

新闻出版行业 ISO质量管理体系操作指南

主编 林清发 刘 航



时代出版传媒股份有限公司
安徽科学技术出版社

XINWEN CHUBAN HANGYE
JIANG GUANLI TIXI CAOZUO ZHINAN

新闻出版行业 ISO质量管理体系操作指南

主编 林清发 刘 航



ARCTIME
时代出版

时代出版传媒股份有限公司
安徽科学技术出版社

图书在版编目(CIP)数据

新闻出版行业 ISO 质量管理体系操作指南/林清发,
刘航主编. —合肥:安徽科学技术出版社,2011.1
ISBN 978-7-5337-4936-1

I. ①新… II. ①林…②刘… III. ①新闻工作-质
量管理体系-国际标准-指南②出版工作-质量管理体系-
国际标准-指南 IV. ①G2-65

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 255713 号

新闻出版行业 ISO 质量管理体系操作指南

林清发 刘 航 主编

选题策划:王亚非 郝振省 出版人:黄和平 责任印制:李伦洲
责任编辑:余登兵 周 允 责任校对:吴晓晴 封面设计:冯 劲
出版发行:时代出版传媒股份有限公司 <http://www.press-mart.com>
安徽科学技术出版社 <http://www.ahstp.net>
(合肥市政务文化新区翡翠路 1118 号出版传媒广场,邮编:230071)
电话:(0551)3533330

印 制:合肥晓星印刷有限责任公司 电话:(0551)3358718
(如发现印装质量问题,影响阅读,请与印刷厂商联系调换)

开本:710×1010 1/16 印张:17.5 字数:260 千
版次:2011 年 1 月第 1 版 2011 年 1 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5337-4936-1

定价:35.00 元

版权所有,侵权必究

本书编委会

总策划：王亚非 郝振省

主 编：林清发 刘 航

副主编：钱 雷 刘拥军

统 稿：刘 航

编委会其他成员：

李 莉 王宏金 刘先国 李承春

郭中玉 周 云 丘 淙 刘建英

李 智 苏晓华

序 言

XUYAN

质量是一切产品的生命线,是实现社会价值和使用价值的根本保证。新闻产品和出版产品同样要以质量为本。正因为如此,我多次强调过:新闻出版单位赖以生存发展的核心竞争力就是出版物的质量。我讲的质量包括信息、内容和制造工艺两个方面。在面临国内外两个市场竞争的形势下,如何从战略的角度建立起适应市场经济体制的内部质量规范运行机制,从每个环节上保证出版物质量的持续稳定提高,成为新闻出版单位面临的重要问题。在我国新闻出版体制改革取得重大进展的情况下,在大多数新闻出版单位已经作为市场主体参与竞争的情况下,这一问题尤其突出。

我们知道,产品质量的提高靠科学管理,科学管理需要科学的管理体系来保障,ISO9001质量管理体系就是其中重要的一套管理体系。ISO9001质量管理体系自1978年由国际标准化组织(ISO)首次颁布后,很快在全球得到了广泛的应用,形成了全球ISO9001现象。ISO9000族质量管理标准是国际标准化组织运用先进的管理理论,在总结了国际上许多市场经济国家优秀



企业的管理经验的基础上形成的国际标准,这一标准充分反映了市场经济模式下优秀企业的管理框架,是促进企业持续发展的有效管理手段。

质量管理是新闻出版总署长期以来对新闻出版单位进行行业管理的重要内容之一。近年来,新闻出版总署更是加强了对新闻出版单位的质量意识宣传和质量监管,出台了一系列的质量管理措施,建立了质量监督检验专业机构,组织全行业开展了“出版物质量管理年”“质量月”“质量 3·15”等活动,有效地提高了全员质量意识和推动了行业质量管理的进程。近一阶段,新闻出版总署围绕贯彻胡锦涛总书记“三加快一加强”的要求和《文化产业振兴规划》的精神,突出强调建立和完善新闻出版单位的质量管理体系标准,引进质量认证制度,千方百计保证我国出版物质量水平的稳定、提高,为人民创造更多的精品力作。

