

全国党建研究会2015年度优秀调研成果  
广州市党建研究基地资助出版项目

# 广州党建研究报告(7)

## 基层党建品牌建设专题调研

尹德慈◎主编



**SPM**

南方出版传媒

广东经济出版社

全国党建研究会 2015 年度优秀调研成果  
广州市党建研究基地资助研究出版项目

# 广州党建研究报告 (7)

---

基层党建品牌建设专题调研

尹德慈◎主编

广东省出版集团  
广东人民出版社

· 广州 ·

## 图书在版编目 (CIP) 数据

广州党建研究报告·7, 基层党建品牌建设专题调研/尹德慈主编. —广州: 广东经济出版社, 2017. 1

ISBN 978 - 7 - 5454 - 5265 - 5

I. ①广… II. ①尹… III. ①中国共产党—党的建设—研究报告—广州  
②中国共产党—基层组织—党的建设—研究报告—广州 IV. ①D26

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 012406 号

### 广州党建研究报告 (7): 基层党建品牌建设专题调研

Guangzhou Dangjian Yanjiu Baogao (7): Jiceng Dangjian Pinpai Jianshe  
Zhuanti Diaoyan

出版 发行	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 11 ~ 12 楼)
经销	全国新华书店
印刷	广州市东盛彩印有限公司 (广州市天河区广棠西路 3 号 A、B 栋)
开本	787 毫米 × 1092 毫米 1/16
印张	19.5
字数	320 千字
版次	2017 年 1 月第 1 版
印次	2017 年 1 月第 1 次
书号	ISBN 978 - 7 - 5454 - 5265 - 5
定价	55.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

广东经济出版社常年法律顾问: 何剑桥律师

· 版权所有 翻印必究 ·

# 代序

王世彤<sup>①</sup>

2016年4月初，广州市印发了《广州市国民经济和社会发展的第十三个五年规划纲要（2016—2020年）》，提出“三中心一体系”“三大枢纽”“三大环境”的建设重点，要求加快建设国家中心城市，率先全面建成小康社会，率先基本实现社会主义现代化。当前全市上下正围绕建设国家重要中心城市的重点，加强城市规划建设管理，着力建设枢纽型网络城市。广州党建智库要紧密围绕这一主线，坚持问题导向，凝练主攻方向，深入研究广州党建工作中的重大问题，为推动广州各项工作上水平提供有力保障。

一要深入研究党组织如何发挥对经济社会发展的领导核心作用的关键问题。我市“十三五”规划能否取得预期效果，从根本上说取决于党的领导核心作用能否得到充分发挥。这就要求党建研究工作者因势而谋、因势而动、因势而进，深入研究我市各级党组织如何充分发挥领导核心作用的关键问题，为各级党组织提高领导经济社会发展的能力水平提供参考。特别是深入研究各级党组织的思想观念创新问题，使广大领导干部牢固确立创新、协调、绿色、开放、共享五大发展理念；研究党委议事决策的方式和规程创新问题，进一步完善科学决策、民主决策、依法决策的工作体制机制；研究权力制约机制创新问题，

<sup>①</sup> 2016年9月7日，广州市委常委、组织部部长、党校校长王世彤同志在出席广州市党建学会第七次会员代表大会暨首届“广州党建十大品牌”授牌仪式时发表了重要讲话。代序为王世彤同志讲话的一部分。

进一步健全权责一致、规范有序、相互协调、运行顺畅的权力运行体系；研究工作落实机制创新问题，进一步完善对各级领导干部尤其是“一把手”的激励、考核和问责机制。

二要深入研究在实施“十三五”规划中如何落实全面从严治党的重点问题。全面从严治党是贯穿当前和今后一个时期管党治党的主线，也是协调推进“四个全面”战略布局的根本保证。我们要紧密结合广州实际，不折不扣地贯彻落实全面从严治党的各项部署，切实加强和改进党的建设。重点研究如何落实从严治党主体责任，引导各级党组织把抓好党建作为最大政绩的问题；研究如何将“两学一做”学习教育引向深入，引导广大党员明确为什么要学、学什么、怎么做，切实增强主动向党中央看齐的意识的意识的问题；研究如何坚持“三严三实”要求创新干部选任理念、方法、路径，推动形成能者上、庸者下、劣者汰的工作机制的问题；研究如何做好党员组织关系排查，完善党员教育管理机制的问题；研究如何建立健全规范、有效的执行、监督与激励机制，切实提高我市各级领导干部落实“十三五”规划的执行力的问题。

