

新时代高校基层党建品牌建设高质量发展的实践理路

王育飞¹,任鹤飞²

(1. 华北理工大学临床医学院,河北唐山 063000;2. 华北理工大学冀唐学院,河北唐山 063000)

[摘要]高校基层党建品牌建设是落实新时代党的建设总要求的重要抓手,是高校落实“立德树人”根本任务的有效途径,对增强党建工作引领力、统筹力与影响力,提升党员战斗力与践行力具有重要意义。当前党建品牌建设中存在着主题散、周期短、内容虚、实效弱等问题。推动高校基层党建品牌建设高质量发展,需坚持政治性、育人性、系统性、需求性与差异性原则,遵循精准定向、合理定位、科学定题、系统定规、综合定效的建设路径,稳步构建特色鲜明、成效显著的高质量党建品牌。

[关键词]高等院校;基层党的建设;品牌塑造;实践路径

[中图分类号] D26; G647.1

[文献标识码] A

[文章编号] 2096-711X(2026)06-0109-04

doi:10.3969/j.issn.2096-711X.2026.06.038

[本刊网址] <http://www.hbxb.net>

高校基层党建品牌建设是落实新时代党的建设总要求,提升党建工作质量和科学化水平的重要抓手,是高校落实“立德树人”根本任务,实现“为党育人、为国育才”的有效途径。当前,各高校普遍将党建品牌建设视为党建工作创新的重要载体与特色亮点,呈现出“遍地开花”的景象。由于部分党务工作者对党建品牌的内涵理解不深,对原则把握不准,导致创建过程中出现了主题散、周期短、内容虚、实效弱等问题。如何让“遍地开花”的基层党建品牌真正落地生根、茁壮成长、硕果累累、常新常青,成为新时代高校党建工作亟待破解的重要课题。

一、高校基层党建品牌建设的内涵

高校基层党建品牌建设的主线是“立德树人”。党的二十大报告明确指出要全面贯彻党的教育方针,落实立德树人根本任务,培养德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人。2024年9月,习近平总书记在全国教育大会上进一步强调,要紧紧围绕立德树人根本任务,朝着建成教育强国战略目标扎实迈进。这为高校办学指明了前进方向、提供了根本遵循。在以“立德树人”为中心的高校育人体系中,基层党建是关键环节,不仅是全过程育人、全方位育人的具体实践,也发挥着方向引领和示范带动作用。因此,高校基层党建品牌必须牢牢把握“育人性”,将“立德树人”作为主线贯穿于品牌建设始终。

高校基层党建品牌建设的核心是“党建”。党建品牌是将品牌管理理念与党建工作深度融合建立的党建工作新载体,也是推动党建高质量发展的新手段。无论载体如何变化,手段如何创新,党建品牌建设的核心任务始终是“党建”。党的十九大对党的建设新的伟大工程进行了顶层设计、整体规划和全面部署,明确提出了新时代党的建设总要求,为我们党新时代全面加强党的建设指明了前进方向、工作重点和实践路径。高校基层党建品牌建设要始终坚持以新时代党的建设总要求为遵循,坚守党的政治建设的统领地位,将鲜

明的“政治性”作为品牌建设的前提和基础。

综上,高校基层党建品牌建设的内涵可以界定为:以落实“立德树人”根本任务为主线,以新时代党的建设总要求为遵循,立足高校资源优势,运用品牌管理理念对党建工作进行深度挖掘、系统梳理与精准凝练,并通过持续培育与动态优化,形成具有清晰标识、鲜明特色、显著效果和广泛影响力的党建系统工程。

二、高校基层党建品牌建设的实践价值

(一)品牌是“领航旗帜”,能提升党建工作的引领力

一个叫得响、立得住、有影响的高质量党建品牌,能够充分彰显党建的政治引领作用,激发党员的先锋模范意识,进而带动周边师生共同进步,形成以点带面、点面共进的育人成效,使党建引领从“抽象要求”转化为“具体实践”。

(二)品牌是“系统抓手”,能提升党建工作的统筹力

在品牌建设过程中,需充分整合校内外资源,系统梳理党建工作,全面总结经验不足,深入挖掘特色亮点。这一系列基础工作不仅有助于厘清党建工作思路,强化顶层设计,更能推动党建工作的系统化与标准化,实现分散工作聚合化、零散经验体系化,提升党建工作的整体效能。

