江苏中鑫家居新材料股份有限公司

2025 年度企业质量信用报告



报告期间：2025 年 1 月 1 日 — 2025 年 12 月 31 日

编制依据：GB/T 31870—2015《企业质量信用报告编写指南》

二〇二六年八月

目　　录

一、报告前言 1
（一）报告编制说明 1
（二）企业高层致辞 2
（三）企业简介 3
二、企业质量理念 5
（一）使命、愿景与核心价值观 5
（二）质量方针与质量诚信方针 5
（三）质量文化建设 6
三、企业质量管理 7
（一）质量管理机构 7
（二）质量管理体系 8
（三）质量安全风险管理 9
四、质量诚信管理 10
（一）质量承诺 10
（二）运作管理 12
（三）营销管理 14
五、质量管理基础 15
（一）标准管理 15
（二）计量管理 16
（三）认证管理 17
（四）检验检测管理 18
六、产品质量责任 18
（一）产品质量水平 18
（二）产品售后责任 20
（三）企业社会责任 21
（四）质量信用记录 22
七、报告结语 24
（一）报告期质量诚信管理总结 24
（二）下一报告期改进方向 24
（三）报告评价与读者反馈 25
附录 A　2025 年度质量信用关键指标 26
附录 B　主要管理制度与佐证材料 27

注：本目录为 Word 域目录，页码随正文自动更新；如显示不一致，请在目录区右键选择“更新域”。

一、报告前言

（一）报告编制说明

1. 编制目的与依据

本报告是江苏中鑫家居新材料股份有限公司（以下简称“公司”或“中鑫家居”）按照GB/T 31870—2015《企业质量信用报告编写指南》编制的年度企业质量信用报告。报告以真实性、时效性、可读性和完整性为基本原则，客观披露公司报告期内树立质量诚信理念、实施质量诚信管理、兑现质量承诺的基本情况，接受消费者、供应商、经销商、监管部门及社会公众的监督。

报告编制过程中参照了GB/T 29467—2012《企业质量诚信管理实施规范》、GB/T 23791—2009《企业质量信用等级划分通则》、GB/T 31863—2015《企业质量信用评价指标》、GB/T 36000—2015《社会责任指南》、GB/T 39604—2020《社会责任管理体系　要求及使用指南》等标准的相关要求。

2. 报告组织范围

本报告覆盖公司本部、常州制造基地以及境外子公司越南恒鑫新材料科技有限公司。报告期内，纳入报告范围的主体与上一年度一致，未发生合并范围变化；参股企业、协作配套单位的数据除特别说明外不计入本报告。

3. 报告时间范围

除特别注明外，本报告所载数据与事实的统计区间为2025年1月1日至2025年12月31日。为反映趋势与连续性，部分指标同时列示2024年度或更早年度的对比信息。本报告为年度报告，发布周期为一年一次。

4. 数据说明与客观性声明

（1）财务数据来源于公司年度经营决算资料；质量数据来源于质量管理体系运行记录、进料与过程及出厂检验记录、计量校准记录、顾客满意度调查、投诉处理台账以及第三方检测报告；认证与荣誉信息来源于主管部门批复文件、认证证书及获奖证书原件。

（2）报告中以“××”标示的指标，为需由财务部、质量管理部在正式对外发布前核定的内部统计数据；以“待核”标示的事项，为尚需取得书面凭证的信息。上述标示不构成对相关事实的推定，公司不以估计值替代实测值。

（3）本报告经公司总经理办公会审议，由公司法定代表人对报告内容的真实性、准确性负责。除特别注明外，本报告未经第三方审计或鉴证。

（4）报告期内如发生与质量诚信管理密切相关、确有必要向社会披露的重大事项，公司将通过补充公告形式动态更新本报告，并在公司网站显著位置保留更新记录。

5. 报告获取方式

本报告以电子版形式在公司网站显著位置发布，可供消费者、供应商、经销商和监管部门免费下载阅读；需要纸质文本的，可通过公司总经办索取（传真：0519-88508218；电子邮箱：chenf@zhongxin.net）。公司同时保留报告的中文纸质文本与电子文本，两者内容不一致时以纸质签署文本为准。

（二）企业高层致辞

质量是企业的生命，信用是生命的底色。中鑫家居从 1987 年的地板制造起步，到 2000 年引进设备实现强化木地板规模化生产，再到今天形成“常州＋越南”双基地、年产销覆盖欧美主流市场的经营格局，支撑我们走过每一道关口的，从来不是低价，而是“说到做到”四个字。

2006 年，公司参与加拿大反倾销调查，成为全国仅有的三家获得零关税待遇的强化地板企业之一。这张“通行证”不是谈判争来的，是十几年稳定的质量数据、可追溯的批次记录和从不偷工减料的用料习惯换来的。国际市场对中国制造的信任，就藏在这些看不见的细节里。

2025 年，公司成立标准化委员会，把财务、采购、营销、合规、品牌、生产、研发、质量九个部门纳入同一个标准体系，推动“编、审、批、收、发、改”全流程闭环；同年，公司对照质量信用等级认定技术指标开展全面自评，把质量信用从一句口号变成可核查、可量化、可追责的管理动作。

我向所有顾客、供应商和社会公众承诺：不向社会提供不合格产品，不做虚假质量宣传，不隐瞒已知质量缺陷，不逃避应承担的质量责任。这四条底线，任何市场机会、任何成本压力都不能突破。

让每一块走出厂门的地板都经得起丈量，让每一次承诺都经得起时间检验——这是中鑫家居对质量的态度，也是我们对这个行业应有的交代。

江苏中鑫家居新材料股份有限公司

法定代表人：姚中兴

二〇二六年十一月

（三）企业简介

表 1　企业基本情况

项　目	内　容
企业名称	江苏中鑫家居新材料股份有限公司
统一社会信用代码	913204126789538092
企业类型	股份有限公司（非上市）
成立日期 / 注册资本	2008 年 8 月　/　9,041.6 万元人民币
注册地址	江苏省常州市武进区横林镇南方村
生产经营场所	常州市经开区横林镇长虹东路 97 号
法定代表人	姚中兴
所属行业	制造业（人造板及木质地板的制造）
职工总数	665 人（其中研发人员 77 人、质检人员 13 人）
主要产品	硬质聚氯乙烯（SPC）地板、WPC 地板、LVT 地板、防水强化木地板、SPC 墙板、三层实木地板
生产基地	常州基地：厂房建筑面积 108,600 平方米，24 条生产线；越南恒鑫新材料科技有限公司：占地 70,000 平方米，厂房 53,000 平方米
体系认证	ISO 9001、ISO 14001、ISO 45001、ISO 50001、知识产权管理体系、两化融合管理体系
报告联络	总经办；传真 0519-88508218；电子邮箱 chenf@zhongxin.net；邮编 213101

