

中国质量发展观测系列报告

2012年

中国质量发展观测报告

——面向“转型质量”的共同治理

武汉大学质量发展战略研究院中国质量观测课题组 编著



中国质检出版社
中国标准出版社

■ 中国质量发展观测系列报告

2012年

中国质量发展观测报告

——面向“转型质量”的共治理

武汉大学质量发展战略研究院中国质量观测课题组 编著

中国质检出版社
中国标准出版社

北 京

图书在版编目(CIP)数据

2012 年中国质量发展观测报告——面向“转型质量”的
共同治理/武汉大学质量发展战略研究院中国质量观测
课题组编著. —北京:中国质检出版社,2013.5

(中国质量发展观测系列报告)

ISBN 978-7-5026-3820-7

I. ①2… II. ①武… III. ①质量管理—调查报告—
中国—2012 IV. ①F279.23

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 083682 号

中国质检出版社 出版发行
中国标准出版社

北京市朝阳区和平里西街甲 2 号(100013)

北京市西城区三里河北街 16 号(100045)

网址:www.spc.net.cn

总编室:(010)64275323 发行中心:(010)51780235

读者服务部:(010)68523946

中国标准出版社秦皇岛印刷厂印刷

各地新华书店经销

*

开本 850×1168 1/16 印张 15.25 字数 325 千字

2013 年 5 月第一版 2013 年 5 月第一次印刷

*

定价 180.00 元

如有印装差错 由本社发行中心调换

版权专有 侵权必究

举报电话:(010) 68510107

2012
QUALITY OBSERVATION

中国质量观测课题组

组 长 程 虹

副组长 李丹丹 罗连发

成 员 (按姓氏笔画排序)

孙少文 孙晓燕 刘 芸

刘 珏 李 酣 张继宏

李俊锋 陈昕洲 罗 英

周晓林 范锐敏 范寒冰

韩 婧 杨仙娇 廖 丽

做中国质量的建设者（代序）

中国质量有很多问题。在我看来,其中最大的问题就是批评家太多,而建设者太少。与其他领域一样,转型期的中国,质量既取得了历史性的进步,又存在阶段性的问题,这种现象不独在中国存在,美国、日本等世界其他发达国家,在其发展历程中,也都经历过质量问题较多的时期。面对这样一个必须经历的阶段,我们不能只是热衷于批评,而应该着眼于建设一个更好的中国质量。

要建设中国质量,就必须搞清楚中国质量的现状,而现状分析的基础是数据的支撑,尤其是在大数据时代。几年来,我和武大质量院的同事们一直在研究中国质量评价的课题,最困扰我们的不是评价方法,而是缺乏评价的数据。为此,武大质量院在全国建立了若干个“质量观测基地”,通过固定的调查样本,采集到了许多反映中国质量现状的真实数据。这本书最大的贡献,就是提供了观测中国质量的原始数据。

要建设中国质量,就必须在理论上搞清楚质量应该由谁来评价?这本书提供了质量评价的一个崭新视角,就是全部基于质量使用者,也就是全国各个不同地区的公民和消费者来评价质量。质量评价当然可以是多维度的,但是最根本的评价只能是来自于使用者。质量的水平如何,并不是质量提供者的一厢情愿,而只能是使用者的感知。正是基于这样一个基本的理论,我和我的同事们走进了质量使用者的真实世界,与众多不同类型的消费者面对面地交流、沟通和观测。实际上,本书真正的创作者,就是这些最有发言权的质量使用者,其中的数据和基于数据的评价都是来自于他们的真实体验。

要建设中国质量,就必须要有对美好质量的梦想,并为了实现这一梦想而去艰苦地实干。为了做好2012年的中国质量观测,我和我的同事们既去了中国发达的广东佛山等地区,更去了偏远的新疆喀什等地区。因为我们知道,要全景地反映中国质量的现状,就应该深入到不同的地区,无论这些地区有多么偏远,只要它有助于反映中国质量的现状,我们就应该走向这些地区的田野和车间。这些艰苦换来了本书丰硕的成果,其中很多的发现,包括这本书的分析视角,也就是对中国转型

质量的把握,就是对我们辛勤付出的最好回报。

要建设中国质量,就必须要有社会多方面的参与。武大质量院作为中国知名高校中有影响的专业学术机构,有责任从学术的视角,对中国的质量问题进行深入地研究。本书是对中国 2012 年质量状况的评价和分析,反映的是武大质量院作为一个学术机构的观点,这些观点是基于科学研究的独立判断。我们真诚地希望,有更多的机构和人员参与到对中国质量的研究中来,包括对中国质量现状的评价中来。作为一个复杂现象的中国质量问题,只有更多的从不同的角度的分析,才能不断逼近中国质量状况的真实图景。

