

ICS 03.120.10

CCS A 00

DB 65

新疆维吾尔自治区地方标准

DB 65/T 4652—2023

质量管理水平评价规范

Evaluation specification for quality management level

2023 - 07 - 20 发布

2023 - 09 - 20 实施

新疆维吾尔自治区市场监督管理局 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 评价原则..... 1

5 评价指标构成及分值设定..... 1

6 评价要求..... 2

7 评分方法.....11

8 评价结果.....11

9 评价实施..... 12

10 持续改进..... 13

附录 A（规范性） 质量管理水平评价评分表..... 14

前 言

本文件按照GB/T1.1—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。

本文件由新疆维吾尔自治区标准化研究院提出。

本文件由新疆维吾尔自治区市场监督管理局归口。

本文件起草单位：新疆维吾尔自治区标准化研究院、新疆维吾尔自治区市场监督管理局、新疆维吾尔自治区工业和信息化厅、新疆维吾尔自治区交通运输厅、新疆维吾尔自治区住房和城乡建设厅、新疆维吾尔自治区水利厅、新疆维吾尔自治区文化和旅游厅、新疆维吾尔自治区农业农村厅、中国航天标准化与产品保证研究院。

本文件主要起草人：李瑜、黄湘来、孙煜喆、胡晓愨、傅炜、李光磊、高玮苓、陈维博、克热木·依明、陈捷、张建军、谢元堂、曾冬梅、李小虎、张雪婷、鲍智文、赖睿、霍川、黄龙新、郭彦克、王萍、孟蕊梅、任慧宁、帕力扎、赵敏、阿米娜·吐尔逊。

本文件实施应用中的疑问，请咨询新疆维吾尔自治区标准化研究院（乌鲁木齐市河北东路188号）。

本文件的修改意见建议，请反馈至新疆维吾尔自治区标准化研究院（乌鲁木齐市河北东路188号）、新疆维吾尔自治区市场监督管理局（乌鲁木齐市新华南路167号）。

新疆维吾尔自治区标准化研究院 联系电话：0991-2818960；传真：0991-2818960；邮编：830013

新疆维吾尔自治区市场监督管理局 联系电话：0991-2818750；传真：0991-2311250；邮编：830004

质量管理水平评价规范

1 范围

本文件规定了组织的质量管理水平的评价原则、评价指标构成及分值设定、评价内容、评分方法、评价结果、评价实施和持续改进的要求。

本文件适用于组织开展质量管理水平评价和质量技术帮扶、质量管理成熟度等级的培育工作。

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 19001 质量管理体系 要求（ISO 9001：2015，IDT）

GB/T 19004 质量管理 组织的质量 实现持续成功指南（ISO 9004：2018，IDT）

GB/T 19580 卓越绩效评价准则

GB/T 24001 环境管理体系 要求及使用指南（ISO 14001：2015，IDT）

GB/T 45001 职业健康安全管理体系 要求及使用指南（ISO 45001：2018，IDT）

3 术语和定义

GB/T 19580界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

质量管理水平 quality management level

针对质量管理活动，表明其过程和结果在组织所在行业的内部或外部的经营实践和绩效达到的程度。

4 评价原则

质量管理水平评价工作应遵循以下原则：

- 规范性：严格按照标准化要求；
- 先进性：吸收借鉴国内外先进经验；
- 科学性：遵循 PDCA 循环持续改进；
- 协调性：与相关法律法规、标准配套；
- 适用性：与组织实际运行状况相结合。

5 评价指标构成及分值设定

质量管理水平评价指标由领导、战略、顾客与市场、资源、过程管理、测量、分析与评价改进、结果（见附录 A），满分为 1000 分。其分值设定为：

- 领导，满分为 120 分；

- 战略，满分为 100 分；
- 顾客与市场，满分为 140 分；
- 资源，满分为 100 分；
- 过程管理，满分为 140 分；
- 测量、分析与评价改进，满分为 100 分；
- 结果，满分为 300 分。

6 评价要求

6.1 领导

说明组织特色文化建设及其成效，最高管理者如何确定组织的使命、愿景和价值观，并促进形成具有凝聚力的文化和表率作用。说明高层领导如何与员工沟通并鼓励高绩效。说明高层领导如何引领组织并实现组织持续成功，有效支撑质量强区建设，有效打造质量合力。

- a) 组织文化：高层领导如何建立和贯彻组织的使命、愿景和价值观，并与组织文化保持一致；
- b) 双向沟通：高层领导如何在整个组织内建立坦诚的、双向的沟通机制，如何就关键决策与全体员工及相关方进行沟通；
- c) 营造环境：高层领导如何识别并倡导组织的变革和创新，如何创建授权、学习及诚信、遵守法律法规和道德行为规范的组织环境；
- d) 聚焦行动：高层领导如何通过关注焦点确立行动计划、实现组织使命，并达成愿景。如何关注相关方需求和期望的预测并予以满足；
- e) 组织治理：组织如何完善治理体制所需要考虑的关键因素，如何对高层领导和治理机构成员的绩效进行评价；
- f) 社会责任：组织如何积极主动的履行社会责任，包括承担公共责任、倡导和确保法律行为和道德行为的做法，如何开展公益支持活动和起到模范作用。

6.2 战略

说明组织的战略和战略目标以及行动计划是如何制定和实施的，如何针对客观情况变化进行相应调整，如何监测进展情况。如何确保实现所预测的绩效。

- a) 战略策划：组织如何进行战略策划，战略制定，主要过程步骤有哪些，谁是关键参与者，如何划分组织长、短期计划的时间区间；
- b) 战略思考：在战略策划过程中，组织如何确保考虑战略相关的关键因素，如何就这些因素收集和科学分析有关的数据和信息，包括组织的优劣势、机会和威胁、顾客与市场的需求、期望以及机会、持续经营风险和机遇、执行战略的能力；
- c) 战略目标：组织的关键战略目标及完成时间表是什么。影响组织竞争格局的关键变化有哪些，这些关键变化如何影响到组织的产品、顾客、市场、供应商、合作伙伴和运营。如何均衡考虑长短期目标相关方的认可程度；
- d) 战略部署：组织如何根据战略目标制定长、短期实施计划，如何确保资源配置来支持实施计划的完成。组织用来追踪关键行动计划进展情况的关键绩效测量项目或指标有哪些，如何确保整体的行动计划监测系统能够强化组织的一致性；
- e) 战略评估：组织如何对实施计划执行情况进行评估，并根据客观环境要求进行绩效改进和战略调控。

6.3 顾客与市场

说明组织在识别、确定顾客的需求、期望和偏好基础上，如何建立顾客关系，增强顾客的满意和忠诚，推展新的市场，提高市场占有率。

- a) 顾客与市场细分：组织如何识别、确定当前及未来的产品和服务所针对的目标顾客群和细分市场，如何将竞争对手的顾客及其他潜在顾客和市场考虑在内；
- b) 顾客需求了解：组织如何了解关键顾客的需求、期望和偏好及其对于顾客的购买或建立长期关系的相对重要性，如何将了解的信息用于产品和服务的设计、生产、改进、创新以及市场开发和营销过程；
- c) 顾客关系建立：组织如何建立、维护和加强差异化的顾客关系以赢得顾客，如何建立与顾客接触的主要渠道，如何有效、快速地处理顾客投诉，如何定期评价和不断改进与顾客的关系；
- d) 顾客满意测量：组织如何测量顾客满意和忠诚，如何跟踪产品、服务和交易质量，如何与竞争对手和标杆对比，以推动改进；如何定期评价、不断改进测量方法。

6.4 资源

6.4.1 说明

说明组织如何确定、提供和管理为实现其目标所需的资源，如何保证这些资源与组织的战略一致，并被有效和高效利用。

6.4.2 人力资源

说明组织如何根据使命、愿景、价值观和战略，建立以人为本的人力资源管理体系，评估员工能力和数量需求以及营造一个有利于员工学习和发展的员工环境。说明组织如何聘用、管理并发展员工，以激发员工的全部潜能，使之与组织的整体使命、战略、行动计划相一致。

- a) 工作的组织和管理：组织如何制定人力资源战略规划，对工作和职位进行组织和管理，促进组织内部的合作。如何保证人力资源战略规划与组织战略及战略目标相适应。组织如何确定整个工作系统中员工能力和数量需求，如何招聘、任用和留住员工。如何听取和采纳各种意见和建议，如何实现有效的沟通和技能共享；
- b) 绩效管理：组织的员工绩效管理系统如何支持提高员工和组织的绩效工作。绩效管理系统如何考虑员工的薪酬、认可、奖赏和激励制度，如何促进以顾客和业务为中心以及实现组织的战略实施计划；
- c) 学习与发展：组织的学习和发展系统如何支持组织和员工的个人发展。组织如何对包括最高管理者在内的所有员工实施有效的职业发展管理，以提高组织的持续经营能力；
- d) 员工权益和满意程度：如何通过实施职业健康安全管理体系改善工作环境因素来确保并提高员工的健康、安全和工作效率，说明针对这些工作场所因素的绩效测量指标和改进目标是什么；如何通过广泛开展大规模群众性质量活动以提高员工的主动参与程度与效果并提供时间和资金方面的支持。如何确定影响员工满意程度和积极性的关键因素以及这些因素对不同员工群体的影响。组织采取哪些正式、非正式的方法和测量项目与指标来确定和提高员工满意度。

