



中国质量认证中心
CHINA QUALITY CERTIFICATION CENTRE



CERTIFICATION CENTRE

2014
社会责任报告



中国质量认证中心
CHINA QUALITY CERTIFICATION CENTRE

社会责任报告

(2014)

二〇一五年二月

关于本报告

报告说明

本报告是中国质量认证中心发布的第三份社会责任报告，披露了中国质量认证中心积极履行安全、环境、质量、节能、员工和公民责任的实践，向政府、各级认证及质量管理部门、认证客户、合作机构、员工报告机构落实“传递信任 服务发展”的要求和不断提升公信力、实现永续发展的努力。

编制依据

本报告依据国家认证认可监督管理委员会发布的《认证机构履行社会责任指导意见》和《认证机构社会责任报告编写提纲指南》的要求，并参考了 ISO26000:2012《社会责任指南》的相关内容进行编写。

时间范围

本报告以中国质量认证中心 2014 年 1 月 1 日至 2014 年 12 月 31 日期间履行社会责任的实践为主，部分内容和数据追溯至以往年份。

发布周期

本报告为年度报告。

报告范围

本报告涵盖中国质量认证中心、各地分支机构及部分授权合作单位。

数据来源

报告中的信息数据来源于中国质量认证中心的正式文件、统计报告。

名称说明

为便于表述，“中国质量认证中心”也以“CQC”、“认证中心”、“中心”、“我们”来表示。

语言版本

目前本报告仅提供简体中文版，包括纸质版及 PDF 电子文稿两种形式。电子文稿可通过登录中心网站（www.cqc.com.cn）获取，如需纸质版本可致电索取，联系方式见后页。

基本信息

机构名称：中国质量认证中心

机构性质：中编办批准的事业单位

法定代表人：王克娇

注册资本：18000 万元

成立时间：2002 年 4 月 18 日

DIRECTORY

目录

第一部 主任致辞 >>

P02

第二部 机构概况 >>

P05 (一) 机构简介

P06 (二) 组织机构

P07 (三) 核心理念

P07 (四) 荣誉奖项

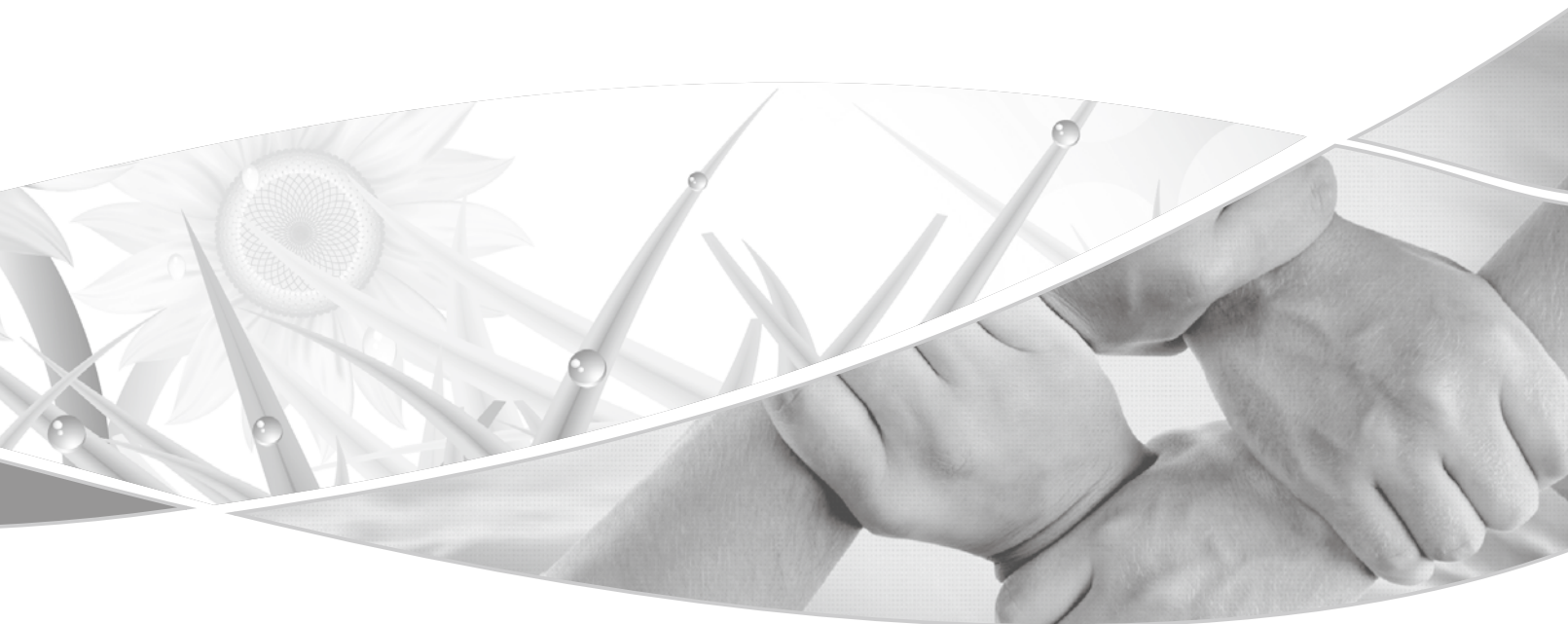
第三部 责任管理 >>

P09 (一) 责任体系

P09 (二) 责任推进

P10 (三) 责任融合

P11 (四) 责任沟通



第四部 责任绩效 >>

- P13 (一) 市场绩效
- P13 (二) 环境绩效
- P15 (三) 社会绩效

第五部 责任实践 >>

- P17 (一) 机构治理
- P19 (二) 市场责任
- P22 (三) 环境责任
- P27 (四) 社会责任
- P36 (五) 员工责任

第六部 2015 年展望 >>

P41

主任致辞 »



2014 年认证认可改革继续深化，检验检测认证机构整合工作全面推进，认证检测市场持续开放，认证机构面临新的发展形势。在新的变革中，认证中心主动改革，更有作为，在夯实已有创建成果的基础上寻求更大突破，履责工作逐步走向了制度化、系统化的轨道。

（一）突破固有履行社会责任理念突破。

认证中心确立了认证为民、品质共享的社会责任理念，并在长期积累的社会责任的工作中积极探索适合自身的履责思路。

承担社会责任的基础首先首先在于不断完善自身与服务，认证中心改变传统的思维模式，摒弃“等、拿、靠、要”的思想，打破强制性产品认证（CCC）的束缚，探求适合机构可持续发展之路，强制性产品认证（CCC）认证中心的立业，抓准改革契机，完善自身机构治理、调整发展模式、推动管理创新，加强能力建设，拓宽业务渠道、提高客户价值等。

社会责任理念其实质是实现自我价值与社会价值的衔接与最大结合融合，满足社会发展的深层次需求。我们认识到，履行社会责任工作不是一个孤立的自我实现的过程，要放在经济建设、政治建设、文化建设、社会建设、生态文明建设五位一体的总体大局中去考虑，以实现履责工作与日常工作相结合、与国家政策方针相一致、注重精神文明的培育、注重社会和谐、推动内外部绿色发展，使机构自身与所在城市、与社会实现功能互补，成为生态共同体。