公司成立于 2008 年 8 月，注册资本 9,041.6 万元，坐落于素有“中国强化木地板之都”之称的常州横林镇，是一家集设计开发、制造、销售硬质聚氯乙烯（SPC）地板于一体的国家高新技术企业、江苏省专精特新中小企业。公司前身可追溯至 1987 年起步

的地板制造业务，2000 年引进木地板生产线实现强化木地板规模化生产，2019 年完成股份制改造并更名为现名，主营“荣登”品牌高端地板产品。

公司现建有常州制造基地，厂房建筑面积 108,600 平方米，配置 24 条生产线和 57 余台（套）关键生产设备，覆盖塑胶挤出线、透明膜生产线、UV 回火线、多片锯开槽连线、自动覆膜线等主要工序，并全面部署 MES 制造执行系统与 ERP 企业资源计划系统，实现订单、排产、工艺参数、质量数据的线上贯通，获评常州市智能工厂。2023 年 1 月，公司在越南设立恒鑫新材料科技有限公司，占地 70,000 平方米、厂房 53,000 平方米；2025 年 4 月启动第二个海外生产基地建设（厂房 17,000 平方米，预计 2026 年建成投运），形成“常州＋越南”双基地协同的产能布局，为客户提供原产地多元化的供应链选择。

公司产品涵盖 SPC 地板、WPC 地板、LVT 地板、防水强化木地板、SPC 墙板及三层实木地板，销往欧美、中东、东南亚等市场。2010 年，公司与北美地面装饰材料电商平台 BuildDirect 建立战略合作，“荣登”牌成为其强化地板中国供应商；2012 年入驻天猫商城，2014 年自营 B2C 商城上线，形成“外贸＋工程＋经销＋电商”的多元渠道结构。公司环保耐磨涂层热稳 SPC 地板在细分市场的占有率约为 12.7%，位居国内第三。

公司建有省级企业技术中心与省级工业设计中心，构建“一室三中心”的研发架构，与东南大学、江苏科技大学开展产学研合作；截至 2025 年末，拥有授权专利 65 项，其中发明专利 13 项、实用新型专利 52 项。公司先后获得中国地板十佳品牌、江苏省服务型制造示范企业、江苏省绿色工厂、江苏省电子商务示范企业、江苏省“正版正货”承诺企业、常州市经开区质量管理先进单位、CSA8000 常州市企业社会责任标准达标企业等荣誉，江苏省企业质量信用等级为 AA 级，资信等级为 AAA 级。

二、企业质量理念

（一）使命、愿景与核心价值观

公司以“高品质静生活、绿色地板专家”为使命，以“做国际一流地板供应商”为愿景，将“务实高效、优良品质、持续改进、追求卓越”确立为核心价值观，并由此延伸出“以人为本、赛马不相马”的人才理念、“快乐工作、健康生活”的人文理念、“创新驱动、技术领先”的科技理念，以及“绿色环保、品质生活、健康时尚”的生活主张。

在最高管理者看来，质量理念不是挂在墙上的标语，而要落到三个具体判断上：一是当成本与质量发生冲突时，选择质量；二是当交付期与检验结论发生冲突时，选择检验结论；三是当短期订单与长期信誉发生冲突时，选择信誉。这三条判断标准，构成了公司质量文化的基本内核，也是历年质量例会反复强调、反复校准的内容。

公司把“关注顾客及相关方需求”写入经营决策的前置环节：新产品立项须提交市场调研与顾客访谈记录，重大工艺变更须评估对顾客使用的影响，年度经营计划须包含顾客满意度与投诉分析的改进项。员工、供方、社区、监管部门的合理期望，通过《信息交流控制程序》进入公司内部的信息流，成为质量目标调整的输入。

（二）质量方针与质量诚信方针

公司质量方针以顾客需求和法规标准为双重起点，确立“质量第一、诚信经营、持续改进、顾客满意”的基本导向：以顾客明示与隐含需求确定产品特性，以国家标准、行业标准和进口国法规确定合规底线，以过程控制和数据说话确定改进方向，以顾客评价确定改进成效。质量方针由最高管理者签发，经管理者代表组织分解，通过《管理目标展开和 KPI 控制程序》逐级展开为部门目标与岗位指标。

围绕质量方针，公司设置产品合格率、顾客满意度、重大质量事故为零、交付及时率、单位产品能耗等年度质量目标，按季度监测、按年度考核；目标完成情况纳入部门绩效与员工绩效，形成“目标—测量—评价—改进”的闭环。

依据 GB/T 29467—2012《企业质量诚信管理实施规范》，公司编制《质量诚信管理手册》，并配套《质量信用报告管理制度》（ZX-III-QCWI-13），明确质量诚信的四条底线：不向社会提供不合格产品；不做虚假质量宣传；不隐瞒已知质量缺陷；不逃避应承担的质量责任。质量诚信方针与质量方针同步发布、同步宣贯、同步考核，由首席质量官对执行情况实施监督检查。

（三）质量文化建设

公司把质量文化作为一项长期的基础工作，通过“载体、教育、示范、激励”四条路径持续推进。在载体建设上，依托宣传栏、内部网站、企业公众号、班前会与月度质量例会，把质量数据、典型案例、客户反馈转化为员工看得懂、记得住的内容；在质量月期间组织质量知识竞赛、缺陷实物展和岗位技能比武，让质量问题“看得见、摸得着”。

在教育培训上，公司按年度培训计划分层实施：新员工入职教育包含质量诚信与合规课程；一线员工重点培训作业标准、首件确认、自检互检方法；技术与管理人员重点培训 SPC、MSA、FMEA、APQP、PPAP 等质量工具，以及《产品质量法》《消费者权益保护法》《标准化法》《计量法》等法律法规。培训记录、考核成绩与岗位资格挂钩，未通过考核者不得独立上岗。

在示范引领上，公司坚持领导接待日、职工座谈会和基层走访制度，管理层定期到车间、到客户现场了解真实质量状况；对重大质量改进项目，由提出者策划、部门负责人牵头实施，公司按市场效益给予奖励。在激励约束上，公司实行质量一票否决制和质量叫停机制，将质量指标完成情况与绩效工资、评优评先直接挂钩，对造成质量事故的责任人依《绩效考核制度》追责，做到有据可依、有章可循。

三、企业质量管理

（一）质量管理机构

公司按照现代企业制度建立股东大会、董事会、监事会及经营层相互制衡的治理结构。质量管理实行总经理负责制：总经理为最高管理者，对产品质量和质量安全承担第一责任；管理者代表受总经理委托，负责质量管理体系的建立、实施、保持和对外沟通；质量管理部（质检部）为质量管理的职能部门，现有人员 13 人，设部门经理、现场检验员、实验室检验员等岗位，负责进货检验、过程检验、出厂检验、计量管理、体系运行与客户投诉的技术分析。

