

高校非学历教育服务品牌建设与竞争力探析

贺建兵

武汉大学继续教育学院, 湖北 武汉 430072

DOI: 10.61369/ETR.2026250036

摘 要 : 非学历教育因其教育内容更注重实用性、灵活性和学习者需求, 成为社会人才知识更新的重要手段, 同时也是高校拓展社会服务、提升办学影响力、履行服务社会职能任务的重要载体。当前, 各类高校纷纷入局, 行业竞争激烈, 办学模式与课程服务同质化问题突出。因此, 品牌化建设成为非学历教育发展的必然趋势。本文通过对品牌建设现状和影响品牌建设与竞争力因素进行了分析, 并提出了加强顶层设计、夯实质量根基、提升品牌发展软实力等对策和建议。

关 键 词 : 非学历教育; 品牌建设; 服务品牌; 竞争力

Analysis on Brand Construction and Competitiveness of Non-Degree Education Services in Colleges and Universities

He Jianbing

School of Continuing Education, Wuhan University, Wuhan, Hubei 430072

Abstract : Non-degree education, featuring practicality, flexibility and learner-oriented content, has become a crucial means for social talents to update their knowledge. Meanwhile, it serves as an important carrier for colleges and universities to expand social services, enhance school-running influence, and fulfill their social responsibilities. Currently, numerous colleges and universities have entered the field, leading to fierce industry competition and prominent homogenization of school-running models and curriculum services. Therefore, brand building has become an inevitable trend in the development of non-degree education. This paper analyzes the current status of brand construction and the factors influencing brand development and competitiveness, and puts forward countermeasures and suggestions such as strengthening top-level design, consolidating the foundation of quality, and improving the soft power of brand development.

Keywords : non-degree education; brand construction; service brand; competitiveness

《教育强国建设规划纲要（2024—2035年）》提出：“完善和加强继续教育、自学考试、非学历教育等制度保障，建设人人皆学、处处能学、时时可学的学习型社会^[1]。”《中国教育现代化2035》战略任务提出强化高校继续教育与社会培训服务功能^[2]。高校发展非学历继续教育，是践行科教兴国与人才强国战略的重要举措，更是构建全民学习、终身学习体系、优化人才培养格局的重要路径。当前，众多高校加入到非学历教育行业中，培训市场竞争激烈，办学模式与课程服务同质化问题愈发突出。非学历教育作为高校服务社会、实现教育普惠、提升自身社会影响力的重要载体，其品牌建设与竞争力直接决定了高校在非学历教育领域的市场地位、资源集聚能力和可持续发展潜力。

一、非学历教育品牌建设的定义和内涵

（一）非学历教育服务品牌的定义

高校教育服务品牌，是高校立足自身办学资源、市场需求与行业格局，精准定位发展方向、打造差异化培训服务形成的特色标识。其内涵分为有形与无形两大维度：有形维度依托优质师资、教学场地及配套设施筑牢硬件基础；无形维度以课程体系、服务模式为核心，融合校园文化、品牌形象与服务理念。该品牌区别于学历教育，不以文凭学位为核心，而是以培训质量、服务水平、育人成果和行业影响力为核心标识，凭借优质教学、特色

服务与文化底蕴彰显综合实力，展现高校的社会服务能力、办学软实力与市场竞争力。

（二）非学历教育服务品牌内涵

高校非学历教育品牌是多重要素融合的综合体系。一是基础支撑层，以高校学科师资、办学文化、硬件平台为核心资源内核，筑牢品牌专业度与公信力根基。二是核心载体层，依托特色课程、多元培养模式与精准服务定位打造产品体系，面向各类群体提供差异化教育服务，同时输出个人、社会与院校多元价值。三是长效保障层，统一的外在形象、良好口碑与高校信誉形成市场信任，完善的运营管理、质量管控与风险防控体系，则为品牌

持续发展、迭代升级提供坚实保障。

二、非学历教育服务品牌建设现状与问题

（一）品牌意识薄弱，顶层规划长效性不足。

多数高校将非学历教育视为补充性办学业务，重短期营收、轻品牌培育，未纳入学校整体发展战略。缺乏系统性品牌定位、文化塑造与长期运营规划，办学行为较为零散，难以形成辨识度高、口碑稳定的特色服务品牌，制约长期竞争力提升。

（二）质量保障受限，标准体系建设缺位。

非学历教育课程灵活多样，但多数高校尚未建立统一规范的教学、师资、考核及服务标准。教研投入少，课程内容同质化严重，师资准入、教学监管、课后评价机制不完善，质量管控较为松散，易出现服务参差不齐的问题，影响品牌公信力。

