

T/HEBQIA

团 体 标 准

T/HEBQIA XXXX—XXXX

质量提升建设规范

(征求意见稿)

XXXX—XX—XX 发布

XXXX—XX—XX 实施

河北省质量信息协会 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 建设原则 1

5 基本条件 1

6 建设方式 1

7 建设内容及基本要求 2

内部讨论资料 严禁非授权使用

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。

本文件由河北科技大学提出。

本文件由河北省质量信息协会归口。

本文件起草单位：河北科技大学、X X X X X X。

本文件主要起草人：X X X、X X X。

内部讨论资料 严禁非授权使用

质量提升建设规范

1 范围

本文件规定了质量提升单位的建设原则、基本条件、建设方式和建设内容。
本文件适用于创建质量提升单位的企业。

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 19580 卓越绩效评价准则
GB/T 29490 企业知识产权合规管理体系 要求
GB/Z 19579 卓越绩效评价准则实施指南

3 术语和定义

本文件没有需要界定的术语和定义。

4 建设原则

- 4.1 问题导向。创建质量提升单位的企业应首先对企业进行质量诊断，根据质量诊断结果，精准有效施策，解决影响企业质量提升突出问题，补齐质量短板，推动企业质量全面提升。
- 4.2 管理创新。推广先进质量管理方法和工具，促进质量管理创新，提高质量管理水平。
- 4.3 力求实效。以提升顾客满意度为出发点和落脚点，有效提升示范企业质量建设，推进质量文化和品牌建设，增强顾客满意度。

5 基本条件

创建质量提升单位的企业应具备下列基本条件：

- a) 有合格的资质，无不良经营记录；
- b) 标准引领作用明显，标准体系建设有创新；
- c) 法定计量检定规范，计量体系建设完善；
- d) 有质量认证，采用先进的质量管理模式；
- e) 检验检测机构健全，设备先进，能力验证好；
- f) 在新能源、新材料、新技术、新发明有新突破；
- g) 产品质量检测合格率较上年有提高；
- h) 服务能力增强，服务质量客户满意度高；
- i) 绿色、高端、优质产品市场占有率增加；
- j) 政府给予年度质量奖励或评选为行业先进。

6 建设方式

- 6.1 企业可根据自身发展需求，选择一种或多种质量建设项目来提升企业质量水平。
- 6.2 企业质量提升建设的方法、路径、措施，应结合企业实际，不断更新和扩展相应的方法和内容。
- 6.3 企业质量提升建设可由企业自身通过学习主导实施，也可聘请专家进行指导和可聘请第三方机构进行辅导。

7 建设内容及基本要求

7.1 制定质量战略规划

企业根据自身情况，系统分析制度环境、市场环境、技术环境等外部环境以及技术研发、制造与品质管理、采购与库存、人力资源等内部条件，制定形成包括企业质量战略指导方针、原则、质量发展目标、质量实施计划等内容的质量战略规划，保障企业高质量发展。

7.2 夯实质量基础设施服务

7.2.1 计量

7.2.1.1 提升计量专业技术人员素质

企业可通过宣传《中华人民共和国计量法》等普法活动、参与系列计量讲座等途径，提升企业计量管理人员能力素质与计量工作人员基础知识，增强全体职工计量意识。计量工作人员应做到对计量设备的使用操作充分熟悉。

7.2.1.2 建立计量管理制度

企业可根据生产经营和计量管理实际，建立必要的计量规章制度，保证企业计量检测工作有效开展。

7.2.1.3 加强专业设备管理

7.2.1.3.1 企业应制定专业设备管理程序文件，规定设备的验收、流转、运输、储存和处置等活动的要求，防止设备错用、误用、损害以及计量特性发生变化。

7.2.1.3.2 企业计量人员进行内部计量器具自检/校时，应仔细熟读器具配备的使用说明与操作守则，并按照相应的检定规程或校准规范实施检/校。

7.2.1.3.3 企业检查监督人员应按管理制度规定对设备进行随机抽查，降低不正确测量结果的风险。

7.2.2 标准

7.2.2.1 完善产品标准体系

企业可根据市场和顾客的需求，结合自身的技术和资源优势，对产品结构、规格、质量特性和检验/验证作出科学的、可验证的技术规定，制定并完善自身产品标准体系。

7.2.2.2 提升企业标准化能力

7.2.2.2.1 建立企业标准化体系

企业可从标准化本质属性、基本内涵和特征等出发，建立符合企业实际的标准化体系，并提升标准化体系的科学性、民主性、系统性、权威性、服务性。

7.2.2.2.2 实施企业标准化良好行为

企业可通过规范化服务管理、完善生产过程管理、制定实施技术标准、制定实施绩效考核标准，兼容整合各个体系等标准化良好行为，实现管理体系精练高效，提升企业经济效益与社会效益。

7.2.2.2.3 积极参与国家、行业、地方、团体标准制定

企业可积极参与国家、行业、地方、团体标准制定，提升企业和产品的核心竞争力。

7.2.2.2.4 积极参与国际国内标准化活动

企业可通过承担ISO、IEC、ITU等国际标准专业技术机构的国内技术对口单位，直接（间接）参与国际标准化活动；也可通过承担国家和省市标准化试点示范项目，主导或参与国家、行业、地方、团体标准的制修订，以及承担国家和省市标准化专业技术委员会等工作，积极参与国内标准化活动。

