

2021 年研究性学习优秀成果评选材料

成果类型： 研究报告类

课题名称： “小面子 大问题”

——关于商品过度包装现象的调查及研究

课题组长： 李诗韵

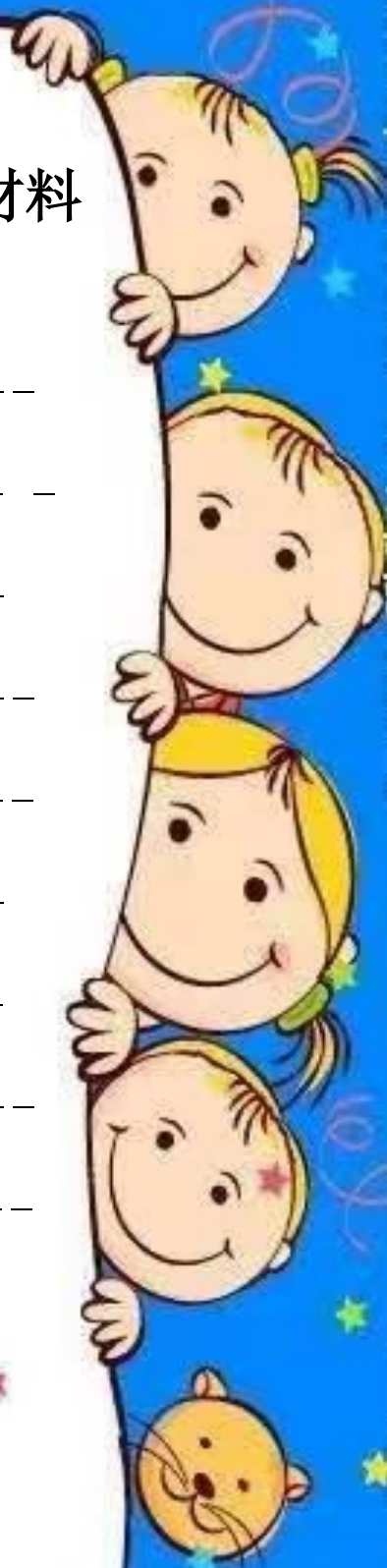
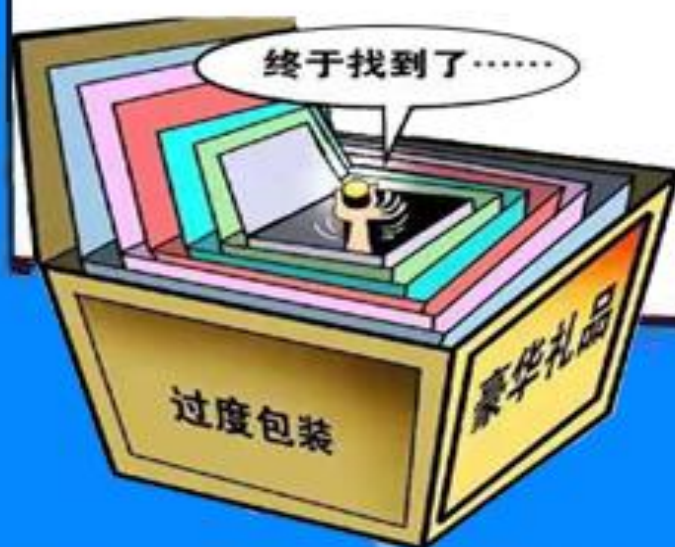
课题成员： 廖可馨、吴悦、孙嘉玲

尤钿博、卢丽萍、李思怡、石若涵

指导老师： 钱晓薇、杨青亚

所在学校： 常州市武进区前黄中心小学

所在班级： 六（3）班



“小面子 大问题”

——关于商品过度包装现象的调查及研究

一、问题的产生背景

一开学，同学们期待并熟悉的班级聊吧第一期“假期我发现”又如约而至，大家有的讲述今年异地过春节的故事，有的分享云平台旅游的新鲜，李诗韵同学却给大家带来了几张她拍摄的假期家中照片，“商品包装”这熟悉又陌生的词第一次进入了我们关注的视线。



李诗韵从家中节后堆满阳台的包装盒说起，和我们交流了心中的疑问：这些包装精美的商品人们为何如此偏爱呢？这么多废弃的包装盒怎么处理？同学们也纷纷加入讨论之中，随之又产生了许多关于“商品包装”的问题：如各色的外包装价格怎样？和商品销售有关系吗？商家和顾客在面对不同包装时又各是什么心理？形形色色的外包装普遍存在现象是否存在弊端？

我们的讨论也引起了钱老师的兴趣，她鼓励我们围绕“商品包装”这个现象开展一次头脑风暴，先把自己想到的话题利用思维导图呈现出来，然后再从众多话题中筛选中我们最感兴趣又值得研究的内容。



我们又在老师的指导下，对产生的话题进行了归类、筛选，并在再次讨论的基础上，

选择了大部分同学都提到的商品包装越来越趋向于高档、精致的话题，老师肯定了我们对于身边现象的关注，又帮助我们梳理了思路，于是确立了“关于商品过度包装现象的调查及研究”作为我们这次研究的小课题。

二、研究目的和意义

近年来，各大超市中的各类商品不仅品种、数量在不断增加，而且其外包装也越来越精致、个性化，尤其逢年过节期间，这些包装精美的商品更是成了人们走亲访友的抢手货，但随着过节热潮的散去，各种外包装盒（纸、袋、桶等）堆满家中现象又随之产生，其背后也折射出人们的一些错误认识及不理性行为。

这次研究性学习活动，我们想知道：市场上商品包装的材质、种类怎样？这与商品销售之间可有联系？人们对商品过度包装的关注度如何？选购时又是否会考虑包装的因素？废弃外包装的问题怎么合理解决……我们以各种方式来观察和发现、调查记录、动手制作，通过讨论交流与学习，我们学会了问卷、调查、采访、考察、设计等实践方法，提升了搜集和处理信息、团队合作、与人交往、创意物化等能力，培养了我们关注生活、关注社会普遍现象的强烈意识，也初步懂得了“拒绝过度包装，倡导绿色生活”的重要性。

三、研究内容

1. 通过问卷调查，了解人们对所购商品不同包装的看法及对过度包装的认识；
2. 通过三次市场调查，观察记录商品包装的不同种类、不同材质及实际作用，并进行同类商品不同包装与不同售价的调查统计，发现过度包装存在的弊端；
3. 通过采访居民，了解人们在购物时对外包装的选择和如何处理的想法；
4. 通过采访专业人士，了解国家层面出台的关于商品包装的法规以及督查措施；
5. 通过文献查找，学习并分享中外国家限制商品过度包装的相关条例；
6. 通过实地考察、采访，观察记录废品收购站每月废弃包装的收购量、收购价及不同废弃包装的不同处理方式，激起对过度包装带来的弊端的思考；
7. 通过创意物化，征集废弃外包装处理的金点子，进行动手制作、成果展示及作品评价，引发人们对废弃包装再利用的关注；
8. 通过宣传推广，增强人们“拒绝过度包装，倡导绿色生活”的意识，改变人们因喜欢过度包装品而带来的不理性消费的行为。

四、研究安排及过程

我们在钱老师的指导下，先划分了明确的研究阶段，又针对不同的研究目的制定了各个阶段详细的活动内容，老师还为我们提供了切实可行的活动方法。

1. 研究计划安排

活动阶段	活动内容	活动目的	活动方法
选题阶段	问题采集 分析筛选	采集学生对于商品包装现象关注的话题，从中筛选出学生最感兴趣，值得研究的内容。	头脑风暴法
实施阶段	问卷设计 调查实施	广泛了解人们对商品不同包装的关注、选择及对过度包装的认识等真实信息，为下一步市场调查做前期摸底。	问卷调查法 数据分析法
	第一次 市场调查	了解各种商品包装的不同种类，并对所记录信息进行了整理。	观察法 信息整理法
	第二次 市场调查	进一步了解不同种类包装的材质、作用，进行分析归类，引起学生对过度包装现象的关注。	观察法 信息整理法
	第三次 市场调查	再一次进行同类商品不同包装与不同售价的调查统计，比较分析发现过度包装存在的弊端。	观察法 统计法
	采访周边 居民	选择不同职业、不同年龄的居民，采访了解他们在选购商品时对包装的选择和看法。	访谈法
	采访市场管 理监督局 专业人士	了解国家层面出台的关于商品包装的法律法规以及督查措施，对过度包装有初步的法规认识。	访谈法
	学习商品包 装相关条例	文献查找限制商品过度包装的条例，用资料卡的形式进行学习与分享，让更多人增强法规意识。	文献法
	实地考察 废品收购站	了解几家废品收购站每月废弃包装的收购量、收购价，对各种包装的高投入低产出进行原因分析，激起人们对过度包装带来的弊端的思考。	实地考察法 数据分析法
	废弃包装 创意物化	对废弃外包装的处理，在金点子征集的基础上开展创意物化活动，引发人们对外包装再利用的关注。	信息整理法 创意设计法 成果展示法 作品评价法
总结阶段	宣传推广 活动评价	通过倡议宣传活动，增强人们“拒绝过度包装，倡导绿色生活”的意识，改变人们因喜欢过度包装品而带来不理性的消费行为；撰写体验日记，分享活动收获。	服务类活动法

2. 研究过程、分工及研究收获

活动一：问卷设计 → 调查统计 → 问卷分析

我们首先设计完成了一份“关于商品过度包装情况”的调查问卷，在家长群进行网上

调查，回收不同年龄、不同职业、不同性别的 651 份有效问卷，从而广泛了解人们对商品不同包装现象的关注选择以及对过度包装的认识等真实信息，为下一步市场调查做好了前期摸底。



附： 关于商品过度包装的调查问卷

您好，感谢您抽出您宝贵的时间来完成这份调查问卷!此问卷旨在调查人们对商品过度包装的了解情况!本问卷实行匿名制，所有数据只用于统计分析，保证不会泄露您的个人信息和资料!请您放心填写!再次对您表达我们的谢意!

