

高校志愿服务品牌化探索

——以成都工业学院“信鸽小分队”为例

周彦希, 李垚, 夏佳毅, 孙婷

成都工业学院, 四川省 成都市

发布日期: 2025年3月25日

摘要

高校志愿服务是培养学生综合素质和社会责任感的重要途径, 其品牌化建设可以进一步提升其影响力和社会认可度。本文以高校志愿项目品牌化建设路径为切入点, 以成都工业学院“信鸽小分队”为案例, 探讨高校志愿服务品牌化的探索路径及实践经验。本项目志愿服务团队致力于整合专业知识与社区需求, 通过科普宣传等方式开展活动, 建立服务基地, 并在校园内外参与各项志愿服务活动。利用新媒体和网络平台展示志愿活动, 并建立了精细的志愿者数据库进行志愿服务管理。评估体系分为对志愿者和项目的评估, 通过分享会和荣誉表彰等方式鼓励志愿者的参与和成长。

关键词

志愿服务; 案例; 品牌化

Exploration of Branding Volunteer Service in Colleges and Universities

—A Case Study of the "Pigeon Squad" from Chengdu Technological University

Yanxi Zhou, Yao Li, Jiayi Xia and Ting Sun

Chengdu Technological University, Chengdu 610031, China

Abstract

University volunteer services are crucial avenues for cultivating students' comprehensive qualities and social responsibility. The branding of these services can further enhance their influence and social recognition. This paper takes the branding construction path of university volunteer projects as its starting point, using the "Pigeon Team" of Chengdu Technological University as a case study to explore the exploration paths and practical experiences of branding university volunteer services. The volunteer service team of this project is dedicated to integrating professional knowledge with community needs, conducting activities through science popularization and promotion, establishing service bases, and participating in various volunteer service activities both

文章引用: 周彦希, 李垚, 夏佳毅, 孙婷. (2025). 高校志愿服务品牌化探索——以成都工业学院“信鸽小分队”为例[J]. 教育學文摘, 1(1), 11-17. ISSN Print: 3079-5443; ISSN Online: 3079-5451.

DOI: 10.63313/EDU.8002

on and off campus. Utilizing new media and online platforms to showcase volunteer activities, they have also established a detailed volunteer database for effective volunteer service management. The evaluation system is divided into assessments of volunteers and the project itself, encouraging volunteer participation and growth through sharing sessions and commendations.

Keywords

Volunteer Services; Case Study; Branding Strategy

Copyright © 2025 by author(s) and Erytis Publishing Limited.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



一、引言

在当今教育领域，高校志愿服务的品牌化建设备受关注。本文以成都工业学院“信鸽小分队”为案例，深入探讨了高校志愿服务品牌化的实践经验和策略。在这个过程中，高校在构建志愿服务品牌化的路径上需要明确先进的服务理念、满足社会需求、构建完善的运行机制以及建立精准的评价体系。通过对这些方面的分析，本文旨在为高校志愿服务的品牌化探索提供参考和指导，以促进高校社会影响力的提升和品牌知名度的加强。

二、志愿项目品牌化培育的重要性

志愿服务在高校社会实践中扮演着重要的角色，而其品牌化建设更是提升高校社会影响力和服务质量的关键一环。随着社会的不断发展，高校志愿服务的品牌化建设逐渐成为当前教育领域的热点话题。本文将通过对成都工业学院“信鸽小分队”案例的分析，探讨志愿服务品牌化建设的重要性。

（一）提升高校社会责任感和社会形象的有效途径

作为社会主体之一，高校担负着培养社会栋梁和传承文明的使命，积极参与志愿服务是其应尽的责任。通过建立品牌化的志愿服务项目，高校能够向社会传递出其积极向上、责任担当的形象，树立起良好的社会形象，增强社会的信任和认可。

