

# 开平市政府质量奖评价标准

(2022 年版)

根据《开平市政府质量奖评审管理办法》规定,结合开平本市实际,制定本标准。

## 一、评审内容、依据

开平市政府质量奖评审内容包括**卓越绩效管理成熟度**和**质量管理实践总结**两部分。

卓越绩效管理成熟度评价依据为主要参考 GB/T 19580—2012《卓越绩效评价准则》和 GB/Z 19579—2012《卓越绩效评价准则实施指南》,结合我市实际编制的《开平市卓越绩效管理成熟度评价标准》(附件 1)。质量管理实践总结评价依据为参照《江门市质量奖质量管理实践总结评分方法》制定的《开平市政府质量奖质量管理实践总结评分方法》(附件 2)。

## 二、评审规则

开平市政府质量奖评审环节分为材料评审和现场考评。开平市政府质量奖评审综合总分为 1000 分,其中卓越绩效管理成熟度评审得分占 80%(即 800 分),质量管理实践总结评审得分占 20%(即 200 分)。

(一)从开平市政府质量奖评审专家库随机抽取专家,每家企业由 3-5 名专家分别独立评审,对申报企业的卓越绩效管理成熟度和质量管理实践总结进行材料评审,根据评审

得分高低进行排名,确定不少于 6 家候选企业进入现场考评。

(二) 从评审专家库中随机抽取不少于 3-5 名专家组成专家组并随机确认专家组评审的企业,由专家组对候选企业进行现场考评。

(三) 按照综合得分高低排序,提出推荐获奖企业名单,由开平市政府质量奖评审委员会审议提出拟获奖企业名单。

### 三、其他要求

(一) 评审专家不得与任何一家参评企业有直接利害关系;

(二) 咨询机构工作人员在两年内为任何一家参评企业提供了咨询等服务的,专家库中隶属于该咨询机构的专家不得作为本届开平市政府质量奖评审专家。

- 附件: 1. 开平市卓越绩效管理成熟度评价标准  
2. 开平市政府质量奖质量管理实践总结评分方法

## 开平市卓越绩效管理成熟度评价标准

为便于开平市政府质量奖评审工作更好开展,参考 GB/T 19580—2012《卓越绩效评价准则》和 GB/Z 19579—2012《卓越绩效评价准则实施指南》,结合我市实际,编制《开平市卓越绩效管理成熟度评价标准》。

本评价标准由基本理念、评价要求和评分体系三部分构成。基本理念提出了组织追求卓越所应具备的观念和行为准则;评价要求蕴含着如何通过卓越的过程(领导、战略、顾客与市场、资源、过程管理、测量分析与改进)获得卓越结果的内在逻辑,列出了评价的关键要点,并非限定性的鼓励组织采用创新、适用的方法来满足相关要求;评分体系给出了评审打分的方法、框架、指标、分值以及评分指南。

### 一、基本理念

基本理念是质量理念和卓越组织核心价值观的集中体现,是组织追求卓越所应具备的观念和行为准则,也是本办法应用与评价实施的基础。

1.领导作用:领导对组织的持续成功起到关键作用。组织的高层领导应确定组织正确的发展方向和以顾客为中心的组织文化,并提出有挑战性的目标,用于指导组织所有的活动和决策;要确保建立组织追求卓越的战略、管理系统、

方法和激励机制，激励员工勇于奉献、成长、学习和创新。

2. 战略导向：组织想要在复杂多变的环境中生存就必须要有战略性的思维。组织应分析预测影响组织发展的诸多因素，制定符合组织实际的组织长期发展的战略和目标，通过长期规划和短期计划相结合来实现战略，并建立有效的战略绩效测量系统监控战略的实施，及时改进和调整战略，以保证战略目标的实现和组织的持续发展。

3. 创新驱动：组织只有通过创新才能形成组织的竞争优势，在激烈的竞争中取胜。创新意味着对产品、服务和过程进行有意义的变革，为组织的利益相关方创造新的价值，把组织的绩效提升到一个新的水平。组织应对创新进行引导，使创新成为学习的一部分，使之融入到组织的各项工作中，进行观念、机构、机制、流程、市场、技术、模式等方面的创新。

4. 品牌引领：品牌是组织自主创新的结晶，是质量和信誉的载体。组织应走自主创新、以质取胜的道路，进行品牌建设，不断提高组织的品牌知名度、美誉度、形象和忠诚度，提升品牌价值和效应，积极创建拥有自主知识产权、质量水平较高、具有较强国内国际竞争力的知名品牌，以引领企业的长远发展。

5. 系统管理：组织要以系统的观点来管理整个组织及其关键过程。评价要求的7个方面及基本理念构成了一个系统的框架和协调机制，各个要点的目的最终都是以主要利益相

关方综合满意与和谐共赢为核心，它们之间是以绩效测量指标为纽带，各项活动均依据战略目标的要求，按照 PDCA 循环展开，进行系统的管理。

6. 价值创造：组织的有效性突出表现为其为自身及社会增加价值的 ability。组织要以结果为导向，有效管理资源投入及产出效果，要与员工、顾客、供应商、分销商等利益相关方建立良好的合作关系，着眼于共同的长远目标，加强沟通，形成优势互补，互相为对方创造价值，不断提高各方的满意度和忠诚度。

7. 社会责任：组织应关注多方的社会利益，注重对社会所负有的公共责任、道德规范，并履行好相应义务。领导应成为组织的表率，按照国家和地方法律法规的要求，在组织的经营过程中，以及在组织提供的产品和服务的生命周期内，恪守商业道德，保护公众健康、安全和环境，并注重持续改进。

## 二、评价要求

评价要求包括领导、战略、顾客与市场、资源、过程管理、测量分析与改进、结果等七部分，各部分的评价要点有机联系，体现了通过卓越的过程获得卓越的结果的内在逻辑。贯穿着基于行动的学习循环过程和结果导向的因果关系。内容如下：

### 0. 组织简介

组织简介反映组织运营的关键因素和背景状况。

基本情况，包括组织业务范围、产品与服务、组织架构、规模实力、文化特色、人员素质结构、市场开拓和营销网络建设情况等；竞争环境，包括行业发展趋势、竞争地位、竞争对手和标杆、战略方向、绩效改进等；核心竞争力，包括业务模式优势、技术与品牌优势、核心能力、行业地位或社会影响力、获得奖励情况等。

