

福耀玻璃工业集团股份有限公司

质量文化管理政策

1. 目的

为推动落实国务院《质量强国建设纲要（2023年）》精神，引导公司创建和培育先进文化，提升全员质量素质，进而提高产品、服务和经营质量，促进可持续发展，特制定本制度。

2. 适用范围

本制度适用于公司各职能部门、直接或间接全资子公司、直接或间接控股子公司（以下统称“子公司”）。

3. 定义

3.1 质量文化：企业和全体成员所认同的关于质量的理念与价值观、习惯与行为模式、基本原则与制度以及其物质表现的总和。

3.2 质量价值观：企业及全体成员在质量方面所遵循的指导思想和行为准则，是企业质量文化的核心。

3.3 质量文化建设：为创建、培育、发展和优化质量文化，自觉并有意识、系统地对自身的质量文化进行策划定位、组织管理、系统推进和测量、评价与改进等一系列活动和过程。

3.4 质量文化建设成熟度：实施质量文化建设的过程与成效达到其质量文化建设期望目标及相应的成效标准的程度。

4. 质量文化定位

福耀集团质量核心文化结合企业文化相关规定《福耀集团核心文化体系》，明确质量核心文化如下：

4.1 质量愿景：追求极致，成为全球行业标杆；

4.2 质量使命：为全球客户提供极致产品及服务；

4.3 质量核心价值观：质量缺陷零容忍；

4.4 质量方针：客户至上、全员参与、科学管理、追求极致；

4.5 质量行为准则：“三不”“四自”行为准则，“三不”是“不收不良品、不做不良品、不交不良品”，来源于“零缺陷管理”的理念，通过质量的持续改进来确保产品及服务一次性做好；“四自”是“自主、自省、自纠、自完善”，来源于精益管理理念，通过人品的不断提升来确保工作一次性做对；

4.6 质量文化成效目标每年由体系流程管理部依据质量文化建设的目的与期望目标，设定质量文化测量、评价的目标。

5. 质量文化推进

5.1 公司积极推动开展质量文化的教育与培训工作，并纳入子公司教育培训中，包括：

5.1.1 各子公司人事部应将质量文化核心内容列入全体员工（包括全职员工、兼职员工、合同工等）的年度培训计划中，并按计划有效实施培训；

5.1.2 各子公司质保部应采用多样及丰富有效的方法，进行质量文化宣贯，如：标语、知识竞赛、征文、演讲比赛等。

5.1.3 各部门应利用各种宣传资源和手段，进行质量文化的传播与宣传，例如：通过期刊、论坛、自媒体、网站等多种途径，向包括客户、员工、供应商、政府、经销商在内的全社会传播和宣传质量价值观、质量方针、质量行为规范等有关福耀质量文化及建设的内容。

5.1.4 公司充分利用现有激励机制，以激发引导全体员工在参与质量文化建设中的积极性和自律性，激发热情、释放潜能，有效推进质量文化建设活动，实现员工成长和自身价值。

5.2 质量文化测量、评价与改进

5.2.1 由体系流程管理部制订“福耀集团质量文化建设成熟度调查问卷”，并组织各子公司质保部实施评价；

5.2.2 采用抽样方式，每年一次进行，针对福耀员工、客户、供应商、经销商等，进行质量文化测量及评价；

5.2.3 由体系流程管理部对测量及评价的结果进行汇总，将实际水平与期望状态进行比较分析与评价，输出质量文化测量及评价结果；

5.2.4 由体系流程管理部根据质量文化测量及评价结果，识别改进机会，明确改进措施，并推动各子公司执行改进，确保福耀集团企业文化的持续发展和优化。

福耀玻璃工业集团股份有限公司