



树牢正确政绩观 深耕文旅营销路

●麻艳

正确的政绩观是党员干部干事创业的“指挥棒”,直接决定工作方向、履职成效与价值取向。文旅部门市场推广岗位的党员干部,身处产业发展一线,肩负着深挖林区特色资源、激活旅游市场活力、服务群众文旅需求、助力地方经济发展的重要职责。树立和践行正确政绩观,不仅关乎个人履职实效,更深刻影响着内蒙古大兴安岭文旅产业可持续发展、边疆森林文旅品牌建设,以及广大游客和林区群众的切身利益。身处林区文旅营销岗位,我们必须以正确政绩观为引领,摒弃急功近利的短视思维,深耕森林文旅特色,以务实担当推动文旅营销工作提质增效,全力护航内蒙古大兴安岭森林旅游高质量发展。

一、深刻领悟内涵,锚定政绩导向,把握文旅营销岗位核心要求

习近平总书记强调,要牢固树立正确的政绩观,多做打基础、利长远的事,不搞脱离实际的盲目攀比,不搞劳民伤财的形象工程、政绩工程,真正做到对历史和人民负责。这一重要论述,为文旅营销岗位党员干部指明了工作方向、划定了行动准则。

内蒙古大兴安岭是我国面积最大、保存最为完好的寒温带原始林区,拥有原生森林湿地、深厚森工文化、民俗非遗、冰雪康养四大优势资源,是生态文旅发展的核心载体。近年来,内蒙古森工集团将生态旅游列为五大产业板块之一,建成1个5A、3个4A级景区及多个森林小镇、自驾车营地。2025年,旅游收入达1亿元,接待游客96万人次,实现了生态保护与文旅发展双赢局面。作为文旅营销岗位的党员干部,我们要深刻认识到手中的推广资源、营销权限是组织赋予的职责,绝非彰显个人功绩的工具。在履职过程中,必须始终坚持以人民为中心,把游客满意度、林区群众获得感、文旅企业认可度作为衡量政绩的根本标准,牢记“功成不必在我,功成必定有我”的使命担当,既要抓实抓细“大兴安岭号”旅游列车推广、“林海拾秋”自驾环线引流等眼下工作,同时要着眼长远,科学布局,统筹推进森林文旅品牌长期培育、非遗旅游融合产品打造、G331自驾风景线生态建设等工作,确保每一项营销举措都紧密贴合林区实际,经得起实践和历史的检验。

二、对标检视短板,深挖问题根源,清醒查摆政绩观偏差突出问题

对照正确政绩观要求,结合岗位职责和森

林旅游发展实际,通过工作复盘、基层调研、企业座谈、游客走访等方式,我们清醒认识到在政绩认知、工作实践、作风落实三方面仍存在明显短板和不足,与“打基础、利长远、重实效、惠民生”的要求还有一定差距。

(一)重短期流量、轻长远培育,政绩认知存在偏差

日常工作中,往往过度关注短期营销曝光量、季度游客增量、活动即时引流数等显性指标,在森林文旅品牌塑造、森工文化挖掘、非遗产品迭代、生态口碑积累等长效工作上投入不足。比如,开展策划营销活动,更倾向选择见效快、数据直观流量型活动,对“森林文化探秘”“鄂温克驯鹿民俗体验”等长线推广项目谋划不深、推进不力。2025年,依托新媒体打造“冷极冰雪”“热极话题”,短期曝光量突破千万,但未能深挖莫尔道嘎森林小火车、满归红豆林宿等核心业态的文化内涵,导致热度褪去后品牌记忆度、留存度较低。

(二)重形式创新,轻实效落地,工作作风不够务实

文旅营销需通过创新形式吸引市场关注,但实际工作中存在“为创新而创新、重形式轻实效”的倾向,进而导致过度追求宣传形式新颖、活动场面热闹,对举措是否贴合林区实际、能否提升客源增量和游客体验感考量不足。部分推广内容仅停留在“林海风光”表层宣传,对林下经济、特色美食、森工文化、民俗技艺等核心资源挖掘不深、故事化呈现不足,导致营销宣传与实际情况相脱节。例如,2025年组织的部分线上推介活动,仅聚焦自然风光短视频传播,未联动线下森林步道、非遗手作、林区美食等体验场景,出现了“线上流量高、线下转化率”“纸上热闹、线下冷清”现象。

