



质量诚信报告

海特克动力股份有限公司

2019年2月

目 录

前 言.....	3
总经理声明.....	4
一、公司简介.....	5
二、质量理念.....	5
三、企业质量管理	9
（一）质量管理机构	9
（二）质量管理体系	10
（三）质量安全风险管理	12
四、质量诚信管理	14
（一）质量承诺	14
（二）运作管理	16
（三）营销管理	18
五、质量管理基础.....	20
（一）标准管理	20
（二）计量管理	22
（三）认证管理	23
（四）检验检测管理	23
六、产品质量责任	24
（一）产品质量水平	25
（二）产品售后责任	27
（三）企业社会责任.....	28
（四）质量信用记录	32
报告结语.....	34

前 言

本报告为海特克动力股份有限公司（以下简称为“本公司”或“公司”）首次公开发布的《企业质量诚信报告》，系根据中华人民共和国国家标准GB/T 29467-2012《企业质量诚信管理实施规范》和GB/T 31870-2015《企业质量信用报告编写指南》的规定，结合本公司2018年度质量诚信体系建设情况编制而成。

本公司保证本报告中所载资料不存在任何虚假记载、误导性陈述，并对其内容的真实性、准确性承担责任。

报告范围：

本报告的组织范围为海特克动力股份有限公司。本报告描述了2018年1月至2018年12月期间，公司在质量管理、产品质量责任、质量诚信管理等方面的理念、制度、采取的措施和取得的绩效等。

报告发布形式：

本公司每年定期发布一次质量信用报告，本报告以PDF电子文档形式在本公司网站向社会公布，欢迎下载阅读并提出宝贵意见。

总经理声明

为保证对顾客负责以及检验检测的科学、公正、有效，以真实可靠的检测数据独立客观的评价检测质量，本公司负责人声明如下：

(1) 严格遵守国家有关质量的法律和法规政策，坚持科学、公正的立场，严格执行标准，对出具的数据负法律责任。

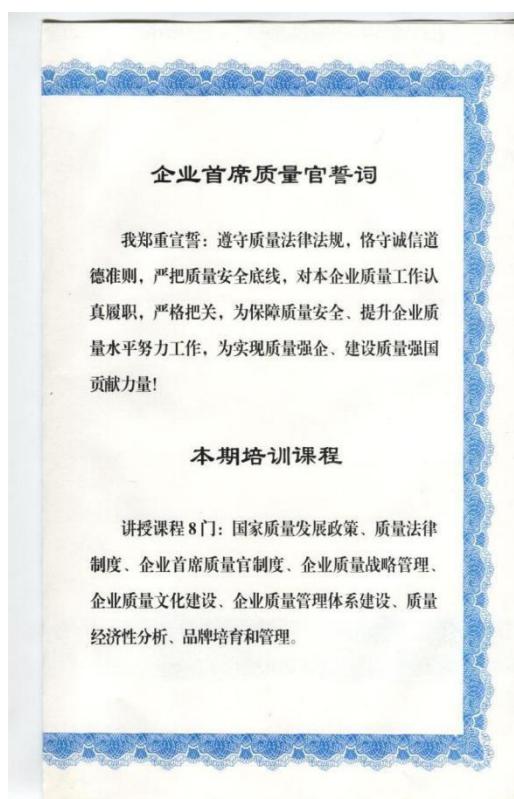
(2) 公司按照 GB/T19001-2016/ISO9001:2015 质量管理体系建立实施了质量体系。在各项质量活动中严格按照《质量手册》规定的程序和方法进行，对检测工作质量实施全过程全要素控制，能够确保检测结果的准确可靠。

(3) 独立开展检测工作，拥有高素质的检测人员和其他硬件资源，能够提供“科学、公正、准确、高效”的检测技术。在检测工作中不受行政、商业活动、财务等任何干预。不受经济利益的支配，确保任何时候都保持检测的独立性与诚实性。

(4) 严格遵守保密原则及相关规定，对检验数据的真实性负责。

(5) 严格为顾客负责，严格执行内部各项标准，确保产品质量。

首席质量官证书及誓词

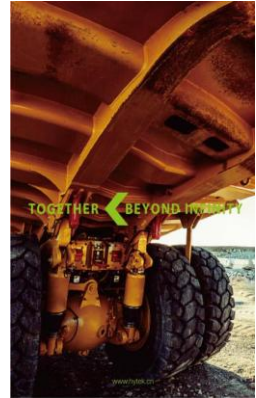


一、公司简介

海特克动力股份有限公司系中国液压行业专业研发、制造、销售液压产品的现代化企业。公司创建于 2002 年 1 月，总部位于浙江温州炬光工业园。

目前公司生产的主要产品有：柱塞泵/柱塞马达、内啮合齿轮泵、液压无级变速器、叶片泵、液压阀、多路阀等，已广泛应用于工程机械、橡塑机械、农业机械、鞋革机械、压铸机械、冶金机械、矿山机械、金属切削机床、钣金设备以及其它各类液压系统。

公司拥有众多先进、精密的加工和检测设备，其中数控车床、加工中心、专用数控磨床、数控双面研磨机、全自动三坐标测量仪等多从德国、美国、日本引进。同时，公司积极引进国内外先进的技术和管理。公司于 2002 年通过 ISO9001-2000 质量体系认证。随着液压技术的快速发展，公司坚持技术创新，加大投资技术改造力度，不断增加产品品种及产品规格，增强产品的国际竞争力。



二、质量理念

公司成立之初，便致力于打造高质量产品，将产品质量视为企业生存和发展的重要基石，公司先后通过了 ISO9001、ISO14001 和 OHSAS18001 管理体系的认证，以及安全生产标准化、服务认证等，严格按该国际质量管理体系执行，使企业产品的质量得到有力的保障，从而使企业的质量方针得以顺利推行。为从根本上加强质量管理，提高公司经营质量，公司更以卓越绩效模式的导入为契机，推行全面质量管理，运用各类质量统计工具，通过内部审核、自我评价、第三方审核或评价、QCC 品管圈活动，不断寻找改进机会和持续改进的方式，迈向卓越的绩效。公司自成立以来，从未出现过重大质量投诉，在历年接受各级质监部门的抽检中，合格率均达 100%。

表 1 公司的企业文化及质量文化

使命	塑造液压产业文化，提升民族液压地位，以科技惠泽人类
愿景	全面替代进口品牌
核心价值观	至精、至诚、至公、至达
质量方针	全员参与、质量为本、求实创新；顾客满意、追求卓越、持续改进。
	全员参与——与公司的宗旨和环境相适应、并支持战略方向；为建立质量目标提供框架； 质量为本——确保公司内的所有员工对质量方针能够得到理解并贯彻落实； 求实创新——表明最高管理者对质量以及为实现目标提供足够资源的承诺； 顾客满意——在最高管理者的正确领导下，促进对满足要求和增强顾客满意的承诺； 追求卓越——包括与顾客和其他相关方需求和期望满意程度和相关的持续改进； 持续改进——以有效的方式表述，以高效的方式沟通，并且公示，可为相关方获取。

表 2 公司的质量目标

过程		质量目标	目标值	计算方法	统计周期
COP1	接单与评审	订单评审及时率	100%	订单评审及时性	月+年
COP2	项目管理	产品设计开发按期完成率	95%	计划按期完成任务数/总任务数 *100%	年度
COP3	产品制造	生产计划完成率	90%	实际生产合格品数/计划生产数 *100%	月+年
		不良率	6.0%	不良品/产品总数*100%	月+年
		报废率	2.0%	报废数量/总数量*100%	月+年
		出货计划达成率	90%	实际出货数/计划出货数*100%	月+年
COP4	产品交付	准时交付率	100%	按期交付次数/总次数*100%	月+年
COP5	顾客反馈	顾客投诉次数	2次/月	月度总和	月+年

