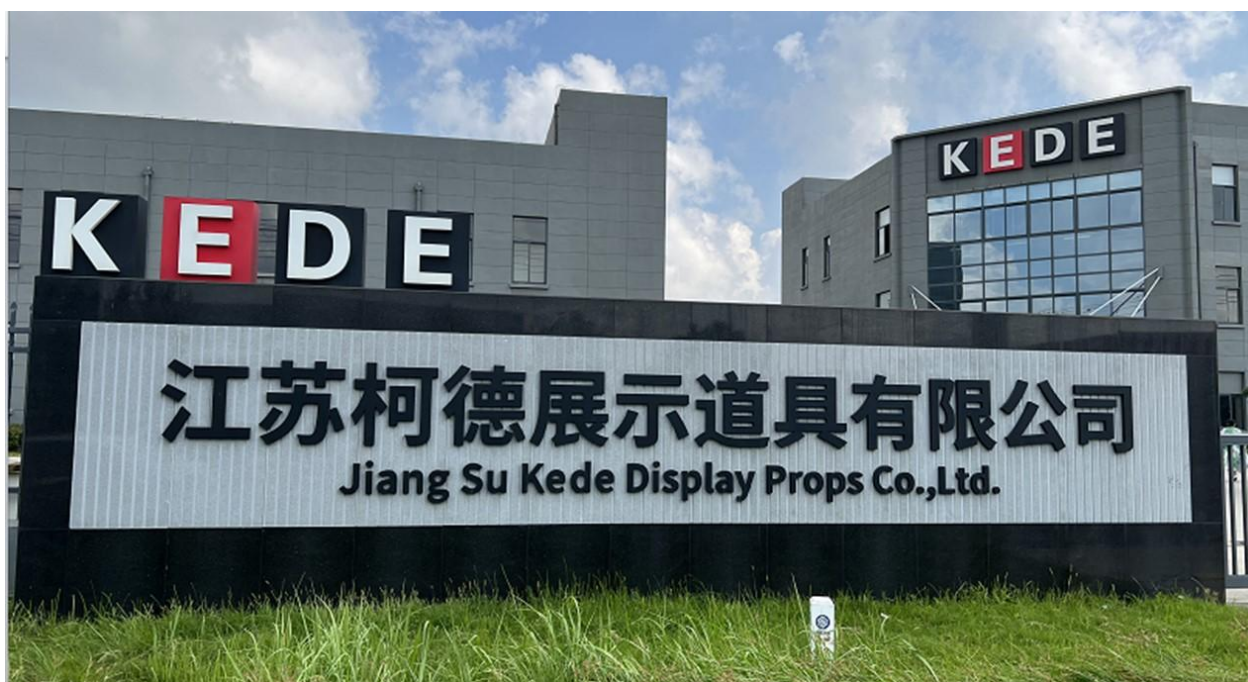


江苏柯德展示道具有限公司

2024 年度企业质量信用报告



报告日期：二〇二五年三月



第一部分 前言

一、编制规范

（一）内容客观性声明

本报告如实反映江苏柯德展示道具有限公司（以下简称“公司”）2024 年度质量诚信体系建设的实际情况，所有信息真实、客观、公正，无虚假记载与误导性陈述，可供社会监督及商业决策参考。

（二）报告组织范围

本报告覆盖主体为江苏柯德展示道具有限公司，涵盖公司设计、研发、生产、销售、服务全业务链条及各职能部门的质量信用相关工作。

（三）报告时间范围

报告核心数据与内容对应的时间区间为 2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日，部分涉及历史沿革、长期规划及跨年度延续性工作的内容，时间范围可适当超出上述区间。

（四）报告数据说明

本报告披露的财务数据若与公司正式财务报告存在差异，以公司对外发布的财务报告为准；非财务数据均来自公司内部统计系统及各部门年度工作台账，数据采集遵循“可追溯、可验证”原则。报告中涉及的货币金额除特殊说明外，均以人民币为计量币种。