(三)品牌是“形象名片”,能提升党建工作的影响力

党建品牌是响应党的号召、践行党的路线、传递党的声音,体现党的初心的生动实践。高质量的党建品牌能够精准对接师生需求与社会期待,能够贴心、顺民意,是群众的及时雨、雪中炭,是党在群众中熠熠生辉的名片,对树立党在人民群众中的形象、提升党建工作的影响力具有重要作用。

(四)品牌是“冲锋号角”,能提升党员队伍的战斗力

党建品牌建设的过程,也是党员队伍接受教育、锤炼能力的过程。通过引导党员围绕品牌建设目标紧密协作、攻坚克难,共同完成党组织交付的任务,能够有效提升党组织的号召力、队伍的凝聚力与党员的执行力,使基层党组织的战斗堡垒作用愈发稳固,党员队伍的先锋模范作用更加突出,

收稿日期:2025-10-24

基金项目:本文系2025年河北省高校党建研究课题“新时代高校基层党建品牌建设高质量发展的实践路径研究”阶段性成果(项目编号:GXDJ2025B188)。

作者简介:王育飞(1982—),男,河北唐山人,华北理工大学临床医学院高级政工师,主要从事党建与思想政治教育研究。

整体战斗力显著增强。

(五)品牌是“实践平台”,能提升党员队伍的践行力

党建品牌既是党员运用党的创新理论解决实际问题的“理论实践平台”,也是党员发挥专业优势服务社会大众的“技能转化平台”,更是推动党建与业务深度融合的“改革创新平台”。依托品牌平台,党员可将思想理论转化为政治素养,将专业知识转化为服务能力,在实践中实现“知行合一”,同时开拓了党建与教学、科研、服务融合发展的新路径。

三、当前高校基层党建品牌建设存在的不足

(一)主题散:方向失焦,偏离核心目标

一是系统性不足。品牌建设缺乏顶层设计与整体规划,品牌建设方向模糊、主题分散,内容呈现“碎片化”,经常是“一月一个路子,一时一个想法”。二是偏离核心目标。未能牢牢把握“立德树人”根本任务和新时代党的建设总要求,品牌的“育人性”与“政治性”弱化,出现“跑题”“走神”现象,如将理论学习偏移为业务培训、将党建活动等同于团建活动、将学习研讨异化为“吐槽大会”等,甚至出现娱乐化、庸俗化倾向,背离了党建品牌建设的核心目标。

(二)周期短:重创轻育,缺乏持续活力

一是重开创,轻建设。品牌创建初期轰轰烈烈,但相应的培育机制与保障措施未能同步跟进,导致品牌缺乏持续活力,最终虎头蛇尾,不了了之,甚至沦为昙花一现的“一次性品牌”。二是重突击,轻日常。为了应对考评验收,进行“突击式”的品牌建设,未能结合自身能力和工作基础,导致品牌定位脱离实际、内容可行性低、团队能力不匹配等问题,甚至以考评验收结束作为品牌建设的“终点”,使品牌成为无法落地的“盆景式”工程。

(三)内容虚:同质低效,脱离实践需求

一是内容同质化严重。品牌设计过程未能基于高校资源、地域特色与党员特点,未能充分发挥高校人才优势与专业优势,品牌内容缺乏深度、专业性不足、亮点不突出,难以形成核心竞争力,品牌影响力自然受限。二是未形成教育闭环。未能构建起“学思践悟”的教育闭环,难以达到“知行合一”的学习效果:有的品牌重理论、轻实践,内容空洞乏味,不接地气,缺少实践性,导致理论与实践脱节,育人效果不明显;有的品牌则重实践、轻理论,忽视了理论的引领作用,使党员在长期的“埋头苦干”中迷失方向,陷入“知其然而不知其所以然”的困惑。

(四)实效弱:形式主义,监督评价缺位

一是存在形式主义倾向。部分品牌将工作重心放在“挂横幅、竖展板、拍照留影发报道”等表面工作上,甚至出现“摆拍作秀”的现象,忽视了品牌建设的初心与使命,导致品牌的教育效果与服务效果均难以保障。二是监督评价机制不健全。品牌建设过程中,配套的制度措施没有同步跟进,品牌的评价指标模糊、反馈渠道不畅,监督机制缺失,难以及时发现和修正品牌建设中存在的问题,品牌建设的实效难以保障。

