

附件 1

编号：_____

(编号由中国质量奖评选表彰委员会秘书处统一填写)

中国质量奖（制造业、服务业、 工程建设行业组织）申报表

申报组织： 阳江十八子集团有限公司（盖章）

所属行业： 制造业组织

推荐单位： 广东省质量强省工作领导小组

申报日期： 2021 年 4 月 15 日

国家市场监督管理总局印制

填报说明

1. 中国质量奖（制造业、服务业、工程建设行业组织）申报材料由申报表、证实性材料两部分组成，所填数据及提供资料必须真实、准确，不得涉及国家安全、国家秘密。涉及商业秘密的，应当予以注明，数字及各类符号应填写正确、清楚、完整。

2. 申报表封页填写要求：申报组织栏要求填写参评组织全称，与组织公章名称一致；所属行业根据本组织主营类别选择“制造业组织、服务业组织、工程建设行业组织”之一填写；推荐单位填写所在省份质量强省（区、市）工作领导小组或有关社会团体。

3. 申报表“组织基本情况”填写要求：

(1) 所属行业同封页填写一致；

(2) 行业编号，组织类型，组织规模参照附注填写；

(3) 质量管理人员是指组织内部各岗位从事质量管理、质量检验、计量标准等工作的人员；

(4) 务必将联系人的姓名、手机、电话、传真和 E-mail 等信息填写齐全准确。

4. 证实性材料包括近 3 年获得国家、省部级以上质量、科技等荣誉证书复印件以及各类认定证书、认证证书复印件等。证实性材料需附材料清单目录。

5. 申报表、证实性材料需提供一式三份的书面材料，申报表用 A4 规格的纸张正反面打印装订成册，页数不超过 200 页；证实性材料用 A4 规格的纸张正反面装订成册，页数不超过 100 页。申报组织还应提供申报表电子版一份，以及组织相关照片 3-5 张（电子版），组织最高管理者照片 1-2 张（电子版）。申报表电子版材料须为 Word 文件格式，电子版照片须为 JPG 格式，申报表（Word 电子版）和照片（电子版）须发送至 zgslj@samr.gov.cn，邮件标题为“所在省份（或所属行业协会）+参评组织名称+联系人+手机号码”。

6. 本申报表电子版可从市场监管总局质量发展局网站（<http://www.samr.gov.cn/zlfzj/>）下载。

承 诺 书

本组织郑重承诺:

一、近5年内无重大质量、安全、环保等事故，无相关违法、违规、违纪行为，未引起重大群体性事件，积极带头履行社会责任。

二、已充分了解中国质量奖相关管理制度、评选程序、规范要求，并严格遵守。不从事可能影响评选公平、公正的活动，自觉维护中国质量奖的严肃性、权威性和独立性。

三、所提交申报材料均由组织本身制作填写，内容真实、准确、有效，并愿意承担相应责任。

四、获得中国质量奖或提名奖后，将从本组织实际出发，制定质量领域新目标，应用质量管理的新理论、新方法，进一步加强质量管理，提升质量水平。

五、获得中国质量奖或提名奖后，将向所在行业 and 全社会积极宣传推广本组织质量管理体系、模式、方法。发挥对产业链上下游的示范引领作用，带动全产业链质量协同提升。

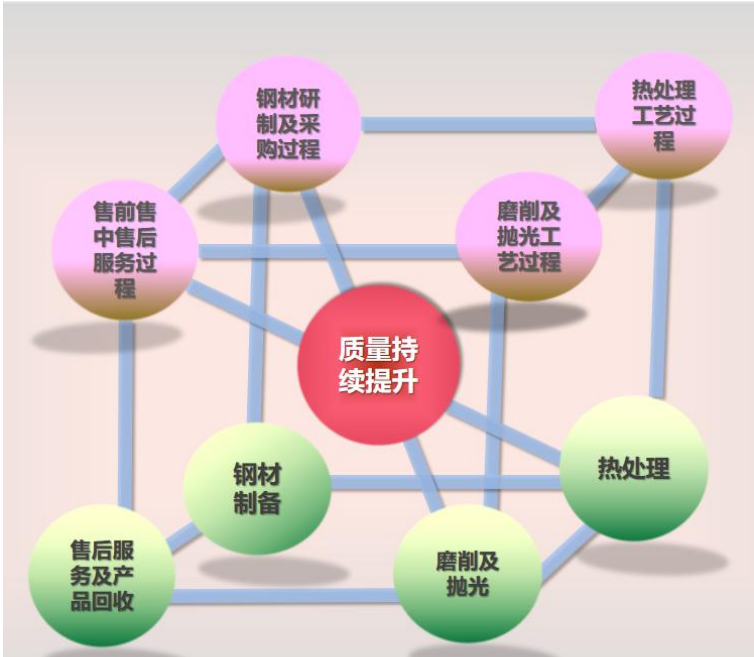
六、获得中国质量奖或提名奖后，将严格按照规定宣传和使用所获荣誉称号，不将中国质量奖用于产品、服务的标识或者产品、服务的质量宣传。

法人代表（签字）：

组 织（公章）：

日 期：

一、参评组织基本情况

组织名称	阳江十八子集团有限公司		法人代表	李积回
所属行业	制造业组织		行业编号	3324
组织类型	有限责任		组织规模	<input type="checkbox"/> 大型 <input checked="" type="checkbox"/> 中型 <input type="checkbox"/> 小型 <input type="checkbox"/> 微型
住所/营业场所	广东省阳江市阳东区东城镇那霍工业区			
通讯地址	广东省阳江市阳东区东城镇那霍工业区		邮政编码	529931
组织负责人	李积回	电 话	0662-6600885	
成立日期	2002-10-24	统一社会信用 代码	91441700744451680J	
职工总数	1240 人			
管理人员数量	147 人	质量管理 人员数量	53 人	
申报工作 联系部门	ISO 办公室	申报工作 联系人	黄远清	
联系人手机	13380865500	固定电话	0662-6328041	
E-mail	Group@shibazi.com	传 真	0662-6600880	
请用一句话概括组织管理制度、模式或方法（不超过 25 个字）并提供示意图	<p>以质量经营为核心价值的“十八子双全创新管理模式”。</p>  <p>“十八子双全创新管理模式”模型图</p>			

	<p>以质量经营为核心价值的“十八子双全创新管理模式”，采用合金材料立方晶体结构模型图作为管理模式图形加以描述，简单直观而易于理解。模型含有两个寓意，一是确定十八子始终以做刀剪为主营业务的企业；二是企业永远追求“做一把好刀”的质量理念。其核心就是不断以高质量做好每一把刀作为组织的使命担当。就像合金的立方晶体结构一样，相关元素紧密联系融汇贯通，紧紧围绕着质量提升的核心，在产业链上的任何环节都追求实现高质量的供给，为实现全产业链的全过程质量控制提供条件。全过程控制涵盖了自己生产加工部分和采购供应部分以及对市场的销售服务部分，形成全产业链高质量的管控机制。持续提升产品和服务的质量。做一把“好刀”的追求没有终点，十八子人始终为“做一把好刀”不懈努力、砥砺前行。</p>
--	--

注：①行业编号依据《国民经济行业分类》（GB/T4754—2017）填写小类代码。

②组织类型按照组织的《营业执照》中的登记注册类型填写，其中外商、港澳台商投资企业需注明外商、港澳台商出资比例。

③组织规模划分依据国家统计局《统计上大中小微型企业划分办法（2017）》填写。

组织简介

组织基本情况：包括成立时间、组织机构图、经济类型、涉及主要领域、经营种类、业务范围、员工数量等；**组织管理情况：**包括管理体系、制度、模式，组织员工整体状况，组织质量管理所坚持的理念；**组织运营情况：**包括市场开拓和营销网络建设情况，市场占有率、资产状况、经营绩效、取得成绩等；**组织获奖情况：**包括关键技术获得奖励情况以及其他奖励情况等。限 500 字以内。

一、组织基本情况

阳江十八子集团有限公司成立于 2002 年，从传统手工生产碳钢菜刀发展到现代化、机械化规模，生产规格上千种能满足国内外市场需求的刀具产品，集科研炼钢、生产、销售、配套服务一条龙全方位经营的综合大型品牌企业。



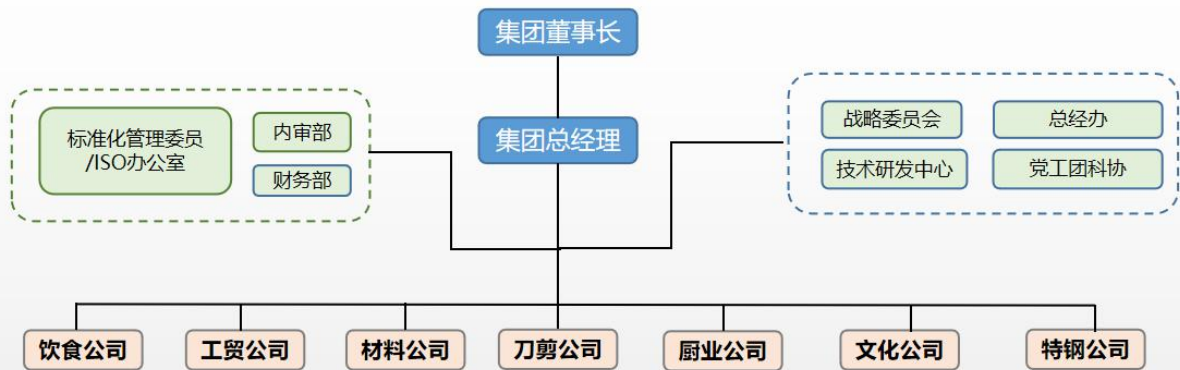
公司科研楼、办公楼全景图

公司经历了四个跳跃式发展阶段和五次技术革命，奠定了十八子在刀剪行业“中国菜刀中心”的龙头地位。





阳江十八子集团组织架构图



注：集团公司下属各子公司按其业务经营情况，设立各自的职能部门，并独立运行

阳江十八子集团自改革开放以来受到历任领导的关怀：



时任中共中央政治局委员、广东省委书记张德江莅临集团公司考察



时任中共中央政治局常委李长春在集团公司总经理李积回等的陪同下了解刀具生产和公司的发展情况



时任全国政协副主席马万祺
与集团公司总经理李积回合影留念



时任澳门行政长官何厚铨在集团公司总经
理李积回等的陪同下考察公司



时任中共中央政治局委员、广东
省委书记汪洋与集团公司总经理合影



时任广东省省长黄华华在集团公司
总经理李积回等的陪同下考察公司

二、组织管理情况

(一) 公司管理体系、制度

公司多维度明确经营管理责任，以“为顾客创造价值，为股东创造财富，为员工谋求幸福，为社会构建和谐，与伙伴共创双赢。”为经营宗旨，明确治理体制中各机构的财务责任。健全财务制度，规范会计行为。公司秉承公开、公平、透明的治理理念，健全信息披露机制，建立相应信息管理系统，使各相关方能够通过各种信息渠道获得企业的经营信息。为维护公司内、外部审计的独立性。公司组织内部小组不定期对制造、营销、采购、营运、财务过程进行审计，发现问题及时纠正。外部审计通过公司外部聘请的第三方机构进行年度审计，并出具独立的审计报告。公司从使命、愿景、核心价值观全面、均衡考虑维护顾客、员工、合作伙伴和股东等各方的利益。公司高层对组织整体业绩的表现直接负责，部门主管直接承担组织/部门的责任制指标，层层考核。

公司领导层管理责任

管理责任	运作体系	内容
经营责任	制定、实施公司战略	根据企业内、外部环境制定公司中长期战略规划，分解落实各系统的战略目标、工作计划，为实施计划配备相应的资源，设置相应组织责权体系，建立行之有效的战略绩效跟踪、评审机制，通过价值牵引与激励机制来获得战略目标的实现
	确定、管理流程和制度	依据各类管理体系要求，确定经营、财务、品质、人力资源、生产、环境、职业健康等各类完善的管理制度，并评价、监督实施效果
	发展产品与服务，满足客户需求	按市场导向，探究技术前沿，生产优质产品，为客户价值需求最大化不懈追求，持续提升客户忠诚度
	人才培养	树立公司不断发展本质是人才发展的观念，以国际化视野立足长远，专业化要求，管理型培养，促使人才不断成长，以适合不同阶段的发展需要
	绩效考核机制	制定《绩效管理办法》《薪酬管理制度》《绩效薪酬管理制度》，由行政人事部按月度监控各部门的工作评价和考核，确保各项指标均达到预期要求
道德责任	社会道德保障体系	<ol style="list-style-type: none"> 1. 对员工关怀：建立企业扶持资金，扶持员工福利 2. 社会公益事业：主动承担社会公益事业 3. 社会捐赠：积极与社会分享经营结果，公司自身及组织员工努力为社会捐款、捐物等 4. 绿色保障：按国家法规制定并实施企业环保制度 5. 诚信经营：重合同守信用，以“传承、创新、诚信”作为企业精神
法律责任	法律法规保障体系	<ol style="list-style-type: none"> 1. 根据法律法规对企业运行进行符合性评价、改进 2. 颁布企业审计、监察管理制度，明确员工应循规则