（五）报告发布周期

本报告为年度报告，每年定期编制并发布，旨在持续向社会公众、合作伙伴及监管部门传递公司质量信用建设成果。

（六）报告获取方式

本报告以纸质版和电子版两种形式发布：本报告以纸质版形式在江苏柯德展示道具有限公司内部公布；电子版通过公司官方网站“新闻中心”专栏对外公开，方便相关方查阅与下载。

二、总经理致辞

质量是企业的生命线，诚信是经营的基石——这是柯德始终坚守的核心准则，也是我们在展示道具行业持续深耕的底气所在。2024 年，作为江苏省涟水县重点中外合资企业，柯德继续依托中德技术融合优势，从单一化妆品道具生产，向“整店定制 + 全链条服务”升级，业务覆盖电器类、运动器材类、珠宝类等多领域整店装修，并通过国际技术交流与合作，进一步拓宽服务边界，在助力家乡

产业升级的同时，也见证了涟水区域经济的高质量发展。

过去一年，公司始终将可持续发展理念贯穿价值链全过程，扎根展示道具主业，以“善用资源、敬畏环境”为导向，持续优化生产与服务模式，全力兑现“信誉第一，用户至上；创立品牌，追求卓越”的质量方针。我们深知，高质量发展离不开高素质团队支撑——2024年，公司进一步加大质量管理人才培养力度，选派20余名中高层管理人员及技术骨干参与江苏省、淮安市组织的质量体系建设、先进检测技术等专项培训，并与行业头部企业开展对标学习，推动质量管理团队专业能力再提升。

在管理模式上，公司深化“三全”管理（全员参与管理、全员参与生产、全员参与改进），通过修订考核机制、完善培训体系、搭建知识分享平台、优化奖励制度，让每一位员工都成为质量管控的“责任人”，确保质量管理要求落地见效。技术研发方面，公司依托自主知识产权优势，聚焦国家产业政策导向，全年投入研发资金683.28万元，实现了产品工艺的迭代升级，进一步巩固了公司在整店输出细分领域的优势。

产品质量是我们对客户的郑重承诺。2024年，公司引进8台（套）国际先进生产设备，升级原材料采购标准，确保每一件产品既符合国家标准，更超越客户期望；同时，我们进一步完善质量检测体系，新增2项关键检测指标，实现“生产全流程检测+成品多维度验证”，产品合格率稳定在99.8%以上。服务质量方面，公司升级客服响应系统，实现“7×24小时在线响应”，售前咨询、售中跟进、售后服务的平均处理时长缩短至4小时，客户满意度同比提升3个百分点。

未来，柯德将继续以质量为帆、以诚信为桨，在展示道具行业的蓝海中稳步前行，为客户创造更大价值，为社会贡献更多力量。

三、企业简介

江苏柯德展示道具有限公司是一家集整店展示道具设计、研发、制造、销售及服务为一体的国家高新技术中德合资企业，位于江苏省淮安市涟水县经济开发区祥云路12号。公司于2017年1月份开工建设，2019年3月份竣工投产，总投资1500万欧元，注册资本600万欧元，占地40.5亩，建筑面积1.9万平方米。

2024年，公司持续巩固“国家高新技术企业”“江苏省专精特新小巨人企业”资质，并获得“淮安市绿色标杆企业”等荣誉，新增研发实验室1个，配

备激光切割机、UV 打印机、数控折弯机等先进生产及辅助设备 110 余台（套），可满足各类定制化产品的工艺加工需求，年产各类展示道具提升至 6.5 万台套。

客户合作方面，公司在 2024 年新增 2 家国际知名品牌客户，持续为雅诗兰黛、戴森、大疆、阿玛尼、资生堂、拉尔夫劳伦等品牌提供“创意设计-样品还原-规模化生产-装修安装”一站式终端定制服务。国内市场覆盖全国 60 余个城市，年均整店输出总包 230 余家。

第二部分 公司质量理念

一 企业质量理念

公司始终秉承“信誉第一，用户至上；创立品牌，追求卓越”的质量方针，将质量视为企业生存与发展的核心资产，以“保护客户权益、维护公司信誉”为出发点，严格把控从设计到服务的每一个质量环节，致力于为用户提供高品质展示道具及定制化一站式终端解决方案，目标成为全球展示道具行业的标杆企业。