## 1. 领导（110分）

高层领导对组织的持续成功起到关键作用。

### 1.1 高层领导的作用（60分）

高层领导应重视组织文化体系建设和品牌建设，引导全员向组织确定的方向前进；积极创建拥有自主知识产权、质量水平较高、具有较强国内国际竞争力的知名品牌，为提高“开平制造”品牌在国内国际上的影响力做出贡献。

#### （1）组织文化

①如何确立以使命、愿景和价值观为核心的组织文化，形成与开平质量理念取向一致的文化理念，明确组织发展方向，并以多种形式在组织内外部传播、沟通、贯彻与激励；

②高层领导如何在组织文化建设方面起到表率作用；

③如何营造诚信守法、改进、创新、快速反应和学习的环境。

#### （2）品牌建设

①如何针对组织生产/服务的特点制定品牌发展规划；

②如何开展品牌建设，策划和实施品牌推广、品牌维护、

品牌评估和品牌国际化，不断提高品牌知名度、美誉度、形象和忠诚度。

### （3）质量责任

①高层领导如何策划和推动产品/服务的质量安全管理，适用时关注产品安全；

②高层领导如何建立质量安全责任体系；说明高层领导在产品和服务中的质量安全职责。

### （4）风险管理

①高层领导如何强化风险意识，策划和实施风险管理，推动组织的持续经营；

②如何积极培育组织未来的各层次领导者。

### （5）组织绩效

①高层领导如何定期评价组织的关键绩效指标；

②如何针对组织的关键绩效指标结果，确定改进和创新重点并实施。

## 1.2 组织治理（20分）

组织应建立起规范而有效的治理体系，通过为利益相关方和社会做出贡献带动组织可持续发展。

### （1）治理体系

①如何规定组织治理体系的架构、权责、制度等；

②如何建立崇信守法、公开透明的管控机制；

③如何保证内外部审计的独立性；

④如何保护股东和其它相关方的利益和合法权益。

## （2）高层绩效

①如何评价高层领导和治理机构成员的绩效；

②如何运用评价结果，持续改进个人、领导体系和治理机构的有效性。

## 1.3 社会责任（30分）

组织应积极履行社会责任，加大新常态下社会责任创新力度，为开平经济社会发展承担应有的社会责任。

### （1）公共责任

①如何对产品、服务和运营在质量安全、环保、节能、资源综合利用、公共卫生等方面所产生的影响进行评估、预防、控制和改进；

②如何对公众在产品、服务和运营方面的隐忧进行预见、控制和改进；主动披露服务提供的关键过程、服务标准，质量标准以及可能存在的各类风险，确保消费者权益不受侵犯；

③说明为满足或超越法律法规要求以及应对相关风险而采用的过程及绩效指标。

### （2）道德行为

①如何遵守诚信准则，建立组织的信用体系；

②如何确保组织行为符合道德规范，对组织内部，与顾客、供方和合作伙伴之间，组织治理中的道德行为的关键过程进行绩效管理。

### （3）公益支持

①如何积极支持公益事业，说明重点支持的公益领域；

②高层领导在公益方面如何起到模范作用，引导和带领全体员工做出贡献。

## 2. 战略（90分）

组织要着眼于组织未来发展的全局性战略及其目标的制定、部署和进展。

### 2.1 战略制定（40分）

组织应收集和分析内外部环境信息，包括国家创新驱动、京津冀协同发展、开平市质量发展规划等，确立符合开平发展战略和产业发展定位的战略和战略目标。

#### （1）战略分析

①组织如何对战略进行管理，说明战略制定过程、主要步骤及主要参与者、时间区间；

②说明采用哪些方法、考虑了哪些关键因素，对内外部环境信息进行收集和分析；

#### （2）战略和目标

①说明战略和战略目标，以及战略目标对应的时间表和关键绩效指标；

②组织如何通过应对战略挑战和发挥战略优势，反映产品、服务、运营和商业模式方面的创新机会，均衡考虑长短期的挑战和机遇及主要相关方的需求。

### 2.2 战略部署（50分）

组织应将战略和战略目标转化为实施计划及相关的关

键绩效指标，贯彻实施并监测。

#### （1）战略实施

①如何制定和部署战略实施计划；

②如何根据环境的变化对战略目标及实施计划进行调整和落实；

③说明组织的主要长、短期实施计划及其反映在产品和服务、顾客和市场、经营管理方面的关键变化；

④如何获取和配置战略实施所需的资源；

⑤如何建立关键绩效指标体系监测战略计划进展。

#### （2）绩效预测

①如何运用适宜的方法和工具进行战略绩效预测；

②如何通过战略绩效对比，发现差距，进行绩效改进和战略调控。

### 3. 顾客与市场（90分）

组织应树立以顾客为中心的理念，通过为顾客创造长期价值而获取成功。

#### 3.1 顾客和市场的了解（40分）

组织应进行顾客选择和开发，全面动态地了解当前和未来顾客和市场的需求，持续满足甚至超越顾客预期。

##### （1）顾客识别

①如何识别与确定当前和未来的目标顾客群和细分市场；

如何关注竞争对手的顾客及潜在的顾客与市场信息。

## （2）顾客需求

①如何运用适当方法了解不同顾客群的需求、期望和偏好；

②如何将顾客相关信息应用于产品和服务全过程的改进和创新；

③如何持续对了解顾客需求和期望的方法进行改进。

## 3.2 顾客关系和顾客满意（50分）

组织应进行顾客关系管理，建立、维护和加强顾客关系，测量顾客满意和忠诚。

### （1）顾客关系

①如何针对不同顾客群建立差异化的顾客关系；

②如何明确与顾客接触的主要渠道和接触要求，加强客户沟通；

如何确保顾客投诉有效和快速处理，并用于改进；

如何持续对顾客关系建立方法进行改进。

### （2）顾客满意

①如何运用适当方法测量不同顾客群的满意和忠诚，注重对顾客进行产品和服务质量跟踪；

②如何获取和应用竞争对手和标杆的顾客满意信息；

③如何持续对满意度测量方法进行改进。

## 4. 资源（130分）

组织要为确保战略目标的实现、过程的有效和高效实施，提供所必需的资源。

## 4.1 人力资源（60）

组织应建立以人为本的人力资源管理体系，促进员工的学习与发展，提高员工的满意度，培养和引进创新人才。

### （1）组织管理

①如何对工作和职位进行组织和管理，保证快速反应，促进合作、创新，调动员工积极性等；

