

广州市市场监督管理局

广州市市场监督管理局转发广东省市场监督管理局关于做好 2019 年度广东省政府质量奖申报工作的通知

各区市场监管局，市教育局、市工业和信息化局、市住房城乡建设局、市商务局、市文化广电旅游局、市卫生健康委、市地方金融监管局：

现将《广东省市场监督管理局关于做好 2019 年度广东省政府质量奖申报工作的通知》（粤市监质发〔2019〕671 号，以下简称《通知》）转发给你们，请严格按照《通知》规定的申报条件，积极发动、推荐广州行政区域内制造业（食品、药品类生产企业暂不列入申报范围）、服务业和建筑业企业或组织申报，并于 8 月 6 日（星期二）17:00 前将申报 2019 年度广东省政府质量奖的企业或组织联系表发至 szjjwzj@gz.gov.cn。

广州市市场监督管理局

2019 年 8 月 2 日

（联系人：邬细宝、欧园园，联系电话：85596566 转 3707、3718）

广东省市场监督管理局文件

粤市监质发〔2019〕671号

广东省市场监督管理局关于做好2019年度 广东省政府质量奖申报工作的通知

各地级以上市市场监督管理局，各申报企业或组织：

按照《广东省政府质量奖评审管理办法》有关要求，为推动我省企业或组织提升自主创新和卓越质量管理能力，提高核心竞争力，促进产业转型，决定开展2019年度广东省政府质量奖评审工作，现将有关申报事项通知如下：

一、申报对象

广东省行政区域内制造业（食品、药品类生产企业暂不列入申报范围）、服务业和建筑业企业或组织。

二、申报条件

申报企业或组织必须同时符合以下条件：

（一）在广东省行政区域内登记注册五年以上，具有独立法人资格。

（二）符合国家和省的产业、环保、质量等政策，列入国家强制监督管理范围的应取得有关证照。

（三）质量管理体系健全，建立卓越绩效管理模式推进机构，推广及应用卓越绩效管理模式两年以上。

（四）产品、服务、建筑工程和经营质量以及自主创新能力、市场竞争力等在国内处于领先地位，在近三年国家或省质量监督抽查中没有不合格记录，最近三年没有消费者重大投诉。

（五）制造业、建筑业企业经济效益好，其经营规模、年利税额、总资产贡献率等指标位居国内同行业前列，并保持良好的发展势头，同时 2018 年度销售额（或主营业务收入）在 5 亿元以上（相关数据由正规会计师事务所出具的上年度审计报告或具有公信力的证明）；服务业企业经济效益好，其经营规模、年利税额、总资产贡献率等指标位居国内同行业前列，并保持良好的发展势头，同时 2018 年度销售额（或主营业务收入）在 1 亿元以上（相关数据由正规会计师事务所出具的上年度审计报告或具有公信力的证明）；非营利性组织，其社会贡献位于行业前列，并获得主管部门或省行业协会推荐。

（六）积极履行社会责任，近三年来没有发生重大质量、安全、环保、卫生等事故，没有因违反生产经营、知识产权、

劳动保障、环保、安全生产、税收等法律、法规、规章规定受到刑事或行政处罚。

届时将评选出不超过 10 家获奖企业或组织，其中大型企业不超过 5 家，中小型企业或组织不超过 5 家。

母公司或集团公司已经获奖的，其下属的子公司或分公司在间隔期内不得再次参与申报。

三、申报时间和受理部门

（一）申报时间：通知发布之日起至 2019 年 8 月 23 日。

（二）受理部门：企业或组织所在地地级以上市市场监管局（以下简称市局）。

四、评审原则

（一）遵循科学、公正、公平、公开的原则，坚持企业或组织自愿、不向企业或组织收费、不搞终身制的原则。

（二）评审标准按照 GB / T19580-2012《卓越绩效评价准则》、GB / Z19579-2012《卓越绩效评价准则实施指南》和《广东省政府质量奖评价细则》（附件 1）等执行。

五、工作要求

（一）请各申报企业或组织如实填写《2019 年省政府质量奖申报材料》（见附件 2）及制作包含申报材料内容的光盘，并将申报材料装订成册与光盘按时提交企业或组织所在地地市局。省财政厅“省级专项资金管理平台”目前正在配置，省局将另文要求申报企业或组织上传有关资料的具体事宜和时间。

（二）请各市局对申报材料的真实性和企业或组织是否符合申报条件进行初审把关，对符合申报条件的申报材料经综合市相关政府部门、行业协会意见后提出推荐意见并加盖公章。

（三）请各市局于8月26日前将企业或组织申报材料（纸质材料一式六份，光盘一份）报送省市场监管局质量发展处，逾期将不予受理。

六、联系方式

联系人：陈洪乐

联系电话：020-38835755

邮寄地址：广州市天河区黄埔大道西363号1204房

邮政编码：510620

附件：1. 广东省政府质量奖评价细则

2. 2019年广东省政府质量奖申报材料

广东省市场监督管理局

2019年7月30日

附件 1

广东省政府质量奖评价细则

根据《中国质量奖评审要点》《广东省政府质量奖评审管理办法》规定，结合广东实际，制定本细则。

一、评审内容、依据

省政府质量奖评审内容包括卓越绩效管理成熟度和质量管理实践总结两部分。

卓越绩效管理成熟度评价依据为《卓越绩效评价准则》（GB/T19580-2012,附件 1），质量管理实践总结评价依据为参照《中国质量奖评审要点》制定的《广东省政府质量奖质量管理实践总结评分方法》（附件 2）。

二、评审规则

省政府质量奖分设制造业、服务业和工程类三大类（根据评审情况可空缺），评审环节分为材料评审和现场评审。省政府质量奖评审综合总分为 1000 分，其中卓越绩效管理成熟度评审得分占 90%（即 900 分），质量管理实践总结评审得分占 10%（即 100 分）。

（一）从省政府质量奖评审专家库随机抽取专家，对申报企业和组织的卓越绩效管理成熟度进行材料评审，根据评审得分分类别按不少于 1:2 的比例确定候选企业和组织名单。每家

企业或组织由 5-7 名专家分别独立评审，每名专家评审不多于 5 家企业或组织。

（二）从评审专家库中随机抽取不少于 5 名专家组成专家组并随机确认专家组评审的企业或组织，由专家组对候选企业或组织进行现场评审和质量管理实践总结材料评审。

（三）分类别按照综合得分高低确定获奖企业或组织建议名单，提交评审委员会审议，由评审委员会投票产生最终获奖企业和组织。

三、其他要求

（一）评审专家不得与任何一家参评企业和组织有直接利益关系；

（二）咨询机构工作人员在两年内为任何一家参评企业和组织提供了咨询等服务的，专家库中隶属于该咨询机构的专家不得作为本届省政府质量奖评审专家。

附件：1.《卓越绩效评价准则》（GB/T19580-2012）

2. 广东省政府质量奖质量管理实践总结评分方法

附件 1

ICS 03.120.10
A 00



中华人民共和国国家标准

GB/T 19580—2012
代替 GB/T 19580—2004

卓越绩效评价准则

Criteria for performance excellence

2012-03-09 发布

2012-08-01 实施

中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局 发布
中国国家标准化管理委员会

目 次

前言	Ⅲ
引言	Ⅳ
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 评价要求	2
4.1 领导	2
4.2 战略	3
4.3 顾客与市场	4
4.4 资源	5
4.5 过程管理	7
4.6 测量、分析与改进	8
4.7 结果	9

