

湖南省省长质量奖
第4部分：制造业组织评审规范

Hunan provincial governor quality award—
Part 4: Manufacturing industry assessment specification

2023 - 11 - 09 发布

2024 - 02 - 09 实施

目 次

前言 III

1 范围 1

2 规范性引用文件 1

3 术语和定义 1

4 评审要素 1

5 评审要求 4

 5.1 质量提升 4

 5.2 创新发展 8

 5.3 品牌影响 9

 5.4 组织效益 11

 5.5 质量管理模式 12

6 评审方法 14

附录 A（资料性） 湖南省省长质量奖（制造业组织）评分记录表 15

附录 B（资料性） 湖南省省长质量奖（制造业组织）评分方法 21

前 言

本文件按照 GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

本文件是 DB43/T 2782《湖南省省长质量奖》的第4部分。DB43/T 2782 已经发布了以下部分：

- 第1部分：评审总则；
- 第2部分：评审规程；
- 第3部分：个人评审规范；
- 第4部分：制造业组织评审规范；
- 第5部分：服务业组织评审规范。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由湖南省市场监督管理局提出并归口。

本文件起草单位：湖南省质量和标准化研究院、长沙臻卓企业管理咨询有限公司、希而思（长沙）科技研究院有限公司、湖南卓越国际质量科学研究院。

本文件主要起草人：孙华、欧阳胜雄、朱雯婧、李楷明、彭琨林、陶强强、冯大维、曹阳、田亚、龚贺、郑长征、盛清慧。

湖南省省长质量奖 第 4 部分：制造业评审规范

1 范围

本文件规定了湖南省省长质量奖（制造业组织）的评审要素、评审要求和评审方法。

本文件适用于湖南省省长质量奖（制造业组织）的评审工作，也可用于制造业组织追求卓越的自我评价。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；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 19580 卓越绩效评价准则
- DB43/T 1983 品牌管理体系 要求与实施
- DB43/T 2517 市州和县市区人民政府质量奖评价准则
- DB43/T 2782. 1 湖南省省长质量奖 第 1 部分：评审总则
- DB43/T 2782. 2 湖南省省长质量奖 第 2 部分：评审规程

3 术语和定义

GB/T 19580、DB43/T 2517 和 DB43/T 2782. 1 界定的术语和定义适用于本文件。

4 评审要素

湖南省省长质量奖（制造业组织）评审要素应包括质量提升、创新发展、品牌影响、组织效益、质量管理模式五部分内容，由 5 个一级指标、28 个二级指标和 78 个三级指标组成，见表 1。

表 1 湖南省省长质量奖（制造业组织）评审指标

一级评审指标/分值	二级评审指标/分值	三级评审指标/分值
1. 质量提升 (320分)	1.1 质量安全（20 分）	1. 1. 1 质量责任（10 分）
		1. 1. 2 风险管理（10 分）
	1.2 质量战略（40 分）	1. 2. 1 制定与分解（20 分）
		1. 2. 2 实施与改进（20 分）
	1.3 质量文化（30 分）	1. 3. 1 文化塑造（10 分）
		1. 3. 2 文化传播（10 分）
		1. 3. 3 文化发展（10 分）

表1 湖南省省长质量奖（制造业组织）评审指标（续）

一级评审指标/分值	二级评审指标/分值	三级评审指标/分值
1. 质量提升 (320分)	1.4 质量基础（40分）	1.4.1 标准（10分）
		1.4.2 计量（10分）
		1.4.3 检验检测（10分）
		1.4.4 认证认可（10分）
	1.5 质量教育（30分）	1.5.1 教育培训（20分）
		1.5.2 职业发展（10分）
	1.6 质量诚信（10分）	1.6.1 信用体系（5分）
		1.6.2 信用评价（5分）
	1.7 质量管理（60分）	1.7.1 质量制度（10分）
		1.7.2 现场管理（15分）
		1.7.3 质量数字化（15分）
		1.7.4 质量追溯（10分）
		1.7.5 激励考核（10分）
	1.8 产业链质量协同（30分）	1.8.1 供方质量评价（10分）
		1.8.2 质量模式推广（10分）
		1.8.3 质量协同改进（10分）
	1.9 质量改进与提升（20分）	1.9.1 质量改进活动（10分）
		1.9.2 质量改进组织（10分）
	1.10 质量水平（40分）	1.10.1 关键指标（15分）
		1.10.2 质量荣誉（15分）
		1.10.3 顾客满意度（10分）
2. 创新发展 (180分)	2.1 创新能力（80分）	2.1.1 创新投入（20分）
		2.1.2 创新平台（20分）
		2.1.3 创新激励（10分）
		2.1.4 发明专利（10分）
		2.1.5 科研项目（10分）
		2.1.6 标准化成果（10分）
	2.2 管理经营创新（30分）	2.2.1 经营模式（15分）
		2.2.2 快速响应（15分）
	2.3 创新成果（40分）	2.3.1 新产品认定（10分）
		2.3.2 核心技术或业务（15分）
		2.3.3 创新奖励（15分）

表1 湖南省省长质量奖（制造业组织）评审指标（续）

一级评审指标/分值	二级评审指标/分值	三级评审指标/分值
2. 创新发展 (180分)	2.4 市场价值（20分）	2.4.1 核心技术的市场价值（10分）
		2.4.2 新产品销售额（10分）
	2.5 社会价值（10分）	2.5.1 核心技术的社会价值（10分）
3. 品牌影响 (120分)	3.1 品牌定位（30分）	3.1.1 品牌内涵（10分）
		3.1.2 品牌规划（10分）
		3.1.3 主品牌定位（10分）
	3.2 品牌管理（30分）	3.2.1 品牌管理机构（5分）
		3.2.2 品牌架构策略（5分）
		3.2.3 品牌管理与运营（10分）
		3.2.4 品牌建设评估（5分）
		3.2.5 品牌危机管理（5分）
	3.3 品牌保护（20分）	3.3.1 商标注册（5分）
		3.3.2 专利版权保护（5分）
		3.3.3 投诉处理（5分）
		3.3.4 法律维权（5分）
	3.4 品牌认可（40分）	3.4.1 品牌影响（10分）
		3.4.2 市场规模与份额（10分）
		3.4.3 品牌合规（5分）
		3.4.4 品牌荣誉（10分）
		3.4.5 品牌价值（5分）
4. 组织效益 (180分)	4.1 财务指标（80分）	4.1.1 财务绩效（60分）
		4.1.2 税收贡献（20分）
	4.2 绿色指标（20分）	4.2.1 节能减排（10分）
		4.2.2 资源利用（10分）
	4.3 社会责任（40分）	4.3.1 社会责任报告（10分）
		4.3.2 公益活动（10分）
		4.3.3 行业引领（20分）
	4.4 社会效益（40分）	4.4.1 员工满意（20分）
		4.4.2 社会影响（20分）
5. 质量管理模式 (200分)	5.1 形成过程（20分）	5.1.1 战略匹配（10分）
		5.1.2 经营需要（10分）
	5.2 系统模型（40分）	5.2.1 理论基础（10分）
		5.2.2 系统逻辑（30分）

表 1 湖南省省长质量奖（制造业组织）评审指标（续）

一级评审指标/分值	二级评审指标/分值	三级评审指标/分值
5. 质量管理模式 (200 分)	5.3 典型做法（40 分）	5.3.1 主要措施（25 分）
		5.3.2 数字化应用（15 分）
	5.4 应用成效（50 分）	5.4.1 质量竞争力（30 分）
		5.4.2 经营效益（20 分）
	5.5 推广价值（50 分）	5.5.1 独特创新（20 分）
		5.5.2 复制推广（30 分）

5 评审要求

5.1 质量提升

5.1.1 质量安全

5.1.1.1 质量责任

考察质量责任落实及相关制度建设情况，内容应包括：

- a) 建立完善企业质量责任体系，履行质量安全责任，制定和实施质量安全保证制度与措施，落实法定代表人或主要负责人对质量安全负首要责任、质量主管人员对质量安全负直接责任；
- b) 系统地关注、识别并确定相关法律法规及标准规定的质量要求；
- c) 实施首席质量官、质量安全控制关键岗位责任制、质量安全“一票否决”、质量考核及岗位质量规范等相关制度；
- d) 履行质量担保责任、缺陷产品召回等法定义务，依法承担质量损害赔偿责任。

5.1.1.2 风险管理

考察质量安全风险管理及成效情况，内容应包括：

- a) 具有强烈的风险管理意识，建立质量安全风险预防与管控体系；
- b) 收集、识别潜在的质量安全风险信息；
- c) 分析、研判质量安全风险，制定相应的风险防控预案，采取有效措施消除或降低质量安全隐患；
- d) 建立完善质量安全风险应急处理机制。

5.1.2 质量战略

5.1.2.1 制定与分解

考察质量战略制定与分解情况，内容应包括：

- a) 战略管理。制定和实施战略管理制度，明确质量战略制定过程、主要步骤及主要参与者，确定长、短期计划的时间区间等要求；
- b) 战略分析。分析目标顾客与市场需求、竞争环境、资源优势和核心竞争力等，确定组织可能面临的挑战与风险，以及当前和未来的核心竞争力；
- c) 战略目标。确定质量战略和质量战略目标，内容应契合组织高质量发展的要求，明确质量战略目标对应的时间表，且分解到质量关键领域和相关方。

5.1.2.2 实施与改进

考察质量战略实施、评价与改进情况，内容应包括：

- a) 战略部署。落实质量战略规划，制定质量战略实施行动计划和关键绩效指标，并分解落实到相关业务领域和职能层级；
- b) 资源配置。制定和实施质量战略所需的资源保障计划，包括必要的财务、人力、技术、信息、设施等资源；
- c) 战略评价。建立基于质量战略目标的绩效管理系统，动态监测和评估质量战略实施进展及近期效果和长远影响；
- d) 战略改进。建立质量战略预警机制，基于质量战略实施情况和环境变化，及时调整改进战略目标和实施计划，确保质量战略的前瞻性和适宜性。

5.1.3 质量文化

5.1.3.1 文化塑造

考察质量文化制度机制建立和特色质量文化塑造情况，内容应包括：

- a) 确定企业的使命、愿景和价值观；
- b) 质量文化包含弘扬工匠精神的要求；
- c) 建立推动质量文化的相关制度机制；
- d) 形成成熟且具有特色的质量文化。

