

DB4301

长 沙 市 地 方 标 准

DB4301/T001—2022

质量诊断准则

Quality diagnostic criteria

2022-03-27 发布

2022-04-08 实施

长沙市市场监督管理局 发 布

目 次

前言..... II

1 范围..... 1

2 规范性引用文件..... 1

3 术语和定义..... 1

4 总体要求..... 2

5 诊断流程..... 2

6 诊断内容..... 2

7 诊断实施..... 5

8 诊断结果..... 5

附录 A（资料性）质量诊断流程图..... 7

附录 B（资料性）质量诊断评分权重分配表..... 8

前 言

本文件按照GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由长沙市市场监督管理局提出并归口。

本文件起草单位：湖南卓越国际质量科学研究院、长沙市市场监督管理局、湖南省质量和标准化研究院、湖南省计量检测研究院、湖南省产商品质量监督检验研究院、德世爱普认证（上海）有限公司、北京世标认证中心有限公司。

本文件主要起草人：张庆和、周志辉、张炼、龚军、肖磊、孙华、苏光荣、张遥奇、郑长征、张伟、李永波、段佑长、白亮。

质量诊断准则

1 范围

本文件规定了质量诊断的总体要求、诊断内容、诊断实施、诊断结果等内容。
本文件适用于制造业企业质量基础成熟度诊断，其他行业可参照使用。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

- GB/T 19000 质量管理体系基础和术语
- GB/T 19001 质量管理体系要求
- GB/T 19579 卓越绩效评价准则实施指南
- GB/T 19580 卓越绩效评价准则

3 术语和定义

GB/T 19000、GB/T 19001、GB/T 19579、GB/T 19580界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

质量诊断 quality diagnostics

从质量管理、质量安全、标准化、计量、认可与检验检测、认证、质量创新、知识产权、品牌建设等方面对企业质量基础成熟度进行诊断的活动。

3.2

质量战略 quality strategy

企业为了设计和生产出顾客所需要的质量特性、达到顾客所要求的质量水平，所作出的长远性谋划和方略。

3.3

质量文化 quality culture

企业和全体成员所认同的关于质量的理念与价值观、习惯与行为模式、基本原则与制度以及其物质表现的总和。

[来源：GB/T 32230-2015，3.1]

3.4

质量成本 quality related costs

将产品质量保持在规定的水平上所需的费用，包括预防成本、鉴定成本、内部损失成本和外部成本，特殊情况下，还需要增加外部质量保证成本。

[来源：GB/T 13339-2009，3.2]

3.5

质量安全 quality safety

对产品在使用和可合理预见的误用情况下，因产品使用者和使用环境的相互作用，对可能引发人身伤害的各类危害(源)以及产品质量安全风险可能导致人身伤害后果的描述。

[来源：GB/T 35247-2017, 3.2]

3.6

顾客满意度 customer satisfaction

顾客在消费品或接受服务的过程中（以及之后的一段时间内）所形成愉悦或失望的感觉状态。顾客满意水平的量化就是顾客满意度。

[来源：SB/T 10409-2007, 3.2]

