

# 系统集成视角下的高校基层党建工作品牌 创建实践路径

杨向鹏<sup>1</sup>, 游亮<sup>2</sup>, 王军<sup>3</sup>

1. 中央财经大学教务处, 北京 100081

2. 中央财经大学人事处, 北京 100081

3. 中央财经大学保卫处, 北京 100081

DOI: 10.61369/VDE.2025280003

**摘要**：在新时代高校党建“双创”背景下，基层党建工作品牌创建已成为提升党建质量、落实立德树人根本任务的重要抓手。本文基于系统集成理论，从品牌定位、品牌特色、品牌培育、品牌推广四个维度，构建高校基层党建工作品牌创建的实践路径。研究表明，通过系统集成思维整合党建要素，将立德树人根本任务贯穿品牌建设全过程，能够有效破解党建与业务“两张皮”问题，实现党建品牌化与立德树人任务深度融合、相互促进，为高校基层党组织提供可复制、可推广的实践范式。

**关键词**：系统集成；高校基层党建；党建品牌；立德树人；实践路径

## Practical Paths for Brand Creation in Grassroots Party Building Work in Colleges and Universities from the Perspective of System Integration

Yang Xiangpeng<sup>1</sup>, You Liang<sup>2</sup>, Wang Jun<sup>3</sup>

1. Academic Affairs Office, Central University of Finance and Economics, Beijing 100081

2. Human Resources Department, Central University of Finance and Economics, Beijing 100081

3. Security Department, Central University of Finance and Economics, Beijing 100081

**Abstract** : Against the backdrop of the "Double Creation" initiative for Party building in colleges and universities in the new era, the creation of brand identities for grassroots Party building work has become a crucial approach to enhancing the quality of Party building and fulfilling the fundamental task of cultivating talents with moral integrity. Based on system integration theory, this paper constructs a practical path for brand creation in grassroots Party building work in colleges and universities from four dimensions: brand positioning, brand characteristics, brand cultivation, and brand promotion. The research indicates that integrating Party building elements through a system integration mindset and incorporating the fundamental task of cultivating talents with moral integrity throughout the entire brand-building process can effectively address the issue of the disconnect between Party building and professional work. This approach achieves a deep integration and mutual promotion between the branding of Party building and the task of cultivating talents with moral integrity, providing replicable and scalable practical models for grassroots Party organizations in colleges and universities.

**Keywords** : **system integration; grassroots party building in colleges and universities; party building brand; cultivating talents with moral integrity; practical path**

## 引言

党的二十大报告指出，要“增强党组织政治功能和组织功能，把基层党组织建设成为有效实现党的领导的坚强战斗堡垒”。高校基层党组织作为党在高校全部工作和战斗力的基础，承担着落实立德树人根本任务的重要职责。当前，高校基层党建工作中存在品牌建设育人目标脱节、品牌特色不鲜明、长效机制不健全等问题，亟需通过系统集成思维破解这些难题。

系统集成理论强调将党建品牌建设视为一个有机整体，通过优化系统内部各要素的关联方式和互动机制，实现整体功能大于部分之和的效应。借鉴企业、政府品牌创建的经验和方法，将品牌理念引入高校基层党建工作，构建品牌模型，实施品牌战略，对提高高校基层党建工作水平具有重要的现实意义。

项目信息：本成果受到中央财经大学党建和思想政治工作理论研究课题资助。

## 一、系统集成思维与高校基层党建品牌创建的内在逻辑

### （一）系统集成思维的理论内涵

系统集成思维源于系统论，主张将研究对象视为由若干相互联系的要素构成的有机整体，通过优化要素之间的关联方式和互动机制，实现系统整体功能的最大化。在高校基层党建工作中，系统集成思维要求将党建品牌建设视为一个系统工程，统筹谋划品牌定位、品牌特色、品牌培育、品牌推广等各环节，形成协同效应。

### （二）党建品牌化与立德树人任务的系统关联

党建品牌化与立德树人任务之间存在深刻的内在联系。一方面，党建品牌化为立德树人任务提供实践载体和动力支撑，通过品牌化建设将抽象的教育理念转化为具体的活动形式，将分散的育人资源整合成集中的优势力量；另一方面，立德树人任务为党建品牌化提供价值导向和质量标尺，确保品牌建设始终服务于培养德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人这一根本目标。

