

ICS 03.120.10
A 00

DB63

青 海 省 地 方 标 准

DB63/T 1460—2016

青海省质量奖 评价准则

2016 - 03 - 21 发布

2016 - 05 - 01 实施

青海省质量技术监督局

发布

前 言

本标准按照GB/T 1.1-2009的规则编写。

本标准由青海省标准化研究所、青海省质量管理协会提出。

本标准由青海省质量技术监督局归口。

本标准起草单位：青海省质量管理协会、青海省质量技术监督局质量管理处、青海省标准化研究所。

本标准主要起草人：张永红、严菁、薛基富、党宁一、张素梅、王健。

引 言

本标准按照《青海省质量奖评审规则》、《青海省质量奖评审要点》要求的三个方面：基本情况，包括质量、技术、品牌和效益等；关键指标，包括产品质量合格率、获得省部级以上质量和科技奖励、主导品牌产品国内外市场占有率、顾客满意度等；否决事项，包括质量安全状况、遵纪守法情况及质量监督抽查情况等，细化规定了青海省质量奖的评价要求。

为引导全省各类单位追求卓越管理，提高组织经营绩效，促进经济社会持续健康发展，根据《中华人民共和国产品质量法》、《青海省质量奖管理办法》、《青海省质量奖评审规则》、《青海省质量奖评审要点》和国务院《质量发展纲要（2011-2020）》有关规定特制定本标准。

本标准的附录 A 对青海质量奖评价准则 4.1 至 4.4 四个条款中的的过程条款和结果条款给予划分，并给出了成熟度的评价方法，以用于进行定性评价和定量评分。

本标准的附录 B 对青海质量奖评价准则 4.1 至 4.4 四个条款内容给予细化和提出评分重点内容，为指导和实施质量奖评价提供了参考要求。

青海省质量奖 评价准则

1 范围

本标准规定了青海省质量奖评价的术语和定义、评价原则、评价要素和评分规范。

本标准适用于青海省质量奖评价过程的材料评审和现场评审,也可为各行各业从事质量推进工作的人员追求卓越绩效提供自我评价的参考。

2 规范性引用文件

下列文件对于本文件的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件,仅所注日期的版本适用于本文件。凡是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。

下列文件对于本文件的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件,仅所注日期的版本适用于本文件。凡是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 19030 质量工程 术语

GB/T 19580 卓越绩效评价准则

GB/Z 19579 卓越绩效评价准则实施指南

3 术语与定义

GB/T 19030、GB/T 19580和GB/T 19000所确立的及下列术语和定义适用于本标准。

3.1

青海省质量奖

是青海省人民政府授予的在青海省质量领域的最高政府性荣誉,授予青海省具有独立法人资格,实施卓越绩效管理,有广泛的社会知名度和影响力,在行业内处于领先地位,取得显著经济效益和社会效益的组织。

3.2

组织

本标准所称“组织”,是指在青海省境内合法注册的法人组织,包括一、二、三产业中从事生产、服务、研究、设计、教育、医疗卫生、文化、建设等工作的各类组织。

注:改写GB/T 19000-2008,定义 3.3.1。

3.3

使命

组织存在的价值,是组织所应承担并努力实现的责任。

[GB/T 19580 - 2012, 定义3.2]

3.4

愿景

组织对未来的展望，是组织实现整体发展方向和目的的理想状态。

[GB/T 19580 - 2012, 定义3.3]

3.5

价值观

组织所崇尚文化的核心，是组织的行为准则。

[GB/T 19580 - 2012, 定义3.4]

3.6

治理

在组织的监管中实行的管理和控制系统。包括批准战略方向、监视和评价高层领导绩效、财务审计、风险管理、信息披露等活动。

[GB/T 19580 - 2012, 定义3.5]

