企业质量信用报告

常茂生物化学工程股份有限公司

二０二六年二月

前　言

1、编制规范

（1）报告内容客观性声明：公司承诺《企业质量信用报告》中的内容客观、合法、有效。

（2）报告的组织范围：常茂生物化学工程股份有限公司。

（3）报告时间范围：2025 年。

（4）报告发布周期：一年。

（5）报告数据说明：公司承诺《企业质量信用报告》中所填报的数据真实、准确、可靠。本报告中涉及部分数据和内容追溯到以前年份。

2、企业高层致辞

公司依靠强大研发能力贴合客户的需求，以先进的生产技术装备、工艺方法及检测设备保证产品质量，根据市场情况不断加强计划调度均衡生产，满足客户需求。同时借助品牌、质量、服务优势，以进一步提升市场份额和品牌知名度。

公司以服务营销理念，以向客户提供解决方案为目标，为客户提供“五星级”服务为方向，始终把提高顾客满意度，维护客户利益放在首位，加强对销售、售后技术服务人员的规范化培训，按照国家相关标准，编制服务手册，保证服务的统一和规范性，力求一次为客户解决问题。

公司围绕科学、规范、精细的要求，积极贯彻 ISO9001 和 GB/T19580《卓越绩效评价准则》等管理标准，有效建立健全质量控制和质量保证体系，大力推广《卓越绩效评价准则》、TQM、5S、顾客价值管理等先进管理方法。几年来，公司通过了 ISO9001 质量管理体系、ISO14001 环境管理体系、ISO45001 职业健康安全管理体系等认证工作。

公司不断加强科学规范管理，形成了一整套制度健全、运行有效的管理工作体系，在各个环节都力求规范和精细，确保生产出来的每种产品均达到国家标准和行业标准的要求。从产品的研发、生产过程的控制到成品的最终检验、售后服务均纳入公司的质量控制全过程；在整个行业中率先建立了先进的产品检验检测中心，并配备了高素质检测人员，严格执行产品检验要求，严把产品检验关，实行以产品质量为中心的“一票否决制”，做到不合格产品坚决不予出厂。

公司在加强自身技术研发的同时，积极开展合作创新，实现产、学、研一体化，与各大知名高校、企业保持着良好的合作关系，充分利用他们的技术和人才优势，建立“产学研”合作基地，成为公司技术创新的重要基石和动力之源。

公司在企业发展过程中，始终坚持依法纳税、重约守信、建立和完善诚信体系建设，多方面打造核心竞争力，塑造品牌和企业形象，维护客户的利益。

目　　录

前言……01
公司简介……03
1.企业质量理念……04
1.1 企业文化体系……04
1.2 实现多渠道、全方位宣传与沟通……04
1.3 营造积极向上、和谐的组织环境……05
1.4 密切保护股东及其他相关方利益……05
1.5 创建“常茂”优质品牌……06
2.内部质量管理……06
2.1 质量管理体系……06
2.2 组织结构与监管体系……06
2.3 公司部分文件、制度列表……07
2.4 质量方面的主要制度及其作用……07
2.5 绩效改进系统……08
3.企业质量诚信……08
3.1 质量诚信管理……08
3.2 质量文化建设……11
4.企业质量基础……14
4.1 企业产品标准……14
4.2 企业计量水平……14
4.3 认证认可情况……14
4.4 特种设备安全管理情况……14
5.产品质量责任……15
5.1 产品质量承诺……15
5.2 产品召回情况……15
5.3 质量奖励……15
6.质量风险管理……16
6.1 售后服务及满意度监测……16
6.2 质量风险监测……16
6.3 应急管理……17
7.报告结语……18

公 司 简 介

常茂生物化学工程股份有限公司成立于 1992 年 12 月，是一家集研发、生产、销售有机酸产品的国家级高新技术企业，产品应用领域广泛，包括食品饮料、生物医药、农业饲料、新材料等行业，畅销海内外。公司位于常州市新北区长江北路 1228 号，公司注册资本为 5297 万元，法定代表人为芮新生，企业类型为股份有限公司（台港澳与境内合资、上市），公司所属行业为食品添加剂、药用辅料、原料药行业。截止 2025 年 12 月，公司在职员工人数 320 人，其中高级工程师 11 人；各类本科以上技术人员，占职工总数的 32.94%。

公司于 2002 年在香港创业板上市，2013 年转至香港主板（证券简称：常茂生物，证券代码：00954.HK)。公司通过融资扩大规模，实现了高速发展，先后投资成立了全资子公司上海常茂生物化学工程有限公司、常茂生物连云港有限公司、常茂（大连）新材料有限公司，并联合收购了上海医学生命科学研究中心有限公司，具有研发引领，生产销售一体的综合优势，实现了集团化经营，并逐步而坚定的向全球化迈进。2021 年公司被列入常州市第一批“双百行动计划”上市后备企业。

公司深耕食品添加剂领域 34 年，产品包括 DL-苹果酸、L(+)-酒石酸、富马酸等四碳系列有机酸及其衍生物。这些产品主要用作食品添加剂及药用辅料。公司主要产品是以生产链的方式生产，其优点是生产链上的各项产品是可销售给客户的最终产品，在添加剂行业中名列前茅，享有较高知名度。先后获得“中国驰名商标”、“江苏省重点培育和发展的国际知名品牌”、“常州市重点培育和发展的国际知名品牌”、“江苏省创新型中小企业”等殊荣。

公司自登记设立以来，无银行信用不良记录，连续多年被国有银行、机构评为信用等级 AAA 级，被税务机关认定为税务信用等级 A 级，被常州市政府认定为“双百行动计划”上市后备企业。