（二）提升高校的社会影响力和竞争力

随着社会对高校社会责任的关注度不断提升，高校志愿服务的品牌化建设能够将其社会价值和影响力最大化地展现出来。通过开展有特色的志愿服务活动，能够吸引更多社会资源的投入，提升高校的社会影响力和竞争力。

（三）提升高校学生的社会责任感和综合素质

志愿服务是高校学生参与社会实践的重要形式之一，通过参与志愿服务活动，学生能够增强社会责任感、团队协作能力和领导才能，培养综合素质和社会价值观。而志愿服务品牌化建设则能够为学生提供更丰富、更有价值的志愿服务机会，激发志愿者们的参与热情和责任意识，促进其全面发展和成长。

（四）推动高校与社会各界的深度合作与共赢发展

高校志愿服务项目的品牌化建设需要借助社会资源和力量进行推动，而这也为高校与社会各界的交流与合作提供了契机。通过与政府、企业、社会组织等各方的深度合作，高校能够更好地结合社会需求，优化志愿服务项目的设计和实施，实现资源共享和互利共赢。

三、高校志愿项目品牌化建设路径

（一）品牌定位

党的十八大以来，在以习近平同志为核心的党中央的坚强领导下，志愿服务工作取得突飞猛进的发展。在社区转型（由行政性向服务性转变）的契机下，高校老师、学生拥有了广阔的服务、实践平台。对于高校大学生来说，在学生时代参与志愿服务是培养学生社会责任感的重要途径，也是大学生将理论与实践、解决社会问题、推荐治理体系现代化（？）的大胆尝试。

本项目将通过建设专业队伍、完善服务项目、培育文化体系、健全权益保障，全面展示志愿者的精神风貌，有效推进新时代文明实践志愿服务事业，打造有辨识度的志愿服务，传递温度。

（二）品牌塑造

1. IP 塑造，品牌形象

1) 打造 IP 形象，文化融合“扩圈”

在打造志愿服务 IP 形象过程中，不仅仅是在传播志愿服务的理念，更是在融合各种文化元素，让志愿服务变得更具吸引力和包容性。通过与不同文化背景的人群互动和合作，将志愿服务打造成一个融合多元文化的品牌形象，吸引更多人参与其中。

2) 释放 IP 效应，治理主体“融圈”

志愿服务 IP 的效应释放不仅仅是让更多人了解和认同志愿服务的重要性，同时更是展现积极向上、责任担当的形象，提升了政府和组织的公信力和影响力，让社会治理更加融洽和有效。

3) 转化 IP 价值，惠民服务“出圈”

志愿服务 IP 的转化不仅仅是为了提升品牌的商业价值，更是为了让志愿服务的价值触达更多的民众，让惠民服务真正“出圈”，惠及更广泛的社会群体。通过将志愿服务 IP 与惠民服务相结合，可以开展更多有针对性、有意义的公益活动，为社会的发展和进步贡献更多力量。

2. 平台塑造，品牌基石

1) 分批管理，汇聚力量

对于志愿服务队伍内部采取一体化管理制度，定期开展志愿者培训与指导工作，使得内部管理更加规范完备。充分利用各载体、渠道吸引更多人参与到志愿活动中，实现全覆盖。对志愿者的个性、特长与服务意向进行分类，更加清晰地了解每位志愿者的特点和优势，为服务活动提供更加精准的支持。

2) 个性需求，提升质量

着眼于志愿者实际能力同校内工作需要、师生需求、社会焦点相融合，培育增强大学生“主人翁”精神，立足学生社区（？）的实际发展情况，为同学们办实事；结合重大节日，聚焦儿童身心健康，关怀孤寡老人；培育文明新风，渲染新一代“志愿红”；并且同属地社区深入合作，根据群众实需，开展个性化志愿服务。

3) 奖励制度，增强精神

通过多样化的宣传渠道和奖励机制，提升志愿服务意识。可利用微信公众号、微信视频号等传统宣传方式，并结合直播等新型热门宣传手段，全面宣传志愿者形象和志愿者精神。制定奖励机制以鼓励