3.7

质量管理

在质量方面指挥和控制组织的活动。

注：在质量方面的指挥和控制活动，通常包括制定质量方针和质量目标以及质量策划、质量控制、质量保证和质量改进。

[GB/T 19000 - 2008, 定义3.2.5]

3.8

质量成本

为了确保和保证满意的质量所发生的费用以及没有达到满意的质量时所造成的损失。

注1：组织根据各自的准则对质量成本进行分类。

注2：某些损失是难以量化的，但很重要，如丧失信誉等。

注3：过程型生产经营组织质量成本方法可以采用过程成本法。

注4：为了降低废次品损失可以采用质量损失法。

[GB/T 19030 - 2009, 定义2.1.18]

3.9

全面质量管理 TQM

以质量为中心，全员参与为基础，旨在通过让顾客满意和本组织所有成员及社会受益，而达到长期成功的管理途径。

注1：“全员”指该组织中所有部门和所有层次的人员。

注2: 最高管理者强有力和持续的领导以及该组织内所有成员的教育和培训是这种管理途径取得成功所必不可少的。

注3: 在全面质量管理中, 质量这个概念和全部管理目标的实现有关。

注4: “社会受益”意味着在需要时满足“社会要求”。

注5: 有时把“全面质量管理”或它的一部分称为“全面质量”、“公司范围内的质量管理”等。

[GB/T 19030 - 2009, 定义2.1.19]

3.10

质量管理小组

由若干员工组成的质量改进或自我改进的小组。

注: 质量管理小组又称QC(quality control)小组。

[GB/T 19030 - 2009, 定义2.1.20]

3.11

关键过程

为组织、顾客和其他相关方创造重要价值或做出重要贡献的过程。

[GB/T 19580 - 2012, 定义3.7]

3.12

标杆

针对相似的活动, 其过程和结果代表组织所在行业的内部或外部最佳的经营时间和绩效。

[GB/T 19580 - 2012, 定义3.6]

4 评价要求

4.1 质量

4.1.1 质量发展

4.1.1.1 质量战略

组织制定的质量战略目标、战略部署、绩效预测等, 包括但不限于:

- a) 组织战略的科学性、战略规划的可操作性;
- b) 战略制定涵盖的宏观环境和产业环境;
- c) 组织战略、目标、愿景和价值观;
- d) 战略和战略目标转化为实施计划及相关绩效的指标;
- e) 建立关键指标监控系统。

4.1.1.2 质量文化

组织的质量文化建设情况包括但不限于:

- a) 组织价值观;
- b) 全面质量管理;
- c) 质量意识的塑造、组织质量制度建设和组织质量形象建设;

d) 质量文化沟通平台。

4.1.1.3 基础能力、

组织的基础能力包括但不限于：

- a) 组织质量管理模式运行情况，能够满足产能、成本、质量、安全、环保等战略实施要求的基础条件；
- b) 质量管理工具、方法的应用普及情况；
- c) 现场管理活动开展情况。

4.1.1.4 质量教育培训

组织对质量教育培训的实施情况包括但不限于：

- a) 对提升人员素质提升的重视程度；
- b) 员工培训管理制度；
- c) 员工年度培训计划和资金计划；
- d) 教育培训的有效性评价。

4.1.2 质量安全

4.1.2.1 质量责任

组织应明确各级质量责任，包括但不限于：

- a) 组织机构；
- b) 质量管理机构；
- c) 质量负责人；
- d) 关键质量岗位责任制；
- e) 各级人员的质量职责和权限。

4.1.2.2 质量诚信

组织的质量诚信管理包括但不限于：

- a) 诚实守信、合法经营的理念；
- b) 以质量为核心的组织信用管理体系；
- c) 外部评价机构评价；
- d) 近三年的诚信记录。

4.1.2.3 风险管理

组织实施风险管理机制，包括但不限于：

- a) 制定对风险的量度、评估和应变策略；
- b) 建立风险控制管理机构和监督机构。

4.1.3 质量创新

4.1.3.1 理论模式

组织开展的理论模式，包括但不限于：

- a) 创新活动；
- b) 专业技术人才；

- c) 创新活动氛围；
- d) 创新活动和人员培训投入水平；
- e) 创新管理制度。

4.1.3.2 技术方法

组织在技术方法创新方面，包括但不限于：

- a) 引进和吸收新材料、新设备、新工艺、新技术、新方法、新标准等；
- b) 创新成果的标准化水平；
- c) 持续改善产品、服务或工程质量的方法；
- d) 拥有自主知识产权的情况。

