

质量诚信报告

2020年度



浙江建业化工股份有限公司

2021年3月

郑重声明

本公司出具的质量诚信报告，是依据国家有关质量法律、法规、规章及相关行业质量标准、规范等进行撰写。报告中关于公司质量诚信和质量管理情况是公司现状的真实反映，本公司对报告内容的客观性负责，对相关论述和结论真实性和科学性负责。

浙江建业化工股份有限公司


组织范围：浙江建业化工股份有限公司

报告时间：本报告涵盖的时间范围为2020年1月1日至12月31日，本报告为浙江建业化工股份有限公司第5份质量诚信报告。

发布周期：一年

获取方式：通过公司网站<http://www.chinaorganicchem.com/>下载

企业简介

浙江建业化工股份有限公司，成立于1958年，注册地址：建德市梅城镇严东关路8号，生产区现位于杭州市建德高新技术产业园，占地约500亩。2020年12月31日止，员工总数为458人，公司注册商标“”系中国驰名商标。是国家重点扶持高新技术企业，2020年3月2日上市，股票代码603948。

建业化工建有浙江省低碳脂肪胺工程技术研究中心、省级有机胺高新技术研究开发中心、浙江省企业技术中心、浙江省建业化工研究院，与多家科研院所、大专院校长期深度合作，是国内有影响力的精细化学品研发和生产企业。

建业化工是全国化标委有机分委会低碳脂肪胺工作组组长单位，是低碳脂肪胺六项国家标准、七项行业标准、一项团体标准和两项浙江制造标准的主起草单位，引领低碳脂肪胺行业的发展方向。

建业化工践行“安全环保必须年年抓、月月抓、天天抓、时时刻刻分分秒秒抓”的理念，实行“我的区域安全环保我负责”，构建严格的安全、环保管理体系，坚持清洁生产，加快产品转型升级步伐，始终在绿色发展的大道上砥砺前行。

公司各产品畅销全国各地，并出口至欧、美及东南亚等国家和地区。2020年度，公司实现主营业务收入16.36亿元，利税1.56亿元。

质量诚信报告

1 目的

通过提高质量信用水平，兑现质量承诺，使顾客相信企业能稳定地持续提供满足顾客要求和适用的法律法规要求的产品。

通过有效实施质量诚信管理，规避或降低来自企业内外部的质量信用风险。

2 报告单位

本报告为浙江建业化工股份有限公司第5份质量诚信报告。

3 报告周期

本报告涵盖的时间范围为2020年1月1日至12月31日。

4 质量诚信管理要求

4.1 通用要求

公司按GB/T29467《企业质量诚信管理实施规范》开展了质量诚信管理，并持续改进其有效性。公司主要做到以下几方面：

- 1) 识别、分析并确认了公司内外部的质量承诺；
- 2) 策划了公司质量诚信方针、目标和管理职责，开展了质量文化建设并提供了必要的资源支持；
- 3) 在公司产品实现和营销过程中，遵守了质量诚信管理的要求，建立了必要的管理机制；
- 4) 检查、分析和改进了质量管理的过程；
- 5) 开展了质量信用评价和声明。

4.2 文件要求

公司的质量诚信文件包括：

- 1) 形成文件的质量承诺和质量诚信目标；
- 2) 质量诚信管理管理工作职责和权限分配表；
- 3) 为确保公司质量诚信管理活动的有效策划、运行、控制所需文件；
- 4) 履行质量诚信管理、实现质量诚信目标必备的质量信用记录。