前 言

本标准依据 GB/T 1.1—2009 给出的规则起草。

本标准代替 GB/T 19580—2004《卓越绩效评价准则》。本标准与 GB/T 19580—2004 相比主要变化如下：

- 增加了基本理念；
- 增加了部分术语；
- 调整了部分章节的内容。

本标准由国家质量监督检验检疫总局提出。

本标准由全国质量管理和质量保证标准化技术委员会(SAC/TC 151)归口。

本标准起草单位：中国标准化研究院、北京工业大学、中国质量协会、中国人民大学、北京科立特管理咨询公司、上海质量管理科学研究院、上海三菱电梯有限公司、宝钢集团有限公司。

本标准主要起草人：韩福荣、汤万金、陈志田、马林、吕青、李仁良、焦叔斌、张晓东、金国强、王俊、王国清。

本标准所代替标准的历次版本发布情况为：

- GB/T 19580—2004。

引 言

0.1 总则

为了引导组织追求卓越,提高产品、服务和发展质量,增强竞争优势,促进组织持续发展,依据《中华人民共和国产品质量法》、《质量发展纲要(2011—2020年)》,特制定本标准。

本标准借鉴国内外卓越绩效管理的经验和做法,结合我国企业经营管理的实践,从领导,战略,顾客与市场,资源,过程管理,测量、分析与改进以及结果等七个方面规定了组织卓越绩效的评价要求,为组织追求卓越提供了自我评价的准则,也可作为质量奖的评价依据。

本标准以落实科学发展观、建设和谐社会为出发点,坚持以人为本、全面协调和可持续发展的原则,为组织的所有者、顾客、员工、供方、合作伙伴和社会创造价值。本标准的制定和实施可促进各类组织增强战略执行力,改善产品和服务质量,帮助组织进行管理的改进和创新,持续提高组织的整体绩效和管理能力,推动组织获得长期成功。

0.2 与 GB/Z 19579—2012《卓越绩效评价准则实施指南》的关系

本标准规定了卓越绩效评价要求,是卓越绩效评价的主要依据;《卓越绩效评价准则实施指南》是组织实施本标准配套的指导性技术文件,为组织理解和应用《卓越绩效评价准则》提供指南。

0.3 基本理念

本标准建立在以下基本理念基础上,高层领导可运用这些基本理念引导组织追求卓越:

a) 远见卓识的领导

以前瞻性的视野、敏锐的洞察力,确立组织的使命、愿景和价值观,带领全体员工实现组织的发展战略和目标。

b) 战略导向

以战略统领组织的管理活动,获得持续发展和成功。

c) 顾客驱动

将顾客当前和未来的需求、期望和偏好作为改进产品和服务质量,提高管理水平及不断创新的动力,以提高顾客的满意和忠诚程度。

d) 社会责任

为组织的决策和经营活动对社会的影响承担责任,促进社会的全面协调可持续发展。

e) 以人为本

员工是组织之本,一切管理活动应以激发和调动员工的主动性、积极性为中心,促进员工的发展,保障员工的权益,提高员工的满意程度。

f) 合作共赢

与顾客、关键的供方及其他相关方建立长期伙伴关系,互相为对方创造价值,实现共同发展。

g) 重视过程与关注结果

组织的绩效源于过程,体现于结果。因此,既要重视过程,更要关注结果;要通过有效的过程管理,实现卓越的结果。

h) 学习、改进与创新

培育学习型组织和个人是组织追求卓越的基础,传承、改进和创新是组织持续发展的关键。

i) 系统管理

将组织视为一个整体,以科学、有效的方法,实现组织经营管理的统筹规划、协调一致,提高组织管理的有效性和效率。

卓越绩效评价准则

1 范围

本标准规定了组织卓越绩效的评价要求。

本标准适用于追求卓越的各类组织,为组织提供了自我评价的准则,也可作为质量奖的评价依据。

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

3 术语和定义

GB/T 19000 界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

卓越绩效 performance excellence

通过综合的组织绩效管理方法,为顾客、员工和其他相关方不断创造价值,提高组织整体的绩效和能力,促进组织获得持续发展和成功。

3.2

使命 mission

组织存在的价值,是组织所应承担并努力实现的责任。

3.3

愿景 vision

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。

3.4

价值观 values

组织所崇尚文化的核心,是组织行为的基本原则。

3.5

治理 governance

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。

3.6

标杆 benchmarks

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实践和绩效。

3.7

关键过程 key processes

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。

4 评价要求

4.1 领导

4.1.1 总则

本条款用于评价组织高层领导的作用、组织治理及组织履行社会责任的情况。

4.1.2 高层领导的作用

组织应从以下方面说明高层领导的作用：

- a) 如何确定组织的使命、愿景和价值观，如何将其贯彻到全体员工，并影响到组织的供方、合作伙伴、顾客及其他相关方，如何在落实组织的价值观方面起表率作用；
- b) 如何与全体员工及其他相关方进行沟通，如何鼓励整个组织实现坦诚、双向的沟通，如何通过全体员工实现卓越绩效的活动进行激励以强化组织的方向和重点；
- c) 如何营造诚信守法的环境，如何营造有利于改进、创新和快速反应的环境，如何营造促进组织学习和员工学习的环境；
- d) 如何履行确保组织所提供产品和服务质量安全的职责；
- e) 如何推进品牌建设，不断提高产品质量和服务水平；
- f) 如何强化风险意识，推动组织的持续经营，如何积极培养组织未来的领导者；
- g) 如何促进组织采取行动以改进组织绩效、实现战略目标，并达成愿景；如何定期评价组织的关键绩效指标，以及如何根据绩效评价结果采取相应行动。

4.1.3 组织治理

如何考虑组织治理的关键因素以及如何对高层领导和治理机构成员的绩效进行评价；

- a) 组织治理如何考虑以下关键因素：
 - 管理层所采取行动的责任；
 - 财务方面的责任；
 - 经营管理的透明性以及信息披露的政策；
 - 内、外部审计的独立性；
 - 股东及其他相关方利益的保护。
- b) 如何评价高层领导的绩效，如何评价治理机构成员的绩效，高层领导和治理机构如何运用这些绩效评价结果改进个人、领导体系和治理机构的有效性。

4.1.4 社会责任

4.1.4.1 提要

组织如何履行社会责任，包括在公共责任、道德行为和公益支持等方面的做法。

4.1.4.2 公共责任

- 4.1.4.2.1 明确组织的产品、服务和运营对质量安全、环保、节能、资源综合利用、公共卫生等方面产生的影响所采取的措施。
- 4.1.4.2.2 如何预见和应对公众对组织的产品、服务和运营所产生的负面社会影响的隐忧。
- 4.1.4.2.3 说明为满足法律法规要求和达到更高水平而采用的关键过程及绩效指标，以及在应对产品、服务和运营的相关风险方面的关键过程及绩效指标。