5.1.3.2 文化传播

考察质量文化传播及成效情况，内容应包括：

- a) 高层领导，重视质量氛围营造；
- b) 采取措施推动质量文化向相关方传播；
- c) 质量文化被组织全体成员所接受，并共同遵守，形成文化内驱力。

5.1.3.3 文化发展

考察内容应包括对质量文化建设成效进行评估并持续优化的情况。

5.1.4 质量基础

5.1.4.1 标准

考察生产服务标准化水平情况，内容应包括：

- a) 建立完善的组织标准体系和标准化工作体系；
- b) 执行的产品或服务标准应自我声明公开或备案；
- c) 开展对标达标质量提升行动；
- d) 参与企业领跑者活动；
- e) 参与国际、国家、行业、地方、团体和企业标准化工作。

5.1.4.2 计量

考察计量能力建设情况，内容应包括建立完善的计量体系，具备突出的计量能力和水平的情况。

5.1.4.3 检验检测

考察检验检测能力建设情况，内容应包括具备与经营管理及战略发展相匹配的检验检测能力的情况。

5.1.4.4 认证认可

考察认证与评价证书情况，内容包括企业结合行业需求，建立并运行质量、环境、职业健康安全、能源管理等相关管理体系，积极开展管理体系认证，以及节能节水、低碳产品、智能制造等产品认证评价情况。

5.1.5 质量教育

5.1.5.1 教育培训

考察内容应包括：

- a) 识别组织和员工教育培训需求，制定和实施质量教育培训计划，分类分层开展教育培训；
- b) 拥有一大批稳定的熟练技术工人，关键岗位人员应具备国家规定的职业资格；
- c) 重视专业技术人员的培养与使用，注重一线员工职业技术培训，持续提高劳动者素质和质量意识；
- d) 基于组织战略发展和岗位工作需求，以及不同岗位员工能力需求，评估并持续改进培训效果。

5.1.5.2 职业发展

考察内容应包括：

- a) 建立多种职业发展渠道，实施全员职业发展有效管理，鼓励、帮助员工制定和实施针对性、个性化的职业发展规划，明确职业发展和路径；
- b) 制定和实施包括组织高、中层领导岗位和关键技术岗位的继任计划，形成人才梯队，提高组织的持续经营能力。

5.1.6 质量诚信

5.1.6.1 信用体系

考察质量诚信意识及实践情况，内容应包括：

- a) 建立质量诚信管理相关制度，并推动实施；
- b) 树立质量诚信意识，建立和实施质量承诺制度；
- c) 定期发布组织质量信用报告，执行重大质量事故主动报告制度。

5.1.6.2 信用评价

考察内容应包括社会信用的评级、质量信用记录及外部评价情况。

5.1.7 质量管理

5.1.7.1 质量制度

考察内容应包括设立专门的质量管理机构或部门，建立覆盖组织运营全过程和所有部门的质量管理制度情况。

5.1.7.2 现场管理

考察内容应包括质量管理制度覆盖组织运营过程和相关部门，以及运用成熟的管理制度、方法和工

具对生产或服务现场进行质量管理的情况。

5.1.7.3 质量数字化

考察建立和实施数字化质量管理体系情况，内容应包括：

- a) 建设质量管理大数据（数字化）平台，实现质量形成过程显性化、可视化；
- b) 组织研发、设计、采购、生产、检测、仓储、物流、销售、服务等业务全过程全链条数据采集、检测分析；
- c) 以数字化赋能组织全员全过程全方位质量管理，推动质量策划、质量控制、质量保证、质量改进等全流程信息化、网络化、智能化。

5.1.7.4 质量追溯

考察内容应包括建立健全质量追溯体系，实现产品或服务全生命周期的质量信息追溯的具体措施与成效。

5.1.7.5 激励考核

考察内容应包括基于岗位价值评估和员工能力评价，建立和实施内部员工质量考核和激励制度的情况。

5.1.8 产业链质量协同

5.1.8.1 供方质量评价

考察内容应包括建立和实施供方质量考核和保证制度的情况。

5.1.8.2 质量模式推广

考察内容应包括在产业链供应链上下游企业复制推广质量管理模式、方法的情况。

5.1.8.3 质量协同改进

考察内容应包括：

- a) 建立和实施推动产业链供应链企业之间质量信息交流和质量协同改进机制；
- b) 推动和促进双向沟通、知识共享和相互支持；
- c) 协同开展重大质量创新改进和技术改造项目攻关，解决行业共性质量难题的情况。

5.1.9 质量改进与提升

5.1.9.1 质量改进活动

考察内容应包括开展生产、经营、管理全方位的质量改进活动及成效。

5.1.9.2 质量改进组织

考察质量改进工作组织情况，内容应包括：

- a) 开展质量提升小组（例如 QC 小组）活动及其成效；
- b) 开展跨部门改进团队活动及其成效。

5.1.10 质量水平

5.1.10.1 关键指标

考察内容应包括组织近三年来产品或服务关键质量指标水平和提升，以及与行业水平的对比情况。

5.1.10.2 质量荣誉

考察内容应包括国内外质量奖励或荣誉情况，重点关注组织获得省级及以上政府部门的授奖情况。

5.1.10.3 顾客满意度

考察近三年顾客满意度情况，内容应包括：

- a) 顾客满意测量指标的当前水平和趋势；
- b) 利用顾客满意度测评结果进行改进提升。

5.2 创新发展

5.2.1 创新能力

5.2.1.1 创新投入

考察内容应包括近三年在研发方面的经费投入总额及其占销售收入比例、研发人员配置，以及与行业水平的对比情况。

5.2.1.2 创新平台

考察内容应包括建立以市场为导向、产学研相结合的技术创新体系，建设和拥有创新平台，发展为集研发、设计、制造和系统集成于一体的创新型组织的情况。

5.2.1.3 创新激励

考察内容应包括营造创新文化氛围，制定和实施创新激励制度，引进和培育科技创新领军团队和人才的情况。

5.2.1.4 发明专利

考察内容应包括组织拥有技术专利的数量和水平，重点关注有效发明专利、海外发明专利的情况。

5.2.1.5 科研项目

考察内容应包括组织承担或参与省级及以上重大科技项目情况。

5.2.1.6 标准化成果

考察内容应包括承担或参与国际、国家、行业、地方和团体技术标准情况。

5.2.2 管理经营创新

5.2.2.1 经营模式

考察内容应包括实施创新性经营模式的情况，如个性化服务、定制化服务，以及针对具体质量问题，创新质量管理工具和方法，运用新一代信息技术或数字化技术等进行了经营模式的创新等情况。

5.2.2.2 快速响应

考察内容应包括快速响应市场变化，创新实施灵活弹性的敏捷管理方式的情况。

5.2.3 创新成果

5.2.3.1 新产品认定

考察内容应包括近三年将技术创新作为提高质量的抓手，应用新技术、新工艺、新材料，研发具有核心竞争力、高附加值和自主知识产权的创新性新产品，并获认定情况。

5.2.3.2 核心技术或业务

考察内容应包括：

- a) 核心技术或业务转化成自主知识产权保护情况，包括但不限于发明专利、实用新型专利等；
- b) 关键核心技术实现自主可控情况；
- c) 实现行业关键共性技术、前沿引领技术、重大颠覆性技术突破情况。

5.2.3.3 创新奖励

考察内容应包括核心技术获得省级及以上在创新方面获得的奖励数量与等级的情况。

5.2.4 市场价值

5.2.4.1 核心技术的市场价值

考察核心技术对提升经济效益和市场价值的作用，内容应包括：

- a) 降低成本、扩大市场规模、提高产品或服务品牌溢价、增加税收等经济效益情况；
- b) 适应市场需求、替代进口产品、突破技术壁垒进入国际市场等市场价值情况。

5.2.4.2 新产品销售额

考察内容应包括近三年新产品产值率、销售额及占销售收入比例的水平与趋势的情况，以及与行业水平的对比情况。

5.2.5 社会价值

考察组织核心技术在以下方面取得社会价值的情况，内容应包括：

- a) 核心技术在推动科学技术进步、引领产业发展中发挥的作用；
- b) 核心技术在保护自然资源，减少资源消耗中发挥的作用；
- c) 核心技术在提高国防能力、保障国家和社会安全中发挥的作用；
- d) 核心技术在改善人民物质文化生活和健康水平中发挥的作用。

5.3 品牌影响

5.3.1 品牌定位

5.3.1.1 品牌内涵

考察内容应包括创建以质量为核心要素的品牌文化，并得到员工认同并积极参与。提炼高度凝练的品牌内涵，实现质量与品牌的相互促进、共同提升的情况。

5.3.1.2 品牌规划

考察内容应包括品牌建设纳入企业总体发展战略，制定和实施品牌发展战略规划的情况。

5.3.1.3 主品牌定位

考察内容应包括识别和确立主品牌定位，明确其理由，建立品牌识别系统的情况。

5.3.2 品牌管理

5.3.2.1 品牌管理机构

考察内容应包括建立品牌管理组织体系，设置品牌管理机构或部门，明确管理职能，配备专业人员的情况。

5.3.2.2 品牌架构策略

考察内容应包括品牌架构策略的基本思路和实际效果情况。

5.3.2.3 品牌管理与运营

考察内容应包括：

- a) 建立和实施基于品牌设计、市场推广、品牌维护等全生命周期管理与运营的品牌管理体系；
- b) 品牌推广投入经费及占销售收入比例，以及与行业水平对比情况。

5.3.2.4 品牌建设评估

考察内容应包括企业对品牌建设情况进行评估，并有针对性改进品牌发展策略的情况。

5.3.2.5 品牌危机管理

考察内容应包括构建有效的品牌危机处理机制，妥善处置突发的品牌危机事件的情况。

5.3.3 品牌保护

5.3.3.1 商标注册

考察内容应包括主品牌商标在国内外注册情况，以及商标权预警机制建立、商标权纠纷应对方案制定的情况。

5.3.3.2 专利版权的保护

考察内容应包括组织申请品牌相关的发明、实用新型和外观设计的专利权保护情况，以及相关作品的著作权登记情况。

5.3.3.3 投诉处理

考察组织对顾客投诉的处理情况，内容应包括响应客户投诉、解决客户问题，降低顾客不满，减少业务流失等。

5.3.3.4 法律维权

考察内容应包括组织采取法律手段维护品牌权益的情况，包括但不限于发出警告函、提起诉讼、请求赔偿等。

5.3.4 品牌认可

5.3.4.1 品牌影响

考察主品牌目前在市场上的影响，内容应包括品牌知名度、美誉度、忠诚度和品牌影响力等。

5.3.4.2 市场规模与份额

考察内容应包括近三年市场规模/市场份额、国内外市场占有率和行业排名的水平及趋势。

5.3.4.3 品牌合规

考察品牌合规制度或措施情况，内容应包括：

- a) 预防垄断和倾销行为，包括但不限于战略运营、资源利用、顾客与市场、过程管理等方面；
- b) 遵守网络监管要求的电商运营维护、销售及售后服务体系。

5.3.4.4 品牌荣誉

考察内容应包括品牌在经营过程中应使用的年限，以及获得相应品牌荣誉或认定的情况。

5.3.4.5 品牌价值

考察内容应包括近三年开展品牌价值评估、主导产品的品牌溢价，以及与行业水平对比情况。

5.4 组织效益

5.4.1 财务指标

5.4.1.1 财务绩效

考察内容应包括近三年下列关键财务指标水平和趋势，以及与行业水平对比情况。必要时，按照行业特点、不同产品类别或市场区域分别说明。

- a) 资产总额、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、流动资金周转率等指标水平。
- b) 营业收入利润率、净利润、全员劳动生产率、人均利润、资产负债率、创汇总额、净资产收益率、资本保值增值率、总资产周转率、成本费用利润率等指标水平。

