

准备好了!“三桶油”备战天然气保供

新华社北京10月26日电(记者戴小河)近日,国内电力、煤炭供需偏紧,国际液化天然气(LNG)现货价格高企,加之冷空气提早来临,“一夜入冬”的天气模式让不少人担忧,今冬明春采暖季的天然气是否够用?作为国内天然气主要供应商的“三桶油”,下半年来提早部署,气田增产、气库注气、增加液化天然气进口,全力备战天然气保供。

中国石化10月26日宣布,采暖季计划向市场供应天然气270亿立方米。

中国石化新闻发言人吕大鹏说,公司正加大资源筹措力度,全力抓好普光、元坝、涪陵、大牛地等主力气田综合调整和精细管理,保持自产气稳产上产,计划供应132亿立方米。

按照“应储尽储”的原则,中国石化提前开启储气库注气、LNG储罐存等调峰资源的储备。目前,储气库形成工作气量17.9亿立方米,较去冬今春实际净采气量增加5.5亿立方米。

10月25日,中国海油已落实采暖季天然气资源量268亿立方米。中国海油总经理李勇告诉记者,公司深挖增供潜力,充分发挥海上天然气、陆地非常规天然气及进口LNG互保互供优势,千方百计提升国产气产量,优化LNG资源安排,全力保障天然气供应。

今年9月底,中国海油与卡塔尔石油公司签署为期15年、350万吨/年的长期LNG购销协议。该协议是近8年来国内企业签署的年合同量最大的长期LNG购销协议。加上今年7月与马来西亚国家石油公司签署的200万吨/年的长期协议,共新增长协资源550万吨,两项协议都将于明年1月起供。

目前,中国海油运营4座LNG接收站,已形成储气能力19亿立方米,现在LNG储罐均处于高位运行,同时租用第三方储气库6000万立方米,已完成整体注气。

10月15日,中国石油对天然气保供进行全面部署。

中国石油有关负责人告诉记者,中国石油今冬明春天然气资源供应量将突破1000亿立方米,同比增长8.4%,创历史新高。国产气量、进口气量、储气库采气量等均实现较大幅度增长,增幅分别达3.3%、17%、16.3%,为今冬明春天然气保供做好资源准备。

中国石油旗下长庆、西南、塔里木三大气区持续发挥主力军作用。长庆油田坚持计划、销售、价格、数据“四统一”管理,打通产储运销全产业链条,建立常态化沟通机制;塔里木油田优选63口井建立应急调峰备选库,将产量落实到单井;西南油气田按照“有保有压”原则,千方百计保民生、保重点。

上述负责人介绍,公司正多举措筹措资源,进口资源量将同比增长17%。发挥储气库和自有炼厂“调节阀”作用,加大增量与减量的调控管理能力。一方面,中国

石油加大储气库采气能力建设,今年冬季计划安排采气量同比增长16.3%;另一方面,通过改造或者利用其他燃料替代等措施,加大自有炼厂用气压减力度。

气量准备就绪,管网严阵以待。在“三桶油”紧锣密鼓备战的同时,国家管网集团多项“硬核”措施同步上线,时刻准备着为千家万户送去温暖。国家管网市场部负责人李天说,公司所属4.9万公里天然气管道年一次管输能力达到2680亿立方米,今冬明春总供气能力将超过1100亿立方米。

李天介绍,国家管网正紧盯各储气库注气进度,督促托运商保障储气库注气资源,目前已按计划注气到位。同时,按照国家发改委部署,克服国际现货LNG价格高企等因素,积极承担国家应急气储备任务,提前组织应急气资源采购,10月底前将全部到货并进入所属管道、储气库、接收站,保证冬季保供应急用气需要。

燃气爆炸事故接连发生,用气“安全阀”如何拧紧

新华全媒+

新华社北京10月26日电(记者刘夏村、王优玲)湖北十堰“6·13”燃气爆炸事故发生之后,近期辽宁沈阳、大连接连发生燃气爆炸事故,造成多人伤亡,再次敲响安全用气的警钟。眼下即将入冬,冬季历来是用气高峰期,岁末年初更是事故多发易发期,各有关方面及社会公众要深刻吸取事故教训,切实提升燃气安全意识,避免类似悲剧再次发生。

