

宏观质量管理概论

王泽洪 黄国庆 周德文 主编



中国质检出版社
中国标准出版社

宏观质量管理概论

王泽洪 黄国庆 周德文 主 编

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

宏观质量管理概论/王泽洪,黄国庆,周德文主编. —北京:
中国标准出版社,2013. 6

ISBN 978 - 7 - 5066 - 7161 - 3

I. ①宏… II. ①王… ②黄… ③周… III. ①宏观质量管理—概论 IV. ①F273. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 108844 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 787 × 1092 1/16 印张 17 字数 387 千字

2013 年 6 月第一版 2013 年 6 月第一次印刷

*

定价 50.00 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

编 委 会

主 编 王泽洪 黄国庆 周德文

编写人员 韩玉明 柳文平 莫炳红
胡光怀 马 良

前 言

改革开放以来，中国的发展成就举世瞩目。从农业化走向工业化，从计划走向市场，从温饱走向小康，短短三十多年的时间，我国走过了西方发达国家历经数百年的发展进程。经济的突飞猛进，社会的日新月异，描绘出一幅生机勃勃的现代化图景，美好的“中国梦”就在眼前。

中国梦，就是人民的梦。人民的幸福，离不开生活质量的改善，离不开发展质量的提升，离不开生态环境质量的改善。质量问题，已从一个战略问题，上升为如何实现“中国梦”的发展道路问题。这一“质量”，不仅是产品质量、食品质量、工程质量、服务质量，更包含着经济增长质量、社会发展质量，以及蕴含于民族灵魂之中的质量价值观、质量文明和质量精神。从党中央、国务院到地方各级党委、政府，都已深刻阐释过质量问题对于中国现代化进程的重要意义。

正是在这些阐释的引领下，我们从湖北全面深入实施质量兴省战略的实践探索出发，组织专家学者，依托我国质量文化、质量理论研究的成果，在编著出版的《政府质量管理理论与实践》、《迈向卓越》的基础上，收集和总结了国内外成果经验、鲜明观点，编著了本书。

本书主要从质量、质量管理、质量分类和宏观质量管理的概念、原理着眼，具体介绍了宏观质量管理的历程、质量发展、质量准入管理、质量监督管理、质量风险管理与救济、宏观质量监管体制、质量技术检测平台建设、质量文化建设、企业质量管理等内容。

本书的理论凝聚着全国各地宏观质量管理者的心血和实践，来源于实践，其目的也是为了指导实践。希望本书的出版，能够为推动宏观质量管理、加强全面质量管理提供有益的参考和借鉴。

A stylized, bold handwritten signature in black ink, likely reading '王泽洪' (Wang Zehong).

(王泽洪 原湖北省质监局党组书记、局长，质量兴省领导小组办公室主任，现任湖北省人大常委、法制委员会副主任)

2013 年 3 月 28 日于武昌

目 录

第一章 总论	1
第一节 质量	1
一、质量的概念	1
二、质量特性及分类	3
三、影响质量的相关因素	4
四、质量概念的演进	6
第二节 质量管理	8
一、质量管理概念	8
二、质量管理大师的质量理念	11
第三节 质量管理分类	13
一、微观质量管理	13
二、宏观质量管理	14
三、微观质量管理和宏观质量管理的区别	15
第四节 宏观质量管理	15
一、宏观质量管理的概念	16
二、宏观质量管理的分类	16
第二章 宏观质量管理一般原理	25
第一节 宏观质量管理的理论基础	25
一、市场失灵与宏观质量管理	26
二、我国政府职能中质量管理定位	29
三、我国转型期政府质量管理主导作用	30
第二节 政府加强质量管理工作的现实必要性	32
一、加强质量管理是贯彻科学发展观的有效措施	32
二、加强质量管理是构建社会主义和谐社会的重要内容	33
三、加强质量管理是建设“两型”社会的有力支撑	34
四、加强质量管理是增强国际市场竞争力的有效手段	35
五、加强质量管理是维护市场公平竞争秩序的迫切需要	36
第三节 宏观质量管理的内容	36
一、宏观质量管理的内容框架	36

