

### 天津质量奖 第 3 部分：制造业评价规范

Tianjin quality award—  
Part 3:Evaluation specification of manufacturing industry

2021 - 01 - 21 发布

2021 - 01 - 25 实施

---

## 目 次

前 言 .....	II
引 言 .....	III
1 范围 .....	1
2 规范性引用文件 .....	1
3 术语和定义 .....	1
4 评价要素 .....	1
5 评价要求 .....	2
5.1 质量 .....	2
5.2 创新 .....	4
5.3 品牌 .....	5
5.4 效益 .....	6

# 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。

DB12/T 630《天津质量奖》分为五个部分：

- 第1部分：评价总则；
- 第2部分：评审规程；
- 第3部分：制造业评价规范；
- 第4部分：建筑业评价规范；
- 第5部分：服务业评价规范。

本文件为DB12/T 630的第3部分。

本文件代替DB12/T 630—2016《天津质量奖卓越模式》和DB12/T 631—2016《天津质量奖评审规程》，与DB12/T 630—2016和DB12/T 631—2016相比，除结构调整和编辑性改动外，主要技术变化如下：

- a) 增加天津质量奖（制造业）评价要素（见第4章）；
- b) 删除术语和定义的内容（见2016版的第3章）；
- c) 删除卓越模式要求（见2016版的第4章）；
- d) 删除天津质量奖卓越模式实施指南（见2016版的附录A）；
- e) 删除卓越模式评价准则评分条款分值表（见2016版的附录B）；
- f) 删除核心理念（见2016版的附录C）；
- g) 删除评分方法（见2016版的附录D）；
- h) 删除RADA评分矩阵（见2016版的附录E）；
- i) 删除参考文献（见2016版的参考文献）。

本文件由天津市市场监督管理委员会提出并归口。

本文件起草单位：天津大学、天津中质管理咨询有限公司。

本文件主要起草人：何桢、张凤泉、吴利蕊、陈莹、党代柱、陈晨。

本文件及其所代替文件的历次版本发布情况为：

- 2016年首次发布为DB12/T 630—2016、DB12/T 631—2016；
- 本次为第一次修订。

## 引 言

为落实高质量发展的理念，发挥天津质量奖激励引导作用，推进我市各行各业提高发展的质量和效益，提升质量文化、加快质量创新、追求质量卓越，不断提升质量供给水平，增强我市综合实力，根据《中华人民共和国产品质量法》，结合《中共天津市委 天津市人民政府关于加快推进质量立市战略开展质量提升行动的实施意见》、《天津质量奖管理办法》及质量发展的新要求，制定本文件。

本文件各部分适用范围及规范内容不同，因此分为5部分。本文件为第3部分，主要规范天津质量奖（制造业）评价要求。

# 天津质量奖

## 第3部分：制造业评价规范

### 1 范围

本文件规定了天津质量奖制造业申报组织的评价要求。

本文件适用于天津质量奖制造业申报组织的评价，也可用于制造业组织追求卓越的自我评价。

### 2 规范性引用文件

本文件没有规范性引用文件。

### 3 术语和定义

本文件没有需要界定的术语和定义。

### 4 评价要素

申报天津质量奖的制造业组织评价要素包括质量、创新、品牌和效益四部分，由4个一级指标、10个二级指标和30个三级指标组成，各级评价指标见表1。

表1 天津质量奖（制造业）评价指标

一级指标	二级指标	三级指标
质量	质量发展	质量文化
		质量战略
		质量基础
		质量教育
		质量改进
	质量安全	质量责任
		质量体系
		质量诚信
		过程管理
		风险管理
	质量水平	过程质量
		结果质量
	质量创新	理论模式
		技术方法
改进攻关		

表1 天津质量奖（制造业）评价指标（续）

一级指标	二级指标	三级指标
创新	技术创新	技术先进性
		创新能力
	创新价值	经济价值
		社会价值
品牌	品牌建设	品牌规划
		品牌推广
		品牌维护
	品牌成果	品牌价值与效应
效益	经营绩效	品牌国际化
		财务绩效
		关键过程绩效
		人力资源绩效
	社会效益	顾客与市场绩效
		社会责任
		社会影响