一年来，质量诚信管理要求没有变化。

5 质量承诺

5.1 总则

公司建立了质量承诺识别、分析确认机制，明确公司应该发行的质量承诺为：

1) 严格遵守《中华人民共和国产品质量法》、《中华人民共和国产品计量法》、《中华人民共和国标准化法》、《危险化学品安全管理条例》等相关法律法规，依法诚信经营。

2) 依法管理和生产，落实质量安全主体责任。建立健全各项管理制度，完善各项记录和台账。

3) 在产品研发及加工过程决不剽窃他人技术、专利、工艺等知识产权，绝不使用剽窃他人技术的原材料。

4) 公司周围环境、生产现场符合国家法规的要求。

5) 严格执行原辅材料检验制度，所用的原辅材料及包装材料符合相应的国家标准、行业标准及其相关规定。

6) 不允许假冒伪劣原材料进厂，不使用检验不合格原材料进行生产。

7) 保证不生产加工假冒伪劣产品，承诺出厂产品每批检测，未经检验的产品绝不出厂。

8) 检验不合格的产品绝不出厂，坚决不以不合格品冒充合格品出厂。

9) 所采用的仪器设备严格按照国家法定要求进行检定，检定不合格的仪器设备绝不用于产品检测。

10) 保证所生产的每批产品都能进行追溯，如生产日期、批次，生产原料、生产过程、检验人员等。

11) “三包”责任

公司郑重承诺，如果公司产品出现质量问题，在经过公司与有关部门共同调查以后证实确实是公司责任时，公司将严格按《产品质量法》、《客户权益保护法》等相应的法律法规执行，并在法律框架内按照客户的意愿，对公司的产品实行包退、包换，并对客户致以诚挚的歉意。

公司分析了质量承诺与产品实现过程的关系，并确定所需的规则和方法，明确了关键过程、特殊过程，并对这些关键过程和特殊过程制订了作业指导书，一年来没有变化。

公司将确认的质量承诺内容向所在的供应链的上下游企业进行了传递和宣传，保持了与营销过程质量承诺的一致性。

公司将确认的质量承诺内容形成了文件，向社会公开并广泛宣传。

5.2 企业质量承诺的识别。

公司质量承诺的内容主要从三个层面进行识别：一是法律法规层面，这是最基础的质量承诺内容，主要从与生产产品或提供服务相关的法律法规及标准明确规定企业需遵守的

各项要求来识别；二是公司自主发布层面，这是质量承诺的核心，也是企业质量承诺最主要的方面，主要从企业主动对外发布或声明的内容上识别，包括识别企业的营销广告、产品标签、合同条款、宣传倡议等，以及营销过程中贸易公司等的质量承诺内容；三是合理期望层面，这是通过企业提供产品和服务形成的顾客合理期望和潜在需求，是企业不断追求卓越的质量承诺体现。

公司根据顾客类别，如直接顾客、间接顾客和最终顾客等，来识别处于供应链不同位置的顾客需求，以法律责任为依据，适当划分顾客需求的先后次序。

5.3 质量承诺的分析和确认。

公司根据企业自身的生产经营能力客观分析各项承诺履行的可行性，评估并判断承诺履行的难易程度，从而确认质量承诺的有效性。分析的依据可以有以下几方面：产品设计研发能力、需求；企业筛选合格供应商及采购内容、供货能力、检测项目；企业所在供应链上其他企业对质量承诺的影响要素；企业生产经营环境、设备、技术条件；企业仓储和运输物流条件；企业营销策略、营销方式、营销渠道；企业售后服务能力、应急机制等。

质量诚信是指在质量领域的诚实守信行为，对生产经营者来讲，质量诚信是在涉及产品质量的一切经济活动中，信守质量承诺的思想、意识和行为，是企业的自律。质量信用是指取得并保持对其质量信任的能力，这种能力由企业在遵守质量相关法律法规、执行标准以及兑现质量承诺（或履行质量约定）的基础上，提供产品在生命周期内满足顾客的需求和期望来实现。取得顾客对其产品质量的信任、兑现顾客合理预期是企业生产经营和持续发展的基础，重质量、守信用也是对企业履行社会责任的基本要求。企业只有立足于诚信经营，持续兑现质量承诺，提供满足顾客需求和预期的产品，才能获得顾客的长期信任，成为一个有信用的企业。企业加强质量诚信管理是获得顾客信任的前提，也是企业取得较高质量信用等级的基础。

本标准开展企业质量诚信管理提供包括管理要求、质量承诺、策划、管理实现、检查与分析、持续改进等在内的实施规范，旨在为企业树立质量诚信理念、实施质量诚信管理、提高质量信用水平、实现可持续发展，也为开展企业质量信用评价提供质量诚信意愿和质量承诺兑现方面的依据。

本标准综合运用了质量管理、风险管理、社会责任、系统工程、信用管理等理论，结合当前我国企业质量信用水平和现状，同时参考和借鉴了相关标准及《质量发展纲要（2011-2020年）》等文件。

