

从“怕照镜子”到“会照镜子”

□ 湖北日报评论员 谈牧

半月谈报道,北方某地一条山间小径,因徒步者的足迹而热闹起来。但“野线”火了,山却脏了,垃圾散落满地,引发舆情。乡镇政府面对这种情况没有一关了之,而是立牌子、清垃圾、节假日值守,想方设法守护这片青山。

在这条“野线”各方面条件尚未完善的当下,积极开展尽力而为的“净山行动”本应肯定,但在个别上强部门眼中,“净山行动”成了配套设施不完善、生态环境保护链条未打通的“新舆情”。通报、整改接踵而至,做事的人,反倒落了个不是。

“野线”走红,本是偶然。没人料

到它会火,更没人它为它修路、修栏杆、备垃圾桶。火了之后,垃圾来了,争议也来了。该怎么办?封路最简单,一了百了;但封了路,徒步者的脚步停了,山民的额外增收也没了。当地政府选择“疏”;立牌子提醒,组织人捡拾,假期加派人手。资源有限,尽力而为。

可“尽力”二字,在某些评判体系里,说明“没尽力到位”。面对网络舆情,部分地方不是将其视为改进工作的契机,而是当作必须扑灭的“火情”;不是以解决实际问题为导向,而是以平息舆论热度为目标。“舆情洁癖”背后,是政绩观的扭曲与治理逻辑的异化。

以舆情为镜,镜子照见的,不该只是“脸上有没有灰”。

当下一些地方有一种惯性:网上一有动静,先看“热度”,而非“是非”。层层传导之下,基层的精力从“解决问题”滑向“消灭声响”。小事拖大、易事拖难,能推则推、能躲则躲,“向上交代”优先于“向下负责”。

有基层干部坦言:不怕事难办,怕的是办完了还要挨板子。久而久之,只能把“推拖挡躲”当作自保的铠甲,本该敞开的窗,又悄悄关上。

如果做事者反被问责,实干者反受其累,“镜子”照出的,不是基层的失职,而是评判标准的偏斜。

怕镜子脏,就把镜子藏起来,灰尘并不会自己消失。

还有一种因循值得警惕:一些领导干部刷着热搜找风向,盯着数

据看脸色,却离真实的人间烟火越来越远。负面信息越刷越多,时间精力越耗越空,对民意的感知越来越薄,对情况的判断越来越虚。镜子举得越来越高,却忘了照照自己。

事实上,许多骤然引爆的舆情,不过是长期积压的矛盾被放到了网上。它不是洪水猛兽,而是送上门的监督、自查的窗口、修补的契机。从“一件事”到“一类事”,从被动应对到主动治理,从舆情处置到制度完善,这才是善用舆情的正确路径。

与其惧怕镜中灰,不如勤拂心上尘。

从“怕照镜子”到“会照镜子”,变的是作风。政绩如镜,心正身正,才能照见真问题。

□ 湖北日报评论员 杜宇慧

为基层减负要减好减准

某位群众到社区开证明,工作人员答复:“为减轻基层工作负担,社区不再出具此类证明。”群众只得跑到县区行政服务大厅领表,再逐个找相关人员签字,一圈下来,多跑了不少冤枉路。

为了给基层工作做“减法”,反倒让群众办事变得更麻烦。现实中,这样的情况并不少见。有的单位清理“滥挂牌”,一脑袋摘掉所有牌子,群众走进大厅,不知该找谁办事;有的清理政务APP,一刀切关停,群众正在用的服务说没就没了;有的推行线上办事“一码通”,缺乏过渡方案,不熟悉的群众一头雾水;有的地方整治“指尖上的形式主义”,简单解散所有服务群,干部有事只能挨个打电话。

基层减负的成效,不在于减了多少,而在于是否减掉了隐性负担、省出了被无效消耗的时间精力。如果减掉了必要的环节、群众的便利、沟通的渠道,实际上是对基层减负的认知偏差,没有理解减负求真务实、为民服务的本意。

