

詹思明 郑方辉 邓旭旗 著

出口消费品质 评价报告

2016

(广东卷)

新华出版社

2016 出口消费品质量评价报告

(广东卷)

詹思明 郑方辉 邓旭旗 著

新华出版社

图书在版编目(CIP)数据

2016 出口消费品质量评价报告 / 詹思明, 郑方辉,
邓旭旗著. — 北京: 新华出版社, 2016. 10

ISBN 978-7-5166-2881-2

I. ①2… II. ①詹… ②郑… ③邓… III. ①出口商
品-消费品-质量管理-研究报告-中国-2016 IV.

①F752

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 252543 号

2016 出口消费品质量评价报告

作 者: 詹思明 郑方辉 邓旭旗

责任编辑: 雒 悦

封面设计: 博克思文化

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.xinhupub.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: 北京洲际印刷有限责任公司

开 本: 787×1092mm

印 张: 16

字 数: 326 千字

版 次: 2017 年 1 月第一版

印 次: 2017 年 1 月北京第一次印刷

书 号: ISBN 978-7-5166-2881-2

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

报告提要

经过三十多年改革开放,我国已成为全球第二大经济体及主要进出口贸易大国。在出口贸易中,消费品出口占据重要地位。随着社会经济转型及国际地位提升,我国正实施由贸易大国向贸易强国的战略转型,构建出口消费品质量评价体系并开展实证研究,对于评估出口消费品质量现状、发现存在问题、监控质量风险、提供改进质量监管方式的具体建议具有重要的现实意义。

质量评价是质量管理的核心环节与基本要求。本研究遵循目标性、层次性、导向性、可行性原则,构建三个层次(领导层、导向层、实现层)和三个维度(微观、中观、宏观)的评价指标体系。其中,宏观质量用于衡量一个国家、地区商品质量的总体情况,重点关注产业结构、行业结构对经济社会及其质量的影响,中观质量可视为行业质量,微观质量针对企业或产品,关注商品是否达到预期生产目标,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,微观质量追求满足标准程度、产品合格率、顾客满意度及社会责任感,在充分竞争市场中,微观质量可由消费者甄别及市场监管。政府监管的重心应指向宏观质量,主要又是宏观质量下限,即宏观质量安全。

本报告为 2014 - 2015 年度报告。研究依据既定的指标体系取得质量指数,基础数据主要来自于出口消费品企业的抽样调查。调查覆盖家用电器、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、加工食品等 12 个出口行业,基本覆盖广东主要出口消费品种类,并按照行业性质、区域、规模等因素设计配额条件,同时,有针对性地加强对重点企业、代表企业调查,以及不同区域出口企业类型的抽样。实际完成的有效样本量为 3111 家,样本结构的特点:受访企业最多的是玩具行业(16.1%);珠三角地区企业占 62.1%;外商独资和私营企业分别占 49.7% 和 38.0%。被访企业中,员工规模为 51 - 300 人的企业占比 51.2% (301 - 1000 人的占 24.9%);出口年限在 5 - 10 年的企业占比 42.5% (11 - 20 年的有 31.4%);注册资金在 1000 万以上的企业占比 42.6% (100 - 300 万的占 20.2%)。

评价结果显示,2014 - 2015 年度广东出口消费品微观质量指数为 0.804,低于宏观质量指数(0.831),表明宏观质量总体水平优于微观质量,但二者差距较小(0.027,相当于微观质量指数的 3.36%)。与 2013 年度微观质量指数(0.783)、宏观质量指数(0.816)比较,两者都有较大进步。同时,3111 家出口消费品企业的微观质量指数反差明显(0.191 ~ 0.958)。其中,指数高于 0.900 的企业有 117 家,占比 3.76%;指数介于 0.800 ~ 0.900 的有 1816 家,占比 58.37%;介于 0.700 ~ 0.800 的有 910 家(29.25%);介于