三要深入研究进一步推动基层党组织建设创新工作的热点、难点问题。基础不牢，地动山摇。党的基层组织是否坚强有力，直接关系到党的事业的兴衰成败。广州过去在基层党建方面取得了良好成绩，一些品牌在全省乃至全国具有较大影响。今年中组部确立国企党建、园区非公党建、互联网企业党建、社会组织党建为工作重点，我们要围绕这些重点开展深入调研，力争在3~5年内再培育一批能反映广州特色、在全国有较大影响的党建品牌。特别是加大对新经济组织党建的研究力度，根据新经济组织的特点，提出创新党建工作的路径和方法。

希望广州党建智库坚持以习近平总书记的党建思想为指导，深入研究广州发展中的重大党建问题，继续搭舞台、拓渠道、创条件，打造一支高素质、专业化的党建研究队伍，加强统筹协调、互动交流、资源共享，形成协同作战、合力推进的强大研究力量。

# 目 录

## 理论分析

- 基层党建品牌战略：身份政治与社会认同 ..... 李三虎（2）
- 基层党建品牌创建的逻辑、定位与路径 ..... 尹德慈（15）
- 新民主主义革命时期中国共产党政治品牌的建构 ..... 黎明泽（24）
- 基层治理法治化与基层党建研究 ..... 王超（36）

## 典型经验

- 移动互联网时代的都市党建模式创新  
..... 广州市天河区委组织部（56）
- 基层服务型党组织智愿联创“十个一”  
..... 广州市海珠区委组织部（69）
- 越秀区实施机关服务社区“双结对”工程  
..... 广州市越秀区委（82）
- 南沙开启党代表志愿服务“时间银行”新模式  
..... 广州市南沙区委组织部（90）
- 推进农村基层治理法治化的创新实践  
..... 广州市增城区委组织部（100）
- 花都区全链条实施大学生村官砺炼工程  
..... 广州市花都区委组织部（112）

以党员民情议事会实现服务群众零距离

..... 广州市荔湾区冲口街党工委 (123)

创建“六型”党组织 引领广州地铁跨越式发展

..... 广州地铁集团公司党委 (133)

以大党建工作模式促进企业大发展

..... 广州医药集团有限公司党委 (144)

园区非公党建“金雁工程”引领经济发展

..... 广州开发区组织人事局 (161)

## 调研报告

以党政融合落实管党治党主体责任研究

..... 广州市城市更新局机关党委 (174)

荔湾区经济联社党建工作调查及其治理优化

..... 荔湾区委党校(荔湾区情研究中心)课题组 (198)

从化区推行领导干部驻点联系群众制度调研报告

..... 从化区党建学会、从化区委党校课题组 (225)

整顿软弱涣散村级党组织调研报告

..... 广州市党建研究基地、广州市花都区委组织部 (233)

广州汽车工业集团干部管理工作研究

..... 广州汽车工业集团有限公司党委 (268)

国光电器探索“双促三融合”党建工作模式的实践与思考

..... 广州市党建研究基地、广州市花都区委组织部 (282)

后 记 ..... (305)

# 理论分析



## 基层党建品牌战略：身份政治与社会认同

李三虎<sup>①</sup>

**【内容提要】**基层党建品牌建设不是一般的意识形态营销策略，而是一项党在基层的持久战略。基层党建工作要以品牌化为组织原则，按照识别和确立核心品牌定位和价值、制定和实施综合性品牌营销纲领、测量和评估品牌绩效以及拓展和维持品牌资产的战略性管理程式，构建品牌导向的工作模式。基层党建品牌建设的实质是一种身份政治表征，它既是基层党组织的自我形象管理，又是一项赢得群众认同的社会建构。就自我管理来说，基层党建品牌建设的关键在于接受党的上级组织指导，促进隐性品牌向成型品牌转化，不断丰富差异品牌形象管理内涵，培养广大党员的品牌忠诚度；就影响和辐射效应来说，基层党建品牌建设要将品牌形象与目标群众联系起来，在贴近基层实际的基础上，通过与群众沟通和群众参与等途径，丰富品牌价值内涵，改善满意度和增加互信，提升群众对基层党建品牌的社会认同，使品牌形象真正深入人心。