公司实行首席质量官制度，由丁飞担任首席质量官，直接向总经理报告，负责质量战略推进、质量安全风险研判、质量事故调查和质量信用管理，并行使质量安全“一票否决”权。在质量决策机制上，公司每月召开质量例会，通报进料、过程、出厂检验数据与客诉情况，形成改进事项清单并跟踪闭环；建立质量对接制度，质量管理部与生产、研发、采购、营销等部门各设质量对接人，缩短问题传递链条。

公司赋予一线员工质量叫停权：任何岗位发现原材料异常、工艺参数超差、半成品或成品不符合标准时，有权立即停止本工序作业并上报，停线损失不计入该班组当期绩效。该机制自实施以来，成为拦截批量性质量问题的第一道闸门。

表 2　质量管理职责分工

部门 / 岗位	主要质量职责	关键接口

部门 / 岗位	主要质量职责	关键接口
总经理	制定质量方针与质量目标，配置质量资源，对质量安全和质量信用承担第一责任	董事会、管理者代表
管理者代表 / 首席质量官	建立并保持质量管理体系，组织内审与管理评审，行使质量一票否决权	质量管理部、各业务部门
质量管理部（质检部）	进货、过程、出厂检验；计量器具管理；体系运行；客诉技术分析与改进验证	采购部、生产部、营销部
研发中心	设计与开发验证，制定产品技术条件，参与标准制修订与先进性评价	质量管理部、营销部
采购部	供应商准入与绩效评价，采购合同质量条款管理，关键原材料双源保障	质量管理部、生产部
生产部（各车间）	按标准作业，首件确认、自检互检、工艺参数与批次标识管理，不合格品隔离	质量管理部、设备部
营销部（售后内勤）	订单评审与合同质量条款确认，顾客满意度调查，投诉受理与回访	质量管理部、生产部
安环部	安全生产与应急管理，隐患排查，事故调查与报告	生产部、质量管理部
人力资源部	质量教育培训，岗位资格认定，质量绩效与激励兑现	各业务部门
财务部	质量成本归集与分析，质量改进项目资金保障	质量管理部

（二）质量管理体系

公司以 ISO 9001:2015 质量管理体系为核心，整合 ISO 14001:2015 环境管理体系、ISO 45001:2018 职业健康安全管理体系、ISO 50001 能源管理体系、知识产权管理体系和两化融合管理体系，形成一体化运行的管理格局。体系文件分为三个层级：质量手册确定组织环境、领导作用、策划、支持、运行、绩效评价和改进的总体要求；程序文件规定跨部门活动的职责、流程和记录；作业指导书与记录表单明确岗位操作方法与证据留存要求。

体系运行依托一套相互衔接的程序文件，主要包括：《管理目标展开和 KPI 控制程序》《风险和机遇的应对控制程序》《合规性评价控制程序》（ZXJJ/CX-22）《采购控制管理程序》《监视和测量设备控制程序》《实验室管理程序》《不合格输出控制程序》《纠正和纠正措施控制程序》《客户投诉控制程序》《顾客及相关方满意调查控制程序》《信息交流控制程序》《人力资源管理程序》《标准化管理制度》《设备设施安全管理制度》《设备保养管理规定》等。

公司每年至少组织一次第一方内部审核，覆盖体系全部条款和所有车间，审核发现的不符合项按“原因分析—纠正措施—验证关闭”流程处理，形成内审报告并提交管理评审。管理评审由总经理主持、董事长点评，输入包括内审结果、顾客满意度、投诉与退货、过程绩效、合规评价、风险与机遇状况，输出包括改进措施、资源需求和体系变更决定。

公司建立六维关键绩效指标体系，覆盖产品与服务、顾客与市场、财务、资源、过程有效性、领导绩效六个方面，按月监测、按季分析、按年评价；对偏离目标的项目启动《纠正和纠正措施控制程序》，并对措施有效性实施跟踪验证。体系运行的有效性同时接受第三方认证机构的年度监督审核。

（三）质量安全风险管理

公司依据《风险和机遇的应对控制程序》，建立“识别—评估—控制—监视—回顾”的闭环风险管理流程。风险识别覆盖原材料、工艺、设备、人员、供应链、法规与贸易、标识与追溯七个方面，由质量管理部牵头、各业务部门参与，每年至少全面更新一次，发生工艺变更、供应商变更、法规更新或客户重大投诉时即时触发专项识别。

风险评估采用可能性与后果严重度组合打分的方式，将风险划分为重大、较大、一般三级，对应采取消除、降低、规避、转移和接受五类控制策略。重大风险由总经理审批控制方案并配置资源，较大风险由管理者代表组织落实，一般风险由责任部门纳入日常管理。风险控制措施的执行情况纳入月度质量例会通报。

在合规管理方面，公司执行《合规性评价控制程序》（ZXJJ/CX-22），每年组织不少于一次合规性评价，评价间隔不超过 12 个月，评价记录保存 3 年，并形成《合规性评价报告》提交管理评审。评价范围覆盖产品质量、环保、职业健康安全、计量、标准化、知识产权等领域适用的法律法规和强制性标准要求。

在应急管理方面，公司以安环部为应急指挥部门，配备专职安全管理员、专业应急救援队伍和应急器材，制定《重大质量安全事故应急预案》和生产安全事故应急预案，明确预警、响应、处置、报告和恢复五个环节。事故处置坚持“三不放过”原则，即原因未查清不放过、责任未落实不放过、整改措施未到位不放过；信息报告坚持不迟报、不谎报、不瞒报，按规定向主管部门报告并配合调查。对已流入市场的缺陷产品，公司启动召回程序，通过批次追溯锁定流向，采取通知、召回、更换、维修或退款等措施，并同步开展原因分析与体系改进。

表 3　质量安全风险识别与控制措施

风险类别	主要风险点	控制措施	责任部门
原材料风险	基材密度与含水率波动、耐磨层克重不足、甲醛释放量超标、彩膜色差	供应商分级与二方审核、进料检验、批次留样、第三方复检	采购部、质量管理部
过程风险	挤出温度与压力漂移、贴合气泡、开槽尺寸偏差、UV 固化不足	首件确认、巡检与过程检验、SPC 过程控制、MES 参数追溯	生产部、质量管理部
设备与计量风险	关键设备故障、计量器具失准、校准超期	预防性保养与备件管理、周期检定校准、周检合格率 100% 考核	生产部、质量管理部
供应链风险	外协加工质量不稳、关键原料断供、物流受潮变形	二方审核、双源供应与安全库存、外协首件确认、运输防护规范	采购部、生产部
法规与贸易风险	甲醛限量等强制性标准更新、CE 与 FloorScore 等要求变化、反倾销与关税调整	法规跟踪与合规性评价、第三方复检、认证维持审核	质量管理部、营销部
标识与追溯风险	批次混淆、标签错贴、追溯链断裂	批次编码规则、扫码出入库、标识与记录管理	生产部、仓储部

