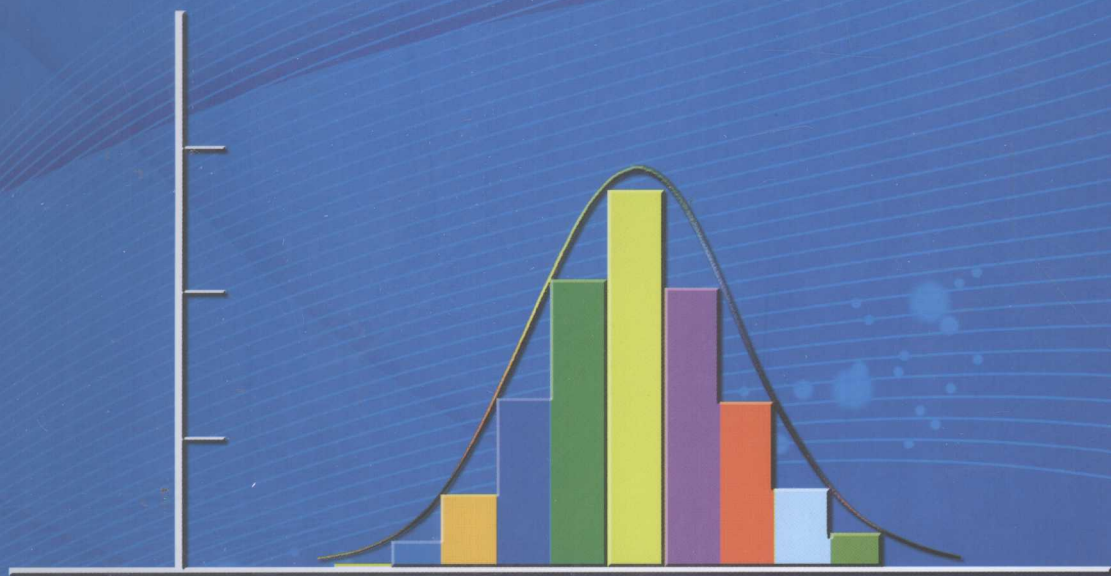


2012年全国质量专业技术人员职业资格 examination 辅导用书

2012

质量专业基础知识与实务（初级） 辅导与训练

全国质量专业技术人员职业资格 examination 辅导用书编写组 编写



 中国人事出版社

2012 年全国质量专业技术人员职业资格 examination 辅导用书

2012

质量专业基础知识与实务(初级) 辅导与训练

全国质量专业技术人员职业资格 examination 辅导用书编写组 编写



中国人事出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

质量专业基础知识与实务 (初级) 辅导与训练/全国质量专业技术人员职业资格考
试辅导用书编写组编写. —北京: 中国人事出版社, 2012

2012 年全国质量专业技术人员职业资格考
试辅导用书

ISBN 978-7-5129-0276-3

I. ①质… II. ①全… III. ①质量管理-专业技术人员-资格考试-自学参
考资料 IV. ①F273.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 013409 号

中国人事出版社出版发行

(北京市惠新东街 1 号 邮政编码: 100029)

出版人: 张梦欣

*

新华书店经销

保定市画美凯印刷有限公司印刷装订

880 毫米×1230 毫米 16 开本 15.25 印张 382 千字

2012 年 2 月第 1 版 2012 年 2 月第 1 次印刷

定价: 55.00 元

读者服务部电话: 010-84643933/64929211/64921644

发行部电话: 010-64961894

出版社网址: <http://www.renshipublish.com>

版权专有 侵权必究

本书封底贴有金色防伪标识

否则为盗版 请读者举报

举报电话: 010-64954652/84380497

如有印装差错, 请与本社联系调换: 010-80497374

前 言

全国质量专业技术人员职业资格考試制度自 2001 年实施以来，在各级人事部门、质监部门的大力推动下，在全国广大质量专业人员的共同参与下，取得了可喜的成绩。11 年来，全国累计报名人数达 58.6 万多人，10.3 万人获得了质量专业职业资格证书，成为质量专业队伍的合格人才和骨干力量，为提高产品质量、加强质量管理发挥了重要作用。