②如何根据人力资源规划，识别员工能力，确保人力资源需求，如何招聘、任用和留住员工；

③说明听取和采纳员工、顾客和相关方的意见和建议的措施；

④如何确保组织不同地区、部门、职位间的有效沟通和合作。

### （2）员工绩效

①如何开展员工绩效管理；

②如何建立科学合理的员工薪酬体系；

③如何实施适宜的员工激励政策。

### （3）学习发展

①如何建立完善的教育与培训管理体系，实施多种形式不同岗位和职位的教育与培训；

②如何建立员工职业发展渠道，帮助员工实现学习和发展目标；

③如何制定和实施适当的继任者计划，形成人才梯队。

### （4）权益满意

①如何保证和不断改善员工工作环境，如何确定相应的测量指标，并确保对工作场所的紧急状态和危险情况做好应急准备；

②如何为不同员工群体提供差异化的支持和服务，如何激励员工参与管理和改进活动；

③如何定期开展员工满意度调查，并将结果应用于改进。

#### 4.2 财务资源（15）

组织应确保财务资源的最优配置、效率和安全。

##### （1）资金运作

①如何科学确定资金需求，通过多种方法保障资金供给；

②如何加快资金周转，提高资产利用率，提高资金使用效率。

##### （2）财务管理

①如何实施预算管理、成本管理和财务风险管理；

②如何进行财务控制和调整。

#### 4.3 信息和知识资源（20）

组织应对信息进行管理，建立集成化的信息系统，并进行知识管理。

##### （1）信息管理

①如何识别和开发内外部信息源，及时获得和提供所需的数据和信息；

②如何使相关方易于获取相关数据和信息，提高供应链整体效率。

### （2）信息系统

①如何制定长短期信息化发展计划，系统推进信息化建设；

②如何建立和运行集成化的信息系统，确保系统软硬件的可靠性、安全性和易用性。

### （3）知识管理

①如何进行知识管理，如何对知识进行收集、识别、确认、传递、分享和应用；

②如何使数据、信息和知识准确、完整、可靠、及时、安全、保密。

## 4.4 技术资源（20）

组织应基于技术评估制定和落实技术发展规划或服务标准化计划，开展技术或服务创新，形成在技术或服务方面的核心竞争力。

### （1）技术管理

①如何对拥有的技术或服务标准化体系进行评估和比较分析；

②如何形成和使用组织的核心技术、技术诀窍和专利或服务标准；

③如何制定并落实技术开发和改造或服务标准化的目标和计划。

## （2）自主创新

①如何建立技术创新体系，如何依据战略进行技术或服务定位；

②如何瞄准先进技术或服务标准开展自主技术创新或服务创新；

③如何提供技术创新所需的资源；

④如何促进技术或服务成果的转化、推广和应用。

## 4.5 基础设施（10）

组织应确定和提供所必需的基础设施，建立科学完善的设施管理体系。

### （1）设施配置

①如何提供满足战略实施计划和过程管理要求的基础设施。

### （2）设施管理

①如何制定并实施基础设施的故障性和预防性维护保养制度；

②如何制定和实施基础设施的更新改造计划；

③如何预测并防止由于基础设施失效带来的环境与职业健康安全问题。

## 4.6 相关方关系（5）

组织应与相关方建立长期良好的合作关系，带动相关方的协同发展，实现共赢。

### （1）合作支持

- ①如何与关键供方和合作伙伴建立良好的合作关系；
- ②如何促进相关方的双向交流，并相互支持。

## 5. 过程管理（100分）

组织要对所有过程特别是关键过程进行识别与设计、实施和改进，以确保战略及其计划的落实。

### 5.1 过程的识别与设计（50分）

组织应在识别全过程的基础上确定关键过程及其要求，并进行关键过程的KPI设计。

#### （1）过程识别

- ①如何确定主要产品、服务和运营的全过程；
- ②如何确定组织的关键过程。

#### （2）过程要求

- ①如何确定关键过程的相关方；
- ②如何识别相关方对过程的关键要求。

#### （3）过程设计

- ①如何根据已确定的关键要求，进行过程设计，设定关键绩效指标，并有效应用新技术和知识；
- ②如何建立组织的应急响应系统，预防和应对突发事件。

### 5.2 过程的实施与改进（50分）

组织应按照所设计的过程，进行过程实施及改进，注重智能化、数字化、绿色化的生产和服务手段的应用，持续提高过程实施的有效性和效率。

### （1）过程实施

- ①如何实施关键过程，确保过程实施的有效性和效率；
- ②如何运用关键绩效指标监控和控制关键过程的实施，如何优化关键过程的整体成本。

### （2）过程改进

- ①如何运用关键绩效指标评价过程实施的有效性和效率；
- ②如何运用多种方法推动过程的改进和创新。

## 6. 测量、分析与改进（80分）

组织要测量、分析、评价组织绩效，支持战略的制定和部署，推动改进与创新，提升组织的核心竞争力。

### 6.1 测量、分析和评价（40分）

组织应建立涵盖各层次及所有部门和过程的关键绩效测量、分析和评价系统。

#### （1）绩效测量

- ①如何选择关键绩效指标并建立组织的绩效测量系统；
- ②如何运用关键绩效测量结果进行绩效内外部对比；
- ③如何依据内外部环境的变化动态调整关键绩效测量系统。

#### （2）绩效评价

- ①如何对绩效数据和信息进行绩效分析和综合评价；
- ②如何确定改进的优先次序和识别创新机会。

### 6.2 改进与创新（40分）

组织有强烈的创新意识，将创新融入到组织文化与日常工作中，加大创新所需资源投入，鼓励和推动各层面、多维度、多形式的改进与创新。

#### （1）创新管理

①如何对改进和创新进行策划，明确组织各层次和所有部门、过程的改进与创新计划和目标；

②如何实施和测量改进与创新活动；

③如何评价改进与创新的成果，建立创新激励政策；

④如何促进创新成果的分享、转化和推广。

#### （2）创新方法

①如何应用适宜的方法进行改进和创新活动；

②如何有效应用统计技术和其它工具，支持改进与创新。

### 7. 结果（400分）

结合组织特点和评价要求选择关键绩效指标，描述组织至少三年的关键绩效指标结果数据和与竞争对手和标杆的数据对比，并要与“组织简介”和“过程”评分条款中的相关描述及指标保持一致。