武大质量院有一个愿景:做中国质量的建设者。这本书就是我们建设的重要成果。现在把这个成果奉献给读者,是希望有更多的人与我们一道同行——做中国质量的建设者! 因为,我们还需要有 2013 年、2014 年,乃至每年不间断的中国质量观测,并将质量观测建设成为中国质量大厦的重要基础。

武大质量院院长



2013.5 于樱顶

目 录

综述 中国 2012 年总体质量状况

——基于“质量观测数据”的分析

0.1 中国质量的现状	3
0.1.1 质量发展稳中有进	3
0.1.2 质量安全状况总体平稳	3
0.1.3 质量结构性特征明显	4
0.1.4 市场开始在质量领域发挥基础性作用	5
0.1.5 质量的“软实力”不足	5
0.1.6 企业的质量主体责任地位未得到真正确立	6
0.1.7 消费者的质量意识与行为的不对称	7
0.1.8 质量信息的有效性不高	8
0.1.9 质量的全社会总投入不足	8
0.1.10 政府质量监管正处在转型之中	9
0.2 质量观测的关键性评价结果	11
0.2.1 消费者质量安全感受处于“较好”和“较差”区间的中间状态	11
0.2.2 消费者质量安全风险感受最高的两大领域——食品和药品	11
0.2.3 消费者最易受到伤害的两大公共设施领域——公共汽车和电梯	12
0.2.4 消费者得知重大质量安全事件后的两大感受——无可奈何和愤怒	12
0.2.5 最不满意的的质量领域——环境质量	13
0.2.6 最不满意的两大环境质量领域——空气环境和噪音环境	13
0.2.7 最不满意的两大产品质量领域——食品和药品	14
0.2.8 最不满意的两大食品质量领域——乳制品和地方小吃	14
0.2.9 最不满意的三大服务质量领域——医疗、物业和公交	15
0.2.10 最不满意的三大医疗服务领域——医疗价格、医生态度和医生能力	15
0.2.11 最不满意的两大教育服务质量领域——大学和幼儿园	16
0.2.12 近九成消费者购买过盗版产品	16



0.2.13 消费者普遍认为质量维权成本高	17
0.3 进一步提升我国质量水平的政策建议	18
0.3.1 进一步发挥市场对质量的基础作用	18
0.3.2 加大对关键领域的质量安全风险治理	18
0.3.3 不断加强质量结构优化建设	18
0.3.4 重点加强质量的“软实力”建设	18
0.3.5 切实加强全社会的质量投入	18
0.3.6 政府的质量监管应主要侧重于消费者的保护	19

第1篇 质量观测基本理论与方法

1.1 质量观测的意义与价值	23
1.1.1 为我国质量状况的分析与评价提供基本的数据支撑	23
1.1.2 为政府质量决策和质量管理体系改革提供重要的智力支持	23
1.1.3 质量观测是质量安全治理的基础性工程和战略性工程	24
1.1.4 质量观测是质量管理理论创新的重要基石和支撑	24
1.2 质量观测的主要对象——消费者	26
1.3 宏观质量观测的理论依据、模型构建及内容设计	30
1.3.1 区域宏观质量观测的内在逻辑	30
1.3.2 区域宏观质量观测的四大维度	34
1.3.3 区域宏观质量观测的角度和内容	36
1.3.4 宏观质量观测模型	46
1.4 宏观质量观测基地的建设和愿景	49
1.4.1 宏观质量观测基地建设的主要构想	49
1.4.2 宏观质量观测基地建设成果的主要形式	50
1.4.3 宏观质量观测基地发展愿景	50
1.5 技术性说明：抽样方案、统计方法、技术路线	53
1.5.1 抽样方案	53
1.5.2 统计方法说明(顾客满意度、质量安全感受等计算方法)	58
1.5.3 宏观质量观测技术路线图	59

