
青岛纺织工程与管理

Qingdao Textile Engineering and Administration

2015 年第六期 (总第 78 期)

青岛市纺织工程学会 主办

锦桥纺织网 协办

qtlei@sina.com

本期目录

论纺织品质量与行业核心竞争力.....	2
标准化战略，提升企业核心竞争力.....	8
技术讲座.....	15
学习园地.....	24

论纺织品质量与行业核心竞争力

陈蓉蓉、王莘蔚、宁程程（辽宁省纤维检验局）

摘要：本文简要分析了我国纺织品质量相关的纺织品出口、我国纺织标准体系现状、加快质量检测体系的建设、构建新型国家纺织品质量保证体系、纺织服装企业应加强自身质量控制及科技进步等问题，并分别提出了建议和对策。

关键词：纺织；质量；保证体系

近年来，中国纺织行业快速发展，中国纺织品质量的国际竞争力明显提高，中国高端纺织服装企业的创新能力和质量水平已经完全具备国际先进水平。同时仍需清醒地看到由于中国现存大量的中小企业和产业集群，其创新能力和质量水平有限，农村人口的消费能力还很低，中低档纺织品在中国仍然有相当大的市场需求，致使中国纺织品存在质量不均衡、个体差异大、质量不稳定等问题。

中国纺织品现存质量问题最直观的原因是生产技术的落后导致商品质量的不合格，这是我国闭关锁国遗留的产物，也是我国综合实力仍较落后使然。其次是质量标准的不完全国际化。国外市场是我国商品出口的终极目的地，然而由于我国制定的质量标准未能完全与世界接轨，我国出口商品时常因质量不达标被拒门外。上述原因是现实使然，不以人的意志为转移，但第三个原因却是某些企业不法的逐利行为引发的，这包括随意减少生产工序降低生产成本、使用廉价原料、企业把关不严等违法行为[1]。我们应尽早找出我国纺织品面临的问题，找出有效的解决办法，提高我国纺织行业的核心竞争力。

我国纺织品出口面临的问题

中国纺织工业出口自 2002 年以来连续高速增长，引起了部分发达国家的不

满和忧虑，贸易保护主义者纷纷指责或敦促本国政府对中国纺织品服装设限，一些国家的政府被迫制定一系列法规限制中国纺织服装进口。近来发生的多起中国出口儿童服装因绳带、小零部件设计不合格，被欧美国家和地区召回的事件，给企业造成了巨大损失，也引起了各有关部门的高度重视[2]某种程度上就反映出质量监督工作效率上存在的问题：经检验出口的服装被召回，不是生产企业没有能力达标，而是对质量风险信息的收集、传达不利。

我国纺织品为何频频遭遇“召回”风波？首先是欧盟等发达国家越来越关注婴幼儿纺织品的安全性。据相关数据显示，针对婴幼儿服装普遍缺乏质量标准的现状，欧美等国制定各类严格的法规对此进行监管。其次是纺织品质量检测越来越重视设计的合理性。如欧盟的 EN14682 就有“固定在服装上的环绳/线圈收紧后，在服装上突出的周长不能超过 7.5cm；环绳/线圈平放时，在服装上固定的两点间的突出长度不能超过 7.5cm”等铭文规定[3]是纺织品“生态环保”成主旋律。随着人们消费意识的不断增强，生态纺织品已经成为国际纺织竞争的新热点，然而我国对绿色纺织品服装的开发起步晚，暂不能完全跟上国际步伐。目前我国众多外贸行业靠“价格战”争得国外采购商的订单，有些企业为了能降低成本，不得不采取极端的行为来加工生产，这样肯定不能保证产品的质量，也更容易使产品在进入外国市场时碰壁造成损失。

纺织品出口频频遭遇召回风波，不但毁坏了我国纺织业的声誉，影响纺织业的国际化进程，还扼制纺织企业的利润增长，真可谓是百害无一利。我国纺织品出口若想一帆风顺，就必须及时掌控国际纺织标准的动态，了解纺织品检测的趋势变化，真正做到“知己知彼百战百胜”。

我国纺织标准体系的现状

目前，我国的纺织标准化工作经过多年的发展，已经从基础标准、方法标

准到产品标准形成了比较完整的体系，特别是近几年随着采标工作的不断完善，纺织部分标准不同程度地采用了国际先进标准，有关术语及检测方法逐步统一，测试数据可比性趋向一致，标准与贸易需求的关联性有所加强。

尽管如此，我们依然能够感觉到，由于国内外纺织品市场快速发展，纺织新技术新设备新工艺不断引进，纺织品质量档次不断提升，对现有标准体制和标准内容提出了新的要求，也暴露了我国纺织标准化工作存在的弊端[4]

一是：我国纺织品标准化体系是建立在原有计划经济体制下的模式，标准的制定以指导生产为主要出发点，技术要求与生产工艺联系较多，个别指标定的过细过死，与后道产品的技术需求联系不够紧密。二是：标准的制定与市场联系较少，品种的覆盖面过窄，考核的指标不够全面，与市场需求存在脱节。三是：标准的制修订速度滞后于产品的发展速度。企业普遍认为标准水平太低，不能合理反映现有纺织产品质量水平，也不利于推进、引导企业技术进步。四是：以前采标的指导思想是结合中国国情，局限于国内当时的设备和工艺条件，忽视了纺织工艺、设备的国际整体水平，与国外标准体系存在一定差距。五是：我国按生产型标准理念制定的标准，参与贸易活动的作用不够明显。例如，面料标准中按染料类别和工艺制定不同的色牢度等级，在贸易交货验收中确定考核依据较为困难。六是：部分标准之间存在不衔接，如上下游标准不衔接，方法标准与产品标准不衔接，标准术语不衔接等，给标准的理解和具体操作带来不便。

针对我国纺织标准化工作存在的弊端，有关部门在制定国家 / 行业标准时，要慎重。在征求广大企业的意见、征求上下游市场的意见、查询国外同类产品技术水平的基础上，考虑了来自不同层面上的声音，本着既要反映共性，又要体现个性的原则，以期更客观的、实际的制定纺织产品的评定等级，即不能盲

目求高求严，也不能过于保护落后，因此，在制订产品标准时即考虑国际水平，又兼顾国内实情。让标准发挥服务的职能，服务于生产、服务于贸易、服务于交货、验收，同时，还要让标准发挥引导企业改进的职能，而不仅仅是约束。

