

西子电梯科技有限公司

质量诚信报告

报告日期：2021年1月3日

目 录

一、前 言	(1)
(一) 编制说明	(1)
(二) 总裁致辞	(2)
(三) 企业简介	(3)
二、企业质量管理	(4)
(一) 企业质量理念	(4)
(二) 质量管理机构	(4)
(三) 质量管理体系	(6)
(四) 质量诚信管理	(8)
(五) 企业文化建设	(10)
(六) 企业产品标准	(13)
(七) 企业计量水平	(13)
(八) 认证认可情况	(14)
(九) 产品质量承诺	(14)
(十) 质量投诉处理	(14)
(十一) 质量风险监测	(15)
三、展望	(15)

一、前 言

（一）编制说明

本报告为西子电梯科技有限公司（以下简称为“本公司”或“公司”）首次公开发布的《企业质量诚信报告》，系根据中华人民共和国国家标准 GB/T 29467-2012《企业质量诚信管理实施规范》和 GB/T 31870-2015《企业质量信用报告编写指南》的规定，结合本公司 2020 年度质量诚信体系建设情况编制而成。

本公司保证本报告中所载资料不存在任何虚假记载、误导性陈述，并对其内容的真实性、准确性承担责任。

报告范围：

本报告的组织范围为西子电梯科技有限公司。本报告描述了 2020 年期间，公司在质量管理、产品质量责任、质量诚信管理等方面的理念、制度、采取的措施和取得的绩效等。

报告发布形式：

本公司每年定期发布一次质量信用报告，本报告以 PDF 电子文档形式在本公司网站（<http://www.xizielelevator.com/index.php/>）向社会公布，欢迎下载阅读并提出宝贵意见。

（二）总裁致辞

尊敬的政府质监部门、各界朋友及同仁：

西子电梯科技有限公司衷心感谢社会各界广大用户的厚爱、支持与合作！

我公司拥有先进的生产工艺和设备，建立了严格的质量控制体系，致力于打造西子百年品牌，成为世界一流的电梯企业。

公司始终本着“合作重于竞争”的经营理念，坚持“诚信、务实、创变、共赢”企业核心价值，秉承“为建筑交通创造无限可能”的使命，不断为广大用户提供安全、环保、丰富、可靠的优质产品。

公司自创立以来，得到了各级领导和社会各界朋友的关心和帮助，得到了各位经销代理商和供应商朋友的可贵支持，在此，我谨代表公司全体员工向关心和支持过我们公司发展的各位领导、各界朋友和全体新老客户表示最诚挚的谢意！

（三）公司简介

西子电梯总部位于素有“绿色硅谷”之称的青山湖畔,注册资金 3.555 亿元人民币,, 是一家集电扶梯设计、研发、制造、销售、安装、售后服务于一体的国内领先高端电梯企业。产品涵盖乘客电梯、观光电梯、无机房电梯、医用电梯、载货电梯、自动扶梯、自动人行道、别墅电梯等八大系列十多种成熟梯型。公司拥有近 35 年行业沉淀,科研、创新能力雄厚,现有研发人员 90 余人,专利项目 71 个,年均 20 个重点研发项目,年均推出三、四款新产品。同时与浙江大学合作成立了浙江大学西子研究院,还与清华大学,上海交通大学等著名高校展开广泛合作,建立了技术研发中心、生产制造中心、质量检测中心三大平台,追求产品专业化、制造现代化、企业规模化,与时俱进,不断创新,始终保持企业旺盛的竞争力。同时,公司厂区内建有 7m/s 超高速电梯试验塔,一期高达百米,满足每秒 10 米的高速电梯的研发;二期将建成 208m 高的试验塔,满足 20m/s 的超高速电梯研发环境。从绿色电梯到智慧电梯,我们将继续引领装备制造业的技术革命(工业 4.0 时代),为社会进步提供创新解决方案。公司开放、优越的创新环境,能够充分释放员工的创造活力,成熟有效的创新流程和产品机制,使西子电梯创新成果层出不穷。