5.4.1.2 税收贡献

考察内容应包括近三年对国家和地方依法纳税总额指标水平和趋势，以及与行业水平对比情况。

5.4.2 绿色指标

5.4.2.1 节能减排

考察内容应包括组织采取防治和降低生产经营中排放污染物对环境的危害以及碳排放监测与评估措施情况；近三年万元总产值综合能耗、万元总产值综合水耗、单位产值二氧化碳排放量等能耗指标水平和趋势，以及与行业水平对比情况。

5.4.2.2 资源利用

考察内容应包括近三年单位建设用地企业产值、可再生能源占组织能源消耗总量百分比等的水平和趋势，以及与行业水平对比情况。

5.4.3 社会责任

5.4.3.1 社会责任报告

考察组织社会责任报告主要内容及其发布情况，内容应包括：

- a) 定期向社会发布社会责任报告；
- b) 确立以质量安全、促进可持续发展为基本要求的企业社会责任理念；
- c) 建立履行社会责任的机制，将履行社会责任融入企业经营管理决策；
- d) 积极履行节能减排、保护环境的责任，实现可持续发展；
- e) 遵纪守法、诚信经营、公平竞争，遵守道德规范；
- f) 尊重消费者权益，保障消费者健康和安全，妥善解决争议和赔偿。

5.4.3.2 公益活动

考察内容应包括将公益支持列入组织战略与日常运营管理，以及近三年参加捐助，参与文化、技术、教育、健康卫生、养老、社区服务等有影响力的社会援助公益活动，树立良好社会形象的情况。

5.4.3.3 行业引领

考察行业引领的情况，内容应包括：

- a) 将质量管理的成功经验和先进方法向产业链两端延伸推广，带动行业整体质量水平提升与产业优化升级；
- b) 发挥对中小企业的带动提升作用，引领新产品开发和品牌创建，带动中小企业实施技术改造升级和管理创新，提升专业化分工协作水平和市场服务能力，增强产业链和企业集群的质量竞争力；
- c) 推动行业自律，推动政府出台相关政策举措；
- d) 促进和带动区域特色产业发展，形成区域产业集群，创造就业机会，提高区域就业率，积极参与社区活动，支持区域教育和文化发展。

5.4.4 社会效益

5.4.4.1 员工权益

考察践行以人为本理念的情况，内容应包括：

- a) 保障和改善员工的职业健康安全等合法权益；
- b) 近三年，组织解决就业员工数量及在行业排名、员工离职率、员工满意度、员工薪酬增长率、员工培训经费投入、员工福利支出等方面的关键绩效指标的当前水平和趋势。

5.4.4.2 社会影响

考察社会影响情况，内容应包括：

- a) 服务国家重大战略任务、重大工程专项；
- b) 贯彻落实党和国家方针政策，获得省级及以上政府表彰奖励；
- c) 通过经营活动产生巨大的社会影响，推动社会进步，保障国家安全，树立“湖南制造”的良好形象。

5.5 质量管理模式

5.5.1 形成过程

5.5.1.1 战略匹配

考察内容应包括质量管理体系、模式和方法产生的背景与形成的过程，以及与组织发展战略匹配情况。

5.5.1.2 经营需要

考察内容应包括质量管理体系、模式和方法解决组织经营发展中面临的重大问题，或应对组织内外环境遇到重大变化的情况。

5.5.2 系统模型

5.5.2.1 理论基础

考察内容应包括质量管理体系、模式和方法核心思想继承现代质量管理理论与管理理念的情况。

5.5.2.2 系统逻辑

考察内容应包括以示意图方式展示组织质量管理体系、模式和方法的主要内容和要素构成，以及要素之间逻辑关系情况。

5.5.3 典型做法

5.5.3.1 主要措施

考察质量管理体系、模式和方法运用于组织经营发展过程的典型做法和措施，内容包括但不限于以下方面：

- a) 顾客需求获取与价值实现；
- b) 质量战略制定与实施；
- c) 领导重视与深度参与；
- d) 质量文化培育与实施；
- e) 管理制度制定与执行；
- f) 员工全员参与；
- g) 工具方法应用；
- h) 过程管理与测量分析改进。

5.5.3.2 数字化应用

考察内容应包括利用物联网、大数据等新一代信息技术手段，改进和创新组织的质量管理制度、模式和方法，应对新产业、新业态、新商业模式下质量挑战的情况。

5.5.4 应用成效

5.5.4.1 质量竞争力

考察内容应包括以典型案例和数据反映在提升生产效率、研发效率、合格率以及人员能力，降低产品或服务缺陷率等方面的成效。重点关注反映质量竞争力提升成效的关键数据指标变化及比对情况。

5.5.4.2 经营效益

考察内容应包括以典型案例和数据反映在提升营业收入、利润、全员劳动生产率、顾客保有率、市场占有率、品牌影响力，降低能耗、碳排放水平等方面的成效。重点关注反映效益提升成效的关键数据指标变化及对比情况。

5.5.5 推广价值

5.5.5.1 独特创新

考察先进性和独特性，内容应包括：

- a) 亮点明显，创新突出，具有标杆和导向作用，有助于解决行业重大质量问题或引导全面质量提升，得到国内或国外广泛认可；
- b) 源于个性化成功经验，体现特有成功基因，契合战略发展需要，有利于构建核心竞争力。

5.5.5.2 复制推广

考察可推广性，内容应包括：

- a) 在组织内部应用推广，并迭代升级；
- b) 在全行业或供应链上下游企业复制推广。

6 评审方法

6.1 可采用定性评价和定量评分相结合方法对湖南省省长质量奖（制造业组织）评审内容进行评审，评分记录表见附录 A，评分方法见附录 B。

6.2 湖南省省长质量奖（制造业组织）评审程序依据 DB43/T 2782.2 执行。

附录 A
(资料性)
湖南省省长质量奖（制造业组织）评分记录表

湖南省省长质量奖（制造业组织）评分记录表见表 A. 1。

表 A. 1 湖南省省长质量奖（制造业组织）评分记录表

指标	优势	改进机会	评分权重	评分
1 质量提升（320 分）				
1.1 质量安全（20 分）				
1.1.1 质量责任（10 分）				
1.1.2 风险管理（10 分）				
1.2 质量战略（40 分）				
1.2.1 制定与分解（20 分）				
1.2.2 实施与改进（20 分）				
1.3 质量文化（30 分）				
1.3.1 文化塑造（10 分）				
1.3.2 文化传播（10 分）				
1.3.3 文化发展（10 分）				
1.4 质量基础（40 分）				
1.4.1 标准（10 分）				
1.4.2 计量（10 分）				
1.4.3 检验检测（10 分）				

表 A.1 湖南省省长质量奖（制造业组织）评分记录表（续）

指标	优势	改进机会	评分权重	评分
1.4.4 认证认可（10分）				
1.5 质量教育（30分）				
1.5.1 教育培训（20分）				
1.5.2 职业发展（10分）				
1.6 质量诚信（10分）				
1.6.1 信用体系（5分）				
1.6.2 信用评价（5分）				
1.7 质量管理（60分）				
1.7.1 质量制度（10分）				
1.7.2 现场管理（15分）				
1.7.3 质量数字化（15分）				
1.7.4 质量追溯（10分）				
1.7.5 激励考核（10分）				
1.8 产业链质量协同（30分）				
1.8.1 供方质量评价（10分）				
1.8.2 质量模式推广（10分）				
1.8.3 质量协同改进（10分）				
1.9 质量改进与提升（20分）				
1.9.1 质量改进活动（10分）				

表 A.1 湖南省省长质量奖（制造业组织）评分记录表（续）

指标	优势	改进机会	评分权重	评分
1.9.2 质量改进组织(10分)				
1.10 质量水平（40分）				
1.10.1 关键指标（15分）				
1.10.2 质量荣誉（15分）				
1.10.3 顾客满意度（10分）				
2 创新发展（180分）				
2.1 创新能力（80分）				
2.1.1 创新投入（20分）				
2.1.2 创新平台（20分）				
2.1.3 创新激励（10分）				
2.1.4 发明专利（10分）				
2.1.5 科研项目（10分）				
2.1.6 标准化成果（10分）				
2.2 管理经营创新（30分）				
2.2.1 经营模式（15分）				
2.2.2 快速响应（15分）				
2.3 创新成果（40分）				
2.3.1 新产品认定（10分）				
2.3.2 核心技术或业务（15分）				
2.3.3 创新奖励（15分）				

表 A.1 湖南省省长质量奖（制造业组织）评分记录表（续）

指标	优势	改进机会	评分权重	评分
2.4 市场价值（20分）				
2.4.1 核心技术的市场价值（10分）				
2.4.2 新产品销售额（10分）				
2.5 社会价值（10分）				
2.5.1 核心技术的社会价值（10分）				
3 品牌影响（120分）				
3.1 品牌定位（30分）				
3.1.1 品牌内涵（10分）				
3.1.2 品牌规划（10分）				
3.1.3 主品牌定位（10分）				
3.2 品牌管理（30分）				
3.2.1 品牌管理机构（5分）				
3.2.2 品牌架构策略（5分）				
3.2.3 品牌管理与运营（10分）				
3.2.4 品牌建设评估（5分）				
3.2.5 品牌危机管理（5分）				
3.3 品牌保护（20分）				
3.3.1 商标注册（5分）				
3.3.2 专利权保护（5分）				