四、质量诚信管理

（一）质量承诺

公司依据 GB/T 29467—2012 的要求，将质量承诺分为三个层次并逐项落实：第一层是法律法规与标准要求，属于必须兑现的底线承诺；第二层是公司对外明示的承诺，通过广告、标签、包装、说明书、合同、宣传资料以及分销商、代理商、零售商

的传导到达顾客；第三层是顾客的合理期望与隐含需求，虽未写入合同，但属于顾客基于产品用途和行业惯例产生的正当期待。

在法律法规与标准层面，公司承诺产品符合《产品质量法》《消费者权益保护法》《标准化法》《计量法》等法律规定，符合国家强制性甲醛释放限量要求，并符合出口市场对应的 CE、FloorScore、F4 星等准入要求。在明示承诺层面，公司在包装和说明书上完整标注产品名称、品牌、规格型号、执行标准、等级、有害物质限量、适用场景、安装与维护方法、保修期限；在合同中对品种、数量、质量等级、交付期、验收方式和违约责任作出明确约定，不使用模糊表述。

在隐含需求层面，公司针对地板产品的使用特点，把静音、耐磨、耐水、锁扣稳定、安装便捷、批次色差可控等顾客普遍关心的特性，转化为内部技术条件和检验项目，即使合同未作约定，也按内部标准实施控制和检验。

表 4　质量承诺事项与兑现方式

承诺事项	承诺内容	兑现与保障方式	验证方式
产品合规	符合国家强制性标准及进口国（地区）准入要求	进料、过程、出厂三级检验；出口产品逐批符合性确认	检验记录、第三方检测报告、报关资料
有害物质	甲醛释放量符合国家标准及合同约定等级	基材与胶黏剂定点采购、批次送检、供应商质量协议约束	第三方检测报告、抽检结果
性能指标	耐磨、剥离强度、锁扣拉力、加热翘曲等符合明示标准	工艺参数锁定、成品抽检、型式检验	出厂检验报告、型式检验报告
交付履约	按合同约定的品种、数量、期限交付	订单评审、产能排程、MES 进度跟踪、异常预警	发货单、客户签收记录
价格与宣传	明码标价，宣传内容真实，不夸大性能与环保等级	宣传物料法务与合规审查、销售话术培训	物料审批记录、巡检记录
售后服务	履行修理、更换、退货义务，缺陷产品依法召回	售后机构与投诉程序、批次追溯、服务补救	服务记录、满意度调查

（二）运作管理

1. 设计与开发

公司以顾客需求和目标市场法规为设计输入，按 APQP 流程组织产品开发：立项阶段完成市场调研与可行性分析；设计阶段开展 DFMEA，识别材料、结构、锁扣配合等潜在失效模式；样机阶段完成设计评审、验证与确认，样品送第三方机构检测；量产前开展 PFMEA 与试生产，确认工序能力。设计变更实行分级审批，涉及材料、配方、结构或供应商变更的，须重新验证并评估对顾客使用和认证符合性的影响，必要时通知客户并取得书面确认。

2. 采购管理

公司执行《采购控制管理程序》，对供应商实施准入、分级与动态管理：准入阶段审查营业执照、生产资质、体系认证、检测报告并开展现场审核；合作阶段按质量、交付、价格、服务四维打分，划分为 A、B、C 三级并实施差异化管控；每年组织复评，连续不达标的供应商予以淘汰。关键原材料实行双源供应和安全库存，采购合同明确质量条款、验收标准和不合格品处理方式，从源头降低断供与质量波动风险。

3. 生产与服务提供

公司按 24 条生产线的产能布局组织生产，通过 MES 下达工单、锁定工艺参数、采集过程数据，通过 ERP 管理订单、库存与成本。每个批次开工前实施首件确认，确认合格后方可批量生产；生产过程中按规定的频次巡检，记录温度、压力、线速度、克重、尺寸等关键参数；操作人员执行自检互检，检验人员实施专检。人、机、料、法、环任一要素发生变更，均须履行变更评审与首件再确认程序。

4. 检验与不合格品控制

公司实行进货检验、过程检验、出厂检验“三检制”。进货检验按原材料类别确定检验项目与抽样方案，对基材、耐磨层、彩膜、胶黏剂等关键材料实施批批检验；过程检验覆盖挤出、贴合、开槽、UV 回火、覆膜等关键工序，半成品未经检验合格不得流入下道工序；出厂检验按成品标准逐批检验外观、尺寸偏差、剥离强度、锁扣拉力、残留凹陷等指标，检验合格方可入库发货。不合格品按《不合格输出控制程序》实施标识、隔离、评审和处置，处置方式包括返工、返修、让步接收和报废，让步接收须经技术、质量会签并评估顾客影响。

5. 标识与追溯

公司建立覆盖“原材料—生产—成品—发货”的批次追溯链：原材料入库即赋批次号，生产工单绑定原料批次与工艺参数，成品标签标注生产日期、班次、机台与批次编码，发货记录关联客户与订单。发生质量问题时，可正向追溯同批次产品的流向，也可反向追溯所用原料、设备与操作人员，为原因分析、范围界定和召回决策提供依据。

