

品牌基因理论视角下高校推进

“双一流”建设研究

石培华 陆明明¹

(南开大学, 天津 300050)

【摘要】: 品牌基因各要素之间相互关联, 构建了“双一流”高校品牌基因图谱, 阐述了“双一流”高校品牌基因的载体支撑。我国高校推进“双一流”建设面临现实挑战。国内 8 所“双一流”高校的教育思想实践中, 构建了以爱国主义传统为品牌基因核心, 以校训精神为品牌基因个性, 以全面育人为品牌基因手段, 以问题导向为品牌基因路径, 以创新能力为品牌基因进化动力, 以学科建设为品牌基因重要载体的“双一流”高校教育思想品牌基因体系, 提出了对我国加快推进“双一流”大学建设的启示, 为高校推进“双一流”建设带来了有价值的参考。

【关键词】: 品牌基因理论 教育思想 双一流

【中图分类号】: G64 **【文献标识码】:** A **【文章编号】:** 1002-6924(2021)2-0110-07

统筹推进世界一流大学和一流学科建设, 是党中央、国务院做出的重大战略决策, 是建设高等教育强国的重要标志, 也是加快实现国家现代化的重要支撑。2015 年《统筹推进世界一流大学和一流学科建设总体方案》出台, 2017 年《统筹推进世界一流大学和一流学科建设实施办法》印发, 我国世界一流大学和一流学科建设高校及建设学科名单公布, 2018 年《关于高等学校加快“双一流”建设的指导意见》印发, 双一流建设不断纵深发展取得了良好进展。但同时“双一流”建设仍面临诸多现实困境, 迫切需要研究解决新时代如何建设“双一流”大学“办什么样的大学”“培养什么样的人”“怎样办好大学”“怎样培养人”等问题。

“双一流”建设是一项具有重要现实意义、实践性很强的研究课题, 学者们围绕相关工作开展了大量的研究和探索。目前, 根据现有相关文献及研究成果, 学界研究热点往往集中在“双一流”建设的内涵、实施策略、人才培养、学科发展、地方高校发展等宏观方面^[1]。研究者围绕高等教育创新发展与世界一流大学建设、“双一流”大学建设与创新人才培养模式、一流大学建设背景下的高等教育质量提升与治理改革、中国特色的“双一流”大学建设及其评价体系、“双一流”大学建设的国际经验及启示、世界一流大学与一流学科科研竞争力评价、高等教育的学术自由与学术自治、“双一流”大学建设与哲学社会科学创新发展等方面议题进行探究^[2]。这些相关研究思辨性理论演绎的研究比较多, 以理论视角的系统研究较少; 从宏观层面为“双一流”建设的研究较多, 但却忽视了各个大学之间的发展差异, 案例研究有待深入。

品牌基因理论作为一种管理学理论工具, 具有整体性特点, 其核心思想是通过绘制基因图谱, 系统分析品牌主体内部各要素之间的关系来有效传达和阐述品牌主体的内涵和价值。从目前的研究来看, 还未有以品牌基因理论视角来阐述“双一流”建设的相关研究。从品牌基因理论视角、比较分析国内 8 所高校如何将历史传统、现实发展与自身特色相结合, 应对问题与挑战, 总

¹基金项目: 国家社科基金重点项目“全域旅游内涵特征、实现路径与促进政策的分类分层系统化研究”(17AJY023)。

作者简介: 石培华, 南开大学旅游与服务学院教授, 博士生导师, 主要研究方向: 全域旅游、红色旅游、旅游创新、旅游战略与旅游规划; 陆明明, 南开大学旅游与服务学院博士研究生, 主要研究方向: 文旅融合、旅游教育、健康旅游。

