

# 上海市质量品牌故事大赛管理办法

(2026 年试行)

## 第一章 总则

### 第一条 目的依据

为加快推进上海质量强市建设，落实《质量强国建设纲要上海实施方案》的目标与任务要求，助力企业增强质量和品牌发展能力，围绕市质量工作领导小组统筹协调质量强市建设的工作部署，在市市场监管局与市总工会、团市委、市妇联的指导与支持下，依据本会《公益性质量推进活动管理办法》的总体要求，本着“公平、公正、公开”的基本原则，特制定本管理办法。

### 第二条 比赛宗旨

**弘扬精神：**坚持“质量是上海的生命”，传播先进质量品牌创新文化，树立“质量第一”的全社会意识与价值导向；

**展示成就：**展示本市各行各业的企事业单位在广泛开展群众性质量活动中，面向企业、行业与社会不同层面的质量创新与品牌建设方面的群众性文创作品与成果；

**传播推广：**通过演讲、视频、文章等多种形式的一线员工同台竞技比赛，挖掘具有时代特征、赋能高质量发展的代表性成果，借助“中国品牌日”“全国质量月”等活动，面向全社会传播推广，助力上海“五个中心”“四大品牌”建设。

## 第二章 比赛组织

### 第三条 组织单位

**主办单位：**上海市质量协会；

**承办单位：**上海质量杂志社等国内具有影响力的质量文化专业媒体与组织；

**推进单位：**本市各区市场监管局、产业集团公司等群众性质量活动的组织单位；

**协办单位：**本着“开放、共建、共享”的基本原则，从上海市质量协会的单位会员中公开招募，自愿资助比赛活动的正常运行和可持续发展；

**支持单位：**主要包括媒体支持单位和场地支持单位。媒体支持单位主要从《中国质量报》、中国电信 | 上海热线、《青年报》等具有影响力的社会媒体中招募；场地支持单位视比赛人数、观赛人数及资源配置情况等因素，酌情从上海市质量协会单位会员或比赛推进单位中征集。

## 第三章 参赛主体与条件

### 第四条 参赛主体

在上海市行政区域内依法设立的企事业单位、社会组织及其他组织均可报名参赛。适当考虑本市各重点产业集团在长三角地区的产业链供应链直属单位或主要合作伙伴邀请参赛。

### 第五条 参赛条件

参赛单位应建立有效的质量管理体系，近3年无重大质量、安全、环保等违法违规记录。

参赛人员主要面向参赛单位在册的一线职工，思想道德品质优秀且无不良社会信用记录。

## 第四章 比赛内容与类型

### 第六条 比赛主题

紧扣时代特征、聚焦年度质量品牌创新重点、面向本市重点产业高质量发展，形成重点突出、特色鲜明的每年度比赛主题。

### 第七条 比赛类型

**演讲：**鼓励各行业企事业单位一线员工积极参与，以脱稿演讲的形式讲述本单位的质量创新与品牌建设相融合的真实故事，让质量和品牌发展理念深入人心。

**微电影：**鼓励各行业企事业单位一线员工组成团队拍摄制作，以微电影形式展现单位质量创新与品牌建设相融合的具体实践历程，通过鲜活镜头语言诠释质量与品牌的深层内涵。

**征文：**鼓励各行业企事业单位以撰写文稿形式总结提炼提升质量创新与品牌建设过程中具有特色性、成效性、带动性和推广价值的创新性经验与做法。

### 第八条 比赛赛制

大赛主要分为“初赛”和“决赛”两个阶段：

**演讲：**为便于本市广大企事业单位积极参赛，初赛按中

心城区和周边城区分设多场举行。首先通过上海市群众性质量活动公共服务平台在线报名并提交演讲素材与文案，经条件审查通过后以现场故事演讲初赛的方式，确定入围决赛的作品以及三等奖作品。决赛采取集中现场故事演讲的方式，同台竞技决出演讲的一等奖和二等奖。