3.7

质量基础成熟度 quality foundation maturity

组织在质量管理、标准、计量、认可与检验检测、认证、知识产权和品牌建设等方面能力达到规定要求的状态。

4 总体要求

4.1 质量诊断活动的组织方应具备工作开展的相关条件和能力，且定期开展诊断工作。

4.2 诊断工作应遵循科学性、自愿性、公益性原则。

4.3 诊断工作应客观、公平、公正。

5 诊断流程

质量诊断流程包括企业申请、准备阶段、实施阶段、分析报告阶段和改进提升阶段，具体见附录A。

6 诊断内容

6.1 质量管理

6.1.1 质量战略

6.1.1.1 企业最高管理者应长期重视、关注并制定以质量为基础的总战略，明确质量发展目标。

6.1.1.2 企业各部门应根据质量总战略，制定工作计划并组织实施。

6.1.1.3 企业应制定计划定期开展质量目标考核评估，并根据评估结果进行改进。

6.1.2 质量文化

6.1.2.1 企业应建立质量文化建设的相关机制，营造有利于质量文化建设的环境。

6.1.2.2 企业应建立或形成具有特色的质量文化，并与企业文化互相结合。

6.1.3 质量培训

6.1.3.1 企业应识别质量教育与培训需求，建立分层级的培训体系。

6.1.3.2 企业应制定实施教育培训计划，形成培训记录，并开展培训效果评估。

6.1.4 现场管理

企业应建立现场管理制度，对人员、机器、材料、方法、环境、测量等环节进行有效管理。

6.1.5 供应商管理

6.1.5.1 企业应按照供应商准入、选择、评价、退出等规范化的流程开展相关业务活动。

6.1.5.2 企业应建立供应商质量档案，开展供应商质量问题改进跟踪和质量绩效评价。

6.1.6 质量成本

企业应实施质量成本管理，定期形成质量成本分析报告。

6.1.7 质量信息

企业应建立质量信息管理系统对产品形成过程质量信息、产品质量数据等内容进行收集、监控，并进行统计分析。

6.1.8 质量水平

6.1.8.1 企业应统计分析产品主要质量指标，包括：

- a) 产品内在质量的指标，如产品平均技术性能、产品可靠性、产品维修性、产品安全性、产品保障性等；
- b) 产品生产过程中工作的指标，如质量损失率、废品率、成品返修率等；
- c) 提供服务过程中的指标，如可靠性、保证性、满意度、有形性、响应性等。

6.1.8.2 企业应针对生产的产品或提供的服务的主要质量指标与行业标杆或竞争对手开展质量比对活动。

6.1.9 质量改进

6.1.9.1 企业应设定质量改进目标，定期进行汇总分析，并运用质量改进工具，有效解决问题。

6.1.9.2 企业应组织开展群众性质量改进活动，包括但不限于：

- a) QC 小组；
- b) 合理化建议；
- c) 质量信得过班组。

6.2 质量安全

6.2.1 质量主体责任

6.2.1.1 企业应落实产品质量安全主体责任制度。

6.2.1.2 企业应明确产品质量管理人员安全责任和考核办法。

6.2.1.3 企业应履行产品质量担保责任、缺陷产品召回等义务。

6.2.2 质量风险与安全

6.2.2.1 企业应明确产品质量风险管理的组织职能和相关岗位责任，建立质量风险管理相关制度和要求。

6.2.2.2 企业应开展质量风险识别、风险分析、风险评估和风险应对等活动。

6.3 标准

- 6.3.1 企业应构建标准体系，设立标准化管理机构或配备专（兼）职的标准化管理人员
- 6.3.2 企业产品（服务）执行标准应按相关要求进行自我声明公开或备案。
- 6.3.3 企业应积极参与国际、国家、行业、地方、团体标准的制修订和标准化试点、示范等创建活动。
- 6.3.4 企业应对执行标准开展有效性和先进性评价活动。

6.4 计量

- 6.4.1 企业应设立计量管理部门或配备专（兼）职的计量管理人员。
- 6.4.2 企业应开展计量器具量值溯源，配置满足需求。
- 6.4.3 企业应组织实施 C 标志自我声明制度，完善测量管理体系，提升计量测试能力。

6.5 认可与检验检测

- 6.5.1 企业应明确从事检验检测人员、管理人员的岗位职责和任职要求。
- 6.5.2 企业应配备满足生产需求的检验检测设备。
- 6.5.3 检验检测工作环境应符合相关标准和技术规范要求。
- 6.5.4 企业应规范开展检验检测工作。

6.6 认证

- 6.6.1 企业应通过相关管理体系、服务、产品等认证。
- 6.6.2 企业应按照相关管理体系的要求有效运行。

6.7 质量创新

6.7.1 技术创新

- 6.7.1.1 企业宜搭建产学研创新平台，开展重大质量改进和技术改造项目攻关，解决行业共性质量难题。
- 6.7.1.2 企业专利数量和水平应满足生产发展需求。
- 6.7.1.3 企业有获得科技部门或权威机构认定的科技创新成果和核心技术。
- 6.7.1.4 企业应为技术研发提供资源保障。