**【关键词】**基层党建；品牌战略；身份政治；社会认同

党的建设是党领导国家、社会和提高党自身的生机活力的理论和实践，基层党建包括党的思想、组织、作风、制度和反腐倡廉建设。在全面从严治党方针的引领下，基层党建品牌建设作为一种政治叙事，从机关到事业单位，从企业到学校，从城市到农村，都已广泛开展。因此，品牌建设也成为了基

<sup>①</sup> 基金项目：广州市党建研究基地2016年度研究课题“基层党建品牌建设研究”（16D03）、“基层党建宣教方式研究”（16D07）。

层党建评估和研究的重要政治术语。这乍一看来似乎并不需要进行理论考量：一是基层党建工作者和评价者在谈到品牌建设时，无须理解它的企业实践和理论渊源；二是他们虽然深谙企业经营与基层党建之不同，但又直接借用企业品牌概念去思考党建工作，并不诉诸政治学来认识其实质。然而，前者的问题是，在未经政治学考量的情况下，基层党建工作者和评价者应该承担或见证一种品牌战略，还是简单地借鉴企业营销策略进行品牌推广？后者的问题是，虽然有些研究者对基层党建品牌建设给予了有价值的研究，但在战略上又缺乏相应的范式来评估基层党建的品牌效应和实质。考虑到这两个问题，本文首先提出品牌导向的基层党建工作模式，把品牌建设作为基层党建工作的一项持久战略，然后进入基层党建品牌实质分析，把它作为一种身份政治加以理解，最后就基层党建品牌的社会认同提出一些建议。

## 一、品牌导向的基层党建工作模式

目前有关党建品牌建设的概念化研究，多是“借用品牌管理理念和经营品牌的市场经济手段，创新党建工作”<sup>①</sup>。在当代企业管理中，“营销”（marketing）与“品牌化”（branding）是两个不同的概念。前者是一般策略，后者属于战略范畴。品牌化作为一种战略，是营销策略的先导和动力。从基层党建工作来看，品牌建设是一种出精品、出品牌的有意识战略的选择。所谓品牌是“一个名称、术语、符号、标志、设计或其组合，使人们易于识别卖方提供的货物及服务并将它们与竞争者的货物及服务区分开来”<sup>②</sup>。品牌附着于产品，如物理产品、无形服务、零售店、人（产品供给者）、组织（企业）、地点和创意等。就基本形式来说，党建产品是执政党提供的“治理服务”——党的执政能力、党组织声誉、意识形态、纲领、路线、方针和政策及其实施等，即包括一切党建行为的“无形综合体”，其核心是作为品牌引领者的党的各级领导者及其形象。正如一个良好的产品品牌能够向其消费者展示其特定意义一样，精质的基层党建品牌也能对党员和群众起到巨大的示范作用。基层党建品牌是基层党建领域中“具有较强的创新性、先进性、推广

<sup>①</sup> 施小明，袁媛，尚娅. 基层党建品牌建设科学化研究. 上海党史与党建，2012（6），P36.

<sup>②</sup> Kevin Lane Keller. Strategic Brand Management: Building, Measuring and Managing Brand Equity. New Jersey: Pearson Education Inc., 2008, P2.

