

# 专访上海市社会团体管理局局长蒋蕊：

# 公益伙伴日打造上海双重坐标

本周五，将政府、企业、社会组织、爱心人士等一同汇聚的公益伙伴日即将迎来第七个年头。作为上海炙手可热的公益品牌，公益伙伴日在七年间经历了怎样的成长？又将面向怎样的未来？对此，上海市社会团体管理局局长蒋蕊接受了青年报记者专访。

青年报记者 陈诗松

## 汇聚各领域之力

### 让公益伙伴在这里相遇

“很多人将上海形容为‘魔都’，如果她拥有七彩的魔力，那么公益一定是其中重要的一抹色彩。”1999年，在各种社会需求的碰撞中，上海市社会团体管理局应运而生。此后，上海的社会组织发展迎来了快车道，紧接着依托筹办世博会的契机，公益走进了更多人的生活中。于是，在2011年，上海诞生了一个重要的公益品牌——公益伙伴日。

公益伙伴日，顾名思义，就是将政府、社会组织、企业、爱心人士等各类“伙伴”汇聚一堂的盛会，旨在通过公益慈善项目展示、联合劝募、高峰论坛、公益招投标、公益沙龙、公益市集等一系列活动，进一步促成和巩固伙伴关系的形成和发展。对当时的上海来说，这是一次大规模的公益创新尝试。在第一届伙伴日上，近80家社会组织、20家基金会、7个政府机构和11家企业连续三天在上海展览中心设摊展示，同时各自寻求合作伙伴和合作机会。对这些社会组织来说，“伙伴”和“机会”意味着生存与发展。

## 政府伙伴齐助力

### 契合市府重点工作

七年来，公益伙伴日的支持单位多达十几家政府部门，包括市文明办、团市委、市妇联、市教委、市商委等等，这些“政界朋友”也成为了强有力的公益伙伴。

去年公益伙伴日启动的重头戏，就是市民政局、团市委和市体育局三方伙伴“牵手”的成果。一队队身穿统一队服的青年人从上海公益新天地出发，穿梭在城市里的大街小巷，开展上海公益伙伴日全城热益定向赛，位于公益新天地园的主会场与遍布全市的160多个分会场，通过参赛选手们奔跑的足迹被串联到了一起，扩大了社会的参与面，形成了广泛的影响力。

“我们发现，以公益的名义去和不同部门的伙伴合作，所有的事情都变得更加通畅。”蒋蕊举例说，和地铁方面的合作也是一场成功的“伙伴牵手”。比如，去年的公益伙伴日首次迎来了“公益列车”的运行。在公益伙伴日开幕之前，由市民政局与申通集团联手打造的上海首列“公益专列”在轨道交通四号线上正式启动，向全市发出慈善倡议，传播公益理念。

“选择四号线，是因为它是环城

而如今，公益伙伴日不知不觉走过了7年，随着越来越多的“伙伴”加入，各种各样的“机会”也接踵而至。在上海市社会团体管理局局长蒋蕊看来，这个上海的公益品牌正在发挥着四重作用。“首先，公益伙伴日搭建了一个广阔的平台，让公益伙伴在这里相遇。”无论是展示自身发展，还是弥补信息盲点，抑或推动公益项目合作等，这个平台都能发挥特别的作用。

其次，在伙伴日上，各类参与方有机会进行深入的互动。“你具备什么，我需要什么，第三方可以如何参与，这些都能面对面地清晰探讨。”同时，公益伙伴日还有第三重提升作用，即以各种理论与实务讲座帮助各类群体不断提升业务水平。

最重要的是，公益伙伴日还是一次公益理念传播的良机。“从第二届开始，公益伙伴日固定在公益新天地举办，这里是上海市儿童福利院的旧址，拥有着百年历史的育婴堂，如今改造为上海的公益地标。在这里传承和传播公益理念，是再合适不过的。”蒋蕊说。

线路，与我们打造‘公益之城’的理念更为契合。”而在具体合作上，地铁方面更是给出了十足的对于公益的诚意，“打造一部公益列车所用的包装、喷绘等价格不菲，但是申通集团与我们的合作是基于公益性质的，他们甚至还提供了很多灯箱广告用于宣传公益伙伴日。今年，我们在去年基础上，动员了更多市民参与，从网络上筛选了近50条公益语录，这些感言也会出现在今年的公益专列上，在全城进一步扩大影响力。”蒋蕊说道。