SP1	人力资源管理	员工满意度	85%	员工满意调查评分法	半年
		员工流失率	5.0%	当月员工离职人数/(当月初员工人数+当月月末员工人数)/2	月+年
SP2	基础设施	特种设备年检完成率	100%	实际检定数量/计划检定数量*100%	年
SP3	过程运行环境	过程环境检查同类问题重复发生次数	≤1 次	/	月+年
SP4	测量设备管理	校准检定计划完成率	100%	实际检定校准件数/计划件数*100%	年度
SP5	试验室管理	试验完成率	100.0%	实际完成数量/计划完成数量*100%	月+年
SP6	知识管理	知识提报计划完成率	90.0%	实际提报知识数/计划数	半年
SP7	能力与意识	培训计划完成率	100.0%	实际培训次数/计划培训次数*100%	月+年
SP8	文件化信息	文件发放回收率	100.0%	收回的文件数/发放出去的文件数*100%	月+年
SP9	供应商管理	供应商业绩评价得分 A 级占比	80%	业绩评价 A 级供应商数/总供应商数	月+年
SP10	采购管理	供方交付准时率	100%	按期交付次数/总次数*100%	月+年
		供方批次合格率	96%	合格批次数/采购总批次*100%	月+年
		供方到货率	98.5%	实际到货数量/计划到货数量	月+年
SP11	设备管理	设备保养计划完成率	100%	实际保养数量/计划保养数量*100%	月+年
		OEE（设备综合效率）	80%	时间稼动率×性能稼动率×良品率	
SP12	工装管理	工装故障率	5%	实际工装故障数/工装总数*100%	月+年
SP13	检具管理	检具校准计划完成率	95%	实际校准数量/计划校准数量*100%	年
SP14	标识和可追溯性	产品标识抽查达标率	95%	抽查正确数/抽查检验工序总数×100%	季度
SP15	外部财产	外部财产损失率	5%	损失数/顾客财产总数	季度
SP16	防护管理	库存周转率	15%	销售额/库存产品及材料价值*100%	月+年
		仓库账务准确率	100%	/	季度
SP17	变更管理	变更风险发生次数	1 次/月	实际风险发生次数	月+年
SP18	产品和服务放行	成品抽检合格率	98%	抽检合格数/抽检产品总数*100%	月+年
		出厂检验漏检次数	≤2 次	出厂检验漏检次数	月+年
SP19	不合格控制	综合成品率	97%	成品数量/投料数量*100%	月+年
SP20	顾客满意度测量	顾客满意度总分	89.5%	调查表、交付业绩综合评价法	年度
SP21	不符合纠正措施	重复问题发生次数	≤2 次	重复问题发生次数	季度
MP1	组织环境及相关方需求	相关方顾客风险发生次数	≤3 次	相关方顾客实际风险发生次数	年度
MP2	风险与预防管理	重大风险发生次数	≤1 次	重大风险发生次数	年度
MP3	绩效分析和评价	不达标目标重复发生的次数	≤1 次	不达标目标重复发生的次数	月+年
MP4	内部审核	内审计划完成及时率	100%	审核完成时间/计划完成时间*100%	年
MP5	管理评审	管理评审准时率	100%	实际/计划	年度

MP6	质量成本	不良质量成本率	1.9%	(内部损失+外部损失)/销售额	月+年
MP7	持续改进	持续改进目标达成率	95%	改进实施完成项目数/年计划改进 项目数×100%	季度

三、企业质量管理

（一）质量管理机构

本着对产品质量的高度重视，公司建立质量负责人制度，制定了各料件、部件、产品的检验标准，各部门各司其职、相互沟通配合，从研发、采购、生产等各过程，加强产品质量把控。

行政人事部——负责建立、监控和完善公司内部综合管理体系，制定公司人力资源战略规划并组织实施，负责人事管理、行政管理、后勤管理、法务等工作开展，不断提升公司整体质量经营管理水平；

生产部——负责产品实现过程的策划、生产计划的制订与执行监督，负责生产的全面运行管理，以及对生产交期、成本、质量、技术、工程设备、安全等进行全面管控；

物资部——负责公司物料采购的价格审定与产品销售的定价，以及供应商开发、评定与管理；负责公司所需物料、设备的采购管理和物料收、发、存的运行管理，确保外购和外协件源头产品质量；

技术部——负责产品技术研发和技术应用，负责新产品开发统筹（包括从产品可行性分析开始直至成功量产后的技术转交与支持），负责项目小组的日常管理；负责新料件、新产品检测，内部委托测试，负责公司质量战略的推进实施，质量计划的编制，提升产品质量和过程质量指标，同时实施质量改进工作；

营销部——负责制定销售计划和策略，销售任务的跟进与改善，销售团队管理，收集市场信息和客户与工厂之间的沟通、协调；负责制定产品市场计划和策略，产品市场拓展的跟进与改善，产品市场团队管理，新产品前期设计、开发和调研，新产品导入；参与项目投标；实施售后服务等；

财务部——负责公司的财务管理工作，参与公司的战略规划、投融资作业内控体系建设等；

品质部——是负责检验产品质量为中心，保证材料，器件与零件质量最重要手段，加强理化检测科学管理，实现检测技术的程序化，规范化，标准化，确保检测结果准确可靠，以全员参与为基础，目的在于通过让客户满意而达到长期成功的管理途径。

公司同时设立了首席质量官，确定首席质量官的职责和权限，对质量实行一票否决，全面建立公司质量文化。

因对产品和服务质量安全的重视，公司总经理履行了如下的职责：

- 1) 参与品质战略的制订、评审确定品质战略；
- 2) 参与每月质量例会；

- 3) 参与重大产品质量评审和质量改进活动;
- 4) 参与质量表彰活动, 为 QCC 活动颁奖;
- 5) 参与质量月活动, 普及质量安全教育;
- 6) 建立首席质量官制度, 明确 CQO 的职权;
- 7) 建立明确的质量事故问责制、质量安全追溯制度。

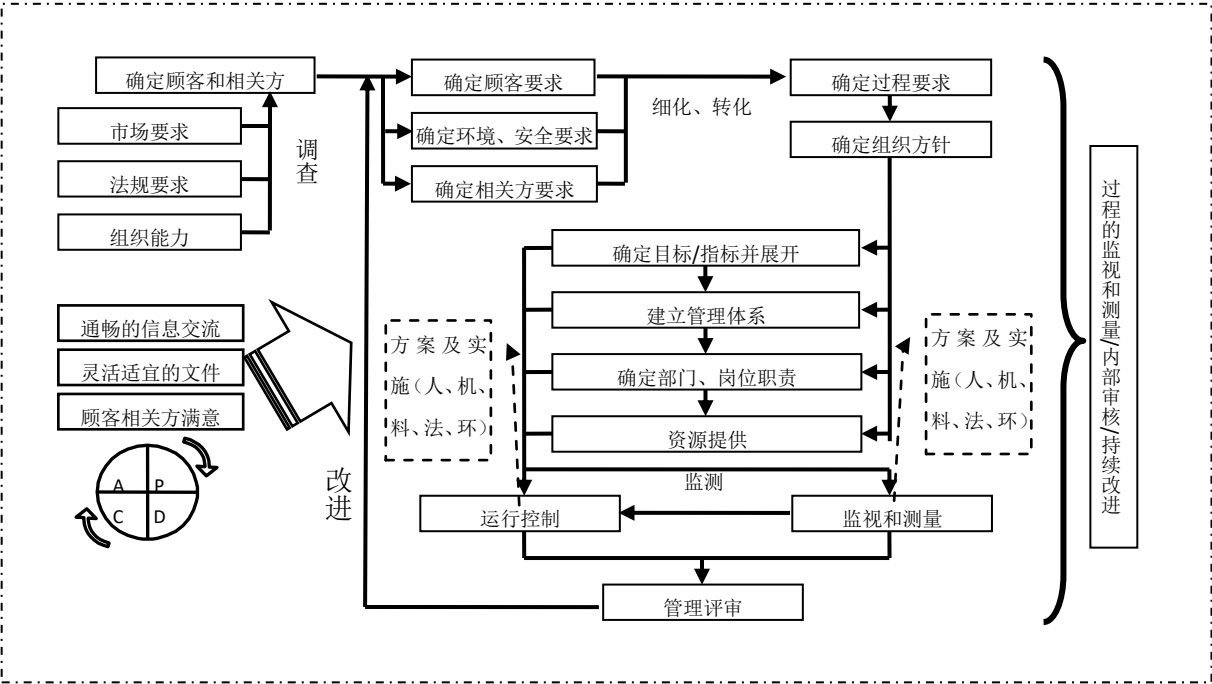
(二) 质量管理体系

公司自引入质量管理体系以来, 以“全员参与、质量为本、求实创新; 顾客满意、追求卓越、持续改进”为质量方针, 围绕制动气室系列产品的设计、开发生产和销售过程, 按质量管理体系要求建立质量管理体系, 形成了质量手册、程序文件和其他质量文件等, 加以实施和保持, 并持续改进有效性。

1、质量管理体系方针与目标

公司的质量方针为: 全员参与、质量为本、求实创新; 顾客满意、追求卓越、持续改进。

图 1 公司管理体系运作过程示意图



为实现公司质量安全责任目标, 公司建立健全质量安全领导机构, 成立了由总经理任主任的产品质量安全领导委员会, 各中心、职能部门设立分委员会, 负责产品质量安全工作的监督考核。