（二）完善现有履责社会责任实施架构机制的突破。

社会责任只有从架构上设计合理，才能保证在实践中运行通畅，从而确保达到预定的要求目标。

认证中心建立了覆盖从社会责任体系到社会责任的推进、社会责任的融合、社会责任沟通等方面的相互衔接的完整体系；。认证中心构建了履行社会责任的顶层设计，建立个覆盖全局的循序渐进的推进机制，逐步将履行社会责任作为业绩考核指标工作纳入到融入了机构长期发展战略中机构的管理体系；，搭建与各级政府、员工、客户、社区及公众间的沟通渠道，努力实现机构本职工作与社会贡献相结合、内部建设与外部环境相适应、机构共识与社会共识相统一。

（三）扎实推进社会责任实践的突破履责绩效。

认证中心在市场责任、环境责任、社会责任等重点领域取得了长足的发展，获得了良好的绩效。

在市场责任方面，，置身行业市场竞争更趋激烈，、简政放权背景下新的政策红利不断释放的新背景，认证中心制定适应机构市场竞争与长远发展的需要的规则，持续优化服务水平，创新业务领域，为客户创造更大价值。

在环境绩效方面，认证中心作为在节能、低碳、环保领域具有专业技术服务能力的机构，责无旁贷的应发挥行业的引领示范作用，从认证工作的角度为改善环境质量做出贡献。

在社会责任方面，牢牢把握住质量这一主题，推动认证认可在政府行政管理中的应用；推动企业转型升级，发挥质量基础设施的作用，“推动中国制造向中国创造转变、中国速度向中国质量转变、中国产品向中国品牌转变”；把认证认可与经济与社会发展深度融合，开发更多“亲民”的认证业务，开展多种质量宣传，维护百姓利益；广泛年开展质量安全、有机认证公益宣传活动并组建了自身的创建了志愿服务者队伍。

十八大、十八届三中、四中全会明确了今后发展方向与要求。李克强总理在中国质量大会上李克强总理强调必须推动各方把促进发展的立足点转到提高经济质量效益上来，把经济社会发展推向质量时代。认证的质量安全基础保障作用也将更为凸显。认证中心作为有责任有担当的质量服务机构，将更自觉的履行社会责任，完善推动自身治理、行业治理与社会治理的完善，深入推进各项工作开展，实现更大作为。

中心主任：



2015年2月



2014

社会责任报告

机构概况



机构概况 »

（一）机构简介

中国质量认证中心始终致力于通过以认证为主的高技术服务帮助客户提高产品和服务质量，促成各界的交流与合作，促进市场诚信体系与和谐社会建设。经过近三十年的发展，已经成为业务门类全、服务网络广、技术力量强的一流质量服务机构，以较高的信誉度和美誉度跻身世界质量服务认证品牌行列。

中国质量认证中心可提供安全与性能、节能环保与低碳、管理提升、国际认证及培训等各个领域的认证及相关技术服务。安全与性能认证覆盖工业品安全及性能、农食产品安全及网络安全；节能环保与低碳服务可满足客户在节能、节水、环境友好、新能源、应对气候变化服务及绿色设计评估（EUP 指令）等诸多领域的需求；管理提升不仅能帮助企业对照质量、环境、食品安全、信息安全、职业健康、社会责任等国际标准开展合格评定工作，更可深入企业实际开展供应商评审、一体化服务及品牌建设咨询；国际认证是认证中心运用技术手段降低或消除国际贸易中的技术壁垒，为外向型企业提供国际市场准入服务。培训业务以质量、节能、管理、计量和标准为主要内容，可根据客户需求量身定制培训课程，重在培养技术管理人才并传播先进的管理理念和经验。

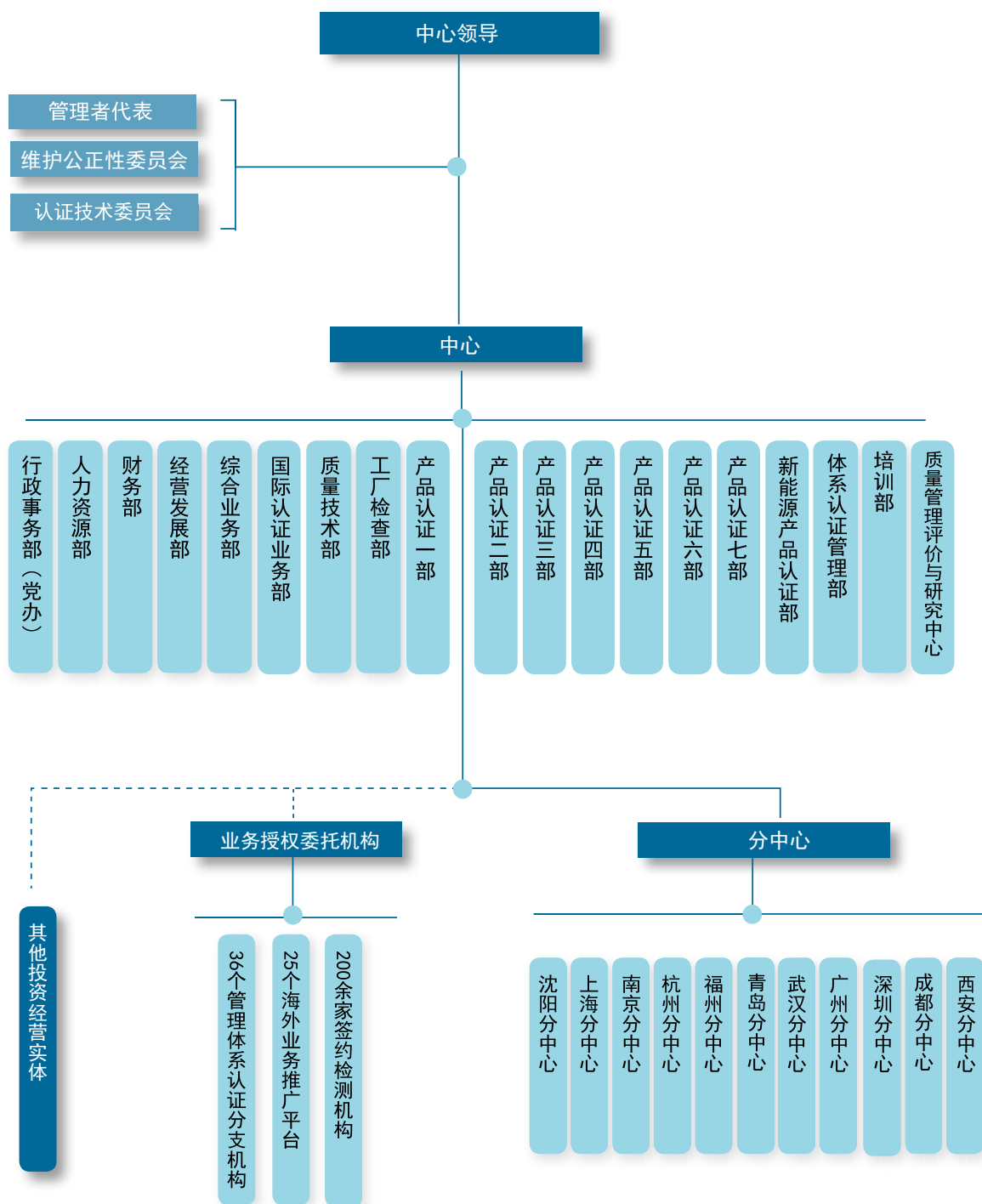
服务网络与客户近在咫尺。在国内设有 11 个产品认证分中心、3 个自有实验室和 36 个管理体系认证分支机构，在国外设有 25 个业务推广平台，可为客户提供高效优质的“一站式”服务。加入了主要的国际认证组织，与 22 个国家和地区的认证机构建立合作关系，可为客户提供国际认证的“本土化”服务。自主研发建设了认证业务电子网络系统，客户可通过互联网便捷地完成提交申请、报送材料、查询进度等操作。