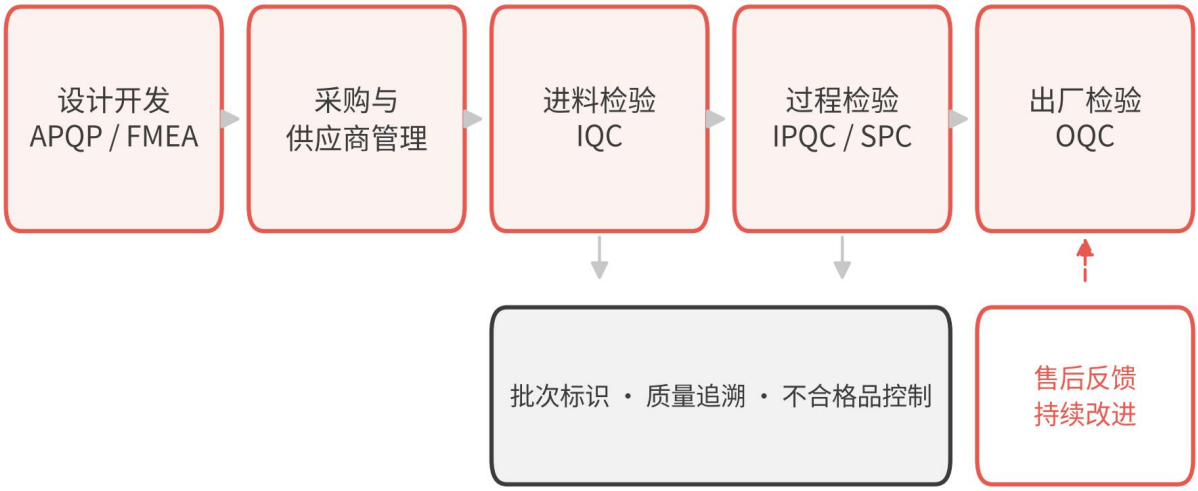


图 1　产品实现全过程质量控制与追溯流程

表 5　产品实现过程质量诚信控制点

过程	诚信风险	控制措施	形成的记录
设计开发	性能指标虚标、宣传与实际不符	设计验证与第三方检测，技术条件与宣传口径一致审核	设计评审记录、检测报告
采购	以次充好、供应商资质造假	准入审核、二方审核、进料检验、质量协议	供应商档案、检验记录
生产	偷减工序、参数偏离、混批	首件确认、巡检、SPC、MES 参数锁定与报警	工单、巡检记录、参数曲线
检验	漏检、改判、伪造数据	检验员持证上岗、记录留痕、复核抽查	检验原始记录、复核签字
标识包装	标签错贴、等级混淆、以低充高	标签领用登记、包装核对、出货复核	标签台账、出货检验单
仓储物流	受潮变形、混垛错发	分区存放、防护规范、扫码出库	库存台账、出库单

（三）营销管理

公司营销管理以“真实告知、按约交付、快速响应”为基本要求。在营销策划环节，年度营销计划须明确目标市场、渠道结构、产品组合和推广方式，品牌宣传内容由市场部拟稿、法务与合规审核，涉及环保等级、性能参数的表述必须以检测报告为依据，禁止使用“零甲醛”“永久耐磨”等无法验证的绝对化用语。

在销售渠道环节，公司采取经销、工程、外贸、电商并行结构：经销渠道通过授权与培训，把产品知识、安装规范、售后责任传导至终端；工程渠道实行项目制管理，从技术沟通、样品确认到批量交付全程留痕；外贸渠道按目的国法规组织生产和单证，确保符合准入要求；电商渠道在详情页完整披露规格、等级、执行标准与售后政策，避免因信息不对称引发争议。

在售后管理环节，营销部负责订单接收与合同评审，售后内勤负责顾客沟通、意见登记、满意度调查与回访。公司执行《客户投诉控制程序》和《不合格输出控制程序》，销售人员负责收集和传递投诉，质量人员负责组织原因分析、识别改善机会、监督方案落地并验证有效性，做到“诉之有应、应之有果、有则改之、无则加勉”。

在顾客信息管理环节，公司通过走访、展会、行业会议、客户来访、电商评价和第三方调研等渠道收集顾客需求与评价，按《信息交流控制程序》汇总分析，形成市场分析调研报告，提交管理委员会、营销部与研发中心，作为产品开发、营销策划和过程改进的决策依据。

表 6　顾客质量信息收集与反馈机制

信息渠道	主要信息内容	责任部门	处理与反馈方式
客户走访与高层拜访	使用体验、质量异议、改进建议	营销部	形成走访记录，7 个工作日内反馈处理意见
展会与行业会议	竞品动态、标准变化、市场趋势	营销部、研发中心	纳入市场分析报告，季度通报
顾客满意度调查	产品质量、交付、服务、性价比评价	营销部（售后内勤）	年度调查报告，提交管理评审
投诉与退货	缺陷描述、批次信息、损失情况	营销部、质量管理部	按投诉程序处置，闭环后回访
电商与社媒评价	公开评价、差评与咨询	营销部	每周汇总，异常即时转质量分析
客户审核与验厂	体系、过程、社会责任符合性	质量管理部	审核报告与整改计划，跟踪关闭

五、质量管理基础

（一）标准管理

2025 年，公司成立标准化委员会，由标准化管理代表与财务、行政人力资源、采购、营销、合规、品牌、生产、研发、质量共 9 个部门的负责人组成，负责标准规划的审议、企业标准的立项与审定、标准实施情况的监督以及外部标准制修订的归口管理。委员会的成立，标志公司标准化工作从“部门分散推进”转向“跨部门协同治理”。

公司执行《标准化管理制度》，对标准的编制、审核、批准、收录、发放、修订六个环节实行全流程控制，明确各环节的责任人、时限和记录要求，确保车间现场使用的标准文本为有效版本，作废版本及时回收销毁。在此基础上，公司构建技术标准、管理标准、工作标准三级标准体系：技术标准规定产品要求、试验方法、检验规则；管理标准规定业务流程与职责权限；工作标准规定岗位作业内容与考核要求。

公司积极参与外部标准化活动，参与 1 项国家标准、2 项团体标准的起草工作，参与《无醛人造板及其制品》《浸渍纸层压木质地板》团体标准的编制，把生产实践中积累的工艺参数、检验方法和质量控制经验转化为行业共享的技术规则。2025 年，公司申报“江苏精品”，产品长度偏差、宽度偏差、剥离强度、锁扣拉力强度、加热翘曲、有害物质要求等指标经江苏省质量和标准化研究院先进性评价，技术要求严于国际、国家、行业和地方标准。

表 7　企业标准体系构成

体系层级	主要内容	典型文件	管理要求
技术标准	产品标准、原材料标准、试验方法、检验规则、包装标识	产品技术条件、原材料验收标准、检验规程	与国家标准、进口国法规对齐，年度复审
管理标准	体系程序、业务流程、职责权限、风险与合规管理	质量手册、程序文件、标准化管理制度	流程唯一、接口清晰、记录可查
工作标准	岗位职责、作业方法、操作要点、绩效考核	作业指导书、岗位说明书、绩效考核表	一岗一标，培训后上岗

（二）计量管理

公司执行《监视和测量设备控制程序》，对计量器具实行全生命周期管理。所有测量仪器、量具、检具由质量管理部统一建账、统一编号，做到台账、实物、标识三相符；按使用频次和精度要求确定检定校准周期，以具备资质的外部机构校准为主，校准结果及时更新标识，区分合格、准用、停用三种状态；超期未检、检定不合格或损坏的器具一律停止使用并隔离存放。2025 年，公司计量器具周检合格率达到 100%。

公司建立计量器具失准的追溯与处置机制：一旦发现器具失准，立即评估其对已检产品的影响范围，对受影响批次重新检验，必要时扩大抽检；同时对失准原因进行分析，属于使用不当的加强培训，属于器具本身问题的予以维修或报废。

公司检测中心按《实验室管理程序》运行，配备覆盖国家标准、欧洲标准、美国标准的检测试验装备，能够完成理化分析、卫生性能试验、表面性能试验、高低温试验、强度试验、防水性能试验、脚轮椅试验等项目，为原材料验收、过程控制、成品放行和客户验证提供数据支撑。实验室人员按岗位要求接受培训与考核，检测方法随标准更新同步修订。

