

文章检索

特别专题

组织机构

专家库

您的位置: [首页](#) >> [论文库](#) >> [青年恋爱、婚姻与家庭研究](#)

江苏非公经济组织青年生存发展状况及工作对策研究

共青团江苏省委课题组 | 最后更新: 2004-8-23

江苏非公经济组织青年生存发展 状况及工作对策研究

共青团江苏省委课题组

在计划经济框架中,依据就业者所在部门的性质,有机关、事业、企业之分。传统的企业又有国营与集体之分。改革开放以来,随着经济体制改革的深化,出现了一些新的经济组织——外商投资企业、个体私营企业、乡镇企业、混合所有制企业及各类市场等经济组织。在中国人的现代化进程中,这些非公经济组织的发展具有划时代意义。乡镇企业及个体私营企业为农村青年城市化提供了契机,“三资”企业则为中国青年的国际化提供了舞台。随着企业改制,个体私营企业发展迅猛,截止2002年底,全省有个体工商户157.3万户,从业人员达286.5万人;私营企业28.6万户,居全国第一,从业人员363.7万人。规模以上私营企业8279个,注册资本1000万以上的私营企业2356个,私营企业集团147户,其中上市公司10户。江苏外商投资企业22991户,外资独资企业10131户,其中世界500强企业有153家在江苏投资。今后这些非公企业将吸纳更多的青年就业。据有关部门统计,目前我国100个人中就有1个在“三资”企业就业,10个企业员工中就有1个以上是外企员工。随着世界经济一体化进程的加快,以及我国经济体制改革的深入,越来越多的青年将到非公企业就业。他们生活在国家计划体制之外,所处的生存和文化环境比较特殊,有着独特的工作和生活方式。同时,他们又常常游离于团的工作对象之外。因此,关注他们的生活,研究他们的生存状态、发展特征应是新时期青年工作的重要内容。

本课题组于2000年10-11月间,调查了省会南京、苏南的苏州与昆山、苏中的南通与扬州、苏北的盐城等六个城市的经济技术开发区及其所属22个企业。调查中,点面结合,对开发区的领导及22个企业的高层领导、中层管理和一线工人做了60个个案访谈。发放了600份调查问卷,回收540份问卷,回收率90%,有效问卷501份,有效率93%。随后又于2003年10-11月进行了跟踪调查,召开各类青年座谈会9次,更加广泛地了解非公经济组织青年变化情况。

被调查青年年龄范围限在18-35岁之间，平均年龄为25岁；有效问卷中男性占总数的53.2%，女性占总数的46.8%，男女比例基本平衡；其中中共党员占9.8%，共青团员占71.3%，绝大部分为共青团员；其中初中及其以下文化程度占6.9%，高中文化程度占50.9%，大专占19.4%，本科以上占18.6%，最低学历为初中，最高学历为硕士；被调查对象62.7%就业于外资企业，其中21.2%就业于外商独资企业，41.5%就业于中外合资企业，19.4%就业于个体私营企业，13.2%就业于股份制企业；就业于外商独资和中外合资企业的，有16%的人就业于美资企业，11%就业于西欧国家投资企业，15.2%就业于日资企业，14%就业于港澳台资企业，4%就业于东南亚国家投资的企业。

根据问卷及访谈情况，我们试图对江苏非公经济组织青年的工作、学习、生活及价值观念等情况做一剖析，为新时期青年及团建工作再上新台阶提供理论基础和决策依据。

非公经济组织青年的工作状况（略）

非公经济组织青年的生活情况（略）

非公经济组织青年的价值观透视

非公经济组织青年尤其是外资企业青年受到多种文化的熏陶，世纪之交，中国当代青年又面临着社会转型的挑战、信息时代的挑战和发展道路的挑战，这三大挑战都直接或间接地对青年价值观产生深刻的影响。我们通过对江苏非公经济组织青年的消费观、婚姻观、事业观、道德观及现代性的分析发现，江苏非公经济组织青年消费较为理性，家庭责任感有所弱化，把婚姻幸福、事业等置于家庭之上，同时又不因事业而牺牲生活质量，追求个性自由，道德观、人生信仰开始出现多元化趋势。

一、消费比较理性

从总体上说，非公经济组织的青年的消费观比较理性。我们用三个指标来测试消费观念。第一是否认为消费可以显示一个人的地位与大度；第二是否愿意花100元去烫一个最新式的发型；第三朋友聚餐是否愿意实行“AA”制。调查显示，62.2%的人并不认为一个人的消费可以显示他的地位和大度，70.3%的人不会花100元去烫一个最新式的发型，56.8%的人赞同朋友聚餐实行各自付账“AA”制。

深入分析我们发现，年收入在1.5万元以下的阶层和年收入在2万元以上的阶层消费都比较理性，他们对第一个问题有70%左右的人作了否定回答，对第二个问题有75%-90%的人作了否定回答，第三个问题与收入的卡方检验没有通过，但与恩格尔系数显著相关，除了绝对贫困和最富裕阶层外，恩格尔系数在0.4-0.6之间以及在0.2-0.3之间的阶层都有65%以上的人对此题作了肯定的回答。而年收入在1.5-2万之间的阶层消费相对比较感性。这个阶层对第一问题有47.8%的人做否定回答，56.55%的人对第二问题做了否定回答，恩格尔系数在0.3-0.4之间的人对第三题做肯定回答的比例也最小，只有58.3%。总之，从收入分层来看，中间收入阶层的消费比低收入阶层和高收入阶层更非理性些。低收入者的消费理性缘于经济实力的不济，那么高收入者的理性来自何方？这是个值得深入探讨的问题。

从性别差别来看，愿意花100元去烫个最新式的发型的男性只有10.6%，女性有22.4%，存在显著差异。如果控制变量文化程度，我们发现，12.3%的男性大专生和41.5%的女性大专生对此问题作了肯定回答，本科以上学历文化程度中11.1%的男性和50%的女性也作了肯定回答。显然，男性消费比女性更理性，女性消费更具感情色彩。

从文化程度的差别来看，大专以上文化的人更倾向于赞成朋友聚餐实行“AA”制，初中以下文化的赞成比例为43.8%，高中为52.2%，大专为60.9%，本科以上为71.4%。另外文化高的人对消费似乎更感性，更乐于追求时髦。大专和本科文化中分别有23.4%和23.2%的人愿意花100元去烫新式发型，而初中和高中文化分别只占12.5%和9.5%。如果控制变量性别，可以发现，大专和本科文化中分别有41.5%和50%的女性持同意态度，而初高中文化中只有10%和11.3%的女性持同意态度。这种现象一方面可能因为文化高收入也高，另一方面文化高的人更乐于追求个性化的生活。