当前,我国燃气使用规模不断增长,燃气安全隐患点多面广。确保安全用气,有关政府部门和企业要切实树立安全发展理念,落实安全管理责任,加强设施设备养护维护和更新改造,强化对用户安全用气的指导服务,加强危险作业安全管控。

记者了解到,针对燃气领域暴露出的风险隐患,今年以来有关部门采取了一系列举措。

例如,住房和城乡建设部此前召开了城市燃气安全警示教育视频会议。会议要求,各地要切实做好城镇燃气老旧管网改造和违章占压清理;加强城镇燃气管线周边施工监管和技术交底,避免第三方外力破坏事故发生;加大对非标灶、管、阀等燃气具产品生产、流通环节质量监督管理,从源头消除假冒伪劣产品使用。



可燃性气体报警装置,并保障其正常使用。

记者日前从应急管理部了解到,国务院安委办近期将组织开展第四季度重点行业领域安全生产明察暗访工作,检查重点

包括:燃气场站及管网设施设备安全管理,餐饮场所燃气泄漏报警器安装及运行等情况。

确保安全用气也与个人息息相关。许多家庭供热、做饭烧水都要用到燃气,一旦燃气泄漏引发爆炸事故,将会给家庭和邻里的生命及财产造成巨大损失。

对此,业内专家建议,为避免危险,民众应主动学习正确的燃气使用知识和方法,熟知以下六条原则:

——使用燃气后,务必同时关闭灶具开关和燃气管道阀门;

——经常检查胶管连接处是否用卡子固定及胶管是否老化、开裂;

——长时间使用燃气必须通风换气;

——发现异味,立即敞开门窗,并及时拨打燃气公司电话报漏;

——一定要使用符合国家标准的燃气具;

——请仔细阅读燃气购气发票背面的燃气安全宣传内容。

业内专家进一步表示,一旦天然气或煤气发生泄漏,要立即跑到泄漏点的上风方向,打电话报警,且要尽快离开,并将所有火种带离泄漏点,等待救援。对于因燃气泄漏已经在泄漏点附近昏迷的人,应当等待抢险部门救援,切勿在没有任何防护之下进行救援,以免造成无谓伤亡,导致更大危险。

花数万元找“大师”挽回情感?别上当了!

新华视点

新华社北京10月26日电(记者王阳、朱翃、宋佳)分手后,牛先生求助“情感专家”与前任复合,被一波精心诱导之后,而陆续交了3万多元,复合却毫无进展。最终,牛先生发现“专家”根本没有联系过前任,而且前任已经结婚。

近期,上海、浙江、湖北、广东等多地警方破获打着“情感挽回”幌子的新型诈骗案,骗子们都宣称“百分百挽回”“教你拯救爱情”“三步复合”等,利用被害人挽回情感的急切需求,对照“剧本”话术,实施精心设计的“拯救爱情”骗局。

花12万多元企图“挽回”前任却陷入骗局

去年7月,牛先生与前任感情出现问题,微信、电话均被对方拉黑。牛先生上网搜索挽回技巧,被一条“一对一私人定制,百分百挽回爱情”的广告语吸引,添加了该机构的微信。

这家名为山东拾花教育咨询的机构承诺,只需提供前任的个人信息,就会安排专属“情感专家”联系劝导,帮助修复感情。但前提是,牛先生不得主动与前任联系,也不能介入“情感挽回”工作,一切要听“专家”的指示。

一心想挽回感情的牛先生立即交纳了3280元咨询费,并与对方签订电子合同。机构安排的“情感专家”告诉牛先生,已经与其前任取得联系。

随后的一段时间内,“情感专家”先后以“发现前任已有新男友,需要进一步工作

引导”“前任已动摇,需联系现男友结束感情”等理由,多次要求牛先生继续转账。至今年4月,牛先生先后转账3.4万余元,但始终未等到复合的消息。他反复询问机构,得到的只有一次次的敷衍和拖延。

今年5月,牛先生报警,发现落入骗子的圈套,机构从来没有联系过其前任,而且前任已经结婚。

牛先生的遭遇不是个例。今年6月,上海警方侦破的新型“情感挽回”诈骗案,涉案金额700余万元,被害人遍布全国各地,有4500余人。

不少人表示,“分手后发这段话挽回成功率99%”“四招挽回一段关系”“学会这个男友主动复合”等宣传语十分打动人,为了挽回情感选择了相信。

小陈在网上看到“情感挽回”广告后,

通过微信添加了“专家”,3个月时间先后转账10万元,结果发现被骗。

小杨通过短视频平台联系了一位“情感专家”,对方称可以帮其挽回恋情,却在小杨转账成功后“消失”无影踪。

在上海警方侦破案件的被害人中,年龄最小的只有17岁,被骗金额最多的超过12万元。

团伙分工明确,按“剧本”全程“演戏”

