

新华视点

聚焦中央环保督察

新华社成都9月19日电（记者康锦谦、尹恒、王岱、刘坤）一处涉及近300万群众的饮用水水源地，其准保护区内竟审批通过占地数千亩的大型房地产项目。

“新华视点”记者近日随中央第五生态环境保护督察组在四川眉山市仁寿县发现，当地在集中式饮用水水源地黑龙滩水库周边，规划建设占地面积约3222亩的地产项目，破坏了水源地生态环境，威胁人民群众饮水安全。

大量楼房邻水而建，开发区域水源涵养功能已基本丧失

走进黑龙滩水库库区，映入眼帘的是大片高楼和洋房，旁边是被圈围起来的项目工地。无人机俯拍的镜头里，黑龙滩水库西北部和北部区域地产建设已连成片；大量楼房邻水而建，最近的低层建筑距离库岸线只有几百米。

记者在網上搜索发现，不少商家打着“世外桃源湖景洋房”“黑龙滩4A级湖景房”的招牌吸引买家。工作人员告诉记者，部分楼盘已交房，业主多选择度假居住。某房产中介平台显示，临近黑龙滩水库的低层楼房二手房挂牌价高达330万元一套。

黑龙滩水库兴建于上世纪70年代，水域面积23.6平方公里，总库容3.6亿立方米，改变了仁寿县曾经“十年九旱”的面貌，被当地群众视作“生命水源”，如今更是眉山市区、仁寿县、乐山市井研县近300万群众的饮用水水源地。

根据《饮用水水源地保护区划分技术规范》（HJ338-2018），准保护区是在饮用水水源二级保护区外，为涵养水源、控制污染源对饮用水水源水质的影响，保证饮用水水源二级保护区水质而划定，需实施水污染物总量控制和生态保护的区域。2017年12月四川省人大常委会批准的《眉山市集中式饮用水水源地保护条例》中明确规定，“禁止在准保护区内新增居民集中居住点”。

然而2018年4月以来，黑龙滩饮用水水源准保护区内审批通过20个房地产项目，总用地面积约3222亩。截至督察时，已有322栋、占地约546亩的低层楼房建成，还有大片项目工地不断挤占黑龙滩水库生态空间。

记者现场看到，水库北部及西北部区域大量植被遭到毁坏，原有林木已被成片高楼和洋房取代。另据了解，2018年以来，黑龙滩流域内还发生过88件破坏林地案件，涉及林地面积761.58亩，其中防护林56.80亩；黑龙滩饮用水水源准保护区内342.56亩林地被侵占，其中防护林63.45亩。

记者问：“距离水库这么近，又在准保护区内，如果大量居民入住，是否会产生生态环境隐患？”在现场的仁寿县县政府工作人员表示：“我们建有截污干管，应该没事吧。”

督察组调查显示，房地产开发区域水源涵养功能已基本丧失，影响了黑龙滩水库生态系统的原真性和完整性。

地方违规决策让路地产开发，生态环保建设被动缓慢

饮用水水源地准保护区虽然属于饮用水

四川仁寿县饮用水水源地旁三千多亩项目开建

生态环保缘何让路地产开发？

水源保护区外围，但却是生态敏感区，具有水源涵养功能。督察组调查显示，眉山市及仁寿县为达经济发展目的，“千方百计”为房地产立项扫除障碍。

一是违背立法本意强行解释。督察组调查显示，眉山市人大常委会法制工作委员会在无法律解释权的情况下，分别于2018年3月、2020年4月向黑龙滩风景区管委会、仁寿县政府出具书面说明，将条例中“禁止在准保护区内新增居民集中居住点”的规定，解释为“本款规定的立法原意是禁止在准保护区内场镇规划区外的农村地区新增居民集中居住点”，为该区域房地产开发“亮绿灯”，直接导致准保护区内20个房地产项目相继违法开工建设。