1. 您的性别

A. 男 B. 女

2. 您的年龄

A. <15 B. 15-20 C. 20-30 D. 30-40 E. >40

3. 您的职业

A. 工人 B. 农民 C. 个体 D. 司机 E. 老师 F. 学生 G. 医生 H. 公司职员 I. 其他

4. 请问您知道什么是商品过度包装吗?

A. 知道 B. 听说过，但不太清楚 C. 不知道

5. 请问您平时关注商品过度包装的问题吗?

A. 很关注 B. 一般 C. 基本没注意

6. 日常所见商品中存在过度包装现象吗?

A. 常见 B. 一般 C. 不常见

7. 您觉得日常所见商品的过度包装现象严重吗?

A. 严重 B. 不严重 C. 不太清楚，不了解

8. 随着人们网购热情不断高涨，如今快递业日均产生的废弃包装已达千万件，每年所用的包装胶带纸连起来能绕地球 200 多圈。您认为在快递行业中，是否存在过度包装的现象?

A. 存在 B. 不存在

9. 在购买商品时，您最关注包装上的哪方面?

A. 配料 B. 商标 C. 外观 D. 生产商 E. 出产日期 F. 其他

10. 商品的包装会影响您对商品的选购吗?

A. 不会 B. 很大程度不会 C. 说不准，要看购买什么商品

11. 您曾经收到过过度包装的商品吗?有什么感受?

A. 很喜欢包装精美，感觉对方很重视自己 B. 太浪费，没必要

C. 重要的是商品，包装无所谓

12. 当您打开层层豪华包装，终于找到商品，你的真实感受是？
- A. 很喜欢，包装豪华能带来精美的视觉感 B. 无所谓，更注重里面的商品
- C. 很反感，拆起来很麻烦，又很浪费
13. 您能容忍的过度包装的底线是什么？
- A. 包装体积很大，但装的东西很小 B. 装潢华丽、溢美，但装的东西一般
- C. 包装材质成本很高，但装的东西略廉价
14. 您会购买过度包装的礼品送人吗？
- A. 会 B. 不会 C. 视情况而定
15. 您对包装的要求是？
- A. 精美华丽 B. 简约 C. 看着顺眼就行 D. 只要产品好就可以，包装无所谓
16. 您在购买物品时比较喜欢哪种材料的包装？
- A. 木头 B. 塑料 C. 纸 D. 金属
- E. 玻璃 F. 其他 G. 不在乎，能装东西就行
17. 如果让您选择，在价格差不多的情况下，豪华包装 or 简易包装，你选哪个？
- A. 豪华包装 B. 简易包装 C. 随便。
18. 您认为在购买商品的同时是否也为包装付了钱？
- A. 是的 B. 没感觉到 C. 无所谓
19. 你知道规定的包装不得超过几层吗？
- A. 2 B. 3 C. 4 D. 不关心
20. 您觉得消费过度包装商品的人群主要是？
- A. 学生 B. 白领 C. 普通人 D. 其他
21. 你认为生活中哪些产品的包装属于过度包装？
- A. 礼品. B. 艺术品 C. 月饼盒 D. 化妆品 E. 烟酒
- F. 茶叶 G. 食品 H. 衣服 I. 保健品 J. 其他
22. 你认为人们选择过度包装物品最大的原因是什么？
- A. 送礼送好看的有面子,看着有档次 B. 价格高包装好的送领导
- C. 过年带保健品回家 D. 盲目跟风
- E. 个人爱好 F. 其他
23. 你觉得过度包装带来了哪些危害？
- A. 环境污染 B. 浪费资源 C. 助长奢侈之风 D. 大开贿赂之道
- E. 增加消费者的心理压力 F. 误导消费者判断商品的价值从而造成非理性消费
24. 你会如何处理多余的外包装废弃物？
- A. 直接丢掉 B. 当废纸卖掉 C. 回收利用，保存起来下次包装再用

- D. 把好看的收藏好，可以当储物工具 E. 其它
25. 你认为以后商品的包装应该往哪方面发展？
- A. 简易朴素，追求自然化 B. 融入更多的传统元素
- C. 应该力求包装与实物的一致性 D. 其他
26. 对于减少过度包装现象的措施，以下措施中您认为哪个最具有可行性？
- A. 参考,借鉴国外的一些成功的包装例子
- B. 政府通过宏观调控,提高商品包装材料的价格
- C. 加大绿色环保知识宣传，使环保观念深入人心
- D. 从身边做起，自觉抵制过度包装的商品，杜绝浪费
- E. 政府制定控制过度包装的法规及硬性规定，健全惩罚机制
- F. 消费者应树立好良好的消费观，绿色消费观，勇敢对过度包装说“不”

再次感谢您的参与!!!

接下来，我们在老师的指导下，利用问卷星统计的优势，把每项调查问题人们的选择情况用列表把数据清晰地呈现，以便于我们进行分析思考。

附：问卷数据统计

1. 您的性别 [\[单选题\]](#)

选项	小计	比例
男	251	<div><div></div></div> 38.56%
女	400	<div><div></div></div> 61.44%

2. 您的年龄 [\[单选题\]](#)

选项	小计	比例
<15	205	<div><div></div></div> 31.49%
15-20	4	<div><div></div></div> 0.61%
20-30	17	<div><div></div></div> 2.61%
30-40	276	<div><div></div></div> 42.4%
>40	149	<div><div></div></div> 22.89%

3. 您的职业 [\[单选题\]](#)

选项	小计	比例
工人	137	<div><div></div></div> 21.04%
农民	22	<div><div></div></div> 3.38%
个体	98	<div><div></div></div> 15.05%

司机	8	<div><div></div></div> 1.23%
老师	70	<div><div></div></div> 10.75%
学生	200	<div><div></div></div> 30.72%
医生	0	<div><div></div></div> 0%
公司职员	61	<div><div></div></div> 9.37%
其他	55	<div><div></div></div> 8.45%

4.请问您知道什么是商品过度包装吗? [\[单选题\]](#)

选项	小计	比例
知道	370	<div><div></div></div> 56.84%
听说过，但不太清楚	225	<div><div></div></div> 34.56%
不知道	56	<div><div></div></div> 8.6%

5.请问您平时关注商品过度包装的问题吗? [\[单选题\]](#)

选项	小计	比例
很关注	135	<div><div></div></div> 20.74%
一般	378	<div><div></div></div> 58.06%
基本没注意	138	<div><div></div></div> 21.2%

6.日常所见商品中存在过度包装现象吗? [\[单选题\]](#)

选项	小计	比例
常见	283	<div><div></div></div> 43.47%
一般	247	<div><div></div></div> 37.94%
不常见	121	<div><div></div></div> 18.59%

7.您觉得日常所见商品的过度包装现象严重吗? [\[单选题\]](#)

选项	小计	比例
严重	325	<div><div></div></div> 49.92%
不严重	157	<div><div></div></div> 24.12%
不太清楚，不了解	169	<div><div></div></div> 25.96%

8.随着人们网购热情不断高涨，如今快递业日均产生的废弃包装已达千万件，每年所用的包装胶带纸连起来能绕地球 200 多圈。您认为在快递行业中，是否存在过度包装的现象?

[\[单选题\]](#)

选项	小计	比例
存在	537	<div><div></div></div> 82.49%

不存在	114	<div><div></div></div> 17.51%
-----	-----	-------------------------------

9.在购买商品时，您最关注包装上的哪方面？ [单选题]

选项	小计	比例
配料	71	<div><div></div></div> 10.91%
商标	40	<div><div></div></div> 6.14%
外观	57	<div><div></div></div> 8.76%
生产商	22	<div><div></div></div> 3.38%
出产日期	426	<div><div></div></div> 65.44%
其他	35	<div><div></div></div> 5.38%

10.商品的包装会影响您对商品的选购吗？ [单选题]

选项	小计	比例
不会	134	<div><div></div></div> 20.58%
很大程度不会	95	<div><div></div></div> 14.59%
说不准，要看购买什么商品	422	<div><div></div></div> 64.82%

11.您曾经收到过过度包装的商品吗?有什么感受？ [单选题]

选项	小计	比例
很喜欢包装精美，感觉对方很重视自己	79	<div><div></div></div> 12.14%
太浪费，没必要	275	<div><div></div></div> 42.24%
重要的是商品，包装无所谓	297	<div><div></div></div> 45.62%

12.当您打开层层豪华包装，终于找到商品，你的真实感受是？ [单选题]