应广大考生要求，为有效指导考生备考，我们根据质量专业技术人员职业资格考試大纲和考試用书组织编写了考試辅导用书丛书，旨在为考生系统地掌握考試内容、把握考試命题规律、提高备考效率提供有效的帮助。丛书分为《质量专业基础知识与实务（初级）辅导与训练》、《质量专业综合知识（中级）辅导与训练》和《质量专业理论与实务（中级）辅导与训练》3 册。考試辅导用书具有较强的指导性、针对性、系统性和实用性，有助于帮助考生掌握所学知识，提高广大考生的应试水平。

考試辅导用书设置备考内容、考点示例、每节练习题、每章练习题和模拟测试题等部分。备考内容概括提炼了各节的重点内容，帮助考生全面掌握主要知识点；考点示例总结了各知识点可能的考查方式，辅以代表性、针对性的题目示例；每节练习题侧重测试考生对本节知识的掌握程度，以中低难度的知识性题目为主；每章练习题立足于综合考察本章的主要知识点，题目难中易比例适当，考查方式涉及知识、理解和应用，帮助考生强化对本章知识的理解和应用；模拟测试题无论在形式上还是难度上，都与真题保持一致，具有较高的备考价值。书中所有题目均给出参考答案，理解和应用题还提供了详细的解析，使考生轻松、快速地掌握解题思路和解题技巧。

尽管我们在编写过程中做了很大努力，但由于时间仓促，加之编者水平有限，难免有欠妥甚至错误之处，衷心希望读者提出批评指正。

编者

2012 年 1 月

考试说明

为了帮助广大应考人员熟悉全国质量专业技术人员职业资格考试的内容和要求，特将有关事项说明如下：

【考试性质】质量专业资格考试是对质量专业技术人员的知识水平、专业技能的客观评价，属标准参照性考试。考试结果既可作为聘任专业技术职务的依据，也可作为质量专业岗位的上岗证（初级）和某些重要工业产品生产企业关键质量岗位职业资格的必备条件（中级）。

【考试时间】2012年全国质量专业技术人员职业资格考试时间定于6月17日上午9:00—12:00，下午2:00—5:00。

【考试方式】全国质量专业技术人员职业资格考试采用笔试。

【考试级别】全国质量专业技术人员职业资格考试设置三个级别：质量专业初级资格、质量专业中级资格和质量专业高级资格。

【考试内容】《全国质量专业技术人员职业资格考试大纲》《全国质量专业技术人员职业资格考试用书》全部内容。

【试卷题型、题量】全国质量专业技术人员职业资格考试试卷题型为单项选择题、多项选择题和综合分析题。综合分析题由单项选择题和多项选择题组成。

质量专业基础知识与实务（初级）分为上篇质量专业相关知识和下篇质量专业基础理论与实务，题量分别为：单项选择题30题，多项选择题40题，综合分析题20题，试卷总题量为90题。

质量专业综合知识（中级）、质量专业理论与实务（中级）题量分别为：单项选择题30题，多项选择题40题，综合分析题30题，试卷总题量为100题。

【证书注册】根据《质量专业技术人员职业资格注册登记管理暂行办法》（国质检人〔2003〕145号）的规定，取得质量专业职业资格证书的人员，应在规定的期限内到指定的注册登记机构办理注册登记手续。未经注册登记或逾期不办者，质量专业资格证书自动失效。

【继续教育】取得质量专业职业资格证书的人员应按规定接受继续教育，未按规定接受继续教育的不予重新注册登记。继续教育实行学分制。

目 录

上篇 质量专业相关知识

第一章 质量管理概论	(1)
第一节 质量与质量管理	(1)
考试大纲	(1)
备考重点	(2)
考点示例	(8)
第二节 质量与标准化	(12)
考试大纲	(12)
备考重点	(12)
考点示例	(15)
第三节 产品质量法和职业道德规范	(17)
考试大纲	(17)
备考重点	(17)
考点示例	(20)
本章练习题	(21)
本章练习题参考答案	(26)
第二章 质量管理体系	(27)
第一节 质量管理体系基本知识	(27)
考试大纲	(27)
备考重点	(27)
考点示例	(31)
第二节 ISO 9000 族质量管理体系标准	(33)
考试大纲	(33)
备考重点	(33)
考点示例	(34)
第三节 质量管理体系审核	(36)
考试大纲	(36)
备考重点	(36)
考点示例	(37)
第四节 质量认证	(40)
考试大纲	(40)