技术力量使客户获得高附加值的质量服务成为现实。拥有上万人的认证专业团队，多人进入国际认证组织管理层或拥有国际认证资质。科研成果获得国家科学技术进步奖等殊荣。前沿性业务与国际接轨，高端服务产品深受市场欢迎。认证结果为政府采信、买方接受、社会认可。

中国质量认证中心一贯积极响应政府倡导和政策指引，始终密切关注质量提升和社会发展的趋势，牢固树立客户至上的服务宗旨，正在朝着社会公信力更高，有更强创新能力、市场竞争能力和可持续发展能力的全球质量服务机构的目标大步迈进。

I 机构概况

(二) 组织机构



（三）核心理念

社会责任理念：认证为民 品质共享

发展愿景：全球值得信赖的质量服务机构

核心价值观：和谐 进取 责任

客户服务理念：至臻至诚 持之以恒

（四）荣誉奖项（2014）

- ◎ 中国质量认证中心连续 12 年荣获“中央国家机关文明单位”称号
- ◎ 中国质量认证中心成功申报“首都精神文明单位”和“全国精神文明单位”称号
- ◎ 中国质量认证中心荣获 2014 年“质量之光”评选“技术机构优质服务示范”奖
- ◎ 中国质量认证中心荣获“2014 中国光伏电站卓越服务商大奖”
- ◎ 中国质量认证中心荣获 2014 年中国照明电器行业特殊贡献奖及中国照明电器协会优秀会员单位奖
- ◎ 中国质量认证中心荣获东风柳汽 2014 年度最佳合作奖
- ◎ 中国质量认证中心荣获 2014 年度五菱供应商大会“优秀伙伴奖”





2014

社会责任报告

责任管理



责任管理 »

（一）责任体系

认证中心明确社会责任工作行动计划。成立履行社会责任领导小组，由中心主任任组长，领导班子成员担任副组长，各部门主要负责人担任组员。领导小组下设工作办公室，把对员工、客户、政府、社会的履责要求融入业务工作的全过程，落实到各部门、各岗位。

认证中心社会责任领导小组定期研究和分析中心社会责任战略实施情况，确立相应的工作目标、工作方针和阶段性工作任务，对中心社会责任重大事项及活动进行管理和协调。

认证中心社会责任工作办公室开展社会责任日常工作的管理与协调，指导和帮助分中心、各部门落实社会责任重点工作部署，实施社会责任重点指标的跟踪和改善，指导开展社会责任典型案例的征集、总结和宣传。各部门、分中心落实中心社会责任各项任务和要求，开展社会责任实践和提升活动。

（二）责任推进

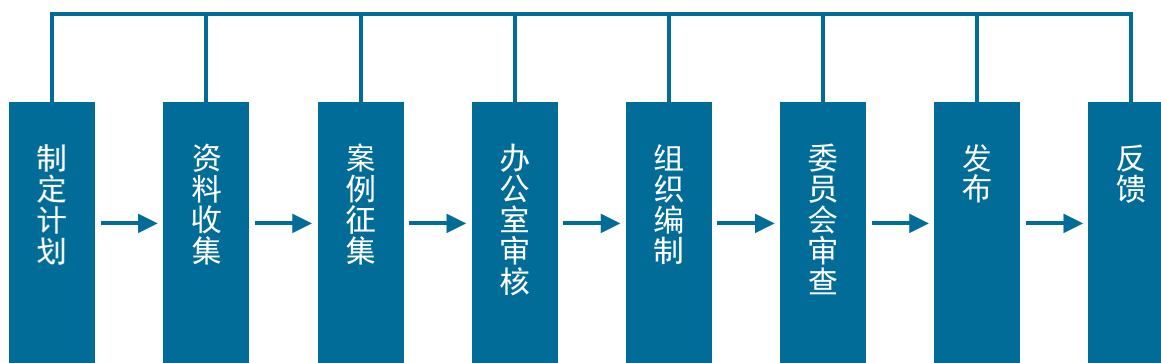
报告期内，中心社会责任工作办公室对社会责任报告编写工作进行安排部署，各部门、分中心明确 1-2 名业务骨干人员作为日常工作的联络人，由中心社会责任工作办公室进行培训和指导，对工作业绩突出的联络人和社会责任优秀案例进行表彰。

认证中心下发社会责任报告编制文件，明确需要提报的重点工作事项和重点指标，各部门、分中心负责进行研究分析总结，上报中心社会责任领导小组。

认证中心社会责任工作办公室按照中心社会责任工作的指导思想、基本原则、基本框架和重点内容，着手起草社会责任报告，并报中心社会责任领导小组审核后面向社会发布。

认证中心借鉴认证行业和相关行业中外优秀企业的经验，持续完善社会责任管理体系、工作体系和指标体系。报告期内，中心社会责任领导小组对社会责任指标进行调整。

社会责任报告编制发布流程



（三）责任融合

2014 年，中心将社会责任工作融入机构管理体系，责任落实到部门，推动社会责任工作有效落实，促进中心管理水平和核心竞争力的全面提升。

责任内容	责任部门
质量管控	各业务部 / 分中心、工厂检查部、质量技术部等
绿色环境	内部：行政事务部等
	外部：产品认证六部、新能源产品认证部等
市场 / 客户	各业务部 / 分中心、综合业务部、经营发展部等
员工权益	人力资源部、工会等
社区参与	行政事务部等

（四）责任沟通

中心注重搭建与各级政府、员工、客户、社区及公众间的沟通渠道，让各方更多地了解中心，积极支持认证事业的发展。

利益相关方	沟通形式	目标
政府	接受监督检查、调研、考察、座谈、拜访、会晤、公众媒体等。	加强联系，友好合作，确保经营活动严格遵守法律法规和政策规定。
员工	职代会、工作会、座谈会、合作化建议征集、网络、学习培训、表彰奖励等。	听取员工意见建议、改进工作；维护员工合法权益，调动工作积极性；打通员工成长通道，实现员工与机构共同成长。
客户	用户座谈会、业务交流沟通、技术咨询服务、技术培训交流、热线电话服务、电子信息平台、公众媒体等。	关注客户需求，持续改进，提供更全更好更快的解决方案，提供优质服务以及增值和超值服务。
社区	质量宣传进社区、“公众开放日”、参观、座谈、互访、共建活动、公众媒体等。	增强社区居民对机构的认识、信任，赢得尊重。
公众	“公众开放日”、慈善捐助、赈灾、济困、助学、志愿者主题服务、公众媒体等。	传递认证知识、引导科学消费，参与公益事业，带头履行社会责任，真诚回报社会。



2014

社会责任报告

责任绩效



责任绩效 »

（一）市场绩效

2014 年，认证中心颁发各类证书数量如下：

1. 国家强制性产品认证证书（CCC）189345 张，其中新发证书 78762 张；
2. 自愿性产品认证证书 26742 张，其中节能认证证书 12007 张，节水产品近 4300 张，低碳证书近 80 张，环保证书 568 张；
3. 国际认证证书 7685 张；
4. 各类管理体系认证证书 24563 张；
5. 举办各类培训班 600 余期；培训人员近 5 万名，其中管理体系、农食类业务培训较去年增长 15%，质量管理类培训较去年增长 10%。

