



2013

出口消费品质量



评价报告



(广东卷)

黎庆翔 郑方辉 詹少彤 著



新华出版社

2013 出口消费品质量评价报告

(广东卷)

黎庆翔 郑方辉 詹少彤 著

新华出版社

图书在版编目(CIP)数据

2013 出口消费品质量评价报告. 广东卷 / 黎庆翔, 郑方辉, 詹少彤著

北京: 新华出版社, 2013. 12

ISBN 978 - 7 - 5166 - 0768 - 8

I. ①2… II. ①黎… ②郑… ③詹… III. ①出口商品 - 消费品 - 质量管理 - 研究报告 - 广东省 - 2013 IV. ①F752

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 287737 号

2013 出口消费品质量评价报告. 广东卷

作 者: 黎庆翔 郑方辉 詹少彤

出 版 人: 张百新

封面设计: 博克思文化

责任编辑: 张 程 张 谦

出版发行: 新华出版社

地 址: 北京石景山区京原路 8 号 邮 编: 100040

网 址: <http://www.xinhua.pub.com> <http://press.xinhuanet.com>

经 销: 新华书店

购书热线: 010 - 63077122

中国新闻书店购书电话: 010 - 63072012

照 排: 博克思文化

印 刷: 北京明兴印务有限公司

开 本: 787×1092 1/16

印 张: 16

字 数: 300 千字

版 次: 2014 年 1 月第一版

印 次: 2014 年 1 月北京第一次印刷

书 号: ISBN 978 - 7 - 5166 - 0768 - 8

定 价: 45.00 元

图书如有印装问题, 请与印刷厂联系调换 电话: 010 - 52860926

研究组织

广东出入境检验检疫局



华南理工大学

SOUTH CHINA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY

政府绩效评价中心

广东省政府绩效管理研究会

课题组长

黎庆翔（珠海出入境检验检疫局局长、党组书记，广东出入境检验检疫局原副局长、党组副书记）

项目主持

郑方辉（华南理工大学政府绩效评价中心主任、教授、博士生导师，全国政府绩效管理研究会副会长，广东省政府绩效管理研究会会长）

课题成员

王 新（国家质检总局检验司司长）
冯 斌（国家质检总局检验司处长）
詹少彤（广东出入境检验检疫局副局长）
钟邦奇（广东出入境检验检疫局处长）
郑建国（广东出入境检验检疫局技术中心主任）
杨 帆（广州出入境检验检疫局处长）
詹俊东（广东出入境检验检疫局科长）
曾洪鑫（东莞理工学院副教授）
卢扬帆（华南理工大学博士生）
冯 淇（华南理工大学硕士生）

以及华南理工大学研究生周雨、卞潇、覃雷、邓霖、方雪贤、张兴等。

数据来源

- ☐ 中国（广东）出口统计年鉴（2011—2012）
- ☐ 广东检验检疫统计月报（2012）
- ☐ 广东出口企业抽样调查（有效样本 3600 家）

目 录

评价简报	1
第一章 评价说明	3
一、评价背景与意义	3
二、概念模型	8
三、指标体系	15
四、权重系数	18
五、指标评分标准	20
第二章 基础数据来源	31
一、质量评价对数据信息的需求	31
二、间接资料信息来源	33
三、直接资料来源：专家咨询调查	37
四、直接资料来源：出口企业抽样调查	44
第三章 微观质量评价结果	57
一、总体评价结果	57
二、按企业背景分类评价结果	60
三、按指标结构分类评价结果	66
四、得分较低的指标（得分率70%以下）分析	73
五、微观质量指数年度比较	76
第四章 宏观质量评价结果	80
一、行业（中观）质量评价结果	80
二、按指标分类的评价结果	83
三、按行业分类的评价结果	88
四、行业（中观）质量年度评价结果比较	102
五、宏观质量评价指数	105