另外，对朋友聚餐是否愿意实行“AA”制的回答存在较大的地区差异，南京地区的非公经济组织青年78.8%赞成“AA”制，而盐城地区只有35.9%赞成“AA”制。这种差异与区域文化也有关系，比如苏北的盐城、徐州等地民风纯朴、热情好客，在这种文化背景中人们对“AA”制自然难于接受。

在消费习惯上，随着人们活动范围的扩大和经济状况的改善，一家一户自给自足的消费方式正迅速向社会化消费方式转变。卫生、文明、高雅、科学、健康和具有时代感的现代消费习惯为越来越多的人所认同，消费习惯已越来越具有社会意义，并成为文明的尺度。人们在消费取向上，更侧重其个性特点、开放品格、精神层次和文化内涵。在消费模式的选择上，他们更加注重个人或某一群体的判断和偏好，而并不在乎别人或者其它群体怎么看；他们普遍追求新颖、时髦、美观、功能多样化和富有个性的商品，而对父母和祖父母等前几代人所注重的坚固耐用等传统消费观念并不认同。

二、婚姻幸福重于家庭责任

婚姻自由是人们基本权利，这已无需讨论。婚姻自由有结婚的自由也该有离婚的自由。结婚自由已为人们普遍接受。那么对离婚自由在非公经济组织就业的青年有何想法？我们设计了这样一个问题让被调查者进行价值判断：如果夫妻感情破裂，即使有小孩也应离婚。调查显示，有16.5%的人不同意这个说法，46.4%的人同意这个说法，37.1%的人表示说不清楚。从理论上讲夫妻感情破裂离婚是必然选择，但从行为选择来说，孩子问题使多少受婚姻之苦的人们徘徊于婚姻自由门前举棋不定。进一步分析发现，女性对婚姻自由更执着，在表示同意的人中男性占43.3%，女性占49.5%，有差异性存在。回答不同意的比例女性为11.8%，男性为20.2%。在控制变量年龄后，在23-25年龄段性别差异依然存在，男性同意的比例为46.2%，女性同意的比例为58.6%。显然，在非公经济组织的青年在追求婚姻自由方面女性比男性态度更坚决。

三、事业重于家庭

对于家庭的看法，有48.1%的人不同意女性应该把家庭置于事业之上的说法，有59.2%的人不同意为了家庭应该牺牲个人爱好的说法。这表明就业于非公经济组织的青年有淡化家庭强调个性自由发展的意识倾向。这种意识倾向有性别差异，女性更希望能摆脱家庭的束缚从事个人的事业。对上述两个问题的

态度，女性的否定回答经卡方检验显著高于男性。控制变量文化程度，这种差别仍然存在。这与女性长期被锁定于家庭妇女角色的历史背景有关。事实上目前仍然是女性在更多的承担家务责任，因而她们这种淡化家庭突出个性的欲望更强烈些。有意思的是同意女性应该把家庭置于事业之上的与文化程度有关。本科以上比大专以下比例更高，本科、大专、高中、初中的比例分别为34.1%、19.4%、17.4%、12.9%。这表明文化层次越高，家庭与事业的矛盾越大。如何两全其美，兼顾男女双方各自的事业发展，兼顾家庭与事业的和谐发展，这是新时期青年工作值得研究的问题。

四、生活与工作一样重要

关于生活，47.5%的人并不同意“生活中大多数事情都不如工作重要”，但有40%的人认为如今生活容不得那么多诗情画意，52.6%的人崇尚“在生活中简单即好”。这说明大部分青年在追求工作成就的同时并不放弃对生活质量的追求，但也很现实，少有不切实际的幻想。在求是务实和享受生活之间求合理，体现了当代青年生活价值观念的发展潮流。

五、人际关系不必太过亲密

西方文化认为，人际之间的亲密关系只能存在于诸如家庭、教堂、俱乐部和邻里等狭小的范围内，工作单位中则无需个人感情等因素。因此，西方管理者反对人际情感因素渗入企业组织运作与管理中，不赞成在工作单位内结成过于亲密的人际关系。从我们本次调查来看，同意“同事之间应该是一种单纯的工作关系”这一观点的只有20.3%，60.2%的人并不赞同此观点。对此观点的态度男女有别，男性更多的反对此观点，更倾向于谋求在同事间建立除了工作关系的其他友谊。

有49%的人认为同事之间应互相帮助，但又不能靠得太近。对此不同文化层次的人有不同的反应，赞同此观点的初中、高中、大专、本科的比例依次为32.3%、42.0%、56.5%、64%。这表明文化层次越高的人越倾向于主张人际关系保持一定的距离。不同的企业类型对此观点也有不同的看法，同意这个观点的比例在私营企业最高，达64%，在乡镇企业同意的比例只有33.3%，而在外商独资企业和中外合资企业的比例并不高。这也从一个侧面表明了个体私营企业在人际关系及人情方面比其它企业淡薄。

91.6%的人赞同人与人之间应多些真情，72.5%的人反对人与人之间是一种单纯的交换关系的说法。89.7%的人认为搞好人际关系的前提是本人的自立自强，95.1%的人认为人应自尊并尊重他人。从访谈中我们发现，新经济组织青年在企业内部的知心朋友不多，也有不少人主张在同事间没有必要建立亲密的关系。另一方面，从国企出来的人很留恋国有企业内部的那种工作关系外的人际关系，人情味足，职工有很强的归属感、自豪感。其实，人情作为人性中最活跃的因素，它能为人的观念和行为提供巨大的心理能量。因此，一方面要尽量避免将情感因素掺杂到工作中，另一方面要设法对人情等因素加以科学引导，使它变为一种可控的、能够工具化的东西，借以提高组织和工作的效率。

目前许多外商投资企业一改前些年企业凭借其“财大气粗”的雄厚实力，大肆对工资的炒作，纯粹以高薪来吸引人才的做法，代之以企业内部设置了各种极富“人情味”的福利。比如注重职工伙食的改善及伙食设备的投资，从先前的吃饱吃好发展到目前注重营养配置及饮食结构的合理性。再如许多企业花大力气为员工修建新型的浴室、图书阅览室、娱乐室等。随着知识经济时代的到来，员工们普遍感到