结其发展道路经验对推动我国“双一流”建设具有积极作用。

基于此,本文以品牌基因理论视角,分析品牌基因各要素之间的相互关系,结合“双一流”建设的要求,构建“双一流”高校品牌基因图谱,阐述“双一流”高校品牌基因的载体支撑;针对我国高校推进“双一流”建设面临的现实挑战,通过对国内8所“双一流”高校的教育思想进行比较研究,从教育与社会关系的角度总结提炼高校实践的历史积淀对建设“双一流”的启示,试图解答“办什么样的大学”“培养什么样的人”“怎样办好大学”“怎样培养人”等问题,以期所高校推进“双一流”建设提供更多切中肯綮的启发。

一、品牌基因的理论内涵、结构要素与载体支撑

(一) 品牌基因的理论内涵

在现代生物学发展中,基因理论系统阐释了生物的遗传、变异与进化,具有划时代的里程碑意义,深远地影响了自然科学和社会科学的发展,为多领域提供了重要的理论依据。1982年,美国学者 Richard R. Nelson 和 Sidney G. Winter 在《经济变迁的演化理论》一书中,首次借用基因理论对企业管理问题进行分析^[3]。品牌基因理论作为一种复合型理论,将细胞生物学的基因理论与营销学的品牌理论相结合,早期多应用于产业管理、文化管理等领域^[4]。品牌基因是附着在产品上、在品牌经营中具有符号化表征,且具有遗产特征的信息体系,是决定品牌进化的基本依据^[3]。有学者指出,品牌基因即品牌核心价值设定,是决定一个品牌经营是否成功的重要标志^[6]。目前,学界主流观点将品牌基因细分为产业品牌基因、环境品牌基因、文化品牌基因和服务品牌基因,并将其作为一种理论分析工具,逐步被应用于汽车制造业^[7]、老字号商品^[5]、特色小镇^[8]等研究领域。

高校为推进“双一流”建设所展现出的精神与品质充分契合品牌基因理论。高校品牌是一种无形资产,它在长期的教育教学实践中逐步形成并被大众认可,最终发展形成一定的文化内涵和符号意义^[9]。一流大学首先是知名大学,一流学科首先是特色学科。梳理高等教育发展史,每一个大学都具有各自特殊的历史传统、文化印记和价值追求,这种特色文化正是大学竞争力的重要筹码,体现出大学精神、大学理念和大学道德的品牌辨识度。品牌基因理论下,“双一流”建设实践中的各高校可被视为具有遗传性基因的生命体,各基因通过相互联动形成合力,既能推动各高校放大品牌效应,发挥各自禀赋,又能使之继承好、弘扬好、传播好各自独特的遗传基因,进而获得持续性发展。新时期推进高校“双一流”建设,其内涵要求就是要尊重高等教育发展的多样性,进一步激活各个高校自身的文化基因,深入提炼自身发展基因,从而走出一条特色化、差异化的发展之路。

(二) “双一流”高校品牌基因的要素结构

“双一流”高校的建设要求主要突出四个重点:一是坚持中国特色、世界一流;二是鼓励和支持高水平建设;三是服务国家重大战略布局;四是扶持特殊需求^[10]。高校品牌基因随着高校办学发展过程不断成长进化,而高校办学发展过程,是高校与教育、社会互动的过程,是高校文化积淀的过程^[11]。高校的职能属性是影响高校品牌基因的重要前提。一般来说,高校职能属性包括人才培养、科学研究和社会服务三个方面^[12]。根据现有成果,学者普遍认为,品牌基因包括产品信息和品牌文化的两大要素,规定了品牌结构的基本特征及其自动生成的机制。其中产品基因决定了品牌的物质性,文化基因决定了品牌的差异性^[13]。结合“双一流”高校的建设要求,根据高校的概念内涵、职能属性,笔者将“双一流”高校品牌基因的构成要素划分为核心基因、文化基因、产品基因三部分(图1)。