更多的高校学生参与志愿活动。

3.健全体系，品牌保障

加强志愿服务队伍建设，高素质志愿服务队伍是推动志愿服务事业高质量发展的重要支撑。要实现高校志愿服务品牌化，建立一个完善的组织机构和强大的工作队伍是首要步骤，确保其运行机制的健全性和连续性。志愿服务组织要有明确的队伍名称，并由领导负责，专业老师具体指导，以学生为主体进行实际运作。志愿服务队伍由核心成员和招募成员组成。

（三）品牌运营

1. 规范管理，强化培训

高校志愿项目队伍培训与管理至关重要，它不仅可以提升志愿者的专业素养和服务质量，维护学校形象，还能确保信息传递畅通，管理安全风险，激励志愿者的潜力发展，从而促进志愿服务的高效运作和志愿者个人成长。

培训完成后，还要采取“实践+考试”的方式进行考核，关注学习成果。



图 1.团队培训思维图

2. 宣传推广，成果展示

1) 明确传播原则

首先要明确传播推广工作的原则和规范，一方面要符合新思想、新文明的理念，另一方面要注意志愿服务的专业价值伦理，注意保护服务对象的个人隐私。明确相关传播原则与方向，为后续的各项推广工作做指引。

2) 明确传播内容

志愿服务项目的传播会包含各式各样的内容，比如活动参加者或志愿者的招募、项目成效推广、理念倡导或价值教育等，所有的传播都“以内容为王”，因此要先明确项目的整体传播内容方向，设定不同阶段的重点传播内容，再以此来推进后续的各项传播工作。

3) 确定传播的目标人群

不同的传播内容会有聚焦的受众人群，不同人群的思想动态、生活和语言习惯皆不同，要根据传播内容锁定传播目标人群，再根据目标人群的信息接收渠道、语言方式、生活习惯等制定合适的传播策略和风格。

4) 拓展与整合传播媒介

①运用新媒体等手段提高宣传效率，通过建立微信群，公众号、抖音、快手等平台，快速达到群

众覆盖面。

②要注意传统宣传媒体阵地的保持, 针对部分不善于使用智能设备的群体, 应采取传统的传播媒介, 如社区公告、报纸等。

3. 评估完善, 展望未来

搭建精准的评价体系是志愿项目品牌化建设过程非常关键的一步。通过科学、客观、全面的评价, 才能准确地了解志愿项目的质量、效果和影响力, 进而为品牌化建设提供有力的支持和指导。

对志愿服务的评价主要涵盖三个方面。首先是对志愿服务的综合效果进行评估。包括服务单位对志愿者成果的满意程度等。其次是评价志愿服务组织者的能力。这涉及到是否有效地协调服务单位和志愿者, 是否能够凝聚志愿者的力量, 以及是否能够妥善处理突发事件。最后是评估志愿者个人获得的收益。

四、高校志愿项目品牌化探索实践

成都工业学院“信鸽小分队”至今已成立 5 年, 现隶属于大数据与人工智能学院分团委, 总领学院志愿服务相关的工作。团队由学院分团委书记负责, 学院志愿者中队负责人任职队长, 志愿者中队成员担任工作人员协助开展相关活动。

（一）双向驱动, 内外结合

“信鸽小分队”结合学院办学特色, (统计学、大数据技术以及人工智能专业知识), 关注社区需求, 开展以科普宣传为主的志愿活动。打造“趣味编程”和“生活中的数学”科普知识宣传项目。同时响应政府号召, 开展名为“以数为约—共建安全家园”的居民信息安全提升项目, 提高居民对电信诈骗意识。

“信鸽小分队”已与望丛社区、书院社区、天台社区、红旗社区、馨美社区、等地建立结对共建。这些基地涵盖了图书推广、传统文化传承与发扬、文明实践、为老服务、知识宣讲等多个领域。