一些工作流程虽然复杂,却关系到群众切身需求,不能想当然地一减了之;有的变动看似不起眼,却能破解流程上的堵点卡点,让工作效率实质提升。减好减准,关键要锚定“脱虚向实”的主旨,在深入调研、全面摸底中,找出基层实践的“真病灶”。精准划分哪些环节是群众仍然需要的,哪些负担是亟待减掉的,奔着问题去,盯着问题整改,让基层干部有的放矢、减有方向。

为基层减负,减的是形式主义的“包袱”,不是为民服务的责任和担当。减负之后,为民服务的责任非但不能减,反而应该更专注、更高效。把节省的时间精力用在为民办实事上,用在下沉走访调研上,用在解决群众急难愁盼上,让减负的“减法”,转化为民生获得感

的“加法”。

“减量”与“增效”二者并不冲突,关键是要对症下药。现实中,有的地方细化制定主责清单、协助清单和负面清单,信息交叉的表格由牵头部门统一采集、其余部门共享,实现整合减、共享减;有的地方针对报表繁多,利用智能系统推行“一表通”,打通政务数据壁垒,实现信息一次采集、多方复用;有的地方清单化厘清基层权责边界,一事项一责任,让工作少重复、群众少跑路。

减负与便民,本是一体两面。减掉虚的、假的、空的,留下实的、准的、暖的。让减负的效果,真正体现在干部下沉一线的脚步里、群众办成实事的真心话里。

当共享单车不再“白菜价”

□ 湖北日报评论员 刘中扬

近期,多个平台的共享单车在北京等地集体提高了起步定价。同时拉长基础骑行时长,调整后在1.88—1.99元/60分钟。

从企业的角度来说,共享单车本质上是重资产租赁模式,单车折旧、调度、维修等成本叠加。资本退潮后,企业没法再靠补贴维持低价,涨价似乎是覆盖刚性运营成本的必然选择。

但共享单车不再“白菜价”,还是引起不少用户不满。表面上看,定价提高几毛,起步时长也从30分钟翻倍到1小时,似乎没什么问题;但中国自行车协会2025年统计数据显示,全国居民单次平均骑行距离为2.7公里。绝大多数人一次也就骑15分钟左右,根本用不完那1小时。经济学的“心理账户”理论告诉我们,消费者很反感“为用不着的时长付费”。

不仅如此,伴随着涨价一同到来的,还有试图绑定用户的各类骑行会员。长期来看,这无疑会让消费者自由选择的空间大打折扣。

共享单车虽然是商业化运营,但

其占用的是公共道路资源,补充的是政府难以完全覆盖的“毛细血管”交通,具有一定公共性质。“公共性”不是要求企业做赔本买卖,但还是要做到价格与服务对等。

涨价是市场行为,但“贵有所值”是社会契约,企业算运营成本,消费者也在算性价比。当选择共享单车不再是最划算的选择,并且依然存在故障车辆堆积、“幽灵扣费”、售后不畅等问题,价格上去了服务升级却没跟上,消费者自然会用脚投票。就像有网友说的:“夏天坐公交车还有空调,比骑车划算多了。”一旦消费者大规模改变出行习惯、减少使用频次,行业可能失去的不只是几个短途用户,而是赖以生存的基础。

共享单车补充的是城市公共交通体系的“最后一公里”,可以追求商业回报,但便民与提供公共服务的初心不能丢。企业应把公共性看作一种合理的约束,守住日常短途通勤的亲民定价,针对多元使用群体进行精细化调整,差异化标价。找到平衡好商业利益与公共利益的可行路径,既是对消费者的交代,也是企业长远发展的根基。

时事绘



漫画 杜宇慧

视频博主“李要得”打车进藏走红后,效仿者接踵而至。有位罗姓先生仅雇一名司机,7天内从广州驱车3475公里抵达拉萨,平均每天行驶近500公里,还带着两位老人同行。

短视频营造“青春壮举”,但不能不断放大模

仿效应。年轻人向往远方,忽视路途潜藏危险,平台、地方文旅部门需主动做好安全引导,完善风险提示。奔赴山海的前提是敬畏自然、珍爱生命,切勿为博取关注拿自身安全冒险。

(文/谈牧)

『打车去西藏』不能乱跟风

离境退税服务不断升级

武汉绘就国际消费新图景

武汉入境游吸引力,正持续释放强劲势能,国际影响力稳步跃升!