4.1.3.3 改进攻关

组织的改进攻关活动包括但不限于：

- a) 技术攻关和质量改进管理制度；
- b) 科技攻关的工作情况；
- c) 群众性质量管理和其他质量改进活动，可包括：QC小组活动、“5小活动”、六西格玛管理、精益生产、质量功能展开、质量成本管理、现场管理活动、合理化建议等活动；
- d) 质量创新成果。

4.1.4 质量水平

4.1.4.1 关键指标

组织的当前质量水平和趋势，包括但不限于：

- a) 质量等级品率；
- b) 质量损失率；
- c) 质量指标体系。

4.1.4.2 顾客满意度

组织实施顾客满意测量监控机制，包括但不限于：

- a) 应用顾客满意测评模型和方法；
- b) 建立组织行为规范、组织外部争议解决及投诉管理机制；
- c) 外部机构实施顾客满意调查。

4.2 技术

4.2.1 技术创新

4.2.1.1 技术先进性

组织与国内外同类技术水平或服务水平相比，其总体水平、技术、经济、环境、生态等指标的先进程度。

4.2.1.2 创新能力

组织的技术创新能力，包括但不限于：

- a) 新管理模式的应用；

- b) 创新成果的应用成效；
- c) 创新改进机制。

4.2.2 技术价值

4.2.2.1 经济价值

产生的直接经济效益和间接经济效益，包括通过技术转让、增收节支、提高效益、提高安全水平、降低成本获得的新增利润、税收的金额及他人由于使用该项技术而产生的经济效益。

4.2.2.2 社会价值

技术在环境保护、公共卫生、文化遗产等社会领域得到推广应用，取得社会效益和贡献。

4.3 品牌

4.3.1 品牌建设

4.3.1.1 品牌规划

组织对品牌的规划，包括但不限于：

- a) 品牌定位；
- b) 品牌培育战略；
- c) 知识产权管理；
- d) 组织为品牌转化配备相关资源。

4.3.1.2 品牌推广

组织开展品牌推广，包括但不限于：

- a) 品牌（产品或服务）推广计划；
- b) 渠道建设、品牌文化传播；
- c) 品牌的推广与示范。

4.3.1.3 品牌维护

组织实施品牌维护，包括但不限于：

- a) 品牌维护和提升策略；
- b) 相关制度与措施；
- c) 关注品牌维护的影响因素：顾客满意度、品牌形象、顾客期望、顾客对产品质量的感知、顾客对价值的感知、品牌忠诚度和顾客投诉。

4.3.2 品牌成果

4.3.2.1 品牌价值与效应

组织的品牌价值包括但不限于：

- a) 品牌与组织文化的关系；
- b) 品牌的市场竞争力、市场稳定性。

4.3.2.2 品牌国际化

组织的品牌国际化，包括但不限于：

- a) 国际化发展战略；
- b) 战略的评估；
- c) 品牌在国际领域的成果。

4.4 效益

4.4.1 经济效益

4.4.1.1 财务绩效

组织的财务绩效及当前水平和趋势，包括但不限于：

- a) 财务制度、会计行为；
- b) 财务方面的关键绩效指标：主营业务收入、投资收益、投资利润率、营业外收入、利润总额、总资产贡献率、资本保值率、资本金利润率、资产负债率、财务内部收益率、流动资金周转率等关键财务指标当前水平及趋势；
- c) 全员劳动生产率、万元总产值综合能耗水平及其趋势。