6.7.2 管理创新

企业应把新的管理要素（如新的管理方法、新的管理手段、新的管理模式等）或要素组合引入企业管理系统，建立管理创新机制，不断改进质量管理方法，实现模式创新、方法创新、机制创新。

6.8 知识产权

- 6.8.1 企业应设立独立从事知识产权管理的部门或专（兼）职人员。
- 6.8.2 企业应按要求加强知识产权的基础管理，定期开展知识产权维护、运用和风险评测工作。
- 6.8.3 企业应建立处理知识产权纠纷的应急机制，制定预案并通过有效途径及方法降低或避免公司因知识产权问题造成的损失。
- 6.8.4 企业应获得知识产权管理体系认证。

6.9 品牌建设

6.9.1 品牌规划与推广

6.9.1.1 企业应建立品牌管理组织体系，制定短中长期品牌发展战略规划，形成以质量为核心要素的品牌文化。

6.9.1.2 企业应开展多种形式的品牌设计、营销与推广，提升品牌知名度和品牌影响力。

6.9.2 品牌维护及成果

6.9.2.1 企业应配备持续保持品牌管理体系运行的人力资源、基础设施、自然资源、财务资源、知识、信息与技术资源。

6.9.2.2 企业应建立顾客投诉处理机制和品牌危机处理机制，妥善处置投诉及突发事件。

6.9.2.3 企业应进行品牌价值评价，评价结果运用于品牌管理体系的改进和提升。

6.9.3 顾客满意度

企业应开展顾客满意度测评，测评结果在年度目标和质量战略制定中得到运用。

7 诊断实施

7.1 技术服务机构根据组织方的要求对符合条件的申请企业开展现场诊断服务，具体工作如下：

- a) 组织和培训相关专家；
- b) 组织开展企业问卷调查；
- c) 建立质量诊断企业档案；
- d) 编制诊断计划；
- e) 编制质量诊断技术方案并组织实施；
- f) 编制企业质量诊断报告（一企一策）；
- g) 编制企业质量诊断总报告；
- h) 编制区域或行业质量状况分析报告；
- i) 跟踪回访诊断服务企业，进行帮扶指导。

7.2 组织方应在诊断实施过程中或完成后对技术服务机构工作进行监督、评价。

8 诊断结果

8.1 质量诊断结果按评分（见附录 B）分为以下 4 个等级：

- a) 综合得分 80 分以上，质量基础好；
- b) 综合得分 70-80 分之间，质量基础较好；
- c) 综合得分 60-70 分之间，质量基础一般；
- d) 综合得分 60 分以下，质量基础差。