内、外部审计独立性方法

序号	方式	具体行为体现
1	内审部	定期开展内部审计监督，获取在经营实施、内控制度，并实施持续改进措施，确保内部体系的有效、健康运作。
2	市场部	公司市场监察人员对企业行为开展独立监察活动，以确保各代理商的公平竞争。
3	年度审计	除接受内部审计与组织自行财务分析外，通过聘请外部会计师事务所进行年度审计，并接受政府的税务、财监、审计等部门检查、监督。各种外部审计、检查的结果合格。三年来，外部审计结论均为无保留意见。每年度，公司审计委员会组织相关部门对公司经营成果及财务状况进行审计，确保了投资者的利益。

顾客、员工、合作伙伴和股东等各方利益保护一览表

序号	相关方	保护方法
1	员工	按劳动法签订劳动合同保护员工利益，如公司违反合同，员工可以向政府劳动管理部门投诉公司行为；同时公司保证员工分享公司效益
2	中高层	签订绩效责任书，明确规定中高层理人员薪酬及绩效
3	股东	通过公司法、公司章程及股东对公司控制权及资产保值增值来保护股东应得权益
4	供应商	通过签订采购合同、战略合作协议等以及依据国家相关法律法规保护供应商按时收到货款和其它应得权益
5	经销商	通过签订合同，维护顾客利益；同时协助国家有关部门打击假冒伪劣产品，保护经销商正常发展和利益，同时给予一定的优惠政策予以扶持。
6	消费者	受国家法律法规政策保护，如《消费者权益保护法》
7	合作伙伴	与外界业务往来按法律办事，其利益受合同和国家法律保护
8	社会	诚信经营，依法纳税，回报社会，积极支持公益事业

高层领导绩效考核指标（部分）

职位	考核指标	频次
总经理	销售收入完成率、产品质量合格率、生产目标完成率	1次/月
	年度公司销售收入完成率、年度公司利润完成率、员工满意率	1次/年
出口部经理 (负责国际营销模块)	销售收入完成率、准时交货率%(订单完成率)、	1次/月
	年度公司销售收入完成率、年度国际销售收入完成率、年度公司利润完成率、新增国外代理商数量完成率	1次/年
经营部经理 (负责国内营销模块)	销售收入完成率、准时交货率%、顾客投诉及时处理率%、销售退货率%	1次/月
	年度公司国内销售收入完成率、年度国际销售收入完成率、年度公司利润完成率、新增国内代理商数量完成率、地市级以上专卖店覆盖率%、货款回笼及时率%、新产品销量比例%/客户满意度(%)	1次/年

职位	考核指标	频次
厂长 (负责生产管理模块)	生产目标完成率、质量合格率、订单交付准时率、成本目标达成率、安全生产达成率	1次/月
	年度公司销售收入完成率、年度公司利润完成率、单位产品生产成本、存货周转次数/次、全员劳动生产率/万元人、重大安全/环保事故/次	1次/年
财务副总监(负责财务管理模块)	生产经营指标完成率、公司销售收入完成率	1次/月
	年度公司利润完成率、年度公司销售收入完成率、生产成本控制、全员劳动生产率、预算控制率	1次/年
副总经理	生产经营指标完成率、公司销售收入完成率	1次/月
	年度公司销售收入完成率、年度公司利润完成率、全员劳动生产率、建立干部管理和人才评估体系、岗位价值评估体系搭建	1次/年

对公司高层领导的评价体系

评价方式	评价对象	评价内容	评价周期
业绩考核	总经理、副总经理	收入、利润、安全、组织氛围等指标	年度
内审部	总经理、厂长、总监、部门经理	决策及经营的规范性	过程监督
预算管理委员会	经理层	年度预算执行情况	年度
员工满意度调查	总经理、厂长、总监、部门经理	管理体系、文化的有效性、科学性	年度
顾客满意度	总经理、厂长、总监、部门经理	产品质量、相关服务	年度
供方合作伙伴	总经理、厂长、总监、部门经理	物料交期、库存	季度

(二) 管理模式

公司在行业最早导入 ISO9001 质量管理体系、ISO14000 环境管理体系，标准化良好行为管理体系。



ISO9001 质量管理体系认证

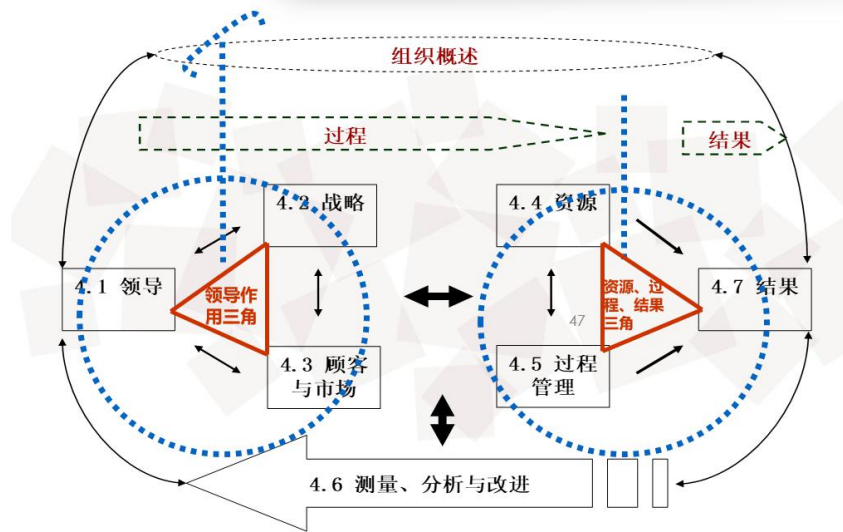


ISO14000 环境管理体系认证



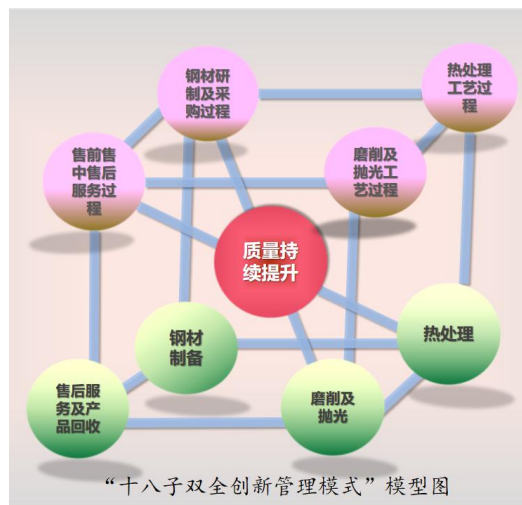
AAAAA 标准化良好行为企业

2011年导入卓越绩效管理模式，实施卓越绩效的总体思路，根据卓越绩效模式诊断出的问题，针对性的设立相应项目，并汇总成完整的项目库落地实施。



卓越绩效管理模式

以质量经营为核心价值的“十八子双全创新管理模式”，采用合金材料立方晶体结构模型图作为管理模式图形加以描述，简单直观而易于理解。模型含有两个寓意，一是确定十八子始终以做刀剪为主营业务的企业；二是企业永远追求“做一把好刀”的质量理念。其核心就是不断以高质量做好每一把刀作为组织的使命担当。就像合金的立方晶体结构一样，相关元素紧密联系，紧紧围绕着质量提升的核心，在产业链上的任何环节都追求实现高质量的供给，为实现全产业链的全过程质量控制提供条件。全过程控制涵盖了自己生产加工部分和采购供应部分以及对市场的销售服务部分，形成全产业链高质量的管控机制。持续提升产品和服务的质量。做一把“好刀”的追求没有终点，十八子人始终为“做一把好刀”砥砺前行。



“十八子双全创新管理模式”模型图

（三）组织员工整体状况

公司拥有一支具有创新思维和“工匠精神”的技术人才，以及拥有一支专业的管理团队。目前员工总人数 1240 人。其中博士 8 人，硕士 7 人，本科 43 人，大专 146 人。研究开发人员有 75 人，占职工总人数的 6%；高级职称有 10 人、中级职称的 11 人、初级职称 12 人。

1. 员工受教育程度

员工受教育程度一览表

学历	人数（人）	比例
博士	8	0.6%
硕士	7	0.6%
本科	43	3.5%
专科	146	11.8%
专科以下	1036	83.5%
合计	1240	

2. 员工年龄分布

员工年龄分布一览表

年龄区间	人数（人）	比例
18-25 岁	111	9%
26-30 岁	174	14%
31-40 岁	311	25%
41-50 岁	396	32%
51-60 岁	186	15%
61 岁及以上	62	5%
合计	1240	100%

3. 员工职位类别分布

员工职位类别一览表

职位类别	人数（人）	比例
管理类人员	137	11%
专业类人员	147	12%
行政类人员	38	3%
操作类人员	918	74%
合计	1240	100%

4. 员工职称分布

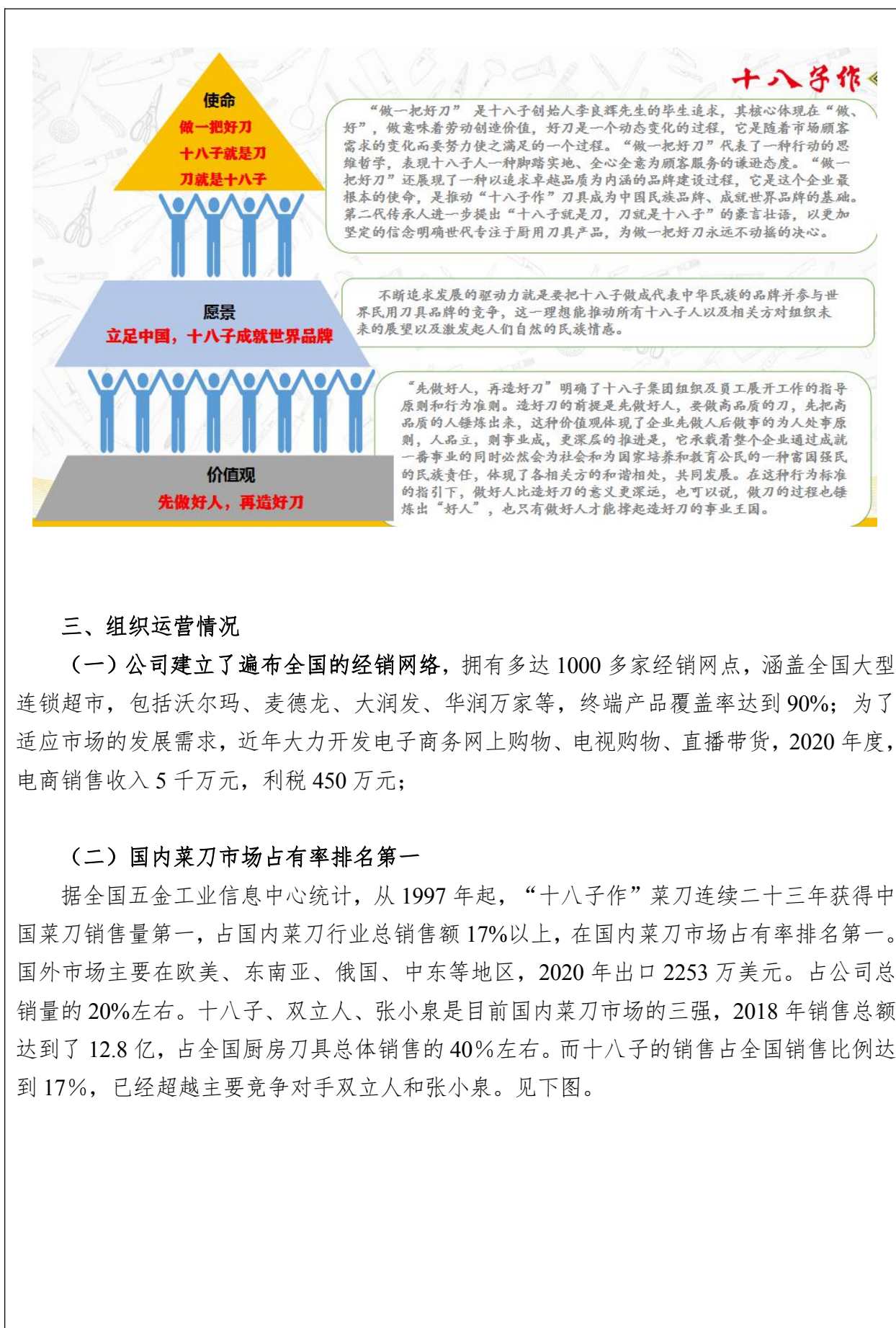
职称分布一览表

职位类别	人数（人）
高级职称	10
中级职称	11
初级职称	12
合计	33

（四）组织质量管理所坚持的理念

企业文化内容

项目	内容
公司愿景	立足中国，十八子成就世界品牌
公司使命	做一把好刀，十八子就是刀，刀就是十八子
核心价值观	先做好人，再造好刀
企业精神	传承、创新、诚信
经营宗旨	为顾客创造价值，为股东创造财富，为员工谋求幸福， 为社会构建和谐，为伙伴共创双赢