加快质量检测体系的建设步伐

中国是一个纺织品生产大国，同时也是纺织品消费大国，自然也是一个纺织品检测大国。据权威人士估计，目前中国纺织相关检测的市场容量在 20 亿元人民币左右。其中国外检测机构占有约 50% 的份额，国内商检、质检、纤检系统检测机构占 45%，国内民间商业和第三方公正检测仅占 5% 左右[5]国内检测市场的发展空间十分巨大，据抽样调查结果显示，目前国内纺织品市场的产品检测率不足 50%，有大量纺织品未经权威检测就直接进入了流通领域，假如产品检测率提高到 80%，将意味着还有巨大的检测市场空间。从国家有关部门对中国市场抽查的情况看，中国纺织品未经检测流入市场的现象非常普遍。进一步加强产品质量监管，客观上会推动检测行业的发展。随着中国纺织工业的增长，国际贸易环境的变化，以及消费者对纺织品质量、安全性和功能性的更高要求，检测市场将继续呈现快速增长的趋势。

同时，检测是竞争性服务行业，不仅受到权威性和国际互认的挑战，还面临价格和服务质量的竞争。检测机构的权威性和国际互认往往不是短期内能够解决的问题，需要用几十年建立信誉。所以，纺织品检测市场在一段时间内将仍然存在不平等竞争和垄断性竞争现象。随着中国市场经济的不断发展和完善，国家强制性检测、商业检测和委托检测市场蕴含着巨大的商机，但也面临着激烈的市场竞争和权威性挑战。由于在计划经济年代，国内纺织检测市场一直被国家机构垄断，质量技术监督局、进出口检验检疫局和国家纤检局都建有遍布全国的质量检测网络。由于这些检测中心仍然属于国家机构，参照国家机关进

行治理，对产品质量的控制也主要通过市场抽检、行政处罚等强制性手段进行，在国际市场开发和商业化运作方面与国际权威检测机构有一定差距。随着中国纺织国际贸易的发展，中国现有的检测体系已经无法满足国际贸易的需求，难以与国际知名检测机构抗衡。中国国家检验机构的国际化现状客观上为国际商业检测机构在中国的发展创造了难得的机遇。

国际权威检测机构在中国国内的快速发展似乎在唤醒中国政府加快质量检测体系的建设步伐，因此，重新构建与国际接轨的质量检测体系，整合优势，扩大商业检测份额，参与国际检测市场的竞争，是纺织检测行业的发展方向。

构建新型国家纺织品质量保证体系

所谓质量保证体系是指国家采取的一系列质量控制和监督措施、质量法律法规、控制措施以及保证本国生产和销售的产品达到标准的最低要求所采取的手段。如标准与检测体系、质量认证、生产过程质量控制与治理、市场监督机制等等。新型纺织品质量保证体系应该充分发挥市场调节的作用，放开检测市场，加强市场监管，避免不合格产品进入流通领域。

针对质量监督管理工作的各个方面，要运用生产许可证、强制认证、注册备案等手段，严格市场准入。特别是对涉及人身健康和安全的產品，要进一步提高生产许可条件和市场准入门槛，防止违法违规和不合格产品进入市场。开展质量专项整治，整顿和规范市场秩序，打击制售假冒伪劣产品等违法违规活动。要充分发挥消费者监督和社会监督作用，督促企业认真履行“质量三包”制度和缺陷产品召回等责任，维护消费者合法权益。要严格执法，依法打击各种质量违法违规行为，该重罚的要重罚。对触犯刑律的，要坚决追究刑事责任，决不能以罚代刑、一罚了事，要切实做到有法必依、执法必严、违法必究。

纺织服装产品与人们的日常生活密不可分，产品质量的优劣直接影响广大

消费者的生活品质。同时，消费者也是最有发言权的质量监督者。正确引导消费，提高消费者对产品质量的鉴别能力，是建立质量监督长效机制的一个重要环节。在打击假冒伪劣产品的同时，优秀企业的优质产品受到更多消费者的关注。在国家质检总局定期向社会的国家监督抽查公告中，除了对近期产品质量国家监督抽查结果的发布，表扬一批产品质量较好企业、曝光产品质量较差的企业外，还向消费者提供各类消费品的日常选购小常识，引导消费者选购。

纺织服装企业应加强自身质量监控

我国纺织服装企业要借鉴国外大众品牌成熟的运作模式，引导消费者的消费需求——优秀的设计、合理的品质和相对低廉的价格；同时提出企业要重视成本控制，高度关注供应链管理，加强质量体系、色彩管理和社会责任的建设[6] 行业机构帮助企业建立健全的质量体系，加强自身的品质控制，应对未来的市场竞争。

在新一轮的较量中，企业建立专业的生产在线质量监控手段，按照买家的需求监控各项产品指标，以量化结果与客户直接对接，已经成为提升企业竞争力的必然选择。质量管理应贯穿整个产业链，质量管理能力是公司基础管理的能力，只有产品质量+服务质量，才能全面反应质量管理。为了确保产品源头的质量，对供应商的动态管理，除日常管理和考核评估外，还对供应商的质量体系、实验室进行指导和稽核，不断提高供应商自身的质量管理水平。在生产过程中有很多工序流程，可以采取流水卡制度，在每个环节流动前质量控制人员务必确认好产品质量，合格了再往下一工序流动。每个部门把应做的产品做好，由部门质量管理人员检验，合格后随流水卡流入下个部门。此流水卡一直流到包装程序，清晰记录生产人员，以便追究责任。在包装时，产品上要批注生产批次、日期等，以便有何意外可以查清是何批次产品不合格，免得其他产

品受牵连。

科技进步是产品质量的先行导向

加快推进科技成果产业化，加强技术推广活动，更好地发挥科技进步在产品质量中的先行导向和产业支撑作用。加大科技投入，包括设备更新、产品开发的投入，以及组织行业技术推广活动[7]我国纺织全行业的研发投入强度为0.3%，其中1/3的企业达到1%~2%，优秀企业达3%。纺织行业每年都有很多专利产生，骨干企业的技术也在不断提升，技术进步使纺织行业产品质量和竞争力都在不断提高。

从近期国际纺织品贸易的发展趋势来看，中国纺织工业在国际市场上量的增长空间似乎有限，而在质量、创新和快速反应等方面具有后发优势和增长空间[8]。中国政府实施产业升级战略，引导纺织行业转变外贸增长方式是符合国际纺织贸易形势的重大举措。

总之，中国纺织行业的焦点将是：质量、创新、快速反应、环保和社会责任。质量将是核心焦点，质量问题解决了，其他问题也就跟着得到改善。因此，中国纺织行业的质量升级是行业的重要工作目标。中国纺织行业质量全面升级的结果，最终体现在产品科技贡献率和品牌贡献率的提高上，直接表现为中国纺织品的价格提高和国际竞争力的提升上，提高产品整体水平可以改变中国纺织工业以数量取胜的局面。