8.2 技术机构应根据质量诊断结果，形成诊断报告，包括以下内容：

- a) 诊断目的；
- b) 诊断依据；
- c) 企业概况；

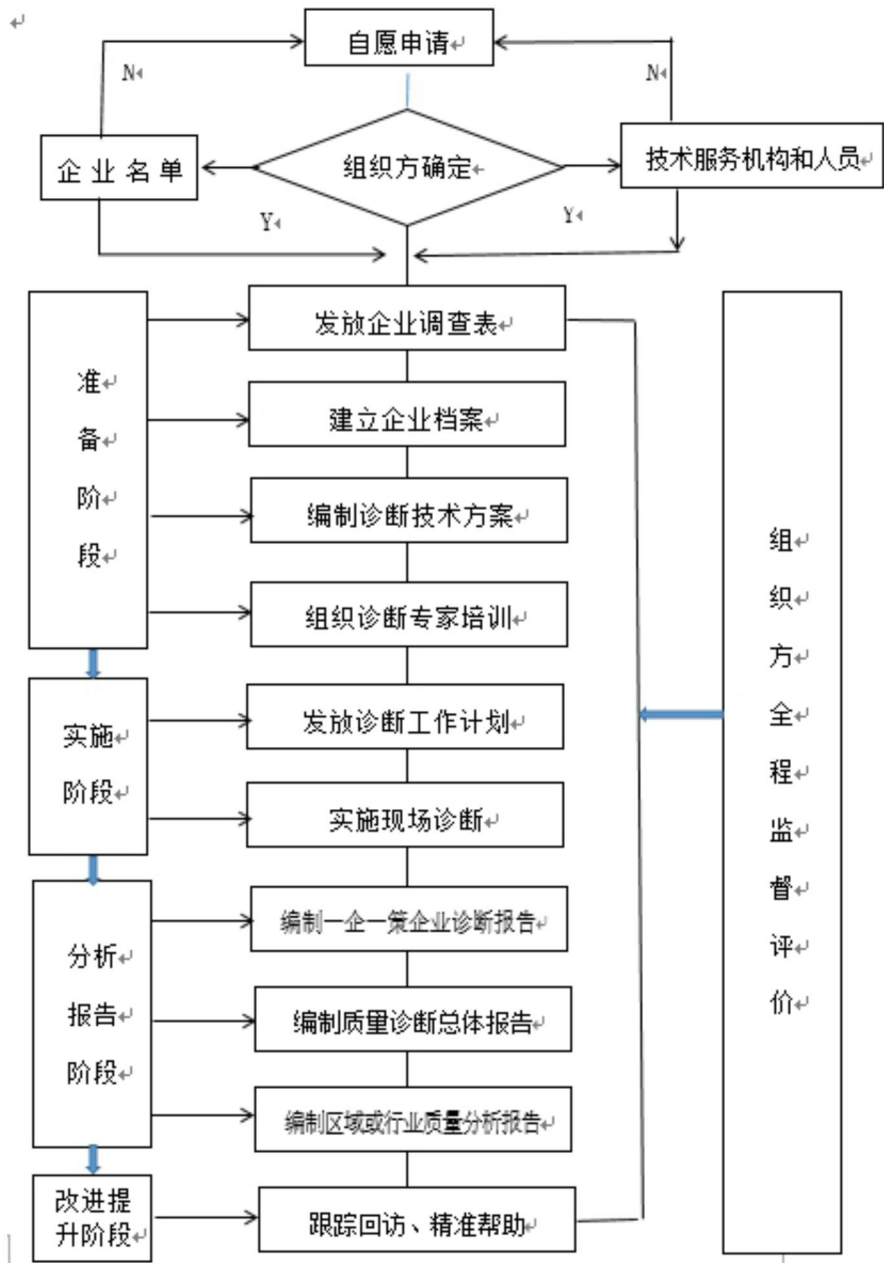
- d) 企业质量现状分析；
- e) 现场质量诊断量化评价；
- f) 质量诊断评价评分说明；
- g) 质量诊断评价方法描述；
- h) 改进建议；
- i) 创新成果推荐。

8.3 持续改进

企业可依据质量诊断结果和改进建议，制定和实施改进措施，不断提高企业质量管理水平。

附录 A
(资料性)
质量诊断流程图

A.1 质量诊断流程见图 A.1。



附 录 B
(资料性)
质量诊断评分权重分配表

B.1 质量诊断评分权重分配表见表 A.1，详细指标以年度工作方案为准。

表 B.1 质量诊断评分权重分配表

一级指标	二级指标	权重
一、质量管理（33 分）	1. 质量战略	4 分
	2. 质量文化	4 分
	3. 质量培训	4 分
	4. 现场管理	2 分
	5. 供应商管理	4 分
	6. 质量成本	3 分
	7. 质量信息	3 分
	8. 质量水平	3 分
	9. 质量改进	6 分
二、质量安全（12 分）	10. 质量主体责任	6 分
	11. 质量风险与安全	6 分
三、标准（6 分）	12. 标准	6 分
四、计量（5 分）	13. 计量	5 分
五、检验检测（6 分）	14. 检验检测	6 分
六、认证认可（6 分）	15. 认证认可	6 分
七、质量创新（15 分）	16. 技术创新	11 分
	17. 管理创新	4 分
八、知识产权（6 分）	18. 知识产权	6 分
九、品牌建设（11 分）	19. 品牌规划与推广	4 分
	20. 品牌维护及成果	4 分
	21. 顾客满意度	3 分