（三）数字化程度偏低，协同建设乏力。

当前，数字化已成为高校教育发展的必然趋势，也是备受关注

的热点。大部分高校对非学历教育培训数字化的重视程度不够，没有将非学历教育数字化建设纳入学校信息化建设整体规划。数字化发展滞后、水平低下，缺乏基本建设，多数高校的非学历教育培训目前仍以传统线下形式为主，没有建设专门在线培训平台，也没有建立学历教育和非学历教育数智化资源共享机制。

三、影响非学历教育品牌建设与竞争力的关键因素分析

纵观近年来我国非学历教育的发展，其品牌建设成效与核心竞争力的提升，并非单一因素作用的结果，而是内外部多重环境共同影响的综合体现。内部层面，既包括非学历教育发展战略定位、科研实力、学科优势、人才资源优势，又包括运营机制和队伍建设等，是夯实品牌基础的关键；外部层面，包括行业政策导向、社会需求、市场环境等，深刻影响其发展走向。由表3-1数据可以看出，头部高校开展非学历教育综合实力和竞争力优势。

表3-1：部分高校非学历教育品牌竞争力统计

高校名称	软科2025年中国大学综合影响力（排名分值）	两院院士（人）	A类学科数量（个）	国家级基地数量（个）（教学+科研）	上市公司总经理（CEO/总裁）级校友数量
清华大学	1076.1	83	37 (A ⁺ 21、A 8、A ⁻ 8)	29	172
北京大学	1027.7	64	35 (A ⁺ 21、A 11、A ⁻ 3)	52	107
浙江大学	868.9	39	39 (A ⁺ 11、A 11、A ⁻ 17)	45	69
上海交通大学	851.7	32	25 (A ⁺ 5、A 10、A ⁻ 10)	37	53
复旦大学	788.4	33	23 (A ⁺ 5、A 8、A ⁻ 10)	18	45+
南京大学	707.8	36	21 (A ⁺ 3、A 11、A ⁻ 7)	48	40+
中山大学	585.2	13	14 (A ⁺ 2、A 2、A ⁻ 10)	34	35+
武汉大学	629.2	12	19 (A ⁺ 4、A 4、A ⁻ 11)	15	30+
华中科技大学	628.9	17	18 (A ⁺ 4、A 3、A ⁻ 11)	27	30+
西安交通大学	598.9	13	14 (A ⁺ 2、A 4、A ⁻ 8)	27	25+
四川大学	576.3	12	25 (A ⁺ 5、A 2、A ⁻ 14)	40	25+
哈尔滨工业大学	576.4	29	17 (A ⁺ 3、A 5、A ⁻ 9)	49	20+
备注	1.A类学科数量统计系教育部第四轮学科评估数据。 2.栏目数据来源于网页查询和咨询统计（截止2026年6月）。				

（一）内部环境因素

1. 战略发展定位。上世纪八十年代中期至 21 世纪初，高校非学历教育整体处于起步初级阶段，受区域经济社会发展水平影响及学校建设资源制约，部分高校将其视作办学“副业”，也有高校将其纳入教育体系统筹发展。因此，战略定位的不同，致使高

校办学积累厚薄不均，行业内部发展差距较大。如：浙江大学于 2008 年将继续教育的重点转移到高层次非学历继续教育，将非学历教育纳入全校发展战略中，同本科生教育、研究生教育一起并列为全校三大类型教育^[3]，非学历教育发展快速。由表3-2数据可以看出，建设规划和资源投入，对非学历教育发展影响较大。

表3-2：2024年部分高校培训品牌基地建设与教育培训项目数据统计

高校名称	培训基地 (个)		省部级 以上合 作单位 (个)	非学历教育远 程学习平台建 设	品牌项 目数	培训项目 班次
	国家 级	省 部 级				
清华大学*	7	4	154	清华终身学习 学堂在线	30+	1400+
北京大学*	6	3	158	北大学堂	23+	2300+
浙江大学*	12	5	369	浙大求是云学 堂	51+	5000+
上海交通大 学	8	4	129	数字化终身学 习平台	17+	2090+
复旦大学*	5	3	89	ELEARNING 平台	未公开	1200+
南京大学*	2	4	55	瞰学堂平台	未公开	1000+
中山大学*	5	4	270	逸仙教育	未公开	2000+
武汉大学*	6	4	169	-	40+	1200+
西安交通大 学*	5	3	257	-	未公开	760+
华中科技大 学	10	5	179	-	未公开	260+
四川大学*	4	4	57	-	20+	800+
哈尔滨工业 大学*	6	3	60	-	15+	500+