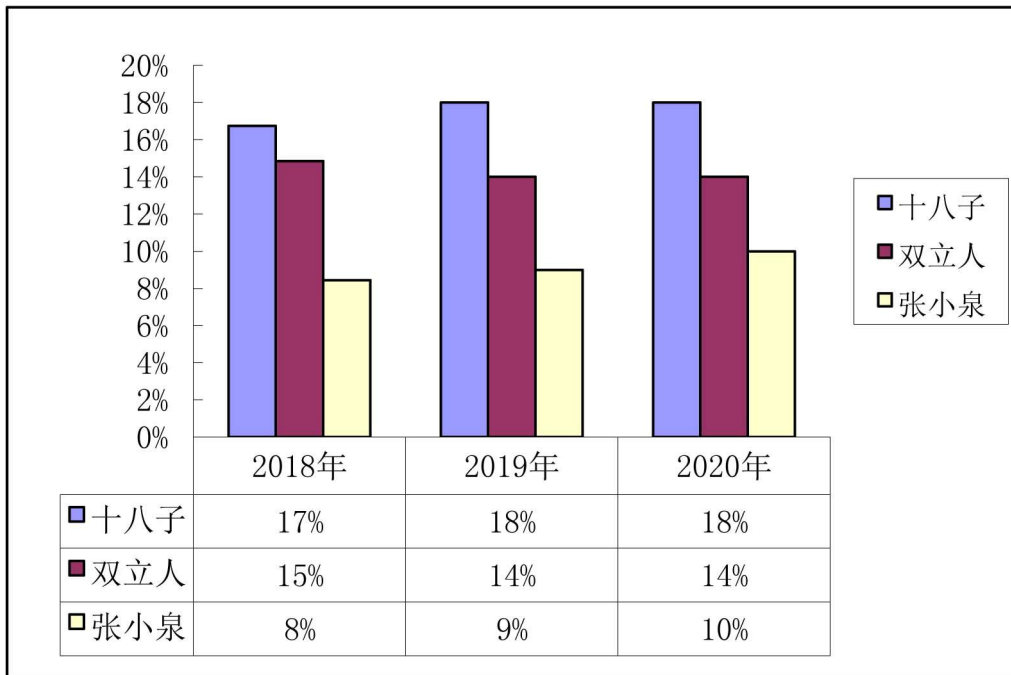


三、组织运营情况

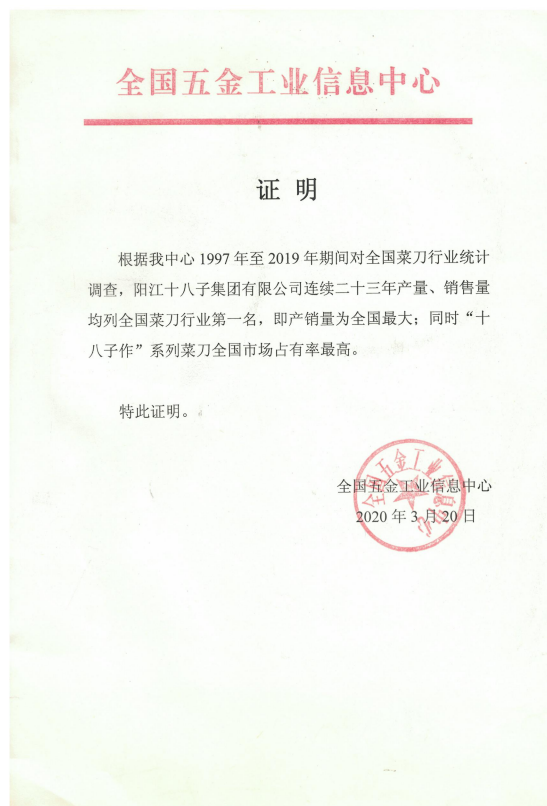
(一) 公司建立了遍布全国的经销网络，拥有多达 1000 多家经销网点，涵盖全国大型连锁超市，包括沃尔玛、麦德龙、大润发、华润万家等，终端产品覆盖率达到 90%；为了适应市场的发展需求，近年大力开发电子商务网上购物、电视购物、直播带货，2020 年度，电商销售收入 5 千万元，利税 450 万元；

(二) 国内菜刀市场占有率排名第一

据全国五金工业信息中心统计，从 1997 年起，“十八子作”菜刀连续二十三年获得中国菜刀销售量第一，占国内菜刀行业总销售额 17% 以上，在国内菜刀市场占有率排名第一。国外市场主要在欧美、东南亚、俄国、中东等地区，2020 年出口 2253 万美元。占公司总销量的 20% 左右。十八子、双立人、张小泉是目前国内菜刀市场的三强，2018 年销售总额达到了 12.8 亿，占全国厨房刀具总体销售的 40% 左右。而十八子的销售占全国销售比例达到 17%，已经超越主要竞争对手双立人和张小泉。见下图。



与主要竞争对手国内菜刀市场占比对比



中国菜刀行业销售第一

(三) 公司主要财务绩效指标均居国内同行业领先水平，且呈稳定上升趋势

2021 年公司开始进入第三个五年战略转型，在市场环境不好的情况下，公司的营运能力、盈利能力及发展各项指票均持续增长；偿债能力各项指标中资产负债率下降，速动比率的偿债率在上升，展现了公司良好的经营业绩。

近三年主要财务数据

序号	项目	单位	2018 年	2019 年	2020 年
1	总资产	亿元	5.82	6.03	7.84
2	主营业务收入	亿元	5.36	5.50	6
3	利润总额	亿元	0.28	0.3	0.63
4	上缴税金	亿元	0.33	0.37	0.41
5	净利润	亿元	0.24	0.26	0.54
6	流动资产周转率	次	1.5	1.52	1.40
7	资产负债率	%	54.13	49.92	55.08
8	总资产贡献率	%	11.98	12.01	14.12
9	资本保值增值率	%	105.56	113.23	116.65
10	总资产贡献率	%	11.98	12.01	14.12
11	总资产增长率	%	12	3.7	30.06
12	成本费用利润率	%	5.48	5.76	11.54
13	全员劳动生产率	万元/人	7.39	7.59	8.72
14	产品销售率	%	93	92	92.6

公司从产品的结构调整，产品的技能等方面对产品进行持续创新，从而增强了公司盈利能力。在近几年市场环境不好的情况下，公司的毛利率、资产报酬率、成本费用利润率等各项指标持续增长，且在行业中处于领先地位。

近三年营运能力财务数据

项目	单位	2018 年	2019 年	2020 年
流动资产周转率	次	1.5	1.52	1.40
应收帐款周转率	%	5.78	6.57	4.41
存货周转次数	次	4.16	3.83	4.17
固定资产周转次数	次	5.23	5.13	4.91
总资产周转率	%	0.97	0.93	0.87

从财务发展数据分析指标：总资产增长率、固定资产成新率及资本积累率中发现，公司发展是持续处于健康增长状态，2020 年随着消费端进一步的升级，刀具产品向着品牌化、高端化、个性化、绿色环保产品方向发展，预计 2021 年的财务盈利水平有更好的表现。

财务资源

年份	2018 年	2019 年	2020 年
纳税信用等级	A 级	A 级	A 级
银行信用等级	AA+	AA+	SAA+
流动资产周转率（次）	1.5	1.52	1.44
公司具有稳健的财务体系和优良的信用资质，历年被各银行等金融机构评定为“AA 级信用单位”，近三年，公司的销售额均以 16% 的增长速度递增，上缴利税虽有政府的税收政策降低，但阳江十八子仍以平均每年 14% 的增长速度递增，为稳定地方政府劳动就业、依法依规纳税作出巨大贡献			

近三年销售、利润、出口、利税一览表

项目	单位	2018 年	2019 年	2020 年
销售额	万元	53585	55047	60043
利润总额	万元	2832	3027	7259
出口总额	万美元	1097	1280	2200
上缴利税	万元	5711	6285	10428
近三年阳江十八子对广东省政府依法纳税总额居国内同行业领先水平，多年来为广东经济发展做出巨大贡献。				

四、组织获奖情况

（一）关键技术获得奖励情况

为了追求“做一把好刀”，公司成立刀剪专用材料精密特钢厂，实现从自主炼钢到成品制刀的全产业链的研发、生产、销售全过程控制，在选材与热处理核心技术和磨削关键技术研发上，投入大量人力，物力，使产品质量持续保持行业领先水平。近年关键技术获得奖励情况如下：

高新技术产品一览表

序号	产品名称	认定时间	级别	授予单位
1	超高硬度耐磨系列刀具	2021 年 3 月	省级	广东省高新技术企业协会
2	真空热处理淬火系列刀具	2021 年 3 月	省级	广东省高新技术企业协会
3	高碳高铬超硬复合材料刀具	2019 年 12 月	省级	广东省高新技术企业协会
4	一种改进结构的辊锻成型刀具	2019 年 12 月	省级	广东省高新技术企业协会
5	复合特种钢 V 金系列刀具	2018 年 12 月	省级	广东省高新技术企业协会
6	新型木柄防收缩系列刀具	2018 年 12 月	省级	广东省高新技术企业协会

公司有效专利一览表

序号	专利名称	专利号	类别	授权日期
1	一种真空热处理淬火冷却工艺制作的刀具	ZL201811577367.4	发明	2020-11-20
2	刀柄以及该刀柄与刀体的焊接方法	ZL201410410433.4	发明	2016-5-4
3	一种刀具强度测试系统	ZL201310195099.0	发明	2015-7-8
4	一种磨削加工自动化系统	ZL202021305306.5	实用新型	2021-3-30
5	一种刀具	ZL202020124800.5	实用新型	2020-12-18
6	一种组合刀具	ZL202020124837.8	实用新型	2020-12-18
7	一种刀座	ZL201920967196.X	实用新型	2020-7-17
8	一种刀坯热处理淬火冷却装置	ZL201920974247.1	实用新型	2020-4-7
9	一种刀坯夹紧机构	ZL201920975129.2	实用新型	2020-4-7
10	改进结构的直立式砧板	ZL201720986604.7	实用新型	2019-4-16
11	一种可拆装式刀架	ZL201720897548.X	实用新型	2018-10-26
12	刀柄套可拆卸的刀具	ZL201620199183.9	实用新型	2016-11-23
13	一种刀座	ZL201420807259.2	实用新型	2015-7-8
14	一种新型刀座	ZL201420807258.8	实用新型	2015-7-8
15	新型结构折叠刀	ZL201420472698.2	实用新型	2015-2-18
16	一种双工位刀条焊接机	ZL201420453867.8	实用新型	2015-2-18
17	刀柄	ZL201420470200.9	实用新型	2014-12-10
18	一种改进结构的刀具辊锻成型装置	ZL201320105087.X	实用新型	2013-10-30
19	刀座	ZL202030520670.2	外观	2020-10-2
20	刀柄	ZL202030394212.9	外观	2020-8-18

序号	专利名称	专利号	类别	授权日期
21	刀柄	ZL201930728316.6	外观	2020-5-22
22	刀柄	ZL201930312272.9	外观	2020-4-10
23	组合刀	ZL202030030993.3	外观	2020-3-10
24	刀柄	ZL202030030494.4	外观	2020-3-6
25	刀柄	ZL201930561019.7	外观	2019-11-15
26	刀座（单）	ZL201930333145.7	外观	2019-7-26
27	刀座（整）	ZL201930333144.2	外观	2019-7-26
28	水果刀（口红）	ZL201930333147.6	外观	2019-7-26
29	刀座	ZL201930048727.0	外观	2019-3-26
30	刀座	ZL201830641741.7	外观	2019-3-26
31	菜刀（1）	ZL201830033313.6	外观	2018-6-5
32	菜刀（2）	ZL201830033460.3	外观	2018-6-5
33	盛刀架	ZL201730172298.9	外观	2018-2-9
34	菜刀（可装卸）	ZL201630045003.7	外观	2016-11-23
35	刀具	ZL201330435992.7	外观	2014-9-3

公司著作权/版权一览表

序号	名称	登记号	登记日期
1	基于 PLC 的数控精磨机液压控制系统 V1.0	2015SR023179	2015-2-4
2	十八子官方网站后台管理系统 V1.0	2014SR185588	2014-12-2
3	数控超声波清洗控制系统 V1.0	2015SR023206	2015-2-4
4	自动磨削探位先进制造控制系统 V1.0	2015SR022780	2015-2-3
5	五金刀剪产业服务公共平台专利库系统 V1.1	2013SR001270	2013-1-6
6	五金刀剪信息服务公共平台 V1.1	2012SR113870	2012-11-26
7	高效精密数控打刀背机编程软件 1.0	2019SR0430163	2019-5-6
8	阳江十八子菜刀租售软件[简称:共享菜刀]V1.0	2021SR0413802	2021-3-18

部分关键技术及专利获奖情况

序号	项目名称	类型	授予/奖励单位
1	高品质不锈钢均质化复合制备技术及产业化应用	中国机械工业科学技术奖科技进步奖二等奖	中国机械工业联合会、中国机械工程学会
2	高碳马氏体不锈钢组织和性能控制的关键技术	2019 年中国产学研合作创新成果奖优秀奖	中国产学研合作促进会
3	高品质刀剪用马氏体不锈钢中碳化物控制的关键技术	冶金科学技术三等奖	中国钢铁工业协会、中国金属学会
4	7Cr17Mo “阳江十八子”系列高档厨用刀具	广东省优秀新产品三等奖	广东省经济委员会
5	阳江“十八子作”系列多功能厨用菜刀	广东省优秀新产品三等奖	广东省经济委员会
6	高品质刀剪材料用 8Cr13MoV 马氏体不锈钢生产的关键技术和产业化	成果鉴定	阳江市科学技术局
7	复合不锈钢刀	阳江市科学技术一等奖	阳江市人民政府
8	深冷处理技术在厨用刀具和剪刀上的应用	阳江市科学技术二等奖	阳江市人民政府
9	气液铆合机	阳江市科学技术二等奖	阳江市人民政府

