

一院一品：高校基层党建品牌化创新建设的路径研究

郭田田 姜郝 陈星园 胡灿伟

武汉轻工大学，湖北武汉，430048；

摘要：新时代背景下，高校基层党建工作面临理论与实践脱节、品牌属性薄弱等现实挑战。本文以“一院一品”模式为切入点，探索高校基层党建品牌化创新建设的路径。通过文献分析、实地调研与个案研究，总结当前高校党建品牌化建设的痛点，提出以品牌定位、设计、推广为核心的实践路径，并构建“校-企-政-师-生”多方联动的长效机制。研究结果表明，“一院一品”模式能够有效提升基层党组织的凝聚力与影响力，推动党建与学科建设、人才培养深度融合。

关键词：高校党建；品牌化建设；一院一品；基层组织；长效机制

DOI：10.69979/3041-0673.25.07.063

作为贯彻“三全育人”理念的核心阵地，高校党建基层组织在育人实践中常面临三重困境：形式化倾向突出，特色资源整合乏力，缺乏动态评估体系。这种现象折射出新时代高校意识形态建设的制度性缺陷。在此背景下，“一院一品”模式应运而生，强调通过品牌化建设挖掘各学院特色，形成具有辨识度的党建品牌。该模式通过项目孵化和绩效评估双轮驱动，在组织承诺理论框架下形成了“品牌培育-成果转化-迭代升级”的长效机制，为破解基层党建与专业教育“两张皮”问题提供了系统论视角的解决方案。

1 新时代高校基层党建品牌化创新建设的实践经验

“一院一品”模式作为高校基层党建品牌化建设的重要抓手，已在多所高校的实践中取得显著成效。该模式通过聚焦各学院特色，将党建与学科建设、人才培养深度融合，形成了一批具有示范效应的党建品牌。本节系统地梳理“一院一品”模式的实践经验，总结其核心路径与实施策略。

1.1 立足学科特色，精准品牌定位

立足高校发展实际树立高校基层各级党员的品牌意识和创新理念是从事高校基层党建品牌化建设的先导环节^[1]。党建品牌化建设需紧扣学科优势与资源优势，明确品牌核心价值定位。高校基层党建应该与其职能契合，以党建保障和促进发展，以专业丰富和提升党建，实现高校党建和业务发展的互促互进^[2]。通过结合专业特征提炼品牌主题，将党建工作融入教学科研实际环节，促进党建与业务协同发展。这种模式既增强党建工作的

专业性，又提升品牌的文化深度和实践价值，夯实发展基础^[2]。随着跨学科协作推进，涌现出“人工智能+党建”等技术构建党员发展支持体系，既突出党建的专业特征，又通过实践创新强化品牌文化支撑力，保障可持续发展。

1.2 构建“党建+”活动矩阵，创新品牌载体

党建品牌建设需以优质载体为抓手，构建特色化实践体系。高校党组织要设计多样活动类型，把理论学习、实践服务与专业技能培养相融合，增强活动的参与度和实际效果。推进跨领域协作，采用线上线下结合的方式，既扩大覆盖范围，又增强参与深度。在创新过程中，既要注重活动形式的多样性，也要确保内容与师生需求精准匹配，避免表面化问题。通过优化活动资源配置，建立效果反馈机制，及时调整实施方案，使品牌载体真正成为提升党建工作质量的有效途径。

1.3 聚拢多元资源，释放协同势能

党建品牌建设需突破单一主体局限，构建多方协同发展格局。高校要统筹校内外资源网络，搭建跨部门、跨领域的综合协作平台。对外联动社会机构共建实践载体，引入外部资源助力品牌培育；对内优化资源配置机制，贯通教学、科研、管理等环节，形成品牌建设合力^[3]。通过建立常态化沟通机制，定期召开联席工作会议，及时协调解决协作过程中的堵点问题。同时构建动态调整机制，根据品牌发展阶段需求灵活调配资源配比，确保协作体系持续发挥效能。这种协同模式不仅拓展了资源获取渠道，还能增强党建工作服务社会的实效性，通过资源整合利用最大化提升品牌价值。在具体实施中，注重将协作成果转化为可推广的工作经验，通过建立成