（三）认证管理

公司把认证作为质量基础能力的外部检验，建立了覆盖管理体系与产品两个层面的认证组合。管理体系方面，通过 ISO 9001:2015 质量管理体系、ISO 14001:2015 环境管理体系、ISO 45001:2018 职业健康安全管理体系、ISO 50001 能源管理体系、知识产权管理体系（GB/T 29490—2013）和两化融合管理体系认证；产品方面，取得 CE、SGS、FloorScore（美国）、F4 星（日本）、EPD 环境声明、德国 TÜV 等认证或检测认可，覆盖欧盟、北美、日本等主要目标市场。

认证维持实行“日常运行＋年度监督＋到期再认证”三位一体管理：日常运行依托体系程序和内审；年度监督审核前组织自查，对不符合项提前整改；证书到期前 3 个月启动再认证准备。认证范围、标准版本、证书状态由质量管理部统一登记，变更时及时评估对客户交付和投标资质的影响。

表 8　管理体系与产品认证情况

类　别	认证 / 认可名称	覆盖范围	维持方式

类　别	认证 / 认可名称	覆盖范围	维持方式
管理体系	ISO 9001:2015 质量管理体系	SPC 地板、强化木地板的设计、生产与销售	年度监督审核、到期再认证
管理体系	ISO 14001:2015 环境管理体系	公司生产经营活动及相关场所	年度监督审核、到期再认证
管理体系	ISO 45001:2018 职业健康安全管理体系	公司生产经营活动及相关场所	年度监督审核、到期再认证
管理体系	ISO 50001 能源管理体系	地板生产过程的能源管理	年度监督审核、到期再认证
管理体系	知识产权管理体系（GB/T 29490—2013）	专利、商标、著作权的获取与运用	年度监督审核
管理体系	两化融合管理体系	信息化与工业化融合的过程管理	年度监督审核
产品认证	CE 认证	出口欧盟的 SPC / WPC 地板	按欧盟法规更新，批次符合性声明
产品认证	FloorScore 认证（美国）	出口北美的地板产品	年度复审、抽检
产品认证	F4 星认证（日本）	甲醛释放限量等级	按标准复检
产品认证	SGS 检测、TÜV 认可、EPD 环境声明	理化性能、有害物质、环境绩效	按客户要求与有效期复检

（四）检验检测管理

公司建立以“三检制”为主干、以第三方检测为验证、以客户验货为补充的检验检测体系。进货检验聚焦原材料符合性，重点控制基材密度与含水率、耐磨层克重、甲醛释放量、彩膜色差；过程检验聚焦工序能力，重点控制挤出温度压力、贴合强度、开槽尺寸、UV 固化程度；出厂检验聚焦成品符合性，重点控制外观、尺寸偏差、剥离强度、锁扣拉力、残留凹陷、包装标识。

公司每年委托第三方专业检测机构对产品实施检测，检测结果符合国内外标准要求；出口产品按目的国要求提供符合性声明与检测报告。检验记录、检测报告、留样台账按批次归档，保存期限满足体系文件与法规要求，确保任一批次在交付后仍可追溯。检验人员执行持证上岗和定期考核，检验原始记录须签字确认，禁止事后补记和代签。

六、产品质量责任

（一）产品质量水平

公司产品质量水平由内部检验数据、外部检测结论和市场表现三方面共同印证。内部方面，公司每年组织第一方审核，覆盖体系全部条款与车间，审核发现的问题形成纠正预防措施并跟踪关闭；产品实现过程执行进货、过程、出厂三级检验，报告期产品一次交检合格率为 ××%，出厂合格率为 ××%，上述数据由质量管理部按批次统计、财务部核定后填入。

外部方面，公司每年委托第三方机构对产品实施检测，结果符合产品的国内外标准要求；产品取得 CE、SGS、FloorScore、F4 星、EPD、TÜV 等认证或检测认可，具备进入欧盟、北美、日本等市场的准入条件。2025 年，公司申报“江苏精品”，硬质聚氯乙烯地板的长度偏差、宽度偏差、剥离强度、锁扣拉力强度、加热翘曲、有害物质要求等指标，经江苏省质量和标准化研究院先进性评价，技术要求严于国际标准、国家标准、行业标准和地方标准，体现了公司在同类产品中的技术领先性。

市场方面，公司环保耐磨涂层热稳 SPC 地板在细分市场的占有率约为 12.7%，位居国内第三；产品远销欧美、中东、东南亚等市场，与欧洲高端同类品牌形成高度可替代的竞争关系。公司为国家高新技术企业、江苏省专精特新中小企业，建有省级企业技术中心和省级工业设计中心，2025 年正积极申报制造业单项冠军与专精特新“小巨人”企业。

技术投入是质量水平的底层支撑。公司近两年研发费用投入分别为 3,106.30 万元和 2,017.93 万元，研发人员 77 人，覆盖高分子材料、木材及复合材料、无机非金属材料、机械设计等专业方向，高学历研发人员占比约 13%；截至 2025 年末拥有授权专利 65 项，其中发明专利 13 项、实用新型专利 52 项，并获评江苏省“正版正货”承诺企业。

表 9　产品关键技术指标先进性评价结论

评价指标	评价依据	先进性结论
长度偏差、宽度偏差	江苏省质量和标准化研究院先进性评价	技术要求严于国际、国家、行业、地方标准
剥离强度	同上	技术要求严于国际、国家、行业、地方标准
锁扣拉力强度	同上	技术要求严于国际、国家、行业、地方标准
加热翘曲	同上	技术要求严于国际、国家、行业、地方标准
有害物质要求	同上	技术要求严于国际、国家、行业、地方标准

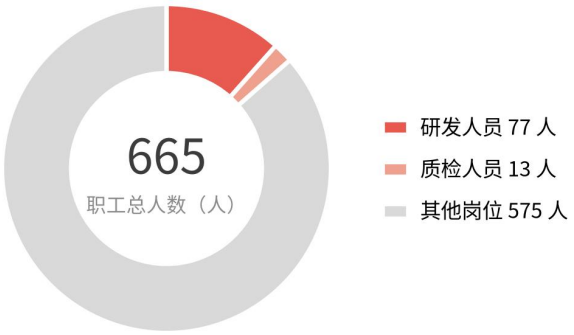


图 2　2025 年末职工结构（研发 77 人、质检 13 人，其余为生产、营销及职能岗位）

（二）产品售后责任

公司营销部负责产品售后服务与订单接收，售后内勤负责顾客沟通、意见登记、满意度调查与回访，质量管理部负责投诉的技术分析与改进验证，形成“受理—分析—处置—回访—改进”的闭环。公司设置客户服务岗位职责与考核要求，售后人员须熟悉产品性能、安装规范和三包政策，能够独立处理常见质量异议。