4.4.1.2 税收贡献

组织的税收贡献，包括但不限于：

- a) 税收成本管理；
- b) 依法纳税；
- c) 纳税份额；
- d) 纳税总额处于行业的水平。

4.4.2 社会效益

4.4.2.1 社会责任

组织的社会责任包括但不限于：

- a) 社会责任管理制度与规划；
- b) 社会保障覆盖率、职业安全健康措施；
- c) 遵守相关法律法规的情况；
- d) 是否建立完整的公共职责（环境保护）、道德行为（企业信用）、公益慈善支持等体系，并定期对其实施效果进行充分性、适用性和有效性进行评价等。

4.4.2.2 社会影响

组织的社会影响包括但不限于：

- a) 质量管理成果的社会作用；
- b) 产品或服务被大众公认的程度；
- c) 员工队伍状况；
- d) 社会影响力。

附 录 A
(规范性附录)
评价要素与成熟度评分指南

A.1 概述

评分采用优于大多数绩效评审方法的成熟度评价方法，包括过程（行动）和结果（绩效）两个评价维度。

按过程条款的四个评价要素和结果条款的四个评价要素，分别对过程、结果进行定性评价和定量评分，评价要素和成熟度评价方法参考、引用了GB/Z 19579。

本标准条款4.1.1、4.1.2.1、4.1.2.3、4.1.3、4.1.4.2、4.3.1内容，适用于“过程”要点。

本标准条款4.1.2.2、4.1.4.1、4.2.1、4.2.2、4.3.2、4.4.1、4.4.2内容，适用于“结果”要点。

A.2 评价要素

A.2.1 过程

本附录所表述的“过程”是指：组织针对标准各评分条款要求，所采用的方法及其展开和改进。用方法-展开-学习-整合（Approach-Deployment-Learning-Integration，简称A-D-L-I）的四个要素评价组织过程的成熟度，其中“方法”评价要点：

- a) 方法的适宜性，包括对标准评分条款要求和组织实际的适宜程度；
- b) 方法的有效性，是否导致了好的结果；
- c) 方法的系统性，包括可重复性以及基于可靠数据和信息的程度。

“展开”评价要点：

- a) 方法是否持续应用；
- b) 方法是否在所有适用的部门应用。

“学习”评价要点：

- a) 通过循环评价和改进，对方法进行不断完善；
- b) 鼓励通过创新对方法进行突破性的变革；
- c) 在各相关部门、过程中分享方法的改进和创新。

“整合”评价要点：

- a) 方法与在组织概述和其它评分条款中确定的组织需要协调一致；
- b) 各过程、部门的方法协调一致、融合互补，支持组织使命、愿景和战略目标的实现。

A.2.2 结果

本附录所表述的“结果是指：组织针对标准中各部分条款要求，所得到的输出和效果。用水平-趋势-对比-整合（Levels-Trends-Comparisons-Integration，简称Le-T-C-I）的四个要素评价组织结果的成熟度，其中“水平”评价要点：

组织绩效的当前水平。

“趋势”评价要点：

- a) 组织绩效改进的速度（趋势数据的斜率）；
- b) 组织绩效改进的广度（展开的程度）。

“对比”评价要点：

- a) 与适宜的竞争对手或类似组织的对比绩效；
- b) 与标杆或行业领先者的对比绩效。

“整合”评价要点：

- a) 组织结果的测量指标与在“组织概述”和“过程”评分条款中确定的关键绩效要求及指标相呼应；
- b) 组织各过程、部门的结果协调一致，支持组织使命、愿景和战略目标的实现。