4.1.4.3 道德行为

4.1.4.3.1 如何确保组织遵守诚信准则,以及如何建立组织的信用体系。

4.1.4.3.2 如何确保组织行为符合道德规范,说明用于促进和监测组织内部、与顾客、供方和合作伙伴之间及组织治理中的行为符合道德规范的关键过程及绩效指标。

4.1.4.4 公益支持

如何积极地支持公益事业,并说明重点支持的公益领域;高层领导及员工如何积极参与并为此做出贡献。

4.2 战略

4.2.1 总则

本条款用于评价组织的战略及其目标的制定、部署及进展情况。

4.2.2 战略制定

4.2.2.1 提要

组织如何制定战略和战略目标。

4.2.2.2 战略制定过程

4.2.2.2.1 组织应描述其战略制定过程,主要步骤及主要参与者,如何确定长、短期计划的时间区间,以及战略制定过程如何与长、短期计划时间区间相对应。

4.2.2.2.2 如何确保制定战略时考虑下列关键因素,如何就这些因素收集和分析有关的数据和信息:

- 顾客和市场的需求、期望以及机会;
- 竞争环境及竞争能力;
- 影响产品、服务及运营方式的重要创新或变化;
- 资源方面的优势和劣势,资源重新配置到优先考虑的产品、服务或领域的机会;
- 经济、社会、道德、法律法规以及其他方面的潜在风险;
- 国内外经济形势的变化;
- 组织特有的影响经营的因素,包括品牌、合作伙伴和供应链方面的需要及组织的优势和劣势等;
- 可持续发展的要求和相关因素;
- 战略的执行能力。

4.2.2.3 战略和战略目标

4.2.2.3.1 说明战略和战略目标,以及战略目标对应的时间表和关键的量化指标。

4.2.2.3.2 战略和战略目标如何应对战略挑战和发挥战略优势,如何反映产品、服务、经营等方面的创新机会,如何均衡地考虑长、短期的挑战和机遇以及所有相关方的需要。

4.2.3 战略部署

4.2.3.1 提要

组织如何将战略和战略目标转化为实施计划及相关的关健绩效指标,以及如何根据这些关健绩效

指标预测组织未来的绩效。

4.2.3.2 实施计划的制定与部署

4.2.3.2.1 如何制定和部署实现战略目标的实施计划;如何根据环境的变化对战略目标及其实施计划进行调整和落实。

4.2.3.2.2 说明组织的主要长、短期实施计划,这些计划所反映出的在产品和服务、顾客和市场以及经营资源方面的关键变化。

4.2.3.2.3 如何获取和配置资源以确保实施计划的实现;说明组织为了实现长、短期战略目标和实施计划的重要资源计划。

4.2.3.2.4 说明监测实施计划进展情况的关键绩效指标,如何确保这些指标协调一致,并涵盖所有关键的领域和相关方。

4.2.3.3 绩效预测

说明组织长、短期计划期内的关键绩效指标的预测结果以及相应的预测方法;如何将所预测绩效与竞争对手或对比组织的预测绩效相比较,与主要的标杆、组织的目标及以往绩效相比较;如何确保实现所预测绩效;如何应对相对于竞争对手或对比组织的绩效差距。

4.3 顾客与市场

4.3.1 总则

本条款用于评价组织确定顾客和市场的需求、期望和偏好以及建立顾客关系、确定影响顾客满意程度关键因素的方法。

4.3.2 顾客和市场的了解

4.3.2.1 提要

组织如何确定顾客和市场的需求、期望和偏好以及如何拓展新的市场。

4.3.2.2 顾客和市场的细分

4.3.2.2.1 如何识别顾客、顾客群和细分市场,如何确定当前及未来的产品和服务所针对的顾客、顾客群和细分市场。

4.3.2.2.2 在顾客和市场的细分过程中,如何考虑竞争对手的顾客及其他潜在的顾客和市场。

4.3.2.3 顾客需求和期望的了解

4.3.2.3.1 如何了解关键顾客的需求、期望和偏好及其对于顾客在购买或建立长期关系的相对重要性,如何针对不同的顾客、顾客群和细分市场采取不同的了解方法。

4.3.2.3.2 如何将当前和以往顾客的相关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,如何使用这些信息来强化顾客导向、满足顾客需要以及识别创新的机会。

4.3.2.3.3 如何使了解顾客需求和期望的方法适应发展方向、业务需要及市场的变化。

4.3.3 顾客关系与顾客满意

4.3.3.1 提要

组织如何建立、维护和加强顾客关系,如何确定赢得和保持顾客并使顾客满意、忠诚的关键因素的

方法。

4.3.3.2 顾客关系的建立

4.3.3.2.1 如何建立顾客关系以赢得顾客,满足并超越其期望,提高其忠诚度,获得良好口碑。

4.3.3.2.2 如何建立与顾客接触的主要渠道,这些渠道如何方便顾客查询信息,进行交易和提出投诉,如何确定每种渠道主要的顾客接触要求,并将这些要求落实到有关的人员和过程。

4.3.3.2.3 如何处理顾客投诉,确保投诉得到有效、快速的解决。如何最大限度地减少顾客不满和业务流失。如何积累和分析投诉信息以用于组织及合作伙伴的改进。

4.3.3.2.4 如何使建立顾客关系的方法适合组织发展方向及业务需要。

4.3.3.3 顾客满意的测量

4.3.3.3.1 如何测量顾客满意和忠诚,所用方法如何因顾客群不同而异,如何确保测量能够获得有效的信息并用于改进,以超越顾客期望、获得良好口碑并赢得市场。

4.3.3.3.2 如何对顾客进行产品和服务质量的跟踪,以获得及时、有效的反馈信息并将其用于改进与创新活动。

4.3.3.3.3 如何获取和应用可供比较的竞争对手和标杆的顾客满意信息。

4.3.3.3.4 如何使测量顾客满意和忠诚的方法适应发展方向及业务需要。

4.4 资源

4.4.1 总则

本条款用于评价组织的人力、财务、信息和知识、技术、基础设施和相关方关系等资源管理的情况。

4.4.2 人力资源

4.4.2.1 提要

组织如何建立以人为本的人力资源管理体系,促进员工的学习和发展,提高员工的满意程度。

4.4.2.2 工作的组织和管理

4.4.2.2.1 如何对工作和职位进行组织、管理,以应对战略挑战,满足实施计划,对业务变化作出快速灵活反应,促进组织内部的合作,调动员工的积极性、主动性,促进组织的授权、创新,以提高组织的执行力。

4.4.2.2.2 如何确定员工的类型和数量的需求,如何识别所需员工的特点和技能、如何提高现有员工的能力,如何招聘、任用和留住员工。

4.4.2.2.3 如何听取和采纳员工、顾客和其他相关方的各种意见和建议,如何在不同的部门、职位和地区之间实现有效的沟通和技能共享。

4.4.2.3 员工绩效管理

如何实施员工绩效管理,包括员工绩效的评价、考核和反馈,以及如何建立科学合理的薪酬体系和实施适宜的激励政策和措施,以提高员工和组织的工作绩效,实现组织的战略实施计划。

4.4.2.4 员工的学习与发展

4.4.2.4.1 员工的教育与培训

如何识别教育与培训需求,制定和实施教育与培训计划,并结合员工和组织绩效以评价其有效

性,使教育与培训适应组织发展方向和员工职业发展的要求;如何针对不同的岗位和职位实施教育与培训,鼓励和支持员工以多种方式实现与工作需要和职业发展、技能提高相关的学习目标。

