

质量信用测量体系自我评价

昆山大洋电路板有限公司 2024 年度质量信用测量体系自我评价报告

报告编号: QR-2025-001

报告日期: 2025 年 1 月 15 日

评价周期: 2024 年 1 月 1 日 - 2024 年 12 月 31 日

一、 报告摘要

本年度, 公司围绕质量信用测量体系的四个维度, 系统开展了质量信用自我评价工作。经综合评价, 公司 2024 年度质量信用综合指数为 84.75 分 (满分 100 分), 处于“良好”水平, 较去年 (81.1 分) 提升 4.31%。

(一) 核心优势

内部流程能力扎实: 关键生产环节管控精准, 过程稳定性与可控性突出, 为产品质量筑牢基础;

诚信文化根基稳固: 全员质量诚信意识深入, 数据记录零差错, 员工参与质量改进的积极性与主动性显著提升。

(二) 待改进领域

外部质量损失成本管控存在短板: 售后索赔费用偏高, 成为制约质量信用综合水平进一步提升的核心瓶颈。

(三) 改进方向

2025 年将重点聚焦三大方向: 一是强化产品可靠性设计, 从源头降低售后问题发生率; 二是优化售后服务体系, 提升问题响应与解决效率; 三是将质量成本管控纳入公司年度重点战略, 实现质量与效益的协同提升。

二、 评价概述

(一) 评价目的

全面复盘 2024 年度质量信用体系运行成效, 精准识别各业务环节的质量风险点与改进机会, 为管理层制定质量战略、优化管理决策提供数据支撑; 同时通过自我评价驱动持续改进, 进一步巩固质量信用优势, 增强市场竞争力与利益相关方信任度。

(二) 评价范围

覆盖公司全价值链流程, 包括研发设计、原材料采购、生产制造、质量检验、市场销售、售后服务等核心业务环节, 同时涵盖财务部、管理部等支持部门的质量协同工作, 确保评价范围无死角、无遗漏。

（三）评价依据

《昆山大洋电路板有限公司质量信用测量体系管理规范（2024 版）》；
2024 年度公司质量目标责任书、各部门绩效达成数据；
国家及行业相关标准（GB/T 19001-2016、IATF 16949-2016 等）；
内部审核报告、管理评审记录、客户反馈台账、供应商评估报告等原始资料。

（四）评价方法

采用“定量分析 + 定性评估”相结合的科学方法，确保评价结果客观、精准：

指标绩效分析：对照年度质量目标，核算各维度关键指标的实际达成率，量化评价成效；

趋势对比分析：纵向对比 2023-2024 年数据，分析质量信用指标的变化趋势，识别提升或下滑的关键驱动因素；

目标对标分析：参考行业标杆企业的质量信用水平，定位自身差距与优势领域；

根本原因分析：针对未达标指标，通过鱼骨图、5Why 分析法深挖问题根源，为改进措施制定提供依据。

三、分维度详细评价

1. 维度一：内部流程能力（得分：87/100）

评价：本维度为公司质量信用体系的核心优势领域，充分体现了扎实的质量管理基础与高效的过程管控能力，各项关键指标均优于年度目标，过程稳定性处于行业较好水平。

关键指标分析：

产品一次交验合格率：年度实际达成 99.1%，超出年度目标（98.0%）1.1 个百分点，较 2023 年度提升 0.8 个百分点。这一成果得益于生产过程中“三检三不”制度（原料入厂检、过程巡检、成品终检；不合格原料不投产、不合格半成品不流转、不合格成品不出厂）的严格执行，有效减少了不合格品流转，提升了生产效率；

过程能力指数（Cpk）：关键工序（如多层板钻孔、曝光、电镀）Cpk 值均 ≥ 1.57 ，达到“卓越”级水平（行业优秀标准为 $Cpk \geq 1.33$ ），表明核心生产环节的参数波动控制精准，产品一致性与稳定性极强，为下游客户（如新能源汽车、光伏逆变器企业）的生产需求提供了可靠保障；

计量器具校准率：全年在用计量器具（包括 X 射线测试仪、二次元测长

仪、全自动通断测试机等关键检测设备)校准率达 100%，均委托国家认可的第三方机构完成检定，确保测量数据的准确性与可靠性，从检测端为产品质量把关；

内审整改完成率：2024 年度开展 2 次全体系内部审核，累计发现不符合项 32 项，截至评价期末已完成整改 29 项，整改完成率 93%。未完成的 3 项为长期改进项目（如研发流程优化、供应链协同机制完善），已制定阶段性整改计划并明确责任部门，确保体系持续有效运行。

2. 维度二：利益相关方信心（得分：80/100）

评价：本维度整体表现中等，政府合规性与供应商合作稳定性突出，但客户满意度未达预期，成为主要改进领域，需通过针对性措施提升客户信任度。

关键指标分析：

客户满意度（CSAT）：年度平均得分 9.2 分（满分 10 分），较 2023 年度（8.5 分）提升 0.7 分，但仍未达到 9.5 分的年度目标。经分析，主要扣分项集中在“售后问题解决时效”（部分偏远地区客户反馈响应周期较长）与“特殊定制产品交付周期”（复杂工艺电路板交付时间超出客户预期），需进一步优化服务与生产排期；

政府抽检合格率：2024 年度累计接受市场监管部门、电子电路行业协会等机构抽检 4 次，涉及金属化孔 CQC 多层板、普通双面板等核心产品，抽检合格率 100%，无任何行政处罚、质量投诉备案或行业通报记录，合规经营表现优异，彰显了公司对质量标准的严格把控；