**微电影：**初赛以上海市群众性质量活动公共服务平台为主渠道，经条件审查后在线展示参赛作品，结合在线投票和专业初审确定入围决赛作品和三等奖。决赛采取现场集中专业评审的方式，决出微电影的各等第奖项。

**征文：**初赛以上海市群众性质量活动公共服务平台为主，通过在线专业初审，确定入围决赛的征文和三等奖。决赛采取现场集中专业评审的方式，决出征文的一等奖和二等奖。

## 第五章 赛风赛纪

### 第九条 基本原则

本着“公平、公正、公开”的原则，所有参赛单位及参赛人员、志愿者、评委及赛事工作人员，以及各相关单位及相关人员均须严格遵守本管理办法及大赛相关规程。

### 第十条 参赛人员行为规范

参赛单位及个人应恪守诚信，不得有以下行为：

**资格造假：**在参赛资格、单位资格、演讲人身份等方面提供虚假信息或材料。

**内容抄袭：**参赛作品、演讲稿、视频等内容侵犯他人知

识产权或存在抄袭、剽窃行为。

**不当竞争：**通过任何形式贿赂影响并干扰评委、大赛工作人员及志愿者的大赛赛事工作等行为。

**扰乱秩序：**在比赛现场或其他大赛活动中，实施扰乱赛场秩序、不服从管理、无故弃权或罢赛等行为。

**不当言行：**就大赛活动发表有悖社会主义核心价值观、损害大赛声誉或造成恶劣社会影响的言论或行为。

## 第十一条 评委行为规范

评委应秉持客观、公正的立场，严格遵守评审纪律：

**独立评审：**依据评分标准独立进行评判，不受任何单位或个人干预。

**利益回避：**如与参赛单位或参赛个人存在利益冲突关系，应主动申请回避。

**严守秘密：**不得泄露评审过程中的讨论细节、评分情况及其他不应公开的赛事信息。

**廉洁自律：**不得接受参赛单位或相关方的宴请、馈赠或参与任何可能影响公正评审的活动。

## 第十二条 监督与举报

大赛主办单位接受大赛指导单位与社会各界监督，并负责受理相关投诉和举报。

任何单位或个人发现大赛中存在违反赛风赛纪的行为，均可向主办单位实名举报。

### 第十三条 违规处理

对违反赛风赛纪规定的单位和个人，大赛主办单位将视情节轻重，采取以下一项或多项处理措施：

**批评教育：**对情节轻微者进行提醒、告诫。

**取消资格：**取消涉事单位的参赛资格或已获得的奖项。

## 第六章 比赛程序

### 第十四条 报名参赛与在线推荐

参赛单位通过上海市群众性质量活动公共服务平台进行在线活动报名并在线提交参赛作品等相关材料。

各比赛推进单位按照参赛作品要求和评分表，做好参赛材料初审把关，持专属账号和密码进行在线推荐，推荐网址为：<http://shqi.saq.org.cn/customer/tjdw/login>。

### 第十五条 时间程序

上海市质量品牌故事大赛每年举办一届，主要程序与时间安排如下：

**参赛报名 (3月-5月)：**发布通知，各单位通过上海市群众性质量活动公共服务平台报名参赛。

**作品报送 (6月)：**通过上海市群众性质量活动公共服务平台线上提交参赛作品、报名表、参赛作品申报表及相关证明材料。并通过各相关比赛推进单位对参赛作品进行初审把关，完成在线推荐工作。

**资格审查 (6月底前)：**主办单位组织对参赛作品进行在

线条件审查。

**初赛 (7月—8月初):** 评委对参赛作品进行初审, 确定决赛入围名单。

**决赛及展演 (8月-9月初):** 结合全国“质量月”活动举行现场决赛及颁奖典礼。

## 第七章 参赛作品要求

### 第十六条 参赛作品要求

**演讲:** 脱稿演讲, 以普通话为主要演讲语言参加比赛; 建议用 PPT 或视频作背景, 可适当采取音乐等辅助手段; 时间限制为 8 分钟, 辅助手段耗时亦视为演讲作品的一部分; 原则上从初赛到决赛, 参赛选手不得随意更换。

**微电影:** 作品时长原则上不超过 6 分钟, 且不少于 3 分钟; 作品格式为 mp4, 分辨率 1280\*720 及以上, 画面比例为 16:9, 横屏, 大小不超过 1G; 作品画面清晰, 声音清楚, 建议配以契合的音乐、对白和字幕, 代入感强。