7.2.3 检验检测

7.2.3.1 企业应依托检验检测机构的先进检验设备与专业化的技术优势、人才优势，开展产品抽样检验，全面提升产品质量。

7.2.3.2 企业应组织检验检测人员参加相关培训，培养专业性强、素质过硬的检验检测人才队伍，提升企业自身检测能力，壮大企业质量管理队伍。

7.2.4 认证认可

7.2.4.1 企业应积极通过质量管理体系、环境管理体系、职业健康安全管理体系、食品安全体系认证、HACCP 认证等，强化企业管理规范性和系统性，加快公司标准化进程，持续提升服务品质。

7.2.4.2 企业应根据自身发展情况，积极开展质量管理体系、环境管理体系、职业健康安全管理体系认证，COC 认证、CE 认证、UL 认证、ROHS 认证，以及绿色产品认证，有机产品认证、CNAS 认可等与企业自身实际相应的各类认证认可。

7.2.5 公共服务平台保障

企业应充分利用各类公共服务平台与技术创新、标准制定、质量提升、品牌管理、知识产权应用等有关的信息、活动、服务机构等资源，加强自身质量提升建设，规范企业市场化运作，完善和保障企业的各项质量工作。

企业宜利用各类公共服务平台的服务，加强自身质量工作推进的保障，内容可包括但不限于：

- 信息服务。利用各类公共服务平台获取或查询各行业领域相关的法律法规、政策、技术、产品、标准、人才、市场等各类信息服务；
- 培训服务。借助各类公共服务平台为企业经营者、专业技术人员、生产一线员工等提供不同程度的质量培训，提高企业各类人员的整体素质；
- 技术创新服务。借助各类公共服务平台在产品的设计、技术咨询、知识产品战略实施、清洁生产等方面的服务，提升自主研发新产品、新技术的能力，提升产品、服务的质量；
- 质量指导服务。推广各类公共服务平台先进质量管理方法和产品标准，建立健全质量工作的管理制度，培养质量管理的专业人员，申请企业相关产品体系认证，积极参与“中国质量奖”、当地省、市政府质量奖等评选活动。

7.2.6 知识产权管理提升

7.2.6.1 企业根据自身经营、管理、发展的需求，按 GB/T 29490 的规定，从激励创造、灵活运用、全面保护、系统管理等方面，建立并完善知识产权管理体系。

7.2.6.2 企业根据自身需求，推进知识产权系统管理工作，灵活运用知识产权挖掘与布局、专利防侵权检索与风险规避设计等，改善市场竞争地位，支持企业持续发展。

7.2.6.3 企业对拥有的自主知识产权的技术进行整体规划和有效管理，根据知识产权的性质采取不同的保护措施，系统保护知识产权，提升企业核心竞争力。

7.3 导入先进质量管理方法

7.3.1 卓越绩效评价

以顾客为导向，结合自身实际，企业可按GB/T19580、GB/Z 19579的规定，从领导、战略、顾客和市场、测量分析改进、人力资源、过程管理、经营结果等方面实施卓越绩效导入，提高顾客满意度，强化企业创新活动。

7.3.2 首席质量官制度

7.3.2.1 企业可通过聘请或培育首席质量官，建立适合自身的首席质量官制度。

7.3.2.2 由首席质量官承担企业质量规划、质量改进过程管理、质量文化体系建设等职能，通过推行先进的质量管理方法，塑造企业品牌形象。

7.3.2.3 推动首席质量官以系统的知识、经验和实践，通过开展质量诊断、质量状况分析等方式，为当地中小型民营企业提供义务质量咨询、点对点质量帮扶，促进全行业质量提升。

7.3.3 精益生产

企业可通过实施精益生产，运用准时化生产（JIT）、5S与目视化管理、看板管理（Kanban）、标准化作业（SOP）、全面生产维护（TPM）、运用价值流图来识别浪费（VSM）、生产线平衡设计、拉动生产（PULL）、快速切换（SMED）、持续改善（Kaizen）等十大工具，以最大限度减少企业生产所占用的资源和降低企业管理和运营成本。

7.3.4 零缺陷质量管理

企业可通过实施零缺陷质量管理，着重强调预防系统控制和过程控制，以“零缺陷”为质量目标，从一开始就本着严肃认真的态度把工作做得准确无误，在生产中从产品的质量、成本与消耗、交货期等方面进行合理安排，保证各环节各层面要素的缺陷趋向于“零”。

7.3.5 六西格玛管理

企业可通过实施六西格玛管理，基于制定极高的目标、收集数据以及分析结果，减少产品和服务的缺陷，从界定、测量、分析、改进、控制五个环节的完整工作流程，通过不断地改进流程加强对偏离的控制，使结果与目标保持高度一致。