(三)重客源引流,轻服务衔接,政绩方向偏离民生

政绩的核心在于为民造福,文旅营销的最终目的是让游客获得优质体验、林区群众共享发展成果。但在实际工作中,存在“重引客、轻服务”的情况,重心过多放在客源引进、宣传推广上,对景区配套、体验保障、服务提升、业态完善等后续工作关注不足,未形成“营销引流—服务留客—品牌塑造”的闭环。一方面,对游客体验痛点回应不及时,如“大兴安岭号”旅游列车开行后,部分站点接驳交通不足,沿线林宿服务标准

不统一,导致游客满意度不高、复游率低;另一方面,主动服务林区文旅企业、林宿经营者、非遗传承人的意识不足,在政策传导、技能培训、供需对接等方面支持不够,如对满归红豆林宿、金河冷极村民宿等新业态,缺乏标准化服务指导和客源精准输送,未能有效带动林区群众就业增收,政绩观的为民底色彰显不足。

三、校准思想偏差,聚焦提质增效,以正确政绩观引领文旅营销升级

针对查摆出的问题,要坚持以正确政绩观为引领,聚焦“强根基、树品牌、优服务、惠民生”目标,精准施策、靶向整改,切实把整改成效转化为文旅营销工作高质量发展的动力。

(一)校准政绩认知,深耕长远布局,夯实森林文旅品牌根基

1. 系统规划品牌战略。依托原始森林、森工文化、民俗非遗、冰雪资源四大禀赋,打造“内蒙古·大兴安岭”核心IP,构建“春季杜鹃赏花、夏季森林避暑、秋季林海自驾、冬季冰雪康养”四季产品体系。重点培育阿尔山温泉度假、莫尔道嘎森林小火车、根河新东方大兴安岭研学教育基地、冷极村冰雪体验、满归红豆小镇核心业态IP,形成差异化竞争优势。

2. 深耕长线主题营销。摒弃“一阵风”式营销,持续推进三大长线产品。一是“森工记忆·文化寻根”产品,深挖林区开发建设历史,打造冷极文化馆研学、老林区故事分享、517工队森林生产原貌打卡等产品,传承弘扬森工精神;二是“非遗匠心·民俗体验”产品,联动鄂温克、鄂伦春非遗传承人,开发桦皮画制作、驯鹿奶茶熬制、民族歌舞体验等沉浸式产品,推动非遗与旅游深度融合;三是“G331林海秘境穿越”自驾产品,完善自驾风景线配套设施,推出11条森林自驾线路,组织“林海拾秋·房车秘境”踩线活动,精准对接京津冀地区自驾游客群体。

3. 优化政绩考核导向。建立以品牌影响力、游客忠诚度、社会效益评价、企业成长指数、群众增收目标为核心指标的考核体系,降低短期流量、即时收入等指标权重,将品牌培育、文化挖掘、服务提升、群众带动等纳入考核,引导党员干部牢固树立长远发展思维。

(二)锤炼务实作风,聚焦实效落地,推动营销宣传与资源深度融合

坚决纠正“重形式、轻落地”倾向,坚持“需

求导向、内容深耕、闭环管理、实效优先”原则,让营销宣传真正贴合林区实际,切实转化为发展实效。

1. 强化前期调研策划。建立“市场调研—资源梳理—需求对接—内容策划”前置机制,每季度开展客源市场调研,分析游客偏好、消费痛点;全面梳理森林、文化、民俗、冰雪资源,建立资源数据库;结合市场需求,策划差异化、接地气的营销内容,杜绝脱离实际的“空中楼阁”式宣传。

2. 打造沉浸式宣传矩阵。摒弃“重形式、轻内容”的宣传模式,构建“线上深度种草、线下沉浸体验、全媒体联动传播”矩阵。线上,借助抖音、微信视频号等平台,推出《林海深处》系列纪录片、《森工故事》短视频、《跟着非遗游兴安》直播,讲好森林故事、森工故事、民俗故事;线下,联动景区、林宿、非遗工坊,推出“线上引流+线下体验”融合产品,如短视频种草“森林徒步路线”,线下配套专业向导、生态讲解、补给服务;大力宣传“非遗手作体验”,线下提供传承人现场教学、作品带走服务,将宣传热度转化为客源增量。