选项	小计	比例
很喜欢，包装豪华能带来精美的视觉感	72	<div><div></div></div> 11.06%
无所谓，更注重里面的商品	304	<div><div></div></div> 46.7%
很反感，拆起来很麻烦，又很浪费	275	<div><div></div></div> 42.24%

13.您能容忍的过度包装的底线是什么？ [单选题]

选项	小计	比例
包装体积很大，但装的东西很小	247	<div><div></div></div> 37.94%
装潢华丽、溢美，但装的东西一般	184	<div><div></div></div> 28.26%
包装材质成本很高，但装的东西略廉价	220	<div><div></div></div> 33.79%

14.您会购买过度包装的礼品送人吗？ [单选题]

选项	小计	比例
----	----	----

会	62	<div><div></div></div> 9.52%
不会	264	<div><div></div></div> 40.55%
视情况而定	325	<div><div></div></div> 49.92%

15.您对包装的要求是? [\[单选题\]](#)

选项	小计	比例
精美华丽	18	<div><div></div></div> 2.76%
简约	291	<div><div></div></div> 44.7%
看着顺眼就行	123	<div><div></div></div> 18.89%
只要产品好就可以，包装无所谓	219	<div><div></div></div> 33.64%

16.您在购买物品时比较喜欢哪种材料的包装? [\[单选题\]](#)

选项	小计	比例
木头	52	<div><div></div></div> 7.99%
塑料	67	<div><div></div></div> 10.29%
纸金属	89	<div><div></div></div> 13.67%
玻璃	23	<div><div></div></div> 3.53%
其他	131	<div><div></div></div> 20.12%
不在乎，能装东西就行	289	<div><div></div></div> 44.39%

17.如果让您选择，在价格差不多的情况下，豪华包装 or 简易包装，你选哪个? [\[多选题\]](#)

选项	小计	比例
豪华包装	129	<div><div></div></div> 19.82%
简易包装	460	<div><div></div></div> 70.66%
随便	184	<div><div></div></div> 28.26%

第 18 题 18.您认为在购买商品的同时是否也为包装付了钱? [\[单选题\]](#)

选项	小计	比例
是的	504	<div><div></div></div> 77.42%
没感觉到	125	<div><div></div></div> 19.2%
无所谓	22	<div><div></div></div> 3.38%

19.你知道规定的包装不得超过几层吗? [\[单选题\]](#)

选项	小计	比例
2	170	<div><div></div></div> 26.11%

3	252	<div><div></div></div> 38.71%
4	33	<div><div></div></div> 5.07%
不关心	196	<div><div></div></div> 30.11%

20.您觉得消费过度包装商品的人群主要是? [单选题]

选项	小计	比例
学生	49	<div><div></div></div> 7.53%
白领	387	<div><div></div></div> 59.45%
普通人	77	<div><div></div></div> 11.83%
其他	138	<div><div></div></div> 21.2%

21.你认为生活中哪些产品的包装属于过度包装? [多选题]

选项	小计	比例
礼品	544	<div><div></div></div> 83.56%
艺术品	376	<div><div></div></div> 57.76%
月饼盒	405	<div><div></div></div> 62.21%
化妆品	408	<div><div></div></div> 62.67%
烟酒	250	<div><div></div></div> 38.4%
茶叶	242	<div><div></div></div> 37.17%
食品	215	<div><div></div></div> 33.03%
衣服	88	<div><div></div></div> 13.52%
保健品	396	<div><div></div></div> 60.83%
其他	99	<div><div></div></div> 15.21%

22.你认为人们选择过度包装物品最大的原因是什么? [单选题]

选项	小计	比例
送礼送好看的有面子,看着有档次	512	<div><div></div></div> 78.65%
价格高包装好的送领导	27	<div><div></div></div> 4.15%
过年带保健品回家	16	<div><div></div></div> 2.46%
盲目跟风	40	<div><div></div></div> 6.14%
个人爱好	32	<div><div></div></div> 4.92%
其他	24	<div><div></div></div> 3.69%

23.你觉得过度包装带来了哪些危害? [多选题]

选项	小计	比例
环境污染	519	<div><div></div></div> 79.72%
浪费资源	577	<div><div></div></div> 88.63%
助长奢侈之风	376	<div><div></div></div> 57.76%
大开贿赂之道	263	<div><div></div></div> 40.4%
增加消费者的心理压力	291	<div><div></div></div> 44.7%
误导消费者判断商品的价值从而造成非理性消费	488	<div><div></div></div> 74.96%

24.你会如何处理多余的外包装废弃物? [单选题]

选项	小计	比例
直接丢掉	83	<div><div></div></div> 12.75%
当废纸卖掉	193	<div><div></div></div> 29.65%
回收利用, 保存起来下次包装再用	197	<div><div></div></div> 30.26%
把好看的收藏好, 可以当储物工具	154	<div><div></div></div> 23.66%
其它	24	<div><div></div></div> 3.69%

25.你认为以后商品的包装应该往哪方面发展? [单选题]

选项	小计	比例
简易朴素, 追求自然化	428	<div><div></div></div> 65.75%
融入更多的传统元素	45	<div><div></div></div> 6.91%
应该力求包装与实物的一致性	160	<div><div></div></div> 24.58%
其他	18	<div><div></div></div> 2.76%

26.对于减少过度包装现象的措施, 以下措施中您认为哪个最具有可行性? [单选题]

选项	小计	比例
参考,借鉴国外的一些成功的包装例子	40	<div><div></div></div> 6.14%
政府通过宏观调控,提高商品包装材料的价格	21	<div><div></div></div> 3.23%
加大绿色环保知识宣传,使环保观念深入人心	255	<div><div></div></div> 39.17%
从身边做起,自觉抵制过度包装的商品,杜绝浪费	163	<div><div></div></div> 25.04%
政府制定控制过度包装的法规及硬性规定,健全惩罚机制	40	<div><div></div></div> 6.14%

消费者应树立好良好的消费观，绿色消费观，勇敢对过度包装说“不”	132	<div><div></div></div> 20.28%
---------------------------------	-----	-------------------------------

随后，我们又在老师的指导下，对所调查内容进行了归类，根据统计数据，又进行了对比分析，人们对不同包装的关注度、选择态度以及对过度包装的看法、废弃外包装的处理等情况作了分析，也有了我们的思考。 （附：问卷调查报告）

问卷目的	了解人们对商品不同包装现象的关注度、购物时对商品包装的选择、对过度包装的认识及对外包装处理的看法，是下一步市场调查的前期摸底。
问卷对象 (年龄、职业)	涉及 10 岁以上至 70 岁以下各个年龄层 涉及教师、个体、学生、公职人员等多种职业
问卷人数	651 份
问卷内容分类	数据分析及我们的发现
对包装的关注度 (涉及第 4、5、6、7、8、19、20 题)	<p>1、人们对包装的关注度较高，比例高达 56.84%，但是在关注的人群中，又有 34.56%的人虽然关注却不够清楚包装中过度的现象，可见，人们在关注的同时，还不能真正做到深入去了解一下。</p> <p>2、人们对商品中过度包装的现象也较为关注，且有 49.92%的人认为情况比较严重，但在日常生活中只有 20.74%的人能真正关注，也就是说，人们意识上的认识和生活中的行为还是存在偏差的。</p> <p>3、人们在关注的同时，对过度包装的标准认识还不够正确或全面，只有 38.71%能回答正确。可见，人们缺乏这方面的科学认识。</p> <p>4、在关注的人群中，白领（公职人员）对于过度包装的关注度最高，达到 59.45%，而学生的认识度是最低的。可见，这种关注度也受到年龄层次和知识水平层次的影响。</p>
对不同包装的选择 (涉及第 9、10、14、15、16、17、22 题)	<p>1、人们在选购商品时对包装的选择存在一种矛盾现象，65.44%的人群意识上认为不应关注包装的式样，要关注生产日期等质量标志，但行为上 64.82%的均表示要看什么商品来确定选择的包装。可见，人们对包装的选择标准不唯一，受很多因素影响。</p> <p>2、人们对包装的要求也呈现出多元性，49.92%的人群认为对包装的选择视情况而定，且高达 78.65%的人们选择精美包装是源于送礼时上档次、有面子。可见，人们在选择商品时除了考虑商品本身，还和派什么用场密切相关。</p> <p>3、同时，人们对于购物时同时也为包装买了单的看法基本一致，高达 77.42%，可见，商品的包装问题已经成为一种普遍社会现象。</p>

