

北方地区陆续进入供暖季，市场需求大幅增加——

天然气供应：总体平衡 量足价稳

经济日报·中国经济网记者 熊丽

视点
中国新闻奖名专栏

当前，北方地区陆续进入供暖季。今冬明春天然气供需情况如何？业内人士表示，今年供应情况总体好于往年，要压实各方责任，加强协调调度，做好应急保障，切实保障人民群众供暖需求。

今年供需总体平衡

数据显示，今年前9个月，天然气表观消费量2309亿立方米，同比增长3.6%。

国家发展改革委新闻发言人孟玮表示，天然气资源供应比较充足，供需平衡情况总体要好于往年。考虑到今年12月份和明年1月份是用气高峰期，局部地区、局部时段有可能出现供应偏紧的情况。此外，受大范围持续极寒天气等不确定性因素影响，保供工作仍然面临一定压力。

中国石油天然气销售分公司（昆仑能源有限公司）资源采购部副总经理李伟认为，受宏观经济好转、煤改气项目投产、进入采暖季等影响，城市燃气需求较快增长、工业需求持续恢复、化肥用气需求稳定增长、化工用气相对较弱，预计2020年四季度全国天然气消费量880亿立方米。

中国石化天然气分公司市场营销部主任孟亚东表示，今年受新冠肺炎疫情疫情影响，天然气需求低迷。按目前市场趋势预测，全年天然气消费总量3100亿立方米，同比增加90亿立方米，采暖季市场需求会出现较大增长，但总体供大于求，高峰月“紧平衡”的趋势不会改变。

中海石油气电集团贸易公司销售部经理王晓庆表示，考虑到国内疫情防控形势向好，主要经济指标持续回暖，预计供应量基本能够满足需求，整体供需平衡。

中国城市燃气协会理事长助理迟国敬表示，“十三五”期间，我国燃气基础设施日趋完善，全国联网、省内联网、城市间联网已形成事实，燃气利用水平显著提升，供气规模不断扩大。

“通过对全年供需和月度供需平衡分析，今冬明春保供形势良好，但在极端天气下仍可能出现紧张，应特别注意在个别地区个别时段的供应形势。”北京世创能源咨询有限公司董事长杨建红建议，加强对气温的预测，对极端天气等状况下的天然气供需做好预测预警。

“做好冬季天然气供应，既有利于推动行业健康发展，也是行业企业应尽的责任和义务。”重庆石油天然气交易中心总裁张博闻表示。

全力做好稳价保供

近年来，随着我国天然气产供储销体系建设加快推进，天然气供应保障能力不断增强。特别是今年以来，面对疫情蔓延导致的需求放缓、油气企业经营困难等新情况和新闻，国家发展改革委会同有关方面加强统筹协调，保持国内稳产增产，大力推进管网互联互通重点工程和储气设施建设，组织上游供气企业和地方全面签订合同，保障天然气持续安全稳定供应。

多地出台政策加强商品房风险管控——

严管预售资金 防止“人去楼空”

