

# 企业质量信用报告

江苏竹溪活性炭有限公司

2020.01.09



## 编制说明

(1) 内容客观性声明：

公司本着依法经营、公司治理、科学发展、环境保护、节能减排、安全生产、顾客至上、质量第一等方面的信息，旨在使社会各界了解冠义科技的社会责任的理念和工作开展情况，听取各界意见，接受监督，改进工作。编制 2020 年度企业质量信用报告。

(2) 报告组织范围

江苏竹溪活性炭有限公司

(3) 报告时间范围

2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日。

(4) 报告数据说明

本报告数据来自公司内部统计。

## 总经理致辞

江苏竹溪活性炭有限公司，以质量求生存，以信誉促发展为方针，坚决落实企业质量主体责任，严格遵守相关质量法律法规，始终以高于国家标准的内控标准来严格要求自己，健全产品质量、服务追溯体系，切实履行企业质量主体责任，依法承担质量损害赔偿。

为确保质量诚信体系的有效运行，从制度上加以规范，从考核手段上加以落实约束，从质量文化上加以引导，从努力改进和积极实施品牌战略上加以提高和升华，大力营造和创建质量诚信工作氛围和体系，不断提升非国家质量标准的使用性能，切实服务客户。

质量为基，诚信为本，竹溪炭业将一如既往努力践行质量第一、诚信经营的社会责任，持续打造精品，向质量求效益，以质取胜。

## 企业简介

江苏竹溪活性炭有限公司成立于 1978 年，系中国林科院林产化工研究所联营合作企业。是一家集科研、开发、生产、销售为一体的专业化工厂。

公司位于风景秀丽的江南水乡—江苏省溧阳市竹箦镇，占地 105 亩，建筑面积 35000 平方米，固定资产 1.2 亿元。公司拥有一支高素质的销售、技术及售后服务团队。公司通过了 ISO9001 质量管理体系认证，属高新技术企业，“竹溪”商标为江苏省著名商标，“竹溪”牌活性炭为江苏省名牌产品。

公司建立了江苏省活性炭工程技术研究中心，通过了 CNAS 认证，与南京林业大学、西南林业大学、中国林业科学院林产化学工业研究所等是产学研战略合作伙伴。拥有发明和实用新型专利 28 项，具有众多自主知识产权、专利权的核心竞争力产品。参与制定了 2 项活性炭行业标准。

生产的各种活性炭广泛应用于各种试剂的精制、制药、制糖、食品、饮料、酿酒、净水、化工、电力、纺织、环保、核能、电镀、黄金提取等多个行业。产品遍及全国，并远销中东、南美、东南亚、非洲等多个国家与地区。在国内及国际市场上有着较高的信誉。

公司从 2016 年开始导入卓越绩效管理模式，每年通过自我评价，发现组织的优势、劣势及改进方向，以卓越的过程来创取卓越的经营结果。



## 企业质量理念

公司以经济效益为中心，以过程质量控制为重点，围绕优质、高产、低耗的生产经营目标，通过逐年技术改造和建设，逐步树立“为食品、饮料、酿酒等工业安全高效生产、绿色可持续发展提供优质的活性炭产品与服务解决方案”的宗旨，和“做精做强，持续发展；自主创新，引领行业；以人为本，团队致胜；安全高效，客户至上”，将质量管理理念融入企业经营整个过程，质量意识深入每一位员工心中并外化于实际工作中。