性、影响力的特色亮点、成熟经验和优秀成果，”<sup>①</sup>，它“作为基层党组织和广大党员长期探索实践的结晶，代表了一个地区（单位）党建工作的水平，反映了基层党组织和党员在群众心目中的地位和影响”<sup>②</sup>。

以上概念化分析表明，品牌建设作为一种倡议性战略选择，要求基层党建工作应以品牌为导向，整体推进基层党建全局发展。但是，传统的基层党建工作常常借鉴企业的一般经营管理手段，采取如下三种模式促进意识形态宣传。

（1）产品导向的基层党建工作模式：文件（产品）设计→交流、动员→宣传；

（2）销售导向的基层党建工作模式：文件（产品）设计、基层摸底（市场调研）→交流、动员→宣传；

（3）市场导向的基层党建工作模式：基层摸底（市场调研）、文件（产品）设计、文件（产品）调整、实施、交流、动员→宣传。

以上三种模式贯穿了党建工作周期的政党行为，包括发展党员、领导、政策制定和实施、组织建设和意识形态等，虽然方式略有不同，但最终都落脚到了宣传这一阶段上。不过，这些模式并未完全把握基层党建工作的不可预测、零碎和偶然性特征，其局限性表现为如下三个方面：一是它们采取的程式过于简化，即使（3）模式包含了较多政党行为，也仍然是以简单宣传为归宿；二是它们采取的是线性模式，无法包容基层党建工作的全部供给动能，如（3）模式的文件调整仅仅限于基层党组织内部，这也许会忽视来自外部的群众参与和社会评估；三是它们并未将基层党建品牌建设置于重要位置，只是将它附属于意识形态宣传。如果从传统营销策略转向品牌建设，以无形资产突出品牌建设的战略性，那么我们便可以看到品牌导向的工作模式的优势。

品牌导向的基层党建工作模式，是指基层党组织把有意识的品牌选择作为长期战略，有计划地承担品牌建设任务，以品牌化为组织原则，指导和规范基层党建工作的核心价值、领导方式、组织建设、内在文化提升、外部表现和资源配置，积极创造和维护党在基层的领导和凝聚力。当然，我们提出品牌导向的基层党建工作模式，绝不是要像品牌驱动企业发展的商业理想模

<sup>①</sup> 杭天珑. 基层党建品牌建设问题探讨. 上海党史与党建, 2008 (5), P33.

<sup>②</sup> 中共上海市浦东新区区委组织部. 以品牌体系建设提升基层党建科学化水平. 上海党史与党建, 2014 (7), P90.

型那样强调某种标准或规定，而是要赋予基层党建品牌建设以战略地位，以便减少乃至避免机械、呆板的意识形态宣传效应。

那么，品牌导向的基层党建工作模式究竟是怎样一种战略性的品牌管理呢？以顾客为中心的企业品牌资产管理思想表明，“品牌的力量是栖居于顾客心目中的独特事物”<sup>①</sup>。按照这一理念，我们可以认为，基层党建品牌是其政治产品和服务栖居于党员和群众心目中的社会心理再现，其战略性管理程式是一个包括识别和确立核心品牌定位和价值、制定和实施综合性品牌营销纲领、测量和评估品牌绩效以及拓展和维持品牌资产的循环过程（见图1）。

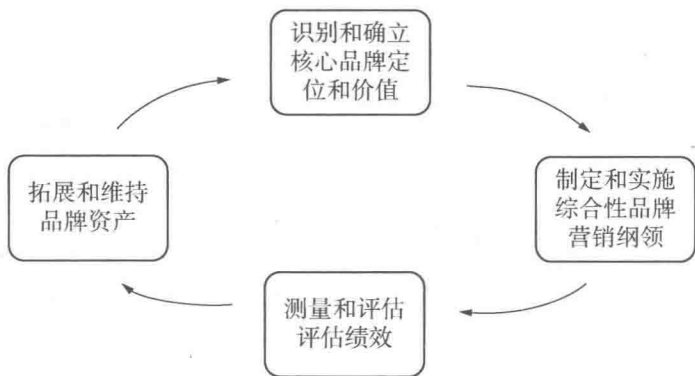


图1 品牌导向的基层党建工作模式

按照以上模式，结合上海市浦东新区基层党建实践，可以揭示基层党建工作与品牌战略之间的多重动力联系。

(1) 识别和确立核心品牌定位和价值。这方面主要是要突出竞争性参照背景或框架，寻求差异，表明核心品牌价值，展示品牌总体特征。近年来，浦东新区区委把握浦东新区开发主导和改革创新先行先试特征；立足基层党建长期实践，以“组织有活力、党员起作用、群众得实惠”为核心品牌定位，提出了“以一流党建促一流开发”的核心品牌价值，明确了“构建品牌体系、扩大品牌效应，完善以先进带动一般、以重点提升整体的工作思路”<sup>②</sup>。