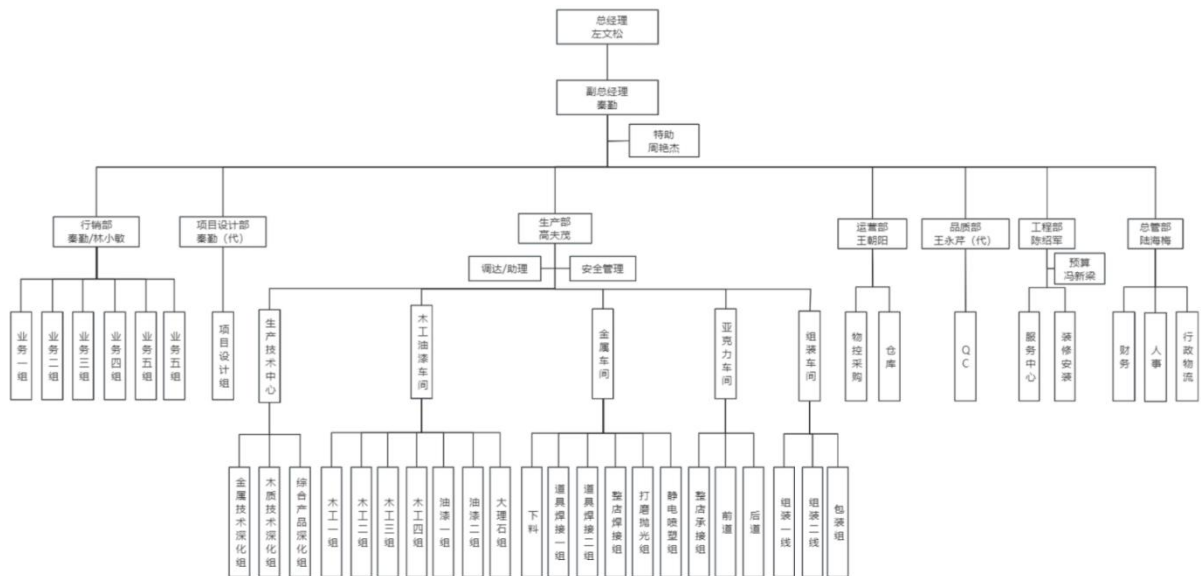
二 企业理念文化

2024 年，公司深化全面质量管理模式，将“质量文化”融入研发、生产、销售、售后全流程：在研发环节，以“客户需求 + 行业标准”为双导向，确保产品设计兼具创新性与可靠性；在生产环节，推行“工位质量责任制”，要求每一位员工对经手产品的质量负责；在销售环节，坚持“透明化沟通”，如实告知客户产品特性与交付周期；在售后环节，以“快速响应、彻底解决”为原则，全力保障客户使用体验。通过全链条质量文化渗透，形成“人人重质量、事事讲标准”的企业氛围。

第三部分 公司质量管理

一、质量管理机构

公司总经理亲自主持以质量为核心的经营战略的调查、研讨和制订。公司副总及质量部对本公司的产品质量安全工作全面负责，组织制定企业质量发展战略、年度质量工作计划和质量安全保障措施；建立并实施先进质量管理体系和管理方法；组织实施质量改进、质量攻关等质量活动；配备相应人员并规定其职责、权限和相互关系，确保质量管理体系得到建立和保持，并推动持续改进。



质量管理组织机构图如下：

总经理——公司最高管理者任命、并授权其在一体化管理体系方面指挥和控制系统。负责推动公司质量、环境、职业健康安全方针、目标、战略的具体实施、评价和改进。

具体职责包括：宣传贯彻国家有关质量、环境、职业健康安全的法律法规，确保一体化管理体系的建立、保持和改进；负责向最高管理者报告一体化管理体系的整体绩效、运行情况和改进的需求；贯彻、执行公司质量、环境、职业健康安全

管理方针和目标：负责对产品质量、环境、职业健康安全等重大问题协调、组织、解决；审核质量、环境、职业健康安全管理体系覆盖部门和相关人员的各项管理职能；促进整个公司内形成和提升满足客户要求的意识；与质量、环境、职业健康安全管理体系有关事宜的外部沟通和联络。

品质部——宣传贯彻国家有关质量的法律法规，确保质量管理体系的建立、保持和改进；负责公司质量管理体系建立、运行的日常协调和管理，提出体系运行的奖惩。

二、质量管理体系

2024 年，公司在原有 ISO9001 质量管理体系、ISO14001 环境管理体系、ISO45001 职业健康安全管理体系基础上，进一步优化一体化管理体系，新增“客户满意度管理模块”与“供应链质量管控模块”，并依据 GB/T 19001-2016、GB/T 24001-2016、GB/T 45001-2020、GB/T 39604-2020、GB/T 23331-2020 等标准，修订《质量环境职业健康管理手册》及 12 项程序文件，确保体系覆盖“客户需求识别 — 产品设计 — 供应链管理 — 生产制造 — 售后服务”全流程。