4.4.2.4.2 员工的职业发展

如何对包括高层领导在内的所有员工的职业发展实施有效管理,如何帮助员工实现学习和发展目标,如何实施继任计划,形成人才梯队,以提高组织的持续经营能力。

4.4.2.5 员工的权益与满意程度

4.4.2.5.1 员工权益

- 如何保证和不断改善员工的职业健康安全,针对不同的工作场所确定相应的测量指标和目标,并确保对工作场所的紧急状态和危险情况做好应急准备;
- 如何针对不同的员工群体,提供针对性、个性化和多样化的支持,保障员工的合法权益;
- 如何鼓励员工积极参与多种形式的管理和改进活动,并为员工参与的活动提供必要的资源,以提高员工的参与程度和效果。

4.4.2.5.2 员工满意程度

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,如何测量和提高员工满意程度。

4.4.3 财务资源

如何确定资金需求,保证资金供给。如何实施资金预算管理、成本管理和财务风险管理,将资金的实际使用情况与计划相比较,及时采取必要的措施,适时调整。如何加快资金周转,提高资产利用率,以实现财务资源的最优配置,并提高资金的使用效率和安全。

4.4.4 信息和知识资源

4.4.4.1 如何识别和开发信息源,如何确保获得和提供所需的数据和信息,并使员工、供方和合作伙伴及顾客易于获取相关数据和信息。

4.4.4.2 如何配备获取、传递、分析和发布数据和信息的设施,如何建立和运行信息系统,如何确保信息系统硬件和软件的可靠性、安全性、易用性。

4.4.4.3 如何使信息系统适应组织的发展方向及业务需要。

4.4.4.4 如何有效地管理组织的知识资产,收集和传递来自员工、顾客、供方和合作伙伴等方面的相关知识,识别、确认、分享和应用最佳实践。

4.4.4.5 如何确保数据、信息和知识的准确性、完整性、可靠性、及时性、安全性和保密性。

4.4.5 技术资源

4.4.5.1 组织如何对其拥有的技术进行评估,并与同行先进水平进行比较分析,为制定战略和增强核心竞争力提供充分依据。

4.4.5.2 如何以国际先进技术为目标,积极开发、引进、消化、吸收适用的先进技术和先进标准,提高组织的技术创新能力。

4.4.5.3 如何形成和使用组织的技术诀窍与专利。

4.4.5.4 如何制定技术开发与改造的目标和计划,论证方案,落实增强技术先进性、实用性所采取的措施。

4.4.6 基础设施

在考虑组织自身和相关方需求和期望的同时,如何确定和提供所必需的基础设施,包括:

- a) 根据战略实施计划和过程管理的要求提供基础设施;
- b) 制定并实施基础设施的预防性和故障性维护保养制度;
- c) 制定和实施更新改造计划,不断提高基础设施的技术水平;
- d) 预测和处置因基础设施而引起的环境、职业健康安全和资源利用问题。

4.4.7 相关方关系

如何建立与其战略实施相适应的相关方关系,尤其是与关键供方和合作伙伴的良好合作关系,促进双向交流,共同提高过程的有效性和效率。

4.5 过程管理

4.5.1 总则

本条款用于评价组织的过程识别、设计、实施与改进的情况。

注:适用时,鼓励将组织的过程分为价值创造过程和支持过程。

4.5.2 过程的识别与设计

4.5.2.1 提要

组织如何识别、确定和设计关键过程。

4.5.2.2 过程的识别

组织如何确定主要产品、服务及经营全过程,并识别、确定其中的关键过程,包括利用外部资源的过程。

4.5.2.3 过程要求的确定

如何结合来自顾客及其他相关方的信息,确定关键过程的要求,必要时在全部要求中确定关键要求,如何确保这些要求清晰并可测量。

4.5.2.4 过程的设计

4.5.2.4.1 在过程设计中如何满足已确定的关键要求,如何有效利用新技术和组织知识,如何考虑可能的变化并保持敏捷性,如何考虑质量、安全、周期、生产率、节能降耗、环境保护、成本控制及其他效率和有效性因素,确定过程的关键绩效指标。

4.5.2.4.2 如何考虑应对突发事件和采取应急准备,以规避风险、减少危害;在建立组织的应急响应系统中如何考虑预防和管理,以及运营的连续性。

4.5.3 过程的实施与改进

4.5.3.1 过程的实施

如何实施关键过程,以持续满足过程设计要求,并确保过程的有效性和效率。

如何使用关键绩效指标监控过程的实施,如何在过程的实施中利用来自顾客和其他相关方的信息,如何优化关键过程的整体成本。

4.5.3.2 过程的改进

如何评价关键过程实施的有效性和效率,改进关键过程,减少过程波动与非增值性活动,使关键过程与发展方向和业务需要保持一致,并在各部门和各过程分享改进成果和经验教训,以促进组织的学习和创新。

4.6 测量、分析与改进

4.6.1 总则

本条款用于评价组织测量、分析和评价绩效的方法及改进和创新的情况。

4.6.2 测量、分析和评价

4.6.2.1 提要

如何测量、分析和评价组织各层次及所有部门的绩效。

4.6.2.2 绩效测量

4.6.2.2.1 说明组织如何建立绩效测量系统,如何有效应用相关的数据和信息,监测日常运作及组织的整体绩效,支持组织的决策,改进和创新。

4.6.2.2.2 如何有效应用关键的对比数据和信息,支持组织的决策、改进和创新。

4.6.2.2.3 如何确保绩效测量系统适应发展方向及业务需要,并确保对组织内外部的快速变化保持敏感性。

4.6.2.3 绩效分析和评价

4.6.2.3.1 如何分析、评价组织绩效,包括:如何评价组织的成就、竞争绩效以及长、短期目标和实施计划的进展,如何评价组织的应变能力。

4.6.2.3.2 如何根据绩效评价结果,确定改进的优先次序,并识别创新的机会;如何将这些优先次序和创新机会及其举措在组织内展开,适当时展开到关键供方和合作伙伴,以达到协调一致。

4.6.3 改进与创新

4.6.3.1 提要

组织如何进行改进和创新的管理,如何应用改进和创新的方法。

4.6.3.2 改进与创新的管理

4.6.3.2.1 如何对改进和创新进行策划,明确各层次和所有部门、过程在改进与创新方面的计划 and 目标。

4.6.3.2.2 如何实施、测量、评价改进与创新活动,分析对盈利能力和实现组织战略目标的贡献,促进组织绩效的提高。

4.6.3.3 改进与创新方法的应用

4.6.3.3.1 如何应用多种方法,组织各层次员工开展各种改进与创新活动。

4.6.3.3.2 如何正确和灵活应用统计技术和其他工具,为改进与创新提供支持。

4.7 结果

4.7.1 总则

本条款用于评价组织在主要经营方面的绩效和改进,包括产品和服务、顾客与市场、财务、资源、过程有效性和领导等方面的绩效。绩效水平应与竞争对手和(或)标杆对比并进行评价。