“信鸽小分队”在校内, 将志愿服务的育人功能体现在校园生活中。积极参与了学校 110 周年校庆志愿服务活动、各项赛事的志愿者招募工作, 包括成都马拉松志愿者招募、成都大运会志愿者招募等。也参与了共建美好校园环境的校内志愿活动。自新冠疫情爆发以来, 信鸽小分队积极响应学校的疫情防控政策, 配合学校相关部门开展工作。举办了“疫情防控巡逻”和“食堂疫情防控”等活动, 积极投入到学校和周边社区的疫情防控工作中。

（二）数智赋能, 智慧管理

“信鸽小分队”充分利用新媒体和网络挖掘功能, 通过微信公众号平台、学院官方 QQ 空间等渠道展示志愿服务活动。组织全院学生参与“志愿四川”和“青聚锦官城”的志愿活动, 并及时关注线上志愿信息, 查看个人志愿记录等。通过建立精细的志愿者数据库, 收集志愿服务招募公告、活动精彩瞬间和活动总结, 记录志愿意向、志愿时长和志愿表现。“志愿四川”志愿服务平台和“青春成工”第二课堂管理平台相结合, 对学生的志愿服务时长进行统计和管理。

五、探索内在, 挖掘潜能

评估体系分为对学生志愿者和志愿服务项目的两种评估。自 2022 年 9 月起, 每年 9-10 月, “信鸽小分队”举办志愿服务分享会, 志愿者分享自己的亲身感受和成长, 传承“奉献、友爱、团结、互助”的志愿者精神。设立了“优秀志愿者”、“优秀社会实践个人”等荣誉, 以表彰杰出的志愿者和社会实

践者。

团队项目的评价, 主要由校团委和青年志愿者服务中心组成第一评价体系。在每年的初期立项、中期项目检查和后期项目答辩阶段对项目进行评价。此外, 学院团学领导和相关部门负责人构成第二评价层, 每月对项目进行总结并确定下月及后期的项目活动计划。第三评价层由部门核心成员和每次活动招募的志愿者组成, 对每次完结的活动进行总结评价。

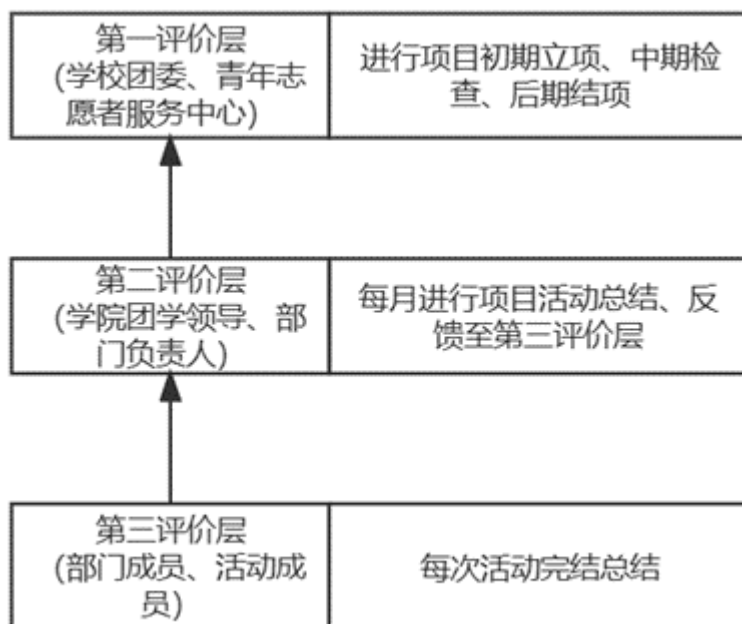


图 2. 项目评估体系

六、总结及建议

在高校志愿服务的品牌化建设中, 成都工业学院“信鸽小分队”案例, 提供了宝贵的经验和启示。通过对该案例的深入分析, 总结出以下几点经验和教训, 为高校志愿服务的品牌化探索提供了重要的参考和指导。