第2篇 调查结果统计与基本分析

2.1 样本总量及构成	63
2.1.1 总量与分布	63



2.1.2 样本的构成	63
2.2 基于统计的结果	68
2.2.1 质量满意度的统计结果	68
2.2.2 质量安全感受的统计结果	72
2.2.3 质量公共服务的统计结果	75
2.2.4 公民质量素质的统计结果	81
2.3 质量满意度的基本分析	89
2.3.1 产品质量满意度的分析	89
2.3.2 工程质量满意度的分析	99
2.3.3 环境质量满意度的分析	103
2.3.4 服务质量满意度的分析	108
2.4 质量安全感受的基本分析	113
2.4.1 食品和药品是消费者认为质量安全风险最大的两个领域	113
2.4.2 消费者对国内外产品的质量安全风险持双重标准	113
2.4.3 多数消费者对本地区的质量安全状态的总体感受为“一般”，并认为进口 产品更安全	114
2.4.4 质量安全信息披露的有效性和准确性还未获得消费者的高度信任	115
2.4.5 质量信息对消费者的心理和消费行为产生了重要影响，但在消费和 使用产品的过程中，并不担心“因产品缺陷而受到伤害”	117
2.4.6 消费者认为在日常生活中受到质量伤害的几率比较低	118
2.4.7 不同年龄层的消费者的质量安全感受具有显著差异	120
2.4.8 不同文化程度的消费者对质量安全感受具有显著差异	121
2.4.9 文化程度较高的消费者倾向于认为企业才是质量安全的主体	122
2.4.10 不同文化程度和年龄的消费者获取质量安全信息的渠道具有 不同偏好	123
2.5 质量公共服务的基本分析	124
2.5.1 消费者对我国政府质量管理效果的评价处于“不理想”和“有效”的 中间水平	124
2.5.2 消费者认为我国应设立更权威的政府质量综合部门，并且实行垂 直管理	127
2.5.3 消费者认为现行质量管理制度赋予消费者的权益和保护不够	127
2.5.4 消费者认为政府提供的质量公共服务应该是免费的	129
2.5.5 互联网成为消费者获取政府质量教育公共服务的重要渠道	131
2.5.6 文化程度越高的消费者越关注政府的质量管理，城市消费者更关 注政府的质量管理	132



2.6 公民质量素质的基本分析	134
2.6.1 消费者对质量安全的认识非常理性,认为质量问题不可能 完全避免	134
2.6.2 互联网已成为消费者了解质量信息的重要渠道,同时消费者主要 依赖于政府获取质量信息	136
2.6.3 大多数消费者将常见的质量安全标识作为购买产品的主要依据	139
2.6.4 对于打击假冒盗版商品,消费者缺乏相应的责任感	141
2.6.5 消费者倾向于选择品牌知名度高的产品	142
2.6.6 消费者个体维权成本过高,致使消费者缺少维权的意愿	145
2.6.7 不同年龄的消费者对于国内外产品质量状况的认识上具有显著差异	146
2.6.8 较高文化程度的消费者更加倾向于进口产品	149
2.6.9 文化程度较高与收入较高的消费者维权意识相对更强	150
2.6.10 农村消费者的质量素质低于城市居民	152

第3篇 一般结论和主要政策启示

3.1 我国质量发展呈现出典型的“转轨质量”特征	159
3.1.1 特征事实	159
3.1.2 理论分析	162
3.1.3 政策建议	163
3.2 市场竞争是驱动质量发展的根本动力	165
3.2.1 特征事实	165
3.2.2 理论分析	167
3.2.3 政策建议	168
3.3 我国质量二元结构问题在多个维度呈现	170
3.3.1 特征事实	170
3.3.2 理论分析	177
3.3.3 政策建议	178
3.4 我国国家质量能力建设相对滞后	179
3.4.1 特征事实	179
3.4.2 理论分析	182
3.4.3 政策建议	184
3.5 消费者集体行动能力面临困境	186
3.5.1 特征事实	186
3.5.2 理论分析	189



3.5.3 政策建议	191
3.6 质量信息的有效性突出问题	193
3.6.1 特征事实	193
3.6.2 理论分析	195
3.6.3 政策建议	196
3.7 质量发展结构性问题在多个维度呈现	198
3.7.1 特征事实	198
3.7.2 理论分析	202
3.7.3 政策建议	203
3.8 以质量供给的创新驱动我国经济发展方式转变	205
3.8.1 特征事实	205
3.8.2 理论分析	207
3.8.3 政策建议	208
附:调查问卷	210