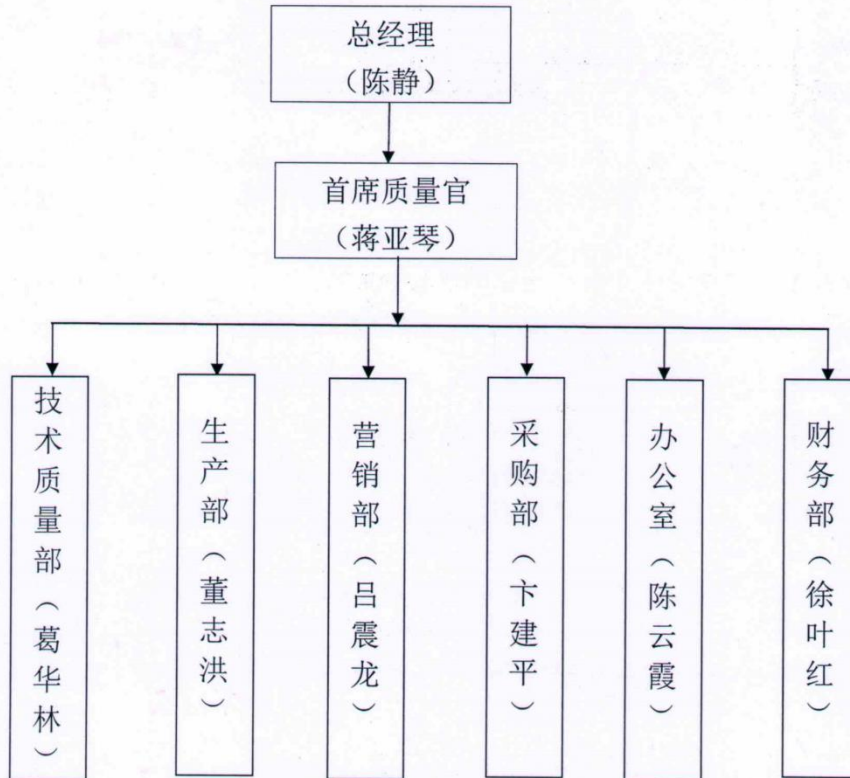
在顾客和市场的需求、期望和偏好方面高度关注，始终以顾客为关注焦点，建立“双赢”战略伙伴，并以此调整和改进生产措施、管理手段，确保赢得市场和顾客的永久信赖。

公司未来的发展思路：积极抓住机遇，努力开拓国内市场和海外市场，加强企业管理，努力提高公司的综合实力和核心竞争力，不断将公司打造成为一个“资源节约型、环境友好型、质量效益型”企业。

## 内部质量管理

公司成立以总经理为首的质量管理组织和符合要求的技术质量部。质量管理机构设专职人员负责公司的质量管理工作。各部门设立相应的质量管理组织，负责本部门的质量管理工作。品质部内设有来料检验、过程检验、出厂检验等环节。

附：质量管理机构图



(一) 质量管理组织的职责

- (1) 编制适合本企业的质量管理体系文件；
- (2) 组织制定企业的质量方针和质量目标；
- (3) 负责和监督企业质量管理体系的有效运行；
- (4) 制定质量奖惩制度，负责协调各部门的质量责任，并考核工作质量；
- (5) 组织企业内部质量审核；
- (6) 负责重大质量事故的分析处理；

(7) 监督企业质量基金的使用与管理；

(8) 组织开展群众性质量活动。

(二) 技术质量部的职责和权限

(1) 质量检验

按照有关标准和规定，对原材料、半成品、成品进行检验。按规定做好质量记录和标识，及时提供准确可靠的检验数据，掌握质量动态，保证产品检验的可追溯性。

(2) 质量控制

根据产品质量要求，制定原燃材料、半成品和成品的企业内控质量指标，组织实施过程质量控制，运用数理统计方法掌握质量波动规律，不断提高预见性与预防能力，并及时采取纠正措施、预防措施，使生产全过程处于受控状态。

(3) 出厂产品合格确认和验证

严格按照相关产品标准，杜绝不合格产品的出厂。

(4) 质量统计和分析

利用数理统计方法，及时进行质量统计，做好分析和改进工作。

## 2、质量管理体系

不断优化资源整合，修订、完善公司管理流程，建立健全适应本企业实际的质量管理体系，扎实有效地落实了管理工作中的各项责任、各项目标，确保质量管理体系有效运行，推进公司可持续发展。



(1)公司的质量管理体系的有效性建立源于公司设立了一套合理有效的科学、标准的工艺管理、管理文件，规范指导整个生产过程，确保质量管理体系的顺畅。

(2)根据公司质量目标，分解下发各部门分质量目标，定期开展质量目标实施检查工作。对检查中发现的问题，及时反馈，同时以用户为切入点，以顾客为关注焦点，以用户满意度为测量标准，用尽善尽美的售后服务来满足用户和社会的需求，赢得用户的信赖和满意，确保质量目标持续改进。

