

共青团东莞市委委员会文件

东团通〔2018〕17号



关于做好 2018 年东莞“网上共青团” 工作考核的通知

各镇街（园区）、学校团委：

为深入贯彻落实共青团广东省第十四次代表大会精神，落实 2018 年东莞共青团重点工作，深化共青团改革，做好新时期青年群众工作，根据《关于印发〈2018 年广东“网上共青团”工作考核细则〉的通知》等文件要求，团市委决定开展 2018 年东莞“网上共青团”工作考核。现将具体事宜通知如下：

一、考核内容

（一）智慧团建工作。占比 28%，主要考核团员报到情况、团费收缴情况、团组织及时响应的业务率等。（具体考核细则另

行通知)

(二)“青年之声”工作。占比 22%，主要考核“青年之声”平台基础数据以及服务青年情况。平台基础数据包括有效访问量、新增用户注册数、平台更新情况等，要求各镇街、高校团委大力宣传推广“青年之声”平台，着重以特色服务、专业帮助和优质活动吸引广大青年成为平台用户，进一步提升用户的注册数，各镇街、高校团委每月平台更新天数不低于 20 天，新增用户总数不低于 2017 年。服务青年情况为 2018 年考核的重中之重，主要包括活动项目发布数、报名数、总评分以及帮扶青年实际困难成效等，要求各镇街、高校团委每月发布的有效活动不低于 5 个，平均每个活动的报名用户数不低于 20 人。

(三)“i 志愿”系统及“注册志愿者证”工作。占比 35%，根据《关于实施广东志愿者守信联合激励加快青年信用体系建设的行动计划》(粤发改信息〔2017〕23 号)、《关于在全市推广注册志愿者证的通知》(东团联通〔2017〕14 号)有关要求，主要考核注册志愿者年人均服务时长、“注册志愿者证”发行数量、志愿服务组织及团体年平均开展活动数、注册志愿者数等。要求每年各镇街(园区)、高校持有“注册志愿者证”的人数，占“i 志愿”系统上累计注册志愿者数的比例不低于 20%；各镇街(园区)、高校、中学注册志愿服务组织及团体，2018 年平均发布并开展的服务活动数不低于 5 次，注册志愿者 2018 年人均服务时长不低于 4 小时。

(四)网络新媒体建设运营工作。占比 15%，主要考核微信、微博、网络文化产品等新媒体的社会传播力和影响力指数。各镇街、高校团委微信公众号每周至少发布三条推文，发布少于三条的，每周 WCI 指数扣 20%，少于一条的，WCI 扣 40%。若出现重大舆情事故，年度 WCI 指数得分倒扣 50%。官方微博至少每周更新一次，连续一个月未更新，或发生重大舆情事故，该项计分为零。网络文化产品包括视频、歌曲、H5、小程序、表情包、动漫等，按实际网络影响力考核评分。

二、考核要求

(一) 建立工作机制。各镇街（园区）、学校团委要安排专人负责“网上共青团”工作，形成相关工作流程，定期反馈工作情况及意见建议。要充分认识到“网上共青团”工作的重要意义，坚持把“网上共青团”工作作为共青团改革的重要突破口，主动转变以往行政化的思维和工作模式，积极树立全团工作“一盘棋”和互联互通的思维，有目标、有重点、有期限地开展各项工作。

(二) 发挥导向作用。准确把握考核内容包含的工作导向，发挥好考核工作的“指挥棒”作用，不断提高“网上共青团”工作水平，切实形成青年有效覆盖面和社会实质影响力。注重以优质活动和服务促进宣传推广，以宣传推广倒逼活动和服务品质提升。

(三) 确保客观真实。“网上共青团”工作主要依据各平台客观数据。各镇（街道）、学校团委要确保各平台信息的真实性，

对恶意刷数据、虚假信息的现象，一经发现将进行通报及严肃处理。

三、组织实施

（一）“智慧团建”考核工作由团市委组织部组织实施，按月组织考核、发布考核结果报送团市委领导班子，反馈给各基层团委。

（二）“青年之声”平台建设由团市委宣传部组织实施，考核数据从“青年之声”平台自动抓取，每周公布平台数据，按月组织考核、发布考核结果，考核结果报送团市委领导班子，反馈给各镇街、高校团委书记。