7月10日,去哪儿旅行发布《2026上半年入境游报告》,数据显示,上半年外籍游客入境目的地覆盖全国160座城市,武汉位列外籍游客最喜爱国内城市TOP20。其中,商贸游异军突起,成为拉动武汉入境游市场增长的新动力。

凭借得天独厚的“九省通衢”区位优势、底蕴深厚的山水人文资源以及成熟完善的国际口岸配套,武汉持续吸纳来自东南亚、欧洲、中亚等多地的入境客流,客源版图不断拓宽。

业内人士分析指出,随着暑期国际航班持续加密、跨境文旅推介活动常态化开展,武汉乃至整个湖北的入境游市场,将迎来新一轮高质量发展窗口期。

入境游热度高涨的同时,武汉国际消费承载力也在同步提质升级。作为武汉建设国际消费中心城市、提升对外开放能级的核心抓手,武汉的离境退税政策,自落地以来持续提速升级。

从2025年7月1日全省首单办结,到“即买即退”服务快速铺开,再到集中退付点集中推出,半年多时间,武汉离境退

税服务完成“三级跳”跨越。

去年底,武汉离境退税商店为111家,截至今年上半年,武汉离境退税商店总数已达447家,半年新增近350家,离境退税商店总数位于全国第八,超过杭州、南京、重庆、西安等城市。

截至目前,武汉全市447家离境退税商店全部接入“即买即退”体系,规模位居中部地区首位,今年上半年累计销售额突破4000万元,国际化消费承载力稳步增强,为武汉入境消费市场注入强劲活力。

半年实现“三级跳”
离境退税服务跑出武汉加速度

2025年7月1日凌晨,武商梦时代成功完成湖北省首单境外旅客离境退税业务。来自英国的外籍教师Alex,来武汉探望女友期间,在武商梦时代小米之家选购了总价为1968元的小米Note14 Pro、小米手环10。作为全省首批境外旅客离境退税试点商场,武商梦时代为Alex提供了便捷的退税服务。

一周后,武汉恒隆广场开出全省“即买即退”第一单。香港游客李先生走进位于武汉恒隆广场二楼的BURBERRY门店,选购了一件标价万余元的夹克。在该店工作人员的帮助下,李先生现场签署服务协议并办理信用卡预授权,仅用几分钟,1125元预付金已经到账。下周离境时,李先生办完海关核验等手续,退税代理机构解除预授权后,这笔与退税款等额的预付金就会转为真金白银,精准落袋。

当年11月17日起,更重磅的利好落地:武汉推出境外旅客购物离境退税“即买即退”集中退付点服务,武商MALL、武商梦时代、武商MALL·众圆、武汉恒隆广场、武汉SKP5家高端商场成为“即买即退”集中退付点,支持受理全市所有退税商店开具的退税申请单,实现



两位俄罗斯旅客在武汉SKP百货办理离境退税手续。

“多次购物、一次退税”,大幅简化境外旅客退税流程。让外籍旅客告别口岸排队,在武汉购物更加从容。

短短半年多时间内,武汉离境退税服务便实现了惊艳的“三级跳”。

电子产品、文创、美妆……
境外旅客“购物车”不断扩容

武汉SKP的化妆品专柜,一位外籍顾客正试用新品,导购员用流利的英语介绍产品特点;江汉路的文创店里,欧洲游客对会说话的“蒜鸟”玩偶爱不释手;在黄鹤楼,韩国游客精心挑选着具有楚文化特色的冰箱贴……这些,正成为武汉街头的消费新风景。