## 企业质量诚信

### 1、质量诚信管理

为确保质量诚信体系的有效运行“真诚做人、扎实做事”的理念，使员工真正认识到诚信在企业发展中的重要作用，把诚信渗透并凝结于企业经营理念之中。

### 2、质量文化建设

本着以客户需求为重点，为客户服务为宗旨的理念，将“树立精品意识、维护品牌优势”作为企业质量文化建设的重要内容来抓，不断提升产品的各项性能。

#### (1) 管理提升，推进质量文化建设

通过管理提升活动的有效开展，强化了管理层级的责任意识，增加了全体员工对质量与企业发展及兴衰重要性的认识，达到了高层真正投入质量文化建设，一般管理层在员工面前展示对于质



量活动的高效执行力，极大地激发了广大员工参与质量文化建设的热情，有力的推进了企业的质量文化建设工作。

### （2）基于建设，重在创新

遵循质量文化建设的内在规律，坚持继承与创新相结合，不断注入新的活力，既传承精神，又彰显创新，充分授权，发挥每位员工的创造力，强化和提高整个企业质量管理创新能力，通过丰富多彩的创新实践建立具有自身特色的质量文化。

### （3）鼓励先进，加强引导

通过评价和激励，承认并鼓励员工做出贡献，能够满足员工的精神需要，调动员工的精神力量，使他们产生归属感、自尊感和成就感，从而充分发挥他们的巨大潜力，进一步主动承担质量主体责任，为实现全员质量管控树立榜样。

## 产品质量责任

### 1、产品质量承诺

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“质量兴企”作如下承诺：

1) 牢固树立“质量第一”的思想，不断加强质量意识和社会责任意识，保证和提高产品质量，落实企业质量主体责任，增强消费者消费的信心。

2) 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，严格控制原材料、生产过程、产品出厂和储运销售过程的质量控制。

3) 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，及时解决消费者的质量投诉，自觉履行“三包”等服务承诺。

## 质量风险管理

### 1、质量投诉处理

公司建立健全了受理和处理产品质量和售后服务质量投诉的控制程序。设定售后服务部为产品售后服务主体，负责客户售前、售中、售后一切投诉接待、所有投诉处理的协调和落实、监督管理；品质管理中心负责处理顾客质量咨询和投诉。对顾客抱怨、投诉等信息进行了责任落实。同时每年进行一次顾客满意度调查，对顾客潜在不满进行分析，并将整改落实到责任部门。

### 2、质量风险监测

公司建立企业质量档案和产品质量对比验证数据库，不断完善和健全质量风险监测，定期总结、分析阶段性的质量状况，采取有针对性的解决方案，不断优化和改进质量管理的手段和关注点，定期分析质量状况，开展质量安全风险监测和分析评估，为生产均质、稳定、优质产品提供系统保障，全面降低质量安全风险。

### 3、应急管理

技术质量部以《重大质量事故通知单》形式书面通知责任部门，并附上《重大质量事故处理报告单》，同时由公司组织相关部门，对事故进行认真分析，找出原因，采取补救及预防措施，并进行责任追究和处理，杜绝事故再次发生，并及时将事故原因及处理方案反馈给品质管理中心，技术质量部验证其结果，并报公司分管领导审批。同时向上级主管部门作出书面检查报告，并追究相关领导和责任者的责任，严肃处理。

### 结束语

质量管理是企业的软实力，信用是企业的根本，也是制约企业发展的根本因素之一，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，需要优秀的服务维系，未来公司将以强烈的责任感和高度的使命感来扎实推进质量管理，稳固维系企业信用。以卓越的产品质量占领市场，以良好的信誉留住客户，推进质量管理体系的持续改进和高效运行，全面强化全员维护品牌形象、打造精品产品的质量意识，将“质量就是生命”、“信用就是根本”的工作理念内化于心，外付诸于行动，通过进一步开展降本增效、管理提升活动，落实在过程质量监管上，不断提高工作责任心和管控力度，为广大客户提供优质产品和服务，坚决履行企业的质量主体责任，以质量为基、信用为本，向质量要效益、促发展，真正达到诚信经营、以质取胜。