

2021 年度企业质量信用报告

浙江德裕科技有限公司

2022 年 7 月

第一部分报告前言

一、报告编制规范

本公司保证报告所公布的质量诚信体系建设情况不存在任何误导性陈述及虚假情况，并对其内容的客观性、真实性负责。

报告组织范围：浙江德裕科技有限公司

报告发布时间：2022 年 7 月

报告发布周期：1 次/年

报告数据说明：报告内所涉及数据来源于公司，数据真实、有效。

二、企业高层致辞

浙江德裕科技有限公司始创于 1996 年，坐落在杭州市城西科创产业集聚区的余杭街道，注册资金 5000 万元，致力于窗轨窗饰、智能遮阳、农业资材、塑料改性系列产品的研发、生产、营销及服务。

公司从成立之初即严格按照 GB/T19001-2016 (ISO9001:2015)《质量管理体系 要求》、GB/T24001-2016 (ISO14001:2015)《环境管理体系 要求及使用指南》、GB/T45001-2020 (ISO 45001:2018)《职业健康安全管理体系要求及使用指南》等管理体系进行科学规范管理，致力于打造百年企业。

德裕注重科技创新，科研队伍不断充实壮大，现有高级专业技术人员 30 余人，同国内外多所高校及专家长期保持着良好的合作关系。

公司已获发明专利、实用新型专利、外观设计专利等 62 余项，拥有强大的技术储备。

公司现有三大系列品牌产品，“德裕”农业资材、“百年好合”窗轨窗饰、“日全食”智能遮阳，丰裕大众需求，提升顾客价值。

公司营销网络遍及美洲、欧洲、东南亚等国家与地区，并在国内二线城市以上设有服务机构，竭诚为社会大众服务。

目 录

第一部分报告前言.....	2
一、报告编制规范.....	2
二、企业高层致辞.....	2
三、企业简介.....	2
第二部分报告正文.....	4
一、企业质量理念.....	4
二、企业质量管理.....	4
（一）质量管理机构.....	4
（二）质量管理体系.....	4
（三）质量风险管理.....	5
三、质量诚信管理.....	6
（一）质量诚信管理.....	6
（二）质量文化建设.....	7
四、企业质量基础.....	7
（一）企业产品标准.....	7
（二）企业计量水平.....	7
（三）认证认可情况.....	8
（四）质量检验情况.....	8
五、产品质量责任.....	8
（一）产品质量水平.....	8
（二）产品售后责任.....	8
（三）企业社会责任.....	8
（四）质量信用记录.....	9
第三部分报告结语.....	9

第二部分 报告正文

一、企业质量理念

浙江德裕科技有限公司始终将品质作为企业的立业之本。为此，公司建立了严格的质量保证体系，严格按照《产品质量法》等法规及国家强制性标准的要求生产、销售产品，并制订了以《管理手册》为总纲的涵盖采购、制造、销售、售后服务全过程的质量管理文件，确保为顾客提供安全、健康、舒适的产品。

二、企业质量管理

（一）质量管理机构

公司依据精简高效的原则，公司经营管理部定期发布最新组织机构图，人力资源及时确定各岗位的工作职责。公司设立了管理者代表，对公司的决策层、各工作岗位建立了详细的工作标准，制定了各部门职能说明书。各部门各司其职、相互沟通配合，营销、研发、采购、来料检验、仓储、生产、检验等运作流程脉络清晰、流畅。

（二）质量管理体系

浙江德裕科技有限公司自引入 ISO9001 质量管理体系，以“精心设计，精心制造，持续改进，顾客满意”为质量方针，持续整合各相关体系，建立适应本公司实际的质量管理、生产安全、职业健康等管理体系，扎实有效地落实了管理工作中的各项责任、各项目标，确保体系有效运行，推进公司可持续发展。

公司建立了《内部审核控制程序》、《管理评审控制程序》，并根据内部审核需要培养了充足的内审员。为确保体系运行的有效性和持续改进，根据体系审核规定，公司定期对产品一致性和符合法律法规情况进行抽样检查，每年开展覆盖全公司范围的体系内审，对于审核发现的不符合项，公司组织进行分析原因，制定纠正措施与预防控制措施，责任部门根据纠正预防措施落实整改，并评价整改效果，各问题整改验证合格后关闭。最终形成内部审核报告，对体系的整改及不合格项的预防提出建议，并作为管理评审的一个重要输入，报告管理者。

公司制定了《不合格品控制程序》等程序文件，对不合格品进行了严格管控。公司所有的产品必须通过检验合格后方能流入下工序或出厂。任何不合格产品均有明确有标识、记录、评价、隔离和处理等要求，各种不合格产品返工、返修后必须经过重新检验合格后才能进入下工序。

对于所有出现的显性或隐性质量问题及不合格，品质部门均有详细数据记录，并由专人进行统计分析后，由责任部门依据《纠正和预防措施程序》制定纠正预防并进行整改，评估纠正预防措施有效之后方能关闭问题项，而且各种产品数据均可追溯。