自我知识结构的更新至关重要，因此企业又适时改进了员工培训福利，对员工提供培训方面的资助，为员工支付部分或全部与正规教育课程和学位申请有关费用、非岗位培训或其他培训，甚至包括书本费和实验室材料使用费等。企业完善各项福利制度与过去那种单一的靠高薪来吸引人才的方法相比具有更大的优越性，同时更能使员工感觉到企业的温暖，从而大大改善过去那种“你出一份力，我拿一份薪”这样赤裸的雇用与被雇用的劳资关系。

六、道德观念

道德价值观是青年处理国家、社会、家庭、职业与自身深层利益关系的价值准则，因而是整个价值观念体系中最根本的意义和依据。

(1) 对人的本性的看法。本次调查中有57.8%的人认同“人的本性是自私的”的观点，有性别差异，女性赞同的比例为61.4%，男性赞同的比例为54.1%。这与女性在社会中是弱势群体有关，她们更多的受到不公正对待甚至侵害。其中中共党员中也有49%的人表示认同，但其比例明显少于其他人群。这种观点的意蕴是很复杂的，既有对人性中利己一面的埋怨，也有对人性中个体取向和自利行为一面的客观承认。比如他们又认为衡量一个人事业成功标准依次为对社会的贡献、赢得同事尊重和喜爱、高收入，把对社会的贡献排在第一位。因此这种观点既可以是一种道德评价，也可以是一种认知评价，我们不能简单地把它作为非公经济组织青年道德状态的评价依据。

(2) 对道德标准的看法。社会转型过程中，传统道德标准面临重大的挑战，但在新的价值标准建立之前，相对主义思想在道德评价中必然乘虚而入。本次调查中，认为现代社会中对错难分的青年占54.4%，这一方面反映他们在道德认知上，追求对个人和社会真正有意义的价值的自由心态，并试图以西方的价值观来评判生活中的善恶与是非。另一方面也反映了他们在道德判断中难以适从的迷惘心态。

(3) 对宽容态度的看法。根据访谈所得印象，非公经济组织青年重视人际间的宽容，重视对不同价值观的尊重，他们对人工流产、安乐死、独身、未婚同居、试婚、离婚、非婚性关系等现象都十分宽容。对“宽恕别人的不道德行为是有涵养的表现”的观点明确反对有60.7%，18%的人表示同意，21.3%的人则“说不清”。这表明起码有近四成的人对不道德的行为采取听之任之的态度。不过，中共党员对此持反对意见的高达71.4%，共青团员达62.8%，非党团员持反对意见的只占39.6%，差异显著。对婚外恋现象的看法不一，有25.5%的人表示完全可以理解，37.3%的人明确反对，37.1%则表示“说不清”。进一步分析发现，文化层次越高的人对婚外恋现象越能宽容，本科以上赞同的比例为37.3%，初中以下赞同的占12.9%。不同年龄的人对婚外恋的态度有显著差异。31-35年龄段的青年赞同的占37%，18-22年龄段的青年赞同的占17.2%。后者大多处于恋爱阶段，对婚姻、爱情充满幻想，故主张用情专一是主流。前者大多已经历了一定时间的婚姻生活，对婚姻的态度更趋现实。因此，对婚外恋的态度不纯粹是道德问题，它是与婚姻质量等相联系的社会问题。调查显示，有52.4%的人赞同提倡安乐死，只有14.1%的人表示反对。大专以上文化的人更倾向于提倡安乐死，31-35年龄段的人有72.9%的人同意提倡安乐死，男性也更倾向于赞成安乐死。

(4) 对待“好人”与“能人”的态度。调查显示，认同“好人比能人更可贵”的达58.9%，反对这种观点的只有15.1%。这表明非公经济组织青年总体上受中国传统文化的影响比较明显，对人的评价

倾向于持道德主义的标准，反对能力主义标准。在赞成道德主义评价标准的人中没有性别差异，不过，在赞成能力主义评价标准的人中男性明显多于女性，男性为20.2%，女性为8.9%，差异显著。这也从一个侧面表明非公经济组织青年中男性的竞争意识明显强于女性，女性更倾向于安贫乐道。

(5) 对“义利”观的看法。总体上非公经济组织青年受中国传统文化影响较明显，有一半的青年认为道义高于功利。只有15.6%的青年认为在义和利不能兼顾时，应该以“利”为重。当然抽象地谈对义和利的取舍没有多少实际意义。在对义和利进行行为选择时，必须考虑物质基础。但调查表明，经济基础不是决定性因素。同意“舍利取义”的比例最低的并不是最低收入阶层，而是中等收入阶层。而明确反对“舍利取义”的比例最高的也是中等收入阶层。

七、群体认同感

调查显示，非公经济组织青年88.3%的人没有宗教信仰，7.3%的人自称信佛教。25%的人认为自己及同事跟传统企业的职工不一样，属于比较特殊的一类人，41.7%的人认为自己及同事和传统企业的职工没有什么两样，29.7%的人表示“说不清”。从总体上讲，非公经济组织在许多方面和传统企业不一样，就业于非公经济组织的青年也感觉到他们的生存状态、生活方式、工作理念和工作方式有别于传统企业，但目前这种差别还不太显著、清晰。进一步分析，我们发现，乡镇企业的青年员工跟传统企业职工的同质性最强，有外资成分的企业的青年员工和传统企业职工的异质性较强，私营企业其次。大专以上学历程度的人对异质性的感知较强，而高中以下文化程度的人对同质性感知更强些，经卡方检验差异显著。由此看见，总体上江苏非公经济组织青年与传统企业青年差别不大。已有的差异是青年本身受的企业外教育所致还是企业文化所造就？有待进一步研究。

八、现代性

人的现代化中，价值观念的现代化是标志和核心。体现在非公经济组织青年身上的这种现代性主要表现在开放性、平等性、自治性、宽容性及普遍主义精神和信任感。本次调查设计了18个指标衡量非公经济组织青年的现代性，满分11分，并把它分为三等：8-11分为一等，现代性强；4-7分为二等，现代性中等；0-3分为三等，现代性弱。统计结果显示，平均得分5.6，总现代性处于中等水平。0-3分之间的比例32.5%，4-7分之间的比例29%，8-11分之间的比例38.5%。经检验，一等现代性强的比例高于其它两组。结合个案访谈我们发现，外资企业历史包袱较轻，传统陋习的积淀很少，青年在这里可以接触到比较先进的管理技术和管理理念，比较容易形成许多有特色的现代观念和行为习惯。外资企业青年现代性平均得分5.7，经方差分析检验，与个体私营企业青年现代性平均得分4.7在0.05显著性水平上有差异。

