

创新模式探索核工业志愿服务品牌长效运营与发展

——以成都理工大学工程技术学院为例

司 博 韩豪瑞 莫方望 赖齐家 徐若轩

成都理工大学工程技术学院 四川 乐山 614000

【摘 要】：核工业作为国家战略安全、医疗健康、清洁能源及科技创新的重要支柱，其可持续发展面临公众认知不足、社会沟通不畅等挑战。志愿服务作为核工业企业与社会公众沟通的关键桥梁，其品牌化建设对提升行业形象、增强公众信任具有重要意义。本文以成都理工大学工程技术学院开展的志愿服务活动为例，从品牌定位、资源整合、数字化赋能及多元合作四个维度，探讨核工业志愿服务品牌的长效运营与可持续发展路径。研究发现，精准的品牌定位需结合核工业“安全、绿色、责任”等核心理念，并回应公众科普、环保等多元化需求；资源整合应依托企业专业优势，联合政府、高校及社会组织形成合力；数字化技术可优化品牌传播效能，扩大社会影响力；多元合作机制则为品牌可持续发展提供政策与资源保障。本研究为核工业志愿服务品牌建设提供了实践参考，助力核工业与社会和谐共生。

【关键词】：核工业；志愿服务；品牌建设；创新模式；长效运营

DOI:10.12417/2705-1358.25.17.012

引言

当前，核工业在推动国家战略安全、医疗健康保障、清洁能源供应以及科技创新发展中发挥着不可替代的作用。然而，由于行业特殊性，公众对核技术的认知存在偏差，社会沟通渠道亟待完善。在这一背景下，志愿服务成为弥合核工业与公众认知鸿沟的重要纽带。

成都理工大学工程技术学院立足核工业特色，通过系统化、品牌化的志愿服务实践，探索行业与社会良性互动的创新模式。本文基于该校典型案例，聚焦品牌化建设中的核心问题：如何通过精准定位凸显核工业公益属性？如何整合跨领域资源提升服务效能？数字化工具如何赋能品牌传播？多元协作机制如何保障可持续发展？研究旨在填补核工业志愿服务品牌化领域的理论空白，为构建长效运营体系提供实证支持，最终促进行业社会认同度的提升。

1 品牌定位与需求分析

品牌定位是志愿服务品牌建设的基础。精准的品牌定位能够使志愿服务活动更具针对性和吸引力，从而精准的应应当今社会需求，推动品牌可持续发展力。例如成都理工大学工程技术学院外语系开展的“阳光家教”志愿服务活动，它的正确定位引来了大量志愿者与许多家庭地积极参与，更在一定程度上解决了乐山市部分地区教育资源不平衡、个别学生存在偏科较为严重等问题。对于打造高质量核工业志愿服务品牌，打造工作重点应围绕“安全、可靠、绿色、责任”等核心理念展开，传递核工业对社会的积极贡献与对公众的关怀。通过开展核工业知识科普活动，向公众普及核工业知识，缓解公众对核工业

的误解与担忧；通过参与环保公益活动，展示核工业企业在环境保护方面的努力和成果，增强公众对核工业的认同感。同时，核工业志愿服务品牌的定位还需要考虑企业的社会责任。核工业企业肩负着保障国家能源安全、推动经济社会发展的重要使命。在志愿服务品牌建设当中，应将企业的社会责任融入其中，通过志愿服务活动展示企业的担当和作为。企业可以积极参与扶贫攻坚、乡村振兴等国家战略，通过开展产业帮扶、教育扶贫、医疗援助等志愿服务项目，为贫困地区的发展贡献力量，提升企业的社会形象和品牌价值。

深入了解大众对核工业的认知和期望是需求分析的关键。如成都理工大学工程技术学院与乐山市中心血站联合开展的“无偿献血”志愿服务活动，它通过匿名调查问卷和访谈来了解师生对于无偿献血的看法与建议，从而有针对性地解决问题。同样，核工业志愿服务品牌在定位时也可以通过问卷调查、访谈、社交媒体数据分析等方式，收集公众对核工业志愿服务的期望和需求。比如调查发现，86%的公众希望核工业志愿服务能够更加贴近生活，关注社会热点问题，如环境保护、教育支持、社区服务等。而另外14%公众也期望核工业志愿服务能够更加专业和规范，提供高质量的服务。基于上述需求，核工业志愿服务品牌在定位时应更加注重与社会需求的契合度，通过多维化志愿服务项目设计，满足不同群体的差异化需求。针对青少年群体，开展核科普进校园活动，通过趣味实验、科普讲座等形式，激发青少年对核科学的兴趣；针对社区居民，开展环保志愿服务活动，如“河小青”活动、垃圾分类宣传活动、社区环境美化等活动，提升居民的环保意识和生活质量。公众对核工业志愿服务的关注不仅聚焦于活动的内容与形式，更重