公司建立了以战略为核心, 以 GB/T19580 卓越绩效模式为框架的整合型全面质量管理体系, 满足了顾客、股东、员工、供应商、社会和合作伙伴六大利益相关方的要求,

在公司各层次建立了相应的战略规划、质量目标，并以公司绩效考核体系为依托，设立了质量考核 KPI 和质量问责制。

2、质量教育

在体系运行过程中，公司运用各种科学、有效的方法，测量、分析、改进，基于 PDCA 的系统方法，不断持续改善。公司运用多种工具，改进各部门、各层次的绩效，并采用标杆对比和学习的方式，不断修正个人工作思路和方式，确保实现个人和公司整体目标。公司积极与外部进行沟通交流，适时邀请专家对公司员工进行专项培训。公司定期对各级员工开展质量教育，对质量控制点进行专项管理，确保制造过程产品质量的一致性。

为牢固树立全体员工的诚信意识，公司每年年初制定本年度的质量诚信教育培训计划，实行了三级质量诚信教育培训。各部门负责人根据公司要求，编制教育培训计划和内容，认真组织下属的教育培训。各车间主任负责班组长及员工的诚信宣传教育工作。公司通过专题培训、书面文字进行张贴或传达、质量诚信先进员工经验交流、利用早会或班前会、利用图片展示等多种方式对企业员工实施质量诚信教育。公司对在质量诚信教育培训中成绩优异的人员给予一定的奖励，同时在员工中宣传和推广经验。对不按时参加质量诚信教育培训或未通过培训考核的员工，给予一定的处罚。

3、质量法规及责任制度

公司通过收集法律法规及其它标准、要求，制定内部相关标准，使产品达到国家法律法规和国家、行业标准的要求（部分产品指标超过外部要求），从产品技术上践行社会责任。同时，公司制定了《质量奖罚管理标准》、《质量考核管理办法》等，对产品质量问题进行责罚，遵循对质量事故不放过原则。

表 3：公司所遵守的质量标准和其他相关法律

类 别	内 容
公司规范治理	《公司法》、《证券法》、《新会计准则》、《财务通则》、《合同法》、《产品质量法》、《企业所得税法》、《商标法》等
保障员工权益与社会责任	《劳动法》、《工会法》、《消费者权益保护法》、《环境保护法》、《安全生产法》、《职业病防治法》、ISO9001、ISO14000 标准、OHSMS18000 标准
产品标准的执行与制定/市场准入	GB/T 2346-2003《液压气动系统及元件 公称压力系列》 GB/T 7935-2005《液压元件 通用技术条件》 GB/T 7936-2012《液压泵和马达 空载排量测定方法》 JB/T 7858-2006《液压元件清洁度评定方法及液压元件清洁度指标》
内外部审计机制	公司设有监事会、内审部等机构，并和会计师事务所签订长期审计协议，完善了独立的内外部审计机制

公司制定了《内部审核管理程序》、《管理评审控制程序》，并培养内审员团队，为确保体系运行的有效性和持续改进，安排了体系内审、过程审核、产品审核和质量稽查。对于审核中发现的不符合项，由责任部门分析原因，制定纠正或预防措施，落实整

改，并验证整改效果，最终形成内部审核报告，对体系的整改及不符合项的预防提出建议，并作为管理评审的一个重要输入，报告最高管理者。

公司制定了《不合格品控制程序》、《纠正或预防措施管理程序》、《物流抽检管理规范》，对不合格品进行了严格管控。公司所有的产品都经过在线检查，合格后方可流入下道工序或出厂。任何不合格产品均有明确的标识、记录、隔离和处理等要求，各种不合格产品返工、返修后必须经过重新检验合格后才能进入下道工序。

同时，根据《产品监视和测量控制程序》，对于所有出现的不合格，均有详细记录，并由专人进行统计分析后，由责任单位依据《纠正或预防措施管理程序》制定纠正预防措施并进行整改，评估纠正预防措施有效之后方能关闭问题项。

此外，公司还制定了《质量手册》、《供方控制程序》、《员工培训管理办法》等制度，对出现的质量问题进行问责，对员工进行教育，并在日常研发、生产作业中，强调系统化，通过品管圈、持续改善等活动及质量工具的展开，充分应用 PDCA 循环，持续改善，追求卓越。

（三）质量安全风险管理

为实现公司质量安全责任目标，公司建立健全质量安全领导机构，成立了由董事长任主任的产品质量安全领导委员会，负责产品质量安全工作的监督考核。2013 年建立了“首席质量官（CQO）”制度，明确了 CQO 的职责和权利，充分行使质量安全“一票否决权”。技术部跟各分厂、部门签订《产品质量安全责任书》，再分层落实到每个岗位，并实施考核。

通过每年九月的“质量月”活动宣贯质量安全知识，强化员工质量安全意识。通过质量、环境、职业健康安全三体系审核，及时发现与消除质量安全隐患。

在设计、生产、装配等过程中，主要采取以下措施确保质量安全：

- 研发部等对新产品进行 FEMA 分析和防差错设计；
- 研发部、质量部建立质量预防、质量改进管理体系，在过程管理中严格实施自检、首检、巡检、终检、监检“五检”制度；
- 制造部、研发部、质量部每月对关键过程进行工艺检查；
- 生产制造部门实施经理负责制，对生产过程进行全程跟踪监督；
- 基于智能数据平台上的设计先期策划、智能化数据可追溯系统和生产数据信息化系统策划，确保质量预防和质量保证。

公司制定了质量安全应急预案，成立了以总经理为组长，质量授权人、常务副总为副组长，技术部、物资部、技术管理中心、营销部、财务部为组员的应急领导小组。并明确了应急领导小组及各相关部门职责。

表 4 质量安全应急预案

项目		内容
检测系统		技术部人员、生产部人员负责生产过程中产品质量问题的检测和汇报工作；物资部人员负责成品存储和装卸流通过程中产品质量事件的检测和汇报；
预警系统		技术部、生产部、物资部按照各自职责要求，加强对质量事件的检测和分析，提高质量意识和隐患意识，及时分析产品使用的可行程度，出现问题的趋势，及时作出预警，并保障生产系统的有效运行。
应急响应	重大	(1) 技术部组织相关部门对问题的原因进行分析，并根据事件的影响程度制定出响应的应急措施，内容包括：产品的处理、消除影响、降低损失等方面的内容； (2) 各部门负责按照应急措施的要求迅速组织相关工作； (3) 技术部负责对应急措施的执行情况进行检查。
	较大	(1) 较大质量事件发生后，技术部负责迅速通知相关人员对问题产品进行控制，物资部负责将同批次问题产品或可能存在问题的产品，进行隔离并标识，防止继续流通或出货。 (2) 技术部组织相关部门对原因进行分析，技术管理中心提供相应的技术支持，并给出处理意见； (3) 行政人事部、营销部负责对措施的执行效果进行验证。
	一般	(1) 行政人事部、营销部负责及时将问题通报生产部； (2) 生产部对问题的原因进行分析，制定相应的改进措施，并具体执行； (3) 行政人事部/营销部根据相应的情况对整改效果进行验证。
	潜在	(1) 本着预防为主的原则，对于潜在的质量事件必须高度重视，潜在事件一旦发生，必须及时通知技术部、行政人事部，由技术部、行政人事部组织相关部门人员对潜在质量问题的影响程度、危害程度进行评估； (2) 根据结果，制定相应的补救措施、预防措施，避免质量事故发生，降低损失； (3) 技术部负责对预防措施效果的验证，必要时，产品需要定点供应，一旦有问题，以便及时有效的控制扩散。
紧急处置		产品处理由问题所在部门负责，问题出现后，迅速对产品进行隔离，并正确标识，产品最终处理下达之前，任何人不得对产品进行随意处置；对于需要召回的产品，由技术部负责将其召回，召回后及时隔离并标识。

四、质量诚信管理

（一）质量承诺

1、与企业或产品相关的法律法规及标准明确规定企业需遵守的各项要求

公司在运营过程中，应依据《公司法》、《会计法》、《合同法》、《产品质量法》、《会计准则》、《企业所得税法》等依法运营实施规范治理，并且依据《劳动法》、《工会法》、《消费者权益保护法》、《环境保护法》、《安全生产法》、《职业病防治法》、ISO14001 标准等保障员工权益与社会责任。

