

DB3206

南 通 市 地 方 标 准

DB3206/T 1100—2024

纺织行业质量管理体系分级认证要求 和评价准则

Requirements and evaluation criteria of classified quality management
system certification for textile industry

2024-12-27 发布

2024-12-27 实施

目 次

前言	III
引言	IV
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 组织环境	2
4.1 理解组织及其环境	2
4.2 理解相关方的需求和期望	2
4.3 确定质量管理体系范围	2
4.4 质量管理体系及其过程	3
5 领导	3
5.1 领导作用和承诺	3
5.2 方针	4
5.3 组织的岗位、职责和权限	4
6 策划	5
6.1 应对风险和机遇的措施	5
6.2 质量目标及其实现的策划	6
6.3 变更的策划	6
7 支持	6
7.1 资源	6
7.2 能力	9
7.3 意识	9
7.4 沟通	10
7.5 成文信息	10
8 运行	11
8.1 运行的策划和控制	11
8.2 产品和服务的要求	11
8.3 产品和服务的设计和开发	13
8.4 外部提供的过程、产品和服务的控制	15
8.5 生产和服务提供	16
8.6 产品和服务的放行	18
8.7 不合格输出的控制	18
9 绩效评价	18
9.1 监视、测量、分析和评价	18
9.2 内部审核	19
9.3 管理评审	20

9.4 成熟度评审	20
10 改进	21
10.1 总则	21
10.2 不合格和纠正措施	21
10.3 持续改进	21
11 质量绩效	22
11.1 总则	22
11.2 产品和服务结果	22
11.3 顾客与市场的结果	22
11.4 资源结果	22
11.5 过程有效性结果	22
11.6 最高管理者方面的结果	22
12 评价方法	23
12.1 总则	23
12.2 评价条款及分值	23
12.3 评价策划	23
12.4 评价要素	23
12.5 评审结果	23
附录 A (资料性) 纺织行业 质量管理体系分级认证标准量化指标	24
附录 B (资料性) 纺织行业 质量管理体系分级认证标准评分规则	27
B.1 评分规则	27
B.2 评价方法	27
B.3 质量管理体系成熟度评价	27
B.4 质量绩效评价	28
附录 C (资料性) 纺织行业 质量管理体系分级认证标准分级规则	29
参考文献	30

前 言

本文件按照GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件在GB/T 19001—2016/ISO9001：2015《质量管理体系要求》的基础上，结合RB/T 128-2022《质量管理体系分级评价指南》与GB/T 19580-2012《卓越绩效评价准则》及纺织行业特点形成。

与GB/T 19001—2016相比主要增加了以下：

- 采用基于《卓越绩效评价准则》的要求；
- 充分融合了纺织行业特点、质量管理共性和关键质量特性；
- 强调了提升产品和服务质量的方法运用；
- 强调了组织追求卓越的质量绩效；
- 强调了纺织行业未来新质生产力发展的要求；
- 增加了适应纺织行业进行分级认证的要求和评价规则。

本文件由南通市市场监督管理局提出并归口。

本文件主要起草单位：嘉泰工程技术有限公司、江苏金至信科技有限公司、南通市质量协会、金轮针布（江苏）有限公司、南通鸿明企业管理咨询有限公司、嘉泰检验认证有限公司、江苏文凤化纤集团有限公司、紫罗兰家纺科技股份有限公司、南通双弘纺织有限公司、南通市质量技术和标准化中心、上海金至信认证有限公司、中碳新环保科技（北京）有限公司、如东县综合检验检测中心。

本文件主要起草人：马德进、苏桂华、张晓琴、庄春波、陈永兵、葛高飞、章再稳、许建平、葛卫华、秦强、汪吉良、吉宜军、夏卫、郑昌兵、吴建新、吴丹、顾冰冰。

引 言

0.1 总则

纺织行业质量管理体系分级评价活动是组织提升质量管理成熟度的一项战略决策,为助力组织新质生产力发展奠定良好基础。

组织采用本文件实施质量管理体系,有利于:

- 推动组织追求卓越,助力新质生产力发展;
- 为组织超越顾客的需求或期望提供了路径;
- 提高组织质量管理体系运行的成熟度水平;
- 持续提高产品和服务质量水平;
- 追求卓越的质量绩效结果;
- 提升组织的科技创新、快速应变、持续学习和核心竞争力。

本文件可用于纺织行业组织内部和外部各方。

本文件纺织行业组织以GB/T 4754《国民经济行业分类》为依据并结合行业惯例和特点确定,包括棉纺织、毛纺织、麻纺织、丝绸、针织、长丝织造、印染、家用纺织、产业用纺织、服装、化纤等,不包括纺织机械。

实施本文件并非需要:

- 统一不同质量管理体系的架构;
- 形成与本文件条款结构相一致的文件;
- 在组织内使用本文件的特定术语。

本文件规定的质量管理体系要求是对产品和服务要求的补充。

本文件采用过程方法,该方法结合了“策划—实施—检查—处置”(PDCA)循环和基于风险的思维。过程方法使组织能够策划过程及其相互作用。

PDCA循环使组织能够确保其过程得到充分的资源和管理,确定改进机会并采取行动。

基于风险的思维使组织能够确定可能导致其过程和质量管理体系偏离策划结果的各种因素,采取预防控制,最大限度地降低不利影响,并最大限度地利用出现的机遇。

运用《卓越绩效评价准则》驱动组织重视过程更关注结果,持续改进过程方法,提升质量绩效水平,为顾客和其他相关方创造更大价值,使组织持续获得成功。

在日益复杂的动态环境中持续满足要求,并针对未来需求和期望采取适当行动,这无疑是组织面临的一项挑战。为了实现这一目标,组织可能会发现,除了纠正和持续改进,还有必要采取各种形式的改进,如突破性变革、创新和重组。

在本文件中使用如下助动词:

- “应”表示要求;
- “宜”表示建议;
- “可”表示允许;
- “能”表示可能或能够;
- “注”的内容是理解和说明有关要求的指南。

0.2 质量管理原则

本文件是在GB/T 19000所阐述的质量管理原则基础上制定的。每项原则的介绍均包含概述、该原则对组织的重要性的依据、应用该原则的主要益处示例以及应用该原则提高组织绩效典型措施示例。

质量管理原则是：

- 以顾客为关注焦点；
- 领导作用；
- 全员积极参与；
- 过程方法；
- 改进；
- 循证决策；
- 关系管理。

以战略导向为原则，是质量管理体系建设的重要原则，保持战略定力，确保组织愿景和战略目标实现。

0.3 过程方法

0.3.1 总则

本文件倡导在建立、实施质量管理体系以及提高其有效性时采用过程方法，通过满足顾客要求增强顾客满意。采用过程方法所需考虑的具体要求见4.4。

将相互关联的过程作为一个体系加以理解和管理，有助于组织有效和高效地实现其预期结果。这种方法使组织能够对其体系的过程之间相互关联和相互依赖的关系进行有效控制，以提高组织整体绩效。

过程方法包括按照组织的愿景、使命、价值观和战略方向，对各过程及其相互作用进行系统的规定和管理，从而实现预期结果。可通过采用PDCA循环（见0.3.2）以及始终基于风险的思维（见0.3.3）对过程和整个体系进行管理，旨在有效利用机遇并防止发生不良结果。