3. 健全实效追踪机制。建立“营销活动—客源转化—游客反馈—优化提升”闭环管理体系,对每一场营销活动,全程跟踪曝光量、点击量、客源转化率、游客满意度。活动结束后,复盘总结,查找不足、优化方案,确保每一分营销投入都产生最大效益。

4. 畅通民意反馈渠道。建立游客满意度调查、林区群众座谈、企业意见征集常态化机制,通过景区问卷、线上留言、基层走访等方式,及时收集游客体验、群众诉求、企业困难,建立问题台账、限期整改、跟踪问效,以务实举措回应群众期盼,充分彰显正确政绩观的为民本色。

树立和践行正确政绩观,是文旅营销干部的终身课题,更是推动内蒙古大兴安岭森林旅游高质量发展的根本保障。作为内蒙古大兴安岭文旅产业条线的党员干部,要始终以正确政绩观为指引,厚植为民服务情怀,深耕森林文旅特色,扎实做好品牌培育、营销创新、服务提升各项工作,全力打造“内蒙古·大兴安岭”特色文旅品牌,推动内蒙古大兴安岭文旅产业从“流量”向“质量”跨越。

(作者单位:内蒙古森工集团)

劳动争议案件实务难点与维权路径探析

●张乌日娜

劳动争议案件事关劳动者切身利益与企业用工稳定,是民事法律服务中的常见类型。随着用工模式日趋多元化,全日制用工、劳务派遣、兼职用工、灵活就业及新业态就业等形式并存,劳动纠纷数量也随之持续上升。由于劳动者法律认知不足,企业用工管理存在疏漏,且双方权利义务界定不清,极易引发薪资拖欠、工伤赔偿、违法辞退、社保缴纳不足等各类劳动纠纷。由于多数当事人证据意识薄弱,诉求表达条理不清,部分企业存在规避用工责任的行为,这就要求代理劳动争议案件的执业律师必须准确运用法律法规,在保障劳动者合法权益的同时,引导企业规范用工,推动劳动争议妥善化解。

一、当前劳动争议主要纠纷类型与成因

结合办案经验来看,日常劳动争议主要分为四类。

一是劳动身份认定纠纷。不少务工人员未与用工单位签订书面劳动合同,仅凭口头约定务工,发生纠纷后难以确认劳动关系,无法主张工伤、经济补偿等法定权益。例如,在笔者代理的一起案件中,劳动者李某在某餐饮公司后厨工作近一年,双方未签合同,公司也没有为其缴纳社保。后李某在工作期间不慎滑倒受伤,公司以其“临时帮工”为由拒绝申报工伤。本案的核心在于如何证明劳动关系的存在。律师协助李某收集了包含公司负责人指令的工作微信群聊天记录、每月通过公司股东个人账户支付的工资转账记录、印有公司标识的工作服照片等证据,形成完整证据链,最终双方事实劳动关系得以认定,该公司依法承担了工伤赔偿责任。此案充分说明,在未签订书面劳动合同的情况下,留存和固定证据的至关重要性。

二是劳动报酬争议,包含拖欠工资、加班费核算、绩效克扣等问题,是劳动者最常见的维权诉求。例如,某科技公司因经营不善,连续拖欠程序员张某等5人三个月工资,总额达25万元。张某等人多次索要无果后委托律师帮助维权。代理该案后,我方不但主张公司支付拖欠的工资,同时在仲裁请求中增加了要求用人单位支付应付金额百分之五十赔偿金的诉求。最终,案件在仲裁阶段调解结案,公司一次性支付了拖欠工资及部分补偿,及时有效维护了劳动者的合法权益。