产品必须执行国家标准：

GB/T 2346-2003《液压气动系统及元件 公称压力系列》

GB/T 7935-2005《液压元件 通用技术条件》

GB/T 7936-2012《液压泵和马达 空载排量测定方法》

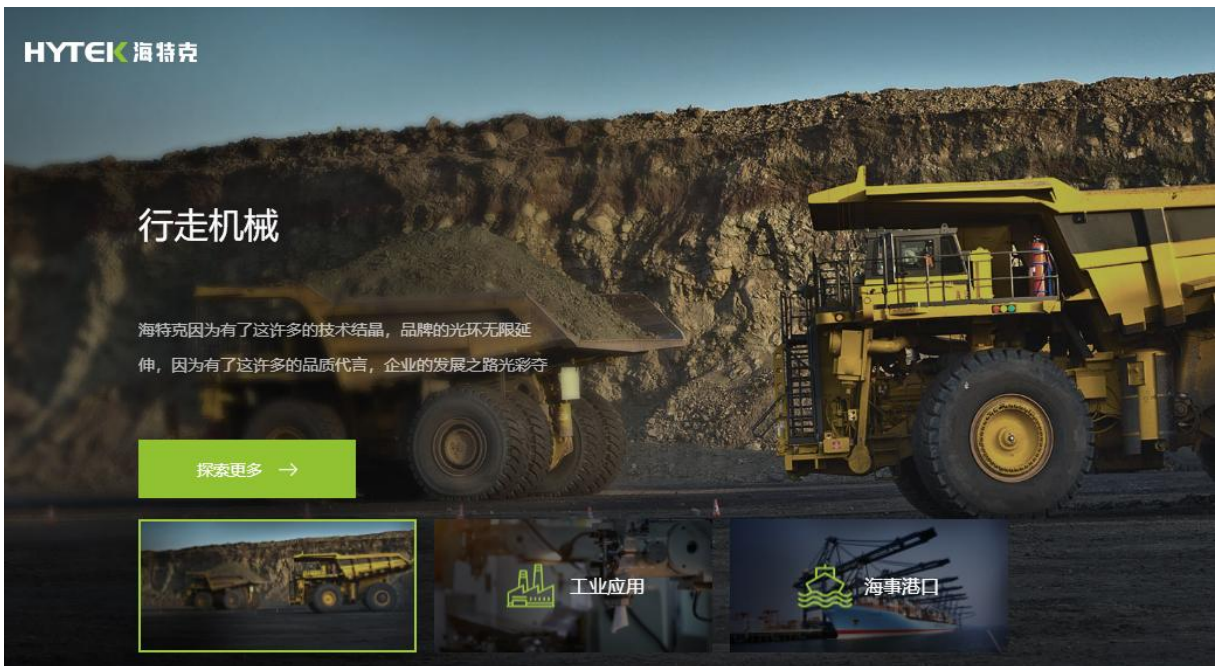
JB/T 7858-2006《液压元件清洁度评定方法及液压元件清洁度指标》

2、诚信守法

高层领导遵循“依法经营、诚信经营”的管理理念，严格遵循《公司法》、《经济法》、《合同法》、《产品质量法》、《安全生产法》、《环保法》、《劳动法》以及机械行业的相关法律法规，加强员工法律知识培训，配合政府部门开展普法教育活动，鼓励表彰员工的“正能量”，使诚信守法的作风深入公司全体员工意识和行为。公司合同主动违约率为零，从不拖欠银行贷款，逾期应收账款降至合理范围，公司高层、中层领导都没有违法乱纪纪录，员工违法次数为零，在顾客、用户、公众、社会中树立了良好的信用道德形象。

图 2 企业对外发布或声明的各项明示承诺





3、满足客户需求

公司高度重视技术研发, 加强了研发力量的投入, 以客户需求为中心, 积极听取客户关于功能、质量、配置等方面的意见和建议, 开展产品改进和创新活动, 满足客户对产品和交期的需求。在产品质量方面, 公司严格执行质量管理体系, 通过开展技术攻关、质量改进、QC 小组等活动, 保障产品质量安全。

（二）运作管理

公司对管理的全过程进行诚信因素识别，建立评价表，并制定控制措施。

表 5 诚信因素分析及控制措施表

序号	过程名称	因素类别	诚信因素分析	失信表现	失信结果	控制措施	失信风险评价分析		是否为重大失信因素
							可能性	一般性	
1	设计和开发策划（立项评审、编制项目计划、设计和开发输入）	人员结构	从业人员需要保守机密	泄露配方等核心机密	公司机密外泄	从业人员签署保密协议	极少	一般	否
			从业人员需要诚信守信	隐瞒个人及工作情况	人员诚信度不够	从业人员签署协议	极少	一般	否
			是否具有市场调研能力	调研信息失真	设计策划不正确	培训	极少	一般	否
			确定的项目负责人业务素质不强	研发开展不顺利	项目进度慢、质量差	培训、考核	极少	一般	否
		环境设施	是否具备各项专业设备	不明确是否具有各项专业设备（项目开始公司可能会决定用不是很匹配的设备投入项目试验）	产品研发无法顺利开展	建立设备管理档案	极少	一般	否
			公司缺少诚信氛围	工作情况反映不真实	从业人员诚信度差	建设诚信企业文化	极少	一般	否
		制度履行	对国家发布的相关标准是否及时吸收	未及时了解、使用国家新分布的标准	使用违规原料、或添加量不附合要求，产品不合格	及时获取、更新相关法律法规及国家标准	不可能	严重	否
			选用原料是否符合国家各项法规标准	不附合国家各项法规标准	使用违规原料	及时获取、更新相关法律法规及国家标准	不可能	严重	否
			产品开发的有关规定	不按规定进行工作	项目不能如期保质保量完成	培训、考核	极少	一般	否

1、产品设计诚信管理

公司产品设计与研发严格依照《设计和开发控制程序》，从研发立项、过程各类活动记录、研发过程总结、管理考评控制研发相关的整个过程。

2、原材料或零部件采购诚信管理

企业根据物料对产品质量的风险程度，将物料分为 A、B、C 三类。对 A 类物料供应商，除了必须符合法定的资质外，还要定期进行现场审计。对 B 类物料的供应商，企业首先要对该种物料进行风险分析，视供应商提供物料的质量情况决定是否需进行现场审计。对 C 类物料的供应商，一般只考虑审计其资质。企业对物料供应商进行资质审核及现场审核后，如符合要求同意购进的物料供应商应当建立质量档案。对采购的原材料批批全检，凡未达到规定标准的原材料一律不得入库和使用。

在设备和零部件采购方面，对供应商的相关资质进行严格审查。在采购设备和零部件时，能够使用标准件的一律采购和使用标准件；需特殊加工的，需对使用效果进行充分验证，确保达到我公司要求。所有设备在使用前必须经过设备验证，确保符合产品工艺要求。

3、生产过程诚信管理

公司生产部、技术管理中心具体负责各品种生产管理和技术管理工作。制定并逐步完善了各种生产管理制度、工作标准、岗位操作规程和各类工艺规程、管理规程、标准操作规程。采用车间集中培训和班前、班后会对各岗位操作人员进行全面的岗位技能培训，持证上岗，并采用多种方式进行督查、考核，增强员工质量意识，提高操作水平，在生产过程中，各级管理人员严格履行管理职责，及时检查，及时纠正差错，保证生产秩序的稳定。

对生产所需的原料、辅料、包装材料进行投料前复核，把好中间产品、成品的质量，严格执行对不合格品的“不生产、不接收、不流转”的“三不原则”，关键工序设质量控制点，督促员工做好自检、互检，执行监控核查规程，严格批号记录的管理规程，做到领用、发放和核对相统一。对每一生产步骤进行物料平衡，保证物料的投入和产品的产出数量与计划要求相一致，确认无潜在质量隐患。

生产记录由生产部负责审核、印制和保管。员工操作必须按要求及时填写生产记录，做到字迹清晰、内容真实、数据完整，操作人及复核人签名确认。每批生产结束后，车间统计员把记录汇总、复核，及时上交生产部，经审核无误后，按批号整理归档，由专人管理。

公司根据行业特点及实际情况，加强生产过程的信息化建设水平，应用 ERP 系统的生产管理模块对整个过程进行数据采集和监控，对公司整个生产过程实行系统化管理，并挖掘内部潜力，发挥技术骨干人员的力量，开展对现有设备进行持续性改造或科技创新工作，成立技术攻关小组，对薄弱环节进行技术攻关；生产员工上岗前要经过培训及考核，建立全员培训档案，通过集中培训、班前会培训、“传、帮、带”、目视化等多种方式进行培训，强化其工作技能和质量意识。生产员工严格遵守车间纪律。