供应商评估得分：对 35 家核心供应商开展年度综合评估（评估维度包括质量稳定性、交付及时性、技术支持能力等），平均得分 94 分（满分 100 分），较 2023 年度提升 2 分。其中，宁德时代、比亚迪等战略客户指定的原材料供应商得分均在 96 分以上，供应商质量管控能力与协同效率显著提升，为公司产品质量提供了上游保障。

3. 维度三：财务质量损失（得分：75/100）

评价：本维度为年度最低分领域，质量信用问题对财务指标的影响最为直接，尤其是外部质量损失成本超出目标范围，需重点关注并制定管控措施，降低质量成本对利润的挤压。

关键指标分析：

内部质量损失成本率：年度实际值 0.6%（内部损失成本包括返工费、报废费、复检费等），低于 1.0% 的年度目标，较 2023 年度（0.8%）下降 0.2 个百分点。这一成果得益于生产过程中“防错技术”的推广应用（如关键工序引入自动化检测设备，减少人工失误）与质量异常预警机制的完善，提前拦截了大

量不合格品；

外部质量损失成本率：年度实际值 1.9%（外部损失成本包括售后索赔费、维修差旅费、客户补偿款等），超出 1.0% 的年度目标 0.9 个百分点，是拉低本维度得分的核心因素。经追溯，主要因新能源汽车用电路板售后小批量索赔（占外部损失成本的 65%）与光伏逆变器用电路板维修费用（占外部损失成本的 25%）导致，需从产品设计与检验环节强化管控；

质量成本占销售额比：年度实际值 2.1%（质量成本包括预防成本、鉴定成本、内部损失成本、外部损失成本），虽较 2023 年度（2.3%）下降 0.2 个百分点，但仍高于电子电路行业优秀水平（1.8%），质量成本结构仍需优化，尤其是预防成本投入不足（仅占质量成本的 15%），需通过增加研发验证、员工培训等预防投入，从源头降低损失成本。

4. 维度四：诚信文化基础（得分：96/100）

评价：本维度表现极为出色，是公司质量信用体系的核心基石，全员质量诚信意识、数据管理规范性与员工参与度均达到预期目标，为质量信用建设提供了文化支撑。

关键指标分析：

数据记录差错事件：2024 年度累计抽查质量相关记录（包括检验报告、生产工艺参数记录、客户反馈台账、供应商评估表等）1500 份，未发现数据造假、涂改、漏填、错填等差错事件，数据真实性与完整性达 100%，为质量信用评价提供了可靠的数据基础；

员工质量诚信培训覆盖率：围绕“质量诚信与品牌价值”“数据记录规范”“客户信任维护”等主题，组织专项培训 8 场次，覆盖管理层、技术岗、生产岗、售后岗等全体员工（324 人），培训覆盖率 100%，培训后考核合格率 98.5%。通过培训，员工对“质量即诚信”的认知度显著提升，质量诚信理念深入一线；

匿名举报渠道反馈：通过内部意见箱、专属邮箱、线上问卷等匿名渠道，累计收到员工反馈的质量改进建议 11 条（涉及生产工艺优化、检验流程完善、售后服务提升等方向），所有建议均组织相关部门开展评估并全部采纳实施，员工参与质量改进的积极性与归属感显著增强，形成了“全员共建质量信用”的良好氛围。

四、总体综合评价

采用加权平均法计算（权重：流程 25%，利益相关方 30%，财务 20%，文化 25%），2024 年度综合得分为 84.75 分。

五、 改进建议与行动计划

基于上述评价，提出以下改进建议：

1. 强化产品可靠性设计，降低外部损失

联合工程部、品质部成立“产品可靠性提升专项小组”，针对新能源汽车、光伏逆变器用电路板的售后高频问题（如信号波动、耐高温性不足）开展技术攻关，优化电路设计与选材标准；

在成品检验环节新增“高低温循环测试”“振动耐久性测试”“长期稳定性测试”等项目，提前识别潜在质量风险，将不合格品拦截在出厂前。

2. 优化售后服务体系，提升客户满意度

建立“分级响应”售后机制：300公里内客户由区域售后工程师48小时内现场响应，300公里外客户通过远程技术支持（2小时内响应）+就近合作服务商协助（72小时内现场支持），缩短问题解决周期；

针对特殊定制产品，推行“客户需求前置沟通+生产排期可视化”机制，提前与客户确认技术参数与交付节点，避免因需求偏差导致的交付延迟。

3. 完善质量成本管控，优化成本结构

由财务部牵头，联合品质部、制造部建立“质量成本精细化管理台账”，按月统计预防成本、鉴定成本、内部损失成本、外部损失成本的构成占比，识别高损失环节并制定降本目标；

增加预防成本投入（目标占质量成本的25%），重点用于研发验证设备采购、员工质量技能培训、供应商质量辅导等，从源头降低损失成本。

（二）2025 年度行动计划

六、 结论

2024年，公司在质量信用体系建设上实现了稳步突破，内部流程能力的强化与诚信文化的深耕，为质量信用水平的提升奠定了坚实基础。但评价也揭示出核心短板——“由内向外”的价值传递能力不足，外部质量损失与客户满意度问题，直接影响了质量信用对品牌价值与经济效益的驱动作用。

2025年，公司需推动质量信用管理从“内部卓越”向“外部卓越”转型：以客户需求为核心，通过产品可靠性提升与售后服务优化，将内部质量优势转化为客户信任；以成本管控为抓手，通过质量成本结构优化，实现质量与效益的协同增长。