6.4.3 其他资源

说明组织如何运用相关方关系、财务资源、信息和知识资源、技术资源、基础设施和自然资源，对资源配置和利用进行策划以确保组织能够高效运作，如何设计、管理、改进和创新资源以达成组织的持续成功，如何确保资源的有效性和使用效率，使之与组织的整体使命、战略、行动计划相一致。

- a) 相关方关系：组织如何建立与其战略实施相适应的相关方关系，尤其是如何确保所选择的关键供方和合作伙伴不仅满足运营的需求，而且有助于提升组织绩效和顾客满意度。组织如何定期测量和评估供方和合作伙伴的绩效，并把评估结果向供方和合作伙伴反馈以帮助其改进；
- b) 财务资源：组织如何确定资金需求，并获得当前和未来运行必要的财务资源。组织如何推进全面预算管理。组织如何加强财务风险管理，提高资金安全。组织如何加快资金周转，以实现财务资源的最优配置，提高资金的使用效率；
- c) 信息和知识资源：组织如何选择、收集、校准和整合数据和信息以监测日常运营及组织的整体绩效，说明关键的组织绩效测量指标是什么。组织如何选择和确保有效地利用关键的对比数据和信息，将知识转化为效益，促进知识资产不断增值，以支持组织的运营和决策。组织如何让员工、供方、合作伙伴、协作者及顾客易于获得所需的数据和信息。如何确保硬件和软件的可靠、安全和用户友好。组织如何识别并有效管理知识资产。如何收集与传递来自员工、顾客、供方和合作伙伴的相关知识，如何在组织内部分享最佳实践；
- d) 技术资源：组织如何开展技术评估，实施技术创新，制定长、短期技术发展计划，形成在技术方面的核心竞争力；
- e) 基础设施：根据战略实施、日常运营的要求和相关方需求和期望，组织如何确定和提供所必需的基础设施，并协调这些资源的分配、提供、测量、监视、优化、保护和维护。如何开展定期评价管理基础设施的方式的适用性使其成为实现绩效和目标的关键因素。组织如何制定并实施基础设施的预防性和故障性维护保养制度，提升设备综合效率。组织如何建立和完善计量体系，不断提升计量检测能力和。组织如何建立和完善售后服务与技术支持体系；
- f) 自然资源：组织如何确定、获得、保持、保护和利用诸如水、土壤、能源和原材料等必要资源。如何考虑其过程所需的自然资源在当前和未来的使用问题，以及所使用自然资源对其产品和服务生命周期的影响并与组织的战略、国家碳达峰、碳中和目标要求保持一致。

6.5 过程管理

6.5.1 质量管理

6.5.1.1 质量策划

说明组织如何根据战略识别关键过程及要求，如何根据要求对主要产品和过程进行设计，如何配置资源满足过程要求。组织如何在紧急情况能积极应对并快速恢复。

- a) 系统管理：组织如何设计和创新整个工作系统，实现系统管理。组织的关键过程是什么，如何结合来自顾客和其他相关方的需求来确定过程的要求，这些过程的关键要求是什么；
- b) 过程设计：组织如何设计关键过程以满足所有关键要求，如何将新技术、组织知识资产、产品优势、顾客价值以及对灵活性的潜在需求融入到工作过程设计中。如何考虑质量、安全、周期、生产率、节能降耗、环境保护、成本和其他有效性和效率的因素，将关键过程的要求转换为可测量并量化的关键绩效指标；
- c) 应急准备：组织如何识别和评估潜在的突发事件，确保在灾害或紧急情况下工作系统和工作场所有足够的应急准备，组织的灾害和应急准备系统如何考虑预防、管理、运营的连续性、恢复等要求。组织如何将战略供应商和合作伙伴纳入到灾害和应急准备系统进行考虑；
- d) 质量安全：组织如何建立健全质量安全责任体系。组织如何培养质量诚信意识、建立质量诚信管理相关制度，如何定期发布质量信用报告。组织如何执行重大质量事故主动报告制度，如何履行质量担保责任、缺陷产品召回等法定义务。如何建立质量责任体系，如何实施首席质量官、质量安全控制关键岗位责任制、质量安全“一票否决”、质量考核及岗位质量规范等相关制度。如何建立并履行岗位质量职责与权限，如何在质量责任体系建设中大胆创新，如何实施质量责

任体系的考核。说明组织如何进行质量安全风险管理；如何识别质量安全风险。质量安全风险管理如何应用到产品的全生命周期，质量安全风险管理技术有哪些，是如何应用的。

6.5.1.2 质量控制

说明组织如何通过系统安排及统计技术的应用，提升过程效率和有效性。

- a) 管理体系：组织如何在过程管理中使用相关体系标准，有效实施质量、环境、职业健康、能源、计量体系等管理体系并获得认证。组织如何优化和整合不同的管理体系，提升过程效率和有效性。组织如何制定质量诚信体系建设规划，是否建立质量诚信体系和运行机制，推动组织产品质量诚信体系质量安全建设，高层领导如何促进组织诚信经营，如何完善实施质量诚信体系建设的规章制度；
- b) 标准化：组织如何建立和完善标准体系和标准化工作体系，如何策划积极参与国际、国家、行业标准化工作；
- c) 过程控制：组织如何确保组织的日常运作能满足关键的过程要求，用于控制和改进工作过程的关键绩效测量项目、指标以及实时测量项目是什么；
- d) 成本控制：组织如何预防缺陷、服务差错和返工。组织如何控制运营的总成本，如何平衡成本控制 and 客户需求；
- e) 统计技术：组织如何运用适当的统计技术控制和管理关键过程，使之稳定受控并具备足够的过程能力。

6.5.1.3 质量改进

说明组织如何评价过程的效率和有效性，并制定改进计划，说明组织如何通过关键质量攻关，提升过程能力，推进组织改进和创新。

- a) 过程评价：组织如何评价关键过程实施的有效性和效率，推动过程的改进和创新，使关键过程与发展方向和业务需要保持一致；
- b) 优先次序：组织如何利用业绩和感知结果以及学习活动中所获得的信息，识别和优选改进机会，选择实施改进的适当方法；
- c) 质量攻关：组织如何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，促进组织及行业质量技术进步；
- d) 成果分享：如何确保改进后的过程得到有效控制，并取得预期结果。工作过程的改进和经验如何与其它的组织单元和过程分享，以推动组织的学习和创新。

6.5.2 创新管理

6.5.2.1 创新决策

说明组织如何持续优化创新机制，说明组织如何评价创新决策是否高效，是否与战略匹配，投资资源是否有效分配。

- a) 决策机制：组织如何设定决策程序，确定决策标准，建立决策团队；
- b) 支持系统：组织如何建立决策支持系统；
- c) 决策授权：组织如何进行决策授权；
- d) 决策评审：组织如何设立创新决策评审点，如何确保创新决策与战略匹配，以及如何确保投资资源有效分配。

6.5.2.2 创新规划

说明组织如何有效管理技术规划、技术积累，如何有效缩短产品开发周期和成本。

- a) 技术规划：组织的技术规划流程是什么。如何基于市场驱动制定技术规划，如何基于技术要素进行分解；
- b) 技术路标：组织如何对技术路标进行管理；
- c) 技术平台：组织如何通过技术积累形成技术平台，如何应用技术平台进行产品开发；
- d) 成果转化：组织如何测量产品开发周期和成本，如何对技术应用效果进行检测和调整。

6.5.2.3 创新流程

说明组织的产品和技术开发过程管理体系如何保持规范，并有利于创新。

- a) 开发流程：组织如何明确划分的产品开发阶段，制定清晰的产品开发流程；
- b) 需求验证：组织如何对需求不断验证，进一步确认需求；
- c) 变更管理：组织如何对需求进行变更管理，并持续跟踪；
- d) 技术评审：组织如何组建技术专家团队进行技术评审，包括同级评审、跨领域评审等；
- e) 项目管理：如何制定产品开发项目管理明确的目标、项目计划，如何有效监控项目管理过程。

6.5.2.4 创新机制

说明组织如何打破部门边界，实施跨部门合作。

- a) 跨界协作：组织如何通过跨部门合作、打破部门边界以支撑产品和技术创新；
- b) 创新机构：组织模式如何不断调整和优化，以支撑开发式创新；
- c) 激励机制：组织如何建立良好的激励机制，重视团队激励，激发创新内动力；
- d) 创新文化：组织如何建设优秀创新文化，支持创新；
- e) 合作创新：组织如何激发和运用员工、顾客和合作伙伴的创造和创新才能。

6.5.3 品牌管理

6.5.3.1 品牌规划

组织如何制定品牌规划，如何确立和统整品牌理念、品牌愿景、品牌使命，并保持品牌理念的连续性和稳定性，以及对品牌理念的认同感和统整力。通过品牌建设在行业系统树立了良好的社会公众形象，赢得良好的口碑和品牌忠诚度。