（二）环境绩效

截至 2014 年 12 月 31 日，认证中心节水认证获证企业近 400 家，颁发节水证书近 4300 张。据测算，仅便器、水嘴、淋浴器三类产品通过节水认证后，2014 年节约水资源 3.4 亿吨，相当于 172 个昆明湖蓄水量。



3 责任绩效

认证中心重视从内部加强能源管理，节约资源。2014 年夏季和冬季两次发布“空调运行模式”通知对耗能大户中央空调进行用电管理和监督。2014 年用电较 2013 年节约电量约为 10 万度，约合人民币 11.8 万元。



2013



2014

2014 年用电较 2013 年节约电量约为 **10 万度**，
约合人民币 **11.8 万元**。

（三）社会绩效

对内取信于员工 认证中心切实按照与员工的既定约定履行义务，把员工看作主人。在目标设立时充分考虑到员工的主人翁地位，努力做到把员工的个人追求融入到机构的长远发展之中，形成一种基于诚信的工作文化——有为才有位。认证中心进一步塑造“平等、信任、欣赏、关爱”的亲情文化，有效降低机构管理中的隐性成本，激发员工的归属感和工作热情。

对外取信于客户 认证中心严格依照国家有关法律、法规合法经营，依法照章纳税，遵守财务制度和税务制度。依法开展认证技术服务，通过真诚、优质、高效的服务工作赢得不同层面的客户信赖。积极参与本行业的企业信用体系建设，自觉遵守企业信用管理规章制度，共同树立信用自律的道德观念和行业风尚。

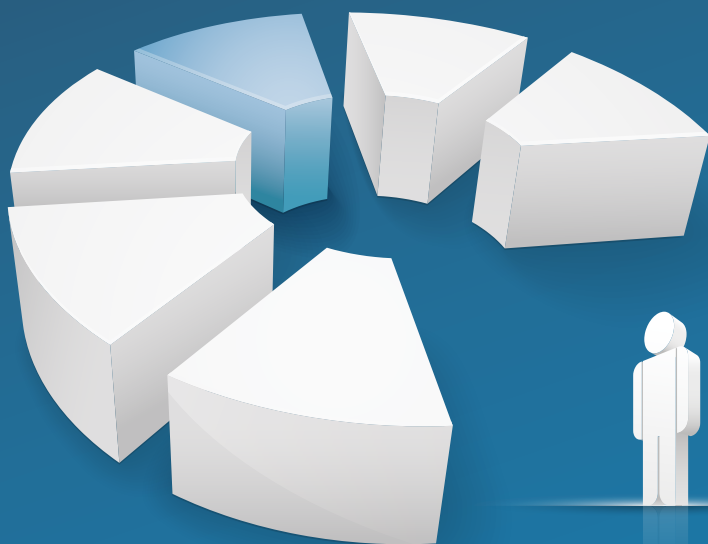




2014

社会责任报告

责任实践



责任实践 »

认证中心多渠道了解利益相关方对机构可持续发展的期望，主动担责，开展全过程、全方位的责任运营。

（一）机构治理

1. 决策规范

认证中心把领导班子、领导干部特别是主要领导干部作为管理监督的重点，严格按照岗位职责和权限，规范领导的决策行为，做到规范决策、科学决策、民主决策、程序决策。行政上，实行中心主任负责制，以主任办公会为最高决策平台；政治保障上，建立了党组织，形成了党委、纪委以及工会、团委等组织协同推进机构履责的机制；业务上，设立了维护公正性委员会和技术委员会，保证认证中心作为第三方机构在履责过程中的公平公正性，建立了管理者代表负责的业务质量管理体系。

2. 管理创新

打破传统思维 认证中心改变传统的思维模式，摒弃“等、靠、要”的思想，打破强制性产品认证（CCC）的束缚，探求适合机构可持续发展的市场化业务，充分调动全体员工的积极性、主动性和创造性。为适应市场经济发展的需要，努力做好内部挖潜，积极开拓外部市场，树立自觉维护机构形象意识、建立严格的成本观念和全面质量管理观念，强化品牌战略意识和竞争意识，树立以人为本、超值服务的理念。

扁平化管理 由于垂直式管理在一定程度上增大了降低运营效率的风险，认证中心逐渐进行了一场组织架构扁平化的内部管理变革，简化了内部层层架构的设置，最终形成了决策、管理、执行三层结构制。一方面调整内部组织架构，一方面探索业务线、产品线管理模式，与总部上下对应。

3. 风险管控

财务方面 建立认证风险责任基金，明确风险基金的计提方式、使用范围及管理办法等，并为部分业务购买商业保险，确保因认证责任对企业造成的损失能够得到合理的补偿。

法律方面 建立了“事前预防、事中控制、事后救济”的法律风险防范体系，在规章制度、合同管理和重要决策论证等方面实现了制度化和规范化。制定《风险防范工作总指引》，涵盖认证相关法律法规规范、合同管理、信息公开、重大投资等4个单项指引，基本构筑起以总指引为统领，

4 责任实践

单项指引为重点，归口管理部门工作规范为补充，各部门相关制度为衔接的风险防范文件体系。

4. 廉洁自律

签订行风建设责任书 召开纪检行风建设工作会议，布置全年党风廉政及行风建设工作任务，各部门、分中心签订党风廉政（行风）建设责任书，将党风廉政和行风建设任务融入年度工作中，在实际工作中落实党风廉政和行风建设责任，一手抓业务，一手抓行风。



中国质量认证中心 2014 年版党风廉政 / 行风建设责任书。

查找四风方面的问题 通过开展党的群众路线教育实践活动，领导班子召开民主生活会，班子成员对照党章、廉政准则、群众意见、改进作风要求，查找宗旨意识、工作作风、班子作风基本情况，以整风的精神严肃认真地开展自我批评，并提出今后的努力方向和改进措施。

开展作风自查和行风测评 组织各部门、分中心对落实中央八项规定、群众路线、纪律教育月活动要求情况进行督促和检查，根据实际情况填写作风建设自查表，对没有完成的内容进行及时补课。开展行风测评，重点检查是否依规认证、严格执行工作流程、尊重检查结果等工作规范；是否及时受理、反映、解决合理诉求，及时有效处理咨询、投诉事宜等工作效率问题及服务态度、规范收费、清正廉洁等方面问题。通过测评，及时发现并解决在行风方面存在的突出问题。

加强工厂检查员的教育管理 加强检查员入门考核，严格控制人员转会。建立检查员转会工作流程及风险评估程序，加强与协会的沟通机制。

（二）市场责任

1. 为客户提供服务

分类化客户管理 为加强对重点客户的管理和维护，认证中心在 2014 年进一步梳理客户层级，对客户进行分类评价和管理服务工作，加强重点客户走访，保持优质客户资源。设立了多需求客户专员和区域专员，实行多需求客户一对一，点对点服务，建立感情化客户服务模式；把认证代理机构作为“团体客户”进行重点维护。切实解决客户服务过程中的难点问题，包括在网络中增加增值税专用发票开票信息采集功能，“CCC 认证标志申办非常规工作模式研究”项目的推广与落实工作等。



