

---

## 附件 2

# 企业质量信用报告编写指南

( GB/T 31870-2015 )

## 1 范围

本标准规定了企业质量信用报告编写的基本原则、报告内容以及相关要求。

本标准适用于为制造型企业编写并发布质量信用报告提供指南，其他类型企业可参照使用。

## 2 规范性引用文件

下列文件对于本文件的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件，仅注日期的版本适用于本文件。凡是不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

GB/T 22117 信用 基本术语

GB/T 29467 企业质量诚信管理实施规范

## 3 术语和定义

GB/T 22117 和 GB/T 29467 界定的术语和定义适用于本文件。

## 4 基本原则

### 4.1 真实性

企业质量信用报告（简称“报告”）应客观公布企业在报告期内质量诚信管理工作的基本情况，报告中公布的信息，其收集、

---

记录、整理、分析和公布应经得起审核验证，以确保社会对企业的质量信用状况进行真实的评价。

#### 4.2 时效性

报告采用的数据信息应及时反映企业质量信用状况，以便接受社会的监督。

#### 4.3 可读性

报告应采用简洁的语言，适当使用流程图、数据表和图片等形式，信息公布方式和报告的内容应易于阅读、理解和接受。

#### 4.4 完整性

报告的内容应结构完整，全面反映企业质量信用状况，便于社会客观认识和评价企业质量信用水平。

### 5 报告内容

#### 5.1 总则

报告内容宜按照企业实施质量诚信管理的要求，披露企业在报告期内树立质量诚信理念，实施质量诚信管理，兑现质量承诺方面的情况。

报告结构上可分为报告前言、报告正文和报告结语三部分。报告正文可包括（但不限于）企业质量理念、企业质量管理、质量诚信管理、质量管理基础、产品质量责任等方面内容。

#### 5.2 报告前言

报告前言宜引导和帮助读者阅读和理解报告披露的信息内

---

容，可包括报告编制说明、企业高层致辞、企业简介等方面内容。

a) 报告编制说明包括（但不限于）报告内容客观性声明、报告的组织范围、报告时间范围、报告发布周期、报告数据说明、报告获取方式等与报告披露信息相关的说明性内容。

b) 企业高层致辞包含企业最高管理者对企业产品质量责任和质量诚信管理的概括性阐释。

c) 企业简介包含企业的名称、所有权性质及总部所在地、主要产品和服务等企业基本信息。

### 5.3 企业质量理念

从企业最高管理者的角度，披露企业在开展质量管理、履行产品质量责任以及实施质量诚信管理等方面建立的理念，可包括企业的愿景，对顾客及相关方的关注，质量文化建设等内容。

### 5.4 企业质量管理

#### 5.4.1 总则

从企业质量管理机构、质量管理体系、质量安全风险管理等方面披露企业质量管理情况。

#### 5.4.2 质量管理机构

从企业组织架构和职责权限等方面披露企业内部最高层面的质量决策、领导和推进机构，包括企业高层管理者、中层管理者和员工等的质量职责和权限、激励措施等。

#### 5.4.3 质量管理体系

---

从企业质量管理体系建立和运行方面披露企业质量管理实施情况，包括质量方针和质量目标，质量教育、质量法规、质量责任赔偿等制度，以及保持质量管理体系运行有效性和持续改进的制度等。

#### **5.4.4 质量安全风险管理**

从企业建立并实施质量安全风险管理制度方面披露企业质量风险管理情况，包括但不限于：

a) 质量风险监测，包括企业建立质量安全风险监测和分析评估情况，识别的质量安全风险点，建立的质量安全风险控制措施等情况。

b) 应急管理，包括企业重大质量安全事故应急预案、重大质量安全事故主动报告及应急处理措施等情况。

### **5.5 质量诚信管理**

#### **5.5.1 总则**

从识别、分析与确认质量承诺入手，披露企业围绕产品生命周期全过程，建立和实施保障质量承诺兑现的质量诚信管理制度情况，包括运作管理和营销管理等过程的质量诚信管理情况。