一个人事业成功主要依靠什么？调查显示，江苏非公经济组织青年认为一个人事业成功依靠的因素依次为个人能力、个人努力和机遇。不同企业的青年对上述三个要素重要性的认识有所差异。40%的外资企业和个体私营企业的青年首选“个人能力”，他们比较强调依靠个人能力、个人奋斗来获得成就，反对通过特权和不正当关系来获得个人成功。两者也有差异，外资企业青年更强调“能力”，个体私营企业青年则更强调“努力”。股份制企业青年职工认为“机遇”第一重要。乡镇企业的青年有20%的人认为“家庭背景或出身”是影响个人事业成功的第一要素。

总体来说，非公经济组织青年容易接受新事物新思想，反对守旧与封闭，以比较宽容的心态处理人际关系。追求自由平等、独立自主，崇尚个人的地位、权利、价值和尊严，反对上尊下卑的等级观念。工作上打破人情壁垒，一切从事实出发，在事实、工作面前人人平等，反对地位、级别等身份观念对管理秩序和工作流程的干扰。认同规则意识，反对主观随意性。他们认为衡量一个人事业成功的标准依次为对社会的贡献、赢得同事尊重和喜爱、高收入。股份制企业青年对“社会贡献”认同的比例明显高于其它企业，对高收入的认同比例则明显低于其它企业。个体私营企业的青年与其它企业青年相比，更注重自己在同事中地位与形象，更希望能赢得同事尊重和喜爱。

江苏许多中小型非公经济组织在产权、管理等方面与现代企业制度的要求还有距离，一些规模较小的中外合资企业、甚至外商独资企业都是中方沿袭老的一套企业管理办法自己管理自己。在这些非公经济组织工作的青年与传统企业职工的同质性较强，现代性也较弱。

正如前文所述，非公经济组织青年把对社会的贡献排在衡量个人事业成功标准的第一位，相应地，非公经济组织青年对社会的关注也很投入。28.2%的人对国际国内发生的重大事件很关心，57.6%的人较关心，总比例达85.7%。有44.5%的人经常和他人私下讨论政治问题。相对而言，对政治很关心的比例外资企业的青年最低。不关心的人虽然很少，但也主要集中在外资企业。

在经济全球化的过程中，对中国经济发展前景很有信心的有33.1%，较有信心的有47.2%，也就是说80.2%的人对我国经济发展前景有信心。其中外资企业和股份制企业青年对中国经济发展前景有信心的比例高于乡镇企业。前者均在80%以上，后者只有70%。对本企业参与全球市场竞争有信心的占66.7%，其中25.6%的人很有信心。不同企业间的差别显著。外资企业的比例最高，乡镇企业最低。

对国内改革最关心的三件事依次为反腐败（54.7%）、社会稳定（40.5%）和医疗、养老等社会保障（40.5%）。非公经济组织青年的社会参与感也很强。有64.4%的人非常希望能自愿参加各种社会团体。外资企业和个体私营企业的青年参加社会团体的愿望更强些。有84.4%的人认为自己所在社区的发展与自己息息相关，有80.1%的人愿意义务献血，84.3%的人愿意参加义务劳动。

非公经济组织青年与青年组织、团组织

共青团在国有企业作为党的助手，在团结青年、发动青年、服务青年、教育青年等方面做出卓有成效的贡献。而在非公经济组织，团组织要从无到有，从小到大成长起来，发挥做用，在目前面临不少困难，有许多问题需要研究。江苏省各级团委在各级党委的支持领导下，就非公经济组织团建工作从理论到实践进行有益的探讨，大胆的尝试，取得了一定的成绩和经验。

一、江苏非公经济组织团建经验与成绩

服务青年是团组织工作的宗旨，非公经济组织青年呈现出一些新的特征，出现了一些新的问题，这给团的工作提供了活动的空间。江苏这几年来，在非公经济组织的团建工作方面进行了积极的探索，积累了不少好的经验。

第一，建团方式的创新。根据非公经济组织的不同情况，因地制宜，因企制宜，灵活设置团的组

组织，在实践中摸索出了几种建团模式：一是独立建团。主要是一些中方负责经营管理或建立党组织的企业。二是依托建团。主要是在一些已建立工会组织，建团尚有困难的企业，先依托工会建立青年组织，由工会委员担任青年组织负责人，等时机成熟后再独立建团。三是社区建团。在非公经济组织较为集中或非公经济组织青年居住集中的区域，以开发区、街道、居委会、社区为单位建立团组织，以社区为纽带，实现对非公经济组织青年的管理和服。四是行业建团或产业建团。对产业关联度比较强的行业，通过举办相关活动，先联络青年，然后在外商的认同下适时成立团组织。

第二，覆盖领域的拓展。广泛建立青联和青年社团，对非公经济组织青年进行组织覆盖。非公经济组织汇聚了大批优秀青年，他们中的许多人学历层次相对较高，思想活跃，需求也多元化。传统的共青团的工作已不能很好地涵盖青年工作的全部，于是共青团工作社会化的新思路应运而生。苏州新区、昆山开发区、南通开发区等地都积极成立了青年联合会，发展青联委员，更广泛地团结、联系了非公经济组织的优秀青年人才。苏州新区还尝试建立了“21世纪白领俱乐部”，昆山开发区成立了“优秀青年联谊会”等青年社团组织，以会员制的形式团结开发区的各类青年。特别是苏州新区“21世纪白领俱乐部”，实行市场化运作方式，活动内容由开发区团工委设定，然后由广告公司负责策划，由企业赞助经费或由会员交纳费用。此外，一些地方还探索在企业成立青年工作协调组织。如镇江金河纸业有限成立青年工作委员会，由公司总经理担任主任，办公室设在团委，青年工作委员会起到协调、指导、督促的功能，协调企业各部门做好青年工作。

第三，党工团一体化模式。南通、昆山等地积极探索党委、政府、工会、团委联动共建机制，推行党工团一体化模式。依照有关法律先在企业中组建工会，然后依托工会逐步成立党团组织，开展党团活动。在组织建设上实行“工会先行，党团跟进”策略。在活动方式上，采用“党组织出点子，工会出钱，团组织出力”的方式。在干部配备上，一般采用党组织书记兼工会主席，工会委员兼团组织负责人的做法。通过党工团在组织建设、干部配备、活动开展等方面的协同配合、一体化操作，有效地推进了非公经济组织的党群工作。