标准化战略，提升企业核心竞争力

正泰仪表公司

内容摘要：谁掌握了标准的制订权，谁的技术就能成为标准，谁就能够有

效掌握市场竞争的主动权，进而获得最大的利益和生产空间，这早已成为众多企业的共识。正泰仪表公司在标准化的道路上紧紧围绕“恪守标准 规范行为 持续改进 追求卓越”的标准化方针，积极开展企业标准化工作，取得了不俗的成绩。

一、

标准化管理是企业的基础，标准化工作是企业最基础性的工作。为确保企业标准体系的适用性和有效性，公司认真贯彻执行《标准化法》和上级有关标准化的工作方针、政策、法律法规。严格执行国家标准、行业标准，采用国际标准和国外先进标准。

2006年初，正泰仪表正式成立了标准化委员会及技术、管理、工作分委员会。制定企业标准化发展规划，明确近期工作任务和标准化发展的方向。各委员会每年制定企业标准体系工作计划，标准化网络图覆盖整个公司。各部门和制造部均有相应的标准化委员会成员，负责组织宣贯和落实。

在标准化方面实行矩阵式管理模式。从纵向来看，正泰仪表公司根据不同的业务划分了许多业务单元，每个业务单元都设有标准化技术委员会。从横向来看，公司在总部、各单位还专门设有标准化与技术法规部门，负责统一管理和协调不同业务单元的标准化工作。每个业务单元的标准化技术委员会负责研究和协调本业务单元所涉及的技术法规、标准以及合格评定程序，同时还要考虑产品安全、风险管理、能效、电磁兼容性等方面的问题。

通过企业标准化协同网，实现标准、档案信息化管理，发布企业标准化动态及标准化工作指导意见，有效实现了信息化管理并及时为公司技术人员提供标准化信息。促进标准化技术委员会之间的经验交流，避免标准的重复或冲突，从而避免相关业务部门不必要的开支。

公司每年制定专门预算支持标准化工作开展。公司积极参加国家、行业标准的制修订工作，贯彻公司决策者关于“参与制订国家和行业标准是企业赢利模式之一”的思想，积极参与制修订国家与行业标准制定。截止 2007 年 9 月份公司参加并完成了 8 项国际和国家标准的制定和修订。2008 年公司参与国家和行业标准的修订有 8 项，其中确定由仪表公司担任主笔的标准两项，同时公司通过了 3A 标准化良好行为的确认，完成了《硬件设计规范》等 18 个企业技术标准制修订、20 个管理类标准的修订。

在内部制定标准过程中，标准化还随时关注国际标准制定情况，对国际标准与公司有关的项目，公司都会及时跟踪参与并反映其观点意见，同时根据国际标准的变化，及时调整其产品研发。其中产品生命周期管理流程与技术法规和标准化流程是紧密联系的，标准化部门会对产品生命周期的每个阶段所涉及的标准及需要制定的标准进行分析，以确保产品与标准的一致性。

在竞争同质化趋向日渐显现的商业生态下，企业要想获取核心竞争力，标准化战略应该是企业推崇的首选战略。

六年多来，共收集相关国家、行业标准 1057 项，制修订《外包装箱技术规范》、《智能电能表导线组合规范》、《紧固件进厂检验规范》企业技术标准 59 项，在发布标准的同时，积极组织员工学习，防止标准束之高阁。开展标准的执行情况进行检查，针对存在问题制定整改措施并进行有效性确认。将技术活动的规范和准则及标准纳入到标准体系中，促进企业产品开发创新、加速技术改造和提高经济效益，企业标准化活动有效进行。

公司企业标准体系的建立和运行符合 GB/T 15496-2003《企业标准体系 要求》、GB/T 15497-2003《企业标准体系技术标准体系》、GB/T15498-2003《企业标准体系管理标准和工作标准体系》等国家标准，及时将国家最新标准纳入

企业技术标准体系，不断完善技术标准体系。

经过几年的努力，目前正泰仪表公司产品完全符合国家标准、国家电网公司有关智能电表系列标准、南方电力相关标准及电力/机械行业标准，采标率 100%（采标是采用国际标准和国外先进标准的简称）。近几年，正泰仪表积极参与国际、国家、行业标准制修订工作，目前参与国际标准制修订 3 项，国家、行业标准 52 项。

2005 年成为首批浙江省技术标准战略企业试点单位，2008 年通过 AAA 级标准化良好行为企业，荣获浙江省创新性企业、高新技术企业、国家火炬计划重点高新技术企业、正泰智能电表省级高新技术企业研究开发中心。

二、

标准化是科技成果转化为生产力的桥梁，没有标准化，就难以形成生产的规模化和增强产业竞争实力。标准化水平的高低，不仅是衡量企业核心竞争力的重要指标，也是衡量一个国家、一个地区产业竞争实力的重要指标。

市场推动标准，标准规范市场。一个企业制订出国家行业标准，理所当然地成为最大受益者。一方面反映企业在国内同行业中拥有的地位，同时对于公司开发新产品，获得更快发展将有巨大推动作用。

2007 年，正泰仪表公司送样的 ZT-G4S 宽量程燃气表委托德国 DVGW 实验室检测进行的最后一项甲苯辛烷实验获得通过，8000 小时的超长寿命耐久性也在 NMI 实验室试验通过。

至此，正泰自主研发生产的燃气表通过 EEC 标准、国际法定计量组织 OIMLR31-1995 标准、荷兰国家标准，欧盟 EN1359: 1998/A1: 2006、2004/22/EC（MID）标准认证，成为国内燃气表行业首家获得国际权威的五个认证证书。

在国际知名试验室突破 8000 小时的耐久性测试的，带来的，不仅是一个个

重要历史时刻，更是作为企业在行业标准化舞台上的新生力量，从标准的跟随者、参与者到被邀请者，主动制订者，展示企业自身力量的增强。

突破带来的，不仅是一个个重要历史时刻，更是作为标准化舞台上的新生力量，企业在行业、乃至国家标准上的话语权不断增强。

2009年6月，公司受邀参加了在北京由中国计量协会燃气表工作委员组织的燃气表国家标准起草专题会议。

8月，膜式燃气表国家标准修编工作组会议在重庆召开，公司作为参与起草标准修订的主要厂家参加了本次会议。

会上，公司提出了标准起草修订应以欧盟国际上最先进的适用性很强的以EN1359为修订标准的主要参考蓝本及纲领，覆盖OIML R137的膜式表的适用条款的建议，并提出增加“平均环境温度变化每8小时 $\leq 2^{\circ}\text{C}$ ，且每小时 $\leq 0.5^{\circ}\text{C}$ ”，检验项目增加“老化测试”型式评价项目，EN1359 7.3.4；出厂检验、首检都应当检“计量稳定性”，耐老化实验等影响产品质量的重要技术指标的十几条标准修改建议，会议均采纳。