果共享库、编制案例手册等方式，促进协作机制持续优化升级，为品牌长效发展注入持久动力。

1.4 健全长效机制，涵养品牌生机

党建品牌建设的长效发展需要制度保障与动态更新相结合。高校应建立标准化管理制度，将品牌创建工作全面融入党建考评体系，规范项目申报、效果评估、激励反馈等管理流程。完善跟踪督导机制，定期开展质量评估，根据政策导向和师生实际需求动态调整品牌内容，保持工作实效性。注重培养党建素养与专业能力兼备的复合型人才队伍，通过专项培训、实践锻炼等方式强化队伍建设，为品牌发展提供持续支撑。将基层党建工作纳入学校发展的战略规划中，做好顶层设计和政策导向，建立健全基层党建品牌培育的立项、实施、考核、激励等工作制度^[2]。这种制度体系既规范了品牌建设的运行机制，又通过动态优化确保工作与时俱进，从根本上解决短期化、碎片化问题，实现品牌建设的科学化、长效化发展。

1.5 推行项目化管理，激发创新动能

高校基层党建品牌化建设正经历从经验驱动向系统治理的范式转型，项目化运作机制成为突破传统管理模式的关键路径。学校党组织可通过党建品牌建设强化政治功能，形成“品牌引领、辐射带动”的组织力提升模式^[3]。在实施过程中，通过建立弹性预算分配机制与差异化考核标准，实现党建资源与建设任务的精准适配。重点聚焦理论武装、实践创新与成果输出三大核心领域，形成理论学习矩阵、实践平台网络与成果转化链条的有机衔接。该模式创新性引入PDCA（计划-执行-检查-处理）管理工具，通过计划制定、节点督查、效能反馈与策略优化的循环递进，形成螺旋式质量提升效应。这种动态闭环管理体系不仅破解了粗放式管理带来的执行损耗，更通过赋权基层组织激发自主创新动能，为党建品牌的内涵式发展构建起全要素支撑框架。

2 新时代高校基层党建品牌化创新建设的发展瓶颈

党建品牌建设正逐步成为高校党建工作创新实践方向，在系统性推进过程中仍面临多重建设挑战需要重点突破。当前以品牌化助力高校党建工作越来越多地被应用于实践，但在建设过程中也存在一些亟待解决的发展难题。

2.1 品牌定位失焦，同质竞争加剧

基层党建品牌化是破解高校党建同质化难题、实现高质量发展的重要抓手^[4]。在创建过程中存在过度关注形式创新的倾向，未能充分结合自身学科特点与资源优势，简单照搬现成模式导致品牌定位模糊、活动内容重复^[5]。不少品牌停留在表层宣传，缺乏体现院校特质的核心价值表达，难以形成具有吸引力的文化特色。这种同质化现象不仅弱化了品牌的独特性，还直接影响师生参与热情，制约建设成效。高校教师党建与学生党建需以“目标协同、资源互通、载体共建”实现联动共进^[6]，通过差异化发展路径塑造品牌个性。同时建立需求反馈机制，使品牌建设始终与师生实际需要同频共振，切实增强工作的实效性和感染力。

2.2 资源整合梗阻，协同效能弱化

党建品牌建设在加强资源整合力度下，存在校内外协同不足的突出问题。校内各部门职责不明确、资源配置不合理，难以形成工作合力；校外合作缺乏长效机制，未能有效对接社会资源支撑品牌发展。这种状况既影响品牌建设整体效果，又制约了品牌与学科发展、社会需求的有机融合。要破解这些难题，必须建立跨部门协调机制，明确分工与协作流程，优化资源配置方案。同时完善校企地合作框架，通过项目共建、资源共享等模式深化实质性合作，将社会资源转化为品牌建设动能。通过构建科学的资源整合体系，切实提升品牌建设质量，增强服务能力。