备考重点	(40)
考点示例	(43)
本章练习题	(44)
本章练习题参考答案	(48)
第三章 质量检验	(49)
第一节 质量检验的基本知识	(49)
考试大纲	(49)
备考重点	(49)
考点示例	(52)
第二节 质量检验的分类	(54)
考试大纲	(54)
备考重点	(55)
考点示例	(61)
本章练习题	(63)
本章练习题参考答案	(67)
第四章 计量基础	(68)
第一节 基本概念	(68)
考试大纲	(68)
备考重点	(68)
考点示例	(70)
第二节 计量单位	(71)
考试大纲	(71)
备考重点	(72)
考点示例	(74)
第三节 量值溯源	(76)
考试大纲	(76)
备考重点	(76)
考点示例	(78)
第四节 测量数据的修约	(80)
考试大纲	(80)
备考重点	(80)
考点示例	(81)
第五节 测量结果	(82)
考试大纲	(82)
备考重点	(82)
考点示例	(83)
本章练习题	(85)
本章练习题参考答案	(89)

下篇 质量专业基础理论与实务

第五章 概率统计基础	(90)
第一节 概率的基础知识	(90)
考试大纲	(90)
备考重点	(90)
考点示例	(98)
练习题	(101)
练习题参考答案	(102)
第二节 统计的基本概念	(103)
考试大纲	(103)
备考重点	(103)
考点示例	(106)
练习题	(108)
练习题参考答案	(109)
第三节 回归分析	(109)
考试大纲	(109)
备考重点	(110)
考点示例	(112)
练习题	(114)
练习题参考答案	(114)
本章练习题	(115)
本章练习题参考答案	(117)
第六章 抽样检验	(118)
第一节 抽样检验的基本概念	(118)
考试大纲	(118)
备考重点	(118)
考点示例	(119)
练习题	(120)
练习题参考答案	(121)
第二节 抽样方案及对批可接收性的判定	(121)
考试大纲	(121)
备考重点	(122)
考点示例	(123)
练习题	(123)
练习题参考答案	(124)
第三节 计数调整型抽样检验及 GB/T 2828.1 的使用	(124)
考试大纲	(124)
备考重点	(125)

考点示例	(128)
练习题	(129)
练习题参考答案	(131)
第四节 孤立批计数抽样检验及 GB/T2828.2 的使用	(131)
考试大纲	(131)
备考重点	(131)
考点示例	(132)
本章练习题	(132)
本章练习题参考答案	(135)
第七章 统计过程控制	(136)
第一节 统计过程控制的基本知识	(136)
考试大纲	(136)
备考重点	(136)
考点示例	(136)
第二节 常规控制图	(137)
考试大纲	(137)
备考重点	(137)
考点示例	(141)
练习题	(143)
练习题参考答案	(145)
第三节 分析用控制图和控制用控制图	(145)
考试大纲	(145)
备考重点	(146)
考点示例	(147)
练习题	(148)
练习题参考答案	(148)
第四节 过程能力分析	(149)
考试大纲	(149)
备考重点	(149)
考点示例	(150)
练习题	(152)
练习题参考答案	(152)
本章练习题	(153)
本章练习题参考答案	(156)
第八章 质量改进	(158)
第一节 质量改进的概念及意义	(158)
考试大纲	(158)
备考重点	(158)
考点示例	(158)

练习题	(159)
练习题参考答案	(159)
第二节 质量改进的步骤和内容	(159)
考试大纲	(159)
备考重点	(160)
考点示例	(162)
练习题	(163)
练习题参考答案	(164)
第三节 质量改进的组织与推进	(164)
考试大纲	(164)
备考重点	(164)
考点示例	(166)
练习题	(166)
练习题参考答案	(167)
第四节 质量改进活动的两种基本途径	(168)
考试大纲	(168)
备考重点	(168)
考点示例	(168)
第五节 质量改进常用的七种工具	(169)
考试大纲	(169)
备考重点	(169)
考点示例	(174)
练习题	(177)
练习题参考答案	(178)
第六节 质量管理小组(QC小组)	(179)
考试大纲	(179)
备考重点	(179)
考点示例	(181)
练习题	(183)
练习题参考答案	(183)
本章练习题	(184)
本章练习题参考答案	(187)
质量专业相关知识(初级)模拟测试题	(189)
质量专业相关知识(初级)模拟测试题参考答案及解析	(199)
质量专业基础理论与实务(初级)模拟测试题	(207)
质量专业基础理论与实务(初级)模拟测试题参考答案及解析	(218)
质量专业技术人员职业资格考试制度问答	(223)
有关网站	(231)