2014 年 11 月 28 日，CQC 在上海召开战略性多需求客户交流会，现场邀请江淮汽车总质量师李德斌为到访客户介绍新能源汽车制造工艺。

定制化客户服务 认证中心除了为企业提供免费技术指导、培训和系列宣贯活动外，还为多需求客户量身定制个性化服务。如为国电南瑞、比亚迪等企业开展了咨询诊断式培训；为上汽通用五菱汽车重庆基地实施全生命周期能源管理项目；为广州立白集团旗下 9 个生产基地开展节水认证服务；为海南航空客舱服务部开展客户服务质量提升项目；为厦门 ABB 开关有限公司创新进行商品售后服务体系评价等，获得了客户的认可和赞誉。

2. 为客户创造价值

认证中心一直以客户需求为工作的落脚点，致力于为客户打造满意服务，在保持优良服务传统的同时，着意提升认证服务品质，希望通过 CQC 的服务为客户创造更多的延伸性价值。

4 责任实践

深度合作 为企业打造行业影响力 红星美凯龙集团是国内家居行业的领军品牌，其在产品质量与性能的把控以及内部质量管理的工作上都与 CQC 保持着长期稳定的合作关系。最值得关注的是红星美凯龙的“推荐家居绿色环保领跑品牌”项目，这是一项由 CQC 为其量身定制的家居行业产品质量评估项目，到 2014 年已连续开展两届。作为红星美凯龙的外部智力及技术服务支撑机构，CQC 结合国内外质量管理先进经验，从质量管理体系构建、质量保证能力检查、产品源头质量检验、商场商品环保质量检验、商场客诉数据和品牌综合表现等方面入手，建立了全面客观的技术评价体系，可以说为红星美凯龙提供了针对性极高、专业性极强的深度服务，并由双方联合发布了“2014 年度红星美凯龙推荐家居绿色环保领跑品牌”榜单，帮助红星美凯龙在家居行业树立起了绿色、健康、环保的品牌形象，使其获得生产企业的大力支持，众多媒体的密切关注以及社会公众的高度认可。



2014 年 3 月 19 至 20 日，CQC 为红星美凯龙集团举办《商品与环保质量管理专业提升》定制化培训班。

积极探索 推进区域低碳建设试点 CQC 从 2012 年开始着手在低碳区域试点工作上进行尝试。2013 年，CQC 编制了区域温室气体清单核算和评价规范，该规范可指导各级政府核算温室气体排放量，服务于温室气体减排考核、交易等多重目标。同年为江苏省扬中市新坝科技园提供低碳技术支撑，与园区共同完成了年度碳排放清单和《扬中市新坝科技园 2012 年低碳发展报告》的编制工作，帮助园区构建了整体碳排放统计核算体系，为其今后的低碳、绿色、环保发展之路打下了良好基础。2014 年，继续围绕扬中市开展工作，以新坝镇、新治村在全省范围内率先开展创建低碳乡镇试点为契机为其提供低碳技术支撑。先后完成了扬中市新坝镇和新治村整体

的碳排放统计核算体系的建设、年度碳排放清单编制和未来低碳绿色发展规划，形成了《扬中市新坝镇、新治村低碳发展报告（2014）》等成果。一系列区域性低碳发展成果的取得，凸显了CQC在低碳领域突出的技术能力和为区域低碳发展服好务的决心。在CQC的技术支持下，扬中市新坝镇已初步建立起低碳产业体系，迈出了经济发展转型升级的重要一步。



2014年11月21日，江苏省扬中市政府举办全省首家低碳发展示范镇发布会，CQC在会上发布了扬中市新坝镇、新治村低碳乡镇的评价报告。

3. 为行业健康发展

认证中心按照国家质检总局、国家认监委对于质检工作和认证认可工作的具体部署，结合群众路线教育实践活动“整改落实、建立制度”环节的各项工作和行业发展情况，坚持问题导向、坚持为行业服务、坚持完善制度，科学谋划、提升能力、改革创新，推动协会各项工作开展。

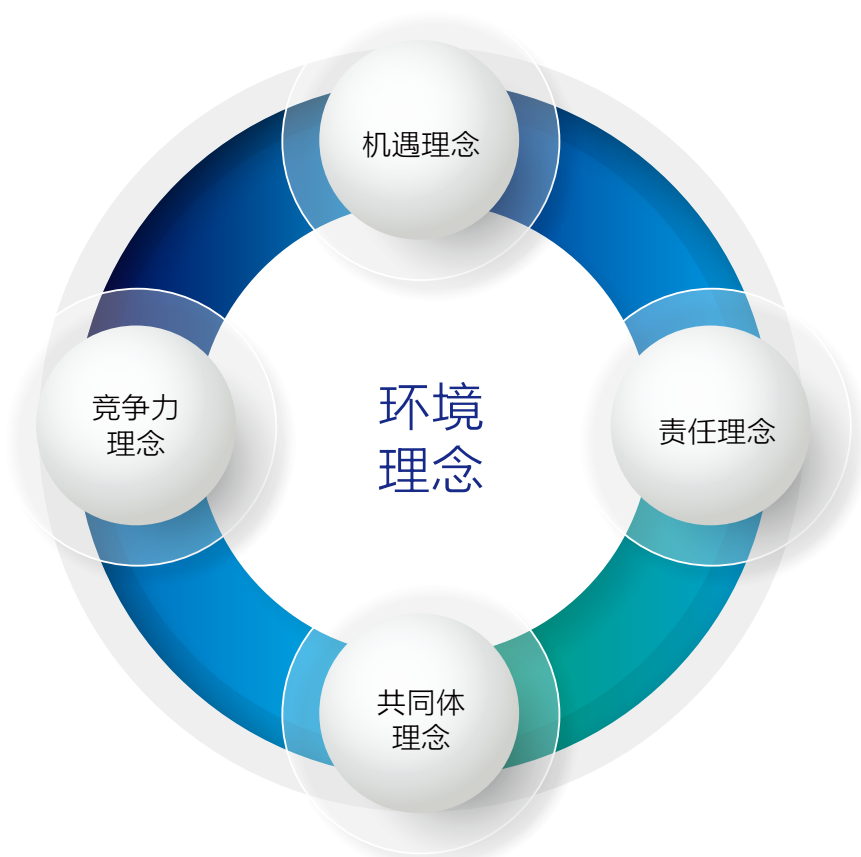
认证中心在充分认识形势要求、促进行业发展上下功夫。在客户服务、自律监管、人员培训、实验室建设等方面进一步强化主体责任意识。充分研究市场规律，充分发挥市场主体即从业机构的作用，建立符合市场运作机制的保障机制。同时，研究事后处置向源头治理和过程监管的转变，运用群众路线的方式和成果，广泛听取客户的意见，提出符合市场运作规律的新措施。简化一般领域的时限程序，推进服务认证、低碳认证等新领域制度研究，强化能源、环境、建筑、健康和CCC（中国强制性产品认证）等领域人员的能力要求。

4 责任实践

（三）环境责任

进入 2014 年，我国大部分地区遭遇持续的雾霾天气，给正常的社会生产、生活带来了巨大影响，并严重危及人体健康。认证中心作为在节能、低碳、环保领域具有专业技术服务能力的机构，责无旁贷的应发挥行业的引领示范作用，从认证工作的角度为改善环境质量做出贡献。