4.7.2 产品和服务结果

4.7.2.1 主要产品和服务的关键绩效指标(如实物质量指标和服务水平等)的当前水平和趋势。

4.7.2.2 主要产品和服务的关键绩效指标与竞争对手对比的结果,与国内、国际同类产品和服务的对比结果。

4.7.2.3 主要产品和服务所具有的特色及创新成果。

4.7.3 顾客与市场结果

4.7.3.1 提要

组织在顾客与市场方面的绩效结果,包括顾客满意和忠诚以及市场方面的绩效结果。必要时,将结果按顾客群与市场区域加以细分。其中应包括适当的对比性数据。

4.7.3.2 顾客方面的结果

顾客方面的结果应包括但不限于以下方面:

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

4.7.3.3 市场结果

4.7.3.3.1 市场的关键绩效指标的当前水平和趋势,可包括市场占有率、市场地位、业务增长或新增市场等。

4.7.3.3.2 市场绩效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。

4.7.4 财务结果

组织在财务绩效方面的关键绩效指标的当前水平和趋势,可包括:主营业务收入、投资收益、营业外收入、利润总额、总资产贡献率、资本保值增值率、资产负债率、流动资金周转率等综合指标。必要时按行业特点、不同产品和服务类别或市场区域分别说明。其中应包括适当的对比性数据。

4.7.5 资源结果

组织人力资源方面的结果,应包括工作的组织和管理、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。其中应包括适当的对比性数据。

组织在人力、财务、信息和知识、技术、基础设施和相关方关系等资源方面的关键绩效指标的当前水平和趋势。其中应包括适当的对比性数据。

4.7.6 过程有效性结果

组织在反映关键过程有效性和效率方面的关键绩效指标的当前水平和趋势,应包括全员劳动生产率、质量、成本、周期、供方和合作伙伴绩效以及其他有效性的测量结果。适当时,将结果按产品和服务

类别或市场区域加以细分。其中应包括适当的对比性数据。

4.7.7 领导方面的结果

组织在领导方面的绩效结果,应包括实现战略目标、组织治理、公共责任、道德行为以及公益支持等方面的绩效结果。必要时按业务单元加以细分。其中应包括适当的对比性数据:

- a) 在实现战略目标方面的关键绩效指标的当前水平和趋势;
 - b) 在组织治理方面的关键绩效指标的当前水平和趋势;
 - c) 在公共责任方面的关键绩效指标的当前水平和趋势;
 - d) 在道德行为方面的关键绩效指标的当前水平和趋势;
 - e) 在公益支持方面的关键绩效指标的当前水平和趋势。
-

中 华 人 民 共 和 国
国 家 标 准
卓越绩效评价准则
GB/T 19580—2012

中国标准出版社出版发行
北京市朝阳区和平里西街甲2号(100013)
北京市西城区三里河北街16号(100045)

网址 www.spc.net.cn
总编室:(010)64275323 发行中心:(010)51780235
读者服务部:(010)68523946

中国标准出版社秦皇岛印刷厂印刷
各地新华书店经销

开本 880×1230 1/16 印张 1.25 字数 24 千字
2012年4月第一版 2012年4月第一次印刷

书号: 165066 • 1-45063 定价 21.00 元



GB/T 19580-2012

附件 2

广东省政府质量奖质量管理实践总结评分方法

一级指标	二级指标	100 - 90%	89 - 75%	74 - 60%	59 - 31%	30 - 0%
经营质量综合管理总体评价： 中报单位总结提炼出的独具特色、可复制、可推广的最佳管理制度、方法和/或模式的先进性、适宜性、有效性及具体成效。		特色鲜明，亮点明显，创新突出，科学系统，成效显著，相关能力或水平达到国际先进或国内领先，堪称国内组织标杆。	具有较鲜明的特色和明显的亮点，创新性较强，成效较显著，相关能力或水平达到国内先进或行业领先，具有较强的标杆示范作用。	具有一定的特色和亮点，但创新性一般，有一定的成效，相关能力或水平达到行业先进水平，具有一定的示范作用。	特色、亮点不够突出，创新性不强，成效不明显，相关能力或水平未达到行业先进水平，示范作用有限。	没有特色和亮点，创新性不强，取得成效不明显，相关能力或水平一般，没有示范作用。
(一) 质量 (40 分)	质量发展 (10 分)	1. 高层领导长期重视、关注并实际推动质量工作，建立以质量为基础的总体战略； 2. 组织的使命、愿景和价值观体现对质量的追求，形成特色鲜明、独树一帜的组织质量文化，制定了完善的员工行为准则和管理制度； 3. 具有健全的质量管理机构，并在整个组织中发挥重要作用； 4. 各项质量基础能力达到国际一流、国内领先； 5. 建立科学的质量专业技术人员人力资源管理体系，重视质量教育和质量人才培养，在组织经营发展中发挥积极作用，实施成效显著。	1. 领导高度重视、关注质量工作，制定了质量战略或规划； 2. 强调对质量的追求，形成具有特色的、明确的组织质量文化，有配套的制度和措施和员工行为准则； 3. 具有较健全的质量管理机构，并在整个组织中发挥较重要作用； 4. 各项质量基础能力达到国内领先； 5. 拥有一定稳定熟练的质量专业技术人员，较重视质量教育和质量人才培养，在组织经营发展中发挥积极作用。	1. 领导高度重视、关注质量工作，制定了年度质量工作计划； 2. 强调对质量的追求，形成具有特色的质量文化，有配套的制度和措施和员工行为准则； 3. 具有健全的质量管理机构，并在整个组织中发挥必要的作用； 4. 各项质量基础能力达到行业先进水平； 5. 拥有一定稳定熟练的质量专业技术人员，较重视质量教育和质量人才培养，在组织经营发展中发挥明显作用。	1. 领导重视质量工作，初步制定了年度质量工作计划； 2. 初步形成组织质量文化，通过制度建设、宣传等措施在组织全体成员中贯彻； 3. 设置了质量管理机构，并在整个组织中发挥一定的作用； 4. 实施质量、环境认证，具有一定的实施效果； 5. 较为重视对专业技术人员的培养与使用。	1. 领导推动本组织质量发展的作用不明显，组织战略中未体现明确的质量战略或计划； 2. 未形成明确的组织质量文化； 3. 质量管理机构或职能不完整，没有在组织中发挥应有的作用； 4. 质量基础薄弱，没有实施质量、环境认证； 5. 对专业技术人员的培养与使用不突出，实施成效不明显。