2.3 制度供给不足，长效机制缺位

部分高校党建品牌建设缺乏系统化的制度支撑，存在“重创建轻维护”现象。一方面，品牌评估标准模糊，考核指标偏重于活动数量而非实际成效，导致部分品牌沦为形式化工程^[7]。另一方面，缺乏动态优化机制，难以及时调整品牌内容适应新要求，使得品牌逐渐失去活力。此外，经费保障与人才支持的不足进一步加剧了品牌建设的短期化倾向，难以实现可持续发展。

2.4 考核导向偏误，激励机制僵化

当前高校党建品牌化建设的考核机制存在“一刀切”倾向，未能体现品牌差异化特征。部分高校将品牌建设纳入基层考评，但评估指标过于宽泛，未能精准衡量品牌创新程度、持续发展能力及实际育人效果。激励机制不健全导致基层创新动力不足，品牌建设成果与个人发

展、工作评价关联性较弱，影响参与积极性。要改进现有机制，需建立分层分类评价体系，设置差异化考核标准，重点考察品牌特色培育与实际成效。同时完善激励措施，将品牌建设质量纳入评优评先、资源配置等重要环节，激发基层创新活力。通过优化考评导向，引导形成重实效、可持续的品牌建设模式。

2.5 基层活力衰减，创新动能式微

党建品牌建设需增强基层参与活力，但实际推进中常出现落实不到位的情况。当前部分品牌活动仍采取行政指令式推进，活动策划缺乏基层参与，形式单一导致吸引力不足^[8]。基层党建品牌建设若只是停留在喊口号，就会弱化基层党建品牌融入高校发展大局、服务师生群体的作用，剥离高等院校打造党建品牌的特色资源，阻碍以党建品牌促进教学科研多层互补的高校建设新格局^[9]。要破解这些问题，需建立双向互动机制，通过意见征集平台、创意提案制度等渠道广泛吸纳基层智慧。同时加强实务培训，定期开展品牌策划、项目运营等专业技能培训，提升工作队伍创新能力。通过建立容错激励机制，鼓励基层探索差异化实践路径，真正激发师生党员的主体作用。

3 新时代推进高校基层党建品牌化建设的策略选择

针对当前高校基层党建品牌建设中存在的定位模糊、资源配置不畅等突出问题，亟需立足既有实践探索更具操作性的创新路径。以“一院一品”建设为突破口，既为破解同质化难题提供了差异化解决方案，又能通过其特有的项目孵化机制实现资源整合增效。通过精准对接学科优势与区域红色资源，构建起党建与专业协同发展的特色模式。这类创新案例表明，将品牌定位校准、资源联动机制与长效保障体系有机融入“一院一品”建设框架，不仅能有效突破发展瓶颈，更可为构建具有校本特色的基层党建新格局注入持续动能，这也为后续策略优化提供了重要启示。

3.1 深化特色凝练，构建差异化品牌体系

强化党建品牌建设与学科特色深度融合，通过系统梳理各院系资源优势，精准定位品牌核心价值，防止同质化现象。塑造品牌形象，就是要在党建项目的设计、实施和总结全过程中，准确把握党建工作内涵，精确提炼党建工作特色，用简洁明了、生动形象或富有内涵的

语言表征党建项目，以提高其吸引力、参与感，增强项目的形象价值和宣传优势^[10]。建立品牌孵化机制，搭建校级培育平台，组建专家指导组帮助基层提炼特色。实施项目评审和动态管理机制，保障品牌建设质量。注重分类指导，引导不同学科结合自身特点培育特色品牌，理工类聚焦创新实践，文科类突出文化传承，形成差异化发展格局。通过持续优化培育流程，推动党建与专业建设有机融合，提升品牌建设实效。