6 企业质量诚信管理的实施策划

公司的质量诚信管理策划包括制定质量诚信管理的方针、目标、管理职责、文化建设

和资源需求等。

6.1 质量诚信方针

公司质量诚信方针为：以信誉谋市场、以质量求生存、以持续改进促提高、以科技创新图发展。

一年来，质量诚信方针没有变化。

质量诚信方针是公司质量诚信管理工作实施的方向和指引，总经理应确保企业质量诚信方针适合于企业活动、产品或服务的性质和规模，并且纳入公司已建立的质量方针中。

公司将质量诚信方针形成文件并传达到全体员工，以确保付诸实施，且要求质量管理部门确保为公众所获取。

6.2 质量诚信目标

公司以实现质量诚信为导向，按照识别的质量承诺内容，建立并保持了质量诚信目标：公司根据行业和企业实际，对质量诚信目标进行了调整，调整后的质量诚信目标如下：

- 1) 第三方抽检合格率100%；
- 2) 出厂产品合格率100%；
- 3) 重特大质量事故率0；
- 4) 重特大环境安全事故率0；
- 5) 顾客满意度达95%以上；
- 6) 对顾客的投诉和反馈意见答复率为100%；
- 7) 对顾客的投诉和反馈意见处理及时率为100%；
- 8) 对顾客的投诉和反馈意见答复率为100%。

6.3 质量诚信管理职责

6.3.1 职责与权限

公司总经理制定了质量诚信管理制度，确保公司内质量诚信管理的职责、权限和沟通。

6.3.2 质量诚信负责人

总经理任命夏益忠为质量诚信负责人，负责策划、实施、评审和改进质量诚信管理工作，向最高管理者报告质量诚信管理工作的实施效果和任何改进的需求，确保在企业内提高履行质量承诺的意识。

一年来，质量诚信负责人没有调整。

6.3.3 质量诚信管理

公司由质检部负责质量诚信管理工作。主要工作包括：

- 1) 策划并确定企业质量诚信管理总体架构;
- 2) 制定企业质量诚信管理制度、专项管理方案,设计各项质量诚信管理工作的操作流程;
- 3) 确保企业内从事质量诚信管理的相关人员,其职责、权限及相互关系得到规定和沟通;
- 4) 制定企业关键岗位质量诚信管理的内控目标及改进措施等;
- 5) 推动实施质量诚信管理的各项具体工作;
- 6) 推进企业质量文化的建设,提高全体员工的质量诚信意识;
- 7) 采集信用相关方的质量信用信息,评估企业自身和信用相关方的质量信用风险和履约能力,制定各项质量信用风险专项管理方案;
- 8) 处理与质量失信有关的问题,监控并持续改进企业的质量诚信管理。

6.3.4 内部沟通

为确保质量诚信管理的有效性,公司在企业内建立适当的信息沟通机制,及时将企业识别或获取的与质量信用相关的涉及内、外部事件和活动的信息传递给员工,以便员工能正确领会并履行各自的质量诚信职责。

一年来运行正常,没有出现质量诚信事故。

6.4 质量诚信文化建设

质量诚信文化建设是做好质量诚信管理工作的内生力,是一项树立和凝聚企业核心价值观的长期工作。公司通过加强质量文化建设,逐步增强质量诚信意识,树立“以质取胜、诚信至上”的经营理念,不断加强企业的凝聚力,提升企业形象,促进企业履行社会责任,实现企业的可持续发展。

公司在质量文化的建设上,除了做好质量安全体系建设、增强自身技术实力、提高核心竞争力外,还非常重视员工的教育培训工作。一方面加强技术培训,提高从业人员的技术素质,从而为提升产品的品质打下坚实基础。同时加强对从业人员法律法规知识及诚信意识的培训。特别是定期组织员工学习《产品质量法》、《计量法》、《企业质量诚信管理实施规范》等相关法律法规及标准。提高员工的整体法律意识和诚信意识,真正做到公司上下懂法、知法、守法。并在实际生产过程中严格贯彻落实相关的法律法规及标准要求。

2020年,继续在公司开展“质量月”活动,通过宣贯,不断加强质量氛围,通过质量提升的合理化建议和质量管理的培训,提高全员参与质量活动的热度,提升员工的质量意识,通过质量事故的案例讲解等活动,达到全员参加质量活动的目的,提升质量诚信文化水平。