在质量管理体系中应用过程方法能够：

- a) 理解并持续满足要求；
- b) 从增值的角度考虑过程；
- c) 获得有效的过程绩效；
- d) 在评价数据和信息的基础上改进过程；

单一过程的各要素及其相互作用如图1所示。每一过程均有特定的监视和测量检查点以用于控制，这些检查点根据相关的风险有所不同。

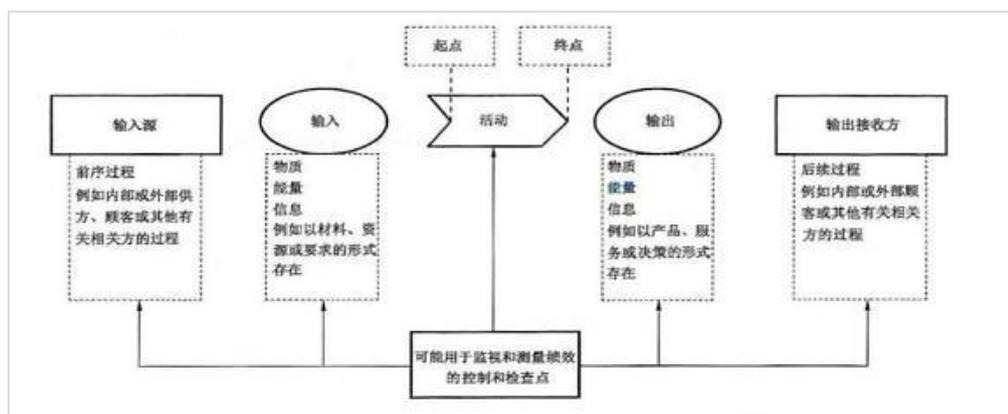
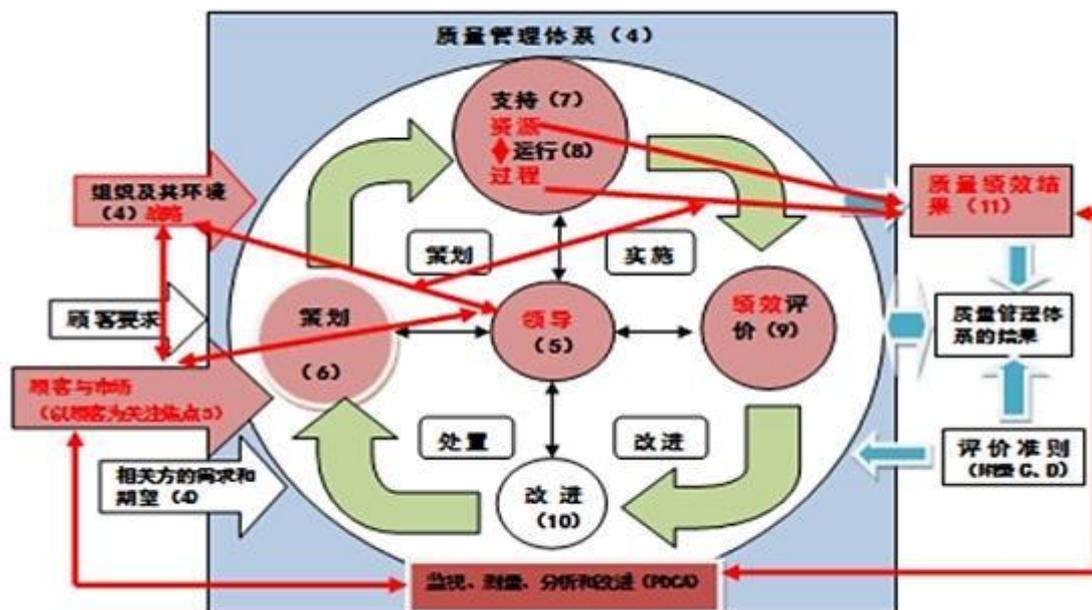


图1 单一过程要素示意图

0.3.2 PDCA 循环

PDCA循环能够应用于所有过程以及整个质量管理体系，融合卓越绩效评价准则条款的重要联系，红色箭头表示绩效管理体系对纺织行业质量管理体系的重要作用。图2表明了本文件第4章至第10章是如何构成PDCA循环的。



注：括号中的数字表示本文件的相应章节。

图2 本标准结构在PDCA循环中的展示

PDCA 循环可以简要描述如下：

- 策划（Plan）：根据顾客的要求和组织的方针，建立体系的目标及其过程，确定实现结果所需的资源，并识别和应对风险和机遇。
- 实施（Do）：执行所做的策划。
- 检查（Check）：根据方针、目标、要求和所策划的活动，对过程以及形成的产品和服务进行监视和测量（适用时），并报告结果。
- 处置（Act）：必要时，采取措施提高绩效。

0.3.3 基于风险的思维

为了满足本文件的要求，组织需策划和实施应对风险和机遇的措施。应对风险和机遇，为提高质量管理体系有效性、效率，获得改进结果以及防止不利影响奠定基础。

某些有利于实现预期结果的情况可能导致机遇的出现，例如：有利于组织吸引顾客、开发新产品和服务、减少浪费或提高生产率的一系列情形。利用机遇所采取的措施也可能包括考虑相关风险。风险是不确定性的影响，不确定性可能有正面的影响，也可能有负面的影响。风险的正面影响可能提供机遇，但并非所有的正面影响均可提供机遇。

0.4 与其他管理体系标准的关系

本文件与 GB/T 19001 相比，在满足 GB/T 19001 要求的基础上，结合 GB/T 19580 标准的内容，考虑了纺织行业的特点、质量管理共性和关键质量特性，补充了相关体系建设的要求，同时增加说明和理解有关要求的“注”，增加质量绩效和评价方法及附录 A、附录 C，旨在在更宽范围更高水平上提出了超越质量管理体系适宜性、符合性、有效性要求，通过自我评价和分级评价持续改进组织效率和整体绩效，促进组织追求卓越，并可证实组织达到的成熟度水平。

本文件采用 ISO 制定的管理体系标准框架，以提高与其他管理体系标准的协调一致性。

本文件使组织能够使用过程方法、PDCA 循环和基于风险的思维，并结合《卓越绩效评价准则》将其质量管理体系与其他管理体系标准要求协调或一体化。

本文件与 GB/T 19000、GB/T 19004、GB/T 19580 存在如下关系：

- GB/T 19000《质量管理体系 基础和术语》为正确理解和实施本文件提供必要基础；
- GB/T 19004《质量管理 组织的质量 实现持续成功指南》为选择超出本文件要求的组织提供指南；
- GB/T 19580《卓越绩效评价准则》为组织持续改进，追求卓越指明了方向和路径。

纺织行业质量管理体系分级认证要求 和评价准则

1 范围

本文件为下列组织规定了质量管理体系分级认证要求：

- a) 需要证实组织实现超越 GB/T 19001 质量绩效的能力；
- b) 需要证实组织达到的质量管理体系成熟度。

本文件适用于纺织行业设计开发、生产加工、销售服务的组织。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

- GB/T 19000 质量管理体系 基础和术语 (ISO 9000:2015 , IDT)
GB/T 19001 质量管理体系 要求 (ISO 9001:2015 , IDT)
GB/T 19011 管理体系审核指南 (ISO 19011:2018 , IDT)
GB/Z 19579 卓越绩效评价准则实施指南
GB/T 19580 卓越绩效评价准则
RB/T 128 质量管理体系分级评价指南

3 术语和定义

GB/T 19000和GB/T 19580界定的术语和定义适用于本文件。

3.1

成熟度 maturity

研究对象与其完美状态的相对值。

3.2

质量管理体系成熟度 quality management system maturity

在质量管理体系方面的成熟度，是对质量管理体系过程等方面管理水平达到相应程度的度量。

注：质量管理体系成熟度可以是对质量管理体系过程的策划（P）、实施（D）、检查（C）和改进（A）四个要素进行量化评价后得出管理水平的结果。

3.3

质量绩效 quality performance

在质量方面可测量的结果，包括定量和定性的结果。

3.4

质量管理体系分级评价 graded certification on quality management system

对组织质量管理体系满足分级要求的评价活动。

3.5

质量生态 quality ecology

产品制造过程、使用过程和处置过程符合绿色环保生态链要求。

3.6

纺织行业质量管理共性 general character of quality management in textile industry

具有工序多、连续化、多机台作业、手工操作多、轮班交换、原料成本占比大、多品小批快交的特点，质量管理为集中计划组织、多接口分工协作、多层次管理、多品种、多工序质量稳定性和一致性的控制。

3.7

纺织行业关键质量特性 key quality characteristics of the textile industry

原辅料特性，产品设计、制造过程关键质量技术，产品的相关功能、性能、智能质量可靠性指标。

3.8

质量数字化 quality digitization

在数字化条件下，聚焦质量管理范围、方式、目标，涉及到数字思维构建、数字技术应用、管理机制调整、数据开发利用等各个方面。

4 组织环境

4.1 理解组织及其环境

组织应确定与其宗旨和战略方向相关并影响其实现质量管理体系预期结果的能力的各种外部和内部因素。

组织应对这些外部和内部因素的相关信息监视和评审。

注1：这些因素可能包括需要考虑的正面和负面要素或条件。

注2：考虑来自于国际、国内、地区或当地的各种法律法规、技术、竞争、市场、文化、社会和经济环境的因素，有助于理解外部环境。

注3：考虑与组织的价值观、文化、知识和绩效等有关的因素，有助于理解内部环境。

注4：考虑纺织行业内外外部相关信息收集分析处置的机制，有助于提升信息价值。

4.2 理解相关方的需求和期望

由于相关方对组织稳定提供符合顾客要求及适用法律法规要求的产品和服务的能力具有影响或潜在影响，因此，组织应确定：

a) 与质量管理体系有关的相关方；

b) 与质量管理体系有关的相关方的要求；

组织应监视和评审这些相关方的信息及其相关要求。

注：考虑纺织行业“科技、时尚、绿色”新质生产力发展方向相关的相关方及其要求。

4.3 确定质量管理体系范围

组织应确定质量管理体系的边界和适用性，以确定其范围。

在确定范围时，组织应考虑：

a) 4.1 中提及的各种外部和内部因素；

b) 4.2 中提及的相关方的要求；

c) 组织的产品和服务。

如果本文件的全部要求适用于组织确定的质量管理体系范围，组织应实施本文件的全部要求。

组织的质量管理体系范围应作为成文信息，可获得并得到保持。该范围应描述所覆盖的产品和服务类型，如果组织确定本标准的某些要求不适用于其质量管理体系范围，应说明理由。

只有当所确定的不适用的要求不影响组织确保其产品和服务合格的能力或责任，对增强顾客满意也不会产生影响时，方可声称符合本文件的要求。

4.4 质量管理体系及其过程

4.4.1 组织应按照本文件的要求，建立、实施、保持和持续改进质量管理体系，包括所需过程及其相互作用。

组织应确定质量管理体系所需的过程及其在整个组织中的应用，且应：

- a) 确定这些过程所需的输入和期望的输出；
- b) 确定这些过程的顺序和相互作用；
- c) 确定和应用所需的准则和方法（包括监视、测量和相关绩效指标），以确保这些过程的有效运行和控制；
- d) 确定这些过程所需的资源并确保其可获得；
- e) 分配这些过程的职责和权限；
- f) 按照 6.1 的要求应对风险和机遇；
- g) 评价这些过程，实施所需的变更，以确保实现这些过程的预期结果；
- h) 改进过程和质量管理体系。