在其它产品领域的标准化起草方面，正泰仪表也发出了自己的声音。

公司主笔起草《安装式数字显示电测量仪表》系列标准中，结束了国内没有安装式数显电测量仪表没有标准的历史，并通过创新性工作提高了技术门槛。在该标准起草中，公司创造性地提出了三点要求：一是选用 $\Delta = \pm (a\%U_x + b\%U_m)$ 作为误差表达式，在国内外首次明确了相对项系数a与固定项系数b的关系，并根据多个国内主要厂家的试验验证情况，首次明确了 $a \geq 4b$ 的规定，根据该类仪表的实际使用情况，增加(a+b)为仪表的准确度等级指数。不仅提高了技术指标，彻底纠正生产厂各取所需的确定a与b的关系和等级指数的不规范行为；二是依据仪表的实际应用环境分析，首次在标准中对该类仪表提出明确全面的

电磁兼容性要求；三是对比 GB/T 7676.1 标准，本标准在机械要求中增加了耐热和阻燃、防水和防尘与气候的试验要求（包括高温、低温和交变湿热），并在标准在机械要求中的规定将引导仪表制造商采用新的结构件，从而提高了仪表的可靠性和稳定性。

浙江日报刊登过发生在“正泰仪器仪表”发生的一个实例。在参与起草制订《2级和3级静止式交流无功电能表》国家标准过程中，公司坚持把国内少数仪器仪表生产企业能够做到的电能功率消耗标准等作为重要的一条写入国家标准，从而提高了市场准入门槛。该标准一出台，国内数十家达不到标准的企业退出了仪器仪表主流市场，转而调整生产体系。而“正泰仪器仪表公司”抢占了用技术标准抢占市场竞争的先机，企业的规模、技术和管理在短期内成了仪器仪表生产行业的“标杆”。

一流公司卖标准，二流公司卖技术，三流公司卖产品，参与制订标准本身就是对企业技术实力的认可。

三、

世界 500 强企业之所以强大，一个重要的原因是它们大都是行业标准或国际标准的“领头羊”。它们通过标准化产品的广泛应用，推行着事实上的全球标准，推动人们的消费时尚逐渐国际化，进而称雄于国际市场。

现在是全球市场，中国产品要参与全球竞争，必须参与国际标准制定，因为标准是一个规划和分割市场的过程，不参与这个竞争，就只能永远处于产业末端，地位很难改变。”

2004 年，正泰仪表公司主办了国内电工仪表领域行业部门高标准、高品质，唯一、真正被电工仪表领域行业人士认可的，专业人士齐聚的“全国电工仪器仪表标准化技术委员会第三届二次会议如期举行。

2009年，正泰仪表公司接到通知，作为国际电工 IEC/TC85 工作组成员，应邀参加 9 月在德国法兰克福召开的年度会议，并参加 MT19—《电量变送器》(IEC 60688) 等标准的讨论。这是温企第一次参与 IEC 标准的制定。

公司参与的标准化涉及的广度和深度也持续提升，技术人员参与的标委会成员的数量比例也在壮大，邀请参加的会议的频次和层次也在增加和提高。

公司承担中国机械工业标准化技术协会理事单位、中国仪器仪表行业协会常务理事、电工仪器仪表协会副理事长单位、中国仪器仪表学会管理科学学会副理事长单位。

行业、国家乃至国际标准中，都可以见到正泰人的身影；公司有 8 名工程师分别为中国机械工业标准化技术协会、SAC/TC104、SAC/TC104/SC1 等分会委员。

任殿义，TC124 全国工业过程测量和控制标准化技术委员会 SC1 委员，编制产品标准和技术文件数十篇，设计图纸近千张。

刘得新，全国电工仪器仪表标准化技术委员会电工和电磁测量设备分技术委员会副主任委员。2001 年加盟正泰仪表公司后，曾参与多项国际标准、国家及行业标准制的修订。他对 IEC60688 这项国际标准提供了多项意见与建议，全部被采纳。

在一次国际标准化会议上，欧、美等发达国家代表祝贺正泰仪表的同事也参与了标准的修订，并对提出的标准修订内容感到很高兴时说，你们参与的热情度和人数也越来越多，这就是你们公司技术实力的有力证明。

经过几年坚持不懈地发展，公司已不再是一个技术标准的跟随者，而是积极主持、参与制修订国内外标准的主笔者。从地方标准到行业标准，从国家标准到国际标准。参加这些标准的起草也给公司带来了良好的经济效益和社会效

益。

2009 年获得浙江省首批标准创新型企业，浙江省财政厅、浙江省质量技术监督局下发的“关于下达 2009 年度标准化战略专项资金的通知”，正泰仪表公司参与制修订国家标准 GB/T17215.311-2008 《交流点测量设备 特殊要求 第 11 部分：机电式有功电能表（0.5、1 和 2 级）》获得资金补助 12 万元。

2012 年 10 月，浙江正泰仪器仪表有限责任公司总工程师刘得新，被国际电工技术委员会（IEC）授予最高荣誉——“IEC1906 奖”。这也是我国电工仪器仪表行业人士在国际电子技术领域获得的首次大奖，成为我国首位在电子仪器仪表获得 IEC 肯定的专家。

此项荣誉的获得，不仅体现我国在电工仪器仪表领域的国际化工作得到了国际上的认可，同时也提升了我国在世界标准化领域的国际地位，也极大地提升了企业的软实力。

后记：拿破仑最引以为傲的不是他的赫赫战功，而是他主导制定的《法国民法典》；秦始皇的伟大成就也不在于修筑了万里长城，而是统一了中国的度量衡。源远流长的标准化为人类文明的发展提供了重要的技术保障。当今世界，标准化水平已成为各国各地区核心竞争力的基本要素。一个企业，乃至一个国家，要在激烈的国际竞争中立于不败之地，必须深刻认识标准对国民经济与社会发展、对企业生存的重要意义。

技术讲座

中国企业的成长需要培育核心能力（一）

第一讲 什么是核心竞争力

1. 中国企业在竞争中的地位

随着中国加入世界贸易组织，企业广泛参与国际竞争，中国企业面对的是和强大的跨国公司的竞争。从当前的情况来看，中国企业普遍比较弱小，无论规模还是技术、管理上都和跨国公司存在着较大的差距。汽车产业和美国、日本的技术差距近 10 年，计算机芯片制造技术也相差 10~15 年，再从化工等企业的竞争状况来看，与先进国家相比更是相距甚远。制药业，特别是西药制药业，我们现在几乎没有独立开发能力。面对跨国公司大举进入，许多企业管理上不去，技术上比较落后，处于一种很不利的竞争地位。