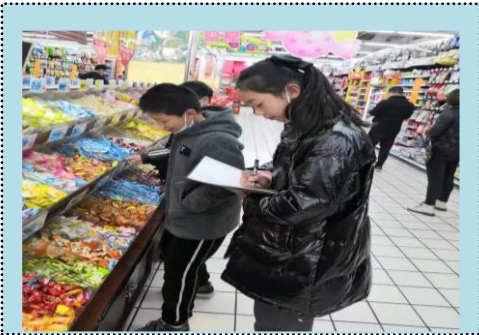
<p>对过度包装的看法（涉及第 11、12、13、18、21 题）</p>	<p>1、人们在思想意识上还是很反对商品的过度包装的，高达 87.86% 的人们购物时更看重商品质量，认为简单包装就可以。</p> <p>2、人们对什么是过度包装也有较为客观的认识，尤其是对包装的高成本和包装的华而不实是人们排斥过度包装的最基本的两大原因。</p> <p>3、人们对市场上哪些商品存在过度包装现象的看法也高度一致，83.56% 的人们选择了礼品，60.83% 的人们选择了保健品，这两项高数据和之前多调查到的人们对包装的选择受到其商品作用影响也完全吻合。</p>
<p>对外包装处理改进的看法（涉及第 23、24、25、26 题）</p>	<p>1、人们对于废弃包装物带来的危害有很清晰的认识，尤其集中在环境污染、浪费资源、造成非理性消费观念这三点看法上。可见，人们在选购的同时，也在考虑其带来的弊端。</p> <p>2、人们在对废弃外包装的处理上有各自不同的观点，无论是卖掉还是回收利用，人们均意识到这比较浪费。</p> <p>3、人们对于商品包装的需求更倾向于简单朴素以及包装与实物的一致性，可见，人们在购买商品时观念也在趋向于理性消费。</p> <p>4、人们对于减少过度包装现象的认识也高度一致，64.21% 的人们提出了环保的概念，意识到从自身做起的重要性。</p>
<p>我们的思考</p>	<p>这样的一次问卷调查，我们通过问题的归并和数据的分析，发现了与包装有关的很多现象，也及时了解到人们的真实想法，同时我们也有了以下思考：</p> <p>1、人们在对包装现象关注的同时，却也缺乏对过度包装的底线、规定的认识，这是不是和相关法律法规以及监督条例的宣传不够深入有关呢？</p> <p>2、人们即使在思想意识上清楚过度包装存在的问题，但在实际生活选择中却往往又违背思想进行商品的选择，这样的矛盾又是和那些因素有关呢？</p> <p>3、面对包装的形形色色所带来的非理性消费现象，我们又可以怎样正确引导呢？</p> <p>4、人们对于外包装的处理意识到存在及其眼中的浪费资源和污染环境的弊端，但又没有好的解决方法？这又需要整个社会以及我们每个人做出怎样的改变呢？</p>

活动二：三次市场调查 → 信息整理 → 对比分析

（1）了解各种商品包装的不同种类，学会观察记录，并进行信息整理

在广泛了解人们对于商品包装问题的一系列真实想法后，老师又建议我们通过开展市场调查，去获取关于商品包装的更多信息，我们才能找到问卷中人们购物时对包装不同选择和

看法的原因所在。在老师的指导下，我们从了解商品包装的不同种类入手，来到前黄明都苏果超市、新怡华超市、湖塘大润发开展了第一次市场调查。



经过对三家大超市中众多商品外包装的观察，我们了解到了关于包装更具体的信息，尤其关注了包装的不同材质及外包装的不同作用，我们还精选了一部分商品拍摄了外包装图片，以便进行下一步的对比分析，也有了新的思考。

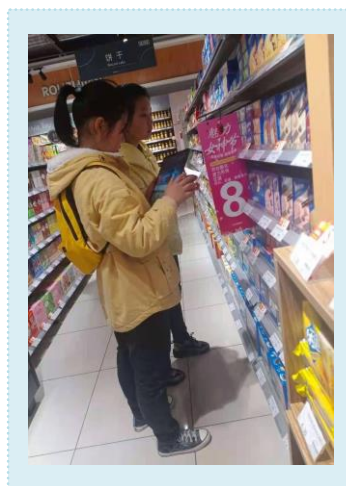
（附：第一次市场调查报告）

调查时间	3月6日-3月7日	调查者	李诗韵、徐昊楠、李梦瑶等
调查地点	大润发超市、苏果超市、新怡华超市等		
调查目的	通过这一次市场调查，了解商品有无包装，是怎样包装的，包装有何不同？为下一步着手研究过度包装做前期准备。		
调查的发现	1、绝大多数产品都有包装，既美观又吸引人眼球，只有一些散装的诗篇、生活用品等没有包装。 2、在考察过程中，我们还发现包装的种类多种多样，档次也各不相同。有些包装比较简易，让人一目了然；相反，有的包装比较繁琐。		

	<p>3、包装的材质也让人眼花缭乱，有的是精美纸盒，有的是坚固铁盒，还有的是多层包装等等。</p> <p>4、精美包装的商品外表美观，价格稍高，简易包装的商品价廉物美，两种商品都有源源不断的顾客购买。</p>
调查的思考	<p>1、经过这次的考察，我们发现大部分商品的包装都比较精美，甚至有一部分包装繁琐，装饰过多，空间过大，这样的包装是否合理呢？</p> <p>2、包装盒的材质越来越多样化，越来越精美了，那商品的价格会不会因此上涨呢？</p> <p>3、同样的商品，有人选择精美外观的，有人选择简易包装的，不同选择背后的原因会有哪些呢？</p>

(2) 了解不同种类包装的材质、作用, 对商品是否属于过度包装进行比较分析

第一次市场调查，我们观察记录了大量商品的包装现状，我们整理了海量的信息，也发现各种商品包装的区别十分明显，但是否属于过度包装呢？我们还不够清晰。钱老师又建议我们可以从包装分类（如无包装、简易包装、豪华包装、单层包装、多层包装等）以及包装材质（如袋装、纸盒装、铁盒装、木制品装、其他等）再次进行市场调查，对商品是否属于过度包装展开分析。

[illegible]

商品包装情况、包装材料的市场调查资料				
调查对象、名称	调查时间、月/日	调查数量、吨/个		
商品名称	包装情况	包装材料	调查分析整理	
① 方便面(桶装)	桶装	纸、纸(筒)		
② 方便面(袋装)	袋装	塑料		
③ 方便面(桶装)	桶装	纸、纸(筒)		
④ 方便面(袋装)	袋装	塑料		
⑤ 方便面(桶装)	桶装	纸、纸(筒)		
⑥ 方便面(袋装)	袋装	塑料		
⑦ 方便面(桶装)	桶装	纸、纸(筒)		
⑧ 方便面(袋装)	袋装	塑料		
⑨ 方便面(桶装)	桶装	纸、纸(筒)		
⑩ 方便面(袋装)	袋装	塑料		
⑪ 方便面(桶装)	桶装	纸、纸(筒)		
⑫ 方便面(袋装)	袋装	塑料		
⑬ 方便面(桶装)	桶装	纸、纸(筒)		
⑭ 方便面(袋装)	袋装	塑料		
⑮ 方便面(桶装)	桶装	纸、纸(筒)		
⑯ 方便面(袋装)	袋装	塑料		
⑰ 方便面(桶装)	桶装	纸、纸(筒)		
⑱ 方便面(袋装)	袋装	塑料		
⑲ 方便面(桶装)	桶装	纸、纸(筒)		
⑳ 方便面(袋装)	袋装	塑料		
㉑ 方便面(桶装)	桶装	纸、纸(筒)		
㉒ 方便面(袋装)	袋装	塑料		
㉓ 方便面(桶装)	桶装	纸、纸(筒)		
㉔ 方便面(袋装)	袋装	塑料		
㉕ 方便面(桶装)	桶装	纸、纸(筒)		
㉖ 方便面(袋装)	袋装	塑料		
㉗ 方便面(桶装)	桶装	纸、纸(筒)		
㉘ 方便面(袋装)	袋装	塑料		
㉙ 方便面(桶装)	桶装	纸、纸(筒)		
㉚ 方便面(袋装)	袋装	塑料		
㉛ 方便面(桶装)	桶装	纸、纸(筒)		
㉜ 方便面(袋装)	袋装	塑料		
㉝ 方便面(桶装)	桶装	纸、纸(筒)		
㉞ 方便面(袋装)	袋装	塑料		
㉟ 方便面(桶装)	桶装	纸、纸(筒)		
㊱ 方便面(袋装)	袋装	塑料		
㊲ 方便面(桶装)	桶装	纸、纸(筒)		
㊳ 方便面(袋装)	袋装	塑料		
㊴ 方便面(桶装)	桶装	纸、纸(筒)		
㊵ 方便面(袋装)	袋装	塑料		
㊶ 方便面(桶装)	桶装	纸、纸(筒)		
㊷ 方便面(袋装)	袋装	塑料		
㊸ 方便面(桶装)	桶装	纸、纸(筒)		
㊹ 方便面(袋装)	袋装	塑料		
㊺ 方便面(桶装)	桶装	纸、纸(筒)		
㊻ 方便面(袋装)	袋装	塑料		
㊼ 方便面(桶装)	桶装	纸、纸(筒)		
㊽ 方便面(袋装)	袋装	塑料		
㊾ 方便面(桶装)	桶装	纸、纸(筒)		
㊿ 方便面(袋装)	袋装	塑料		

经过第二次市场调查,我们对大量商品的包装分类以及包装材质进行了更为细致地观察记录,对商品是否存在过度包装现象也有了较为直观的判断依据,如:多层包装、包装尺寸过大、外包装装饰太多、附带赠品等,这一次的市场调查,让我们对过度包装现象的认识更为清晰,也开始思考与之有关的更多问题。

(附：第二次市场调查报告)

