

危险的“黑气”如何流入市场？

——燃气安全系列调查之三

新华社“新华视点”记者 魏玉坤 李文哲 王津

“黑气”，通常是指无燃气经营许可证的企业或个人在非法经营网点出售的瓶装液化石油气，是诱发燃气安全事故的重要原因之一。

“新华视点”记者近期调查发现，在一些地区，消费者出于价格便宜、送货上门等考虑购买非法“黑气”。由于交易链条长，加上缺乏有效的跨部门协调机制，打击“黑气”尚存不少难题。

多地查处违规储存和售卖“黑气”案

近日，记者跟随郑州航空港区生态环境和城市管理局(综合行政执法局)执法人员，在鄱阳湖路与凌空街交叉口路北一处隐蔽的民房内看到，一个个无资质的燃气钢瓶随意堆放。

经查，该地不具备储存燃气条件，经营者违法进行燃气交易，执法人员在现场共查封“黑气瓶”46个，净气重123公斤。

公开资料显示，今年以来，各地相继查处多起违规储存和售卖“黑气”案件：

9月，江西九江市柴桑区有关部门捣毁3处“黑气瓶”非法储存窝点，查获“黑气瓶”177个；6月，黑龙江哈尔滨市南岗区燃气联合执法专班在一居民区、学校及农贸市场合围区域，现场收缴“黑气瓶”75个；3月，广西柳州柳南区城管执法局联合多部门查处一处“黑气”窝点，查获装满气的“黑气瓶”17个……

记者在走访中了解到，城乡结合部是“黑气”重灾区。

郑州航空港区生态环境和城市管理局(综合行政执法局)城市综合执法大队副大队长魏瑞喜说，城乡结合部环境较为复杂，人员流动性强，令不法商贩有机可乘，居民“黑气”使用率较高。

记者不久前在青海省海东市某城乡结合部一气罐充装站走访发现，非指定公司的气罐也可进行充装。该气罐充装站工作人员说，只要家里有空的气罐，就可以来充装，按照市场价格支付费用，“什么气罐都可以”。

此外，违规售卖“黑气”的“司机流动店”滋生。

青海省相关监管部门工作人员告诉记者，在已查处案件中，违规售卖“黑气”的“司机流动店”占比较高。他们的运作模式是：先挂靠公司获得危险品运输资质，然后购买相对便宜的无资质“黑气瓶”，去相对便宜的充气站充气，再将气罐拉到偏远的山村销售，以赚取差价。

如何流入市场？

今年初，江西省南昌市公安局青云谱分局侦破一起无证经营液化气案件。犯罪嫌疑人从液化气站按一瓶液化气90元的批发价“进货”，再以93元到95元的价格卖给商户或居民。

记者走访小区附近多家商户了解到，该犯罪嫌疑人液化气的价格不仅低于每瓶100元左右的市价，而且会送货上门。

魏瑞喜说，在郑州，15公斤气罐正规市场价110元，但在不法商贩手中会便宜10元左右。一些不法商贩在燃气中掺二甲醚，在钢瓶阀门上动手脚，让火看上去很旺，但二甲醚会严重腐蚀钢瓶的橡胶密封圈，导致钢瓶阀门漏气，造成安全隐患。

作为源头的液化气站，为何愿意低价向不法商贩供货？

一名基层液化气站负责人告诉记者，一些不法商贩曾是液化气站的送气员，在长期送气过程中积累了“客户”资源，后来自立门户。这些人熟悉用户地址、送气周期需求，加上储存、运输没有安全规范操作，因此能够节省成本低价销售。“如果液化气站不按批发价给他们供货，他们就会带着‘客户’资源到其他气站充装”。

多重掩护增加了对不法商贩的查处难度。记者了解到，部分商贩以现金交易，避免留存转账记录等证据，送气上门后即停即走，查处难度较大。

记者走访发现，一些商户燃气安全意识较弱。“都是找人送气上门，至今没有发生安全事故，不会关注液化气是否合规。”某商户说。

多名受访液化气站负责人建议，为群众设立购买液化气系统平台，根据用户需求由液化气站直接接单、配送及安装，实行“一送一检”，在保障安全的同时遏制中间商低价竞争。

“应进一步明确液化气经营者的资质要求并定期举办培训考试，鼓励液化气站吸纳重新获得资质的商贩进行液化气配送和安装，铲除不法商贩的滋生土壤。”江西省城市建设管理协会燃气行业分会秘书长金平说。

