

品质演讲稿(优秀8篇)

演讲稿也叫演讲词，它是在较为隆重的仪式上和某些公众场合发表的讲话文稿。那么我们写演讲稿要注意的内容有什么呢？以下我给大家整理了一些优质的演讲稿模板范文，希望对大家能够有所帮助。

品质演讲稿篇一

社会在进步，科学在发展，我们的观念在改变，每个人都渴望并追求进步，我也不例外。希望与困惑、机遇与挑战并存，迎接挑战，寻求发展，树立正确的人生观和价值观这是我向来的追求。不要等到机会溜走的时候才发出感叹：曾经有一个很好的机会摆在我的面前，但是我没有抓住！从生产操作员到现在的质量管理，公司产品生产的每个环节和流程我基本上都从事过并且都取得了不错的业绩，因此我需要一个更高的平台去锤炼和展示自己，从而在工作与学习中不断的取得进步和提高。

质量管理部不同于一般的管理部门，它是生产企业部门中最为关键的部门，是公司保证产品质量，生产过程控制和质量体系运行并持续改进的部门。在具体的管理过程中它涉及到生产技术与过程控制、原材料与产成品的化验与分析、客户技术咨询与服务、市场潜在需求研究、产品的改良与开发、标准和项目资料的编写与申报等，因此它是一个技术型的管理部门，部门经理不仅要有过硬的专业知识，还要具有相关丰富的管理经验和高度的责任心及服务意识，而这也正是我一直以来所追求的价值所在。

我们五倍子公司至成立以来，一直以是以优良的品质和良好的服务去服务社会，为全国各大工业企业、各地民用消费者服务十多年，深受众多医药、食品厂家及餐饮业的好评和食品原料经销商的欢迎，这离不开公司及公司领导英明的决策

与领导，同样也是我们广大员工辛勤劳动的成果。民以食为天，再好的食品和美味佳肴也离不开食品 添加剂和调味品，可以说我们为中华美食的传承和发展是作出了贡献的，因此我们要为我们所从事的事业而骄傲。

人无完人，事事在变化，不同的事物都在随着社会的进步而进步，质量管理是一个永恒的话题，它需要我们去不断的总结与改进。目前我们需要改进的有：

一是内、外沟通。内主要表现在与公司各部门之间的沟通与协作上，这容易造成部门与部门之间的沟通障碍和工作缺位，我们今后必须推陈出新，热情、主动、积极的去与各部门交流与协作，把工作共同做好，因为我们是一个团队；外则主要表现在与客户的沟通和交流上，这是缺乏质量服务意识的表现，作为质量管理我们除了要对生产进行控制、质量监督与管理、化验与分析外，客户的满意和需求也是我们重要的工作，想客户所想、急客户所需，与客户的需求赛跑才能赢得市场，这才能体现出质量管理的价值，这才体现出组织存在的意义。

二是缺乏创新思想。这么多年来我们的产品一直都没有什么大的改进，老是默守成规，不去寻求进步，因而一直没有什么新的产品出来，记得20xx年我去参加上海展会，当客户询问我们公司今年推出什么新的产品时，我无言以对，这事对我的触动很大。为什么我们就不能推出新产品呢？质量管理也需要创新，一个产品全新的形像设计、全新的品质性能提升，全新的质量服务理念和技术服务咨询、分析客户现在的需求、想法以及将来潜在的需求等都需要我们去深入的思考。质量管理是一个技术性很强的工作，它含盖了生产、检验和服务质量的管理。生产质量管理是指对生产过程的工艺管理与控制，核心是ccp□包括技术指导和教育培训，如对开发出来的新产品从生产工艺、设备操作等足一的对生产、检验、销售和相关人员进行培训，直到每位员工能独立生产和操作；检验质量管理是也称符合型质量管理，是以检验为中心的一种质

量管理，检验人员根据产品质量标准对产品的生产过程和产品的符合性进行检验，符合标准的合格，不符合标准的不合格；服务质量管理是指对公司内部，外部进行质量跟踪，技术指导、事故解答与处理、需求分析和主动沟通与协作等系列化服务。

因此我们要逐步的建立起质量教育培训机制，对下属、生产和与生产相关的人员甚至销售人员定期进行质量方面的知识培训，提高全员质量意识，让全员参与，共同监督、共同管理，从而提高顾客满意，最终保证公司的产品质量和质量体系的良好运行与持续改进。组织有组织的目标，部门有部门的目标，我们质量管理部的目标是要体现“组织存在的价值”，即我们的组织要由“市场引导的被动生产”向“引导市场、引导消费者的主动生产”方式转变，从而让我们站在消费与时尚的顶端。为了这个目标我们就必须加强沟通与协作、对销售出去的产品进行质量跟踪、技术服务，摸清客户现在需求与将来潜在的需求，从而去改进、设计、研发我们的产品，使我们的产品从满足客户的需要提升到客户需要我们产品阶段。

产品质量改良小组一样，这也是创新，不一定要开发室来做，当然研发部门肯定是责无旁贷。也许你不是一个研发专家，但你可能是一个想像家，或许在你不经意间就能闪现出绝妙的点子，为研发人员提供优秀的产品设计方案。大家都知道近年来由于在食品安全上出现了许多问题，特别是食品添加剂这一块，国家质检总局是严查严打，对滥用、违法生产等与以停业整顿和关闭，因此对于产品改良和将来产品研发的思路，我认为一是要加快寻求乳化剂的替代品或新的复配方案，以达到最佳的优化效果并符合国家相关法律法规，让我们的产品品质有一个质的飞跃，继续并保持在同行业中的领先优势；二是要大力研发天然香精香料、调味品和调味料，向旅游、休闲等方向靠近，走天然、绿色、休闲之路。随着我市“避暑之都”的名气越来越有影响力，与旅游、休闲等相关的食品产业将会得到进一步的推进与提升，我们可以利用这