0.600~0.700 的有 206 家(6.62%);低于 0.600 的企业共 62 家,占比 1.99%。12 个出口消费品行业(中观)质量指数介于 0.802~0.864 之间,其中,家用电器行业(0.864)居于首位,音视频设备行业(0.849)次之,纺织品服装行业(0.802)最低。与 2013 年度相比,行业间质量指数差异有所缩小。另一方面,根据广东检验检疫局提供的基础数据以及出口企业问卷调查数据,对 2014~2015 年度 12 个出口消费品行业的质量风险评价结果显示,风险指数加权平均值为 0.555,各行业指数介于 0.523~0.632 之间,相对于 2013 年度的评价结果(0.590)下降了 0.035,风险水平有所降低。

评价发现,微观质量存在的主要问题:一是企业质量标准认知有待提高,质量成本控制不足;二是企业的顾客服务机制缺失,顾客满意度较低;三是企业社会责任意识薄弱,诚信、环保观念有待加强。宏观质量存在问题有:一是出口行业发展不平衡,行业规模结构欠合理;二是技术创新水平普遍不高,行业整体竞争力不强;三是科技行业出口市场占有率下降,大型企业数量偏低。针对上述问题,报告建议:一是进一步完善出口消费品质量监管体系,服务出口提质增量,建立全面质量评价机制,动态掌握出口商品的总体质量水平,建立健全公共服务平台,为中小企业提供技术研发、质量评估与检测、市场信息等服务;二是引导企业树立质量创新意识,提升技术创新能力,强化出口市场多元化建设;三是进一步推动产业转型升级,促进行业平衡发展,创新“更高端”的绿色生活方式,树立高端标杆,引领行业健康有序发展。

报告下篇为专题探讨,内容包括年度热点问题调查报告、官方监督抽查产品质量年度报告、质量风险评价报告、出口消费品质量对区域经济发展影响、质量发展年度报告等。其中,年度热点问题调查结果是:41.94%的企业认为“一带一路”、人民币加速国际化等宏观政策对企业的影响较大,88.6%的企业认为部分关税调整对企业产生较大影响。对于 2016 年的出口前景,企业评分均值为 3.07(5 分制)。对于检验检疫等监管部门过去两年的表现,企业普遍认为,在简化检验手续(73.49%)、便利通关(65.42%)、删去不必要法检商品目录(35.38%)、降低相关费用(33.55%)等四个方面有较大的改进,等等。同时,本报告收录了两个重要附件。

目 录

上篇:评价结果

第一章 评价说明	3
一、评价背景与意义	3
二、评价体系	7
三、出口企业抽样调查	12
四、指标评分标准	18
第二章 微观质量评价结果	27
一、总体评价结果	27
二、按企业背景分类评价结果	30
三、按指标结构分类评价结果	36
四、得分率较低的指标分析	42
五、微观质量指数年度比较	44
第三章 宏观质量评价结果	48
一、行业(中观)质量评价结果	48
二、按指标分类的评价结果	51
三、行业分类评价结果	55
四、行业(中观)质量年度评价结果比较	70
五、宏观质量评价指数	73
第四章 质量障碍因素分析	74
一、障碍度识别模型	74
二、微观质量障碍因素分析	76

三、宏观质量障碍因素分析	92
第五章 成绩、问题与建议	100
一、主要成绩	100
二、主要问题	104
三、对策建议	113
下篇：专题探讨	
第六章 年度热点问题调查报告	119
一、年度热点问题	119
二、调查问题的统计结果	120
第七章 监督抽查产品质量年度报告	140
一、报告说明	140
二、2015 年国家监督抽查产品质量状况	141
三、广东检验检疫局 2015 年目录外进出口商品抽查结果	150
第八章 质量风险评价报告	161
一、行业质量抽检结果	161
二、出口消费品质量风险评价	166
第九章 出口消费品质量对区域经济发展的影响	187
一、问题提出	187
二、研究设计与回归结果	188
三、结论与建议	197
第十章 质量发展年度报告	198
一、出口商品政府监管状况	198
二、主要省级检验检疫部门质量监管动态	201
三、2015 年度质量领域的典型案例	211
附件 1	215
附件 2	234
后记	247