核心基因是“双一流”高校的品牌精髓,是“双一流”高校的办学使命,揭示了我国大学的办学目标和初心。办学使命深刻回答了“办好什么样的大学”的基本问题。新时期推进“双一流”建设,就是要办好中国特色社会主义大学,就是要牢牢把握“四个服务”的根本遵循,彰显出我国大学教育中的人民立场和政治属性,坚定中国特色社会主义的办学方向。文化基因是“双一流”高校的品牌标识,包括价值观念和精神品质两部分。文化深刻影响了品牌基因的生长进化,对于“双一流”高校而言,文化基因当中的价值观念,指的是“双一流”高校的办学理念,精神品质是“双一流”高校的校训精神,两者是学校办学特色的凝

练,反映了一所学校的办学定位,集中体现了一所学校品牌基因的个性。办学理念既是高校进行教育实践的宗旨,是汇集高校的基本属性、理想模型、目标使命、社会责任“四位一体”的系统思想,也是高校领导者管理大学的指导思想。一所大学的办学理念根植发展于历史传承,同时又跟随时代变换不断创新。树立科学合理的办学理念,不仅是保持高校竞争力的重要保障,也是学校坚持特色办学的坚实基础。校训精神是高校兴学理念、人才培养、办学传统的文化表征,也是对其学术精神的理性思考,是民族文化传统的沉淀和凝聚,表达了整体教育活动的价值追求,回答了“培养什么样的人”的问题。产品基因是“双一流”高校的品牌载体,包括科研成果和人才培养两部分。其中科研成果是学科建设的组织行为结果,人才培养是育人模式的组织行动结果,两者是品牌基因的载体支撑。

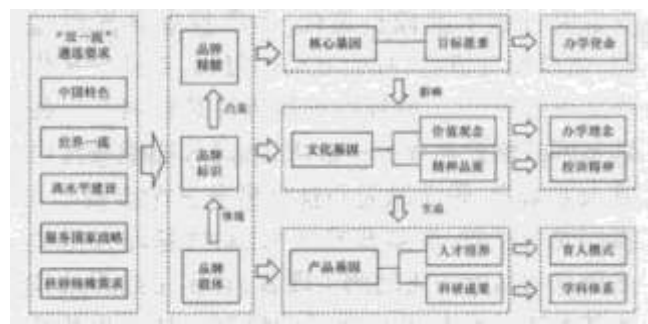


图1 “双一流”高校品牌基因谱图谱

“双一流”高校品牌基因要素之间相互作用、相辅相成。核心基因决定了学校的品牌根基,是品牌精髓所在;文化基因内在地形成了品牌的定位,是品牌特色发展的内在动力;产品基因是遗传信息的主要载体,体现了品牌标识,从而凸显品牌精髓。这三种品牌基因互相促进、互相依赖、协同作用,形成“双一流”高校独特的品牌优势,为本文阐述如何推进“双一流”建设提供了有力的分析框架。

（三）“双一流”高校品牌基因的载体支撑

一所大学的品牌基因是一个体系,其载体至少包括:大学整体品牌、优势学科品牌、科研成果品牌、培育人才品牌等,是各层次、各方面品牌的集合体,一所大学的风格是由这些品牌群的基因所传承创新,一流大学的品牌,是由一流学科、一流专业、一流师资、一流大学、一流拔尖创新人才、一流研究成果、一流管理服务支撑。一所大学的校训、校徽、校歌等符号性的品牌基因的延续、传承和创新应用,也是形成一流大学优良品牌文化和品牌传播的精神符号和标识形象。大学品牌基因的传承、创新、弘扬,是一个系统工程。之所以关注大学的品牌基因,就是需要涵养、传承、弘扬一流大学的精神内涵与精神气质。