二、质量发展管理与质量安全监管的关系	37
三、质量安全	38
四、质量发展	39
五、质量基础支撑	40
第四节 宏观质量管理的手段	40
一、宏观调控	40
二、市场准入	40
三、质量监管	41
四、行业自律	41
五、舆论监督	41
六、公共服务	42
第五节 宏观质量管理基本原则	42
一、区别行权的原则	42
二、以人为本的原则	43
三、质量安全优先原则	43
四、监管独立性原则	44
五、成本效益原则	44
六、法定授权原则	45
七、信息公开原则	45
第六节 宏观质量管理的风险与救济	46
一、宏观质量管理风险的根源	46
二、宏观质量管理救济原则	48
第三章 宏观质量管理历程	49
第一节 我国宏观质量管理历史沿革	49
一、中国古代、封建社会质量管理	49
二、新中国宏观质量管理发展历程	54
三、我国宏观质量管理的机构沿革	58
四、我国地方宏观质量管理工作	59
第二节 国外宏观质量管理	61
一、美国质量管理	61
二、日本质量管理	68
三、欧盟质量管理	73
四、发达国家在质量管理方面的总结	78
第四章 质量发展	83
第一节 概述	83
一、政府介入质量发展管理是市场优胜劣汰机制发挥的必要补充	83
二、政府介入质量发展管理是政府促进经济发展职能的重要内容	83

三、政府介入质量发展管理是适应现阶段我国国情的必要措施	84
四、政府介入质量发展管理是国外先进国家的成功实践	84
五、政府介入质量发展管理是我国法律法规和政策规定的责任	85
第二节 质量发展规划	86
一、编制质量发展规划的意义	86
二、编制质量发展规划的依据	87
三、编制质量发展规划的程序	87
第三节 质量发展政策引导	88
一、农产品质量发展政策	88
二、工业产品质量发展政策	89
三、服务质量发展政策	91
四、质量人才素质培育政策	92
五、出口品牌扶持政策	92
六、政府优先采购名优产品政策	94
第四节 质量发展激励	95
一、概述	95
二、政府质量奖	96
三、品牌建设	100
第五节 质量绩效考核评价	116
一、概述	116
二、质量指标	117
三、绩效考核	121
四、质量兴（强）市评价	127
第五章 质量准入	129
第一节 质量许可	129
一、工业产品生产许可	129
二、食品质量安全准入许可	131
三、特种设备资格认可	133
四、计量行政许可	133
五、其他特殊产品准入管理	134
六、我国质量许可制度的问题、建议	134
第二节 质量认证	137
一、概述	137
二、我国质量认证制度中存在的问题、建议	139
第三节 质量标准	141
一、概述	141
二、我国标准化工作中存在的问题、建议	143

第六章 质量监督	149
第一节 质量监督概述	149
一、国家行政监督	149
二、行业监督	149
三、社会(群众)监督	150
第二节 质量监督制度建设	150
第三节 我国质量监督的制度措施	151
一、监督检查	151
二、日常监管	152
三、执法惩戒	153
第四节 重点产品的专项监管	154
一、食品质量安全监管	154
二、特种设备安全监管	155
三、危险化学品安全监管	155
四、药品监管	156
第七章 质量风险管理与救济	158
第一节 质量风险管理	158
一、质量风险管理的概念	158
二、质量风险管理流程	159
三、质量风险管理措施	160
第二节 质量缺陷产品召回	161
一、概述	161
二、实施缺陷产品召回的必要性	162
三、建立我国缺陷产品召回制度的措施	163
第三节 质量安全多元救济机制	166
一、产品侵权损害赔偿	166
二、产品质量安全责任保险	168
三、产品质量安全社会救助	168
第八章 宏观质量监管体制	170
第一节 国外质量监管体制	170
一、美国质量监管体制	170
二、日本质量监管体制	173
三、欧盟质量监管体制	175
四、发达国家质量监管体制的启示	176
第二节 我国政府质量监管体制现状	178
第三节 我国政府质量监管体制存在的主要问题	180
一、质量法律制度不健全	181