（三）“i志愿”系统及“注册志愿者证”工作由团市委宣传部组织实施，考核数据从i志愿系统自动抓取，按月发布考核结果，考核结果报送团市委领导班子，反馈给各镇街（园区）、学校团委书记。年度考核结果由全年数据汇总而成。

（四）网络新媒体工作由团市委宣传部组织实施，微信数据从清博 WCI 新媒体指数中自动抓取，每周发布微信 WCI 排行情况，年度考核结果由全年数据汇总而成。微博、网络文化产品及舆情工作按年组织考核。

智慧团建工作联系人：团市委组织部莫镇源，联系电话：22114722，电子邮箱：tswzzb3@126.com

“青年之声”、网络新媒体工作联系人：团市委宣传部邝丽

娇、邓杓均，联系电话：22228086，电子邮箱：2219564@163.com。

团市委学校部余家琪，联系电话：22233740，电子邮箱：
a22233740@126.com。

“i志愿”系统及“注册志愿者证”工作联系人：团市委宣
传部周汝彬，联系电话：22219564，电子邮箱：dg_zyz@163.com。

团市委学校部余家琪，联系电话：22233740，电子邮箱：
a22233740@126.com。

- 附件：1. 2018年东莞“网上共青团”工作考核细则
2. 各基层团委“网上共青团”工作联系表
3. 2018年东莞“青年之声”平台建设指标
4. 2018年东莞“青年之声”平台建设激励计划工作
方案



附件 1

2018 年东莞“网上共青团”工作考核细则

一、广东“智慧团建·青年之声”（50%）		
指标	细则	权重
平台基础数据	1. 有效访问量 (V_n) ^[1] , 占权重4%: 青年之声各级平台和智慧团建系统各地的有效访问量总和, 除以当地青年人口系数得出分值 (V_n); 2. 新增用户注册数 (U_n), 占权重4%: 智慧团建·青年之声系统各地新注册用户数除以当地青年人口系数得出分值 (U_n); 3. 青年之声平台更新情况 (F_n), 占权重2%: 青年之声各地平台内容更新天数 (内容更新包括: 该地区组织或个人用户在找活动、找帮助、重磅项目、青年之家模块更新了内容或产生了互动) 除以当月自然天数得出分值 (F_n) ^[2] 。	10%
团员报到情况	团员报到情况 (T_n), 占权重25%: 团员累计报到数除以本地 14—28 岁青年人口数得出分值 (T_n) ^[3] , 从4%起, 每3%为一个区间, 位于同一区间取相同分值。	25%

[1] 有效访问量: 青年之声为独立访客点击平台任意单项内容计一次有效访问量, 每天不重复计算; 智慧团建为独立访客点击团员移动端主页面任意模块计一次有效访问量, 每天不重复计算。

[2] 若该项分值 (F_n) 低于50%, 每降低 $x\%$, TQI 总分值乘以 $(100\% - x\%)$

[3] 若团员累计报到数与团统团员数的比值低于100%, 每降低 $x\%$, TQI 总分值乘以 $(100\% - x\%)$; 若在年终考核时该比值低于95%, 则全年的网上共青团工作评价等次不评为“好”。

