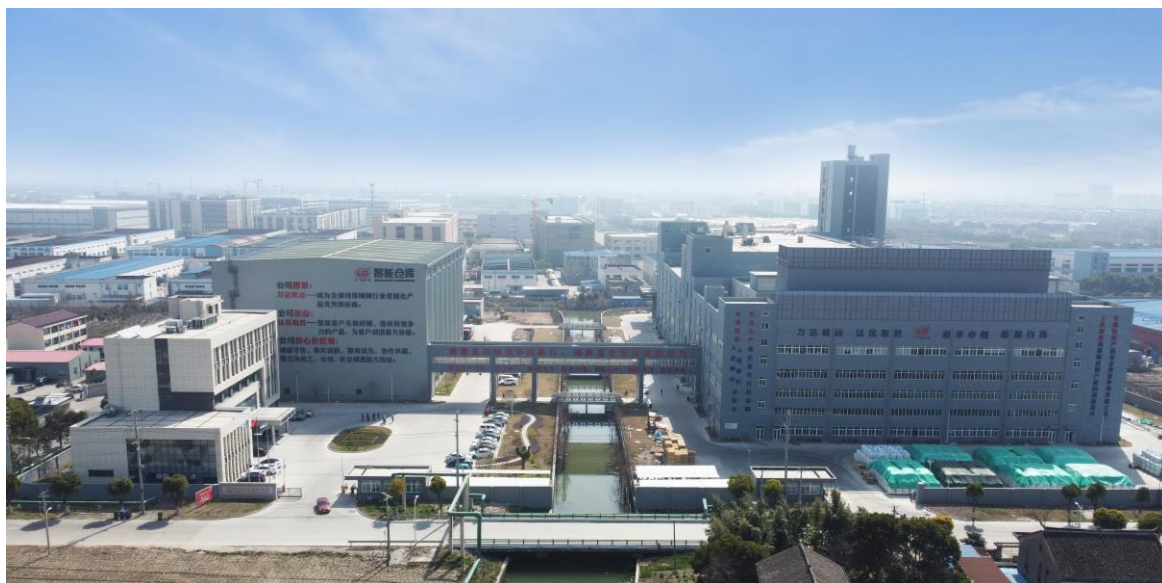


2022 年度质量信用报告



常熟涤纶有限公司（新厂区）

2023 年 1 月



目录

1.高层致辞	2
2.企业简介	3
3.企业质量理念	6
3.1 现阶段常熟涤纶企业文化体系	6
3.2 企业质量诚信精神	7
4. 企业质量管理	7
4.1 总则	7
4.2 质量管理机构	7
4.3 质量管理体系	8
4.4 质量安全风险管理	10
5.质量诚信管理	10
5.1 总则	10
5.2 质量承诺	11
5.3 运作管理	12
5.4 营销管理	16
6.质量管理基础	21
6.1 总则	21
6.2 标准管理	21
6.3 计量管理	21
6.4 认证管理	21
6.5 检验检测管理	22
7.产品质量责任	22
7.1 总则	22
7.2 产品质量水平	22
7.3 产品售后责任	22
7.4 企业社会责任	23
7.5 质量信用记录	24
8.报告结语	24

质量信用报告

前 言

编制说明：

为履行企业产品质量主体责任，建立健全质量诚信自律机制，主动向社会、消费者公开产品质量状况和质量承诺信息，接受社会监督，根据 GB/T31870-2015《企业质量信用报告编写指南》的规定，按照完整性、客观性、时效性、通俗性原则，结合企业的实际情况，特编制本报告。

本报告本着客观、公正的态度进行编写，报告所涉及的内容真实、有效，符合企业实际情况，自愿对企业有关情况进行公示，接受社会监督。

本报告的组织范围为常熟涤纶有限公司，内容包括企业质量诚信文化、质量诚信管理基础建设、质量诚信管理、质量诚信绩效等方面。

本报告的时间范围为 2022 年度，即 2022 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日，本报告所涉及的数据真实、有效。

获取方式：本报告有纸质版和电子版，请分别从公司综合部和公司网获取。

1.高层致辞

常熟涤纶有限公司秉承“用一流技术一流设备造一流产品，以一流观念一流管理建一流企业”的企业精神，以“以优取胜——聚焦客户关键问题，提供有竞争力的产品，为客户创造最大价值”为公司使命，以“诚信守法，务实创新，服务优先，协作共赢，努力为员工、公司、社会创造最大效益”为核心价值观，多年来始终坚持“创新务实，科学管理，质量至上，顾客满意”的质量方针，积极实施品牌战略，向着“力达致远——成为全球线带绳网行业差别化产品优秀供应商”的公司愿景奋力前行。产品荣获客户一致好评。

我们将向各级管理者传达满足顾客和法律法规的要求，并通过他们向公司全体员工传达，只有满足了顾客要求，才是合格的产品。

我们将制定和发布质量方针、安全方针，并确保其得到有效贯彻，使每个员工都能充分理解其含义，将这一理念转化为生产、经营等各项工作中的自觉行动。

我们将通过对年度质量目标的改进，确保质量目标的有效性，进而达到顾客满意。

我们将通过管理评审，对方针、目标的实现情况、体系运行的适宜性和有效性情况、产品质量状况和质量趋势以及质量管理体系过程业绩等进行评价，以确保管理体系的持续改进。

我们将为实施、保持、改进质量管理体系，着力打造优秀质量信用企业，为江苏省和常熟市的经济社会发展做好新的、更大的贡献。

2.企业简介

常熟涤纶有限公司成立于 1983 年，地处长江三角洲的常熟市董浜镇徐市，共占地面积 82672 平方米、建筑面积 103207.35 平方米，注册资金 12736.8 万元。现有两个生产厂区：老厂区位于常熟市董浜镇董徐大道 145 号；新厂区位于常熟市董浜镇安康路 58~60 号。