#### 7.1 产品和服务结果（80分）

描述组织的主要产品和服务结果，必要时将结果按产品/服务类别、顾客群与市场区域加以细分，其中应包括适当的对比性数据。

（1）产品/服务结果：结合评价要求 2、3、5 等，描述

组织的主要产品和服务的关键绩效指标及其水平趋势，关键绩效指标与竞争对手的对比结果；可提供：主要产品和服务的质量特性、技术性能、安全性能、可靠性、性价比、质量检验结果等方面指标的绩效结果。

（2）产品/服务创新成果：组织主要产品和服务的特色和创新成果。可提供：驰名商标、自主知识产权与标准数量、发明专利比率、新产品/服务比重，以及创新领先优势（技术、制度、模式等）、创新成果的经济社会价值等方面指标的绩效结果。

## 7.2 顾客与市场结果（80分）

描述组织的顾客与市场结果，必要时将结果按顾客群与市场区域加以细分，其中应包括适当的对比性数据。

（1）顾客结果：结合评价要求 3，描述组织在顾客方面的关键绩效指标及其水平趋势；可提供：顾客数量、顾客满意度、顾客服务水平、顾客投诉、顾客忠诚度等方面指标的绩效结果；顾客绩效与竞争对手和标杆的对比结果。

（2）市场结果：结合评价要求 3，描述组织在市场方面的关键绩效指标及其水平趋势；可提供：市场占有率、新增市场、市场业绩或社会效应等方面指标的绩效结果；市场绩效与竞争对手和标杆的对比结果。

## 7.3 财务结果（80分）

结合评价要求 2、4.2、6 等，描述组织在财务方面的关键绩效指标及其水平趋势，其中应包括适当的对比性数据。

可提供：主营业务收入、投资收益、营业外收入、利润总额、总资产贡献率、资本保值增值率、资产负债率、资金周转率、应收账款回收率、成本费用利润率等方面指标的绩效结果。

#### 7.4 资源结果（60分）

描述组织在资源方面的结果，其中应包括适当的对比性数据。

（1）人力资源结果：结合评价要求 4.1，描述组织在人力资源方面的关键绩效指标及其水平趋势；可提供：高端人才数量、员工培训与技能水平、员工薪酬增长率，全员劳动生产率、员工满意度、员工流失率、合理化建议和 QC 小组活动效果等方面指标的绩效结果。

（2）信息和知识结果：结合评价要求 4.3，描述组织在信息和知识资源方面的关键绩效指标及其水平趋势；可提供：信息系统投资额、软件系统的开发和应用、硬件系统配置数量与水平、知识资产的积累、分享和应用，最佳实践的识别和推广等方面指标的绩效结果。

（3）技术资源结果：结合评价要求 4.4，描述组织在技术资源方面的关键绩效指标及其水平趋势；可提供：研发经费投入、主导或参与技术标准制修订数量、核心技术、科技成果、专利、自主知识产权产品比重、研发成果转化率、新产品产值率等方面指标的绩效结果。

（4）基础设施结果：结合评价要求 4.5，描述组织在基础设施方面的关键绩效指标及其水平趋势；可提供：基础设

施完好率、利用率、办公场所和厂房面积、关键设备数量与水平、基本建设投资额、技术改造投资额等方面指标的绩效结果。

(5) 相关方关系结果：结合评价要求 4.6，描述组织在相关方关系方面的关键绩效指标及其水平趋势。可提供：供应商数量、长期合作供应商和合作伙伴数量或比例，战略联盟的数量等方面指标的绩效结果。

### 7.5 过程有效性结果（50 分）

结合评价要求 5，描述关键过程有效性和效率方面的关键绩效指标及其水平趋势，其中应包括适当的对比性数据。可提供：研发过程的新产品设计周期、新产品数量及设计成功率等；市场营销过程的中标率、订单及销售量等；采购过程的进货批合格率、采购供应及时率、采购成本降低率、关键供方营业收入增长率等；生产过程的一次合格率、准时交付率、产量、生产周期、生产成本等；安全管理过程的安全生产标准化、安全事故频率等；服务过程的服务标准化、服务满意率、故障排除时间等方面指标的绩效结果。

### 7.6 领导方面的结果（50 分）

结合评价要求 1.1、1.2、1.3、2，描述组织在领导方面的结果，其中应包括适当的对比性数据。

(1) 组织业绩：结合评价要求 2 等，描述组织在实现战略目标方面的关键绩效指标及其水平趋势；可提供：组织规模（如产值、产量、服务人群），盈利能力（如产值利润

率、净资产收益率、出口创汇额), 增长质量(如投资回报率、所有者权益), 行业贡献(如行业排名、行业地位、行业组织任职)等方面指标的绩效结果。

(2) 诚信守法: 结合评价要求 1.2, 描述组织在组织治理方面的关键绩效指标及其水平趋势; 可提供: 守法经营(如合同履行率、信用评级、信用评分、失信记录、违法行为记录), 治理有效(如信息披露合规性、领导考核结果), 风险防控(如财务报告与风险、审计建议和违规数量)等方面指标的绩效结果。

(3) 品牌信誉: 结合评价要求 1.1, 描述组织在品牌管理方面的关键绩效指标及其水平趋势; 可提供: 品牌评价(如品牌价值、品牌排名、驰名商标认定等), 社会形象(如知名度、媒体正面报道、所获荣誉或奖励)等方面指标的绩效结果。

(4) 社会责任: 结合评价要求 1.3, 描述组织在社会责任方面的关键绩效指标及其水平趋势。可提供: 经济贡献, 如纳税、解决就业人数、技术升级等; 环境贡献, 如单位产品综合能耗、节能减排量、排放达标率、清洁生产或绿色施工、绿色认证等; 社会责任, 如社会责任报告、社会捐助、公益支出、参加社会组织、参加社区活动、社会责任认证等方面指标的绩效结果。

### 三、评分体系

#### 1. 评分原则

评分采用优于大多数绩效评审方法的成熟度评价方法，包括过程（行动）和结果（绩效）两个评价维度。根据被评价组织提供的对应评价要求中各要点的信息，按过程条款的四个评价要素（方法、展开、学习和整合，Approach、Deployment、Learning、Integration, A-D-L-I）和结果条款的四个评价要素（水平、趋势、对比和整合，Levels、Trends、Comparisons、Integration, Le-T-C-I），分别对过程、结果进行定性评价和定量评分。由于评价要求是开放性的，故评审员在实际操作中，仍需遵循统一性和灵活性相结合的原则，综合各层次要求、彼此间的联系及组织的特性加以评判。更深入地满足评价要求能得到更高的成熟度评分。