公司推行精细化生产组织模式以缩短生产和交货周期，快速适应市场订单品种和数量高低起伏的变化，在降低库存基础上满足客户需求，满足了客户对气制动系统性能的全面了解和产品质量的进一步认可，订货率也随之提高，并且在很大程度上解决了售后质量问题，减少了售后服务工作人员的工作量，使售后服务工作安排更加柔性化。

（三）营销管理

公司根据战略要求，对市场进行细分，以提高资源和运作的有效性针对性。公司将顾客分为直接顾客、间接顾客两类。针对不同类型顾客确定顾客的需求与期望，针对其需求与期望来确定适当的方法，建立相应的体系与团队，建立各种渠道和方法，针对性的进行顾客需求与期望的了解。

表 6A 识别顾客需求与期望实施差异化营销策略

细分角度	顾客类别
按地域划分	国际、国内
按交付方式	直供、分销
按产品划分	开式柱塞泵、柱塞马达、静液压装置、液压阀、齿轮泵、叶片泵等
客户性质	战略客户、重要客户、一般客户

表 6B 识别顾客需求与期望实施差异化营销策略

细分角度			需求特性顺序	了解顾客需求和期望的方法
国内	直供	战略顾客	销售模式、资源分配、质量、价格、服务	定期高层互访、信息互联网、年度顾客座谈会、顾客满意度调查
		重点顾客	销售模式、质量、价格、交货期、异议处理	定期部门互访、日常电话沟通、年度顾客座谈会、顾客满意度调查
		一般顾客	质量、价格、交货期、异议处理	专线服务热线、销售电话沟通
	分销	战略顾客	销售模式、资源分配、质量、价格、服务、异议处理	定期高层拜访顾客、专题标杆对比、年度顾客座谈会、顾客满意度调查
		重点顾客	资源分配、质量、价格、交货期	定期部门互访、日常电话沟通、年度顾客座谈会、顾客满意度调查
		一般顾客	价格、质量、异议处理	通过经销商拓宽市场和推广产品
国外	直供	战略顾客	销售模式、资源分配、质量、价格、服务	高层亲赴国外考察、调研、国际行业展览会、信息互联网
		重点顾客	销售模式、质量、交货期、价格	国际行业展览会、信息互联网
	分销	战略顾客	资源分配、质量、价格、交货期	高层亲赴国外考察洽谈、国际行业展览会、信息互联网
		重点顾客	资源分配、质量、价格、异议处理	国际行业展览会、信息互联网

公司通过展览会、行业会议、行业标委会、公共媒体、互联网、外部机构等渠道，以问卷调查、面对面或电话访谈、观察查询、外部委托等方法，了解客户的需求和期望。

公司各部门定期搜集顾客信息，解析后确定的顾客需求信息按照不同细分市场进行分类梳理总结，形成不同顾客群的需求与期望数据库，并从中归纳出针对不同细分市场顾客群总体需求特点的汇总资料，供产品规划、产品开发设计、过程控制等决策时参考。

公司树立“专业、热情、周到、及时”的服务宗旨，公司通过宣传、培训使各阶层人员都理解服务宗旨并坚持贯彻执行。

公司倡导“团结、奉献、敬业、创新”的企业精神，以技术开发为后盾，以最佳服

务求发展。我们以“专业、热情、周到、及时”为技术支持和服务的宗旨，“用户至上、服务第一、服务优质、响应及时”是我们服务的原则。我们服务服务的优劣、服务效率的及时性，关系到公司在客户心中的良好形象，关系到公司的发展前途。因此我们提出为客户提供超值产品和超值服务的目标，从而增强客户对公司的认可度，提高公司在客户心中的知名度和美誉度。

公司依据《商品售后服务评价体系》GB/T 27922-2011 导入服务管理体系，建立《服务体系手册》、《服务程序文件》、《服务管理文件》，从售后服务基本工作规范、售后服务管理制度、与客户接触人员工作要求、售后服务考核管理制度到用户投诉分类细化指标、服务提供规范等全方位对服务进行的标准化管理。

五、质量管理基础

（一）标准管理

公司将企业标准化贯穿于生产全过程，从原辅材料、包装材料的采购、半成品、成品检验等各个环节，均制定了相关标准。从而使产品从原辅材料进厂到成品出厂的整个生产过程都处于标准化规范管理之中，对稳定产品质量、提高企业管理水平奠定了良好的基础。

图 3 质量管理体系文件策划表



HYTEK 海特克	浙江海特克电气有限公司	文件编号	HTK-QM-01-2018		
	质量管理体系	版次	D/0	页码	3/50

4 组织环境

4.1 理解组织及其环境

4.2 理解相关方的需求和期望

4.3 确定质量管理体系的范围

4.4 质量管理体系及其过程

5 领导作用

5.1 总则

5.1.1 领导作用和承诺

5.1.2 以顾客为关注焦点

5.2 方针

5.3 组织的岗位、职责和权限

6 策划

6.1 应对风险和机遇的措施

6.2 质量目标及其实现的策划

6.3 变更的策划

7 支持

7.1 资源

7.2 能力

7.3 意识

7.4 沟通

7.5 成文信息

8 运行

8.1 运行的策划和控制

8.2 产品和服务的要求

8.3 产品和服务的设计和开发

8.4 外部提供的过程、产品和服务的控制

8.5 生产和服务提供

8.6 产品和服务放行

8.7 不合格输出的控制

9 绩效评价

9.1 监视、测量、分析和评价

9.2 内部审核

9.3 管理评审

10 改进

10.1 总则

10.2 不合格和纠正措施

10.3 持续改进

图 4 接单及评审过程（产品和服务的要求）

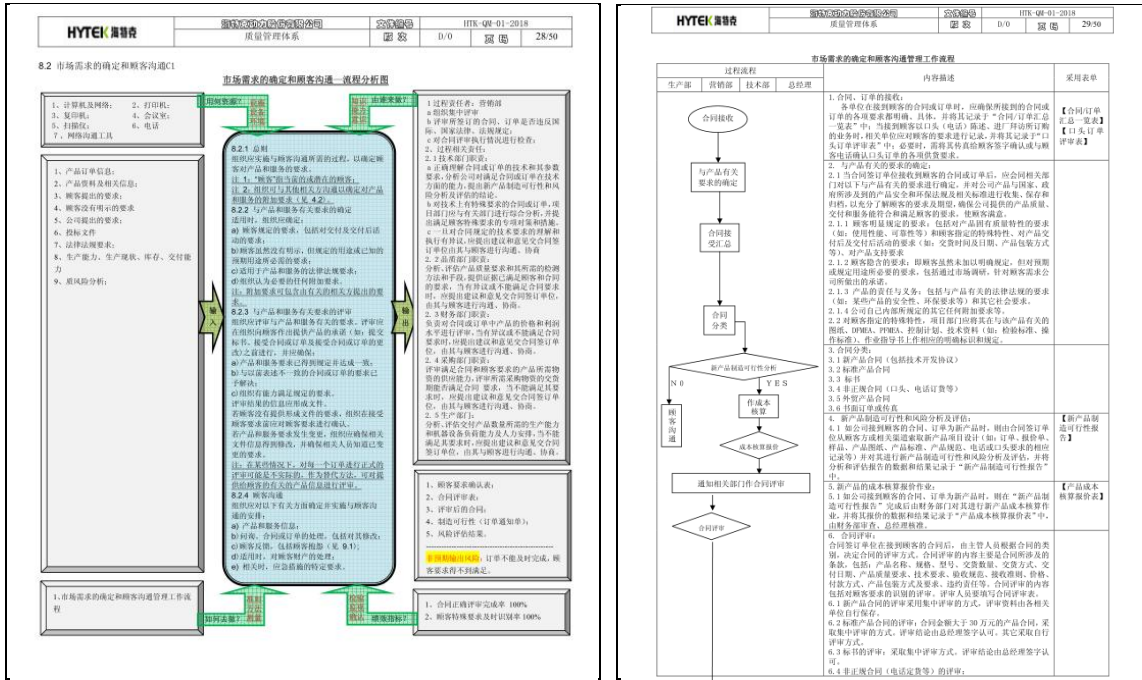
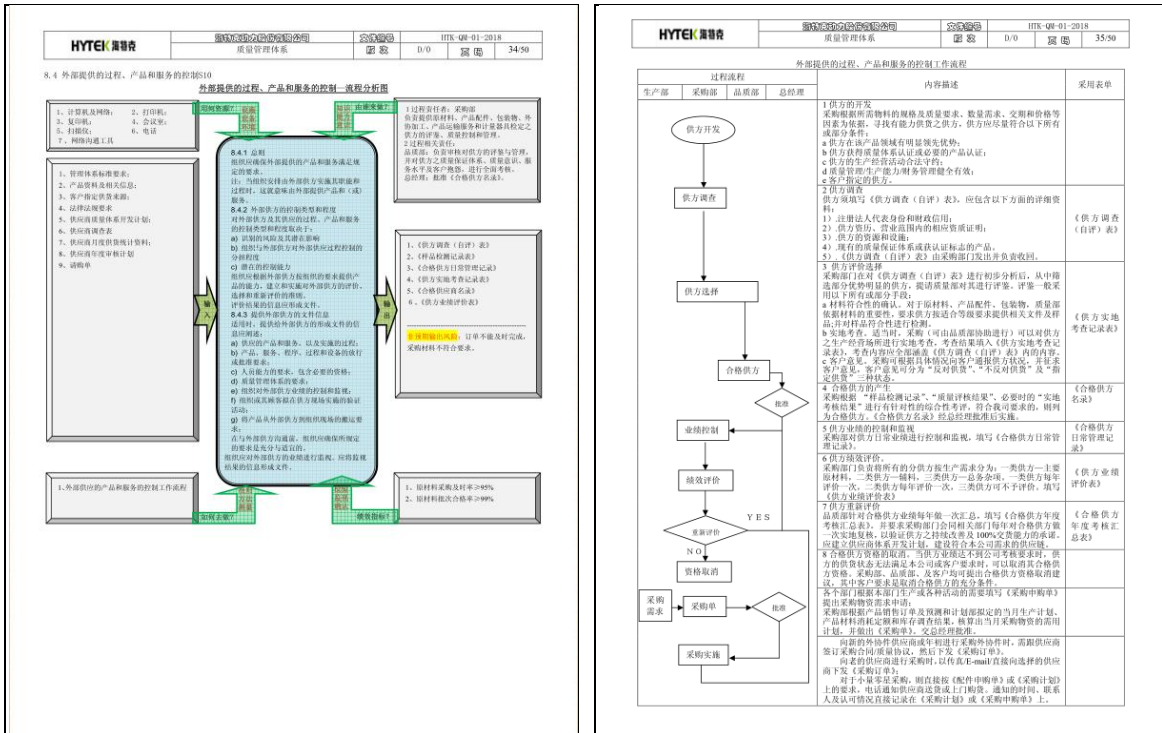