1. 环境理念



责任理念 在建设国家生态文明，探索可持续发展路径的大背景下，认证中心着眼于环境领域的认证技术应用和环保理念推广，真正承担起了倡导绿色环保、建设生态文明的社会责任。

机遇理念 日益严酷的环境和资源形势，给高污染和高耗能型企业以及政府工作带来了巨大的生存和转型压力，而这对于认证行业而言则潜藏着更多的发展机遇，变压力为动力，变挑战为机遇，同时建立起符合市场化机制的运营模式。

竞争力理念 节能、环保、低碳是国家重点规划发展产业，潜在着巨大的市场开发价值，认证机构在相关领域的专业技术实力将决定着对未来市场的竞争力水平，如何适应未来节能减排领

域认证需求，将成为认证机构兴衰成败的重要分水岭。

共同体理念 一个有价值、有作为的认证机构，不仅要为社会提供优质的技术服务，还要与所在城市、与社会实现功能互补，成为生态共同体。当代认证技术和环保技术的飞速发展，为建设生态共同体提供了重要支撑。

2. 内部能源管理

认证中心作为节能减排技术的专业领导者和推广者，做好内部能源管理是对外开展相关认证业务的重要前提。认证中心制定了能源管理方针、发布了能源管理承诺，以严谨细致的管理流程推进环境节约型、资源友好型单位的建立。



绿色办公：中心的业务特点是以办公为主，因此绿色办公是我们节能降耗的最佳表现，其中包括用能节约与建筑节能量方面内容。

节能增效：节能是建立在满足功能需求、安全和环境保护的前提下进行的节约，不能够走

4 责任实践

向极端。因此，避免不必要的浪费和提高能源利用效率才是我们所追求的。

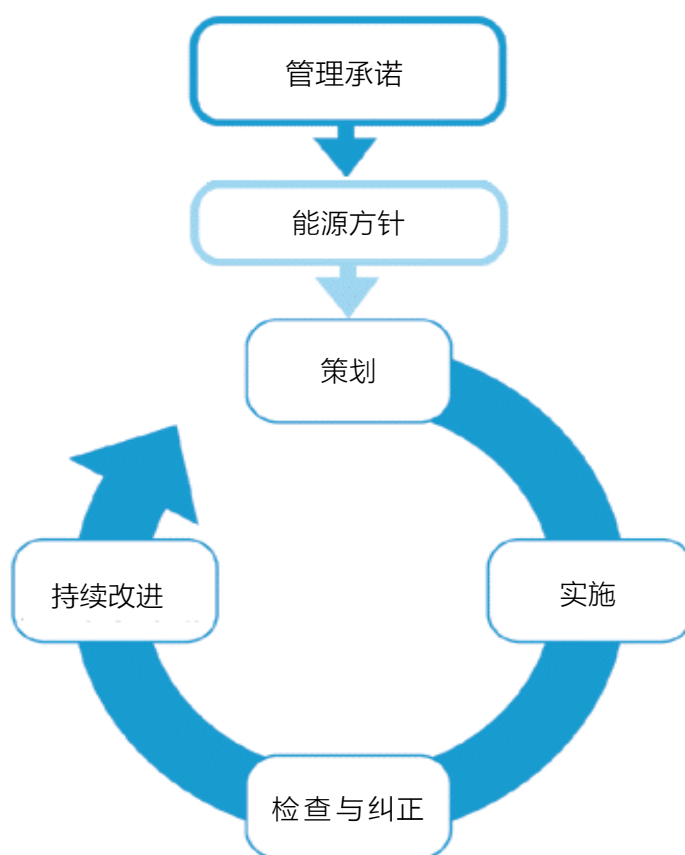
引导社会：我中心广泛开展“能源管理体系”、CDM、节能量审核、节能产品认证等业务，我们应当借助我们的业务和自己的言行来为“节约型社会”的建设做出贡献。

和谐发展：和谐发展正是我们开展节能减排，力争与环境和谐相处的最终目标。

管理承诺

- 1) 建立、实施、保持并持续改进能源管理体系；
- 2) 建立适宜的能源方针和目标，并严格实施和监督；
- 3) 遵守相关法律法规、政策、标准及其他要求；
- 4) 采购节能型产品和服务，并积极对高耗能环节进行改造；
- 5) 增强员工节能意识，树立节约观念；
- 6) 确保配备能源管理体系所需的适宜资源；
- 7) 定期进行管理评审，确保体系的符合性、适宜性和有效性。

能源管理体系模式



3. 外部绿色发展

节能 / 节水认证 倡导资源节约 认证中心开展的“节”字标志认证包括节能产品认证和节水产品认证。节能产品认证涉及家用电器、办公设备、照明产品、机电产品、输变电设备、建筑产品等共 80 余个产品类别。2014 年，中心颁发节能认证证书 12007 张。节水产品认证涉及工业节水产品、城镇生活节水产品、非传统水资源利用产品、农业节水产品共 37 类。2014 年，认证中心颁发节水证书近 4300 张。

认证中心于 2014 年 2 月、4 月和 5 月先后获得北京市节能量审核第三方机构、能源审计咨询机构和电力需求侧管理项目第三方审核机构资质，并已经在相关领域开展技术服务工作。此外，中心还获得了上海、广州、成都、杭州等地区的第三方节能量审核资质。

4 责任实践

环保 / RoHS 认证 构建健康环境 2014 年，认证中心为配合深圳市政府关于提升大气空气质量的工作部署，帮助建立和实施自愿性家具环保标志制度，认证中心研发并颁布了“家具环保等级标识”评价制度。深圳市政府对该评价制度高度认可，决定在全市家具行业积极宣传推广。认证中心还中标了深圳人居委“电子电气产品环保等级标识认证”项目，该项目对于帮助企业打破技术壁垒，塑造更高端的企业品牌，引导消费者选择真正的环保产品也起到了重要作用。

认证中心自获得国家认监委和工信部联合确认的电子信息产品污染控制（国推 RoHS）认证资质以来，积极推广 RoHS 认证业务，对于增强电子产品行业内部污染控制能力，帮助企业自觉地控制调节在生产过程中产生的有毒有害物质水平起到了积极的推动作用。2014 年，认证中心共颁发 RoHS 证书 432 余张，累计颁发 11517 张。



2014 年 10 月 17 日，CQC 出席中国国际节能环保汽车展，并在汽车行业内发出“关注车内空气质量”的倡议。

低碳 / 新能源认证 推动可持续发展 2014 年 4 月 1 日，认证中心获国家认监委批准，成为首批可在国内开展低碳产品认证业务的认证机构。5 月 27 日，国家认监委正式发布了通用硅酸盐水泥、平板玻璃、铝合金建筑型材和中小型三相异步电动机等四类产品的低碳认证实施规则，认证中心可按照低碳产品认证有关规定在国内开展低碳产品认证工作。6 月 27 日，认证中心颁发了国内首批低碳产品认证证书，标志着我国的低碳产品认证制度进入正式实施阶段。



2014 年 6 月 27 日，CQC 为企业颁发我国首批低碳产品认证证书。

新能源、新光源是朝阳产业，认证中心通过提升技术能力，积极拓展新能源产品的认证范围，寻找新的经济增长点，同时也为促进我国新能源产业快速发展贡献力量。2014 年，认证中心研发了 12 项光伏领域认证技术规范，涉及光伏材料、光伏电站、光热、新光源等；获得了国家发改委 2014 年能源自主创新及重点产业振兴和技术改造（能源装备）项目的重点资金支持；为国内最大电力业主——中国电力投资集团提供服务，承担其三项重要企业标准的起草工作，高质量的完成了任务，赢得了客户信任。

