

中国质量协会

中国质协函〔2021〕19号

关于邀请参加《全面质量管理实施指南》等 标准起草工作的函

各相关企业：

根据中国质量协会团体标准制修订计划和立项审批结果，拟为《全面质量管理实施指南》《顾客满意等级评价准则》《市场质量信用等级评价准则》《顾客关系管理评价准则》4项标准公开征集企业类型标准起草单位，现将相关情况说明如下。

一、中国质量协会简介

中国质量协会是由我国致力于质量管理与质量创新事业的单位和个人自愿组成的全国性、专业性、非营利性社会组织，具有社团法人资格。中国质协成立于1979年8月，40多年来，在普及质量管理知识、技术和方法，推行全面质量管理，宣传贯彻质量管理体系标准，推广卓越绩效模式，推动各类组织开展质量

管理小组、精益管理、六西格玛、现场管理等质量改进活动，促进企业实施用户满意工程、建设良好质量文化、培育优质品牌等方面，卓有成效地开展了大量工作，受到了政府、企业和社会各界的好评。核心业务是质量研究、质量培训、国际交流与国际化服务、质量评价、质量咨询、质量认证、质量宣传、质量传媒、质量文化建设和品牌培育。

在中国质协的倡导支持下，全国各地区、部门和行业组建了质量协会，形成了协同互动的全国质协系统。中国质协多次荣获“全国先进行业协会”“全国先进民间组织”“全国先进社会组织”称号。2009年、2016年连续两届被民政部评为“5A级全国性行业协会”，2015年再次被民政部评为“全国先进社会组织”。

二、《全面质量管理实施指南》等团体标准基本情况介绍

（一）《全面质量管理实施指南》

全面质量管理自上世纪七十年代末被引入国内。在不断的学习和实践中，我国总结出“全员、全过程、全企业和多样化的方法”的特点和相关要求，在推动广大企业学习先进质量管理理念，加强系统化管理，引入各种质量方法，促进管理升级等方面发挥了重要作用。

进入新时代，质量管理理念不断演进，顾客要求不断提高，国内外市场竞争逐步加剧，企业经营环境日益复杂，迫切需要落实新发展理念，继续推进全面质量管理，以应对各种风险和不确定性，提高经营和发展质量。国家和有关政府部门近些年相继提

出质量提升和高质量发展的要求，倡导进一步推进全面质量管理。对于新时期的全面质量管理，明确其概念、具体的标准和要求，理清其与各种质量方法之间的关系，了解质量管理理念的演进，亟需社会各界总结经验，形成共识，明确要求，引导方法融合，适应数字化转型，促进价值创造，提升管理成熟度。为此，中国质协拟结合中国优秀企业 40 多年来的成功实践，研究总结新时期全面质量管理理念、特点、推进思路和要求，起草发布《全面质量管理实施指南》标准，以引导国内更多组织在新时期深入推进全面质量管理，为高质量发展提供有力支撑。

（二）《顾客满意等级评价准则》

按照《国务院关于进一步加强的产品质量若干问题的决定》提出的“要研究和探索产品质量顾客满意度指数评价办法，向消费者提供真实可靠的产品质量信息”要求，落实《中共中央 国务院关于开展质量提升行动的指导意见》（中发〔2017〕24号）中提出的“建立质量分级制度”、“完善第三方质量评价体系，开展高端品质认证，推动质量评价由追求‘合格率’向追求‘满意度’跃升”的相关要求，开展顾客满意等级评价标准制定工作。

本标准旨在规范顾客满意测评流程，确保顾客满意测评结果科学有效，以此为基础进行顾客满意等级评价工作，从而客观真实地反映顾客满意现状，促进企业顾客满意等级和核心竞争力的持续提升。

（三）《市场质量信用等级评价准则》

为贯彻落实《国务院关于印发社会信用体系建设规划纲要（2014-2020年）的通知》（国发〔2014〕21号）和《国务院关于建立完善守信联合激励和失信联合惩戒制度加快推进社会诚信建设的指导意见》（国发〔2016〕33号）文件精神，响应《中共中央 国务院关于开展质量提升行动的指导意见》的相关要求，市场质量信用等级评价标准的制定工作势在必行。

本标准的制定旨在助力完善社会信用体系建设，为企业在市场质量信用方面的实际表现提供参照依据，提高企业的社会信用水平和信用风险防范能力，引导企业更好、更主动地向社会公开产品质量状况和质量承诺信息，接受社会监督，提高企业的质量诚信意识和质量法制意识，推动企业牢固树立“质量诚信，用户满意”的经营理念，促进社会健康有序发展。

（四）《顾客关系管理评价准则》

以顾客为关注焦点已经成为组织管理的重要原则，在互联网与物联网的背景下，顾客关系已成为企业核心竞争力的重要要素之一。为引导企业提高产品、服务和发展质量，增强竞争优势，促进企业持续发展，于是《顾客关系管理评价准则》T/CAQ10301-2016应运而生。

本次标准的修订，重新梳理了标准框架，在内容上增加了以顾客为中心的机制建设、顾客经营策略及目标、行动计划、员工满意、知识管理等方面内容，并对沟通交流、测量分析与改进方

面内容进行拓展，同时在结果条款中增加对支持部分内容的评价，为企业全面评价、衡量实施顾客关系管理的成熟度和效果，发现在顾客关系管理方面的优势和不足，从而实现企业在顾客关系管理方面的持续改进，提升战略高度，提高顾客感知质量与顾客感知价值，促进顾客满意与顾客忠诚的提升，继而提高企业经营绩效与品牌价值，推动企业持续发展。

三、参与起草单位相关说明

(一) 参与起草单位/人员要求

参与起草单位应为依法经营且在质量管理领域、顾客满意、市场质量信用、顾客关系等领域具有较高的社会影响力和美誉度的企业，重视标准化工作。参与起草人员应熟悉行业相关工作，具有丰富的实践经验，较高的专业素养和理论水平，并能够积极参与标准编制的各项工作，确保标准的适用性、有效性和先进性。

(二) 参与起草单位/人员权利

1. 列入参与起草单位名称。
2. 将企业参与标准起草工作的主要人员列入标准编制人名单。
3. 参与标准起草和推广全过程。
4. 标准参与起草单位、参与起草人员将优先享有参与本标准修订的权利。

(三) 工作经费说明

本次标准起草工作经费主要以自筹为主。

(四) 报名方式及联系人

有意参与以上四项标准起草工作的单位请填写报名表(见附件), 并将填写后的报名表发至邮箱: helx@caq.org.cn。

附件:《全面质量管理实施指南》等四项团体标准参与起草
报名表



附件

《全面质量管理实施指南》等四项团体标准参与起草 报名表

单位名称				
联系人		职务		
手机		邮箱		
意向参与起草标准	<input type="checkbox"/> 《全面质量管理实施指南》			
	<input type="checkbox"/> 《顾客满意等级评价准则》			
	<input type="checkbox"/> 《市场质量信用等级评价准则》			
	<input type="checkbox"/> 《顾客关系管理评价准则》			
意向参与起草标准	参与人员 姓名	职务/职称	手机	邮箱
单位简介				
单位意见	单位: (公章) 年 月 日			