

2024 年度顾客满意度分析报告

报告编号：SL-CSR-2024-001

编制部门：销售部/技术质量部

发布日期：2024 年 12 月 31 日

一、 报告概述

为持续评估公司质量管理体系的有效性，深入了解顾客的需求与期望，根据《顾客满意测量程序》（QP/SL-13）的要求，本公司于 2024 年第四季度对部分关键顾客进行了满意度调查。本报告旨在对调查结果及相关的顾客绩效数据进行系统分析，以证实顾客满意的达成情况，并识别潜在的改进机会。

二、 调查数据来源与方法

1、**调查方法：**采用定向发送《顾客满意度调查表》（QR/SL9.1.2-01）的方式进行。

2、**调查对象：**选取了来自船舶制造、海洋工程、物资贸易等不同领域的 5 家核心顾客，具体包括：

- (1) 碧航船舶技术（上海）有限公司
- (2) 江阴市大禹水上驳运服务有限公司
- (3) 上海振华重工（集团）股份有限公司长兴分公司
- (4) 宁波信泰和船舶物资有限公司
- (5) 武汉海鸿科技有限公司

3、 调查项目与权重：

产品质量：40%; 交货期：40%;

通讯联系：10%; 售后服务：10%

4、**数据收集：**共发出调查表 5 份，收回 5 份，回收率 100%。

三、 顾客满意度调查结果统计与分析

1. 总体满意度统计

通过对回收的 5 份有效调查表进行统计计算，本年度顾客满意度指数（CSI）为 100%。

调查项目	权重	得分（满分 100）	加权得分
产品质量	40%	100	40
交货期	40%	100	40
通讯联系	10%	100	10
售后服务	10%	100	10
顾客满意度指数 (CSI)	100%		100

2. 各项目分析

产品质量（满意度 100%）：所有被调查顾客均在“产品质量”项下勾选“很满意”。这表明公司产品在破断强度、规格一致性、耐用性等关键特性上完全满足甚至超越了顾客期望。此结果与产品一次交检合格率 99%（仅 1 例因工艺细节问题返工）的内部数据高度吻合，印证了生产过程的有效控制。

交货期（满意度 100%）：所有顾客对交货及时性表示“很满意”。这得到了合同履约率 100%（215 份合同全部按时发货）这一关键绩效数据的强力支撑，证明了公司卓越的生产计划与供应链管理能力。

通讯联系与售后服务（满意度 100%）：顾客在沟通顺畅度和服务响应方面均给予最高评价。顾客反馈意见及时处理率 100% 表明公司建立了有效的客户沟通与投诉处理机制，能够快速响应并解决顾客问题。

四、顾客绩效的深度佐证——从合同条款看质量信用

顾客满意不仅源于调查问卷，更深植于每一次合同履约的坚实表现。本年度签署的多项重要合同条款，充分体现了顾客对公司质量信用能力的认可与依赖。

高标准的质量与技术服务承诺：

在《泰州众航船舶有限公司购销合同》中，明确要求产品“满足 CCS 船级社现行规范”，并提供“无石棉报告、有害物质清单”及“终身质量责任制”。这表明公司在合规性、安全环保和长期可靠性上赢得了船级社和高端船厂的深度信任。

在《上海振华海洋工程服务有限公司采购合同》中，乙方（本公司）需承担因产品质量问题导致甲方损失的连带责任。客户将此严苛条款写入合同，反向证明了其对神龙绳业产品质量的高度信心和风险共担的伙伴关系。



应对复杂需求的研发与履约能力:

在《江苏海通达海洋工程有限公司购销合同》中，公司成功供货“进口迪尼玛负浮力绳”（破断强度 ≥ 8 吨），满足了海洋工程的特殊需求。这证明了公司不仅生产常规产品，更具备承接高规格、高技术含量订单的研发与生产能力。

可靠的交付与售后服务保障:

多数合同包含严格的延期交货罚则（如泰州众航合同规定延期一天按总价0.5%罚款），而公司保持了100%的合同履约率，这是对顾客运营最有力的支持，构建了坚实的交付信用。

合同中普遍约定的“24小时内响应”等服务条款，与满意度调查中“售后服务”项的满分评价相互印证，展现了公司卓越的服务信用。

五、结论与改进建议

1. 结论

2024年度，通过系统的顾客满意度调查和客观的绩效数据分析，本公司顾客满意度指数(CSI)为100%，远超年度质量目标($\geq 90\%$)。结合关键合同条款的分析，证明本公司提供的产品和服务在质量、交付、沟通与服务等方面均获得了顾客的高度认可，公司建立的以顾客为中心的质量信用体系是适宜、充分和有效的。

2. 改进建议

尽管本年度顾客满意度达到100%，但仍需关注以下方面以持续提升：

扩大调查范围与深度：在维持现有核心客户调查的基础上，明年可适当增加调查样本量，并考虑对长期合作客户进行深度访谈，获取更丰富的定性反馈。

关注细微问题：针对年度内出现的唯一一次产品返工（高分子聚乙烯绳表面霉变），虽未影响总体满意度，但仍应作为典型案例在全公司进行质量意识教育，巩固“一次做对”的理念。

增强顾客关系管理：对于提出特别赞誉或具有行业影响力客户，可考虑建立更紧密的战略合作伙伴关系，争取将其好评转化为公司的市场宣传资产。

编制：贾艮克 审核：王静

批准：姚绍庚

附件：2024年度顾客满意度调查表(5份)

2024年度体系绩效和数据分析总结报告(相关部分)