

# Exploring the establishment of a characteristic party building brand based on the mode of "Party building + volunteer service"

Zhigang Shi Lu Ma

Xijing College, Xi'an, Shaanxi, 710123, China

## Abstract

In the modernization of grassroots governance in the new era, Party building at the grassroots level faces practical challenges such as monotonous service formats and insufficient public engagement. Meanwhile, volunteer services encounter developmental difficulties including resource fragmentation and lack of professional expertise. Promoting deep integration between Party building and volunteer services has become a crucial pathway to resolve governance challenges. This paper systematically explores the creation path of distinctive Party-building brands under this model, constructing an implementation framework from dimensions including top-level design, organizational support, project development, and dissemination operations. By analyzing challenges such as balancing political attributes with social attributes and coordinating standardization with personalization through local practices, it proposes optimization strategies combining digital empowerment and institutional safeguards. The study provides theoretical references and operational paradigms for grassroots Party organizations to build distinctive brands characterized by "distinct political leadership, precise and efficient services, and widespread public recognition," thereby driving innovative integration between Party building and grassroots governance.

## Keywords

Party building; volunteer service; characteristic brand

## 以“党建+志愿服务”模式创建党建特色品牌探究

石智岗 马璐

西京学院, 中国·陕西西安 710123

## 摘要

在新时代基层治理现代化进程中, 基层党建面临服务形式单一、群众参与度不足等现实挑战, 而志愿服务领域也存在资源分散、专业性欠缺等发展困境, 推动党建工作与志愿服务深度融合成为破解治理难题的重要路径。本文系统探究该模式下党建特色品牌的创建路径, 从顶层设计、组织保障、项目开发、传播运营等维度构建实施框架, 结合地方实践分析政治属性与社会属性平衡、标准化与个性化协调等挑战, 提出数字赋能与制度保障的优化策略, 为基层党组织打造“政治引领鲜明、服务精准高效、群众广泛认可”的特色品牌提供理论参考与操作范式, 推动党建工作与基层治理深度融合创新。

## 关键词

党建; 志愿服务; 特色品牌

## 1 引言

在“两个大局”交织的历史方位下, 基层党建面临着社会结构复杂化、利益诉求多元化、治理任务精细化的多重挑战。习近平总书记强调, “要把服务群众、造福群众作为基层治理的出发点和落脚点”, 为新时代党建工作指明了方

向。“党建+志愿服务”模式作为破解基层治理难题的创新实践, 通过将党的政治优势转化为服务效能, 将组织活力转化为治理动力, 成为构建共建共治共享社会治理格局的重要路径。

## 2 “党建+志愿服务”模式的理论逻辑与核心特质

### 2.1 多重理论视角的交叉阐释

#### 2.1.1 马克思主义群众观的当代演绎

马克思指出, “历史活动是群众的事业”, 无产阶级政党的根本宗旨是为人民服务。“党建+志愿服务”模式将“以人民为中心”的发展思想具象化为常态化服务实践, 通过

【课题项目】以“党建+志愿服务”模式创建党建特色品牌探究(项目编号: XJDJ202510)。

【作者简介】石智岗, (1981-), 男, 中国陕西西安人, 硕士, 讲师, 从事思想政治教育研究。

党员主动联系群众、服务群众，构建起“从群众中来、到群众中去”的双向互动机制，是马克思主义群众观在社会治理领域的生动实践。例如部分社区开展的“党员夜话”活动，通过党员志愿者入户收集群众诉求，有效解决了大量民生问题，正是这种理论逻辑的实践呈现。

### 2.1.2 政党社会学的组织功能拓展

从政党与社会的关系看，政党需要通过社会动员增强合法性基础。志愿服务作为柔性治理手段，能够有效弥合政府与社会的治理缝隙。“党建+志愿服务”模式通过党员带头参与，将党的组织资源转化为社会资本，显著提升了基层党组织的社会动员能力，如一些地方党员志愿者牵头成立的“红色议事厅”，在协调解决基层治理难题中发挥了重要作用。

### 2.1.3 治理理论的中国化创新

在多元治理框架下，党组织作为“元治理”主体，承担着整合资源、协调利益的核心功能。“党建+志愿服务”模式构建了“党组织统筹—党员示范—社会协同—群众参与”的治理链条，实现了从政府单一治理到多元共治的转变。一些地区通过志愿服务平台整合多方资源，形成了党建引领下的精准治理样本，有效提升了基层治理效能<sup>[1]</sup>。

## 2.2 党建与志愿服务的深度耦合机制

### 2.2.1 政治引领筑牢价值根基

坚持党的领导是该模式的根本特征，通过在志愿服务中嵌入政治教育功能，确保服务方向的正确性。例如部分地区的“红色根脉”志愿服务队将党史宣讲融入社区服务，在为群众提供生活照料的同时开展党的理论宣传，使党的创新理论以更接地气的方式走进群众，既提升了服务的政治内涵，又增强了群众对党的认同。