上篇：评价结果

- ◎ 评价说明
- ◎ 微观质量评价结果
- ◎ 宏观质量评价结果
- ◎ 质量障碍因素分析
- ◎ 成绩、问题与建议

第一章 评价说明

经过三十多年改革开放,我国已成为全球第二大经济体及主要进出口贸易大国,其中,出口消费品在我国出口贸易中占据重要地位。在我国从贸易大国向贸易强国转型的进程中,构建出口消费品质量评价体系并开展实证研究,对于评估出口消费品质量现状、发现存在问题、提供改进建议具有重要的现实意义。本项研究始于2009年,本年度报告在作者出版的《出口消费品质量评价》一书的理论方法上,利用经过科学论证的出口商品质量评价技术体系,以2014-2015年度广东出口消费品12个行业为例,通过对3111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) 评价背景

我国已成为全球对外贸易规模最大的经济体。近几年世界贸易一直低速增长,从国际经济总体环境来看,我国出口表现仍优于其他主要经济体,降幅程度最低。2014年,我国进出口增速比全球贸易增速高出2.7个百分点,也高于美国、欧盟、日本、印度、巴西等主要经济体增速,出口占全球份额为12.7%,全球第一货物贸易大国地位进一步巩固。2015年是我国货物贸易自新一轮全球金融危机以来所面临的国际国内形势较为复杂严峻的一年。在国际市场不景气、世界贸易深度下滑的背景下,2015年再次出现自2009年全球金融危机以来进出口“双降”的情况,进出口贸易总值为24.58万亿元,同比下降7%。其中,出口14.14万亿元,下降1.8%;进口10.45万亿元,下降13.2%。贸易顺差3.69万亿元,扩大56.7%。但尽管进口出口值都出现了下降,但出口明显好于全球主要经济体,出口份额较上一年提高1个百分点,货物贸易进出口和出口额仍稳居世界第一,国际市场份额进一步扩大,贸易结构持续优化,质量效益继续提高。图1-1显示我国近五年的进出口贸易总额和出口变化状况,可见五年来我国无论是进出口增值率还是出口增长率均逐年下降,总体形势不容乐观。

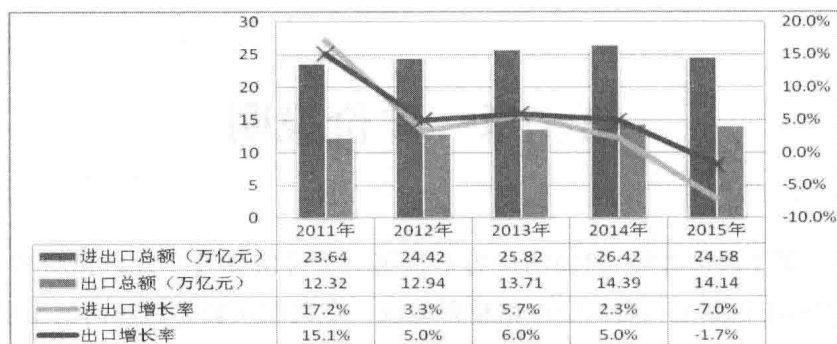


图 1-1 2011-2015 年我国进出口总值和出口额情况

数据来源:《2015 年中国统计年鉴》,其中 2011-2013 年数据根据当年汇率折算成人民币。

在全球经济环境的影响下,这两年广东进出口贸易总体走低,呈下降趋势,但占全国外贸总值的份额却不断增加。统计数据显示,2015 年,全国共有 7 个省市进出口值超万亿元,按进出口规模从大到小排列依次为:广东、苏州、上海、浙江、北京、山东和福建,广东以占据全国外贸总值四分之一的优势位置保持第一。2014 年广东省外贸进出口 6.61 万亿元人民币,比上年同期下降 2.5%,同期全国增长 2.3%,占全国同期外贸总值的 25%。其中出口 3.97 万亿元,增长 0.5%,同期全国增长 4.9%,占全国出口总值的 27.6%;进口 2.64 万亿元,下降 6.5%,同期全国下降 0.6%,占全国进口总值的 22%。2015 年广东省外贸进出口 6.36 万亿元人民币,比上年同期下降 3.9%,占同期全国外贸总值的 25.9%。其中,出口 4 万亿元,增长 0.8%,占全国出口总值的 28.3%;进口 2.36 万亿元,下降 10.8%,占全国进口总值的 22.6%。图 1-2 显示广东省近五年的进出口总额和出口情况。由图可见,近五年广东进出口增长率显著下滑,进出口总额已经达到负增长,而出口额亦具有相同下滑趋势。图 1-3 显示近五年广东省进出口额在全国的占比变化情况。可以发现,2014 年进出口和出口份额显著下滑,2015 年略有回调。