个平台，并通过匠心多彩公司等把我们的产品推向全国各地和国际市场。

如果我有幸竞聘上质量管理部副经理这个职位，我将竭尽全力的带领好这个团队，不断的学习和总结经验、积极的开拓创新，把这些年来学到的知识和积累起来的经验灵活地运用到工作中去，具体体现在几个方面：

一、积极的配合厂部展开对花椒精油和辣椒油树脂等产品生产许可的咨询和申证工作；

二、积极组织员工参加相关机构组织的各种学习与培训，提高理论与业务水平；

七、加强监视测量设备的巡查与校验，减少产品质量误差；

八、积极主动的与相关主管部门和公司各部门的联系与沟通、协作与配合；

十、新开发出来的产品或新工艺要对生产人员及相关人员进行产前培训，合格后方可上岗；

十三、建立网络qq平台和技术服务咨询平台，提升总体服务水平。

总之，此次进行组织架构的完善说明了公司对产品质量和质量管理工作的高度重视，此次竞聘活动，是一个发现人才，优化组织，提升管理水平，从而最终提升公司营运能力的一个非常好的举措，在这之前众诚公司的成功已经得到验证。我坚信，在公司各位领导的正确领导下，凭我对工作的执着和各位员工的精诚团结、密切配合、尽职尽责，定能把质量管理部的工作做好。当然我也有许多不足，距离公司的要求还相差甚远，但我会不断的加强学习、勤于思考、努力工作不断完善自己。不管今天我是否竞聘成功，我都会以饱满的

热情认真干好本职工作，虚心接受各位领导、各位员工提出的宝贵意见，对于我来说，今天我来了，这本身就是一种成功！

我的演讲完毕，谢谢大家。

品质演讲稿篇二

在座的各位领导和职工朋友们：

大家下午好！

首先要感谢“质量月活动”为我们大家提供了这样一个探讨和思索的平台，让我们能够用心去解读质量对于一个企业的重要意义和对我们每位员工的密切联系。

无数知名品牌都向我们展示了这样一个道理：在高速发展、竞争激烈的社会环境中，一个企业要想求生存、谋发展，首先就要打造一流的质量、一流的产品，用一流的产品去赢得用户的青睐和信赖，从而开创一流的品牌和市场。

只有这样，企业才能够实现它的最大价值，并给予企业员工更多的物质回报，同时在风云变幻的市场浪潮中高瞻远瞩、乘风破浪、披荆斩棘、巍然不倒。

在中国，依靠过硬的产品质量发展壮大的企业当中，青岛海尔可谓独树一帜。

让我们看一下80年代中期的海尔是如何把质量理念深入人心的：1984年海尔的前身还是一个亏损147万元的集体小厂，员工质量意识非常淡漠。

在规模、品牌都绝对劣势的情况下，海尔审时度势提出了自己的质量理念：有缺陷的产品就是废品！1985年4月，在海尔

投产的1000台电冰箱中，检查出76台不合格，海尔总裁张瑞敏毫不犹豫、亲自带头把有缺陷的76台冰箱当场砸了个粉碎，在场的职工看到自己的劳动果实没有转化为市场价值而是变成了一堆废铁，都流下了羞愧的泪水。

职工内心的强烈震撼和领导层的大刀阔斧斩断了海尔员工对质量问题心存侥幸的劣根。

从此员工的质量理念得到了整合，一个崭新的海尔就在这种质量理念中起飞了，经过十几年的披波斩浪，他们凭借过硬的产品质量和售后服务质量成功地打造出了自己的品牌价值，并蜚声海外。

今天我们提及质量把关，我不禁又从海尔这件事中深深体会到了一个企业之所以走向成功的内在因素：那就是质量理念的普及和宣传正是一个企业发展壮大的前提和根基。

讲到这里，我想起了我们公司那些从生产实践当中提炼出来的、充满哲理的质量理念：今天的质量，明天的市场；用户的钞票是企业的选票；用户的口碑是企业的金杯；心中有标准，质量在手中。

这些质量理念如今已深深地扎根到我们工作的每一个环节和细节当中，今年七月总公司高瞻远瞩又展开了“质量月活动”，目的就是要以月促年，就是要让广大员工形成“天天都是质量日，月月都是质量月，年年都是质量年”的思想状态，让我们的质量意识不仅仅是停留在语言中，而是铭刻在我们的头脑中，视质量为企业的生命、视企业的生命为我们的立身之本将成为我们的生活习惯，这种良好的习惯可以高高托起公司的今天与明天。

然而把理想化为现实，把愿望结成果实，还需要集体的努力，众人的智慧！一位外国企业家说过这样一句话：没有沉不了的船，没有倒闭不了的企业，一切取决于人的努力。

这是一种深深的忧患意识，常言道“生于忧患，死于安乐”！在质量管理过程中就是要抱着这种忧患意识和“勿以善小而不为，勿以恶小而为之”的态度去狠抓产品质量，莫要躺在自满自足的小船上放任自流。

