

# 企业质量信用报告

常州强力电子新材料股份有限公司

二〇二二年四月

---

# 前 言

## 编制说明

“ ”

Z

Z 2021 01 2021 12

Z

Z





---

站在新起点，强力精心描绘未来发展蓝图，为把强力打造成为全球光固化领域的技术引领者，奋勇迈进。公司已先后与多家国际知名客户建立了良好的开发合作关系，公司的目标是发展成为国际一流的电子化学品供应商。

---

# 目 录

、	方 .....	1
、	.....	1
1.	.....	1
2.	.....	1
、	.....	1
、	.....	2
、	.....	2
、	.....	3
L	.....	3
Z	.....	3
t	.....	4
4	.....	4
	.....	5
	.....	5
	.....	6
	.....	6
	.....	6
	.....	7







---

足顾客要求的意识，正确运用各种质量工具来测量、分析各过程产品的信息和绩效，并评价可改进空间，采取措施，以不断改进产品和过程绩效。

公司每年由有资质的审核员按策划的方案实施体系审核，以持续提高产品质量、过程质量、体系质量。

## **（六）质量诚信管理**

### **（1）产品设计诚信管理**

强力在产品的设计诚信管理方面，注重结构创新：通过分子模拟，预测物质的吸收波长、键能、溶解性等应用性能，创新产品结构，规避知识产权风险的同时节约研发成本；加强工艺改进：通过设计正交实验，节约研发成本，对影响产品合成的各个要素进行具体分析，从而筛选最佳反应条件；强化质量管理：通过 QFD 质量分析方法，从客户的需求及产品的特性出发，设计开发出让客户满意的产品。

### **（2）原材料采购诚信管理**

强力一直秉承互通、互敬、互助、互信、共同发展的原则，与供应商互存共赢，建立新型合作伙伴关系，不断提升强力供应体系的整体层次和采购管理水平，共同打造世界电子新材料知名企业，最终实现强力和供应商在市场竞争中的双赢，具体体现在以下方面：

首先，加强战略合作，构建双赢机制，不断提升供应商整体水平，建立长期战略合作伙伴关系，建立更牢固的相关方关系。

其次，加强与供方的沟通与交流，通过供应商稽核、供应商交流会、高层访谈等活动，注重与供应商长期沟通、合作及交流，注重创造更多渠道能与供应商全面交流，增进沟通，提升产品质量，真正做到与供应商互惠互利，共同发展，共同提高。

第三，强力依据《中华人民共和国合同法》及其他相关法律、法规制定《强力采购主合同》，约定双方的责任和义务、供货价格、交货周期、付款周期等，与供应商建立公平、公正的合同履行关系。

### **（3）生产过程诚信管理**

生产过程是实现产品的最重要的一个环节，落实生产过程诚信管理，落实下道工

---

序就是顾客的原则，提高客户满意度。产品制造过程实行“订单拉动式”的生产模式，根据销售计划编排生产计划，考虑库存情况，结合分厂的生产能力，于每月下旬制定次月的生产计划，经工厂长批准后，发放到相关部门，各部门按照人、机、料、法、环、测提前做好策划准备，快速调整，满足生产或准备库存。

公司制定了各工序的操作规程和可追溯的管理制度，对生产现场进行全面管控。根据生产计划，发放受控生效的批生产记录；质检中心对生产的产品根据产品质量标准进行检测，合格放行，不合格进行评审处置，同时运用 SPC 等数据统计方法，持续改进产品质量，追求“零缺陷”。针对顾客日益提高的标准，通过公司内部不断持续改进，促进产品质量持续提升。落实质量责任制，诚信经营，诚信管理，从制度上规范各级人员的行为，从而让顾客放心。

#### **(4) 售后服务诚信管理**

公司围绕现在式服务宗旨和未来式服务宗旨，面对社会的进步，用户的需求，企业的发展等一系列服务环境的变化，遵从“主动适应”的思想，通过服务理念、服务承诺、服务政策、服务内容、服务管理和网络构建等的创新，不断满足顾客需求，提高顾客满意度，引领行业发展的潮流，成为同行业跟进和效仿的典范。

持续开展服务创新工作，不断满足顾客的需求，是“竭诚服务”之必然是公司最具特色的工作之一，也是赢得和留住顾客，有效实施市场拉动策略的保障。

根据顾客对咨询、投诉渠道要求的了解，公司在顾客投诉、咨询渠道的确定上从常规渠道和专门渠道两方面进行考虑，常规渠道主要是方便普通顾客方便的查询、咨询和投诉；而专门渠道则是满足重要顾客对沟通、投诉渠道的要求，由双方的职能部门、人员直接沟通解决，减少环节，提高处理速度，提高重要顾客的满意度。

顾客投诉管理：为了能及时接收和处理顾客投诉，提高顾客满意度，公司制订了《顾客抱怨投诉控制程序》，建立完善了顾客投诉处理机制。对于顾客的投诉，由营销处作为窗口进行对接，联络质量管理部门组织处理，在对投诉的问题进行调查分析后，一方面制订对顾客的解决方案，并经顾客确认方案后组织实施，直至顾客满意；另一方面组织公司内部制订对该问题的整改方案，并组织实施，对内部整改计划及实施结



—

—

N O

(2021

90066

—

I S09001: 2015

U 919121030601R6M

---

2024 04 18 ISO14001: 2015

U919121E30297R6M 2024 04 18 ISO45001: 2018

U919121S30242R 2024 04 18

181201 P0157R1M 2023 07 05

N OA I I TRE-00219I I N80126201 2022 12 06

—

—

—

—

—

—

“ ” “ ” “ ”

“ ” “ ”

— —

呂晉斌

2022 04 01