<sup>①</sup> Kevin Lane Keller. Strategic Brand Management: Building. Measuring and Managing Brand Equity. New Jersey: Pearson Education Inc., 2008, P48.

<sup>②</sup> 中共上海市浦东新区区委组织部. 以品牌体系建设提升基层党建科学化水平. 上海党史与党建, 2014 (7), P31.

(2) 制定和实施综合性品牌营销纲领。所谓综合性品牌营销纲领，是指促进品牌要素匹配，采取综合性品牌营销活动，极大地发挥基层党建密切联系群众的杆杠作用。浦东新区在打造一流党建的过程中，按照可检验、可推广和可复制三个原则，致力于建设具有自身特色和亮点的开放型基层党建品牌体系，“既注重全方位、多角度地选择和培育品牌，又注重品牌之间的逻辑性和关联度”<sup>①</sup>。浦东为此打破单位、行业之间的壁垒，以党建项目承载资源整合功能，采取多方联动共同培育、上下结合经费支撑等机制，以品牌建设形成资源集聚功能，从而在品牌体系构建过程中实现资源优化配置并发挥资源效应最大化功能；设计不同层面的党建项目，注重落实党的上级组织为党的基层组织服务、党的基层组织为党员服务和党的各级组织和党员都为群众服务的原则，不断创新党建工作服务方式，突出党内基层民主，回应群众的民生和民主诉求；着力整合各级各类资源，致力于探索直接提供治理服务的新机制，以新社会组织党建、“千人大结对、双百大联建”“健康浦东·惠民医盟”等项目，教育引领群众，为群众提供全方位服务。

(3) 测量和评估品牌绩效。品牌绩效测量和评估，表现为品牌价值链、品牌评审、品牌建设跟踪和品牌资产管理机制。在这方面，为了确保项目准入有门槛、品牌培育有目标、品牌绩效可检验，浦东引入了品牌项目管理方法，明确提出了基层党建品牌能进能出和好中选优的“四有五强”标准：“有鲜明的主题、有领先的理念、有持续的实践、有简洁的名称，价值引领力强、组织保障力强、创新突破力强、社会凝聚力强、辐射影响力强”<sup>②</sup>。这些标准注重价值引领，能形成品牌价值持续实践和价值链接。对于按照这些标准遴选的基层党建项目，浦东新区严守准入标准和畅通退出渠道，坚持动态管理，采取贯穿始终的评估管理机制和赏罚分明的考核激励机制，经过3年的品牌培育，最后评选出了浦东新区基层党建工作品牌。

(4) 拓展和维持品牌资产。拓展和维护品牌资产，主要是指品牌—产品名副其实、建设品牌库及其等级体系、努力进行品牌拓展以及品牌强化和再造。对于评选出的浦东新区基层党建工作品牌，“以措施配套为支撑，突出保

<sup>①</sup> 中共上海市浦东新区区委组织部。以品牌体系建设提升基层党建科学化水平。上海党史与党建，2014（7），P32。

<sup>②</sup> 中共上海市浦东新区区委组织部。以品牌体系建设提升基层党建科学化水平。上海党史与党建，2014（7），P33。

障性、长效化，着力让基层党建品牌创有动力、建有保障”<sup>①</sup>。为使品牌建设名实相符，浦东建立了由区委组织部牵头的基层党组织和各类相关组织及群众参与的领导协同体制，对品牌体系分类、分项目联系指导，对重点项目品牌化培育情况进行全程跟踪，以党建项目品牌化培育与党建示范点创建、创先争优评选表彰等方式进行联动推进，通过典型引路推进会、交流会等平台推动各项工作互联互通和共同提升。对每个党建重点项目，从区管党费中一次性给予1万元配套资金，各党委每年也给予1万元以上配套资金，确保基层党建项目品牌化培育顺利推进。为拓展和塑造基层党建品牌，还在浦东党建网开辟了“典型引路专题”网页，扩大基层党建品牌的影响力和辐射力。