常熟涤纶有限公司目前年产 65000 吨高强涤纶长丝、20000 吨高强锦纶长丝，是国内规模化生产的差别化化纤厂家。公司立足于锦纶“6”、锦纶“66”和涤纶的小批量、多品种、功能性、差异化产品，每年投入的科研经费达销售额的 3% 左右。公司拥有国内外先进纺丝生产线及配套先进物理检测设备，产品品质能满足国内外客户的需求。公司专业生产高强 FDY 长丝，包含高强低收缩涤纶长丝，高强低收缩涤纶工业细旦丝，高强低收缩锦纶“6”、“66”细旦工业丝，高强三叶异形长丝，高强涤纶彩色长丝（原液着色），高强锦纶“6”彩色长丝（原液着色），高强阻燃涤纶长丝，高强锦纶“66”长丝，锦纶热熔丝，涤纶热熔丝，涤纶夜光丝，温变丝，近远红外线长丝，并拥有自营进出口权，产品远销国内外。公司产品全部通过 SGS 检测，并拥有 OEKO-TEX 报告。产品的应用领域已从高档服饰皮革用线、织带、攀登绳、遮阳、防虫、特种网布等，拓展到了风电基布、电机电线绝缘包覆、安全带、矿用导风洞布，还进入到了科研、医疗等要求纤维具有抗静电、抗紫外线、阻燃等

功能的特殊领域。锦纶、涤纶功能性差别化纤维，是近几年来国内迅速发展起来用于新能源及工业和民用等领域的特种纤维，功能性差别化纤维以它独特的性能及绿色环保的特点，成为后道产品升级换代不可替代的品种。发展功能性差别化纤维有它的积极和现实意义，而且符合国家在产业政策中提出的迅速发展“碳纤维、芳纶纤维等新型纤维以及多功能差别化化学纤维生产”的要求，为此，常熟涤纶有限公司新厂区一期工程于 2022 年 3 月投产，二期工程于 2023 年 4 月投产，三期工程将于 2023 年 6 月投产。

常熟涤纶有限公司早在 1986 年就与上海合成纤维所联合开发成功高强低伸涤纶长丝，填补了国内空白。又先后与中国科学院合肥固体物理研究所、宁波材料技术与工程研究所、东华大学、苏州大学等开展产学研合作，合作承担国家级“863”科技项目，独立承担江苏省科技项目，取得了多项科研成果。

常熟涤纶有限公司是“国家火炬计划常熟高分子新材料产业基地骨干企业”，2007 年承担国家和省级“高强低收缩涤纶工业丝（细旦）火炬计划科技项目”，同年被国家科技部火炬中心授予“国家重点高新技术企业”。2017 年获评常熟市“小巨人”企业。2018、2021 年被江苏省科技厅评为“高新技术企业”。2021 年涤纶细旦工业丝获评江苏省“专精特新”产品。2023 年 2 月公司涤纶长丝产品被国家工业和信息化部认定为“国家绿色设计产品”。

常熟涤纶有限公司是江苏省民营科技企业、江苏省“工程技术研究中心”、江苏省级“企业技术中心”。2019 年公司与东华大学合作成立“高强功能纤维材料研发技术工程中心”、与苏州大学纺织与服装工程学院成立“功能纤维研发中心”、与苏州大学创建省级研究生工作站，2020 年又与苏州大学共建“差别化合纤协同创新中心”。

常熟涤纶有限公司于 2004 年 10 月取得 ISO9001:2000 质量管理体系认证，2008 年 8 月取得 ISO14001:2004 环境管理体系认证，2019 年 9 月取得 ISO45001 职业健康安全管理体系认证，2020 年通过“信息化与工业化融合管理体系”认证。

近四十多年来，常熟涤纶有限公司在国内特种化纤行业占有一席之地，“力达牌”产品现已成为国内特种纤维市场上耀眼的新秀。锦纶、涤纶高强缝纫线和编织带用长丝、细旦高强丝等在细分行业中在全球处于前列。

多年来，常熟涤纶有限公司依靠不断科技创新和引进先进技术，大力实施技术改造，并应用先进的信息化管理手段，严格按 ISO9001：2000 质量管理体系来管理产品质量，全力打造品牌产品，通过实施“品牌兴企”战略，使“力达”品牌系列产品在行业内享有较高声誉，产品既在传统的皮革用线、缝纫用线、篷帆布行业不断得到应用，又在渔网用线、织带、电缆用线、灯箱广告布、高档遮阳雨篷布等行业得到广泛应用和推广，成为高强线用长丝专业供应商。

常熟涤纶有限公司正以旺盛的生命力和强大的规模优势崛起于差别化化纤行业，在激烈市场竞争中始终得以拥有一片灿烂的天空，展现出“力达”人执着追求固有的那份从容和自信。

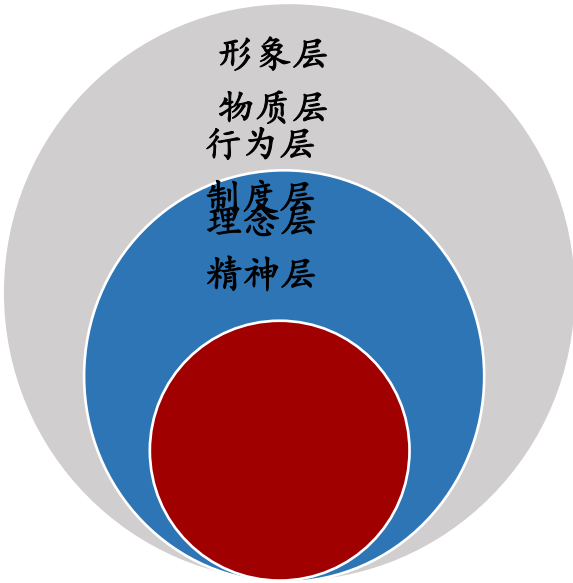
3.企业质量理念

质量诚信文化是一种崇尚质量、追求卓越、注重管理和为消费者负责的现代企业意识。卓越的质量诚信文化能增强企业的凝聚力和活力,进而不断提升企业的创造力。

常熟涤纶有限公司经过多年的发展,秉成先进的管理理念和企业文化,在以总经理为核心的领导人的精心培育下,形成了包括企业使命、愿景、价值观和质量方针在内的独具涤纶特色的质量诚信文化体系。