第四，引导和规范青年自发基层组织。由于非公经济组织管理方式的特殊性、团员青年的分散性和流动性，以及青年需求的多样性，共青团组织通过基层团支部发挥作用的途径已经不能适应时代的发展规律，因为不仅没有统一行动的时间保证，而且缺乏经费保障。同时，过于组织化的基层模式也难以满足青年个性发展的自主要求。所以，在非公经济组织中，许多青年自发性的组织已经开始取代过去团支部的作用，对其进行引导和规范是共青团进一步巩固团的基层组织、积极创新团的基层制度的新途径。

尽管有这样那样的困难，许多企业还是把团组织建起来了，并开展了卓有成效的活动。团组织开展的活动主要集中在组织开展文化娱乐活动（52.3%）、组织青年业务技术培训（35.3%）和开展志愿者服务活动（30.5%）。青年们认为最适合企业和青年的需要的活动是青年文体娱乐活动（52.7%）和青工专业技术培训（48.3%）。青年们最希望团组织或青年组织提供的服务是组织青年业务技术培训

（57.7%）、结合业务提高青年员工素质（54.7%）、组织开展文化娱乐活动（52.9%）、帮助某些青年解决具体困难（47.3%）和争取和维护青年员工的合法权益（46.7%）。

二、江苏非公经济组织青年工作存在的问题

问卷调查显示，有85.5%的青年回答自己企业有团组织，有43.7%的青年回答自己企业有青年组织。

可实际情况并不乐观，非公经济组织的青年工作存在不少问题。

第一，组织覆盖率不高，团组织和青年组织覆盖率低。有不少非公经济组织党工团组织全无，有的虽有组织存在，却难有组织活动。总的来说，组织覆盖率不高。如苏州新区有三资企业300多家，130家符合建团条件，但目前已建团组织企业才6家。苏州园区的外资企业建团率为零。昆山开发区2000多家三资企业中才有146家建立团组织。昆山在非公经济组织中从业的35周岁以下的青年近10万人，其中团员约占15%左右，而全市各级团组织统计在册的非公经济组织的团员只有5000多名，大量的团员青年游离于团组织之外。组织覆盖率不高的主要原因是思想认识上的不统一。由于意识形态、价值观念的差异，部分外方老板对具有政治色彩的共青团组织心存疑虑，不愿意在企业成立团组织；而一些地方党政领导怕提及党团组织会引起外方顾虑，从而影响投资环境，因而对非公经济组织的青年组织工作也积极性不高，重视不够。

第二，团组织在青年心目中地位不高。大部分非公经济组织企业对团组织或青年组织不太重视甚至根本不重视。由此也造成团组织在青年心目中地位很低。比如在工作上遇到不顺心的事，有37.6%的青年会找主管上司，而找党工团组织的总计也不到10%。在生活上遇到不顺心的事，有74.2%的青年找朋友商量解决，而找党工团组织的累计不到3%。

第三，管理难度大。非公经济组织青年流动性强，团员流失现象较为严重。一方面，大量的非公经济组织企业还没有建立青年或团组织，许多青年、团员游离于组织之外。另一方面，在建立团组织的非公经济组织企业中，部分团员组织观念淡薄，参加团的活动不感兴趣。还有团的活动时间和工作时间冲突的矛盾，也使部分团员对组织活动有抵触情绪。有些团员的组织关系没有及时接转，成为“口袋”团员，有的甚至不愿暴露团员身份。有些青年在思想上趋利性明显，政治意识不浓，这些都给非公经济组织的青年管理工作增添了难度。

第四，缺乏有效的运行机制和法律保障。绝大部分非公经济组织企业管理严格，满负荷运作，团组织活动时间难于保证。有些企业团组织好像“地下组织”似的，开展活动多以工会的名义进行。许多企业团的活动经费没有保障，多数是从工会会费中支出。在非公经济组织中缺乏团组织和青年组织发挥作用的机制，更没有法律保证。

第五，工作不活跃。从已建团的非公经济组织来看，团的工作往往在建团伊始热闹了一段时间，过后又归于松散甚至瘫痪，导致这种状况的原因主要有三难：一是争取支持难，二是人员组织难，三是经费筹集难。

第六，团组织定位与青年工作发展要求不相适应。共青团工作一向是青年工作的重点，团组织的许多工作都是以此展开的。但是，随着社会结构的变化、社会群体的分层，以及青年内涵的拓展和团青比例的变动，以28周岁以下的青年作为共青团工作的对象只能涵盖青年工作的基础工作对象，而在社会上具有特殊影响力的大青年群体（28-44周岁，青年上限根据国际惯例）被忽略了，即使有青联组织，也还不能做到全员覆盖。而大青年群体的社会参与和组织归属要求是比较强烈的，因此青年工作的社会需求和供给不仅出现脱节，而且实现有效的均衡还缺乏强有力的组织依托和政策框架。

三、非公经济组织青年的困惑

目前团组织在非公经济组织青年心目中地位不高，不是因为这些青年不需要组织，事实上他们在日常工作、生活中有许多烦恼，需要有人有组织去帮他们排忧解难。

其一，工作的不稳定感。外商到本地投资看上的是本地的获利机会，或可支援总公司的竞争优势，所以在营运状况佳的时候，对表现好的所谓“SUPER STAR”给予高官、厚禄、车子、住房等。可是当公司发现员工无法为公司带来利益时，轻者减薪降职，重者加以开除，如果整个分公司的表现均未达理想也可能整个公司结束营业，打道回总公司。不管您曾为公司闯出多少天下，立下多少汗马功劳，照样打包整理，回家吃自己。

其二，公司的短视行为。一般的欧美公司，总希望能在一两年内达到营运目标，对总公司或股东们有所交待。以致每月、每季、及每年的获利情形，变成外企经营者的重要指标，此举除了造成部属不少的压力外，也使得长远的市场深耕、人员接续和基础研发，显得不是如此的急迫与重要。

其三，情谊淡薄。由于前两种情境因素使然，员工与同事及上司之间的关系，也就显得较为紧张，平日在一起虽然有说有笑，可是当遇到与工作分派、责任归属，及加薪多少等事相关时，对错之间的取舍就比平日的交情来得重要。

其四，分工精细，出路变窄。在大多数的美商公司之中，非常重视专业的分工，以及专业人员的培养，一位员工进入这样的环境中，可能练就某一种技能而终其一生。在现今强调科技整合和工作丰富化的潮流之中，万一有个闪失，想要换到别的公司或行业时，会有空有一身技艺，却无处伸展之叹。