因为一个小小的疏忽、一次不够规范的意外操作都可以让整个工艺流程造成大面积质量滑坡！因此用心、用脑、用行动做好每一次质量控制我们责无旁贷，作为山东__的每一位员工就是要永不满足，追求永无止境，让生产线上完美无缺的质量把关去接受来自市场的严峻考验！作为公司的一名宣传工作人员，我时常可以耳闻目濡那些重要岗位的师傅们对产品质量和工艺控制一丝不苟的精神。

我曾经在生产现场看到这样一些职工：她们每天的任务就是对所有从络筒机下线的成筒进行分级定等。

为确保定等准确无误，不给用户造成混等和混支损失，她们对自己高标准、严要求，定期进行目光统一和业务训练，由此练就了一双被挡车工称为的“火眼金睛”，任何质量瑕疵都逃不过她们犀利的目光，为真正实现用户无反馈打下了坚实的基础。

还有很多的员工正始终坚持开展“我做一天质量检查管理员”活动，每个人都进行换位体验，通过不同的角度和方式去做好质量“四把关”，并争先恐后争做“质量无事故、操作零违章、用户无反馈”质量能手。

公司上下全面展开员工质量教育培训，在不同工种、相同工种之间进行操作技术经验交流。

员工们也纷纷开始了自查和讨论：我这个岗位有质量隐患吗我的工作会对质量造成什么影响谁的工作、哪一道工序会影响我从我做起，应如何提高质量产品质量是员工们干出来的，不能仅凭检验员去检验！在讨论中，相互启发，相互提醒，

更多的是深刻的内省和反思。产品质量零缺陷成为公司上下共同的理性思考。“问渠哪得清如许，为有源头活水来”。愿不久的将来，那些扎扎实实的质量理念和措施如源源不断的活水在我们的生产线上日夜奔流不息，让我们持之以恒地以一流质量、一流的产品打造一流的品牌，并开辟更加广阔的市场环境，创造更加丰厚的经济效益，让今天的质量理念经久不衰、源远流长！感谢大家的支持！

品质演讲稿篇三

大家：

下午好！

我演讲的题目是：我的质量我做主！

我是来自涂装车间gh线的单新厂。我是一名刮车工序的普通员工，日常工作很繁琐，首先感谢你们给了我这次机会，我觉得这是一个机遇，也是一次挑战，也是展现自我的大舞台！我会好好地发展下去，为宇通创造更大的价值！

质量是企业的生命。没有质量，就没有市场；没有市场，企业无法生存与发展。优秀的品质出自优秀的人品。

优秀的产品是优秀的人生产的。质量反映了企业员工的整体素质与能力，体现了企业的管理水平和综合实力。

我本着“我的质量我负责”的信念和“三不”原则。争取一次把事情做好、做对！

优秀品质，始于优秀的理念。没有崇德、协同、鼎新的理念作为生产管理的指导思想，就难以产生优良的品质。不断创造具有质量、服务和成本综合优势的产品是宇通竞争优势的源泉，不断培育忠实客户是宇通事业长青的基础，不断提升

员工的职业化素养是宇通持续发展的不竭动力。三者的有机结合，构成宇通的核心竞争力。

“优质”。是企业对产品质量所追求的标准，是企业市场中竞争取胜的法宝。只有优质的产品，才能提升客户的满意度和忠诚度，从而赢得客户的支持与长期合作。品质的提升，以企业的工作质量为前提，以企业的管理水平、技术水平和员工素质为基础。“优质”是企业对产品和服务质量的要求，更是企业对员工的工作与企业管理水平的追求。优秀的员工创造优质的产品。企业要产出优秀的产品，首先必须坚持“质量是第一竞争力”的观念，强化质量教育，规范质量管理，建设质量文化，提高员工的质量意识与素质，创造“全员共把质量关”的文化氛围。

优质源于细节。细节决定成败。要生产出优质的产品，提升产品的市场竞争力，务必从细节入手，从源头抓起，不放过一丝质量缺陷；务必对质量管理和细节管理精益求精。只有当“细节”工作做到完美之时，精品才会产生，品牌树立的才能更坚定，企业才能更昌盛。

企业的质量文化与公司员工的质量共识成为响应的对比！企业要是想要永久的消除困扰，必须要改变公司的企业文化，从根本上消除造成产品或服务的不符合求要求的原因！

缔造宇通品牌，拓展国内、国际市场，成为具有全球影响力的，以客车为主业、适度多元化的产业集团。只有把讲究质量放在整个工作的第一位，把它作为的生命来抓，一丝不苟，精益求精，始终保持优质高效，只有这样，才能在激烈的竞争中立于不败之地。

最后，衷心希望宇通客车产业能够早日实现质量方面的更大突破和创新，和国际竞争者站在同一起跑线上，为消费者提供更加令人满意的客车产品。

我们以崇德、协同、鼎新的核心价值观共同打造宇能的美好明天！

谢谢大家！我的演讲完毕！

品质演讲稿篇四

我竞聘品质部部长岗位，基于以下五个原因：

一是从事质量工作时间长，从进厂到现在20多年，几乎没有离开质量，积累了一定的工作经验，也做出了一些成绩。

二是责任使然，大品牌大责任，小品牌小责任，没有品牌就没有责任。我们公司40年的经营积累，规模和品牌影响力黄冈第一，湖北省化肥前10名，全国同行业100强，所以承担着巨大的社会责任，品牌与风险成正比，所以我们必须管理好质量，维护好品牌。