图 5 供应商管理与采购管理过程（外部提供过程、产品和服务的控制）



（二）计量管理

公司严格执行《中华人民共和国计量法》等文件法规，从原材料采购、过程管理、生产设备、检验设备、工序检验、成品检验等环节建立了一整套管理文件和控制方法。

设有专兼职计量人员负责公司的在用计量设备管理、配备和定期校检工作，注重对计量管理人员的专业培训，为公司的计量管理的规范化提供了有力的保障。

为确保产品质量，在产品生产工艺中严格过程控制，对生产工艺过程中的原辅材料等加强计量管理，确保计量设备的正常运行和计量的准确性。

公司对计量器具从采购、入库出库严格按照审批计划和管理程序执行，仓库有专人保管计量器具，建立台帐和登记手续，计量器具的领用出库必须通过检定，有检定合格证方可投入使用；对在用的计量器具严格按周期检定，强化现场检查和监管，掌握其使用情况，发现问题及时处理；对存在问题部门提出整改意见，采取积极有效措施进行整改，为生产优质产品奠定了坚实的的计量基础。

（三）认证管理

目前公司已通过 ISO9001 质量认证及相关各类产品认证，并准备开展“浙江制造”品牌认证，公司将严格按国际质量管理体系执行，使企业产品的质量得到有力的保障，从而使企业“全员参与、质量为本、求实创新；顾客满意、追求卓越、持续改进”的质量方针得以顺利推行。自建厂以来，公司从未出现过重大质量投诉，在历年接受各级质量技术监督中心门的抽检中，合格率均达 100%。

（四）检验检测管理

技术管理中心拥有塑料机械用液压齿轮泵全项目的试验、分析仪器设备、检测设备，设备固定资产 400 多万元，研发分析与测试用房屋 400 平米，实验用房 300 平米。配置先进的检测设备。技术管理中心下设一个测试中心，测试中心塑料机械用液压齿轮泵全项目的测试设备，不仅能做塑料机械用液压齿轮泵技术特性的测试，还能做材料性能的分析。是浙江省塑料机械用液压齿轮泵行业最好的测试中心，是燕册大学实验基地。

公司通过对进货的检验与试验，以保证供应商提供的物资符合规定的要求。技术部负责编制进货检验与试验规程，负责物资进货的抽检；物资部负责不合格物资，材料仓负责点收物资的进货数量、名称和重量等。

为保证所有产品在生产过程中都通过规定的检验后才能进入下一道工序，公司制定《不合格品控制程序》、《出货检验控制程序》、《最终检验控制程序》开展严格的过程检验和试验。技术部负责制订过程及最终检验和试验规程，设立最终检验的检验点，并负责组织过程检验工作；质检员负责检验点的检查、半成品、成品的检验；各生产车

间操作工负责自检工作。

表 7 公司采用的检测设备（部分）

序号	名称	单位	数量
1	灼热丝试验仪	台	1
2	漏电起痕试验仪	台	1
3	机械式拉力试验机	台	1
4	热变形试验仪	台	1
5	塑料低温脆化冲击试验仪	台	1
6	熔体流动速率仪	台	1
7	显微镜	台	1
8	塑料洛氏硬度计	台	2
9	悬臂梁冲击试验机	台	1

六、产品质量责任

（一）产品质量水平

1、质量水平

公司不断壮大“精、专、新”的研发队伍，持续改善产品技术水平和质量性能，近三年来产品多次获得客户和同行认可，

表 8 主持或参与标准编写

序号	标准名称	标准编号	排名	参与时间
1	液压泵，马达和整体传动装置稳态性能的试验及表达方法	GB/T 17491-2011		
2	《塑料机械用液压齿轮泵》	T/ZZB0649--2018（浙江制造团体标准）	第 1 位	2018

表 9 产品质量领先荣誉

序号	获奖时间	获奖名称	颁奖部门
1	2016 年 1 月	浙江省著名商标	浙江省工商行政管理局
2	2016 年 7 月	温州市信息经济重点企业	温州市信息经济发展领导小组办公室、温州市经济和信息化委员会
3	2016 年 11 月	高新技术企业证书	浙江省科学技术厅、浙江省财政厅、浙江省国家税务局、浙江省地方税务局
4	2017 年 1 月	温州市领军企业	温州市人民政府
5	2017 年 2 月	功勋企业	中共温州市鹿城区委、温州市鹿城区人民政府
6	2017 年 2 月	温州名牌品牌	温州市人民政府

表 10 质量管理水平相关绩效结果

主要技术指标				本企业水平	国内先进水平	国际先进水平
容积效率	试验压力 (MPa)	试验转速 (r/min)	公称排量 (ml/r)			
	25	1500	8~10	≥80%	≥89%	≥80%
			>10~16	≥85%	≥89%	≥85%
			>16~20	≥90%	≥89%	≥89%
			25	≥91%	≥89%	≥89%
			>25~63	≥91%	≥90%	≥91%
			>63~125	≥91%	≥90%	≥91%
	20		>125~160	≥91%	≥90%	≥90%

主要技术指标				本企业水平	国内先进水平	国际先进水平
	试验压力 (MPa)	试验转速 (r/min)	公称排量 (ml/r)			
容积效率	25	1500	8~10	≥80%	≥89%	≥80%
			>10~16	≥85%	≥89%	≥85%
			>16~20	≥90%	≥89%	≥89%
			25	≥91%	≥89%	≥89%
			>25~63	≥91%	≥90%	≥91%
			>63~125	≥91%	≥90%	≥91%
	20		>125~160	≥91%	≥90%	≥90%
噪声	25	1500	8~10	≤66dB(A)	≤85dB(A)	≤63dB(A)
			>10~16	≤68dB(A)	≤85dB(A)	≤65dB(A)
			>16~20	≤70dB(A)	≤85dB(A)	≤65dB(A)
			25	≤72dB(A)	≤85dB(A)	≤68dB(A)
			>25~63	≤72dB(A)	≤85dB(A)	≤70dB(A)
			>63~125	≤75dB(A)	≤90dB(A)	≤73dB(A)
	20		>125~160	≤75dB(A)	≤90dB(A)	≤75dB(A)
保压		85	25~63	≤15Mpa	/	/
			>63~160	≤14Mpa	/	/