第五章 影响质量因素分析 106

 一、分析模型与影响因素选择 106

 二、微观质量影响因素分析 109

 三、行业质量影响因素分析 121

 四、若干讨论 134

第六章 政府监管对策 137

 一、主要质量问题 137

 二、存在问题的原因分析 148

 三、对策和建议 153

第七章 年度热点问题调查 160

 一、调查内容与问题 160

 二、调查问题统计结果 161

第八章 行业抽检报告 184

 一、玩具行业 184

 二、灯具行业 186

 三、服装行业 189

 四、家用电器行业 190

 五、鞋类行业 192

 六、音频设备行业 194

 七、仿真饰品行业 196

 八、家具行业 198

 九、食品接触品行业 199

 十、信息技术设备行业 204

 十一、出口箱包行业 207

 十二、加工食品行业 207

第九章 年度发展报告 209

 专题一：年度质量发展概述 209

 专题二：出口商品合格评定体系研究 216

 专题三：谁伤害了中国玩具业 228

附 录：2012 年度出口消费品质量评价出口企业调查问卷 244

参考文献 247

后 记 249

评价简报

消费品是指用来满足人们物质和文化生活需要的社会产品。消费品市场是整个商品市场体系的基础,反映国民经济的发展水平,体现了国家综合竞争实力。消费品质量可理解为“满足一定用途的各种性能的综合及其满足使用者需求的程度”。包括三方面的内涵:一是质量的基本内容,是指消费品各种性能的综合;二是消费品质量的基本要求,即消费品所具有的性能必须符合一定的用途;三是质量的服务对象,为消费品使用者,即商品的适用性。消费品质量强调产品的内在特性所能满足消费者需求的程度,这个“程度”的最低底线为质量安全,它强调商品质量在“健康”领域的特殊内涵,提出了以“不伤害”为前提的规范要求。同时,消费品质量具有层次性。美国著名质量管理学家朱兰博士(Joseph M. Juran)将质量分为“大质量”与“小质量”,也即宏观质量和微观质量。宏观质量用于衡量一个国家、地区或行业商品质量的总体情况,其研究范畴包括产业结构、行业对经济社会的影响、行业生存环境、行业整体评价等。微观质量以顾客需要为目的,着重于产品符合规格和免于不良,关注的是产品、过程以及服务满足消费者的程度,微观质量追求四方面内涵:满足标准、产品合格、顾客满意及社会责任。

本项研究遵循系统性、层次性、导向性的原则,从微观、中观、宏观的视角出发,将出口消费品质量评价指标体系构建为一个在目标层导向下的三个层级架构,或称为三级指标体系。宏观质量以微观质量为基础,从方法论的角度,宏观质量可视为行业质量的总和,由此,以行业质量评价指数计算宏观质量评价指数。

本项研究的基础数据主要来自出口企业抽样调查。2012年度,共调查了家用电器、照明设备、音视频设备、仿真饰品、信息技术设备、玩具、纺织品服装、家具、与食品接触品、箱包、鞋类和加工食品等12个有代表性行业的3600家企业(有效样本)。其中外商独资和私营比例分别为39.74%和47.59%;超大型和大型企业比例分别为0.69%和7%,51-300人员工的企业占54.5%。

评价结果表明,2012年广东出口商品微观质量指数均值为0.771。其中:有51.0%的企业指数在0.7~0.8、0.8~0.9之间,属于“良”;35.8%的企业指数在0.8~0.9之间,为“优”。相比2011年,“优”评企业增加了20%,说明在“倒逼机制”推动下,2012年出口消费品质量有明显提高。但与此同时,评级为“中”或“差”的企业比例仍有12.75%(差评企业39家,占比1.08%,最低值为0.242)。

根据行业质量评价指标体系,可得宏观质量指数为0.730(假定行业的重要程度相同,则为12个行业质量指数均值),略低于微观质量指数均值(0.771)。12个行业质量

指数介于 0.687~0.784 之间。其中:信息技术设备行业居于首位,为 0.784;玩具行业次之,为 0.762;仿真饰品行业指数最低,为 0.687。三级指标中,得分最高项为“环保评级”,均值为 82.93,“关键原材料配套能力”和“熟练工人流失率”得分在 80 分左右,得分最低为“行业协会”指标,均值为 64.67。

本项评价发现的主要问题有:一是全球经济危机影响持续,出口市场占有率显著降低。二是行业发展不平衡,行业结构不合理。三是技术创新水平普遍不高。现实竞争力和潜在竞争力方面的三级指标得分普遍不高,甚至不如 2011 年水平。企业存在问题主要表现为:一是企业质量控制体系不完善,受制于企业规模及发展水平。评价结果表明,出口消费品质量问题一定程度上表现为“企业规模问题”。二是企业质量管理意识不足,管理手段不完善。评价结果显示,产品固有质量(满足标准、产品合格)有关指标得分不高(一级指标满足标准得分率为 75.8%),不同企业的得分率参差不齐。三是出口市场服务和控制手段缺失。一级指标顾客满意的得分率最低,为 73.41%。四是出口企业社会责任意识薄弱。一级指标社会责任指标得分率为 74.20%,此外,环保评级指标得分 74.49,相对 2011 年的 77.92 有显著下降。