3.2 完善协同机制，强化资源整合效能

构建党建品牌建设多方协同机制，完善校内外资源整合体系，建立协作平台明确各方职责分工，通过创新合作模式整合社会资源，吸收外部力量支持品牌发展。校内要优化资源配置机制，打破部门间工作壁垒，建立跨部门协作流程。将品牌建设与教学实践、科研创新等环节有机衔接，实现资源高效利用。通过建立动态调整机制，定期评估资源使用效果，及时优化协作方式，确保品牌建设与事业发展同频共振。

3.3 健全制度体系，保障品牌长效发展

健全党建品牌建设标准管理体系，制定全流程管理制度规范。建立分级审核流程，完善申报、实施到评估的闭环管理机制。强化动态管理，定期评估建设成效，根据政策导向和实际需求优化品牌内容，建立预警提醒和退出机制。加大资源保障力度，实行经费投入与建设成效挂钩机制，基础保障与绩效激励相结合。加强队伍建设，通过专题培训提升品牌策划与运营能力，确保制度有效落实。通过标准化建设促进品牌管理科学化，形成规范有序的发展模式。

3.4 优化考核激励，激发基层创新活力

突出党建品牌考核体系分类指导原则，建立通用指标与特色指标相结合的评估框架。通用指标侧重考察覆盖面、参与度等基础要素，特色指标重点评估创新实践、育人效果等核心价值，体现不同学科特点。完善激励机制，将品牌建设质量纳入组织考核和个人发展评价体系，设立专项激励措施。对成效突出的品牌给予资源支持和发展指导，通过成果展示、经验交流等方式强化示范效应。建立动态评估机制，根据发展阶段调整指标权重，形成科学合理的考核导向，激发基层创新活力，推动品牌建设高质量发展。

3.5 激活基层参与，培育内生发展动力

构建党建品牌建设双向沟通机制，畅通师生参与渠道。通过定期收集意见建议，建立上下联动的需求反馈机制，增强品牌设计的群众基础。加强队伍建设，建立双能型队伍培养机制，选拔党建与专业能力兼备的骨干力量。开展品牌策划、项目管理等实务培训，系统提升基层创新能力。完善保障措施，将品牌建设成效纳入工作考核，对优质项目给予资源支持，通过经验交流、成果展示等方式形成示范效应，激发师生参与热情，确保品牌建设贴近实际需求。

参考文献

- [1] 易晖凌. 高校基层党建工作品牌化建设途径分析[J]. 黑河学院学报, 2018, 9(10): 66-67+102.
- [2] 郭灼. 校园文化视阈下高校基层党建工作品牌化建设[J]. 学校党建与思想教育, 2020, (15): 31-33.
- [3] 桂林理工大学南宁分校“三大工程、八项建设”党建工作品牌[J]. 学校党建与思想教育, 2020, (22): 98.
- [4] 刘文献. 以高校基层党建品牌建设提升党建质量的

- 路径研究[J]. 学校党建与思想教育, 2021, (18): 52-54.
- [5] 郭济汀. 高校党建工作品牌化建设探析[J]. 思想理论教育, 2014, (04): 74-77.
- [6] 赵蕾. 高校教师党建与学生党建联动共进的内在逻辑与实践路径[J]. 思想理论教育, 2024, (01): 83-86.
- [7] 杜安国. 高职院校党建品牌的时代内涵与建设路径[J]. 中国职业技术教育, 2020, (19): 5-9.
- [8] 施建石. 以党建品牌创建激发基层党组织活力[J]. 红旗文稿, 2020, (23): 19-20.
- [9] 洪伟, 高江丽. 以党建品牌建设提升学校党组织组织力的思考[J]. 中国教育学刊, 2021, (S1): 58-60.
- [10] 方凤玲, 黄绍华, 毛霞. 高校基层党建工作品牌建设的实践理路[J]. 学校党建与思想教育, 2020, (12): 38-40.

基金项目：武汉轻工大学科研项目资助（2024D01）。