注：考虑运用相关方法识别组织运营过程，并对其方法进行评价。

4.4.2 在必要的范围和程度上，组织应：

- a) 保持成文信息以支持过程运行；
- b) 保留成文信息以确信其过程按策划进行。

5 领导

5.1 领导作用和承诺

5.1.1 总则

最高管理者应通过以下方面，证实其对质量管理体系的领导作用和承诺：

- a) 对质量管理体系的有效性负责；
- b) 确保制定质量管理体系的质量方针和质量目标，并与组织环境相适应，与战略方向相一致；
- c) 确保质量管理体系要求融入组织的业务过程；
- d) 促进使用过程方法和基于风险的思维；
- e) 确保质量管理体系所需的资源是可获得的；
- f) 沟通有效的质量管理和符合质量管理体系要求的重要性；
- g) 确保质量管理体系实现其预期结果；
- h) 促使人员积极参与，指导和支持他们为质量管理体系的有效性作出贡献；
- i) 推动改进；
- j) 支持其他相关管理者在其职责范围内发挥领导作用。

注1：本文件使用的“业务”一词可广义地理解为涉及组织存在目的的核心活动，无论是公有、私有、营利或非营利组织。

注2：最高管理者还应：

- a) 确立组织的使命、愿景和价值观，应：
 - 1) 体现组织初心和未来发展方向；
 - 2) 作为组织文化的核心；
 - 3) 为战略和战略目标的制定设定前提；
 - 4) 贯彻到全体员工，并影响组织的其他相关方。
- b) 推动品牌发展、质量数字化、质量生态建设；
- c) 承担质量责任，管控质量风险、履行公共责任。

5.1.2 以顾客为关注焦点

最高管理者应通过确保以下方面，证实其以顾客为关注焦点的领导作用和承诺：

- a) 确定、理解并持续地满足顾客要求以及适用的法律法规要求；
- b) 确定和应对风险和机遇，这些风险和机遇可能影响产品和服务合格以及增强顾客满意的能力；
- c) 始终致力于增强顾客满意。

注：最高管理者还应：

- a) 理解并保持以顾客为关注焦点；
- b) 确定和应对市场快速变化的机会和挑战，满足顾客需求；
- c) 保持与顾客沟通、改进，提高顾客忠诚。

5.2 方针

5.2.1 制定质量方针

最高管理者应制定、实施和保持质量方针，质量方针应：

- a) 适应组织的宗旨和环境并支持其战略方向；
- b) 为建立质量目标提供框架；
- c) 包括满足适用要求的承诺；
- d) 包括持续改进质量管理体系的承诺。

5.2.2 沟通质量方针

质量方针应：

- a) 可获取并保持成文信息；
- b) 在组织内得到沟通、理解和应用；
- c) 适宜时，可为有关相关方所获取。

注：最高管理者应确定组织的方向，质量方针适应组织的使命、愿景和价值观，并与使命、愿景和价值观得到沟通、理解和应用。

5.3 组织的岗位、职责和权限

最高管理者应确保组织相关岗位的职责、权限得到分配、沟通和理解。

最高管理者应分配职责和权限，以：

- a) 确保质量管理体系符合本文件的要求；

- b) 确保各过程获得其预期输出；
- c) 报告质量管理体系的绩效以及改进机会（见 10.1），特别是向最高管理者报告；
- d) 确保在整个组织推动以顾客为关注焦点；
- e) 确保在策划和实施质量管理体系变更时保持其完整性。

注1：组织管理架构

最高管理者应确定组织管理架构，以：

- a) 确保组织设计的工作组织和生产组织结构适应：
 - 1) 应对战略挑战，顺应市场快速变化；
 - 2) 满足计划实施，促进内部协作；
 - 3) 持续改进质量管理共性和关键质量特性；
 - 4) 调动员工的积极性，营造学习环境。
- b) 确保执行力和运行效率，宜建立授权、创新和相关小组；
- c) 确保质量管理体系有效运行组织可建立首席质量官制度。

注2：组织工作管理

- a) 确定岗位和职能，识别所需员工的特点和技能，形成职位说明书；
- b) 组织员工的招聘、任用（见7.2）和留任。

6 策划

6.1 应对风险和机遇的措施

6.1.1 在策划质量管理体系时，组织应考虑到 4.1 所提及的因素和 4.2 所提及的要求，并确定需要应对的风险和机遇，以：

- a) 确保质量管理体系能够实现其预期结果；
- b) 增强有利影响；
- c) 预防或减少不利影响；
- d) 实现改进。

6.1.2 组织应策划：

- a) 应对这些风险和机遇的措施；
- b) 如何：
 - 1) 在质量管理体系过程中整合并实施这些措施（见 4.4）；
 - 2) 评价这些措施的有效性。

应对措施应与风险和机遇对产品和服务符合性的潜在影响相适应。

注1：应对风险可选择规避风险，为寻求机遇承担风险，消除风险源，改变风险的可能性或后果，分担风险，或通过信息充分的决策而保留风险。

注2：机遇可能导致采用新实践、推出新产品、开辟新市场、赢得新顾客、建立合作伙伴关系、利用新技术和其他可行之处，以应对组织或其顾客的需求。

6.1.3 战略制定

组织在策划战略制定过程，分析内外部环境、确定、评价、调整战略和战略目标时，应考虑：

- a) 按 4.1、4.2 提及的因素和要求，分析关键因素；
- b) 与使命、愿景和价值观方向一致；
- c) 方法的应用。

6.2 质量目标及其实现的策划

6.2.1 组织应针对相关职能、层次和质量管理体系所需的过程建立质量目标。

质量目标应：

- a) 与质量方针保持一致；
- b) 可测量；
- c) 考虑适用的要求；
- d) 与产品和服务合格以及增强顾客满意相关；
- e) 予以监视；
- f) 予以沟通；
- g) 适时更新。

组织应保持有关质量目标的成文信息。

6.2.2 策划如何实现质量目标时，组织应确定：

- a) 要做什么；
- b) 需要什么资源；
- c) 由谁负责；
- d) 何时完成；
- e) 如何评价结果。

6.2.3 战略部署

组织在制定战略计划，确定、监测、评价质量绩效目标时，应考虑：

- a) 与使命、愿景、战略的方向一致；
- b) 目标具有纺织行业先进水平，具有竞争性和挑战性及关联性、可测量性；
- c) 计划的完整性、可行性、可操作性，相关职能、层次和质量管理体系关键过程的质量绩效目标（KPI）系统；
- d) 策划用什么监测评价方法、路径和措施去实现质量绩效目标预期，并进行评价和调整。

注：质量绩效目标支持战略目标，并包括6.2质量目标及其策划的要求。

6.3 变更的策划

当组织确定需要对质量管理体系进行变更时，变更应按所策划的方式实施（见4.4）。

组织应考虑：

- a) 变更目的及其潜在后果；
- b) 质量管理体系的完整性；
- c) 资源的可获得性；
- d) 职责和权限的分配或再分配。

7 支持

7.1 资源

7.1.1 总则

组织应确定并提供所需的资源，以建立、实施、保持和持续改进质量管理体系。

组织应考虑：

- a) 现有内部资源的能力和局限；
- b) 需要从外部供方获得的资源。

注：组织为战略和战略目标实现，应考虑：

- a) 识别为确保战略和战略目标实现、过程运行实施所需的内外部资源；
- b) 对资源进行评价、配置和管理，并制定未来关键资源计划，实现质量绩效目标的预期。

7.1.2 人员

组织应确定并配备所需的人员，以有效实施质量管理体系，并运行和控制其过程。

7.1.2.1 绩效管理和学习与成长

组织应开展员工绩效管理，通过教育与培训促进员工学习与成长，应：

- a) 确定最高管理者的质量绩效指标，并评价、实施与改进；
- b) 员工绩效管理，包括员工绩效的评价、考核和反馈，科学合理的薪酬体系、适宜的激励政策和措施；
- c) 员工学习与成长，包括员工的教育与培训（见 7.2）、员工的职业发展、继任人才梯队。

7.1.2.2 员工权益与满意度

组织应确保员工权益，测量和提高员工满意程度，应：

- a) 员工权益及满意程度，包括员工权益识别、支持、监测和管理，满意度影响因素监测、评价和改进；
- b) 人力资源价值推广，可包括设计师工作室、劳模工作室、传承人工作室、技师工作室、师带徒工作室。

7.1.3 基础设施

组织应确定、提供并维护所需的基础设施，以运行过程，并获得合格产品和服务。

注：基础设施可包括：

- a) 建筑物和相关设施；
- b) 设备，包括硬件和软件；
- c) 运输资源；
- d) 信息和通讯技术。

7.1.3.1 基础设施建设

组织根据纺织行业生产特点、质量管理共性和关键质量特性要求，应考虑：

- a) 基于互联网、物联网、云计算、AI 人工智能，应用智能化、网络化、数字化装备，确保产品开发、质量、成本、交期和效率；
- b) 应用绿色生态、清洁、环保装备，确保控制污染、循环利用、健康安全。