2. 如何应对竞争

面对竞争不少人提出各种各样的对策，从当前的研究来看，企业要很快适应这种形势，必须从培育和提升企业的核心竞争力着手。建立企业核心能力的目的，就是要打破落后的经营机制，使企业提高国际竞争力，并维护长期竞争优势。只有重视和加速培育自己的核心能力，才能迅速成长壮大，提高市场竞争力。

核心能力的涵义：核心能力是具有摧毁力量的企业竞争力。

核心竞争力就是企业所拥有的，存在于具体产品和业务背后的，能够给企业带来竞争优势的能力。从这个概念中可以看出，企业的核心能力是隐藏在许多具体的产品和业务背后，是很难直接观察到的。企业往往在一个统一的品牌下设有多个事业部，或者成为业务群组，比如 TCL 集团就包括家电产业、信息产业、通信产业和电工产业。在每个事业部之下，往往会有多个产品。这些都是人们能够看得到的，而企业的核心竞争力是在品牌、业务和产品之后的，它

可能对某几个产品具有一定的贡献，也可能对整个企业的运营起着支撑作用。

企业在制定发展战略的时候，往往从可以看得见的业务和产品出发，比如开发新的适销产品、降低产品生产成本、为产品定位并制定合适的价格、通过广告宣传产品等等。但这样的战略只能在短期内产生一定的效果，对于企业持续的发展帮助并不大。真正为企业的持续发展做出贡献的是隐藏在业务和产品背后的核心竞争力。因为核心竞争力是企业发展的根本动力，只要有独特的有价值的核心竞争力，企业就可以开发新的业务和产品。企业的核心能力具有持久性、不可复制性和延展性，就像 20 世纪上半叶发明的原子弹一样，在市场竞争中具有不可抗御的杀伤力。

企业核心能力是美国人在 20 世纪 90 年代初正式提出来的，而实际运作是日本最为有效。日本为了赶上欧美国家的企业，十分注重企业核心能力的培育和提升，他们抓住了关键，首先赢得了成功。

【案例】

20 世纪七八十年代日本企业曾凭借它们的核心能力击败了称霸世界的美国企业。最有名的企业如本田、丰田、佳能、NEC、夏普等公司。这些企业不仅抢占了美国在世界市场的份额，而且占领了美国本土的广大市场，使美国朝野为日本企业的强大竞争力而震惊，不得不慎重研究对付日本企业——他们从培养自己的核心能力入手，大胆削减企业经营范围，整顿企业组织，优化核心技术，提高企业核心价值观，经过不懈地努力，终于在 20 世纪 90 年代重新夺回优势地位。

核心能力是一种扎根于企业组织内部的、能获得超额收益和能够不断使自己立于一种竞争优势地位的一种能力。它实际上是一种企业的巨大战略资源，有了这样的能力，企业就可以从小到大，有力地抢占市场，最后赢得超额收益。

核心能力的培育，就是要抓住企业竞争中最关键、最有实质性的问题来施展自己的方法和机制，通过这种方法和机制，确实把自己的能力提升到一个前所未有的高度。核心能力是企业独占的资产，这种资产可以给企业带来比某一项技术创新或者某一项改革更大的收益，它是一个持久的竞争力。

核心能力的特征

核心能力具备三性：拓展性、持久竞争性、不可复制性。

总体来说就是企业拥有竞争力的知识性。

在知识经济时代，竞争力主要体现为企业可经营的知识含量，竞争力既要有知识，还要会经营。市场接受程度，顾客认可程度，都是衡量企业是否具有核心竞争力的标准。有些企业不乏高新技术，但是不能够让顾客认可，这种价值不能符合顾客的需要，所以我们不能认为它具有了核心竞争力。企业核心技术不能够等价于企业的核心能力。

究竟什么是企业的核心竞争力？美国能力专家潘汉尔德和哈默把核心能力比作企业竞争优势之树的根，由能力之根生长出核心产品，再由核心产品到各经营单位生产出各种最终产品。多种经营的企业就好比是一棵大树，树干和树枝是核心产品，较小的树枝是经营单位，而树叶、花、果实则是最终产品。树的根系则提供了大树所需的营养，大树的稳定性就是核心能力。

【案例】

本田公司的核心能力主要在发动机传动系统方面的核心技术专长，它不但生产出独具竞争力的核心产品本田摩托车（省油、易发动、易加速、噪音小、成本低），而且扩展到小汽车、外用发动机、扫雪车、轿车、田间耕作机、割草机、四轮车、节能车等。

索尼公司凭借其小型化核心能力，生产出各种各样的家用电器、音像产品。

美国联邦捷运和麦当劳公司的核心能力表现在独具特色的服务上。

佳能公司利用其在光学镜片、成像技术和微处理器控制技术方面的核心能力，使其成功地进入了复印机、激光打印机、照相机、成像扫描仪、传真机等20多个领域。

松下（J V C）公司在录像机行业建立起全球性领先地位，其核心能力则是机电一体化技术、视频显示器技术、生物工程和微电子技术。

夏普公司利用其在平面屏幕相关能力上的领先地位和液晶显示技术，进入了笔记本电脑、便携式电脑、微型电视、液晶投影电视等多个领域。

中国企业如果能够抓住这个关键问题，那么就会使小企业变成大企业，提升企业的核心竞争力。中国的海尔可以说已经具有了一定的国际竞争力，它就是通过培育企业核心能力，抓住关键问题而快速成长起来的。

国内外的优秀案例，都是提升企业核心竞争力的最好范例。核心能力就像是一颗从树根长到干，再长到开花和结果一样的渐进过程，是一步一步向前推进的。

【本讲总结】

面对激烈的市场竞争，如何培育和企业的核心能力是中国企业亟待解决的问题。通过本讲介绍的国内外成功案例，使你对提高企业的核心能力的重要性有更加深刻的认识，核心能力的培育好像是一颗树从根长到干，再长到开花和结果一样的渐进过程。

第二讲 为什么要培育核心竞争力

提高企业市场竞争位势

1.位势

战争中，军队都喜欢抢占制高点，制高点就代表一种位势，也就是地位形

势的简称。商战中也是这样，企业在市场竞争中也需要占领优越的地位和提高自己的竞争优势，所以位势对企业依然十分重要。

2.品牌

品牌代表了企业的位势，有了好的品牌就有比较高的地位，就有比较高的竞争优势。

【案例】

海尔是一个人所共知的名牌，它不仅是一个名牌产品，而且代表了一种竞争优势。海尔电冰箱销售很好，海尔洗衣机、海尔空调器、海尔电视机之所以都能够顺利打开市场，就是因为海尔品牌已经占领了很好的位势。这个位势是一种无形资产，有了这样的位势，企业的销售利润就会倍增。

3.营销渠道

市场营销渠道也是一种位势，有了好的营销渠道就能有效地推销产品，但营销渠道不是短时间就能开拓的，而是需要长时期的不断拓展。通过培育核心能力和提高核心竞争力，营销渠道才能构成特定的位势。