3.1 现阶段常熟涤纶企业文化体系

企业文化要素	内容
使命	以优取胜——聚焦客户关键问题,提供有竞争力的产品,为客户创造最大价值
愿景	力达致远——成为全球线带绳网行业差别化产品优秀供应商
价值观	诚信守法,务实创新,服务优先,协作共赢,努力为员工、公司、社会创造最大效益
经营理念	诚信、守法、务实、创新
企业文化	追求卓越,超越自我



- ▲物质层/形象层：企业产品、厂容厂貌、设备设施、VI 系统等。
- ▲制度层/行为层：企业故障制度、员工行为准则，包括《厂纪厂规》等；表彰、企业文化活动。
- ▲理念层/精神层：企业文化的核心层，企业的使命、愿景、核心价值观等。

3.2 企业质量诚信精神

公司使命中以“追求卓越、超越自我”为企业精神，恪守“力达致远，以优取胜”的质量宗旨，以优异的产品质量，良好的经营信誉，不断拓展市场，特别是特别是小批量、多品种、功能性原液着色涤纶、锦纶高强低收缩细旦工业丝，在环保上有着更重大的意义，市场前景将更为宽广。

4. 企业质量管理

4.1 总则

为进一步提升质量管理水平，公司坚持推行质量管理体系建设，完善了质量诚信管理机构，积极办理相关行政许可，申报专业认证，为公司的质量诚信管理工作奠定了坚实的基础。

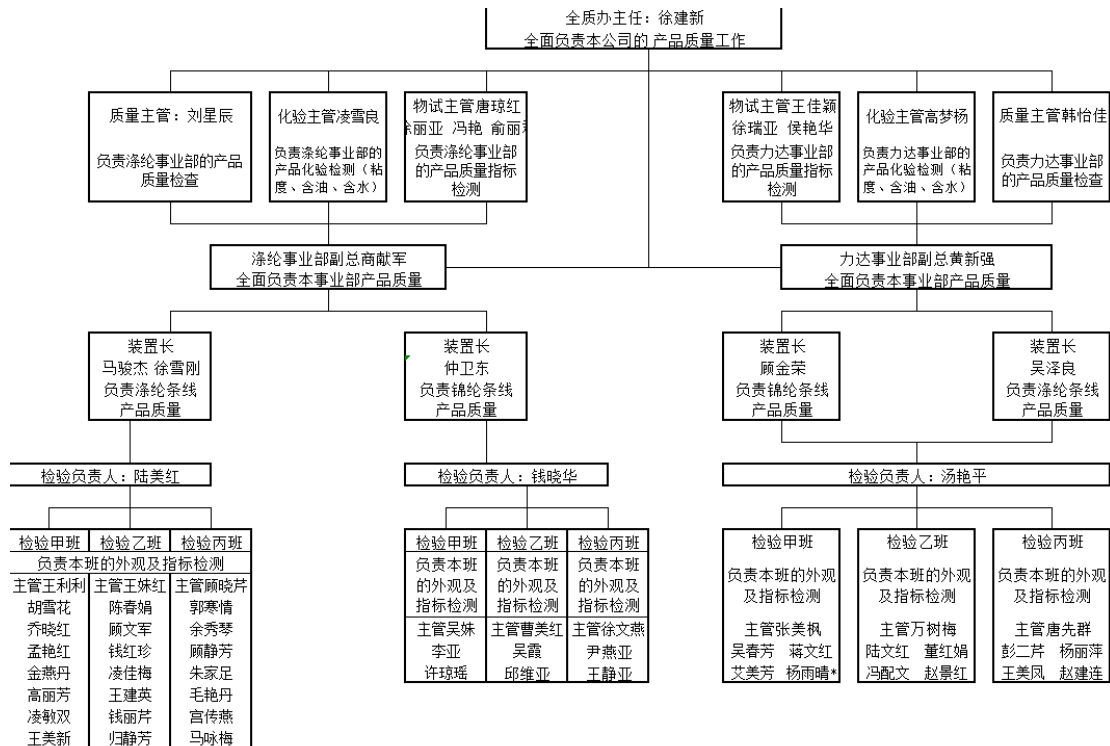
4.2 质量管理机构

公司的质量诚信管理实行总经理负责制，制订了完善的管理制度，接受公司事业部、全质办的监督检查。

4.2.1 质量诚信管理组织及人员分工

公司根据产品生产特点及公司发展战略要求，遵循管理效率最大化的原则，对公司所有的工作和职位进行设计和管理。

在组织架构建设方面，公司实行职能型的组织结构，设立了销售部、市场部、材料供应科、财务部、全质办等多个职能部门，这样能有效的提高工作系统的运作效率，促进职能间的沟通协调，进而提高公司适应环境变化的能力。



常熟涤纶有限公司质量组织机构图

4.2.2 质量激励措施

公司将质量指标确定为公司级 KPI, 作为主管副总、制造部、质保部（事业部、全质办）等部门重要的考核指标。建立了质量激励机制，对产品质量实行等级评定，实行“质量否决权”并认真考核，把考核结果作为对职工调动、晋级、提升、奖励或处罚的重要依据。

4.3 质量管理体系

公司根据各个车间生产方式、劳动强度、劳动环境、工艺要求等方面，分解公司质量指标。各个车间按照规定的指标进行优化生产，每月质保部（全质办）收集、登记、分析车间生产过程降等情况，组织月度质量会议，对异常波动进行分析、讨论，制定改善措施，决定相关责任人和截止日期，并于下月质量会通报整改进度。公司全年质量指标见下图：

2022年度各生产部质量指标及分解表

生产任务质量指标					
年度	项目		锦纶条线	涤纶生产部	特化条线
2022年	目标产量（吨/年）		11000	37500	9500
	完成情况				
2022年	质量：% 入一率/优等率 及完成情况	目标	98% :95%	99% :95%	97% :95%
		完成			
		锦纶6			
		锦纶66			
2022年	单耗及完成情况	目标	1: 1.011	1:1.016	1:1.025
		完成			
		锦纶6			
		锦纶66			