记者了解到,“情感挽回”的骗子团伙内部分工明确,客服部、分析部、咨询部……每个部门都有对应的“角色”。

客服部先在各类网络社交平台广泛发布广告信息,吸引遇到情感问题的人添加微信,了解基本情况后,将目标客户信息推送至分析部。分析部则按照情感需求类型,捏造成功案例加深客户信任感。同时,

分析部还询问恋爱日常、旅游和外出就餐等细节,从中判断客户的经济状况,确定诈骗金额,之后交给咨询部实施诈骗。

骗子把真正想了解的信息都隐藏在貌似贴心的聊天中:“他平时会送你上班吗?你住的地方离单位远吗?”以此可以了解是否有房有车;“平时工作内容复杂吗?部门有多少人呢?”可以得知工作状态和收入水平。

有被害者说,在分析环节,被要求复盘

感情经历,骗子不断放大一些细节称赞前任,强调这段感情美好且难得,鼓励不要放弃。

“听着听着就更后悔分开,加上那些案例,觉得‘专家’肯定能帮助成功挽回。”

分析后还有过渡阶段,这个时候“专家”会把分手原因归结在咨询者一方,对男生强调控制欲,对女生谈安全感。另外,以

“你之前所用的都是错误的挽回方式”“如

果你早点遇到我,你们的感情可能也不会发展到这一步”等说辞制造必要性和紧迫感。

上海市公安局金山分局刑侦支队副支

队长谷峰介绍,签订服务合约后,“专家”会

要求被害人不得主动联系对方,让双方无

法沟通,再伪造聊天记录截图,谎称正在做

对方工作,或者编造对方已有新恋情等虚

假信息,不断诱骗被害人转账升级服务项

目。但实际上,这些“专家”从未与对方联

系,仅是利用话术进行诈骗。

受骗者往往因涉及隐私不愿报警

记者采访公安机关了解到,最近一段时间,打着“情感挽回”旗号的诈骗案件呈多发态势。上海、浙江宁波、湖北荆门、广东肇庆等地警方近期破获多起此类诈骗案。

这些团伙招募、培训大量员工,并精心

包装,实施诈骗。

专家分析,情感咨询需求火爆,给不法分子可乘之机。受传统观念影响,一些人遭遇情感危机,宁愿上网“求医问药”,也不愿对身边人袒露心声。

记者在黑猫投诉以“情感挽回”为关键词进行搜索,投诉600余条,投诉主要集中在虚假宣传、霸王条款、诱导消费、后期不提供服务等方面,单条投诉金额从数百元、几千元到上万元不等。

专家认为,综合多起案例来看,“情感挽回”服务的欺骗手段多样,且犯罪成本低、处罚轻。如湖北荆州市破获的一起案件中,涉诈骗团伙三人出资10万元用于购买电脑、手机、租办公场所,就开始招聘员工从事电诈活动。

警方在侦办过程中发现,此类案件犯罪团伙往往频繁变更、注销公司名称和法人,变更经营地址,逃避警方打击。

谷峰表示,此类案件侦破难度较高。一些被害人求复合心切,情感上较为冲动,一般不会察觉被骗,加之涉及个人隐私,即使发现上当也不太愿意主动报警。他表示:“现在抓获的69人均已移送检察机关以诈骗罪起诉,最后会根据每个人在案件中所起的作用、危害程度等分别量刑。”

中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江等业内人士建议,网络社交平台应加强对此类诈骗行为的重视,严格落实审核及日常管理责任,加强针对情感诈骗监测,通过技术侦测与用户举报等方式,打击不法行为。

中国农业大学社会与人口学院社会学系教授王水雄提醒,感情的问题还是要靠双方坦诚地沟通交流,不要盲目相信网络上一些所谓的“挽回大师”“情感专家”,面对那些要求不断付费的服务,更要擦亮眼睛,避免受骗。

新华社郑州10月26日电(记者桂娟、袁月明)戴上白手套,将圆柱形土块表面用水润湿,拿起迷你版“洛阳铲”一点点铲下外围的泥土,再用小刷子扫去层层浮土……终于,一件迷你版“彩陶双连壶”露出真容。

仰韶文化发现和中国现代考古学诞生100周年之际,河南博物院推出“仰韶百年纪念款考古盲盒”,引发众多网友关注。

只需几十分钟,便能沉浸式体验一把考古工作的快乐,不少网友将考古盲盒的“发掘”过程,描述为一次“有点儿费力气但特别开心”的经历:“手套一戴,考古学家的感觉就来了!”