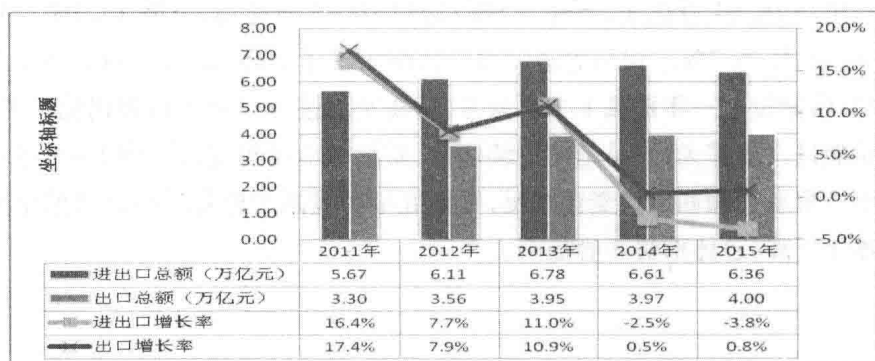


图 1-2 2011-2015 年广东进出口总值和出口额情况

数据来源:《2015 年广东统计年鉴》,其中 2011-2013 年数据根据当年汇率折算成人民币。

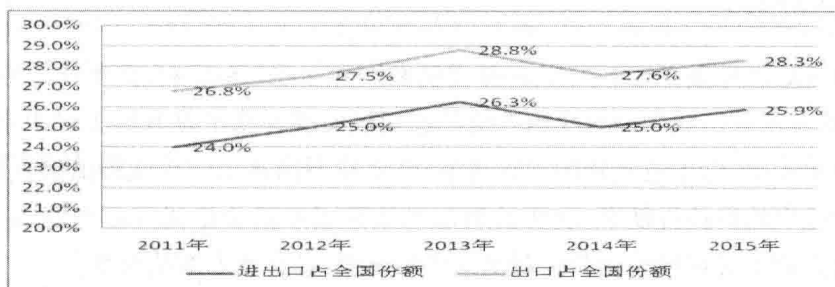


图 1-3 2011-2015 年广东省占全国进出口值份额

数据来源: <http://www.gdstats.gov.cn/tjsj/dwmy/jckze/>

作为外贸大省,2015 年广东出口贸易实现 0.8% 正增长,占全国外贸体量总体提升,为全国外贸“稳增长”提供有效支撑。过去两年,广东外贸数据总体优于全国,主要原因在于贸易结构调整等政策刺激。一方面,广东通过“一带一路”政策寻找沿线东盟国家,开拓出口新市场;另一方面,依托一口通关等简政放权措施降低企业运作成本,同时推动企业运用自主品牌、自主技术、“互联网+”等手段提升“走出去”的竞争力。海关广东分署数据显示,2015 年,广东一般贸易方式进出口增长 4.9%,占总值的 42.1%,比重提升 3.5 个百分点。同期,加工贸易进出口下降 14.4%,比重下滑 4.4 个百分点。与此同时,出口方面,出口纺织纱线、服装等 8 类劳动密集型产品 8393.3 亿元,增长 10.6%,占 21%。数据表明,加工贸易进出口下降而劳动密集型产品出口增幅较大,表明众多劳动密集型企业正由代工生产向一般贸易转变,广东贸易结构正在进一步优化。然而,总体上广东乃至全国在未来较长时期内,出口贸易发展的强大基础仍然是劳动力资源比较优势,且劳动密集型产品一般是市场刚需的日常生活用品,受经济波动影响较创新驱动相关的高新技术产品更小。