表 11 质量管理水平相关绩效结果

服务绩效指标	2016 年	2017 年	2018 年
一次交验合格率 (%)	95.6	97.0	97.5
退货率 (%)	1.3	1.1	1.0
客户定制达成率 (%)	100.0	100.0	100.0
合同履约率 (%)	100.0	100.0	100.0
客户投诉处理率 (%)	100.0	100.0	100.0
客户投诉处理满意度 (%)	95.5	96.0	98.0

2、产品和服务创新

公司依托技术、质量、营销等综合优势，致力打造海特克品牌，荣获了多项国家、省、市级荣誉，多个研发项目得到浙江省、市政府资助和奖励。公司随着时代的发展会不断学习进取，天天超越自我，时时追求卓越，创造一流品牌，以优异的业绩服务于社会。

表 12 公司专利

序号	专利名称	专利号(申请号)	授权日期	专利类型
1	一种内啮合齿轮泵	ZL201720700243.5	2017.06.16	实用新型
2	一种液压泵的摇架中位限位装置	ZL201510361806.8	2015.06.24	发明专利
3	油泵恒速控制系统	ZL201510867948.1	2015.12.01	发明专利

4	一种手动阀的拨杆回中装置	ZL201510469375.7	2015.08.03	发明专利
5	一种流量调节阀	ZL201510867826.2	2015.12.01	发明专利
6	一种冲洗阀	ZL201510356964.4	2015.06.24	发明专利
7	一种带冲洗阀的液压传动装置	ZL201510362597.9	2015.06.24	发明专利
8	一种用于车辆驱动的操作机构	ZL201620952998.X	2016.08.25	实用新型

（二）产品售后服务

1、多元渠道加强客户关系管理

公司通过多元渠道加强客户关系管理，并加强售后管理：

(1)通过建立广泛的顾客关系，多渠道、全方位提供反馈途径，快捷处理顾客信息，持续改进服务质量。维护顾客关系不仅仅是售后服务部的工作，而是全员参与的过程。公司坚持“第一时间反馈”的服务理念进行服务，通过各个渠道综合服务来确保客户满意度。

(2)客户一旦与公司建立合作意向，公司就会从产品研发、实现、监控及服务等方面与之保持沟通，建立全方位的协作关系，所有资源都可以调动起来为顾客提供服务。近年来公司致力于从传统制造生产企业转变成提供综合性服务的企业，以市场和客户为导向，不断满足客户需求。

(3)营销部根据客户的订单及时向客户反馈相关信息，客户中途有变化的将及时作出调整以满足客户需求。同时根据区域营销与售后服务人员对客户的需求进行及时沟通与解决。

(4)公司为顾客建立信息的传递渠道，主要有以下几种：

专业客服人员通过电话、传真、电子邮件、QQ、微信的收集信息；

委托第三方调查，反馈信息；

呼叫中心的免费电话传递信息；

设立微信公众平台传递信息；

各种查询和反馈信息途径，获取意见、建议和投诉。

(5)通过各种渠道获得顾客信息到营销部汇总后，迅速在公司内传递，所有顾客信息均作为重要的资料备案，针对反映的问题和缺陷，及时传递给各部门促使改进。业务人员和服务人员作为顾客在公司的代言人，负责监督各部门处理投诉的完成情况，并考核到相关部门的负责人。

2、投诉处理

售后服务部负责客户的投诉对接管理，接到客人投诉后，2 个小时内对投诉问题进行识别核查。一方面，制定问题处理方案（包括退货、补缺等），经顾客确认后，24 小时内组织实施。另一方面，组织内部相关人员制定该问题的整改方案，并组织实施，对内部整改计划和实施结果，根据顾客需要向顾客反馈，获得顾客的确认。

其中，内部整改既包括公司内部整改，也包括相关方的整改、验证。对相关方的整改要求，技术部下发《纠正预防措施》，由物资部传递至各相关方并监督实施，整改效果最终由技术部组织验证。

同时，公司为确保客户投诉及反馈信息的有效利用，每月都会对顾客的投诉进行汇总分析，形成《顾客回馈处理统计表》，由技术部牵头，组织各部门对存在的共性问题进行分析，制定《纠正预防措施》进行改进，整改效果由技术部组织验证，并以电话回访的方式跟踪投诉处理过程，了解顾客的满意度。

同时，公司售后服务部、技术部对客诉信息定期监测，设立质量监测站，对市场重复发生及影响客户满意度和产品体验的问题进行集中收集，并加以分析，形成报告。定期组织内部各部门召开产品质量会议。组建品管圈、跨部门产品质量改善团队、同时联动上游供应商及相关合作伙伴，对重大产品质量问题进行攻坚改善，消除质量风险，提升产品质量满意度。

（三）企业社会责任

公司作为塑料机械用液压齿轮泵的龙头企业，为社会创新价值的同时，积极履行社会责任，全力支持公益事业。在履行公共责任、公民义务、恪守道德规范和保护公众健康、安全、环境等方面，公司从自身生产经营活动出发，分析相关活动对社会产生的影响，积极主动承担责任和义务，并在行业中率先向社会定期发布社会责任报告。

1、公共责任

公司在生产过程中对社会带来的影响因素有粉尘、废气、废水排放等，给环境带来污染，噪声可能会给公众身体带来危害等。

为此，公司贯彻国家《环境保护法》、《大气污染防治法》、《水污染防治法》、《安全生产法》、《消防法》相关法律法规，确立减少污染、排放治理的工作目标，按照“全面规划、合理布局、综合利用、化害为利、依靠群众、大家动手、保护环境、造福人民”的环保方针为指导，设置专门机构负责环境管理。以 PDCA 循环为手段，建立环境管理体系，通过实施对环境的危害分析、风险评价，落实环境因素识别与评价管理

程序、环境监测与测量控制程序、环境条件及设施管理制度、基础设施和工作环境控制程序、环境管理手册。

按照公司制订的安全生产标准化，严格落实安全预防“三同时”、安全事故“不放过”的目标，与各车间主管签订安全生产责任协议，建立安全事故应急小组，定期开展消防演练活动，实现安全生产目标。

根据上述措施，公司确定环境保护、能源利用、安全生产、公共卫生四个方面，确定相关影响指标、风险识别，根据国家相关标准确立测量方法。

表 13 公共责任控制方法

控制类别		影响指标 风险评估	国家/ 行业标准	内控 指标	测量 方法	过程控制及方法
质量 安全	产品	结构安全	GB/T13663-2000 、 PrEN13476-1:2001	质量安全事故发生: 0 起	外部检测 内部 测试检 验	➢ 进行设计 FEMA 分析 ➢ 加强工艺纪律检查 ➢ 严格“四检”制度 ➢ 加强安装技术指导和监督跟踪 ➢ 提供操作培训
生产 安全	运营	有害物质	《职业病防治》	职业病零	月度 统计	➢ 定期将员工及时调换至其他岗位 ➢ 利用先进设备超声波进行自动化清洗
		机械损伤: 导致人员 伤亡	《安全生产法》、《浙江省安全生产管理条例》	重大伤亡: 0; 轻伤: <10 次		➢ 员工定期进行安全教育 ➢ 特种设备定期检验 ➢ 工厂现场佩戴安全帽 ➢ 定期开展安全检查
		火灾: 导致 财产损失 及人员伤 亡	《消防法》、《机关、团体、企业、事业单位消防安全管理规定（公安部 61 号令）》	无火灾事故发生		➢ 员工定期进行消防安全知识教育 ➢ 定期进行消防演练 ➢ 开展安全检查，消除火灾隐患
环保	运营	三废	《大气污染物综合排放标准》、《污水综合排放标准》	排放达标	公司内 部 检 测、环 境部门 检测	➢ 加大了产品结构调整力度，投入资金 500 多万元增加环保设备，改善环保问题
		噪音: 导致 环境污染	《工业企业厂界环境噪声排放标准》等	3 类 ≤ 65dB (A)		
节能	运营	节能	《节约能源法》	万元能耗	年度统计	➢ 提倡节约用电 ➢ 通过更新设备，推广利用新技术、新工艺等方法降低能耗
	产品			单 台 降 耗 (kW)	单台统计	采用稳定高效的高频电源，有效降低能源消耗
资源 综合 利用	运营	资源利用	《循环经济法》	材料利用率	年度统计	➢ 提倡废品回收利用 ➢ 通过更新设备，推广利用新技术、新工艺，提高资源利用率