## 5 评价要求

### 5.1 质量

#### 5.1.1 质量发展

##### 5.1.1.1 质量文化

考察组织特色质量文化建设及其成效，内容应包括：

- 形成具有特色的、行业优秀的质量文化；
- 建立质量文化建设的相关制度机制；
- 质量文化被全体员工所接受，并在生产经营活动中践行。

##### 5.1.1.2 质量战略

考察质量战略的制定及其实施效果，内容应包括：

- 将质量作为企业发展的核心战略，或作为企业发展战略的重要组成部分，在组织的使命、愿景和价值观中体现了质量元素；
- 为实施质量战略制定了专门的、切实可行的规划，并组织实施；
- 组织的主要负责人重视并亲自推动质量战略工作；
- 建立强有力的组织和制度机制，保证质量发展战略的实施；
- 实施质量战略产生的近期效果和长远影响。

##### 5.1.1.3 质量基础

考察质量基础能力建设情况，内容应包括：

- 建立完善的质量管理体系、环境管理体系和职业健康安全管理体系；

- 建立完善的组织标准体系和标准化工作体系，积极参与国际、国家、行业标准化工作；
- 建立完善的计量体系，计量检测能力和水平突出；
- 确保质量战略所需的人力、财物等资源投入；
- 建立质量控制和质量管理的信息化系统；
- 建立完善的售后服务与技术支持体系。

#### 5.1.1.4 质量教育

考察质量方面的教育培训及专业技术人员建设情况，内容应包括：

- 制定各种质量培训计划，通过分层施教、分人施教，对组织内各层次人员开展系统、定期的质量教育培训；
- 注重产业工人和一线员工职业技术培训，持续提高劳动者素质和质量意识；
- 重视专业技术人员的培养与使用，拥有一大批稳定的熟练技术工人，关键岗位人员具备国家规定的职业资格。

#### 5.1.1.5 质量改进

考察质量改进制度建设和实施效果，内容应包括：

- 开展重大质量创新改进和技术改造项目攻关，解决了行业共性质量难题，对促进行业质量提升发挥积极作用；
- 广泛开展大规模群众性质量小组活动，近两年获得质量攻关活动奖励情况。

### 5.1.2 质量安全

#### 5.1.2.1 质量责任

考察落实质量责任及相关制度建设情况，内容应包括：

- 系统地关注、了解相关法律法规及标准规定的质量要求，并在生产经营活动中主动遵守；
- 建立健全的质量安全责任体系，各层级、各岗位均有质量安全责任人；
- 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；
- 履行质量担保责任、缺陷产品召回等法定义务，依法承担质量损害赔偿责任。

#### 5.1.2.2 质量体系

考察质量管理体系建设及实施情况，内容应包括：

- 有效实施质量、环境、职业健康安全等管理体系并获得认证；
- 建立完善的质量监管体系、组织标准体系和标准化工作体系，并推动实施；
- 建立健全质量安全追溯体系、质量控制和质量管理的信息化系统以及完善的售后服务与技术支持体系。

#### 5.1.2.3 质量诚信

考察质量诚信意识及实践情况，内容应包括：

- 具有强烈的质量诚信意识，建立质量诚信管理相关制度，并推动实施；
- 定期发布质量信用报告，执行重大质量事故主动报告制度等；
- 质量信用记录及外部评价情况良好。

#### 5.1.2.4 过程管理

考察过程管理及其成效，内容应包括：

- 具有强烈的过程管理意识，有效实施产品生命周期管理；
- 使用适宜的方法开展过程识别、设计、实施与改进。

#### 5.1.2.5 风险管理

考察质量安全风险管理及其成效，内容应包括：

- 具有强烈的风险管理意识，建立质量安全风险预防与管控体系；
- 收集、识别潜在的质量安全风险信息；
- 分析、研判质量安全风险，制定相应的风险防控预案，采取有效措施消除或降低质量安全隐患；
- 建立完善质量安全风险应急处理机制；
- 健全质量安全追溯体系。