回顾这些年来新闻出版行业质量管理的历程,我们深深感到,在我国新闻出版业大发展大繁荣的时期,在我国从新闻出版大国向新闻出版强国迈进的历史时期,越是加快繁荣和发展,越要加强对新闻出版从业者质量意识的培养,越是要加强新闻出版单位自身质量管理体系的建设。令人高兴的是,中国新闻出版研究院和时代出版传媒股份有限公司的同志,也很关注这个问题,他们花费大量精力策划编写的《新闻出版行业 ISO 质量管理体系操作指南》一书已经成稿,倍感欣慰。这本书的目的是为广大新闻出版单位在市场发展的进程中获得与掌握质量管理、质量认证方面的知识和要求,促进和提高整个新闻出版行业的质量管理水

平,以及如何获得质量管理体系认证资质提供帮助。编者们用自己 ISO9000 族质量管理标准的深刻理解和从事质量管理工作的亲身实践,为新闻出版行业质量管理提供了一本非常实用的教材,为行业做了一件大好事。

质量是企业的生存之本,是企业社会价值和品牌价值的重要体现。对于新闻出版行业来说,由于其传媒的特性,更是承担着重要的社会责任和历史责任。在新闻出版单位转制为企业经营的变革时期,要想真正实现“以科学的理论武装人,以正确的舆论引导人,以高尚的精神塑造人,以优秀的作品鼓舞人”的宗旨,就要求新闻出版单位自觉地树立起质量管理意识,全流程实行严格管理。从这个意义上来说,前期已经建立了 ISO9001 质量管理体系的新闻出版单位、集团等,无疑为行业质量管理水平的提升带了好头。同时他们也通过实施质量管理体系获得了管理水平的较大提升;通过质量认证对企业质量管理能力的证明,为企业在市场竞争中带来了新的竞争优势,取得了社会效益与经济收益的双丰收。他们的经验是宝贵的。

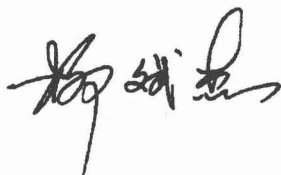
建立 ISO9001 质量管理体系仅仅是我国新闻出版行业踏上质量管理征程的第一步,从行业主管部门的责任来说,与全国的新闻出版单位一道努力推动新闻出版行业 ISO9001 质量管理体系建设,将是提高我国新闻出版管理水平,使我国跻身世界新闻出版强国之林的重要举措。新闻出版行业质量管理体系建设的路还很长,建设起一个能够有效地进行持续改进的质量管理体系的路将会更长,也更为艰难,新闻出版总署将不遗余力地积极支

持新闻出版单位在质量管理体系建设方面的努力,并为新闻出版行业质量管理水平的提升给予政策上的强力支持。

感谢中国新闻出版研究院与时代出版传媒股份有限公司为提高行业质量管理水平所做的努力,感谢为本书的出版付出了大量心血与努力的专家和作者们!

我也希望,坚持质量第一、品牌立市的出版家和有志于按照 ISO9000 族标准建立质量管理体系的新闻出版单位使用本书,希望能够对你们质量管理体系的实践有所帮助!

