

河南省平顶山市郟县工商联： 延伸服务链条 当好桥梁纽带

■宋辉锋

河南省平顶山市郟县工商联立足自身职责,充分发挥桥梁纽带和助手作用,以“三三四”机制(实施“三大工程”、搭建“三个平台”、做好“四项工作”)为抓手,全力服务全县民营经济高质量发展,推动工商联工作有作为有位。

“三大工程”强基固本

实施思想政治引领工程。为深入学习贯彻党的二十届三中全会精神,郟县工商联先后在江苏省苏州市、浙江省杭州市、四川省成都市举办民营企业企业家理想信念和企业家素质提升专题培训班,创新培训形式,丰富培训内容,进一步提升企业家的思想政治水平和商业才能。截至目前,累计培训300余人,全县企业家整体素质有了明显提升。

实施“青蓝接力”工程。举办青年企业家成长培训班,对“创二代”进行量身定制的“菜单式”培训,打造有方向、有本领、有担当、有内涵的年轻一代企业家队伍。其中,平顶山天晟电气股份有限公司董事长武天佑、河南省任氏瓷业有限责任公司总经理任皓宇等年轻企业家逐渐成为县域经济发展的领军人物。

实施企业服务提升工程。推动工信、住建、商务、市场监管、金融、税务等部门改进作风,积极为企业排忧解难。通过严格落实减税降费政策,

2022年以来,郟县累计退税减税1.97亿元,减免税费4106万元,延缓缴纳制造业中小微企业税费1470万元,对18家落实满负荷生产企业给予共计260万元的奖励。

“三个平台”优化服务

搭建政策信息平台。郟县工商联依托微信政策速递群、工作群,定期发布各级政府出台的惠企政策,方便企业“按图索骥”。去年以来,郟县工商联通过微信群推送相关惠企政策30余期,开展法律、税务、电子商务、金融信贷等专业知识培训19期,累计培训企业家千余人次。

搭建银企沟通平台。联合县金融服务中心开展金融服务活动,搭建银企合作平台,向民营企业和基层商会推介金融产品,拓宽企业融资渠道。去年以来,通过线上线下银企对接活动,全县金融机构累计为180余家中小微企业投放贷款9.8亿元,切实帮助企业解决融资难题。

搭建法律服务平台。与县司法局联合开展“万所联万会”活动,组织12家专业律师事务所对接15家基层商会;与县人民法院联合建立“工商联+法院”沟通联系机制;与县人民检察院等部门联合成立“涉案企业合规第三方监督评估管理委员会”,成立由25名

不同行业专家组成的人才库。截至目前,已办理涉案企业合规案2件。

“四项工作”提质增效

加强工商联班子建设和机关干部队伍建设。每月定期开展“沙龙”和企业家轮值活动,促进企业家相互交流。以能力提升为重点,开展“比学赶超”活动,提升干部能力素养。

加大异地商会和行业商会建设力度。指导北京市、广东省广州市和深圳市、河南省郑州市、浙江省杭州市等异地商会和高压电气协会建设,搭建回报家乡平台。

大力弘扬企业家精神。打造“根在郟乡”宣传推介栏目,呼吁更多郟县籍在外成功人士回归创业,参与家乡建设。举办各种交流会、推介会、恳谈会等,引进资金、技术和先进管理经验,提升全县非公经济发展的水平和质量。3年来,全县累计开展招商对接活动20余次,300余名企业家为助力县域发展捐款捐物1200多万元。

推进“万企兴万村”走深走实。充分发挥商会、协会、企业的作用,凝聚帮扶力量,更好地支持农村产业长足发展。截至目前,96家企业和156个村已建立帮扶关系,成功打造市县级实验项目6个、县级实验项目26个。



国能准能集团： 矿山“绿”变

坐落在内蒙古自治区鄂尔多斯市准格尔旗的国能准能集团,深入践行“绿水青山就是金山银山”的理念,探索出一条“采矿愚公移山、复垦绿水青山、转型金山银山”的绿色矿山生态建设之路,种植各类乔灌木7631万株,矿区复垦率达到100%,实现了经济效益与生态效益的双赢。

史家民摄

/// 观澜

丰富个性化供给 深挖“情绪+旅游”潜能

■周晨 张志超

当下,从去除滤镜的“听劝式”旅游到追求小众的“反向旅游”,再到线上线下双向奔赴的“目的地拔草游”等,各种新兴旅游方式层出不穷。其中,能够提供高情绪价值的旅游项目成为热门选择。

携程不久前发布的《2024暑期出游市场报告》显示,今年暑假旅游市场继续展现消费韧性,其中“精神村民”、City ride(城市骑行)、演唱会等提供高情绪价值的玩法受到年轻人追捧。浙江大学城市学院文化创意研究所秘书长林先平表示:“情绪旅行

的趋势可能带来长期的行业变革,有望为旅游业打开一种新的发展方向,从而吸引更多的消费者。”

要摸清游客的情绪需求。在当今快节奏的都市生活中,人们时常感到压力、疲劳、紧张和焦虑。“情绪+旅游”能够让游客获得情感上的满足和心灵的平静,已然成为一种有效的心理疗愈解决方案。

要打造精准的场景氛围。“情绪+旅游”能够得到消费者青睐的关键,在于以沉浸式的体验使游客从焦虑、烦恼、疲惫中短暂抽离,重新认识内心,获得特定的情感体验。第一,要提供治愈式体验。坚持

生态优先,甄选城市近郊生态环境优良的地区,既杜绝“大拆大建”破坏原有生态,也要避免不管不顾、放任自流,要通过适当修饰、完善,从而将生态资源转化为旅游场景。第二,要提供沉浸式体验。坚持科技创新,利用数字孪生、虚拟现实、裸眼3D等技术让博物馆、数字街区、剧本杀等旅游产品“动”起来,增强游客的沉浸式体验感,如山东美术馆举办的“无限之海—沉浸式AI数字艺术展”,巧妙融合尖端数字技术与AI互动艺术手段,打破时空局限,为观众带来一场多维度沉浸式体验。第三,要提供释放式体验。通过举

办演唱会、体育和电竞赛事等,满足消费者追求深入互动参与和强烈情绪共鸣的观演需求,促进情绪释放。

要找准营销的方法渠道。当下,一些游客已不再追求“网红”景点,而是希望得到更真实、更具体的本地化旅游建议。一方面,在营销内容上,要真实展示场景,让游客能够乘兴而来、尽兴而归;另一方面,在营销渠道上要选择游客信任度高的小红书、抖音、马蜂窝、携程等平台,注重从差评中寻找场景氛围改造提升的意见。

要提供贴心的便捷服务。获得特色的个性化体验是“情

绪+旅游”模式的内核,服务上要遵从适度、舒心的原则。首先,深挖特色美食。满足消费者品尝各种美食的需求,做到小份多样,如山东省济南市平阴县将梨丸子做成樱桃大小,加入金银花、阿胶等馅料,颇受游客喜爱。其次,打造特色民宿。要结合当地特色,坚持“民宿要出奇、生活要便利”原则,如毗邻泉水的打造曲水流觞主题、临近田野的规划田园主题。最后,提供便捷购物渠道。旅游产品购物场景要避免过度商业化,做到既能让有购物需求的游客便捷购买,又能让没有购物需求游客的不感觉“烦乱”。