明确执法职责提升监管效率

瓶装液化气安全管理涉及应急、市监、城管、住建、交通等多个部门。记者在调研中了解到，由于缺乏有效的跨部门协调监管机制，“九龙治水”难题仍存。

“像查处‘黑气瓶’问题，由公安、市场监管和住建部门共同负责，不合格的燃气器具由市场监管部门负责，危险货物道路运输环节则由交通运输部门负责。”沈阳市城镇燃气管理站有关负责人说，多头管理增加了监管难度。

业内人士分析，瓶装液化气交易链条长，导致监管难度较大。从气源上看，燃气公司通常管不了液化石油气，只能向主管部门报停管道气；从管理单位看，燃气安全主管单位主要是住建部门，能垂直管理的应急部门一

般只在事后介入。目前，全国多地尚未建立完善跨部门的协调监管机制，行政执法“碎片化”问题突出，监管效率有待进一步提升。

“流动商贩点散面广，机动性较强，执法部门只能及时规劝或记下电话督促整改，‘黑气’治理方面难度很大。”魏瑞喜说。

根据《关于加强瓶装液化石油气安全管理的指导意见》，各地有关部门要按照“管行业必须管安全”和“谁审批、谁监管、谁负责安全”的原则，切实履行瓶装液化石油气安全监管职责。记者走访发现，由于缺少专业的监督人员，一些郊区或者城中村的液化气安全保障工作流于形式。

“每过几天，街道社区和有关部门就来检查，但大多是看看就走了，自己也没学会燃气安全知识。”一名商户说。

辽宁省燃气协会秘书长王奎昌建议，进一步明确各级监管部门的执法责任和监管边界，理顺机制形成监管合力，积极推动基层末梢安全生产专项监管，探索多部门联动等监管机制。

记者了解到，南昌等地公安机关加强与市场监管、住建等相关部门沟通协作，增强日常巡查和无证经营打击力度，同时向社区群众和用气商户定期宣传安全用气知识，推进燃气安全管理工作。

陕西省商洛市天然气有限公司安全与环境监察部部长张轶博也提示，消费者在购买罐装气时，首先要确认厂家是否正规有资质，查看罐体是否有钢印及溯源二维码；日常保持开窗通风，注意灶具更换年限；出现意外情况要及时关闭阀门，在安全的地方拨打救援电话。
(新华社北京12月18日电)

扎根现实、创新表达，满足电影市场多样化需求

新华社记者 王鹏 许晓青 魏婧宇

时值年终，电影院里依然佳片不断。

刚刚过去的周末，从讲述少年追梦故事的《雄狮少年2》，到展现澳门风土人情和历史变迁的《多想和你再见一面》，再到《海洋奇缘2》《魔法坏女巫》等多类型进口片，不论你喜欢哪种类型的影片，都有机会在影院找到心仪的选择。

这是我国2024年电影市场的生动缩影。

匆匆又一年。不论是春节档的《热辣滚烫》《第二十条》，还是暑期档的《抓娃娃》《默杀》，亦或是国庆档的《志愿军：存亡之战》《只此青绿》，广大电影人潜心创作，推出题材多元、类型丰富的作品，不断满足观众多样化的观影需求。

统计数据显示，截至目前，我国2024年电影总票房已突破410亿元。一句句台词、一幕幕镜头、一部部佳作，尽显光影艺术的独特魅力，也持续丰富着广大观众的精神文化生活。

现实题材表现亮眼

2024年的电影市场，现实题材影片精彩纷呈。

票房排名前五的影片中，《热辣滚烫》《飞驰人生2》《抓娃娃》《第二十条》均注重从普通人的喜怒哀乐中寻找创作灵感，带有浓厚的现实色彩。

一个多月前揭晓的第37届中国电影金鸡奖，《第二十条》《我们一起摇太阳》等现实题材影片收获重要奖项。

可以说，现实题材影片实现了口碑和票房双丰收。

银幕上的悲欢离合，引发银幕外的情感共振。“在开年的时候，这样一部电影可以让大家感受到力量”“通过普通人身上百折千回的遭遇，去宣扬公平正义的法律精神”……互联网上，观众一字一句，纷纷抒发自己的观影感受。

“丰富多彩的现实生活为电影人提供了广阔的创作空间。”中国文艺评论家协会新媒体委员会秘书长胡建礼说，“现实题材影片贴近生活。观众往往可以在影片中看到自己的影子，比较容易产生共鸣。”

事实上，一直以来，“深入生活、扎根人民”始终是中国电影人坚持的创作原则。伴随时代发展和社会变迁，如何把火热的现实生活转化为生动的电影语言，让故事更加好看，更能打动人？电影人始终在探索。