新闻出版总署署长



2010 年 12 月 5 日

前言

QIANYAN

管理是生产力,制度是软实力

前不久,安徽科学技术出版社送来本书的清样,约我写个前言。淡淡的油墨清香,引发浓浓的清新记忆……

安徽出版集团的管理水平是与集团的快速发展同步提升的,是循着“不立不破,立而后破”的渐进式改革思路稳步、有序推进的。“立”是指管理观念的转变、管理能力的提高,“破”是指不适应现代企业发展要求的管理制度的突破。第一步,立!集团成立的第一年,我们聘请上海交通大学有关专家,对集团本部和各出版社中层以上干部进行了为期一年的MBA强化培训。之后,我们又组织了十多期管理和专业人员技能培训。通过培训,集团上下管理理念明显转变,管理技能迅速提高。第二步,破!2008年6月,在推动集团主业整体上市之际,我们深感传统出版管理体制与现代企业制度的要求不相适应,深感管理机制和模式与国际标准化管理接轨的迫切需要。审时度势,我们认为,闯创新:闯出一条新的管理机制、创建一个新的管理平台的时机已经成熟。随即,一个崭新的管理思路明朗化:大练内功,打磨软件——建立导向监控长效机制,实施ISO质量管理,架构ERP信息系统,健全导向管理、质量管理和流程管理三位一体的管理体系,形成适应跨媒体、跨行业、跨地区、跨所有制、数字产业嫁接整合和资本运营的管理大平

台,强力激发管理潜力、经营活力、创新动力和发展能力。

时代出版传媒股份有限公司的贯标工作是在统一两点认识的基础上展开的。

1. 商业品牌国际化运作

ISO9000 族标准是国际标准化组织质量管理与质量保证技术委员会(ISO/TC176)制定的国际标准。一个组织通过建立 ISO 质量管理体系并通过第三方认证,以证实组织具有满足顾客要求和适用法律法规要求的能力,表明组织能持续稳定地向顾客提供预期和满意的合格产品,意味着组织的整个产品供应链:生产—产品—市场—售后服务已建立起一套完善的质量保障体系。第三方认证不受产销双方经济利益支配,公证、科学,是各国对一个组织质量保障能力评价和监督的通行证。我国新闻出版行业的发展日益国际化,新闻出版单位及其产品要提高国际信誉、削弱技术性贸易壁垒、实现商业品牌国际化运作,建立并实施 ISO 质量管理体系就是一条必由之路。

2. 管理机制信息化整合

ISO 质量管理体系与 ERP 信息系统是现代企业管理的两大机制。新闻出版单位为了满足顾客需求,首先应进行管理理念、组织结构和运作方式等业务流程再造(BPR),使流程优化,减少管理层次,提升管理功效。ERP 系统就是使业务流程再造效果有效固化的先进的信息技术。ERP 系统建设应充分运用贯标的成果,以系统化的管理思想建立现代企业的运行模式;反之,由于 ISO9001 标准没有纳入财务过程管理,ERP 系统可作为补充并提供信息支持。因此,实现 ISO 质量管理体系与 ERP 信息系统有效整合进而融合,是新闻出版单位建立先进、科学、高效的管理机制的现实需要。

贯标的过程就是现代企业质量机制系统化、质量管理规范化、质量活动程序化的过程。ISO 质量管理体系对各项活动的范围与目的、做什

么、谁来做、何时做、何地做、如何做、采用什么设备与材料、如何对活动进行控制与记录等都做出详细规定,其本质特征是“按要做的写,按已写的做,按已做的记”,这是传统出版单位的粗放管理机制难以企及的。要变革几十年传统出版机制,导入国际标准化理念,必然带来工作习惯改变的“阵痛”。“变”的是机制,“革”的是习惯。我们充分认识到贯标的难度,冷静分析了突破的关键,精心谋划了推进的策略与步骤:全体参与,全员培训;明确责任,分层负责;整体布局,条块梳理;适时交流,有效对接。

一分耕耘,一分收获。经过全体员工一年多的艰辛努力,2009年11月28日,公司本部5个部门、下属8个出版社以及教材中心、浆纸中心、策划中心、信息中心、时代出版发行公司和物资公司共19个单位顺利通过中国质量认证中心的现场审核,这标志着公司成为全国第一家整体通过ISO9001质量管理体系认证的出版传媒上市公司。