公司按国家有关规定和合同约定履行修理、更换、退货义务，明确三包范围、期限和免责情形；建立缺陷产品召回制度，一旦确认产品存在危及人身、财产安全的缺陷，立即停止生产销售、通知经销商和客户、启动召回并按规定向监管部门报告。依托批次追溯链，公司可在较短时间内锁定问题批次的流向与数量，控制召回范围，降低客户损失。

公司执行《客户投诉控制程序》，对投诉实行分级响应：涉及人身安全或批量性缺陷的投诉列为紧急事项，即时启动调查；一般质量异议在规定期限内答复并给出处

置方案；对确属公司责任的，按合同承担修理、更换、退货或赔偿责任。所有投诉纳入台账管理，按月统计投诉类型、批次分布和处理时效，形成分析报告提交质量例会。

公司每年组织一次顾客满意度调查，并结合第三方机构以 ACSI 方法实施的测评，形成《顾客满意度调查报告》，连续两年保持测评与对比分析；调查结果按产品质量、交付保障、售后服务、性价比等维度分解，识别短板并制定改进措施。2022 年，公司经江苏省工业和信息化厅认定为“江苏省服务型制造示范企业”。报告期顾客综合满意度得分为 ×× 分，有效投诉 ×× 次，投诉处置满意率 ××%，外部质量损失额 ×× 万元，上述数据由营销部与质量管理部核定后填入。

表 10　售后服务与投诉处理机制

环　节	机制安排	责任部门	记录与证据
受理	电话、邮件、电商平台、经销商多渠道受理，统一登记编号	营销部（售后内勤）	投诉受理台账
分级	按安全风险、批量性、单个异议分为紧急、重要、一般三级	质量管理部	分级判定记录
分析	批次追溯、原因分析、责任界定，必要时送第三方检测	质量管理部、研发中心	分析报告、检测报告
处置	修理、更换、退货、补货或赔偿，紧急事项启动召回	营销部、生产部	处置方案、客户确认
回访	处置完成后回访，确认客户满意并记录	营销部（售后内勤）	回访记录
改进	纠正措施纳入体系改进，验证有效性	质量管理部	纠正措施验证记录

（三）企业社会责任

公司参照 GB/T 39604《社会责任管理体系　要求及使用指南》、GB/T 36000—2015《社会责任指南》（等同采用 ISO 26000:2010）和 SA8000 标准的要求，把社会责任纳入经营管理体系，每年编制社会责任（ESG）报告并在公司网站公开发布，向员工、客户、供方、社区和监管部门传达履责情况。

在员工责任方面，公司依法签订劳动合同、缴纳社会保险，落实职业健康监护和劳动保护，定期开展安全培训与应急演练；建立职业发展通道与内部竞聘机制，为员工提供技能提升机会。在安全生产方面，公司实行安全生产责任制，开展隐患排查治理，配备与产能相匹配的环保和安全设施，保持安全生产形势稳定。

在环境责任方面，公司通过绿色工厂创建，形成工艺先进、主要生产设备能耗处于行业领先水平的生产体系；生活污水达标排放，固体废弃物分类储存与合规处置，采用先进技术推行清洁生产，厂区实施绿化；公司公开温室气体排放核查声明，先后获得“江苏省绿色工厂”“常州市绿色工厂”“绿色发展奖”。在公益支持方面，公司围绕行业发展、环境保护、社区发展、慈善事业和突发紧急事件确定重点支持领域，制定公益支持规划，参与慈善捐赠与应急援助。

在区域与行业贡献方面，公司作为家居新材料领域的重要企业，深耕 SPC 地板领域十七年，带动本地基材、印刷、物流、五金配套等产业链协同发展，通过出口创汇、税收贡献和就业吸纳支持区域经济；通过参与国家标准和团体标准制修订、开放检测能力、分享工艺经验，推动行业质量水平提升。2022 年，公司获“CSA8000 常州市企业社会责任标准达标企业”称号。

表 11　社会责任履责情况

责任领域	主要举措	成效或证明
员工权益	依法签订劳动合同、缴纳社保，职业健康监护，技能培训与内部竞聘	员工队伍稳定，职工总数 665 人
安全生产	安全生产责任制、隐患排查、应急预案与演练、专职安全管理员	报告期内安全生产形势稳定
环境保护	绿色工厂创建、清洁生产、污水达标排放、固废分类处置、温室气体核查	江苏省绿色工厂、常州市绿色工厂、绿色发展奖
资源节约	ISO 50001 能源管理体系、设备节能改造、单位产品能耗控制	主要生产设备能耗处于行业领先水平
消费者权益	质量承诺公开、三包与召回、投诉闭环、满意度调查	江苏省服务型制造示范企业
公益慈善	公益支持规划、慈善捐赠、应急援助	慈善协议与捐赠记录
区域与行业贡献	产业链带动、标准制修订、出口创汇、就业吸纳	江苏省专精特新中小企业、行业协会认可

（四）质量信用记录

公司质量信用记录分为良好记录与不良记录两部分。良好记录方面，报告期内公司及产品获得的政府质量荣誉、品牌称号、体系与产品认证、标准化与知识产权成果如下表所示；公司江苏省企业质量信用等级为 AA 级，资信等级为 AAA 级，并获“中国质量诚信企业”称号。

表 12　报告期质量信用良好记录

荣誉 / 资质名称	授予单位或依据	取得年度
国家高新技术企业	科技主管部门	持续有效
江苏省专精特新中小企业	江苏省工业和信息化厅	持续有效
江苏精品产品认证	江苏省质量发展相关机构	2025 年申报
中国地板十佳品牌	行业组织	2019 年
江苏省服务型制造示范企业	江苏省工业和信息化厅	2022 年
江苏省绿色工厂 / 常州市绿色工厂 / 绿色发展奖	省、市工业和信息化主管部门	历年获得
CSA8000 常州市企业社会责任标准达标企业	常州市相关机构	2022 年
江苏省电子商务示范企业	江苏省商务主管部门	历年获得
江苏省“正版正货”承诺企业	江苏省知识产权主管部门	2021 年
常州市经开区质量管理先进单位	常州经开区管委会	2021 年
江苏省省级企业技术中心 / 省级工业设计中心	江苏省相关部门	持续有效
江苏省企业质量信用等级 AA 级	江苏省质量信用评价机构	持续有效

不良记录方面，公司按下列四类情形逐项核查：一是违反质量法律法规受到行政处罚的情形；二是产品质量监督抽查不合格的情形；三是发生重大质量安全事故的情形；四是出口产品被境外通报、退货、索赔的情形。核查由质量管理部会同合规、法务部门实施，形成书面核查结论。报告期核查结论为：××（由公司合规部门书面确认后填入）。公司承诺，如后续发现应披露的不良记录，将在报告更新时如实补充，不隐瞒、不遗漏。