（一）确立先进的服务理念是志愿服务品牌化建设的基础

在这一点上, “信鸽小分队”案例展现了成都工业学院在志愿服务方面的远见卓识, 明确了品牌定位和核心价值, 使得其志愿服务项目得以顺利开展并取得成功。因此, 其他高校在品牌化建设中也应该注重理念的确立, 树立起积极向上、责任担当的形象。

（二）满足社会需求、在地方立足是品牌化建设的关键策略之一

高校应该深入了解当地社会的实际需求, 建立多个志愿服务基地, 开展多样化的志愿服务活动, 从而使得志愿服务项目更加贴近社会、更加具有针对性和实效性。

（三）全面完善的运行机制是品牌化建设的保障

高校需要投入足够的人力、资金和物力, 设计科学的工作占比, 确保志愿服务的顺利进行。只有建

立起完善的运行机制, 才能够有效地推动志愿服务项目的开展和发展。

（四）建立精准的评价体系是品牌化建设的重要环节

对志愿者和项目进行评估, 表彰优秀志愿者和项目, 能够激励更多的人参与到志愿服务中来, 同时也能够提升项目的质量和影响力。

（五）志愿服务品牌化的探索需要不断地完善和调整策略, 提升品牌知名度和影响力。

高校应该保持开放的态度, 秉承宝贵的创新成果, 不断地调整和优化志愿服务项目, 以适应社会的不断变化和发展。

总的来说, 成都工业学院“信鸽小分队”案例为高校志愿服务的品牌化建设提供了宝贵的经验和教训。深入分析该案例, 更好地认识到志愿服务品牌化的重要性, 并为其他高校在品牌化建设中提供了有益的启示和指导。希望各高校能够充分借鉴“信鸽小分队”案例的经验, 积极推动志愿服务的品牌化建设, 为高校社会责任实践和学生成长提供更加有力的支撑与保障。

参考文献

- [1] 杨明伟, 吴依萍, 李贺. 高校志愿服务存在的问题及社会工作介入研究 [J]. 黑龙江科学, 2024, 15(05): 75-77.
- [2] 黄丽琼, 林华林, 邹新貌. 新时代高校志愿服务工作的现实困境与实施路径 [J]. 国际公关, 2024, (04): 188-190. DOI: 10.16645/j.cnki.cn11-5281/c.2024.04.060.
- [3] 王世超, 解静, 叶欣. 高校志愿服务品牌化建设探究——以北京化工大学“晨星志愿者团”为例 [J]. 教育教学论坛, 2021(45): 96-99.
- [4] 余育红. 标准化建设 专业化发展 品牌化培育 全域提升志愿服务品质 [J]. 中国青年团, 2022(19): 50-51.
- [5] 张艳, 唐红艳. 大学生社区志愿服务品牌化形成探析 [J]. 老字号品牌营销, 2021(12): 25-27.
- [6] 崔秀峰, 杨惠莉, 纪伟伟. 医院志愿者服务品牌化建设探究 [J]. 现代医院, 2023, 23(09): 1353-1355.
- [7] 崔秀峰, 杨惠莉, 纪伟伟. 医院志愿者服务品牌化建设探究 [J]. 现代医院, 2023, 23(09): 1353-1355.
- [8] 周思好. 高校图书馆阅读推广诵读活动品牌化实践探索——以长沙理工大学“朗读者”活动为例 [J]. 现代商贸工业, 2023, 44(24): 86-88. DOI: 10.19311/j.cnki.1672-3198.2023.24.029.
- [9] 徐靖宇, 柯溪. 大学生志愿服务模式下实践育人体系构建与创新路径研究 [C] // 新课程研究杂志社. 《新课改教育理论探究》第八辑. [出版者不详], 2021: 2. DOI: 10.26914/c.cnkihy.2021.068875.
- [10] 周兵, 陈习诗, 何霭. 志愿服务品牌化建设项目化运作研究 [J]. 中国电力企业管理, 2021(26): 50-53.