（四）社会责任

1. 企业质量管控

认证作为一项“幕后工作”并不为人熟知，但却实实在在为提升企业质量管理和把关产品质量发挥着重要作用。

为促进企业产品升级和质量建设 在执行国家强制性产品认证（CCC）的基础上，认证中心开发了更多的 CQC 标志认证，在形成了更高的技术标准的同时，也为企业在相关行业竞争中占据了优势。以 CQC 家用空气净化器安全与性能认证为例，此认证项目是在全国一片“倒霾”声中应运而生的，一经推出便受到了政府、企业、消费者多方的高度关注，包括海尔、格力、大金等多家知名生产企业已经通过了该项认证。正是出于帮助企业质量升级使命感以及对市场的敏锐嗅觉，才最终使百姓能够享受到由此带来的实惠。

4 责任实践



2014年12月29日，CQC为企业颁发我国首批家用空气净化器安全与性能认证证书。



CQC开展“汽车安全隐患大检查”活动，加强对高危产品及行业、高关注度的行业的认证质量控制。

为帮助企业培训质量工作人员 向企业推广先进的质量管理方法，建立了符合国际和国家标准规范的培训工作体系。开展的项目不仅包括产品认证培训、体系认证培训，还包括一系列高端培训和定制化培训，例如为红星美凯龙集团提供的“商品与环保质量管理专业提升”专项培训，为其“绿色领跑”项目的开展及整体环保质量水平的提升起到了推动作用。



2014年4月16日，CQC为青岛市企业提供首席质量官培训。

为帮助出口企业“走出去”构筑绿色通道 真正成为“出口商品技术服务中心”，作为IECEE、IQNet、IFOAM、ANF的正式成员，认证中心广泛参与国际交流与合作，积极开展多边和双边互认，在国际舞台不断唱响中国声音。以FSSC22000（食品安全体系）认证为例，这一食品类的国际认证资质将帮助国内食品生产企业打开国际市场，成为获得世界级食品制造、零售巨头的认可的重要依据。



CQC与巴基斯坦机构签署合作协议，促进两国企业及机构在全球良好农业规范和有机产品认证方面开展合作。

4 责任实践

2. 政府工作服务

政府的指导与监督为认证中心的工作提供了准则和方向。认证中心严格遵守法律法规、服从政府监管、响应政府号召、争取授权采信，努力为机构发展营造良好外部环境。

责无旁贷提供技术协助 2014 年，认证中心配合国家认监委和认可委开展插头插座、摩托车等产品的专项监督检查工作；配合国家质检总局做好全国知名品牌创建示范区和争创全国质量强市示范城市的评审工作；2014 年 10 月 15 日，协助中国认证认可协会在南京的中认新能源技术学院建立了首个教育培训基地；协助地方两局开展认证执法交流活动，与认证监管部门形成联动机制，为其日常执法检查提供快速的技术支持，大大提高了执法检查的准确性和工作效率，及时传递认证质量信息和地方抽查信息，降低认证风险，创造良好的外部环境。



2014 年 9 月，CQC 协助河北省石家庄市质量技术监督局对低压成套和电线电缆产品联合开展认证执法培训和执法大检查活动。

埋头钻研承担课题研究 认证中心将科研创新视为业务拓展、深化服务、改革探索的重要力量源泉，且因出色的科研能力得到了上级部门的信任和认可。2014 年，认证中心承担国家“十二五”科技支撑计划“低碳产品认证认可关键技术与示范”及“国际背景下我国电力行业碳排放核查关键技术与示范”课题研究，该课题成果发挥了认证认可工作在应对气候变化中的基础支撑作用，为我国在应对气候变化领域中的政府决策和管理制度提供技术支持与保障；承担国家“十二五”科技支撑计划“有机产品认证技术体系建设和示范及其对生态文明的作用”课题，该课题成果的推广应用有利于完善我国有机认证认可技术体系和综合服务能力；承担国家质检总局的《汽车内饰件产品环保认证技术研究》、《LED 产品质量控制及关键认证技术》两

项科技计划项目，顺利通过验收；承担北京市《低碳建筑（运行）评价指标体系》课题，助力北京市政府开展低碳建筑评价试点工作。



2013年8月13日，专家组对CQC牵头承担的“十二五”国家科技支撑计划课题“建筑节能项目碳排放和碳减排量化评价研究与应用”进行预验收。

3. 百姓利益维护

“认证为民 品质共享”的社会责任理念体现着认证中心一贯的工作落脚点，如何更好的拉近认证与“民”的距离，是认证中心在不断摸索的。

开发更多“亲民”的认证业务 认证中心围绕家庭生活下了更多功夫。大到家具环保认证、家用净水机安全与性能认证、“护眼灯”认证，小到充电器安全与电磁兼容认证、剃须刀安全认证、原生纸浆评价等。可以说这些大大小小的认证业务真正走进了百姓家里，在不断细化认证规则，提高技术标准的情况下，消费者能够切实享受到认证带来的质量服务和安全保障。

开展形式多样的质量宣传 每逢3·15消费者权益日，认证中心员进社区，进学校，进企业宣传产品安全知识，介绍产品质量甄别技术；每逢标准换版，免费组织宣传班，辅助企业满足国家标准要求，提升产品质量。在2014年“质量月”期间，认证中心更是以“质享公益”为名在全国多地开展公益宣传30余场，涉及节能节水、照明电器、家用电器、有机食品等多个认证领域，参与活动的外部人员累计6000余人次，发放宣传材料近万份。

4 责任实践



2014年9月质量月活动中，CQC工程师为消费者解答认证疑惑。

4. 公益活动参与

(1) 公益宣传

质量安全方面 2014年10月，为将群众性质量活动与普及员工法律知识相结合，认证中心联合北京林业大学共同开展了质量安全模拟法庭活动。活动通过模拟法庭的新颖形式，选取与产品质量安全相关的案例，不仅宣传普及了消费质量安全与认证相关知识，同时也使参会人员了解了质量安全法、消费者权益保护法等法律法规，提高了消费安全和法律维权的意识，达到了多重宣传效果。



2014年10月10日,CQC在北京林业大学开展“关注质量 共话安全”主题模拟法庭活动。

节能低碳方面 认证中心以“碳足迹与低碳生活”为主题,为上海市中小学生开展系列讲座;在上海市曹阳社区开展低碳节能检测公益宣讲活动,为居民发放节能减排宣传册,讲解节能节水技巧,普及安规节能检测知识;协助广东省发展和改革委员会举办全国低碳日“低碳生活 从我做起”公众宣传活动;协助重庆市低碳协会举办“美丽重庆 全民行动”低碳宣传活动。



2014年10月,CQC在上海市中小学开展“走路去上学,低碳生活我行动”主题低碳实践活动。

4 责任实践

有机宣传方面 2014 年 9 月 26 日，认证中心在北京市富锦家园社区开展有机知识现场咨询活动，10 余名公益服务志愿者为居民解答了关于有机、绿色及无公害食品的相关疑问，还通过官方微信平台介绍了一系列涉及产品安全和有机产品的消费知识。