表 A.1 湖南省省长质量奖（制造业组织）评分记录表（续）

指标	优势	改进机会	评分权重	评分
3.3.3 投诉处理（5分）				
3.3.4 法律维权（5分）				
3.4 品牌认可（40分）				
3.4.1 品牌影响（10分）				
3.4.2 市场规模与份额（10分）				
3.4.3 品牌合规（5分）				
3.4.4 品牌荣誉（10分）				
3.4.5 品牌价值（5分）				
4 组织效益（180分）				
4.1 财务指标（80分）				
4.1.1 财务绩效（60分）				
4.1.2 税收贡献（20分）				
4.2 绿色指标（20分）				
4.2.1 节能减排（10分）				
4.2.2 资源利用（10分）				
4.3 社会责任（40分）				
4.3.1 社会责任报告（10分）				
4.3.2 公益活动（10分）				
4.3.3 行业引领（20分）				

表 A.1 湖南省省长质量奖（制造业组织）评分记录表（续）

指标	优势	改进机会	评分权重	评分
4.4 社会效益（40分）				
4.4.1 员工权益（20分）				
4.4.2 社会影响（20分）				
5 质量管理模式（200分）				
5.1 形成过程（20分）				
5.1.1 战略匹配（10分）				
5.1.2 经营需要（10分）				
5.2 系统模型（40分）				
5.2.1 理论基础（10分）				
5.2.2 系统逻辑（30分）				
5.3 典型做法（40分）				
5.3.1 主要措施（25分）				
5.3.2 数字化应用（15分）				
5.4 应用成效（50分）				
5.4.1 质量竞争力（30分）				
5.4.2 经营效益（20分）				
5.5 推广价值（50分）				
5.5.1 独特创新（20分）				
5.5.2 复制推广（30分）				
总分				

附录 B
(资料性)
湖南省省长质量奖（制造业组织）评分方法

湖南省省长质量奖（制造业组织）评分方法见表 B.1。

表 B.1 湖南省省长质量奖（制造业组织）评分方法

指标	100%-80%	79% - 50%	49% - 21%	20% - 0%
1 质量提升（320分）				
1.1 质量安全（20分）				
1.1.1 质量责任（10分）	建立全面的质量责任体系，系统地识别并确定相关法律法规及标准规定的质量要求，落实质量责任制度，措施具体明确、有效，相关做法特色明显，成效显著	建立质量责任体系，系统地识别并确定相关法律法规及标准规定的质量要求，相关制度落实到位，质量责任有效落实	有比较系统的落实质量责任措施做法，识别了与主导产品相关主要的法律法规及标准规定的质量要求，实施部分相关制度	落实质量责任的措施、做法不系统，与主导产品相关的法律法规及标准规定的质量要求识别不系统
1.1.2 风险管理（10分）	风险意识强，建立和实施质量安全风险管理预防与管控机制，风险应急处理机制完备，特色和亮点突出，成效显著	风险意识较强，建立和实施质量安全风险管理预防与管控体系，以及风险应急处理预案，系统地开展质量安全风险预防与管控工作，实施成效较明显	制定质量安全风险管理预防与管控相关制度，以及风险应急处理预案，开展相关风险管控工作，取得一定实施成效	开展了质量安全风险预防与管控相关工作，相关措施成效不明显
1.2 质量战略（40分）				
1.2.1 制定与分解（20分）	高层领导长期重视、亲自推动质量工作，建立以质量为基石的总体战略，质量战略或规划科学、明确；质量战略目标高度契合组织高质量发展的要求	领导高度重视质量工作，企业战略中强调对质量的追求，制定了质量战略或规划；质量战略目标契合组织高质量发展的要求	领导重视质量工作，企业战略中体现质量要素，制定质量战略或规划；质量战略目标体现组织高质量发展的要求	领导推动本组织质量发展的作用和成效发挥不明显，企业战略未体现质量要素，未制定明确的质量战略或规划；质量目标未体现组织高质量发展要求
1.2.2 实施与改进（20分）	质量战略目标科学有效地转化为实施计划并设置了相应的关键绩效指标；质量战略与资源投入高度匹配；质量战略实施成效显著；长期坚持评价和基于事实的持续动态改进	质量战略目标有效地转化为实施计划；质量战略与资源投入较为匹配；质量战略实施成效明显；坚持评价和持续改进	质量战略目标转化为实施计划；质量战略与资源投入基本匹配；质量战略实施有一定成效；关注评价和改进	质量战略目标转化为实施计划不完整；质量战略与资源投入不太匹配；质量战略实施有成效不明显；未开展评价和改进

表 B.1 湖南省省长质量奖（制造业组织）评分方法（续）

指标	100%-80%	79% - 50%	49% - 21%	20% - 0%
1.3 质量文化（30分）				
1.3.1 文化塑造 (10分)	确立了契合组织发展方向的使命、愿景和价值观。质量文化体现了对高质量发展的追求，明确了弘扬工匠精神的内容，形成了成熟且特色明显、独树一帜的企业质量文化，组织质量文化体系完善	确立了与组织发展方向一致的使命、愿景和价值观。质量文化体现了对质量发展的追求，包含了弘扬工匠精神的内容，形成了比较成熟且具有特色的、明确的企业质量文化，有配套的制度措施	确立了组织的使命、愿景和价值观。质量文化基本体现了对质量方面的要求，包含了弘扬工匠精神的内容，初步形成企业质量文化和质量文化相关制度	未明确组织的使命、愿景和价值观，质量文化不能体现追求质量和弘扬工匠精神的内容。未形成明确的企业质量文化，质量文化制度机制未建立
1.3.2 文化传播 (10分)	高层领导长期重视并采取多种措施方法推动质量文化建设和营造质量氛围，大力宣传和弘扬工匠精神，建立了相关方质量文化传播机制，在国家级媒体平台开展了质量文化主题活动，且活动在国内产生了较大的影响；质量文化被组织全体成员所接受并共同遵守，形成文化内驱力，在企业经营发展中发挥积极作用	高层领导重视并推动质量文化建设和营造质量氛围，大力宣传和弘扬工匠精神，建立了相关方文化传播机制；在省、市级媒体平台开展了质量文化主题活动，且活动在省、市域产生了一定的影响；质量文化被组织多数成员所接受并遵守，在企业经营发展中发挥一定作用	高层领导重视并推动质量文化建设和弘扬工匠精神，建立了相关方文化传播机制；在市级媒体平台开展了质量文化主题活动，且活动在所在区域产生了一定的影响；质量文化被组织多数成员所接受并遵守，在企业经营发展中发挥一定作用	高层领导关注质量文化建设和质量氛围营造；质量文化相关方传播机制不健全；在组织内部开展了相关质量文化主题活动；质量文化员工认可度不高；贯彻实施成效不明显
1.3.3 文化发展 (10分)	建立和实施质量文化建设和成效评估机制，定期开展质量文化建设和成效评估活动，针对评估发现问题制定和实施针对性改进措施，质量文化改善提升效果显著	制定和实施质量文化建设和成效评估相关管理制度，定期开展质量文化建设和成效评估活动，针对评估发现问题制定和实施相关改进措施，质量文化改善提升效果良好	制定和实施质量文化建设和成效评估相关管理制度，开展了质量文化建设和成效评估活动，未针对评估中发现问题实施相关改进措施。质量文化改善提升效果一般	未制定质量文化建设和成效评估相关管理制度，但开展了质量文化建设和成效评估相关工作，未针对评估中发现问题实施相关改进措施。质量文化发展缓慢。没有开展质量文化建设和成效评估工作不得分

表 B.1 湖南省省长质量奖（制造业组织）评分方法（续）

指标	100%-80%	79% - 50%	49% - 21%	20% - 0%
1.4 质量基础（40分）				
1.4.1 标准 (10分)	系统建立了契合组织发展需求的企业标准体系和标准化工作体系，生产服务标准化水平达到行业领先水平，或是国际专业标准化技术委员会成员单位，或承担 ISO 技术机构国内技术对口单位，或获得国家标准化试点示范，或通过了国家级标准化试点示范，或获得 5A 级标准化良好行为企业评价等级	建立系统的企业标准体系和标准化工作体系，生产服务标准化水平达到行业先进，或承担全国专业标准化技术委员会秘书处工作，或获得省级企业标准领跑者称号，或通过了省级标准化试点示范，或获得 4A 级标准化良好行为评价等级	建立较为完善的企业标准体系和标准化工作体系，生产服务标准化水平高于行业平均水平，或获得 3A 级标准化良好行为评价等级	建立的企业标准体系和标准化工作体系有待完善，生产服务标准化水平处于或低于行业平均水平，或获得 3A 级以下标准化良好行为评价等级
1.4.2 计量 (10分)	建立和实施计量管理体系，计量能力和水平行业领先，实验室能力通过 CNAS 认可	建立和实施计量管理体系，计量设施投入达到行业先进水平	建立和实施计量管理体系，计量设施投入高于行业平均水平，计量工作满足组织基本测量要求	未建立计量管理体系，开展了计量管理活动，计量设施投入处于或低于行业平均水平，计量工作不能满足组织基本测量要求不得分
1.4.3 检验检测 (10分)	建立和实施检验检测质量管理体系，检验检测设施投入达行业领先水平，检验检测能力满足产品型式试验、出厂检验和过程检验要求，实验室能力通过 CNAS 认可	建立和实施检验检测质量管理体系，检验检测设施投入达行业先进水平，检验检测能力满足产品出厂检验、过程检验要求	建立和实施检验检测质量管理体系，检验检测设施投入高于行业平均水平，检验检测能力满足产品出厂检验、过程检验要求	检验检测设施投入处于或低于行业平均水平，检验检测能力只能满足部分项目的出厂检验和过程检验要求 未开展检验检测活动不得分
1.4.4 认证认可 (10分)	结合行业需求，有效实施质量、环境、职业健康安全、能源管理等管理体系认证，以及节能节水、低碳产品、智能制造等产品认证评价情况处于行业领先水平	结合行业需求，有效实施质量、环境、职业健康安全、能源管理等管理体系，获得相关的管理体系认证，以及节能节水、低碳产品、智能制造等产品认证评价情况处于行业领先水平	有效实施质量、环境、职业健康安全、能源管理等管理体系，获得相关的管理体系认证，以及节能节水、低碳产品、智能制造等产品认证评价情况高于行业平均水平	有效实施质量、环境、职业健康安全、能源管理等管理体系，获得相关的管理体系认证，以及节能节水、低碳产品、智能制造等产品认证评价情况处于或低于行业平均水平 未开展认证认可活动，不得分