调查时间	2021.03.07	调查者	庄原、吴悦、卢丽萍等
调查地点	前黄苏果超市、明都超市、大润发超市、新怡华超市		
调查目的	在第一次市场考察了解商品有无包装、怎样包装的基础上，再次对商品的包装进行进一步调查，尤其是关注过度包装的情况，对商品是否属于过度包装展开分析。		
调查的发现	<p>我们在多家超市进行了市场调查，调查涉及到很多种商品，有了如下发现：</p> <ol style="list-style-type: none">1. 商品的包装呈现很明显的两种趋势，大超市中商品的包装明显比小超市的包装类型更多，也更精美，价格也有一定区别。2. 商品的确存在过度包装的现象，且不论大超市还是小超市，店家在进货时都会给商品选择包装来一起出售。3. 商品过度包装还有很多不同，有的是包装层数太多，里外很多层；有的是外包装太大，里面的商品其实只占据一点点空间，很浪费；有的是外包装的材质太好，本身就很贵；还有的包装里还送各种赠品。4. 商品的各種外包装虽然不同，但其实实际作用都是差不多的，而且营养品之类的送礼佳品、小朋友的零食以及水果外包装尤其多样精美。		
我们的思考	<ol style="list-style-type: none">1、经过这一次的市场调查，我们对各种商品的外包装有了更清晰地认识，我们不仅关注到了商品在销售时加上包装已是最普遍的现象，还强烈地感受到商品包装正在趋向于精致、高价。2、这些精致的外包装虽然吸引着顾客的眼球，但我们也发现其作用是没有因为外包装的档次提升而改变的，相反改变的是商品的价格。3、商家为了商品销售利益的提高，会给商品加上外包装，那哪些商品的外包装过于豪华呢？顾客在选购时是否也会关注这些问题呢？这些新问题的产生，我们又将如何进行研究呢？		

(3) 进行同类商品不同包装与不同售价的调查统计，对过度包装存在的弊端进行分析

在第二次市场调查的基础上，我们发现商品的过度包装呈现很明显的趋势，尤其是以零食类、礼品类最为显著，这商品的过度包装又存在哪些显而易见的弊端呢？我们接下来又可以怎么研究呢？在老师的建议下，我们决定对之前海量调查的商品再来进行一次同类商品不

同包装与不同售价的市场调查，我们先对过度包装突出的零食类和礼品类展开了第三次市场调查。老师提醒我们要想比对的数据准确，我们应该选择同一品牌的同一种商品来进行比对，这样就能一目了然地发现因为包装不同带来的价格不同，而且调查商品除零食和礼品外，其他类也应该关注，这样才不至于片面。

同类商品的不同包装及价格对比市场调查（零食类）			
商品名称	豪华装价格	简易装（无包装）价格	对外包装的分析
旺旺大礼包	12.5元	7.9元	包装豪华，礼品属性强，适合送礼。
旺旺大礼包	16.5元	12.5元	包装豪华，礼品属性强，适合送礼。
旺旺大礼包	40元	29元	包装豪华，礼品属性强，适合送礼。
旺旺大礼包	55元	12元	包装豪华，礼品属性强，适合送礼。
旺旺大礼包	210元	65元	包装豪华，礼品属性强，适合送礼。
旺旺大礼包	25元	25元	包装豪华，礼品属性强，适合送礼。
旺旺大礼包	28元	12元	包装豪华，礼品属性强，适合送礼。
旺旺大礼包	10元	5元	包装豪华，礼品属性强，适合送礼。

同类商品的不同包装及价格对比市场调查（礼品类）			
商品名称	豪华装价格	简易装（无包装）价格	对外包装的分析
旺旺大礼包	12.5元	7.9元	包装豪华，礼品属性强，适合送礼。
旺旺大礼包	16.5元	12.5元	包装豪华，礼品属性强，适合送礼。
旺旺大礼包	40元	29元	包装豪华，礼品属性强，适合送礼。
旺旺大礼包	55元	12元	包装豪华，礼品属性强，适合送礼。
旺旺大礼包	210元	65元	包装豪华，礼品属性强，适合送礼。
旺旺大礼包	25元	25元	包装豪华，礼品属性强，适合送礼。
旺旺大礼包	28元	12元	包装豪华，礼品属性强，适合送礼。
旺旺大礼包	10元	5元	包装豪华，礼品属性强，适合送礼。

同类商品的不同包装及价格对比市场调查（其他类）			
商品名称	豪华装价格	简易装（无包装）价格	对外包装的分析
旺旺大礼包	12.5元	7.9元	包装豪华，礼品属性强，适合送礼。
旺旺大礼包	16.5元	12.5元	包装豪华，礼品属性强，适合送礼。
旺旺大礼包	40元	29元	包装豪华，礼品属性强，适合送礼。
旺旺大礼包	55元	12元	包装豪华，礼品属性强，适合送礼。
旺旺大礼包	210元	65元	包装豪华，礼品属性强，适合送礼。
旺旺大礼包	25元	25元	包装豪华，礼品属性强，适合送礼。
旺旺大礼包	28元	12元	包装豪华，礼品属性强，适合送礼。
旺旺大礼包	10元	5元	包装豪华，礼品属性强，适合送礼。

同类商品的不同包装及价格对比市场调查（零食类）			
商品名称	豪华装	简易装（无包装）	对外包装的分析
旺旺大礼包			包装豪华，礼品属性强，适合送礼。
旺旺大礼包			包装豪华，礼品属性强，适合送礼。
旺旺大礼包			包装豪华，礼品属性强，适合送礼。

同类商品的不同包装及价格对比市场调查（礼品类）			
商品名称	豪华装	简易装（无包装）	对外包装的分析
旺旺大礼包			包装豪华，礼品属性强，适合送礼。
旺旺大礼包			包装豪华，礼品属性强，适合送礼。
旺旺大礼包			包装豪华，礼品属性强，适合送礼。

同类商品的不同包装及价格对比市场调查（其他类）			
商品名称	豪华装	简易装（无包装）	对外包装的分析
旺旺大礼包			包装豪华，礼品属性强，适合送礼。
旺旺大礼包			包装豪华，礼品属性强，适合送礼。
旺旺大礼包			包装豪华，礼品属性强，适合送礼。

在这一次调查中我们还发现了水果类商品销售时因为包装的不同而导致的差异十分另我们惊讶，我们又去水果店针对各种水果的外包装盒批发价进行了了解，价格区间跨度十分大，从几角到上百元，那这些包装在搭配水果一起销售是又有多大的利润空间呢？老师还教给我们一个简易的分析公式：商品总成交价—商品价格—外包装批发价=外包装利润，老师又告诉我们这外包装的利润其实都核算在顾客所购买得商品里了。

（附：水果各类外包装及利润空间调查统计表）

水果各类外包装及利润空间调查统计表					
商品名称	商品价格	外包装批发价	外包装类型	总成交价	利润
苹果	3元/斤	2角	普通纸盒	3元	0元
香蕉	8元/斤	5元	普通纸盒	13元	5元
葡萄	12元/斤	5元	普通纸盒	17元	5元
猕猴桃	10元/斤	10元	普通纸盒	20元	10元
猕猴桃	20元/斤	15元	果篮	35元	15元
猕猴桃	15元/斤	28元	果篮	43元	28元
猕猴桃	58元/斤	40元	皮篮子	98元	40元
猕猴桃	160元/斤	38元	高檔定制花礼盒	198元	132元
猕猴桃	160元/斤	68元	半圆形果篮	228元	168元

外包装类型	外包装批发价	外包装图片
普通纸盒	0元	
普通纸盒	1元	
普通纸盒	3元	
普通纸盒	10元	
果篮	15元	

外包装类型	外包装批发价	外包装图片
普通纸盒	0元	
普通纸盒	1元	
普通纸盒	3元	
普通纸盒	10元	
果篮	15元	

(附：同类商品不同包装与不同价格汇总分析表)

商品包装情况市场调查汇总分析表					
物品分类	调查物品总数量	无包装(简易包装)数量	在调查总数中比例	精品包装(过度包装)数量	在调查总数中比例
文具类	11	7	63.6%	4	36.4%
礼品类	49	13	26.5%	36	73.5%
零食类	117	28	23.9%	89	76.1%
玩具类	14	9	64.3%	5	35.7%
其他类	75	31	41.3%	44	58.7%
备注：其他类包括(日用品、化妆品、饮品、装饰品等)					
水果类	低档包装 批发均价	销售均价	中档包装 批发均价	销售均价	高档包装 批发均价
	2.7元	4元	29.3元	44.7元	72元
					106.7元

第三次的市场调查，我们侧重了因为商品包装不同而无形中带来的商品售价变化的对比，同类商品豪华装价格和简易装价格的数据差，极其清晰地把过度包装的弊端呈现在我们面前，让我们对过度包装之下商品销售的弊端感受更深刻了。我们还对商品外包装的过度之处作了进一步分析，似乎感觉到这与人们的选择有一定关系。

我们的调查思考：

通过前期我们对各种商品外包装的调查，发现市场上大部分的商品商家在销售时都选择了各种不同的包装，但无包装的商品很少，其中文具类和玩具类包装相对简单，一般数塑料盒、普通袋子(铁盒)等，而礼品类、玩具类、装饰类的包装就精致的多，包装的材质也很高档，尤其是营养品更是豪华。我发现这类商品的价格都不便宜，水果店的调查更让我们意识到我们在购买商品时，也在花大价钱买包装，市场上包装的过度现象，真得挺突出的。

在汇总以上数据时，我们又结合之前市场调查中对过度包装的分析，发现有些商品的包装真得没有必要，和简易包装的作用是一样的，有的顾客选购时甚至是买椟还珠，但市场上我们看到的更多的却是精美包装的商品，我们又有了许多新的思考：