### （三）系统集成视角下党建品牌创建的必要性

从系统集成视角看，高校基层党建品牌创建具有三个层面的必要性：一是破解党建与业务“两张皮”问题的现实需要，通过品牌创建推动党建与教学科研、人才培养等中心工作深度融合；二是提升基层党组织组织力的内在要求，通过品牌化建设增强党组织的政治功能和组织功能；三是落实立德树人根本任务的重要途径，将品牌建设融入育人全过程，实现党建与育人同向同行。

## 二、高校基层党建品牌创建的现实困境

### （一）品牌定位同质化，特色不鲜明

当前部分高校基层党建品牌存在定位趋同、特色不彰的问题。一些党组织在品牌创建中缺乏系统谋划，简单模仿其他单位的做法，导致品牌定位雷同、辨识度不高。有的院系党组织在品牌定位时未能充分结合自身学科特色和育人特点，品牌名称和内涵缺乏个性，难以形成差异化竞争优势。

### （二）品牌建设碎片化，集成度不高

部分基层党组织在品牌创建中缺乏系统集成思维，存在“碎片化”倾向。品牌活动分散开展，缺乏整体规划；品牌要素之间关联性不强，难以形成协同效应；品牌建设与中心工作结合不紧密，未能实现党建与业务深度融合。这种碎片化状态导致品牌建设效果大打折扣，难以形成持久影响力。

### （三）品牌培育机制不健全，长效性不足

品牌培育是党建品牌创建的核心环节，但当前部分高校基层党组织在品牌培育方面存在机制不健全的问题。缺乏科学的品牌培育规划，品牌建设随意性较大；缺乏有效的评价激励机制，品牌创建成效难以量化评估；缺乏常态化的品牌维护机制，品牌建设容易出现“一阵风”现象。

### （四）品牌推广方式单一，影响力有限

在品牌推广方面，部分高校基层党组织存在方式单一、覆盖面不广的问题。部分党组织主要依靠会议传达、文件印发等传统宣传方式，未能充分利用新媒体平台扩大品牌影响力；有的党组织在品牌推广中重形式轻内容，品牌故事挖掘不够深入，难以形成情感共鸣和价值认同。

## 三、系统集成视角下高校基层党建工作品牌创建的实践路径

### （一）系统集成化的品牌定位：明确方向与特色

品牌定位是党建品牌创建的起点和基础。在系统集成思维指导下，高校基层党组织需要打破同质化倾向，通过科学定位彰显自身特色和优势。

#### 1. 定位分析法：立足类型特点精准定位

不同类型的高校基层党组织应立足自身特点进行品牌定位。院系级党组织应聚焦教学科研主业，围绕学科建设、人才培养、科学研究等核心任务设计品牌；机关和后勤党组织应突出管理服务职能，围绕服务师生、提升管理效能设计品牌；师生党支部则应着力团结凝聚广大师生，围绕思想引领、学风建设、社会实践等设计品牌。通过分类指导、精准施策，形成各具特色的品牌矩阵。

#### 2. 比较分析法：在横向对比中找准优势

通过与其他党组织的横向对比，发现自身的差异点和亮点，避免品牌建设的同质化倾向。国内某民办高校党委结合自身实际，通过创新工作模式，打造“友声致远”党建品牌，将党建共建优势转化为事业协同发展优势，形成了可复制、可推广的民办高校党建品牌案例。这种基于比较优势的品牌定位，既体现了民办高校的特色，又契合了党建工作的普遍要求。

#### 3. 阶段分析法：动态调整品牌定位

品牌建设不是一劳永逸的工程，而是一个需要不断调整和优化过程。高校基层党组织应根据内外部环境变化，动态调整品牌定位。内部面临着组织机构优化、设置方式调整；外部需要根据上级要求及时校正建设方向、提高建设标准。因此，品牌定位需要处理好部分与全局、当前与长远、内部与外部、速度与规范之间的关系，实现持续改进和螺旋上升。