**征文:** 原则上字数 3000-5000 字; 标题三号字黑体, 正文四号字宋体, 图表名称及注解五号黑体; 结合文字内容适当配以数据图表, 图文并茂, 排版合理。

所有参赛作品须自我声明确保版权无争议。

### 第十七条 参赛数量

同一参赛单位申报的演讲、微电影作品原则上各不超过 5 项, 征文不超过 1 项。不同类型参赛作品须避免题目和内

容的重复相似。如有重复相似之处，资格审查将作淘汰处置。

## 第八章 评审与奖项

### 第十八条 评审标准

根据比赛类型（演讲、微电影、征文）设定不同比赛作品的评分表。各类型比赛作品的评分项设置紧扣作品呈现的主题、技巧展示、诠释质量底蕴与品牌特色等方面并各有侧重，具体详见附件 1、附件 2、附件 3。

根据需要评审表可以不定期进行优化完善和修订。

### 第十九条 评审规则

围绕每届大赛主题及赛制方式，评审兼顾参赛作品要求和评分表，采用专业评审和观摩投票方式。

大赛评委团队由来自大赛指导单位推荐专家、来自主办单位和承办单位的专家，以及各区市场监管局推荐的专家、大赛媒体支持单位的专家等构成。其中，初赛每场次评委不少于 5 人，决赛现场评委不少于 7 人。

### 第二十条 奖项设置

**专业奖项：**演讲、微电影、征文各设一等奖、二等奖和三等奖，获奖率控制在 50%左右，其中一等奖获奖作品占比不超过 15%。

**观摩奖项：**根据观众现场投票，演讲比赛设最具风采奖、最佳演绎奖各 1 项；根据在线投票，微电影比赛设最具创意奖、最佳人气奖各 1 项。

对组织发动参赛作品较多且质量水平较高的比赛推进单位予以表扬。

大赛对未获奖参赛作品颁发参赛证书。

## **第二十一条 异议与复议**

**异议申请：**如对比赛结果有异议，须在比赛现场结果宣布当日实名提交书面复议申请，内容包括异议对象、事实依据、证明材料及有效联系方式，匿名或逾期申请不予受理。

**复议处理：**大赛主办单位在收到申请后5个工作日内作出终局决定（如维持、重审或取消资格等），并以书面形式通知申请人。

## **第九章 宣传推广与版权保护**

### **第二十二条 展示推广**

获奖作品将转化为视频、美文等形式，在主办单位官方媒体及群众性质量活动平台等进行传播推广。

参赛单位报名即视为同意主办方无偿使用作品用于公益宣传。

### **第二十三条 版权保护**

参赛作品须为原创，严禁侵权。若涉及版权纠纷，由参赛者自行承担法律责任。

## **第十章 附则**

### **第二十四条 解释权**

本管理办法由大赛主办单位负责解释并接受指导单位的指导。

## **第二十五条 比赛细则**

为确保比赛活动“公平、公正、公开”，各类比赛应在必要时制定相应赛事细则，并在全过程中予以明示，接受社会各界的监督。

## **第二十六条 试行日期**

本管理办法自发布之日起试行。

附件 1:

质量品牌故事大赛 演讲作品评分表

评分项目	评分要点
主题内容 (55 分)	1. 主题: 贯穿故事结构的主线, 体现组织质量品牌的愿景、价值观、战略导向和各具特色的品牌管理实践, 求真务实, 有效传递组织品牌文化。(20 分)
	2. 材料: 紧扣大赛主题和组织质量品牌发展重点, 观点正确, 故事情节生动, 结合客观数据与信息, 传播品牌理念, 融合时代特征, 创造品牌价值。(20 分)
	3. 结构: 故事逻辑性强, 编排条理清晰, 构思巧妙, 引人入胜。(15 分)
演讲技巧 (30 分)	1. 发音规范: 普通话标准, 吐字清晰, 声音圆润洪亮。(10 分)
	2. 语言表述: 脱稿演讲, 熟练、自然, 措辞准确, 简练流畅。(10 分)
	3. 语音表达: 语速恰当, 语气、语调、音量、节奏张弛, 与演讲者的感情起伏变化浑然一体。(10 分)
形象风度 (5 分)	着装整洁得体并与故事主题和背景融合, 举止端庄自然、落落大方。(5 分)
演讲效果 (10 分)	演讲具有较强的吸引力和感召力, 能较好地与观众情感交融, 营造良好的现场体验效果。(10 分)
时间控制 (减分项)	演讲作品时间控制在 8 分钟, 超时 30s 及以上或不满 5 分钟, 扣 1 分。