贯标的过程是紧张、有序而又活泼多彩的,许多感人的故事历历在目。贯标前期,为了使员工尽快理解ISO质量管理体系文件的内在逻辑结构及其关联,一家出版社别具匠心地编了一个顺口溜:手册文件是层面/程序文件几条线/支持文件是网点/记录表格是呈现。贯标中期,为了ISO质量管理体系不偏离导向管理这条主线,内审员检索收集了党和国家有关新闻出版政策、法律、法规文件50多个,并按管理标准、技术标准和工作标准分类梳理;整理出新闻出版禁用语38条,设计了出版物内容导向审查表,构成一个完整的外来文件体系。贯标后期,为了确保公司大体系文件的结构完整性、充分性,各单位小体系文件的运行适宜性、有效性,一线员工将全公司数百份ISO记录表格与同时建立的ERP流程模块一一对照、修改合并,实现了ISO质量管理与ERP流程管理有效融合。

每当想起这些贯标故事,我便会感慨系之。公司拥有这样一批想干事、会干事、干成事的优秀员工,拥有这样一支有激情在状态、朝气



蓬勃的人才队伍,前进道路上还有什么困难不能克服?发展征途中还有什么既定目标不能实现?

每当想起这些贯标故事,我更会感激万分。借此机会,我向公司全体员工致敬,你们的辛勤汗水换来了公司发展的勃勃生机!我也向所有支持我们工作的各级领导和培训专家致谢,你们的给力帮助是我们实现目标的可靠保障!

一次变革,一次飞跃。公司运行 ISO 质量管理体系整整一年了,前不久顺利通过了认证机构的年度审核。一年的历程,全体员工共同见证了公司工作效率大幅提高、生产与运营成本明显降低,共同见证了产品质量市场认同度、顾客满意度显著提升,共同见证了公司产品参与国际交流与竞争的能力迅速增强;更重要的是,共同见证了公司贯标战略思路——建立体系是起步,持续改进是进步,促进发展跨大步——正在迅速发挥威力,共同见证了“管理是生产力,制度是软实力”!

时下,正值新闻出版总署大力推动出版行业转企改制,建立现代企业制度、谋求机制变革、实现科学管理,势必成为全国新闻出版单位“转身亮相”的不二选择。时代出版传媒股份有限公司率先突破、整体导入 ISO 质量管理体系,试验效果明显,现实意义深远。我们有义务把探索科学管理的成功感受向业界表达,有责任把贯标的经验总结概括,供后继者借鉴。这,正是时代出版传媒股份有限公司联手中国新闻出版研究院策划出版《新闻出版行业 ISO 质量管理体系操作指南》的动因。我相信我们的声音一定会在业界产生共鸣,因为我们的真诚愿望与整个行业的发展愿景是完全一致的!

安徽出版集团总裁

王亚非

2010年12月

目 录

MULU

绪 论	1
0-1 ISO9000 族质量管理体系	2
0-2 质量体系认证	4
0-3 新闻出版行业质量管理的进程与认证工作的意义	11

第 1 篇 标准理解篇

第一章 ISO9000 标准:八项质量管理原则	17
1-1 以顾客为关注焦点	17
1-2 领导作用	19
1-3 全员参与	20
1-4 过程方法	21
1-5 管理的系统方法	22
1-6 持续改进	22
1-7 基于事实的决策方法	23
1-8 与供方互利的关系	24
第二章 ISO9001 标准:总体要求	26
2-1 总体说明	26
2-2 质量管理体系总要求	28



第三章	ISO9001 标准:管理职责	34
3-1	管理承诺	34
3-2	以顾客为关注焦点	35
3-3	质量方针	36
3-4	质量目标与管理体系策划	37
3-5	职责、权限与沟通	38
3-6	管理评审	40
第四章	ISO9001 标准:资源管理	44
4-1	资源提供	44
4-2	人力资源	44
4-3	基础设施	45
4-4	工作环境	46
第五章	ISO9001 标准:产品实现	47
5-1	产品实现的策划	47
5-2	与顾客有关的过程	48
5-3	设计和开发	51
5-4	采购	56
5-5	生产和服务提供	58
5-6	监视和测量设备的控制	63
第六章	ISO9001 标准:测量、分析和改进	65
6-1	总则	66
6-2	监视和测量	67
6-3	不合格品控制	73
6-4	数据分析	75
6-5	改进	76