公司通过 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国际认证和主导产品欧盟市场准入 CE 认证,俄罗斯海关联盟 CU-TR 认证等全球最高等级市场准入认证。拥有国内同行业中高级别的制造许可证和 A 级安装、改造、维修许可证。公司营销网络已形成一个总部、全国五个大区的战略格局,产品遍及全国各地。在杭州、济南、长沙、厦门、成都、重庆、天津、西安、合肥、南京等各大中心城市已建立 60 多家分公司及 28 家办事处,为客户提供一站式全方位服务。电梯设备出口到欧洲、中东、东南亚及中亚等 70 个国家和地区,建立了独家代理和长期战略合作伙伴,并有完善的海外销售和服务体系。

二、企业质量管理

（一）企业质量理念

公司成立之初，便致力于打造高质量产品，将产品质量视为企业生存和发展的重要基石，公司先后通过了 ISO9001、ISO14001 和 ISO45001 管理体系的认证和主导产品欧盟市场准入 CE 认证，俄罗斯海关联盟 CU-TR 认证等全球最高等级市场准入认证，拥有国内同行业中高级别的制造许可证和 A 级安装、改造、维修许可证，严格按该国际质量管理体系执行，使企业产品的质量得到有力的保障，从而使企业的质量方针得以顺利推行。为从根本上加强质量管理，提高公司经营质量，公司更以卓越绩效模式的导入为契机，推行全面质量管理，运用 FMEA、SPC 等质量统计工具，通过内部审核、自我评价、第三方审核或评价、QCC 品管圈活动，不断寻找改进机会和持续改进的方式，迈向卓越的绩效。自建厂以来，公司从未出现过重大质量投诉，在历年接受各级质量技术监督部门的抽检中，合格率均达 100%。

表 1：公司的企业文化及质量文化

项目	内容
企业使命	为建筑交通创造无限可能
企业愿景	打造西子百年品牌，成为世界一流电梯企业
核心价值观	诚信、务实、创变、共赢

（二）质量管理机构

本着对产品质量的高度重视，公司建立质量负责人制度，制定了各料件、部件、产品的检验标准，并各司其职、相互沟通配合，从研发、采购、生产等各过程，加强产品质量把控。

- 总裁及高管团队——负责全面质量管理资源配置、全员意识提升，向全体员工宣贯质量理念的遵旨；
- 战略委员会——负责公司的经营战略规划和全面运营管理，负责公司的外联行政事务；

- 人力资源部——负责制定公司人力资源战略规划并组织实施，负责人事管理；

- 行政管理部——负责公司内部行政管理、后勤管理等开展工作；

- 运营中心（制造部、合同履行部）——负责产品实现过程的策划、生产计划的制订与监督，负责生产的全面运行管理，以及对生产交期、成本、质量、技术、工程设备、安全等进行全面管控；

- 工程中心（售后服务部）——负责公司所需物料、设备的采购管理和物料收、发、存的运行管理，确保外购和外协件源头产品质量，负责公司物料采购的审定价与产品销售的定价，以及供应商开发、评定与管理；

- 技术中心（电梯技术部、扶梯技术部）——负责产品技术研发和技术应用，负责新产品开发统筹（包括从产品可行性开始直至成功量产后的技术转交与支持），负责项目小组的日常管理；

- 工程中心（安全质量部）——负责公司质量战略的推进实施，质量计划的编制，提升产品质量和过程质量指标，同时实施质量改进工作，并负责新产品委托测试；

- 营销中心（南大区、北大区）——负责制定销售计划和策略，销售任务的跟进与改善，销售团队管理，收集市场信息和客户与工厂之间的沟通、协调；

- 新梯管理中心（市场部）——负责制定产品市场计划和策略，产品市场拓展的跟进与改善，产品市场团队管理，新产品前期设计、开发和调研，新产品导入等；

- 运营中心（财务部）——负责公司的财务管理工作，参与公司的战略规划、投融资作业内控体系建设等；

- 运营中心（信息管理部）——负责公司信息化建设、指导实施等工作，负责信息化系统运行的维护、保养和故障维修。

公司同时设立了质量保证工程师，确定质量保证工程师的职责和权限，对质量实行一票否决，全面建立公司质量文化。

因对产品和服务质量安全的重视，公司总裁履行了如下的职责：

- 1) 参与品质战略的制订、评审确定品质战略；

- 2) 参与每月质量例会；

- 3) 参与重大产品质量评审和质量改进活动；
- 4) 参与质量表彰活动，为 QCC 活动颁奖；
- 5) 参与质量月活动，普及质量安全教育；
- 6) 建立质量保证工程师制度，明确质量保证工程师的职权；
- 7) 建立明确的质量事故问责制、质量安全追溯制度。