主营产品及经营情况：①通过自主研发四碳酸生物法制造技术，开发富马酸、酒石酸、苹果酸的生物制造集成技术。主持参与起草“DL-苹果酸、 L（+）-酒石酸等 5 个产品国家标准，填补国内关于四碳系列有机酸领域的空白。本项目同时获得省科技成果转化专项资金项目立项、省科学技术奖二等奖；②“食品添加剂 DL-苹果酸”“富马酸”产品经过全国化学标准技术委员会有机分会预审会评审：与《美国食品化学法典第五版》 FCCV“DL-苹果酸”、“富马酸” 一致性程度非等效，标准达到国际先进

水平。公司主导产品的国内市场占有率达到30.3%、排名第一 ；国际市场占有率达到12.1 %、排名第二 。

1 企业质量理念

1.1 企业文化

1.1.1 为了能够营造更好的企业环境，提高员工的文化素养和道德水准，对内能形成凝聚力、向心力和约束力，形成公司发展不可或缺的精神力量和道德规范，公司结合自身发展历程，归纳总结编制了公司的使命、愿景及核心价值观。

（1）使命：为生活增滋味 为世界添精彩

（2）愿景：全球独具特色的有机酸产业链生产商

（3）价值观：以精立业、以质取胜、求实创新、追求卓越

（4）质量方针： 规范管理--- 确保食品添加剂安全可靠
精心操作--- 保持质量领先于行业
优质服务--- 满足客户需求
创新增效--- 不断争创新的效益

（5）安全方针： 安全第一、预防为主；
综合治理、持续改进；
全员参与、各司其职；
科技领先、严格管理。

（6）环保方针： 关注环境、节能减排求卓越；
达标排放、依法控制促发展。

（7）8S 管理：整理、整顿、清洁、清扫、素养、安全、节约、学习。

1.2 实现多渠道、全方位宣传与沟通

1.2.1 企业管理讲求实效，只有从问题的实际出发，实事求是才能解决问题。而在沟通中获得的信息是最及时、最前沿、最实际、最能够反映当前工作情况的。在企业的经营管理中出现各种各样的问题，如果单纯从事物的表面现象来解决问题，不深入了解情况，接触问题本质，会给企业带来灾难性的损失。公司为传播公司的愿景、价值观、经营理念和企业精神，与员工及利益相关方之间采取了全方位，多渠道的沟通方式，具体如表 1 所示。

表 1

沟通对象	沟通方式	沟通内容
公司员工	员工满意度调查	使命、愿景、核心价值观、经营理念、企业精神、企业发展方向、战略目标、公司动态、公司经营状况、听取收集员工的心声和合理化建议
	公司 OA 系统、意见箱	
	质量分析会、内部质量审查、内部产品审查、管理评审	
	总经理座谈会、职工代表大会和工会代表大会	
	员工培训、各项文体活动、公司年终联欢会	
客户	举办或参加产品说明会、技术研讨会	宣传企业文化；企业形象宣传；产品介绍；经营动态；发展方向；战略目标等。
	走访客户、客户满意度调查	
	参加行业产品展览、外部网站	
社区	参加社区公益活动、联谊活动	
供应商	走访供应商、参加专业展览会	
	邀请重要供应商做技术交流和指导	

1.3 营造积极向上、和谐的组织环境

1.3.1 诚信守法的经营环境：公司深知任何一个企业要想获得发展，必须把它建设成为一个诚信型的组织。培训教育是实现诚信经营的一种手段，企业要有效地实施诚信

经营，必须在企业内部开展诚信经营的培训教育工作，丰富职工的诚信经营知识，提高他们的诚信经营水平。诚信经营已经列入公司每年的工作主题，且已结合公司的实际设计教育的内容，明确告知员工应该做什么，不应该做什么。并请法务部门对各个环节的工作进行法律把关，确保依法经营。

（1）改进创新环境：公司高层领导一贯支持和鼓励各种形式的改善和创新，针对新产品研发，设立研发项目奖励制度，对员工创新中的失误，不求全责备，不因出现几次失误，就全盘否认员工的创新行为。而是帮助和指导员工分析研发失误的原因，找准问题的结症，解决研发工作的难题，以便使研发工作深入开展下去。公司特别注重培养创新工作典型，并通过培养和树立创新工作典型，营造支持创新、鼓励创新的良好氛围，激发员工的创新热情。公司制定 QC 小组推广及激励制度，鼓励员工参与质量改进，对取得的改进成果进行奖励。

（2）快速反应机制：面对日趋激烈的市场竞争，公司高层积极营造快速反应机制，主要体现在：构建公司从采购到销售的 ERP 系统，自动化办公 OA 系统，公司网站，加速信息传递；正筹建客户关系管理 CRM 系统，为公司与客户之间搭起多座沟通的桥梁，缩短公司与客户之间的距离。

（3）学习环境：公司高层在鼓励员工学习、营造学习环境方面给予了很大的支持。公司每年制定员工年度培训计划，开展员工的在职教育；组织员工参加相关领域或专业的培训、学习和研讨会，到标杆企业考察、参观，以及与科研机构合作，增加员工与外界交流的机会；选送中、高层管理人员参加高校的管理人员学习，全力塑造学习型组织并培养学习型人才。

（4）质量规划：为使管理制度适应公司快速发展需要，提升管理效率，公司不断把国际级的管理理念引用于公司。公司全面引入 ISO9001 标准、食品质量安全管理体系作为建立企业质量管理体系的契机，全面完善企业文件化的管理体系，将 ISO9001 标准的思想应用于企业各项经营管理工作。公司通过质量认证有限公司的审核，获得 ISO9001 质量管理体系认证证书。

（5）道德行为环境：在营造积极向上和谐的组织环境时，公司高层从自身做起，带头遵守人人平等、互相尊重、率直诚信、团结互助的个人行为准则，强调员工行为必须以遵纪守法为基础，符合道德规范要求。