附件 2:

质量品牌故事大赛 微电影作品评分表

评分项目	评分要点
主题内容 (55 分)	1. 主题：贯穿故事结构的主线，体现组织质量品牌的愿景、价值观、战略导向和各具特色的品牌管理实践，求真务实，有效传递组织品牌文化。(20 分)
	2. 材料：紧扣大赛主题和组织质量品牌发展重点，观点正确，故事情节生动，结合客观数据与信息，传播品牌理念，融合时代特征，创造品牌价值。(20 分)
	3. 结构：故事逻辑性强，编排条理清晰，构思巧妙，引人入胜。(15 分)
故事创意 (20 分)	1. 材料新颖，剧本精练，叙事紧凑，见解独到，发人深省。(10 分)
	2. 制作匠心独运，撼动人心，能引发观众强烈共鸣。(10 分)
艺术表现 (15 分)	1. 视觉：画面清晰，音质流畅，场景镜头衔接顺畅。(5 分)
	2. 剪辑：剧情精练不冗长，节奏得当，字幕清晰，与声音搭配协调。(5 分)
	3. 配乐：能够渲染氛围，升华主题，与内容完美融合。(5 分)
故事完整 (10 分)	视频布局严谨、自然、完整。(10 分)
时间控制 (减分项)	微电影作品时间控制在 6 分钟及以内，超时 30s 及以上或不满 3 分钟，扣 1 分。

附件 3:

质量品牌故事大赛 征文评分表

评分项目	评分要点
选题依据 (25 分)	<p>科学性 (5 分)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 目标设定有充分依据。</li> <li>- 制约品牌发展与质量创新的问题识别准确、充分, 与组织质量品牌战略方向保持一致。</li> </ul>
	<p>新颖性 (10 分)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 选题方向与视角在行业或领域内新颖独特。</li> <li>- 采用差异化技术方法的预期成效与既有解决方案有显著区别。</li> </ul>
	<p>顾客导向 (10 分)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 理解顾客与市场需求。</li> <li>- 能够进行科学的分析, 与品牌运营相契合, 满足并超越顾客需求。</li> </ul>
过程实现 (45 分)	<p>系统性 (10 分)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 基于系统的开发过程, 在组织内进行部署和实施。</li> <li>- 逻辑性强, 思路清晰, 推理严谨。</li> </ul>
	<p>可行性 (10 分)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 易于实施, 符合组织人力、资金、技术、设备和材料、信息等资源的配置能力。</li> </ul>
	<p>创新型 (15 分)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 实施中应用创新思维。</li> <li>- 实施过程中运用适宜的工具与方法并取得显著成效。</li> </ul>
	<p>可推广性 (10 分)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 方法路径具有组织内外、行业内外示范与推广的价值。</li> <li>- 实施过程可在组织、行业内外学习、借鉴。</li> </ul>
效果 (30 分)	<p>目标达成 (10 分)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 预期目标得以实现, 并得到有效的验证。</li> <li>- 提供了充分、有效的数据和证据。</li> </ul>
	<p>技术或经营绩效 (10 分)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 取得较好的新产品、新技术、新标准或新规范等成果。</li> <li>- 项目取得良好的财务、市场等经营结果。</li> </ul>
	<p>社会效益 (10 分)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 项目成果社会效益显著, 形成组织差异化的质量品牌竞争优势。</li> <li>- 对组织的质量管理水平、品牌形象提升有积极影响。</li> </ul>