团费收缴情况	团费收缴情况 (P_n), 占权重 15% : 当月按时交纳团费的团员数除以总团员数得出分值 (P_n) ^[4] 。	15%
服务青年情况	1. 青年之声活动开展情况 (A_n), 占权重 30% : 包含活动 ^[5] /项目发布数 ($A1_n$)、报名数 ($A2_n$)、总评分 ($A3_n$) 四项, 分别占12%、12%、6%权重值。活动/项目发布数、报名数、总评分分别除以当地青年人口系数得出分值 ($A1_n$)、($A2_n$)、($A3_n$)。 2. 青年之声帮扶青年实际困难成效 (H_n), 占权重 5% : 依据平台受理记录处理情况得出百分制评分 (H_n) ^[6] 。	35%
平台业务响应效率	基础团务响应效率 (R_n), 占权重 15% : 团组织及时响应的业务申请数 ^[7] 除以业务申请总数得出分值 R_n 。	15%
<p>广东“智慧团建·青年之声”指数 (TQI) 计算总公式</p> $TQI \approx [4\% \times \ln(V_n + 1) + 4\% \times \ln(U_n + 1) + 2\% \times \ln(F_n + 1) + 25\% \times \ln(T_n + 1) + 15\% \times \ln(P_n + 1) + 12\% \times \ln(A1_n + 1) + 12\% \times \ln(A2_n + 1) + 6\% \times \ln(A3_n + 1) + 5\% \times \ln(H_n + 1) + 15\% \times \ln(R_n + 1)] \times \delta$ ^[8]		

[4] 若该项分值 (P_n) 低于80%, 每降低 $X\%$, TQI 总分值乘以 $(100\% - X\%)$; 若在年终考核时分值 (P_n) 仍低于80%, 则全年的网上共青团工作评价等次不评为“好”。

[5] (1) 活动须有用户报名, 且主办方在活动结束后在后台上传了现场照片, 方可计入指数测算范围;
(2) 当无效活动发布数占比大于活动发布总数的20%时, 每大于 $X\%$, 活动开展情况单项分值乘以 $(100\% - X\%)$;

(3) 无效活动包括恶意刷数据的活动、虚假活动、纯工作会议、要求用户在广东“青年之声”平台以外重复报名的活动、活动描述过于随意以致用户无法理解的活动等;

(4) 用户对活动评分2分及以下记录负向分值, 即2分记作-1分, 1分记作-2分。

[6] 评分 (H_n) 大于等于90分时, 每多 X 分, TQI 总分值乘 $(100\% + X\%)$

[7] 业务申请包括: 团员报到审核、团员资料修改审核、组织关系转接审核、团员奖惩录入审核; 以上业务均需在接到团员或下级团组织申请的48小时内完成审核。

[8] 最终结果四舍五入取小数点后0位; 公式中的 δ 为常数。

二、“i 志愿”系统及“注册志愿者证”工作（35%）

各镇街（园区）团委		
指标	细则	权重
团员志愿者占团员比例（ Y_n ）	“i 志愿”系统各镇街（园区）累计注册团员志愿者数，占“智慧团建”系统团员数的比例不低于 60%。	5%
注册志愿者占当地常住人口比例（ V_n ）	“i 志愿”系统累计注册志愿者数，占各镇街（园区）常住人口比例不低于 13%。	5%
持证志愿者数（ C_n ）	各镇街（园区）持有“注册志愿者证”的人数不低于 1000 人。	10%
持证志愿者数占比（ K_n ）	各镇街（园区）持有“注册志愿者证”的人数，占“i 志愿”系统上当地累计注册志愿者数的比例不低于 20%。	30%
组织及团体年平均开展活动数（ A_n ）	“i 志愿”系统各镇街（园区）注册志愿服务组织及团体，2018 年平均发布并开展的服务活动数（须有服务时间登记等完整服务记录）不低于 5 次。	20%
参加活动志愿者占注册志愿者比例（ H_n ）	“i 志愿”系统各镇街（园区）累计参加过活动的志愿者人数，占注册志愿者人数的比例不低于 30%。	5%
注册志愿者年人均服务时长（ T_n ）	“i 志愿”系统各镇街（园区）注册志愿者 2018 年人均服务时长不低于 4 小时。	25%
<p>“i 志愿”系统及“注册志愿者证”工作（VCI）计算总公式：</p> $VCI \approx [5\% \times \ln(Y_n + 1) + 5\% \times \ln(V_n + 1) + 10\% \times \ln(C_n + 1) + 30\% \times \ln(K_n + 1) + 20\% \times \ln(A_n + 1) + 5\% \times \ln(H_n + 1) + 25\% \times \ln(T_n + 1)] \times 500$ <p>^[9]</p>		