二是违规办理林地使用手续。《四川省饮用水水源保护管理条例》规定，地表水饮用水水源准保护区内，禁止非更新性、非抚育性采伐和破坏饮用水水源涵养林、护岸林和其他植被。但督察发现，2018年以来，四川省林业和草原局违规为有关房地产项目办理林地使用手续，导致准保护区林地遭受破坏和侵占。

而在推动生态环境保护上，当地却表现出被动姿态。据四川省政府批准的《四川省黑龙滩生态环境保护试点总体实施方案》，眉山市应于2017年底前建成生态环境保护工程项目53项。而截至督察时，仍有8个项目未完成甚至未实施，其中应建设的4000亩生态涵养林只完成了192亩，仅占4.8%。

不仅如此，记者还了解到，在督察组进驻前，当地虽已拆除部分邻近水面的楼房，但进展缓慢，等督察组快来时却“突然加速”。

在拆违工地，工作人员介绍，被拆除的有低层建筑、低密住宅和小高层等，前后拆了许多次：前年拆了2栋5套，去年拆了10栋19套，今年7月督察组进驻前又拆了35栋92套。记者走在被拆除区域，这里已经进行了复绿工程，但由于时间短暂，再加上雨水冲刷，方格式的小草皮还未完全长拢，间隙处裸露着黄土和石头。

违规开发屡错屡犯，专家建议科学决策

督察组指出，地方制定饮用水水源保护条例、划定饮用水水源保护区本意是为了保护水源地，但眉山市及仁寿县在实际操作时却搞变通，违反规定为开发让路。

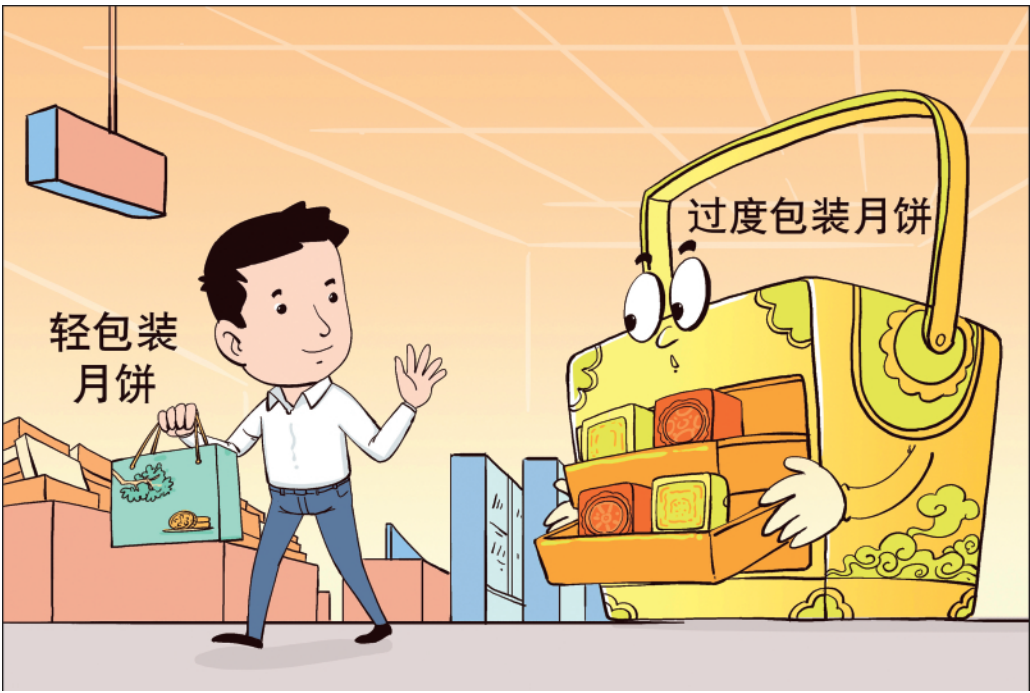
一名当地干部向记者表示：“黑龙滩水库风景优美，有这样好的环境支撑，我们希望打造高品质的居住环境，引来人才、吸引投资，促进地方发展，初衷也是为了周边群众。”这名干部也承认，如此大体量的开发必然会扩大水库附近排污总量，增加生态隐患，接下来一定认真研究妥善处置方案、系统规划整改。