表 13　质量信用不良记录核查

核查事项	核查方式	报告期核查结论
质量违法违法规行政处罚	调取合规性评价记录、主管部门处罚公示信息	××（待合规部门书面确认）
产品质量监督抽查	调取抽检通知、检验报告与结果通报	××（待合规部门书面确认）
重大质量安全事故	调取事故台账、应急记录与主管部门通报	××（待合规部门书面确认）
出口产品被通报、退货、索赔	调取海关、客户索赔与退货记录	××（待合规部门书面确认）

七、报告结语

（一）报告期质量诚信管理总结

2025 年，公司围绕“标准引领、体系固本、数字赋能、信用立身”的主线推进质量诚信管理。组织层面，首席质量官制度实质运行，质量叫停与一票否决机制落地，质量管理部 13 人覆盖进料、过程、出厂与计量全环节；体系层面，六大管理体系一体化运行，第一方审核与管理评审按期完成，合规性评价按 12 个月周期实施；基础层面，标准化委员会成立并覆盖 9 个部门，三级标准体系建立，计量器具周检合格率达到 100%；过程层面，三检制、批次追溯与不合格品控制形成闭环，MES 与 ERP 支撑参数锁定和数据留痕；责任层面，质量承诺三层落实，售后与投诉机制运行，社会责任报告按期公开。

同时，公司清醒认识到存在的短板：质量数据的统计分析仍以批次合格率为主，过程能力指数、质量成本结构等深度指标尚未形成常态化分析；顾客满意度的测评维度较为宏观，对细分市场和产品系列的颗粒度不够；海外基地的质量一致性管控依赖人员派驻，标准化输出的系统性有待加强；实验室能力建设与外部认可尚在推进过程中。这些短板已列入下一报告期的改进计划。

（二）下一报告期改进方向

2026 年，公司将重点推进六项工作：一是深化标准化建设，推动企业标准体系与“江苏精品”先进性要求衔接，争取标准化试点示范项目，把“编、审、批、收、发、改”全流程从制度落到现场；二是加强实验室能力建设，完善检测方法验证与人员比对机

制，按计划推进实验室认可申请准备，提升自检数据的公信力；三是冲刺质量信用等级 AAA，对照技术指标逐项补齐佐证材料，把自评发现的问题转化为可核查的改进证据；四是提升顾客满意度，细化分市场、分产品系列的满意度测评，建立重点客户质量档案与定期回访机制；五是推进绿色低碳，深化能源管理体系运行，完善产品碳足迹与环境声明数据，巩固绿色工厂创建成果；六是强化数字化追溯，把批次追溯从成品延伸到关键原材料与外协工序，实现海外基地与常州基地质量数据的同标准、同口径、可对比。

（三）报告评价与读者反馈

本报告由公司质量管理部牵头编制，管理者代表审核，总经理办公会审议，法定代表人签发，属于企业自评性质的报告。报告期内公司尚未委托独立第三方对本报告实施审验；公司计划在下一报告期引入第三方对质量信用状况开展评价，并在报告中披露评价结论。

公司欢迎消费者、供应商、经销商、监管部门和社会公众对本报告提出意见。相关意见可通过传真（0519-88508218）或电子邮箱（chenf@zhongxin.net）反馈至公司总经办，公司将在收到意见后 15 个工作日内予以答复，并将合理建议纳入下一报告期的改进计划。

附录 A　2025 年度质量信用关键指标

下表汇总本报告涉及的主要定量指标。标注“××”的为待核定数据，正式发布前由财务部、质量管理部填写；标注“—”的为不适用或报告期无此项统计。

表 A.1　2025 年度质量信用关键指标一览

指标名称	单位	2025 年	数据来源 / 口径
职工总数	人	665	人力资源部年度统计
研发人员	人	77	研发中心在册人员
质检人员	人	13	质量管理部在册人员
授权专利（累计）	项	65（发明 13、实用新型 52）	知识产权管理体系台账
研发费用（近两年）	万元	3,106.30 / 2,017.93	财务部研发费用归集
厂房建筑面积（常州）	平方米	108,600	固定资产台账
生产线数量（常州）	条	24	生产部设备清单
计量器具周检合格率	%	100	计量器具台账与校准记录
管理体系认证	项	6	认证证书登记台账
产品认证 / 检测认可	项	6	CE、SGS、FloorScore、F4 星、EPD、TÜV
参与标准制修订	项	3（国家标准 1、团体标准 2）	标准化委员会台账
细分市场占有率	%	12.7	行业统计与公司市场分析报告
营业收入总额	万元	××	财务部年度决算
产品一次交检合格率	%	××	质量管理部批次统计
出厂合格率	%	××	质量管理部批次统计
顾客综合满意度	分	××	年度顾客满意度调查报告
有效投诉次数	次	××	客户投诉台账
投诉处置满意率	%	××	投诉回访记录
外部质量损失额	万元	××	财务部质量成本归集

附录 B　主要管理制度与佐证材料

本报告引用的主要管理制度、程序文件与佐证材料清单如下，相关文件原件由公司质量管理部归档保存，可供监管部门、认证机构和客户查验。

表 B.1　主要管理制度与佐证材料清单

制度 / 文件名称	编号	主要适用事项
质量诚信管理手册	—	质量诚信方针、组织职责、承诺管理
质量信用报告管理制度	ZX-III-QCWI-13	报告编制、审核、发布与更新
管理目标展开和 KPI 控制程序	—	质量目标分解、监测与考核
风险和机遇的应对控制程序	—	质量风险识别、评估与控制
合规性评价控制程序	ZXJJ/CX-22	法律法规符合性评价（年度≥1次）
采购控制管理程序	—	供应商准入、分级与绩效评价
监视和测量设备控制程序	—	计量器具台账、校准与失准处置
实验室管理程序	—	检测方法、样品与记录管理
不合格输出控制程序	—	不合格品标识、隔离与处置
纠正和纠正措施控制程序	—	不符合项闭环与改进验证
客户投诉控制程序	—	投诉受理、分级、处置与回访
顾客及相关方满意调查控制程序	—	满意度调查方法与结果应用
信息交流控制程序	—	顾客与市场信息的收集与传递
标准化管理制度	—	标准编制、审核、批准、发放与修订
首席质量官制度	—	质量安全一票否决与质量战略推进
检验员管理制度	—	检验员资格、考核与记录要求
绩效考核制度	—	质量指标考核与质量事故追责
设备设施安全管理制度 / 设备保养管理规定	—	设备安全、预防性保养与应急
品牌管理制度	—	品牌规划、宣传审核与品牌维护
企业知识产权管理办法	—	专利、商标的获取、维护与运用
科技成果转化组织实施与激励奖励制度	—	研发成果转化与奖励
社会责任（ESG）报告编制与发布制度	—	年度社会责任报告编制与公开