序号	项目名称	类型	授予/奖励单位
10	8Cr13MoV 高级刀剪用钢组织与性能控制的关键技术和产业化	阳江市科学技术三等奖	阳江市人民政府
11	真空热处理技术在刀剪生产中的应用	阳江市科学技术三等奖	阳江市人民政府
12	滚筒式排污磁性机应用	阳江市科学技术三等奖	阳江市人民政府
13	双层气动自控推入式回火炉	阳江市科学技术进步三等奖	阳江市人民政府
14	一种刀具强度测试系统	阳江市阳东区科学技术二等奖	阳江市阳东区人民政府
15	复合不锈钢菜刀	阳江市江城区科学技术进步一等奖	阳江市江城区人民政府
16	一种刀具强度测试系统 (ZL201310195099.0)	阳江市专利优秀奖	阳江市人民政府
17	刀柄 (ZL201420470200.9)	阳江市专利优秀奖	阳江市人民政府
18	一种刀具强度测试系统 (ZL201310195099.0)	阳东区专利优秀奖	阳江市阳东区人民政府
19	千层钢开发及在刀具上的应用	成果鉴定	阳江市科学技术局

(二) 组织经营获奖概况

公司多次获得国家和广东省政府表彰奖励，特色明显，亮点突出，形象良好，堪称国内组织标杆。2011 年获得全国质量工作先进单位，2012 年获得阳江市首届政府质量奖，2019 年获得广东省政府质量奖。近年获奖情况如下：

近年获得政府奖励

获奖名称	获奖时间	颁奖部门
“十八子作”产品质量国家免检	2005 年	国家质量监督检验检疫局
全国质量工作先进单位	2011 年	国家质量监督检验检疫总局
广东省名牌产品	2002 年至现在	广东省质量技术监督局
阳江市首届政府质量奖	2012 年	阳江市人民政府
中国质量诚信企业	2017 年	中国出入境检验检疫协会
“守合同重信用企业”	1993-2015 年 2017 年	广东省工商行政管理局

获奖名称	获奖时间	颁奖部门
广东省民营企业创新产业化示范基地	2017年	广东省经济和信息化委员会
2017-2018年度广东省电子商务示范企业	2017年	广东省商务厅
中国行业标志性品牌	2017年	品牌观察杂志社、中国行业标志性品牌评审委员会
高新技术企业	2016年	广东省科学技术厅、广东省财政厅、国家税务总局广东省税务局
2017年广东省制造业企业500强	2017年	广东省制造业协会、广东省社会科学院企业研究所、广东省社会科学企业竞争力研究中心
全国质量诚信标杆典型企业	2018年	中国质量检验协会
广东省政府质量奖	2019年	广东省人民政府

组织治理结果获得的荣誉

获奖年份	序号	获奖称号	颁奖单位
2016年	1	全国产品和服务质量诚信示范企业	中国质量检验协会
	2	全国质量诚信标杆典型企业	中国质量检验协会
	3	2014-2015年度“守合同重信用”企业	国家工商行政管理总局
	4	十八子作：始于20世纪30年代	中国商业联合会中华老字号工作委员会、中华百年老字号品牌联盟
	5	第四届中国非物质文化遗产博览会·传统手工艺品、非遗衍生品优秀展品奖	第四届中国非物质文化遗产博览会组织工作委员会
	6	连续二十三年(1993-2015)广东省守合同重信用企业	广东省工商行政管理局
	7	2015年广东省名牌产品“网路人气之星”---5星	广东卓越质量品牌研究院
	8	2016年“广东手信文创设计评选”“广东手信”荣誉称号	广东省旅游协会、广东省老字号协会
	9	2015年度广东制造业功勋企业	广东省制造业协会、广东省产业发展促进会
	10	2015年度广东产业竞争力百强企业	广东省产业发展促进会、广东省制造业协会

获奖年份	序号	获奖称号	颁奖单位
	11	2016 年度广东省制造业企业 500 强	广东省制造业协会、广东省产业发展研究院、广东省社会科学院
	12	2015 年度广东省制造业企业 500 强	广东省制造业协会、广东省产业发展研究院、广东省社会科学院企业研究所
	13	计量体系合格	阳江市质量技术监督局
	14	阳江市先进职工小家	阳江市总工会
	15	2015 年度区直单位工会工作一等奖	阳江市江城区总工会
	16	2016 年度旅游行业杰出贡献奖	广东省阳江市旅游协会、广东省阳江市旅游行业
	17	2016 年度阳江市旅游行业旅游制定礼品	广东省阳江市旅游协会、广东省阳江市旅游行业
2017 年	18	中国质量诚信企业	中国出入境检验检疫协会
	19	2017 年度“守合同重信用企业”	广东省工商行政管理局
	20	广东省著名商标	广东省著名商标评审委员会
	21	广东省民营企业创新产业化示范基地	广东省经济和信息化委员会
	22	2017 年广东省创新型企业（试点）	广东省高新技术企业协会
	23	2017-2018 年度广东省电子商务示范企业	广东省商务厅
	24	2017 年广东省制造业企业 500 强	广东省制造业协会、广东省社会科学院企业研究所、广东省社会科学企业竞争力研究中心
	25	2017 年度信用建设贡献单位	广东省信用协会
	26	2017 企业品牌信用金鼎奖	广东省信用协会
	27	信用建设 8 年贡献单位	广东省信用协会
	28	年度匠心企业	凤凰广州
	29	2016 年度阳江市江城区工会工作优秀单位	阳江市江城区总工会
	30	优秀图书流动点	阳江市图书馆
	31	标杆企业	阳江市私营企业协会
	32	五叶级中国文化主题饭店	中国饭店协会
	33	中国餐饮 30 年优秀伙伴奖	中国烹饪协会

获奖年份	序号	获奖称号	颁奖单位
2018 年	34	全国工人先锋号	中华全国总工会
	35	全国工会职工书屋示范点达标单位	中华全国总工会
	36	高新技术企业	广东省科学技术厅、广东省财政厅、国家税务总局广东省税务局
	37	全国五金制品行业优秀企业	中国五金制品协会
	38	2017 年度广东省守合同重信用企业	阳江市工商行政管理局
	39	广东优质产品认证	方圆标志认证集团有限公司
	40	中国行业标志性品牌	品牌观察杂志社、中国行业标志性品牌评审委员会
	41	2018 年广东省创新型企业	广东省高新技术企业协会
	42	2017 年广东省制造业优秀企业	广东省制造业协会、广东省产业发展促进会
	43	2018 年广东省制造业企业 500 强	广东省制造业协会、广东省产业发展研究院、广东省社会科学院企业竞争力研究中心
	44	广东省电子商务 100 强企业(2018 年度)	广东省电子商务协会、华南电子商务联盟
	45	创新标兵企业	阳江市私营企业协会
	46	《十八子》报刊--2017 年度企事业优秀内刊入围奖	广东省青年文化促进中心、广东省青年产业工人作家协会、黄金时代杂志社
47	2017 年度企事业优秀内刊评选活动入围奖	广东省青少年文化促进中心、广东省青年产业工人作家协会、黄金时代杂志社	

序号	指标类别	指标表述	指标内容
一、质量提升			
1	质量安全	近5年是否发生过造成人员伤亡、产生重大影响的质量安全环保事故	<input type="checkbox"/> 是 <input checked="" type="checkbox"/> 否
2		近5年是否发生过大规模消费者投诉举报情况	<input type="checkbox"/> 是 <input checked="" type="checkbox"/> 否
3		质量安全保证措施	质量安全相关认证数量：__4__张 质量安全保证制度：__1851__项（包括质量手册、程序文件、安全管理手册、员工手册、计量手册、各类操作规程、作业指导书、检验指导书、物料安全资料、BSCI制度、安全生产制度、岗位标准、工作标准、岗位绩效考核标准等共179万字。）
4		是否建立质量安全风险信息收集及防控机制	<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
5	质量诚信	近5年是否存在质量诚信不良记录	<input type="checkbox"/> 是 <input checked="" type="checkbox"/> 否
6		是否得到社会信用的评级（如果是，评级情况，可写多项）	<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否 评级结果：AAA级 评级机构：广东省质量协会、广东卓越质量品牌研究院、广东省用户委员会。 评级时间：2019年12月
7	质量战略	确立的愿景和价值观	组织的愿景：立足中国，十八子成就世界品牌。 组织的价值观：先做好人，再造好刀。
8		获取目标顾客需求和期望	目标顾客群体：中、高端客户。 获取顾客需求的方式： 公司获取顾客需求的方式主要通过：互联网、公司网站、专线电话、公众号及其他合作网站；大型展会及政府部门组织的展会或公益活动；不定期对客户进行满意度调查；定期举办新品发布会和交流会；营销部门周、月例会；公司属下饭店、厨师烹饪协会、烹饪学校；业务人员市场调研；电商平台后台数据分析软件；公司高层走访顾客；从国家有关部委、科研

序号	指标类别	指标表述	指标内容
			院所获取、协会、行业网站、报刊。
9		质量战略的内容和形成过程	<p>具体内容：公司在使命、愿景和价值观的指引下，通过系统地对外部经济环境、政治环境、技术环境、法律环境、行业环境、市场环境、顾客需求和竞争格局等进行分析；和对企业内部的核心竞争力、价值链能力、资源及执行能力等的分析。科学制定发展策略，战略目标和路径，形成总体质量战略：充分利用阳江十八子在行业中已有的综合优势，继续专注于菜刀品类经营，坚持中、高端定位不动摇，坚持创新驱动，强化顾客价值创造，打造以产品，服务和品牌的综合竞争优势，在巩固国内第一品牌的同时，进一步打造国际知名品牌。并形成关键绩效指标。对质量战略目标和关键工作进行分解，配置资源，以年度经营规划，全面预算管理以及关键项目责任制，并进行过程监控和评估，以实现各项战略举措得到有效部署和执行，并最终实现质量战略目标。</p>
10		质量战略面临的内外情况分析	<p>具体内容：质量战略制定建立在对宏观政治法律环境、经济环境、社会环境和技术环境的发展变化趋势进行全面分析总结，识别外部威胁，挖掘战略机遇。对于宏观环境分析公司采用的是PEST分析法：外部机会：中国厨用刀具的市场，我公司仅占18%的份额，还有不少的上升空间；城镇化以及人民生活水平的提高，新生代人群在近几年处于成立家庭的高峰期，对厨用刀具需求有一定的上升空间；专业厨师用刀市场的品牌影响力还有很大的空间拓展，该细分市场空间巨大，这块市场可以作为一个新生的经营方向，带来新的机遇；作为民用刀剪市场，高品质刀剪消费逐渐形成，高档民用刀市场空间逐步增大的趋势。</p> <p>外部威胁：本行业门槛较低，同行竞争大，比如苏泊尔、巧媳妇、小师傅、王麻子等企业品牌不断涌现和转型升级，市场份额不断的调整，与二线品牌的销量差距不断缩小；出口的形势环境变坏，导致刀剪行业很大部分厂家进行转向内销行为，拓展国内市场，导</p>

序号	指标类别	指标表述	指标内容
			<p>致行业竞争加剧；生产要素不断涨价，对企业运营成本形成了不小的冲击，企业的转型升级迫在眉睫；熟练工人招留困难，并且流动性比较大，培养成本高；当代家庭下厨煮饭概念逐步改变，年轻一代少下厨，减少用刀趋势在未来十年将出现刀具消耗场所的变化，家庭用刀在长远来看，消耗是不断减少。食材在超市货架上已切好再打包装出售，减少了家庭菜刀的使用，随着社会生活习惯逐步改变，超市的交易在各个城市的普及，刀具的市场细分将会发生明显的变化。（详见第三章质量战略）</p> <p>内部分析包括：</p> <p>1. 企业经营能力分析 2. 价值创造能力分析 3. 核心竞争力分析 4. 内部资源能力分析 5. 战略执行能力分析，得出内部环境分析结论：优势 1. 处于刀剪品类领导者地位；2. 技术创新能力强，产品的功能分类和质量优于国内同行；3. 品牌价值突显，对消费者的心理认同力已形成，助推销量增长；4. 全过程的管家服务体系为用户增值。</p> <p>劣势 1. 生产自动化水平有待提高；2. 国际化品牌知名度不足；3. 销售渠道覆盖率需要提升。</p>
11		<p>质量战略目标是否契合高质量发展的要求（如果是，具体体现在哪些方面）</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/>是 <input type="checkbox"/>否</p> <p>具体内容： 公司在“做一把好刀”的使命下，把实现高质量做为企业的核心竞争力建设，通过多年的努力，十八子刀已成为业界的高质量产品的领头羊。由十八子集团总经理李积回为主要起草小组成员起草并颁布了广东优质团体标准《菜刀》T/CAGDE 010—2018，该标准技术要求高于欧盟等主要发达国家的标准。其核心指标，如锋利度国际标准要求$\geq 50\text{mm}$，本标准要求提升到$\geq 55\text{mm}$，耐用度国际标准要求$\geq 150\text{mm}$，本标准要求提升到$\geq 200\text{mm}$。十八子继续专注于菜刀品类，坚持中、高端定位不动摇，坚持创新驱动，强化顾客价值创造，打造以产品，服务和品牌的综合竞争优势，在巩固国</p>

