

# 第六届中国青年志愿服务公益创业赛参赛项目简介

项目名称	028.C青年，你好！——蓉漂青年创意空间运营公益项目
申报方式	省级赛会单位推报
项目类别	文化传播与旅游服务
项目实施时间	2018-08至2023-08，共计60个月
项目简介（500字以内）	<p>028.C青年，你好！——蓉漂青年创意空间运营公益项目依托一个阵地、倡导四大友好、开展N类公益行动，带动被成都文化所吸引的蓉漂青年融入城市、交友乐活、发挥创意，使蓉漂青年在融入城市的同时为宽窄巷子为代表的少城文化焕发新的活力。</p> <p>2018年，28名北京、上海、杭州等地来成都工作、生活的“蓉漂青年”，为老成都文化所吸引，发挥兴趣爱好为宽窄巷子定制了一套充满青春活力的文创公益产品，被官方点赞。信心大增的他们租下宽窄巷子马路对面的斌升街28号，改建成双创孵化和城市有机更新复合型商业空间——“028.C青年创意社区”，供蓉漂青年入驻、集会，共创公益潮文化。</p> <p>5年来，蓉漂青年从文创开始，到运营“028.C青年创意社区”公益空间，通过引入潮流品牌、文化企业、孵化培育文创产业人才、向社区开展公益空间、开展丰富多彩的公益活动的方式，以阵地为依托，以“社区/社群”为核心，以青年创新创业为切口，以文化为主线，开展公益创业。</p> <p>目前，项目已入住5个品牌、5家企业，孵化6个项目或品牌、建立10余个社群、年开展公益活动近200场惠及青年10万人、带动100余名青年创就业，带动经济收入近300万元。</p>
社会成效和社会价值（300字以内）	<p>1、双创孵化和复合型商业空间并行。社区已入住5个品牌、5家企业，孵化6个项目或品牌，已初步形成完整的文化产业链。</p> <p>2、深耕内容和活动，激发新消费场景。年度吸引超10万名青年消费和游览，开展公益活动150余场次，更新自由探索城市风味的泛文化类播客120余场。</p> <p>3、活力社群，用骑行探索城市，发现不一样的成都。组建成立活动社群和商居联盟等组织10余个，社群规模突破5000人；举办超过50场骑行活动，参与人数1200余人。</p> <p>4、当好“孵化器”，助力小微文创品牌“站住脚”。针对高校在校和毕业青年等群体，区分3种就业创业形态，持续开展服务和孵化，服务青年创就业超过100人，带动经济收入近300万元。</p>
运营保障（500字以内）	<p>本项目依托“028.C青年创意社区”实体商业空间，由公益创业团队总体运营（进行品牌招商和公益活动策划）。</p> <p>实体空间总面积1408平方米，分为A栋和B栋2个区域，A栋有5层，B栋有3层，通过引入具有相同理念的潮流文化品牌收取租金实现自我造血。AB栋的1、2层均为“生活方式商业空间”和“艺术文化商业空间”，A栋3、4层为产业办公空间，定义为“创意工作室”和“内容工作室”。A栋5层为园区孵化器，定义为“共同主理/孵化中心”，已孵化6个项目或品牌。</p> <p>公益创业团队分为市场开发部、伙伴服务部和公益策划部三个部门。其中，公益策划部主要策划和执行围绕四大友好的各类公益活动。</p> <p>目前创意社区入驻企业聚焦于文化创意及生活方式领域，已初步形成完整的产业链，其中包括了创意的策划、设计、生产、销售、展示、营销等多个环节，涉及文化创意设计、数字文化创意、文化旅游、文博文创等多个领域。</p>
组织治理（500字以内）	<p>组织治理以公司运营+社群运营为抓手。公司设置市场开发部、伙伴服务部和公益策划部三个部门。社群依托兴趣小组、社区和商居联盟建立，目前已有10余个，5000余人。</p> <p>组织治理基于“四大友好”理念。</p> <p>1.以骑行友好为理念，开展每周1次的“少城文化”骑游活动，以少城文化著名地标为节点，在骑游活动中，通过文化爱好者的志愿讲解，深度体验少城文化。</p>

	<p>2. 以环境友好为理念，开展环保展、环保讲座、开发旧物再生的文创产品或装置。</p> <p>3. 以宠物友好为理念，在空间中设置宠物友的饮水、如厕装置和玩具，为宠物主人和爱好者提供交流平台。</p> <p>4. 以社区友好为理念，在阵地外为居民设置可以舒适、自由地落座、晒太阳、聊天的区域和桌椅；在阵地内设置可变空间，居民可以申请无偿使用场地进行会议、活动；蓉漂青年同居民共同策划展览、活动，促进文化交流。</p>
<p><b>公益创业模式</b> (500字以内)</p>	<p>公益创业模式为，依托“蓉漂青年乐活、少城文化弥新”的共同理念，以“固定空间出租、可变空间共创、公益活动共策、文创产品共售”为主要收入来源，进行公益创业。</p> <p>共同理念——“蓉漂青年乐活、少城文化弥新”决定了运营团队在寻找合作方的时候，将共同的理念作为引入商家的重要衡量标准。入驻企业不仅是青年耳熟能详的潮流文化品牌，更乐意融入社区、参与公益、共同发展。</p> <p>固定空间出租，即出租“生活方式商业空间”和“艺术文化商业空间”共计4层商业铺面，以及共计3层的“产业办公空间”工位，获得租金。</p> <p>可变空间共创，即将1层主入口旁的黄金地段设置为定期更换的品牌快闪店或主题活动，和品牌共创。二楼工作坊空间，定期举办手工坊、分享沙龙等多种线下活动，低偿收费或争取公益资金扶持。</p> <p>公益活动共策，即同不同的合作方一起策划公益活动，例如“你好呀，少城！”文化沙龙、““要啥？自行车！”展览等丰富多彩的公益活动，获得分成。目前“028.C骑行派”、“鲸鱼赫兹”和四友市集”已常态化开展形成品牌。</p> <p>文创产品共售，即协助青年设计师开发《大熊猫（舞剧）》特色文创产品、大运村签约文创产品、“蓉城社区淘”系列文创产品等获得收入分成。</p>
<p><b>存在困难及下一步打算</b> (500字以内)</p>	<p>下一步打算：</p> <p>1、 进一步扩大蓉漂青年的认同感。目前，蓉漂青年参与活动的积极性日渐高涨，重复参与率已达67%。下一步，将继续围绕“少城文化”开发蓉漂青年有兴趣的公益活动，促进青年融入和发展。计划每年开展活动200个。</p> <p>2、 进一步挖掘文化内涵形成品牌。目前已打造6大文化品牌，孵化100余名文化青年，下一步计划进一步加强宣传报道，参与评优评奖，夯实品牌矩阵和影响力。计划每年新增3项潮文化品牌。</p> <p>3、 引导青年交友创业和发展。以文化为引，进一步引导青年婚恋交友、创新创业，实现个人的成长和发展。计划年直接服务青年潮3000人。</p>