	质量安全 (15分)	1. 建立了全面的质量责任体系，相关做法特色明显； 2. 具有较强烈的质量诚信意识和风险意识，质量诚信管理制度完善，质量安全风险管理预防与管控体系完善，风险应急处理机制完备，亮点突出，成效显著，外部评价优秀。	1. 建立质量责任体系，质量责任有效落实； 2. 具有较强烈的质量诚信意识和风险意识，开展质量诚信管理、质量安全风险预防、管控与应急处理，相关措施机制完善，取得明显成效，外部评价良好。	1. 建立质量责任体系，质量责任有效落实； 2. 具有较强烈的质量诚信意识和风险意识，开展质量诚信管理、质量安全风险预防、管控与应急处理，相关措施机制较完善，取得一定成效。	1. 有比较系统的质量责任措施； 2. 具有一定的质量诚信意识，基本建成质量诚信管理和质量安全风险管理体系，开展相关工作，取得一些实施成效。	1. 落实质量责任的措施，做法不系统； 2. 质量诚信意识不强，未系统开展质量诚信管理和质量安全风险管理工作，相关措施成效不明显。
	质量水平 (15分)	1. 主导产品和服务的关键质量指标达到国际先进水平或国内领先，3年内曾获得省部级以上政府奖励，质量竞争力国际一流； 2. 依据相关国家标准，科学、规范、客观地开展客户满意度测评，市场认可程度高，顾客满意度和忠诚度达到同行业领先，且呈稳定上升趋势。	1. 主导产品和服务的关键质量指标达到国内先进，获得相关认证，质量竞争力国内领先； 2. 科学、规范、客观地开展顾客满意度和顾客忠诚度测评，市场认可程度高，顾客满意程度和忠诚度达到同行业先进水平，并保持稳定。	1. 主导产品和服务的关键质量指标达到国内先进，获得相关认证，质量竞争力达到行业先进水平； 2. 科学、规范、客观地开展顾客满意度和顾客忠诚度测评，市场认可程度较高，顾客满意程度和忠诚度达到同行业较高水平，并保持稳定。	1. 主导产品和服务的关键质量指标达到行业较好水平，具有一定的质量竞争力； 2. 开展顾客满意度测评，有较为可信、明确证据证明其顾客满意程度较高，而且没有明显的下降趋势。	1. 主导产品和服务的关键质量指标水平较高，质量水平和市场竞争力一般； 2. 未系统开展顾客满意度测评，没有可信、明确证据证明其市场认可其顾客满意程度。

(二) 创新 (30分)	技术创新 (10分)	1. 建立先进、高效的技术创新体系，研发投入、创新能力和核心技术居同行业国际前列，拥有重大突破性技术创新成果； 2. 技术专利的数量和水平、及主持或参与制定国际及国家标准数量居同行业领先； 3. 近3年多次获得省部级以上科技奖励； 4. 主导产品或服务具有较高科技含量和附加值，达到同行业国际领先水平。	1. 建立先进、高效的技术创新体系，研发投入、创新能力和核心技术居同行业国内领先，拥有重大技术创新成果； 2. 技术专利的数量和水平、主持或参与制定国际及国家标准数量居同行业前列； 3. 近3年有获省部级以上科技奖励； 4. 主导产品或服务具有较高科技含量和附加值，达到同行业国内领先水平。	1. 拥有较健全的技术创新体系，研发投入、创新能力和核心技术居行业较高水平，拥有重大技术创新成果； 2. 技术专利的数量和水平、主持或参与制定国际及国家标准数量居同行业较好水平； 3. 近3年有获省部级以上科技奖励； 4. 主导产品或服务具有较高科技含量和附加值，达到同行业国内较高水平。	1. 核心技术达到同行业国内较好水平，拥有一些技术创新成果； 2. 拥有一定的技术专利的数量和水平、曾主持或参与制定国际及国家标准； 3. 近3年有获省部级或市级以上科技奖励； 4. 研发投入等居行业前列，创新能力较强，产品或服务有一定的高科技含量，能运用新技术、新工艺、新材料提升产品档次和服务水平。	1. 拥有先进的核心技术； 2. 拥有一定数量的技术专利； 3. 近3年没有获市级以上科技奖励； 4. 技术创新体系不完善，研发投入创新能力不突出。
	质量创新 (10分)	1. 长期开展重大质量攻关，攻克一系列行业共性质量难题，成功解决关键性难题； 2. 创新性地提出多种质量管理新方法、新技术或新工具引领、带动本行业质量技术进步； 3. 并坚持大规模深入开展群众性质量活动，特色和亮点突出，成果显著。	1. 组织开展重大质量攻关，解决实际质量难题； 2. 提出多种质量管理新方法、新技术或新工具，有效解决实际问题，促进质量技术进步； 3. 广泛开展群众性质量活动，特色和亮点明显成果显著。	1. 组织开展重大质量攻关，解决实际质量难题； 2. 对现有的质量管理新方法、新技术或新工具进行改进和完善，解决实际问题，促进质量技术进步； 3. 较广泛地开展群众性质量活动，特色和亮点明显成果显著。	1. 组织开展中重大质量攻关或项目研究，积极探索解决质量难题； 2. 运用多种质量管理方法、技术或工具，有效解决实际问题，促进质量提升； 3. 开展群众性质量活动，取得一定成效。	1. 在质量管理新方法、新技术或新工具方面的创新性工作不明显； 2. 在重大质量攻关方面成效不显著； 3. 开展群众性质量活动规模范围、特色亮点和实际效果不突出。
	管理创新 (5分)	结合我国实际创新性地提出独具特色的质量管理新模式、新理论，获得国内外普遍认可，实施效果显著，具有在全国范围内推广应用的价值。	创新性地提出具有自身特色的质量管理新模式、新理论，得到实际应用，取得明显成效，具有大规模推广应用价值。	创新性地提出具有自身特色的质量管理新模式、新理论，得到实际应用，取得较明显成效，具有推广应用或借鉴价值。	对现在质量管理模式和理论进行改进完善，取得实际应用效果，具有一定推广应用或借鉴价值。	在质量管理模式和理论方面的创新性工作不足。