### 5.1.3 质量水平

#### 5.1.3.1 过程质量

考察过程质量要素的控制情况，内容包括但不限于质量、安全、周期、生产率、节能降耗、环境保护、成本等。

#### 5.1.3.2 结果质量

考察结果质量的内容应包括：

- 主导产品执行标准的技术水平及获得国内外认证情况；
- 与国内外同类产品相比，产品质量合格率、产品关键质量指标的具体情况及其发展趋势；
- 近三年获得国内外质量奖励情况；
- 与国内外同类产品相比，主导产品的顾客满意度水平及趋势。

### 5.1.4 质量创新

#### 5.1.4.1 理论模式

考察理论模式的内容应包括：

- 提出了创新性、具有重大突破的质量管理新理论；
- 采用了适宜且成熟度较高、具有推广意义的质量管理新模式；
- 理论模式创新成果得到实施并取得成效，具有推广应用价值。

#### 5.1.4.2 技术方法

考察技术方法应包括针对具体质量问题，提出的创新性的质量管理方法、技术或工具，取得的实际效果以及具备推广的应用价值。

#### 5.1.4.3 改进攻关

考察改进攻关内容应包括：

- 开展重大质量创新改进和技术改造项目攻关，解决了行业共性质量难题，对促进组织及行业质量技术进步发挥积极作用；
- 广泛开展大规模群众性质量活动（质量攻关活动等）并取得成效。

## 5.2 创新



## 5.2.1 技术创新

### 5.2.1.1 技术先进性

考察拥有核心技术的先进性水平，内容应包括：

- 核心技术获得国家科学技术奖励情况；
- 主导产品所具有的科技含量和附加值；
- 主导或参与国际、国家标准制修订数量；
- 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水平。

### 5.2.1.2 创新能力

考察技术创新机制、能力及效果，内容应包括：

- 与国内外同行业竞争对手相比，在研发方面的经费投入数额及其占销售收入的比例、人员配置与平台建设的情况；
- 与国内外同行业竞争对手相比，推出新产品、新服务的能力及新产品产值率；
- 建立以市场为导向、产学研相结合的技术创新体系，发展成为集研发、设计、制造和系统集成于一体的创新型组织；
- 将技术创新作为提高质量的抓手，应用新技术、新工艺、新材料，研发具有核心竞争力、高附加值和自主知识产权的创新性产品，提升产品档次和服务水平。

## 5.2.2 创新价值

### 5.2.2.1 经济价值

考察核心技术的直接和间接经济效益，内容应包括：

- 核心技术为组织和全社会带来的经济效益，包括通过技术转让、增收节支、提高效率、降低成本获得的新增利润、税收的金额，以及其他社会方面由于使用该项技术而产生的经济收益；
- 核心技术对增强组织市场竞争力的促进作用，如适应市场需求、替代进口产品、突破技术壁垒进入国际市场等。

### 5.2.2.2 社会价值

考察技术发挥的社会价值，内容应包括：

- 核心技术在推动科学技术进步、产业发展中发挥的作用；
- 核心技术在保护自然资源和生态环境中发挥的作用；
- 核心技术在提高国防能力、保障国家和社会安全中发挥的作用；
- 核心技术在改善人民物质文化生活和健康水平中发挥的作用。

## 5.3 品牌

### 5.3.1 品牌建设

#### 5.3.1.1 品牌规划

考察品牌规划的做法，内容应包括：

- 将品牌建设纳入组织总体发展战略；
- 识别和确立品牌定位和价值，制定明确的品牌发展战略规划并实施；
- 创建以质量为核心要素的品牌文化，实现质量与品牌的相互促进、共同提升。

### 5.3.1.2 品牌推广

考察品牌推广的基础与做法，内容应包括：

- 拥有完善的品牌管理组织体系及专业人员；
- 品牌推广投入经费及其占销售收入的比例；
- 按照品牌战略规划，开展品牌营销与推广，持续提升品牌知名度、品牌影响力和品牌形象；
- 了解顾客的需求和期望，建立良好的顾客关系，建立品牌的美誉度和忠诚度。