A.3 评价要素与成熟度对照表及其使用说明

A.3.1 “过程”条款评分指南

“过程”条款成熟度对照表见表A.1。

表A.1 “过程”条款成熟度对照表

分数	过程
0% 或 5%	<ul style="list-style-type: none"> ■ 没有系统的方法，信息是零散、孤立的。(A) ■ 方法没有展开或略有展开。(D) ■ 没有改进导向，已有的改进仅仅是“对问题的被动反应”。(L) ■ 缺乏协调一致，各个方面或部门各行其是。(I)
10%, 15%, 20%或 25%	<ul style="list-style-type: none"> ■ 开始有系统的方法，应对该评价准则的基本要求。(A) ■ 方法在大多数方面或部门处于应用的初期阶段。(D) ■ 处于从“对问题的被动反应”到“改进导向”转变的早期阶段。(L) ■ 主要靠联合解决问题的方式与其它部门达成协调一致。(I)
30%, 35%, 40%或 45%	<ul style="list-style-type: none"> ■ 有系统、有效的方法，应对该评价准则的基本要求。(A) ■ 方法已得到较广泛展开，尽管某些方面或部门的展开尚属早期阶段。(D) ■ 开始系统地评价和改进关键过程。(L) ■ 方法与在应对组织概述和其他过程条款时所确定的基本组织需要初步协调一致。(I)
50%, 55%, 60%或 65%	<ul style="list-style-type: none"> ■ 有系统、有效的方法，应对该评价准则的总体要求。(A) ■ 方法得到广泛的展开，尽管某些方面或部门的展开有所不同。(D) ■ 进行了基于事实且系统的评价、改进和一些创新，以提高关键过程的有效性和效率。(L) ■ 方法与在应对组织概述和其它过程条款时所确定的组织需要协调一致。(I)
70%, 75%, 80%或 85%	<ul style="list-style-type: none"> ■ 有系统、有效的方法，应对该评价准则的详细要求。(A) ■ 方法得到很好的展开，各领域无明显的差距。(D) ■ 基于事实且系统的评价、改进和创新已成为关键的管理工具；存在清楚的证据，通过组织级的分析和分享，方法得到不断完善。(L) ■ 方法与在应对组织概述和其它过程条款时所确定的组织需要实现了整合。(I)
90%, 95% 或 100%	<ul style="list-style-type: none"> ■ 有系统、有效的方法，全面应对该评价准则的详细要求。(A) ■ 方法得到完全的展开，在任何方面或部门均无明显的弱点或差距。(D) ■ 基于事实且系统的评价、改进和创新已成为全组织的关键管理工具；有证据表明通过分析和分享，在整个组织中方法得到不断完善和创新。(L) ■ 方法与在应对组织概述和其它过程条款时所确定的组织需要实现了很好的整合。(I)