1.4 密切保护股东及其他相关方利益

1.4.1 由董事长带领的公司高层领导，始终关注企业外部环境的变化，对客户、地方政府、供应商、员工等相关方的利益进行综合考虑。

1.4.2 将企业的价值观、发展方向和目标与内部员工和外部的供应商、合作伙伴进行沟通，以确保机构在制订其战略及方针时，能够有效地分配资源，符合相关方的需要及平衡各方面的利益。

1.4.3 为确保公司各项方针政策配合公司的业务发展需要，并能兼顾股东及其他各相关方利益，高层领导每年于管理评审会议中分析各管理系统的效能及效率，评估各项方针政策的适用性，对不适应公司发展的方针政策及时改进以改善公司的绩效表现。

1.5 创建“ ”优质品牌

1.5.1 公司高层在公司成立初期就认识到品牌建设的重要性，同时也意识到品牌首先是建立在产品基础上的，客户的忠诚度也是建立在对产品的功能与价值熟知基础上的选择性行为，没有产品质量作为基础，品牌建设就成了虚无飘渺的空中楼阁。所以公

司首先明确产品理念和准确的市场定位；明确产品的实用风格，办公室主导编制了公司各级产品手册，销售部制定了产品市场战略。

1.5.2 在企业实行营销策略的同时，配合进行广告宣传策略，制定详细的企业形象、产品宣传计划，配合着营销工作扩大企业的影响力。公司也特别注重品牌管理、品牌维护的工作，在售后服务、客户现场、服务态度等整个企业运作的过程中，各环节都要传递出一致性，树立公司品牌优质、高效、安全环保的品牌形象。“ ”品牌在四碳系列有机酸行业中已颇具影响力。

2 内部质量管理

2.1 质量管理体系

2.1.1 公司全面引入 ISO9001 标准，建立企业质量管理体系的契机，全面完善了企业文件化的管理体系，将 ISO9001 标准的思想应用于企业各项经营管理工作，获得 ISO9001 质量管理体系认证证书。

2.1.2 公司建立“规范管理，确保食品添加剂安全可靠；精心操作，保持质量领先于行业；优质服务，满足客户需求；创新增效，不断争创新的效益”的质量方针，建立成品一次交验合格率≥99.5%，顾客满意度≥95%的质量目标，各部门在公司方针、目标的基础上，结合历年目标执行实绩报告和公司经营目标，对公司目标进行分解，建立 2025 年部门目标共 71 项。

2.1.3 公司通过月度、季度、年度质量目标统计汇报、月度质量例会、及每年开展内部审核和管理评审，实施持续改进。定期召开公司领导管理会议，评估工作计划的进度以及绩效是否已达成计划目标，机构在落实质量方针、目标的情况及成效，如发现有改善的空间时，便提出改善方案，落实执行，以确保公司各条线朝着既定方针及目标推进。

2.2 组织结构与监管体系

2.2.1 经过多年发展总结，构建了一套运用高效、满足市场不断变化、适应自身高速发展的组织结构，公司建立由董事会任命总经理负责公司日常管理，由 QA 负责质量管理工作。公司设有手性中心、销售部（内/外贸科）、供应科、生产科、设备科、安全生产管理科、环保科、技术质检科、仓储科、物流科等部门，分别负责公司产品的研发、销售和客户服务、供应链保证、生产制造、设备维保、安全运营、绿色可持续发展、产品检测、物资管控、货物运输等功能，同时设立有财务科、人事科，分别为公司发展提供资金和人才保证，并设立办公室进行整体流程协调和控制。

2.2.2 结合外部环境和内部条件的变化适时调整、改革组织机构，提高组织效能。随着生产、销售规模的扩大调整生产、销售等部门的组织机构、组织职能、人员编制，有效推动了公司生产扩建项目及经营活动的发展。各层级的职责与权限写入公司管理手册，各岗位职责写入部门、生产装置及班组管理手册。

2.2.3 公司组织架构如图 1 所示。

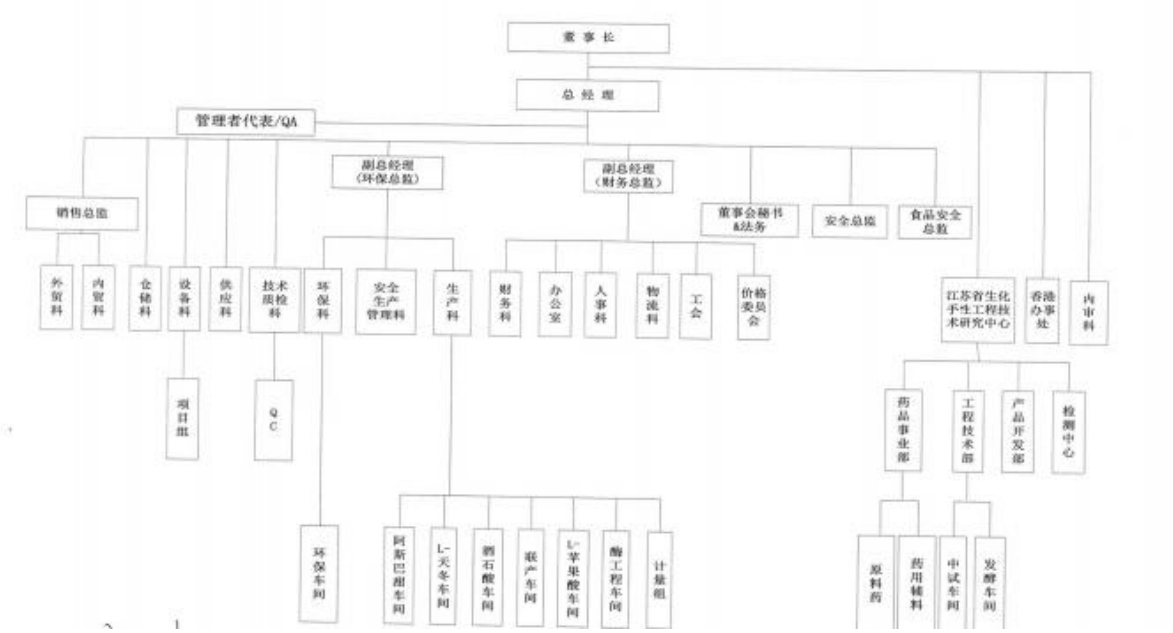


图 1　公司组织构架

2.3 公司部分文件、制度列表见表 2。

表 2

类别	管理制度	质量体系	员工行为准则
名称	公司管理制度 安全标准化管理制度 食品质量管理制度	不合格品控制程序 检验和试验控制程序 管理目标展开控制程序 原料采购控制程序 生产过程控制程序 产品防护程序	员工手册 员工考勤管理规定 员工奖惩管理规定