公司制定质量目标，分解至各个车间，并制定考核与激励管理办法，促进车间质量改善，减少降等损失。

公司自成立之日起便按照 ISO9001 要求策划并建立了文件化的质量管理体系。总经理在主持召开的贯标认证推行大会上，要求公司各部门按照体系的要求严格实施运作。

通过推行实施 ISO9001 质量管理体系认证，我公司全面规范地建立和修正了内部管理制度，达到了良性有序的运作；明确划分各部门工作职责和质量职责及员工的岗位责任；增进了各部门工作的透明度及部门间、员工间的相互沟通，营造了良好的企业文化氛围和强烈的“求特色、上水平、创最佳”的服务意识。

推行实施 ISO9001 质量管理体系，有利于提高我公司各项业务发展和工作质量、规范管理制度、增进内部沟通、增强社会诚信度、增强市场竞争信心，是完善企业管理制度和维持竞争能力的重要手段，更为我公司下一步各项业务的市场拓展打下了良好的基础：

（一）建立了科学和完善的质量管理体系和系统循环式的运行方式，各项工作都处于受控状态。公司体系文件和技术文件都进行了有效管理，均按照文件控制程序的要求执行。通过定期的内部高强低收缩涤纶行业质量管理体系审核、管理评审、工作质量检查，运用数据分析等各种科学手段，对系统的适宜性、充分性、有效性进行评价，力求不断改进工作，促进系统管理水平不断提高，确保预期的质量方针、目标的实现。

（二）促进了公司工作的规范化管理，提高了工作效率。确定管理者职责，各项内部事务工作都制定了文件化的工作程序，各部门、各环节、各岗位都有明确的工作程序和工作质量要求，让全体工作人员都了解质量管理体系的内容，都知道自己该做什么、如何做和做得怎么样、如何自我评估和自我控制。全体工作人员均按规定的要求去做，形成一个全面控制、高效运转的质量管理体系，克服以往那种凭经验管理的不规范做法，解决基础管理弱化、内部协调不畅等问题，使管理工作步入科学、系统、规范的要求。

（三）制定出各部门的质量目标。部门的目标管理意识有了较大的提高。通过质量目标检查，各部门基本实现了本部门的质量目标，且各部门依照质量体系文件的要求严把质量关，较好地完成了公司确定的质量目标。

我们相信在公司领导的大力支持下，在各个部门的积极配合下，我们会克服种种困难将 ISO:9001 质量管理体系的运行不断推向新的高度，取得更好的成果。

4.4 质量安全风险管理

公司全质办实行垂直管理模式，全质办门独立于生产部门之外，成为质量诚信管理的“第三方”监督人。质检员负责对车间当班生产情况成品、半成品进行监督、检验、监测；理化试验员负责各类原材料进行理化指标化验。公司全质办对公司产品质量情况进行抽检和质量统计。在应急管理方面，公司成立了以总经理为首的质量风险控制小组，并建立《质量风险控制及应急预案》并定期进行演练，确保出现的质量问题及时解决。

5.质量诚信管理

5.1 总则

我公司坚持“以优取胜——聚焦客户关键问题，提供有竞争力的产品，为客户创造最大价值”的使命，遵循“以质量求生存，以品牌求发展”的方针，从原材料采购、产品生产销售到售后服务，从新员工入职培训到高层领导专项培训，从企业经营、环境保护到社会责任，公司始终把质量诚信工作放在首位。

公司每年对质量诚信教育进行安排部署，制订有详细的培训计划，实行内部讲师讲解、名师课件、实操、会议等多种培训形式，并派遣中高层人员赴外地学习，通过竞赛、考试、总结、提交报告等形式保证教育效果，公司已经形成了“公司-部门-班组”三位一体的完整体系，共同保证产品质量。



5.2 质量承诺

为构建诚信经营、公平竞争的市场环境，加强质量诚信体系建设，切实保证产品质量，维护消费者的合法权益，推动建设“质量强国”，本企业向全社会郑重承诺：

1、牢固树立“质量第一”的思想，不断增强质量意识和社会责任意识，保证产品质量，落实企业质量责任，满足客户对高质量产品的期待和需求，增强客户对我公司产品的信心。

2、严格遵守《产品质量法》、《标准化法》、《计量法》等法律法规，严格执行产品标准，不造假、不售假，杜绝虚假宣传，坚决抵制出售假冒伪劣、欺诈消费者等失信违法行为，不侵害消费者以及其它企业的合法权益。

3、加强全员、全过程、全方位的质量管理，推行先进质量管理方法，完善计量保证体系、标准化体系和质量保证体系，严格原材料、生产过程、产品出厂和储运销售全过程的质量控制。

4、建立质量安全事故主动报告制度，严格落实质量安全责任追究制度，完善产

品质量追溯体系，及时解决用户的质量投诉，自觉履行产品质量召回、“三包”等产品质量责任和义务。

本单位严格履行以上承诺。如有违反，愿意承担相应的法律责任，接受将失信违法行为纳入不良信用记录并向社会公开的后果。

5.3 运作管理

1、产品研发、设计诚信管理

公司经过三十年的积淀，拥有一支专家级的锦纶、涤纶纤维研发团队，独特的新产品开发模式，高效的研发速度，不断开发出更多更新的产品。目前，技术中心有 15 名本科及以上学历的成员，熟练使用二维、三维软件进行设计开发，实现产品的优化设计，并于 2018 年被认定为国家高新技术企业，2018 年被评为 AAA 资信等级，2021 年被评为江苏省专精特新产品。