出口商品的质量问题实质为一个复杂的社会问题,涉及经济体制、市场环境、产业发展、质量标准、技术水平乃至劳动力素质等多种因素。大体而言:一是经济环境不稳定,企业生存压力大,追求质量进步的动力不足;二是贸易壁垒日趋严峻。新的贸易壁垒措施层出不穷,不断设定苛刻的技术标准,致使我国出口产品虽然符合国家标准却无法符合进口国标准;三是低价竞争模式形成固化观念。以牺牲质量换取价格低廉的做法,在新的贸易形势下显示出较大的脆弱性,不仅行业本身利润空间日趋微薄,且面临较大的国际贸易风险;四是缺乏战略规划,难以形成核心竞争力和自主品牌;五是产业集群与供应链优势不明显。六是出口商品监管机制不健全,质量监管存在漏洞。

依据评价结果,我们建议:省政府应将促进广东出口商品质量进步作为一项战略目标来实施,支持检验检疫部门建立出口商品质量评价制度,完善检验监管机制,以建立高水平实验室为核心构建公共服务平台。具体而言:一是进一步加大对出口企业的扶持力度,引领加工贸易转型升级,使“广东制造”走出竞相压价、微利经营又单靠价格竞争的“怪圈”;二是强化出口商品质量战略规划,加大出口产品质量的宏观控制力度,推动企业走质量效益型发展道路,增强整体竞争力;三是进一步发挥出入境检验检疫机构在出口商品质量安全上的把关作用,构建出口商品合格评定体系,建立科学的监管方式。微观层面的措施包括:变“监管”为“服务”,为出口企业提供公共服务的平台;构建出口商品合格评定体系,强化企业作为商品质量第一负责人地位;提高检验效率,降低检测费用。顺应贸易便利化趋势,简化出口检验手续、提供优质高效的服务;加强对标准和法规的收集工作,加强对企业的宣传和培训;建设企检互动沟通平台,完善风险预警机制,以及充分发挥行业协会、中介组织的功能与作用,等等。

第一章 评价说明

商品质量及其评价是政府与学界近年来关注的重大课题。出口消费品是出口商品的重要组成部分,我国已成为全球第二大经济体及进出口贸易大国,现实条件下,对出口消费品质量评价具有特别意义。本报告以作者出版的《出口消费品质量评价》为基础,利用经过科学论证的出口商品质量评价的技术体系,以 2012 年度广东出口消费品 12 个行业为例,通过对 3600 家出口企业的抽样调查,取得年度质量评价指数,包括微观质量指数与宏观质量指数。

一、评价背景与意义

(一) 研究背景

对外贸易是拉动我国经济发展的主要动力,改革开放以来,我国抓住国际产业转移和要素重组的历史性机遇,实现了经济平稳快速增长,促进了国内产业结构调整 and 升级。随着对外开放水平的不断提高,我国已成为全球规模最大的对外贸易国家,外贸发展方式发生了进一步转变,外贸结构得到进一步优化。2012 年,中国外贸发展在面临外需低迷、成本攀升、摩擦增多等多重困难和压力情况下,进出口贸易总额仍比 2011 年增长了 6.2%,达到 38667.6 亿美元,首次超过美国,成为世界贸易规模最大的国家。在外贸进出口总值中,出口额为 20498.3 亿美元,增长 7.9%;进口额为 18178.3 亿美元,增长 4.3%;贸易顺差 2311 亿美元。在市场倒逼、政策引导的共同作用下,出口企业不断加强技术研发、品牌培育和质量管埋,2012 年出口商品的技术含量、质量水平和附加值等得到进一步提升。

作为改革的前沿阵地,广东对外贸易一直走在全国的前列,在广东经济社会发展动力中,对外贸易长期居于核心地位,进出口贸易额、外贸顺差多年排名全国第一。2012 年广东省外贸进出口总值为 9838.2 亿美元,比 2011 年(下同)增长 7.7%,高于全国增幅 1.5 个百分点,占同期全国外贸总值的 25.4%。其中,出口 5741.4 亿美元,增长 7.9%,与全国出口增速持平,占全国出口总值的 28%;进口 4096.8 亿美元,增长 7.4%,高于全国进口增速 3.1 个百分点,占全国进口总值的 22.5%;2012 年广东外贸顺差为 1644.6 亿美元,贸易顺差占全国顺差额的 2/3 以上。

