

全团要讯

第 1 期

共青团中央

2017 年 1 月 3 日

探索“三条路径” 强化“三个特色”

——广东“青年之声”建设取得阶段性成果

近年来，全团认真学习贯彻习近平总书记关于做好网上群众工作的一系列重要指示精神，运用互联网思维和技术，集中力量建设了“青年之声”网络互动社交平台。按照全团统一部署，广东各级团组织在实践中不断探索开放众筹、“四个融合”、精准考核“三条路径”，持续强化“青年之声”工作社会化、市场化、长效化“三个特色”，取得了阶段性成果。

一、探索“开放众筹”，搭建社会化平台

互联网领域竞争异常激烈，层出不穷的新产品养成了网民们

“用脚投票”的使用习惯。共青团建设“青年之声”网络互动社交平台，必须掌握互联网规律，因地制宜开展工作：一方面要发挥共青团组织的公信力优势广泛动员社会力量和专业力量，实现服务资源和青年需求的有效对接；另一方面，必须改变以往自上而下层级化推动工作的方式，主动适应扁平化、去中心化、用户导向的互联网思维。团广东省委积极探索“开放众筹”的工作路径，既深入挖掘团内资源，推动各级团组织、团干部通过“青年之声”直接联系、服务青年，努力调动普通团员的自主性和创造力；同时以更加开放的心态、视野和思维，积极争取团外资源，通过搭建社会化平台提高自身发展能力。一年多来，主要开展了以下工作：

一是盘活各类资源，组建股份制实体。采取了团属基金会通过公益性股权捐赠相对控股、国有传媒企业通过股权稀释融资入股、股份制互联网上市公司通过直接投资持股的方式，组建了广东“青年之声”混合所有制研发、运营实体。深度整合共青团、大众传媒、国有资本、民营资本等各方力量，逐渐形成了多方共赢、持续投入、自我造血的活力市场主体。

二是坚持问题导向，找准青年需求。始终将满足普通青年实际需要、解决普通青年具体问题作为平台建设立足点，通过在全省各地各高校建立20个只许“开炮”、不准“点赞”的“青年之声”微信公测群，发动、奖励近2000名普通青年实时对广东“青年之声”运营开发团队提出批评。平均每天收到改进建议近

千条，每周公告吸收建议改造平台功能情况，问题倒逼破解普通青年“为什么自主要来，为什么自发要用”的关键问题。

三是引入第三方力量，提供专业支撑。联合中山大学、华南师范大学建立广东青年新媒体传播实验室、广东青年大数据与云计算实验室，为广东“青年之声”平台的研发、监理提供专业化、前瞻性的第三方支持。

通过“开放众筹”、搭建社会化平台，广东“青年之声”平台已完成了三次全面升级迭代。经过详细的需求调研，最新的V4.0版平台围绕“青年服务提供者、青年困难帮助者、青年疑惑解答者”的基本定位，实现了平台功能的拓展和聚焦，在广东逐步形成了“找活动、找帮助、找咨询，上青年之声”这一具有明晰社会认知度的产品形象。截至12月20日，广东“青年之声”互动社交平台实名注册个人用户108.6万、组织用户1664个（其中团内用户1426个，青年社会组织等团外用户138个），每月活跃用户9.8万、问答数10.4万、活动发布数992个。

二、探索“四个融合”，提供市场化产品

以“使团的各项工作和活动在上平台安家落户、生根发芽”为方向，团广东省委持续探索推进“四个融合”工作路径，把线上线下、团内团外、上级机关和基层组织充分整合起来，让每个“融合”皆有专属功能可对应、可操作、可追踪，基本实现了“四个融合”在“青年之声”上的具象化、产品化，让青年用户的获得感显著提升。

一是开发“找活动”“重磅项目”功能，推动“青年之声”与共青团工作全面融合。通过“找活动”“重磅项目”两个功能模块，广东“青年之声”实现了活动发布、在线报名、即时通讯、签到定位、投票评选、项目评审、活动评价等活动开展的全流程在线管理功能，推动全省各级团组织、青年社会组织把直接服务青年的各项工作集中投放在广东“青年之声”平台。2016年，“创青春创新创业大赛”、产业工人上大学“圆梦计划”、最美南粤少年评选等重大项目在平台上“一站式”完成发布、推广、报名、投票、咨询、评议等工作，累计吸引3600多个青年团队、82万余人参与；加上平台上1664个组织每月发布的近千个活动，为平台注入了人气和活力。此外，平台的新媒体建设也取得一定成效，“广东青年之声”微信号目前拥有粉丝125万，篇均文章阅读量达32.7万。