三是多年的质量工作，与省地市质检系统、工商系统积累了一定的人脉资源，有利于开展质量、品牌工作。

四是不竞岗，就等于下岗，我热爱本职工作，认真敬业。

五是基于以上四点，我有信心、有能力比以前做得更好。

我演讲的题目是：品质无公害化，品牌国际化。我想，公司在xx期间努力打造生态祥云，创百年品牌，将在这五年里，规模进一步扩张，有希望进入全国化肥20强，这是做大。如何做强呢，品质、品牌则是强有力的支撑。品质无公害化，是鉴于行业内同质化严重、低水平扩张、产能过剩下的应对措施。品牌国际化，是在国内做强做大的同时，我们要有更高的视野，向国外开疆拓土的雄心壮志，从经营品牌走向品牌经营。

现在流行一种说法：一流企业——做标准，二流企业——做品牌、文化，三流企业——做解决方案，四流企业——做产品差异，五流企业——做同质化、打价格战。如何向一流企业迈进，打造国际化的品牌，从我们自身出发，我想，如果竞聘成功，我将从以下三个方面努力：（品质管理、品牌运作、标准战略）

第一个方面：品质管理

我认为，品质管理要强化三项，确立无公害化产业发展方向、强化质保体系、弘扬质量文化。

一、向无公害化产业方向发展

80年代我们国家提出，肥料要向高浓度发展，那么现在，向无公害发展是大势所趋。肥料的品质与食品质量息息相关。大家也知道，食品安全很成问题，毒酒、毒奶、毒大米、苏丹红、三聚氰胺、激素、农药残留、地沟油困扰着我们的餐桌。如今，转基因的问题更是一个可怕的阴谋，正在毁灭中华民族。为什么说得这么恐怖呢？最近，山西、吉林等地的玉米地里，老鼠消失、母猪母羊生死胎、狗肚子里都是水等等动物异常现象曝光出来。经查，祸根是来自于美国的转基因玉米种子。记者问农民，这种玉米你们自己吃吗，农民说，连老鼠吃了都死光了，我们哪还敢吃？！做猪、牛、羊的饲料吧，结果，养殖大户现在都破产了。美国玉米种从xx年开始在中国东北和广西普及，短短不到5年的时间，灾难就降临了。转基因的背后，是美国的中央情报局、孟山都公司、杜邦先锋公司、洛克菲勒基金会联手，在全球布局，谋杀全球三十亿人的恐怖计划。截至目前为止，已中毒被控制的总人数约在六亿到九亿人之间，都是半饥荒国家，文明落后地区以及美国的殖民地区。中国台湾、巴西、阿根廷、伊拉克是重灾区。美国的目标是：利用转基因武器，对印度、孟加拉国、巴基斯坦、墨西哥、印尼、巴西、土耳其等十二个欠发达，但拥有丰富资源的国家，在日后三十年间，沦为世界上最动

荡的悲剧国家，成为战区或者饥饿之国。现在，主要矛头指向了中国和印度为主的亚洲地区。转基因生物将会成为一场新的、广泛的、更加恐怖的生化版鸦片战争，人类文明将可能无法在这次劫难中幸存。这绝不是危言耸听。 事实上，我们中国的老百姓，几乎每天都在吃转基因食品：

金龙鱼、福临门、鲁花大豆油，雀巢公司的所有食品，品客薯片，旺旺膨化系列；肯德基和麦当劳提供的食品，基本上全部为转基因食品——转基因鸡肉、转基因土豆、转基因面粉等等。

但是，美国人自己不吃转基因食品。美国无公害食品的第一条就是不得使用转基因种子。相反，中国每年大量进口美国的转基因大豆，这就是拿中国老百姓当医学实验的小白鼠。

更可怕的是，发现我们国家一些转基因科学家与美国有着错综复杂的利益关系：张启发——华中农业大学教授、院士；贾士荣——转基因科学家。黄季焜——中国科学院农业政策研究中心研究员。黄大昉——转基因安全委员会委员。方舟子——孟山都合作方。（所谓的学术打假勇士）

毛泽东说过，帝国主义亡我之心不死。从这个可怕的事件来看，发展无公害产业，肥料走向无公害，我认为，这并不只是炒作新概念、寻找新的卖点，已经是保护民族生死存亡的迫切要求，做无公害肥料是我们对子孙后代负责的重大使命。

无公害肥料怎么实施呢？

第一，政策已具备：全国农业技术推广服务中心在x2年就制定并颁布了《无公害农产品生产施用肥料推荐办法(试行)》，各省也制订了认定办法[]20xx年就在全国认定了49家企业的肥料为无公害农产品生产用肥料。

第二，技术有标准：各省都在制订《无公害农产品 肥料安全

要求》，湖北省有地方标准db42/ 325—20xx[]农业部制订有《绿色食品肥料使用准则》(ny/t394-20xx) []根据微生物肥料对改善植物营养元素的不同，可分成五类：根瘤菌肥料、固氮菌肥料、磷细菌肥料、硅酸盐细菌肥料和复合微生物肥料。国家也出台了肥料有害元素限量标准gb/t 23349-20xx[]对肥料中砷、镉、铅、铬、汞生态指标做出了量化规定。据有关信息，环保生态肥料产品认证也在酝酿之中。