其五，晋升困难。不管你多么能干，工作多么出色，一般都很难担任具有关键决策能力的高阶主管。这点在外企和私企都一样。

其六，感情困扰。一般非公经济组织企业都地处相对偏僻，离所在城市中心较远，因而相对比较封闭。这给年轻人恋爱交友带来了困难。

其七，有危机感却不知所措。非公经济组织青年大多有工作压力感、危机感。自己感到自身素质低，却不知道学什么好；工作很卖力，技术也在行，但理论不行，讲不出道道来。总之，有危机感却不知道怎样摆脱。

非公经济组织青年工作的对策建议

非公经济组织是社会主义市场经济发展阶段的必然产物，是社会生产力得到进一步解放的标志。但是，这一企业制度形态在我国市场经济过程中已烙上了强烈的体制色彩和区域特点。因此，生活和工作在非公经济组织中的青年群体带有更多的双重性和矛盾性，其生活方式、工作态度、人生追求、价值取向和精神状态一方面折射着先进生产力所蕴含的先进理念和意识的光芒，另一方面又与传统经济组织中的青年群体存在千丝万缕的联系。这种青年群体的过渡状态既使原有的共青团组织设置逐渐失去依托，又为共青团和青年工作带来一定的艰巨性和复杂性。同时，经济全球化、技术数字化和社会信息化的浪潮又为非公经济组织的共青团和青年工作提供了更加广阔的背景，并将这一问题上升为具有全局性与战略性课题。因为非公经济组织聚集了大量的青年，其中不少都是优秀青年。作为社会先进生产力的代

表，非公经济组织的青年不仅受到市场经济的推崇，而且急剧变化的时代还将他们从生力军迅速转化为主力军。同时，随着我国加入WTO的步伐，青年已成为国家潜在的战略资源和现实力量。所以，进一步认识非公经济组织共青团和青年工作的紧迫性和危机感，提高建团率、扩大覆盖面，增强凝聚力已刻不容缓。要做好非公经济组织的共青团和青年工作，就必须从宏观与微观相结合的角度寻找突破口，在政策环境、管理体制、运行机制、资源整合等方面进行大胆的创新和探索。

一、政策环境不断优化

在政策环境上，共青团组织应该重新审视和确定自己在党委、政府、社会关系中的组织定位，理顺关系，明确职能，从政策法规或法律法规上加快青年组织的立法进程，为共青团和青年社团组织参与社会提供强有力的法律保障。

1. 优化政策环境，加快立法进程

第一，从加强党组织建设的角度推进共青团和青年组织立法进程。作为党的助手，共青团政治地位是不言而喻的，党团之间的关系也是十分清晰的。然而，在非公经济组织中，党团建设却是一个新课题，因为非公经济组织不仅投资主体具有组织设置决定权，而且在地方经济的发展中，由于资本供需关系处于不均衡状态，因此，在许多条件下，党团建设一定程度上都让位于经济建设。这样，非公经济组织的党团建设无疑是我们急需加强的薄弱环节。从调查来看，党团建设状况不容乐观，特别是在一些外方独资企业或外方处于控股权地位的合资企业。即使一些通过合法的工会组织切入新经济组织，不少党团仍处于“地下状态”。这与我们执政党的形象显然是不相符合的。据此，我们认为，仅凭工会进行渗透显然是不够的，还需共青团发挥先锋模范作用，与工会双管齐下，互动推进。而这样，共青团和青年组织就必须有一个符合社会法规的身份，才能为外方所接受。同时，具有法律地位的青年社团也更容易为外方所接纳。因此，从加强党建的角度推进共青团和青年组织的立法进程具有重要的现实意义。在非公经济组织中，可以探索各类青年社团的组建形式，以社团引团建，促党建，循序渐进地加强共青团建设，推进党的建设。

第二，从完善政府职能的角度推进共青团和青年组织的立法进程。从法律上讲，政府并没有赋予共青团和青年组织处理青年事务的权利，但事实上，共青团和青年组织却承担了许多义务，这种情况在计划经济条件下还有一定的可行性，但在市场经济体制中却越来越困难。所谓名不正、言不顺、行不力。对于非公经济组织，共青团和青年组织缺乏参与青年事务的法律权利，外方投资者当然予以排斥。在我们调查的企业中，并不是青年不需要组织，而是找不到组织。即使有一些组织存在，也因为没有正常的渠道连接起来。因此，在转变和完善政府职能的改革中，应进一步理顺关系，明确职责，赋予共青团和青年组织参与社会事务的权利，推进共青团和青年组织的立法进程，为非公经济组织的青年提供更有力的服务。

第三，从规范和发展社会公益或互助组织的角度推进共青团和青年组织的立法进程。市场经济是法治经济，它不仅要求市场发展符合法律规定，而且更要求政府行为的规范化和法治化。政府的法治建设将伴随着权力的下放和社会公益服务组织、中介机构的产生。共青团组织作为社团法人，不但有非常坚实的政治基础，而且还迎来了社会公益服务组织大发展的好时机。抓住这一契机，加快共青团和青年组

织的立法进程，既可以为共青团和青年组织的新发展创造良好的社会环境，又能够进一步促进和规范其他社会团体的健康运行，使社团法人成为推动社会进步的一支必不可少的力量。

2. 制订青年政策，规范青年事务

从党的角度，共青团的角色定位已经明确，党对共青团的原则要求和指导思想也十分清晰。然而，从政府和社会的角度，无论是共青团和青年组织的职能，还是国家的青年政策，都还缺乏系统的规划与定位。虽然共青团组织承担了政府和社会的一些青年事务，但却没有相应的权利与资源，因此，我国目前的青年政策是不完整的，青年事务缺乏系统性，共青团组织力量也相对薄弱，因此，青年常常处于社会弱势群体的地位。而随着我国社会主义市场经济的发展，以及知识经济的来临和社会人口结构的变化，青年的重要性越来越大，青年的作用越来越强，青年的地位越来越高。重新审视和认识青年群体的力量不仅是市场经济与信息社会的必然要求，而且也是我国自上而下有针对性地制订青年政策、规范青年事务的现实课题。因为青年在21世纪既是国家的希望与未来，更是国家的现实资源和竞争力量。在非公经济组织内，我们深刻感受到青年人力资源的竞争已经开始，且人力资本的流向也渐趋失衡。如果我们对此熟视无睹，那么不单会流失青年人力资源，而且还会丧失为国家培养优秀青年一代的大好机会。

二、管理体制力求创新

在管理体制上，共青团和青年组织要以改革为动力，以创新为原则，突破单一的计划管理框架，重新构建以共青团为核心，以青年组织（社团）为重点，以关心青年的社会团体与个人为基础的开放性社会网络组织体系。在宏观上加强自觉性青年社团建设，增强先进性；在微观上规范自发性青年社团成长，突出群众性。