序号	指标类别	指标表述	指标内容
			内第一品牌的同时，进一步打造国际知名品牌。
12		是否对质量战略目标进行了分解（如果是，质量战略目标分解和实施的情况）	<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否 目标分解实施情况： 公司通过将关键战略绩效指标分解成若干个细化指标，形成了覆盖营销、人力资源、财务、生产、品质、供方、员工以及外部环境等要素的监测指标体系，按照公司不同层级（二级部门—一级部门—公司）和推进时间（月度—季度—年度）监测指标完成情况。 定期评价，强化测量系统。分解指标按月进行监控和考核。同时，公司每年召开经营分析测评会，根据监测效果和实际运营情况的变化对预算指标及计划进行调整，以适应公司的发展变化。 公司明确战略实施每一阶段的具体规划、时间安排、责任部门/人、协助部门/人。
13		质量战略的评价与改进情况	质量战略实施情况的评价方式：根据质量战略目标，通过董事会、高层月例会、中高层每月工作交流会、总经办会议、质量例会以及各部门定期举行的工作会议等收集、整理各部分、各过程的绩效数据，对公司的日常运作及关键绩效进行监测，并根据考核结果进行战略的修订和调整。 质量目标的调整与改进频度：考核部门根据月度KPI 指标数据和各部门日、周、月报表，作为监测部门绩效的依据，用以评价组织成就、竞争绩效以及长短期质量目标达成情况。（详见第三章中质量战略） <u>12次/年</u>
14	质量管理	是否专门设立质量管理机构或部门	<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否 名称：ISO 办公室

序号	指标类别	指标表述	指标内容
		(如果是, 机构或部门情况)	人员数量: 54 占全体员工比例: <u>2.35</u> %
15		<p>质量管理体系是否覆盖组织运营过程涉及的所有部门</p> <p>(如果是, 具体制度有哪些, 可写多项)</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/>是 <input type="checkbox"/>否</p> <p>部门名称: 集团层面: 战略委员会、集团办、技术研发中心、ISO 办、财务部。各子公司包含: 营销部、采购部、生产部、财务部、质量科、工艺科、设备科、计划科、人力资源科。</p> <p>制度名称: 《质量手册》《品牌手册》《安全手册》《员工手册》《计量手册》《程序文件》《作业指导书》《来料检验指导书》《半成品检验指导书》《成品检验指导书》《操作规程》《工艺标准》《岗位标准》等。</p>
16		<p>是否运用成熟的管理制度对生产或服务现场进行质量管理</p> <p>(如果是, 现场管理制度和情况)</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/>是 <input type="checkbox"/>否</p> <p>现场管理制度: 公司已经形成了成熟有效的现场管理制度。对关键过程都制定了管理制度或流程规范, 通过战略的展开明确部门及岗位职责, 配置相关资源, 确保所有过程按照策划的要求完成战略实施。同时, 建立各过程的关键绩效指标, 并将关键绩效指标逐层进行分解、落实、定期考核总结, 保证公司全体员工工作目标与公司经营目标一致。同时公司还通过开展 ISO9001、ISO14001、优质产品、二级计量等的内审和外审、BSCI 认证, 实施流程优化, 来确保过程的有效性, 从而有力地支撑公司战略目标的实现。制定《安全手册》《员工手册》《计量手册》《程序文件》《作业指导书》《来料检验指导书》《半成品检验指导书》《成品检验指导书》《操作规程》《工艺标准》《岗位标准》《5S 管理手册》《设备管理规程》《供应商管理控制程序》《采购控制程序》《采购招标管理规定》《外包过程管理细则》《生产过程控制程序》《标识方案管理规定》等。</p> <p>现场管理情况: 公司坚持“预防为主、系统管理、过程控制、持续创新”生产理念, 采用订单及计划生产相结合的运营机制, 利用各种管理工具对生产过程</p>

序号	指标类别	指标表述	指标内容
			<p>实施管理控制，识别出全过程各节点的控制要求并有效把控，以达到品质最优化、生产成本最优化、全员劳动生产率与成本费用利润率。建立日常生产监控机制，通过每日生产会、月度总结会、成本分析会、年度总结会、各种报表等监控生产按计划进度完成。例如生产管理流程：生产任务确定-生产技术准备-生产物料准备-生产指令细分及下达-生产过程在制品符合性控制-生产调度调节-成品符合性确认-成品产出-批次会计总结。通过生产流程的规范控制，借助公司研发创新的成果贯穿于生产制造过程中，并优化工艺技术应用以提高制造产出的效率和一致性水平，从而使产出品能满足销售部门向客户按时交付，保证产品品质稳定、以合理成本的产出而提供产品供给市场销售以及公司赢利的空间。</p>
17		生产服务管理的智能化数字化信息化水平	<p>措施： 公司所有关键业务领域基本实现信息化，为公司产、销、供、财等业务提供规范流程、提升效率的作用。引入现代化管理理念，紧密结合业务战略，引入ERP、OA等系统，核心业务应用渗入各个业务部门。</p> <p>成果： 公司于2002年开始采取与软件开发商合作方式，并根据公司实际要求进行开发适合公司业务的ERP系统，另外，同年开始建立公司网站，公司企业邮箱等。以这个为起点，2017年公司开始先后引入金碟ERP，K3WISE14.2版本、OA办公自动化系统、E6协同文档管理系统、数字IP网络广播系统、二维码追溯防伪管理系统、共享菜刀。使公司各项业务更规范，真正做到人财物，产供销管理一体化。</p>
18		是否建立针对内部员工的质量激励机制 (如果是，具体激励情况)	<p><input checked="" type="checkbox"/>是 <input type="checkbox"/>否</p> <p>激励形式和内容： 公司除给予物质奖励外，还通过外部网站、报刊、订阅号等多种方式，对主动参与各类创新工作的人员</p>

序号	指标类别	指标表述	指标内容
			<p>进行大力表彰和宣传。</p> <p>公司建立了各项生产经营活动质量管理体系，做到人人有指标，层层分解、环环相扣的金字塔型的绩效考核体系和以提升质量为核心的激励机制。年终对工作创新，业绩突出，绩效指标完成好的部门和个人进行表彰奖励。</p>
19		是否建立内部员工质量考核制度 (如果是，具体考核情况)	<p><input checked="" type="checkbox"/>是 <input type="checkbox"/>否</p> <p>考核形式和内容：</p> <p>1、每日考核：按生产质量科制订的《每日质量报告报告制度》，将每天生产过程各岗位的质量合格率达考核公示。</p> <p>2、月度考核：通过各岗位的每日质量合格率达考核情况，分析月度质量优秀员工。</p> <p>3、年终考核：为一年的十二个月各岗位的月度质量优秀员工进行综合评估，并结合日常素质考核，评选年度质量优秀员工。</p>
20		是否建立了供方质量考核和保证	<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否

序号	指标类别	指标表述	指标内容
	产业链质量协同	制度 (如果是, 考核和保证制度情况)	<p>考核形式和制度内容:</p> <p>1、日常考核:根据日常供货情况,若供应商提供的物料在生产上出现重大、批量质量事故时,由品管部提交《纠正和预防措施要求表》《不合格索赔通知单》等资料送采购负责人审批后,由采购员根据合同的有关条款对供应商进行相关处理,同时要求供应商就质量问题进行整改,情节严重的直接降为不合格供应商处理。</p> <p>2、质量事故包括(但不限于以下):进货质量不合格造成停产;未按计划按时按量交货造成停产;以次充好造成产品降级及报废;违反环境保护的有关标准及规定;违反职业操守及原则;出现一般不合格(不影响产品质量但影响使用成本)让步接收的情况等。</p> <p>3、月度评价:每月由生产部门在金蝶 ERP 系统导出相关数据进行汇总分析供应商的来货准时率、品管部门提交来货合格率等信息交由采购部门进行确认及分析,对各供应商进行月度评价,评价标准。</p> <p>4、年度评价:根据月度评价报告,供应商评价结果进行年度汇总打分,评价标准:</p> <p>5、对供应商按标准进行分级评价存档,评定 A、B、C、D 4 个供应商等级,从而在采购管理过程实施中进行有效和有力度的管理策略。供应等级参考下文的供应商分级表。</p>
21		<p>质量管理模式、方法是否在供应链上下游企业复制推广,是否推动供应链企业之间质量信息交流和质量共同改进</p> <p>(如果是,请描述具体情况)</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/>是 <input type="checkbox"/>否</p> <p>具体情况:</p> <p>公司通过供应商、经销商会议;网站、《十八子报》办公生产场地粘贴等形式传播推广“十八子双全创新管理模式”,公司为做一把好刀,逢山开路,遇水搭桥的追求高质量的理念,产业链中的供方人人皆知,并促进其质量的提升,如阳江市伟艺抛磨材料有限公司,是为我们供应抛磨轮的企业,这些年来按照我公司高质量的要求,其产品质量也大幅度提升,在</p>

序号	指标类别	指标表述	指标内容
			抛磨轮行业非常著名。
22	质量文化	是否形成成熟的质量文化 (如果是, 请用一句话描述组织的质量文化)	<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否 质量文化: 以质量经营为核心价值的“十八子双全创新管理模式”(即全产业链、全过程), 其核心就是不断以高质量做好每一把刀作为组织的使命担当。紧紧围绕着质量提升的核心, 在产业链上的任何环节都追求实现高质量的供给, 为实现全产业链的全过程质量控制提供条件。全过程控制涵盖了自己生产加工部分和采购供应部分以及对市场的销售服务部分, 形成全产业链高质量的管控机制。持续提升产品和服务的质量。做一把“好刀”的追求没有终点, 十八子人始终为“做一把好刀”砥砺前行。
23		通过哪些措施或方法将愿景和价值观传递给相关方(员工、合作伙伴、顾客和其他利益相关方等)	具体措施或方法: 公司采用以下方式向员工传播公司的愿景和价值观: 一、组织各层级员工及公司股东分场次召开企业文化研讨会, 公司领导亲身投入企业文化建设, 指导使命、愿景、核心价值观的提炼, 促使价值观、使命、愿景深入员工工作及行为中。 二、公司领导倡导在企业内部充分发扬榜样力量, 通过评先评优, 使在企业内部树立各方各面榜样, 营造企业员工力争上游的良性竞争氛围。 三、通过董事会会议、董事会扩大会议、经营策略研讨会、月度经营分析会、生产现场会议、生产管理会议、专题工作会议、党员大会、工会代表大会、员工座谈会等会议, 公司领导发表讲话并对员工提出行动要求, 使与会干部员工加深对公司使命、愿景、价值观的理解和执行。 四、以员工为核心, 每年度开展多种多样的节目及相关活动。 五、创办的《十八子》报。 六、员工培训、公司内部年会、企业文化解码、

序号	指标类别	指标表述	指标内容
			<p>企业文化考核等。</p> <p>公司高层领导采用以下方式向顾客、股东、合作伙伴和其它利益相关者传播公司的愿景、使命和价值观：</p> <p>一是通过董事会会议及定期述职，向董事、股东传递公司经营状况、愿景、使命、价值理念；</p> <p>二是通过全国各地终端销售活动、开展经销商培训、举办研讨会、参加展会、定期的经销商店面巡视等，向顾客、合作伙伴和其它利益相关者传递公司企业文化、经营管理理念；</p> <p>三是通过网络、报纸、电视等媒体，向社会大众宣传企业动态、弘扬企业文化、分享企业成就；</p> <p>四是设立“用户管理部”和“市场监察部”接受客户投诉和举报，并设专业服务队伍跟进投诉后续工作；企业内部设有“用户之声”收集平台，对不正常行为进行监控和风险揭示。</p>
24		通过哪些方法或手段开展质量文化建设工作	<p>具体措施或方法：</p> <p>十八子企业质量文化经历了漫长的过程，二十世纪30年代初李良辉跟随“小刀之父”梁季英学做小刀，做一把好刀的信念开始萌生。1983年，李良辉抓住机遇，通过挂靠当时集体小厂“朝阳工艺刀剪厂”，“做一把好刀”质量文化理念在企业生根。1988年，企业提出了“顾客至上、用户第一”的经营理念，确立“以顾客为中心”经营模式。1997年提出了“以顾客为中心，依靠科技创新，打造国际知名品牌”的经营理念。最终形成“先做好人，再造好刀”企业价值观，“做一把好刀”成为企业的根本使命，“立足中国，十八子成就世界品牌”成为企业愿景。在企业质量文化发展到成熟的全过程中，在发展的各个阶段中，企业文化成为所有员工的共识，成为企业健康发展的精神支柱。</p> <p>在积极推动公司组织价值观有效实施的同时，公司高层还积极充当了组织价值观宣导者的角色，以身</p>