据了解，眉山市这起案例并非孤例。记者梳理发现，早在第一轮中央生态环境保护督察中，就多次点到保护区或其他生态敏感区内违规开发建设的问题，比如2017年安徽巢湖流域沿湖开发项目。而本轮第四批督察中，又出现类似的典型案例，环保风暴之下部分地区仍抱有侥幸心理，触犯法律红线。

针对此类情况，专家建议，地方应明确规定在准保护区范围内哪些项目可以建，哪些不能建，避免在执行中发生偏差，造成争议。同时编制生态保护红线、环境质量底线、资源利用上线和生态环境准入清单“三线一单”，保护周边生态系统安全。

仁寿县有关负责人介绍，目前黑龙滩饮用水水源准保护区内所有建设项目均已暂停施工，这几天，他们正抢抓秋季植树良好时节，组织大规模植树，加快恢复生态涵养林。

豪华“月饼”不是饼，而是送礼“马甲”



践行低碳消费 新华社发 勾建山作

本报记者王菲菲、李紫薇、许雄、柴婷

中秋前夕，记者调查发现，尽管近年来平价月饼成为主流，但在一些星级酒店和电商平台上，仍在售卖标价千元以上的月饼，一些礼盒包装豪华，一小块月饼包装能有六层。豪华包装下的天价月饼，到底谁在买？又是谁在吃？有销售人员坦言，月饼礼盒多用于送礼，甚至不少流向领导干部的餐桌。

月饼，是千百年来富有丰富文化内涵的节日食品，寻常百姓皆可享用。但如今，一些人为了名和利，让月饼穿上“马甲”。月饼被迫成了“掮客”，在“变味”的路上越走越远。

一块月饼200多元，里外包装有六层

中央“八项规定”出台以来，月饼消费逐渐回归理性，很多公司和个人在送礼时更加注重加创意、加文化，平价的自主设计月饼和DIY（手工制作）月饼，以及口味独特的月饼备受欢迎。但记者调查发现，在星级酒店、电商平台、烟酒商店等场合，月饼因“名和利”变了味。

——天价月饼仍存，个性化定制配置高端。上海半岛酒店今年中秋推出了一款1688元月饼礼盒，内含8粒月饼，其口味也很不寻常——茅台咖啡口味。酒店销售人员说，该款月饼选用三十年的陈酿茅台融入月饼制作中，只限量发售100盒。目前，这一款月饼已经售罄。

在网上，也不乏售价上千元的月饼礼盒，一些商家称还可个性化定制。一家名为“景文参

茸有限公司”的淘宝店销售人员介绍，一款售价2888元的月饼礼盒，含8粒口味为鱼翅、海参、鲍鱼、燕窝的月饼，另外含6罐冬虫夏草、鹿茸片、铁皮石斛等滋补品。

“这样的月饼豪味十足，也土味十足，为了追求价格，就是把最贵的东西包在一起，跟大多数人都没关系，消费不起。”一位网友留言说，在一些圈子里，购买和品尝天价月饼还成了炫富方式，月饼口味如何并不重要，让人知道自己吃得更重要。

——包装成重要卖点，一块月饼有六层包装。不少酒店销售人员在介绍月饼礼盒时，均称其包装“高大上”，“送人拿得出手，有面子”。在太原长风商务区一家星级酒店，记者看到，一款价位为588元的月饼礼盒里有6块月饼，却包着6层包装，拎起来有七八斤重。第一层包装是一个纸质手提包装袋，第二层包装是个圆柱形盒子，第三层是一个金属鸟笼形状的架子，架子上又有第四层包装——两个圆盒子。上面的圆盒内，6个精致的金属盒子依次排开，下一层圆盒子里是茶具和茶叶。拧开金属盒子这个第五层包装，月饼的真面目才出现，外面还包着塑料袋做成的第六层包装。层层包装下，6块圆月的月饼反而显得那么不起眼。