二、监管模式不科学	182
三、监管职能履行不到位	183
四、监管系统外部开放性不够	184
第四节 改进和完善我国政府质量监管体制的思考	184
一、建立健全质量法律体系	184
二、组建高效的政府质量监管机构	185
三、完善科学的政府质量监管系统	186
第九章 质量技术检测平台建设	188
第一节 概述	188
一、质量检测技术服务分类	188
二、质量检测平台的主要功能	191
三、常规质量检测平台实验室及配套设施推荐设置	191
第二节 我国质量技术检测平台现状	194
第三节 我国质量技术检测平台建设存在的主要问题	195
一、管理政策和规范不完善，多头管理，重复建设	195
二、检验检测机构能力评价、评审体系混乱	196
三、地方产品质量检验检测技术机构建设政府投入不足，检测能力不强	197
四、政府检测任务与市场委托检测任务不分，政府检测权威性存疑	197
第四节 加强质量技术检测平台建设的措施	199
一、加强检验检测技术机构建设	199
二、加强对我国检验检测技术机构的统一规划和管理	200
三、提升公共技术检测服务质量发展的能力和水平	200
四、加快技术检测机构改革步伐，积极稳妥培育市场中介检测市场	201
五、妥善应对来自境外的技术检测机构的竞争和挑战	202
第十章 质量文化建设	203
第一节 概述	203
一、质量文化的内涵	203
二、质量文化的主要内容	205
三、质量文化建设的重要性	206
四、建设质量文化的主要措施	208
第二节 国外几个主要发达国家质量文化发展的特征	208
一、美国质量文化	208
二、日本质量文化	213
三、德国质量文化	215
第三节 我国质量文化建设的主要路径	218
一、质量法治文化建设	219
二、质量教育文化建设	222

三、质量诚信文化建设	224
四、质量道德文化建设	229
第十一章 企业质量管理	233
第一节 企业质量管理的主体作用	233
一、发挥企业质量管理主体作用的必要性	233
二、发挥企业质量管理主体作用的途径	234
第二节 企业质量管理的发展历程	235
一、质量检验阶段（20 世纪初至 20 世纪 30 年代）	235
二、质量统计控制阶段（20 世纪 40 年代到 20 世纪 50 年代）	235
三、全面质量管理（20 世纪 60 年代起至今）	236
第三节 企业质量管理的主要模式及方法	237
一、ISO 质量管理体系	237
二、六西格玛管理	239
三、精益管理	240
四、“零缺陷”质量管理	241
五、标杆对比	242
六、卓越绩效管理模式	243
第四节 企业质量管理与宏观质量管理的关系	244
一、不同国家政府与企业的关系	244
二、我国企业质量管理与宏观质量管理的关系	245
第五节 政府在推动质量兴企中作用探析	247
一、督促企业构建质量管理体系，发挥企业质量主体作用	247
二、帮助强化企业质量基础工作，练好质量兴企“基本功”	247
三、引导企业导入先进质量方法，促进企业提升管理水平	248
四、指导企业抓好品牌培育，实施名牌战略	248
五、积极实施绩效评价，建立质量兴企的政府促动机制	248
参考文献	255
后记	259

第一章 总 论

第一节 质 量

纵观近现代世界各国的经济，大都经历了从数量经济向质量经济发展的过程。我国目前也已告别了“短缺经济”，绝大多数产品实现了由卖方市场向买方市场的转变。消费者消费倾向也从满足量的需求向质的需求延伸。市场竞争日趋激烈，如何在降低或保持同等成本下提高产品质量成为企业的优先考虑战略。不论是国家间竞争还是地区间竞争，其焦点都是质量、品牌与技术、成本的竞争。质量已成为构成国力和地区实力的重要因素。

1994 年世界著名质量管理专家朱兰博士曾预言：“21 世纪将是质量世纪。”预见了质量将渗透到经济社会各个领域，质量将向全球发展，以及所有组织领导者对质量重要性的认识将日益增强。今天，一个国家、一个地区的经济实力，以及我们日常生活所依赖的住房、食物、交通、医疗、工作、休闲、环境、社会安全等，无一不与质量密切相关。加强质量管理是实现科学发展、提高竞争力的根本途径，是兴国之道、强国之策。

一、质量的概念

质量是质量管理理论中最基本的概念。质量一词在我国有多种含义。《辞海》对质量的释义有两种，一种是事物、产品或工作的优劣程度；另一种是量度物体所含物质多少的物理量。本书所说的质量，其内涵和外延有了较大延伸。