### （二）系统集成化的品牌特色：塑造辨识度与影响力

品牌特色是党建品牌的生命力所在，决定了品牌的辨识度和影响力。在系统集成思维指导下，高校基层党组织需要从三个维度塑造品牌特色。

#### 1. 从碎片化到整合化：挖掘整合实践经验

挖掘和整合党建实践中形成的点滴经验和做法，将碎片化的实践转化为系统化的品牌特色。对党员教育管理中积累的实践经验，可以分门别类梳理内容供给、教育方法等方面的思路和做法，结合实际案例总结规律、强化设计。西安某高校通过制定修订30余项党建制度，按照时间、人员、内容、效果“四到位”的要求，对党组织生活的类型、主题、程序、人员等作出明确规定，为基层党组织标准化建设提供了基础保障。

#### 2. 从个别化到普遍化：升华典型案例经验

将个别典型案例升华为可推广的普遍经验，是塑造品牌特色的重要途径。可以通过召开工作总结会、开展课题研究、邀请专家指导等方式，总结固化党建工作经验，升华党建工作成效。江西某高校二级学院党委通过挖掘发生在身边的“普通”先进典型，让大家看到“接地气”的闪光点，激发了普通工作岗位也能做出精彩业绩的动力。这种从个别到一般的升华过程，既保持了品牌特色的大众基础，又提升了品牌价值的普遍意义。

#### 3. 从概念化到具象化：实现品牌可视化

将抽象理念转化为具体形象，使品牌特色可视化、可感知。

可借助赋予意义的卡通形象、直击心灵的词语标语、高度概括的逻辑结构，增强品牌的感染力和传播力。山东某高校学院党总支开展的“红色足迹，行走党课”，将课堂搬到当地革命纪念馆。师生们在《共产党宣言》陈列馆、旧址纪念馆等地，通过观看展品、聆听讲解、重温入党誓词等方式，沉浸式学习革命历史。教师党员还与学生围绕“如何用专业知识服务国家需要”展开讨论，并共同发起“红色基因+专业实践”倡议，组建党员攻关团队。

### （三）系统集成式的品牌培育：提升质量与实效

品牌培育是党建品牌创建的核心环节，直接决定了品牌建设的质量和成效。系统集成式的品牌培育强调质量导向、案例引领和业务融合。

#### 1. 质量导向：健全制度体系和评价体系

建立健全基层党建工作制度体系和评价体系，完善工作落实机制，确保品牌培育过程的规范性和成果的可靠性。浙江某高校学院党委发挥党组织战斗堡垒作用，强化组织建设，依托考评制度，制定实施《党支部党建工作考核办法》，并将结果纳入综合考核。通过多种形式增强组织生活活力，组织党员学习提高素质。打造党建品牌，构建二级党建品牌体系，推进“一总支一品牌、一支部一特色”建设。这种全方位的质量保障机制，为品牌培育提供了制度支撑。

#### 2. 案例引领：深入解剖典型案例

通过“解剖麻雀”的方式，深入分析典型案例背后的规律和方法，将其总结凝练为可借鉴的经验。河南某高校学院党委面向国家和区域发展战略需求，聚焦产业发展和社会治理中的难点问题，探索“党建+”主题党日活动新模式，在文旅融合、乡村振兴、区域规划等领域形成显著服务成效。这些典型案例既体现了党建品牌的实际价值，又为其他党组织提供了学习借鉴的范本。

#### 3. 业务融合：实现党建与中心工作同频共振

党建品牌培育必须与中心工作有机结合，实现一起谋划、一起部署、一同推进。江西某高校学院党委聚焦水利特色，以基层党支部和科技创新团队为双抓手，依托全国样板党支部、国家级科研平台和省级水利科普基地三大载体，全面推动“科学研究、学生培养、人才引进、社会服务”协同并进。这种深度融合的模式，使党建品牌培育有了坚实的实践基础和价值支撑。

### （四）系统集成型的品牌推广：扩大影响与示范效应

品牌推广是扩大党建品牌影响力和示范效应的重要途径。系统集成型的品牌推广强调模式提炼、多元传播和成果转化。

#### 1. 模式提炼：形成可复制推广的经验

将品牌建设经验升华为可复制、可推广模式，为其他党组织提供学习范本。通过文字、图片、音频、视频等多种形式，将品牌内涵和做法固化下来。研究表明基层党建品牌体系化建设，通过构建“定位精准化、载体融合化、传播立体化、管理长效化”的品牌建设体系，可以使基层党建品牌真正成为凝聚党员、服务群众、推动发展的“红色引擎”。