备注：以上数据来源于高校网页查询和咨询统计，标注“*”指全国干部教育培训高校基地，“-”指在建或待建。

2. 品牌运营机制。品牌建设事关非学历教育高质量发展与核心竞争力塑造。在品牌运营层面,目前高校间发展不均衡,部分高校理顺内部职能,由管理或职能部门承接品牌建设工作,构建起“科教成果挖掘—培训品牌打造—品牌宣传推介—项目实施”的完整运营链条。但多数高校尚未明确相关部门的成果转化职责,也未搭建系统化的品牌运营体系,科教资源品牌构建与培训业务脱节,培训单位难以依托优质资源塑造特色品牌,制约了非学历教育品牌长效发展。

3. 师资与管理队伍建设。当前, 高校非学历教育师资队伍存在专职力量薄弱、知识前沿性不足的突出短板, 难以匹配专业化、高品质的培训教学需求, 且继续教育学院师资需要从二级学院或外单位聘请, 难以有效监督和评价授课质量^[4]。管理服务层面, 受人事制度和经济效益的影响, 从业人员变动频繁、队伍稳定性偏弱, 难以建成一支素质过硬、专业精干、凝聚力强的常态化运营队伍。同时现有运行机制缺乏系统化培养路径, 制约了从业人员在项目策划、商务洽谈、市场运营等综合业务能力的提升与长远发展。

（二）外部环境因素

1. 行业政策。受经济形势和培训政策变化影响。近年来,部分地方政府机关严格落实“非必要不出省”,倡导“注重运用大数据、‘互联网+’等现代信息技术手段开展培训^[5]”的政策和要求,出省培训班期次和经费减少,对高校培训品牌建设影响较大。

2. 社会需求。新时代公职人员综合素养持续提高,对非学历

教育培训的品质期待不断升级，需求呈现多样化、个性化特征。参训群体不仅看重现代化教学配套、高水平师资授课与前沿知识技能更新，更注重培训内容能否贴合岗位实际、破解工作难点堵点，对培训实效提出更高要求。

3. 市场环境。面对高等教育普及化阶段构建学习型社会和终身教育的时代背景，非学历教育培训市场快速扩容（如图：3-1），各类高校纷纷入局。头部高校依托灵活的运营机制、深厚的学科科研底蕴、优质品牌基地资源及区位优势，形成了强大竞争优势，加剧了行业竞争压力，提升了培训品牌建设标准和要求。

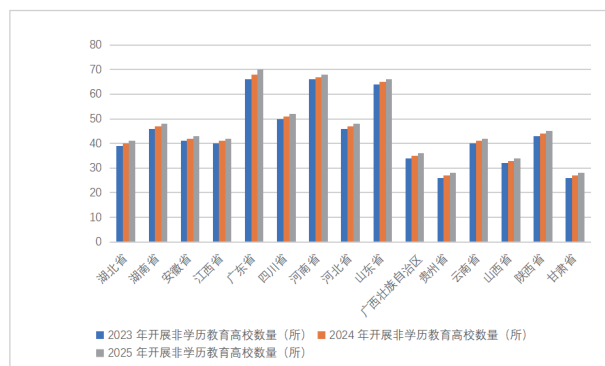


图3-1 2023-2025年部分省份开展非学历教育院校(本科)数量图

四、品牌建设与竞争力提升的策略

（一）顶层设计：多维发力，构筑品牌核心竞争力。

1. 统筹资源，多维发力铸品牌。坚持战略契合与多元协同，立足学校学科专业优势与办学特色^[6]，充分发挥学校综合实力及教学科研在各行业的影响力，着力打造兼具学术底蕴与实践价值的品牌项目，随“需”应变，与“市”俱进，构建差异化发展优势。如：清华大学继续教育统筹近20个学科优势学院，打造100余个特色项目服务非学历教育。河海大学依托水利顶尖学科优势，服务全国水利流域机构、地方水利部门、央企国企水利人才培养。

2. 深化合作，共建赋能固品牌。积极开展校地合作，拓展政企、校企合作网络，通过共建基地、联合开发、共享资源等，构建“学校主导、多方共赢”的办学格局。如：浙江大学与300余个政企单位共建人才培养基地；中山大学与200余个政企单位签订人才培养合作协议。

3. 口碑聚力，质量服务塑品牌。积极服务省部级（行业）单位和头部企业人才建设，打造示范引领项目，形成“质量支撑口碑、口碑带动传播”的良性循环，塑造高认可度的品牌形象。如：浙江大学与浙江省委组织部共建县处级领导干部培训“领雁工程”项目。清华大学机械系办学历史悠久，在全国铸造领域享有盛誉，连续25年培训铸造企业技术骨干万余人，树立了良好的品牌形象和社会声誉。

