文指导大纲》、《毕业论文指导书》等各项相关文件。教师们还利用多媒体课件，详细介绍了毕业论文的个个环节及具体要求，结合毕业论文的具体规定和要求，做了相关的讲解，同时对毕业论文过程中容易出现的问题逐一加以说明。经过师生的共同努力，学生明确了在撰写论文过程中的基本要求，并对此方面进行了较好的把握，力争使每一篇论文都能做到格式准确，不出现问题。

2、认真批改修改

为了保证毕业论文质量，师生双方在此项工作中必须坚持精益求精的精神，不怕麻烦、不怕返工，学生的修改稿必须采纳老师的修改意见。这样一来，老师和学生论文写作指导过程都受到了有效的监督：老师必须认真负责的进行修改批阅，防止口头指导流于形式；学生必须虚心接受老师的修改意见，并按照老师的要求进行改动，避免原封不动或坚持自己的错误。正是由于师生双方在论文草稿的批改和修订过程中能够做到严肃。

**智慧物流包装论文范文 第四篇**

花茶包装设计之“陌上花开”

摘 要

包装是商品的附属品，是实现商品价值和使用价值的一个重要手段。在现代高速发展的时代，人们的文化水平越来越高，人们的审美观念也随着提高。作为一件商品，他的包装是否吸引人是至关重要的。 包装设计是一门独立的学科，它直接为大众的生活服务，是沟通品牌商品生产商与消费者之间的情感纽带。在现今品牌竞争的年代，包装的重要意义已远远超出了其基本功能价值，它已成为宣传商品、促进销售、创建品牌的重要因素。因此，让相同的商品以差异化形态展现在顾客眼前就是提高商品在消费者面前就成为包装设计的主要目的。

本文概述了花茶的渊源，以及包装的价值。对包装的定位、制作流程。从标志设计到选图以及颜色的选定和设计理念都进行了深刻的描述。通过专业的设计工具，实现了对本品包装的整体流程的展示。

关键词 花茶/包装/设计理念/文化渊源/流程

第一章 绪 论

目前，市场上用於茶叶包装的容器种类繁多，包括金属罐、衬袋盒装、复合薄膜袋、纸袋、竹(木)盒等等。茶叶包装既是保持品质的重要手段，同时又可以增添商品的价值。突出每种包装里的茶叶特色，则是茶叶商品包装最根本的宗旨。独具匠心地运用色彩、图案和文字等因素，往往可以使茶叶包装取得“此处无声胜有声”的效果。

论文选题背景

花茶的起源：源于宋朝。我国在宋朝(公元960年)就有在上等绿茶中加入龙脑香(一种香料)作为贡品，这说明在宋朝已能利用香料薰茶。到宋朝后期，有恐影响茶之真味，不主张用香料薰茶。蔡襄《茶录》中云：“茶有真香而入贡者，微以龙脑，欲助其香，建安民间试茶皆不入香，恐夺其真??正当不用。”但是这已是我国花茶窨制的先声，也是我国花茶的始型。

包装的价值

文化是人类历史实践过程中所创造物质财富和精神财富的总和。经济学家杜森·佰瑞(J·Dusenbery)说：“在人类涉及的各种活动中，都可以找到文化的决定性影响，不管是产品的购买，还是产品的制造与销售;不管是提供物质上的途径，还是精神上的享受，都构成了我们的生活方式。”二十一世纪的包装，即由简单的保护、容纳功能，发展成为沟通生产与消费的桥梁，包装设计作为一种重要的文化现象，已成为人类经济活动中的自觉行为，在其发展过程中已由过去的产品包装升华为当今的文化包装。融工业生产、科学技术、文化艺术、民俗风貌等多种元素为一体的包装，不仅可以保护、宣传商品，更可以促销商品和提高商品的附加价值。

第二章 商品包装在消费心理中的体现

商品包装的的含义与作用

商品包装是指用于盛装、包裹、捆扎货物的容器和包装物。商品包装可以分为内包装、中包装与外包装三种。随着市场经济的发展，商品包装的重要性越来越突出。它不仅具有保护商品，减少损耗，便于计量、购买、携带、运输与储存的作用，还具有装饰美化商品，刺激购买欲望，促销的作用。