早在2020年12月,河南博物院“失传的宝物”系列考古盲盒便火爆全网,一盒难求。“大将军虎符”“武则天金简”“杜岭方鼎”……这些耳熟能详的“国宝”,都隐藏在一抔抔取自洛阳邙山的土里,静待揭秘时刻。

“相比静态的文创产品,考古盲盒具有更强的互动性,并且加入了游戏和解谜元素,因此更加吸引年轻人,让大家体验到发现文物、学习历史的惊喜感、代入感和满足感。”河南博物院文创办工作人员刘维说。

继“失传的宝物”系列,河南博物院考古盲盒频频推出“新副本”。

文物修复盲盒,带来“在家修文物”的奇妙体验;拓展盲盒,一展传统金石艺术之美;专属情感盲盒,可自选土壤、物品、尺寸等,妥妥的“私人订制”;“一起考古吧”小程序,数字化再现考古工作场景……

文物代表的“传统”,与盲盒象征的“新潮”,正通过创造性转化和创新性表达,碰撞出绝妙的火花。

“考古盲盒大火,彰显了传统文化的魅力。”河南博物院院长马萧林表示。

近年来,契合年轻人的生活方式、审美取向和消费升级需求,全国各地都推出了与文物、考古相关的文创产品,并相继走红。

北京故宫博物院“奉旨旅行”行李牌、“朕就是这样汉子”折扇、朝珠耳机等文创产品,让600岁的故宫以一种前所未有的姿态变得“萌萌哒”。

中国国家博物馆古代兵俑卯积木,将9个朝代的兵俑形象与传承数千年的榫卯技艺结合,寓教于乐,展现中国传统结构营造法式之精妙。

三星堆博物馆“青铜面具”冰激凌,不仅成为游客打卡时人手一支的“标配”,也引发全国各地文创雪糕纷纷亮相。

金沙遗址博物馆“金沙星月”文创月饼,将太阳神鸟金箔、蛙形金箔、黄金面具等代表性文物“复刻”在饼皮上,古意盎然又妙趣横生。

湖北省博物馆编钟古乐团以曾侯乙墓出土乐器为基础,让先秦时期编钟乐舞穿越时空,再现风华。

从静态的文具、饰品、联名口红,到动态的盲盒、积木、实景展演,各地博物馆纷纷出走传统“陈列室”模式,围绕考古、文物不断延展,寻求突破,让文物真正“活起来”,打造出一批根植于我国悠久历史和灿烂文明的文化IP,积极引导人们关注文物考古和历史文化。

昔日相对冷门的考古学,逐渐走出象牙塔,走进公众视野,成为一门“显学”,变得“亲民”且自带流量,热度不断攀升。

三星堆遗址“上新”连续登上微博热搜榜,直击发掘现场的24小时慢直播,引来数十万网友一起“蹲守”。

《国家宝藏》《如果国宝会说话》《考古公开课》等文博探索类电视节目持续热播,屡屡“破圈”,收获高收视、好口碑和一大批忠实粉丝。

仰韶村国家考古遗址公园、良渚古城遗址公园、二里头夏都遗址博物馆等一众遗址公园和博物馆变身“网红打卡地”,游客络绎不绝。

新郑韩故城遗址、安阳殷墟遗址、洛阳龙门石窟等不少考古工地和文保单位也敞开大门,开展丰富多彩的研学活动,让公众与考古“零距离”。

一系列重大考古成果和公众考古活动,不断激发着镌刻在人们心灵深处的“文化密码”和“精神力量”,全社会关注考古、理解考古、宣传考古、发展考古的热潮方兴未艾。

“在开发中传播,在传播中弘扬,在历史文脉传承的同时,更多人将了解华夏历史、增强文化自信。”中国社会科学院考古研究所副研究员、二里头考古队领队赵海涛说。