7.1.3.2 基础设施资源管理

建立基础设施管理系统，组织应制定和实施：

- a) 合理布局基础设施，策划和控制过程能力；
- b) 设备保全保养制度及方法；

- c) 基础设施的预防性和故障性维护保养制度；
- d) 基础设施的更新改造计划。

7.1.4 过程运行环境

组织应确定、提供并维护所需的环境，以运行过程，并获得合格产品和服务。

注：适宜的过程运行环境可能是人为因素与物理因素的结合，例如：

- a) 社会因素（如非歧视、安定、非对抗）；
- b) 心理因素（如减压、预防过度疲劳、稳定情绪）；
- c) 物理因素（如温度、热量、湿度、照明、空气流通、卫生、噪声）。

由于所提供的产品和服务不同，这些因素可能存在显著差异。

7.1.5 监视和测量资源

7.1.5.1 总则

当利用监视或测量来验证产品和服务符合要求时，组织应确定并提供所需的资源，以确保结果有效和可靠。

组织应确保所提供的资源：

- a) 适合所开展的监视和测量活动的特定类型；
- b) 得到维护，以确保持续适合其用途。

组织应保留适当的成文信息，作为监视和测量资源适合其用途的证据。

7.1.5.2 测量溯源

当要求测量溯源时，或组织认为测量溯源是信任测量结果有效的基础时，测量设备应：

- a) 对照能溯源到国际或国家标准的测量标准，按照规定的时间间隔或在使用前进行校准和（或）检定，当不存在上述标准时，应保留作为校准或验证依据的成文信息；
- b) 予以识别，以确定其状态；
- c) 予以保护，防止由于调整、损坏或衰减所导致的校准状态和随后的测量结果的失效。

当发现测量设备不符合预期用途时，组织应确定以往测量结果的有效性是否受到不利影响，必要时应采取适当的措施。

注：本文件规定当用到的测量仪器设备的检测结果，无法溯源到国家或国际测量标准时，应明确溯源途径和方法，提供符合规定要求的证据。

7.1.6 组织的知识

组织应确定必要的知识，以运行过程，并获得合格产品和服务。

这些知识应予以保持，并能在所需的范围内得到。

为应对不断变化的需求和发展趋势，组织应审视现有的知识，确定如何获取或接触更多必要的知识和知识更新。

注 1：组织的知识是组织特有的知识，通常从其经验中获得，是为实现组织目标所使用和共享的信息。

注 2：组织的知识可基于：

- a) 内部来源（如知识产权、从经验获得的知识、从失败和成功项目汲取的经验和教训、获取和分享未成文的知识 and 经验，以及过程、产品和服务的改进结果）；
- b) 外部来源（如标准、学术交流、专业会议、从顾客或外部供方收集的知识）。

7.1.6.1 组织信息和知识资源管理

7.1.6.1.1 组织的信息管理，应：

- a) 识别和开发信息源并进行传递、分析和发布；
- b) 建立组织需求的硬件和软件信息系统并保持可靠、安全运行；
- c) 组织可促进信息化与自动化的融合发展，建立数字化云管理。

7.1.6.1.2 组织的知识管理，应：

- a) 建立组织知识收集、评价、确认、传递、保护的机制；
- b) 建立知识分享、应用更新管理，并确保知识准确、可靠、安全和保密。

7.1.7 组织的技术资源管理

组织应基于技术评价制定战略和计划，开展技术创新，形成核心竞争力，应：

- a) 评估组织拥有的主导核心技术，形成和使用专利与技术诀窍；
- b) 开发、引进、消化、吸收适用的先进技术和标准；
- c) 制定技术开发与改造目标和计划并实施。

7.1.8 组织的财务资源管理

组织应根据战略目标和实施计划，确保资金的供给和管理，应：

- a) 确定资金的需求和来源，保证供给；
- b) 实施资金预算管理、成本管理和资金风险管理并适时评价与调整；
- c) 采用适宜方法加快资金周转，提高资金利用率。

7.2 能力

组织应：

- a) 确定在其控制下工作的人员所需具备的能力，这些人员从事的工作影响质量管理体系绩效和有效性；
- b) 基于适当的教育、培训或经验，确保这些人员是胜任的；
- c) 适用时，采取措施以获得所需的能力，并评价措施的有效性；
- d) 保留适当的成文信息，作为人员能力的证据。

注1：适当措施可包括对在职人员进行培训、辅导或重新分配工作，或者聘用、外包胜任的人员。

注2：建立并实施高层次人才、关键岗位智能人才、技能人员的教育、培训和评价。

7.3 意识

组织应确保在其控制下工作的人员知晓：

- a) 质量方针；
- b) 相关的质量目标；
- c) 他们对质量管理体系有效性的贡献，包括改进绩效的益处；
- d) 不符合质量管理体系要求的后果。

注：组织应确保文化方向和目标要求落实，人员应知晓：

- a) 相关的使命、愿景、价值观、质量数字化、质量生态、“科技、时尚、绿色”的发展方向；
- b) 相关的战略目标和质量绩效目标。

7.4 沟通

组织应确定与质量管理体系相关的内部和外部沟通，包括：

- a) 沟通什么；
- b) 何时沟通；
- c) 与谁沟通；
- d) 如何沟通；
- e) 谁来沟通。

注：组织的内外部沟通，应关注：

- a) 评价沟通方法；
- b) 改进沟通效果。

7.5 成文信息

7.5.1 总则

组织的质量管理体系应包括：

- a) 本文件要求的成文信息；
- b) 组织所确定的、为确保质量管理体系有效性所需的成文信息。

注：对于不同组织，质量管理体系成文信息的多少与详略程度可以不同，取决于：

- 组织的规模，以及活动、过程、产品和服务的类型；
- 过程及其相互作用的复杂程度；
- 人员的能力。

7.5.2 创新和更新

在创建和更新成文信息时，组织应确保适当的：

- a) 标识和说明（如标题、日期、作者、索引编号）；
- b) 形式（如语言、软件版本、图表）和载体（如纸质的、电子的）；
- c) 评审和批准，以保持适宜性和充分性。

注：组织应对创新的模式、机制、方法进行总结、标准化和命名，并更新成文信息。

7.5.3 成文信息的控制

7.5.3.1 应控制质量管理体系和本文件所要求的成文信息，以确保：

- a) 在需要的场合和时机，均可获得并适用；
- b) 予以妥善保护（如防止泄密、不当使用或缺失）。

7.5.3.2 为控制成文信息，适用时，组织应进行下列活动：

- a) 分发、访问、检索和使用；
- b) 存储和防护，包括保持可读性；
- c) 更改控制（如版本控制）；
- d) 保留和处置。

对于组织确定的策划和运行质量管理体系所必需的来自外部的成文信息，组织应进行适当识别，并予以控制。

对所保留的、作为符合性证据的成文信息应予以保护，防止非预期的更改。

注：对成文信息的“访问”可能意味着仅允许查阅，或者意味着允许查阅并授权修改。

7.5.3.3 组织应对创新的模式、机制、方法的成文信息进行控制。

8 运行

8.1 运行的策划和控制

为满足产品和服务提供的要求，并实施第6章所确定的措施，组织应通过以下措施对所需的过程（见4.4）进行策划、实施和控制：

- a) 确定产品和服务的要求；
- b) 建立下列内容的准则：
 - 1) 过程；
 - 2) 产品和服务的接收。
- c) 确定所需的资源以使产品和服务符合要求；
- d) 按照准则实施过程控制；
- e) 在必要的范围和程度上，确定并保持、保留成文信息，以：
 - 1) 确信过程已经按策划进行；
 - 2) 证实产品和服务符合要求。

策划的输出应适合于组织的运行。

组织应控制策划的变更，评审非预期变更的后果，必要时，采取措施减轻不利影响。

组织应确保外包过程受控（见8.4）。

8.1.1 关键过程的策划

根据4.4识别的关键过程，组织应：

- a) 考虑下列因素对质量管理共性的影响：
 - 1) 未来内外环境和因素可能的变化，建立应急响应方案，并保持敏捷性和营运连续性；
 - 2) 质量、健康安全、绿色生态、节能降耗、环境保护以及公共卫生等因素；
 - 3) 计划交期、生产效率、人员技能、资金与成本及其他因素。
- b) 考虑下列因素对关键质量特性的影响：
 - 1) 智能化、网络化、数字化及新装备因素；
 - 2) 新技术、新材料、新工艺及组织知识因素；
 - 3) 纺织品工艺、流程、原辅材料、操作规范、生产条件以及质量数字化等因素。