综 述

中国 2012 年总体质量状况

——基于“质量观测数据”的分析



0.1 中国质量的现状

0.1.1 质量发展稳中有进

质量观测的数据表明,中国质量发展状况是稳定的,并且在某些领域出现了较大的进步,总体上呈现出稳中有进的发展态势。

数据表明,全国的质量满意度总体得分为 62.02 分,产品、服务、工程和环境四大领域的总体质量满意度得分均在 60 分以上,处于一个低于“较满意”而高于“较不满意”的区间。即使在当前公众较不信任的乳制品领域,其满意度也达到了 62.65 分,并没有落入“不满意”的区间范围。在调查的所有 122 个满意度指标中(含产品、服务、工程和环境四个领域),得分在 60 分以下的为 27 个,占 22.13%,其余均为 60 分以上;在工程和环境质量中,得分在 60 分以下的指标也占较低比例,其总得分及大多数指标均在 60 分以上。在消费者最不满意的医疗服务中,主要是医疗价格这一项得分较低,对于医疗服务本身的质量包括硬件和软件的评价均接近或超过了 60 分。在质量安全感受方面,60.22%的消费者认为质量安全风险的感受是介于“较高”和“较低”之间的“一般”状态,没有出现大范围的对质量安全感到忧虑的情况。这都表明,我国的质量发展水平处于一个平稳的正常水平,没有整体性地陷入“不满意”的状态。

在我国质量水平总体趋稳的同时,也在一些领域出现了较大的进步。我国的家用电器质量满意度不论是在总得分还是 5 个分项指标的得分(除热水器以外)均超过了“较满意”的底线水平 70 分,这表明我国在工业产品质量方面取得了较大的进步;在调查的 5 项产品中,消费者愿意选择国产产品的有 2 项(食品和日用消费品),国产与进口的选择比例接近的有 1 项(家用电器),进口选择比例超过国产的有 2 项(汽车和药品)。我国作为一个发展中国家,面对国际上发达国家的产品质量竞争,依然能够在食品和日用消费品两大类商品中获得消费者的信赖,表明我国的质量水平取得了较大提升。在消费者质量素质方面,我国的消费者也基本呈现出市场经济中理性人的基本特征,如 71.74%的消费者能够认识到质量安全事件是不可能完全避免的,并且 31.24%的消费者认为名牌产品的价格高是由于质量好,高出持相反观点的比例约 9 个百分点。这表明,从整体的产品质量、国内产品与国外产品质量的比较以及消费者素质等方面可以看到,我国的质量发展已经取得了较大的进步。

综合以上事实,可以看到我国质量发展的总体状况是稳中有进,虽然在水平上没有达到“满意”的层次,但也并不像一些报道所说的那样进入到了极端危险的境地,在有些领域还取得了较大的进步,这是基于定量的调查数据作出的对我国质量总体特征的一个基本判断。

0.1.2 质量安全状况总体平稳

质量观测的数据表明,我国的质量安全形势并没有出现全局性的、系统性的风险,仅在部分领域内出现了一定的质量安全问题,消费者对质量安全的风险的认知相对地集中



于食品和药品等领域,质量安全状况总体上是平稳的。

调查数据显示,60.22%的消费者“对于质量安全风险的感受”是介于“较低”和“较高”的中间水平,并且感受为“较好”的比例为22.68%,高出“较差”的比例约10个百分点;对于“质量安全事件的感受”,46.86%的消费者的选择是介于“较少”和“较多”之间的“一般”水平,并且认为“较少”的比例为27.93%,高出“较多”的比例约10个百分点;消费者“在实际生活中受到质量伤害的比例”为13.41%(其中包括一些轻微的伤害),这一比例并不是人们想象的那么高。在调查的5项受质量伤害的公共设施中,质量伤害相对地集中于公共汽车(受到伤害的比例为9.22%)和电梯(受到伤害的比例为6.85%)这两个领域,并且其统计还包括了一些较为轻微的伤害。实际上较为严重的公共设施质量伤害比例是很低的。这一点从消费者受到质量伤害以后的处理方式就可以看到。有33%的消费者受到质量伤害以后是自己简单处理。这间接地表明消费者所报告的质量伤害有相当一定的比例是并不严重的质量伤害。在人们对质量安全风险的感知中,几乎绝大部分地集中于食品和药品,其风险值分别为88.27%和77.05%,日用消费者、家用电器、住房、公共交通、环境等领域均在40%以下。

这都表明,我国的消费者对于自己所生活的质量安全环境是比较信任的,对其总体评价并不是“不安全”的。媒体报道了大量的质量安全的信息,让部分人感觉到我国的质量安全形势好像已经陷入到一种非常糟糕的地步。但调查的数据告诉我们,事实并非如此。虽然我国的质量安全状况总体上并没有达到消费者满意的状态,但也决不是总体性的处于不安全的状态,不管是消费者的质量安全感受还是消费者所受到的质量伤害的定量统计数据都可以支持这一结论。从这一事实的反差可以看到,现实生活中人们对于质量安全形势的过度悲观心态,实际上是被少数严重的质量安全事件渲染所造成的。