“过程”类要求（包括评价要求中的 1-6）体现了基于行动的学习创新，评审时可重点参考但不局限于所列内容，鼓励组织以更具创新性、适宜性的方法来满足要求。更多、更详实、更有力的佐证材料更利于评审员做出判断。

“结果”类要求（包括评价要求中的 7）检查组织的关键业绩及改进情况，组织要结合组织特点和评价要求选择关键绩效指标，提供不少于 3 年连续年度数据，并提供行业比较（标杆、竞争对手或行业平均水平）情况，常规经济指标和行业通用指标是必不可少的。更充分、更有代表性的指标，以及更好的结果、趋势及比较优势有助于更准确的评价。

评价打分表（见下表）列出了评价指标体系和各评价要

求的分值，包括 7 个一级指标、23 个二级指标和 56 个三级指标，对三级评价要求进行成熟度评价的分值与其得分范围相乘，就得到各三级评价要求的得分，其加权之和即得到组织的最终评价得分。

# 评价打分表

组织名称					
评价要求			分值	得分范围	得分
一级指标	二级指标	三级指标			
1 领导 (110)	1.1 高层领导的作用 (60)	组织文化	30		
		品牌建设	15		
		质量责任	5		
		风险管理	5		
		组织绩效	5		
	1.2 组织治理 (20)	治理体系	15		
		高层绩效	5		
	1.3 社会责任 (30)	公共责任	10		
		道德行为	10		
		公益支持	10		
2 战略 (90)	2.1 战略制定 (40)	战略分析	20		
		战略和目标	20		
	2.2 战略部署 (50)	战略实施	40		
		绩效预测	10		
3 顾客与市场 (90)	3.1 顾客和市场的了解 (40)	顾客识别	20		
		顾客需求	20		
	3.2 顾客关系与顾客满意 (50)	顾客关系	25		
		顾客满意	25		
4 资源 (130)	4.1 人力资源 (60)	组织管理	15		
		员工绩效	15		
		学习发展	15		
		权益满意	15		
	4.2 财务资源 (15)	资金运作	5		
		财务管理	10		
	4.3 信息和知识资源 (20)	信息管理	5		
		信息系统	10		
		知识管理	5		
	4.4 技术资源 (20)	技术管理	10		
		自主创新	10		
4.5 基础设施 (10)	设施配置	5			

		设施管理	5		
	4.6 相关方关系 (5)	合作支持	5		
5 过程管理 (100)	5.1 过程的识别与设计 (50)	过程识别	15		
		过程要求	15		
		过程设计	20		
	5.2 过程的实施与改进 (50)	过程实施	20		
		过程改进	30		
6 测量、分析与改进 (80)	6.1 测量、分析和评价 (40)	绩效测量	20		
		绩效评价	20		
	6.2 改进与创新 (40)	创新管理	30		
		创新方法	10		
7 结果 (400)	7.1 产品和服务结果 (80)	产品/服务结果	40		
		产品/服务创新成果	40		
	7.2 顾客与市场结果 (80)	顾客结果	40		
		市场结果	40		
	7.3 财务结果 (80)	财务结果	80		
	7.4 资源结果 (60)	人力资源结果	25		
		信息和知识结果	10		
		技术资源结果	10		
		基础设施结果	10		
		相关方关系结果	5		
	7.5 过程有效性结果 (50)	过程结果	50		
	7.6 领导方面的结果 (50)	组织业绩	15		
		诚信守法	10		
		品牌信誉	10		
社会责任		15			
合计			1000		

## 2. 评分指南

根据评价要求和被评价组织的信息，按过程条款的四个评价要素和结果条款的四个评价要素，分别对过程、结果进行定性评价和定量评分。

### (1) “过程”类要求评分指南

#### 过程评分指南

分数	过程
0% 或 5%	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 没有系统的方法，信息是零散、孤立的。(A)</li> <li>■ 方法没有展开或略有展开。(D)</li> <li>■ 没有改进导向，已有的改进仅是“对问题的被动反应”。(L)</li> <li>■ 缺乏协调一致，各个方面或部门各行其是。(I)</li> </ul>
10%, 15% 20%或 25%	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 开始有系统的方法，应对该评分条款的基本要求。(A)</li> <li>■ 方法在大多数方面或部门处于展开的早期阶段，阻碍了基本要求的实现。(D)</li> <li>■ 处于从“对问题的被动反应”到“改进导向”转变的早期阶段。(L)</li> <li>■ 主要靠联合解决问题来使方法与其它方面或部门达成协调一致。(I)</li> </ul>
30%, 35% 40%或 45%	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 有系统、有效的方法，应对该评分条款的基本要求。(A)</li> <li>■ 方法已得到展开，尽管某些方面或部门的展开尚属早期阶段。(D)</li> <li>■ 开始系统地评价和改进关键过程。(L)</li> <li>■ 方法与在应对组织概述和其它过程条款时所确定的基本组织需要初步协调一致。(I)</li> </ul>
50%, 55% 60%或 65%	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 有系统、有效的方法，应对该评分条款的总体要求。(A)</li> <li>■ 方法得到很好的展开，尽管某些方面或部门的展开有所不同。(D)</li> <li>■ 进行了基于事实且系统的评价、改进和一些创新，以提高关键过程的有效性和效率。(L)</li> <li>■ 方法与在应对组织概述和其它过程条款时所确定的组织需要协调一致。(I)</li> </ul>
70%, 75% 80%或 85%	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 有系统、有效的方法，应对该评分条款的详细信息。(A)</li> <li>■ 方法得到很好的展开，无明显的差距。(D)</li> <li>■ 基于事实且系统的评价、改进和创新已成为关键的管理工具；存在清楚的证据，证实通过组织级的分析和分享，方法得到不断完善。(L)</li> <li>■ 方法与在应对组织概述和其它过程条款时所确定的组织需要实现了整合。(I)</li> </ul>
90%, 95% 或 100%	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 有系统、有效的方法，全面应对该评分条款的详细信息。(A)</li> <li>■ 方法得到完全的展开，在任何方面或部门均无明显的弱点或差距。(D)</li> <li>■ 基于事实且系统的评价、改进和创新已成为全组织的关键管理工具；有证据表明通过分析和分享，在整个组织中方法得到不断完善和创新。(L)</li> <li>■ 方法与在应对组织概述和其它过程条款时所确定的组织需要实现了很好的整合。(I)</li> </ul>