（三）质量管理体系

公司自引入 ISO9001 质量管理体系以来，以“精诚服务，顾客至上；安全节能，持续改进”为质量方针，围绕电扶梯产品的设计、开发生产和销售过程，按 GB/T 19001-2016《质量管理体系要求》建立质量管理体系，形成了质量手册、程序文件和其他质量文件等，加以实施和保持，并持续改进有效性。

1、质量管理体系方针与目标

从导入 ISO 9001 质量管理体系，坚持产品质量的“安全节能，持续改进”，到导入卓越绩效管理模式，推行全面质量管理，坚持“精诚服务，顾客至上”，公司建立了以战略为核心，以 GB/T19580 卓越绩效模式为框架的整合型全面质量管理体系，满足了顾客、股东、员工、供应商、社会和合作伙伴六大利益相关方的要求，在公司各层次建立了相应的战略规划、质量目标，并以公司绩效考核体系为依托，设立了质量考核 KPI 和质量问责制。

2、质量教育

在体系运行过程中，公司运用各种科学、有效的方法，测量、分析、改进，基于 PDCA 的系统方法，不断持续改善。公司运用多种工具，改进各部门、各层次的绩效，并采用标杆对比和学习的方式，不断修正个人工作思路和方式，确保实现个人和公司整体目标。公司积极与外部进行沟通交流，适时邀请专家对公司员工进行专项培训。公司定期对各级员工开展质量教育，对质量控制点进行专项管理，确保制造过程产品质量的一致性。

为牢固树立全体员工的诚信意识，公司每年年初制定本年度的教育培训计划。各部门负责人根据公司要求，编制教育培训计划和内容，认真组织下属的教育培训。各车间主任负责班组长及员工的诚信宣传教育工作。公司通过专题培训、书面文字进行张贴或传达、质量诚信先进员工经验交流、利用图片展示等多种方式对企业员工实施质量诚信教育。

3、质量法规及责任制度

公司通过收集法律法规及其它标准、要求，制定内部相关标准，使产品达到国家法律法规和国家、行业标准的要求（部分指标超过外部要求），从产品技术上践行社会责任。同时，公司制定了《质量控制系统责任人职责》，对产品质量控制明确责任，遵循对质量事故不放过原则。

表 2：公司所遵守的质量标准和其他相关法律

类别	内容
员工权益 社会责任	《劳动法》、《工会法》、《消费者权益保护法》、《环境保护法》、《安全生产法》、《职业病防治法》、ISO9001:2015、ISO14001: 2015 标准、OHSMS18000 标准等
产品标准 执行与制定	GB7588-2003《电梯制造与安装安全规范》、GB 7588-2003/XG1-2015《《电梯制造与安装安全规范》国家标准第 1 号修改单》、GB 21240-2007《液压电梯制造与安装安全规范》、GB 25194-2010《自动扶梯和自动人行道的制造与安装安全规范》、GB 10060-2011《电梯安装验收规范》、GB 50310-2002《电梯工程施工质量验收规范》、GB 24804-2009《提高在用电梯安全性的规范》等

公司制定了《内部审核控制程序》、《管理评审程序》，并培养内审员团队，为确保体系运行的有效性和持续改进，安排了内审、过程审核和质量稽查。对于审核中发现的不符合项，由责任部门分析原因，制定纠正或预防措施，落实整改，并验证整改效果，最终形成内部审核报告，对体系的整改及不符合项的预防提出建议，并作为管理评审的一个重要输入，报告最高管理者。

公司制定了《不合格品控制程序》、《纠正和预防措施控制程序》对不合格品进行了严格管控。公司所有的产品都经过在线检查，合格后方可流入下道工序或出厂。任何不合格产品均有明确的标识、记录、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道工序。

同时，根据《生产和服务控制程序》、《检验与试验控制程序》等，对于所有出现的不合格，均有详细记录，并由专人进行统计分析后，由责任单位依据《纠正和预防措施控制程序》制定纠正预防措施并进行整改，评估纠正预防措施有效之后方能关闭问题项。