8.1.2 组织应进行过程评价，必要时进行过程的重新设计。

8.2 产品和服务的要求

8.2.1 顾客沟通

与顾客沟通的内容应包括：

- a) 提供有关产品和服务的信息；
- b) 处理问询、合同或订单，包括更改；
- c) 获取有关产品和服务的顾客反馈，包括顾客投诉；
- d) 处置或控制顾客财产；

e) 关系重大时，制定应急措施的特定要求。

8.2.1.1 顾客和市场细分

组织根据自身优势和战略方向，进行市场细分和定位，应：

- a) 识别顾客、顾客群和市场细分，并确定目标顾客和市场；
- b) 考虑竞争对手的顾客在内的潜在顾客和市场。

8.2.1.2 顾客需求和期望了解

组织应建立顾客与市场的了解方法，适应发展方向、业务需要和市场变化，识别和确定：

- a) 了解顾客、顾客群和细分市场的需求、期望和偏好；
- b) 收集竞争对手的信息，并评价其方法。

8.2.1.3 顾客关系和市场快速响应机制的建立

组织应确保顾客满意和忠诚及业务机会，考虑：

- a) 建立、加强和维护顾客关系及对关键顾客的购买或建立长期关系的重要性；
- b) 建立市场快速响应机制，包括信息、决策、生产方式、资源整合、网络营销、流程再造；
- c) 按顾客过程要求进行实施、评价和改进。

8.2.1.4 品牌经营

建立品牌管理机制，包括：

- a) 品牌定位、设计、方向和目标；
- b) 品牌发展、品牌营销；
- c) 品牌宣传、品牌维护；
- d) 适时评价与调整。

8.2.2 产品和服务要求的确定

在确定向顾客提供的产品和服务的要求时，组织应确保：

- a) 产品和服务的要求得到规定，包括：
 - 1) 适用的法律法规要求；
 - 2) 组织认为的必要要求。
- b) 提供的产品和服务能够满足所声明的要求。

注：组织在确定向顾客提供个性化或生态纺织品及其他认证产品，特殊性能、功能、智能产品和服务时应满足 8.2.2 要求。

8.2.3 产品和服务要求的评审

8.2.3.1 组织应确定有能力向顾客提供满足要求的产品和服务。在承诺向顾客提供产品和服务之前，组织应对如下各项要求进行评审：

- a) 顾客规定的要求，包括对交付及交付后活动的要求；
- b) 顾客虽然没有明示，但规定的用途或已知的预期用途所必需的要求；
- c) 组织规定的要求；
- d) 适用于产品和服务的法律法规要求；

e) 与以前表述不一致的合同或订单要求。

组织应确保与以前规定不一致的合同或订单要求已得到解决。

若顾客没有提供成文的要求，组织在接受顾客要求前应对顾客要求进行确认。

注：在某些情况下，如网上销售，对每一个订单进行正式的评审可能是不实际的，作为替代方法，可评审有关的产品信息，如产品目录。

8.2.3.2 适用时，组织应保留与下列方面有关的成文信息：

- a) 评审结果；
- b) 产品和服务的新要求。

注：组织应对生态纺织品及其他认证产品要求，个性化产品或服务要求，特殊性能、功能、智能及其他禁止类要求进行评审确认，确保组织制造的可行性。

8.2.4 产品和服务要求的更改

若产品和服务要求发生更改，组织应确保相关的成文信息得到修改，并确保相关人员知道已更改的要求。

8.3 产品和服务的设计和开发

8.3.1 总则

组织应建立、实施和保持适当的设计和开发过程，以确保后续的产品和服务的提供。

8.3.2 设计和开发策划

在确定设计和开发的各个阶段和控制时，组织应考虑：

- a) 设计和开发活动的性质、持续时间和复杂程度；
- b) 所需的过程阶段，包括适用的设计和开发评审；
- c) 所需的设计和开发验证、确认活动；
- d) 设计和开发过程涉及的职责和权限；
- e) 产品和服务的设计和开发所需的内部、外部资源；
- f) 设计和开发过程参与人员之间接口的控制需求；
- g) 顾客及使用者参与设计和开发过程的需求；
- h) 对后续产品和服务提供的要求；
- i) 顾客和其他有关相关方期望的对设计和开发过程的控制水平；
- j) 证实已经满足设计和开发要求所需的成文信息。

8.3.3 设计和开发输入

组织应针对所设计和开发的具体类型的产品和服务，确定必需的要求。组织应考虑：

- a) 功能和性能要求；
- b) 来源于以前类似设计和开发活动的信息；
- c) 法律法规要求；
- d) 组织承诺实施的标准或行业规范；
- e) 由产品和服务性质所导致的潜在的失效后果。

针对设计和开发的目的，输入应是充分和适宜的，且应完整、清楚。相互矛盾的设计和开发输入应得到解决。

组织应保留有关设计和开发输入的成文信息。

8.3.3.1 纺织产品设计输入

识别纺织行业产品和服务设计输入要求，应考虑：

- a) 顾客的个性化、产品特殊性能、功能、智能、生态纺织品及其他认证产品的要求；
- b) 产品的符合性、一致性、稳定性、可靠性、使用寿命及相关性能技术指标的要求；
- c) 对以往设计产品、竞争对手分析、供方反馈、内部输入、售后数据及其他信息的要求；
- d) 应用新技术、新材料、新工艺、新装备的要求。

8.3.3.2 纺织产品制造过程输入

识别纺织行业产品制造过程设计输入要求，应考虑：

- a) CMD 设计、新设备、检测仪器、环保控制的要求；
- b) 操作规程、操作方法及操作人员能力的要求；
- c) 产品更换能力、生产能力、生产率及成本目标要求。

8.3.4 设计和开发控制

组织应对设计和开发过程进行控制，以确保：

- a) 规定拟获得的结果；
- b) 实施评审活动，以评价设计和开发的结果满足要求的能力；
- c) 实施验证活动，以确保设计和开发输出满足输入的要求；
- d) 实施确认活动，以确保形成的产品和服务能够满足规定的使用要求或预期用途；
- e) 针对评审、验证和确认过程中确定的问题采取必要措施；
- f) 保留这些活动的成文信息。

注1：设计和开发的评审、验证和确认具有不同目的。根据组织的产品和服务的具体情况，可单独或以任意组合的方式进行。

注2：组织应对纺织产品设计和开发控制，可考虑：

- a) 根据 8.3.3.1 识别的要求，优化更新和确认产品设计、产品工艺路线与参数、产品工艺设计、工艺执行和调整、新品工艺设计、装备改革设计；
- b) 组织可应用质量功能展开(QFD)、先期质量策划(APQP)、产品集成开发流程(IPD)、失效模式与影响分析(FMEA)等相关方法。

8.3.5 设计和开发输出

组织应确保设计和开发输出：

- a) 满足输入的要求；
- b) 满足后续产品和服务提供过程的需要；
- c) 包括或引用监视和测量的要求，适当时，包括接收准则；
- d) 规定产品和服务特性，这些特性对于预期目的、安全和正常提供是必需的。

组织应保留有关设计和开发输出的成文信息。

8.3.5.1 纺织产品设计输出

纺织产品设计输出应包括：

- a) 性能、功能、智能设计可靠性以及纹案、版式结果；
- b) 个性化产品、新产品工艺、3D 打印数据；
- c) 认证产品的规范和要求；
- d) 适当时，产品防错。

8.3.5.2 纺织产品制造过程设计输出

制造过程设计输出应包括：

- a) 规范、流程图；
- b) 控制计划；
- c) 作业指导书；
- d) 有关质量、稳定性、一致性及可测量数据。

8.3.6 设计和开发更改

组织应对产品和服务设计和开发期间以及后续所做的更改进行适当的识别、评审和控制，以确保这些更改对满足要求不会产生不利影响。

组织应保留下列方面的成文信息：

- a) 设计和开发更改；
- b) 评审的结果；
- c) 更改的授权；
- d) 为防止不利影响而采取的措施。

8.4 外部提供的过程、产品和服务的控制

8.4.1 总则

组织应确保外部提供的过程、产品和服务符合要求。

在下列情况下，组织应确定对外部提供的过程、产品和服务实施的控制：

- a) 外部供方的产品和服务将构成组织自身的产品和服务的一部分；
- b) 外部供方代表组织直接将产品和服务提供给顾客；
- c) 组织决定由外部供方提供过程或部分过程。

组织应基于外部供方按照要求提供过程、产品和服务的能力，确定并实施外部供方的评价、选择、绩效监视以及再评价的准则。对于这些活动和由评价引发的任何必要的措施，组织应保留成文信息。

注：组织应对下列纺织行业外部提供的过程、产品和服务实施控制，包括：

- a) 外部供方提供的产品和服务应符合生态纺织品及其他认证产品标准、顾客个性化要求、相关禁止类要求及相关法律法规规定的要求；
- b) 顾客批准的供货来源及信息，可包括纤维、纱线、坯布、面料、特殊性能、功能、智能、辅助材料，但不能免除组织确保质量责任。

8.4.2 控制类型和程度

组织应确保外部提供的过程、产品和服务不会对组织稳定地向顾客交付合格产品和服务的能力产生不利影响。

组织应：

- a) 确保外部提供的过程保持在其质量管理体系的控制之中；

- b) 规定对外部供方的控制及其输出结果的控制;
- c) 考虑:
 - 1) 外部提供的过程、产品和服务对组织稳定地满足顾客要求和适用的法律法规要求的能力的潜在影响;
 - 2) 由外部供方实施控制的有效性.
- d) 确定必要的验证或其他活动, 以确保外部提供的过程、产品和服务满足要求。

注: 组织应与外部提供方达成合作共赢, 考虑:

- a) 确定与组织发展方向一致的关键外部供方;
- b) 构建供应网, 增强供应链韧性;
- c) 建立战略或长期合作伙伴关系;
- d) 相关管理及资源的支持;
- e) 适时评价与调整。

8.4.3 提供外部供方的信息

组织应确保在与外部供方沟通之前所确定的要求是充分和适宜的。

组织应与外部供方沟通以下要求:

- a) 需提供的过程、产品和服务;
- b) 对下列内容的批准:
 - 1) 产品和服务;
 - 2) 方法、过程和设备;
 - 3) 产品和服务的放行。
- c) 能力, 包括所要求的人员资格;
- d) 外部供方与组织的互动;
- e) 组织使用的对外部供方绩效的控制和监视;
- f) 组织或其顾客拟在外部供方现场实施的验证或确认活动。

8.5 生产和服务提供

8.5.1 生产和服务提供的控制

组织应在受控条件下进行生产和服务提供。

适用时, 受控条件应包括:

- a) 可获得成文信息, 以规定以下内容:
 - 1) 拟生产的产品、提供的服务或进行的活动的特性;
 - 2) 拟获得的结果。
- b) 可获得和使用适宜的监视和测量资源;
- c) 在适当阶段实施监视和测量活动, 以验证是否符合过程或输出的控制准则以及产品和服务的接收准则;
- d) 为过程的运行使用适宜的基础设施, 并保持适宜的环境;
- e) 配备胜任的人员, 包括所要求的资格;
- f) 若输出结果不能由后续的监视或测量加以验证, 应对生产和服务提供过程实现策划结果的能力进行确认, 并定期再确认;
- g) 采取措施防止人为错误;

h) 实施放行、交付和交付后的活动。

8.5.1.1 纺织产品制造和服务提供的控制

组织应控制产品制造和服务提供的过程，包括：

- a) 制定生产计划和作业计划，管理连续、均衡、协调的关键接口；
- b) 控制多机台品质、操作者质量、多品种质量、工艺操作与规程执行，减少工序质量差异；
- c) 执行工艺参数、控制原辅材料和在制品质量、装备状态，确保质量满足顾客要求；
- d) 应用控制方法，如 5S、目视管理、统计过程控制（SPC）、存储管理（ABC 分析法）、全面生产维护、精益生产、业务流程再造、合理化建议和技术革新、QC 小组等。

8.5.2 标识和可追溯性

需要时，组织应采用适当的方法识别输出，以确保产品和服务合格。

组织应在生产和服务提供的整个过程中按照监视和测量要求识别输出状态。

当有可追溯要求时，组织应控制输出的唯一性标识，并应保留所需的成文信息以实现可追溯。

注：组织应对生态纺织品及其他认证产品、特殊性能、功能、智能产品的全过程进行唯一识别、形成可追溯体系。

8.5.3 顾客或外部供方的财产

组织应爱护在组织控制下或组织使用的顾客或外部供方的财产。

对组织使用的或构成产品和服务一部分的顾客和外部供方财产，组织应予以识别、验证、保护和防护。

若顾客或外部供方的财产发生丢失、损坏或发现不适用情况，组织应向顾客或外部供方报告，并保留所发生情况的成文信息。

注：顾客或外部供方的财产可能包括材料、零部件、工具和设备以及场所、知识产权和个人资料。

8.5.4 防护

组织应在生产和服务提供期间对输出进行必要的防护，以确保符合要求。

注 1：防护可包括标识、处置、污染控制、包装、储存、传输或运输以及保护。

注 2：组织应建立生态纺织品及其他认证产品标识、防护标准和要求。

8.5.5 交付后活动

组织应满足与产品和服务相关的交付后活动的要求。

在确定所要求的交付后活动的覆盖范围和程度时，组织应考虑：

- a) 法律法规要求；
- b) 与产品和服务相关的潜在不良的后果；
- c) 产品和服务的性质、使用和预期寿命；
- d) 顾客要求；
- e) 顾客反馈。

注 1：交付后活动可包括保证条款所规定的措施、合同义务（如维护服务等）、附加服务（如回收或最终处置等）。

注 2：组织应建立顾客个性化增值服务系统，提高顾客忠诚。

8.5.6 更改控制

组织应对生产或服务提供的更改进行必要的评审和控制，以确保持续地符合要求。

组织应保留成文信息，包括有关更改评审的结果、授权进行更改的人员以及根据评审所采取的必要措施。

8.6 产品和服务的放行

组织应在适当阶段实施策划的安排，以验证产品和服务的要求已得到满足。

除非得到有关授权人员的批准，适用时得到顾客的批准，否则在策划的安排已圆满完成之前，不应向顾客放行产品和交付服务。

组织应保留有关产品和服务放行的成文信息。成文信息应包括：

- a) 符合接收准则的证据；
- b) 可追溯到授权放行人员的信息。

注：组织应保留生态纺织品及其他认证产品、特殊性能、功能、智能产品以及相关禁止类要求的放行准则。

8.7 不合格输出的控制

8.7.1 组织应确保对不符合要求的输出进行识别和控制，以防止非预期的使用或交付。

组织应根据不合格的性质及其对产品和服务符合性的影响采取适当措施。这也适用于在产品交付之后，以及在服务提供期间或之后发现的不合格产品和服务。

组织应通过下列一种或几种途径处置不合格输出：

- a) 纠正；
- b) 隔离、限制、退货或暂停对产品和服务的提供；
- c) 告知顾客；
- d) 获得让步接收的授权。

对不合格输出进行纠正之后应验证其是否符合要求。

8.7.2 组织应保留下列成文信息：

- a) 描述不合格；
- b) 描述所采取的措施；
- c) 描述获得的让步；
- d) 识别处置不合格的授权。

9 绩效评价

9.1 监视、测量、分析和评价

9.1.1 总则

组织应确定：

- a) 需要监视和测量什么；
- b) 需要什么方法进行监视、测量、分析和评价，以确保结果有效；
- c) 何时实施监视和测量；
- d) 何时对监视和测量的结果进行分析和评价。

组织应评价质量管理体系的绩效和有效性。

组织应保留适当的成文信息，以作为结果的证据。

注：组织应确定质量绩效目标的监视、测量、分析和评价，考虑：

- a) 建立什么样的组织质量绩效目标测量系统；
- b) 用什么方法收集数据信息；
- c) 监视测量和评价的范围和指标是什么；
- d) 如何将结果用于决策、改进和创新。

9.1.2 顾客满意

组织应监视顾客对其需求和期望已得到满足的程度的感受。组织应确定获取、监视和评审该信息的方法。

注1：监视顾客感受的例子可包括顾客调查、顾客对交付产品或服务的反馈、顾客座谈、市场占有率分析、顾客赞扬、担保索赔和经销商报告。

注2：建立顾客满意的测量机制，应：

- a) 针对不同的顾客群体采用不同方法测量顾客满意和顾客忠诚；
- b) 与竞争对手和标杆进行比较跟踪，将其信息及结果用于改进；
- c) 适时评价测量方法。

9.1.3 分析与评价

组织应分析和评价通过监视和测量获得的适当的数据和信息。

应利用分析结果评价：

- a) 产品和服务的符合性；
- b) 顾客满意程度；
- c) 质量管理体系的绩效和有效性；
- d) 策划是否得到有效实施；
- e) 应对风险和机遇所采取措施的有效性；
- f) 外部供方的绩效；
- g) 质量管理体系改进的需求。

注1：数据分析方法可包括统计技术。

注2：组织应分析和评价监视、测量的数据与信息获得的结果，以评价：

- a) 战略和战略目标的达成；
- b) 使命、愿景、价值观和文化的有效传播；
- c) 产品和服务、顾客市场的成就、竞争绩效；
- d) 资源提供的有效性和效率；
- e) 过程管理的成熟度；
- f) 最高管理者的质量绩效；
- g) 计划实施率及应变能力。

9.2 内部审核

9.2.1 组织应按照策划的时间间隔进行内部审核，以提供有关质量管理体系的下列信息：

- a) 是否符合：
 - 1) 组织自身的质量管理体系要求；
 - 2) 本文件的要求；

b) 是否得到有效的实施和保持。

9.2.2 组织应：

- a) 依据有关过程的重要性、对组织产生影响的变化和以往的审核结果，策划、制定、实施和保持审核方案，审核方案包括频次、方法、职责、策划要求和报告；
- b) 规定每次审核的审核准则和范围；
- c) 选择审核员并实施审核，以确保审核过程客观公正；
- d) 确保将审核结果报告给相关管理者；
- e) 及时采取适当的纠正和纠正措施；
- f) 保留成文信息，作为实施审核方案以及审核结果的证据。

注：相关指南参见GB/T 19011。

9.3 管理评审

9.3.1 总则

最高管理者应按照策划的时间间隔对组织的质量管理体系进行评审，以确保其持续的适宜性、充分性和有效性，并与组织的战略方向保持一致。

9.3.2 管理评审输入

策划和实施管理评审时应考虑下列内容：

- a) 以往管理评审所采取措施的情况；
- b) 与质量管理体系相关的内外部因素的变化；
- c) 下列有关质量管理体系绩效和有效性的信息，包括其趋势：
 - 1) 顾客满意和有关相关方的反馈；
 - 2) 质量目标的实现程度；
 - 3) 过程绩效以及产品和服务的合格情况；
 - 4) 不合格及纠正措施；
 - 5) 监视和测量结果；
 - 6) 审核结果；
 - 7) 外部供方的绩效。
- d) 资源的充分性；
- e) 应对风险和机遇所采取措施的有效性（见 6.1）；
- f) 改进的机会。