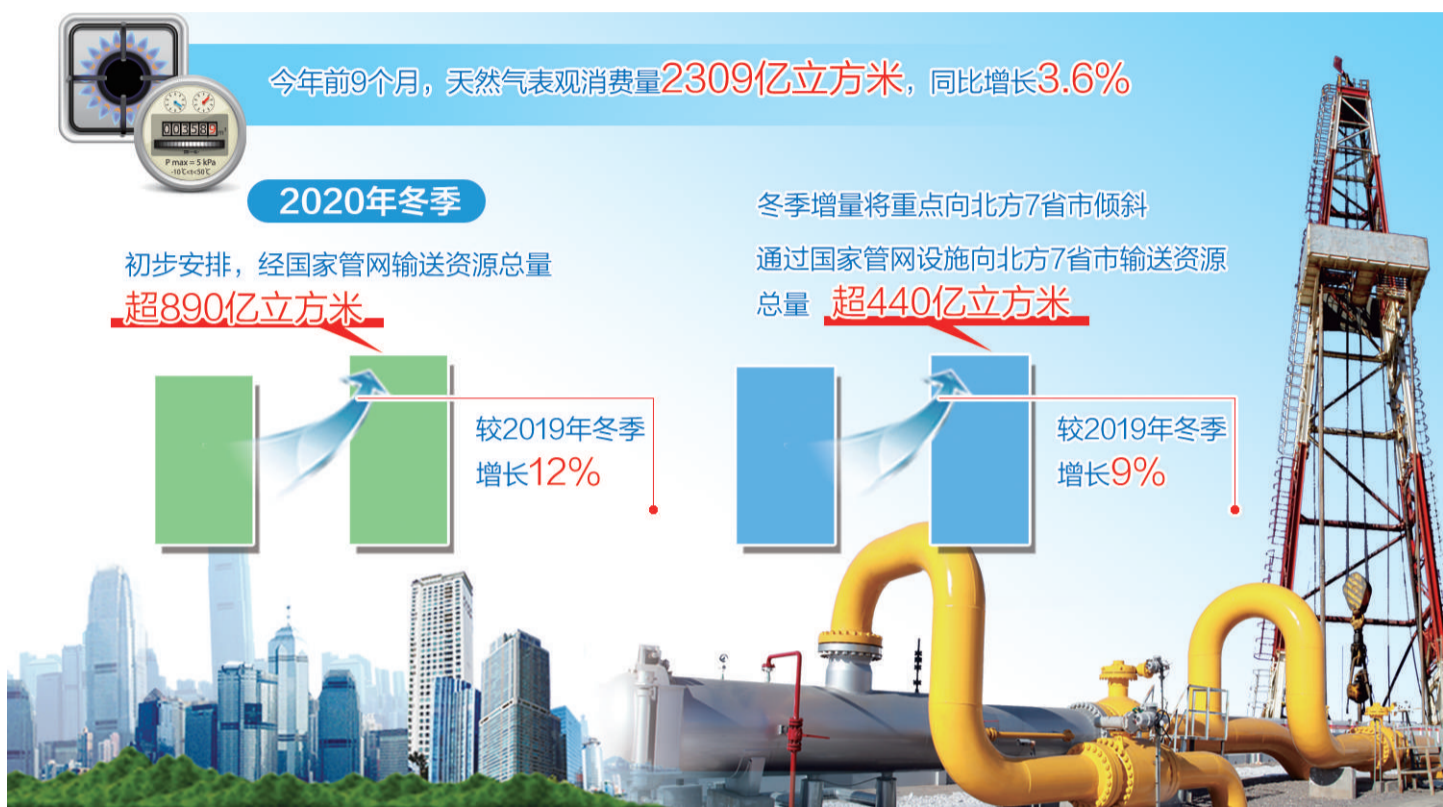
本报记者 亢舒

近日，北京市陆续启动房地产领域住房限购政策执行、商品房预售资金监管、住房租赁合同备案专项检查。其中，商品房预售资金监管引发市场高度关注。

北京市住建委有关负责人表示，为规范开发企业销售行为和监管银行出入账管理，相关职能部门于10月至12月在全市范围内开展预售资金监管专项检查。重点围绕开发企业预售资金收存、支取、使用的及时性、合规性，监管银行入账监督和出账审核，以及购房人贷款资金是否按规定发放至专用账户等情况开展检查，多措并举保障预售资金更加安全、规范、高效使用，防范延期交房、楼盘烂尾等风险。

不仅是在北京，记者了解到，近期多地加大了对商品房预售资金的监管。比如，近日出台的《银川市新建商品房预售资金监管办法（试行）》规定，房地产开发企业在商品房买卖合同中注明监管账户等信息，协助购房人将房款直接存入项目监

当前，北方地区陆续进入供暖季。做好冬季天然气供应，既有利于推动行业健康发展，也是行业企业应尽的责任。国家发展改革委新闻发言人表示，天然气资源供应比较充足，供需平衡情况总体要好于往年。相关部门将大力推进管网互联互通重点工程和储气设施建设，组织上游供气企业和地方全面签订合同，保障天然气持续安全稳定供应。



孟玮表示，将全力做好稳价保供工作。在生产方面，国家发展改革委组织主要油气企业加大资源筹措力度，在确保安全的前提下，保障国内气田稳产增产，推动进口来源多元化。

在重点对象方面，加大对北方清洁取暖7省市资源供应支持，保障有序的“煤改气”用气需要。加大对北方地区重点区域、重点用户的供应保障力度。督促各地继续将燃气公交车、出租车等纳入民生用气保障范围。

据了解，“三桶油”正全力增储上产。李伟表示，今冬明春，中石油落实资源986亿立方米，同比增加100亿立方米。重点向北方7省市倾斜，拟供气量合计395亿立方米，同比增加37亿立方米。孟亚东表示，中国石化将严格落实保供责任，各省市合同内居民及民生用气足量保障，已签订合同量足量供应，且按照资源量大于合同量原则做好供需安排。王晓庆表示，中国海油在做好常态化疫情防控的同时，将全力保障各地区天然气安全稳定供应。