此外，公司还制定了《管理手册》、《采购控制程序》、《人力资源控制程序》、《培训管理制度》等制度，对出现的质量问题进行问责和教育，并在日常研发、生产作业中，强调系统化，通过品管圈、持续改善等活动及质量工具的展开，充分应用 PDCA 循环，持续改善，追求卓越。

（四）质量诚信管理

1、质量承诺

a) 诚信守法

高层领导遵循“合作重于竞争”的经营理念，严格遵循《公司法》、《经济法》、《合同法》、《产品质量法》、《安全生产法》、《环保法》、《劳动法》以及机械行业的相关法律法规，加强员工法律知识培训，配合政府部门开展普法教育活动，鼓励表彰员工的“正能量”，使诚信守法的作风深入公司全体员工的意识和行为。公司合同主动违约率为零，从不拖欠银行贷款，逾期应收账款降至合理范围，公司高层、中层领导都没有违法乱纪纪录，员工违法次数为零，在顾客、用户、公众、社会中树立了良好的信用道德形象。

b) 满足客户需求

公司高度重视技术研发，加强了研发力量的投入，以客户需求为中心，积极听取客户关于功能、质量、配置等方面的意见和建议，开展产品改进和创新活动，满足客户对产品和交期的需求。在产品质量方面，公司严格执行 ISO9001 质量管理体系，通过开展技术攻关、质量改进、QC 小组等活动，保障产品质量安全。

2、运作管理

a) 产品设计诚信管理

公司产品设计与研发严格依照《设计和开发控制程序》，从研发立项、过程各类活动记录、研发过程总结、管理考评控制研发相关的整个过程。

b) 原材料或零部件采购诚信管理

企业根据物料对产品质量的风险程度，将物料分为 A、B、C 三类。对 A 类物料供应商，除了必须符合法定的资质外，还要定期进行现场审计。对 B 类物料的供应商，企业首先要对该种物料进行风险分析，视供应商提供物料的质量情况决定是否需进行现场审计。对 C 类物料的供应商，一般只考虑审计其资质。企业对物料供应商进行资质审核及现场审核后，如符合要求同意购进的物料供应商应当建立质量档案。对采购的原材料批批全检，凡未达到规定标准的原材料一律不得入库是使用。

在设备和零部件采购方面，对供应商的相关资质进行严格审查。在采购设备和零部件时，能够使用标准件的一律采购和使用标准件；需特殊加工的，需对使

用效果进行充分验证，确保达到我公司要求。所有设备在使用前必须经过设备验证，确保符合产品工艺要求。

c) 生产过程诚信管理

公司运营中心及其下属制造部具体负责各品种生产管理和技术管理工作。制定并逐步完善了各种生产管理制度、工作标准、岗位操作规程和各类工艺规程、管理规程、标准操作规程。采用车间集中培训和班前、班后会对各岗位操作人员进行全面的岗位技能培训，持证上岗，并采用多种方式进行督查、考核，增强员工质量意识，提高操作水平，在生产过程中，各级管理人员严格履行管理职责，及时检查，及时纠正差错，保证生产秩序的稳定。

对生产所需的原料、辅料、包装材料进行投料前复核，把好中间产品、成品的质量，严格执行对不合格品的“不生产、不接收、不流转”的“三不原则”，关键工序设质量控制点，督促员工做好自检、互检，专检规程，严格批记录的管理规程，做到领用、发放和核对相统一。对每一生产步骤进行物料平衡，保证物料的投入和产品的产出数量与工艺要求相一致，确认无潜在质量隐患。

生产记录由制造部负责审核、印制和保管。员工操作必须按要求及时填写生产记录，做到字迹清晰、内容真实、数据完整，操作人及复核人签名确认。每批生产结束后，车间统计员把记录汇总、复核，及时上交制造部，经审核无误后，按批号整理归档，由专人管理。

公司根据行业特点及实际情况，加强生产过程信息化建设水平，应用 ERP 系统的生产管理模块对整个过程进行数据采集和监控，对公司整个生产过程实行系统化管理，并挖掘内部潜力，发挥技术骨干人员的力量，开展对现有设备进行持续性改造或科技创新工作，对薄弱环节进行技术攻关；生产员工上岗前要经过培训及考核，建立全员培训档案，通过集中培训、班前会培训、“传、帮、带”、目视化等多种方式进行培训，强化其工作技能和质量意识。生产员工严格遵守车间纪律。