如今,离境退税商店已覆盖武汉全市核心商圈与高端商场。从汉绣、湖北茶,免税的电子产品、美妆用品,到大疆无人机、小米手机,

以及“汉味”特色文创,都成了热门的离境退税商品,外国旅客的“武汉购物车”不断扩容。

加拿大籍华人徐国珩在武汉SKP购买无人机后的体验也很有代表性,退税后他实际支付5000余元,而在多伦多购买同款产品,仅标价就约合6000元人民币,还需支付13%的消费税,总价近7000元。

“价格太划算,服务也贴心!”去年国庆假期,位于黄陂区盘龙城的武汉百联奥特莱斯,来自法国、马来西亚的游客对着眼前的国际名品连连称赞。自当年7月1日成为湖北省首批离境退税商店以来,短短三个月时间,武汉百联奥特莱斯已累计办理离境退税业务53笔,退税金额达17万元。

武商梦时代、武汉天地和江汉路的全员俄人门店,五一、十一等假期,门店几乎每天都能

接待入境游客,他们出手就是“蒜鸟”“薯宝”“喵么狮”等一整套发声玩偶。

景区也成为境外游客购买文创的重要场景,黄鹤楼上新上千款原创文创产品,覆盖冰箱贴、文具、包具等10余种类型,“外国游客购买最多的产品是黄鹤楼雪糕,其次是冰箱贴。”黄鹤楼文创相关负责人介绍,景区消费更具打卡属性,因此便携、适合拍照的文创产品更受青睐。

去年6月28日,武汉市内免税店正式营业,成为国家市内免税店新政出台后全国首家新开的市内免税店,并首创了“有税+免税+离境退税”融合运营模式。当日客流即络绎不绝,菲律宾游客Mark Glenn对一款手工布艺笔记本爱不释手地说:“制品附有传承人照片和制作故事,能感受到匠人的用心。”哥伦比亚留学生宁致远也表示,他已成为店里的常客,尤其钟情于中式木雕等传统工艺品。

据介绍,目前,武汉市内免税店已完成百余个国际品牌跨境直采签约,涵盖香化彩妆、美酒美食等品类。同时,店内有税区集中展售武汉老字号、武汉礼物等200余款国货“潮品”,并设置非遗文化专区,展销荆楚传统手工艺及非遗文创产品,有效助力了荆楚特色商品走向国际市场。

政策配套持续加码
武汉入境消费吸引力日益升温

从持续优化免签政策、深入推进跨境支付便利化,到进一步优化离境退税政策,叠加酒店、餐饮、交通等配套服务不断完善,一套“组合拳”下来,武汉的入境消费吸引力正在具体而生动的购物体验中持续增长。

2025年11月,武汉入列国际化消费环境建设试点城市。根据要求,试点城市将致力于培育建设国际化消费环境,具体工作包括:丰富高品质消费供给、优化涉外支付服务、提升国际化服务水平,以打造便捷、舒适的消费环境。

当前,武汉市正围绕拓商店、增商品、优服



武商MALL“即买即退”集中退付点。

务持续发力,已制定出台《武汉市国际化消费环境建设试点专项资金管理办法》,从支持新增备案离境退税商店,鼓励创新升级退税服务举措,补贴自助开单、自助退税终端、远程核验设备等硬件投放三大维度给予资金支持。

武汉市商务局有关负责人表示,武汉将支持离境退税商店不断提质扩容。同时,武汉市将持续大力推广“即买即退”服务模式,推动“即买即退”省内互认,优化退税办理流程,推动上线支付宝等第三方便捷支付退税渠道,提升离境退税服务体验;探索开展“一单一包一码”试点,积极协调武汉海关便利通关手续,帮助境外旅客实现无缝通关。武汉市还将打造一批国际消费集聚区、入境消费友好型商圈以及地标性消费项目,加快形成引领中部、服务全国、链接全球的国际化消费环境。

武汉,这座传统商贸重镇正更深入地链接全球消费资源,打造独具荆楚文化与现代潮流融合魅力的消费地标,为境外旅客与本地市民提供更具国际化水准的消费体验,绘就出一幅充满活力的国际消费新图景。

(吴景 张文昊)



2025年7月1日凌晨,武商梦时代完成湖北省首单境外旅客离境退税业务。