9.3.3 管理评审输出

管理评审的输出应包括与下列事项相关的决定和措施：

- a) 改进的机会；
- b) 质量管理体系所需的变更；
- c) 资源需求。

组织应保留成文信息，作为管理评审结果的证据。

9.4 成熟度评审

最高管理者应参与成熟度评审活动，建立相应的组织，策划质量管理体系成熟度评审的间隔时间，培养自评师队伍，评审要求按照第二部分第12章执行，以确保其适宜性、有效性和系统性，并与组织的战略方向一致。

注：日常成熟度评审与内审相结合进行，年度成熟度评审与管理评审相结合进行，并对内审中发现问题的改进进行评价，也可委托第二方或第三方机构开展成熟度评价。

10 改进

10.1 总则

组织应确定和选择改进机会，并采取必要措施，以满足顾客要求和增强顾客满意。这应包括：

- a) 改进产品和服务，以满足要求并应对未来的需求和期望；
- b) 纠正、预防或减少不利影响；
- c) 改进质量管理体系的绩效和有效性。

注：改进的例子可包括纠正、纠正措施、持续改进、突破性变革、创新和重组。

10.2 不合格和纠正措施

10.2.1 当出现不合格时，包括来自投诉的不合格，组织应：

- a) 对不合格做出应对，并在适用时：
 - 1) 采取措施以控制和纠正不合格；
 - 2) 处置后果。
- b) 通过下列活动，评价是否需要采取措施，以消除产生不合格的原因，避免其再次发生或者在其他场合发生：
 - 1) 评审和分析不合格；
 - 2) 确定不合格的原因；
 - 3) 确定是否存在或可能发生类似的不合格。
- c) 实施所需的措施；
- d) 评审所采取的纠正措施的有效性；
- e) 需要时，更新策划期间确定的风险和机遇；
- f) 需要时，变更质量管理体系。

纠正措施应与不合格所产生的影响相适应。

10.2.2 组织应保留成文信息，作为下列事项的证据：

- a) 不合格的性质以及随后所采取的措施；
- b) 纠正措施的结果。

10.3 持续改进

组织应持续改进质量管理体系的适宜性、充分性和有效性。

组织应考虑分析和评价的结果以及管理评审的输出，以确定是否存在需求或机遇，这些需求或机遇应作为持续改进的一部分加以应对。

注：组织应保持持续改进和创新活力，提升竞争力，应考虑：

- a) 根据成熟度评审报告，策划年度改进与创新计划，制定改进与创新方案；

- b) 采用多种方法和工具实施改进与创新；
- c) 监测和评价创新方法，持续改进；
- d) 制定激励创新措施，分享推广。

应用的方法和工具如：合理化建议、QC小组活动、业务流程再造、精益六西格玛，QC新老七种工具、失效模式与影响分析、假设检验、方差分析、回归分析、试验设计等。

11 质量绩效

11.1 总则

本条款用于评价组织在质量绩效方面的结果和改进，包括产品和服务、顾客和市场、资源、关键过程、最高管理者等方面的绩效结果。应评价当前绩效水平和趋势以及与竞争对手或标杆对比数据。

11.2 产品和服务结果

组织在产品和服务方面的结果包括质量绩效指标水平和质量特色及成果创新。评价主要产品和服务的质量绩效指标及水平趋势、与竞争对手比对的结果及特色和创新成果。

注：关键绩效指标可包括：生态纺织品的比例、特殊功能性能产品指标水平及比例、绿色生态环保、资源及再利用，方法、模式、机制创新等。

11.3 顾客与市场的结果

组织在顾客与市场方面的结果包括顾客满意的结果、品牌价值和顾客投诉或退货的结果。评价顾客与市场质量绩效结果当前水平和趋势、与竞争对手和行业标杆对比的结果。

注：关键绩效指标可包括：网络接通率、品牌市场占有率及销售增加额、新兴市场开发比例、电子商务销售比例、个性化定制比例、自主品牌对销售溢价水平、品牌价值年增长水平等。

11.4 资源结果

组织在资源方面的结果包括人力资源、财务资源、信息和知识、技术资源、基础设施、相关方关系的的结果。评价资源方面结果的当前水平和趋势，其中包括适当的数据对比。

注：关键绩效指标可包括：技能人才比例、智能化、网络化、数字化及系统、生产过程专家系统、在线检测、在线控制及追溯系统、清洁生产系统的数量、知识积累分享和应用、质量损失额等。

11.5 过程有效性结果

组织在关键过程方面的结果包括产品和服务营销、产品和服务的开发、外部提供过程产品和服务的控制、生产和服务提供的结果。评价关键过程方面结果的当前水平和趋势，其中包括适当的对比性数据。

注：关键绩效指标可包括：生态纺织品订单的增长量、特殊功能性能智能产品的订单增长量、个性化定制增长量、自主品牌订单增长量、电子商务订单增长量、生态纺织品开发数、特殊功能性能产品开发数等。

11.6 最高管理者方面的结果

最高管理者方面的结果应包括关键经营指标、公共责任和信用评审、战略目标或方针实现结果。评价最高管理者质量绩效结果的当前水平和趋势，必要时按业务单元加以细分，其中包括适当对比性数据。

注：关键绩效指标可包括：“科技、时尚、绿色”创建、质量数字化建设、质量信用报告、社会责任报告、风险管控等。

12 评价方法

12.1 总则

本文件为组织规定了质量管理体系分级认证评价准则，包括评价条款及分值、评价策划、评价要素和评价结果。

12.2 评价条款及分值

- a) 纺织行业质量管理体系分级认证评价条款包括过程要求和结果要求，其中：过程要求依照 GB/T 19001 基础上补充纺织行业的特色要求，结果要求依照 11 章质量绩效的结果要求。
- b) 评价条款总分为 1000 分，其中，质量管理体系过程成熟水平为 700 分，质量绩效部分为 300 分，按照附录 A，评价条款分为一级评价条款、二级评价条款和三级评价条款，其中二级、三级条款可直接评分，也称评分条款。一级评分条款的分值由相关的二级、三级条款的分值加总。

12.3 评价策划

组织应策划分级认证评审方案，需考虑：

- a) 与组织的使命、愿景和战略方向保持一致；
- b) 确保质量管理体系持续的适宜性、充分性和有效性；
- c) 确定被评组织的工作机制、时间、频次、人员、方式和要求。

12.4 评价要素

针对每个二级、三级条款，按照 P（策划）—D（实施）—C（检查）—A（改进）四个要素进行评价质量管理体系过程的管理成熟度；对质量绩效成果按水平（Le）、趋势（T）、对比（C）、整合（I）四个要素进行评价质量管理体系结果的成熟度。各评价条款的评价要点见附录 B。

12.5 评审结果

应形成成熟度评审报告，作为评审结果的证据。

成熟度判定分级规划依据质量管理过程水平、质量绩效水平、总分值和否决条件四个方面进行综合评价，得出最终级别等次（见附录 C）。

附录 A

(资料性)

纺织行业 质量管理体系分级认证标准量化指标

量化指标由质量管理体系成熟度和质量绩效结果两大类三级指标构成，包括7个一级评价条款、30个二级评价条款和54个三级评价条款，见表A.1。

表 A.1 量化指标

一级评价条款	二级评价条款	三级指标条款	一级评分值	二级评分值
5. 领导作用			70	
	5.1领导作用和承诺			20
		5.1.1总则		
	5.2方针			30
		5.2.1制定质量方针		
		5.2.2沟通质量方针		
	7.4沟通			20
6. 策划			90	
	6.1应对风险和机遇的措施			40
		6.1.1风险的识别		
		6.1.2应对风险的措施		
		6.1.3战略制定		
	6.2质量目标及其策划			45
		6.2.1建立质量目标		
		6.2.2质量目标实施		
		6.2.3战略部署		
	6.3变更的策划			5
7. 支持			190	
	7.1资源			15
		人力资源		
		7.1.1总则		
		7.1.2人员		
	5.3组织的岗位、职责和权限			15
		基础设施资源		40
		7.1.3基础设施		
		7.1.4过程运行环境		
		7.1.5监视和测量资源		
		信息和知识资源		15
		7.1.6组织的知识		
		8.5.3顾客和外部代言的财产		
		技术资源		30
		7.1.7组织的技术资源管理		

表 A.1 (续)

