

# 市建设交通团工委：打破壁垒凝聚青年 公益集市让垃圾分类成时尚



餐厨垃圾如何变成有机肥？动物们产生的垃圾怎么分类？4月27日上午，一场垃圾分类“公益集市”在上海动物园开展得有声有色。创新公益活动模式，让有意义的事也能有意思；打破壁垒，让青年覆盖“无死角”，这是共青团上海市城乡建设和交通工作委员会一直以来坚持的探索实践。 青年报·青春上海记者 刘晶晶



## “要我来”变“我要来”

周六的上海动物园科学馆前广场，变成了年轻人的天下。在这个公益集市，你可以动动手——用废旧轮胎给猫主子们创造一个好玩又温暖的“新家”，将婚礼废弃鲜花制作成全新的插花……不少人摩拳擦掌开启脑洞。

另一边，小课堂开起来了——动物园的垃圾是如何分类处置的？建筑垃圾都去了哪里？大家电及数码产品怎么处置最环保？权威又有趣的垃圾分类小课堂让不少小朋友和家长搬着小板凳听得亦乐乎。

在现场，还有垃圾分类互动小游戏，完成任务收集到可爱的印章，可参与公益集市闯关打卡。闲置物品也能找到靠谱的捐赠置换方式——旧书换书跳蚤市场，衣物、大家电、3C数码公益捐赠专区，吸引很多年轻人大大小小包来捐赠。

## 让专业人做专业事

这场由团市委、市建设交通工作党委、市绿化市容局、市志愿服务公益基金会主办的公益集市，让不少来参加的青年朋友们都觉得耳目一新。“没想到垃圾分类也能这么有意思。”

最初策划时，市建设交通团工委就选择了与专业的社会机构合作。公益集市的承办方“益品兑”是一家由专项基金扶持的公益激励共享平台。平台负责人乔桢告诉记者，“平台之前多是线上活动，这次与市建设交通团工委合作的公益集市，也将成为我们线下活动的开端。”乔桢说，青年人工作比较忙，针对这个特点，平台相应推出了“随手公益”系列活动，后续还会推随地公益、随时公益。

“公益同样需要专业化。不管是垃圾分类还是其他公益活动，必须让每个参与者有获得感，才能真正实现‘要我来’到‘我要来’的转变。”市建设交通团工委书记樊好表示。

垃圾分类如何发动更多青年参与？“首先需要有新的载体和形式。”市绿化市容局团委副书记邱菲菲告诉记者，发动垃圾分类视频征集、开发垃圾分类的桌游产品、开展青年桌游大赛，都是团组织做的新尝试。“今年还会有一些文创方面的开发。”

这次与像“益品兑”这样的公益组织合作，也是一种打破壁垒的创新尝试。“我们想创造一种可持续、可复制、可推广的，由团组织主导，多方主体共同参与的公益新模式，希望能在上海更多的地方落地生根，让更多青年参与其中。”樊好说。

## QA

青年报 VS 市建设交通团工委书记樊好

Q: 为什么会吸纳社会力量参与?

A: 让专业的人做专业的事，整合行政资源，融合社会资源，不断创新实践，是这几年市建设交通团工委做社会公益活动的最大体会。

如何将中心工作转化为团员青年甚至社会民众广泛接受的自觉行动，就需要我们对活动形式、传播路径、裂变原则进行深入地研究。做志愿服务，参与者更希望被记录被认可，公益账户能够让我们的每一个善举都被记录，这些都是公益平台需要突破的重点。

这几年实践下来，我们充分感受到了去行政化的属性为打破更多界限提供了无数可能，可以发挥共享共治的优势汇聚更多资源。

Q: 这种打破界限还体现在哪些方面?

A: 这几年市建设交通团工委打破行政壁垒，打破团的隶属关系，做了很多尝试。不管是社会宣传活动，BIM大赛、“城市之星”评选，还是全国青年文明号的评选，行政隶属关系和专业领域的不同从来就不是障碍。只要有利于行业科学发展，有利于行业青年成长成才，有利于为党赢得更多青年，都是我们服务和凝聚的对象。

比如我们这次建设交通青年人才协会换届，除了在原来的通道向行业优秀青年发出邀请，同时向所有团区委发出邀请，把可能不在我们视野中的青年社区达人和名企大咖都纳入邀请行列。

以往我们的BIM大赛仅局限于上海企业，今年我们将会扩展到长三角，打破地域界限推动人才要素市场的流动。未来我们还将继续坚持，不断延伸团的手臂，实现更大范围的活动覆盖和组织覆盖。

## [活力冲冲冲]

## 把“有意义”的事做得“有意思”

◎ 服务人数不断扩大：

市建设交通团工委始终坚持“立足系统，面向行业”的原则，除了组织覆盖隶属的68家团组织以外，还通过行业团建牵动6家行业大单位、16个区建交委、15个区房管局，10家房地集团等单位团组织，覆盖行业青年总数超过20万人。

◎ 服务形式不断创新：按照坚定不移地往“网上去”的要求，创新性地将城市公益定向性与新媒体宣传相集合，把“有意义”的事做得“有意思”。

共组织了八场城市公益定向赛，累计直接参与人数达2000余人，单次微信阅读量达百万，累计覆盖人群近千万。打造了“城市生活·青年说”这一品牌项目，1500多人现场参与、直播收看人数达55.1万。开展“纷享·40年”主题宣传活动，全年共发布专栏信息20余篇，并发布改革开放40年合影小游戏、主题宣传H5、大师说（微视频）等原创内容，多方面、多角度、多渠道地展示了行业发展历程。