目前，我公司已成为英国 Coats Group(高士)制线公司，以及美国线业、日本“GUNZE 株式会社”的全球采购指定供应商，军工产品也连年增加，新项目二期工程今年 4 月和 6 月分别投产后，将增加现有差别化和功能性纤维的生产，产量将达到 255 吨/天，增长 27%，满足用户的需求；当前，公司已与东华大学、苏州大学进行校企合作，走产学研一体化的道路，既加强功能性纤维的研发，又在军工领域加强投入，加大军工产品的研发，扩大军品品种和产能。预计 2023 年，销售收入将首次突破 10 亿元。

2、原材料或零部件采购诚信管理

严格按照 ISO:9001 质量管理体系，通过供应商的考评确定合格供应商。在原材料和零部件采购上，实行集体统一管理，明确各类物资的理化指标标准。对供应商严格筛选，最重要的原材料涤纶切片，锦纶 6 和 66 切片直接从质量过硬的供方采购，原材料坚持按批量抽检，凡达不到标准的原材料一律不得入厂。

3、生产过程诚信管理

(1) 根据战略实施计划和过程管理的要求提供基础设施

公司根据整体战略发展方向，积极推进基础设施建设，公司共占地面积 82672 平方米、建筑面积 103207.35 平方米；现有两个生产厂区。老厂区位于常熟市董浜镇董徐大道 145 号；新厂区位于常熟市董浜镇安康路 58~60 号。

公司厂貌（老厂区）



公司为满足客户及市场的需求，大力投入了一批先进的生产加工设备，并在 2022 年被评为江苏省示范智能车间。

从 2010 年 7 月开始，我公司加快产品结构转型升级，通过三年努力，到 2013 年 10 月，全部淘汰了二步纺生产设备。三年来，共投入不动产房屋 2060 万，机器设备 8831 万（其中 2010 年 1220 万、2011 年 2855 万、2012 年 2168 万、2013 年 2588 万），电力改造约 400 万，总计 11291 万元；通过技术升级、产品档次进一步提高，外销到印度、越南、俄罗斯、伊朗、土耳其、巴西、美国、以色列等国家和地区；2014 年—2015 年度，我们又投入超过 2000 多万元，完成了年产超过一万吨锦纶细旦工业长丝项目，成为国内锦纶细旦工业丝在线用领域的主要供应商；另一方面，我们又投入部分资金，改造纺丝设备，增加了有色涤纶和有色锦纶丝的产量。2016 年度，我们将加大投入的力度，全年总投资 2000 万元，一方面对有色丝进一步提档升级，按照更高、更全、更新、更优的总体要求，把有色高强涤纶、**锦纶长丝**打造成涤纶公司新的增长极；另一方面，我们将增加有效投入，优化公司的产品品种，进一步提升公司产品的差异化率。

这几年，通过转型升级，用工情况从二步法时期的 960 人降到现在（全部转型升级后一步纺）的 560 人，劳动力成本降低了 40%；产量也从二步法时期的 4.5 万吨增加到现在（全部转型升级后一步纺）的 64073 吨，增产了 40%以上；转型升级后吨丝耗电也下降了 26.16%；综合成本的下降，大大增强了公司的竞争能力。

常熟涤纶先进智能生产设备示例



常熟涤纶有限公司
CHANGSHU POLYESTER CO., LTD





(2) 制定并实施基础设施的预防性和故障性维护保养制度

公司制定《设备维护管理程序》二级文件，《生产设备综合管理制度》、《设备转让报废管理制度》、《设备维护保养管理程序》、《设备安全操作规程》等一系列三级文件、按照统一领导、归口管理、分级负责、分层实施的原则，进一步完善基础设施维修、维护和保养机制。

预防性维护保养：定期点检，提早维修，对设备的异状进行早期发现和早期维护。设备能源科每年定期负责编制发布设备年度保养计划、预防性维护计划，并按月、按车间进行定期落实、并定期进行抽查，确保维护保养工作的正常开展。

故障性维护保养：各车间负责人、设备管理员根据设备现状进行分析，对需要进行大修的设备编制维修计划，报设备能源科审核后实施维修，由设备能源科负责检查各单位实施情况，并建立设备维修档案信息。

(3) 制定和实施更新改造计划，不断提高基础设施的技术水平

公司根据中长期战略规划和年度经营目标，综合评价产能、工艺技术要求，结合对能源、环境因素进行评审和可行性论证，制订年度投资研究方案及更新改造计划。通过设备更新和改造计划的实施，提高了公司基础设施的水平，满足生产过程需求。

5.4 营销管理

5.4.1 营销策划管理

一、在分管副总经理的领导下，积极做好国外市场产品推广、营销、产品价格调研工作、货款管理回收、运输管理。做好商业秘密的保密工作。

二、运用现代营销策略、技术，积极拓宽海外本企业产品市场。正确分析市场情况，在执行公司定价的基础上积极主动调研国内外同行产品价格，提出切实可行的营销价格，提供分管领导决策。

三、负责做好顾客满意度的信息收集和评审工作，向各事业部、管理部门及时反馈用户对质量的反应，重大质量事故及时报告厂部。

四、负责做好营销合同和对账单的签订、收集、归档工作。

五、严格执行公司管理体系和各项规章制度制作，贯彻落实职工代表大会通过的《劳动管理标准》，认真做好安全、消防、环保、职业健康及“6S”相关工作。。

六、积极做好总经理和常务副总经理布置的其它工作。市场部经理对本部工作负全责，副经理（助理）在做好本职工作的同时，协助经理行使职责。

七、完成上级部门和公司安排的其他工作。

5.4.1.1 顾客和市场的细分

5.4.1.1.1 科学细分市场，明确市场定位，准确识别目标顾客

公司运用市场细分方法将现有客户、竞争对手客户、潜在客户予以系统盘点，将具有相似特征、共性需求的客户予以聚类，最终选择产品类别、市场区域、顾客价值等对顾客与市场进行划分，并在此基础上采取针对性的营销策略、竞争策略、服务策略，确保公司营销战略得以准确执行。

a) 顾客与市场细分

公司客户与市场细分方法

顾客与市场细分		细分内容
市场细分	按产品类别	涤纶：高强涤纶长丝 阻燃涤纶长丝 再生涤纶长丝 有色涤纶长丝 锦纶：锦纶 6 长丝 锦纶 66 长丝 再生锦纶长丝 有色锦纶长丝