[9] 以上各项指标均由“i 志愿”系统后台自动抓取，结果四舍五入取小数点后 0 位。

各学校团委		
指标	细则	权重
团员志愿者占团员比例 (Y_n)	“i 志愿”系统各高校、中学累计注册团员志愿者数，占“智慧团建”系统团员数的比例为 100%。	30%
持证志愿者数占比 (K_n)	各高校持有“注册志愿者证”的人数，占“i 志愿”系统上学校累计注册志愿者数的比例不低于 20%。	20%
组织及团体年平均开展活动数 (A_n)	“i 志愿”系统各高校、中学注册志愿服务组织及团体，2018 年平均发布并开展的服务活动数（须有服务时间登记等完整服务记录）不低于 5 次。	20%
参加活动志愿者占注册志愿者比例 (H_n)	“i 志愿”系统各高校、中学累计参加过活动的志愿者人数，占注册志愿者人数的比例不低于 30%。	10%
注册志愿者年人均服务时长 (T_n)	“i 志愿”系统各高校、中学注册志愿者 2018 年人均服务时长不低于 4 小时。	20%
<p>“i 志愿”系统及“注册志愿者证”工作 (VCI) 计算总公式： $VCI \approx [30\% \times \ln(Y_n + 1) + 20\% \times \ln(K_n + 1) + 20\% \times \ln(A_n + 1) + 10\% \times \ln(H_n + 1) + 20\% \times \ln(T_n + 1)] \times 500$ ^[10]</p>		

[10] 以上各项指标均由“i 志愿”系统后台自动抓取，结果四舍五入取小数点后 0 位。

三、新媒体工作（15%）		
指标	细则	权重
微信公众号 (W_n)	微信公众号运营成绩根据清博 WCI 新媒体指数得出, 若发生重大舆情事故, 年度 WCI 指数得分倒扣 50%。	70%
微博运营 (B_n)	官方微博至少每周更新一次, 若无官方微博或连续一个月未更新, 该项计零分。 ^[11]	10%
网络文化产品 (D_n)	包括视频、歌曲、H5、小程序、表情包、动漫等, 按实际网络影响力考核评分	20%
新媒体工作 (WBI) 计算总公式: $WBI \approx [70\% \times \ln(W_n + 1) + 10\% \times \ln(B_n + 1) + 20\% \times \ln(D_n + 1)] \times \delta$ ^[12]		

[11] 重大舆情事故的判定标准为广东青年舆情监测系统预警为黄色及以上。

[12] 最终结果四舍五入取小数点后 0 位; 公式中的 δ 为常数。

附件 2

各基层团委“网上共青团”工作联系表

序号	所属团组织	工作内容	联系人	联系方式	备注
1		分管副书记			
2		智慧团建			
3		青年之声			
4		i 志愿系统			
5		网络新媒体			