值得一提的是，在各级部门齐心协力助力公益伙伴日的同时，公益伙伴日也不断注重和市政府的重点工作默契配合。2015年，市委大力推进1号课题，在当年的公益伙伴日上，小区治理的模式就被搬到了公益新天地的舞台，各类伙伴在现场展示公共话题，进行市民商议，并共同探讨如何解决。而在今年的现场，则会重点展示和探讨社会组织如何参与对口支援，这同样也是市政府工作的重点之一。“社会组织有其独特的优势，他们能够更敏锐地发现当地实际需求，更广泛地募集社会资金，并实现更通畅灵活的运作机制。”蒋蕊评价说。



上海市社会团体管理局局长蒋蕊。

青年报记者 常鑫 摄

## 有嘉年华也有思辨场

### 创造从业者与政府深入对话契机

公益伙伴日有两类受众群，一类是普通公众，一类是专业公益人。对于普通公众来说，最吸引人的莫过于公益伙伴日上的嘉年华氛围。

青年报记者注意到，伙伴日打破了以前传统意义上的刻板展览模式，由公益组织提供素材、空间设计师设计装饰，将园区内许多间毛坯房打造成富有民间智慧与趣味的特色展厅。同时，还将相同领域的参展机构放入同一房间，并通过服务领域及机构特点对房间进行统一命名，由专业设计师志愿者进行整体设计，给参观者以视觉上的享受，带大家一个全新的体验。举例而言，第二届伙伴日上，公益新天地3号楼的205-206房间里集中展示了助残领域的一些社会组织，房间主题为“从未残白”，通过设计师对室内房间的简单设计表达出社会对残障人士的关注，以及鼓励大众给予残障人士融入社会以更大的支持。

## 从专业观众到全人群参与

### 打造时间与空间双重坐标

回顾公益伙伴日这七年来，蒋蕊发现一个很明显的变化：参观人数每年大幅增长，普通公众的参与度在年年攀升。

“这和我们主办方在设计上的用心也有强关联。这两年的公益伙伴日游园项目比重越来越多，就是为了多吸引普通市民有兴趣参与和投入，并进行二次传播。”蒋蕊举例说，每年的公益讲堂环节，主办方就颇费心思。对特殊儿童的家庭照料、老年人社区维权、如何帮助孩子应对老师批评……这些公益讲堂的主题都偏向于老百姓日常生活中关心的热点话题，更贴近民生，也就更能吸引大家参与。

无独有偶，对于每一年公益市集的设计就更加考验创意了。蒋蕊介绍说，今年一方面推出了独具特色的后备箱市集，连参与车辆都限定为新能源车，以倡导绿色环保。另一方

但在蒋蕊看来，伙伴日希望的不仅仅是营造一个嘉年华，同时也要打造一个思辨场。每年，伙伴日上都会开展一系列的专业论坛和沙龙，面向的对象绝大部分是专业观众，业内专家、从业者、媒体观察员等汇聚一起，深度探讨慈善与金融、社会组织参与社会治理等专业议题，而这些研讨的成果，也会在闭幕后汇编成册，对外发放给有共同需求的读者。

“不仅如此，这些沙龙和论坛我们局里的各个处室都会参加，这也成为了从业者和政府深入对话的契机。”蒋蕊说，基于对话的内容，社团局也梳理出了每年社会组织关心最多、诉求最多的重点，并有针对性地开展相应主题活动，“我们前不久就开展了系列培训班，包括社区基金会的负责人培训，还有基金会秘书长的培训，这些培训安排都是根据伙伴日上的需求而开展的。”

面，公益集市还设定了爱成长、爱青春、爱夕阳三大主体，以期覆盖亲子家庭、青少年、老年人这三类群体。“承接的社会组织很用心，希望通过这样的设计与实践，既能加大对于普通市民的公益参与兴趣，也能培育出一批坚强有力的社会组织公益伙伴，在公益伙伴日的舞台上锻炼和展示，能够在未来独当一面。”

蒋蕊表示，正是连续七年的用心与创新，让公益伙伴日成为了一个上海公益成果集中展示的“节日”。“在上海有书展、车展，都形成了突出的口碑效应。我们也希望公益伙伴日在聚沙成塔中再上一个台阶。在空间上，将举办地公益新天地打造为地理坐标；在时间上，将公益伙伴日打造为一个特殊的节庆坐标，通过这双重坐标汇聚公益文化，推动上海成为一座有温度的公益之城。”