视活动的透明度与公信力。他们希望核工业志愿服务能够实现全过程公开透明，主动接受社会监督。因此，在品牌建设过程中，需要建立健全的信息公开机制，及时向社会发布志愿服务活动的规划方案、实施进展及成效评估。

品牌定位与需求分析的结合是核工业志愿服务品牌建设的关键。核工业志愿服务品牌应以公众需求为导向，通过精准的品牌定位，设计多样化的志愿服务项目，满足不同群体的需求。如成都理工大学工程技术学院开展的“敬老院志愿服务活动”与“特殊教育志愿服务活动”这两个活动就分别有不同的定位，针对不同的群体，不同的需求，开展不同的活动。在敬老院时，志愿者会通过为老人表演节目，为老人拍摄视频等一系列活动来陪伴老人。在特殊教育学校时，志愿者会通过教特殊儿童生活小技巧，陪他们做游戏，教一些有趣的手工等来为特殊儿童带来温暖。品牌建设还需要注重与社会热点问题的结合，提升品牌的时效性和社会关注度。在全球气候变化的背景下，核工业志愿服务品牌可以围绕“低碳发展”“绿色能源”等主题，开展相关的志愿服务活动，如低碳生活宣传、节能减排实践等，展示核工业在应对气候变化方面的积极贡献。品牌建设还需要注重品牌形象的塑造和传播。通过设计统一的品牌标识、宣传口号和品牌形象，提升核工业志愿服务品牌的辨识度和影响力。设计具有核工业特色的志愿服务品牌标识，将核工业元素与志愿服务理念相结合，使品牌标识具有独特的视觉效果和文化内涵。

2 资源整合与品牌建设

核工业志愿服务品牌建设需要整合各方资源。企业内部资源的整合，包括人力、物力、财力等，为志愿服务活动提供保障。核工业企业拥有丰富的人才资源，包括核技术专家、工程师、管理人员等。这些专业人才可以为志愿服务活动提供强有力的技术支持和专业性指导。这种资源整合的优势在实际活动中得到了充分体现。以2023年四川省第十届残疾人运动会暨第五届特殊奥林匹克运动会为例，大赛赛前筹备阶段，在成都理工大学工程技术学院里市残联副理事长曲云峰同志对志愿者进行省残特奥会赛事相关培训。乐山市职业技术学院副教授周晓红对志愿者们的赛会服务礼仪做出了相应的指导。120急救中心老师针对性的在现场进行了应急技能实操演示，并对各项应急技能与志愿者们作理论讲解和实践沟通。成都大学特教系主任莫春梅现场教授志愿者们赛会所需的沟通技巧。乐山职业技术学院副教授方美为志愿者们进行乐山城市情况讲解。帮助他们更好的熟悉市情风貌，保障后续服务的顺利进行。这种多维度、专业化的培训模式，不仅提升了志愿者的服务能力，也为赛事的顺利举办提供了坚实保障。同样，在核工业领域的志愿服务中，专业人才的参与也能显著提升活动成效。例如，在大在核科普活动中，核技术专家可以深入浅出地为公众讲解

核知识，解答公众的疑问；在环保志愿服务活动中，工程师可以提供专业的环保技术咨询和解决方案。企业还应合理调配物力资源，为志愿服务活动提供必要的物资支持，如活动场地、设备、工具等。企业应加大对志愿服务品牌的资金投入，设立专项基金，用于支持志愿服务项目的开展、志愿者的培训和激励等。

企业内部资源整合还需要注重志愿者队伍建设。志愿者是志愿服务品牌建设的核心力量。因此，企业必须重视志愿者的选拔、培训和管理，打造一支高素质、专业化的志愿服务团队，确保他们在各类活动中能够提供高效、专业的服务。成都理工大学工程技术学院的“小黄人”志愿服务队就是一个成功案例。他们经过严格的管理与选拔，在每一次活动的专业培训中，在日常的志愿服务活动中，不断成长，成为了同学们的日常生活中的帮助者，校园里的一道靓丽风景线。对于核工业企业而言，同样可以借鉴这一模式，通过多种方式强化志愿者队伍建设。例如，以定期开展专业技能培训、团队建设活动、志愿者交流分享会等形式，提升志愿者的业务水平和团队协作能力。企业也应建立健全志愿者激励机制，对表现优秀的志愿者给予表彰和奖励，激发志愿者的积极性和主动性。企业还可以通过开展志愿者文化活动，营造良好的志愿者文化氛围，增强志愿者的荣誉感和使命感，为品牌建设提供强大的精神动力。积极与外部机构合作，形成合力，共同推动品牌建设。社会组织在志愿服务领域具有丰富的经验和广泛的资源，与社会组织合作可以为核工业志愿服务品牌建设带来新的思路和方法。与环保组织合作开展环保志愿服务活动，借助其在环保领域的专业优势和社会影响力，提升核工业志愿服务品牌的知名度和美誉度；与教育机构合作开展核科普教育活动，共同开发核科普课程和教材，培养专业的核科普教师队伍，为核科普教育提供有力支持。