## (2) “结果”类要求评分指南

### 结果评分指南

分数	结果
0% 或 5%	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 没有报告结果，或结果很差。(Le)</li> <li>■ 没有显示趋势的数据，或大多为不良的趋势。(T)</li> <li>■ 没有对比性信息。(C)</li> <li>■ 在对于达成组织使命、愿景和战略目标重要的任何方面，均没有报告结果。(I)</li> </ul>
10%,15%, 20% 或 25%	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 结果很少，在少数方面有一些早期的良好绩效水平。(Le)</li> <li>■ 有一些显示趋势的数据，其中部分呈不良的趋势。(T)</li> <li>■ 没有或极少对比性信息。(C)</li> <li>■ 在对于达成使命、愿景和战略目标重要的少数方面，报告了结果。(I)</li> </ul>
30%,35%, 40% 或 45%	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 在对该评分条款要求重要的一些方面，有良好的绩效水平。(Le)</li> <li>■ 有一些显示趋势的数据，其中多半呈有利的趋势。(T)</li> <li>■ 处于获得对比性信息的早期阶段。(C)</li> <li>■ 在对于达成使命、愿景和战略目标重要的多数方面，报告了结果。(I)</li> </ul>
50%,55%, 60% 或 65%	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 在对该评分条款要求重要的大多数方面，有良好的绩效水平。(Le)</li> <li>■ 在对达成组织使命、愿景和战略目标重要的方面，呈有利的趋势。(T)</li> <li>■ 与有关竞争对手和（或）标杆进行对比评价，部分指标具有良好的相对绩效水平。(C)</li> <li>■ 结果对应了大多数关键的顾客、市场和过程要求。(I)</li> </ul>
70%,75%, 80% 或 85%	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 在对该评分条款要求重要的大多数方面，有良好到卓越的绩效水平。(Le)</li> <li>■ 在对达成使命、愿景和战略目标重要的大多数方面，呈可持续的有利趋势。(T)</li> <li>■ 与有关竞争对手和（或）标杆进行对比评价，多数乃至大多数指标具有非常好的相对绩效水平。(C)</li> <li>■ 结果对应了大多数关键的顾客、市场、过程和战略实施计划要求。(I)</li> </ul>
90%,95% 或 100%	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 在对该评分条款要求重要的大多数方面，有卓越的绩效水平。(Le)</li> <li>■ 在对达成使命、愿景和战略目标重要的所有方面，呈可持续的有利趋势。(T)</li> <li>■ 在多数方面都表明处于行业领导地位和标杆水准。(C)</li> <li>■ 结果完全对应了关键的顾客、市场、过程和战略实施计划要求。(I)</li> </ul>

## 附件 2

### 开平市政府质量奖质量管理实践总结评分方法

一级指标	二级指标	100 - 90%	89 - 75%	74 - 60%	59 - 31%	30 - 0%
经营质量综合管理总体评价： 申报单位总结提炼出的独具特色、可复制、可推广的最佳管理制度、方法和/或模式的先进性、适宜性、有效性及具体成效。		特色鲜明，亮点明显，创新突出，科学系统，成效显著，相关能力或水平达到国际先进或国内领先，堪称国内组织标杆。	具有较鲜明的特色和明显的亮点，创新性较强，成效较显著，相关能力或水平达到国内先进或行业领先，具有较强的标杆示范作用。	具有一定的特色和亮点，但创新性一般，有一定的成效，相关能力或水平达到行业先进水平，具有一定的示范作用。	特色、亮点不够突出，创新性不强，成效不明显，相关能力或水平未达到行业先进水平，示范作用有限。	没有特色和亮点，创新性不强，取得成效不明显，相关能力或水平一般，没有示范作用。
(一) 质量 (40分)	质量发展 (10分)	<p>1. 高层领导长期重视、关注并实际推动质量工作，建立以质量为基石的总体战略；</p> <p>2. 组织的使命、愿景和价值观体现对质量的追求，形成特色鲜明、独树一帜的组织质量文化，制定了完善的员工行为准则和管理制度；</p> <p>3. 具有健全的质量管理机构，并在整个组织中发挥重要作用</p>	<p>1. 领导高度重视、关注质量工作，制定了质量战略或规划；</p> <p>2. 强调对质量的追求，形成具有特色的、明确的组织质量文化，有配套的制度措施和员工行为准则；</p> <p>3. 具有较健全的质量管理机构，并在整个组织中发挥较重要作用</p>	<p>1. 领导高度重视、关注质量工作，制定了年度质量工作计划；</p> <p>2. 强调对质量的追求，形成具有特色的质量文化，有配套的制度措施和员工行为准则；</p> <p>3. 具有健全的质量管理机构，并在整个组织中发挥</p>	<p>1. 领导重视质量工作，初步制定了年度质量工作计划；</p> <p>2. 初步形成组织质量文化，通过制度建设、宣传等措施在组织全体成员中贯彻；</p> <p>3. 设置了质量管理机构，并在整个组织中发挥一定</p>	<p>1. 领导推动本组织质量发展的作用不明显，组织战略中未体现明确的质量战略或计划；</p> <p>2. 未形成明确的组织质量文化；</p> <p>3. 质量管理机构或职能不完整，没有在组织中发挥应</p>