全年共组织体系培训 6 场，覆盖员工 300 余人次，通过“体系知识考核 + 现场实操检查”相结合的方式，确保各部门员工熟练掌握体系要求。同时，公司引入第三方审核机构开展年度体系认证审核，所有审核项均一次性通过，无重大不符合项，一体化管理体系运行有效性得到进一步验证。此外，公司持续推行清洁生产与安全生产，2024 年各类污染物排放均符合国家及地方标准，未发生重大设备、伤亡、火灾、爆炸等安全事件，实现“质量、环境、安全”协同发展。

三、质量安全风险管理

3.1 质量投诉处理

2024 年，公司优化客户投诉处理流程，进一步提升响应效率与解决质量：

投诉接收：设立“线上 + 线下”双投诉渠道（线上通过官网、微信公众号、400 热线；线下通过客户服务中心），由专人负责 24 小时接收投诉信息，确保投诉“不遗漏、不延迟”。

初步处理：销售部接到投诉后，1 小时内完成初步评估与分类，4 小时内填写《客户投诉抱怨及处理记录》并传递至品质部；品质部 2 小时内确认投诉分类准确性，若为包装运输类投诉且非公司责任，立即退回销售部协调承运方处理，24 小时内将初步调查结果反馈客户。

深度调查与整改：对于确认为公司责任的投诉，品质部 24 小时内组织生产、设计、采购等相关部门开展原因分析，责任部门 48 小时内制定纠正与预防措施，填写《纠正、预防措施表》；品质部审核措施可行性后，报总经理批准实施，并全程监督整改落地，确保问题“不重复发生”。

结果反馈与满意度确认：投诉处理完成后，销售部 24 小时内将处理结果反馈客户，并通过电话、问卷等方式确认客户满意度；若客户不满意，需重新制定整改方案，直至客户认可。2024 年，公司客户投诉处理平均时长缩短至 5 天，客户满意度达 98%，投诉闭环率 100%。

总结与改进：品质部每月汇总投诉数据，分析投诉类型、原因及趋势，形成《月度质量投诉分析报告》，并针对高频问题组织专项培训（如 2024 年 8 月针对“产品表面瑕疵”投诉，开展全员工艺操作培训），从源头降低投诉发生率。

3.2 质量风险监测

2024 年，公司强化质量风险“事前预防、事中控制”能力：

关键环节管控：针对产品质量关键特性（如展柜承重、表面平整度）、关键部位（如连接件、电源接口）及薄弱环节（如运输防护），制定专项管控方案，明确人员资质要求（需经培训考核合格）、设备维护周期（如激光切割机每周校准 1 次）、物料检验标准（原材料入场需 100% 检验）、作业指导书更新频率（每季度评审 1 次）、环境控制参数（如喷涂车间温度保持 20-25℃），并通过“每日巡检 + 每周抽检 + 每月全检”的方式，确保风险处于可控范围。

内部监督机制：品质部 QC 职能组增加 2 名专职检测人员，对生产过程实行“二级检测”——各车间质检员对半成品进行首件检验与过程巡检，检验中心对成品进行全项目检测，为质量改进提供数据支撑；同时，品质部每月对各生产现场工艺纪律执行情况进行检查，对违规操作行为予以通报批评并督促整改，2024 年工艺纪律达标率提升至 99%。

3.3 在应急管理方面

2024 年，公司修订《生产安全事故应急预案》，进一步完善应急管理体系：

组织架构：成立以总经理为组长、副总经理为副组长、各部门负责人为成员的应急领导小组，明确各成员在应急事件中的职责（如组长负责总指挥，生产部负责现场救援，总务部负责物资调配）。

预案完善：新增“产品质量突发事件应急预案”（如批量产品不合格应急处理）、“环保突发事件应急预案”（如废水泄漏应急处理），明确应急响应流程、处置措施及后期评估要求。

应急演练：全年组织应急演练 3 次，分别为火灾应急演练、机械伤害应急演练、产品质量事故应急演练，通过演练检验预案可行性，提升员工应急处置能力；同时，更新应急物资储备清单（如新增应急检测设备 2 台、消防器材 10 套），确保应急物资随时可用。

第四部分 质量诚信管理

2024 年，公司持续以“守法经营、诚实守信”为核心，推动质量诚信管理融入企业运营全流程，通过“理念宣贯 — 制度落地 — 文化培育”，进一步提升企业质量诚信水平。