上篇 质量专业相关知识

第一章 质量管理概论

本章是质量管理基础知识的综述。考生应全面掌握质量和质量管理的基本知识、标准与标准化的基础知识，贸易技术壁垒协议的主要内容和基本原则，产品质量法的立法原则和有关规定。

题型比重：7~9道单项选择题，9~11道多项选择题，1~2道综合分析题。

第一节 质量与质量管理



考试大纲

(一) 质量的基本知识

1. 掌握质量的概念（含相关术语：组织、过程、产品、体系等）
2. 熟悉质量特性的内涵
3. 熟悉质量概念的发展

(二) 质量管理的基本知识

1. 熟悉管理的职能
2. 了解管理的幅度和层次
3. 掌握质量管理的定义（含相关术语：质量方针和质量目标、质量策划、质量控制、质量保证、质量改进等）
4. 掌握全面质量管理的含义
5. 了解质量管理发展的阶段
6. 熟悉八项质量管理原则
7. 熟悉过程方法模式
8. 掌握顾客、顾客要求和顾客满意的概念
9. 了解顾客要求的识别与确认
10. 了解顾客满意度和顾客满意度指标
11. 掌握《卓越绩效评价准则》的目的、适用范围
12. 熟悉《卓越绩效评价准则》的主要结构和内容概要
13. 了解质量管理专家的质量理念（休哈特、戴明、朱兰、石川馨等关于质量的理念）



备考重点

一、质量与质量管理

（一）质量的基本知识

1. 质量的概念

（1）质量的概念。根据 GB/T 19000—2008 标准的定义，质量是“一组固有特性满足要求的程度”。

1) 关于“固有特性”：①特性可以是固有的或赋予的。“固有的”就是指某事或某物中本来就有的，尤其是那种永久的特性。②赋予特性不是固有的，不是某事物中本来就有的，而是完成产品后因不同的要求而对产品所增加的特性。③产品的固有特性与赋予特性是相对的，某些产品的赋予特性可能是另一些产品的固有特性。

2) 关于“要求”：要求指“明示的、通常隐含的或必须履行的需求或期望”。①“明示的”可以理解为是规定的要求，如在文件中阐明的要求或顾客明确提出的要求。②“通常隐含的”是指组织、顾客和其他相关方的惯例或一般做法，所考虑的需求或期望是不言而喻的。例如化妆品对顾客皮肤的保护性等。③“必须履行的”是指法律法规要求的或有强制性标准要求的。④要求可以由不同的相关方提出，不同的相关方对同一产品的要求可能是不相同的。

质量的内涵是由一组固有特性组成，并且这些固有特性是以满足顾客及其他相关方所要求的能力加以表征。质量具有经济性、广义性、时效性和相对性。①经济性：高质量意味着最少的投入，获得最大的效益。②广义性：质量不仅指产品质量，也可指过程和体系的质量。③时效性：随着时间的推移和需求的变化，组织应不断地调整对质量的要求。④相对性：需求不同，质量要求也不同，只有满足需求的产品才会被认为是质量好的产品。

（2）与质量相关的概念主要包括：

1) 组织：指职责、权限和相互关系得到安排的一组人员及设施。

2) 过程：指一组将输入转化为输出的相互关联或相互作用的活动。过程由输入、实施活动和输出三个环节组成。过程可包括产品实现过程和产品支持过程。

3) 产品：指过程的结果。产品的四种通用类别包括：服务、软件、硬件和流程性材料。

4) 顾客：指接受产品的组织或个人。顾客可以是内部的或外部的。

5) 顾客满意：指顾客对其要求已被满足的程度的感受。

6) 相关方：指与组织的业绩或成就有利益关系的个人或团队。

7) 体系：指相互关联或相互作用的一组要素。

8) 质量特性：指产品、过程或体系与要求有关的固有特性。

2. 质量特性的内涵

质量特性有的是能定量的，有的是不能定量的，只能定性。

硬件质量特性有内在特性（如结构、性能、精度、化学成分等）、外在特性（如外观、形状、色泽、气味、包装等）、经济特性（如使用成本、维修时间、费用等），还有其他方面的特性，如安全、环保、美观等。