消费品出口贸易在全部出口贸易中一直占有重要的地位。1992 年中国消费品出口

贸易值占全部出口贸易值的比重达到了 61.39%,之后二十年,大都超过 60%,其出口值已远远高于资本品。根本原因在于,中国劳动密集型产业占主导地位,在国际分工中尤其是垂直型分工中(与发达国家的分工相比)以发展劳动密集型产业为主,在国际市场上具有较强的比较优势,主要出口市场是发达国家,又强化了比较优势,这些劳动密集型产品主要包括农产品、服装纺织品、轻工类产品等,它们大都是消费品。即使 20 世纪 90 年代中期以来,中国积极引进外资,推动了中国机电产业的发展,资本技术密集型的机电产品出口也有相当一部分是消费品。另一方面,20 世纪 90 年代以来,消费类电子产品和家用电器出口比重一直呈上升趋势,说明中国消费品出口结构在不断优化,反映出中国越来越深入地参与国际分工体系,在国际分工中的地位不断提高。在未来较长时期内,中国出口贸易发展的强大基础仍然是劳动力资源比较优势,而规模经济因素在推动中国出口贸易快速增长方面将发挥愈来愈明显的作用,以劳动力资源比较优势为基础的出口产品绝大部分是消费品,以规模经济为动因的外商投资企业出口的产品也有相当部分是消费品。

然而,长期以来,我国外贸产业走的是粗放型经营之路,以加工贸易为主,出口商品数量大,但科技含量少,产品附加值低,企业实际利润规模很小,且产品质量安全日益受到质疑,并遭到来自发达国家技术门槛的层层限制。2008 年以来,美国次贷危机和欧洲债务危机引发的金融海啸恶化了全球宏观贸易环境,出口商品的国际市场需求急剧减少,以及随后显现的外汇过高、人民币升值、原材料及油价高企、宏观政策调整等一系列重压条件,让出口加工型产业实际已面临雪上加霜的困境。我国出口行业整体发展的稳定性对国际宏观环境优劣及各国贸易政策有着较大的依赖性,在经济环境恶化,贸易摩擦频繁且加剧的今天,出口贸易已表现出明显的衍生脆弱性。而这一现状,对外贸依存度历年都处在全国最高水平的广东省而言,影响更加突出。在近年珠三角劳动密集型企业倒闭潮中,出口商品质量安全问题又增加了新的外生变量。

出口消费品质量问题涉及海外消费者安全,进而直接影响出口规模、层次与国家形象。改革开放以来,“中国制造”能够行销全球,其根本原因在于“中国制造”整体上的“物美价廉”,但我国出口商品特别是消费品质量还难以乐观,家用电器、仿真饰品、玩具、纺织品服装、家具、加工食品等消费品质量安全事件时有发生,近年来美国 CPSC、欧盟 REPAX 系统通报的消费品质量安全案例中,缘自于“中国制造”的商品占绝对多数。

显然,加强和改善出口消费品质量监管,维护正常的出口贸易秩序,提升出口消费品质量水平,推进产业升级转型是当前广东乃至全国消费品出口行业面临的重大课题,其中涉及的重要技术问题是:如何基于科学、规范、系统、简便的方法,构建出口商品质量评价体系,进而取得具有动态可比性的出口商品质量评价指数,作为政府提高监管水平的决策依据,并为社会了解和监督出口商品质量提供窗口与平台,进而促进出口经济由数

量型向质量型转变,保持经济长期健康发展。

(二) 出口消费品质量评价目的及意义

1. 质量是强国之策

质量是兴国之道、强国之策。质量问题是经济社会发展的战略问题,关系发展可持续性,关系人民群众切身利益,关系国家形象。党中央历来高度重视质量工作,十六大报告中提出坚持“以质取胜”。十七大报告中再次强调立足“以质取胜”,为贯彻落实科学发展观,实现促进经济发展方式转变、全面建设小康社会的目标,我国提出并实施“质量强国”战略。十八大报告指出,要加快形成新的发展方式,把推动发展的立足点转到提高质量和效益上来。向质量要效益,是贯彻科学发展观的必然要求,也进一步指明了不断增强我国长期发展后劲的路径所在。

“质量强国”战略是我国转型发展的必然选择。近年来党中央、国务院提出科学发展观,转变经济发展方式,实现又好又快发展。目前我国经济发展还处于粗放型增长阶段,注重速度和数量,忽视质量。因此,提升质量水平已成为我国当前加快转变经济发展方式、实现经济社会又好又快发展的紧迫任务。