第七章	ISO9001 标准:新闻出版行业理解	80
7-1	“范围”条款的理解	80
7-2	“外包过程控制”的理解	82
7-3	“策划”的理解	82
7-4	“设计和开发”的理解	87
7-5	“采购”的理解	98
7-6	“监视和测量设备的控制”的理解	100
7-7	“生产和服务提供的控制”的理解	101
7-8	“不合格品控制”的理解	103
7-9	“持续改进”的理解	104

第 2 篇 体系操作篇

第八章	质量管理体系建立的准备工作	109
8-1	建立质量管理体系的基本过程	109
8-2	首次建立质量管理体系的程序和准备	112
8-3	建立质量管理体系必须解决的关键问题	125
第九章	流程梳理和文件编写	131
9-1	流程梳理的原则和方法	131
9-2	文件编写的方法和格式	133
第十章	文件批准和体系运行	197
10-1	文件批准程序	197
10-2	体系试运行	199
10-3	内部审核与管理评审	202



第十一章 质量管理体系内部审核	205
11-1 内部审核的基本概念	206
11-2 内部审核的基本要求和特点	209
11-3 内部审核的策划与准备	211
11-4 现场审核的实施	215
11-5 内部审核报告	222
11-6 纠正措施与跟踪验证	223
第十二章 质量管理体系认证	225
12-1 与体系认证有关的一些概念	225
12-2 初次认证与再认证审核的要求	226
12-3 获取证书及证书的管理和使用	233
第十三章 ISO9001 与 ERP	235
13-1 新闻出版单位管理需要系统思维	235
13-2 ERP 实施的困惑	237
13-3 可供借鉴的管理准则	238
13-4 质量管理体系对 ERP 的促进	239
附 录	243
附录一 出版社贯标有效性研究	243
附录二 时代出版传媒股份有限公司贯标技术要领与成功经验	254
附录三 中国财政经济出版社贯标历程	260

绪 论

在当今消费者质量意识不断提高的市场环境中,大家对“ISO9000”这个词汇早已是耳熟能详。在我们购置日常生活用品及贵重消费品时,往往都会关注这个企业是否通过了 ISO9001:2008 质量管理体系^[注]认证以及其他国家规定的产品认证等信息。一旦产品包装或说明上标注有通过认证的信息,人们购买时就会感到心里比较踏实。这说明了消费者对企业的一种信任。

为什么企业通过了 ISO9001 认证就能够与消费者建立这种信任呢?

(1)ISO9000 族标准是国际标准化组织颁布的全世界范围内通用的质量管理标准。

(2)企业依据 ISO9001 标准建立的质量管理体系是通过第三方中介组织认证的,具有客观性。

(3)这一标准所包含的管理思想充分体现了消费者的利益。

(4)企业乐意通过执行质量管理体系来提升满足消费者需求的能力。

因此,是一种对等的价值交换关系使企业与消费者建立了这种信任。而企业在执行质量管理体系的过程中,通过不断完善自己的产品和服务质量,也实现了企业在社会中的存在价值。

出版行业在我国是一个刚刚步入企业化进程的行业,机制的转变带来了巨大的提升管理水平的需求。为了有效地帮助新闻出版单位尽快适应企业化管理的要求,尽快适应市场的要求,我们认为,在新闻出版单位中建立 ISO9001,不失为一条提升管理水平的捷径,这正是我们编写出版这本《新闻出版行业 ISO 质量管理体系操作指南》的目的所在。

本书从质量管理体系建设的基本概念着手,通过对基本概念、ISO9000 族标准与体系建立的实际操作、体系审核以及体系建立与信息化等方面内容的全面介绍,帮助新闻出版单位理解、掌握标准的内容和建立质量管理体系的实

[注] 为了读者阅读方便,本书中“ISO9001:2008 质量管理体系”简称“ISO9001”。