备注：此表请于 6 月 28 日前报送至团市委宣传部邮箱。联系人：邓杓均，联系电话：22219564，电子邮箱：2219564@163.com。

附件 3

2018 年东莞青年之声平台建设指标

镇街	人口系数			1、平台基础数据			2、平台服务青年情况		
	人口排名	2015年末常住人口(万人)	人口系数	有效访问量	新增用户数	平台更新天数	活动发布数	活动报名数	活动评分
长安	1	66.06	8.1	每天不为零	80个/月	20天/月	5个/月	150人/月	每个活动不为零
虎门	2	63.83	7.8	每天不为零	80个/月	20天/月	5个/月	150人/月	每个活动不为零
塘厦	3	48.48	6	每天不为零	80个/月	20天/月	5个/月	150人/月	每个活动不为零
东城	4	48.14	5.9	每天不为零	80个/月	20天/月	5个/月	150人/月	每个活动不为零
厚街	5	43.75	5.4	每天不为零	80个/月	20天/月	5个/月	150人/月	每个活动不为零
寮步	6	40.8	5	每天不为零	80个/月	20天/月	5个/月	150人/月	每个活动不为零
常平	7	38.59	4.7	每天不为零	60个/月	20天/月	5个/月	130人/月	每个活动不为零
凤岗	8	31.85	3.9	每天不为零	60个/月	20天/月	5个/月	130人/月	每个活动不为零
大朗	9	31.11	3.8	每天不为零	60个/月	20天/月	5个/月	130人/月	每个活动不为零
清溪	10	31	3.8	每天不为零	60个/月	20天/月	5个/月	130人/月	每个活动不为零
南城	11	30.24	3.7	每天不为零	60个/月	20天/月	5个/月	130人/月	每个活动不为零
大岭山	12	27.56	3.4	每天不为零	50个/月	20天/月	5个/月	120人/月	每个活动不为零
万江	13	24.39	3	每天不为零	50个/月	20天/月	5个/月	120人/月	每个活动不为零
石碣	14	24.1	3	每天不为零	50个/月	20天/月	5个/月	120人/月	每个活动不为零
黄江	15	22.8	2.8	每天不为零	50个/月	20天/月	5个/月	120人/月	每个活动不为零
高埗	16	21.51	2.6	每天不为零	50个/月	20天/月	5个/月	120人/月	每个活动不为零
横沥	17	20.45	2.5	每天不为零	50个/月	20天/月	5个/月	120人/月	每个活动不为零
沙田	18	17.93	2.2	每天不为零	40个/月	20天/月	5个/月	110人/月	每个活动不为零
莞城	19	16.65	2	每天不为零	40个/月	20天/月	5个/月	110人/月	每个活动不为零
桥头	20	16.52	2	每天不为零	40个/月	20天/月	5个/月	110人/月	每个活动不为零
石排	21	15.74	1.9	每天不为零	40个/月	20天/月	5个/月	110人/月	每个活动不为零
茶山	22	15.72	1.9	每天不为零	40个/月	20天/月	5个/月	110人/月	每个活动不为零
石龙	23	14.21	1.7	每天不为零	40个/月	20天/月	5个/月	110人/月	每个活动不为零
道滘	24	14.16	1.7	每天不为零	40个/月	20天/月	5个/月	110人/月	每个活动不为零
中堂	25	13.92	1.7	每天不为零	40个/月	20天/月	5个/月	110人/月	每个活动不为零
东坑	26	13.45	1.7	每天不为零	40个/月	20天/月	5个/月	110人/月	每个活动不为零
樟木头	27	13.16	1.6	每天不为零	40个/月	20天/月	5个/月	110人/月	每个活动不为零
企石	28	12.15	1.5	每天不为零	40个/月	20天/月	5个/月	110人/月	每个活动不为零
麻涌	29	11.88	1.5	每天不为零	40个/月	20天/月	5个/月	110人/月	每个活动不为零
谢岗	30	9.81	1.2	每天不为零	30个/月	20天/月	5个/月	100人/月	每个活动不为零
望牛墩	31	8.56	1.1	每天不为零	30个/月	20天/月	5个/月	100人/月	每个活动不为零
洪梅	32	5.81	0.7	每天不为零	30个/月	20天/月	5个/月	100人/月	每个活动不为零
东莞理工	——	——	——	每天不为零	80个/月	20天/月	5个/月	150人/月	每个活动不为零
东莞城院	——	——	——	每天不为零	80个/月	20天/月	5个/月	150人/月	每个活动不为零
东莞职院	——	——	——	每天不为零	80个/月	20天/月	5个/月	150人/月	每个活动不为零
广科院	——	——	——	每天不为零	80个/月	20天/月	5个/月	150人/月	每个活动不为零
创新职院	——	——	——	每天不为零	80个/月	20天/月	5个/月	150人/月	每个活动不为零
亚视职院	——	——	——	每天不为零	80个/月	20天/月	5个/月	150人/月	每个活动不为零