服务质量特性是服务产品所具有的内在特性。服务特性一般可分为五种类型：可靠性、响应性、保证性、移情性和有形性。

软件质量特性是反映产品满足规定和潜在需求能力的特性的综合。软件质量特性一般包括功能性、可靠性、易使用性、效率、可维护性和可移植性六个特性。

流程性材料质量特性，有可定量测量的特性，如强度、黏度、速度、抗化学性等，也有定性的特性，如价格、色彩、质地或气味等。

根据对顾客满意的影响程度不同，应对质量特性进行分类管理。常用的质量特性分类方法是将质量特性划分为关键、重要和次要三类：

关键质量特性是指若不满足规定的特性值要求，会直接影响产品安全性或产品整机功能丧失的质量特性。

重要质量特性是指若不满足规定的特性值要求，将造成产品部分功能丧失的质量特性。

次要质量特性是指若不满足规定的特性值要求，暂不影响产品功能，但可能会引起产品功能的逐渐丧失。

3. 质量概念的发展

质量概念发展主要有“符合性质量”、“适用性质量”和“广义质量”。

(1) 符合性质量：它以符合现行标准的程度作为衡量依据。“符合标准”就是合格的产品质量，“符合”的程度反映了产品质量的一致性。

(2) 适用性质量：它是适合顾客要求的程度作为衡量的依据。

(3) 广义质量：质量是一组固有特性满足要求的程度，既反映了要符合标准的要求，也反映了要满足顾客及相关方的需求。

(二) 质量管理的基本知识

1. 管理的职能

管理的主要职能是计划、组织、领导和控制。

(1) 计划：确立组织目标，制定实现目标的策略。计划有以下三个方面的内容：研究活动条件、制定业务决策和编制行动计划。

(2) 组织：确定组织机构，分配人力资源。组织要完成的工作包括：组织机构和结构设计、人员配置、启动并维持组织运转、监视运转。

(3) 领导：激励并管理员工，组建团队。“创造一个使员工充分参与实现组织目标的内部环境”属于领导职能。

(4) 控制：评估执行情况，控制组织的资源。控制是为了保证系统按预定要求运作而进行的一系列工作。

2. 管理的幅度和层次

(1) 管理幅度：管理幅度是指管理者直接领导下属的数量；管理层次是最高管理者到具体执行人员之间的不同管理层次。在管理幅度给定的条件下，管理层次与组织规模的大小成正比，即组织规模越大，成员人数越多，管理层次就越多；在组织规模给定的条件下，管理层次与管理幅度成反比，即管理者直接领导下属的人员越多，组织所需的层次就越少。

(2) 管理层次：按层次划分，管理可分为高层管理、中层管理和基层（底层）管理三个层次。
①高层管理者是组织的高级管理者，其主要作用是确立组织的目标。他们主要负责与组织外部联系，如与政府、学界、重要顾客或供应商、金融机构等沟通。
②中层管理者负责利用资源以实现高

层管理者确立的目标，主要通过在其职权范围内执行计划并监督基层管理人员来完成。③基层管理者负责日常业务活动，通常监督指导作业人员，保证组织正常运转。

(3) 组织活动：组织的活动也有三种，即作业活动、战术活动和战略计划活动，分别由基层、中层和高层管理者负责执行。

(4) 管理技能：通常情况下，作为一名管理者应具备三种管理技能，即技术技能、人际技能和概念技能。①技术技能：指具有某一专业领域的技术、知识和完成组织活动的的能力。②人际技能：指与处理人事关系有关的技能，即理解激励他人并与其他人共事的能力，主要包括领导能力、影响能力和协调能力。③概念技能：指综观全局，认清为什么要做某事的能力，也就是洞察企业与环境相互影响的复杂性的能力，它包括理解事物相互关联性从而找出关键影响因素的能力，确定与协调各方面关系的能力。

高层管理者尤其需要较强的概念技能；中层管理者更多需要人际技能和概念技能；基层管理者主要需要技术技能和人际技能。

3. 质量管理相关概念

(1) 质量管理：质量管理是指在质量方面指挥和控制组织协调的活动，通常包括制定质量方针和质量目标及质量策划、质量控制、质量保证和质量改进。

(2) 质量方针：由组织的最高管理者正式发布的该组织总的质量宗旨和质量方向。

(3) 质量目标：组织在质量方面所追求的目的，是对质量方针的展开，也是组织质量方针的具体体现。

(4) 质量策划：是质量管理的一部分，致力于制定质量目标并规定必要的运行过程和相关资源以实现质量目标。质量策划的目的是保证最终的结果能满足顾客的需要。

(5) 质量控制：是质量管理的一部分，致力于满足质量要求。质量控制是一个设定标准（根据质量要求）、测量结果，判定是否达到预期要求，对质量问题采取措施进行补救并防止再发生的过程。