7.3.6 QC小组（质量管理小组）

企业可通过实施QC小组，以提高改善产品质量、降低损耗、优化环境、改善管理、提高职工素质等为选题，把生产现场或工作岗位上的职工自愿组织起来，运用质量管理的基本理论和方法，通过开展周期短、见效快的若干群众性质量管理活动，解决工作现场所存在的问题，达到质量改善的目的。

7.3.7 其他

企业可根据自身质量提升建设的实际需求，导入适合自身质量发展的各种先进质量管理方法。

7.4 品牌培育战略

7.4.1 品牌策划

7.4.1.1 企业明确自身品牌建设策略，分析并确定品牌的市场定位和发展模式。

7.4.1.2 企业结合自身产品和发展实际，建立品牌视觉识别系统。品牌视觉识别系统主要包括：

- 基础规范体系。深挖与企业文化内涵相适应的品牌精神、品牌故事，经适度的关联策划与创意设计后，将其转化为可与优质产品产生关联想象且易于深入人心产生强烈记忆的品牌符号品牌口号（广告语）、标准基础元素体系（如：标志、印刷专用字体、辅助图形等）、标准色彩体系等；
- 应用规范系统。将品牌符号、品牌口号（广告语）以及标准基础元素体系、标准色彩体系等具体

要求集合不同场景、不同的衍生载体进行应用规范，包括但不限于：

- 建立品牌包装体系；
- 制作品牌宣传片；
- 在办公场景、媒体场景下的场景设计；
- 旗帜、服饰、车体外观、媒体广告、再生工具、吉祥物等载体应用等。

7.4.1.3 结合企业自身产品实际，根据不同市场定位的需要，完善企业商品体系，形成品牌产品线体系，呈现不同的市场定位、质量档次等，对应完善相应的知识产权体系、商品及规格标准体系等。

7.4.1.4 结合当地省、市政府质量奖推荐等省、市关于品牌建设的相关管理办法要求，引导和完善企业品牌体系建设，增强企业品牌建设能力和品牌影响力。

7.4.2 品牌管理

7.4.2.1 企业在品牌管理中根据行业实际建立卓越的信誉，争取客户、行业、媒体、政府部门等不同主体的广泛支持，与客户建立亲密的关系，增加客户亲身体验的机会等。

7.4.2.2 企业在品牌运维中充分考虑品牌和产品的定位、质量、宣传、保护等方面实施策略，在实际操作过程中规范化运营，推动产品质量的提升，带动品牌效应的辐射。

7.4.3 品牌营销

企业结合行业环境与自身特点，运用多维营销渠道树立鲜明的品牌个性，做到有效整合、巧妙传播，提升品牌知名度。主要的营销渠道包括但不限于：

- 适时举办品牌发布会以及持续有计划的品牌推介会；
- 承办或参加各自专业行业领域的各类展会、论坛等，参与行业交流；
- 充分整合媒体资源，构建线上、线下品牌传播体系，推动品牌实现广泛的曝光度，扩大知名度和影响力。

7.5 加强质量人才培养

7.5.1 培养路径

7.5.1.1 质量知识科学普及

企业可通过开展质量知识的科学普及教育，营造全员重视质量的浓厚氛围，建立企业质量文化环境，增强员工质量意识。

7.5.1.2 质量方法专题培训

企业可结合行业及自身实际，对质量管理人员、岗位专业技术人员等进行专项的质量方法培训，对关键岗位严格考核并持证上岗。

7.5.1.3 质量人才战略实施

企业可通过计划组织和实施企业质量人才战略，建立并完善质量人才培养体系，规划和实施包括战略准备、战略制定、战略规划、战略实施等阶段在内的不同内容。

7.5.2 培养方式

包括但不限于：组织开展专项质量大会、沙龙活动、专家讲座、派员参加质量培训课程、赴质量工作突出的企业参观学习等。

7.5.3 绩效考核

企业对参与质量人才培养的人员进行绩效考核。考核方式包括但不限于：调查评估法、定性评估法、动态评估法等，考核过程和结果应形成记录。

7.6 提升质量文化建设

7.6.1 创建质量文化氛围

企业应优化完善具有自身特色的质量文化精神，并通过宣传展板、质量文化墙等形式加强质量文化的宣传，营造良好的质量文化氛围。具体的展现形式包括但不限于：

- 设置点位，制作展板、标识标牌、画册等，展示企业质量提升工作特色和亮点，供全体员工了解企业质量工作全貌；
- 利用 LED 屏等，滚动播放质量提升宣传词等。

7.6.2 提升质量意识

7.6.2.1 企业可结合“质量月”“开放日”等主题，广泛开展与质量工作有关的劳动技能竞赛、QC 小组、班组管理、质量攻关、合理化建议等群众性质量活动，加强优秀质量成果的内部推广和外部交流，并根据活动开展及材料，编制形成群众性质量工作典型案例，加强企业质量宣传，提升员工质量意识。

7.6.2.2 企业应加强质量安全文化建设，明确各部门在质量安全文化建设中的具体职责，通过部门联动，以案例交流、研讨等形式，让“讲质量保安全”成为员工自觉的意识和行动。

7.7 其他

企业可结合自身实际，选择适宜自身质量提升建设的方法、路径和措施。