四、新时代高校基层党建品牌建设的基本原则

(一)政治性原则

党建品牌建设是新时代党建工作的创新形式,其本质是党的政治生活的一部分,因此政治属性必然是其第一属性,这是党建品牌建设的根基。无论载体形式如何创新,党建品

牌的“党味”不能淡,政治功能不能弱。建设过程中,需以新时代党的建设总要求为遵循,深入落实全面从严治党各项要求,严格履行党内政治生活制度,突出政治性、时代性、原则性、战斗性,坚决杜绝“跑题”“走神”和庸俗化、娱乐化倾向,让党建品牌真正成为党员锤炼党性的“大熔炉”,基层党组织提升战斗力的“强引擎”。

(二)育人性原则

高校基层党建与思想政治教育具有“同质同构”的内在属性,目标一致、路径互补。植根于高校的党建品牌天然承载着“立德树人”的使命,必须牢牢把握育人原则。品牌建设中要将理论育人与实践育人有机结合,高校资源与社会资源形成合力,构建“学思践悟”的完整教育闭环,让党员通过参与品牌建设,达到学思合一、学以致用、以用促思、学用相长的教育效果。同时,充分发挥党建品牌的引领示范作用,逐步影响和带动更多师生参与协作,持续扩大育人的覆盖面和影响力。

(三)系统性原则

基层党建品牌建设是一项长期的系统工程,有其内在的规律,需在遵循规律的基础上发挥主观能动性,以系统化思维为品牌持续健康发展提供保障。

一是建立审核论证体系。品牌创建初期,需对主题定位、核心内容、团队构成、实施方案等进行全面论证,确保品牌建设的方向准、内容实、能落地、有成效。二是建立运行保障体系。涵盖对人、财、物、事的管理和保障机制,对责、权、利的配置和考核机制。通过完善的制度保障提升品牌的生命力和发展力。三是建立监督反馈体系。构建自上而下的监督机制和自下而上的反馈机制,通过多维度、多渠道、动态化的监督与反馈,确保党建品牌建设“不跑偏”“不走样”,及时掌握实情、修正问题、完善不足。

(四)需求性原则

品牌建设的出发点是“需求”,落脚点是“实效”,能否满足实际需求、解决实际问题衡量品牌价值的核心标准。一方面,要把握时代脉搏、聚焦社会热点,以时代需求、社会需求、群众需求为导向,使品牌成为回应群众关切、服务社会发展的有效载体;另一方面,要契合党员自身发展的内在需求,精准破解党员的思想困惑、纠正实践误区、补齐能力短板,把品牌建在党员心里,让党员有感触、能体会、有共鸣、愿融入。

(五)差异性原则

差异性党建品牌形成独特优势、增强竞争力、扩大影响力的关键。高校基层党建品牌需充分挖掘潜力、整合资源、凝练特色、发挥特长,形成品牌的差异性优势。可结合学科特色,将党建与专业建设、科研创新深度融合,提升品牌的内涵深度和专业化水平,搭建课堂理论的综合实践平台。可结合党员特点,充分发挥青年党员思维活跃、学习劲头足、创新意识强的优势,引导其参与品牌的设计与实施,提升品牌的创新性和时代性。

五、新时代高校基层党建品牌建设的实践路径

(一)精准定向

找准品牌建设方向是保持品牌良性发展的首要前提,可以从“应势、应时、应需”三个维度发力。

一是“应势”。提高政治站位,树立大局意识,立足党和

国家事业发展全局,把握时代发展趋势和社会改革方向,将党建品牌融入全面推进中华民族伟大复兴的战略进程,使党建品牌成为服务国家战略、助力强国建设的生动实践。二是“应时”。面对急难险重任务时,组织党员冲锋在前、攻坚克难,关键时刻顶得上、靠得住;党和人民召唤时,带领党员主动履行使命责任,以实际行动践行“人民至上”的理念,使党建品牌成为彰显担当、服务大局的坚强堡垒。三是“应需”。一方面,聚焦社会发展中的热点难点问题和群众生活中的急难愁盼问题,以现实需求为导向,以解决问题为目标,践行好全心全意为人民服务的宗旨;另一方面,结合青年党员的思想特点和成长规律,及时发现薄弱环节,以贴近青年、贴近实际、贴近问题的方式,满足党员的成长期待与现实需求。