序号	指标类别	指标表述	指标内容
			作则，率先垂范，把公司的价值观作为自身行为的准则，遵守公司制度要求、行为规范，并接受来自公司内、外的监督，身体力行地推动公司的企业文化建设，为广大员工树立知行合一的榜样。通过担任内部培训讲师、读书推荐、带头在公司刊物上发表文章和文化案例、接受媒体采访等机会传播公司的企业文化。
25		是否做到了全员参与质量文化建设 (如果是，具体参与情况)	<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否 参与情况和内容： 公司自成立之日起，非常重视质量文化建设，通过董事会、营销、生产管理等会议；节庆活动、文体活动、社团活动；《十八子》报、《员工手册》、员工培训、年会；企业文解读码、企业文化专题系列活动；企业文化考核；办公、经营、生产场所展示等形式，充分营造全员参与质量文化建设的氛围。各个岗位员工都把追求高质量作为自己岗位的基本准则。企业文化的内涵全体员工已充分领悟。
26		质量文化是否包含弘扬工匠精神的内容 (如果是，弘扬工匠精神的情况)	<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否 具体情况和内容： 三十多年的耕耘，成就一个品牌并持续发展，靠的是企业价值观所形成的专注、执着“做一把好刀”的企业文化力量的作用。第一代传承人李良辉以及第二代传承人用严谨的专业态度建立起制刀生产流程的工艺标准、质量验收标准，从一点一滴积累，精益求精、一丝不苟，确立企业“先做好人，再造好刀”、“精工出细活”、“第一次把事情做对”、“好刀就是质量”等质量文化理念的体现就是“工匠精神”。这个质量文化理念已成为十八子员工的共同理念。
27		是否对质量文化建设成效进行评估 (如果是，评估方式和成效情况)	<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否 评估方式和成效： 公司通过多种渠道了解员工的心声，如各类会议、离职面谈、绩效面谈、员工座谈会、用户之声等，同时公司每年进行一次员工满意度问卷调查。公司通过

序号	指标类别	指标表述	指标内容
			各部门员工开展了满意度调查工作，收集信息，从而评估质量文化的建设情况和效果。通过对福利、薪酬、培训、人才梯队建设、企业文化、安全管理等方面的评价信息进行收集和科学分析。企业通过了解员工满意度开展改进工作，从而使得员工更好地为顾客服务，达到双赢的目的。
28	质量教育	是否每年组织面向一线员工的质量技能培训 (如果是，上一年度培训情况和培训内容)	<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否 培训员工数量： <u>1240</u> 占全体员工比例： <u>100%</u> 质量培训内容： 1、ISO 9001 质量意识培训 2、ISO 14001 环境意识培训 3、菜刀生产工艺流程 4、菜刀生产标准化管理流程 5、岗位(特种岗位)培训(如：《作业指导书》、《操作规程》《岗位说明书》) 6、各工序操作技能培训(如：《安全操作规程》、《各工序安全操作视频》) 7、质量过程方法(如：《公司通用质量用语》《各工序质量检验指导书》《企业标准》) 8、生产设备维护与保养 9、各工序质量缺陷成因及解决措施
29		开展质量技能培训的方式(可多选)	<input checked="" type="checkbox"/> 举办培训班或讲座 <input checked="" type="checkbox"/> 组织技能竞赛 <input checked="" type="checkbox"/> 鼓励员工参加社会培训教育 其他：
30		一线员工离职率	上一年度一线员工离职率： <u>3%</u>
31		获得职业资格的一线员工情况	员工数量：306人 占全体员工比例： <u>24.67%</u>
32		是否建立了员工职业发展规划	<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
33	质量基础	标准、计量、检验检测、认证认可等能力建设情况	具体情况： 2000年通过 GB/T 19001-2016/ISO 9001:2015 质量管理体系，2006年通过

序号	指标类别	指标表述	指标内容
			GB/T24001-2016/ISO14001:2015 环境管理体系，2012年被认定为广东省“计量体系合格证”，2001年被认定为“广东省五金刀具工程技术研究开发中心”，2005年被认定为“广东省企业技术中心”，2013年通过了BSCI 商业社会标准认证管理体系认证。
34		生产标准化水平	<input type="checkbox"/> 行业平均水平 <input type="checkbox"/> 高于行业平均水平 <input checked="" type="checkbox"/> 行业领先，国际先进
35		获得认证的情况（可写多项）	<p>1、认证类型：GB/T 19001-2016/ISO 9001:2015 质量管理体系； 认证机构：杭州汉德质量认证服务有限公司上海分公司； 认证时间：初次认证：2000年12月20日，最新有效期起始日：2021-01-08；</p> <p>2、认证类型：GB/T24001-2016/ISO14001:2015 环境管理体系； 认证机构：杭州汉德质量认证服务有限公司上海分公司； 认证时间：初次认证：2006年02月14日，最新有效期起始日：2021-02-10；</p> <p>3、认证类型：FSC 森林管理体系； 认证机构：必维认证； 认证时间：2020年8月20日；</p> <p>4、认证类型：GB/T15496-2017/GB/T19273-2017 AAAAA 级标准化良好行为企业； 认证机构：香港品质保证局； 认证时间：2020年7月14日；</p>

序号	指标类别	指标表述	指标内容
			<p>5、认证类型：广东省五金刀具工程技术研究开发中心 认证机构：广东省科技委员会、广东省经济贸易委员会 认证时间：2001年</p> <p>6、认证类型：广东省企业技术中心 认证机构：广东省经济贸易委员会、广东省财政厅 认证时间：2005年</p>
36		开展质量改进活动情况	<p>上一年度改进项目数量：47 改进项目获得社会认可情况：11</p>
37	质量改进与提升	是否开展质量提升小组（QC小组）或跨部门改进团队活动（如果是，具体开展情况，可写多项）	<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
			<p>QC小组或团队数量：5个 跨部门改进团体：19个 获得社会认可：6个</p>
38	质量水平	所提供的产品或服务的关键质量指标水平（可写多项）	<p>指标名称：切片刀锋利度 指标数值：66mm-88mm 指标水平：80mm-100mm</p> <p>指标名称：切片刀耐用度 指标数值：300mm-490mm 指标水平：460mm-600mm</p> <p>指标名称：切片刀耐腐蚀性能 指标数值：P0-P2 指标水平：P0-P1</p> <p>指标名称：切片刀硬度 指标数值：54HRC-56HRC 指标水平：55HRC-57HRC</p> <p><input type="checkbox"/>行业平均水平</p>

序号	指标类别	指标表述	指标内容
			<input type="checkbox"/> 高于行业平均水平 <input checked="" type="checkbox"/> 行业领先，国际先进
39		近 5 年关键质量指标提升情况	具体情况： 原材料检验合格率逐年上升，达到 99.3%、成品直通率 99.85%、投诉率处理 100%，顾客满意度 91.6%
40		近 3 年是否获得过国内外质量奖励或荣誉 (如果是，具体情况，可写多项)	<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否 1、奖励名称：2019 年度省政府质量奖 授奖机构：广东省人民政府 获奖日期：2020 年 2 月； 2、奖励名称：广东省市场质量信用 AAA 级用户满意标杆品牌 授奖机构：广东省质量协会、广东卓越质量品牌研究院、广东省用户委员会 获奖日期：2019 年 12 月； 3、奖励名称：全国质量检验稳定合格产品 授奖机构：中国质量检验协会 获奖日期：2021 年 3 月 15 日； 4、奖励名称：全国百佳质量诚信标杆企业 授奖机构：中国质量检验协会 获奖日期：2020 年 3 月 15 日； 5、奖励名称：全国五金刀具行业质量领先品牌 授奖机构：中国质量检验协会 获奖日期：2020 年 3 月 15 日 6、奖励名称：全国五金刀具行业质量领先企业 授奖机构：中国质量检验协会 获奖日期：2020 年 3 月 15 日 7、奖励名称：全国消费者质量信誉保障产品

序号	指标类别	指标表述	指标内容	
			授奖机构：中国质量检验协会 获奖日期：2020年3月15日 8、奖励名称：“十八子作”纳入广东省重点商标保护名录 授奖机构：广东商标协会 重点商标保护委员会 获奖日期：2021年2月	
二、创新发展				
41	创新能力	上一年度用于研发的经费情况	经费总额： <u>1333.3</u> 万元 占销售收入比例： <u>2.2%</u>	
42		创新平台建设	创新平台名称： 阳江十八子集团科学技术委员会 广东省五金刀具工程技术研究开发中心 广东省企业技术中心 广东省科学院企业工作站 “扬帆计划”创新团队 院士工作站 阳江市五金刀具工程技术开发中心 广东省民营企业创新产业化示范基地（阳江十八子集团有限公司五金刀剪创新产业化基地）	
43		是否建立创新激励机制和制度 （如果是，机制和制度具体情况）	<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	机制和制度内容： 围绕与公司经营发展有关的科技成果或技术并对该成果成功转化做出贡献获得科技进步奖、技术创新奖等，给公司带来经济效益的技术改造、发明创造等给予奖励
			44	研发人员占比
45		获得高等教育学历员工情况	员工数量：190 占全体员工比例： <u>15.5%</u>	
46		累计拥有有效发明专利	专利数量： <u>3</u> 项	
47		累计拥有海外发明专利	专利数量： <u>0</u> 项	
48		承担或参与国家重大科技项目	项目数量： <u>0</u> 项 项目名称：	

序号	指标类别	指标表述	指标内容
49		参与国家、国际标准（技术标准）的情况（参与起草限排名前5，可写多项）	国家标准数量： <u>4</u> 项 编号及名称： 1、标准号：GB/T 30769-2014 《不锈钢水果刀》 2、计划号：20130943-T-607 《厨用刀具》 3、计划号：20151717-T-604 《电热和电磁处理装置基本技术条件 第36部分：感应透热装置》 4、计划号：20193057-T-604 《工业炉及相关工艺设备 能量平衡测试及能效计算方法 第11部分：各种效率评估》 方式： <input checked="" type="checkbox"/> 主导起草 <input checked="" type="checkbox"/> 参与起草 国际标准数量： <u>1</u> 项 编号及名称：IS08442-9《陶瓷刀具》 方式： <input type="checkbox"/> 主导起草 <input checked="" type="checkbox"/> 参与起草
50		针对具体质量问题，创新了哪些质量管理工具和方法	创新工具方法： 1、国内外厨用刀具质量对比综合评价研究方法 2、一种刀剪用材料的综合性能检验方法（发明专利已受理） 3、刃口抗冲击性能检测方法 4、刃口横拍强度检测方法
51	管理创新	创新了哪些质量管理制度、模式	创新制度模式 以质量经营为核心价值的“十八子双全创新管理模式”，其核心就是不断以高质量做好每一把刀作为组织的使命担当。紧紧围绕着质量提升的核心，在产业链上的任何环节都追求实现高质量的供给，为实现全产业链的全过程质量控制提供条件。全过程控制涵盖了自己生产加工部分和采购供应部分以及对市场的销售服务部分，形成全产业链高质量的管控机制。持续提升产品和服务的质量。做一把“好刀”的追求没有终点，十八子人始终为“做一把好刀”不懈努力、砥砺前行。
52	经营创新	实施哪些创新性的经营模式，如个性化服务、定制化服务	创新经营模式： 直播、定制化服务、个性化服务
53		通过互联网开展业务占全部业务的比	<u>18%</u>

序号	指标类别	指标表述	指标内容
		例	
54	创新成果	上一年度新产品或新服务情况	新产品（新服务）销售额： <u>1200</u> 万元 占销售收入比例： <u>70%</u>
55		拥有核心技术或业务情况	核心技术： 高品质不锈钢均质化复合制备技术及产业化应用（中国机械工业科学技术奖二等奖） 马氏体不锈钢中碳化合物控制关键技术（冶金科学技术三等奖） 刀柄以及该刀柄与刀体的焊接方法（发明专利）、8Cr13MoV 高级刀剪用钢组织与性能控制的关键技术和产业化（阳江市科技进步三等） 刀柄获得实用新型专利并被评为“阳江市专利奖”。 如：超高硬度耐磨系列刀具、真空热处理淬火系列刀具、高碳高铬超硬复合材料刀具、一种改进结构的辊锻成型刀具、复合特种钢 V 金系列刀具、新型木柄防收缩系列刀具、高硬度易复磨系列刀具、新型高强度抗断裂系列刀具、高性能电渣重熔钢系列刀具。 核心业务： 公司目前拥有自主设计开发的民用刀具产品近千种，拥有有效专利 35 项，发明专利 3 项，实用新型 15 项，外观专利 17 项，作品登记 2 项，软件著作权 8 项。其中高新技术产品 8 项（见高新技术产品一览表）
56		核心技术或业务是否具备专利或其它知识产权保护	<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
57		关键核心技术是否实现自主可控（如果是，关键核心技术自主可控具体情况）	<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否 核心技术领域及名称： 公司在制刀的全产业链上实现了关键技术的自主可控，包括核心技术领域：刀剪专用钢的制备、制刀的热处理、焊接、磨削、刀柄结构、刀具检测专有设备及方法。