质量是一个广义的概念。在不同时期，从不同角度对质量会有不同的理解。国际标准化组织（ISO）在总结、概括人们对质量认识的基础上，形成了关于质量的定义。见图 1-1。

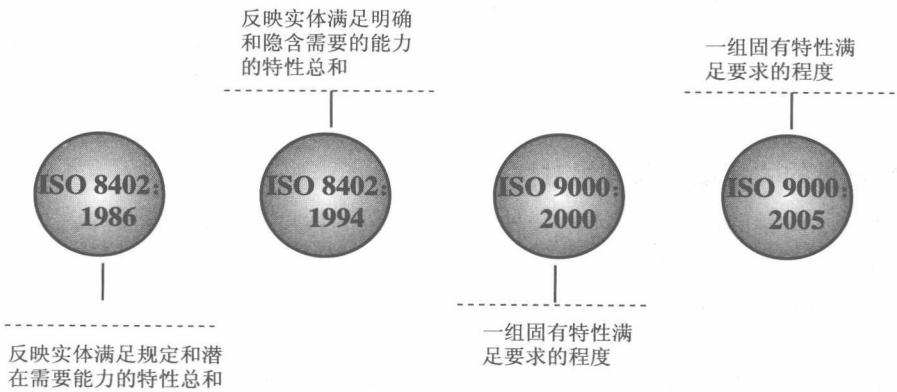


图 1-1 ISO 标准中关于质量的定义

ISO 9000: 2005《质量管理体系 基础和术语》中对质量的最新定义是：“一组固有特性满足要求的程度。”

理解质量的定义，需要准确把握质量定义中的三个关键词：“特性”、“要求”和“程度”。其中，“特性”是质量主体所固有的属性，“要求”是质量主体接受者的偏好，“程度”是质量主体固有特性与质量主体接受者偏好的符合度。因此，从“特性”和“要求”两者关系的角度来描述质量，可以叙述为质量主体的“特性”满足质量主体接受者偏好的程度。满足的程度越高，可以说质量主体的质量越高或者越好，反之则认为质量主体的质量越低或者越差。质量的含义可以从以下几个方面深化理解：

（一）质量的“载体”具有广义性

它是以产品、体系和过程作为载体的，它不仅是指产品、零部件等实物质量，也包含服务的质量，也可以是某项活动和过程的工作质量，还可以是指涉及人的素质、设备能力、管理水平及其体系运行的质量，如经营质量、经济发展质量。因此，质量是一个广义的概念。

（二）质量的“特性”具有综合性

一方面，质量具有“可区分的特征”，区分的方法可以是定性的或定量的，如优等品、次品；特级、一级、二级；空气质量PM2.5数值20、30、100；等等。随着科技的进步和质量技术检测水平的提升，越来越多的产品质量可以通过技术参数表现出来，如质检机构出具的质量检测报告就是通过检测数据来说明产品质量。

另一方面，质量是客观的，但也掺有主观的成分。很多质量属性无法用客观的数据描述。如烟、酒的味道，目前技术上还不能代替品酒师、品烟师；服装的款式、建筑物的美感需要人的主观感知；服务业质量需要进行顾客满意度测评。这些方面的质量因人群不同，对质量的认知会有差异，对质量的评价带有一定的主观色彩。

（三）质量的“要求”具有多元性

要求是“明示的、通常隐含的或必须履行的需求或期望。”首先，要求是由组织、顾客和其他相关方提出的，反映了组织、顾客和其他相关方对质量特性的需要和期望。其次，这些需要和期望有时是明示的，例如在购销合同中约定产品质量的性能要求；有时是隐含的，即组织、顾客和其他相关方的惯例或一般做法，所考虑的需求和期望是不言而喻的，如银行对客户存款的保密性、安全性，即使客户没有明确提出，也必须保证；有时是必须履行的，例如法律法规规定必须保证的产品质量安全要求等。

（四）质量的“程度”具有相对性

程度反映了质量的高低。对于同一种要求，满足的程度越高，质量越高；满足的程度越低，质量越差。这也表明质量是一个相对的概念，是相对于要求而言的，要求又是和消费者身份、购买能力或者消费偏好紧密联系的。