二、品牌基因理论视角下,高校推进“双一流”建设面临的现实挑战

（一）凸显中国特色、扎根中国办大学,处理好中国特色与世界一流的关系

品牌基因理论视角下,核心基因要求高校必须树立正确、崇高的办学使命。习近平总书记指出:“办好中国的世界一流大学,必须有中国特色”,强调“扎根中国大地办大学”。“双一流”建设的建设要求中也强调,高校要“坚持中国特色”。这就要求我们必须坚持中国特色社会主义办学方向,研究新时代如何完善中国特色现代大学制度,探索世界一流大学建设的中国道路、中国模式。真正解决好培养什么人、如何培养人以及为谁培养人这个根本问题。服务国家重大战略需求,不断推进具有实质效果、高端水平的国际合作交流,实现双向国际化,参与、推动与引领世界高等教育改革。

（二）强化内涵建设、打造一流学科高峰,处理好数量规模与内涵质量的关系

品牌基因理论认为,品牌载体体现品牌标识,品牌标识凸显品牌精髓;同时,品牌精髓影响品牌标识,品牌标识有助于推动品牌载体建设。学科建设和人才培养作为高校的品牌载体,具有重要的基础性作用,一流学科建设有助于带动高校从整体上提升,高层次人才有助于推动高校与社会的良性互动。高校应紧紧围绕立德树人根本任务、不断提升人才培养能力,强化内涵建设,打造一流学科高峰,以多层次多类型一流人才培养为根本,以学科为基础,不断提高人才培养质量。

(三) 形成高水平人才培养体系、构建协调可持续发展的学科体系,处理好学科建设与大学建设的关系

以学科为基础是一流大学建设的根本路径。就品牌基因理论而言,尤其要重视品牌载体和品牌标识的相互作用,处理好二者的相互关系。在处理学科建设与大学建设的关系中,高校要强化文化基因对产品基因的塑造功能,通过高校价值观念和精神品质的持续传播,推动育人模式和学科体系建设。推进人才培养、学术团队、科研创新,三位一体”,以一流学科为引领,辐射带动学科整体水平提升,形成有重点、有特色、有层次、有结构的学科体系。高校尤其要注重打造具有中国特色、中国风格、中国气派的一流学科,构建新时代中国特色学科体系。

(四) 坚持改革驱动、提升高校管理水平,处理好弘扬传统和改革创新的关系

品牌基因理论视角下,高校在“双一流”建设过程中,树立了什么样的价值观念,就会逐渐形成什么样的文化基因,从而发展成为高校特有的文化内涵和精神文化传统。教育部等三部委出台的《统筹推进世界一流大学和一流学科建设实施办法》中强调,“双一流”建设的基本原则是“以一流为目标、以学科为基础、以绩效为杠杆、以改革为动力”。“双一流”建设过程中应敢于改革创新,在坚持和弘扬优秀传统文化的基础上,通过改革激发高校的内在动力,提升管理水平,实现跨越式发展。

(五) 因地因校制宜、特色化专业化发展,处理好普遍共性与特殊个性的关系

品牌基因理论视角下,如何处理好普遍共性与特殊个性的关系,可被理解为如何处理好品牌精髓、品牌载体与品牌标识的关系。每个高校的品牌基因是由其所处的时代特征、建校历史与多种因素共同作用的结果。因此,高校需要认清自己的个性特征,明确基因内涵,从而处理好核心基因、文化基因与产品基因的关系。各校需要从实际出发,传承基因,特色化发展,避免定位雷同、学科建设求大求全、盲目寻求建设“综合性”、“研究型”大学^[14];严防新办专业师资力量和实践条件薄弱,学科专业特色不足,学科专业重复交叉,资源投入低效、浪费的问题出现^[15]。

三、品牌基因理论视角下“双一流”高校教育思想的比较研究

(一) 研究对象和研究方法

1. 研究对象

本文根据国际咨询公司 ABC RANK 于中国大学排行榜官网(CNUR)发布的 2020 中国大学排名 100 强(内地)信息,选取我国 8 所大学为研究对象,选择高校主要依据三个标准:一是高校拥有超过 100 年的建校历史;二是皆为国内知名研究型大学和“211 工程”“985 工程”院校;三是在高校官网可查询与本科教育相关的详细信息。纵观 8 所国内高校,她们都是拥有悠久的历史,有各自的品牌基因和精神文化传统的学校,对本研究具有较高的代表性和典型性。