客户细分	按客户价值	A 类客户、B 类客户、C 类客户
------	-------	-------------------

1) 产品类别细分

公司主营“力达”品牌化纤长丝及，主要包括涤纶长丝、锦纶长丝两个大类产品，各自占比见下表。

产品类别	占比
涤纶长丝	60%
锦纶长丝	40%

三大类产品因其应用领域不同，对产品的需求具有差异性，因此，公司根据行业、使用领域及发展趋势将目标市场进行进一步细分如下：

2) 顾客价值分类

公司综合销售经验、销售利润、成长潜力、市场地位、客户忠诚度、利益延续等标准对客户特性进行梳理，将客户分为 A 类客户、B 类客户、C 类客户，匹配差异化产品和服务政策。

依据客户类型分类

分类	分类标准	典型顾客	涤纶的配套政策
A 类客户	高档缝纫线包芯线。	合资品牌主机厂及直属单位： 英国高士 美国 AE	1. 扩大企业及品牌影响力。 2. 提升产品开发能力与前沿技术研究能力。 3. 提升产品品质及质保能力。 4. 建立长期的渠道伙伴及战略合作伙伴关系，实现“双赢”。 4.5. 实行 1+N 业务管理模式。 4.6. 优越的销售及付款政策。 4.7. 产品开发“协同”运作及“三紧”策略：紧盯新产品需求，紧催新产品开发试制进度，紧跟新产品试验情况直至批量使用。 8. 服务团队配置：主任工程师担当。

			9. 大批量供货：自动化、智能化程度更高的专线生产。
B 类 客 户	1) 织布织带客户	合资品牌 主机厂的一级供应商： 嘉兴佑威 吴江南骏	1. 提升产品开发能力与前沿技术研究能力。 2. 提升产品品质及质保能力。 3. 建立长期的渠道伙伴及战略合作伙伴关系，实现“双赢”。 4. 实行 1+N 业务管理模式。 4. 5. 优越的销售及付款政策。 4. 6. 产品开发“协同”运作及“三紧”策略：紧盯新产品需求，紧催新产品开发试制进度，紧跟新产品试验情况直至批量使用。 4. 7. 服务团队配置：主任工程师担当。 8. 大批量供货：自动化、智能化程度更高的专线生产。
C 类 客 户	1) 高强线客户		1. 提升产品开发能力与前沿技术研究能力。 2. 提升产品品质及质保能力。 3. 建立长期的渠道伙伴及战略合作伙伴关系，实现“双赢”。 4. 实行 1+N 业务管理模式。 4. 5. 优越的销售及付款政策。 4. 6. 产品开发“协同”运作及“三紧”策略：紧盯新产品需求，紧催新产品开发试制进度，紧跟新产品试验情况直至批量使用。

5. 4. 1. 2 收集竞争和市场情报，关注潜在顾客市场

近年来，公司通过竞争对手年报披露、行业展会交流等对竞争者顾客和潜在顾客信息的收集，多途径发掘顾客需求和期望，如通过与客户交流、信息收集、市场渗透、

市场开发、行业展会和邀请参观等，与竞争者顾客和潜在顾客加强沟通，也使他们接触和了解公司的产品和服务，进而实现购买决策的转变或确定。

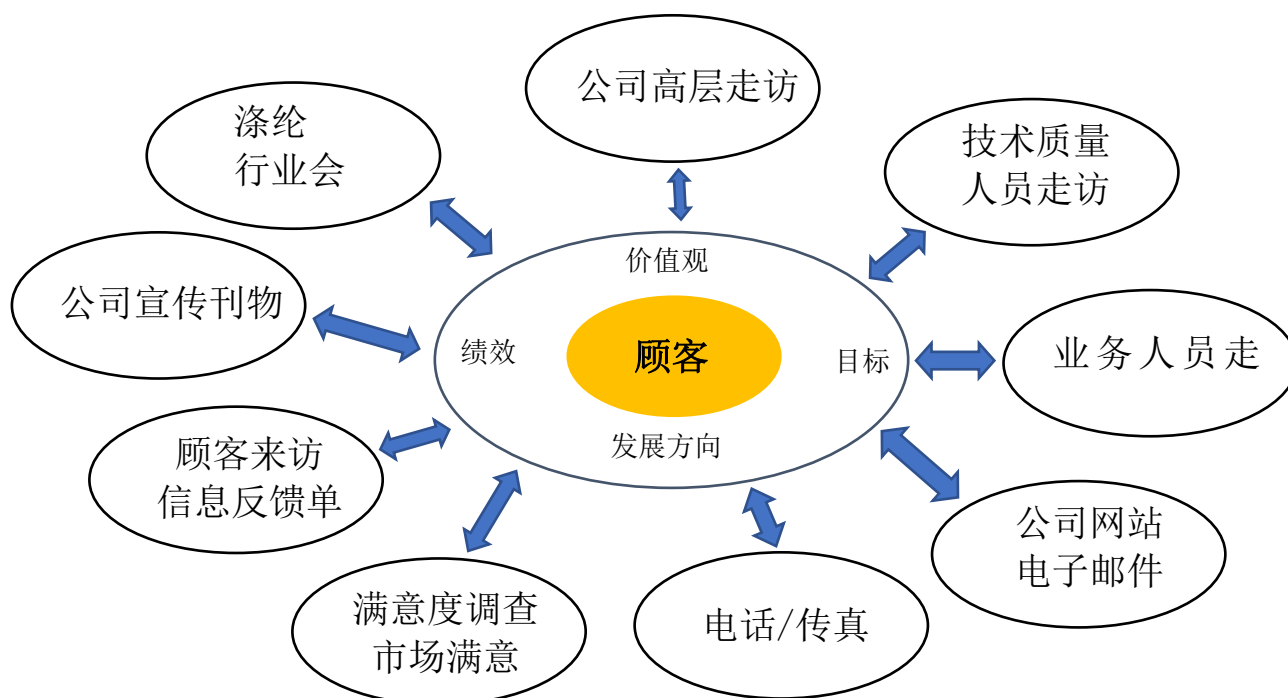
公司目前的主要标杆是永信达，主要竞争是青岛伟峰、绍兴佳力纤等。公司通过对竞争对手的产品对标分析和企业信息调研，获取潜在客户信息，并制定差异化竞争策略，提高共有客户中业务占比，巩固公司独有客户的业务占比，努力赢得竞争对手客户和潜在客户。