公司推行精细化生产组织模式以缩短生产和交货周期，快速适应市场订单品种和数量高低起伏的变化，在降低库存基础上满足客户需求，满足了客户对电扶梯产品性能的全面了解和产品质量的进一步认可，订货率也随之提高，并且在很

大程度上解决了售后质量问题，减少了售后服务工作人员的工作量，使售后服务工作安排更加柔性化。

3、营销管理

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。公司将顾客分为直接顾客、间接顾客两类。针对不同类型顾客确定顾客的需求与期望，针对其需求与期望来确定适当的方法，建立相应的体系与团队，建立各种渠道和方法，针对性的进行顾客需求与期望的了解。

公司通过展览会、行业会议、行业标委会、公共媒体、互联网、外部机构等渠道，以问卷调查、面对面或电话访谈、观察查询、外部委托等方法，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。

公司以“服务，成就之源”为四大基石之一，要求业务人员对于任何一位客户，不论他下单与否，都要做到热情、周到，都要尽量满足他们的所有合理需求。制订了《与顾客有关过程控制程序》、《顾客满意度控制程序》、《服务控制流程》等，从各方面增加业务人员的技能和素质，提升了顾客成交率。

公司建立顾客回访制度，采取顾客自愿形式，记录顾客联系电话、电梯型号、订购时间等相关信息，在顾客购买一段时间后（通常是一年内）进行电话回访，并适时推介新款，提升顾客满意度。

公司建立及时反馈处理用户投诉意见的快速反应机制，投诉/应急处理的响应时间一般不超过1天，对不可预测的变化，及时采取应对措施。

（五）企业文化建设

1、质量情况

—管理体系

通过 ISO9001、ISO14001 和 ISO45001 三体系认证，达到业内先进水平。

—产品认证

特种设备制造许可证：电梯 A 级，扶梯与人行道 B 级（B 级最高）；

特种设备安装、改造、维修许可证：电梯 A 级，扶梯与自动人行道 A 级，其它类型电梯 A 级；

公司的畅销产品通过 CE 认证。

—产品检测

(1) 产品质量的跟踪

- ① 设计、生产中均进行评估，改进存在的风险和缺陷；
- ② 交付前进行测试，记录测试结果；
- ③ 交付后跟踪客户对产品质量的反馈信息；
- ④ 定期对产品开展全项目检验；
- ⑤ 在顾客满意度调查问卷中进行产品质量调查。

(2) 服务质量的跟踪

- ① 登记顾客需求信息，服务后进行回访，跟踪服务有效性；
- ② 收集分析服务质量信息，对服务质量进行改进；
- ③ 在顾客满意度调查问卷中进行服务质量调查。

—质量追溯

公司每年组织进行管理评审会议，评审质量、环境、职业健康安全等管理体系的适宜性、充分性和有效性，达到持续不断完善管理体系，确保公司体系方针和目标的实现，满足相关方要求。

2011 年，公司实施了 K3 企业资源管理系统，使信息的追溯性、准确性和及时性得到了进一步提高。

—质量分析

公司通过统计口径、财务报表、专题会议等多种渠道全面收集、整理和测量产品质量的数据和信息，并对数据和信息进行分析，制定相应的改进措施。

2、品牌情况

西子电梯在行业内品牌形象上佳，产品和服务得到用户认可，近三年来，顾客满意度一直处于上升趋势。公司在顾客与市场方面的绩效结果，包括顾客满意和忠诚都表明西子电梯正处于稳步上升期。