2.4 质量方面的主要制度及其作用

2.4.1 制定了《不合格品控制程序》，对公司原材料、中间品、成品及交付后的产品发生的不合格品进行管控。

2.4.2 制定了《产品检验和试验控制程序》对生产所用原材料、中间品、成品进行监视和测量，以确保满足顾客的要求，对产品特性进行监视和测量，以验证产品要求得到满足。对未达成过程进行分析统计、对造成原因分析和改进，达到持续改进的目的。

2.4.3 制定了《管理目标展开控制程序》，从原材料、生产、工艺、安全、环保、客户等方面设定月度目标，比如“一次校验合格率”、“优等品率”等。增强了全体员工的质量意识，减少了产品形成过程中及交付后所产生的各种质量损失。

2.4.4 制定了《员工奖惩管理制度》，采用精神与物质相结合的奖励机制，合理化建议有成效的，对公司经济利益、公司发展和公司形象有重大影响的进行奖励。对员工违反劳动纪律、擅自离岗等行为进行惩戒。制度加强了对产品质量的监督和管理，提高产品质量水平，明确产品质量责任。

2.4.5 依测量体系制定了《监视和测量装置控制程序》、《过程的监视和测量控制程序》及计量保证确认体系文件，为确保产品符合规定要求的测量和监控装置，确保测量和监控结果的有效性，为评定产品质量提供依据。

2.5 绩效改进系统

公司在三个层面（董事会-公司，公司-部门/车间，部门/车间-班组个人），均已制订清晰的绩效评估机制，用于公司整体性的绩效改善。在长远及短期策略性计划及部署方面，高层领导于年度初期，会根据过去一年的业务情况进行回顾，评估机构长远计划及年度工作计划的推行进度是否理想，以及机构的现有表现是否已达成计划目标，从而决定是否需要由专门工作小组制订相关的改进方案，以改善机构的绩效表现，并且定期于行政会议上汇报改进方案的进度及成效。

3 企业质量诚信

3.1 质量诚信管理

3.1.1 管理层认为公司取得成功的关键是为客户提供优质的服务，而为客户提供优质服务又有赖于完善的内部流程管理。因此，公司十分重视内部各类流程的设计、运行效果及其改善机制。作为生产制造企业，公司主要的业务为产品的研发、生产和销售，公司成立多年来，已经对全部运作过程进行策划、规范。

3.1.2 在董事会的指导下，公司管理层认识到，公司的关键过程即价值创造过程，价值创造过程是指为顾客和组织自身的经营创造最大价值的过程，也就是产品和服务实现的过程，对这个过程的识别是价值创造过程管理的第一步。公司管理层组织各部门负责人系统地对创造价值的过程进行了识别，通过对价值创造过程的识别，使公司对真正为企业提供主要增值的过程有了清晰的了解，找准了企业核心竞争力体现的环节，明确了管理的重点。同时明确的界定了各支持过程，明确了各主要支持过程的目标，使各支持部门清晰认识到自身扮演的角色，坚定了其为价值创造过程服务的理念。

3.1.3 研发过程管理

（1）为确保产品能满足用户的需求和有关法律法规的规定，对产品研发过程进行控制。根据 ISO9001 质量管理体系的要求，制定了符合公司实际情况的《设计与开发控制程序》。通过程序规范了各个部门、各个岗位在新产品设计和开发过程的职责职权、策划、输入、输出、评审、验证、确认、更改的要求；还规定了产品研发的工作流程，主要包括四个阶段，四次评审。四个阶段分别是：产品要求、设计策划、样品试制、定型生产。四次评审分别为：总体设计评审、技术设计评审、试产计划评审、样品评审。

（2）从 2019 年初开始，公司在产品研发流程中，就借鉴了全球制造行业先驱的方法，取得了良好的效果，使产品设计进度协调一致，促进了对所需更改的早期识别，避免了后期更改，大大缩短了研发周期，实现了各类资源效益的最大化，提高产品研发阶段的质量，并最终提高中试产品质量的稳定性。

（3）公司经过多年来对四碳系列有机酸等产品的研发与生产，具备大量研发与生产经验，培养和锻炼了一大批研发人员，积累了大量的基础研发资料，获得了宝贵的积累和经验。同时和南京工业大学、上海医学生命科技研究中心有限公司、江南大学、常州大学、中国药科大学等高校建立战略合作关系，形成了产、学、研一体的研发模式。

（4）不断投入大量资金改善研发环境，引进先进的研发、检测及小中试生产设备，大大的提高新产品的研发率。

（5）长期的研发投入也为公司带来丰厚回报，公司拥有 31 项授权专利，其中发明专利 27 项、实用新型专利 4 项。这些研发成果维护并提高了公司的市场份额，保持了公司在市场的自由竞争中有利的地位，同时促进企业的科技进步。