月饼为“媒”，搭配高端“附加礼”

多位酒店销售人员告诉记者，高价月饼礼盒大多用来送礼，对象不乏政府官员，有的为了维护关系，有的为了托人办事。记者在

月饼：扒掉“马甲”，回归本“味”



本报记者王菲菲、许雄、李紫薇、柴婷

又到一年中秋时。阖家团聚共同赏月，月饼自然是必不可少的美食。近年来月饼消费回归理性，平价月饼成为主流。然而，在一些星级酒店和电商平台上，仍然不乏穿了“马甲”的月饼。这种月饼一般以礼盒形式出现，大盒套小盒，小小一块月饼，里里外外能有六七层包装。外表看上去“高大上”，内馅也不寻常，“茅台咖啡月饼”“鱼翅、海参、鲍鱼、燕窝月饼”，昂贵食材扎堆。天价月饼、豪华包装迎合了部分消费者攀比

浮夸的虚荣心态，是一种畸形消费观。面对200多元一块的月饼，人们品到的恐怕不是团圆的味道，而是金钱的铜臭味。况且，层层包裹、过度包装会造成资源浪费和环境污染。

更有甚者，豪华包装的天价月饼背后还暗藏腐败问题，有人假月饼之名，行贿赂之实。一些酒店销售人员坦言，当前高价位的月饼礼盒主要是作为礼品馈赠，对象不乏领导干部。有送礼者为月饼定做数千元红木盒；还有人专门购买双层月饼盒，上层放月饼，下层放更贵重的烟酒茶等“附加礼”。中秋节被异化成“送礼节”，而月饼也成了不正之风的媒介和掮客。

太原凯宾斯基酒店门口看到，高端月饼每6盒装在一个大纸箱内，顾客成箱购买，在门口排队搬运。该酒店销售人员表示，价位偏高的月饼早在中秋节前几天就销售一空，“每年花在这上面的钱好几万元。”一位北京信息工程承包商贾明（化名）告诉记者，中秋都要给企事业单位领导送月饼，主要是为了维系关系。“一盒月饼看上去不起眼，但是礼在人情在，过节没点表示不行。”

此外，一些企业负责人表示，找官员办事还要根据其喜好赠送烟酒茶等“附加礼”。记者多方走访发现，相比月饼，“附加礼”更加贵重。“月饼相当于一个‘掮客’”，福建一家民营企业负责人王成（化名）说，月饼再高端，价位也达不到可以托人办事的层次。为了规避反“四风”打击，节日送礼变得更加隐蔽。有知情人士透露，为了不让人看出里面的东西，一些人会拆掉原本的月饼礼盒和附加礼品的包装，单独购买包装盒进行重新包装，有的包装盒价值数千元。因此，礼盒也是提升礼品总值的重要办法。王成说，社会上流行有品位和品质的礼品，一些送礼者就投其所好，或送价值几千元的红木盒子，或在盒子外加系奢侈品丝巾作为点缀。

记者在网上也找到多家单独销售月饼礼盒的网店，多个店家均表示，其店内最高端的礼盒备受欢迎。

专家建议加强廉政制度建设，回归月饼本“味”

中国人民大学法学院教授、博导、比较行政法研究所所长杨建顺说，政府中的一些干部有批项目、办事情的决定权，企业需要关照，中秋企业给领导送礼，实际上是一种“提前投资”。当个人手中具有较多的行政裁量权，类似的提前投资就不会停止。而这种投资，往往以公权的“灵活”裁量为回报。