经过 30 年外贸高速增长,我国出口消费品质量提档升级已成为外贸持续发展的关键,随着国际市场贸易保护意识增强,国内制造业人工成本提高、资源优势减弱以及持续增长的环境压力,我国出口商品原有价格优势逐渐丧失,而以技术、品牌、质量、服务为核心的综合竞争优势尚未形成,同质化的恶性竞争仍比较普遍,因此迫切需要改变粗放型的外贸增长模式,下大力气狠抓质量,以质量促进产业转型升级,实现稳外贸促增长。以保障出口商品质量为核心职责,建设产品质量示范区,打击出口假冒伪劣商品,加强出口退运、国外通报、召回调查,提高建立和运用技贸措施能力和水平,发挥好技术性贸易措施倒逼作用等多个方面采取措施,狠抓出口商品质量提升,以质量促进产业转型升级发展,加快形成外贸竞争优势。

(二) 评价意义

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掌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到的微观层面较多,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、评价体系

(一) 相关概念

1. 消费品

消费品主要是指用于家庭、体育、娱乐及学校的使用的日用品,如家用电器、儿童玩具、家具等。按国际惯例,有其他特定法律法规规定监管的产品,如车辆、食品、药品及医疗器械等不属于其范围。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”。按满足人们需要层次分,包括有生存资料(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,有一次或短期使用的普通消费品(快速消费品)和可供长期使用的消费品(耐用消费品)。

2. 消费品质量

广义上,质量分为有形商品质量和劳动服务质量两种,本书主要针对前者。本书将沿用上年度消费品质量理念,将消费品质量理解为“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,消费品质量必须反映消费者的满足程度,即商品的适用性。进一步,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,也是质量监管的切入点,构成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,即“顾客满意度”。损失质量为产品质量的外部性特征,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

本书沿用上一年度的评价成果,将质量分为微观质量和宏观质量。其中,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,包括产业结构、行业结构对经济社会的影响、行业生存环境、行业发展潜力和前景等内容,旨在设定社会所能容忍的最低质量要求底线,相对于追求更高质量的企业而言,宏观质量标准是微观质量的最基本的保证。宏观质量针对国家或区域或行业,着眼于产业的结构水平、整体质量水平、行业综合

竞争力及其对国家或社会的影响,目的在于实现政府对消费品质量整体水平的有效监管,尤其是质量底线商品安全性监管,因为保证消费品安全市场难以事先作为,因而为政府责任。而微观质量针对生产领域,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,微观质量追求满足标准程度、产品合格率、顾客满意度及社会责任感,在充分竞争市场中,微观质量主要由消费者甄别,市场监管。

(二) 技术路径

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 1-4 所示。

1. 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。

2. 构造评价技术体系

首先,指标体系的科学性及合理性在很大程度上影响着评价活动的质量与水平。本项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,本项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。

3. 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。

(三) 指标结构与体系

出口消费品质量评价是一个复杂的系统。遵循目标性、层次性、导向性、可行性原则,我们将评价指标体系构建为三个层次(领域层、导向层、实现层)和三个维度(微观、中观、宏观)的矩阵结构(如图1-4)。微观质量评价以企业 and 产品为对象,设置满足标准、产品合格、顾客满意、社会责任四项一级指标(领域层或评价维度)。满足标准、产品合格指向消费品的固有质量特征,反映出口消费品的质量特性对进口国(地区)的相关法律、法规、标准等之间的符合程度。顾客满意主要体现感知质量特征,反映海外消费者对消费品的认可程度。社会责任反映消费品的损失质量特征,以及消费品质量给社会经济环境带来的损益。中观质量评价以行业为对象,设置行业结构水平、质量水平、市场竞争力、社会贡献力四项一级指标。行业结构水平反映行业整体构成情况,行业质量水平体现行业固有质量总体水平,行业市场竞争力指行业海外市场的占有率、自主品牌、产品技术创新能力等,行业社会贡献力指向行业对所承担社会责任的履行程度。宏观质量评价以一个地区或国家为对象,即为区域(国家)的综合质量水平。