- ① 这种现象的存在合理吗？除了多花了冤枉钱，还有什么弊端呢？
- ② 各种不同包装的出现，人们购物时是怎样的心理？这种心理是什么原因带来的？
- ③ 人们是否清楚过度包装的弊端？是否对废弃包装的处理关注过呢？

活动三：街头采访 → 信息汇总 → 采访思考

在三次市场调查的基础上，我们对市场上商品包装的存在现象有了较全面的了解和多方位的分析，经过小组讨论，我们准备在不同地点，针对不同人群展开街头采访，了解大家在购物时的选择及对这些现象的看法。我们在老师的指导下，先设计了采访问题，又选定了水

果店、手机店、奶茶店、金店等人群比较密集之所进行分头采访。

“顾客选购商品对外包装的选择”采访计划表	
时间: _____	地点: _____
研究主题	了解人们对于商品外包装的选择及看法
采访目的	通过对周边人的采访, 了解人们在选择商品时对外包装的选择及对外包装处理的一些看法。
采访对象	身边的居民若干名
问题设计	1. 您平时购买商品时是否关注商品的外包装? 为什么? 2. 您一般会选择哪种包装的呢? 为什么? 3. 您会在怎样的时候选购精美商品? 为什么? 4. 您认为如今市场上, 的商品包装是否存在过度现象? 能举几个具体的现象谈一谈您的看法吗? 5. 您觉得商品过度包装有哪些弊端? 您一般是如何处理商品的废弃外包装的?
水果店	
手机店	
奶茶店	
前黄金店	
采访工具	笔记本、相机、录音笔等
注意事项	认真倾听、及时记录, 遇到不明白之处及时追问



经过街头不同年龄层次、不同职业人群的采访活动，我们又有了许多新的发现，老师又帮助我们针对 6 个采访问题，把采访中的发现先进行了信息归类，从不同年龄层次的人对过度包装的关注度、不同年龄层次的人对包装的选择和这么选择的原因，以及大家普遍采用的废弃包装处理方法三个方面总结采访发现。

(附：顾客对外包装的选择采访报告)

采访时间	3月10日	采访对象	周边居民
采访地点	水果店、奶茶店、手机店、金店、超市		
采访目的	通过对周边人的采访，了解人们在选购商品是对外包装的选择及对包装处理的一些看法。		
采访发现	<p>1、年轻人非常关注外包装，他们更喜欢那种包装精美，个性化十足的商品，而不太会考虑包装的价格。中年以上的人相对来说比较理性，平时更注重产品的质量，但逢年过节时因为老观念仍然会购买包装精美的商品来送人。</p> <p>2、通过对几个店的随机采访，百分之百的人都认为存在过度包装的现象，特别是礼品、零食的过度包装现象尤其严重。</p> <p>3、人们在采访中也表示很多豪华包装并不实用，只是为了好看。有的包装甚至已经让人看不到里面的商品了。</p> <p>4、人们表示高价买来的外包装要么直接丢弃，要么低价卖给收垃圾的人。大家都知道这是浪费行为，却没考虑怎么减少这种浪费。</p>		

采访体会	<p>1、人们在选购商品时对外包装的选择受到年龄、特殊日子的影响。年轻人选购商品时注重包装，而中老年人则更加理智。</p> <p>2、因为受中国礼尚往来思想的影响，礼品类、零食类的包装更加精美，而且购买的人不在少数。</p> <p>3、包装商品本意是为了卫生，便于携带，但现在很多商品的包装已经违背了这个目的，更多的是为了吸引顾客的目光。</p> <p>4、人们对废弃外包装的处理方法也大多比较简单，既浪费，又不环保。</p>
------	---

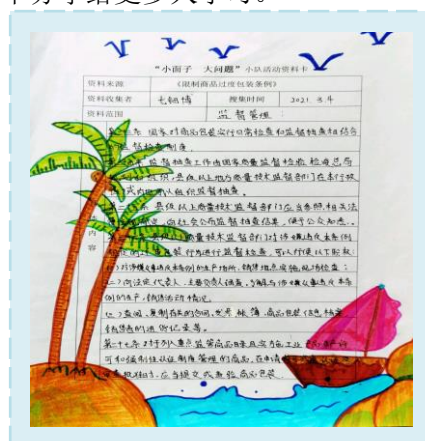
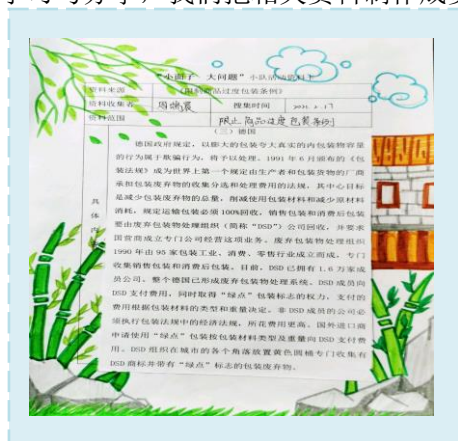
活动四：市场监督管理局采访 → 文献查找 → 采访思考

随着对身边人群采访活动的结束，我们了解到了人们对于商品存在过度包装的具体想法及不同选择原因，但在采访中我们也听到了人们对于过度包装的许多困惑，比如对过度包装的一些规定认识不科学，对怎么处理抱着无所谓的态度，我们对此也一时没有了方向。钱老师及时帮我们联系了前黄市场管理监督局的龚晏平叔叔，进行了一场专业知识采访。

“商品的外包装规定”采访计划表	
研究主题	了解商品的外包装相关政策规定
采访目的	通过对市场监督管理局专业人员的采访，了解国家对于商品在外包装的使用上的现行规定及过度包装带来的弊端。
采访对象	市场监督管理局的专业人员
开场白	XX 您好，我们正在开展“小面子 大问题”的综合实践活动，想采访您一下，从而了解商品外包装的相关认识，感谢您的配合！
我们设计的采访问题	<p>1. 关于市场上商品的外包装，国家有明确的法律法规吗？分别有哪些呢？</p> <p>2. 这些法规中对商品外包装的使用具体提出了哪些要求呢？</p> <p>3. 这些法规是什么时候起制定的？国家部门对于制定的法规每年有什么具体的检查措施吗？</p> <p>4. 据你们了解，商品的过度包装会存在哪些弊端呢？</p>
采访工具	笔记本、相机、录音笔等
注意事项	认真倾听、及时记录，遇到不明白之处及时追问



龚叔叔又建议我们可以去上网查找国家出台的《限制商品过度包装条例》，进行相关知识的学习与分享，我们把相关资料制作成资料卡分享给更多人学习。



通过龚叔叔通俗简易地为我们介绍国家层面出台的关于商品包装的有关法律法规及督查措施，尤其是他把《产品质量法》《消费者权益保护法》《反不正当竞争法》等法规中与商品包装有关的内容细致地分析给我们听后，让我们也有了初步的法规意识。我们又查阅了相关文献，发现《限制商品过度包装条例》中规定十分明确，而且中外国家都对商品的过度包装现象十分重视，也都提出了相应的督查措施。

（附：商品外包装规定采访报告）

采访时间	3月11日	采访对象	市场管理监督局龚晏平叔叔
研究主题	了解商品的外包装相关政策规定		
采访目的	通过对龚叔叔的采访，了解国家对于商品在外包装的使用上的现行规定及过度包装带来的弊端。		
采访发现	<p>1、通过龚叔叔的讲解，我们对商品外包装的法律、法规有了简单的认识，《产品质量法》要求包装上的标识必须真实并提出了五点要求。</p> <p>2、龚叔叔还特意向我们介绍了《限制产品过度包装条例》，里面对包装的判定、监督、应负的法律責任等则做出了更加细致的要求。</p> <p>3、通过采访，我们了解到这些法律法规、条例都有具体可行的措施，《质量法》规定通过国家、省级、市级、县区级来抽样、检验；《限制产品过度包装条例》则明确指出违反规定将面临罚款。</p> <p>4、根据龚叔叔的建议，我们上网搜查发现其他国家对包装同样重视，美国、日本、德国、巴西等国对过度包装的处罚非常严厉。</p> <p>5、市场管理监督局的叔叔们在监督管理中了解到过度包装有很多弊端，比如浪费资源、加重污染、损害消费者利益等。他们呼吁大家要理性消费，坚决抵制过度包装商品。</p>		
采访体会	<p>1、在前期的采访调查中，我们发现过度包装已经成为一种社会普遍现象，随之我们也产生了一种疑问，这种现象是否仅仅是一种浪费现象？是否合理？国家有关部门又有哪些相应的规定呢？</p> <p>2、龚叔叔的专业讲解让我们明白了针对这种普遍现象，国内外市场管理监督局行政部门早就出台了一系列政策来遏制它的蔓延，甚至对产品过度包装标准提出了非常明确的规定，让商家在销售商品时不会过于追求外包装的华而不实，更加注重商品的质量，也让老百姓选购商品时不会太过盲目，从而形成一种理性的消费观。</p> <p>3、商品的过度包装显而易见，应该引起商家和顾客的高度重视，对废弃外包装要进行合理利用，减少不必要的浪费。</p>		