6.5.3.2 品牌战略

组织是否确定品牌愿景并制定品牌战略，品牌建设的中长期规划、关键的品牌战略目标及品牌战略举措。组织高层领导在品牌建设中的作用，品牌推广机构的建设。

6.5.3.3 品牌行动计划

组织是如何围绕品牌战略目标展开的品牌行动计划，和其他战略目标之间的关联性如何。

6.5.3.4 品牌体系

组织是否建立品牌视觉管理系统，品牌架构，品牌内涵及理念。

6.5.3.5 监控和调整

组织监控品牌战略和行动计划的方法是什么。组织如何建立并开展新的行动计划，以适应客观环境要求的快速反应。

6.5.3.6 品牌推广

组织如何建立品牌推广机制，如何结合组织品牌发展规划推进品牌建设，如何建立品牌梯队指导计划，奖励支持政策推广品牌，强化品牌推广的措施及实施情况。如何进行区域公共品牌建设研究。

6.5.3.7 品牌维护

组织实施品牌维护的具体措施和实施情况。组织如何有效管理危机和投诉，通过顾客满意信息收集和定期品牌评估机制，不断改进，提升组织的品牌价值。

6.6 测量、分析与评价改进

6.6.1 说明

组织如何建立一个关键绩效指标体系测量、分析和评价系统，涵盖各层次以及所有部门、过程，监测战略实施和组织运作，并推动改进和创新。

6.6.2 改进与创新管理

6.6.2.1 理论模式

组织如何开展质量管理理论研究，培育卓越质量管理理念，取得的质量理论研究成果及应用程度，如何将质量管理理论研究同保障组织中长期战略协调一致。组织如何设计质量管理模式，组织的质量管理技术模式是否与质量战略相适应，并进行持续改进。

6.6.2.2 技术方法

组织如何以卓越质量管理理念创新质量管理方法，质量方法有哪些。这些方法如何展开、形成了哪些特色的质量管理模式和特点，质量管理方法的系统创新性如何，是否通过卓越的管理理念提升组织的质量管理活动，引导组织追求卓越，实现卓越绩效管理模式的集成管理体系。如何有效的将“平衡计分卡”、“分析模型”、“六西格玛”、“精益生产”等应用于日常管理和改进，增进质量管理方法的改进、提高和质量创新的理念形成。

6.6.2.3 改进攻关

组织如何开展质量攻关和群众性质量活动，是否有方法并展开、学习和整合，质量攻关和群众性质量活动有哪些形式，如何激励员工积极参与质量攻关和群众性质量活动，以及如何适应不断变化的环境，质量攻关和群众性质量活动所取得的结果。

6.6.2.4 质量

组织如何建立质量业绩考核体系，如何确定质量指标，关键质量指标的内容，当前及趋势，是否对各项指标的原始数据进行统计，并对具有不良趋势的指标进行原因分析和有效的纠正，是否有对比结果，在国内外同行业的。

6.6.2.5 技术先进性

组织拥有高科技含量、高附加值和具有自主知识产权的核心技术有哪些，以及核心技术能力达到的。评价主要方面：

- a) 核心技术能力，技术创新能力总体描述：核心技术的来源、先进性评估、行业对比情况、组织支持的力度(研发金额)创新点说明、组织创新体系及技术创新其能力描述；

- b) 核心技术与创新实施情况：核心技术能力，技术创新能力的具体表现，通过技术创新改善品种质量，提升产品档次和服务的成功做法；实现新产品、新工艺、专利、标准等成果；
- c) 取得的成果(经济成果和社会成果)：技术创新产品产值、利润的比例，行业带动及引领作用，产生的社会影响，获得的社会荣誉；
- d) 组织如何培育、维护自主知识产权，包括管理、技术、专利、工艺诀窍及最佳实践；组织拥有哪些自主知识产权(包括管理、技术、专利、工艺诀窍及最佳实践)；组织的知识产权是否能带动区域经济发展。

6.6.2.6 创新能力

组织技术创新能力强，如何利用技术创新提高质量，应用新技术、新工艺、新材料如何改善品种质量，提升产品档次和服务。评价主要方面：

- a) 技术发展战略：组织如何制定技术发展战略及如何展开。关键的技术发展战略目标和行动计划如何围绕技术研发战略展开。组织监控技术发展战略和行动计划的方法是什么。如何开展对方法的学习和整合，以适应客观环境要求的快速反应；
- b) 技术创新机制和方法：组织如何开展技术创新活动。如何识别技术创新人才和培训需求，进行人才队伍的规划和建设。如何规划技术创新人才梯队，形成了哪些激励制度鼓励员工积极参与组织的技术创新活动。组织如何评估自身的技术创新能力，技术创新能力的当前；
- c) 组织如何实施技术成果转化，如何获取新方法新工艺等用于技术创新，高层领导如何营造成果转化氛围实现技术创新产业化，实现了哪些技术创新成果转化，对行业及区域经济的带动作用。

6.6.2.7 管理创新

组织如何利用创新管理方法提高质量，改善运营过程和工艺过程，提升企业形象和技术成果，产生良好的经济价值和社会价值。评价主要方面：

- a) 经济价值：组织技术创新所产生的经济价值，如何利用技术创新提高质量，改善产品和提升产品档次，技术创新产品的产值、利润的比例等，评价技术创新带来的技术价值、经济价值是否带动区域经济；
- b) 社会价值：组织技术创新所带来的社会价值，通过技术创新改善开发产品新品种，运用新产品、新工艺、专利、标准等成果产生的社会影响和贡献，获得的各类科学技术奖励和社会荣誉。

6.7 结果

6.7.1 产品和服务结果

说明组织关键产品和服务绩效的结果，必要时可将结果按产品供应、顾客群、细分市场进行细分。其中要包括适当的比较数据。

- a) 认证与标准化：主导产品或服务执行标准的技术及获得国内外认证情况如何。近三年获得过什么样的国内外质量奖励；
- b) 产品和服务质量：在对顾客十分重要的、直接服务顾客的产品和服务绩效的关键测量项目和指标方面，组织当前及趋势如何，这些结果与竞争者和提供类似产品供应的其它组织的绩效相比表现如何，这些结果如何因产品供应、顾客群和市场细分而有不同。

6.7.2 顾客结果

说明组织关键的以顾客为关注焦点的结果，必要时将组织的结果按产品供应、顾客群和细分市场进行细分。其中包括适当的比较数据。

- a) 顾客满意：组织在顾客满意和不满意的关键测量项目和指标方面，组织的当前和趋势是怎样的，这些结果与竞争者和提供类似产品的其他组织的顾客满意相比较表现如何，这些结果如何因产品供应、顾客群和市场细分而有不同；
- b) 顾客忠诚：顾客忠诚度方面的关键测量项目和指标的当前的和趋势如何。

6.7.3 市场结果

说明组织的关键市场绩效结果，必要时可按细分市场和顾客群分别说明。其中要包括适当的比较数据。在市场绩效的关键指标上，包括市场份额或地位、市场与市场份额增长、新增市场等方面在内，组织当前的和发展趋势如何，这些结果如何因组织单位和顾客群而不同。

6.7.4 财务结果

说明组织的关键财务绩效结果，必要时可按产品供应、细分市场和顾客群分别说明。其中要包括适当的比较数据。在财务绩效的关键指标上，包括财务回报、财务生存能力和预算绩效的综合指标在内，组织当前的和趋势如何，这些结果如何因市场细分和顾客群而不同。说明组织在财务绩效、税收贡献等方面的绩效结果。其中包括适当的比较数据。组织在纳税方面的以及适当的对比性数据。

6.7.5 资源利用结果

6.7.5.1 说明

说明组织在关键资源利用方面的结果。其中要包括适当的对比性数据。组织在合作伙伴、财务资源、信息和知识、技术、基础设施和相关方关系资源方面的关键绩效指标的当前和趋势如何。

6.7.5.2 人力资源结果

说明组织关键的以人为本方面的结果。可将结果按员工构成的多样性和员工群体加以细分（适用时）。其中要包括适当的比较性数据。

- a) 工作的组织与管理：管理层级和岗位数量、员工晋升率、员工流失率以及管理人员比例变化方面关键测量项目或指标方面和趋势如何；
- b) 绩效管理：全员劳动生产率、员工薪酬增长率等关键测量项目或指标方面和趋势如何；
- c) 学习与发展：人均培训时间和经费投入、员工发展方面的关键指标的和趋势如何；
- d) 员工权益与满意：员工满意和员工忠诚的关键测量项目或指标的和趋势如何。

6.7.5.3 其他资源的结果

说明组织其他资源的结果。可将结果按相关方关系、财务资源结果、信息和知识资源、技术资源结果、基础设施资源结果。其中要包括适当的比较性数据。

- a) 相关方关系资源结果：供应商数量、长期合作供应商和合作伙伴的数量或比例、战略联盟的数量等关键绩效指标的和趋势；
- b) 财务资源结果：预算准确率、应收账款回收率、资金周转率、财务成本等关键绩效指标的和趋势；
- c) 信息和知识资源结果：信息系统的投资额、软件系统的开发和利用、知识资产的积累、分享和利用、最佳实践的识别和推广关键绩效指标的和趋势；
- d) 技术资源结果：研发费用支出及其占销售收入的比例、新产品产值率、专利数量、科技进步奖数量关键绩效指标的和趋势；

- e) 基础设施资源结果：基础设施完好率、利用率、办公场所和厂房面积、关键设备数量、基本建设投资额、技术改造投资额等关键绩效指标的和趋势。

6.7.6 过程有效性结果

说明对改进组织有效性结果起重要作用的关键的运营绩效结果，包括突发事件的应对。适当时可结果按产品服务、顾客群、过程和区域、细分市场进行细分。其中要包括适当的比较数据。