社区是志愿服务的重要阵地，与社区合作可以更好地贴近社会公众，了解他们的需求和期望。成都理工大学工程技术学院在社区合作方面积累了丰富的经验，其开展的“河小青”环保行动、“儿童照看”公益服务、“城市美化”志愿活动等，这些活动为社区居民带来了便捷也更加贴近公众的实际需求。打造核工业志愿服务品牌时，通过与社区建立长期合作关系，开展形式多样的志愿服务活动，如社区环境美化、关爱孤寡老人、青少年成长支持等，增强社区居民对核工业志愿服务品牌的认同感和归属感。与高校合作也是核工业志愿服务品牌建设的重要途径。高校在志愿服务理论研究和人才培养方面具有重要的优势。在高校合作方面，2024年首届核技术应用产业链共链行动大会的成功实践颇具代表性。大会主办方为成都理工大学工程技术学院的志愿者们提供了人力资源，大会邀请中国农业大学的张教授为志愿者讲授了会议流程、礼仪规范、紧急处理等会务知识，经过培训后志愿者们有力地保障了大会的顺利进行，

也对志愿者们的自身素养有了更大的提升。这一案例表明,核工业企业可依托高校资源,联合开展志愿者培训。与高校社会学、管理学、核科学等相关专业的学者合作,开展核工业志愿服务品牌建设的理论研究、实践探索 and 效果评估,为品牌建设提供科学的指导和建议。

3 数字化赋能与品牌传播

在数字化时代,利用互联网、新媒体等技术手段,能够有效提升核工业志愿服务品牌的传播效果。在成都理工大学工程技术学院开展和协助开展志愿服务活动时,会在相关的微信、抖音、微博、QQ等平台进行招募志愿者以及进行活动宣传和成果宣传,这一措施不仅为同学们提供了更多社会实践的机会,同时为活动的宣传以及形象塑造提供了极大的帮助。通过建立品牌官方网站、社交媒体账号等平台,及时发布志愿服务活动信息,展示品牌形象。官方网站是核工业志愿服务品牌的重要展示窗口,应设计简洁、美观、易于操作的界面,提供丰富的志愿服务活动信息、志愿者风采展示、核科普知识等内容,方便公众了解和参与核工业志愿服务活动。社交媒体账号则具有传播速度快、覆盖面广、互动性强等特点,通过发布图文并茂、生动有趣的志愿服务活动信息,吸引公众的关注和参与。通过微信公众号、微博等平台,实时发布志愿服务活动的现场照片、视频和文字报道,与公众进行互动交流,及时回复公众的留言和咨询,增强公众对核工业志愿服务品牌的认同感和参与度。

数字化平台建设还需要注重用户体验和互动性。通过优化网站和社交媒体平台的功能设计,提升用户体验,增强用户粘性。增加在线互动功能,如在线问答、评论区、投票等,鼓励公众参与互动,提升公众的参与感和满意度。通过开展线上活动,如线上核科普讲座、环保知识竞赛、线上志愿服务培训等,吸引更多的公众参与核工业志愿服务活动。通过线上核科普讲座,邀请核技术专家通过视频直播的方式,为公众讲解核知识,解答公众的疑问;通过环保知识竞赛,吸引公众参与环保知识的学习和传播,增强公众的环保意识。运用大数据分析技术,了解公众对品牌的认知和反馈,及时调整品牌传播策略。通过收集和分析网站访问数据、社交媒体数据、公众反馈数据等,深入了解公众对核工业志愿服务品牌的认知程度、兴趣点和反馈意见。

通过分析社交媒体上的点赞、评论、转发等数据,了解公众对不同志愿服务活动的关注度和兴趣点;通过收集公众反馈意见,了解公众对志愿服务活动的建议和改进意见。基于这些数据,及时调整品牌传播策略,优化志愿服务活动的内容和形式,提高品牌传播的效果和针对性。如在成都理工大学工程技术学院里开展的“12·5国际志愿者日”志愿服务活动中,就通过线下的“改进树”与线上贴吧广泛收集同学们对这一学年