0.1.3 质量结构性特征明显

质量观测数据表明,我国的质量状况在总体平稳的前提下,呈现出差异化的、不平衡发展的结构性特征。

在质量满意度方面,四大领域的质量呈现出产品和服务的得分相对较高、工程和环境的得分相对较低的结构特征。产品中的家用电器得分进入了70以上的较满意水平,最高的“电视”得分为73.97分,而工程中的“管道”得分为54.77分,与得分最高的电视相差近20分。在各个领域的内部也具有差异化的结构性特征,如产品质量满意度最低的“农药”得分为61.19,与最高的电视相比,相差12.78分。在总体质量满意度较低的环境领域,最高的水源充足度得分为67.53分,高于最低的交通运输噪音近14分。在调查的12个环境指标中,4个低于60分的及格线,8个高于及格线。教育服务质量方面,也呈现出明显的结构性特征。幼儿园和大学的得分分别是61.35分和62.12分,相较于得分最高的高中,分别低了4.59分和3.82分。因此,各个阶段的教育服务质量的发展也是不平衡的。在工程质量领域,得分最低的管道和道路分别为54.77分和58.07分,与得分最高的广场分别相差12.67分和9.37分。质量在城乡之间也存在显著的结构特征,产品质量呈现明显的城市高于农村特征。在调查的6个大类产品中,有5类是城市质量满意度高于农村。28个产品子类中,23个是城市质量满意度高于农村,而在工程和



环境领域则呈现出农村高于城市的特征。

我国作为一个发展中的大国,其质量具有极为复杂的系统性结构特征,在不同的领域之间,不同的区域之间存在着极大的差异。我国的质量问题主要都是结构性问题,即在部分重点的行业、重点的领域或重点的区域存在不同程度的问题,不加分析地、片面地以某个领域的质量问题来概括我国质量的总体水平是不客观的,也是不理性的。

0.1.4 市场开始在质量领域发挥基础性作用

质量在很大程度上具有市场属性,我国在改革开放过程中不断地强化了市场在资源配置中的作用,同时在质量发展领域也可以看到市场开始发挥着基础性作用,很多事实表明市场开始在质量领域发挥了基础性的作用。

在产品、服务、工程和环境领域中,主要由市场主体来提供的产品和服务领域,其质量满意度要总体上高于主要由政府供给的工程和环境质量满意度,这表明,在市场竞争过程中,产品和服务的质量取得了较大的进步。在开放的与发达国家产品竞争环境中,国产的食品与日用消费品已经获得了我国消费者更高的信赖,这也说明我国在市场化进程中的产品质量的提升。在服务业领域,市场化程度较高的银行、通讯,其得分分别为 67.36 分和 67.16 分;而市场化相对较低的检测、公共交通和医疗,得分分别只有 62.09 分, 61.69 分和 59.89 分。如果用民营化程度来度量行业的市场化程度,也可以清晰地看到,在市场化程度较高(民营化比例高于 50%)的行业领域,如家用电器、汽车、银行、通讯等,其质量满意度分别为 69.5 分、68.66 分、67.36 分和 67.16 分,平均得分为 67.59 分;而在中等市场化的行业领域(民营化比例为 30%~50%),如公共交通,其满意度为 61.89 分;而在低市场化的领域(民营化比例低于 30%),主要有文娱服务、医疗、教育,其满意度的平均得分为 60.99 分。总体上都呈现出市场化程度越高的行业或领域其质量满意度越高。此外,我国的消费者也在市场化进程中,对于质量也初步具有了市场化的观念,而这又成为驱动质量发展的一个重要因素。调查表明,60.91%的消费者应该对高风险产品进行强制保险,而保险是在政府监管之外的一种最为常见的市场化监管手段,消费者在市场化进程中也强化了对质量发展中市场机制作用的认识。

人们习惯地把质量的发展直接与政府治理相联系,而对于市场是否起到了作用、到底起到了多大的作用,没有一个可供定量分析的数据支持。质量观测的数据,从各个维度、以定量化的统计数据证明,市场化开始在我国的质量发展中起到了基础性作用。这包括市场化对产品和服务质量提升的驱动、市场化驱动国际的质量竞争力的提升、对消费者市场化的质量观念的形成等方面。

0.1.5 质量的“软实力”不足

软实力的概念诞生于国际关系领域,原来指的是某个国家依靠文化和理念方面的因素来获得影响力的能力。后来这一概念广泛地应用于各个领域,在质量领域我们也可以将涉及文化、人的理念、制度等方面的因素归结为“软实力”,而将物质投入等方面归结为硬实力。我国的质量发展中,呈现出明显的“软实力”相对不足。其主