质量要求是动态的，具有时效性和地域性。随着科技的发展、生活水平的提高，人们对产品、过程和体系会提出新的更高的质量要求。因此，应定期对质量进行评审和监督，按照各方面变化的需要和期望，相应地改进产品、体系和过程的质量，以保证满足顾客及

相关方面的要求。

同时,质量还具有相对性,不同国家、不同地区因自然环境条件不同、技术发达的程度不同、消费水平和风俗习惯等的不同,会对产品提出不同的要求。例如,不同宗教信仰、不同民族习惯的地区对产品质量的需求是不同的;不同地方技术法规对产品质量的要求也是不同的,销往欧洲的彩色电视机要符合欧洲的电视制式、电压及电压的波动范围等质量要求,而国内销售的彩色电视机则不同;不同地理环境下,对产品质量要求也是不同的,销往非洲沙漠国家的家电与销往东南亚阴湿天气国家的家电对产品质量要求存在一定差别。因而产品质量应具有对地域及环境的适应性。随着经济和社会发展,质量评价的重心越来越倾向于质量主体接受者偏好的满意度和契合度。

(五) 质量“需求”具有有限性

质量与成本、价格密切相关,评价质量高低必须考虑价格因素。对于生产者来说,生产高质量的产品,成本或加倍上升,相对于成本的增加,质量的边际效益递减,到一定程度,高质量不一定能产生相应收益,生产是不划算的。对于消费者来讲,对质量的追求也是有限度的,也不是越高越好。如对一件服装耐磨度超过10年、对一件家用电器寿命超过20年、对一般食品保质期超过2年对于大多数消费者来说是不必要的。同时,不同消费层次的消费者对质量的需求更是不同的,对收入较低的人群,对质量成本、价格限制会更强,经济适用,质量适中是首选。对高收入人群,更强调质量的附加值,对品牌的追求更加看重。对于目前中国制造产品而言,主要满足中低收入消费者需求,日用消费品在国际市场上占据份额较大。相对于一定价格档次的产品而言,中国制造产品质量是最好的或较好的选择。我们不能脱离成本、价格和消费人群需求笼统评价中国制造质量低劣,这对中国制造是不公平的。

二、质量特性及分类

质量特性是指产品、过程或体系与要求有关的固有特性。质量概念的关键是“满足要求”,这些“要求”必须转化为有指标的特性,作为评价、检验和考核的依据。质量特性有的是能够定量的,有的是只能定性的。在实际的测评工作中,通常将不能定量的特性尽可能转换成可以定量的代用质量特性。

(一) 根据评价、检验和考核的方式不同划分

1. 物理的特性

这些特性一般可以进行精确测量。例如,汽车的速度、功率、耗油量;布料、木地板的耐磨度;电视的使用年限、耗电量、清晰度;钢材的化学成分、强度、弯曲度;等等。而随着科学进步,越来越多的“特性”可以进行精确的测量,从而使人们对质量特性进行客观判定成为可能。物理特性是一种客观存在,不会因人而变化。

2. 感官的特性

由于个体的感官差异,这些特性一般很难使用精确的指标进行测量。如烟酒的特定品质、食品的味道、服装的款式、面料的手感等。还有一种特性是对行为的满意度感知,例

如对提供服务的热情周到、诚实信用、及时便利的满意程度等。这些特性只能通过感知而获得。

对感官特性的感知因人而异。产品和服务要符合人的普遍性生理特征和感知习惯,使人感觉具有安全性和舒适性,提高满足感。首先要能给顾客提供安全舒适的感受,在此基础上尽量提高不同消费者对产品特性的满意度。

(二) 根据产品的类别划分

1. 硬件质量特性

硬件质量特性有内在特性,如性能、精度、成分等;有外在特性,如外观、色泽、气味等;有经济特性,如使用成本、维修时间等;还有其他方面的特性,如安全、环保、美观等。硬件质量特性有可以定量测量的特性,如强度、黏性、速度、抗化学性等;也有定性的特性,通过主观判断进行测量,如色彩、质地、气味等。质量的适用性主要是建立在硬件质量特性基础之上的。