2. 研究方法

基于前文构建的“双一流”高校品牌基因框架,笔者对 8 所高校的教育思想进行比较分析,分析维度主要有三个:一是品牌精髓,主要指高校的办学使命和创建目标;二是品牌标识,即高校的办学理念和校训精神;三是品牌载体,主要表现为育人模式和

学科建设。依托这三个维度，分析 8 所“双一流”大学建设的教育思想及其演进特征，对推进我国高校“双一流”建设具有重要的现实意义。

（二）高校教育思想的比较分析

通过对 8 所高校的比较分析（表 1），8 所高校都形成有各自的品牌精髓、品牌标识和品牌载体，最终形成了以爱国主义传统为品牌基因核心，以校训精神为品牌基因个性，以全面育人为品牌基因手段，以解决现实问题为品牌基因路径，以创新能力为品牌基因进化动力，以学科建设为品牌基因重要载体的世界高校品牌基因图谱。

1. 品牌精髓

这些高校都有一个共同的特点，即具有世界眼光、高尚情操、胸怀天下的办学使命，不仅仅拘泥于自身发展和进步，而是追求教育强国，为解决社会、世界难题和推动人类文明进步而不断求索。比如，清华大学的“培植全才、增进国力”的办学使命曾得到梁启超先生的称赞：“清华学生除研究西学外，当研究国学；盖国学为立国之本，建功立业，尤非国学不为功。”著名的“爱国三问”，问出了南开的历史传统、时代使命和未来责任，演绎了“公能”精神的爱国特色。当前，我国正处于经济“双循环”战略背景下，全社会正在为实现中华民族伟大复兴的“中国梦”而奋斗，各高校坚持以国家富强和民族振兴为己任，为中国经济社会发展和科学技术作出贡献。

2. 品牌标识

8 所高校形成有独特的品牌个性，通过不断输出的办学理念和校训精神，逐步发展成为高校的“标签”与“符号”。比如，办学理念方面，北京大学的“思想自由、兼容并包”，展现出其鼓励思想解放和学术繁荣的理念，正如其坚持的态度：“北大是常为新的，改进的运动的先锋，要使中国向着好的，往上的道路走。”南京大学的“格物致知、追求真理”的精神，始终贯穿于南京大学的发展史中，成为南京大学办学最重要的特色。复旦大学秉持“博学而笃志，切问而近思”的校训，倡导“文明、健康、团结、奋发”的校风，弘扬“团结、服务、牺牲”的精神，敦行爱国奉献、学术独立、海纳百川、追求卓越，强调坚持理想、探究真理、正谊明道、守护文明。“日新月异”是南开一直遵循的校训，培养“现代化才能”和“新事物的创始者”是南开教育的精华所在。这些理念和校训成为各大高校自身的特色标签和时代烙印，并逐步演化成为区别于其他高校的独特魅力和吸引力。