第三，市场有需求：各地纷纷建有无公害蔬菜瓜果等农作物基地。近期新闻报道了上海等十大城市试点，建立肉类蔬菜追溯监管体系，开始用倒逼机制促进食品安全。

那么，做不做，就是我们自己决定的事了。

二、强化质保体系

强化质量保证体系，我认为要做好以下几方面工作：

第一，加强全员质量培训，提高质量意识。

第二，健全质量管理制度，特别是质量责任追究制度，质量奖惩制度。

第三，提高生产控制、质量监测技术。如在线监测，自动化控制，先进的检验设备等。努力把产品质量的事后控制逐渐改为在线控制，并向预防控制推进，努力达到包装后就直接出厂。

第四，实施质量可追溯性，确保各道工序出问题时可追根溯源。如，在包装线上加装打码机，就是很好的措施。

三、弘扬质量文化

借助公司正在打造的军事、学校、家庭的文化平台，引入先进的质量文化。

第一，全面质量管理培训，学习质量大师克劳士比、戴明的前沿质量理论，树立“零缺陷”“一次把事情做对”的质量观念，把“六西格玛”“平衡计分卡”等管理工具应用到质量改进中去。

第二，积极开展qc小组活动，鼓励全员参与质量攻关。近两年，我们三个成果获得黄冈和省级的表彰，这是可喜的进步。

第三，积极推行卓越绩效管理，争创黄冈市质量奖、长江质量奖和国家质量奖。

第二个方面：品牌运作

很多人都知道宏基著名的“微笑曲线”理论。它告诉我们，附加值更多体现在两端的知识财产和品牌销售，而处于中间环节的制造附加值最低。

郎咸平教授的6+1理论，与“微笑曲线”理论异曲同工。他说，制造大国不是中国，而是美国。为什么？是因为，美国把价值最低的制造业放在了在中国，还浪费资源，破坏环境。而产品设计、原料采购、仓储运输、订单处理、批发经营和终端零售等六块非制造业，抓在自己的手里。在这样一种“6+1”产业链的定位下，中国就沦落在了价值的最低端。

品牌增值，我认为，以下五个点很重要，也是可行的：

一、确立品牌国际化发展方向

原化工部林乐司长提出以产顶进的方针，为国内化肥行业赢得了生存与发

展的时间，救活并壮大了一大批国内肥料企业。现在，我们的gdp是以牺牲资源、并靠70%出口拉动的。国内产能过剩已是不争的事实，尿素产能过剩1000万吨/年，磷铵产能过剩500万吨/年。我们现在面临的是：国内以油字头的大型国有公司上抢资源、下铺网络，国际化肥巨头如美国嘉吉、俄罗斯阿康以品牌优势大肆拼杀，在这种双层挤压的严峻挑战下，走出国门，是我们未来的必然选择，早迈出一步，才能占领市场先机。比如，我们的友邦巴基斯坦、朝鲜可以作为我们尝试走出国门的首个门槛。

二、商标进行国际注册

“营销未动，注册先行；国际贸易、品牌先行”，商标国际注册是品牌进入全球市场的第一步，也是企业跨越发展的核心竞争力。要走出国门，打响国际肥料品牌，必须尽快进行马德里商标国际注册，为日后实施的国际化竞争迈出第一步。今年，温州企业就掀起了一股争领“国际身份证”的热潮，利用马德里商标国际注册，已拥有五千多个国际商标，占浙江省总数的六分之一。我们熟知的联想品牌，它的联想商标在国外就不能使用，原因就是联想商标被国外抢先注册，这就是教训。近年来，虽然我们也有一点点出口，但卖的只能叫肥料，没有商标。不能推销自己的品牌，对我们来说，就没有多大意义。

三、做好品牌升级和知识产权保护

1、创牌目标：磷铵、复合肥创中国名牌，实施无公害认证。三个主要的商标行政认定驰名商标。

2、知识产权保护：与德国巴斯夫的商标之争，敲响了我们

做好知识产权保护的警钟。这样的例子很多，如：全球最大的铝塑管供应商日丰管业商标官司打了十年，耗资千万；湖北稻花香与浙江稻花香商标之争历时8年，最终湖北胜诉；“李时珍”商标于1955年被北京一家公司注册，流失半个多世纪，最后20xx年在北京以拍卖的形式，被湖北蕲春台资企业——中国李时珍医药集团以近3000万元的价格拍得，费尽艰难周折，终于回归故里。这样的例子多不胜数，因此，希望公司引起高度重视，建议成立法务部或知识产权部，全面系统地维护、开发好无形资产。

四、品牌人才的培养与引进

五、请知名专业机构做品牌规划运作方案

目前，我们三个商标，并行用在复合肥上，没有明显的差异化，而且同质化，导致商标淡化。还有，我们做到20亿了，居然还没有vi系统。我建议，还是要请专业的业绩突出的品牌策划机构做方案，快速提升品牌运作的效能。

典型例子：如，武烟的黄鹤楼、红金龙高低组合品牌，思想有多远就能走多远，创造了烟草行业的一匹“黑马”；湖南中烟白沙品牌的“华丽转身”，“鹤舞白沙，我心飞翔”成就了连续多年荣登中国500强的榜单。王老吉20xx年以前，营销收入一直在1个多亿□20xx年经过品牌策划，“怕上火，喝王老吉”，6年时间，喝到了120亿。

附：王老吉历年的销售收入20xx年1.8亿元□20xx年 6亿元□20xx年14.3亿元□20xx年25亿元□ 20xx年40亿元□20xx年90亿元□20xx年近120亿元。

我们再看看同行的史丹利，它成功的背后，是清华大学长期支持的品牌策划，利用人的第一记忆，配合广告轰炸，抢占第一可圈可点：

第一家高塔复合肥生产线，史丹利成了高塔肥的同义词。

第一家发行邮票的化肥公司；

第一家拥有农化服务飞机的化肥公司；

第一家生产出含量高达54%复合肥；

第一个化肥企业以陈佩斯作形象代言人，

第一家化肥企业与清华大学联手打造复合肥品牌；

第一家请清华大学培训销售商，中央电视台王小丫做主持

我们不得不钦佩这些有着战略眼光的大手笔和大思路.....