一、质量承诺

公司通过文化墙、员工手册、网站等方式，同时将质量诚信教育纳入公司培训计划内，通过培训评价对培训效果进行验证，在全公司范围内推广和宣传质量诚信的精神。对包括企业产品设计、采购、生产、销售、服务等所有产品领域的

质量控制、企业诚信文化的建设、宣传及活动组织、环境与职业安全健康等方面进行系统培训。质量诚信教育是做好质量诚信管理工作的内生力，是一项树立和凝聚企业核心价值观的长期工作。高层领导严格遵循《公司法》、《经济法》、《合同法》、《安全生产法》、《环保法》、《劳动法》、《质量法》、《计量法》等其他相关法律法规，加强员工法律知识培训，配合政府部门开展普法教育活动，使诚信守法的作风深入公司全体员工的意识和行为。

二、运作管理

2.1.1 目标分解与考核

2024 年初，根据公司内外部环境（如市场需求变化、原材料价格波动）及相关方需求（如客户对交付周期的要求），制定年度质量目标（如产品合格率 $\geq 99.5\%$ 、客户满意度 $\geq 97\%$ ），并分解至各部门（如生产部负责产品合格率，销售部负责客户满意度），纳入部门绩效考核；每月跟踪目标达成情况，对未达标部门分析原因并督促改进，2024 年公司年度质量目标全部超额完成。

2.1.2 过程节点控制

进一步细化“原料—半成品—成品”全流程质量控制节点，原料入场需经“供应商资质审核+物料检验+留样保存”三步；半成品生产实行“首件检验—过程巡检—半成品入库检验”；成品出厂前需经“全项目检测—包装检验—出库审核”，确保每一个节点均有标准、有记录、可追溯。

2.1.3 责任追究机制

修订《质量管理考评管理制度》，明确“谁制造谁负责、谁服务谁负责”，对出现质量问题或客户投诉的部门及个人，依据问题严重程度予以考核（如扣绩效分、取消评优资格）；同时，鼓励主动上报质量隐患并提出改进建议，对有效建议给予奖励（如现金奖励、荣誉表彰）。

2.1.4 鼓励全员参与，实现质量改善

公司重视质量文化建设，把人品决定产品、产品决定企品作为质量培训教育的核心。引导全员参与质量管理，通过不断深入开展合理化建议、质量改善提案、设备自动化提升等措施，使广大员工充分参与到质量改善的每一个环节，提升产品质量、分享改善成果。

三、营销管理

2024 年，公司遵循 PDCA 循环（计划—执行—检查—改进）模式，优化营销管理体系：

客户关系管理：升级客户关系管理系统（CRM），完善客户信息档案（包括客户需求、历史订单、反馈记录），实现“一对一”精准服务；销售团队每月与重点客户开展至少 1 次沟通，了解客户最新需求，提前解决潜在问题，2024 年重点客户复购率提升至 95%。

客户满意度调查：扩大满意度调查范围，从“年度调查”改为“季度调查 + 年度总结”，调查内容新增“供应链协同满意度”“定制化服务满意度”等维度；根据调查结果制定改进措施 15 项，推动服务质量持续提升。

营销考核管理：修订《营销部门绩效考核办法》，将“客户满意度”“投诉率”“合同履约率”等质量相关指标纳入考核，权重占比提升至 40%，引导营销团队从“重业绩”向“重质量、重服务”转变；同时，每月召开营销工作会议，总结当月工作成效，分析存在问题，制定改进计划，确保营销管理可控、有效。

四、诚信文化建设

企业需要形成了人人关心质量，创品牌人人有责的良好氛围。通过了广泛开展生动活泼的质量意识活动，增强员工的竞争意识和责任感，在员工中牢固树立爱岗敬业精神，追求满足客户的要求。对产品质量的控制和持续提高，已成为员工的自觉意识。公司在质量文化的建设上，除了做好文件管理、增强自身技术实力、提高核心竞争力外，还非常重视员工的教育培训工作。根据各岗位中员工需求，每年要制定详细的员工培训计划并组织实施，培训的方式也是多种多样，聘请公司内外教师、专家授课，不断更新知识与技能，同时对培训效果进行有效性评估。