3. 品牌载体

通过各具特色的育人模式和学科建设作为载体，8 所高校普遍发展成为拥有国际顶尖学科或一流学科、或在某一领域取得杰出成就、崇尚学术自由、追求不断进步、鼓励创新和合作的具有杰出声望的大学。育人模式方面，推动德智体美劳“五育融合”，是南开大学落实立德树人根本任务的特色路径，同时也构建了南开大学教育思想的内在格调。“公”是“能”之本，注重德育一直是南开大学的育人传统，“重通识，强基础”是南开智育的特色，美育是融入南开百年的不变基因，南开大学所倡导的办学宗旨和“公能”精神，强调艰苦奋斗和社会实践的价值和重要性，是劳育的最佳体现。重点学科方面，在 2017 年教育部学位与研究生教育发展中心公布的全国第四轮学科评估中，北京大学和清华大学分别获评 21 个 A+ 学科，领先于全国高校；浙江大学以 7 个 A+ 学科紧随其后。学科评估按照“人才为先、质量为本、中国特色、国际影响”的价值导向，评估结果体现了高校的学科建设水平，也体现出重点学科对于高校的支撑作用和载体功能。品牌基因夯实了各大高校自身发展的内涵动力，也为我国经济发展提供了强大支撑，同时在世界范围内提升了高校的教育地位。纵观这些拥有品牌基因的知名学府，从本质上看，无一不是通过挖掘时代价值，逐渐或努力塑造成为国内“双一流”。

表 1 品牌基因视角下 8 所“双一流”大学综合情况

大学名称	建校时间	品牌精髓 (办学使命)	品牌标识		品牌载体	
			办学理念	校训精神	育人模式	重点学科
清华大学	1911	培植全才，增 进国力	进德修业，自强不息	自强不息、厚德载物	中西融汇、古今贯通、 文理渗透	马克思主义理论、化 学、生物学、力学、 机械工程、仪器科学 与技术等
北京大学	1898	守正创新，引 领未来	思想自由、兼容并包	勤奋、严谨、求实、 创新	教育应指导社会，而 非追逐社会	哲学、应用经济学、 政治学、社会学、心 理学、中国语言文学 等
南京大学	1902	世界一流，中 华复兴	格物致知、追求真理	诚朴雄伟，励学敦行	加强应用、注重基础、 发展边缘、促进联合	天文学、地质学、图 书情报与档案管理、 哲学等
复旦大学	1905	爱国奉献	刻苦、严谨、求实、 创新	博学而笃志，切问而 近思	文明、健康、团结、 奋发	哲学、理论经济学、 政治学、中国史、数 学等
浙江大学	1897	开物前民，树 我邦国	务求实学，存是去非	求是创新	勤学修德明辨笃实	生态学、光学工程、 控制科学与工程、计 算机科学与技术等
哈尔滨工 业大学	1920	爱国、求是、 团结、创新	铭记责任，求真务实， 海纳百川，自强不息	规格严格，功夫到家	哈工大精神和哈工大 “八百壮士”精神	机械工程、控制科学 与工程、环境科学与 工程、力学等
南开大学	1919	痛矫时弊，育 才救国	知中国，服务中国	允公允能，日新月异	五全育人	理论经济学、数学、 化学、统计学、工商 管理、应用经济学、 政治学等
上海交通 大学	1896	自强首在储 才，储才必先 兴学	求实学，务实业	饮水思源，爱国荣校	培养“第一等人才”	生物学、机械工程、 传播与海洋工程、临 床医学、工商管理学 等

注:信息由作者整理、归纳和概括自各校官方网站;重点学科以2017年教育部学位与研究生教育发展中心公布的全国第四轮学科评估中,获评A+/A为填写标准。

四、高校教育思想对推进“双一流”建设的启示

一流大学首先是知名大学,一流学科首先是特色学科,一流学科和一流大学的建设也就是品牌化过程。品牌基因理论为“双一流”建设构建了一个理论框架,在此基础上形成大学教育的品牌基因图谱。从品牌和文化角度看,推进“双一流”建设也就是打造名校,铸就大学品牌,传承弘扬品牌基因。本研究中高校教育的历史沉淀和现实改革可以形成以下启示。

(一) 锻造大学时代精神和品牌基因

大学的时代精神和使命是其核心基因。大学都有自身的精神底蕴,办好世界一流大学,必须坚持康续文脉、弘扬传统,在守正中创新,在创新中守正,让大学精神与时代精神、民族精神同频共振。为国育才是一流大学的时代任务与发展逻辑,家国情怀是一流大学的灵魂皈依,“双一流”建设要厚植爱国主义情怀,潜心铸魂育人,努力培养具有爱国情感和全球视野的高素质人才。要做好大学精神基因的传承弘扬、转化创新,塑造特色鲜明的大学精神,并充分发挥其教化育人作用。建立蕴含“双一流”高校品牌基因的视觉识别系统,在高校的名称、校徽、校训、校歌等方面体现高校“基因品牌”。

