附件2

质量品牌与绿色发展相关指标调查问卷

为了更好的推动行业质量提升、品牌建设与绿色发展等工作开展，根据国家政策导向结合行业企业具体经营情况等因素，特制定如下调研内容，请各会员企业积极配合调研工作，对相关内容尽量据实、完整提报。

协会承诺，对企业所提供的数据和反馈信息，协会秘书处将严格保密，不向任何第三方透露，不在协会媒体或社会媒体上发布，行业共享的信息只有汇总分析情况，请各企业不必顾虑。

（注：请企业结合具体情况，在 填写相关内容或实际数据，在符合企业情况的□中打√即可。）

1. **企业基本信息**
2. **企业名称：**
3. **联系方式（电话/微信/邮箱）：**
4. **企业类型（多选）：**

□国有企业 □集体所有制企业 □民营企业

□股份制企业 □外商独资企业 □中外合资企业

1. **质量管理体系认证情况**

**通过认证的质量管理体系（多选填空）**

□GB/T9001 □GB/T14001 □ISO45001 □IATF 16949 □GB/T19004

□GB/T19024 □GB/T19580 □其它

1. **质量绩效指标情况（填空，2024年）**

过程能力指数（Cpk）： 产品一次交验合格率%：

内部质量损失率%： 外部质量损失率%：

年度质量改进收益（万元）： 顾客满意度%：

全员劳动生产率（万元产值/人.年）：

1. **质量管理数字化情况**
2. **实施质量管理数字化的业务环节（多选填空）**

□研发设计 □采购 □生产 □检测 □仓储 □客户服务 □产品服务 □物流 □销售 □财务 □其它：

1. **质量提升过程中使用了哪些数字化技术（多选填空）**

□5G □人工智能（AI） □大数据 □物联网（IoT） □区块链 □数字孪生 □其它：

1. **质量提升过程中使用了哪些数字化工具（多选填空）**

**研发设计软件：**

□CAD/CAE/EDA（如AutoCAD、SolidWorks、NX、CAPP等）

□PLM/PDM（如Teamcenter、Windchill、Enovia/Jira、Trello、Asana等）

□数字原型工具（如Sketch、Adobe XD、Figma等）

□行业专业设计软件

□AI设计应用软件

□其它：

**生产制造软件**：

□MES □APS □CAM □SCADA/MDC类 □DCS/PLC/DNC类 □其它：

**检验检测软件**：

□QMS □LIMS □MMIS □其它：

**供应链管理类软件**：

□ERP □WMS □LMS □CRM □SCM/SRM类 □其它：

**运维服务软件**：

□MRO □CMMS □其它：

**其它管理软件**：

□OA □EAM □HRM □HSE □其它：

1. **应用了哪些数字化平台（多选）**

□工业大数据平台（用于收集、存储、分析和应用工业领域的大数据）

□工业互联网平台（连接工业设备、传感器、软件和数据，实现工业设备的智能化、互联化和数据化）

□其它：

1. **产业链质量协同（单选）**
2. **是否建立了供方质量考核和保证制度**

○是 ○否

1. **是否推动产业链供应链企业之间质量信息交流和质量协同改进**

○是 ○否

1. **技术创新能力**
2. **科研创新投入情况（填空，2024年）**

研发投入： 元 研发投入占比： %

研发人员数量： 人 研发人员占比： %

1. **研发机构建设水平（选择填空，可多选）**

□技术标准创新基地 □企业技术中心 □技术创新中心

□重点实验室 □院士工作站 □博士后工作站

□其它

1. **创新成果情况（多选填空，近三年）**

□国家级创新成果 项 □省部级创新成果 项 □地市级创新成果 项；

□发明专利 项 □实用新型专利 项 □外观设计专利 项;