4.跨国公司的“垄断优势”

现在跨国公司大举进军国际市场，首先是通过位势来实现的。它的位势包括以下几个方面：

垄断优势。跨国公司开发的先进技术，市场上还没有多少家企业可以与之抗衡，这样它就可以获得垄断利润。这个垄断利润来源于它的技术优势和品牌优势，所以它的价位定的高，获得的利润就多。

区位优势。跨国公司到某国去投资首先注重该国的区位，包括：交通、人文景观、社会环境、投资环境……这些位势决定了跨国公司有独到的竞争力。

【案例】

改革开放初期跨国公司都愿意到中国沿海特别是上海、深圳这些地方投资，因为这里的投资环境好，水陆交通便利，对打开中国市场、同别的跨国公司竞争有一种客观的地域优势。

所以区位优势是一种特殊的位势，它可以使跨国公司节省成本，创造低廉的产品价位优势，进而去占领国际市场。

内部一体化优势。跨国公司都有许多子公司，子公司和总部之间实行内部一体化管理，各个子公司之间由总部统一定价、统一核算，这种内部化优势也是一种特殊的位势，别的企业很难达到。跨国公司利用这种优势打击新的进入者，逃税避税。

国内企业如何提高自己的竞争位势是值得研究的。要提高竞争位势，只模仿不行，关键是要打造企业核心能力，提升企业核心技术专长。

使企业获得超额收益

企业不仅想获得高于平均利润的利润，而且也想永远占有这种超额收益。但是一般的企业没有核心能力就不可能达到，超额收益与其说是一般竞争的结果，不如说是核心能力达到一定层次的客观表现。跨国公司的垄断利润实际就是一种超额收益，在能力理论里这叫垄断租金或超额租金，这一部分利润就是通过新技术开发，新产品上市，降低成本抬高价格获得的。

1.实现“用户看重的价值”

如何实现超额利润？超额利润不是以企业的意志为转移的，而是要看市场上对产品的价格能否接受，顾客就是上帝。提高用户所看重的价值，就是提高市场竞争位势，提高企业的超额收益的一个重要途径。

【案例】

丰田汽车的口号是“有路必有丰田车”。说明丰田的市场很大，但丰田竞争

力的提高是提高用户所看重的价值，比如省油、车况稳定、价格低廉。这些价值让用户满意，那么用户就买你的产品。

2.企业的内部能力

企业内部能力、资源和知识的积累，是企业获得超额收益和保持企业竞争优势的关键。

企业的能力上不去，资源也不够，特别是知识积累达不到一个档次，想获得超额收益是办不到的，企业的超额收益还得从核心能力出发寻找出路。

3.提高成本效率

企业要想获得高的利润必须降低成本，降低成本有这样几种途径值得借鉴：

◆提高规模效应

现在企业规模都很小，像我国前几年汽车行业有几百家大大小小的汽车企业，还不如日本或者美国一家企业的销售量。如何能够降低成本，任何企业都要遵从规模效益理论，即产品成本是随着产量增高和规模扩大而降低。就是说我们的规模效益是通过扩大企业规模和提高产品产量来降低产品成本的。

◆通过技术创新改变产品结构

任何产品都是刚生产出来成本很高，通过技术创新变得既简单又省原材料，性能又好，这样成本就低了。

◆加强企业管理

国内企业成本高的关键问题就是管理上不去，仓库管理，原材料采购，企业的生产管理等环节造成了企业的极大的浪费。企业成本降不下来，企业的竞争力就上不去。所以在培育企业核心能力的过程中，必须通过加强管理，降低成本来实现企业的目标。

◆营销渠道

营销渠道也是降低成本的很重要的方面，如果订货采购价格比较低，成本就会相应地降低。现在一些企业为什么特别注重和批发商、销售商、采购商搞好关系，原因就在于这样可以降低成本。

维持企业长期竞争优势

维持企业长期的竞争优势主要通过以下方式：

核心能力难于仿制 组织设计 防止知识扩散的机制 先进的价值观

◆核心能力难于仿制

企业核心能力大小源于企业可经营知识的多少。知识越丰富，越不容易被别人学到，越有利于竞争优势的长期巩固。企业的竞争力是丰富知识含量的一种表现，进入知识经济时代，只有增加知识含量，企业核心竞争力才会长期巩固。

◆组织设计

企业组织形式在不断的变化，一定的组织形式就代表一定的竞争能力，组织设计是提高企业核心能力的一个很重要的途径。

◆防止知识扩散的机制

企业核心能力所以能够维持长久的竞争优势，就是因为企业具备一种防止知识扩散的机制。企业内部管理锁定机密，可以通过申请技术专利的途径进行保护。跨国公司管理中制定了防止技术扩散机制，叫技术模块，把最核心的技术做在模块里，使得其他用户只会应用而不会学到，这也是核心能力能够保存的一个办法。

◆先进的价值观

长久的核心能力竞争优势，还得靠先进的企业价值观来维系。因为先进的价值观与企业文化有一种[历史](#)性联系，它是企业在特定环境条件下产生的文化，

学一种技术容易，学一种企业文化是极难的。

【案例】

丰田是具有核心能力的世界知名企业，丰田汽车的竞争力是在困难中脱颖而出的。两次石油危机把美国企业搞得狼狈不堪，汽车的销路受到了很大影响，由于日本本土资源缺乏，丰田不得不从节省资源考虑，发明了即省油又成本低的汽车。1979年美国小汽车销售比上年下降了10%，1980年再下降21%，许多企业破产。1980年日本汽车占领美国21%的市场。

丰田这个案例告诉我们，现代企业要提高自己的竞争力，必须适应环境。逆境能够诞生出平时我们所掌握不了的特殊的能力。

【本讲总结】

核心能力能巩固和发展企业的竞争优势，使企业适应市场环境变化，保持长期稳定的发展。提高企业的竞争位势，打造企业的品牌，增加企业知识含量，提高企业管理水平，参与国际联盟，这些都是形成企业核心能力的有效途径。

(未完待续)

学习园地

国务院关于印发深化标准化工作改革方案的通知

国发[2015]13号

各省、自治区、直辖市人民政府，国务院各部委、各直属机构：

现将《深化标准化工作改革方案》印发给你们，请认真贯彻执行。

国务院

2015年3月11日

深化标准化工作改革方案

为落实《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》、《国务院机构改革和职能转变方案》和《国务院关于促进市场公平竞争维护市场正常秩序的若干意见》（国发〔2014〕20号）关于深化标准化工作改革、加强技术标准体系建设的有关要求，制定本改革方案。