一级评价条款	二级评价条款	三级指标条款	一级评分值	二级评分值
	财务资源	7.1.8组织的财务资源管理		30
	7.2能力			15
	7.3意识			15
	7.5成文信息			15
		7.5.1总则		
		7.5.2创新和更新		
		7.5.3成文信息的控制		
8. 运行			250	
	8.1运行的策划与控制			10
		8.1.1关键过程的策划		
		8.1.2组织应进行过程评价		
	8.2产品和服务的要求			20
		8.2.2产品和服务要求的确定		
		8.2.3产品和服务要求的评审		
		8.2.4产品和服务要求的更改		
	顾客与市场			80
		5.1.2以顾客关注为焦点		
		8.2.1顾客沟通		
		8.5.5交付后活动		
		9.1.2顾客满意		
	8.3产品和服务的设计与开发			30
		8.3.2设计和开发策划		
		8.3.3设计和开发的输入		
		8.3.4设计和开发控制		
		8.3.5设计和开发输出		
		8.3.6设计开发更改		
	8.4外部提供的过程、产品和服务的控制			50
		8.4.1总则		
		8.4.2控制类型和程度		
		8.4.3提供给外部供方的信息		
	8.5生产和服务提供			45
		8.5.1生产和服务提供的控制		
		8.5.2标识和可追溯性		
		8.5.4防护		
		8.5.6更改控制		
	8.6产品和服务的放行			10
	8.7不合格输出的控制			5

表 A.1 (续)

一级评价条款	二级评价条款	三级指标条款	一级评分值	二级评分值
		8.7.1 识别与控制		
		8.7.2 保留成文信息		
9. 绩效评价			50	
	9.1 监视、测量、分析和评价			10
		9.1.1 总则		
		9.1.3 分析与评价		
	9.2 内部审核			10
		9.2.1 提供相关审核信息		
		9.2.2 内部审核组织		
	9.3 管理评审			10
		9.3.2 管理评审输入		
		9.3.3 管理评审输出		
	9.4 成熟度评审			20
10. 改进			50	
	10.1 总则			5
	10.2 不合格和纠正措施			20
		10.2.1 对不合格出现的响应		
		10.2.2 保留成文信息		
	10.3 持续改进			25
11. 质量绩效			300	
	11.2 产品和服务的结果			70
	11.3 顾客与市场的结果			70
	11.4 资源的结果			60
	11.5 过程有效性结果			60
	11.6 最高管理者方面的结果			40

附录 B

(资料性)

纺织行业 质量管理体系分级认证标准评分规则

B.1 评分规则

根据质量管理体系分级认证要求和被评组织的信息,采用定量和定性评价相结合的方式,按照过程和质量绩效条款的各四个评价要素进行评分。本评分规则包括评价方法、质量管理体系过程评价和质量绩效评价。

B.2 评价方法

B.2.1 采用定性评价和定量评价相结合的方式。定性评价基于评价所发现的客观证据,定量评价基于定性评价结果。

- a) 定性评价:针对每一个指标的要求阐述达成的事实,包括优势和改进机会;
- b) 定量评价:根据定性评价结果,针对每一个指标的要求进行打分,首先打出得分的百分比,将得分百分比和指标分值相乘得出该指标实际得分;
- c) 合议评价:评价应采用合议评价方式,如果对各指标的得分百分比差距小于10%则采用中间值;如果大于10%,则需要采用强制讨论,包括达成的客观事实,直至形成共识。

B.3 质量管理体系成熟度评价

- a) 评分要素:对构成质量管理体系的过程从策划(P)、实施(D)、检查(C)和改进(A)四个要素进行评价。
- b) “策划”评价要点:
 - 1) 适宜性,包括对过程条款要求和组织实际的适宜程度;
 - 2) 充分性,对过程策划控制要求是否充分足以控制过程;
 - 3) 系统性,是否可重复性以及基于可靠数据和信息的程度。
- c) “实施”评价要点:
 - 1) 广泛性,方法在所有适用的部门都得到实施;
 - 2) 持续性,持续按策划要求应用方法实施;
 - 3) 有效性,配置资源使过程方法得到有效实施。
- d) “检查”评价要点:
 - 1) 计划性,有计划的对过程方法实施情况进行检查;
 - 2) 循环性,通过循环评价过程方法,对检查计划和方法进行完善;
 - 3) 先进性,检查计划和过程方法是否具有先进性,保持敏捷。
- e) “改进”评价要点:
 - 1) 过程比对,对方法与组织系统的一致性及比对标杆进行改进;
 - 2) 过程创新,通过创新和流程再造实现过程方法突破性变革,并进行分享;
 - 3) 过程整合,各过程方法协调一致、融合互补,支持使命、愿景、战略(或质量方针)和质量绩效的实现。
- f) 评分方法
 - 1) 根据每一个三级指标所对应的过程PDCA的运行客观证据,阐述达成程度情况;

- 2) 根据每一个三级指标所对应的过程的达成程度情况按表 B.1 标准确定该指标的得分百分比。评分时从最适合的分数范围档切入，根据四个要素的符合情况按 1%步幅增加。

表 B.1 质量管理体系成熟度评分标准

指标对应的过程达成程度	得分率R (百分比)
完全达成	$100\% \geq R \geq 90\%$
达成80%要求, 有轻微不达成情况	$90\% > R \geq 80\%$
达成60%要求, 存在一般不达成	$80\% > R \geq 60\%$
达成40%要求, 存在主要不达成	$60\% > R \geq 40\%$
超过60%不达成要求	$< 40\%$

- 3) 将某一指标的得分百分比乘以对应的指标分值得出该指标实际得分值，逐级汇总得出二级、一级分值和质量管理体系成熟度总分值及其得分率（百分比）。

B.4 质量绩效评价

- a) 评分要素：质量绩效应从质量绩效结果的水平 (Le)、趋势(T)、对比(C)、整合 (I) 四个要素进行评价。
- b) “水平”评价要点：针对质量绩效要求统计质量绩效的当前水平。
- c) “趋势”评价要点：
- 1) 质量绩效改进的速度；
 - 2) 质量绩效改进的广度。
- d) “对比”评价要点：
- 1) 与适宜的竞争对手或类似组织的对比绩效；
 - 2) 与标杆或行业领先者的对比绩效。
- e) “整合”评价要点：
- 1) 质量绩效结果与组织环境中识别的关键因素相呼应；
 - 2) 不同过程质量绩效结果协调一致，支持组织使命、愿景和战略目标。
- f) 评分方法：
- 1) 根据质量绩效指标要求阐述其绩效水平、趋势、对比和整合情况；
 - 2) 根据质量绩效指标所对应的四个评分要素的达成情况按表 B.2 标准确定该指标的得分百分比，评分时从最适合的分数范围档切入，根据四个评价要素的符合情况按 1%（不变）步幅增加；
 - 3) 将某一指标的得分百分比乘以对应的指标分值得出该指标实际得分值，相加汇总即可得出总分值。

表 B.2 质量绩效结果评分标准

指标对应的质量绩效要求达成程度	得分率 R (百分比)
所有质量绩效结果均达成, 趋势良好, 结果处在行业的前三, 结果之间完全整合	$100\% \geq R \geq 90\%$
80%质量绩效结果达成, 趋势良好, 结果处在行业的前 25%, 结果之间有整合	$90\% > R \geq 80\%$
60%质量绩效结果达成, 趋势良好, 结果处在行业的前 50%, 结果之间基本整合	$80\% > R \geq 60\%$
40%质量绩效结果达成, 趋势有波动, 结果处在行业的前 60%, 结果之间没有整合	$60\% > R \geq 40\%$
超过 60%质量绩效要求未达成	$< 40\%$

附录 C

(资料性)

纺织行业 质量管理体系分级认证标准分级规则

本分级规划依据质量管理体系成熟度水平、质量绩效水平、总分值和否决条件四个方面进行综合评价，得出最终级别。分级依据见表C.1。

表 C.1 分级依据

级别	质量管理体系成熟水平	质量绩效水平	总分值 V	否决条件
A 先进	质量管理体系成熟度得分率在 60%以上，关键过程在 70%以上；质量管理体系处于纺织行业先进水平，过程规范有序，提供的产品和服务质量具有行业先进性。	质量绩效结果得分在 70%以上，关键绩效结果在 75%以上；	$700 > V \geq 600$	最近一年出现被行政处罚的质量事故、在国家失信名单中、未履行自身的公共责任
AA 优秀	质量管理体系成熟度得分率在 70%以上，关键过程在 80%以上。质量管理体系处于纺织行业领先水平，过程精细量化，体系具备高效提供产品和服务的能力。	质量绩效结果得分在 80%以上，关键绩效结果在 85%以上；	$800 > V \geq 700$	最近二年出现批量不合格、批量退货、索赔、处罚等质量事故、未履行自身的公共责任
AAA 卓越	质量管理体系成熟度得分率在 80%以上，关键过程在 90%以上。质量管理体系处于纺织行业标杆水平，过程综合优化，体系具有创新提供产品和服务的能力。	质量绩效结果得分在 90%以上关键绩效结果在 95%以上；	$V \geq 800$	最近三年出现批量不合格、批量退货、索赔、处罚等质量事故、未履行自身的公共责任

参 考 文 献

- [1] GB/T 19004 质量管理 组织的质量 实现持续成功指南
 - [2] VDA6.1/6.3 质量管理体系评价/过程评价
 - [3] 中共中央国务院《质量强国建设纲要》
 - [4] 中国纺织工业联合会《纺织行业“十四五”发展纲要》《纺织行业“十四五”时尚发展指导意见》《纺织行业“十四五”绿色发展指导意见》《纺织行业“十四五”科技发展指导意见》
 - [5] 工业和信息化部等多部委联合印发《纺织工业提质升级实施方案（2023—2025年）》
-