（二）夯实根基：以质为本，打牢品牌发展硬根基。

1. 健全师资评价制度。完善师资选聘考核制度, 形成以普通

高等教育专业教师为主,研究机构学者、企业、行业精英人士、政府职能部门领导为优势补充的“多元、动态、共享”型的专兼结合的师资队伍^[7]。

2. 完善课程建设制度。课程开发是非学历教育品牌建设的核心根基、首要抓手与核心竞争力。高校要积极探索学历教育和非学历教育课程融合发展^[8],将非学历教育的课程建设纳入资源建设总体规划中。同时将校内外优质课程资源集聚为一体,采取“校校联合”、“校企联合”、“政企校联合”等多种方式参与非学历课程建设和高端项目开发^[9],通过持续迭代课程,提升品牌活力,实现品牌增值。

3. 创新培训样式。创新方式方法,综合运用研讨式、案例式、模拟式、体验式、访谈式等方法,推行结构化研讨、行动学习等研究式学习,探索翻转课堂等^[10],提升培训针对性和实效性,丰富学员体验感、获得感,从而增强用户粘性度,提高获客效率。

4. 建立教学督导机制。监督评估是开展非学历教育持续发展和质量改进的必然环节。高校应结合非学历教育实际,设置职能部门,编组力量,参照学科教学评估机制,建立督导评估标准,对教学、管理、效果等进行督导评估,树立优质导向,筑牢教学质量安全防线。

(三) 长效保障:深耕创新,提升品牌发展软实力。

1. 优化教育服务团队。立足非学历教育岗位要求与行业需

求,创新人事管理与人才培养机制,积极引进行业一线优质人才与实践骨干,不断强化从业者专业素养与综合服务能力。构建“学习设计师+学习管理师”专业化服务团队,精准对接学员学习需求,在服务知识传授的同时,注重学员能力塑造、情操涵养与价值引领。在实践中提升从业者客户关系维护、项目运营与市场营销能力培育,全面提升非学历教育综合服务水平。

2. 加强信息化建设。《中国教育现代化2035》更明确提出,要“统筹建设一体化智能化教学、管理与服务平台”。教育部《教育信息化2.0行动计划》要求“建立健全教育信息化可持续发展机制,构建网络化、数字化、智能化、个性化、终身化的教育体系^[11]”。信息化建设是新时代高校品牌塑造与核心竞争力提升的数字化引擎,高校应积极统筹资源,将继续教育信息化建设纳入校园整体规划。创新非学历继续教育智慧化、数字化平台建设,实现宣传、招生、教学、教研、运营、管理、监督、查询(统计、分析)于一体的,全流程运行智慧化体系。

3. 提升服务空间环境。依托校内现有基础设施条件,统筹完善教学、生活配套服务。创新保障机制,将学校运动场馆、图书馆、实验室等资源向非学历教育学员开放。结合非学历教育集中培训、短期研修的特点与实际需求,科学规划布局,打造集学习、生活、文体休闲于一体的封闭式教学服务空间,营造安全有序、舒适便捷的育人环境。

参考文献

- [1] 中共中央、国务院印发《教育强国建设规划纲要(2024—2035年)》.[EB/OL]http://www.moe.gov.cn/jyb_xxgk/moe_1777/moe_1778/202501/t20250119_1176193.html.
- [2] 中共中央国务院印发《中国教育现代化2035》http://www.moe.gov.cn/jyb_xwfb/s6052/moe_838/201902/t20190223_370857.html.
- [3] 刘婷.“十四五”时期高校非学历继续教育发展基础、形势与关键[J].继续教育研究,2021(5):1-5.
- [4] 李丹.我国高校非学历教育发展探究[J].产业与科技论坛,2021(19):84-86.
- [5] 财政部、中组部、公务员局《中央和国家机关培训费管理办法》.[EB/OL]<https://search.mof.gov.cn/was5/web/search>.
- [6] 教育部办公厅关于印发《普通高等学校举办非学历教育管理规定(试行)》.[EB/OL]教育部官网,http://www.moe.gov.cn/srcsite/A07/moe_743/202111/t20211119_581103.html.
- [7] 何金旗、沈国琴.行业特色高校非学历继续教育优化发展策略分析[J].当代继续教育,2021,21(9):10-16.
- [8] 汤丹阳、郭大勇.学历教育与非学历教育融合发展 成人教育 2020(3):73-76.
- [9] 潘立、陆燕元.新时代高校非学历教育事业发展理念、经验与路径研究[J].中国成人教育,2020(16):20-23.
- [10] 中共中央.《2023—2027年全国干部教育培训规划》.[EB/OL]教育部官网,http://www.moe.gov.cn/jyb_xwfb/s6052/moe_838/202309/t20230901_1077637.html.
- [11] 教育部关于印发《教育信息化2.0行动计划》的通知教育部官网,http://www.moe.gov.cn/srcsite/A16/s3342/201804/t20180425_334188.html.