序号	指标类别	指标表述	指标内容
			<p>其中包含专利 35 项，软件著作权 8 项等。（详见专利软件著作权一览表）。</p> <p>刀剪专用钢的制备的工艺技术，热处理、焊接、磨削、刀柄结构工艺技术，刀具检测专有设备及方法。</p>
58		解决了哪些“卡脖子”技术难题	<p>具体情况：</p> <p>传承人李良辉随行业协会到日本三条市参观，发现摆在展厅的日本刀具价格比国内的高出几十倍，他问为什么，日本人说因为材料好，他说那我就买这些日本材料回中国做刀。日本人冷笑着回应说：“别说不会卖给你材料，就是卖给你好材料你也做不出好刀！”。一股民族的耻辱感就像锯条在他内心来回拉扯，从日本回来当晚，他失眠了。怎么办？难道中国真的不能做出比日本好的刀吗？李良辉意识到如果要实现做一把追赶上发达国家刀具行业水平的“好刀”这一目标，没有好的原材料将是空谈。</p> <p>面对如此窘境，李良辉开始遍访国内所有特钢厂和专家，想定制做刀的专用特种钢，没料到钢厂都摇头，认为做菜刀的行业需求量小，材质要求高，没有经济效益不干，合作的路走不通了。几经思量，李良辉决定建设刀剪专用特钢厂。</p> <p>经过不懈努力，2007 年终于攻克难题，炼出来第一炉钢。十年磨一剑，2018 年有了质的突破，研制成功 8Cr13MoV 材料，最终完成洁净度高、刀具锋利度较高、耐磨性和耐腐蚀性好的高品质的马氏体不锈钢产品，关键指标均达到国内先进水平，耐用度指标达到国际水平。</p>

序号	指标类别	指标表述	指标内容
59		组织在创新方面获得的奖励	<p>1、奖励名称：中国机械工业科学技术奖科技进步奖二等奖； 授奖机构：中国机械工业联合会、中国机械工程学会； 获奖日期：2020年11月20日；</p> <p>2、奖励名称：2019年中国产学研合作创新成果奖优秀奖； 授奖机构：中国产学研合作促进会； 获奖日期：2019年12月；</p> <p>3、奖励名称：冶金科学技术奖三等奖； 授奖机构：中国钢铁工业协会、中国金属学会冶金科学技术奖奖励委员会； 获奖日期：2018年8月；</p> <p>4、奖励名称：2016年度阳江市科学技术奖励三等奖； 授奖机构：阳江市人民政府； 获奖日期：2017年5月2日；</p> <p>5、奖励名称：阳江市阳东区专利奖（2016-2017年度阳东区优秀专利发明者）； 授奖机构：阳江市阳东区人民政府； 获奖日期：2018年12月；</p> <p>6、奖励名称：阳江市阳东区专利奖（2016-2017年度阳东区专利工作先进企业）； 授奖机构：阳江市阳东区人民政府； 获奖日期：2018年12月；</p> <p>7、奖励名称：阳江市阳东区专利奖（2014-2015年度阳东区专利工作先进企业）； 授奖机构：阳江市阳东区人民政府； 获奖日期：2017年4月；</p> <p>8、奖励名称：阳江市阳东区专利奖（2014-2015年度阳东区专利优秀奖）； 授奖机构：阳江市阳东区人民政府； 获奖日期：2017年4月；</p> <p>9、奖励名称：2014-2015年度阳江市专利奖（专利工作先进单位）；</p>

序号	指标类别	指标表述	指标内容
			授奖机构：阳江市人民政府； 获奖日期：2016年6月6日； 10、奖励名称：2014-2015年度阳江市专利奖（专利优秀奖（一种刀具强度测试系统 ZL201310195099.0））； 授奖机构：阳江市人民政府； 获奖日期：2016年6月6日； 11、奖励名称：2014-2015年度阳江市专利奖（专利优秀奖（刀柄 ZL201420470200.9））； 授奖机构：阳江市人民政府； 获奖日期：2016年6月6日； 12、奖励名称：2014-2015年度阳江市专利奖（优秀专利发明者奖） 授奖机构：阳江市人民政府； 获奖日期：2016年6月6日；

序号	指标类别	指标表述	指标内容
60	市场价值	核心技术或服务在哪些方面对增强市场竞争力具有促进作用（可多选）	<input checked="" type="checkbox"/> 适应市场需求 <input checked="" type="checkbox"/> 替代进口产品 <input checked="" type="checkbox"/> 突破技术壁垒
61		近3年新产品/服务平均销售额	平均销售额： <u>1200</u> 万元
62	社会价值	推动核心技术突破促进社会发展情况（可多选）	<input checked="" type="checkbox"/> 推动科技进步 <input checked="" type="checkbox"/> 引领产业发展 <input checked="" type="checkbox"/> 保护生态环境 <input checked="" type="checkbox"/> 减少资源消耗 <input checked="" type="checkbox"/> 保障国家安全
三、品牌影响			
63	品牌定位	品牌内涵的特点	请用一句话简述组织的品牌内涵：做一把好刀，十八子就是刀，刀就是十八子。先做好人，再造好刀。 品牌联想表现在哪些方面 <input checked="" type="checkbox"/> 质量 <input checked="" type="checkbox"/> 价格 <input checked="" type="checkbox"/> 技术 <input checked="" type="checkbox"/> 服务 <input type="checkbox"/> 其他：
64		品牌是否纳入组织战略	<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
65		是否制定品牌规划	<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
66		组织的主品牌定位	<input checked="" type="checkbox"/> 国际知名品牌 <input checked="" type="checkbox"/> 国内知名品牌 <input type="checkbox"/> 区域知名品牌 <input type="checkbox"/> 一般品牌
67		上一年度在品牌推广方面投入情况	经费总额： <u>671</u> 万元 占销售收入比例： <u>1.93%</u>
68	品牌管理	组织的品牌运作模式	<input type="checkbox"/> 多品牌 <input checked="" type="checkbox"/> 单一品牌 主品牌名称：十八子作

序号	指标类别	指标表述	指标内容
			 <p>LOGO:</p>
69		是否建立专门的品牌管理机构 (如果是, 机构情况)	<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否 名称: 品牌信息科 人员数量: 6
70		是否对品牌建设情况进行评估 (如果是, 评估方式和内容)	<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否 评估方式和内容: 阳江十八子品牌管理委员会每年进行品牌发展规划组织进行品牌建设情况进行评估。
71		是否对产品或服务的重复购买率进行了统计和分析 (如果是, 重复购买率的具体情况)	<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否 重复购买率: 94%
72		顾客满意度测评及应用	<input checked="" type="checkbox"/> 品牌形象 <input checked="" type="checkbox"/> 产品性能 <input checked="" type="checkbox"/> 服务水平 <input checked="" type="checkbox"/> 投诉处理 <input type="checkbox"/> 其他:
73		上一年度品牌发展措施	重点措施: 1) 十八子门店形象提升。为了提升十八子形象, 对原来代理商店铺进行升级改造, 进一步提升了品牌形象。 2) 加强品牌推广, 增加公交广告的投放。2020年已经投入了10个城市的公交广告, 包括广州、深圳、福州、长沙、武汉、沈阳、兰州、南宁、上海和苏州; 3) 户外广告的投放。为了加大品牌的影响力和渗透

序号	指标类别	指标表述	指标内容
			力，2020年共投入了户外广告31个，覆盖13个省市。 4) 2020年共参加了8次展会。通过展会，充分展示了十八子品牌的公司实力和形象，同时也向市场传递了公司在刀具行业的龙头地位。 5) 其他的品牌推广活动：签约厨师代言、高铁站广告、电视节目赞助、烹饪比赛赞助等。
74		是否建立品牌危机管理制度 (如果是，品牌危机管理制度情况)	<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否 主要内容： 当十八子出现品牌危机时，应按以下流程处理品牌危机： 1) 快速反应：当出现品牌危机事件时，自发现之时起四小时内由品牌委员会负责协调各机构及时组建品牌危机管理小组，并召开品牌危机应对会议商量对策； 2) 高层参与：危机管理小组在召开品牌危机应对会议后两小时内，向总经理直接汇报危机状态和建议处理方案，由总经理决策最终应对方案； 3) 媒体关系管理公司协同：在危机发现的第一时间，通过公司合作媒体关系管理公司，快速与相关媒体进行沟通协商，共同应对危机； 4) 新闻统一接待：由品牌委员会主管为危机期间新闻接待直接负责人，统一口径，规范应对，新闻发言人由总经理担任或总经理指定人员； 5) 专项费用：根据危机类别和程度，由品牌委员会提出专项预算，经总经理审核后，确保快速执行相关方案，快速平息危机。
75	品牌保护	组织注册商标情况	注册商标数量：111
76		品牌是否已注册为商标 (如果是，注册情况)	<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否 注册时间：1997-3-7
77		品牌是否在国外注册 (如果是，注册情况，可写多项)	<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否 注册国家：美国等多个国家和地区

序号	指标类别	指标表述	指标内容
			注册时间：2004 年
78		是否建立了顾客投诉及快速协调解决机制	<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
79	品牌认可	主品牌目前已经在市场上建立影响情况（可多选）	<input checked="" type="checkbox"/> 知名度 <input checked="" type="checkbox"/> 美誉度 <input checked="" type="checkbox"/> 忠诚度
80		主营业务 3 年内市场规模/份额变化情况	<input checked="" type="checkbox"/> 增加 <input type="checkbox"/> 稳定 <input type="checkbox"/> 减少
81		是否存在主要品牌被侵权假冒情况	<input type="checkbox"/> 是 <input checked="" type="checkbox"/> 否
82		是否存在市场垄断行为 （如果不存在，预防出现垄断行为的做法）	<input type="checkbox"/> 是 <input checked="" type="checkbox"/> 否 对应做法： 刀剪行业门槛较低，同行竞争大，外形模仿比较容易实现，这让越来越多的企业可以通过 OEM 的形式进入刀剪市场。比较有代表性的企业是苏泊尔和爱仕达。他们通过找代工厂贴牌的方式进入刀剪市场，刀剪只是作为其附带产品，销售渠道是利用现成的，并不需要增加额外的销售渠道开发费用，但能达到上市公司获利多样性的目的，整体优势突显。还有巧媳妇、小师傅、王麻子等企业品牌不断涌现和转型升级，市场份额不断的调整；在中低端市场不会形成市场垄断。 德国双立人品牌是享誉全球的高档厨房用具品牌和专业美甲及发剪生产商。1995 年德国双立人进驻中国。到目前为止，已经有一批的外国品牌进入了中国市场，包括双立人、WMF、OQO 等。这些国外品牌都集中瞄准了国内的高端市场，都是以高端商场开专柜的形式进行销售。但是，由于十八子公司刀剪产品品质优良，虽已经在高端市场与国外品牌展开争夺，但也不会形成市场垄断。反而不断地创新提高产品质量才能避免国外大品牌垄断高端市场。
		83	是否存在倾销行为

序号	指标类别	指标表述	指标内容
		(如果不存在, 预防出现倾销行为的做法)	<p>对应做法:</p> <p>十八子公司不存在倾销行为, 这是由于公司的核心文化所决定的, “立足中国, 十八子成就世界品牌”, 三十多年来公司坚持“做一把好刀”的战略定位, 希望通过不断提高自身的技术水平和制刀工艺, 为追求高品质生活的人们提供产品, 十八子希望通过持续的高投入和努力, 以优质的产品和优质的服务, 并非依靠低价倾销竞争, 而是成为刀剪品牌的全球领先者, 带领中国品牌刀具走向世界。</p>
84		在运用电商进行产品销售时, 如何有效遵守网络监管要求, 确保产品质量	<p>具体情况:</p> <p>完整的质量监管体系。</p> <p>1、生产过程的质量监控: 每个生产工序设置质检人员对半成品进行全检或抽检。确保产品出厂之前质量符合要求。</p> <p>2、产品保存: 产品放置环境符合行业标准。</p> <p>3、售后服务: 售后人员线上在线服务, 消费者有任何问题可通过在线售后人员处理。同时有专职的售后服务团队对消费者进行定期回访, 了解使用过程中产品问题, 如有出现问题及时协助处理。</p> <p>4、质量问题退回产品有专门人员处理, 一般在 3-5 个工作日可处理完成。</p>
85		主导产品/服务国内市场情况	<p>国内市场占有率: 18%</p> <p>行业排名: 连续 23 年第 1 名</p>
86		主导产品/服务国际市场情况	<p>国际市场占有率: %</p> <p>行业排名: 未能查到相关数据</p>
87		主导产品/服务的价格和行业平均价格对比情况	<p><input type="checkbox"/>高</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>相同</p> <p><input type="checkbox"/>低</p>
88		主品牌在经营过程中使用的年限	25 年
89		品牌获得社会认可情况	<p>具体内容:</p> <p>“十八子作”纳入广东省重点保护商标名录</p> <p>中国菜刀行业标志性品牌</p> <p>用户满意标杆品牌</p>

序号	指标类别	指标表述	指标内容
			全国质量工作先进单位 广东省政府质量奖 阳江市政府质量奖 广东省著名商标 重点培育和发展的中国省出口名牌 重点培育和发展的广东省出口名牌 中国驰名商标 中国刀剪行业知名品牌 中国菜刀中心 中国 100 家自主品牌
90		组织主要品牌在哪方面具有竞争力（可多选）	<input checked="" type="checkbox"/> 质量水平 <input checked="" type="checkbox"/> 创新能力 <input checked="" type="checkbox"/> 服务水平 <input checked="" type="checkbox"/> 市场渠道 <input checked="" type="checkbox"/> 知识产权
91		上一年度品牌价值情况	主品牌价值： <u>4.7</u> 亿元 评价机构：十八子战略委员会