商品包装已成为商品的一个重要组成部分，设计符合消费者心理需要则可以激发其购买欲望，因此，研究其与消费心理之间的联系已成为一种必然。

商品包装的心理功能

1.刺激功能。商品包装是商品中的一个组成部分，而且是消费者在选购商品过程中首先看到的那一部分。因此，商品的包装与商品在消费者心目中的形象有着密切的关系。造型独特、新颖、精美的包装，可以引起消费者的浓厚兴趣，激发消费者的购买情趣和欲望。

2.宣传功能。包装上的色彩和介绍生产厂家、使用说明等有关资料，恰恰构成了商品广告的一种形式，起到了宣传产品形象的作用，便于消费者比较、选择与购买。

3.享受功能。设计精美、富有时代感与艺术魅力的包装，不仅烘托出商品的价值，而且美化了商品，提高了商品的外观价值，给消费者以美感与享受。一些审美观念较强的消费者往往为精美的包装所吸引而购买商品。

商品包装设计中的心理策略

1.能引起人们的注意是增强包装效果的首位因素

“注意”是心理认识活动过程的一种特征，是人对所认知事物的指向和集中。人们无论在知觉、记忆或思维时都会表现出注意的特征。心理学研究分析，一件包装设计要想使消费者注意并能理解、领会并形成巩固的记忆。是和作用于人的眼、耳等感觉器官的包装中的文字、色彩、图形以及声音等条件的独特性分不开的。

在人们的视觉认知过程中，不是被动接受客观事物的刺激作用。而是在客观事物和人的主观心理因素相互作用下进行的。商品包装的文、图、色及造型形态，对消费者来说都是一种视觉元素，而这些元素必须具备一定的个性特征才可能引起消费者的注意。

2.情感与联想

设计师对包装做到醒目并不太困难，但要做到与众不同，又能体现出商品文化内涵则是设计过程中最为关键的。

在商品包装设计的诸多元素中，色彩的视觉冲击力最强。商品包装所使用的色彩，会使消费者产生联想，诱发各种情感，使购买心理发生变化。但要注意的是，使用色彩来激发人的情感时也应遵循一定的规律。心理学研究认为，在设计食品包装时，要少用蓝色、绿色、紫色等，而尽量多的使用橙色、桔红色等使人联想到丰收、成熟的色彩，从而引起顾客的食欲促使购买的行动。消费者购买滋补类产品时，大多会对大面积暖色调包装的商品感到满意，而对洗洁用品则对冷色调包装比较感兴趣。

商品的包装还要考虑与商品的市场定位、等级、价值、成本相匹配。消费者普遍认为包装的好坏反映了产品的质量与形象，但也要注意避免过度包装，以免消费者产生华而不实、上当受骗的感觉。这就是商品包装作用于消费者心理的效果。

3.成功的商品包装还应当使消费者“过目不忘”

心理学认为记忆是人对过去经历过的事物的重现，记忆是心理认识过程的重要环节，基本过程包括识记、保持、回忆和再认。其中，识记和保持是前提，回忆和再认是结果，只有识记、保持牢固，回忆和再认才能实现。

因此，商品包装设计要想让消费者牢记，就必须体现商品鲜明的个性特性，拥有简洁明了的文字、图像，同时还要反映商品文化特色和现代消费时尚。

综上所述，人的心理活动是极其微妙的，也是难以琢磨的，人们往往凭自己的印象购买商品。对消费者的心理测试表明，美丽与丑陋，高雅与粗俗，关注与排斥，这些心理上的情感，不仅男女老幼各不相同，也因国家、地区和个人的偏爱而有很大的差异。所以，一个看似简单的商品包装渗透了消费心理学的理论基础。

不断地分析目标顾客的心理需要，在此基础上建立不同消费者购买行为模式，才能准确地摸索到商品包装与消费者心理的关系，从而提高包装设计的效果，激起消费者产生购买商品的欲望。

第三章 包装设计

设计思路

本品品名为“陌上花开”取自诗歌《陌上花》“陌上花开，可缓缓归矣?”这个诗句有一个美丽的由来。

吴越王钱镠的原配夫人戴氏王妃，嫁给钱镠之后，跟随他南征北战，担惊受怕了半辈子，后来成了一国之母后非常怀念家乡，丢不下父母和乡亲，年奶奶春天都要回娘家住上一段时间，看望并侍奉双亲。钱镠是一个性情中人，最思念他的结发妻子。有一年，戴妃又回了娘家，钱镠在杭州料理政事，一日走出宫门，见凤凰山脚下，西湖堤岸已是桃红柳绿，万紫千红，想到戴氏夫人已是多日不见，不免又生出几分思念。回到宫中，便提笔写上一封书信，虽寥寥数语，但却情真意切，细腻入微，其中有这么一句