5.4.1.3 了解顾客需求和期望

5.4.1.3.1 采取多种方法了解不同细分顾客的需求、期望和偏好

a) 了解顾客需求，明确影响顾客购买决策的因素

公司主要由销售部牵头，针对不同的顾客类型，采用不同的方式了解顾客的需求及期望，并分析这些需求及期望影响顾客购买决策的相对重要性，把收集到的市场信息经过汇总分析，形成《客户问题清单》、《市场信息反馈单》、《顾客满意度调查报告》等报公司领导决策层参考或传递到相关部门阅处从而为公司的战略决策、市场开发、市场拓展、过程改进等提供依据、指明方向。



了解顾客需求和期望的主要方式

5.4.2 常熟涤纶有限公司售后服务：



销售部建立了《售后服务管理制度》，并持续运行和优化至今，为企业的稳定高速发展和智能制造项目的顺利实施奠定了良好基础。制度规定了部门组织架构和岗位设置、岗位说明书、制度规定、岗位工作标准（SOP）等内容，并将售后服务类型分为售后培训服务、售后备件服务、客户投诉处理服务、客户满意度调研等内容，明确了每项内容的关键控制点及服务流程。



售后服务管理制度

1 总则

1.1 目的：为规范公司售后服务的各项工作，提高公司售后服务的质量，提高客户满意度，维护公司形象和信誉，特制定本制度。

1.2 适用范围：本制度适用于公司在工程交付、验收后向客户提供的服务的管理，以及销售过程中由客户服务部承担的其他服务的管理，但不包括售前、工程交付过程中由其他部门向对客户提供的有关服务。

1.3 基本原则：快速响应、主动服务、客户满意。

2 职责与权限

2.1 总经理负责备件预投计划的批准，督促重大客户投诉的调查、处理。

2.2 客户服务部

2.2.1 负责编制售后服务培训计划；分配设备报修处理任务；客户设备维护保养技术指导和大修改造项目的组织实施；组织客户投诉的调查并出具调查意见；对售后服务的满意度调查结果进行审核；负责组织重点客户的定期回访与满意度调查；负责备件预投建议的提出。

2.2.2 客服工程师负责客户现场技术培训、设备状况检查诊断和设备报修处理等具体工作。

2.2.3 备件销售工程师负责售后备件销售的具体工作。

2.2.4 售后发货员负责备件生产结束后的备件领用、发货的具体工作。

2.2.5 客服内勤负责对客户的来电、来函的信息、公司内部售后服务相关信息的整理、登记；协助售后培训的接待工作，进行培训总结报告的撰写；报修处理任务的过程情况跟踪与反馈；售后报修服务、备件销售服务的客户满意度调查及统计月报的编制；负责各类售后服务档案的资料归档工作；协助客户投诉的调查。

2.2.6 备件销售内勤负责备件销售的报价、订单计划下达、备件生产情况的跟踪反馈和备件发货的组织安排。

2.3 国内贸易部、国际贸易部负责将合同中的客户培训服务内容、售后备件、客户投诉信息传递给客户服务部。

2.4 各事业部负责设备报修处理复杂问题解决方案的制订与实施。

2.5 质量管理中心负责售后质量事故的调查、处理。

2.6 物资供应部负责根据售后质量问题调查结果，对涉及外购单机、部件的质量问题开展事故的退换货、索赔等处理。

2.7 财务部负责备件销售价格库的建立与维护，为备件报价提供成本信息支持，负责备件销售合同的备案。

2.8 生产计划部负责备件任务单、备件预投任务单的下发、跟进。

6.质量管理基础

6.1 总则

以下从企业标准管理、计量管理、认证管理、检验检测管理等方面，介绍本企业的质量管理基础建设情况。

6.2 标准管理

我公司以国家标准为基础，制订更加严格的内控标准，作为公司生产经营活动的规范。2021 年全面修订完善了公司的技术标准、管理标准和工作标准，体系能够满足公司运作要求。为监视和测量质量体系的有效运行，办公室除按计划每年组织一次内部审核和一次管理评审外，还采用滚动式方法按月对各个部门进行监督检查，对审核中发现的问题及时制定纠正措施进行改进。

我公司以国家标准为基础，制定了严格的内控标准，2021 年全面修订完善了公司的技术标准、管理标准和工作标准。尤其是《合同管理标准》《产品监视和测量控制程序》《不合格产品控制程序》等标准的实施，有效地控制了不合格产品的出现，大幅提高了产品质量。

6.3 计量管理

公司所使用的计量设备均由正规公司生产并进行严格管理，强检器具均全面造册并定期检查和校对。从原材料采购、过程管理、生产设备、检验设备、工序检验、成品检验等进行鉴定、校验、使用监督、流转管理，建立了一整套管理文件和控制方法。

6.4 认证管理

公司在 2020 年 11 月通过两化融合管理体系评定证书；2022 年 9 月，通过了质量管理体系认证、环境管理体系认证、职业健康安全管理体系认证。

6.5 检验检测管理

公司从日本、英国引进高精密检测仪器，检测能力达到国际先进水平。全质办对关键项目进行检测。公司拥有各类检测设备数十套，在用设备均经第三方设备检测检验所监督检验合格，为关键核心部件检测提供保障。

7.产品质量责任

7.1 总则

以下围绕企业兑现质量承诺披露履行产品质量责任的情况，包括产品质量水平、产品售后责任、企业社会责任和质量信用记录等方面。

7.2 产品质量水平

跟进中国制造 2025 战略，滚动投入推进智能化检验设备，通过引进、消化、吸收、改造，提升检验装备的智能化水平，提高产品质量达标率和质量水平，使公司整体产品质量达到国际一流水平。