A.3.2 “结果”评分条款评分指南

“结果”评分条款见表A.2。

表A.2 “结果”条款成熟度对照表

分数	结果
0% 或 5%	<ul style="list-style-type: none"> ■ 没有报告结果，或结果很差。(Le) ■ 没有显示趋势的数据，或为负趋势。(T) ■ 没有比较性信息。(C) ■ 在对于达成组织使命、愿景和战略目标重要的任何方面，均没有报告结果。(I)
10%, 15%, 20% 或 25%	<ul style="list-style-type: none"> ■ 结果很少，在少数方面有一些早期的良好绩效水平。(Le) ■ 有一些显示趋势的数据，其中部分呈不良的趋势。(T) ■ 比较性数据很少。(C) ■ 在对于达成使命、愿景和战略目标重要的少数方面，报告了结果。(I)
30%, 35%, 40% 或 45%	<ul style="list-style-type: none"> ■ 在对评价准则要求重要的一些方面，有良好的绩效水平。(Le) ■ 有一些显示趋势的数据，其中多半呈有利的趋势。(T) ■ 比较性数据较少。(C) ■ 在对于达成使命、愿景和战略目标重要的多数方面，报告了结果。(I)
50%, 55%, 60% 或 65%	<ul style="list-style-type: none"> ■ 在对评价准则要求重要的大多数方面，有良好的绩效水平。(Le) ■ 在对达成组织使命、愿景和战略目标重要的方面，呈有利的趋势。(T) ■ 与有关竞争对手和(或)标杆进行对比评价，具有明显优势。(C) ■ 结果对应了大多数关键的顾客、市场和过程要求。(I)
70%, 75%, 80% 或 85%	<ul style="list-style-type: none"> ■ 在对评价准则要求重要的大多数方面，有良好到卓越的绩效水平。(Le) ■ 在对达成使命、愿景和战略目标重要的大多数方面，呈可持续的有利趋势。(T) ■ 与有关竞争对手和(或)标杆进行对比评价，具有显著优势。(C) ■ 结果对应了大多数关键的顾客、市场、过程和战略实施计划要求。(I)
90%, 95% 或 100%	<ul style="list-style-type: none"> ■ 在对评价准则要求重要的大多数方面，有卓越的绩效水平。(Le) ■ 在对达成使命、愿景和战略目标重要的所有方面，呈可持续的有利趋势。(T) ■ 在多数方面都处于行业领先和标杆地位。(C) ■ 结果完全对应了关键的顾客、市场、过程和战略实施计划要求。(I)
<p>注：(1) 定量概念相对于总量而言，其中：少量-少于15%；部分-大于15%，小于30%；多数-大于30%，小于50%；大多数-大于50%，小于80%；</p> <p>(2) 定性术语相对于行业位次而言，其中：良好-高于行业平均水平；优异-排名处于行业前四分之一地位；卓越-排名处于行业前5%，或是示范领头地位，或是优于最强的竞争者。</p>	

A.3.3 评分说明

在确定分数的过程中应遵循以下原则：

- a) 应评审评分条款中的所有各方面，特别是对组织具有重要性的方面，即：应考虑过程和结果对关键因素的重要度；
- b) 给一个评分条款评分时，首先判定哪个分数范围档次（如50%-65%）总体上“最适合”组织在本评分条款达到的水平。总体上“最适合”并不要求与分数范围档次内的每一句话完全一致，允许在个别要素（过程的A-D-L-I要素或结果的Le-T-C-I要素）上有所差距；

- c) 组织达到的水平是依据对 4 个过程要素或 4 个结果要素整体综合评价的结果，并不是专门针对某一要素进行评价或对每一要素评价后进行平均的结果；
- d) 在适合的范围内，实际分数根据组织的水平是否更接近于上一档或下一档分数范围来判定；
- e) “过程”评分条款分数为 50%，表示方法满足该评分条款的总体要求并持续展开，且展开到该评分条款涉及的大多数部门；经过了一些评价和改进的循环，与在应对组织概述和其它过程条款时所确定的组织需要达到了协调一致。更高的分数则反映更好的成就，证实了更广泛的展开、显著的组织学习以及更进一步的整合；
- f) “结果”评分条款分数为 50%，表示具有良好的绩效水平、有利的趋势，在该评分条款所覆盖的方面具有适宜的对比数据，部分相对绩效达到良好水平，且对应了大多数关键的顾客、市场和过程要求。更高的分数则反映更好的绩效水平、趋势和对比绩效，更广泛的覆盖和整合。