(6) 质量保证：是质量管理的一部分，致力于提供质量要求会得到满足的信任。质量保证是在订货前建立起来的买方对卖方的信任，不是买到不合格产品以后的保修、保换、保退等措施。

(7) 质量改进：是质量管理的一部分，致力于增强满足质量要求的能力。质量改进的对象可能涉及组织的各方面，如质量管理体系、过程、产品等。

4. 全面质量管理的含义

全面质量管理：以质量为中心，以全员参与为基础，目的在于通过让顾客满意和本组织所有者、员工、供方、合作伙伴或社会等相关方受益而达到长期成功的一种管理途径。该含义有如下要点：①全面质量管理是对一个组织进行管理的途径。对一个组织来说，它就是组织管理的一种途径，除了这种途径之外，组织管理还可以有其他的途径。②正是由于全面质量管理讲的是对组织的管理，因此，将“质量”概念扩充为全部管理目标，即“全面质量”，可包括提高组织的产品的质量，缩短周期（如生产周期、物资储备周期），降低生产成本等。③全面质量管理的思想，是以全面质量为中心，全员参与为基础，通过对组织活动全过程的管理，追求组织的持久成功，即使顾客、本组织所有者、员工、供方、合作伙伴或社会等相关方持续满意和受益。

5. 质量管理发展的阶段

(1) 质量检验阶段：20世纪初，人们对质量管理的理解只限于质量的检验。质量检验是在成品中挑出废品，以保证出厂产品质量。但这种事后检验把关无法在生产过程中起到预防、控制的作用。

用，且百分之百的检验也增加了检验费用。在大批量生产的情况下，其弊端就突显出来。

(2) 统计质量控制阶段：这一阶段的特征是数理统计方法与质量管理的结合。第一次世界大战后期，休哈特将数理统计的原理运用到质量管理中来，并发明了控制图。控制图的出现是质量管理从单纯的事后检验进入检验加预防阶段的标志，也是形成一门独立学科的开始。但是，统计质量管理过分强调质量控制的统计方法，使人们误认为质量管理就是统计方法，感到高不可攀、难度大。

(3) 全面质量管理阶段：1961年，费根堡姆提出了全面质量管理的概念。所谓全面质量管理，是以质量为中心，以全员参与为基础，旨在通过让顾客和所有相关方受益而达到长期成功的一种管理途径。

6. 八项质量管理原则

(1) 以顾客为关注焦点：组织依存于顾客。因此，组织应当理解顾客当前和未来的需求，满足顾客要求并争取超越顾客期望。

(2) 领导作用：领导者确立组织统一的宗旨及方向。他们应当创造并保持使员工能充分参与实现组织目标的内部环境。

(3) 全员参与：各级人员都是组织之本，只有他们的充分参与，才能使他们的才干为组织带来收益。

(4) 过程方法：将活动和相关的资源作为过程进行管理，可以更高效地得到期望的结果。

(5) 管理的系统方法：将相互关联的过程作为系统加以识别、理解和管理，有助于组织提高实现目标的有效性和效率。

管理的系统方法包括了确定顾客的需求和期望，建立组织的质量方针和目标，确定过程及过程的相互关系和作用，并明确职责和资源需求，确立过程有效性的测量方法并用以测量现行过程的有效性，防止不合格，寻找改进机会，确立改进方向，实施改进，监控改进效果，评价结果，评审改进措施和确定后续措施等。

(6) 持续改进：持续改进总体业绩应当是组织的一个永恒目标。

(7) 基于事实的决策方法：有效决策是建立在数据和信息分析的基础上。

(8) 与供方互利的关系：组织与供方是相互依存的，互利的关系可增强双方创造价值的能力。

7. 过程方法模式

一组将输入转化为输出的相互关联或相互作用的活动可视为一个过程。资源是过程中的活动所必需的条件。通常，一个过程的输出将直接成为下一个过程的输入。系统地识别和管理组织所应用的过程，特别是这些过程之间的相互作用，称为过程方法。过程方法的基本要点为：①系统地识别组织所应用的过程。②具体识别每一个过程。③识别和确定过程之间的相互作用。④管理过程及过程的相互作用。⑤ISO 9000族标准表述的以过程为基础的质量管理体系模式。