(二)合理定位

科学合理的品牌定位是品牌建设成功的关键,需通过“明确优势—挖掘资源—整合对接—精准契合”的路径,实现对品牌的精准定位。

一是明确优势。立足所在高校,系统梳理学科资源、人才资源、教育资源、平台资源,彻底“摸清家底”,明确自身优势与可及资源,为品牌定位提供现实基础。二是挖掘资源。结合地域特色,深度挖掘本地红色教育资源、传统文化资源、特色产业资源等,将地域文化与特色融入党建品牌,使品牌彰显“地方印记”。三是整合对接。对掌握的资源进行系统整合,实现高校与地方、专业与产业、人才与服务的精准对接,进而明确核心优势与建设思路。四是精准契合:以核心优势为基础,结合品牌建设方向,探寻二者的契合点,逐步形成特色鲜明、定位清晰的党建品牌雏形。

(三)科学定题

党建品牌的确定需要经过认真谋划、充分论证。上级党组织应组织专家对品牌的主题、内容、团队、方案进行可行性评估,确保符合党建品牌建设的基本原则。

一是品牌主题需积极向上、重点突出、特色鲜明、简洁易懂,让群众好认、好记、好理解,避免过于抽象和生涩。二是核心内容需思路清晰、任务明确、贴合实际、针对性强,注重理论与实践有机结合,充分体现品牌的政治性和育人性。三是团队构成需体现组织引领、广泛参与、优势互补、梯队合理,确保团队能力与工作任务相匹配,能够顺利达成工作目标。同时,需充分考虑学生党员流动性强的特点,在梯队建设上合理布局,保障品牌建设的连续性,避免因长期依赖个别“明星成员”,陷入“人走茶凉”的困境。四是实施方案需策划周密、结构清晰、环节完整、操作性强,应深入贯彻全面从严治党要求,严格遵守党内政治生活制度,确保品牌建设组织严密,运行规范。

(四)系统定规

完善的制度体系是品牌标准化管理的基础,也是品牌持续健康发展的保障。党建品牌确立之后,需从团队建设、平台管理、日常运行、组织实施、资源配置、政策支持、监督考核等多个方面,构建一套完备的管理保障体系。

其中,抓好团队建设是确保党建品牌良性发展的关键。一是需明确各项工作的责任分工和权力配置,确保分工合理、责任到人、权责统一,提升团队的运行效率。二是需引导团队成员广泛参与、密切合作,做到人人有事做,事事有人

做。实际操作中,可以将工作任务分解为既相对独立又相互关联的工作模块,分配给不同小组负责。各小组通过集体讨论、共同策划、分工协作、默契配合,共同完成模块任务。这一过程既能培养党员的团队合作精神,又能把填鸭式、灌输式的理论教育转化成体验式、启发式的自我教育,通过潜移默化地完成对党员的培养和熏陶。

(五)综合定效

品牌建设的实际成效是品牌价值的评判标准,需建立一套科学有效的评价反馈体系,确保能够客观、准确、及时地掌握品牌建设实效,促进品牌建设质量不断提升。

一是多维度评价。围绕党建建设的任务与目标,广泛收集服务对象、团队成员、上级党组织、社会公众等多个方面的评价反馈,进而精准评估品牌在社会服务、党员教育、政策落实、引领示范等方面的成效。二是多渠道调研。深入党员群众,通过实地走访、问卷调查、座谈会、谈心谈话等方式广泛调研,同时利用网络平台构建常态化评价反馈渠道。三是建立动态修正机制。针对评价反馈中掌握的问题与建议,建立“反馈—分析—修正—再反馈”的工作闭环,动态优化运行机制,科学调整内容形式,持续改善实际成效,从而实现品牌的不断迭代升级,保持党建品牌“常新常青”。