控制类别		影响指标 风险评估	国家/ 行业标准	内控 指标	测量 方法	过程控制及方法
公共 卫生	运营	生活垃圾 生产废料 闲置物品 灰尘污渍	清洁卫生	厂区 5S 管理	公共卫 生检查	➤ 严格执行公司管理手册 ➤ 例行检查

公司高层运用战略环境分析中的外部审计方法，以及利用行业和网络等途径得出：产品安全、环境保护、能源消耗、安全生产、公共卫生对公司未来产品及运营将产生重大影响。

表 14 公共责任的预见和应对

公众隐忧	内容描述	应对措施
对公共卫生的隐忧	公共卫生事件的发生	u 配备足够的防护用具 u 对相关工作人员安体检和接种 u 制定应急预案 u 加强企业内部医务管理
对安全生产的隐忧	安全事故 职业健康隐患	u 建立职业健康安全管理体系 u 制定应急预案
对质量安全的隐忧	人体健康与安全	u 推行清洁生产 u 应用新材料方面
对公司生产环境保护的隐忧	排污、噪声、能耗	u 采用绿色资源 u 建立应急预案

2、道德诚信

长期以来，公司的高层领导从企业的核心价值观出发，在实施企业文化建设的过程中十分重视企业道德文化的培育，努力营造以企业高层领导身体力行、全体员工积极参与的崇尚道德修养的良好氛围。公司依据《公司法》、《会计法》、《劳动法》等国家的法律法规，建立健全公司管理体系；公司高层管理者从严管理，以身作则，作为遵纪守法的示范者和标杆，在经营活动中坚持依法经营，从公司成立以来，公司高层管理者没有一位违法违规。

公司有专门的法务人员，并设立审计部，每季度开展审计和每月开展法律法规教育工作，对公司各部门的经营行为、业务往来进行规范、指导和监督把关，依法经营，提高职业守法观念。

遵守社会道德规范，诚信经营，遵纪守法。正确处理好与顾客、投资者、合作伙伴、银行、社会之间的关系，做到重信誉、重承诺、重合同、守信用，精诚合作、互惠双赢。

公司制定了严格的行为准则，针对如何在工作中以及与客户和其他团体的沟通中保持公司的价值观设定了标准。公司审计部，负责对违规、失误、失责行为，进行分析处

理，或提出惩戒建议，由经营管理委员会做出相应处理。公司对商业腐败采取“零容忍”态度，注重发挥制度的导向功能、惩戒功能、规范功能，先后制订发布了《廉政建设实施细则》、《外协产品采购阳光协议》、《领导干部行为准则》、《招投标管理规定》等制度，要求员工和管理层人员在开展各项业务过程中遵循最高商业道德标准，遵守公司业务所在国家或地区的各项法律法规，以防范道德规范与合规方面的潜在风险，树立道德典范，推动合规经营的持续改进。

公司注重对反商业贿赂、反内部不正当交易的宣传教育工作，对员工从思想上加强道德操守教育，在员工的入职培训中，加入企业文化和道德操守，员工行为规范教育，通过正面引导与反面警示，营造公司内崇廉尚洁的氛围，使员工牢记廉政建设是企业生存的根本，廉洁办事是个人职业成长的保证。

公司建立了对道德行为实行监督的测量方法和指标。

表 15 道德行为控制的测量方法和指标

体系	对象	诚信准则 道德标准	监督部门	监控指标	保证措施
员工诚信道德体系	中高层领导	勤政、廉洁、高效	股东大会、董事会、审计部	诚信记录、测评得分、违法犯罪率	思想道德教育、廉政教育，接受民主测评、定期审计、监督检查
	普通员工	诚信、守法、规范	党委、办公室	违规通报次数、违法犯罪率	思想道德教育、内部纪律检查
公司诚信道德体系	员工	关爱、尊重	工会	员工满意度、关键岗位员工流失率	营造尊重的人文环境，建立创新的培养机制，完善发展的激励制度
	供方	拓展供方、优化供方、投资供方、发展供方	供方	供应商满意度、付款及时率	按时付款、友好合作
	顾客	品质赢得市场、服务保障市场、科技引领市场	顾客	合同履约率、顾客满意度	提供高性价比产品、优质服务
	社会	回报社会公众	政府、社区	信用等级、纳税及时率、环保达标率、公益投入	依法纳税、三废及噪音控制、热衷公益事业
	股东	切实保护股东特别是中小股东的利益	董事会	所有者权益	稳定分红、及时公开的信息披露

3、公益支持

支持公益事业、确定重点支持领域：公司高层领导按照振兴地方经济、回报社会的责任意识，紧绕“至精、至诚、至公、至达”的核心价值观，依据公司的发展方向和战略重点，把支持当地经济和行业发展、教育文化事业、公共设施建设、环境建设、慈善

事业等方面作为公益事业重点支持方向，积极有效的开展公益活动。

表 16 公司公益支持活动内容

方向	重点公益支持领域	选择依据	具体内容	负责部门
人才培养	捐资助学	为地方、国家培养优秀人才，同时也为公司吸引、培养后续人才作保障	教育基金--温州外国语学校校友设立“海特克”奖学金 20 万元/年	行政人事部 党委
	关心员工成长	增加员工归属感，形成核心竞争力	帮扶、奖励、助学金 15 万元/年	人力资源部 生产部
抗震救灾 助残扶贫	慈善、扶贫捐助活动	符合公司展现承担社会责任的企业形象，提升企业的社会责任感	捐赠慈善总会 10 万元/年	行政人事部
	抗震救灾		展开捐资、献血等系列活动；近三年献血 56 人次	
社区支持	志愿者服务（义工俱乐部）	符合公司展现承担社会责任的企业形象，提升企业的社会责任感	结对服务；植树；送爱心；	行政人事部 人力资源部 生产部

公司领导身体力行，员工积极参与：致富思源，回报社会。公司高层领导重视社会责任，以身作则，关注困难员工，成立“职工医疗互助”，开展暖心工程，带头捐款捐物，员工也踊跃参与，以实际行动回报国家和社会。我公司为解决职工医疗互助保障问题，现结合本公司实际情况，于每年年初建立职工医疗互助，达到病有保障的目的，使众多员工从中受惠。



爱心献血



“海德克之爱”慈善晚会



温州外国语学校校友设立“海特克”奖学金（每年 20 万元）

（四）质量信用记录

公司自成立以来，从未出现过重大质量投诉，在历年接受各级质量监管部门的抽检中，合格率均达 100%。并因为产品质量多次获得各级政府主管部门和行业协会的表彰和奖励：

表 17 公司荣誉

序号	获奖时间	获奖名称	颁奖部门
1	2016 年 1 月	浙江省著名商标	浙江省工商行政管理局
2	2016 年 4 月	优秀供应商	中联重科工程起重机分公司
3	2016 年 6 月	鹿城区对外贸易信用企业	/
4	2016 年 7 月	温州市信息经济重点企业	温州市信息经济发展领导小组办公室、温州市经济和信息化委员会
5	2016 年 11 月	高新技术企业证书	浙江省科学技术厅、浙江省财政厅、浙江省国家税务局、浙江省地方税务局
6	2017 年 1 月	温州市领军企业	温州市人民政府
7	2017 年 2 月	功勋企业	中共温州市鹿城区委、温州市鹿城区人民政府
8	2017 年 2 月	温州名牌品牌	温州市人民政府
9	2017 年 6 月	鹿城区对外贸易信用企业	中华人民共和国温州海关、温州市鹿城区人民政府金融工作办公室、中华人民共和国温州出入境检验检疫局、温州市鹿城区市场监督管理局、浙江省温州市国家税务局、温州市鹿城区质量技术监督局、国家外汇管理局温州市中心支局、温州市鹿城区国家税务局、温州市鹿城区人力资源和社会保障局、温州市地方税务局、温州市鹿城区商务局、中国国际商会鹿城区商会

报告结语

发布质量诚信报告是海特克动力股份有限公司追求卓越之旅的重要组成部分，在报告期内公司持续完善质量文化、践行先进质量管理方法、确保质量诚信目标的达成。下一步将进一步整合各项管理体系，围绕“全员参与、质量为本、求实创新；顾客满意、追求卓越、持续改进”的质量方针，继续争取更大的进步。

公司秉承“全面替代进口品牌”的愿景，坚守“至精、至诚、至公、至达”的核心价值观，以客户、员工、股东、合作伙伴、社会满意为永恒的追求，致力于从传统制造生产企业转变成提供综合性服务的企业，以市场和客户为导向，不断满足客户需求。