长期以来，受我国计划经济体制的规范约束，共青团和其他青年组织的自身管理体系一直处于金字塔式的多重等级结构的框架之中，然而，随着我国市场经济的建立和政治体制改革的深入，共青团组织自身许多不适应的地方已暴露出来，特别是在基层一线，随着青年群体的流失，不少团支部和团委处于空壳状态。在非公经济组织中，流入的青年又处于团组织尚未建立的真空状态，加之团员数量下降，青年数量上升，团青比例失调，基层共青团和青年组织开展工作十分艰难。不仅团组织活力减小，而且共青团的先进性也有所弱化。因此，共青团在非公经济组织青年心目中的地位不显著。鉴于此，共青团和青年组织在管理体制上的战略重组已刻不容缓。

1. 提高建团率，增强先进性，巩固核心层

共青团是一切青年组织和社团的核心，然而，其核心地位需要靠两个决定性的因素体现，一是先进性，二是影响力。但是，我们调查的不少地区和非公经济组织，普遍存在数量上片面追求建团率、质量上忽视先进性与凝聚力的现象，仿佛在非公经济组织中只要团建上去了，其他问题就迎刃而解。事实上，一味追求建团率不仅没有实际效果，而且在一定条件下削弱共青团的先进性，减少凝聚力。因为无论是非公经济组织，还是其中的青年群体，其组织选择和个人选择都有独立的自主性与自适性。团建离开非公经济组织的实际，忽略青年群体的需求，不仅无益，而且有害。因此，在非公经济组织发展初期，共青团一定要因时、因企、因地、因势地提高建团率的质量，切不可产生偏颇。同时，更重要的是，对于担负重任的县级以上团委，要加强自身建设，增强团组织的先进性，扩大组织的社会影响力，

把共青团打造成极具磁场效应的青年组织，成为所有青年团体的中坚和核心。通常，我们对青年团员批评有余，而对自己审视不足，这在社会转型期是迫切需要注意的，因为青年团员不仅是我们的共青团存在的基础，还是我们存在目的。

2. 出覆盖面，加快青年组织发展，抢占重点圈

根据团章对青年范围的规定开展青年工作，显然是不够的。从团青比例的变化到社会阶层的分化，一个不争的事实是：大青年群体（28-44周岁）不仅是人力资源构成中的战略资源，而且是知识经济时代举足轻重的现实力量。从青年发展和国家发展相互作用的角度看，对大青年群体的组织覆盖和活动覆盖具有重要的战略意义和现实价值。可以说，团务工作是青年工作的基础，大青年事务工作是青年工作的重心。青年组织、青年社团是共青团在非公经济组织中团结青年、凝聚青年的重点。从“小团建”走向“大团结”，这必将是青年组织发展的必然趋势。

经济发展不仅伴随着社会生产力的提高，而且驱动着社会文化力的扩张，其显著标志是各类社会团体或公益与互助组织的大量涌现。作为社会先进生产力的开拓者，青年群体也会自发性建立许多团体，特别是在社会转型时期。我们在非公经济组织调查中也发现，64.4%青年非常希望能自愿参加各种社会团体。外企和个体私营企业青年的团队归属愿望更强烈一些。这表明加快发展青年社团，扩大青年工作的覆盖面不仅具有潜在的需求基础，而且还有现实的重要意义。因为从一定程度上讲，非公经济组织中的青年群体一方面是先生产力的载体，另一方面也是优秀文化的代表。同时，更是知识经济时代最具有影响性的现实力量和关键因素之一。因此，青年社团工作应该是非公经济组织中青年工作的重点领域，是共青团组织体系中需要开拓和创新的重要环节。

3. 注重影响力，加大共青团与社会后援团体与个人的自由链接，夯实基层面

关心青年成长成才既是共青团的神圣使命，也是全社会的共同责任。但是在具体操作中，还缺乏必要的管理体制来协调和集中社会资源处理青年事务，所以，在非公经济组织中，共青团的力量不单十分薄弱，而且还缺少广泛的社会认同与支持。同时，共青团工作体制的自我封闭性也使团工作的社会影响不大。在我们的调查过程中，社会基层面对共青团的认知十分有限，即使共青团做了大量的工作。造成这种局面的主要原因不完全在于团工作效果不彰，而在于体制不顺。因此，设法与社会上关心青年成长成才的各类后援团体与个人建立互动机制和作用渠道，乃是共青团夯实基层面、扩大影响力的战略举措，是共青团动员社会力量成就自身事业的制度平台。

总之，在管理体制上，要突破固有的框架，以青年的需求为导向，实现从组织中心向青年中心转变、从青年静态管理向动态管理转变、从注重数量向追求质量转变，重新建构以共青团为核心层，以青年社团为重点圈、以社会后援团体与个人为基层面的开放性社会网络组织体系，从而适应市场经济的发展要求。

三、运行机制大胆突破

在运行机制上，共青团要大胆探索和尝试新经济组织内部协同机制和外部互动机制，切实解决共青团工作社会化中遇到的新问题。调查表明，非公经济组织虽有不同差别，但共青团工作的困境是相同的，集中表现在共青团工作与企业工作运行上的内部协同率低、外部互动率差。因为许多非公经济组织

自身有独立规范的管理机制，团组织很难融入进去，且时间、经费、人员等得不到保证。同时，八小时以外的团活动往往没有互动机制，开展得好的团组织基本上依靠团干部的个人能力和魅力，而这种基石往往是不牢固的。那么，怎样才能探索建立有效的运行机制呢？我们提出以下几方面的建议：

1. 建立青年工作联络员或观察员制度

在没有建立共青团和青年组织的非公经济组织中，由县级团委在企业内部选拔综合素质好的员工，作为青年工作联络员或观察员，了解企业青年动态，协调地方团组织与企业投资人的关系，牵头组织和参与企业内外活动。

2. 设立社区性青年论坛

社区是非公经济组织共青团和青年工作的重要突破口。要通过设立社区性青年论坛，完善青年活动阵地，加强优秀青年的定期交流，增强共青团和青年组织的内在凝聚力和外在感召力，切实提高共青团和青年组织在青年心目中的地位。

3. 利用法定节假日，建立青年主题活动制度

活动是共青团和青年组织生气勃勃的有形载体，要结合青年特点，通过丰富多彩的主题活动，寓教于乐，增强吸引力和感染力，引导青年健康成长，实践成才。

4. 利用网络建立青年慈善社区，统筹协调不同企业青年的公益活动

网络是信息社会的无形社区，要利用科技手段建立形式多样的青年公益活动平台，通过青年志愿者组织，加强对非公经济组织青年的伦理教育、情感教育和思想教育，把江泽民同志倡导的“以德治国”落实到青年中去。