“陌上花开，可缓缓归矣。”

九个字，字字平实温馨，却情愫由重。

外面虽然繁花似锦，却别忘了家里有人在等你归来。我设计的字体标志“陌上花开”就像这句话一样，朴实珍重，有着浓浓的家的味道。但是花颜色选择的大胆而绚烂，给人一种阳光明媚，花开灿烂的感觉。字体标志基本居中就是想表达无论花开多么绚烂，可是最终还是要归来。采用特殊的近似于瓦楞纸的纸张，有一种原始的，质朴的感觉，这就是家的味道。

包装应用

制作包装步骤

1、新建一个空白页，名称“内包装”，“A3”大小，分辨率“300”。颜色模式“CMYK” 背景颜色“白色”，。

2、首先是标志的设计，我以“陌上花开”这四个字为主题，简介而又能表达主题 这个字体做了很多的修改。本来想以楷体为主线，可是发现楷体太过凌乱。所以放弃了。

3、我在颜色的选择上和盒型的选择上都花了很多功夫。颜色选择了玫红、薄荷绿和淡黄这三种颜色分别代表玫瑰、百合和雏菊这三种不同的植物，让人通过颜色去联想和辨认这些植物，更加的直观。也色彩更加丰富。

4、最后在包装反面加上必要的文字，如“产品介绍”、和一些基本的产品信息“净含量”“生产日期”“保质期”“规格”等;

软件应用

**智慧物流包装论文范文 第五篇**

智能性

随着信息技术、自动化技术、人工智能技术的普及，现代社会也越来越智能化。物流包装的智能化不仅仅限于包装产品的可追溯性、管理库存水平的确定、运输道路的决策，而且在自动分类系统的维护和运营、自动跟踪技术的控制、物流配送中心的库管等方面也将有更大前景。随着时代的发展，智能物流包装也将继续被赋予新的理念。

灵活性

智能物流包装意味着在特定情况，物流包装领域的运用可以根据消费者需求的变化而变化，灵活地调整生产工艺结构、运输时间成本和增加及时跟踪的可能性。智能物流包装业的发展步伐也是如此。应根据客户的实际需求提供极高的可靠性和特殊的附加增值服务。“以客户为中心”的服务内容应该尽情凸显出来。没有智能物流包装系统的支持，实现物流柔性化及灵活化的目标是不可能的。

集成性

智能物流包装不仅仅局限在企业内部生产中的物流活动及控制中，也广泛运用到企业和企业之间的物流活动及生产活动中。智能物流包装将包装产品的包装、物流管理当作活动运转的中轴线，将包装、转运、储存、拆卸等活动过程系统化，最终形成以最低成本为客户提供最满意的最终价值的物流服务[1]。

**智慧物流包装论文范文 第六篇**

摘 要

包装设计广泛应用于现代社会。其中产品形象设计占比例的重要组成部分。产品形象设计是为实现企业形象统一识别目标的具体表现。它是以产品设计为核心而展开的系统形象设计，塑造和传播企业形象，显示企业个性，创造品牌，赢利于激烈的市场竞争中。

本文主要探讨产品形象设计应用于市场中的作用、性质及其重要性。运用总结归纳概念思维的方法，对包装设计的一条主流进行概要的分析。以阐述产品形象设计给人们带来物质和精神上的感受，使产品达到更客观的市场价值。

关键词

包装;设计;产品形象

包装与包装设计在历史发展过程中，都与时代科技发展、经济状况、物质条件息息相关，与时俱进，充分展现在每个时期包装设计的魅力中。生活中处处可以欣赏到产品包装设计的精华，却时常被人们所忽略。其作用是不可忽视的。

一、产品形象设计的概念分析

产品形象设计越来越融入生活，并且把产品更加形象化地呈现在消费者面前，不仅可以在产品包装上关注到产品的形象，设计者们更开始注重产品的实用性与其环保性。人性化的设计总是被人们所接受，而人们也乐意去关注其产品并投资其中。产品形象设计的趋势也越来越设计化，贴合不同的消费者程度，给予人们更深层次的美学感受。

(一)什么是产品形象设计

产品的形象设计(Products Identity 简称PI)是服务于企业的整体形象设计，是以产品设计为核心，围绕着人对产品的需求，更大限度地适合人的个体与社会的需求而获得普遍的认同感，改变人们的生活方式，提高生活质量和水平。