（二）锻造优势学科群及学科品牌基因

学科是大学的骨架,撑起了大学教育的格局,大学的整体品牌,是由特色优势学科品牌支撑的。建立差异化的学科体系和品牌,基础是源于自身明确清晰的资源和专业发展定位,根据学校的长久的特色建设发展,避免趋利追风,才能真正形成有利于高校品牌形象的特色和基础。以学科建设为载体,熔铸学科品牌基因,培养一流人才。教育部发布的《关于高等学校加快“双一流”建设的指导意见》中强调,“一流大学的学科建设,要以优势特色学科为主体、以相关学科为支撑,整合相关传统学科资源,促进基础学科、应用学科交叉融合,在前沿和交叉学科领域培植新的学科生长点。”学科建设应注意扎根中国大地,建设体现中国特色,建立健全具有中国风格、中国气派的学科体系。

（三）锻造大学一流教师学生品牌

在大学的品牌基因中,学生、老师是最核心的载体,一流大学建设要把立德树人的成效作为检验学校一切工作的根本标准,以育人为要义和根本,以德育为前提和基础,坚持培养德智体美全面发展的社会主义建设者和接班人。校风是培养人才所仰赖的环境土壤^[16]。加快一流大学建设,要坚持把立德树人作为重中之重,不断提高学生在思想、政治、道德和文化方面的水平和素养。教师是高校最具核心竞争力的优势资源,“名校”“名师”是“双一流”大学品牌建设的关键要素,要打造体现高校基因的教师队伍,须注重师德师风建设和综合素质提升。不断营造更为融洽的师生共同体关系,强化师生互动,推进和谐校园建设。

（四）锻造大学一流科研成果品牌

一流科研成果是一流大学的重要标志,需要突出一流科研对一流大学建设的支撑作用,充分发挥高校基础研究主力军作用,并在传承文化传统和创新人才培养上起到带动和引领作用。科研成果要围绕国家重大需求,发挥各个高校自身的学科、地域、传统等优势,实施“‘双一流’高校研究珠峰计划”,加强攻关对重要理论、关键技术和实践问题的创新性研究,努力实现重大突破。积极引领或参与到国家相关基地、基础设施和平台建设中来,促进国家各领域的基础研究和应用研究实现重点突破。加强“双一流”高校与科研院所、企业间的协同创新,充分发挥各个主体的优势,加大成果转化力度。

（五）锻造大学创新的品质和基因

创新是建设一流的第一驱动力。教学理念上,坚持创新教育,培养创新思维。通过翻转课堂、慕课等多种教学形式,开展开放式协同创新和优化资源配置等多种教学手段,激发学生创造潜能。学术环境上,创设包容环境,提供精神激励。要允许教师、学生在遵循科研道德的前提下自由研究,不以科研成果和制度约束“论英雄”,创设包容、宽松、高效的科研环境,推动“容错和纠错”制度化。学术成果上,坚持协同创新,促进产学研深度融合。持续鼓励产学研合作,高校科研方向紧跟国家战略,高校技术创新紧跟市场需求;健全高校科技成果转化和技术转移机制,进一步推动技术成果产业化和技术升级,提升高校服务国家战略和推动社会发展能力。

五、总结与展望

在品牌基因理论视角下,本文围绕“新时代高校如何建设‘双一流’大学”这一主题,总结归纳了8所高校对“双一流”大

学建设的借鉴价值,提出了五个“锻造”:一是要锻造大学时代精神和品牌基因,二是要锻造优势学科群及学科品牌基因,三是要锻造一流大学一流教师学生品牌,四是要锻造大学一流科研成果品牌,五是要锻造大学创新的品质和基因。