一、改革的必要性和紧迫性

党中央、国务院高度重视标准化工作，2001年成立国家标准化管理委员会，强化标准化工作的统一管理。在各部门、各地方共同努力下，我国标准化事业得到快速发展。截至目前，国家标准、行业标准和地方标准总数达到10万项，覆盖一二三产业和社会事业各领域的标准体系基本形成。我国相继成为国际标准化组织（ISO）、国际电工委员会（IEC）常任理事国及国际电信联盟（ITU）理事国，我国专家担任ISO主席、IEC副主席、ITU秘书长等一系列重要职务，主导制定国际标准的数量逐年增加。标准化在保障产品质量安全、促进产业转型升级和经济提质增效、服务外交外贸等方面起着越来越重要的作用。但是，从我国经济社会发展日益增长的需求来看，现行标准体系和标准化管理体制已不能适应社会主义市场经济发展的需要，甚至在一定程度上影响了经济社会发展。

一是标准缺失老化滞后，难以满足经济提质增效升级的需求。现代农业和服务业标准仍然很少，社会管理和公共服务标准刚刚起步，即使在标准相对完备的工业领域，标准缺失现象也不同程度存在。特别是当前节能降耗、新型城镇化、信息化和工业化融合、电子商务、商贸物流等领域对标准的需求十分旺盛，但标准供给仍有较大缺口。我国国家标准制定周期平均为3年，远远落后于产业快速发展的需要。标准更新速度缓慢，“标龄”高出德、美、英、日等发

达国家 1 倍以上。标准整体水平不高，难以支撑经济转型升级。我国主导制定的国际标准仅占国际标准总数的 0.5%，“中国标准”在国际上认可度不高。

二是标准交叉重复矛盾，不利于统一市场体系的建立。标准是生产经营活动的依据，是重要的市场规则，必须增强统一性和权威性。目前，现行国家标准、行业标准、地方标准中仅名称相同的就有近 2000 项，有些标准技术指标不一致甚至冲突，既造成企业执行标准困难，也造成政府部门制定标准的资源浪费和执法尺度不一。特别是强制性标准涉及健康安全环保，但是制定主体多，28 个部门和 31 个省（区、市）制定发布强制性行业标准和地方标准；数量庞大，强制性国家、行业、地方三级标准万余项，缺乏强有力的组织协调，交叉重复矛盾难以避免。

三是标准体系不够合理，不适应社会主义市场经济发展的要求。国家标准、行业标准、地方标准均由政府主导制定，且 70% 为一般性产品和服务标准，这些标准中许多应由市场主体遵循市场规律制定。而国际上通行的团体标准在我国没有法律地位，市场自主制定、快速反映需求的标准不能有效供给。即使是企业自己制定、内部使用的企业标准，也要到政府部门履行备案甚至审查性备案，企业能动性受到抑制，缺乏创新和竞争力。

四是标准化协调推进机制不完善，制约了标准化管理效能提升。标准反映各方共同利益，各类标准之间需要衔接配套。很多标准技术面广、产业链长，特别是一些标准涉及部门多、相关方立场不一致，协调难度大，由于缺乏权威、高效的标准化协调推进机制，越重要的标准越“难产”。有的标准实施效果不明显，相关配套政策措施不到位，尚未形成多部门协同推动标准实施的工作格局。

造成这些问题的根本原因是现行标准体系和标准化管理体制是 20 世纪 80 年代确立的，政府与市场的角色错位，市场主体活力未能充分发挥，既阻碍了

标准化工作的有效开展，又影响了标准化作用的发挥，必须切实转变政府标准化管理职能，深化标准化工作改革。

二、改革的总体要求

标准化工作改革，要紧紧围绕使市场在资源配置中起决定性作用和更好发挥政府作用，着力解决标准体系不完善、管理体制不顺畅、与社会主义市场经济发展不适应问题，改革标准体系和标准化管理体制，改进标准制定工作机制，强化标准的实施与监督，更好发挥标准化在推进国家治理体系和治理能力现代化中的基础性、战略性作用，促进经济持续健康发展和社会全面进步。

改革的基本原则：一是坚持简政放权、放管结合。把该放的放开放到位，培育发展团体标准，放开搞活企业标准，激发市场主体活力；把该管的管住管好，强化强制性标准管理，保证公益类推荐性标准的基本供给。二是坚持国际接轨、适合国情。借鉴发达国家标准化管理的先进经验和做法，结合我国发展实际，建立完善具有中国特色的标准体系和标准化管理体制。三是坚持统一管理、分工负责。既发挥好国务院标准化主管部门的综合协调职责，又充分发挥国务院各部门在相关领域内标准制定、实施及监督的作用。四是坚持依法行政、统筹推进。加快标准化法治建设，做好标准化重大改革与标准化法律法规修改完善的有机衔接；合理统筹改革优先领域、关键环节和实施步骤，通过市场自主制定标准的增量带动现行标准的存量改革。

改革的总体目标：建立政府主导制定的标准与市场自主制定的标准协同发展、协调配套的新型标准体系，健全统一协调、运行高效、政府与市场共治的标准化管理体制，形成政府引导、市场驱动、社会参与、协同推进的标准化工作格局，有效支撑统一市场体系建设，让标准成为对质量的“硬约束”，推动中国经济迈向中高端水平。

三、改革措施

通过改革，把政府单一供给的现行标准体系，转变为由政府主导制定的标准和市场自主制定的标准共同构成的新型标准体系。政府主导制定的标准由 6 类整合精简为 4 类，分别是强制性国家标准和推荐性国家标准、推荐性行业标准、推荐性地方标准；市场自主制定的标准分为团体标准和企业标准。政府主导制定的标准侧重于保基本，市场自主制定的标准侧重于提高竞争力。同时建立完善与新型标准体系配套的标准化管理体制。

（一）建立高效权威的标准化统筹协调机制。建立由国务院领导同志为召集人、各有关部门负责同志组成的国务院标准化协调推进机制，统筹标准化重大改革，研究标准化重大政策，对跨部门跨领域、存在重大争议标准的制定和实施进行协调。国务院标准化协调推进机制日常工作由国务院标准化主管部门承担。

（二）整合精简强制性标准。在标准体系上，逐步将现行强制性国家标准、行业标准和地方标准整合为强制性国家标准。在标准范围上，将强制性国家标准严格限定在保障人身健康和生命财产安全、国家安全、生态环境安全和满足社会经济管理基本要求的范围之内。在标准管理上，国务院各有关部门负责强制性国家标准项目提出、组织起草、征求意见、技术审查、组织实施和监督；国务院标准化主管部门负责强制性国家标准的统一立项和编号，并按照世界贸易组织规则开展对外通报；强制性国家标准由国务院批准发布或授权批准发布。强化依据强制性国家标准开展监督检查和行政执法。免费向社会公开强制性国家标准文本。建立强制性国家标准实施情况统计分析报告制度。