公司不断壮大“精、专、新”的研发队伍，持续改善产品技术水平和质量性能，近三年来产品多次获得客户和同行认可。

表 3：近几年产品和技术所获荣誉（市级以上）

年度	称号	授予单位
2016	省级企业技术中心	浙江省经济和信息化委员会办公室
2016	杭州市国内首台（套）重大技术装备和关键部件产品	杭州市经济和信息化委员会
2016	浙江省创新型示范中小企业	杭州市经济和信息化委员会
2016	浙江省成长性科技型百强企业	浙江省高新技术企业协会
2016	杭州市出口名牌	杭州市商务委员会
2016	杭州市著名商标	杭州市市场监督管理局
2017	CNAS 实验室认证	中国合格评定国家认可委员会
2017	浙江省西子智慧电梯研究院	浙江省科技厅 浙江省发展和改革委员会 浙江省经济和信息化委员会
2018	西子智慧电梯省级高新技术企业研究开发中心	浙江省科学技术厅
2018	“浙江制造”品字标认证（曳引驱动乘客电梯）	浙江制造国际认证联盟
2019	浙江省 AAA 级“守合同重信用”企业	浙江省市场监督管理局
2019	绿色工厂	工业和信息化部办公厅
2019	安全生产标准化二级企业（机械）	浙江省应急管理局
2020	浙江制造精品	浙江省经济和信息化厅
2020	“浙江制造”品字标认证（重型自动扶梯）	浙江制造国际认证联盟
2020	“浙江制造”品字标认证（曳引式家用电梯）	浙江制造国际认证联盟
2020	“浙江制造”品字标认证（浅底坑型电梯）	浙江制造国际认证联盟
2020	“浙江制造”品字标认证（既有建筑加装电梯）	浙江制造国际认证联盟
2020	2020 年杭州市人民政府质量奖提名奖	杭州市人民政府
2020	杭州市信用管理示范企业	杭州市市场监督管理局 中共杭州市委宣传部 杭州市发展和改革委员会 杭州市精神文明建设委员会办公室
2020	杭州市消费教育基地	杭州市消费者权益保护委员会

表 4：质量管理水平相关绩效结果

关键绩效指标	单位	2018	2019	2020
自制件过程检验正确率	%	100	100	100
漏检率	次	0	0	0
成品出厂检验正确率	%	100	100	100

关键绩效指标	单位	2018	2019	2020
检验项目覆盖标准率	次	100	100	100
客诉回复及时率	%	100	100	100
监视和测量装置控制有效率	%	100	100	100

表 5：质量管理水平相关绩效结果（2020 年）

序号	技术/产品名称	技术水平	序号	技术/产品名称	技术水平
1	UN-Victor	国内领先	6	UN-Villa 家用电梯	国内领先
2	UN-Victor mrl	国内领先	7	双动力节能电梯 (UN-GPower)	国内领先
3	UN-Victor mrl II	国内领先	8	XEC-6000 扶梯	国内领先
4	GCS6000	国内领先	9	UN-ES008	国内领先
5	GCS8000	国内领先	10	XEC-6000	国内领先

3、标准情况

近三年参与 9 项国家标准的编制工作， 9 项已颁布实施。

（六）企业产品标准

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。

（七）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。

公司通过对进货的检验与试验，以保证供应商提供的物资符合规定的要求。品质管理部负责编制进货检验与试验规程，负责物资进货的抽检；采购科负责不合格物资，材料仓负责点收物资的进货数量、名称和重量等。

为保证所有产品在生产过程中都通过规定的检验后才能进入下一道工序，公司制定《不合格品控制程序》、《纠正和预防措施控制程序》、《检验与试验控制程序》开展严格的过程检验和试验。品质管理部负责制订过程及最终检验和试验规程，设立极最终检验的检验点，并负责组织过程检验工作；质检员负责检验点的检查、半成品、成品的检验；各生产车间操作工负责自检工作。

表 6：公司采用的检测设备

序号	设备名称	设备型号	数量	先进水平
1	电梯加速度测试仪	EVA-625	2	行业先进
2	电梯限速器测试仪	DXC-B	1	行业先进
3	光学垂准仪	DZJ-300A	1	行业先进
4	绝缘电阻仪	1508	1	行业先进
5	接地电阻仪	DY4100	1	行业先进
6	红外线测温仪	303B	1	行业先进
7	数字钳形表	319	2	行业先进

（八）认证认可情况

目前公司已通过 ISO9001 质量认证和欧盟 CE 认证及标准化良好行为企业验收，并准备开展“浙江制造”品牌认证，公司将严格按国际质量管理体系执行，使企业产品的质量得到有力的保障，从而使企业“精诚服务，顾客至上；安全节能，持续改进”的质量方针得以顺利推行。