公司全面开展“质量标兵”活动，根据产品质量表现，按照月度、年度评选“质量标兵”班组和个人，通报表彰，激励一线员工重视产品质量。公司提倡“以激励为主，多奖少罚”的质量激励机制，开展质量标兵、质量卫士评比，建立上下道奖惩机制，提高全员质量意识。

公司贯彻“用户的一切问题都是我们的问题，用户所有的损失都是我们的损失”、“检查前道工序，做好本道工序，下道工序是客户”的质量理念，不推诿责任，对客户诚信，对下道工序诚信。

7.3 产品售后责任

公司设立了完善的售后服务机构，拥有专业的售后服务队伍，制订了《售后服务管理标准》等制度，明确了售后服务工作流程、标准和要求。在产品上、宣传样本、网站、微信及广告等醒目位置标注了质量投诉电话，方便用户及时向公司反馈产品质

量问题。售后服务网点遍布全国各主要城市，省内 24 小时、省外 48 小时可到达现场，对售后服务档案进行完整记录并定期回访。

7.4 企业社会责任

我公司坚持“诚信、守法、务实、创新”的理念，注重生产过程中，对员工和环境的保护，勇于履行企业公民的责任。

1、产品质量诚信宣传

公司通过网站、微信、会议、培训、产品宣传页、企业宣传栏、售后服务卡、三包卡等多种途径进行质量诚信宣传，强化员工的质量意识，接受社会各方的监督。

2、安全生产管理

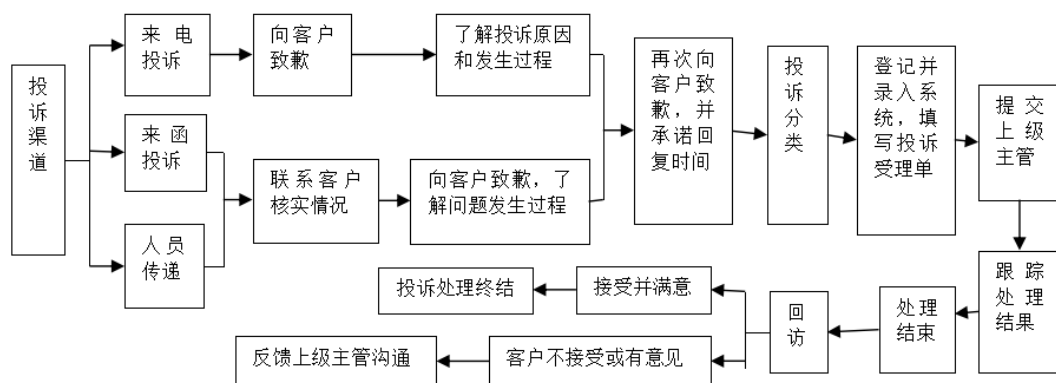
公司高层领导亲自参与筹建了质量安全小组，建立了安全标准化管理体系，落实了质量安全目标责任，与相关分厂和操作者签订安全责任书，严格按照《安全生产法》中规定，落实日常管理，确保安全设施、设备资金的投入。配置专业的安全、消防管理人员和消防安全设施，对安全保障的消防器材定期检查，定期召开安全生产会议，组织安全生产的日检、自检，并加强了安全生产巡查，还定期进行安全应急演练，至今未发现安全隐患。

3、职业健康安全管理

企业积极开展职业健康安全管理工作。严格按照规定提供劳动保护用品，工作期间要求必须佩戴到位，定期安排员工体检，防止出现危险时对员工造成伤害和职业病的发生。连续三年，公司实行了重伤、轻伤、死亡均为零的好成绩。

4、质量保证承诺

公司制定了《“三包”服务团队建设、及对用户意见处理情况的说明》，对投诉处理实施区域划分管理、处理过程按节点控制。明确省内 24 小时、省外 48 小时异议处理标准。目前顾客对我公司顾客异议能快速响应、及时受理和处理非常满意。



7.5 质量信用记录

2022 年，经过公司全体员工的共同努力，常熟涤纶有限公司在经济效益、社会效益等各方面均取得了可喜的成绩。

质量信用成果

诚信内容	评价结果	年份
质量信用等级	AAA 级	2018
高新技术企业	—	2021
二十强民营企业	—	2009
省级专精特新	—	2021
质量管理协会	—	2021
最佳技术创新	—	2020

7.5.1 主要产品社会信誉度（顾客满意度）

公司近几年来进行满意度调查，连续三年呈上升趋势。公司销售部、办公室也定期对不同客户群开展满意度调查，满意度都在 90 分以上。

8.报告结语

在激烈的国内市场竞争中，要想在市场的洪流中不被忽视，要想立于不败之地，在很大程度上取决于企业产品的质量，取决于企业核心技术和自主创新能力，取决于品牌的培育和发展。进一步开展质量振兴，推进企业质量管理体系的升级，加快经济增长具有重大意义。我们会坚定不移的走质量振兴之路，“做最好的产品，提供最好的服务”是我们永远不变的信念！

质量管理是企业的永恒的主题，良好的信用是企业的根本，也是保障企业发展的重要因素之一，没有一劳永逸的质量，只有持续改进的质量管理系统，良好的信用需要卓越的质量支撑，需要优良的服务维系。未来，公司将以强烈的责任感和高度的使命感扎实推进质量管理，稳固维护企业信用。以卓越的产品质量占领市场，以良好的信誉留住顾客，推进质量管理体系的持续改进和高效运行，全面强化全员维护形象、打造精品质量意识。将“质量就是生命”、“信用就是根本”的工作理念，付诸于行动，通过进一步开展降低成本增加效益、管理提升活动，不断提高工作责任心和管控力度，为顾客提供优质产品和服务，坚决履行企业的质量主体责任，以质量为根、诚信为本，向质量要效益、促发展，真正达到诚信经营、以质取胜。