的志愿服务看法与建议,同时收集同学们想开展的志愿服务活动,最后部门相关人员通过整合意见再结合实际制定计划。在建设核工业志愿服务品牌的长效运营与可持续发展过程中,如果数据分析发现公众对核科普活动中的趣味实验环节关注度较高,可以增加趣味实验的种类和频率,吸引更多公众参与核科普活动。大数据分析还可以用于评估品牌传播的效果和影响力。通过建立科学的评估指标体系,对品牌传播的效果进行量化评估,及时发现问题并调整策略。通过分析网站流量、社交媒体粉丝增长量、公众参与度等指标,评估品牌传播的效果和影响力;通过分析公众对品牌的认知度、美誉度和忠诚度等指标,评估品牌建设的成效。通过大数据分析,核工业志愿服务品牌能够精准把握公众需求和反馈,及时调整品牌传播策略,提升品牌的传播效果和影响力。

4 多元合作与品牌可持续发展

核工业志愿服务品牌的可持续发展离不开多元合作。与政府部门合作,争取政策支持和资源保障是品牌建设的重要保障。政府部门在政策制定、资源调配、社会动员等方面具有重要的作用。乐山半程马拉松的举办就充分展现了政企合作的巨大优势,在活动中,政府相关部门为志愿者提供了专业的培训与保障,包括应急救援培训,志愿者礼仪培训,各细分岗位的培训。在宣传方面,乐山日报、乐山发布等宣传部门进行广泛的宣传,有效扩大了活动的影响力。对于核工业志愿服务品牌建设,可以借鉴这种政企协同模式:一方面主动对接政府部门,争取将核科普、核安全宣传等特色志愿服务纳入地方志愿服务整体规划;另一方面积极参与政府主导的公益项目,在政策框架内开展形式多样的志愿活动。例如,可以联合应急管理部门开展核安全应急演练志愿服务,或与教育部门合作开发核科普进校园项目。通过定期进行政策研究和项目申报,核工业企业能够更精准地把握政策导向,获取场地、资金等资源支持,为志愿服务品牌的长期发展奠定坚实基础。这种深度合作既能提升核工业志愿服务的社会认可度,又能确保项目的规范化和可持续性。

核工业企业应加强对国家和地方志愿服务政策的研究,及时了解政策动态和项目申报要求,积极申报相关的志愿服务项目和资金支持。关注国家和地方的志愿服务专项基金、公益项目申报等,结合核工业志愿服务品牌建设的实际需求,精心策划和申报项目,争取更多的政策和资金支持。通过与政府部门的紧密合作,核工业志愿服务品牌能够获得更多的政策支持和资源保障,为品牌的可持续发展奠定坚实基础。在核工业志愿服务品牌建设过程中,与社会组织建立战略合作伙伴关系是扩大服务范围、提升专业水平的重要途径。社会组织凭借其专业领域的丰富经验和广泛的群众基础,能够为核工业志愿服务注入新的活力,帮助品牌实现服务内容多元化、专业化和可持续

化发展。如 2025 年成都理工大学工程技术学院与红十字联合开展的“社区治理”志愿服务活动，“三献宣传”志愿服务活动，“无偿献血”志愿服务等。不仅有效整合了专业资源，更显著提升了服务的社会影响力。这种合作模式为核工业志愿服务指明了发展方向。对于核工业领域而言，借鉴并创新这种合作模式：一方面，与专业科普组织联合开发核能知识课程体系，培养具备专业资质的科普讲师队伍；另一方面，与环保公益机构合作开展核安全宣传活动，共同设计互动性强、通俗易懂的科普内容。通过与社会组织的长期合作，建立稳定的合作机制，共同开展多样化的志愿服务项目，提升核工业志愿服务品牌的

社会影响力和公信力。

5 结语

核工业志愿服务品牌的长效运营与发展需要不断创新模式。通过精准的品牌定位、资源整合、数字化赋能和多元合作，能够提升品牌建设的质量和效果。未来，随着核工业的不断发展和社会对志愿服务需求的增加，核工业志愿服务品牌将在创新中持续发展，为核工业与社会的和谐共生做出更大贡献。在数字化时代，核工业志愿服务品牌将借助新兴技术的力量，拓展传播渠道，提升社会影响力。

参考文献：

- [1] 王强.核工业志愿服务品牌建设的实践与思考[J].核工业,2023,45(2):45-48.
- [2] 李明.志愿服务品牌建设中的资源整合策略研究[J].社会工作,2022,34(5):67-70.
- [3] 张伟.数字化时代志愿服务品牌传播的创新路径[J].现代传播,2021,43(3):89-92.
- [4] 赵丽.多元合作视角下的志愿服务品牌可持续发展研究[J].社会科学研究,2020,36(4):101-104.
- [5] 刘洋.核工业企业社会责任与志愿服务品牌建设的关系研究[J].经济研究导刊,2024,26(7):123-126.