“质量强国”战略是国家由大变强的必由之路。在现代国际经济发展史上,质量在大国崛起中扮演着重大的推进作用。例如上世纪 50 年代,德国政府实施了“以质量推动品牌建设,以品牌助推产品出口”的政策,使德国制造业在战后迅速崛起,在全球确立了“德国品牌,质量一流”的国家形象,打造出奔驰、宝马、西门子等一大批世界级“德国制造”知名品牌。发达国家的实践表明,在社会经济进入快速发展的关键时期,在解决发展速度的同时,必须解决发展质量问题,必须把质量摆在重要的战略位置来抓。实施“质量强国”战略,能最大限度地调动社会各方面的积极性,形成合力,为实现经济由大到强而共同努力。^①

2. 出口贸易和出口商品质量

2003 年至 2011 年间,中国货物进出口贸易年均增长 21.7%,其中,出口年均增长 21.6%。虽然 2012 年中国货物贸易进出口总额跃居世界第一位,然而面对世界经济复苏明显减速,国际市场需求持续低迷,以及国内经济面临较大下行压力的局面,中国全年进出口同比增长 6.2%,其中出口同比增长 7.9%,进口同比增长 4.3%,远低于年初 10% 的目标。而且 2012 年我国货物贸易进出口总体增速出现了回落,同比 2011 年进出口增速回落了 16.3 个百分点。

^① 实施质量强国战略促进质量大国崛起[R]. 国家质量监督检验检疫总局. 2011. 10. 17.

改革开放以来的出口导向政策在短期内取得了显著的效果,极大地促进了出口贸易的发展,同时质量和技术也取得了明显的进步,这主要体现在我国出口商品结构的转变上。中国出口商品结构在20世纪80年代实现了由初级产品为主向工业制成品为主的转变,到90年代实现了由轻纺产品为主向机电产品为主的转变,进入新世纪以来,以电子和信息技术为代表的高新技术产品出口比重不断扩大。2010年,以出口消费品为代表的工业制成品占到了总出口金额的94.8%。但是我们也应该认识到,长期以来,由于我国外贸产业走的是粗放型经营之路,特征是“三高两低”(高能耗、高原材料消耗、高污染、低工资和低社会保障),以加工企业为主,质量和技术进步远远落后于数量增长速度,因此逐渐积累了一些问题,质量问题在最近几年内集中爆发,出口消费品首当其冲。

事实上,出口消费品,尤其如家用电器、照明设备、音视频设备、仿真饰品、信息技术设备、玩具、纺织品服装、家具、与食品接触品、箱包、鞋类和加工食品等行业一直都是我国重要的出口创汇产业,长期以来在吸纳就业、解决农村剩余劳动力向城市转移方面发挥了十分重要的作用。然而,这些行业出口品多为资源性、低附加值传统加工产品,出口企业拥有自主品牌的不到20%,自主品牌出口额比重不足10%,产品竞争力徘徊不前,并在质量安全上面临来自海外竞争对手的巨大压力,令“中国制造”在国际市场上,特别是在发达国家市场遭遇了改革开放以来最大的质量危机和公共形象危机。

很明显,和其他国家,尤其是发展中国家一样,在走向国际化及全球化的过程中,我国出口商品质量确实存在问题,近些年来甚至呈加剧的趋势。从政府监管的角度,解决问题的当务之急是“评价问题”,特别是评价“质量问题”的程度、特点及其成因,为解决问题提供条件和指向。在我国的行政体制中,出入境检验检疫部门承担着进出口商品质量检验监管的职责,并负有掌握相关质量信息进行市场调节的职能。然而,由于我国实行对法检目录内进出口商品强制性检验和法检目录外商品抽查检验的二元结构政策,导致长期以来质量分析的对象和方法受到局限,对目录外监管的商品质量状况难以准确把握,对一些监管外的质量问题仅有少量案例记录和定性了解,缺乏全面、系统和连续性的质量分析,影响了对出口整体质量评价的系统性和完整性,对宏观质量水平评价更是基本处于空白状态。

3. 出口消费品质量评价及其意义

出口消费品的质量决定了出口贸易规模和产业水平,事实上,在新的国际经贸环境下,出口消费品质量已成为制约我国外贸产业规模发展和水平提升的关键因素。提高出口消费品质量水平,对于适应新的国际竞争,树立我国消费品优质优价的信誉形象,有效提升外贸产业中的科技贡献率,改变长期以来依靠成本及价格优势参与竞争的局面,冲破各种贸易保护主义封锁和成功应对复杂贸易摩擦,具有重要的战略意义。

完善的质量评价体系对政府监管而言有着前提或者基础性的意义,它是质量监管部

门及时度量与准确把握不同行业出口消费品宏观质量的有效工具,能为有效采取各种质量控制措施、规避贸易风险以及维护国家经济安全提供有益的决策参考,是促进出口消费品质量水平整体提升的良好助力因素。概括起来,出口消费品质量评价研究的意义是:

首先,理论层面上,对出口消费品进行质量细分,提出出口消费品宏观质量、中观质量与微观质量的概念,为政府监管出口消费品质量提供了导向。围绕构建出口消费品质量评价体系的理论需求,以及政府监管的理论依据与重点指向,将出口消费品质量划为宏观、中观与微观三个层面,遵循提出概念→界定内涵→测量体系→评估水平→发现问题→提供对策的路径,梳理与整合理论,指出宏观质量是政府监管的基本指向,为正确处理政府与市场关系,明晰监管部门的职责提供了新的理论视角。

其次,实践层面上,测量出口消费品质量评价指数将成为政府监管出口消费品质量的科学依据。构建科学、权威、规范、系统、动态的出口消费品质量评价体系,形成年度报告,评估质量现状、分析结构特点、发现典型问题、剖析问题成因、提出改善对策,有助于政府监管部门整体上把握出口消费品质量水平现状,预测发展趋势,支持宏观决策,为健全与完善消费品质量的监督机制奠定基础。

再次,现实层面上,构建出口消费品质量评价体系可弥补当前政府主导的检验监管措施的局限与不足,为社会提供了解出口消费品质量水平的窗口与平台。目前检验检疫部门对出口消费品质量的监管方式涉及的微观层面较多,不利于对宏观层面质量信息的准确把握,如果有专业的机构、使用科学的评价方式、定期对出口消费品质量进行评价,得到简单明晰的结果并将结果公之于众,就可以使社会各界广泛了解出口消费品质量的整体水平及变动趋势,能有效提高政府监管出口消费品质量的科学性、公开性与公正性,提高各利益相关方的参与度,共同促进中国制造产品质量水平的提升,促进经济健康发展。

最后,技术层面上,构建出口消费品质量评价体系的技术路径必然丰富质量评价的方法论。目前国内外对出口消费品质量评价研究尚处于起步阶段,技术方法尚不完善,其中的重要原因是缺乏实证数据支持。因此,从方法论角度,构建出口消费品质量评价体系有赖于在实践中不断完善方法论。同时,出口消费品质量评价指数可以作为政府质量监管绩效的结果导向。对政府质量监管绩效进行考评,对于改进行政措施,提升质量监管效果,维护正常的出口贸易秩序,推进产业转型升级,具有重大的现实意义。

二、概念模型

(一) 消费品质量相关概念

1. 消费品

长期以来,我国产业界及监管部门一直将商品按其专业属性划分,如机电产品、轻纺产品、化矿产品等,以此衍生形成了相应的产业体系及监管体系。这是与我国改革开放前30年工业化时代特征相适应的。自“十二五”开始,中国正在步入后工业化时代,这是一个提倡以人为本、环保低碳、消费主导的时代,商品的专业属性正逐渐淡化,“功能属性”或者叫“社会属性”开始充分显现,与人民日常生活消费密切相关的产品与其他工业品、资源类产品被严格区别开——形成一个新的概念“消费品”。这些消费品主要是指家庭、体育、娱乐及学校使用的日用品,如家用电器、儿童玩具、家具、服装鞋帽、箱包等。按国际惯例,有其他特定法律法规规定监管的如车辆、食品、药品及医疗器械等产品不属于其范围内。因此,一般而言,消费品是指用来满足人们物质和文化生活需要的那部分社会产品,也可以称作“消费资料”或者“生活资料”。按满足人们需要的层次分,包括生存资料(如衣、食、住、用方面的基本消费品)、发展资料(如用于发展体力、智力的体育、文化用品等)、享受资料(如华丽服饰、艺术珍藏品等)。按使用时间长短分,有一次性或短期使用的普通消费品和可供长期使用的消费品。

美国《消费品安全法》(美国法典编号 15 U. S. C. § § 2051 - 2089)(公法编号 92 - 573; 美国法令全书编号 86 Stat. 1207, 1972 年 10 月 27 日)对消费品有一个法律层面的定义:消费品——是指为以下目的生产或销售的商品或其零部件:出售给消费者,用于长期或临时房屋或住所、学校、娱乐场所或其他地点,或供在长期或临时房屋或住所、学校、娱乐场所或其他地点的消费者的个人使用、消费或享用。