3.1.4 采购过程管理

（1）采购管理过程设计：公司以营销计划、生产计划、物料需求计划为主体的计划体系，基于以订单式生产、连续化生产、预先投产等方面的要求和特点，以物资到货时间可控、质量稳定、价格合理为目标，实现安全、及时、可靠的提供原材料及服务，公司制定了采购管理程序。同时公司依托 U8 系统的运行，对采购订单管理、货物入库结算管理进行了统一、平台化管理，实现了质量追溯的全过程控制和跟踪。

（2）在供应商管理过程设计：公司制定了《原料采购控制程序》，对新供应商和已有供应商采用资料审核、现场审核等方法对供应商的资质、技术能力、生产能力、经营状况、质量体系建设等方面进行综合评价，进行新供应商的开发与选择。同时每月对供应商的交付进度、质量表现、价格表现、服务表现四个方面进行考评，并根据考评结果对供应商进行分级管理，淘汰不合格供应商，并对优秀供应商进行培育，发展成战略合作伙伴，与之签订相关合约，大幅降低了采购成本，提高了供应链系统的核心竞争力。同时公司还制定了与采购管理过程配套的程序文件和三级流程。

3.1.5 生产制造过程管理

（1）公司设立生产科，分别设有生产科科长、各车间主任、工段长长等三大员等多个主要职位，同时一线员工向班长汇报工作，班长向三大员汇报工作，形成一个层次清晰，运转高效的扁平化管理结构。

（2）公司建立了产品跟踪制度，并制定了产品跟踪流转规程，只需依据生产产品的批号，就可以做到往上追溯全流程。

（3）建立了晨会交接班管理制度，使每位员工了解上个班和本班的工作内容，并对公司和产品各类重大、重点事件进行宣讲，提高员工工作效率，改善工作氛围。

（4）建立了现场管理制度及相关流程，生产现场按照“5S”要求，严格管理，落实责任人，加强奖惩力度，现场得到显著改观，获得了上级领导、众多客户的赞扬。编制了工艺操作规程、设备操作规程、安全操作规程及作业指导书，培训教育生产各级员工，规范员工安全合规操作，为提高员工的整体技能水平打下基础。

3.1.6 销售与服务过程管理

公司制定了《与顾客沟通及满意程度监视控制程序》、《产品召回控制程序》、《顾客投诉处理控制程序》等一系列管理文件，建立了业务管理、合同签订、产品交付、顾客结算、售后服务、投诉处理等一系列过程的执行要求，并制定了顾客满意度、交付及时率、投诉处理及时率等监视和测量指标，并设计了与之配套的程序文件和三级流程，详细流程见下图。

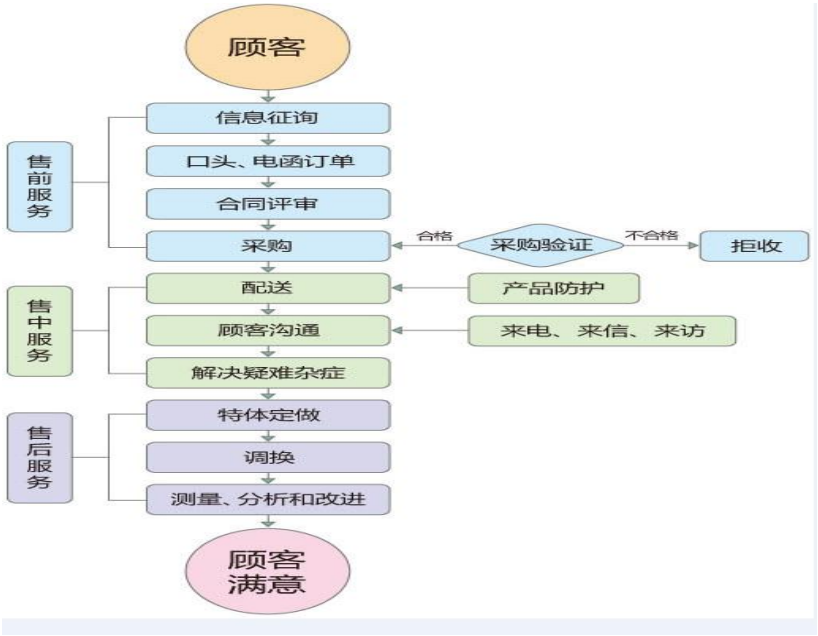


图 1　顾客满意度测评流程

3.2 质量文化建设

3.2.1 公司级管理手册、部门/车间管理手册编制了各岗位的《岗位说明书》，实行工作绩效考核制度，将薪酬与职位、能力和工作绩效挂钩，对有特殊贡献（如：技改创新、发明专利等）的员工实行专项奖励。

3.2.2 公司建立了形式多样的活动组织（见表 3），参与经营，完善和发展企业文化，提供员工发展才能的空间，有效调动员工的积极性。

表 3

活动形式	责任部门
合理化建议活动	工会
年度评优评先活动	工会
班组精细化管理活动	工会
职工代表大会	工会
工会委员会	工会
党委会议	党委
党员大会	党委

3.2.3 建立畅通的沟通渠道，实现有效沟通与技术分享：公司建立了各种形式的沟通渠道（见表 4），如各种会议、厂内宣传橱窗、内部 OA 系统等，在不同层次和职能之间设置多样化的渠道吸取各方面的建议，实现领导之间、部门之间的有效沟通与经验、技术的分享，达到鼓励员工积极参与公司生产、经营管理，使其达到相互信任、开发潜能、培养团队精神的目的。

表 4

分类	形式	责任部门	频次
工作例会	月质量报告会	各相关部门	1 次/月
	质量分析会	各相关部门	1 次/月
	班组晨会	各班组	1 次/班
媒体	内部期刊	工会、办公室	双月刊
	内部 OA 系统	各相关部门	不定期
技术分享	技术研讨会	高层、技术质检科、内/外贸科、生产科、设备科等相关部门	不定期
	产品认证会	高层、技术质检科、内/外贸科、生产科、设备科等相关部门	不定期
	工艺研讨会	高层、技术质检科、内/外贸科、生产科、设备科等相关部门	不定期