三是解除劳动关系纠纷,企业无故辞退、调岗降薪、逼迫员工主动离职,引发的经济赔偿金、补偿金争议。在一起典型案例中,王某在某公司工作三年后,公司以其“考核不合格”为由单方解除合同,且未支付任何经济补偿。我方审查发现,该公司的考核制度既未履行民主制定程序,也未向王某公示,解除决定缺乏事实与制度依据,构成违法解除劳动合同。根据相关法律规定,王某主张违法解除劳动合同赔偿金并得到支持。本案提醒用人单位,劳动合同解除环节是劳动争议的高发地带,务必做到程序与实体双重合规。

四是社会保险相关纠纷,企业不为员工参保、断缴社保,损害劳动者长远保障权益。例如,员工赵某在某公司工作5年,公司一直未为其缴纳养老保险。赵某离职后无法正常缴纳社保,养老权益受损。我方代理其向社保稽核部门投诉,要求公司补缴社保。经行政部门责令,公司最终为赵某补缴了相应年限的社保费用。此类纠纷虽不涉及现金赔付,但事关劳动者核心权益,处理不当极易引发长期矛盾。

纠纷产生原因具有双向性。劳动者层面,普遍存在忽视劳动合同签订、工资凭证和考勤记录留存,维权时举证困难;企业层面,部分中小单位用工制度不完善,为压缩用工成本漠视劳动法规,管理流程不规范。同时,灵活用工业态边界模糊,法律认定标准存在弹性,进一步增加了案件审理与代理工作的难度。

二、劳动争议案件代理实务难点

一是事实举证难度较大。劳动纠纷证据多由用人单位保管,考勤台账、工资流水、用工通知、辞退文件等材料,劳动者个人难以收集提交,无书面合同的案件事实还原难度极高,直接影响诉求支撑力度。

二是法律适用存在分歧。相似用工情形,在劳动关系、劳务关系判定上容易出现争议,二者赔偿标准、维权途径差异极大。加班费计算基数、工龄认定、经济补偿分段核算等条款,实务裁判尺度略有区别,案件预判存在不确定性。

三是薪资双方对立情绪严重。劳动者遭遇权益受损易产生抵触心理,企业担心赔偿造成损失拒不配合调解,双方难以协商达成共识,案件多走向仲裁、诉讼程序,维权周期拉长。

三、劳动争议案件化解与代理工作对策

(一)强化证据梳理,夯实维权基础。律师接受委托后,第一时间协助当事人整理相关材料,包括工作聊天记录、工牌工装、工资转账记录、工作成果单据、同事证言等。指导当事人固定关键事实证据,区分劳动关系与劳务关系取证方向,补齐证据链条,为仲裁及诉讼提供事实依据。

(二)精准适用法条,合理界定诉求。严

格依据劳动争议调解仲裁法、劳动合同法等法律法规,结合案件实际精准判定法律关系。根据欠薪时长、工作年限、辞退原因,依法核算工资、加班费、经济补偿金与赔偿金,既不夸大诉求、也不放弃合法权益,出具客观合规的维权方案。

(三)秉持调解优先,减轻当事人诉累。劳动争议以化解矛盾为核心目标,代理过程中要积极搭建沟通桥梁。向企业释明用工违法的法律后果,劝导企业主动承担法定义务和责任;安抚劳动者情绪,引导其理性看待纠纷处置,优先选择通过调解达成和解协议,快速兑现权益,减少当事人的时间与经济成本。

(四)普法宣传并重,从源头减少纠纷。案件办结后,同步开展普法工作,提醒劳动者入职时务必要签订劳动合同,妥善留存用工凭证;向涉事企业指出用工管理漏洞,建议完善考勤、薪资、离职制度,依法缴纳社保,从源头规避后续劳动纠纷。

劳动争议法律服务关乎民生权益与社会用工秩序,兼具法律专业性及民生温度。执业律师办理此类案件,既要坚守法律底线,以专业能力守护劳动者合法权益,规范企业用工行为,也要秉持包容审慎的处事态度,柔性化解双方矛盾。通过强化证据收集、准确适用法律、坚持调解优先、注重源头治理等综合策略,有效破解实务难点,实现高效、合规化解争议。在今后的执业过程中,将持续深耕法律实务,总结办案经验,精进实务能力,全力维护当事人合法权益,为构建和谐稳定、依规守法的用工环境注入律师力量。

(作者单位:内蒙古三恒(伊金霍洛)律师事务所)