8. 顾客、顾客要求和顾客满意

(1) 顾客：顾客是指接受产品的组织或个人，既可以是一个组织，也可以是指组织内部的一部分。按接受产品的所有者情况分为内部顾客和外部顾客两类：内部顾客是指组织内部的依次接受产品或服务的部门和人员；外部顾客是指组织的外部接受产品或服务的组织和个人。例如，消费者、委托人、零售商和最终使用者等。按接受产品的顺序情况分为过去顾客、目标顾客和潜在顾客三类：过去顾客：指已接受过组织的产品的顾客；目标顾客：正在接受组织的产品的顾客；潜在顾客：尚未接受组织产品的顾客或者是竞争者的顾客。

(2) 顾客要求：顾客要求是指“明示的、通常隐含的或者必须履行的需求或期望”。顾客要求

是一种特定的要求，是由明示的或者是不言而喻的惯例及一般做法所考虑的顾客需求或期望组成。需求是指对有能力接受并愿意接受的某个具体产品的欲望（欲望是指对具体满足物的愿望），当具有接受能力（如购买能力）时，欲望便转化成需求。期望是指对接受（获得）某个具体产品所有的希望（预期达到的）。顾客需求或期望反映了顾客要求，即决定了认知质量。

（3）顾客满意：顾客满意是指顾客对其要求已被满足的程度的感受。顾客抱怨是一种满意程度低的最常见表达方式，但没有抱怨并不一定表明顾客很满意。即使规定的顾客要求符合顾客的愿望并得到满足，也不一定确保顾客很满意。顾客满意有以下基本特性：①主观性。顾客的满意程度是建立在其对产品和服务的体验上，感受的对象是客观的，而结论是主观的。②层次性。处于不同层次需求的人对产品和服务的评价标准不同，因而不同地区、不同阶层的人或一个人在不同条件下对某个产品或某项服务的评价不尽相同。③相对性。顾客对产品的技术指标和成本等经济指标通常不熟悉，他们习惯于把购买的产品和同类其他产品，或和以前的消费经验进行比较，由此得到的满意或不满意有相对性。④阶段性任何产品都具有寿命周期，服务也有时间性，顾客对产品和服务的满意程度来自于过程的使用体验，是在过去多次购买和提供的服务中逐渐形成的，因而呈现出阶段性。

9. 顾客要求的识别与确认

一个有效的要求陈述将是：①特定的输出或“真实的瞬间”，保证需求陈述与某一特定产品或“真实的瞬间”相联系。②描述单个性能规范或因素，必须清楚地描述顾客需求和期望的是什么，或者顾客评价的依据是什么——速度、成本、损失等。避免把各种因素混淆在一起。③使用可观察和/或可测量的因素来表达，将顾客的产品和服务要求，努力转换成可观察和（或）可测量的指标（特性值）来表达。④建立“可接受的”或“不可接受的”的标准。⑤要详细但简洁。

通常回答以下问题，可以判断出要求陈述的好与不好：①要求陈述是否真正反映了顾客认为最重要的因素？②能否检查一下要求陈述是否很好地满足了顾客的要求？③要求陈述表达得是否清楚且易于理解？④过程的输出要求是否已经明确？

10. 顾客满意度和顾客满意度指标

顾客满意度是对顾客满意程度的量化描述。顾客满意度测量指标体系结构，可采用层次分析结构。首先确定顾客满意度测量的总目标——顾客满意，然后分解为若干个测量和评价的子目标，并继续分解每个子目标直至具体测量目标。

确定顾客满意度指标是测量与评价的核心部分。第一，绩效指标对顾客而言必须是重要的。“让顾客定义满意”是确保选择顾客认为最关键的绩效指标的唯一途径，要倾听顾客是怎么说的。第二，绩效指标必须能够控制。顾客满意测量和评价会使顾客产生新的期望，认为组织即将进行改进，如果组织在某一领域无法改变或不愿意采取行动，则不应在此消耗时间和精力。第三，绩效指标必须是具体和可测量的。顾客满意度的评价指标一般应便于调查和统计分析，不使顾客和调查人员产生异议而影响效果。

顾客满意度评价不仅应揭示出顾客满意的程度，而且应找出满意和不满意的内在原因。通过制定绩效指标就可以达到这一目的。不过，这些绩效指标应由顾客定义并且组织是可控制的。