3.2.4 员工绩效管理

（1）公司通过科学的绩效评估方法来评定和测量员工的工作成果，结果直接影响员工的月度奖金、薪水调整及职务升降等切身利益，其目的是激励员工改善工作表现，在提高员工的满意度和成就感的同时，实现公司的经营目标，从而实现员工与公司的双赢。

（2）公司秉承“常茂家文化”的管理理念，通过物质、发展、文化和工作激励等形式（见表 5），使员工在工作中得到了薪酬的提高，还实现了自我价值，同时通过这些激励，无形中提升了企业的凝聚力。

表 5

激励形式	激励手段	激励对象
物资激励	工资普调、员工福利、节日慰问、月度奖金、年终奖金	全体员工
	专项奖金	特殊贡献者
发展激励	培训、职务晋升、轮岗	全体员工、绩效优秀者
文化激励	参与管理	全体员工
工作激励	工作自主性、挑战性，充分授权	全体员工

3.2.5 员工的学习与发展

（1）员工培训

一是培训主要通过内部培训或引进外部专业培训课程，围绕提升员工岗位技能及干部综合管理能力展开多元化培训，具体例如：面向新入职员工的系统性公司级培训、及班组级培训，针对各部门岗位需要的基础知识和应用类培训、提高理论和实操水平的装置员工技能培训、工作中需涉及到的特种设备培训、公司管理层的能力提升培训等等。通过这些培训，可以让员工根据自己的工作需要和学习需要学到更多知识和更适合自己的东西，从而营造出一个学习型的企业文化氛围。

二是公司通过组织多种培训学习形式提升员工能力、拓展员工视野：结合岗位胜任力开展了一系列的岗位类培训，提升人员的工作能力和效率；为提高全体员工的安

全意识和防患于未然的警戒性，公司定期开展应急预演、安全疏散、消防和急救护理知识的培训；组织管理团队进行职业经理人系统化培训，以提升公司整体管理水平；为营造员工自主学习氛围，公司还依托智慧平台，对员工进行线上考核，很好的带动了公司学习的氛围，起到了表率的作用。

（2）员工的职业发展

公司针对各岗位制定相对应的绩效考核制度，对员工实行月度、年度考核，对工作能力强、综合素质好、考核优秀的员工进行提拔重用，给予轮岗机会，使员工得到多方面的发展。公司还设立了岗位竞聘制度，在公开、公平、公正的基础上实行唯才是用、任人唯贤的晋升制度。

（3）员工的权益与满意程度

一是员工权益：公司自建厂以来，不断改善公司环境，聘请专业园林管理公司负责绿化工作，新建或提升办公区、生产区相关办公设施、工作环境。厂区内建有一个标准篮球场，设有乒乓球室，便于员工娱乐休闲。

公司为员工提供了舒适的办公环境，空调、饮水机、电脑、互联网、电话、传真机、复印机、打印机等设施一应俱全，同时在各办公室布置了绿植、盆景，使员工有一个愉快的心情投入到工作中。

公司按照 ISO14001 环境管理系列标准、安全生产标准化要求，制定了各种紧急、危险情况的紧急应变计划。公司通过演习及培训，提高了员工的安全意识，增强了员工应对紧急状况和危险情况的能力，防止事故发生，保障了人身及财产安全，确保公司的生产、经营活动不中断，切实维护员工利益。近三年来，公司未发生重大安全生产事故。

二是员工满意程度：为有效地鼓励员工的积极性及主动性，公司通过过不同方式以了解影响员工士气及归属感的主要因素：包括员工满意度问卷调查、离职面谈、部门会议、车间会议及班组会议等。公司确认影响员工士气及归属感之主要因素，包括：晋升机会、培训、福利、工作稳定性、发挥所长的机会及职业安全与健康。

调查的结果显示，不同职务员工对上述因素的重视程度均有差别，例如：基层员工对培训及发挥所长的机会等因素的重视程度比较低，而主管级及以上的员工则对这两方面因素的重视程度相对较高，各部门领导把所搜集到的员工看法通过办公室/工会向高层反映，以确定落实改善方案。

公司制定了清晰的不同种类的员工福利及人事政策，以照顾员工的不同需要，提升员工士气及归属感。通过举办员工技能竞赛，以表扬在基层岗位技能突出员工，对获奖人员颁发绩效奖金，同时给予调整岗位工资的机会，员工依法享有带薪年休假，让员工可以外出旅游，使员工在工作之余得到很好的调整。

4 企业质量基础

4.1 企业产品标准

公司凭借自身的技术优势和行业地位，参与研制 5 项国家标准和 1 项行业标准：

（1）GB25544-2010《食品添加剂 DL-苹果酸》，该国家标准 2010 年 12 月 21 日发布，2011 年 2 月 21 日实施；

（2）GB25545-2010《食品添加剂 L(+)-酒石酸》，该国家标准 2010 年 12 月 21 日发布，2011 年 2 月 21 日实施；

（3）GB25546-2010《食品添加剂富马酸》，该国家标准 2010 年 12 月 21 日发布，2011 年 2 月 21 日实施；

（4）GB 15358-2008,《食品添加剂 dl 酒石酸》，该国家标准 2008 年 6 月 25 日发布，2009 年 1 月 1 日实施；

（5）GB 13737-2008《食品添加剂 L-苹果酸》，该国家标准 2008 年 6 月 25 日发布，2009 年 1 月 1 日实施。

（6）NYSL-1002-2021《饲料添加剂 吡咯并喹啉醌二钠》,该行业标准 2021 年 8 月 27 日发布，2021 年 8 月 27 日实施。

企业标准为：(1) 企业标准《DL-苹果酸》，标准号为 Q/320411 ARR 006-2024。

4.2 企业计量水平

2006 年公司导入《计量保证确认体系》，并取得江苏省计量协会颁发的《计量保证确认证书》，并持续有效中；通过不懈的努力，2012 年通过江苏省质量技术监督局，获得省质量信用 AA 级企业。公司对在用的计量器具进行有效期的检定，确保计量可追溯性。