活动五：实地考察 → 随机采访 → 考察分析

随着研究活动的深入，我们越来越清晰地感受到过度包装给商品销售带来的显著变化，给人们的消费带来的不理智行为。钱老师告诉我们，还可以去废品收购站开展一次实地考察活动，钱老师说这些信息一定会给我们更多新的发现。我们先制定了具体的实地考察计划表，同学们来到老师帮我们联系的三家废品收购站开展实地考察活动。

“商品外包装的回收和处置”小组实地考察计划	
考察时间：	2021.03.15。
考察地点：	三家废品收购站。
考察人：	。
考察目标： (主要考察什么问题)：	了解废弃外包装的回收及回收情况，对外包装回收时的投入和回收时的成本进行分析。
考察的过程：	1、看一看：(1) 各家废品收购站回收情况如何？ (2) 所收购废品大概都有哪些种类？ 2、问一问：(1) 你这个废品收购站平均每月收购的废品量是多少？ (2) 废弃的外包装都由谁回收？谁回收不回收的？ 3、记一记：(1) 其中你回收的包装废品平均每月大概有多少数量？ (2) 你们的收购价平均是多少？ 3、想一想：(1) 你们觉得废品回收是？ (1) 你们平时家中最多的废品是哪一类？ (2) 你们家中废弃的包装废品一般是怎么处理的？ (3) 你觉得这样的处理有什么弊端？
考察中的发现：	。
考察材料清单：	照片____张；视频____段(____分钟)； 笔____支；其它资料____件。(请随时记录)



我们通过看一看三家规模大小不一的废品收购站中废旧包装的堆积情况，又现场询问了负责人废旧包装的收购情况及收购价，还和周边居民聊了聊各自家中废弃包装的来源和处理方式，从中获取了许多有用信息。

我们了解到近年来各家收购站中废弃包装的收购量正逐年增加，且废弃包装越来越趋向高档化，但没想到成本很高的外包装作为废品卖时价格却十分之低，其中越精美的外包装收购价低到只有 5 角左右，因为再次使用的范围很狭窄。

随后又对几位居民进行了随机采访，从大家的回答中，我们发现近年来各家各户家中的废弃包装数量也在增多，大家也觉得扔了很可惜，但卖掉也不值什么钱。



这些信息的获得让我们对过度包装带来的弊端更加清晰，向人们发出呼吁的想法也更强烈了。（附：实地考察报告）

考察时间	2021.03.16	考察地点	废品收购站
考察目的	了解废弃外包装的回收和处理情况，对外包装销售时的高投入和回收时的低产出进行价格和原因方面的分析。		
考察总结	<p>1、通过看一看，我们知道了各家收购站所收废品中，各种商品外包装占据数量最多，且种类繁多。</p> <p>2、通过问一问，我们了解到各家收购站废弃外包装的收购量逐年增加，大型收购厂每月回收量可达上百吨，小型的个人收购站也有十几吨。看来，由废弃包装产生的垃圾这种现象已经很严重，而且逢年过节期间，还会掀起收购高潮，数量还会增加。</p> <p>3、我们还从老板那了解到，这些外包装的收购价一般在 9 角—1 元左右，简易的普通黄色包装纸板是他们收购是最需要的，而那种精美的彩色的外包装盒收购价却低的多，只能 5 角左右，因为这类包装再利用的价值远远比普通包装盒小的多。</p> <p>4、经过与居民聊一聊，我们了解到一般家中最多的废弃包装盒就是礼盒与快递盒，一般卖掉或扔掉了，大家虽然也觉得有点可惜，但并没有那种造成很大浪费的感觉。</p>		
考察体会	<p>1、从废弃外包装的增加我们能感受到商品过度包装的现象已经十分严重，这也是人们错误的购物选择带来的。</p> <p>2、这些精美的包装盒成本如此之高，搭配商品销售时价格也在飞速增长，而这些都是顾客在买单，顾客在为商品的面子买单，却已经忽略了包装的真正用途。</p> <p>3、这些废弃包装盒的处理也反映出人们的一种无所谓的态度，这其实不仅是一种浪费行为，也在无形中养成了不理智消费的观念。</p>		

活动六：金点子征集 → 创意物化→成果展示

实地考察结束后，我们都在思考：针对这样的现状，怎样才能减少这种浪费呢？是否还可以有多种再利用的办法呢？我们决定在五、六年级同学、学校老师和一部分家长中开展一次“废弃包装盒处理方式”金点子征集活动，集合大家的生活智慧。从征集的金点子来看，

我们还在学校举行了创意物化作品现场展示活动，把我们的一部分作品利用展板展出，还有一部分作品现场由小讲解员进行介绍，并让同学们当场体验了创意作品的使用感受。

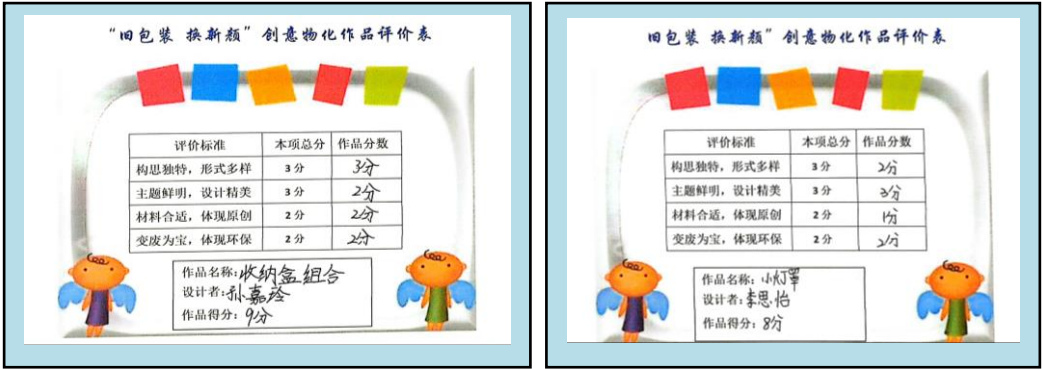


我们还为每个作品制作了解说视频，让更多的同学了解我们创意物化活动的由来，从而让更多同学也加入让“旧物换新颜”的实践中来！点击下面的二维码就能听到我们的介绍呢！



我们又利用这次作品展示活动，把我们对“商品过度包装”的研究发现分享给大家，让更多人关注商品存在的过度包装现象，并能在日常购物中理性消费，我们还组织在场的同学

们对所有作品进行了投票，评选出了优胜作品，培养了大家的审美能力呢！



这一次创意物化作品展示活动，我们用自己的行动影响了一大批同学们，大家的认可也让我们感到我们这次的活动开展十分有意义呢！

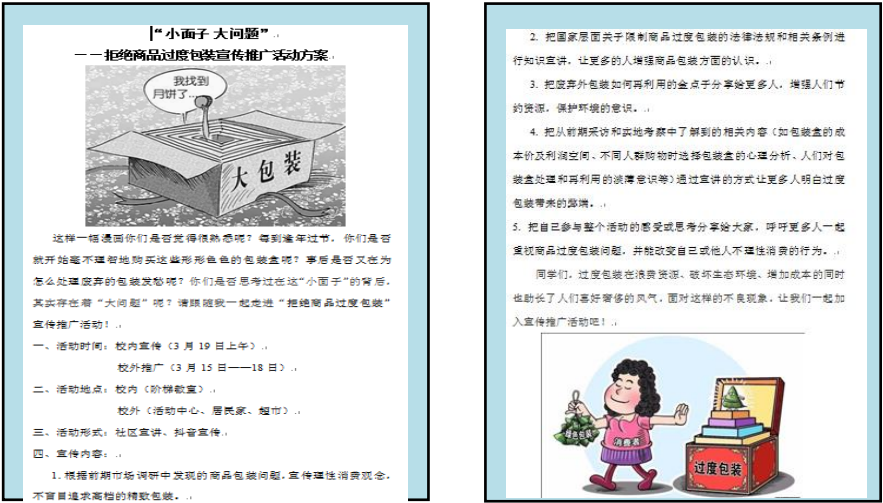
一（3）班李淼同学：今天现场听了大姐姐们用废纸板制作的玩具介绍，我可惊讶了！她们还教我怎么玩了呢！我以前以为这些东西没用了就扔了，原来还能派用场呢！

三（1）班唐雨辰同学：今天的活动我可喜欢了，好多手工作品让我大开眼界呢！听了大姐姐们的介绍，我才知道原来自己以前买东西就只看漂亮的盒子这是错误的，以后这些包装盒我也要想办法利用起来，这样就少一些浪费了。

六（3）班庄原同学：看到我们班同学精心制作的这些作品，我还真有点羡慕呢！前期我也去参与了一次市场调查，也发现商品存在过度包装的现象，但我以前觉得这是很普遍的现象，没有觉得不合理，所以我没有再往下研究。今天听了同学们的介绍，才知道这现象背后折射出人们的不良消费心理，还真得需要引起我们的重视呢！