（九）产品质量承诺

自建厂以来，公司从未出现过重大质量投诉，在历年接受各级质量技术监督部门的抽检中，合格率均达 100%。

（十）质量投诉处理

公司建立并实施顾客投诉处理流程，确保及时有效地处理客户投诉。客户投诉由专职人员处理，每张投诉单，均应严密监控，根据客户投诉类型与程度的差异，以客户为中心并注重收集和解决客户的反馈，并采取必要的纠正/预防措施，以防止类似问题的重复发生。以电话回访的方式跟踪投诉处理过程，了解顾客的满意度。

同时，公司品质管理部门对客诉信息定期监测，设立售后服务部，对市场重复发生及影响客户满意度和产品体验的问题进行集中收集，并加以分析，形成报告。定期组织内部各部门召开产品质量会议。组建品管圈、跨部门产品质量改善团队、同时联动上游供应商及相关合作伙伴，对重大产品质量问题进行攻坚改善，消除质量风险，提升产品质量满意度。

（十一）质量风险监测

公司制定常规产品生产运行控制流程，做到每一个环节严格控制，严格把关，确保每个零件的生产都符合相关要求，确保最终产品质量的合格。公司还运用三检制，即自检、互检、专检，对产品质量进行严格把控。其中自检包括了产品生产全过程，员工对自己所生产出来的产品，按照图纸或要求自行进行检验，并作出是否合格的判定且在检验记录上做好相关的自检记录。单元化模块化的生产模式，使产品关键质量环节得以暴露和控制，进而保证产品质量安全，防范质量安全风险。

公司制定了质量控制体系，成立了以总裁为最高领导人，工程技术副总裁为质量保证工程师，设计控制系统、作业（工艺）控制系统、材料、零部件控制系统、焊接控制系统、检验与试验控制系统、生产设备控制系统、工程服务控制系统、电控系统制作控制系统、机械加工控制系统为组员的质量控制体系结构。并明确了质量控制体系结构及各相关部门职责。

三、展望

作为一家机械制造企业，公司在创立初期，就明确了“为建筑交通创造无限可能”的使命和“打造西子百年品牌，成为世界一流电梯企业”的愿景，在 10 多年的发展过程中，公司高层领导结合电梯行业产品的特殊性和公司发展的不同

历史阶段，多次组织员工总结创业历程，并不断拓展和升华，重点探索出了企业的“核心价值观”和“经营理念”，形成了具有西子电梯特色的独特企业文化。

表 7：公司文化体系

使命	为建筑交通创造无限可能
愿景	打造西子百年品牌，成为世界一流电梯企业
核心价值观	诚信、务实、创变、共赢
经营理念	合作重于竞争

① 使命：为建筑交通创造无限可能。作为行业新一代民族品牌领跑企业的西子电梯，始终奉行贯彻“安全”准则。对质量安全负责，对生命安全负责，向所有用户提供更安全、更可靠的产品。同时，依托科技梦想，为智慧城市建设贡献力量，不断发展超越，使建筑交通更智能。西子电梯倡导的建筑交通更智能不仅仅是电梯使用的自动化，其核心在于通过西子电梯强大的大数据平台，促进电梯质量安全风险预警体系建设。

② 愿景：打造西子百年品牌，成为世界一流电梯企业 西子电梯立足国内，面向世界，通过给客户高质量的产品，贴心的电梯的维保服务，以及对客户需求的快速响应，致力于为社会提供更优质的建筑交通解决方案，全面提升品牌形象，广泛树立口碑。西子电梯发展迅速，目前已成为民族品牌的领跑者，我们立志通过专业服务来赢得客户对西子电梯品牌的信任和更大程度的认同，成为全球 电梯行业著名品牌，反映行业地位的市场占有率、品牌美誉度等要达到全球电梯品牌前三位。

③ 核心价值观：诚信、务实、创变、共赢。

诚信：诚实守信、忠诚敬业、尊重规则

务实：脚踏实地、快速响应、绩效导向

创变：勇立潮头、创新思路、与时俱进

共赢：主动分享、平等互利、共同成长

④ 合作重于竞争：是西子电梯的核心理念与经营智慧。多年来，我们坚定不移地走合作共赢的发展道路，与众多优秀合作伙伴开展全方位、多形式的合资与合作，在合作中学习，在合作中提高，追求长期发展和互利共赢。我们相信，通过

智慧的联合，团队的协作，将帮助我们实现优势互补，开创“百年西子、世界西子”的宏伟蓝图。