2. 软件质量特性也即服务质量特性

服务质量特性是服务产品内在的特性。大部分服务质量特性是顾客可以直接观察或感觉到的,如服务等待时间的长短、服务设施的完好程度、服务用语的文明程度等。还有一些是反映服务业绩的特性,如银行的转账差错率、酒店结账差错率等。一般来说,服务质量特性主要包括:可靠性,即准确、持续履行服务承诺的能力;响应性,对顾客提出的需求,迅速高质地给予满足;保证性,员工具有的知识、礼节以及表达出自信与可信的能力;移情性,设身处地为顾客着想和对顾客给予特别的关注。不同的服务对各种特性要求的侧重点会有所不同。

(三) 根据对顾客满意的影响程度不同划分

1. 关键质量特性

关键质量特性是指如果规定的质量特征值不满足要求,会直接影响产品的安全性或使产品丧失全部功能。

2. 重要质量特性

重要质量特性是指如果规定的质量特征值不满足要求,会使产品丧失部分功能。

3. 次要质量特性

次要质量特性是指如果规定的质量特征值不满足要求,暂时不会影响产品使用功能,但可能会使功能逐渐降低或丧失。

三、影响质量的相关因素

(一) 质量与需求

质量与消费需求紧密相关,不同收入人群对质量的需求是不同的,一般来讲,随着收入的增加,对质量的需求也随之增加。见图1-2。

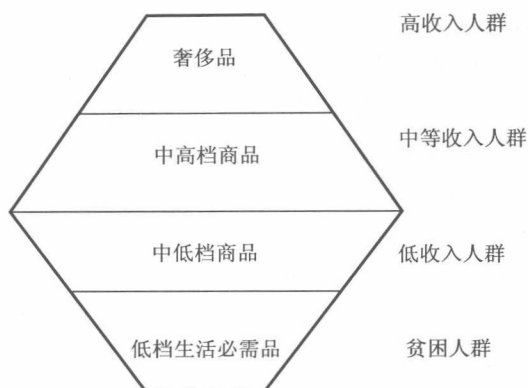


图 1-2 不同收入人群对质量的需求

同时，正如上文所述，消费者对质量的需求是有限的，大量的需求集中在质量的中端。质量并非越高越好。见图 1-3。

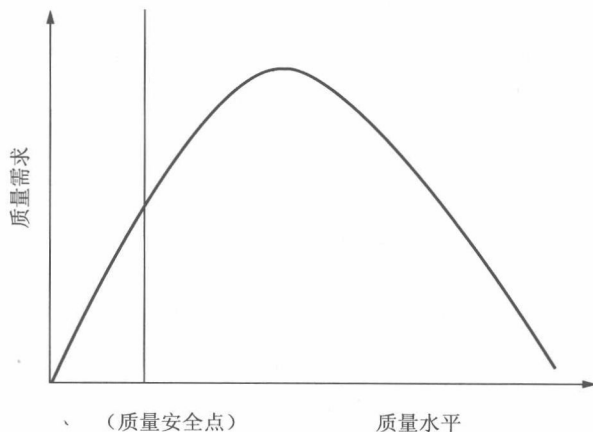


图 1-3 质量水平与质量需求的关系

（二）质量与成本、价格

质量与成本、价格密切相关，产出质量越高，投入成本越高，产品定价越高。所以要想得到高质量产品，消费者必须付出较高的价格。质量水平只有在一定价格层次上比较才有市场意义。同时，质量受成本约束刚性，当质量提升到一定水平后，所产生的边际成本会大于边际收益，消费者能接受的价格会低于质量成本，企业会处于亏损状态。企业对产品质量的追求取决于质量成本。见图 1-4，质量成本线与质量价格线的交叉点是企业产品质量的盈亏点。

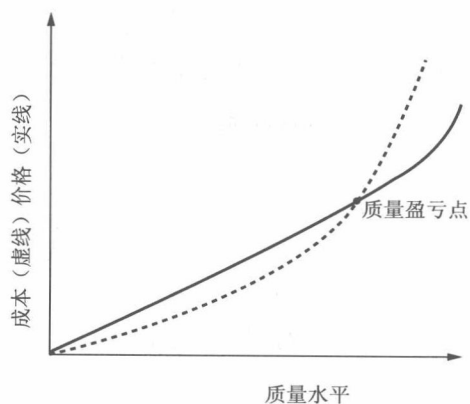


图 1-4 质量与成本、价格的关系