众多的第一，极大地提高了史丹利公司的知名度,展现出高端品牌形象!我认为，我们要在品牌策划上借助外脑，全新打造祥云系列品牌运作的新思路。

第三个方面：标准战略

技术标准战略是近年来越来越多地被提及到的一个名词。国家之所以这么重视，是因为在国际贸易中，技术壁垒更多的就是标准竞争，达不到发达国家的技术标准，就被拒之门外。据统计，每年我们国家因标准落后导致出口损失在500多亿美元。标准战略实施有四句经典的话：技术专利化，专利产品化，产品标准化，标准国际化。其核心就是技术竞争，表现形式是标准制定。我们同行，宜化每年的专利申报100多项，而我们到目前为止，申报16项，获证12项。另外，我收集了20xx年到20xx年国家在标准制订方面的情况，工业氟硅酸钠标准：云天化，氯化铵标准：洋丰、双环、华昌，磷铵标准：六国，复混肥标准：中阿、中化，固体化学肥料包装标准：雷华、史丹利、洋丰，湿法粗磷酸标准：宜化，湿法净化磷酸标准：宏福，工业磷酸标准：兴化。这么多的国家标

准中，没有我们祥云的名字。今年3月份在南昌开标准会，国家化肥质检中心还以为我们是个非常小的化肥厂。

所幸的是，我们已开始了标准的起草，在工业磷铵的标准上，我们是起草人之一，冠名湖北祥云集团的标准也将出台。今后，我们要积极与相关标准委员会保持联系，争取更多的标准起草(如，现行的间苯二酚标准存在技术问题，我们可以向标委会申请，发动修改，成为起草人之一)。当然，最重要的还是技术创新，要设置技术创新的激励机制，全面调动全公司技术创新能力，把技术转化为生产力，转化为新产品，再转化成国家标准乃至国际标准，这样才能摆脱价格战，抛开同质化，迈向高端品牌。所以说，实施技术标准战略，企业才能保存实力，名牌才能永葆青春。

尊敬的各位领导，同事朋友们，这次竞岗，如果成功，我将充满信心，积极与公司生产、技术、营销各系统探讨交流、通力协作，强化质量管理，致力提升品牌形象，力争使公司产品打开绿色通道，逐步使祥云品牌成为的全国肥料的领跑者，参与国际竞争的行业先驱者，为创建美好祥云而不懈努力!

我的演讲完毕，谢谢大家。

品质演讲稿篇五

在质量安全方面，恒邦可谓下足了苦功。从一个小县城的牟平氢化厂到全国500强的恒邦冶炼，恒邦对产品质量安全的要求也在不断提高，从最初的满足公司要求向达到国家标准发展，现在我们考虑更多的是在达到公司和国家标准的同时更多考虑进了客户的需要，就是在这样的不断发展中恒邦的产品质量也在不断精益求精。

恒邦每年在质量安全方面过亿的投入，大量的人力、物力、财力的投入只为确保恒邦的黄金品质、永续发展!恒邦一直

在贯彻着“效益是企业的生命，质量是效益的灵魂”的思想，因为恒邦知道产品质量的优劣，对一个企业的发展和品牌形象的形成与信誉的累积是多么重要！只有立足品质，强化产品质量，才能让企业得到长足的发展。

产品质量要提升，认真的态度是保证。要让每一位员工，都深刻认识到必须做好每个细微环节，要知道稍有不甚，就会造成质量事故。正所谓“千里之堤，溃于蚁穴”。造成这些都是些简单的操作细节上的问题，但也正是这些细节决定了成败。海尔总裁张瑞敏说过：“什么是不简单，把每件简单的小事做好就是不简单”。如何把每件小事做好？那就要求有认真的工作态度来保证。技术员设计好每一个零部件，确保产品质量性能可靠；质检员严格监控外协件的质量不松懈，避免为别人的错误买单；工人们也严把质量关，高标准、严要求地去装配好每一个零件，领导也要不定期的监督检查现场，勤指导、频教育，促进员工工作质量的稳定与提升。生产每一台设备只要我们责任心多一点，问题就会少一点，质量就会高一点。

或许依然有人会认为质量安全就是远离那些假冒伪劣产品那么简单，事实上并非如此，质量安全必须要我们每一个公民的监督和参与。曾几何时我们看到街头的垃圾食品时是否选择了漠视甚至明知故犯？曾几何时我们购买的产品出现质量问题时我们是否会追根溯源直至追究责任？没有，我们都没有，我们统一选择了淡漠，而这种淡漠却恰恰是对那些存在严重质量安全问题的商家的纵容。（一些消费者没有形成质量安全意识，总生活在“物美价廉”的想象中，明知是假依然要买假的行为对假冒伪劣产品也是一个无形的推动力）这不得不让我们反思，我们究竟能为质量安全做些什么呢？还记得叶志平吗？或许他会给我们一个答案。就是他，一个普通的四川安县桑枣中学校长创造了一个奇迹：他让2300余名师生只用了1分36秒的时间在里氏8.1级的地震中安全撤离！在他当校长的时间里，他主张加固学校的所有建筑，更是对其中的一栋一直没有通过验收的实验教学楼，进行一次次的加