- a) 过程有效性和效率：组织过程效率和有效性的结果如何。在关键工作和支持过程的运营绩效的关键测量项目或指标方面，包括生产率、周期时间以及其它适用的有效性、效率 and 创新的指标在内，组织的当前和发展趋势如何。这些结果与竞争对手和其他拥有类似过程的组织进行比较，结果如何。这些结果如何因过程类型而不同（适用时）；
- b) 应急准备：组织的应急准备的结果如何。在对灾害或突发事件的准备的测量项目或指标方面，组织当前和趋势如何。这些结果如何因地点或过程类型不同（适用时）。

6.7.7 创新结果

6.7.7.1 技术发展结果

说明组织在国内外关键技术的先进性，以及在技术投入及取得的专利成果方面的绩效结果。其中包括适当的比较数据。

- a) 技术先进性：与国内外同行业竞争对手相比，组织主导产品或服务所具有的科技含量和附加值如何；
- b) 技术投入：与国内外同行业竞争对手相比，组织在研发投入、人员配置等方面的和趋势如何。组织在推出新产品、新服务的能力及新产品产值率等方面和趋势如何；
- c) 技术成果：与国内外同行业竞争对手比较，组织拥有技术专利的数量和如何。组织主导或参与国际、国家技术标准制修订数量，以及核心技术获得国家科学技术奖励情况如何。

6.7.7.2 管理创新成果

说明组织在管理创新成果转化及带来的经济效益方面的绩效结果。

- a) 成果转化：组织在管理创新成果获奖及推广方面近三年绩效及趋势如何；
- b) 经济效益：说明组织的核心技术为组织和全社会带来的经济效益近三年的及趋势如何。

6.7.8 品牌结果

说明组织在品牌评价、品牌成果、以及品牌国际化等方面的绩效结果。其中包括适当的比较数据。

- a) 品牌评价：组织提升产品品牌价值和效应方面采取的措施，组织是否建立品牌评价机制，如何开展品牌价值评价工作，如何进行品牌资产评估。其方法和程序是什么；
- b) 品牌成果：近三年品牌建设取得哪些成果，品牌建设是否保障战略目标的实现，品牌收益的当前及趋势。如商标注册、著名商标和名牌产品数量。品牌收益，如组织知名度、用户满意度和忠诚度及经济效益增长率，以及名牌产品的效应，带动地区经济建设发展的作用等；
- c) 品牌国际化：组织如何设计、实施品牌国际化，如何结合组织品牌发展规划推进品牌国际化工作，品牌国际化的当前及绩效预测。

6.7.9 社会效益

说明组织在社会责任、社会影响等方面的绩效结果。其中包括适当的比较数据。

- a) 社会责任：近5年未发生过重大违法违规行为，未发生重大质量安全、环境污染、安全生产、公共卫生等事故，未引发重大群体性事件。有效发挥标杆示范作用，带头履行社会责任，倡导生态文明，走低碳发展、循环发展和绿色发展之路，以建设美丽中国为使命进行责任治理、落实责任措施，责任绩效和其他公益绩效突出，具有良好的社会形象。组织如何实行业引领，在行业引领方面的方法、展开、学习和整合，在行业进步中有带动作用，推动行业又好又快发展做出突出贡献。组织如何实施区域带动，在区域带动方面的方法、展开、学习和整合，在带动区域发展等方面发挥积极作用，为推动区域经济又好又快发展做出突出贡献；
- b) 社会影响：组织的产值、利税、市场占有率等各项经济指标居于行业前列，社会影响巨大，为保障和改善民生，推动经济社会又好又快发展做出突出贡献。

6.7.10 领导方面结果

说明组织领导方面的绩效结果，包括遵守法律法规、道德行为等。其中要包括适当的对比性数据。

- a) 在实现战略目标方面的战略目标实现率、实际计划完成率、关键绩效指标达成率等关键绩效指标当前的和趋势；组织在贯彻落实党和国家方针政策，获得自治区、以及国内外表彰奖励情况如何；
- b) 在组织治理方面的关键指标的当前和趋势。相关方权益、内外部审计结果及其利用；
- c) 公共责任：组织在节能减排、保护环境、职业健康和安全事故、产品质量安全事故以及应急准备与响应等方面关键绩效指标的当前和趋势如何；
- d) 道德行为：组织在遵纪守法、诚信经营、公平竞争的道德规范等方面绩效的当前和趋势如何。顾客、供方以及相关机构对组织诚信程度的评估；
- e) 公益支持：组织参与社会公益活动、创造就业机会、提高区域就业率、树立对社会负责的良好形象等方面绩效如何。

7 评分方法

质量管理水平评价评分采用综合评分法。由第三方评价机构根据本文件要求，采取实地检查、资料查验、问卷调查、重点抽查、随机抽查等多种方式开展，各评价人员应依据本标准要求独立评分，评价内容见附录A，综合平均分为质量管理水平评价最终得分。

8 评价结果

8.1 评价结果

采用分级制。

8.2 评价规则

8.2.1 评分规则如下：

质量管理水平评价的基本分为1000分。

等级AAAA：综合分数500分（含）以上，每一项评价指标得分不能低于该项总分的50%；

等级AAA：综合分数400分（含）以上，每一项评价指标得分不能低于该项总分的40%；

等级AA：综合分数300分（含）以上，每一项评价指标得分不能低于该项总分的30%；

等级A：综合分数200分（含）以上。每一项评价指标得分不能低于该项总分的20%；

8.2.2 本评分标准为通用要求，不同组织因产品类型和生产经营的特点，某些项目确无需要，应说明

理由。按该项总分的 20% 计算得分。评价项目未满足的，则该项目的实际得分为 0 分。

8.2.3 评分表中每项评价内容的规定得分为最高扣分限值，超出部分不再扣分。

9 评价实施

9.1 组织评价

评价采用第三方评价、监督抽查的模式开展；评价过程中被评价组织的质量信息追溯期为 36 个月。

9.2 评价内容

评价工作内容如下：

——评价组的组成；

——评价时间；

——评价程序和方法；

——评价方案(或评价计划任务书)，包括：评价范围、依据、目的、工作程序、任务分工及时间安排等；

——评价沟通；

——特殊情况的处理。

9.3 评价组织及人员要求

第三方评价组织应遵循评价原则，按国家有关方针、政策及相关法律法规和标准等执行。具有相应的评价人员、明确的职责权限、成文信息。评价人员应具有质量方面的知识和技能，熟悉所评价领域的业务知识，能够承担评价的风险责任。应为本项目配备专职的项目管理人员，应投入一支不少于 5 人的团队开展本项目，评价人员由以下人员组成：从事质量服务 5 年及以上的工作人员；从事质量管理 5 年及以上的管理人员；从事质量工作 5 年及以上的专业人员；从事质量研究 5 年及以上的专家学者；具有中级以上的专业技术职称的财务人员。其中，从事质量服务 5 年及以上的工作人员至少 1 名；从事质量管理 5 年及以上的管理人员至少 1 名；财务人员至少 1 名。

9.4 评价的程序

9.4.1 自评/自愿申报

遵循自愿申报原则，拟对照本文件要求自查自评（见附录 A），出具年度自评报告和满意度调查报告，提供第三方审计的年度财务报告或年度财务报表，根据本文件认为符合要求的，可向第三方评价机构提出申请，并提交相关材料。

9.4.2 第三方评价机构的评价程序及要求

第三方评价机构的评价程序及要求如下：

第三方评价机构对于组织自评的情况进行资格审核；

第三方评价机构制定评价计划、成立评价小组、进行评价准备、组织实施评价；

资格审查通过后，第三方评价机构应通知被评价组织进行现场评价的时间和具体要求；

根据本标准的要求采取实地检查、资料查验、问卷调查、重点抽查、随机抽查等方式进行评价活动；

第三方评价机构出具评价结果，并将现场评价的所有文件汇总存档。

10 持续改进

组织应在评价和总结的基础上分析和找出问题产生的主要原因，根据原因分析情况，有针对性地提出解决方法和改进措施，如提高质量意识与管理，加强质量理论和方法的培训，加强技术和基础条件的调研，加强实施过程控制和跟踪与反馈，增加人、财、物等保障条件的投入，加强组织开展相关技术创新与攻关等措施。