本文主要有三个创新点:第一,创新引入品牌基因—管理学理论工具,构建了“双一流”高校品牌基因谱系图,阐述了“双一流”高校品牌基因的载体支撑,为研究高校“双一流”建设提供了新视角。第二,基于品牌基因理论,通过对8所国内“双一流”高校的比较研究,构建了以爱国主义传统为品牌基因核心,以校训精神为品牌基因个性,以全面育人为品牌基因手段,以问题导向为品牌基因路径,以创新能力为品牌基因进化动力,以学科建设为品牌基因重要载体的高校教育思想品牌基因体系。第三,围绕“新时代如何建设‘双一流’大学”这一问题,分步骤、分层次解答了“办什么样的大学”“培养什么样的人”“怎样办好大学”“怎样培养人”等问题,为“双一流”建设提供具体、系统的经验借鉴和启发。

在不断总结、反思“双一流”建设以来面临的困境与挑战基础上,未来“双一流”建设要挖掘自身特色DNA,在激烈的“双一流”创建过程中弘扬自身教育思想和特色理念,在流动性的竞争中坚守自己的优秀传统。通过探索建设中国特色世界一流大学和一流学科,让大学成为引领创新驱动发展和社会进步的“智慧引擎”,奉献“中国智慧”,找到高校自身建设的“突破口”和“金钥匙”,为实现中华民族伟大复兴和人类文明进步而不懈奋斗。

参考文献:

- [1]马静仪,刘京京.我国高校“双一流”建设的研究现状、特征及建议——基于CiteSpace的可视化分析[J].扬州大学学报(高教研究版),2018(5):28-35.
- [2]吕红.基于CSSCI数据的“双一流”大学研究地图构建[J].高教发展与评估,2019(2):11-21.
- [3]理查德.R.纳尔逊,悉尼.G.温特.经济变迁的演化理论[M].胡世凯,译.北京:商务印书馆,1997:29-38.
- [4]武布.品牌管理视角下的特色小镇品牌构建与发展[J].中国中小企业,2019(9):150-151.
- [5]杨保军,黄志斌.基于品牌基因视角的回族老字号品牌构成研究[J].兰州商学院学报,2013(6):1-6.
- [6]曾朝晖.品牌基因—品牌核心价值设定[J].企业研究,2003(1):36-39.
- [7]郭磊,吉晓民,白晓波.福特汽车前脸造型的品牌基因研究[J].装饰,2013(1):100-102.
- [8]代方梅.品牌基因理论视角下体育特色小镇品牌构建研究[J].湖北大学学报(哲学社会科学版),2018(6):116-122.
- [9]石凤朝.建设品牌学校的理论思考[J].宁夏教育,2009(7):9-11.
- [10]国务院.关于印发统筹推进世界一流大学和一流学科建设总体方案的通知[S].国发[2015]64号,2015-11-05.
- [11]张益民,高艳利,唐松林.科学发展观视野中的高校办学定位及特色建构[J].长春工业大学学报(高教研究版),2007(1):7-11.
- [12]郭荣祥.高校治理的目的以及实现手段分析[J].湖南科技学院学报,2013(9):152-154.

-
- [13]杨保军. 品牌进化的动力机制与模型分析[J]. 河南科技大学学报(社会科学版), 2010(4): 74-77.
- [14]张庆晓. “双一流”建设的逻辑、困境及破解[J]. 江汉大学学报(社会科学版), 2019(1): 113-122.
- [15]郝瑜. 地方高校“双一流”建设的战略选择[J]. 中国高校科技, 2019(Z1): 8-11.
- [16]王荣, 李联明. “双一流”建设重在立德树人[J]. 清华大学教育研究, 2017(5): 106-109.