四、组织效益

92	财务指标	上一年度主营业务收入占全部收入的百分比	99.5%	
93		上一年度营业收入利润率	9.03%	
94		上一年度净利润	5380 万元	
95		上一年度全员劳动生产率	8.72 万元/人	
96		上一年度人均利润额	5.11 万元/人	
97		上一年度资产负债率	55.08%	
98		上一年度创汇总额	2200 万美元	
99		上一年度总资产贡献率	14.12%	
100		上一年度资本保值增值率	116.65%	
101		上一年度流动资产周转率	1.4%	
102		上一年度成本费用利润率	11.54%	
103		绿色指标	万元总产值综合能耗	<u>0.02</u> 吨标准煤/万元
104			可再生能源占组织能源消耗总量百分比	<u>0</u> %

序号	指标类别	指标表述	指标内容
105		万元总产值综合水耗	1.69 立方米/万元
106		单位产值二氧化碳排放量	tCO ₂ e/万元
107		单位建设用地企业产值	37.5 亿元/平方公里
108	社会责任	是否定期向社会发布社会责任报告	<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
109		近 5 年捐助情况	对象： 近 5 年共计 48 项，如：2020 年 2 月支持新冠肺炎疫情防控工作捐赠 105 万元人民币及一批价值 9250 元的物资；2020 年 3 月慰问援鄂地区医疗队及一线医护人员 50000 元；2020 年 6 月广东扶贫济困捐款 210000 元；2016 年 6 月向扶贫济困(阳江市慈善会)捐赠 70000 元；2016 年 10 月 捐赠产品被阳江市五金刀剪文化馆馆藏 10000 元；2016 年 12 月 红十字会“博爱送万家”捐赠 30000 元；2017 年 6 月 扶贫济困（阳江市慈善会）捐赠 66000 元；2017 年 10 月 那霍老年协会重阳节文体活动（那霍村民委员会）捐赠 2000 元；2017 年 12 月 为弘扬“红十字”精神，支持红十字公益事业（阳江市红十字会）捐赠 30000 元；2018 年 2 月 为弘扬“红十字”精神，支持红十字公益事业（阳江市红十字会）捐赠 30000 元；2018 年 4 月 北惯政府开展第二十八次“全国助残日”活动捐赠 3000 元；2018 年 5 月 赞助大八镇中心小学 10000 元；2018 年 5 月 宣传正能量，网络赞助（阳江市江城区路奇科技有限公司）13000 元；2018 年 6 月 扶贫济困（阳江市慈善会）捐赠 62000 元；（详见第六章组织效益） 合计金额：3166000 元 日期：2016 年-2020 年
110		在哪些方面发挥了引领作用，作出了贡献（可多选）	<input checked="" type="checkbox"/> 新产品开发，填补行业空白 <input checked="" type="checkbox"/> 运营的理念或模式创新 <input checked="" type="checkbox"/> 诚信自律经营 <input checked="" type="checkbox"/> 国际市场拓展 <input type="checkbox"/> 其他：
111		参加社会组织情况（可写多项）	全国：

序号	指标类别	指标表述	指标内容
			<p>社会组织名称：中国五金制品协会 参加者职务：副理事长 参加时间：2014年</p> <p>社会组织名称：中国五金制品协会日用五金分会 参加者职务：副理事长 参加时间：2013.8</p> <p>社会组织名称：中国酒店用品协会 参加者职务：理事单位 参加时间：2019.8</p> <p>社会组织名称：中国刀剪专业委员会机构 参加者职务：副理事长单位 参加时间：2019.10</p> <p>广东省内： 社会组织名称：广东省五金制品协会 参加者职务：执行会长单位 参加时间：2007年2月</p> <p>社会组织名称：广东省机械工程学会 参加者职务：常务理事 参加时间：2006年</p> <p>社会组织名称：广东省制造业协会 参加者职务：常务副会长 参加时间：2014年1月</p> <p>社会组织名称：广东省制造业协会智能制造专业委员会 参加者职务：会员单位 参加时间：2017年9月</p>

序号	指标类别	指标表述	指标内容
			<p>社会组织名称：广东省高新技术企业协会 参加者职务：理事单位 参加时间：2008年</p> <p>社会组织名称：广东省热处理协会 参加者职务：理事单位 参加时间：2012年12月</p> <p>社会组织名称：广东省知识产权保护协会 参加者职务：常务理事 参加时间：2010年1月</p> <p>社会组织名称：广东省老字号协会 参加者职务：会长单位 参加时间：2011年6月</p> <p>社会组织名称：广东省信用协会 参加者职务：副会长单位 参加时间：2009年6月</p> <p>阳江市内： 社会组织名称：阳江市五金刀剪行业协会 参加者职务：常务副会长 参加时间：2006年8月</p> <p>社会组织名称：阳江市知识产权保护协会 参加者职务：副会长单位 参加时间：2018年11月</p> <p>社会组织名称：阳江市节能协会 参加者职务：会员单位 参加时间：2018年9月</p>

序号	指标类别	指标表述	指标内容
			<p>社会组织名称：阳江市信用协会 参加者职务：理事 参加时间：2019年10月</p> <p>社会组织名称：阳江市私营企业协会 参加者职务：副会长 参加时间：</p> <p>社会组织名称：阳江市进出口商会 参加者职务：会长 参加时间：2017年3月</p>
112		其他承担社会责任情况	<p>对中国红十字会新冠肺炎疫情防控工作作出重要贡献，被中国红十字会授予“中国红十字会奉献奖章”；</p> <p>自2008年开始每年积极参与阳江市“红十字博爱送万家”活动；每年北惯政府开展的“全国助残日”活动；广东省630扶贫济困活动；</p>
113		上一年度参加社区活动情况	<p>江城区总工会劳模精神进十八子公司宣讲活动 江城区总工会关爱职工健康专家讲座</p>
114	社会效益	全体员工情况	<p>数量：1289 行业排名：第一名</p>
115		员工平均工作年限	9年
116		上一年度员工人均年收入	60000元
117		近5年员工平均工资涨幅	20%
118		是否为员工缴纳“五险一金”	<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
119		是否采取措施，防治和降低生产经营中排放污染物对环境的危害	<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
120		服务疫情防控和保障产业链供应链稳定情况	<p>具体内容：</p> <p>面对疫情的突发，阳江十八子集团迅速作出反应，2020年1月28日（大年初四），阳江十八子集团响应省市工商联发出的各地民营企业从心出发、量力而行，捐款捐物，强力支援疫情防控阻击战的号召，捐赠一百万元人民币及价值9250元的物资一批给阳江红十字</p>

序号	指标类别	指标表述	指标内容
			<p>会转阳江市人民医院专项抗击新型冠状病毒感染的肺炎疫情救治工作，为阳江人民服务。</p> <p>疫情期间，阳江十八子工贸实业有限公司四间商场正常营业，按政府部门的防控要求，做好员工和顾客的体温检测及登记工作，做好公共场所的消杀毒工作，严格控制防疫期间物品价格，比如：为满足群众需求，商场销售的方便面等食品、餐具等商品没有升价。</p> <p>2020年2月17日，十八子集团在完成复工报备后正式复工。集团公司为复工保障，投入近50万元购置各类防控物资和解决员工复工期间的就餐问题，实行“平稳复工”、“疫情防控”两手抓、两不误的防控措施。提前向每一位员工发布《复工员工疫情防控告知书》、《新型冠状病毒疫情防控工作实施细则》，将防控意识落实到每个人。其次，安排专人每日对上班人员进入厂区、大楼前进行体温检测，定期给员工发放口罩，并要求员工戴口罩，勤洗手，勤消毒；每日对办公室、会议室、电梯、卫生间等重点场所进行预防性消毒；饭堂是抗疫防护的重点区域，为解决员工复工的就餐问题，公司对食堂进行定期消毒，严格实行错峰就餐，降低因人员聚集带来的风险。复工期间，十八子实行了一系列坚实有效防控措施，不仅体现了公司对员工的关爱，同时保障了公司员工的健康和安全，也保障了公司生产安全有序的进行。</p>

阳江十八子集团有限公司文件

18Z [2021] 2号 (C级)

签发: 李积回

关于成立中国质量奖领导小组 与工作小组的通知

公司各中心、部门、分厂:

在集团公司董事会正确的领导下,在各级主管部门的关心支持下,经过全员的共同努力,集团公司获得2019年度省政府质量奖。为追求卓越,实现持续成功,公司拟申报第四届中国质量奖,坚守“做一把好刀”的初心,推动公司质量企业强企战略落地,实现“立足中国,十八子成就世界品牌”质量强国的企业愿景。集团决定从2021年4月2日开始正式启动“中国质量奖”的申报工作。

按照申报工作的计划安排,结合企业实际情况,现决定成立公司中国质量奖领导小组和工作小组,成员名单如下:

一、领导小组

姓名	小组职务	部门	职务
李良辉	顾问	集团公司	董事长
李积回	总指挥	集团公司	总经理
李有维	副总指挥	刀剪公司	总经理
李梦诗	副总指挥	集团公司	副总经理

二、申报工作小组

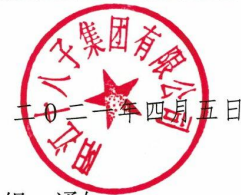
黄远清	组长	刀剪公司	ISO办主任
何玲	副组长	集团办	董事长秘书
曾纪明	副组长	研发中心	总工程师
范椿梅	副组长	集团办	财务总监
李严成	副组长	刀剪公司	经营部经理
张帆	组员	质量科	主管
范志强	组员	品牌科	主管

洪杏爽	组员	传习所	主管
陈丽雅	组员	集团办	文员
冯 苹	组员	品牌科	文员
王丹丹	组员	ISO 办	文员
黎佩莲	组员	集团办	文员

三、现场工作小组

姓名	小组职务	部门	职务
李 发	组长	刀剪公司厂部	厂长
黎 定	副组长	刀剪公司厂部	副厂长
李学均	组员	精密特钢厂	厂长
欧刘带	组员	精密特精铸部	厂长
陈佩月	组员	文化公司	副总
林少丹	组员	子木公司	主管
柯秀香	组员	刀剪公司开发部	主管
何锐记	组员	刀剪公司采购部	主管
黄开放	组员	刀剪公司技术部	主管
刘俐君	组员	刀剪公司仓储部	主管
林显斌	组员	刀剪公司生产部	一车间主管
陈杰荣	组员	刀剪公司生产部	三车间主管
郑 格	组员	刀剪公司采购部	文员
蔡官庭	组员	刀剪公司工艺科	技术员
李秋红	组员	ISO 办	文员

特此通知!



主题词：中国质量奖 领导小组 工作小组 通知

抄 报：董事长、副董事长、董事成员

抄 送：集团公司各相关部门 各相关分公司

阳江十八子集团有限公司

2021年4月5日印发

份数：16份

承诺书

本组织郑重承诺:

一、近5年内无重大质量、安全、环保等事故，无相关违法、违规、违纪行为，未引起重大群体性事件，积极带头履行社会责任。

二、已充分了解中国质量奖相关管理制度、评选程序、规范要求，并严格遵守。不从事可能影响评选公平、公正的活动，自觉维护中国质量奖的严肃性、权威性和独立性。

三、所提交申报材料均由组织本身制作填写，内容真实、准确、有效，并愿意承担相应责任。

四、获得中国质量奖或提名奖后，将从本组织实际出发，制定质量领域新目标，应用质量管理的新理论、新方法，进一步加强质量管理，提升质量水平。

五、获得中国质量奖或提名奖后，将向所在行业 and 全社会积极宣传推广本组织质量管理体系、模式、方法。发挥对产业链上下游的示范引领作用，带动全产业链质量协同提升。

六、获得中国质量奖或提名奖后，将严格按照规定宣传和使用所获荣誉称号，不将中国质量奖用于产品、服务的标识或者产品、服务的质量宣传。

法人代表（签字）:

组 织（公章）:

日 期:



阳江十八子集团有限公司文件

18Z [2021] 3号 (C级)

签发: 李积回

关于阳江十八子申报 第四届中国质量奖的公示

全体股东、全体员工、十八子合作伙伴及相关方:

为贯彻党的十九届五中全会精神,推动质量强国建设,根据国家市场监督管理总局办公厅(市监质函【2021】366号)《市场监管总局办公厅关于开展第四届中国质量奖评选表彰工作的通知》文件要求,阳江十八子集团有限公司满足各项参评条件,现将申报材料《中国质量奖(制造业、服务业、工程建设行业组织)申报表》公示,接受各相关方审核监督,如对申报材料中所述内容有异议的,请在5日内向阳江十八子中国质量领导小组办公室投诉,投诉电话:0662-6600884。

特此通知!

二〇二一年四月二十六日

主题词: 中国质量奖 领导小组 工作小组 通知

抄 报: 董事长、副董事长、董事成员

抄 送: 集团公司各相关部门 各相关分公司

阳江十八子集团有限公司

2021年4月26日印发

份数: 16份(其他通过OA系统发放)