2020年，继续举办了化验员技能比武；通过比武，提高了化验员的专业技能水平，在工作岗位上形成你追我赶的氛围。

6.5 质量诚信资源需求

公司确定并提供企业质量诚信管理所需的各种资源，包括必要的人力资源、财力资源、基础设施、技术资源和工作环境等。

2020年，累积制（修）订国家标准12项、行业标准16项、浙江制造团体标准3项、清洁生产技术规范团体标准1项。

通过参与这些标准制修订，使我们能够及时准确的了解行业的最前沿信息行业话语权，大大提高了我公司的技术水平和科研能力，为建业化工股份有限公司的健康持续发展提供了强有力的技术保障。

2020年，公司质量、环境、职业健康安全、企业知识产权、两化融合管理体系、测量管理体系、标准化良好行为均正常有效运行，建有精密压力表标准装置计量标准，一年来没有变化。

7 质量诚信的管理实现

7.1 运作管理

公司建立了质量诚信日常运行管理机制，通过及时了解企业质量诚信管理的运行状态，识别出已经发生和潜在的各种仅存质量承诺的问题，并采取了相应的措施加以改进和完善。

公司在产品设计、原材料采购、生产、运输、销售、售后等环节，严格按质量诚信管理体系要求进行管理，确保了这些过程能够提供满足质量承诺要求的产品和服务。

7.2 营销策划与售后管理

公司由宣传文化部负责销售过程的宣传内容，销售部门负责售后服务及对顾客的质量承诺。公司主要从营销策划管理、销售渠道管理和售后服务管理三个方面加强质量诚信管理。

在营销策划管理方面，公司编制了成文信息，对销售宣传进行了控制。2020年，通过自查，确保了对外发布和使用的广告内容真实，没有欺骗和误导顾客，不含虚假的内容，所有信息均符合法律法规和道德的要求。除此之外，公司产品说明、标签和包装等明示质量承诺内容进行控制，以确保对外发布和使用的产品说明、标识和标签等内容真实、合法、有效，与产品质量相符，避免误导或不合理的暗示。

在销售渠道管理方面，企业要对营销渠道的贸易公司等采取必要的营销管理措施，确保产品出厂后的运输、存储、销售过程中产品的质量安全，并监管了不同销售渠道对外宣

传的质量承诺内容,确保各营销渠道的相关销售宣传和行为符合并满足企业对顾客质量承诺的内容和要求。

在售后服务管理方面,公司对售后服务进行控制,确保质量承诺的实现。公司在满足法律法规要求的基础上,通过长期提供满足顾客需求和期望的产品,以取得顾客信任,提高顾客满意度。

7.3 质量诚信管理的应急准备和响应处置

建立保持企业诚信管理的应急准备和响应处理机制是为了减少突发质量失信事件的不良影响,及时针对潜在的质量失信事件或紧急、突发事件,做出快速、及时的响应。公司针对可能造成质量失信事件的薄弱环节,加强了监督管理,同时,提前准备相对应的应急预案,根据质量失信产生的不同后果及时启动不同级别的应急响应机制,最小化减少质量失信事件带来的损失和不良影响。

在日常管理工作中,公司对具体的应急准备和响应方案定期演练并进行必要的评审,保持应急准备和响应处置工作的有效性,尤其是在质量失信事件或紧急、突发事件发生后应及时进行评审。同时,建立了质量失信事件报告制度,当发生质量失信事件时,及时向相关方报告,做好必要信息的及时公布和有效沟通。

2020年,公司没有发生质量失信事件。

8. 质量诚信管理的检查分析

8.1 总则

公司策划并以下方面所需的监视、检查、分析和处理过程:

- 1) 确保质量诚信管理的充分性、适宜性、有效性;
- 2) 收集质量诚信管理活动中信息,调查质量失信原因,进行数据分析,以便持续改进。

8.2 质量诚信管理的监视和检查

公司通过对质量承诺的兑现情况进行监视和检查,并确定获取和利用这些信息的方法,用以分析质量诚信管理工作的目标实现情况。公司把监视和检查达到质量诚信目标的程度作为一项日常管理内容,通过规定必要的方式,对质量诚信管理工作的效果进行监视,并在适当时进行检查。这些监控活动包括对公司质量诚信目标实现情况的监视和对质量诚信管理实施过程的检查,如检查质量诚信管理实施过程是否符合质量诚信管理方案、运行准则和适用的法律法规的要求,检查质量失信事件的历史记录等。