但是,“消费品”一词不包括:(1)通常不是为出售给消费者使用、消费或享用目的而设计或销售的任何商品;(2)烟草和烟草制品;(3)机动车辆或其设备(按照 1966 年《国家交通和机动车辆安全法》第 102 条第[3]和第[4]款,第 49 卷第 30102 条第 a 款第[6]和第[7]项的定义);(4)杀虫剂(按照《联邦杀虫剂、杀真菌剂、灭鼠剂法》的定义);(5)如果由制造商、生产者或进口商出售、必须按照 1986 年《国内税收法》(26 U. S. C. § 4181)第 4181 条交税的任何商品(不论是否按照该法第 4182 或第 4221 条或其他任何规定豁免交税),或该商品的任何部件;(6)枪支和弹药,飞机、飞机引擎、螺旋桨或装置(按照 1958 年《联邦航空法》第 101 条,第 49 卷第 40102 条第 a 款);(7)受 1971 年《联邦船只安全法》第 46 卷第 43 章的安全规定管辖的船只,受到海岸警卫队据以进行管理

的修正法规第 52 卷或其他海上安全法规的安全规定管辖的船舶或船舶的附属物(不包括该船舶);以及设备(包括按照第 46 卷第 2101[1]章 1971 年 联邦船只安全法第 3 条第 [8]款定义的相关设备),只要根据本款所述任何法规采取的行动可以消除或减少使用该船舶设备引起的伤害风险;(8) 药品、装置或化妆品(按照《联邦食品、药品和化妆品法》第 201 条第 g、h 和 i 款加以定义)。

消费品市场是整个商品市场体系的基础,所有其他的市场都是由它派生出来的。所以,消费品市场是社会再生产中最后的市场实现过程,它体现了社会最终供给与最终需求之间的对立统一关系,与人们的日常生活息息相关。消费品具有以下特点:(1)消费品涉及千家万户和社会所有成员,全社会中的每一个人都是消费者;(2)消费品因社会需求千差万别而呈现出多样性和多变性的特点;(3)消费品市场交易量不一定很大,但交易次数可能很多,涉及面很广;(4)作为最终产品,消费品市场与其他商品密切相关,能集中反映整个国民经济的发展水平,体现国家综合竞争实力。

2. 消费品质量

科学评价消费品质量首先要对质量内涵进行有效界定。从广义上看,质量分为有形商品质量和劳动服务质量两种,本研究主要针对前者。

学术界不同派别与不同国际标准对商品质量的解释多有不同。被誉为全球质量管理大师、“零缺陷”之父的美国管理思想家菲利普·克劳士比认为,产品或服务的质量指它们可测定或已测定的特点符合规格标准的程度。戴明在《摆脱危机》一书中,把商品质量理解为“质量必须用客户满意度界定,质量是多维的,不能用单一的特点来界定”。日本的石川馨认为质量等于顾客满意度;朱兰认为质量就是“合用度”,这与 ISO9000:2000 标准术语中关于“质量就是一组固有特性满足需求能力”的界定不谋而合。综合来说,学术界已形成一定的共识:商品质量应以顾客的满意度及产品特点符合一定标准为衡量标准,本书也持相同的观点。

在此基础上,消费品质量可理解为“满足一定用途的各种性能的综合及其满足使用者需求的程度”。这一概念包括三方面的内涵:一是质量的基本内容是指消费品各种性能的综合;二是消费品质量的基本要求,即消费品所具有的性能必须符合一定的用途;三是质量的服务对象为消费品使用者,这就要求消费品质量必须反映消费者的满足程度,即商品的适用性。

基于上述理念,消费品质量可视为固有质量、感知质量和损失质量三个方面的综合反映和体现。固有质量是指消费品生产完成后,其“一组特性”与相关的法律法规、标准以及设计目的之间的符合程度,是判断消费品质量的客观依据,也是进行质量监管的主要切入点,因此,固有质量应当作为消费品质量的核心内容。感知质量是产品质量的适用性特征,反映消费者对于产品质量的主观感受,反映感知质量水平最直接的指标是“顾

客满意度”。损失质量作为产品质量的外部性特征,是从经济社会的宏观视角出发,反映消费品生产后给社会经济带来的损失。

3. 微观质量与宏观质量

质量水平的评价有着不同质量层次的评价内容,或者说,质量具有层次性。美国著名质量管理学家朱兰将质量分为“大质量”与“小质量”,可以看成是宏观质量和微观质量两个层面,但是朱兰没有明确给出“大质量”的定义,关于微观质量和宏观质量的概念和关系还需要深入研究。比较有共识的观点是,微观质量是宏观质量的基础,宏观质量与微观质量是整体与个体的关系。如果说传统的质量概念是微观质量的话,那么宏观质量的概念就应该具备整体性、社会性、超越个体产品的特征。为了便于讨论,本文暂对宏观质量进行如下表述:一个国家、地区或行业全部产品或整体服务满足社会经济发展的程度。