表 B.1 湖南省省长质量奖（制造业组织）评分方法（续）

指标	100%-80%	79% - 50%	49% - 21%	20% - 0%
1.5 质量教育（30分）				
1.5.1 教育培训 （20分）	建立和实施系统的教育培训机制，分层施教、分人施教；拥有大批稳定熟练的技术人员，其数量、能力和水平达到行业领先水平，岗位人员具备国家规定的职业资格。组织的教育培训工作能够满足战略发展需求	建立和实施教育培训机制，分层施教、分人施教；拥有一定稳定熟练的专业技术人员，其数量、能力和水平达到行业先进水平，岗位人员具备国家规定的职业资格。组织的教育培训满足经营发展需求	建立和实施教育培训相关管理制度，开展了分层施教，较为重视专业教育和培养，专业技术人员数量、能力和水平高于行业平均水平，关键岗位人员具备国家规定的职业资格。组织的教育培训工作能够满足日常生产经营管理需求	结合生产经营需求开展了教育和培训，开展了分层分类面向专业和技术人员和一线员工质量教育和培养，专业技术人员数量、能力和水平处于或低于行业平均水平，部分关键岗位不具备国家规定的职业资格。组织的教育培训工作不能满足组织日常生产经营需求
1.5.2 职业发展 （10分）	设立科学覆盖全员的职业发展通道，实施系统职业生涯有效管理，制定和实施有针对性个性化的员工职业发展规划，帮助员工明确职业发展目标和路径；制定和实施高、中、低关键管理和技术岗位的继任计划，形成了人才梯队，效果显著，满足组织持续经营发展需求	设立科学分类的职业发展通道，对核心岗位人员制定和实施有针对性个性化的职业发展规划，指导员工明确职业发展目标和路径；制定和实施关键技术岗位的继任计划，形成了核心岗位的人才梯队，满足经营发展需求	设立通用性的职业发展通道，建立指导性的员工职业发展规划，支持员工明确职业发展目标和路径；制定和实施关键岗位人员培养计划，能够满足组织日常生产经营管理需求	设立通用性的职业发展通道，未开展指导职业发展规划管理，未制定和实施关键技术岗位的继任计划，人才储备不能满足组织经营发展需求
1.6 质量诚信（10分）				
1.6.1 信用体系 （5分）	质量诚信意识强，制定和实施系统的质量诚信管理机制，有效履行质量承诺，定期发布组织质量信用报告，质量信用工作亮点突出	具有较强的质量诚信意识，制定和实施质量诚信相关管理制度，履行质量承诺，定期发布组织质量信用报告，质量信用工作成效显著	具有一定的质量诚信意识，质量诚信管理制度覆盖组织生产经营管理核心过程和人员，履行质量承诺，质量信用工作取得一定成效	质量诚信意识不强，未建立质量诚信管理相关制度，不能全面履行质量承诺
1.6.2 信用评价 （5分）	质量诚信建设成效显著，获得国家信用等级荣誉	质量诚信建设取得明显成效，获得省级信用评价荣誉	开展质量诚信管理相关工作，获得市级信用评价荣誉	质量诚信建设未有效开展，未获得外部评价相关荣誉，发生不良信用记录不得分

表 B.1 湖南省省长质量奖（制造业组织）评分方法（续）

指标	100%-80%	79% - 50%	49% - 21%	20% - 0%
1.7 质量管理（60分）				
1.7.1 质量制度 （10分）	设立与组织战略及运营管理相匹配的质量管理机构，人员配置合理。质量管理体系覆盖组织运营全过程和所有部门	设立专门的质量管理机构，配置了专业人员。质量管理体系覆盖组织运营的大多数过程和部门	设立专门的质量管理机构，人员配置到位。质量管理体系覆盖组织运营的关键环节和部门	未设置专门的质量管理机构，人员配置不全。质量管理体系未完全覆盖组织运营的关键环节和部门
1.7.2 现场管理 （15分）	建立现场管理机制，覆盖生产和售后服务过程和部门，运用先进的管理制度、方法和工具对生产和现场进行管理，效果显著	建立现场管理机制，覆盖生产和售后服务过程和部门，运用成熟的管理制度、方法和工具对生产和现场进行管理，成效明显	针对生产和售后服务关键过程，制定了现场管理相关制度，运用有效的方法和工具对生产和现场进行管理，有一定成效	生产和售后服务关键过程的现场管理制度不健全，未运用先进的管理方法和工具实施有效管理，现场管理效果欠佳
1.7.3 质量数字化 （15分）	建立质量管理大数据（数字化）平台，实现产品全过程链条质量数据采集检测与分析；质量管理全流程信息化、智能化、网络化水平处于行业领先水平	建立质量管理大数据（数字化）平台，基本实现全过程链条质量数据采集检测与分析；质量管理全流程信息化、网络化、智能化程度较高，质量数字化水平处于行业先进水平	建立了质量管理信息化系统；部分关键产品过程实现质量数据采集检测与分析；核心产品的质量采集检测开展了信息化、网络化、智能化、质量管理，质量数字化水平高于行业平均水平	质量管理信息化系统未覆盖核心产品生产和管理过程，生产过程数据采集、检测分析，以及信息化、网络化、智能化程度不高，质量数字化水平处于行业平均水平
1.7.4 质量追溯 （10分）	建立了科学系统、行业领先的质量追溯体系，全面实现了产品全生命周期的质量信息可追溯，处于行业领先水平	建立了行业先进的质量追溯体系，整体实现了产品全生命周期的质量信息可追溯，处于行业先进水平	建立质量追溯相关管理制度，对关键产品过程实施质量信息可追溯管理，高于行业平均水平	未建立质量追溯相关管理制度，不能完全实现对关键产品过程的质量信息可追溯，处于或低于行业平均水平
1.7.5 激励考核 （10分）	建立了系统完善的内部员工质量激励考核机制，相关激励考核方式多样，考核结果与员工薪酬、晋升和成长等挂钩，激励效果显著	建立了较为系统完善的内部员工质量激励考核机制，相关激励考核方式多样，覆盖所有部门和人员，考核结果与员工薪酬、晋升等挂钩，考核激励效果良好	建立了内部员工的质量激励考核制度，相关激励考核方式较为单一，具有一定的激励效果	建立了针对一线生产员工的质量激励考核制度，相关激励考核方式单一，激励效果一般

表 B.1 湖南省省长质量奖（制造业组织）评分方法（续）

指标	100%-80%	79% - 50%	49% - 21%	20% - 0%
1.8 产业链质量协同（30分）				
1.8.1 供方质量评价 (10分)	建立和实施科学系统的供应商质量考核、评价和保证机制，拥有质量可靠、稳定的国际知名品牌优秀供应商资源，实施效果显著	建立和实施系统的供应商质量考核、评价和保证机制，拥有质量可靠、稳定的国内知名品牌优秀供应商资源，实施效果良好	建立和实施供应商质量考核、评价和保证制度，拥有质量可靠、稳定的省内知名品牌供应商资源，实施效果较好	建立和实施供应商质量考核、评价和保证制度，供应商质量和服务保障能力不稳定，实施效果一般 未开展供方质量评价不得分
1.8.2 质量模式推广 (10分)	质量管理模式得到国内外广泛认可，被列入了国内外相关典型案例，在产业链供应上下游企业得到广泛复制推广	质量管理模式得到行业广泛认可，质量管理模式在供应链上下游企业得到复制推广	质量管理模式得到区域内认可，质量管理模式在区域供应链上下游企业得到复制推广	质量管理模式具有在供应链上下游企业借鉴应用价值，未得到复制推广
1.8.3 质量协同改进 (10分)	推动供应链企业之间质量信息交流和质量共同改进，长期开展重大质量协同攻关，解决了行业共性质量难题，引领、带动产业链质量技术进步	推动供应链企业之间质量信息交流和质量共同改进，组织开展重大质量协同攻关，解决实际质量难题，引领、带动行业质量技术进步，实施效果良好	推动供应链企业之间质量信息交流和质量共同改进，参与重大质量协同攻关或项目研究，解决实际质量难题	开展了供应链企业之间质量信息交流，未参与质量共同改进活动，在重大质量协同攻关方面成效不显著
1.9 质量改进与提升（20分）				
1.9.1 质量改进活动 (10分)	建立和实施质量改进机制，组织开展重大质量攻关，在生产、经营、管理全方位开展质量改进活动，攻克一系列行业共性质量难题，成功解决关键性质量难题；坚持大规模深入开展群众性质量活动；特色和亮点突出，成果卓著	建立和实施质量改进机制，组织开展重大质量攻关，在生产、经营、管理全方位开展质量改进活动，解决组织关键性质量难题；广泛开展群众性质量活动；特色和亮点明显，成果显著	建立和实施质量改进相关管理制度，组织开展重大质量攻关；在生产等关键环节开展质量改进活动，解决实际质量难题；较广泛地开展群众性质量活动；有一定的特色、亮点和成效	组织开展了质量攻关或项目研究，重视解决质量问题；质量改进成果一般 未开展质量改进活动不得分
1.9.2 质量改进组织 (10分)	高度重视、全员参与、定期组织开展 QC 小组活动和跨部门改进团队活动；QC 小组数量及成果数量均处于行业先进水平；行业领先水平；活动成效显著，取得国家级奖励；在行业内得到广泛宣传推广	定期开展 QC 小组活动和跨部门改进团队活动；QC 小组数量及成果数量均处于行业先进水平；QC 小组活动成效良好，取得省级奖励；在省内得到广泛宣传推广	组织开展了 QC 小组活动和跨部门改进团队活动，QC 小组数量及成果数量高于行业平均水平；QC 小组活动取得市级奖励；在所在区域内得到宣传推广	成立了质量改进组织，开展了 QC 小组活动，未获得 QC 成果相关奖励 未成立质量改进组织不得分