综上所述，公司的质量管理体系强调系统优化、过程方法、质量工具应用的常规化和日常化，在各系统、各过程充分应用 PDCA 循环，持续改善、追求卓越。

（三）质量风险管理

为保证不断提高产品质量，提升公司质量服务水平，在公司质量管理体系的程序文件中明确了顾客对产品的要求、评审及服务，通过满意度调查、电话回访等方式，收集客户投诉或者潜在抱怨信息，通过对竞争对手的考察以及顾客对其他对手产品的评价，收集顾客对产品与服务期望，主动进行预防来减少顾客投诉。

公司根据战略要求，对市场进行细分，以提高资源和运作的有效性针对性。按照产品不同进行分类，不同产品客户需求特点各有差异，公司在各个领域均取得领先的成果。

公司通过走访调研、召开营销会议、开展顾客（顾客）满意度调查、开通服务专线等多种方式方法，了解客户的需求和期望。

公司各部门定期搜集顾客信息，解析后确定的顾客需求信息按照不同细分市场进行分类梳理总结，形成不同顾客群的需求与期望数据库，并从中归纳出针对不同细分市场顾客群总体需求特点的汇总资料，供产品规划、产品开发设计、过程控制等决策时参考。

根据顾客需求和期望的变化，对产品规划、开发设计、过程改进等改进指导如下： 1）将顾客需求和期望变化用于产品规划。

2）将顾客需求和期望变化用于产品开发改进设计。

针对关键顾客，利用信息化手段，和公司信息化系统对接，及时将顾客销售情况、新品信息等，传递公司主管部门。每月度信息沟通，变更为每日数据对接。更快速了解关键顾客需求，适应市场变化。

为就近收集市场信息，及时了解招标项目进程，方便公司对重点客户或潜在重点客户进行全程式跟踪服务，本公司已在国内多个城市或地区设立了售后服务网点，形成了覆盖全国的营销网络和服务网络。售后服务网点配备掌握专业技术的销售与服务人员，根据客户需求，就技术、质量等问题展开全方位、个性化交流与服务（提供日常检测、维修保养、后续改造等服务），以此构筑了一个以客户为中心并为客户创造价值为目标的服务支撑体系。

公司重视当前和以往顾客信息的应用。当前信息包括营销人员、销售商等收集反馈信息，市场调研人员、领导走访市场得到的信息及参加展会、行业会议收集的客户信息等；以往的信息包括顾客投诉、顾客满意度调查结果等。由营销管理人员将收集到的顾客信息，进行统计和分析，并在营销策略的制定、新顾客的开发、产品和服务改进等方面得到充分运用。

客户投诉的处理信息和结果应在公司内部加以沟通。公司应充分认识顾客投诉对公司利益的下列影响：

- a) 客户投诉处理后，客户更加满意，客户满意度提高；
- b) 改善同客户的关系，重复性订单增加、传递口碑； c)
- 降低客户转向竞争对手的可能性； d) 提
- 高公司产品和服务的质量； e) 提供
- 未来的业务机会。

公司积累和分析投诉信息，确定共性问题、识别根本原因及改进的重点，以用于整个组织及合作伙伴的持续改进。

三、质量诚信管理

（一）质量诚信管理

诚信是德裕质量文化的核心组成部分，质量诚信的理念和自律在公司内已经成为了各级人员的共识，是必须遵守的基本职业道德，其全方面的诚信体现在：

1) 建立诚信守法的环境

高层领导致力于营造诚信守法的环境，使公司全体员工树立法律法规意识，认识到满足顾客和其它相关方要求，以及执行有关法律、法规的重要性，清楚地了解让顾客满意和相关方满意是最基本的要求，关系到公司的生存和发展；公司总经办负责收集相关法律法规，开展合规性评价，开展法律法规培训，建立商业行为准则和员工商业行为规范，依法诚信纳税，及时足额缴纳各项税款。

2) 营造改进创新环境

公司通过完善制度、激励措施，鼓励各部门各层次人员积极参与改进和创新活动，营造改进、创新氛围。

3) 营造快速反应环境

公司倡导“简单、尊重、快执行”的作风，实行“精简高效、集中一贯、纵横结合、依靠协力”的管理模式，建立快速反应机制。

4) 创建学习型组织

建立多渠道、系统化的学习和教育培训体系，促进组织和员工的学习。5)