第五部分 质量管理基础

一、标准管理

公司遵照顾客要求，设计和生产制造过程中积极采用国家标准、行业标准及企业标准，大大提高了产品的质量，促进了公司市场的稳定和快速发展。公司始终贯彻标准化管理，形成了管理标准、技术标准、工作标准三大系列标准化文件。质量部是公司文件控制的归口管理部门，专职文控员负责文件编号的确定、文件受控管理，监管公司文件体系的运行，负责公司管理性文件的归档工作，及时更新有效文件一览表。各部门负责归口文件的起草、修订工作，部门兼职文控员负责部门文件的会签、审批等流转工作，负责部门归口技术相关文件的存档管理，并及时更新部门的有效文件。

二、计量管理

公司严格执行《中华人民共和国计量法》等文件法规，按规定要求将监视测量设备送到具有检定或校准资质的部门校准或检定，或对照能溯源到国际或国家的测量标准，按规定的时间和程序要求组织校准。质量部负责公司测量设备的管理工作，设置计量员，负责公司计量器具的管理工作。为保证计量器具的准确性和可靠性，公司现有量具均采购自国外内知名品牌，并在检定校准时积极与法定计量机构进行合作。通过有效可靠的测量数据来控制生产、指导生产，取得了良好的经济效益和社会效益。

三、认证管理

为保证产品质量满足顾客的要求和国家法律、法规，并确保环境管理符合国家法律、法规和其他要求并持续改进，本公司顺利通过并获得了 ISO9001 质量管理体系、ISO14001 环境管理体系、ISO45001 职业健康安全管理体系、GB/T39604 社会责任管理体系认证、GB/T23001 两化融合管理体系及 GB/T50001 能源管理体系。

四、检验/检测管理

公司建有实验室。建立了检测设备台账，对检测仪器、设备进行维护。检验设备的使用人员必须经过专业培训，考核合格后方可上岗。质检人员还定期交流在检测中遇到的各种问题，以便针对问题及时制定纠正措施，提高检验水平及工作质量，各种制度、岗位职责、仪器操作规程、安全常识、注意事项等上墙，以便执行。实现检测项目全覆盖，生产过程层层把关。采取定岗定责、过程检查、质量考核、责任追究、质量追溯、数据统计分析等一系列行之有效的方法，做到关键工序重点控制、普通工序规范操作，通过对生产过程的全面控制和对关键节点的有效监督，提高了工作质量，保证了产品质量。

建立了设备管理台账，制定了特种设备的使用、校验、操作人员的资质、维护与保养、应急预案等规范。根据要求，公司定期进行保养，请有资质的专业机构进行年检，并获取校验报告；对操作人员必须经过专业培训，获得专业机构颁发的证书后，方能上岗。

第六部分 产品质量责任

一、产品质量水平

公司严格遵守《中华人民共和国产品质量法》等相关法律法规，依法诚信经营。依法管理和生产，落实质量安全主体责任。建立健全各项管理制度，完善各项记录和台账。公司周围环境、生产现场符合国家标准规定的要求。

公司严格执行原辅材料检验制度，所用的原辅材料及包装材料符合相应的国家标准、行业标准及其相关规定。保证不合格产品不出厂。

公司的主要专注于展示道具整店设计、展示道具、柜台制造、装修安装、工程项目管理以及全国范围维修的服务。致力于打造高档专卖店、专属形象店、旗舰店、购物中心等各类商业零售终端形象及展览展示形象。其市场占有率约 22%，全国市场排名第四位，生产经营保持稳健的发展态势。

二、产品售后责任

为规范售后服务工作，满足客户的需求，保证用户在使用我公司产品时，能发挥最大的效益，提高用户对产品的满意度和信任度，提高产品的市场占有率，制定售后服务管理制度和工作流程。技术服务部人员或业务部作为前沿售后人员。接到服务信息，应在 24 小时内答复，需要现场服务的，在两小时路程范围内可到达的应做现场服务，其他地区与客户协商，在客户规定的时间内到达现场，切实实现对客户的承诺。