#### 2. 多元传播：构建立体化传播矩阵

通过对内对外多种渠道，构建立体化传播矩阵。对内来讲，可以通过专题培训、经验交流强化党员对品牌理念的认同；对外宣传方面，可以通过典型案例推介、成果展示会等形式扩大品牌影响。山东某高校通过深化融媒体改革建设，建成校园智慧融媒体系统和融媒体生产基地，构建策采编发一体、图文影音并茂、报网微号一体的融

媒传播格局，产出大量有品质、有温度、有热度的网络传播作品。这种多元传播策略，最大限度地扩大了品牌的覆盖面和影响力。

### 3. 成果转化：提升品牌建设理论水平

通过确定科研课题、集体研究、创建党建工作室等方式，将品牌建设成果转化为理论成果和制度成果。江苏某高校立足学校发展实际，为党建品牌化顶层设计搭配坚实有力的执行力量，着力培养师生的品牌意识，使思政教师能够以专业视角研究党建工作，使品牌化工作更加科学高效。这种成果转化不仅提升了品牌建设的理论水平，也为品牌的持续发展提供了智力支持。

## 四、系统集成视角下高校基层党建品牌创建的保障机制

### （一）组织保障：压实四级书记抓党建责任

建立“校党委负总责、机关党委具体抓、基层党支部抓落实”的责任体系，形成书记牵头、班子协同、全员参与的创建格局。将品牌创建纳入基层党组织“分类指导、争先进位”行动，制定“一年打基础、两年见成效、三年出品牌”的阶梯式推进计划，分阶段明确目标任务与验收标准。

### （二）制度保障：建立全周期管理机制

建立“申报—培育—验收—推广”全周期管理台账，配套“月调度、季督查、年考评”的跟踪机制，把品牌运营成效与党组织书记述职评议、单位评优评先、干部考核任用直接挂钩。通过制度刚性确保创建工作不走过场、落地落细，从源头上避免形式主义。

### （三）资源保障：加大投入与激励力度

加大党建品牌创建的资金投入，建设党建品牌宣传阵地，打造党团活动室、师德养成馆、思政创新中心等平台。同时，建立激励约束机制，对品牌创建成效显著的党组织和个人给予表彰奖励，激发基层党组织的创建热情和内生动力。

## 五、结语

系统集成视角下的高校基层党建工作品牌创建，是一个需要长期坚持、久久为功的系统工程。通过系统集成思维整合党建要素，将立德树人根本任务贯穿品牌定位、品牌特色、品牌培育、品牌推广全过程，能够有效破解党建与业务“两张皮”问题，实现党建品牌化与立德树人任务深度融合、相互促进。未来，高校基层党组织应进一步深化系统集成思维，持续探索党建品牌创建的新路径、新方法，为提升高校党建质量和落实立德树人根本任务提供有力支撑。

## 参考文献

- [1] 王霄. 基于品牌要素的高校教师基层党建品牌模型构建及实践探索 [J]. 南京航空航天大学学报 (社会科学版), 2023(4).
- [2] 王学宏. 新时代高校党建“双创”视阈下党建品牌建设探析 [J]. 浙江科技学院学报, 2021(8).
- [3] 杨智祺. 高校基层党组织品牌化培育的创建模式研究 [J]. 北京科技大学学报 (社会科学版), 2024(9).
- [4] 隋永强, 李政宏, 庄会虎. 基于扎根理论的高校党建工作品牌创建机理及路径研究 [J]. 东北大学学报 (社会科学版), 2025(12).
- [5] 高建伟. 系统论视角下高校党建与业务深度融合的机制构建与实践路径研究 [J]. 西北工业大学学报 (社会科学版), 2025(1).
- [6] 围绕立德树人根本任务, 探索“党建”育人新模式 [N]. 人民论坛网, 2022-06-15.
- [7] 一支部一品牌一特色 谱写机关党建新篇章 [N]. 共产党员网, 2025-10-27.