	创新价值 (5分)	核心技术给组织和全社会在多个方面带来巨大的经济效益和社会效益,显著提升组织市场竞争力和产业技术水平。	核心技术给组织和全社会在部分方面带来显著经济效益和社会价值,对提升组织市场竞争力做出明显贡献,对产业技术水平提升有一定的贡献。	核心技术给组织和全社会在部分方面带来显著经济效益和社会价值,对提升组织市场竞争力做出较明显贡献。	核心技术给组织和全社会带来一定的经济效益和社会价值,增强了组织市场竞争力。	核心技术给组织和全社会带来的经济效益和社会价值不显著,对提升组织竞争力的作用不明显。
(三) 品牌 (10分)	品牌建设 (5分)	1. 从战略层面加强品牌建设,品牌定位科学、清晰,品牌发展规划明确,实施卓有成效; 2. 建成专业化的品牌管理组织体系,根据品牌发展规划系统,有效地开展营销与推广,在顾客投诉处理、品牌危机管理、品牌保护及品牌评价方面做法系统科学,与顾客和市场建立良好关系,有效维护并持续提升品牌价值与效益。	1. 制定品牌发展规划,品牌定位科学、清晰,品牌战略实施效果显著; 2. 拥有专业化的品牌管理部门与工作团队,推广投入经费较大,相关营销与推广措施有效,系统开展顾客投诉处理、品牌危机管理、品牌保护及品牌评价,努力与顾客和市场建立良好关系,并取得明显成效。	1. 制定品牌发展规划,品牌定位科学、清晰,品牌战略实施有效; 2. 拥有专业化的品牌管理部门与工作团队,推广投入经费较大,相关营销与推广措施有效,较系统开展顾客投诉处理、品牌危机管理、品牌保护及品牌评价,与顾客和市场建立良好关系,取得一定的成效。	1. 制定品牌发展规划并进行实施; 2. 设有专职品牌部门和人员,重视推广投入,通过开展系列品牌营销与推广措施,开展顾客投诉处理、品牌危机管理、品牌保护及品牌评价等措施,努力与顾客和市场建立良好关系,并取得一些成效。	1. 品牌定位不清晰,未制定明确的品牌发展规划; 2. 未设立专门的品牌管理部门与人员,品牌推广措施不系统,未系统开展顾客投诉处理、品牌危机管理、品牌保护及品牌评价等措施,品牌维护成效不明显。
	品牌成果 (5分)	品牌在管理运营、研发生产、市场竞争、资源整合等方面均实现高度国际化,主导品牌产品或服务的市场占有率、品牌价值、品牌知名度等均居同行业国际前列、国内领先,已发展成为本行业国际知名品牌。	品牌在组织结构、生产运营、市场竞争、资源整合等方面均实现国际化,主导品牌产品或服务的市场占有率、品牌价值、品牌知名度等居同行业国内前列。	品牌在组织结构、生产运营、市场竞争、资源整合等方面均积极进行国际化,主导品牌产品或服务的市场占有率、品牌价值、品牌知名度等居同行业国内较高水平。	品牌在国际化发展方面做出积极探索,主导品牌产品或服务的市场占有率、品牌价值、品牌知名度较高,具有一定的国际化发展基础和能力,国际化程度有待进一步提升。	品牌基本不具备国际化发展的基础和能力,主导品牌产品或服务的市场占有率、品牌价值、品牌知名度在国内同行业表现一般,国际化发展程度低。
(四) 效益 (20分)	经济效益 (10分)	1. 主要财务绩效指标居国内同行业领先水平,且呈稳定上升趋势; 2. 近三年对广东省政府依法纳税总额居国内同行业领先水平,多年来为广东经济发展做出重大贡献。	1. 主要财务绩效指标居国内同行业前列,并呈上升趋势; 2. 近三年对广东省政府依法纳税总额居国内同行业先进,多年来为广东省政府经济发展做出较大贡献。	1. 主要财务绩效指标居国内同行业较高水平,并呈上升趋势; 2. 近三年对广东省政府依法纳税总额居省内同行业先进,多年来为当地经济发展做出较大贡献。	1. 主要财务绩效指标较优,并总体呈上升趋势; 2. 近三年对广东省政府依法纳税总额较大,多年来为当地经济发展做出一定的贡献。	1. 主要财务绩效指标水平及趋势一般; 2. 近三年对广东省政府依法纳税总额不高,多年来为当地经济发展做出贡献有限。

	社会效益（10分）	1. 积极贯彻落实党的方针政策，社会责任意识强烈，机制完善，能在众多方面系统、全面地履行其社会责任，行业引领、区域带动作用显著； 2. 多次获得广东省政府表彰奖励，特色明显，亮点突出，形象良好，堪称国内组织标杆。	1. 积极贯彻落实党的方针政策，具备较强社会责任意识，建立相应的决策机制，较好履行社会责任，具有较为明显的特色和亮点，行业引领、区域带动、示范作用明显； 2. 曾获得广东省政府表彰奖励，社会影响力大。	1. 贯彻落实党的方针政策，具备较强社会责任意识，建立相应的决策机制，较好履行社会责任，具有较为明显的特色和亮点，行业引领、区域带动、示范方面发挥积极作用； 2. 曾获得广东省政府表彰奖励，具有显著的社会影响。	1. 贯彻落实党的方针政策，具备一定的社会责任意识，履行部分对相关的社会责任，在行业引领、区域带动方面发挥一定的作用； 2. 曾获得广东省政府当地政府相关表彰，具有一定的社会影响。	1. 贯彻落实党的方针政策，社会责任意识一般，未建立相应履行机制，行业引领、区域带动作用不明显，履行社会责任情况一般，社会影响及为社会、国家做出贡献有限； 2. 未曾获得广东省或当地政府相关表彰，社会影响有限。
--	-----------	--	--	---	--	---

附件 2

(封面)