二是开发“发现线下”“在线预约”功能，推动“青年之声”与“青年之家”全面融合。通过“发现线下”“在线预约”两个功能模块，广东“青年之声”同步优化、梳理、公布全省“青年之家”的服务供给、时段、承载能力，实现了“青年之家”服务地图查询、在线预约、内容咨询、满意度评价等功能。出台《“青年之声”线下服务站——“青年之家”建设基本要求》，明确阵地标识、软硬件基准、人员配备管理及提问回复要求，逐步提升工作规范。目前，全省已有889个“青年之家”阵地与“青年之声”平台实时互通，青年“线上”解决不了的问

题一键转至“线下”，基本形成了服务闭环。

三是开发“大数据”“一号通”功能，推动团内团外资源全面融合。投资研发平台底层大数据支撑系统——“广东青年大数据交互中心”，依托其实现了省内“青年之声”和志愿者平台的“一号通”，使互联互通的实名注册用户超过800万。逐步打通全省公益志愿、就业实习、创新创业、社会教育、婚恋交友等青少年服务互联网平台底层数据，形成涵盖青少年成长核心需求的在线服务生态链，为“青年之声”平台功能拓展提供支撑，吸引更多的青年社会组织进驻平台、更多的企业资源投放平台、更多的青少年用户有粘度地使用平台。

四是通过开发“找帮助”“找咨询”功能，推动机关和基层全面融合。通过开发线上“找咨询”“找帮助”模块，实现了用户在线提交需求可指定相关团组织帮助解决，平台全程公布、跟踪案例的处理进展。针对青年在平台上提出的不同诉求，摸索出一套各级团组织“线上接收诉求、线下核实分析、协调解决问题、及时反馈结果、接受青年评价”的处置流程，一年来共推动解决青年集中性诉求和帮扶个案362例，逐步形成了机关和基层上下联动的帮扶机制。

通过探索“四个融合”、提供市场化产品，广东“青年之声”平台实现了从内容向产品、从问答向综合服务、从机关向基层、从基础建设向品牌推广的深化和升级，为团组织服务大局提供了新支撑，为共青团改革提供了新动力。

三、探索“精准考核”，健全长效化机制

为充分发挥考核激励作用、明确平台建设发展导向，在团中央“青年之声”考核办法框架下，团广东省委逐步探索科学、精准的考核评估体系，旨在以准确客观的考核和青年参与的评议激励各级团组织扩大平台有效覆盖面、增强社会实质影响力，建立健全“青年之声”平台建设实效化、长效化机制。

1. 建立广东“青年之声”（地市/高校）平台影响力指数

一是真实反映平台的实质活跃度和青年参与度。指数通过设立“独立访客有效访问量”指标，采集独立访客点击进入具体帖子的次数，每天不重复计算，确保了流量统计的科学；指数还规定平台上发布的活动没有用户报名或结束后没有上传现场照片，将不计入考核，确保了活动统计的质量。

二是明确解决青年实际问题的重点工作导向。指数设立“团组织参与解答问题数”和“帮扶青年实际困难成效”两项高权重指标，并规定当“帮扶成效”单项获得高分值时，指数总分值作同比例加权计算。

三是突出社会传播影响力因子。对“青年之声”的团内宣传作为常规工作不计入考核，重点推动各级组织依托城市广告、电视媒体、主流网络平台等进行社会宣传。目前，省本级已在“广东发布”网上办事大厅开通“青年之声”入口；广州市也已在全市一百多个志愿驿站铺设了“青年之声”城市广告，努力扩大共青团工作的社会影响力。

2. 完善青年参与评议监督机制

一是建立青年评议“青年之声”平台建设监督机制。通过在平台显眼处开放“吐槽我们”专属通道、开通虚假活动举报功能、设置问答差评按钮、设立求助信息和线下服务真实度反馈，鼓励用户向广东“青年之声”平台提出意见建议。

二是建立青年通过“青年之声”评议各级团组织、团干部监督机制。广东“青年之声”平台开发设计了青年实时评价模组，青年用户可对自己在平台参与的活动、求助的案例、接受的服务进行评分，对各组织、专家的回答进行评价。所有的评分和评价会汇总加权计算成为入驻平台各团组织、团干部的青年评议标准分，作为评价组织和干部的重要参考依据。

通过科学测评“青年之声”平台影响力指数、引入青年评议机制，广东“青年之声”网络互动社交平台逐渐成为全省共青团改革的突破口和晴雨表，既反映了各级团组织服务青年的工作质量，也体现了广大团干部密切联系青年的工作作风，为团组织开展新形势下青年群众工作拓展了新空间。

分送：中共中央办公厅，国务院办公厅。

团中央书记处书记，中央有关部委，省级党委分管领导。

团中央机关各部门、直属单位负责人，省级团委书记。