附 录 A
(规范性)
质量管理水平评价评分表

A.1 质量管理水平评价评分

质量管理水平评价评分见表A.1。

表A.1 质量管理水平评价评分表

评价项目	一级评价内容	二级评价内容及分值	评分要求	得分	原因说明
一、领导（120分）					
		1) 组织文化：高层领导如何建立和贯彻组织的使命、愿景和价值观，并与组织文化保持一致。（20分） 2) 双向沟通：高层领导如何在整个组织内建立坦诚的、双向的沟通机制，如何就关键决策与全体员工及相关方进行沟通。（20分） 3) 营造环境：高层领导如何识别并倡导组织的变革和创新，如何创建授权、学习及诚信、遵守法律法规和道德行为规范的组织环境。（20分） 4) 聚焦行动：高层领导如何通过关注焦点确立行动计划、实现组织使命，并达成愿景。如何关注相关方需求和期望的预测并予以满足。（20分） 5) 组织治理：组织如何完善治理体制所需要考虑的关键因素，如何对高层领导和治理机构成员的绩效进行评价。（20分） 6) 社会责任：组织如何积极主动的履行社会责任，包括承担公共责任、倡导和确保法律行为和道德行为的做法，如何开展公益支持活动和起到模范作用。（20分）	领导作用在组织文化、双向沟通、营造环境、聚焦行动、组织治理、社会责任方面发挥成效显著得20分。发现方法适宜有效系统，持续应用在所有适用部门，通过PDCA对方法不断完善，通过创新对方法进行突破性变革，分享方法的改进和创新，方法在组织各方面的协调一致、融合互补等情况不到位、成效不显著、缺少内容等，在基础分上进行扣分，一项扣2分或1分，扣分累加，扣完为止。		

表 A.1 质量管理水平评价评分表（续）

评价项目	一级评价内容	二级评价内容及分值	评分要求	得分	原因说明
二、战略（100分）					
		1) 战略策划：组织如何进行战略策划，战略制定，主要过程步骤有哪些，谁是关键参与者，如何划分组织长、短期计划的时间区间。（20分） 2) 战略思考：在战略策划过程中，组织如何确保考虑战略相关的关键因素，如何就这些因素收集和科学分析有关的数据和信息，包括组织的优劣势、机会和威胁、顾客与市场的需求、期望以及机会、持续经营风险和机遇、执行战略的能力。（20分） 3) 战略目标：组织的关键战略目标及完成时间表是什么。影响组织竞争格局的关键变化有哪些，这些关键变化如何影响到组织的产品、顾客、市场、供应商、合作伙伴和运营。如何均衡考虑长短期目标相关方的认可程度。（20分） 4) 战略部署：组织如何根据战略目标制定长、短期实施计划，如何确保资源配置来支持实施计划的完成。组织用来追踪关键行动计划进展情况的关键绩效测量项目或指标有哪些，如何确保整体的行动计划监测系统能够强化组织的一致性。（20分） 5) 战略评估：组织如何对实施计划执行情况进行评估，并根据客观环境要求进行绩效改进和战略调控。（20分）	战略在策划、思考、目标、部署和评估方面成效显著得20分。发现方法适宜有效系统，持续应用在所有适用部门，通过PDCA对方法不断完善，通过创新对方法进行突破性变革，分享方法的改进和创新，方法在组织各方面的协调一致、融合互补等情况不到位、成效不显著、缺少内容等，在基础分上进行扣分，一项扣1分或0.5分，扣分累加，扣完为止。		

表 A.1 质量管理水平评价评分表（续）

评价项目	一级评价内容	二级评价内容及分值	评分要求	得分	原因说明
三、顾客和市场（140分）					
		1) 顾客与市场细分：组织如何识别、确定当前及未来的产品和服务所针对的目标顾客群和细分市场，如何将竞争对手的顾客及其他潜在顾客和市场考虑在内。（35分） 2) 顾客需求了解：组织如何了解关键顾客的需求、期望和偏好及其对于顾客的购买或建立长期关系的相对重要性，如何将了解的信息用于产品和服务的设计、生产、改进、创新以及市场开发和营销过程。（35分） 3) 顾客关系建立：组织如何建立、维护和加强差异化的顾客关系以赢得顾客，如何建立与顾客接触的主要渠道，如何有效、快速地处理顾客投诉，如何定期评价和不断改进与顾客的关系。（35分） 4) 顾客满意测量：组织如何测量顾客满意和忠诚，如何跟踪产品、服务和交易质量，如何与竞争对手和标杆对比，以推动改进；如何定期评价、不断改进测量方法。（35分）	顾客和市场在细分、需求了解、关系建立、满意测量方面成效显著的25分，发现方法适宜有效系统，持续应用在所有适用部门，通过PDCA对方法不断完善，通过创新对方法进行突破性变革，分享方法的改进和创新，方法在组织各方面的协调一致、融合互补等情况不到位、成效不显著、缺少内容等，在基础分上进行扣分，一项扣2分或1分，扣分累加，扣完为止。		

表 A.1 质量管理水平评价评分表（续）

评价项目	一级评价内容	二级评价内容及分值	评分要求	得分	原因说明
四、资源（100分）					
	（一）人力资源（40分）	1) 工作的组织和管理：组织如何制定人力资源战略规划，对工作和职位进行组织和管理，促进组织内部的合作。如何保证人力资源战略规划与组织战略及战略目标相适应。组织如何确定整个工作系统中员工能力和数量需求，如何招聘、任用和留住员工。如何听取和采纳各种意见和建议，如何实现有效的沟通和技能共享。（10分） 2) 绩效管理：组织的员工绩效管理系统如何支持提高员工和组织的绩效工作。绩效管理系统如何考虑员工的薪酬、认可、奖赏和激励制度，如何促进以顾客和业务为中心以及实现组织的战略实施计划。（10分） 3) 学习与发展：组织的学习和发展系统如何支持组织和员工的个人发展。组织如何对包括最高管理者在内的所有员工实施有效的职业发展管理，以提高组织的持续经营能力。（10分） 4) 员工权益和满意程度：如何通过实施职业健康安全管理体系改善工作环境因素来确保并提高员工的健康、安全和工作效率，说明针对这些工作场所因素的绩效测量指标和改进目标是什么。如何通过广泛开展大规模群众性质量活动以提高员工的主动参与程度与效果并提供时间和资金方面的支持。如何确定影响员工满意程度和积极性的关键因素以及这些因素对不同员工群体的影响。组织采取哪些正式、非正式的方法和测量项目与指标来确定和提高员工满意度。（10分）	人力资源在工作的组织和管理、绩效管理、学习与发展、员工权益和满意程度方面成效显著得10分。发现方法适宜有效系统，持续应用在所有适用部门，通过PDCA对方法不断完善，通过创新对方法进行突破性变革，分享方法的改进和创新，方法在组织各方面的协调一致、融合互补等情况不到位、成效不显著、缺少内容等，在基础分上进行扣分，一项扣1分或0.5分，扣分累加，扣完为止。		

表 A.1 质量管理水平评价评分表（续）

评价项目	一级评价内容	二级评价内容及分值	评分要求	得分	原因说明
五、过程管理（140分）					
	（一）质量管理（60分）				
		质量策划： 1）系统管理：组织如何设计和创新整个工作系统，实现系统管理。组织的关键过程是什么，如何结合来自顾客和其他相关方的需求来确定过程的要求，这些过程的关键要求是什么。（5分） 2）过程设计：组织如何设计关键过程以满足所有关键要求，如何将新技术、组织知识资产、产品优势、顾客价值以及对灵活性的潜在需求融入到工作过程设计中。如何考虑质量、安全、周期、生产率、节能降耗、环境保护、成本和其他有效性和效率的因素，将关键过程的要求转换为可测量量化的关键绩效指标。（5分） 3）应急准备：组织如何识别和评估潜在的突发事件，确保在灾害或紧急情况下工作系统和工作场所有足够的应急准备，组织的灾害和应急准备系统如何考虑预防、管理、运营的连续性、恢复等要求。组织如何将战略供应商和合作伙伴纳入到灾害和应急准备系统进行考虑。（5分） 4）质量安全：组织如何建立健全质量安全责任体系。组织如何培养质量诚信意识、建立质量诚信管理相关制度，如何定期发布质量信用报告。组织如何执行重大质量事故主动报告制度，如何履行质量担保责任、缺陷产品召回等法定义务。如何建立质量责任体系，如何实施首席质量官、质量安全控制关键岗位责任制、质量安全“一票否决”、质量考核及岗位质量规范等相关制度。如何建立并履行岗位质量职责与权限，如何在质量责任体系建设中大胆创新，如何实施质量责任体系的考核。说明组织如何进行质量安全风险管理；如何识别质量安全风险。质量安全风险管理如何应用到产品的全生命周期，质量安全风险管理技术有哪些，是如何应用的。（5分）	发现方法适宜有效系统，持续应用在所有适用部门，通过PDCA对方法不断完善，通过创新对方法进行突破性变革，分享方法的改进和创新，方法在组织各方面的协调一致、融合互补等情况不到位、成效不显著、缺少内容等，在基础分上进行扣分，一项扣0.5分，扣分累加，扣完为止。		

表 A.1 质量管理水平评价评分表（续）

评价项目	一级评价内容	二级评价内容及分值	评分要求	得分	原因说明
		质量控制： 1) 管理体系：组织如何在过程管理中使用相关体系标准，有效实施质量、环境、职业健康、能源、计量体系等管理体系并获得认证。组织如何优化和整合不同的管理体系，提升过程效率和有效性。组织如何制定质量诚信体系建设规划，是否建立质量诚信体系和运行机制，推动组织产品质量诚信体系质量安全建设，高层领导如何促进组织诚信经营，如何完善实施质量诚信体系建设的规章制度。（5分） 2) 标准化：组织如何建立和完善标准体系和标准化工作体系，如何策划积极参与国际、国家、行业标准化工作。（5分） 3) 过程控制：组织如何确保组织的日常运作能满足关键的过程要求，用于控制和改进工作过程的关键绩效测量项目、指标以及实时测量项目是什么。（5分） 4) 成本控制：组织如何预防缺陷、服务差错和返工。组织如何控制运营的总成本，如何平衡成本控制和客户需求。（5分） 5) 统计技术：组织如何运用适当的统计技术控制和管理关键过程，使之稳定受控并具备足够的过程能力。（5分）	发现方法适宜有效系统，持续应用在所有适用部门，通过PDCA对方法不断完善，通过创新对方法进行突破性变革，分享方法的改进和创新，方法在组织各方面的协调一致、融合互补等情况不到位、成效不显著、缺少内容等，在基础分上进行扣分，一项扣0.5分，扣分累加，扣完为止。		