注：企业可参考 GB/T 29467-2012 《企业质量诚信管理实施规范》，建立涵盖质量诚信管理要求的质量管理体系，实施质量诚信管理。

#### **5.5.2 质量承诺**

---

从以下三个层面明确企业的质量承诺内容，分别是：

a) 与企业或产品相关的法律法规及标准明确规定企业需遵守的各项要求；

b) 企业对外发布或声明的各项明示承诺，如营销广告、产品标签、合同条款、宣传倡议等，以及营销过程中分销商、代理商、零售商等的质量承诺；

c) 顾客的合理期望和隐含需求等。

### **5.5.3 运作管理**

从设计和开发、采购、生产和服务提供等管理过程，披露在质量管理体系基础上，融入质量诚信管理要求，建立和实施质量诚信管理制度的情况。

### **5.5.4 营销管理**

从营销策划管理、销售渠道管理和售后管理等方面，披露营销管理过程建立和实施质量诚信管理制度的情况。

注：售后管理包括营销渠道的分销商、代理商、零售商等的售后服务管理。

## **5.6 质量管理基础**

### **5.6.1 总则**

从企业标准管理、计量管理、认证管理、检验检测管理等方面，披露企业质量管理基础建设情况。

### **5.6.2 标准管理**

---

从企业执行的产品标准和标准水平，采用国际和国内先进标准情况，参与国家和国际标准制修订情况，以及加强企业标准化管理等方面，披露企业产品标准管理情况。

注：报告中可包含企业产品标准自我声明的相关内容。

### **5.6.3 计量管理**

从企业计量溯源体系建立和完善情况、测量管理体系认证情况，计量保证能力评价证书获取情况等方面，披露企业具有的计量管理能力和水平。

注：计量保证能力评价证书通常适用于定量包装商品生产企业获取。

### **5.6.4 认证管理**

从企业取得的产品质量认证、管理体系认证等方面，披露企业的认证管理情况。

注 1：产品质量认证包括强制性产品认证和自愿性产品认证。

注 2：管理体系通常包括质量管理体系、环境管理体系、职业健康安全管理体系等。

### **5.6.5 检验检测管理**

从产品质量检验检测规范建立和实施方面披露企业具有的产品质量检验检测管理能力和水平。

## **5.7 产品质量责任**

### **5.7.1 总则**

---

围绕企业兑现质量承诺披露企业履行产品质量责任的情况，包括（但不限于）产品质量水平、产品售后责任、企业社会责任和质量信用记录等方面。

### **5.7.2 产品质量水平**

从企业对消费者的质量承诺以及承诺兑现情况披露企业产品质量水平和售后服务质量水平等。

### **5.7.3 产品售后责任**

披露企业建立修理、更换、退货等产品质量担保责任制度、召回管理制度、投诉处理制度，以及履行“三包”等产品责任和义务的情况。

注：“三包”是指零售商业企业对所售商品实行“包修、包换、包退”的简称。

### **5.7.4 企业社会责任**

可从企业安全管理、环境保护、资源节约、消费者权益保护、公益支持等方面披露与企业质量诚信管理相关的社会责任情况。

注：企业社会责任的具体内容可参考 ISO 26000《社会责任指南》中社会责任七大核心主题：组织治理、人权、劳工实践、环境、公平运营、消费者、社区参与和发展，或参考 GB/T 19580-2012《卓越绩效评价准则》中考察社会责任履行情况的三个方面：公共责任、道德行为和公益支持。

### **5.7.5 质量信用记录**

---

披露企业在报告期内的质量信用不良记录 and 良好记录情况。

注 1：质量信用不良记录包括违法违规记录，监督抽查不合格记录，质量安全事故记录，出口产品因质量问题被国外通报、退货、索赔，其他不良记录等。

注 2：质量信用良好记录包括政府质量奖，名牌产品，标准创新贡献奖，计量保证能力“C”标志，地理标志产品信息，其他良好记录等。

## 5.8 报告结语

总结报告期内企业质量诚信管理情况并展望下一报告期企业质量诚信管理的持续改进情况。可包括企业对未来质量责任、质量诚信管理工作的展望，对报告的评价、报告参考及索引、读者意见反馈、专家评论等方面内容。

注：报告评价可以结合自我评估和外部第三方评价，可包括企业质量信用评价结果。

## 6 报告发布

报告可以年度为周期发布。

报告可由企业定期主动发布，也可由企业根据实际情况动态更新报告内容。

报告可采取向社会公开并广泛宣传的形式，让消费者及相关方易于了解和监督。

注 1：报告的动态更新一般发生在报告发布后，企业发生与



---

质量诚信管理紧密相关并有必要向社会、消费者和相关方披露的事件后进行。如发生重大质量安全事故、重大质量失信事件等。

注 2：企业向社会公开发布的形式可以门户网站为载体，在显著页面位置展示报告并可供下载阅读，也可以书面形式，向消费者、供应商、经销商、监管部门等相关方发布。