### 2.2.2 组织体系构建运行框架

依托党的组织网络建立志愿服务体系，形成纵向到底、横向到边的组织架构。典型如“街乡吹哨、部门报到”机制，将志愿服务纳入基层治理网格，设立党员责任区和网格长，实现了服务需求在网格发现、问题在网格解决，使志愿服务从零散化走向系统化，有效提升了基层治理的精细化水平。

### 2.2.3 需求导向精准对接服务

建立“群众点单—组织派单—志愿者接单—群众评单”的闭环服务模式，运用多种渠道收集民生需求，提高服务针对性。一些地方通过整合热线、走访等渠道需求，生成志愿服务需求清单，精准匹配各类服务项目，真正做到“群众需要什么，党组织就提供什么”，提升了群众的获得感和满意度<sup>[2]</sup>。

## 3 新时代党建品牌建设的现实挑战

### 3.1 政治属性与社会属性的平衡难题

部分基层党组织在品牌塑造中陷入“非此即彼”的认知误区，要么将党建品牌异化为单纯的政治符号，在志愿服务

中堆砌理论宣讲、政策解读等“硬性内容”，忽视群众对养老护理、课业辅导、心理咨询等“柔性服务”的真实需求，导致品牌因脱离民生实际而沦为“空中楼阁”；要么过度追求服务项目的社会影响力，在引入社会组织、企业资源时放松政治引领，出现服务内容娱乐化、商业化倾向，甚至个别项目因缺乏党组织主导而偏离正确方向。

例如某社区打造的“公益市集”品牌，初期因热衷引入网红打卡、商业赞助等元素吸引流量，却因淡化党的政策宣传、未建立党员先锋岗，被群众批评为“形式大于内容”，最终陷入“叫好不叫座”的尴尬境地。

### 3.2 标准化建设与个性化发展的协调困境

在品牌推广过程中，“一刀切”的复制粘贴与“碎片化”的自主创新形成鲜明冲突：一些地方为快速形成品牌效应，简单照搬先进地区经验，将成熟模式不加改造地移植到本地，导致“千牌一面”的同质化现象——如多个城市社区推出的“红色议事厅”“党员网格长”项目，从组织架构到服务流程高度雷同，既未结合本地产业结构、文化特色，也未回应差异化的群众需求；

另一些地方则过度强调“人无我有”的个性化，在品牌设计中片面追求标新立异，忽视党建品牌的政治共性，导致品牌缺乏核心辨识度。例如某工业型城区在打造党建志愿服务品牌时，盲目引入乡村振兴领域的“非遗传承”项目，与本地职工技能培训、企业服务等核心需求脱节，最终因资源错配、群众参与度低而难以为继。

### 3.3 短期效应与长效机制的衔接障碍

受政绩考核驱动，部分地区将品牌建设视为“短平快”的形象工程，依赖行政力量集中资源打造“样板项目”，却忽视品牌的内生培育与可持续运营：有的社区为迎接党建观摩，临时组建党员突击队开展环境整治、便民服务，观摩结束后队伍立即解散，项目陷入停滞；有的地方将品牌建设等同于活动策划，热衷于举办启动仪式、成果发布会等“高光时刻”，却在活动后缺乏常态化服务机制，导致品牌影响力随时间衰减。

## 4 党建特色品牌创建的实践策略

### 4.1 构建“三维一体”的品牌战略体系

在党建特色品牌创建的顶层设计中，目标定位明确化、核心理念具象化与实施路径系统化构成了“三维一体”的品牌战略体系：

首先需确立“政治引领鲜明、服务成效显著、群众广泛认可、具有示范效应”的核心目标，将品牌创建深度融入基层党建重点任务，如上海“先锋上海”志愿服务品牌以打造党员服务平台、培育特色项目、构建长效机制、涵养文明风尚为清晰定位，为品牌建设锚定方向；在此基础上，提炼兼具地域辨识度与时代共鸣感的核心理念，使抽象的党建价值转化为可感知的符号体系，例如陕西延安“圣地红烛”品

牌,依托革命老区红色底蕴,以“传承红色基因,点亮初心使命”为理念内核,将精神传承融入志愿服务项目开发,塑造了独具文化特质的品牌形象。同时,需构建包含组织保障、队伍建设、项目开发、资源整合、考核评估的系统化实施路径,通过出台品牌建设行动计划、纳入党建述职评议、建立“年初定标—年中督查—年末考评”的闭环机制,确保各阶段任务与责任主体清晰,如多地通过制度化设计推动品牌建设从模糊构想转化为可落地的路线图,实现品牌培育的有序推进与成效保障。

#### 4.2 打造“红色引擎”驱动的服务共同体

在组织赋能层面,通过立体化架构设计打造“红色引擎”驱动的服务共同体:

首先构建“市—区—街道—社区”四级党建志愿服务组织体系,以纵向贯通的指挥链条整合基层党组织资源,通过全域设立党员志愿服务岗实现服务力量全覆盖,为品牌建设筑牢组织底座;同步实施“双育工程”强化队伍建设,一方面依托主题党日、志愿服务启动仪式等载体开展“党性育魂”工程,持续淬炼党员宗旨意识以激活主动服务的内生动力,另一方面构建分级分类培训体系推进“技能育才”工程,针对应急救援、心理咨询等专业领域培育骨干力量,打造政治素养与服务能力兼具的志愿者队伍。

同时运用市场化思维搭建“红色资源池”平台,通过公益创投、社会捐赠等多元机制整合党建资源与社会资源,典型如“慈善+党建”模式下开发的重点服务项目,推动政府资源、社会资本与群众需求的精准对接,形成资源集聚与项目落地的良性互动闭环<sup>[3]</sup>。

#### 4.3 培育“精准滴灌”的服务产品矩阵

在项目深耕环节,需构建“需求洞察—品牌培育—精细管理”的全流程服务链:首先通过入户走访、线上问卷、议事会等多元渠道建立常态化需求收集机制,运用“紧急—重要”矩阵对群众诉求进行分级分类,为项目开发提供精准导向,如部分社区依据高频需求开发的“银发餐桌”“课后托育”等常态化服务项目,有效破解了民生痛点。

同时,以问题为导向推进项目设计品牌化,围绕基层治理核心难题打造“主品牌引领、子项目协同”的雁阵体系,典型如北京“接诉即办”品牌将12345热线诉求转化为“民生微实事”“物业提质”等细分项目集群,相关经验通过地方立法形成制度规范,实现从单一服务到治理机制的升级。

最后,推行实施过程精细化管理,建立覆盖“立项调研—资源匹配—进度管控—成效评估”的标准化流程,引入第三方机构开展服务质量监测,例如某区委托社工事务所对志愿服务项目进行全程跟踪评估,通过数据化手段确保服务过程透明、资源配置精准,推动群众满意度提升。

#### 4.4 构建“全媒融合”的价值传递体系

在品牌传播环节,需构建“内容共鸣—渠道共振—价值共融”的立体化传播体系:首先以“故事化叙事”激活品牌情感内核,通过微纪录片、情景剧、图文纪实等多元形式,深度挖掘党员志愿者在基层治理中解民忧、暖民心的鲜活案例,如上海“先锋上海”制作的《红色微光》系列微纪录片,聚焦党员志愿者为独居老人改造适老化家居、组建“银发调解队”化解邻里纠纷等细节,以真实场景引发群众情感共振,将抽象的品牌理念转化为可触摸的温暖记忆;

同步搭建“新媒体矩阵+线下场景”的全域传播网络,线上依托短视频平台、政务公众号、党建APP等打造“指尖上的传播链”,通过直播志愿服务现场、发起互动话题挑战扩大覆盖面,线下举办品牌发布会、成果展、经验研讨会等“沉浸式”活动,例如浙江“红纽带”品牌在社区广场设置“志愿服务时光轴”展览,直观呈现党员服务群众的十年历程,形成“线上引流关注、线下深化认知”的传播闭环;

更重要的是建立“培育—激励—传承”的价值认同机制,通过命名“党员志愿服务先锋”“社区最美志愿者”等荣誉称号,开展巡回事迹宣讲会,将优秀志愿者纳入基层党建“红色讲师团”,使品牌精神从“被动接受”转化为“主动践行”,如江苏将志愿者事迹编入社区绘本、纳入中小学思政课案例,推动品牌理念在代际传承中内化为社会共识,最终形成“品牌故事打动人、传播网络触达人、长效机制凝聚人”的良性生态,让党建志愿服务品牌真正成为群众心中的“精神符号”与“行动指引”<sup>[4]</sup>。

### 5 结论

“党建+志愿服务”模式的本质是通过品牌化运作,将党的政治优势转化为治理效能,将组织资源转化为服务资源。成功的党建品牌是政治引领与专业服务的统一体、组织活力与群众参与的共振场、地域特色与时代精神的融合体。在新征程中,需要以更高站位、更系统思维、更创新举措推进品牌建设,破解发展难题,推动“党建+志愿服务”品牌向更高层次升级,让党建特色品牌成为基层治理的亮丽名片,为基层党建高质量发展注入强劲动力。

#### 参考文献

- [1] 林慧英. 新时代高校党建特色品牌创建实践探索和路径研究——以江西为例[J]. 江西科技师范大学学报, 2025, (03): 31-40.
- [2] 彭洪涛, 孙钧. 根植调查实践打造党建品牌武汉队探索党建业务深度融合新路径[J]. 中国统计, 2025, (06): 34-36.
- [3] 打造“党建+科普”特色品牌, 弘扬高铁文化[J]. 中国研究生, 2025, (02): 89-90.
- [4] 李平, 潘飞. 将特色党建品牌矩阵打造为红色引擎济宁中山公用水务以品牌创建激发党员活力[J]. 山东国资, 2025, (04): 60-61.