附 录 B
(资料性附录)
评审指标及评分重点说明

评审指标、分值及评分重点见表B.1。

表B.1 评审指标、分值及评分重点

一级 评审指标	二级 评审指标	三级 评审指标	评分重点
质量 (450分)	质量发展 (100分)	质量战略 (25分)	<p>战略具有长远性与客观性，战略规划具可操作性；</p> <p>战略中包含宏观环境因素，包含产业环境因素；</p> <p>战略与组织愿景一致，与组织价值观一致；</p> <p>战略有具体的实际规划和过程，建立相关绩效指标；</p> <p>战略目标通过相关方案实施且有相关绩效指标分析；</p> <p>有关键指标监控系统。</p>
		质量文化 (25分)	<p>形成以质量为核心和导向的组织价值观</p> <p>积极推行全面质量管理；</p> <p>重视质量意识的塑造、组织质量制度建设和组织质量形象建设；</p> <p>提供全员参与、高层推动的质量文化沟通平台。</p>
		基础能力 (25分)	<p>建立质量管理体系，有效运行并实施持续改进；</p> <p>推行卓越绩效管理模式；</p> <p>具有可满足产能、成本、质量、安全、环保等战略实施要求的基础设施；</p> <p>组织普及应用质量管理工具、先进方法；</p> <p>推行质量信得过班组活动；</p> <p>开展现场星级评价活动。</p>
		质量教育 培训 (25分)	<p>将提升员工素质作为组织的质量目标之一；</p> <p>制定员工培训制度并考核；</p> <p>对员工培训需求进行识别；</p> <p>编制并完成员工年度培训资金计划；</p> <p>编制了员工年度培训计划；</p> <p>对员工培训结果进行分析；</p> <p>具有多样的培训方式；</p> <p>培训具有针对性；</p> <p>组织员工培训覆盖率较高。</p>
	质量安全 (100分)	质量责任 (40分)	<p>组织分层建立质量管理机构；</p> <p>建立了由组织最高管理者负责的质量管理组织机构；</p> <p>有质量负责人的授权或建立首席质量管制度；</p> <p>建立了关键质量控制岗位责任制；</p> <p>各级人员质量职责和权限明确。</p>

表B.1 (续)

一级 评审指标	二级 评审指标	三级 评审指标	评分重点
质量 (450分)	质量安全 (100分)	质量诚信 (30分)	倡导“诚实守信、合法经营”的经营理念； 建立完善的质量诚信制度或信用管理体系，实施运行和监督； 经营管理透明，有信息披露的制度与平台； 独立组织内、外部审计； 有对股东及其他相关方利益的保护措施； 组织信用通过相关外部评价机构评级； 组织近三年无失信行为和失信记录。
		风险管理 (30分)	有完善的识别风险、评估风险、处理风险的规章制度； 有涉及财务、安全、生产、设备、物流、技术、健康等方面的风险管理方案； 风险管理工作有管理机构，并有充分的实施依据。
	质量创新 (100分)	理论模式 (40分)	积极开展各种创新活动，创新活动有规划、有实施； 拥有一批技术创新、管理创新人才； 具有良好的创新活动氛围； 创新活动人员培训投入充足； 制定了相关的创新管理制度及激励机制。
		技术方法 (30分)	拥有专利权、著作权等知识产权； 将相关创新成果标准化； 积极引进新技术、新材料、新工艺、新方法、新标准并应用； 应用新技术不断改善产品质量、服务质量。
		改进攻关 (30分)	有健全的技术攻关管理制度； 有质量改进管理制度； 积极开展各类科技攻关活动或课题研究； 开展群众性质量管理和改进活动（“5小活动”、QC小组活动、精益生产管理、现场管理、合理化建议等活动） 现场改进和攻关成果显著获得省级相关部门的表彰。
	质量水平 (150分)	关键指标 (80分)	质量等级品率有分级和统计数据； 针对质量等级进行内部及国内外行业的质量水平对比； 针对质量损失率，进行内部损失成本与外部损失成本的分析统计； 系统开展质量成本管理，并有相关预防措施、改进措施； 建立质量管理指标体系，明确关键绩效指标，并逐级分解、量化、统计、分析、评价、考核。
		顾客满意度 (70分)	建立顾客满意度管理、组织行为规范、组织外部争议解决及投诉管理机制； 应用顾客满意测评模型和方法，实施顾客满意度自主调查，并对调查结果进行分析、实施改进； 委托第三方测评机构实施顾客满意调查； 近三年未发生顾客有效投诉事件；

表B.1 (续)