六、结语

新时代对党建工作提出了新要求,同时也赋予了更广阔的发展空间。以品牌建设为抓手推动党建高质量发展,既是时代发展的需求,也是高校基层党建工作实现提质增效的突破口。过程中,需准确把握党建品牌建设的内涵和原则,运用系统性思维与科学化方法,在理论与实践的深度融合中持续探索、动态优化,稳步构建高质量的党建品牌,为新时代党建工作注入持久活力,为培育合格的社会主义建设者和接班人提供坚实保障。

参考文献:

- [1]习近平.高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告[M].北京:人民出版社,2022.
- [2]习近平在全国教育大会上强调 紧紧围绕立德树人根本任务 朝着建成教育强国战略目标扎实迈进[N].人民日报,2024-9-11(1).
- [3]谭建.论新时代党的建设总要求[J].理论学刊,2018(2):46-53.
- [4]柳清.新时代高校学生党支部党建工作品牌化建设研究[J].湖北开放职业学院学报,2025,38(5):158-160.
- [5]李健行,王玉云.新时代基层党建品牌建设高质量发展的实践理路[J].决策科学,2024(4):15-22.
- [6]陈建华,舒豪.高校学生党建与思想政治教育互构研究[J].学校党建与思想教育,2025(4):28-30.
- [7]韩强,谭建.基层党建品牌化建设思考[J].中国特色社会主义研究,2014(2):90-93.
- [8]李静,赵茜.新时期高校党建工作品牌化建设研究[J].哈尔滨职业技术学院学报,2025(2):72-74.

(下转第114页)

质量[J]. 企业文明,2025(6):34-35.

[9]彭祖琴.“政治—治理—价值”:国有企业党建三维考核评价指标体系研究[J]. 现代企业文化,2025(16):128-130.

[10]张志忠. 高校学生党建测评指标体系构建研究——基于福建省10所高校的调查数据[J]. 福建教育学院学报, 2024,25(7):84-88.

Research on the “Dual-level—Multi-dimensional” Evaluation System for the Role Performance of Faculty and Student Party Members Based on the High-quality Development of Education

XU Fei

(School of Economics and Management, Anhui Normal University, Wuhu Anhui 241000, China)

Abstract: Faculty and student Party members in higher education institutions are not only key actors in Party building efforts at the university level but also central to the high-quality development of higher education. They shoulder the dual responsibility of advancing both high-quality Party building and the high-quality development of higher education. There is an urgent need to construct a Party building system within faculty and student Party branches that aligns with the demands of high-quality educational development, in order to support the national strategy of building a strong education system. Starting from the strategic goals of high-quality development in higher education, this paper conducts a questionnaire survey among faculty and student Party members in College J of University A. It proposes a “dual-level—multi-dimensional” evaluation system for assessing the role performance of faculty and student Party members, taking into account the relative importance of their respective roles and the specific dimensions in which they are expected to contribute. By establishing a Party building evaluation system suited to the needs of high-quality higher education development, this study aims to enhance the exemplary role of faculty and student Party members in universities.

Key words: high-quality development of higher education; faculty Party members; student Party members; Party building evaluation system

(责任编辑:章樊)

(上接第111页)

The Practical Approach to High-quality Development of Grassroots Party Building Brand Construction in Colleges and Universities in the New Era

WANG Yu-fei¹, REN He-fei²

(1. Clinical Medical College, North China University of Science and Technology, Tangshan Hebei 063000;

2. Jitang College, North China University of Science and Technology, Tangshan Hebei 063000, China)

Abstract: The construction of grassroots Party building brands in colleges and universities is a crucial means to implement the general requirements for Party building in the new era, and an effective way for colleges and universities to fulfill the fundamental task of “fostering virtue through education”. It is of great significance for enhancing the leadership, overall planning capacity and influence of Party building work, as well as improving the combat effectiveness and practice ability of Party members. At present, there are many problems in the construction of Party building brands, such as scattered themes, short cycles, empty content and weak actual effects. To promote the high-quality development of grassroots Party building brand construction in colleges and universities, it is necessary to adhere to the principles of politics, education-oriented, systematicness, demand-oriented and differentiation, follow the construction path of precise orientation, reasonable positioning, scientific topic setting, systematic regulation and comprehensive effect evaluation, and steadily build high-quality Party building brands with distinct characteristics and remarkable effects.

Key words: colleges and universities; grassroots Party building; brand building; practical path (责任编辑:桂杉杉)