表 B.1 湖南省省长质量奖（制造业组织）评分方法（续）

指标	100%-80%	79% - 50%	49% - 21%	20% - 0%
1.10 质量水平（40分）				
1.10.1 关键指标 (15分)	对标达标、产品认定等结果表明，主导产品的关键质量指标达到国际先进水平或国内领先水平，且近3年关键质量指标水平持续稳步提升；或曾获得国家“企业领跑者”称号	对标达标、产品认定等结果表明，主导产品的关键质量指标达到行业先进水平，且近3年关键质量指标水平持续提升；或曾获得省级“企业领跑者”称号	对标达标、产品认定等结果表明，主导产品的关键质量指标高于行业平均水平，且近3年关键质量指标水平保持稳定	主导产品的关键质量指标处于或低于行业平均水平，且近3年关键质量指标水平出现下滑 产品质量监督抽查不合格不得分
1.10.2 质量荣誉 (15分)	曾获得国内外质量奖励或荣誉，荣获的质量荣誉等级和数量处于行业领先水平	曾获得省级质量奖励或荣誉；或曾参与过省长质量奖，并入围投票表决阶段。荣获的质量荣誉等级和数量处于行业先进水平	曾获得市级质量奖励或荣誉，或曾参与过中国质量奖，并入围材料评价阶段；或曾参与过省长质量奖，并入围现场评审阶段	曾获得区县级质量奖励或荣誉，或曾参与过省长质量奖，并入围材料评审阶段 无相关质量荣誉不得分
1.10.3 顾客满意度 (10分)	建立了科学、系统的顾客满意度测量机制；近三年顾客满意度测量结果稳步提升，顾客认可程度高，且测量反馈信息用于改进和创新成效显著	建立系统的顾客满意度测量机制；近三年顾客满意度测量结果稳步提升，顾客认可程度较高，且测量反馈信息用于改进和创新成效显著	建立了顾客满意度测量管理制度；开展了顾客满意度测量活动，测量反馈信息用于了相关工作的改进	顾客满意度测量制度不健全，开展了顾客满意度测量活动，未将测量反馈信息用于改进和创新 未开展顾客满意度测量不得分
2 创新发展（180分）				
2.1 创新能力（80分）				
2.1.1 创新投入 (20分)	近三年用于研发投入经费总额及其占销售收入比例、研发人员数量及占企业员工总数比例，居行业领先水平	近三年用于研发投入经费总额及其占销售收入比例、研发人员数量及占企业员工总数比例，稳步提升，居行业先进水平	近三年用于研发投入经费总额及其占销售收入比例、研发人员数量及占企业员工总数比例，保持稳定，高于行业平均水平	近三年用于研发投入经费总额及其占销售收入比例、研发人员数量及占企业员工总数比例，出现下滑，处于或低于行业平均水平
2.1.2 创新平台 (20分)	建立先进、高效的技术创新体系，市场化导向突出，产学研用有效结合，研发平台建设和运行机制健全；拥有国家级创新平台，创新平台的等级和数量处于行业领先水平	建立先进、高效的技术创新体系，以市场导向，全面开展产学研合作，研发平台建设和运行良好；拥有省级创新平台，创新平台的等级和数量处于行业先进水平	建立完善的技术创新体系，以市场导向，大力开展产学研合作，研发平台建设和运行良好；拥有市级创新平台，创新平台的等级和数量高于行业平均水平	技术创新体系不完善，产学研合作开展不充分；创新平台的等级和数量处于或低于行业平均水平

表 B.1 湖南省省长质量奖（制造业组织）评分方法（续）

指标	100%-80%	79% - 50%	49% - 21%	20% - 0%
2.1.3 创新激励 (10 分)	营造浓厚的创新文化氛围，建立和实施创新激励工作机制和科学有效的创新考核评估体系，采取多种创新激励措施，全面引进和培育科技领军团队和人才，激励效果显著	营造创新文化氛围，建立和实施创新激励工作机制和创新考核评估体系，采取多种创新激励措施，引进和培育科技领军团队和人才，激励效果良好	建立和实施创新激励管理制度，开展了创新评估和激励活动，开展了科技领军团队和人才培养，激励措施单一，取得了一定的激励效果	缺乏创新激励制度和评估激励机制，未开展创新评估和激励工作，引进和培育科技团队和人才困难
2.1.4 发明专利 (10 分)	拥有国内外有效发明专利等级和数量处于行业领先水平	拥有国内外有效发明专利等级和数量处于行业先进水平	拥有国内外有效发明专利等级和数量高于行业平均水平	拥有国内外有效发明专利等级和数量处于或低于行业平均水平没有有效发明专利不得分
2.1.5 科研项目 (10 分)	承担或参与国家级重大科技项目，科研项目水平和数量处于行业领先水平	承担或参与省级重大科技项目，科研项目水平和数量处于行业先进水平	承担或参与市级重大科技项目，科研项目水平和数量高于行业平均水平	承担或参与科研项目水平和数量处于或低于行业平均水平
2.1.6 标准化成果 (10 分)	主导或参与国际技术标准制修订排名前 5，标准制修订等级和数量处于行业领先水平	主导或参与国家技术标准制修订排名前 5，标准制修订等级和数量处于行业先进水平	主导或参与行业技术标准制修订排名前 5，标准制修订等级和数量高于行业平均水平	主导或参与地方或团体技术标准制修订排名前 5，标准制修订等级和数量处于或低于行业平均水平没有主导或参与地方或团体标准制定，不得分
2.2 管理经营创新（30 分）				
2.2.1 经营模式 (15 分)	实施独特的商业模式或经营管理模式，开展了个性化、定制化服务，运用新一代信息技术或数字化技术等进行了经营模式的创新，创新性突出，特色鲜明，实际运行效果显著，堪为国内标杆示范	实施创新的经营管理模式，开展了个性化、定制化服务，运用新一代信息技术或数字化技术等进行了经营模式的创新，创新性较强，特色较明显，实际运行效果良好，可作为行业标杆	实施有一定创新经营管理模式，开展了个性化服务，运用信息化技术优化了管理流程，有一定特色，实际运行效果一般，标杆示范作用有限	经营管理模式创新较少，缺乏特色，无标杆示范意义
2.2.2 快速响应 (15 分)	建立了行业领先的快速响应机制，根据市场变化，创新实施敏捷管理方式，效果显著，具有行业标杆示范作用	建立了行业先进的快速响应机制，根据市场变化，创新实施灵活弹性的敏捷管理方式，效果良好，具有较好行业示范作用	建立了高于行业平均水平快速响应机制，能根据市场变化，实施灵活弹性的敏捷管理方式，效果较好，有一定的示范作用	快速响应机制不健全，应对市场变化能力不强，效果一般

表 B.1 湖南省省长质量奖（制造业组织）评分方法（续）

指标	100%-80%	79% - 50%	49% - 21%	20% - 0%
2.3 创新成果（40分）				
2.3.1 新产品认定 (10分)	近三年获认定的新产品数量，稳步提升，居行业领先水平	近三年获认定的新产品数量，稳步提升，居行业先进水平	近三年获认定的新产品数量，保持稳定，高于行业平均水平	近三年获认定的新产品数量，出现下滑，处于或低于行业平均水平。或没有获认定的新产品，但开展了相关产品升级改造，或推出了新的产品
2.3.2 核心技术或业务 (15分)	解决了“卡脖子”关键核心技术难题，拥有关键突破性技术创新成果，且自主可控，并成功运用新技术、新工艺、新材料提升产品档次和服务水平，实现行业关键共性、前沿引领和重大颠覆性技术突破，居行业领先水平	拥有重大突破性技术创新成果，且自主可控，并有效运用新技术、新工艺、新材料提升产品档次和服务水平，实现行业关键共性、前沿引领和重大颠覆性技术突破，居行业先进水平	拥有突破性技术创新成果，且自主可控，并运用新技术、新工艺、新材料提升产品档次和服务水平，实现行业关键共性技术突破，高于行业平均水平	拥有一定技术创新成果，并部分运用新技术、新工艺、新材料提升产品档次和服务水平，处于或低于行业平均水平
2.3.3 创新奖励 (15分)	核心技术创新等方面获得国家创新奖励或荣誉，创新奖励等级和数量处于行业领先水平	核心技术创新等方面获得省级创新奖励或荣誉，创新奖励等级和数量处于行业先进水平	核心技术创新等方面获得市级创新奖励或荣誉，创新奖励等级和数量高于行业平均水平	核心技术创新等方面获得创新奖励或荣誉的等级和数量处于或低于行业平均水平 没有获得奖励不得分
2.4 市场价值（20分）				
2.4.1 核心技术的市场 价值（10分）	核心技术在降低成本、扩大市场规模、提高产品品牌溢价、增加税收，以及替代进口产品、突破技术壁垒等多个方面，显著提升了经济效益和市场价值，贡献突出，处于行业领先水平，显著增强企业市场竞争力	核心技术在降低成本、扩大市场规模、提高产品品牌溢价、增加税收，以及替代进口产品、突破技术壁垒等方面，显著提升了经济效益和市场价值，处于行业先进水平，增强了企业市场竞争力	核心技术在降低成本、扩大市场规模、提高产品品牌溢价、增加税收，以及替代进口产品、突破技术壁垒等部分方面，提升了企业的经济效益和市场价值，高于行业平均水平，有利于增强企业市场竞争力	核心技术在提升经济效益和市场价值方面不明显，处于或低于行业平均水平。
2.4.2 新产品销售额 (10分)	近三年新产品销售额及占销售收入比例的水平，稳步提升，居行业领先水平	近三年新产品销售额及占销售收入比例的水平，稳步提升，居行业先进水平	近三年新产品销售额及占销售收入比例的水平，保持稳定，高于行业平均水平	近三年新产品销售额及占销售收入比例的水平，出现下滑，处于或低于行业平均水平

表 B.1 湖南省省长质量奖（制造业组织）评分方法（续）

指标	100%-80%	79% - 50%	49% - 21%	20% - 0%
2.5 社会价值（10 分）				
2.5.1 核心技术的社会价值（10 分）	核心技术在推动科技进步、引领产业发展、保护生态环境、减少资源消耗、保障国家安全等多个方面，产生显著社会价值，或在某方面的社会价值突出，处于行业领先水平	核心技术在推动科技进步、引领产业发展、保护生态环境、减少资源消耗、保障国家安全等方面，产生显著社会价值，处于行业先进水平	核心技术在推动科技进步、引领产业发展、保护生态环境、减少资源消耗、保障国家安全等方面，产生了一定的社会价值，高于行业平均水平	核心技术产生的社会价值不明显，处于或低于行业平均水平
3 品牌影响（120 分）				
3.1 品牌定位（30 分）				
3.1.1 品牌内涵（10 分）	品牌核心价值 and 独特卖点特征鲜明，所有客户或消费者都能快速准确识别品牌特征。对客户或消费者的承诺和价值主张非常明确。质量与品牌相互促进、共同提升的效果显著	品牌核心价值 and 独特卖点特征比较鲜明，绝大部分客户或消费者能快速准确识别品牌特征。对客户或消费者的承诺和价值主张与品牌相互促进、共同提升的效果良好	品牌核心价值 and 独特卖点特征可识别，大部分客户或消费者能准备识别品牌特征。有对客户或消费者的承诺和价值主张。实现一定的质量与品牌的相互促进、共同提升的效果	品牌核心价值 and 独特卖点特征不易识别，大部分客户或消费者难以识别品牌特征存在困难。没有明确对客户或消费者的承诺和价值主张。未达成质量与品牌的相互促进和共同提升的效果
3.1.2 品牌规划（10 分）	从组织总体发展战略层面考虑品牌建设，品牌发展规划制定科学、系统，充分体现品牌建设全生命周期管理与运营要求，品牌战略目标、资源保障和行动计划系统纳入组织日常经营管理体系，并得以全面实施	从组织总体发展战略层面考虑品牌建设，制定了品牌发展规划，体现品牌建设管理与运营的主要要求，品牌战略目标、资源保障和行动计划有效地纳入组织日常经营管理体系，并得到有效实施	制定品牌发展规划，明确了品牌建设管理与运营的主要要求。但品牌规划目标、资源保障和行动计划没有系统纳入组织日常经营管理体系	未从战略层面考虑品牌建设，未制定明确的品牌发展规划，但开展了品牌建设管理与运营相关工作，实施效果不明显
3.1.3 主品牌定位（10 分）	准确识别和清晰确立品牌市场定位，明确其内涵、理由及价值；建立了完善了品牌识别系统；主品牌定位为国际知名品牌	识别和确立品牌定位，明确其内涵、理由及价值；建立了完整的品牌识别系统；主品牌定位为国内知名品牌	识别和确立品牌定位，明确其内涵、理由及价值；建立了品牌识别系统；主品牌定位为省内知名品牌	品牌定位一般，未建立品牌识别系统，品牌形象不清晰。未明确品牌定位不得分