一级 评审指标	二级 评审指标	三级 评审指标	评分重点	
技术 (150分)	技术创新 (100分)	技术先进性 (60分)	组织的技术、经济、环境、生态等指标总体水平与国内外同类技术水平和水平相比，达到： 国际同类技术先进水平；接近者国际水平；居国内同类技术领先水平；达到国内同类技术先进水平；接近国内同类技术先进水平或达到本省同类技术先进水平；接近本省同类技术先进水平。	
		创新能力 (40分)	建立并应用新管理模式； 创新成果的应用成效； 建立创新改进机制； 获得国家级科学技术进步奖或科技成果奖；获得省部级科学技术进步奖或科技成果奖；获得省部级优秀论文、优秀成果等；在核心期刊发表学术论文等其他方面科技成果。	
	技术价值 (50分)	经济价值 (25分)	自主技术获得经济效益； 技术由他人使用并获得经济效益。	
		社会价值 (25分)	技术在环境保护、公共卫生、文化传承等社会领域得到推广应用，取得社会效益和贡献：州市得到推广应用；本省得到推广应用；国内得到推广应用；国外得到推广应用；得到国际公认；成为国家、行业、地方标准。	
	品牌 (150分)	品牌建设 (50分)	品牌规划 (10分)	设定品牌定位； 建立品牌培育战略； 知识产权管理； 组织为品牌转化配备相关资源。
			品牌推广 (20分)	制定了品牌（产品或服务）推广计划与管理机制； 实施品牌渠道建设； 进行品牌文化传播； 组织依照推广计划采取推介措施、示范措施； 管理、改进示范成效。
品牌维护 (20分)			建立品牌维护和提升策略； 建立相关品牌管理制度与措施； 关注品牌维护的影响因素：顾客满意度、品牌形象、顾客期望、顾客对产品质量的感知、顾客对价值的感知、品牌忠诚度和顾客投诉。	
品牌成果 (100分)		品牌价值与效应 (50分)	品牌已形成组织文化的一部分； 品牌的市场竞争力； 品牌的市场稳定性； 组织在市场份额方面的主导地位； 组织对于品牌价值实施社会评估。	
		品牌国际化 (50分)	制定了品牌国际化发展战略； 品牌战略的评估； 品牌为多个国家和地区提供产品与服务； 品牌在技术、创新等方面得到国际认可。	

表B.1 (续)

一级 评审指标	二级 评审指标	三级 评审指标	评分重点
效益 (250分)	经济效益 (130分)	财务绩效 (70分)	财务制度健全，会计行为规范； 对财务方面的关键绩效指标（包括：主营业务收入、投资收益、投资利润率、营业外收入、利润总额、总资产贡献率、资本保值率、资本金利润率、资产负债率、财务内部收益率、流动资金周转率等）的当前水平及趋势进行统计分析； 全员劳动生产率、万元总产值综合能耗水平及其趋势。
		税收贡献 (60分)	建立了税收成本管理制度； 组织依法纳税； 不断扩大规模，扩大纳税份额； 纳税总额处于行业领先水平。
	社会效益 (120分)	社会责任 (80分)	组织将社会责任放在关系到组织生存发展的战略位置、实施社会责任管理，制定社会责任发展规划、反商业贿赂制度与措施等； 制定社保覆盖率、职业健康安全等相关要求、指标与措施； 制定可持续发展规划，实施环境管理和节能减排等措施； 实施财务、产品服务、治理结构水平等经济责任管理； 遵守相关法律法规，实施消费者权益保护等措施； 建立完整的公益支持与慈善救助体系； 定期对社会责任的实施效果进行评价。
		社会影响 (40分)	质量管理成果具有的社会作用（质量管理的成果在全国同行业中具有示范和表率作用，在全省同行业中具有示范和表率作用）； 产品或服务被大众公认的程度； 员工队伍稳定； 社会影响力不断扩大，已成为本地区行业的标杆。