2014 年 9 月 22 日，在“认证宣传周”期间 CQC 带领消费者走进有机产品生产基地，了解和品尝有机食品。

（2）志愿服务 & 慈善活动

认证中心在 2014 年组建了自己的学雷锋志愿者队伍，将志愿服务活动常态化。目前，总部有 209 名员工登记注册，占总部员工总数的 41%，其中党员 120 人。同时，认证中心以集体名义申请加入了“志愿北京”服务团队，志愿服务队设计了活动标识。



CQC 志愿服务队的注册登记页面及标识。

认证中心与北京市房山区一家残疾儿童救助机构建立起了长期的帮扶关系，在 2014 年中开展了多次爱心活动，包括爱心拍卖、义务劳动、慈善义卖等，为残疾儿童带去了力所能及的帮助，承担起了一个公众机构应有的社会责任，后续更多帮扶工作仍将相继开展。



2014 年 6 月 7 日，CQC 到“济慈之家”开展慈善义卖活动，为残疾儿童筹集善款。

4 责任实践

此外，认证中心为贵州省贫困地区的小学生发起爱心募捐，捐赠了文具、课外读物、运动球拍、玩具、衣物等学习生活用品，为贫困地区孩子奉献出自己的一份力量；联合广东省培英职业技术学校，与该校的 18 名听力及肢体残疾学生在广州大夫山森林公园交流互动，在游戏中活跃气氛，在趣味问答中传递质量知识，并为学生送上了精美的纪念品，残疾学生坚强乐观的心态感染了在场的每一个人。



CQC 与广东省培英职业技术学校的残疾学生交流互动。

（五）员工责任

员工是中国质量认证中心最宝贵的资源和财富。认证中心始终秉承以人为本的理念，坚持平等和非歧视的用工政策，高度重视和维护员工的各项合法权益，为员工搭建良好的成长平台，关注员工职业健康，积极改善工作环境，建设优秀的企业文化，促进员工和企业的共同进步与全面发展。

1. 基本权益

1) 依法规范劳动用工，发展和谐劳动关系。

认证中心尊重职工人格，公平对待职工，杜绝各种歧视。认证中心坚持把发展和谐劳动关系作为创建和谐机构的重要基石，把保障员工队伍的稳定作为实现机构可持续发展的必要条件。各部门做好《劳动合同法》的宣传普及工作，通过各种有效宣传方式使职工知法、懂法、守法，更好地保障了职工的合法权益。

2) 发挥工会组织优势，加强民主管理。

认证中心高度重视与员工的沟通，加强基层工会建设，建立健全工会制度，充分发挥员工在民主管理、民主决策和民主监督中的重要作用。工会抓住维权重点，实施源头参与和民主监督。认证中心建立健全了职工代表大会制度，不断推动职代会向制度化、规范化方向发展。

3) 加强薪酬、福利及保险管理，维护职工合法权益。

不断完善内部分配制度，稳步提高职工工资收入。严格执行国家的各项社会保险政策，做好各项基本保险工作，维护职工的切身利益。2014 年，在基本养老之外，认证中心按国家相关政策要求为员工建立了企业年金。

2. 人员队伍建设

1) 完善培训制度，继续壮大中心人才队伍。

加强中心管理干部现代管理知识的培训。组织举办了为期 5 天的“清华大学管理高级研修班”，中心经理级干部 77 人次参加；针对中心部长层员工开展现代管理知识培训四期，共 288 人次参加；持续推进培训学分制。组织培训公开课 6 次，内容涉及企业社会责任、行政体制改革、国内外经济形势分析等，中心总部共 380 余人次参加了培训；组织新员工课程培训和拓展训练。组织举办了为期 5 天的新员工培训，共 70 余人参加。内容涉及中心组织文化介绍、各项规章制度、各部门业务流程介绍等，使新员工对中心整体业务及制度有了进一步的了解，在专业技能及职业素养方面都得到有效提高。组织开展户外拓展训练，增强员工之间的团队凝聚力。



CQC 为员工开展“工作压力与心理调适”的主题培训公开课。

4 责任实践

2) 建立人才培养和成长机制，畅通人才成长通道。

本着从现有员工中培养、选拔人才，建立人才培养和成长机制的原则，推行人才“双轨制”，针对不同类型、不同特长的员工设立相应的发展通道。推行技术职务管理，加强员工职业生涯规划，建立员工多种晋升通道。2014 年全面启动并完成了分中心技术职务的竞聘工作。

3. 精神文明建设

思想方面 2014 年，认证中心举办了首届“思辨创新”辩论赛活动，在中心上下得到了广泛关注和好评。员工通过活动开拓了思路，锻炼了表达能力、应变能力和辨证思维能力，同时对中心各方面工作有了更深的了解和思考，真正做到了站在中心发展的角度想问题，是一次难得的头脑风暴和展示个人风采的平台。



2014 年 4 月至 5 月期间，CQC 举办首届“思辨创新”辩论赛。

能力方面 为创新队伍建设，增强员工市场意识，认证中心组织开展了“出彩”系列专题活动，先后于 2014 年 4 月、8 月举办了“出彩管理人”、“出彩营销人”汇报演讲比赛。参赛选手围绕如何提升部门前台相关人员的工作责任心和业务能力、如何有效推动部门后台人员对于前台人员在专业技术和事务性工作方面的支持、如何推进市场化业务等方面阐释了自己的理解、思路和措施。活动在展示员工风采的同时提升了业务能力。



2014年9月1日，CQC举办“出彩营销人”演讲比赛。

氛围方面 认证中心举办了元宵节猜灯谜·对对联活动、足球赛、毽球赛、乒乓球赛、羽毛球赛等，在热烈的比赛氛围中锻炼体魄、增进友谊、分享快乐、加强沟通。



2014元宵节，CQC开展猜灯谜对对联活动。



2014
社会责任报告

2015年展望



2015 年展望 »

2015 年，是认证中心“二次创业”的开局之年。中心将贯彻落实党的十八大、十八届三中全会、十八届四中全会精神，坚持以深化改革为统领，以提升经营绩效为主线，以科技创新为支撑，以质量安全为准绳，以社会责任为己任，传递市场压力，增强干部动力，激发员工活力，进一步提升机构的综合竞争力。

在“二次创业”的转型中：

坚守“质量安全是第一要务”的理念，强化质量安全法制观念，推进质量管控升级；加强风险管理体系与制度建设，将风险管理融入到业务流程、落实到工作岗位，切实提高风险防范能力；推动建设绿色环保、节能低碳的生态环境，持续提升机构绿色技术实力；提升机构管理水平、职工队伍素质，实现人力资本增值，机构软实力增强；加强文化建设，营造责任文化、执行文化、绩效文化、和谐文化。

在社会责任的履行中：

强化以确保质量安全、促进可持续发展为基本要求的社会责任理念；建立健全履行社会责任的机制，将履行社会责任融入经营管理决策；强化诚信自律，践行质量承诺，在经济、环境和社会方面创造综合价值，树立对社会负责的良好形象；充分运用市场机制和手段，积极开展与高校和科研院所的战略合作，确立技术创新主体地位，形成产学研相结合的可持续发展模式；将扶贫济困、安老助孤等慈善爱心活动作为基础性、常态化的社会责任工作来推进。



中国质量认证中心
CHINA QUALITY CERTIFICATION CENTRE

认证为民 品质共享

地址：北京市丰台区南四环西路188号九区

邮编：100070

电话：86-10-83886064

传真：86-10-83886661

E-MAIL: zzwh@cqc.com.cn