表 B.1 湖南省省长质量奖（制造业组织）评分方法（续）

指标	100%-80%	79% - 50%	49% - 21%	20% - 0%
3.2 品牌管理（30分）				
3.2.1 品牌管理机构（5分）	建立专门的品牌管理机构，配备了专职从事品牌管理的专业化工作团队，明确了机构和岗位管理职能；根据品牌发展规划系统、有效地开展品牌建设和运营工作，机构运行成效显著	建立专门的品牌管理机构，配备了具备专业能力专职工作的人员，明确了机构和岗位管理职能；根据品牌发展规划有效地开展品牌建设和运营工作，机构运行成效良好	未设立专门的品牌管理机构，但配备了专职品牌管理工作人员，具备一定的品牌建设和运营相关知识；开展了品牌建设和运营相关工作，机构运行取得一定成效	未设立专门的品牌管理部门与专职的品牌管理工作人员，品牌建设和运营措施不系统，成效一般
3.2.2 品牌架构策略（5分）	根据行业特点和组织发展需要，建立了适合组织战略发展的品牌架构策略，品牌架构思路清晰，架构科学合理，品牌知名度和美誉度处于行业领先水平，品牌建设成效显著	建立了适合战略组织发展需求的品牌架构策略，品牌架构思路清晰，构架合理；品牌知名度和美誉度处于行业先进水平，品牌建设成效良好	建立了品牌架构策略，品牌架构思路基本清晰；品牌知名度和美誉度高于行业平均水平，品牌建设成效较好	缺乏品牌的结构思维，多品牌间关系不够明确，品牌形象不清晰，品牌知名度和美誉度处于或低于行业平均水平
3.2.3 品牌管理与运营（10分）	按照 DB43/T 1983 标准要求，建立和实施基于品牌推广、品牌维护等全生命周期管理与运营系统的品牌管理体系；近三年来，品牌推广投入经费及占销售收入比例稳步提升，处于行业领先水平	按照 DB43/T 1983 标准要求，建立和实施基于品牌推广、市场推广、品牌维护等管理与运营的品牌管理体系；近三年来，品牌推广投入经费及占销售收入比例稳步提升，处于行业先进水平	建立和实施了品牌管理体系；近三年来，品牌推广投入经费及占销售收入比例保持稳定，高于行业平均水平	开展了品牌运营相关活动，没有建立品牌管理体系，近三年来，品牌推广投入经费及占销售收入比例处于或低于行业平均水平
3.2.4 品牌建设评估（5分）	建立和实施品牌建设评估机制，定期开展品牌建设评估工作，针对评估发现问题采取措施，并改进品牌发展策略，取得显著成效	制定和实施品牌建设评估管理制度，定期开展品牌建设评估工作，针对评估发现问题采取措施，并改进品牌发展策略，取得良好成效	制定和实施品牌建设评估管理制度，开展了品牌建设评估工作，未针对评估中发现问题，改进品牌发展策略	未制定品牌建设评估管理制度，但开展了品牌建设评估相关工作，评估指标设计不合理，且未针对评估中发现问题，改进品牌发展策略 未开展品牌建设评估工作不得分

表 B.1 湖南省省长质量奖（制造业组织）评分方法（续）

指标	100%-80%	79% - 50%	49% - 21%	20% - 0%
3.2.5 品牌危机管理 (5分)	建立和实施品牌危机处理机制，开展了有效的品牌舆情监测活动，未发生品牌危机事件	制定和实施品牌危机管理机制，开展了品牌舆情监测活动，妥善处置突发的品牌危机事件，并采取了有效的改进措施	制定和实施品牌危机管理机制，开展了品牌舆情监测活动，妥善处置突发的品牌危机事件	未制定品牌危机相关管理制度，但能够及时处置突发的品牌危机事件 对突发的品牌危机事件没有及时有效处置不得分
3.3 品牌保护（20分）				
3.3.1 商标注册 (5分)	建立和实施商标保护和商标预警机制，以及商标纠纷应对方案，在一个或多个国家开展了商标跨类别和近似商标注册保护等活动，注册产品相关的品牌国际影响力较大	建立和实施商标保护和商标预警管理机制，以及商标纠纷应对方案，在国内开展了商标跨类别和近似商标注册保护等活动，注册产品相关的品牌国内影响力较大	建立和实施商标保护和商标预警相关管理制度，以及商标纠纷应对方案，在国内开展相关的产品商标注册，注册产品相关的品牌省内影响力较大	未制定商标保护和商标预警相关管理制度，以及商标纠纷应对方案，开展了相关产品商标注册 未开展商标注册不得分
3.3.2 专利权保护 (5分)	全面、及时、有效申请品牌相关专利，登记相关作品著作权	有效申请品牌相关专利，登记相关作品著作权	有效申请部分品牌相关专利，登记部分相关作品著作权	未及时、有效申请品牌相关专利，登记相关作品著作权 未开展专利版权保护活动不得分
3.3.3 投诉处理 (5分)	建立和实施快速响应的顾客投诉和调解机制，能确保投诉得到快速、有效地解决，最大限度地减少顾客不满和业务流程；利用顾客抱怨和投诉信息实施了改进和创新	建立和实施顾客投诉和调解机制，能确保投诉得到及时、有效地解决，能有效地减少顾客不满和业务流程；利用顾客抱怨和投诉信息实施了分析和改进	建立和实施顾客投诉处理管理制度，能确保投诉得到解决；对部分投诉和抱怨信息开展了分析和改进活动，能在一定程度上减少顾客不满和业务流程	顾客投诉处理管理制度不健全，开展了顾客投诉处理活动。未利用投诉和抱怨信息开展分析和改进活动。减少顾客不满和业务流程的作用不明显
3.3.4 法律维权 (5分)	拥有科学合理的法律应对策略，有效采取法律手段进行品牌维权	拥有较完整的法律应对策略，采取法律手段进行品牌维权	拥有一定的法律应对策略，基本采取法律手段进行品牌维权	缺乏法律应对策略，不懂得采取法律手段进行品牌维权
3.4 品牌认可（40分）				
3.4.1 品牌影响 (10分)	主导品牌产品的品牌知名度、美誉度和忠诚度等行业领先水平，已成为本行业国际知名品牌	主导品牌产品的品牌知名度、美誉度和忠诚度等行业先进水平，已成为本行业国内知名品牌	主导品牌产品的品牌知名度、美誉度和忠诚度高于行业平均水平，已发展成为省内知名品牌	主导品牌产品的品牌知名度和美誉度和忠诚度等处于或低于行业平均水平，具有一定的所在区域影响力

表 B.1 湖南省省长质量奖（制造业组织）评分方法（续）

指标	100%-80%	79% - 50%	49% - 21%	20% - 0%
3.4.2 市场规模与份额 (10 分)	近三年主导产品市场规模/市场份额、国内外市场占有率和行业排名，稳步提升，均处于行业领先水平	近三年主导产品市场规模/市场份额、国内外市场占有率和行业排名，稳步提升，处于行业先进水平	近三年主导产品市场规模/市场份额、国内外市场占有率和行业排名，保持稳定，高于行业平均水平	近三年主导产品市场规模/市场份额、国内外市场占有率和行业排名，出现下滑，处于或低于行业平均水平
3.4.3 品牌合规 (5 分)	建立了系统的预防垄断和倾斜销售为机制，且在战略运营、资源利用、顾客与市场、过程管理等方面全面执行；建立完善的电商运营维护、销售及售后服务体系，在运用电商进行产品销售时，系统识别、确定和遵守实施网络监管要求	建立了预防垄断和倾斜销售为的制度措施，且在战略运营、资源利用、顾客与市场、过程管理等关键环节予以执行；建立电商运营维护、销售及售后服务体系，在运用电商进行产品销售时，识别、确定和遵守实施网络监管要求	在战略运营、资源利用、顾客与市场、过程管理等部分过程实施了预防垄断和倾斜销售为；在运用电商进行产品销售时，遵守网络监管要求	未制定预防垄断和倾斜销售为的制度措施。存在一定的市场垄断或倾斜销售为，或在运用电商进行产品销售时，对网络监管要求未有效识别，或发生违反网络监管相关要求事件
3.4.4 品牌荣誉 (10 分)	主品牌使用年限 20 年以上，品牌获得国际相关荣誉，成为国际行业知名品牌	主品牌使用年限 15-19 年，品牌获得国家相关荣誉，成为国内行业知名品牌	主品牌使用年限 10-14 年品牌获得省级相关荣誉，成为省内行业知名品牌	主品牌使用年限 9 年及以下，品牌获得市级相关荣誉，成为所在区域行业知名品牌 未获得品牌相关荣誉不得分
3.4.5 品牌价值 (5 分)	建立和实施品牌价值评估机制，近三年主导产品的品牌价值和价格水平，稳步提升，处于行业领先水平	建立和实施品牌价值评估管理制度，近三年主导产品的品牌价值和价格水平，稳步提升，处于行业先进水平	定期开展品牌价值评估，近三年主导产品的品牌价值和价格水平，保持稳定，高于行业平均水平	近三年主导产品的品牌价值和价格水平，出现下滑，处于或低于行业平均水平 未开展品牌价值评价不得分
4 组织效益 (180 分)				
4.1 财务指标 (80 分)				
4.1.1 财务绩效 (60 分)	财务绩效指标居国内同行业领先水平，且呈稳定上升趋势	主要财务绩效指标居国内同行业先进水平，并呈上升趋势	主要财务绩效指标高于国内同行业平均水平，但部分财务指标水平呈下降趋势	主要财务绩效指标水平呈下降趋势，或提供不完整
4.1.2 税收贡献 (20 分)	近三年对国家和地方依法纳税总额居国内同行业领先水平，多年来为国家和地方经济发展作出突出贡献	近三年对国家和地方依法纳税总额居国内同行业先进水平，多年来为国家和地方经济发展作出较大贡献	近三年对国家和地方依法纳税总额达到或高于行业平均水平，多年来为国家和地方经济发展作出贡献	近三年对国家和地方依法纳税总额低于行业平均水平，多年来为国家和地方经济发展作出一定贡献