固。最终在地震中他的学校里没有一个学生丧失生命，甚至那栋没有通过验收的教学楼也依然屹立不倒，而当时那座楼上的教室里，坐着700多名学生和他们的老师！结果这栋教学楼里的700多名学生和老师均都安全脱险！朋友们，质量安全就在我们身边，它需要我们每一个人时刻关注着，只有我们都维护了身边的质量安全，才能真正保证个人的健康，家庭的安全，企业的兴盛和国家的和谐！

品质演讲稿篇六

各位领导以及同事们，你们好！作为一名质量管理人员，提到和听到最多的一句话：抓好产品质量，提高质量意识。但究竟什么是质量意识，怎么提高质量意识？我曾迷茫过，也曾思考过？我认为：质量就是一个准则，质量就是一个忠诚，质量就是一个责任，质量就是企业的生命！

今天我要演讲的题目是：《质量在我心中》

我们面临的市场，是竞争与利润同步的市场，是经济飞速发展市场，一个企业要在竞争中乘风破浪，立于不败之地，最核心的是什么呢？那就是优良的产品质量。质量是产品的基础，没有质量，何谈发展、竞争、利润之言。尤其对于我们劳动密集型的线路板行业来说，原材料的成本增加、小型生产工厂产生的市场竞争，加剧企业的生存压力，唯有提升产品质量、保证产品合格率、减少目前的过多叉板，才是我们企业赖以生存和发展的基石。要知道，一个真正有生命的企业是因为有着厚重的质量基础作保证的，一个企业的质量形象是靠每一位员工精心打造出来的。质量是生产过程的积累，只有生产过程中做到层层把关，点点控制，所生产的产品才有可能保证质量，成为人们心目中信的过的产品。“质量是企业生存之本，发展之源”此话无人不知，无人不晓。可在实际的工作当中，往往由于一时的粗心大意而把质量抛在九霄云外，顺其自然。试想看，一个企业要想得到永久的生存与发展，如果没有过硬的质量、优良的产品，怎能赢得市场，

赢得客户的信赖。只有打造一流的质量，才能打造一流的产品，只有拥有一流的产品，才能立于不败之地。质量在我心中，强调的是人的责任。如果发生了质量问题我们都推开，那么，企业怎么生存？这是一个态度问题。拒绝承担个人责任是人的通病。一个有责任的管理者和职工，应该为事情的结果负责。无数的事实雄辩的证明，勇于认识错误不但能推动事情的发展，更有助于解决问题。然而事实上，与外国人相比，中国人似乎更不愿意认错。因为在潜意识里，认错就意味着失败，认错就意味着认输。而在现代企业中，往往认错就代表牺牲。

代表着经济赔偿。但那是因为我们没有认识到，质量就代表着诚信，质量就是一个品牌！一个没有良好产品口碑品牌的企业，根本无法在激烈的市场竞争中立足，而产品质量则是员工日常工作中每一个细小操作质量的好坏生成。

古代名人老子曾经说过：“天下难事，必做于易；天下大事，必做于细”。指出了想把一件事做好，必须将简单的事情做起，从细微之处入手。细节也是一种量变到质变的过程。经常忽视和不注重工作细节，就会影响我们的产品质量。对于我们广大员工来说，做好每天的每件工作，控制每个工作细节的质量，追求不断的改进，让我们的企业在细节中创新，在创新中发展，在发展中壮大，才能确保我们公司强立于竞争的市场。

因此，企业要发展，质量是关键。而产品质量的好坏，不是一个口号，也不是某个人的事，需要我们每个干部以诚相待每位员工，做到授其所知；每位员工尽心尽力完成工作任务，做到谦虚谨慎；每位检验员不折不扣按照标准对产品实施管控，做到精益求精。大家团结一致，正确理解质量的含义，明确质量的重要性，也只有这样，才能把质量抓好，才能让企业有更大的发展空间，才能吸引广大客户，才能更好的为企业创造大效益。一个企业没有了质量，没有了诚信，就没有了市场，就失去了生存的能力，那么我们又将何去何从？

为了企业的发展和繁荣，同时也为了我们自身生活的安定，请加入到纠错、改良行动中来吧，让优质的产品和优质的质量托起鹏宇美好的明天！

当然提高质量意识不是一朝一夕的事情，也不是一种方式方法就能解决的，需要长期努力，逐步提升的过程，只要我们按照公司提出的：“找方法去找到合适的方法，做对事把自己事做对，不断寻求创新，企业一定会得到更好的发展，企业就会欣欣向荣、蒸蒸日上！”

最后，谢谢大家！

品质演讲稿篇七

尊敬的领导、同事们：

大家下午好！我非常高兴能够参加此次活动，我演讲的题目是《用心创造质量神话》。

质量是道德，是责任，是诚信，更是生命。我们生产的药品要经过很多道工序，反复检验后才能到市场上流通。提到去年的“毒胶囊事件”，我想大家并不陌生。缺少道德因素的制约，质量是难以想象的。质量问题的出现反映了企业道德的缺失，也可看出质量意识未融入涉事企业的每一位员工。我认为，不论你是在哪一个环节，都是自己岗位的质量落实一把手。优质的产品，反应的是我们良好的道德品质。