表 A.1 质量管理水平评价评分表（续）

评价项目	一级评价内容	二级评价内容及分值	评分要求	得分	原因说明
		质量改进： 1) 过程评价：组织如何评价关键过程实施的有效性和效率，推动过程的改进和创新，使关键过程与发展方向和业务需要保持一致。（5分） 2) 优先次序：组织如何利用业绩和感知结果以及学习活动中所获得的信息，识别和优选改进机会，选择实施改进的适当方法。（5分） 3) 质量攻关：组织如何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，促进组织及行业质量技术进步。（5分） 4) 成果分享：如何确保改进后的过程得到有效控制，并取得预期结果。工作过程的改进和经验如何与其它的组织单元和过程分享，以推动组织的学习和创新。（5分）	发现方法适宜有效系统，持续应用在所有适用部门，通过PDCA对方法不断完善，通过创新对方法进行突破性变革，分享方法的改进和创新，方法在组织各方面的协调一致、融合互补等情况不到位、成效不显著、缺少内容等，在基础分上进行扣分，一项扣0.5分，扣分累加，扣完为止。		

表 A.1 质量管理水平评价评分表（续）

评价项目	一级评价内容	二级评价内容及分值	评分要求	得分	原因说明
	(二) 创新管理（40分）				
		创新决策： 1) 决策机制：组织如何设定决策程序，确定决策标准，建立决策团队。（2.5分） 2) 支持系统：组织如何建立决策支持系统。（2.5分） 3) 决策授权：组织如何进行决策授权。（2.5分） 4) 决策评审：组织如何设立创新决策评审点，如何确保创新决策与战略匹配，以及如何确保投资资源有效分配。（2.5分）	发现方法适宜有效系统，持续应用在所有适用部门，通过PDCA对方法不断完善，通过创新对方法进行突破性变革，分享方法的改进和创新，方法在组织各方面的协调一致、融合互补等情况不到位、成效不显著、缺少内容等，在基础分上进行扣分，一项扣0.5分，扣分累加，扣完为止。		

表 A.1 质量管理水平评价评分表（续）

评价项目	一级评价内容	二级评价内容及分值	评分要求	得分	原因说明
		创新规划： 1) 技术规划：组织的技术规划流程是什么。如何基于市场驱动制定技术规划，如何基于技术要素进行分解。（2.5分） 2) 技术路标：组织如何对技术路标进行管理。（2.5分） 3) 技术平台：组织如何通过技术积累形成技术平台，如何应用技术平台进行产品开发。（2.5分） 4) 成果转化：组织如何测量产品开发周期和成本，如何对技术应用效果进行检测和调整。（2.5分）	发现方法适宜有效系统，持续应用在所有适用部门，通过PDCA对方法不断完善，通过创新对方法进行突破性变革，分享方法的改进和创新，方法在组织各方面的协调一致、融合互补等情况不到位、成效不显著、缺少内容等，在基础分上进行扣分，一项扣0.5分，扣分累加，扣完为止。		

表 A.1 质量管理水平评价评分表（续）

评价项目	一级评价内容	二级评价内容及分值	评分要求	得分	原因说明
		创新流程： 1) 开发流程：组织如何明确划分的产品开发阶段，制定清晰的产品开发流程。（2.5分） 2) 需求验证：组织如何对需求不断验证，进一步确认需求。（2.5分） 3) 变更管理：组织如何对需求进行变更管理，并持续跟踪。（2.5分） 4) 技术评审：组织如何组建技术专家团队进行技术评审，包括同级评审、跨领域评审等。（2.5分） 5) 项目管理：如何制定产品开发项目管理明确的目标、项目计划，如何有效监控项目管理过程。（2.5分）	发现方法适宜有效系统，持续应用在所有适用部门，通过PDCA对方法不断完善，通过创新对方法进行突破性变革，分享方法的改进和创新，方法在组织各方面的协调一致、融合互补等情况不到位、成效不显著、缺少内容等，在基础分上进行扣分，一项扣0.5分，扣分累加，扣完为止。		

表 A.1 质量管理水平评价评分表（续）

评价项目	一级评价内容	二级评价内容及分值	评分要求	得分	原因说明
		创新机制： 1) 跨界协作：组织如何通过跨部门合作、打破部门边界以支撑产品和技术创新。（2分） 2) 创新机构：组织模式如何不断调整和优化，以支撑开发式创新。（2分） 3) 激励机制：组织如何建立良好的激励机制，重视团队激励，激发创新内动力。（2分） 4) 创新文化：组织如何建设优秀创新文化，支持创新。（2分） 5) 合作创新：组织如何激发和运用员工、顾客和合作伙伴的创造和创新才能。（2分）	发现方法适宜有效系统，持续应用在所有适用部门，通过PDCA对方法不断完善，通过创新对方法进行突破性变革，分享方法的改进和创新，方法在组织各方面的协调一致、融合互补等情况不到位、成效不显著、缺少内容等，在基础分上进行扣分，一项扣0.5分，扣分累加，扣完为止。		

表 A.1 质量管理水平评价评分表（续）

评价项目	一级评价内容	二级评价内容及分值	评分要求	得分	原因说明
	(三) 品牌管理 (40分)				
		1) 品牌规划：组织如何制定品牌规划，如何确立和统整品牌理念、品牌愿景、品牌使命，并保持品牌理念的连续性和稳定性，以及对品牌理念的认同感和统整力。通过品牌建设在行业系统树立了良好的社会公众形象，赢得良好的口碑和品牌忠诚度。(10分) 2) 品牌战略：组织是否确定品牌愿景并制定品牌战略，品牌建设的中长期规划、关键的品牌战略目标及品牌战略举措。组织高层领导在品牌建设中的作用，品牌推广机构的建设。(5分) 3) 品牌行动计划：组织是如何围绕品牌战略目标展开的品牌行动计划，和其他战略目标之间的关联性如何。(5分) 4) 品牌体系：组织是否建立品牌视觉管理系统，品牌架构，品牌内涵及理念。(5分) 5) 监控和调整：组织监控品牌战略和行动计划的方法是什么。组织如何建立并开展新的行动计划,以适应客观环境要求的快速反应。(5分) 6) 品牌推广：组织如何建立品牌推广机制，如何结合组织品牌发展规划推进品牌建设，如何建立品牌梯队指导计划，奖励支持政策推广品牌，强化品牌推广的措施及实施情况。如何进行区域公共品牌建设研究。(5分) 7) 品牌维护：组织实施品牌维护的具体措施和实施情况。组织如何有效管理危机和投诉，通过顾客满意信息收集和定期品牌评估机制，不断改进，提升组织的品牌价值。(5分)	品牌管理在规划、战略、行动计划、体系、监控和调整、推广、维护方面成效显著的分。发现方法适宜有效系统,持续应用在所有适用部门,通过PDCA对方法不断完善,通过创新对方法进行突破性变革,分享方法的改进和创新,方法在组织各方面的协调一致、融合互补等情况不到位、成效不显著、缺少内容等,在基础分上进行扣分,一项扣0.5分,扣分累加,扣完为止。		

表 A.1 质量管理水平评价评分表（续）

评价项目	一级评价内容	二级评价内容及分值	评分要求	得分	原因说明
六、测量、分析与评价改进（100分）					
	（一）绩效测量、分析和评价（35分）	组织如何建立一个关键绩效指标体系测量、分析和评价系统，涵盖各层次以及所有部门、过程，监测战略实施和组织运作，并推动改进和创新。（35分）	发现方法适宜有效系统，持续应用在所有适用部门，通过PDCA对方法不断完善，通过创新对方法进行突破性变革，分享方法的改进和创新，方法在组织各方面的协调一致、融合互补等情况不到位、成效不显著、缺少内容等，在基础分上进行扣分，一项扣0.5分，扣分累加，扣完为止。		