日前召开的北方地区采暖保供工作电视电话会议强调，要确保“煤改气”等民生用气不出问题，保障量价稳定，严格落实“以气定改”“先立后破”。

生态环境部环境与经济政策研究中心能源环境政策研究部副主任研究员冯相昭表示，应综合考虑资源条件、经济性、安全性、环境效益等因素，科学确定清洁取暖技术路线，宜电则电、宜气则气、宜热则热。

完善产销协调机制

10月1日，国家管网集团全面接管原分属于三大石油公司的相关油气管道基础设施资产（业务）及人员，正式并网运营。

今年供暖季，是国家管网集团正式投入运营后的第一个供暖季，也是承担天然气今冬明春保供协调责任的第一个供暖季。国家管网集团有限公司生产经营部高级主管唐森表示，国家管网集团成立后，今冬管网运行初步形成“天然气一张网”的总体布局，纳入国家管网的天然气管道并网运行，管网供气能力、互联互通能力、应急处置能力显著提高，保供能力进一步增强。

据唐森介绍，初步安排，2020年冬季经国家管网输送资源总量超890亿立方米，较2019年冬季增长12%。冬季增量将重点向北方7省市倾斜。2020年冬季，通过国家管网设施向北方7省市输送资源总量超440亿立方米，较2019年冬季增长9%。

管网改革后的保供机制运转是否顺畅，对今冬明春天然气稳价保供具有重要意

观点

让群众安全温暖过好这个冬天

每到供暖季，天然气稳价保供问题就会受到各方广泛关注。

今年天然气资源供应比较充足，供需平衡情况总体好于往年。但也要看到，天然气稳定供应仍存在许多不确定性因素，要从保障上游气源足额供应、确保互联互通重点工程按期投产、尽快补齐储气能力建设短板、切实保障民生用气需求等方面发力，压实各方责任，确保冬季天然气稳定供应。

作为一项重大民生工程，北方地区冬

季供暖保供直接关系到人民群众的切身利益。做好天然气稳价保供，要把民生放在首位，加大对北方地区重点区域、重点用户的供应保障力度，让人民群众安全温暖过冬。

每年的供暖季，也是对天然气产供储销体系建设成果的一次检验。做好稳价保供，还要继续加强产供储销体系建设，从构建天然气多元化供应体系、加快天然气储气设施建设、推进天然气管网建设等多方面着手，促进天然气供需动态平衡。

“冬季保供是关乎国计民生的大事，任何一个环节出现问题，都会影响‘量价稳定’要求的落实。”孟亚东表示，建议上中下游企业协同努力，互相给予资源、通道及市场支持，共同做好保供工作。

□ 徐行

热搜

金融直播有点乱 风险隐患须防范

本报记者 彭江

随着“双11”的临近，电商平台竞争日趋激烈，直播带货行业也在准备大干一场。其中，不少金融机构纷纷转战直播领域，在线上销售理财产品。与传统直播卖快消品不同，金融理财产品营销受到严格的规则监管，当前直播营销中潜在的风险隐患已经引起监管部门的关注。

近日，中国银保监会发布《关于防范金融直播营销有关风险的提示》称，有些与金融产品相关的直播营销行为存在风险隐患。中国银保监会新闻发言人称，当前金融直播营销存在两方面主要风险，一是金融直播营销主体混乱，或隐藏诈骗风险，二是直播营销行为存在销售误导风险。

具体来看，风险主要体现在6个方面：一是无资质主体“鱼目混珠”。由于直播平台开设账号基本无门槛限制，一些无资质主体擅自开展金融产品直播营销。二是直播平台信息设置混乱。有的直播平台没有清晰展示分期、借贷等金融产品实际提供者，平台用户可能被营销氛围带动，在主体不清、风险不明的情况下冲动消费。三是非专业人士误导或欺骗。有些并不具备专业素养的人士自我包装为“理财专家”“保险专家”，对金融产品进行不当解读、不当类比。四是虚假或夸大宣传。有的直播营销博眼球，对借贷产品、保险产品、理财产品等搞夸大宣传、噱头宣传。五是偷换概念、简单比价。有的直播营销广告以万元借款需支付的日利息来强调利息低，易导致消费者对借款成本产生错误认识。六是信息披露、风险告知或提示不到位。有的直播营销行为未能向观众充分提示金融产品存在的风险、免责条款等。