备注：2018年6月起，“青年之声”平台取消了原有的移动端绑定数、组织活跃度（即找咨询板块的“有效提问量”“话题参与度”“被回复问题数”“找咨询评论数”“专家回复问题数”“团组织用户参与回答问题数”）、活动评论、月报表上交情况等指标的考核。

2018 年东莞“青年之声”平台建设 激励计划工作方案

为进一步推动东莞“青年之声”平台建设纵深发展，提升平台的实质活跃度和综合影响力指数，团市委决定制定 2018 年东莞“青年之声”平台建设激励计划，在活动共办、资源共享、平台共通上给予各“青年之声”团组织用户、“青年之家”线下服务站帮助，解决实际工作困难。具体方案如下：

一、实施时间

2018 年 6 月至 2018 年 12 月

二、激励对象

各镇街、高校团委“青年之声”组织用户及“青年之家”线下服务站

三、激励措施

（一）重磅活动发布

常态化面向全市“青年之声”组织用户及“青年之家”线下服务站征集重磅活动项目，每个月遴选出 10 个服务成效突出、社会影响力大、具有可持续性的活动项目列入东莞“青年之声”重磅项目发布。各组织用户、“青年之家”可申请报送青年赛事、培训、评比等主题性强、参与面广、周期性短的活动、项目（特

别是需要点赞评比功能的大型活动)。发布重磅项目的报名数、投票数、评论数等指标数全部纳入所在团组织用户。单个“青年之声”组织用户、“青年之家”申请发布重磅项目的次数不限。

(二) 活动联动支持

各“青年之声”组织用户及“青年之家”线下服务站举办的活动规模超过50人(按实际报名人数),可推荐给“青春东莞”合集推广或文章末端添加海报推广。举办的活动规模超过200人或整合特别优质资源的活动和项目,可申请与东莞共青团大数据与新媒体发展中心共同举办,在“青春东莞”微信公众号单独推广,并获得一定的文化产品、共同策划、摄影摄像等支持。

(三) 文化品支持

面向“青年之声”平台所有线上线下优质活动,提供青年之声文化品激励支持(如青年之声移动充、数据线、资料袋等)。活动、话题参与规模超过100人的活动、项目,按照参与人数约10%的比例提供激励文化品支持(单个活动、项目、话题总量不超过30份)。由各组织用户、“青年之家”按实际报名、参与活动、互动人数提出申请。

(四) 培训支持

强化工作培训,做好人才培养和技术开发,2018年内至少开展3期业务知识和技能培训,提高基层工作人员的平台管理水平。组织开展“青年之声”督导片区会议,全面了解各镇街团委工作开展情况。向各“青年之声”组织用户及“青年之家”线下

服务站管理员活动发布、重磅项目申报、审核等视频教程，以及活动发布规范、活动禁用处理办法等文字教程。各“青年之声”组织用户及“青年之家”线下服务站可提出平台运营、新媒体等培训需求，由东莞共青团大数据与新媒体发展中心按实际需求提供课程设计、导师讲课等支持。

（五）优秀活动宣传推广

畅通平台数据共享，每周重点宣传推广 1 个优质活动，在“青春东莞”贴文末端加入“青年之声”活动、话题推荐海报。优质活动、重磅项目海报可放置在东莞“青年之声”平台首页进行推广宣传。每月向团省委推荐重点优质活动，在“广东青年之声”微信公众号进行推送宣传。

附：东莞“青年之声”平台建设激励计划申请意向表

附

东莞“青年之声”平台建设激励计划申请意向表

序号	镇街/高校	活动名称	活动时间	活动地点	活动规模	活动类型	活动简介（可附方案）	申请意向
1								
2								
3								

备注：1. 活动类型填写线下或线上活动；申请意向填写重磅活动发布、文化品支持、活动联动支持或培训支持、宣传推广等。

2. 申请活动范围为2018年6月—12月；请于6月28日前将此表上报团市委宣传部。联系人：
卢丽娇、邓杓均，联系电话：222228086，邮箱：2219564@163.com。

(此页无正文)

(此页无正文)