### 5.3.1.3 品牌维护

考察顾客投诉处理、品牌危机处理、品牌保护及品牌评价方面的做法，内容应包括：

- 妥善处理顾客投诉，确保投诉得到有效、快速的解决，最大限度减少顾客不满和业务流失；
- 构建有效的品牌危机处理机制，妥善处置突发品牌危机事件；
- 采取有效的品牌保护措施，防止品牌侵权行为，维护品牌形象及品牌自身利益；
- 定期评估品牌建设成效，采取有效措施改进品牌管理。

## 5.3.2 品牌成果

### 5.3.2.1 品牌价值与效应

考察品牌效应建设成果，内容应包括：

- 主导品牌产品国内外市场占有率及排名；
- 与国内外同行业比较，品牌价值及其变化趋势；
- 品牌知名度、美誉度与忠诚度。

### 5.3.2.2 品牌国际化

考察品牌国际化发展程度，内容应包括：

- 具备国际化的管理运营架构，利用全球化资源开展国际市场竞争；
- 拥有完整的全球化品牌规划；
- 主导品牌产品的国际市场出口国家数量、年出口创汇数额及其占其总销售收入的比例。

## 5.4 效益

### 5.4.1 经营绩效

#### 5.4.1.1 财务绩效

考察财务绩效，内容应包括：

- 近三年主营业务收入、投资收益、利润总额、销售额等关键财务指标水平及其趋势，包括与行业标杆或主要竞争对手的对比性数据；
- 近三年人均产值、人均利润、人均销售额水平及其趋势，包括与行业标杆或主要竞争对手的对比性数据；
- 近三年万元总产值综合能耗水平及其趋势，包括与行业标杆或主要竞争对手的对比性数据。

#### 5.4.1.2 关键过程绩效

考察近三年全员劳动生产率、质量、成本、周期以及其它适用的有效性、效率和创新指标的当前水平和发展趋势，应重点关注各考察指标的对比性数据。

#### 5.4.1.3 人力资源绩效

考察近三年组织管理、员工绩效管理、员工学习和发展、员工权益与满意程度等方面的关键绩效指标的当前水平和趋势，应重点关注各考察指标的对比性数据。

#### 5.4.1.4 顾客与市场绩效

考察顾客与市场绩效，内容应包括：

——近三年顾客方面的结果，应包括但不限于以下方面：

- 顾客满意的关键绩效指标及其当前水平和趋势；
- 顾客满意与竞争对手和本行业标杆对比的结果；
- 顾客忠诚的关键绩效指标及其当前水平和趋势。

——近三年市场占有率、市场地位、业务增长或新增市场等指标的当前水平和趋势，应包括：

- 与竞争对手和本行业标杆的对比结果；
- 在国内外同行业中的水平。

#### 5.4.2 社会效益

##### 5.4.2.1 社会责任

考察履行社会责任及其社会影响情况，内容应包括：

——确立以质量安全、促进可持续发展为基本要求的社会责任理念，建立履行社会责任的机制，将履行社会责任融入组织经营管理决策；

——建立保障员工、顾客及利益相关方人权的相关机制；

——建立以人为本的人力资源管理体系，保障和改善员工的职业健康安全等合法权益，员工满意度和契合程度高；

——积极履行节能减排、保护环境的责任，实现可持续发展；

——遵守法规纪律、诚信经营、公平竞争的道德规范；

——尊重消费者权益，保障消费者健康和安全，妥善解决争议和赔偿；

——将质量管理的成功经验和先进方法向产业链两端延伸推广，带动行业整体质量水平提升与产业优化升级；

——发挥对中小组织的带动提升作用，引领新产品开发和品牌创建，带动中小组织实施技术改造升级和管理创新，提升专业化分工协作水平和市场服务能力，增强产业链和组织集群的质量竞争力；

——促进和带动区域特色产业发展，形成区域产业集群，创造就业机会，提高区域就业率，积极参与社区活动，支持区域教育和文化发展；

——积极参与社会公益活动，树立对社会负责的良好形象。

##### 5.4.2.2 社会影响

考察社会影响情况，内容应包括：

——贯彻落实党和国家方针政策，获得国内外表彰奖励；

——通过经营活动产生巨大的社会影响，推动社会进步、保障国家安全，树立良好形象。