质量是对责任心的检验，好质量要求更高的责任心。作为一名微生物质检员，我认为，有责任心的人一定会努力工作、认真踏实；有责任心的人一定会工作细致，听从安排；有责任心的人一定会做每一件事都会坚持到底，不会半途而废；有责任心的人一定会主动承担责任而不推卸责任。做事对得起自己的良知，善始善终，不敷衍草率；不推卸自己所应尽的义务和责任；不以自我为中心，要做到心中有他人，主动

为下工序作想，不忽视每一件看是寻常的小事和细节。质量提升的过程也是责任心培养的过程。责任心与使命感紧密相连，我们应当时刻把重视质量、追求质量、关注质量作为一种使命感和责任感。

质量即诚信，作为一名基层员工，我认为，凡事要能说到做到，第一次做到，次次都会做到。墨菲法则告诉我们：如果你不想把事情做对，那么它一定会错。只有认真地确认需求、明确的理解要求、彻底的掌控过程、不折不扣的符合要求、决不把缺陷留给他人，方能获得质量和成功。质量与诚信是贯穿企业发展全程的主旋律。是企业在社会中做大做强，取得蓬勃发展的精髓所在。

松下幸之助说过一句很简单但足以发人深思的名言：“只有高素质的人，才能生产出高质量的产品。”所以我们都应本着“质量就是生命”的宗旨，更加严格的要求自己。归根结底，我们的人品决定产品，决定企业的命运。在企业当中，谁都懂得效益就是金钱这个道理。同时在竞争激烈的商场上，质量才是赢得客户的基本砝码。只有质量过关，才能占有市场。我们卖出的只是产品，但是留给我们自己的却是产品的品牌与口碑，这是要一直跟随我们的，所以我们更应该珍惜我们的品牌。

多年来公司始终以诚信与质量为中心，在强化对外诚信及内部提升产品质量方面作了大量的标准和规范，几十年如一日，董事长带领我们的企业为树立诚信、质量而奋斗拼搏，面对来之不易的今天，我们一定要在诚信及质量上，继续拼搏努力，在董事长的带领下，将企业的明天打造的更加辉煌。正如董事长所说的，“‘诚信’是扬子江药业的品牌，‘无假’是扬子江药业的品格。用诚信赢得客户，凭质量开拓市场，是我们所有扬子江人的共识。”

我相信如果我们心中有质量，用生命的信念对待每一个工作环节，坚持精益求精、一丝不苟的企业精神，永远把产品质

量放在各项工作的首位。发扬“求索进取、护佑众生”的企业理念和“高质惠民、创新为民”的企业宗旨。那么，我们的明天一定会更加灿烂辉煌！

谢谢大家！

品质演讲稿篇八

敬的领导：

这个标题，也许有点“老生常谈”了，因为现在人人都在讲质量，提倡提高质量意识，真可谓质量意识“遍地开花”，那么今天我也讲讲我们焊接人，对质量的“心动”与行动吧！

大家不常说“质量是企业之本，质量是企业是生命”，而信誉是建立企业形象的关键。先辈们用他们“敬业报国，追求卓越”的企业精神，让我们的企业，走过了艰辛而光辉的58年的历程，今天，我作为火二的后代，作为火二的一员，作为电力建设的一线技术人员，让我有种建设信誉企业强烈的使命感与责任感！

记得日本一位企业家土光敏夫曾说过这样一句话，“没有沉不了的船，没有倒闭不了的企业，一切取决于人的努力。”作为电力安装事业企业，安装过程，质量控制，环环相扣，每个细微环节都需要员工认真敬业的工作，稍有不甚，就会造成事故隐患。尤其作为我们焊接这种特种作业，如果技术工作不细心，不到位，造成现场用错焊材或焊接质量出现问题，即而有可能导致运行过程中爆管、甚至危及运行人员生命安全，所以，作为焊接队唯一的技术人员，我毅然要求自己做到“技术立足，统筹协调”。有句老话：言必行，行必果！为了做到这点，无论多么具体而繁琐的小事，我都会锲而不舍落实到底！所以不管在办公室、现场、资料室的三者之间往返多少次，我要求自己前进的步伐不能停止！因为我知道给现场施工提供准确可靠的技术保障，是我刻不容缓的使命！所

以尽管工程初期，让我忙的不易乐乎，但是为了保证焊口质量，我会义无反顾的坚持下去！

当然，质量保证光靠某个人的力量是远远不够的，需要大家共同努力！在施工中我们焊接队提倡创精品工程的理念，倡导团结合作、忘我奉献的工作作风，强调增强内部凝聚力！为提高技术素质，对新焊工，我们在施工中采取一师带一徒形式进行施焊，并受到良好的效益；我们的田队也拿出了，当年焊培教练的劲头，每道焊口他都要亲临现场，指点江山一二。

我想说：知必言，言必行，行必果，是我的工作理念，更是我们焊接全体员工的工作理念！质量意识在我的心中，更在我们焊接全体人员的心中！我们渴望着、并努力着用着自己的双手，打造出山西永济大地上的火二精品工程。

所以，从2月25日开焊第一道焊口以来，我们的11名焊工师傅，通过精心施工，已完成5905道焊口。且焊口合格率也在稳步上升，当然成绩的取得离不开各级领导的大力支持。工程刚刚开始，任重道远，焊接全体员工将一如继往，以饱满的热情，以优质的质量，投入到永济建设中去！同时，我们相信在公司及永济项目部各级领导的带领下，在焊接，锅炉，汽机等各队团结一致的努力拼搏下，达标创优，争创鲁班奖的总目标一定能够实现！