以上基于基层党建实践，从企业经营管理视角构建了一种与一般宣传方式不同的品牌导向模式。这一模式虽然并不完全适合基层党建早期品牌建设工作，但它采取了一种非线性模式，能够为我们从整体上理解基层党建品牌塑造的复杂过程提供一种启发式的指南，有利于我们科学地推进基层党建品牌培育和拓展。

## 二、基层党建品牌的身份政治实质

我们在战略上构建基层党建的品牌导向工作模式，无疑包含如下两个前提：

(1) 品牌导向的基层党建工作是一种品牌动能供给，其实质是党组织和党员在基层的身份政治表征。

(2) 与(1)相关，良好的、成功的基层党建品牌必定是群众感同身受的东西，或者说是基层群众的社会认同的结果。

(1)和(2)分别涉及身份政治和社会认同，对(2)稍后再加以讨论。现在集中对(1)作出分析和判断，突出基层党建品牌建设的身份政治特质。

一般来说，所谓身份政治(identity politics)是指个体以其特定的社会群体身份参与政治。身份(identity)是指出身和社会地位，是指“你是谁”和“你做什么”。这里个人的社会身份以属于特定群体(如政党)为标识(如党

<sup>①</sup> 中共上海市浦东新区区委组织部。以品牌体系建设提升基层党建科学化水平。上海党史与党建，2014(7)，P33。

员),是与他人共享特有旨趣和关切的“身份框架”或“关系系统”<sup>①</sup>。因此个人的社会身份是分享社会权益和获得社会资源的重要依据,如果以身份作为管理对象,就会产生身份制度。在身份制度下,身份是一种价值或意向定位,它既有固化趋势,也会发生变化,出于对身份固化与变化的社会管理就形成了身份政治。

一个政党的身份政治,就是要以确立和维护自身的身份系统凸显其主要或全部成员的特殊旨趣和价值定位,也即“我们是谁”和“我们做什么”。中国共产党在世界上属于独一无二的大党,维系广大党员队伍的先进性和纯洁性的政治身份,从根本上来讲来自党员的主体意识——广大党员对党的事业的自觉认同、自觉参与和自觉奋斗。这里的政治身份是政党政治立场的组织动员力量,阐发、表现和肯定自身的政治身份也就成为了政党政治的重要任务。在这种意义上,基层党建品牌建设就是党在基层的身份政治表征。它对基层党组织和党员来说是一种特殊的功能性政治产品,对一般群众来说是一种对党组织和党员所拥有的感觉、感知、印象、联想和想象。基层党建品牌建设有助于党改善和保持自己的声誉、地位和影响,建立起党与群众之间的互信关系,确立党组织和党员的身份政治感。这样,所谓基层党建品牌,不过是一种来自基层党建工作实际行动的诱发性形象表达,它必定要能感动群众并获得群众认同。因此从身份政治角度来看,基层党建品牌建设应该包含如下两个实践议题:

(1) 基层党建作品牌化,意味着一种品牌形象管理;

(2) 基层党建工作的品牌形象管理必须要求基层党组织和党员行为与其品牌名实相符,也即品牌形象管理是一种自我管理或内部建设。

关于(1)议题,我们可以借鉴企业形象管理进行阐述。一般来说,企业形象管理涉及产品、战略和形象结构三个要素。根据组织结构情形,人们一般把企业形象分为统一结构(母公司围绕某一明确理念打造的高度可视的企业整体形象)、受让结构(子公司经由母公司受让的具有自身风格的强品牌)和品牌化结构(企业差异化发展的各种品牌形象)三种类型<sup>②</sup>。企业形象结构类型既与其顾客对企业的可视程度有关,也与企业形象管理内容的指导程

<sup>①</sup> P Du Preez. *The Politics of Identity: Ideology and the Human Image*. Oxford: Basil Blackwell, 1980, P3.