4.3 认证认可情况

领取了食品农产品认证、药品生产许可证、食品生产许可证、通过了 ISO9001 质量管理体系认证、ISO14001 环境管理体系认证、中国驰名商标、省著名商标、高新技术企业、省高新技术产品、省企业技术中心、省生化手性工程技术研究中心。

4.4 特种设备安全管理情况

4.4.1 特种设备管理制度：为加强和规范特种设备使用管理，防止和减少特种设备事故的发生，根据《特种设备安全法》、《特种设备安全监察条例》、《特种设备使用管理规则》，公司制定了《特种设备管理制度》，文件主要内容包括：①压力容器管理；②压力管道管理；③电梯安全使用管理规程；④厂内机动车及电动葫芦安全操作规程；

4.4.2 特种设备管理要求：设备科是特种设备的归口管理部门，主要负责制定特种设备采购技术条件的编制或审核；负责对特种设备实施检修、项修、大修、改造工作，并定期组织检查考核；负责指导操作者正确使用和保养特种设备，编制、审查特种设备的操作规程；负责建立并完善公司特种设备运行台帐，设备维修台帐；负责组织特种设备事故的调查、分析、处理、统计和上报工作；负责对特种设备的采购、修理(保养)、改造、使用等环节进行安全监督检查；负责对新、改、扩工程项目中所需特种设备的验收以及办理转固工作。还负责协助特种设备安全检测部门对安全特种设备安全检测，特种设备技术档案、技术文件的统一管理，对特种设备使用部门监督检查。

4.4.3 实际拥有的特种设备及持证情况：公司有叉车、电梯、压力容器及压力管道等特种设备。

4.4.4 特种设备作业人员的培训取证管理，确保持证上岗。

5 产品质量责任

5.1 产品质量承诺

5.1.1 为确保我公司提供的源头产品质量安全可控，防范下游企业制造质量安全风险，确保产品应用安全，在公司领导的指示和精心策划下，建立了以 ISO9001 质量体系要求、国家行业标准要求为核心，并增加公司各类产品认证要求的五位一体质量安全防控体系，制定了《安全标准化管理制度》、《生产过程控制程序》等，建立了公司安全质量的相关绩效管理制度，从理念层、政策层、制度层、执行层四层，层层推进质量安全管理。

5.1.2 为保证优质的服务，进一步提高产品质量，从而提高公司在同行业的知名度和用户中的信任度，真正实现“规范管理、精心操作、优质服务、创新增效”的宗旨，我公司郑重向广大用户发表如下声明：

（1）建立、完善企业质量保证体系，加强质量管理工作，保证出厂产品达到国家、行业标准和规定的技术条件要求。

（2）为客户提供优良的售前、售中、售后服务。本地客户在使用过程中出现的

问题，在 12 小时内达到现场，本省（包括周边）客户在使用过程中出现的问题，在 24 小时内达到现场，外省（较远）客户在使用过程中出现的问题，在 48 小时内达到现场，并做到质量问题不解决，服务人员不撤离。

（3）产品在期限内确属产品质量问题，严格履行合同中约定的处理方式。

5.1.3 为根据用户需求进行技术培训，对用户进行质量跟踪、用户访问，及时根据用户需求改进产品性能，不断提高产品质量。

5.2 产品召回情况

销售人员对退货的产品初步作出判断若无异常，申请退货；若有其它状况会同内/外贸科与 QA 判定后才能申请退货。内/外贸科对退货进行初步审核后填写《退货申请表》，及时通知技术质检科对退货、换货产品的质量进行检测；技术质检科通过检测判定退货、换货产品是否有质量问题，是否在保质期内，是否为用户使用不当等等。仓储科依据《退货申请表》，收取退货货物存放于指定的退货区域并填写实收规格、数量。对不能提交《退货申请表》的仓储科一律不予收货，搬运班不得私自卸货，由此所产生的纠纷由当事人负责；QA 负责对退货、换货产品作出处理意见，及时反馈给生产科。生产科根据 QA 的处理意见对退货、换货产品进行处理，计算由于返工、拼混处理产生的生产费用，填写《退货申请表》，及时反馈给内/外贸科；由销售人员负责与退货人协商确定退货、换货的结算，递交《退货申请表》至销售总监审核批准，退货人凭经审核批准的《退货申请表》与公司进行最终结算。各部门经手《退货申请表》的填写和传递，每一环节最迟应在 24 小时内完成，有特殊情况第一时间向分管领导汇报。

6 质量风险管理

6.1 售后服务及满意度监测

6.1.1 公司按照《与顾客沟通及满意度监视控制程序》建立顾客档案，详细记录其名称、地址、电话、联系人及订购每批产品的型号指标和数量；整理了解顾客的订货倾向，及时做好供货准备；建立了一套完善的顾客满意度调查体系，从而全方位的提高了顾客满意度。定期或不定期向客户发放《顾客满意度调查问卷》，了解客户信息。同时，根据实际需求，经常走访客户、上门服务、广泛征求顾客意见。内/外贸科对于上述调查表进行分析，确定顾客需求和期望，及公司需改进的方面，得出定性或定量的结果。当定量数据接近或低于公司控制下限时，应采用统计技术，寻找主动原因，QA 发出《纠正和预防措施处理单》给责任部门，采取相应的纠正、预防措施，并监督其实施效果，使得顾客最大程度的满意。

6.1.2 公司建立了完善的售后服务体系，针对重要客户和战略（关键）客户的需求，公司服务的质量目标为：让客户非常满意；秉承“积极主动为客户着想”的服务理念，第一时间响应客户需要。