如果对某组织的产品顾客满意度测评和评价，以“顾客满意”为总的目标，可分解为产品、服务、购买、价格、供货等各个子目标。具体如下：

与产品有关的指标：特性/经济性、可靠性、安全性、美学性；

与服务有关的指标：保修期或担保期、售前服务、售后服务、处理顾客抱怨、问题解决；

与购买有关的指标：礼貌、沟通、获得的难易和方便程度、公司名誉、公司竞争实力；

与价格有关的指标：价格的合理性、物有所值、费率/折扣；

与供货有关的指标：供货方式、供货迅速准时、搬运。

顾客满意度测量和评价还必须包括个别公司的特殊绩效指标。这些绩效指标是这类公司独特的一面，是其有别于竞争者的一种公司文化。如国际商业机器公司（IBM）在提供优质服务方面久负盛誉，而麦当劳则以产品统一和卫生著称于世。

11. 《卓越绩效评价准则》的目的、适用范围

（1）目的：卓越绩效评价准则是质量奖评审的依据。制定标准的目的是有两个，一是用于国家质量奖的评价，二是用于组织的自我学习，引导组织追求卓越绩效，提高产品、服务和经营质量，增强竞争优势，并通过评定获奖组织、树立典范并分享成功的经验，鼓励和推动更多的组织使用这套标准。

（2）适用范围：GB/T 19580《卓越绩效评价准则》和 GB/Z 19579《卓越绩效评价准则实施指南》适用于追求卓越绩效的各类组织，是一对联联合使用的标准。前者规定了组织卓越绩效评价要求，后者对前者的内容作了详细说明，为组织追求卓越提供了实施指南。两者为组织追求卓越绩效规定了自我评价的准则，也可用于质量奖的评价。

12. 《卓越绩效评价准则》的主要结构和内容概要

卓越绩效评价准则框架图（详见《2011年质量专业基础知识与实务（初级）》）描述了卓越绩效评价准则的结构，形象而清楚地表达了 GB/T 19580《卓越绩效评价准则》七个类目之间的逻辑关系。卓越绩效评价准则框架模型图卓越绩效评价准则共包括七大类目：“4.1 领导”、“4.2 战略”、“4.3 顾客与市场”、“4.4 资源”、“4.5 过程管理”、“4.6 测量、分析与改进”和“4.7 经营结果”。有关过程的类目包括 4.1、4.2、4.3、4.4、4.5、4.6，有关结果的类目为 4.7。

“过程：方法—展开—学习—整合”和“结果”两个箭头框图（详见《2011年质量专业基础知识与实务（初级）》）表达以下逻辑：①过程旨在结果，结果通过过程取得，并为过程的改进和创新提供导向。②卓越绩效模式旨在通过卓越的过程创取卓越的结果，只有那些经过卓越过程取得卓越结果的组织才是真正卓越的组织。

“领导”“战略”“顾客与市场”构成“领导作用”三角，是驱动性的；“资源”“过程管理”“经营结果”构成“资源、过程和结果”三角，是从动性的；而“测量、分析和改进”犹如链接两个三角的“链条”，转动着改进和创新的 PDCA 之轮，不断提升组织的整体经营绩效和竞争能力，其中的数据、信息和知识对于基于事实的管理和竞争性改进而言，是至关重要的，构成了组织运作和绩效管理系统之基础。

标准的第 1 章为“范围”，第 2 章为“规范性引用文件”，第 3 章为“术语和定义”，第 4 章“评价要求”是标准的主体内容，共包括 7 个类目和 22 个评分项，具体内容概述如下：①领导。评价组织高层领导在价值观、发展方向、目标、对顾客及其他相关方的关注、激励员工、创新和学习等方面的作为，以及组织的治理和履行社会责任的情况。②战略。评价组织的战略目标和战略规划制定、部署及其进展情况。③顾客与市场：评价组织确定顾客和市场的需求、期望和偏好的方法，建立顾客关系、测量和改进顾客满意度的过程。④资源：评价组织高层领导为确保战略规划和目标的实现、为价值创造过程和支持过程所配置的资源，包括人力资源及财务、基础设施、相关方关系、技术、信息等其他资源。⑤过程管理：评价组织过程管理的主要方面，包括价值创造过程和支持过程。⑥测量、分析与改进：评价组织选择、收集、分析和管理的数据库、信息和管理数据、信息和方法，充分