<sup>②</sup> N. Ind. *The Corporate Image*. London: Kogan Page, 1992.

度有关。特别是品牌化结构可依据子公司文化与母公司指导之间的关系，进一步分为潜在结构和差异化结构。沿着这种企业形象结构的分类思路，我们可以按照可感受程度和内容指导程度，把党建形象管理分为统一品牌、受让品牌、隐性品牌和差异品牌四种类型（见图2）



图2 党建品牌形象管理的四种类型

以上品牌形象管理分类，实际上是以中央、地方和基层三个层次的党建区分为前提的。统一品牌形象管理的可感受性和管理指导程度都是最高的，它直接来自中央和国家战略，如“实现中华民族伟大复兴”的中国伟大梦想、“两个一百年”宏伟目标、“四个全面”战略布局、“五大发展理念”“一带一路”战略倡议等。受让品牌形象管理直接接受统一品牌形象管理指导，重点突出的是工作理念、党建模式等问题，如总体性理念指导、根本性功能导向、整体性党建模式探索和重点性党建机制创新等，此即“党的上级组织为党的基层组织服务”之意<sup>①</sup>。统一品牌形象管理对其他品牌形象管理具有指导作用，差异品牌形象管理对统一品牌和受让品牌形象管理起着支撑和巩固作用。

由于隐性品牌和差异品牌的可感受程度总是较统一品牌和受让品牌低，所以基层党建品牌形象管理必须要注重品牌与基层党组织和党员行为的一致性。这意味着基层党建品牌形象管理必定是一种自我管理塑造，此即（2）议题。这种自我管理塑造要求基层党建工作着眼于新的实践和发展，研究基层

<sup>①</sup> 中共上海市浦东新区区委组织部. 以品牌体系建设提升基层党建科学化水平. 上海党史与党建, 2014 (7), P32.



党员队伍和基层党员组织的新情况、新变化和新问题，探索解决问题的办法和途径，更好地体现时代特色和发展要求。基层党建品牌的自我管理塑造，主要包括任务、工作、专业、多样化、创新和使命等六种类型（见表1）。其中，任务型、工作型、专业化型、创新型和使命型品牌都具有统一品牌特征，多样化品牌虽然具有受让品牌特征，但主要是具有差异品牌特征。在这种意义上，基层党建品牌形象管理的关键在于，接受党的上级组织指导，促进隐性品牌向成型品牌转化，从而不断丰富差异品牌形象管理的价值内涵，培养党员的品牌忠诚。

表1 基层党建品牌的自我管理

行动类型	所属形象结构类型	组织、推动和协调机制	品牌例证
任务	统一品牌	战略指导，领导决策 拉动，直接监督	浦东新区的“三服务”“三覆盖”“三凝聚”“开发区区域化大党建”
工作	统一品牌、受让品牌、隐性品牌	技术指导，科学化 拉动，工作流程标准化	贵州省贵阳市的“创新基层社会管理体系推进城市区域化党建”
专业化	统一品牌	操作中心，专业化 拉动技能标准化	上海理工大学机械工程学院党总支的“专业党支部群”
多样化	受让品牌、差异品牌	自治组织，不同分工， 工作细分拉动	上海浦东新区在不同社区创建的楼宇党建、楼组党建、队组党建、合作社党建、新家园党建等
创新	统一品牌、隐性品牌	政策支持，合作拉动， 相互调整	上海江浦路街道的“党课报告团”
使命	统一品牌	意识形态约束，齐心 协力拉动，规范和标准化	各地开展的“践行社会主义核心价值观”，海尔集团的“海尔蓝中党旗红”

基于以上分析，基层党建品牌形象管理，必须要考虑统一和受让品牌特征，始终围绕党的核心任务和党的总目标进行自我塑造。要把品牌培育放到党和国家战略大格局中定位和把握，强化基层党建工作价值引领、整合资源和服务群众力度，与中央战略部署吻合，与各级工作目标对接，与基层实际