表 A.1 质量管理水平评价评分表（续）

评价项目	一级评价内容	二级评价内容及分值	评分要求	得分	原因说明
		(二) 改进与创新管理 (65分)			
		1) 理论模式: 组织如何开展质量管理理论研究, 培育卓越质量管理理念, 取得的质量理论研究成果及应用程度, 如何将质量管理理论研究同保障组织中长期战略协调一致。组织如何设计质量管理模式, 组织的质量管理技术模式是否与质量战略相适应, 并进行持续改进。(5分) 2) 技术方法: 组织如何以卓越质量管理理念创新质量管理方法, 质量方法有哪些。这些方法如何展开、形成了哪些特色的质量管理模式和特点, 质量管理方法的系统质量创新性如何, 是否通过卓越的管理理念提升组织的质量管理活动。引导组织追求卓越, 实现卓越绩效管理模式的一体化管理体系。如何有效的将“平衡计分卡”、“分析模型”、“六西格玛”、“精益生产”等应用于日常管理和改进, 增进质量管理方法的改进、提高和质量创新的理念形成。(5分) 3) 改进攻关: 组织如何开展质量攻关和群众性质量活动, 是否有方法并展开、学习和整合, 质量攻关和群众性质量活动有哪些形式, 如何激励员工积极参与质量攻关和群众性质量活动, 以及如何适应不断变化的环境, 质量攻关和群众性质量活动所取得的结果。(5分) 4) 质量: 组织如何建立质量业绩考核体系, 如何确定质量指标, 关键质量指标的内容, 当前趋势, 是否对各项指标的原始数据进行统计, 并对具有不良趋势的指标进行原因分析和有效的纠正, 是否有对比结果, 在国内外同行业的。(5分)	发现方法适宜有效系统, 持续应用在所有适用部门, 通过PDCA对方法不断完善, 通过创新对方法进行突破性变革, 分享方法的改进和创新, 方法在组织各方面的协调一致、融合互补等情况不到位、成效不显著、缺少内容等, 在基础分上进行扣分, 一项扣0.5分, 扣分累加, 扣完为止。		

表 A.1 质量管理水平评价评分表（续）

评价项目	一级评价内容	二级评价内容及分值	评分要求	得分	原因说明
		技术先进性： 1) 核心技术能力，技术创新能力总体描述：核心技术的来源、先进性评估、行业对比情况、组织支持的力度(研发金额)创新点说明、组织创新体系及技术创新其能力描述。（5分） 2) 核心技术与创新实施情况：核心技术能力，技术创新能力的具体表现，通过技术创新改善品种质量，提升产品档次和服务的成功做法；实现新产品、新工艺、专利、标准等成果。（5分） 3) 取得的成果(经济成果和社会成果)：技术创新产品产值、利润的比例，行业带动及引领作用，产生的社会影响，获得的社会荣誉。（5分） 4) 组织如何培育、维护自主知识产权，包括管理、技术、专利、工艺诀窍及最佳实践；组织拥有哪些自主知识产权(包括管理、技术、专利、工艺诀窍及最佳实践)及行业的；组织的知识产权是否能带动区域经济发展。（5分）	发现方法适宜有效系统，持续应用在所有适用部门，通过PDCA对方法不断完善，通过创新对方法进行突破性变革，分享方法的改进和创新，方法在组织各方面的协调一致、融合互补等情况不到位、成效不显著、缺少内容等，在基础分上进行扣分，一项扣0.5分，扣分累加，扣完为止。		

表 A.1 质量管理水平评价评分表（续）

评价项目	一级评价内容	二级评价内容及分值	评分要求	得分	原因说明
		创新能力： 1) 技术发展战略：组织如何制定技术发展战略及如何展开。关键的技术发展战略目标和行动计划如何围绕技术研发战略展开。组织监控技术发展战略和行动计划的方法是什么。如何开展对方法的学习和整合,以适应客观环境要求的快速反应。（5分） 2) 技术创新机制和方法：组织如何开展技术创新活动。如何识别技术创新人才和培训需求，进行人才队伍的规划和建设。如何规划技术创新人才梯队，形成了哪些激励制度鼓励员工积极参与组织的技术创新活动。组织如何评估自身的技术创新能力，技术创新能力的当前。（5分） 3) 组织如何实施技术成果转化，如何获取新方法新工艺等用于技术创新，高层领导如何营造成果转化氛围实现技术创新产业化，实现了哪些技术创新成果转化，对行业及区域经济的带动作用。（5分）	发现方法适宜有效系统,持续应用在所有适用部门，通过PDCA对方法不断完善,通过创新对方法进行突破性变革,分享方法的改进和创新,方法在组织各方面的协调一致、融合互补等情况不到位、成效不显著、缺少内容等,在基础分上进行扣分,一项扣0.5分,扣分累加，扣完为止。		

表 A.1 质量管理水平评价评分表（续）

评价项目	一级评价内容	二级评价内容及分值	评分要求	得分	原因说明
		管理创新： 1) 经济价值：组织技术创新所产生的经济价值，如何利用技术创新提高质量，改善产品和提升产品档次，技术创新产品的产值、利润的比例等，评价技术创新带来的技术价值、经济价值是否带动区域经济。（5分） 2) 社会价值：组织技术创新所带来的社会价值，通过技术创新改善开发产品新品种，运用新产品、新工艺、专利、标准等成果产生的社会影响和贡献，获得的各类科学技术奖励和社会荣誉。（5分）	发现方法适宜有效系统，持续应用在所有适用部门，通过PDCA对方法不断完善，通过创新对方法进行突破性变革，分享方法的改进和创新，方法在组织各方面的协调一致、融合互补等情况不到位、成效不显著、缺少内容等，在基础分上进行扣分，一项扣0.5分，扣分累加，扣完为止。		

表 A.1 质量管理水平评价评分表（续）

评价项目	一级评价内容	二级评价内容及分值	评分要求	得分	原因说明
七、结果（300分）					
	（一）产品和服务结果（40分）	1) 认证与标准化：主导产品或服务执行标准的技术及获得国内外认证情况如何。近三年获得过什么样的国内外质量奖励。（20分） 2) 产品服务质量：在对顾客十分重要的、直接服务顾客的产品和服务绩效的关键测量项目和指标方面，组织当前及趋势如何，这些结果与竞争者和提供类似产品供应的其它组织的绩效相比表现如何，这些结果如何因产品供应、顾客群和市场细分而有不同。（20分）	产品和服务结果在认证与标准化、产品服务质量方面成效显著得20分。发现绩效和绩效改进的速度、广度卓越，与适宜竞争对手或标杆对比处于领先，测量指标完全对应要求，各过程、部门的结果协调一致，呈现可持续发展的有利趋势等情况不到位、成效不显著、缺少内容等，在基础分上进行扣分，一项扣0.5分，扣分累加，扣完为止。		

表 A.1 质量管理水平评价评分表（续）

评价项目	一级评价内容	二级评价内容及分值	评分要求	得分	原因说明
	(二) 顾客结果 (35分)	1) 顾客满意: 组织在顾客满意和不满意的关键测量项目和指标方面, 组织的当前和趋势是怎样的, 这些结果与竞争者和提供类似产品的其他组织的顾客满意相比较表现如何, 这些结果如何因产品供应、顾客群和市场细分而有不同。(25分) 2) 顾客忠诚: 顾客忠诚度方面的关键测量项目和指标的当前的和趋势如何。(10分)	顾客结果在满意、忠诚方面成效显著的得25分。发现绩效和绩效改进的速度、广度卓越, 与适宜竞争对手或标杆对比处于领先, 组织结果的测量指标完全对应要求, 各过程、部门的结果协调一致, 呈现可持续发展的有利趋势等情况不到位、成效不显著、缺少内容等, 在基础分上进行扣分, 一项扣0.5分, 扣分累加, 扣完为止。		

表 A.1 质量管理水平评价评分表（续）

评价项目	一级评价内容	二级评价内容及分值	评分要求	得分	原因说明
	(三) 市场结果 (30分)	说明组织的关键市场绩效结果，必要时可按细分市场和顾客群分别说明。其中要包括适当的比较数据。在市场绩效的关键指标上，包括市场份额或地位、市场与市场份额增长、新增市场等方面在内，组织当前的和发展趋势如何，这些结果如何因组织单位和顾客群而不同。（30分）	发现绩效和绩效改进的速度、广度卓越，与适宜竞争对手或标杆对比处于领先，组织结果的测量指标完全对应要求，各过程、部门的结果协调一致，呈现可持续发展的有利趋势等情况不到位、成效不显著、缺少内容等，在基础分上进行扣分，一项扣3分或5分，扣分累加，扣完为止。		

表 A.1 质量管理水平评价评分表（续）

评价项目	一级评价内容	二级评价内容及分值	评分要求	得分	原因说明
	(四) 财务结果 (30分)	说明组织的关键财务绩效结果，必要时可按产品供应、细分市场和顾客群分别说明。其中要包括适当的比较数据。在财务绩效的关键指标上，包括财务回报、财务生存能力和预算绩效的综合指标在内，组织当前的和趋势如何，这些结果如何因市场细分和顾客群而不同。说明组织在财务绩效、税收贡献等方面的绩效结果。其中包括适当的比较数据。组织在纳税方面的以及适当的对比性数据。(30分)	发现绩效和绩效改进的速度、广度卓越，与适宜竞争对手或标杆对比处于领先，组织结果的测量指标完全对应要求，各过程、部门的结果协调一致，呈现可持续发展的有利趋势等情况不到位、成效不显著、缺少内容等，在基础分上进行扣分，一项扣3分或5分，扣分累加，扣完为止。		