		用； 4. 各项质量基础能力达到国际一流、国内领先； 5. 建立科学的质量专业技术人员人力资源管理体系，重视质量教育和质量人才培养，在组织经营发展中发挥积极作用，实施成效显著。	用； 4. 各项质量基础能力达到国内领先； 5. 拥有一定稳定熟练的质量专业技术人员，较重视质量教育和质量人才培养，在组织经营发展中发挥积极作用。	必要的作用； 4. 各项质量基础能力达到行业先进水平； 5. 拥有一定稳定熟练的质量专业技术人员，较重视质量教育和质量人才培养，在组织经营发展中发挥明显作用。	的作用； 4. 实施质量、环境认证，具有一定的实施效果； 5. 较为重视对专业技术人员的培养与使用。	有的作用； 4. 质量基础薄弱，没有实施质量、环境认证； 5. 对专业术人员的培养与使用不突出，实施成效不明显。
	质量安全(15分)	1. 建立了全面的质量责任体系，相关做法特色明显； 2. 具有较强烈的质量诚信意识和风险意识，质量诚信管理制度完善，质量安全风险管理预防与管控体系完善，风险应急处理机制完备，亮点突出，成效显著，外部评价优秀。	1. 建立质量责任体系，质量责任有效落实； 2. 具有较强的质量诚信意识和风险意识，开展质量诚信管理、质量安全风险预防、管控与应急处理，相关措施机制完善，取得明显成效，外部评价良好。	1. 建立质量责任体系，质量责任有效落实； 2. 具有较强的质量诚信意识和风险意识，开展质量诚信管理、质量安全风险预防、管控与应急处理，相关措施机制较完善，取得一定成效。	1. 有比较系统的的质量责任措施； 2. 具有一定的质量诚信意识，基本建成质量诚信管理和质量安全风险管理体系，开展相关工作，取得一些实施成效。	1. 落实质量责任的措施、做法不系统； 2. 质量诚信意识不强，未系统开展质量诚信管理和质量安全风险管理工作，相关措施成效不明显。
	质量水平(15分)	1. 主导产品和服务的关键质量指标达到国际先进水平或国内领先，3年内曾	1. 主导产品和服务的关键质量指标达到国内先进，获得相关认证，质量竞争力国内	1. 主导产品和服务的关键质量指标达到国内先进，获得相关认证，质	1. 主导产品和服务的关键质量指标达到行业较好水平，具有一定的	1. 主导产品和服务的关键质量指标水平较高，质量水平和市场竞争力一

		<p>获得省部级以上政府奖励，质量竞争力国际一流；</p> <p>2. 依据相关国家标准，科学、规范、客观地开展客户满意度测评，市场认可程度高，顾客满意度和忠诚度达到同行业领先，且呈稳定上升趋势。</p>	<p>领先；</p> <p>2. 科学、规范、客观地开展顾客满意度和顾客忠诚度测评，市场认可程度高，顾客满意程度和忠诚度达到同行业先进水平，并保持稳定。</p>	<p>量竞争力达到行业先进水平；</p> <p>2. 科学、规范、客观地开展顾客满意度和顾客忠诚度测评，市场认可程度较高，顾客满意程度和忠诚度达到同行业较高水平，并保持稳定。</p>	<p>质量竞争力；</p> <p>2. 开展顾客满意度测评，有较为可信、明确证据证明其顾客满意度程度较高，而且没有明显的下降趋势。</p>	<p>般；</p> <p>2. 未系统开展顾客满意度测评，没有可信、明确证据证明其市场认可其顾客满意度程度。</p>
<p>(二) 创新 (30分)</p>	<p>技术创新(10分)</p>	<p>1. 建立先进、高效的技术创新体系，研发投入、创新能力和核心技术居同行业国际前列，拥有重大突破性技术创新成果；</p> <p>2. 技术专利的数量和水平、及主持或参与制定国际及国家标准的数量居同行业领先；</p> <p>3. 近3年多次获得省部级以上科技奖励；</p> <p>4. 主导产品或服务具有较高科技含量</p>	<p>1. 建立先进、高效的技术创新体系，研发投入、创新能力和核心技术居同行业国内领先，拥有重大技术创新成果；</p> <p>2. 技术专利的数量和水平、主持或参与制定国际及国家标准的数量居同行业前列；</p> <p>3. 近3年有获省部级以上科技奖励；</p> <p>4. 主导产品或服务具有较高科技含量和附</p>	<p>1. 拥有较健全的技术创新体系，研发投入、创新能力和核心技术居行业较高水平，拥有重大技术创新成果；</p> <p>2. 技术专利的数量和水平、主持或参与制定国际及国家标准的数量居同行业较好水平；</p> <p>3. 近3年有获省部级以上科技奖励；</p>	<p>1. 核心技术达到同行业国内较好水平，拥有一些技术创新成果；</p> <p>2. 拥有一定的技术专利的数量和水平、曾主持或参与制定国际及国家标准；</p> <p>3. 近3年有获省部级或市级以上科技奖励；</p> <p>4. 研发投入等居行业前列，创新能力较强，产品或服</p>	<p>1. 拥有先进的核心技术；</p> <p>2. 拥有一定数量的技术专利；</p> <p>3. 近3年没有获市级以上科技奖励；</p> <p>4. 技术创新体系不完善，研发投入创新能力不突出。</p>

		和附加值，达到同行业国际领先水平。	附加值，达到同行业国内领先水平。	4. 主导产品或服务具有较高科技含量和附加值，达到同行业国内较高水平。	务有一定的高科技含量，能运用新技术、新工艺、新材料提升产品档次和服务水平。	
	质量创新 (10分)	1. 长期开展重大质量攻关，攻克一系列行业共性质量难题，成功解决关键性难题； 2. 创新性地提出多种质量管理新方法、新技术或新工具引领、带动本行业质量技术进步； 3. 并坚持大规模深入开展群众性质量活动，特色和亮点突出，成果显著。	1. 组织开展重大质量攻关，解决实际质量难题； 2. 提出多种质量管理新方法、新技术或新工具，有效解决实际问题，促进质量技术进步； 3. 广泛开展群众性质量活动，特色和亮点明显成果显著。	1. 组织开展重大质量攻关，解决实际质量难题； 2. 对现有的质量管理新方法、新技术或新工具进行改进和完善，解决实际问题，促进质量技术进步； 3. 较广泛地开展群众性质量活动，特色和亮点明显成果显著。	1. 组织开展中重大质量攻关或项目研究，积极探索解决质量难题； 2. 运用多种质量管理方法、技术或工具，有效解决实际问题，促进质量提升； 3. 开展群众性质量活动，取得一定成效。	1. 在质量管理新方法、新技术或新工具方面的创新性工作不明显； 2. 在重大质量攻关方面成效不显著； 3. 开展群众性质量活动规模范围、特色亮点和实际效果不突出。
	管理创新 (5分)	结合我国实际创新性地提出独具特色的质量管理新模式、新理论，获得国内外普遍认可，实施效果显著，具有在全国范	创新性地提出具有自身特色的质量管理新模式、新理论，得到实际应用，取得明显成效，具有大规模推广应用价值。	创新性地提出具有自身特色的质量管理新模式、新理论，得到实际应用，取得较明显成效，具有推广应	对现在质量管理模式和理论进行改进完善，取得实际应用效果，具有一定推广应用或借鉴价值。	在质量管理模式和理论方面的创新性工作不足。