多位专家表示，传统节日仍是“四风”问题高发期，要遏制假借月饼之名，行贿赂之实的腐败问题，需完善相关法律法规，让月饼回归本“味”。

杨建顺认为，送礼是人际交往中存在的一种客观现象，但若走向了过度包装和变相送礼行贿，就说明廉洁制度建设仍存漏洞，应继续完善相关法律法规，如行政许可法等相关法律在法定权限范围、条件和程序等方面的规定有待进一步细化和清晰，以挤压送礼行贿空间。此外，还可探索设置和界定收受礼品的价值上限，超过一定价值予以追究。

山西省社会科学院社会治理研究所负责人李小伟说，要让节假日等重要节点的反“四风”走出纸面，进一步调动社会监督的力量，逐渐形成良好的社会风尚。同时多加宣传月饼的文化内涵，让赏月吃月饼回归本“味”。

月饼：扒掉“马甲”，回归本“味”

无论是虚荣攀比，还是腐败贿赂，均让月饼本身的味道荡然无存，实在是传统文化难以承受之伤。让节日回归初心，让月饼“返璞归真”，回归本“味”，一方面，要通过完善治理手段和创新治理方式，让月饼继续“瘦身”，加强对过度包装的处罚力度。

另一方面，天价月饼再现也警示“四风”问题仍有反弹回潮现象。反“四风”任重道远，“节日反腐”决不能停留在文件上、口头上，必须从严从实抓好落实，要进一步调动社会监督力量，建立预防、监督和惩处相结合的“节日反腐”体系，促进形成良好社会风尚。

目录

CONTEMPORARY WORLD

当代世界

学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想  
共同肩负起为人民谋幸福、为人类谋进步的历史责任  
/ 中共中央对外联络部理论学习中心组

全球治理与国际格局  
上海合作组织的成长与使命 / 于洪君  
构建更加紧密的命运共同体：上海合作组织战略定位  
与发展方向 / 孙壮志  
上海合作组织安全合作的进程、动力与前景 / 邓 浩

党的对外工作理论与实践  
凝聚和贡献巾帼力量 推动构建更加紧密的上海合作  
组织命运共同体 / 牟 虹  
加快打造“一带一路”国际合作新平台  
——中国—上海合作组织地方经贸合作示范区建设的探索与实践  
/ 中国—上海合作组织地方经贸合作示范区管理委员会

国际关系与地区形势  
世界大变局下的中俄战略协作 / 【俄罗斯】谢尔盖·萨纳科耶夫

从全球转型看中美俄关系与欧亚秩序构建 / 冯绍雷  
从撤军阿富汗看美国中亚政策的调整 / 曾向红

国际热点快评  
败走阿富汗预示美国霸权衰落 / 朱永彪  
阿富汗塔利班须将打击恐怖主义作为关键考量 / 范鸿达

政党政治和理论思潮  
环境民粹主义在欧盛行的原因及其政治影响 / 王红艳  
生态学马克思主义视角下的资本主义批判 / 孟献丽

党的对外工作叙事  
德国社民党同我党交往的里程碑 / ——勃兰特访华的历史回顾 / 刘敬钦  
四十年前密特朗访华二三事 / 王金圣

读者来信  
格局决定成败 / ——有感于中外两本杂志的封面 / 赵晨光  
我是“亲诚惠容”理念的受益者 / 【越南】梅红钰  
当陌生人都开始赞扬你的时候 / 【埃及】近纳勒·阿里

当代世界

主管单位  
中共中央对外联络部

CSSCI来源期刊  
全国中文核心期刊

2021年第9期(总第478期)要目

出版发行：《当代世界》杂志社  
(月刊，每月10日出刊)  
地 址：北京市海淀区复兴路4号（100860）  
联系电话：(010)83908401（编辑部）  
(010)83908408（发行部）  
邮发代号：国内82-723 国外M6719  
订 阅：全国各地邮局  
每册定价：18.00元 全年：216.00元  
网 址：www.ddsjcn.com  
电子邮箱：ddsjcn@163.com