3. 宣传推广及活动体验

为了把我们在前面的实践活动中了解到的过度包装的相关知识分享给身边更多的人，也让我们的研究性学习成果推广到更多人群中，我们制定了为期一周的宣传推广活动方案。



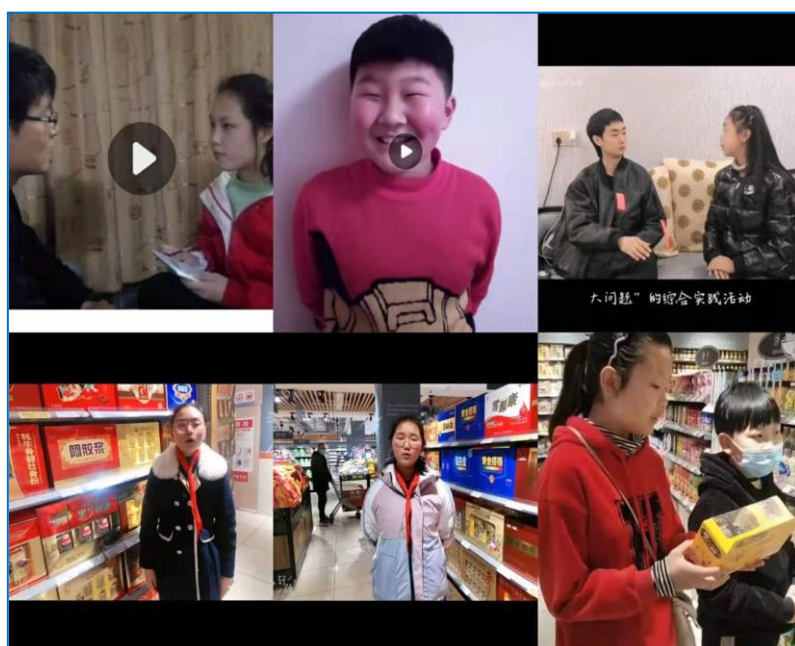
活动一：以班级会为形式，开展校内宣传活动

我们首先在校内以班级会为形式开展了宣传推广活动，向身边的同学发出了“拒绝过度包装”的倡议，呼吁大家理性消费，节约资源，不要忽略了商品包装中“小面子 大问题”的弊端。同时希望大家也能向身边的家长、亲戚发出宣传，让更多人行动起来。



活动二：组建街头宣传小分队，开展校外宣传活动

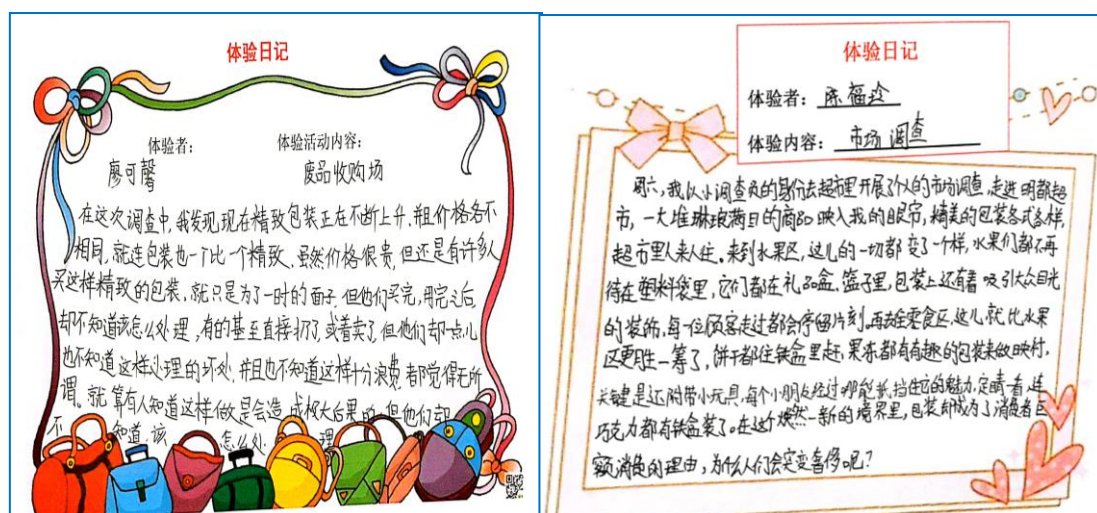
仅在学校老师、同学群中宣传，我们都感觉到人群太单一，结合之前我们的研究，我们觉得到超市、校区，走到人们身边去宣传效果会更好。于是，我们又在钱老师的指导下，组建了街头宣传小分队，向更多人发出呼吁，扩大活动的影响力。



同学们有的来到超市，有的来到邻居家，有的赶到了家长工作的店里，点击下面的二维码，你就能聆听这群小志愿者的呼声哦！



回顾整个活动，从一开始的好奇到随着研究深入的各种收获，我们对“过度包装”的认识也在逐步提升，同学们还组织了一次交流会，分享了自己所参与的实践活动带给自己的收获。钱老师肯定了我们沿着一个主题进行多角度研究的想法，更肯定了我们能用各种方法展开研究，相互配合，学习反思，这样的经历是十分难得的。



五、我们的研究结论

当和我们的生活息息相关的“商品包装”第一次走进我们的视野，作为一种研究性学习活动，它伴随着我们的将不再是单纯的好奇与疑惑，而是要有科学的认识，伴随着我们的将是一个个的研究方法和相应的方法指导，怎样进行市场调查？怎样有效采访？怎样实地考察？怎样观察记录？怎样整理信息？怎样开展创意物化？怎样进行宣传推广？我们在老师系统的规划安排下，参与了一系列的活动，活动不再是少数同学的专利，它让我们每个人都参与其中，我们真切感受到“团结就是力量”的道理。大家在合作中各司其职，有的擅长交际沟通，以小记者身份外出采访；有的思维严谨，负责各个计划的制定；有的细心踏实，就主动承担了三次的市场调查；有的心灵手巧，为创意物化提供了很多金点子……通过对商品过

度包装现象的调查研究，我们得出了以下结论：

1. 大部分商品包装类型及材质多样，且趋向于精美高档化，直观地显示出商品过度包装已经是普遍存在的现象，需要引起人们的重视。
2. 同类商品在等质等量情况下因不同包装产生的价格差距极大，清晰地体现出过度包装带来的巨大利润空间，损害了消费者的利益。
3. 人们购物时对商品包装的选择受多重因素影响，集中地反映在人们的年龄差异、中国礼尚往来传统礼仪及越高档越有面子的错误思想这几方面。
4. 人们对商品过度包装带来的弊端在意识上有所关注但需要进一步提升，具体表现在实际生活中人们的做法与思想意识不完全一致，存在不理智消费行为。
5. 废弃包装的回收价格低廉，人们处理方式单一，不仅体现了过度包装带来的资源浪费问题，也造成了一定程度的生活环境污染。
6. 我们的创意物化，在获得知识的同时，也让我们增强了动手能力，学会了共享成果。
7. 各种体验活动的参与，让我们开始关注生活，打开学习视野，并把绿色生活的理念传递给了更多的人。

这次活动，我们的发现来自于日常生活中最普遍的一种现象，老师带领我们开展这样一次又意义的研究活动还是很有价值得，我们的研究从最初的零散到逐步的系列化，从最初的好奇到后来的积极参与，在我们的宣传和带动下，一定会有越来越多的人拒绝过度包装，倡导绿色生活，小面子下的大问题也一定会得到改变的。

六、研究的反思

研究的意义是什么？我想从生活中发现问题再服务于生活，让我们真心投入积极参与这才是我们研究的价值。我们学生平时的视野更多地停留在自己感兴趣地游戏、明星身上，而对于社会现象却往往选择性忽略，“两耳不闻窗外事，一心只读圣贤书。”再也不是学校对学生地培养目标。这一次我们对于生活中普遍存在地一种现象的研究，给了我们打开视野、关注生活、关注社会的机会，这才是研究真正的出发点。

1、经历了1个月时间的“商品过度包装”研究，每个成员都能积极参与活动，并且能进行合理地分工，在不同的活动中更加提升了我们市场调查、不同人员的参访、实地考察、数据统计分析、信息整理、创意物化等能力。

2、特别是在三次市场调查中，我们学会了制定阶段性调查计划，每一次调查都能做到有针对性，也提升了我们对调查数据进行整理分析的能力。

3、几次不同对象的采访活动，我们也学会了根据对象不同来制定不同的采访计划，撰

写有针对性的采访报告，也锻炼了与人交往沟通的能力。

4、在整个活动中，我们也得到了老师、家长和很多热心人的帮助，他们不仅配合我们开展了实践体验，更是帮助我们拍照、拍视频，为我们提供许多真实可信的数据及商品信息，家长们帮助我们搜集相关资料，还为我们的创意物化出谋划策，甘当小助手。

5、这次研究性学习活动，我们还学会了用丰富多彩的方式来呈现我们的研究成果，有静态的展板展示、资料卡分享、创意作品展示等，还有动态的作品解说、街头宣传等，让我们的整个活动材料更为吸引人。

6、我们虽然掌握了一些研究方法，老师也在活动中及时给予我们指导，但是我们在真正实践活动时还是有许多问题。比如，市场调查时面对海量的商品我们还没有学会根据商品不同分类来进行有效地抽样调查。再如我们采访的时候，还不会根据采访者临时的回答及时追问，调整采访问题。在海量信息处理上还很依赖父母和老师，还不怎么会把信息有效归纳。我们也发现有的同学再研究过程中就打退堂鼓了，尤其是再研究遇到困难时特别容易退缩，还不能做到坚持不懈。

这样一次不同于以往的研究性学习活动，我们感觉还是很充实的，研究有苦有乐，有成功有失败，找准兴趣点，认准研究方向，坚持做下去，我们相信总有惊喜等待我们。