宏观质量用于衡量一个国家、地区或行业商品质量的总体情况,其研究范畴包括产业结构、行业对经济社会的影响、行业生存环境、行业整体评价等。微观质量则以企业收益为导向,针对产品生产领域,以顾客需要为目的,着重于符合规格和免于不良,关注的是产品、过程以及服务满足消费者的程度。宏观质量管理的主要任务在于设定一个社会所能容忍的最低质量要求底线,相对于追求更高质量要求的微观企业而言,宏观质量标准能作为一个最基本的保证。

进一步说,从评价的角度,微观质量针对产品生产领域,关注消费品是否达到预期生产目的,是否符合行业技术标准及国家相关标准要求,获得市场准入许可并销售成功,具体而言,微观质量在结构上追求四个方面的内涵,分别为标准程度、产品合格率、顾客满意度及社会责任感。逻辑上,市场经济条件下,微观质量由市场甄别与监管,并以实现消费者的身心健康及消费者认可为最终目的。

宏观质量评价以国家或区域为切入点,以行业质量评价为主要的技术手段,着重分析和评价产业的结构水平、整体质量水平、行业综合竞争力及其对国家或社会的影响 4 个方面内容,其目的在于实现政府对消费品质量整体水平的有效监管,挖掘潜在的风险因素,并从宏观上确保消费品质量安全。要确保出口消费品质量的整体安全,必须从技术上探索建立科学的宏观质量评价体系,实施有效的宏观质量管理。

(二) 出口消费品质量评价的技术路径

技术体系构建是出口消费品质量评价的核心问题。从方法论来审视,技术体系主要包含五项基本元素:一是评价的技术路径,就如产品制造的工艺过程,由具体的“路线”和“节点”组成;二是指标体系,即衡量出口消费品质量的指标结构与指标集,它是评价体系中最重要组成部分;三是权重系数,即是指标集中各个指标的相对重要程度系数;四是

指标评分标准,是对指标值进行统一分类和赋值的依据;五是评价周期(一般以一年为周期)。

技术路径服务于评价目标和内容,旨在构建科学合理的技术体系。从逻辑上看,技术路径包括技术路线与主要节点,核心环节是确立评价的目标和内容、构造评价技术体系、组织实施评价工作,如图 1-1 所示。

一是确立评价目标和内容。出口消费品质量评价的目的在于评估质量水平、发现质量问题、预测质量发展趋势、提出改善建议。在微观层面,质量评价起到质量发展导向作用,推动出口企业技术转型升级,促进质量进步。评价内容涵盖出口消费品在整个生命周期的固有质量、感知质量和损失质量,反映出口制造商守法和诚信状况,揭示消费品对国外消费者需求满足能力和“使用要求”的符合性水平。在中观层面,质量评价反映出口行业的整体质量水平,预测行业未来质量走势,比较不同行业的质量状况,进而促进行业整体技术水平的提升,树立良好的行业品牌国际形象。在宏观层面,质量评价反映一个区域乃至国家的出口消费品整体质量状况,评价有助于分析各种可能影响区域总体质量的因素,揭示问题和隐患,为政府宏观决策提供科学而客观的依据。

二是构建评价技术体系。首先,指标体系的科学性及合理性在很大程度上影响评价结果。本研究将按照自上而下的原则,采用从宏观层面到微观层面逐层分解的方式,将上一级的指标分解为更细的下一级指标,构成层次化的指标体系结构。其次,设定评价指标权重。遵循系统优化、主观与客观相结合、民主与集中相结合、灵活性与开放性相结合等原则,本研究通过专家咨询法获取具体的指标重要性评价信息,然后采用层次分析法对各具体指标进行权重计算和分配,进而构建自上而下逐层分解的统一于 100 分制的权重分配体系。最后,确定指标评分标准。根据不同评价数据类型确定各指标的评分方法和标准,然后进行无量纲化处理,给出具体的折算公式,将指标得分数值归一化到 $[0,1]$ 之间。

三是评价实施。评价实施是技术体系得以组织实施的过程,是利用既定的指标体系、权重系数、评分标准实施评价的活动,也是评价目标的实现过程。评价组织实施的基础工作是合理预估评价活动所需资源,制定评价实施计划,根据实际情况,及时调整实施计划。其中,数据收集是评价实施的关键环节,一般有三种渠道:一是文献资料检索;二是出口企业问卷调查;三是专家咨询。