2 0 1 9 年广东省 政府质量奖申报材料

申报类别：（制造业/服务业/建筑业）

申报企业或组织名称_____（加盖公章）

填报日期： 年 月 日

填报说明：

1. 申报材料制作

申报表格请按相关格式要求填写。申报材料封面统一用白色A4纸，材料内容采用三号字体双面打印，沿长边装订，不采用硬皮材质。

2. 申报材料的要求

内容按表格项目结合实际情况如实填写，各表具体要求见表后“注”，需按年度填写的指标系指申报当年前连续三年的指标。如表内填不下可另加附页或自行复印表格

指标不适用的，可依据行业特征自选指标，并注明定义或公式。无法填写的项目，要说明原因或提供相关的证实性材料。

3. 其他事项

若表格篇幅不够，可附页或在不变动内容的情况下自行调整。

申报企业/组织自我承诺声明

本企业/组织 _____ 自愿申报广东省政府质量奖，并严格遵守有关规定，特作如下承诺：

1. 所提交申报材料内含信息真实、准确、合法、有效，并承担相应责任。

2. 清楚了解并完全遵守省政府质量奖评审所依据的相关制度、规范、标准和守则。

3. 同意最后公布的评定结论为最终决定，在有关方面具有约束力。

4. 承诺在获得省政府质量奖荣誉后高标准地履行社会责任，包括公开获奖模式（商业秘密除外）与社会共享，为省政府质量奖宣传推广和应用研究工作提供力所能及的协助。

5. 同意不因本企业/组织的参奖行为，而要求奖项承办单位、协办单位承担相关法律责任。

法人代表（签字、盖章）：

日 期：

联 系 方 式

联系部门：_____ 联系人：_____ 职务：_____

地 址：_____ 邮编：_____

电 话：_____ 手 机：_____

传 真：_____ E-mail: _____

一、基本情况

申报企业或组织名称：_____

集团公司或所属单位明细：_____

通讯地址：_____ 邮编：_____

法人代表姓名：_____ 电话：_____

最高管理者姓名：_____ 电话：_____

卓越绩效管理机构名称：_____ 负责人_____

职务：_____ 电话：_____ 传真：_____

企业或组织成立日期：_____ 经济类型：_____

所属行业（根据《国民经济行业分类 GB/T 4754—2017》标准注明行业代码）：

统一社会信用代码：_____

企业规模：☐大型（☐特大型 ☐大一型 ☐大二型）
☐中型（☐中一型 ☐中二型） ☐小型

职工总数：_____研发人员总数：_____

管理人员总数：_____其中卓越绩效管理自评员总数：_____

主要产品或服务名称：_____

注：

1.经济类型指国有、有限责任、股份、集体、联营、私营、港澳台资、外商投资企业等。详见国家统计局 2001 年颁发的《关于划分企业登记注册类型的规定》。

2.企业规模划分详见国家统计局《统计上大中小型企业划分办法（暂行）》及其说明。特大型工业企业划分详见国家统计局《特大型工业企业划分标准》。

二、资质信息

1. 实施卓越绩效管理起始时间_____

2. 是否符合国家产业政策 ☐是 ☐否

行业政策规定_____

3. 产品是否纳入行政许可或强制性管理范围 ☐是 ☐否

许可或强制类别_____

4. 近三年是否遵守环保法律法规 ☐是 ☐否

5. 近三年有无重大质量、安全、环保、卫生等责任事故（按行业规定）

☐有 ☐无

6. 近三年有无重大有效投诉、不良记录或违法行为 ☐有 ☐无

说明：_____

7. 体系或产品认证情况

认证类别_____认证时间_____ ☐提供证书复印件

认证类别_____认证时间_____ ☐提供证书复印件

认证类别_____认证时间_____ ☐提供证书复印件

认证类别_____认证时间_____ ☐提供证书复印件

注：在选定项前“☐”内划“√”。

三、主要产品（服务）质量水平

（多类别产品分表填写）

主要产品名称：_____

序号	主要技术指标	本企业水平	同行业水平	国际先进水平

注：本企业水平按上一年指标填报。

四、近三年产品（服务）质量监督抽查情况（国家、省级）

时 间	产 品（服务） 名 称	抽 查 部 门	抽 查 结 论
2016 年			
2017 年			
2018 年			

注：未进行质量监督抽查可以填写委托检验情况。

五、主要经济效益、安全、环境指标（适用时填写）

序号	项 目	单位	2016 年	2017 年	2018 年
1	总资产	万元			
2	主营业务收入	万元			
3	投资收益	万元			
4	营业外收入	万元			
5	销售额	万元			
6	利润总额	万元			
7	出口总额	万美元			
8	上缴利税	万元			
9	总资产贡献率	%			
10	资本保值增值率	%			
11	资产负债率	%			
12	流动资产周转率	次			
13	成本费用利润率	%			
14	全员劳动生产率	万元/ 人			
15	产品销售率	%			

注：1. 指标不适用的，可依据行业特征自选指标，并注明定义或公式。

2. 9-14 项指标填写参见原国家经贸委《关于改进工业经济效益评价考核指标体系的内容及实施方案》的要求。指标的内容及计算公式如下：

$$\text{①总资产贡献率} = \frac{\text{利润总额} + \text{税金总额} + \text{利息支出}}{\text{平均资产总额}} \times \frac{12}{\text{累计月数}} \times 100\%$$

其中：税金总额为产品销售税金及附加与应交增值税之和；平均资产总额为期初期末资产总计的算术平均值。

$$\text{②资本保值增值率} = \frac{\text{报告期期末所有者权益}}{\text{上年同期期末所有者权益}} \times 100\%$$

其中：所有者权益等于资产总计减负债总计。

$$\text{③资产负债率} = \frac{\text{负债总额}}{\text{资产总额}} \times 100\%$$

其中：资产及负债均为报告期期末数。

$$\text{④流动资产周转率} = \frac{\text{销售收入}}{\text{流动资产平均余额}} \times \frac{12}{\text{累计月数}}$$

$$\text{⑤成本费用利润率} = \frac{\text{利润总额}}{\text{成本费用总额}} \times 100\%$$

其中：成本费用总额为产品销售成本、销售费用、管理费用、财务费用之和。

$$\text{⑥全员劳动生产率} = \frac{\text{工业增加值}}{\text{全部职工平均人数}} \times \frac{12}{\text{累计月数}}$$

其中：由于工业增加值是按现行价格计算的，而职工人数不含价格因素，因此应将增加值价格因素予以消除。具体方法可采用总产值价格变动系数消除价格影响。

$$\text{⑦产品销售率} = \frac{\text{工业销售产值}}{\text{工业总产值（现价）}} \times 100\%$$

六、主要市场指标

主要产品名称							
市场占有份额		国际	国内	国际	国内	国际	国内
	2016 年						
	2017 年						
	2018 年						
顾客满意程度	2016 年						
	2017 年						
	2018 年						

注：1、提供国际或国内市场占有份额指标及证实性材料，可采用政府部门、中介机构、权威媒体等提供的数据；无法填写或提供的应予说明。

2、提供顾客满意度和顾客忠诚度测评的证实性材料，最好填报第三方机构的评价结果，也可填写本企业的测评结果，并提供一份主要用户名单；无法填写或提供的应予说明。

七、同行业主要竞争伙伴情况

产品	品牌	名称	地址	联系人	电话

注：每类主导产品的国内及省内同行业竞争伙伴必须各提供 2 家以上。

八、所在地市市场监管局综合市相关政府部门
或行业协会意见后形成的推荐意见

年 月 日（盖市局公章）

九、组织概述

(字数控制在 3000 字以内)

组织概述是对有关组织、组织运营的关键影响因素以及竞争新环境的一个简要描述，具体包括：

a) **组织概况：**

- 1) 组织主要的产品和服务及交付方式；
- 2) 组织文化特色、使命、愿景、价值观及核心竞争力；
- 3) 员工概况、近期员工组成及需求的变化情况；
- 4) 主要的技术和设备设施等情况；
- 5) 组织运营的法律法规和政策要求，包括使用职业健康和安全法规、体系认证、标准化和计量等。

b) **组织关系：**

- 1) 组织结构和治理机制；
- 2) 与利益相关方的伙伴关系和沟通机制。

c) **竞争环境：**

- 1) 在行业内或目标市场中的竞争地位、规模和发展情况，竞争对手的类型和数量；
- 2) 决定组织竞争地位的关键变化，包括创新、改进和合作机会；
- 3) 竞争对手和标杆对比数据的主要来源，获取能力的局限。

d) **战略背景：**

在关键业务、社会责任、品牌、运营管理和信息化等方面的战略优势和挑战。

e) **改进系统**

组织绩效改进系统的关键因素，包括对组织关键项目的评价、改进、创新及知识分享的方法等。

十、企业或组织实施卓越绩效自我评价报告

（字数控制在 6 万字以内）

基于 GB/T19580-2012《卓越绩效评价准则》，从领导、战略、顾客与市场、资源、过程管理、测量、分析与改进以及经营结果等七个方面进行卓越绩效管理自我评价，提供追求卓越的自评报告（可单独成册）。

十一、企业或组织经营质量综合管理自我评价报告

（字数控制在 8000 字以内）

基于企业或组织自身经营质量综合管理的实践进行自我评价，总结提炼出可复制、可推广的最佳管理制度、方法和/或模式（25 字以内），并从质量（包括质量发展、质量安全和质量水平等）、创新（包括技术创新、质量创新、管理创新和创新价值等）、品牌（包括品牌建设和品牌成果等）和效益（包括经济效益和社会效益等）四个维度予以详细阐述应用该制度、方法和/或模式的具体成效（可单独成册）。

十二、有效证书证明材料

按顺序提供如下证明材料（复印件、扫描件或原件）：

1. 营业执照；
2. 统一社会信用代码证；
3. 实施卓越绩效管理模式证明文件（企业或组织可自行提供）；
4. 纳入行政许可或强制性管理范围的证书；
5. 体系或产品认证证书；
6. 近三年省级以上主要产品质量监督抽查检验报告或当年度省级以上主要产品委托检验报告；
7. 主要市场指标证明材料；
8. 近三年获奖的证明材料；
9. 近三年是否更改企业或组织名称（如有更名请提供证明）；
10. 近三年为企业或组织开展管理咨询服务活动的机构或个人（如有请如实申报，若发现隐瞒将被取消申报资格）
11. 其他需提供的证明材料。

公开方式：主动公开

抄送：省档案馆。

广东省市场监督管理局办公室

2019年7月30日印发

校对：陈洪乐

公开方式：依申请公开