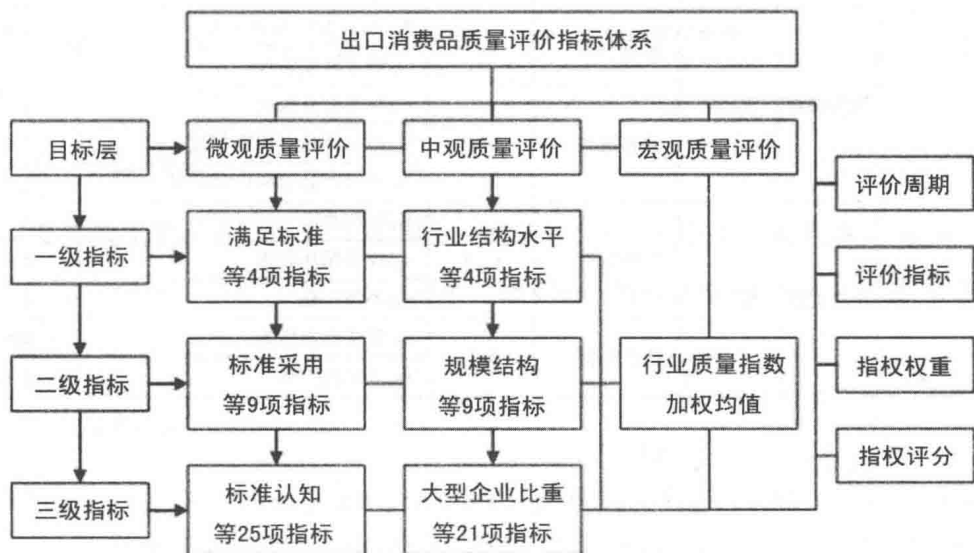


图 1-4 出口消费品质量评价的指标结构

经过专家咨询遴选及论证,在 2013 年度评价指标的基础上进行调整完善,确定本年度正式采用评价指标体系(指标及权重)如表 1-1。

表 1-1 出口消费品质量评价指标体系(权重:%)

目标层	一级指标		二级指标		三级指标	
	名称	权重	名称	权重(%)	(代码)名称	权重
微观质量评价	满足标准	27.3	标准采用	13.5	X ₁ 企业标准认知	4.6
					X ₂ 质量控制标准	4.5
					X ₃ 产品检验标准	4.4
			标准执行	13.8	X ₄ 产品质量检测方式	4.8
					X ₅ 产品认证情况	4.5
					X ₆ 质量控制成本	4.5
	产品合格	29.2	原材料质量	7.2	X ₇ 原材料安全项目检测方式	3.6
					X ₈ 原材料质量管理手段	3.6
			半成品质量	10.4	X ₉ 半成品检验方式	3.4
					X ₁₀ 半成品抽查合格率	3.4
					X ₁₁ 半成品返工比例	3.6
			成品质量	11.6	X ₁₂ 成品抽查比例	2.7
					X ₁₃ 成品检验频次	3.6
					X ₁₄ 成品抽查合格率	2.7
					X ₁₅ 成品返工比例	2.6
	顾客满意	21.6	顾客层次	8.3	X ₁₆ 出口发达市场比例	4.2
					x ₁₇ 顾客群体特征	4.1
			顾客服务	13.3	x ₁₈ 顾客服务机制	4.3
					x ₁₉ 出口产品召回案例数	4.5
					x ₂₀ 出口产品召回应对态度	4.5
	社会责任	21.9	资源环境	12.8	x ₂₁ 能耗水平	4.3
					x ₂₂ 包装循环利用	4.0
					x ₂₃ 环保评级	4.5
			社会职责	9.1	x ₂₄ 守法合规措施	4.5
					x ₂₅ 员工流失率	4.6