确保履行产品和服务质量安全的职责

公司通过深入实施质量管理体系、测量管理体系、标准化体系、环境管理体系、职业健康安全管理体系。

6) 大力推进品牌建设

制订品牌战略规划，成立独立的品牌部，参与品牌建设活动，开展品牌调研及顾客满意度调查工作，配置资源多渠道品牌推广。

公司应对品牌进行定位，确定品牌核心价值，制定品牌中长期规划，制定品牌传播推广的措施并有效实施。

强化风险意识，推进持续经营，积极培养公司未来领导者。

7) 组织公司绩效评价。

公司依照卓越绩效模式，建立领导、战略、顾客与市场、资源、过程管理、测量分析与改进、经验结果度等绩效评价指标，采用了多种方式进行绩效评价。

(二) 质量文化建设

公司在发展实践中，始终将企业文化作为发展的支撑点，紧紧围绕企业发展，逐步构建了企业经营管理、企业精神、人文环境等方面独特的价值体系。

企业使命：为员工和广大消费者创造价值

企业愿景：传承工匠精神，铸就德裕经典。为行业发展持续创新，为员工幸福创造平台

核心价值观：诚信、合作、创新、进取

四、企业质量基础

(一) 企业产品标准

一直以来，浙江德裕科技有限公司积极参与国家、行业标准的起草及制修订工作。主持起草国家标准多项。

公司将企业标准化贯穿于生产全过程，从原辅材料、包装材料的采购、半成品、成品检验等各个环节，均制定了相关标准。从而使产品从原辅材料进厂到成品出厂的整个生产过程都处于标准化规范管理之中，对稳定产品质量、提高企业管理水平奠定了良好的基础。

(二) 企业计量水平

公司严格执行《中华人民共和国计量法》等文件法规，从原材料采购、过程管理、生产设备、检验设备、工序检验、成品检验等环节建立了一整套管理文件和控制方法。设有专兼职计量人员负责公司的在用计量设备管理、配备和定期校检工作，注重对计量管理人员的专业培训，为公司的计量管理的规范化提供了有力的保障。

为确保产品质量，在产品生产工艺中严格过程控制，对生产工艺过程中的原辅材料等加强计量管理，确保计量设备的正常运行和计量的准确性。

对计量器具从采购、入库出库严格按照审批计划和管理程序执行，仓库有专人保管计量器具，建立台帐和登记手续，计量器具的领用出库必须通过检定，有检定合格证方可投入使用；对在用的计量器具严格按周期检定，强化现场检查和监管，掌握其使用情况，发现问题及时处理；对存在问题部门提出整改意见，采取积极有效措施进行整改，为生产优质产品奠定了坚实的的计量基础。

(三) 认证认可情况

为全面提升产品质量，确保各项生产经营活动规范、标准，浙江德裕科技有限公

公司于先后通过 ISO9001 ISO14001、ISO45001 认证。

公司坚持“诚信务实，以人为本，遵纪守法，防止污染，持续改进，环保安全”的环境和安全方针，通过加强对生产全过程的污染控制，能源、资源的合理使用，不断降低能耗，节约成本，减少污染。公司大力改善生活环境，倡导健康生活方式，关注员工职业健康，努力改善工作环境。为确保体系的高效运行、持续改进，采用内审加外审的体系运行模式，针对存在的问题和不足进行改进和完善，结合管理提升活动，对管理文件、记录进行梳理，真正实现闭环式管理和文件的标准化管理模式，确保公司体系运行的规范、科学、高效。

（四）质量检验情况

浙江德裕科技有限公司以高端装备的品质理念，对公司产品的可靠性和精致度提出严苛要求。积极贡献独特设计、领先技术，高档品质的通风设备。公司一贯坚持产品力为第一竞争力，高质量的产品与服务是提升产品力的保证，公司在质量方针指导下，力求对每一件产品的性能、外观设计、制作工艺及可靠性精益求精。产品不仅通过了中国节能产品等国内权威认证，多项产品指标更达到行业领先水平。

浙江德裕科技有限公司凭借强大的技术研发能力以及科学的质量管理体系，铸就行业中的领先地位。

五、产品质量责任

（一）产品质量水平

公司产品的性能对顾客的需求和期望是至关重要的。公司每年不断增加技术投入，产品品质逐年提升。

（二）产品售后责任

公司坚持以顾客为中心，不断提升服务水平。为满足顾客对准时交付的时间要求，公司从营销、技术、生产和采购等各环节严控时间，准时交付率不断提高。客户投诉处理时间、客户投诉率和投诉处理满意情况等关键指标也取得了较好的效果。

公司承诺产品的终身质保

（三）企业社会责任

公司的财富源于社会，回馈社会是公司的应尽之责。公司积极关心弱势群体，带动社会就业。公司积极响应国家相关企业申办福利企业的相关政策，吸纳残疾人就业，扶助残疾人自强自力，保障残疾人合法权益。

公司在慈善、社会支持等方面的捐款数万元。同时，公司积极响应政府相关政策，积极参与城市建设。组织全体员工积极参加每年的“慈善捐助”活动；

（四）质量信用记录

在质量领域，公司取得了许多的卓越成绩，多次获得各级政府主管部门和行业协

会的表彰和奖励。

第三部份 报告结语

经过多年的发展和创新使公司已成为市场公认的领导品牌。公司主导产品覆盖了全国多个城市和地区，年销量位居行业前列。