2.1 售后服务内容

2.1.1 根据合同及技术协议的要求，对保修期内，因产品的制造，装配及材料等质量问题造成各类故障或零件损坏，无偿为用户维修或更换相应零配件；

2.1.2 对保修期外的产品，通过销售部门报价（包括零配件，人员出差等的费用）；

2.1.3 对合同中要求进行安装调试的，在规定的时间内，组织人员对产品进行安装调试及对用户工作人员进行培训；

2.1.4 定期组织人员对重点销售区域和重点客户进行走访，了解产品的使用情况，征求用户对产品在设计，装配，工艺等方面的意见；

2.2 售后服务的标准及要求

2.2.1 售后服务人员必须树立用户满意是检验服务工作标准的理念，要竭尽全力为用户服务，觉不允许顶撞用户和与用户发生口角；

2.2.2 在服务中积极，热情，耐心的解答用户提出的各种问题，传授维修保养常识，用户问题无法解答时，应耐心解释，并及时报告售后服务总部协助解决；

2.2.3 接到服务信息，应在 24 小时内答复，需要现场服务的，在客户规定的时间内到达现场，切实实现对客户的承诺；

2.2.4 决不允许服务人员向用户索要财务或变相提出无理要求；

2.2.5 服务人员对产品发生的故障，要判断准确，及时修复，不允许同一问题重复修理的情况；

2.2.6 服务人员完成工作任务后，要认真仔细填写“售后服务报告单”，必须让用户填写售后服务满意度调查表；

2.2.7 对于外调产品，或配套件的质量问题，原则上由售后服务总部协调采购部由厂家解决；

2.2.8 重大质量问题，反馈公司有关部门予以解决；

2.2.9 建立售后服务来电来函的登记，做好售后服务派遣记录，以及费用等各项报表；

三、企业社会责任

2024 年，公司在追求经济效益的同时，积极履行社会责任，致力于成为负责任的企业公民：

3.1 质量安全

进一步落实质量安全主体责任，建立“总经理 — 部门负责人 — 岗位员工”三级质量安全责任制，明确各层级质量安全职责；完善质量安全风险预警机制，通过每月质量安全会议分析潜在风险，制定应对措施；全年未发生质量安全事故，切实保障客户与消费者权益。

3.2 环境保护

深化环境管理体系运行，明确主要污染源（如喷涂废气、废水、固废），制定专项控制方案（如废气经活性炭吸附处理后排放、废水经预处理后排入市政管网、固废分类回收）；全年开展环境监测 4 次，监测结果均符合国家标准；组织“环保宣传周”活动，提升员工环保意识。

3.3 节能降耗与资源综合利用

积极推进节能降耗工作，产品单耗同比下降 8%；推行资源循环利用，对生产过程中产生的边角料（如木材、金属）进行分类回收，与专业回收企业合作开展再利用，全年回收利用边角料 15 吨，减少固废产生量。

3.4 公共卫生

系统识别职业危害因素及接触岗位，在相关岗位配备防护用品（如防毒面具、耳塞），并定期更换；提升生产现场安全监控水平，新增监控设备 10 台，实时监控作业环境；每季度对职业危害因素进行检测，检测结果均符合国家标准；组织全体员工进行健康体检，建立员工健康档案，对 2 名存在职业禁忌的员工及时调整岗位，保障员工身体健康。

四、质量信用记录

2024 年，公司持续加强质量信用建设，质量信用记录良好：

合规记录：全年未发生违法违规经营行为，未收到监管部门的行政处罚或整改通知，产品监督抽查合格率 100%，未发生质量安全事故。

荣誉资质：在原有“国家高新技术企业”“江苏省专精特新小巨人企业”“江苏省四星上云企业”资质基础上，2024 年新增“淮安市绿色标杆企业”“江苏省企业技术中心”等荣誉称号，进一步提升企业质量信用形象。

第七部分 结束语

质量是企业的立身之本，诚信是企业的发展之基。2024 年，江苏柯德展示道具有限公司以“信誉第一，用户至上；创立品牌，追求卓越”的质量方针为指引，在质量管理体系优化、质量风险管控、质量诚信建设、售后服务升级等方面取得了显著成效，产品质量与客户满意度稳步提升，市场竞争力进一步增强。

未来，公司将继续以国家制造标准与体系认证为抓手，以高标准引领品牌建设，进一步完善质量诚信标准体系，加快质量信用信息化建设，推动质量诚信管理向“精细化、数字化”转型；同时，持续履行企业社会责任，在质量安全、环境保护、节能降耗等方面加大投入，以实际行动践行“诚信经营、服务社会”的承诺。

质量诚信体系建设是一项长期而系统的工程，需要常抓不懈。未来，柯德将继续以质量为核心、以诚信为纽带，不断巩固质量诚信建设成果，建立质量诚信长效机制，朝着“国内领先、国际一流的展示道具企业”目标稳步迈进，为客户创造更大价值，为行业发展贡献更多力量！