5. 由地方团委设立“青年110”，维护青年权益，解决青年困难

就我省目前来看，青年还处于社会弱势群体，所以，通过法律手段，加强对青年群体的保护，维护其权益既是广大青年的呼声，又是社会转型期的特殊需要。地方团委要协调有关部门，设立“青年110”，积极帮助青年排忧解难，切实保障青年的合法权益不受侵犯。

总之，在运行机制上，我们认为要把市场经济规律与教育规律结合起来，改善团组织的供应链管理，将服务企业效益与服务青年成才贯穿于共青团工作的全过程，将重点从八小时内转向八小时外，重心从企业转向社区，积极探索一条适合非公经济组织团工作社会化的有效运行机制。

四、资源条件整合优势

在资源上，要通过法律、行政、经济等手段增强共青团社会资源共享权利，壮大和发展共青团社团法人的力量，为有效开发利用青年人力资源创造条件。

非公经济组织中的青年不仅仅是社会的独特群体，而且还是具有增长潜力的人力资源。对这些人力资源的开发和利用是共青团组织又一崭新的课题，是共青团和青年工作在市场条件下的重要内容。然而，非公经济组织青年还缺乏有力的组织依托和足够的资源条件，因此，非公经济组织的共青团和青年工作既存在管理上的缺陷，又存在资源上的约束。调查表明，大多数新经济组织的共青团和青年工作在组织上、时间上、经费上、人员上、制度上、阵地上、团干部队伍上等各个方面都得不到合理合法的保障，其工作开展的效果自然可想而知。更为突出的是，共青团和青年工作大多成为非公经济组织中团干

部（如果有团干部）的额外社会工作，其负担十分繁重，压力比其他员工大。团干部开展工作主要是依靠其社会责任感和自我奉献精神。所以，整合社会资源、开发自身资源，形成竞争优势是市场经济对共青团——作为社团法人生存与发展的必然条件和重要前提。

1. 加强党对共青团的领导，形成共青团在市场经济框架中的组织优势和政治优势

作为党的助手，共青团的组织优势和政治优势曾为党和国家做出过突出的贡献，发挥出巨大的作用。然而，随着市场经济体制的建立，社会资源的分配逐渐从政府控制向市场调节转移，这种转移一方面减弱了政府对社会资源的行政垄断，提高了社会效益，另一方面增加了企业法人和社团法人对社会资源的选择权和支配权。但是，对于后者来说，这种选择权和支配权不是靠政府给予的，而是凭竞争获得的。而对共青团来说，在资源流向过程中，一方面削弱了自身原有的组织优势和政治优势，其表现是团组织先进性的弱化。另一方面适应市场机制的竞争能力与优势还没有形成，其表现是团组织战略性萎缩与退化，特别是在利益冲突和价值冲突较为激烈的基层，比如我们所调查的非公经济组织。可以说，在这些较为现代的企业法人团体中，共青团组织不是有名无实，就是弱势组织。显然，其市场条件下的先进性是难以体现的，因此，重提形成共青团在政治上和组织上的优势，实际上是市场经济框架中的更高要求。形成这一优势，不仅需要共青团解放思想，转变观念，开拓创新，而且更需要党加强对共青团的领导，为优势的形成创造更好的政策环境和制度环境。特别是对团干部的培养、输送，要有新的要求，新的机制，新的途径。这是共青团最为宝贵的政治资源。

2. 聚焦青年，服务青年，大力开发和利用青年人力资源，形成共青团在市场经济框架中的资源优势 and 知识优势

作为社会群体中的重要组织部分，青年是最具活力的主体。随着物质资源的过度开发，人们已把目光转向具有无限潜力的人力资源。在知识经济的浪潮中，人力资源的开发和利用业已成为许多国家与地区提升综合竞争力的主要战略之一。特别是老龄社会的来临，青年不单单是一种形成国家竞争优势的战略资源，而且还是经济全球化竞争中最为亮丽的现实焦点和重点。我们所调查的非公经济组织，几乎无一例外地感受到青年人才竞争所导致的市场震动和资源流失。青年人才流动已成为市场经济中资源争夺战最为司空见惯的现象。同时，人才竞争低龄化趋势也开始浮出水面。所有这些，无不证明青年是知识社会最为宝贵的资源和资本，是市场经济最为追捧的现实力量。作为青年组织，共青团如果不能开发和利用好这些资源，那么，其存在的基础和价值就失去意义。

对青年人力资源的有效开发和利用，既能形成共青团的资源优势，又能提升共青团的知识优势，而这两个优势正是共青团适应市场经济体制，获得生存与发展，发挥先锋模范作用的代基础，是共青团先进性得以认可的资源保证。

3. 植根社会，整合资源，形成共青团在市场经济框架中品牌优势和文化优势

在非公经济组织中，开展好共青团工作，仅凭借上述两方的优势是不够的，还需要全社会的关注、支持和参与。如果共青团的组织力量不能与社会力量有机整合，那么共青团的影响力既没有社会基础，又没有发展基础。调查发现，在非公经济组织成长环境中的人士，对共青团开展的许多活动了解不多，印象比较深的大都是利用社会资源，形成强势品牌的活动，比如较有影响的“希望工程”、“青年文明号”、“保护母亲河行动”等社会参与性强的活动。由此可见，共青团开展活动必须深深地植根于社会

的需求土壤，通过挖掘社会资源，动员社会力量，打造具有共青团青年文化内涵的活动品牌。

综上所述，非公经济组织的出现为共青团和青年组织开展工作提供了又一崭新的舞台，能否出色地完成任务，不仅取决于共青团和青年组织在市场经济框架中生存与发展的政策环境，而且取决于共青团与青年组织在管理体制、运行机制和资源条件等各个方面的改革与创新能力，特别是在社会生产力从劳动生产力向知识生产力的飞跃过程中，迅速形成自身竞争优势的创造力与文化力。实践证明，这两种力量是任何社会组织在历史大变革中永续发展的根本保证。

（课题组负责人：练月琴 课题组成员：沈自力、周永中、张超、张海燕）

责任编辑：路得、郭栋

[\[返回首页\]](#)[\[关闭窗口\]](#)



版权所有 京ICP备05031004号

地址：北京市西三环北路25号 邮编：100089

编辑部：86-10-88422055 电子信箱：louke11@yahoo.com.cn