		围内推广应用的价值。		用或借鉴价值。		
	创新价值 (5分)	核心技术给组织和全社会在多个方面带来巨大的经济效益和社会效益,显著提升组织市场竞争力和产业技术水平。	核心技术给组织和全社会在部分方面带来显著经济效益和社会价值,对提升组织市场竞争力做出明显贡献,对产业技术水平提升有一定的贡献。	核心技术给组织和全社会在部分方面带来显著经济效益和社会价值,对提升组织市场竞争力做出较明显贡献。	核心技术给组织和全社会带来一定的经济效益和社会价值,增强了组织市场竞争力。	核心技术给组织和全社会带来的经济效益和社会价值不显著,对提升组织市场竞争力的作用不明显。
(三) 品牌 (10分)	品牌建设 (5分)	1. 从战略层面加强品牌建设,品牌定位科学、清晰,品牌发展规划明确,实施卓有成效; 2. 建成专业化的品牌管理组织体系,根据品牌发展规划系统,有效地开展营销与推广,在顾客投诉处理、品牌危机管理、品牌保护及品牌评价方面做法系统科学,与顾客和市场建立良好关系,有效维护并持续提升品牌价值与效益。	1. 制定品牌发展规划,品牌定位科学、清晰,品牌战略实施效果显著; 2. 拥有专业化的品牌管理部门与工作团队,推广投入经费较大,相关营销与推广措施有效,系统开展顾客投诉处理、品牌危机管理、品牌保护及品牌评价,努力与顾客和市场建立良好关系,并取得明显成效。	1. 制定品牌发展规划,品牌定位科学、清晰,品牌战略实施有效; 2. 拥有专业化的品牌管理部门与工作团队,推广投入经费较大,相关营销与推广措施有效,较系统开展顾客投诉处理、品牌危机管理、品牌保护及品牌评价,与顾客和市场建立良好关系,取得一定的成效。	1. 制定品牌发展规划并进行实施; 2. 设有专职品牌部门和人员,重视推广投入,通过开展系列品牌营销与推广措施,开展顾客投诉处理、品牌危机管理、品牌保护及品牌评价等措施,努力与顾客和市场建立良好关系,并取得一些成效。	1. 品牌定位不清晰,未制定明确的品牌发展规划; 2. 未设立专门的品牌管理部门与人员,品牌推广措施不系统,未系统开展顾客投诉处理、品牌危机管理、品牌保护及品牌评价等措施,品牌维护成效不明显。

	品牌成果 (5 分)	品牌在管理运营、研发生产、市场竞争、资源整合等方面均实现高度国际化,主导品牌产品或服务市场占有率、品牌价值、品牌知名度等均居同行业国际前列、国内领先,已发展成为本行业国际知名品牌。	品牌在组织结构、生产运营、市场竞争、资源整合等方面均实现国际化,主导品牌产品或服务市场占有率、品牌价值、品牌知名度等居同行业国内前列。	品牌在组织结构、生产运营、市场竞争、资源整合等方面均积极进行国际化,主导品牌产品或服务市场占有率、品牌价值、品牌知名度等居同行业国内较高水平。	品牌在国际化发展方面做出积极探索,主导品牌产品或服务市场占有率、品牌价值、品牌知名度较高,具有一定的国际化发展基础和国际化程度有待进一步提升。	品牌基本不具备国际化发展的基础和国际化能力,主导品牌产品或服务市场占有率、品牌价值、品牌知名度在国内同行业表现一般,国际化发展程度低。
(四) 效益 (20 分)	经济效益 (10 分)	1. 主要财务绩效指标居国内同行业领先水平,且呈稳定上升趋势; 2. 近三年对广东省政府依法纳税总额居国内同行业领先水平,多年来为广东省经济发展做出巨大贡献。	1. 主要财务绩效指标居国内同行业前列,并呈上升趋势; 2. 近三年对广东省政府依法纳税总额居国内同行业先进,多年来为广东省政府经济发展做出较大贡献。	1. 主要财务绩效指标居国内同行业较高水平,并呈上升趋势; 2. 近三年对广东省政府依法纳税总额居省内同行业先进,多年来为当地经济发展做出较大贡献。	1. 主要财务绩效指标较优,并总体呈上升趋势; 2. 近三年对对广东省政府依法纳税总额较大,多年来为当地经济发展做出一定的贡献。	1. 主要财务绩效指标水平及趋势一般; 2. 近三年对广东省政府依法纳税总额不高,多年来为当地经济发展做出贡献有限。

	<p>社会效益(10分)</p>	<p>1. 积极贯彻落实党的方针政策，社会责任意识强烈，机制完善，能在众多方面系统、全面地履行其社会责任，行业引领、区域带动作用显著；</p> <p>2. 曾获得广东省政府表彰奖励，特色明显，亮点突出，形象良好，堪称国内组织标杆。</p>	<p>1. 积极贯彻落实党的方针政策，具备较强社会责任意识，建立相应的决策机制，较好履行社会责任，具有较为明显的特色和亮点，行业引领、区域带动、示范作用明显；</p> <p>2. 曾获得江门市人民政府表彰奖励，社会影响巨大。</p>	<p>1. 贯彻落实党的方针政策，具备较强社会责任意识，建立相应的决策机制，较好履行社会责任，具有较为明显的特色和亮点，行业引领、区域带动、示范方面发挥积极作用；</p> <p>2. 曾获得开平市政府表彰奖励三次(含三次)以上，具有显著的社会影响。</p>	<p>1. 贯彻落实党的方针政策，具备一定的社会责任意识，履行部分对相关的社会责任，在行业引领、区域带动方面发挥一定的作用；</p> <p>2. 曾获得开平市政府相关表彰，具有一定的社会影响。</p>	<p>1. 贯彻落实党的方针政策，社会责任意识一般，未建立相应履行机制，行业引领、区域带动方面作用不明显，履行社会责任情况一般，社会影响及为社会、国家做出贡献有限；</p> <p>2. 未曾获得开平市政府相关表彰，社会影响有限。</p>
--	------------------	---	--	--	--	--