表 B.1 湖南省省长质量奖（制造业组织）评分方法（续）

指标	100%-80%	79% - 50%	49% - 21%	20% - 0%
4.2 绿色指标（20分）				
4.2.1 节能减排 (10分)	制定和实施碳排放监测与评估机制，近三年节能减排指标水平，稳步下降，处于行业领先水平	制定和实施碳排放监测与评估机制，近三年节能减排指标水平，稳步下降，处于行业先进水平	开展了碳排放监测与评估，近三年节能减排指标水平，保持稳定，低于行业平均水平	未开展碳排放监测与评估，近三年节能减排指标水平，处于或高于行业平均水平
4.2.2 资源利用 (10分)	近三年资源利用指标水平，稳步提升，处于行业领先水平	近三年资源利用指标水平，稳步提升，处于行业先进水平	近三年资源利用指标水平，保持稳定，高于行业平均水平	近三年资源利用指标水平，出现下滑，处于或低于行业平均水平
4.3 社会责任（40分）				
4.3.1 社会责任报告 (10分)	定期向社会发布社会责任报告，内容完整，业绩突出	定期向社会发布社会责任报告，内容完整，业绩良好	不定期向社会发布社会责任报告，内容不完整，业绩较好	不定期向社会发布社会责任报告，内容不完整，业绩一般 未发布社会责任报告不得分
4.3.2 公益活动 (10分)	将公益支持列入组织战略规划与日常运营管理计划中，近三年均参加了捐助活动，参与了文化、技术、教育、健康卫生、养老、社区服务等具有国内影响力的社会援助公益活动，树立了突出的社会形象	将公益支持列入日常运营管理计划中，近三年均参加了捐助活动，参与了文化、技术、教育、健康卫生、养老、社区服务等具有省内影响力的社会援助公益活动，树立了良好的社会形象	近三年参加了捐助活动，参与了文化、技术、教育、健康卫生、养老、社区服务等具有区域影响力的社会援助公益活动，树立了较好的社会形象	近三年参加了相关公益活动，影响力一般。 未参加相关公益活动不得分
4.3.3 行业引领 (20分)	组织质量管理的成功经验和先进方法列入了国家典型示范案例，并向产业链两端延伸推广；全面带动产业整体质量水平提升与产业优化升级；对增强产业链和企业集群的质量竞争力具有关键核心引领作用，主导决定行业发展前景	组织质量管理的成功经验和先进方法列入了省级典型示范案例，在行业范围内推广应用；促进了行业整体质量水平提升；对增强行业和企业集群的质量竞争力有较强引领作用	组织质量管理的成功经验和先进方法列入了区域典型示范案例，具有一定的推广应用价值；对增强区域和企业集群的质量竞争力有一定指导作用	组织质量管理的成功经验和先进方法在组织内部推广应用，对促进组织质量竞争力的提高具有一定的作用

表 B.1 湖南省省长质量奖（制造业组织）评分方法（续）

指标	100%-80%	79% - 50%	49% - 21%	20% - 0%
4.4 社会效益（40 分）				
4.4.1 员工权益 (20 分)	在保障和改善员工的职业健康安全等合法权益方面成效突出，员工数量、薪酬增长率等员工权益指标水平，稳步提升，处于行业领先水平。员工满意度监测和改进机制健全，近三年员工满意度呈上升趋势；现场随机调查，员工评价“优”	在保障和改善员工的职业健康安全等合法权益方面成效显著，员工数量、薪酬增长率等员工权益指标水平，稳步提升，处于行业先进水平。员工满意度监测和改进机制比较健全，近三年员工满意度呈持续稳定态势；现场随机调查，员工评价“良”	在保障和改善员工的职业健康安全等合法权益方面成效较好，员工数量、薪酬增长率等员工权益指标水平，保持稳定，高于行业平均水平。员工满意度监测和改进制度基本健全，近三年员工满意度基本稳定；现场随机调查，员工评价“中”	在保障和改善员工的职业健康安全等合法权益方面采取相关措施，员工数量、薪酬增长率等员工权益指标水平，出现下滑，处于或低于行业平均水平。员工满意度监测和改进机制不健全；或满意度监测结果呈下降趋势；现场随机调查，员工评价“较差”
4.4.2 社会影响 (20 分)	服务国家重大战略任务、重大工程专项，积极贯彻落实党的方针政策，获得国家政府表彰奖励，在推动社会进步、保障国家安全、树立“湖南制造”形象等方面做出突出贡献	服务省级重大战略任务、重大工程专项，积极贯彻落实党的方针政策，获得省级政府表彰奖励，在推动社会进步、保障国家安全、树立“湖南制造”形象等方面做出突出贡献	服务所在区域重大战略任务、重大工程专项，贯彻落实党的方针政策，获得市级政府相关表彰，具有较好的社会影响	服务所在区域重大战略任务、重大工程专项，贯彻落实党的方针政策，获得区县级政府相关表彰，具有一定的社会影响
5 质量管理模式（200 分）				
5.1 形成过程（20 分）				
5.1.1 战略匹配 (10 分)	质量管理制度、模式和方法产生的背景与形成的过程脉络清晰、定位精准，与组织发展战略高度一致	质量管理制度、模式和方法产生的背景与形成的过程脉络较为清晰、定位较为精准，与组织发展战略基本一致	质量管理制度、模式和方法产生的背景与形成的过程脉络比较清晰、定位比较准确，基本符合组织发展实际	质量管理制度、模式和方法产生的背景与形成的过程脉络不清晰、定位不够准确，与组织发展实际不太相符
5.1.2 经营需要 (10 分)	质量管理模式的提出是基于解决组织经营发展中面临的重大问题，以及应对组织内外环境遇到的重大变化	质量管理模式的提出是基于解决组织经营发展中面临的主要问题，以及应对组织内外环境遇到的主要变化	质量管理模式的提出是基于解决组织经营发展中面临的一般问题	质量管理模式的提出未基于解决组织经营发展中面临的问题，也未基于应对组织内外环境遇到的重大变化

表 B.1 湖南省省长质量奖（制造业组织）评分方法（续）

指标	100%-80%	79% - 50%	49% - 21%	20% - 0%
5.2 系统模型（40 分）				
5.2.1 理论基础（10 分）	其核心思想继承了目前国际上的前沿理论或理念	其核心思想继承了目前国内前沿理论或理念	其核心思想阐述了相关质量管理理论或理念	其核心思想未明确是否继承了何种理论或理念
5.2.2 系统逻辑（30 分）	以示意图或流程图的形式阐述了组织质量管理制度、模式和方法的主要内容构成，各要素之间的逻辑关系清晰、系统科学	以示意图或流程图的形式阐述了组织质量管理制度、模式和方法的主要内容构成，各要素之间的逻辑关系比较清晰、系统合理	以示意图或流程图的形式阐述了组织质量管理制度、模式和方法的主要内容构成，但各要素之间的逻辑关系表述不清晰	以示意图或流程图的形式，或以文字方式阐述了组织质量管理制度、模式和方法的主要内容构成，相关要素内容缺失，且各要素之间的逻辑关系混乱、系统不科学
5.3 典型做法（40 分）				
5.3.1 主要措施（25 分）	质量管理、制度、模式和方法全方位运用于组织经营发展的全过程，应用效果显著；提供的典型做法和措施，覆盖全面，内容生动丰富	质量管理、制度、模式和方法运用于组织经营发展的全过程，应用效果明显；提供的典型做法和措施，内容生动丰富	质量管理、制度、模式和方法运用于组织经营发展关键过程，有一定应用效果；提供了部分典型做法和措施	质量管理、制度、模式和方法未有效运用于组织经营发展过程，效果不明显 未提供典型做法和措施不得分
5.3.2 数字化应用（15 分）	充分利用了物联网、大数据等新一代信息技术手段，改进和创新组织的质量管理制度、模式、产业、新业态、新商业模式下质量挑战	利用了物联网、大数据等主要新一代信息技术手段，改进和创新组织的质量管理制度、模式、产业、新业态、新商业模式下质量挑战	利用了物联网、大数据等部分新一代信息技术手段，改进和创新组织的质量管理制度、模式、产业、新业态、新商业模式下质量挑战	基本未利用物联网、大数据等新一代信息技术手段，改进和创新组织的质量管理制度、模式、方法
5.4 应用成效（50 分）				
5.4.1 质量竞争力（30 分）	有大量案例、数据说明、关键指标的前后变化对比，表明在提升组织质量竞争力方面应用成效突出	有大量案例、数据说明、关键指标的前后变化对比，表明在提升组织质量竞争力方面应用成效显著	有一定案例、数据说明、关键指标的前后变化对比，表明在提升组织质量竞争力方面应用成效较好	缺乏典型案例、数据说明、关键指标的前后变化对比，表明在提升组织质量竞争力方面应用成效

表 B.1 湖南省省长质量奖（制造业组织）评分方法（续）

指标	100%-80%	79% - 50%	49% - 21%	20% - 0%
5.4.2 经营效益 (20 分)	有大量案例、数据说明、关键指标的前后变化对比，表明在提升组织经营效益方面应用成效突出	有大量案例、数据说明、关键指标的前后变化对比，表明在提升组织经营效益方面应用成效显著	有一定案例、数据说明、关键指标的前后变化对比，表明在提升组织经营效益方面应用成效较好	缺乏典型案例、数据说明、关键指标的前后变化对比，表明在提升组织经营效益方面应用的成效
5.5 推广价值 (50 分)				
5.5.1 独特创新 (20 分)	质量管理体系、模式和方法亮点明显，创新突出	质量管理体系、模式和方法有亮点，有创新	质量管理体系、模式和方法有一定的亮点和创新	质量管理体系、模式和方法亮点和创新不足
5.5.2 复制推广 (30 分)	具有在全行业或产业链上下游企业复制推广的价值	具有一定的在行业或产业链上下游企业复制推广的价值	具有一定的区域内复制推广的价值	具有在组织内复制推广的价值 无复制推广价值不得分