为此，中国银保监会提醒社会公众，应注意甄别金融直播营销广告主体资质，选择正规金融机构和渠道购买金融产品，认真了解金融产品或服务的重要信息和风险等级。

招联金融首席研究员董希淼认为，网络直播作为互联网时代的一种营销创新手段，电商行业可以用，金融行业也可以用。对于金融直播营销问题，应“疏”“堵”结合。一方面，要鼓励金融机构和具有资质的专业人士开展规范网络直播，以消费者喜闻乐见的形式推介，让金融产品和服务精准触达客户，提升客户体验；另一方面，要建立金融网络营销规范，防范非法金融直播带来的危害；公安、网信等部门联手，加大对借助直播非法敛财、误导用户的平台、账号打击力度。总之，要鼓励金融机构和专业人士开展规范的金融直播营销，打击违法违规的金融直播营销。

董希淼表示，按照相关规定，金融营销宣传是经营活动的重要环节，未取得相应金融业务资质的市场主体，不得开展与该金融业务相关的营销宣传活动。相关主体应在取得相应金融业务经营资质的前提下自行开展或委托他人开展金融营销宣传活动。各金融机构应当落实金融营销宣传行为的主体责任，切实规范本机构及合作方的金融营销宣传行为。

强迫弹窗涉嫌违法 加大处罚势在必行

当前，互联网治理力度不减。记者调查发现，部分网络弹窗仍在传播色情、赌博、暴力甚至诱导自杀等违法信息，成为增大安全风险、严重影响青少年身心健康的网络“毒疮”，且当前网上仍存在运营发布“毒”弹窗的产业链。

记者发现，有不少商家在网上经营弹窗广告业务。“国家虽禁止了部分运营商弹窗广告，但我们有办法和网络运营商合作。”一家互联网广告公司客服告诉记者，公司经营弹窗广告业务已超过10年，任何信息都能投送，手机APP和电脑网页均可显示，价格为6000元/100万次曝光或2.5万次点击。

“我们的弹窗覆盖面很广，可以根据登录者搜索或浏览过的内容精准弹窗。”记者根据该客服介绍进行了调查，发现此类商家在接单后会通过技术手段非法搜集并分析网络用户上网行为数据，掌握他们的年龄、性别等重要信息，以此对网络用户进行分类。之后商家会根据广告主要求设置合适的标签用户，在他们上网时进行追踪并有针对性地投放广告，做到“精准定位”，且能实时监控分析投放效果。

记者还被告知，商家有技术“强迫”用户收看或点击弹窗。“我们有些弹窗不设关闭选项，点开只能关闭网页才会消失。弹窗内容基本不受限制，有色情暴力内容也不会被封。”客服表示此类业务现在非常受欢迎，“目前公司每月有上百单弹窗业务，我自己每月也有几十单。”

北京师范大学网络法治国际中心高级研究员臧雷表示，弹窗广告“精准投放”行为已涉嫌非法搜集网络用户个人信息，其追踪用户IP投放违法不良信息的行为对未成年人身心健康有重大负面影响。我国广告法第44条明确规定，在互联网页面以弹出等形式发布的广告，应当显著标明关闭标志，确保一键关闭。“强迫弹窗”同样涉嫌违法。

中国信息安全研究院副院长左晓栋建议，根治“毒”弹窗，可以考虑结合当前个人信息保护的立法与执法工作，专门针对规范弹窗广告经营制定规范，详细针对弹窗方式、安全标准、运营边界等具体行为进行规范与处置。

臧雷提醒，数据安全管理办法已明确要求网络运营者不得以改善服务质量、提升用户体验、定向推送信息、研发新产品等为由，以默认授权、功能捆绑等形式强迫、误导个人信息主体同意其收集个人信息。“部分网络运营者为赚取广告分成，对违法弹窗睁只眼，闭只眼，甚至同流合污，对平台此类行为更应当依法压实责任，依法从重处罚促落实、促整改。”

基层文化市场综合行政执法人员建议，应根据违法低俗信息的投放频率、次数等，对相关违法企业依法加大处罚力度。业内人士建议，应完善相关信息过滤屏蔽技术，构建更高效、开放的监督体系，加强职能部门间信息共享与执法合作。鼓励全社会积极参与网络综合治理，营造更加清朗网络空间和良好网络生态环境。

文/新华社记者 卓星星 黄庆刚
(据新华社电)