一方面，越来越多的电影人不断探索现实题材与类型片创作方式的结合，现实题材影片创作手法更加多元。

“例如，《热辣滚烫》和《抓娃娃》是现实题材和喜剧类型结合，《默杀》呈现出悬疑片特征。”在影评人李星文看来，相较于传统的现实主义影片，现实题材类型片更容易提供情绪价值和情感抚慰，从而引发观众更多关注和讨论。

另一方面，现实题材影片深入挖掘当前社会生活中的热点问题、矛盾冲突和人性光辉，并注重在思想上进一步深化。

《第二十条》以故事化手法将正当防卫条款搬上大银幕，《逆行人生》展现外卖员群体的日常和大数据的力量，《好东西》关注女性的情感与生活……电影人深入现实生活，拓展了现实题材的表达空间，以人民为中心的创作理念在大银幕上得到进一步深化。

视听语言推陈出新

作为一种视听艺术，电影吸引观众的关键，既包括精彩的故事讲述和人物塑造，也离不开震撼的视觉特效和听觉体验。随着电影工业的进步和电影科技的发展，“看大片”早已成为观众走进影院的期待。

2024年的电影市场，“大片”没有缺席。

在陈凯歌导演的《志愿军：存亡之战》中，仅搭建、处理过的拍摄场地就有20多个，在主要人物角色外还动用了2000多名群演，生动呈现抗美援朝第五次战役中中铁原阻击战的悲壮与激烈。陈思诚导演的《解密》则采用IMAX特制拍摄，展现了宏大的视觉奇观和强烈的色彩冲击。两部影片都是我国电影工业发展的生动缩影。

“《解密》的拍摄过程对我来说是一次新尝试。我希望为观众呈现一部具有震撼视听效果的‘大制作’，拍摄出具有时代特色的国产‘大片’。”陈思诚说。

光影艺术与舞台艺术的融合，同样为电影创作带来更多可能。国庆假期，电影《只此青绿》上映，这部由同名舞蹈诗剧原班编、导、演阵容与影人合作打造的影片，搭建起舞蹈艺术与电影艺术沟通的桥梁，让舞蹈之美真切地展现在了大银幕上。

2024年的电影市场，既有视听语言的新发展，也有电影业态的新尝试。

巴黎奥运会期间，全国超800家影院推出了2300余场次观赛活动，吸引56万人次走进影院看奥运，总票房超240万元。

一些专家认为，在影院进行奥运比赛直播是电影市场一次有益的探索，它打破了影院只进行电影放映的局限，对于推动影院发展成为一种综合性文化娱乐场所具有积极作用。

“充分利用影院高品质视听环境开展其他增值业务，如演唱会、音乐会、电子竞技、体育赛事等，已经成为当前影院业务拓展的重要方向。”中国电影科学技术研究所党委书记龚波说。

电影与旅游双向奔赴

动画电影《白蛇：浮生》为浙江杭州暑期游增添新视角；青春爱情片《那个不为人知的故事》吸引众多新婚夫妇随主创来到云南玉龙雪山脚下；从《爱情神话》到《好东西》，上海的“City Walk”不断升温……

从影院到景点，从“热映”到“热游”，2024年7月，中宣部电影局、文化和旅游部资源开发司共同组织开展的2024年“跟着电影去旅游”活动启动。“电影+旅游”不再是影迷和旅友的零星自发活动，而是成为覆盖全国的电影文化新现象。

连日来，位于上海外滩18号侧门游人如织，这里的接待前台和红色装饰电梯场景，在热映电影《好东西》中多次出现。此外，上海的15辆公交车及苏州河游船也都“披上”了电影海报“外衣”。

外滩18号久事艺术空间工作人员介绍，近期到此观展、用餐、购物的游客明显上升，其中不少就是为了电影《好东西》取景地而来打卡的年轻人。

上海市电影局、上海市文旅局联合推出的“好爱上海——跟着电影去旅游”系列活动，涉及上海徐汇、黄浦、长宁、静安、虹口等区。上海电影集团副总裁徐春萍说，影游联动真正实现了“文-商-旅-展”相互协同，为年末全国文娱消费市场注入新动能，在惠及观众的同时，也促进了行业高质量发展。

与此同时，重庆、湖南、四川等电影热门取景地，也加入年末的“电影+旅游”行列。业内预期，未来几年，还将有一批展现我国大好河山的新片公映，电影产业辐射效应将会进一步加强。

“电影和旅游的融合，不仅可以提升旅游景点的吸引力和文化内涵，也可以增加影片宣传渠道。对于电影创作生产和经济社会发展都会起到良好推动作用。”胡建礼说。

(新华社北京12月18日电)