通过监视和检查,2020年,公司质量诚信目标全部达到规定要求。

8.3 质量失信的评估和处置

公司针对质量失信事件的评估和处置活动,编制了形成文件的程序,对活动进行控制,同时,明确规定了相关被授权人员的职责和权限。

质量失信的评估和处置要由经公司授权的人员进行，公司确定的授权人员不仅具备评估了质量失信产生的总体影响和采取适宜纠正措施的能力，同时还具有调动相关资源的权限。

所采取的任何纠正措施或预防措施，要与所面临的质量信用风险程度相适应。当质量失信事件发生时，经授权人员能够及时地处理和调查质量失信行为，确定质量失信的原因，评估质量失信的不良影响和损害后果，根据评估结果采取适当措施，持续改进质量信用状况，确定和实施所需的纠正措施或预防措施，同时记录并评估所采取纠正措施或预防措施的有效性等。

2020年，公司没有发生质量失信行为。

8.4 质量信用信息的收集、分析与评价

建立企业质量信用信息收集、分析和评价机制是为检查分析并持续改进企业质量诚信管理提供信息资源，及时掌握相关信用信息，不断完善和改进质量诚信管理工作。具体包括建立质量信用信息收集渠道、档案建设、信息处理与分析制度等，运用信息化手段，收集并分析必要的质量信用信息，保持质量诚信管理的适宜性和有效性，并评价在何处可以持续改进质量诚信管理的有效性。

信息的收集渠道包括来自企业建立的质量诚信管理监视和检查的结果以及其他有关来源的信息。对收集的信用信息进行及时的分析和评价，并将评价结果作为质量诚信管理决策的依据。同时，企业每年以发布质量信用报告的形式，定期向社会及相关方公布企业质量诚信管理的理念建设、诚信保障能力建设、诚信实践结果和未来工作发展方向等，建立质量诚信自律机制，接受社会的广泛监督。

9 质量诚信管理的持续改进

建立企业质量诚信管理持续改进是实现企业质量诚信管理成效不断提升、持续发展的重要机制。公司结合企业的自身特点，建立了适合于本公司实际情况和实际需求的质量诚信管理持续改进机制，确保有关部门或人员的职责或权限对企业质量诚信管理的持续改进负责。

公司以检查分析的相关数据为基础，以分析评价的质量信用信息数据资源等为支撑，结合质量失信的相关记录和评估结果，围绕质量诚信管理实施的各个环节和过程，寻找和发现质量诚信管理的薄弱环节或潜在影响工作，及时对采取改进措施后的形成结果的有效性和整体实施效果进行评估。

附：

质量诚信管理工作职能分配表

体系要求 \ 职能部门	管理层	公司办	宣文部	人资部	信息与采购部	销售部	外贸部	技术中心	质检部	生产管理部	工厂	储运部	计划财务部	安环部
4.1 通用要求	▲	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△
4.2 文件要求	▲	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△
5.1 总则	▲	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△
5.2 识别	△	△	△	△	△	△	△	△	▲	△	△	△	△	△
5.3 分析和确认	△	△	△	△	△	△	△	△	▲	△	△	△	△	△
6.1 方针	▲	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△
6.2 目标	▲	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△
6.3.1 职责与权限	▲	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△
6.3.2 质量诚信负责人	▲	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△
6.3.3 质量诚信管理	△	△	△	△	△	△	△	△	▲	△	△	△	△	△
6.3.4 内部沟通	△	▲	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△
6.4 文化建设	△	△	▲	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△
6.5 资源需求	△	▲	△	▲	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△
7.1 运作管理	△	▲	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△
7.2 营销策划与售后管理	△	△	△	△	△	▲	▲	△	△	△	△	△	△	△
7.3 应急准备和响应处置	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	▲
8.1 总则	▲	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△
8.2 监视和检查	△	△	△	△	△	△	△	△	▲	▲	△	△	△	△
8.3 质量失信的评估和处置	▲	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△
8.4 信用信息收集、分析与评价	▲	△	△	△	△	▲	▲	△	△	△	△	△	△	△
9 持续改进	▲	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△

注：▲职能部门

△为配合部门