1、内容

产品形象设计是为实现企业形象统一识别目标的具体表现。它是以产品设计为核心而展开的系统形象设计，塑造和传播企业形象，显示企业个性，创造品牌，赢利于激烈的市场竞争中。

2、作用

形成统一的感官形象和统一的社会形象，能够起到提升、塑造和传播企业形象的作用，强化企业的整体素质，造就品牌效应，在激烈的市场竞争赢利。

3、性质

产品的品质形象的统一性。产品在设计、开发、研制、流通、使用中形成统一的形象特质，是产品内在的品质形象与产品外在的视觉形象形成统一性的结果。

二、市场中产品形象设计的重要性

(一)产品形象设计的市场价值

产品形象在市场经济竞争中的价值主要表现为通过产品形象使企业或利益集团获取更高、更多的经济回报，使企业和利益集团的整体形象得到提高并不断扩大社会的影响力，从而占领更大的市场份额促进社会的发展。

(二)产品形象设计对消费者的影响

1、物质

产品形象设计不但可以使人们直观感受到产品的形象，还可以了解产品的作用，性能和功效。方便消费者购买和采纳。

2、精神

产品的形象美观可以提升消费者的购买欲望。不同层次的消费者追求的设计及美感的不同，对消费品的需求也不同，但产品的形象设计直接刺激消费者的感官神经，从而让消费者对产品进行主观选择。从精神或功能上获得了这一特定利益的满足。形象对于人们改善生活具有刺激作用，人们不只是从功能角度去选择产品，同时也会从形象角度去选择产品。因而，拥有某种产品品牌被看成是判断人们自身进步的标志，成为人们向外部世界展示自己的一个重要方面，因为他们需要展现他们所希望的某种风格形象。

三、产品形象设计对企业的影响

(一)经济利润

产品形象是建立在品牌信誉和价值的有效途径，是形成无形资产的重要因素。形象就是资产，它是操纵者，是精心营造的可兑换的商品。从产品形象所显现出自身的生命力，使企业的资产最大化。

产品形象的产品价值及社会财富符合相互的关系。从根本上说，形象法则完全是相互作用的，不可分割的。循环法则同时意味着挑战和机遇。就比较而言，从形象到价值到财富再回到形象的连续循环，赋予企业 xxx生命循环xxx概念新的含义。产品形象控制价值，价值产生财富，财富推动产品形象的提升。

(二)企业形象

产品形象是企业形象重要组成部分，是企业在特定的经营与竞争环境中，设计和塑造企业形象的有力手段，由此决定了其基本功能是通过各种传播方式和传播媒体，通过产品形象将企业存在的意义、经营思想、经营行为、经营特色与个性进行整体性、组织性、系统性的传达，以获得社会公众的认同、喜爱和支持，用良好企业形象的无形资产，创造更辉煌的经营业绩。

良好的产品形象有助于企业形象的建立。当企业显示出强烈的社会责任感，注重维护公众利益，为市场提供实用、便利、经济、安全、卫生的高品质的产品和服务时，便在市场上树立起了良好的企业形象，增强顾客对企业的美誉度和信任度。这种经验、感知、印象在顾客购买行为中，往往起着决定性和长期性的作用。

结束语

对于产品形象设计知识的储备还不是很完善，其涉猎广泛，是一种历史悠久博大精深的艺术形式，和自己实地考察的经验不足，尚未完全了解产品形象设计对市场和社会的作用。在今后的学习中，我将带着未解的问题去细心研究。

致 谢

在完成毕业论文期间，感谢指导老师\_\_\_对我论文的辅导和帮助。使我的论文大纲、结构等方面更加的严谨和完善。同时感谢同学们的支持与帮助。感谢我的父母对我细心呵护和培养，是他们的汗水促成今天的我。最后感谢江汉大学图书馆为我提供了查阅资料的好地方，十分感谢。

参考文献

[1] 马新宇.包装设计基础.上海远东出版社，. [2] 张凌浩.产品形象的视觉设计.东南大学出版社，.

[3]【美】怀特(White，.) 著，黄文丽，文学武 译.上海人民美术出版社， [4]【美】.阿克曼著，王楠崇译. 形象决定命运.中信出版社， [5] 李春晓. 商业包装设计.

[6]张春河 方芳. 产品形象形成与线索理论的研究.中国时代经济，

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！