法律法规对标准制定另有规定的，按现行法律法规执行。环境保护、工程建设、医药卫生强制性国家标准、强制性行业标准和强制性地方标准，按现有

模式管理。安全生产、公安、税务标准暂按现有模式管理。核、航天等涉及国家安全和秘密的军工领域行业标准，由国务院国防科技工业主管部门负责管理。

（三）优化完善推荐性标准。在标准体系上，进一步优化推荐性国家标准、行业标准、地方标准体系结构，推动向政府职责范围内的公益类标准过渡，逐步缩减现有推荐性标准的数量和规模。在标准范围上，合理界定各层级、各领域推荐性标准的制定范围，推荐性国家标准重点制定基础通用、与强制性国家标准配套的标准；推荐性行业标准重点制定本行业领域的重要产品、工程技术、服务和行业管理标准；推荐性地方标准可制定满足地方自然条件、民族风俗习惯的特殊技术要求。在标准管理上，国务院标准化主管部门、国务院各有关部门和地方政府标准化主管部门分别负责统筹管理推荐性国家标准、行业标准和地方标准制修订工作。充分运用信息化手段，建立制修订全过程信息公开和共享平台，强化制修订流程中的信息共享、社会监督和自查自纠，有效避免推荐性国家标准、行业标准、地方标准在立项、制定过程中的交叉重复矛盾。简化制修订程序，提高审批效率，缩短制修订周期。推动免费向社会公开公益类推荐性标准文本。建立标准实施信息反馈和评估机制，及时开展标准复审和维护更新，有效解决标准缺失滞后老化问题。加强标准化技术委员会管理，提高广泛性、代表性，保证标准制定的科学性、公正性。

（四）培育发展团体标准。在标准制定主体上，鼓励具备相应能力的学会、协会、商会、联合会等社会组织和产业技术联盟协调相关市场主体共同制定满足市场和创新需要的标准，供市场自愿选用，增加标准的有效供给。在标准管理上，对团体标准不设行政许可，由社会组织和产业技术联盟自主制定发布，通过市场竞争优胜劣汰。国务院标准化主管部门会同国务院有关部门制定团体标准发展指导意见和标准化良好行为规范，对团体标准进行必要的规范、引导

和监督。在工作推进上，选择市场化程度高、技术创新活跃、产品类标准较多的领域，先行开展团体标准试点工作。支持专利融入团体标准，推动技术进步。

（五）放开搞活企业标准。企业根据需要自主制定、实施企业标准。鼓励企业制定高于国家标准、行业标准、地方标准，具有竞争力的企业标准。建立企业产品和服务标准自我声明公开和监督制度，逐步取消政府对企业产品标准的备案管理，落实企业标准化主体责任。鼓励标准化专业机构对企业公开的标准开展比对和评价，强化社会监督。

（六）提高标准国际化水平。鼓励社会组织和产业技术联盟、企业积极参与国际标准化活动，争取承担更多国际标准组织技术机构和领导职务，增强话语权。加大国际标准跟踪、评估和转化力度，加强中国标准外文版翻译出版工作，推动与主要贸易国之间的标准互认，推进优势、特色领域标准国际化，创建中国标准品牌。结合海外工程承包、重大装备设备出口和对外援建，推广中国标准，以中国标准“走出去”带动我国产品、技术、装备、服务“走出去”。进一步放宽外资企业参与中国标准的制定。

四、组织实施

坚持整体推进与分步实施相结合，按照逐步调整、不断完善的方法，协同有序推进各项改革任务。标准化工作改革分三个阶段实施。

（一）第一阶段（2015-2016年），积极推进改革试点工作。

——加快推进《中华人民共和国标准化法》修订工作，提出法律修正案，确保改革于法有据。修订完善相关规章制度。（2016年6月底前完成）

——国务院标准化主管部门会同国务院各有关部门及地方政府标准化主管部门，对现行国家标准、行业标准、地方标准进行全面清理，集中开展滞后老化标准的复审和修订，解决标准缺失、矛盾交叉等问题。（2016年12月底前完

成)

——优化标准立项和审批程序，缩短标准制定周期。改进推荐性行业和地方标准备案制度，加强标准制定和实施后评估。(2016年12月底前完成)

——按照强制性标准制定原则和范围，对不再适用的强制性标准予以废止，对不宜强制的转化为推荐性标准。(2015年12月底前完成)

——开展标准实施效果评价，建立强制性标准实施情况统计分析报告制度。强化监督检查和行政执法，严肃查处违法违规行为。(2016年12月底前完成)

——选择具备标准化能力的社会组织 and 产业技术联盟，在市场化程度高、技术创新活跃、产品类标准较多的领域开展团体标准试点工作，制定团体标准发展指导意见和标准化良好行为规范。(2015年12月底前完成)

——开展企业产品和服务标准自我声明公开和监督制度改革试点。企业自我声明公开标准的，视同完成备案。(2015年12月底前完成)

——建立国务院标准化协调推进机制，制定相关制度文件。建立标准制修订全过程信息公开和共享平台。(2015年12月底前完成)

——主导和参与制定国际标准数量达到年度国际标准制定总数的50%。
(2016年完成)

(二) 第二阶段(2017-2018年)，稳妥推进向新型标准体系过渡。

——确有必要强制的现行强制性行业标准、地方标准，逐步整合上升为强制性国家标准。(2017年完成)

——进一步明晰推荐性标准制定范围，厘清各类标准间的关系，逐步向政府职责范围内的公益类标准过渡。(2018年完成)

——培育若干具有一定知名度和影响力的团体标准制定机构，制定一批满足市场和创新需要的团体标准。建立团体标准的评价和监督机制。(2017年完成)

——企业产品和服务标准自我声明公开和监督制度基本完善并全面实施。

(2017 年完成)

——国际国内标准水平一致性程度显著提高，主要消费品领域与国际标准一致性程度达到 95%以上。(2018 年完成)

(三) 第三阶段(2019-2020 年)，基本建成结构合理、衔接配套、覆盖全面、适应经济社会发展需求的新型标准体系。

——理顺并建立协同、权威的强制性国家标准管理体制。(2020 年完成)

——政府主导制定的推荐性标准限定在公益类范围，形成协调配套、简化高效的推荐性标准管理体制。(2020 年完成)

——市场自主制定的团体标准、企业标准发展较为成熟，更好满足市场竞争、创新发展的需求。(2020 年完成)

——参与国际标准化治理能力进一步增强，承担国际标准组织技术机构和领导职务数量显著增多，与主要贸易伙伴国家标准互认数量大幅增加，我国标准国际影响力不断提升，迈入世界标准强国行列。(2020 年完成)