表 A.1 质量管理水平评价评分表（续）

评价项目	一级评价内容	二级评价内容及分值	评分要求	得分	原因说明
	（五）资源利用结果（45分）				
		人力资源结果： 1)工作的组织与管理：管理层级和岗位数量、员工晋升率、员工流失率以及管理人员比例变化方面关键测量项目或指标方面和趋势如何。（5分） 2)绩效管理：全员劳动生产率、员工薪酬增长率等关键测量项目或指标方面和趋势如何。（5分） 3)学习与发展：人均培训时间和经费投入、员工发展方面的关键指标的和趋势如何。（5分） 4)员工权益与满意：员工满意和员工忠诚的关键测量项目或指标的和趋势如何。（5分）	发现绩效和绩效改进的速度、广度卓越，与适宜竞争对手或标杆对比处于领先，组织结果的测量指标完全对应要求，各过程、部门的结果协调一致，呈现可持续发展的有利趋势等情况不到位、成效不显著、缺少内容等，在基础分上进行扣分，一项扣0.5分，扣分累加，扣完为止。		

表 A.1 质量管理水平评价评分表（续）

评价项目	一级评价内容	二级评价内容及分值	评分要求	得分	原因说明
		其他资源的结果: 1)相关方关系资源结果: 供应商数量、长期合作供应商和合作伙伴的数量或比例、战略联盟的数量等关键绩效指标的和趋势。(5分) 2)财务资源结果: 预算准确率、应收账款回收率、资金周转率、财务成本等关键绩效指标的和趋势。(5分) 3)信息和知识资源结果: 信息系统的投资额、软件系统的开发和利用、知识资产的积累、分享和利用、最佳实践的识别和推广关键绩效指标的和趋势。(5分) 4)技术资源结果: 研发费用支出及其占销售收入的比例、新产品产值率、专利数量、科技进步奖数量关键绩效指标的和趋势。(5分) 5)基础设施资源结果: 基础设施完好率、利用率、办公场所和厂房面积、关键设备数量、基本建设投资额、技术改造投资额等关键绩效指标的和趋势。(5分)	发现绩效和绩效改进的速度、广度卓越, 与适宜竞争对手或标杆对比处于领先, 组织结果的测量指标完全对应要求, 各过程、部门的结果协调一致, 呈现可持续发展的有利趋势等情况不到位、成效不显著、缺少内容等, 在基础分上进行扣分, 一项扣0.5分, 扣分累加, 扣完为止。		

表 A.1 质量管理水平评价评分表（续）

评价项目	一级评价内容	二级评价内容及分值	评分要求	得分	原因说明
	(六) 过程有效性结果 (30分)	1) 过程有效性和效率：组织过程效率和有效性的结果如何。在关键工作和支持过程的运营绩效的关键测量项目或指标方面，包括生产率、周期时间以及其它适用的有效性、效率和创新的指标在内，组织的当前和发展趋势如何。这些结果与竞争对手和其他拥有类似过程的组织进行比较，结果如何。这些结果如何因过程类型而不同（适用时）。（15分） 2) 应急准备：组织的应急准备的结果如何。在对灾害或突发事件的准备的关 键测量项目或指标方面，组织当前和趋势如何。这些结果如何因地点或过程类 型不同（适用时）。（15分）	过程有效性结果在有效性和效率、应急准备方面成效显著得15分。发现绩效和绩效改进的速度、广度卓越，与适宜竞争对手或标杆对比处于领先，组织结果的测量指标完全对应要求，各过程、部门的结果协调一致，呈现可持续发展的有利趋势等情况不到位、成效不显著、缺少内容等，在基础分上进行扣分，一项扣2分或1分，扣分累加，扣完为止。		

表 A.1 质量管理水平评价评分表（续）

评价项目	一级评价内容	二级评价内容及分值	评分要求	得分	原因说明
	（七）创新结果（25分）				
		技术发展结果： 1）技术先进性：与国内外同行业竞争对手相比，组织主导产品或服务所具有的科技含量和附加值如何。（5分） 2）技术投入：与国内外同行业竞争对手相比，组织在研发投入、人员配置等方面的和趋势如何。组织在推出新产品、新服务的能力及新产品产值率等方面和趋势如何。（5分） 3）技术成果：与国内外同行业竞争对手比较，组织拥有技术专利的数量和如何。组织主导或参与国际、国家技术标准制修订数量，以及核心技术获得国家科学技术奖励情况如何。（5分）	发现绩效和绩效改进的速度、广度卓越，与适宜竞争对手或标杆对比处于领先，组织结果的测量指标完全对应要求，各过程、部门的结果协调一致，呈现可持续发展的有利趋势等情况不到位、成效不显著、缺少内容等，在基础分上进行扣分，一项扣0.5分，扣分累加，扣完为止。		

表 A.1 质量管理水平评价评分表（续）

评价项目	一级评价内容	二级评价内容及分值	评分要求	得分	原因说明
		管理创新成果： 1) 成果转化：组织在管理创新成果获奖及推广方面近三年绩效及趋势如何。（5分） 2) 经济效益：说明组织的核心技术为组织和全社会带来的经济效益近三年的及趋势如何。（5分）	发现绩效和绩效改进的速度、广度卓越，与适宜竞争对手或标杆对比处于领先，组织结果的测量指标完全对应要求，各过程、部门的结果协调一致，呈现可持续发展的有利趋势等情况不到位、成效不显著、缺少内容等，在基础分上进行扣分，一项扣1分或0.5分，扣分累加，扣完为止。		

表 A.1 质量管理水平评价评分表（续）

评价项目	一级评价内容	二级评价内容及分值	评分要求	得分	原因说明
	(八) 品牌结果 (20分)	1) 品牌评价: 组织提升产品品牌价值和效应方面采取的措施, 组织是否建立品牌评价机制, 如何开展品牌价值评价工作, 如何进行品牌资产评估。其方法和程序是什么。(10分) 2) 品牌成果: 近三年品牌建设取得哪些成果, 品牌建设是否保障战略目标的实现, 品牌收益的当前及趋势。如商标注册、驰名商标和名牌产品数量。品牌收益, 如组织知名度、用户满意度和忠诚度及经济效益增长率, 以及名牌产品的效应, 带动地区经济建设发展的作用等。(5分) 3) 品牌国际化: 组织如何设计、实施品牌国际化, 如何结合组织品牌发展规划推进品牌国际化工作, 品牌国际化的当前及绩效预测。(5分)	发现绩效和绩效改进的速度、广度卓越, 与适宜竞争对手或标杆对比处于领先, 组织结果的测量指标完全对应要求, 各过程、部门的结果协调一致, 呈现可持续发展的有利趋势等情况不到位、成效不显著、缺少内容等, 在基础分上进行扣分, 一项扣0.5分, 扣分累加, 扣完为止。		

表 A.1 质量管理水平评价评分表（续）

评价项目	一级评价内容	二级评价内容及分值	评分要求	得分	原因说明
	(九) 社会效益 (20分)	1) 社会责任: 近5年未发生过重大违法违规行为, 未发生重大质量安全、环境污染、安全生产、公共卫生等事故, 未引发重大群体性事件。有效发挥标杆示范作用, 带头履行社会责任, 倡导生态文明, 走低碳发展、循环发展和绿色发展之路, 以建设美丽中国为使命进行责任治理、落实责任措施, 责任绩效和其他公益绩效突出, 具有良好的社会形象。组织如何实施行业引领, 在行业引领方面的方法、展开、学习和整合, 在行业进步中有带动作用, 推动行业又好又快发展做出突出贡献。组织如何实施区域带动, 在区域带动方面的方法、展开、学习和整合, 在带动区域发展等方面发挥积极作用, 为推动区域经济社会又好又快发展做出突出贡献。(10分) 2) 社会影响: 组织的产值、利税、市场占有率等各项经济指标居于行业前列, 社会影响巨大, 为保障和改善民生, 推动经济社会又好又快发展做出突出贡献。(10分)	社会效益在社会责任、社会影响方面成效显著得20分。发现绩效和改进的速度、广度卓越, 与适宜竞争对手或标杆对比处于领先, 组织结果的测量指标完全对应要求, 各过程、部门的结果协调一致, 呈现可持续发展的有利趋势等情况不到位、成效不显著、缺少内容等, 在基础分上进行扣分, 一项扣2分或1分, 扣分累加, 扣完为止。		

表 A.1 质量管理水平评价评分表（续）

评价项目	一级评价内容	二级评价内容及分值	评分要求	得分	原因说明
	(十) 领导方面结果(25分)	1) 在实现战略目标方面的战略目标实现率、实际计划完成率、关键绩效指标达成率等关键绩效指标当前的和趋势；组织在贯彻落实党和国家方针政策，获得自治区、以及国内外表彰奖励情况如何。（5分） 2) 在组织治理方面的关键指标的当前和趋势。相关方权益、内外部审计结果及其利用。（5分） 3) 公共责任：组织在节能减排、保护环境、职业健康和安全事故、产品质量安全事故以及应急准备与响应等方面关键绩效指标的当前和趋势如何。（5分） 4) 道德行为：组织在遵纪守法、诚信经营、公平竞争的道德规范等方面绩效的当前和趋势如何。顾客、供方以及相关机构对组织诚信程度的评估。（5分） 5) 公益支持：组织参与社会公益活动、创造就业机会、提高区域就业率、树立对社会负责的良好形象等方面绩效如何。（5分）	发现绩效和绩效改进的速度、广度卓越，与适宜竞争对手或标杆对比处于领先，组织结果的测量指标完全对应要求，各过程、部门的结果协调一致，呈现可持续发展的有利趋势等情况不到位、成效不显著、缺少内容等，在基础分上进行扣分，一项扣0.5分，扣分累加，扣完为止。		
合计	1000				