主导或参与编制的产品技术相关标准：

□团体标准 个 □行业标准 个

□国家标准 个 □国际标准 个

1. **是否形成科技成果转化（单选）**

○是 已完成成果转化项目数： 个

○否 未完成成果转化项目原因：□缺乏科技转化平台

□企业承接能力不强

□自主创新能力不足

□科技人才匮乏

□金融支持不够

□管理制度与政策不协调

 □其它

1. **可靠性能力提升**
2. **可靠性管理能力（多选）**

具备相关可靠性提升的管理方法工具

□可靠性管理制度工作计划 □可靠性评审 □故障报告分析、纠正措施系统

□可靠性设计 □可靠性分析 □可靠性试验验证 □可靠性仿真

□可靠性制造工艺 □关键计量测试技术 □其它

1. **可靠性倍增情况（多选）**

通过针对性可靠性攻关，实现系统的可靠性关键指标和水平提升

□核心基础零部件 □核心基础元器件 □关键基础软件 □关键基础材料

□先进基础工艺 □其它

1. **品牌管理**
2. **品牌管理体系（单选）**

○建立品牌培育管理体系 ○未建立品牌培育管理体系

1. **主品牌定位（多选填空）**

□国际知名品牌 □国内知名品牌 □区域知名品牌

□高端品牌 □一般品牌 □其它：

1. **品牌架构设计（单选填空）**

□多品牌 主品牌名称： 使用年限：

□单一品牌 单品牌名称： 使用年限：

□其它：

1. **品牌营销方式（多选填空）**

□内容营销 □社交媒体营销 □搜索引擎营销 □影响者营销

□电子邮件营销 □事件营销 □公关活动 □口碑营销 □体验营销

□故事讲述 □品牌合作 □本地化营销 □数据驱动营销 □技术驱动营销

□忠诚度营销 □品牌视觉营销 □其它：

1. **品牌推广（填空）**

2024年度主品牌推广投入经费总额： 万元；占销售收入比例： %。

1. **品牌出海（单选填空）**

○是

2024年出口的主产品名称： 2024年出口的主产品数量：

○否

1. **主品牌商标注册历史**

注册时间：

1. **品牌是否在境外注册**

（如果是，说明具体情况，可填多项）

○是 注册国家（地区）： 注册时间：

○否

1. **是否建立了顾客投诉及快速协调解决机制**

○是 ○否

1. **绿色发展**
2. **“三零”工厂建设目标及现状（多选）（“三零”工厂释义见问卷结尾）**

借鉴中国建材行业推行六零工厂的经验模式，结合摩擦密封材料行业产品结构及绿色发展现状等实际情况，探索在行业内逐步推进“零外购电”、“零碳排放”、“零废弃物放”工厂三个目标导向，通过抓典型、树标杆、经验推广等方式，积极促进行业企业绿色发展工作。

“零外购电”工厂， 2024年绿电占比

“零碳排放”工厂，2024年碳排放量（吨）

“零废弃物排放”工厂，2024年废弃物排放量

1. **2024年单位产值能耗\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ （吨标准煤）/工业产值（万元）**
2. **是否获得绿色工厂（包括绿色供应链）认证（选择填空）**

○是 所获认证级别 □国家级 □省、市级/所获认证名称

○否

1. **是否获得绿色产品认证（选择填空）**

○是 所获认证名称 认证机构

○否

1. **是否有参评地方或国家绿色工厂的需求（单选）**

○是 ○否

1. **是否有开展绿色产品认证的需求（单选）**

○是 ○否

**注释：**

**“零外购电”工厂：**企业有效利用生产工艺过程的余热余温及厂区内外的土地、厂房、矿山等区域，采用太阳能、 风能、潮汐、地热、势能等资源进行发电，产生能满足企业生产及配套设施用电需求的绿电，实现企业年净外购电为零，甚至年净外购电为负。

**“零碳排放”工厂：**企业生产采用非化石能源、低碳无碳原燃料，生产工艺过程节能降碳，生产废气经降碳、捕碳、固碳处置，进而达到企业全生产过程二氧化碳排放为零。

**“零废弃物排放”工厂**：生产企业通过工艺优化、技术装备提升和末端处理设施的改造升级或再造，在现有废弃物有效综合利用和超低排放基础上，进一步实现企业固体、液体、气体废弃物的近零或零排放。