6.1.3 客户与相关方信息反馈和抱怨：内/外贸科负责接收客户投诉和退、换货要求，安排各销售人员进行处理；对于质量、环境的重要信息采用质量事故报告流转单逐级传递，认真分析和处理，采取有效措施，使客户和相关方满意。

6.1.4 通过完善的售后服务体系，近三年公司客户满意度始终保持在 96 分以上，个别产品满意度达到 98 分，使公司产品在客户端形成良好口碑。

6.2 质量风险监测

6.2.1 通过对企业风险管理中质量风险管理模块进行评估、控制、沟通、审核形成风险应对措施，以达到规避风险，保证产品质量。正确的质量控制是产品放行的重要依据，基于风险管理的原则，对质量控制要素和过程风险识别、评估，并采取必要的控制措施，以消除、降低成本控制可能的质量风险。

6.2.2 评估方式：质量控制从人、机、料、法、环五个要素中可能存在的风险进行评估。

6.2.3 质量风险评估主要用于以下风险控制：

（1）对客户明确提出的指标或要求，不能全面满足，导致客户投诉的；

（2）对客户明确提出的指标或要求，因描述模糊，不能与客户保持同样的理解，导致客户投诉的；

（3）由于产品质量缺陷，导致客户投诉；

（4）由于存储、运输过程中可能导致产品质量、数量下降，导致客户投诉的；

（5）因发货错误、超过有效期，包装不满足客户及相关方要求导致的投拆。

6.2.4 在整个产品制造过程中，质量风险必须被充分识别、评估并采取有效措施进行控制，控制结果必须被记录，记录必须被得到充分的审核。

6.2.5 风险评定级别：

（1）第Ⅰ类风险，适用于一个产品，建立单独的《产品质量风险分析与控制措施表》作为风险评估的依据。

（2）第Ⅱ类风险，适用于所有产品，建立通用控制要求和检查、评估手段。

6.2.6 风险实施评定：由技术质检科与生产科联合组织制定《作业指导书》和《工艺卡片》（包括风险描述及质控点），由生产科、技术质检科对本部门涉及的产品过程可能出现的质量风险进行识别和确认，列出质量风险清单。由生产科组织召开专题会议，针对已识别的风险进行评估，确定措施和实施计划，执行人在落实产品过程质量风险控制措施过程中应及时记录，确保可追溯性，并确保产品过程得到及时、充分的审核，发现偏差及时组织评估。

6.2.7 评估结果：

（1）完善生产科组织架构，进一步明确岗位职责，提升生产管理人员、质检员的专业能力，完善培训、考核、奖惩机制；

（2）建立并加强生产过程中关键质量控制点的管理，深化预防为主的质量管控措施，特别要提升对关键生产环节的进料监视及中间品、成品检验质量控制；

（3）提升检验、检测仪器、生产装备的技术水平，在设备及环境方面进一步满足企业生产和新产品研发的需要，减少人为误差对产品质量造成的损害，提高检验过程的装备智能化水平。

6.3 应急管理

6.3.1 重大质量事故的定义：是因公司产品质量问题导致客户方停产 1 天及以上，造成客户员工人身伤害或高层回访时收到的客户投诉，及重复发生的质量问题，给公司造成重大经济及名誉损失的事故。

6.3.2 建立重大质量事故应急制度的目的：为提高对重大质量事故的有效应急能力，确保重大质量问题的有效、妥善解决，降低因重大质量意外事故带来的不良负面影响，减少质量事故的损失，公司特制定重大质量安全事故应急预案，处理公司产品生产过程及销售后质量事故的应急处理。

6.3.3 质量事故应急领导小组：公司专门成立事故处理领导小组负责对质量事故应急处理的组织协调工作，负责质量事故应急处理方案的制定安全和执行，负责当质量事故发生时与顾客、各管理部门及相关方沟通，负责组织对质量事故进行应急演练的组织和执行。

6.3.4 重大质量事故应急处置

（1）销售后的重大质量事故由内/外贸科、技术质检科负责搜集相关顾客的反馈，并根据信息内容和严重程度传达给公司总经理及相关部门；由总经理组织相关部门人

员进行评估和确认，确定质量事故的类型，造成原因、解决方案。

（2）生产过程中的重大质量事故，由生产科和技术质检科联合通报总经理，由生产科对产品生产过程进行监督检查和管理，根据各生产过程各工序反映的质量问题通知相关责任人；由总经理组织生产科、技术质检及生产相关人员进行评估，评估后根据实际情况，提出纠正和预防措施，通知相关部门限期整改，并将结果汇报总经理。

（3）质量事故发生后，应急处理领导小组应及时告知相关管理机关和技术监督部门，并对质量事故产品单独隔离，根据相关管理机关和技术监督部门建议执行，质量事故处理领导小组及相关部门应做好质量事故产品的名称、数量、质量事故的原因、处理措施等相关信息进行记录。

7．报告结语

7.1 公司会加强质量诚信教育，组织员工学习质量诚信规范，提高质量诚信意识，结合员工岗位职责落实诚信职责，形成诚信绩效评价和奖惩机制。向公司各级员工提出“四个主张，四个反对”工作行为要求：主张关注公司，反对麻木不仁；主张诚信敬业，反对阳奉阴违；主张勇担职责，反对上推下卸；主张开拓创新，反对因循守旧。

7.2 按标准要求对最终产品进行严格的质量检验，确保不合格产品不出厂，并按规定保存产品出厂检验记录。

7.3 建立售后服务网络，在承诺的时间内帮助顾客解决产品使用过程中的问题，开展顾客满意度调查，了解顾客需求，持续改进质量。

7.4 建立员工诚信承诺制度，保证员工的承诺与实际行为一致，兑现公司对员工的承诺，建立员工职业健康安全制度、环境及社会责任、公益活动制度。