

丰富形式 贴近群众 注重实效

——北京、安徽、四川、中央和国家机关组织开展多种形式宣讲活动

构建“理论+百姓+文艺”宣讲体系，将全会精神融入群众身边案例……连日来，北京、安徽、四川、中央和国家机关等各地区各部门宣讲团结合自身实际，深入机关、企业、社区、乡村等一线，以宣讲对象喜闻乐见的方式，开展分众化、多形式的宣讲活动，推动党的二十届四中全会精神走深走实、落地生根。

“农旅融合人气旺……”近日，在北京城市副中心科技小院宣讲习所，文艺宣讲员陈金榜带来京韵大鼓《乡村振兴谱新篇》，以铿锵有力的鼓点搭配朗朗上口的唱词，将全会部署中有关乡村振兴、民生保障等内容娓娓道来，赢得现场观众阵阵掌声。

这是连日来北京市开展党的二十届四中全会精神基层宣讲活动的生动缩影。

从举办“强国复兴有我”百姓宣讲团宣讲31场，以百姓故事引发强烈共鸣，到组织网络大V用日常语言解读发展蓝图，引导广大网民特别是青年群体读懂全会精神，形式多样的宣讲让干部群众解惑又“解渴”，大家听后深受鼓舞和启发。

“宣讲让我更加全面地了解了‘十五

五’规划建议中有关新就业群体的内容。”作为一名预备党员，美团骑手刘建说，将把学习成果转化为工作动力，发挥党员先锋模范作用，在每一次配送中做好服务，积极参与社区建设，贡献“微光”力量。

“‘十五五’时期，安徽在培育壮大乡村特色产业上有啥实在举措？”“关于因地制宜完善乡村建设实施机制，有哪些措施？”……

近日，安徽省委宣讲团成员、省农业农村厅厅长汪学军在铜陵市完成全会精神专题宣讲后，立即前往铜官区西湖镇农林村青创空间等地走访调研，与基层干部群众、新型农业经营主体负责人及企业代表围坐一堂，现场答疑解惑。

“这次宣讲很有针对性，既聚焦基层工作难点堵点，又精准回应群众所思所盼，让我们对村庄发展方向有了更清晰的认知。”农林村党总支书记、村委会主任王利宏深有感触地说。

安徽立足基层实际需求，开展“百千万”基层宣讲，通过面对面宣讲、心贴心交流，推动全会精神“飞入寻常百姓家”，宣

讲受众达258.2万人次。

12月2日，在四川省攀枝花市的银江水电站建设工地上，一场别开生面的全会精神宣讲正在进行——

150余名工人坐在一起，认真聆听宣讲员讲述新时代水电建设者弘扬“三线精神”，建设共富共美攀枝花的奋进故事。

“讲得可真好！内容简洁明了，用鲜活故事讲述宏大主题。”四川省能源发展集团攀枝花华润水电开发有限公司工程管理部副经理卜天郎说，“我和同事将做好本职工作，向银江水电站全面投产发电目标冲刺。”

从省直机关到企事业单位……连日来，四川省组织宣讲团广泛开展“理响巴蜀”基层理论宣讲，累计开展各类基层宣讲数千场，推动党中央大政方针在巴蜀大地深入人心。

青年是国家的希望、民族的未来。如何在推动“十五五”时期经济社会发展目标任务落实落地中展现青春担当，以实干实绩当好践行“两个维护”第一方阵青年排头兵？

参观宪法墙，参与宪法志愿讲解……

在第十二个国家宪法日到来之际，12月2日，全国人大机关等部门团组织在北京联合举办“建功‘十五五’，走好第一方阵”主题示范宣讲报告会，激励中央和国家机关青年为推进社会主义民主法治建设贡献青春力量。

这是由中央和国家机关工委牵头主办的中央和国家机关青年学习贯彻党的二十届四中全会精神专题示范宣讲报告会的第一场。

“紧扣全会精神，工委广泛动员中央和国家机关各级团组织青年理论学习小组，通过组建宣讲小分队等方式，围绕‘十五五’规划建议中建设现代化产业体系、加快高水平科技自立自强等内容开展系列宣讲活动，让全会精神深入青年心中。”负责该工作的工委有关同志介绍。

通过宣讲活动，中央和国家机关青年表示，要进一步在全面贯彻落实全会的决策部署中修好理论学习、党性锻炼、基层实践“三门课”，立足工作岗位，担当时代重任，让青春光彩在推动工作高质量发展的实践中绽放。

新华社北京12月10日电

北方将迎大范围降雪

中国气象局启动重大气象灾害四级应急响应

新华社北京12月10日电 中央气象台12月10日发布寒潮、大风蓝色预警，预计10日至13日我国大部地区将自西向东出现大风降温，北方地区将迎来今冬第一场大范围降雪。同一天，中国气象局启动重大气象灾害（寒潮、大风、暴雪）四级应急响应。

根据寒潮蓝色预警，10日至13日，我国大部地区将出现显著降温，日平均或最低气温普遍下降6℃至10℃，新疆北部、甘肃、陕西南部、华北南部、东北地区南部、黄淮北部和中部、江淮西部以及江南北部等地部分地区下降10℃至12℃，局地降温可达14℃至16℃。14日早晨，最低温度0℃线将南压至浙江南部、江西北

部、湖北南部一带。

中央气象台预计，10日，新疆西部和北部、内蒙古中部、东北地区东南部等地部分地区有小到中雪或雨夹雪；11日和12日，降雪区域进一步扩大，北方地区将迎来今冬第一场大范围降雪，内蒙古、陕西、山西、河北、河南等部分地区降雪量可达大雪或暴雪级别。

气象专家提醒，此次寒潮过程影响范围广、降温幅度大、风力强，相关部门需做好防寒潮各项工作，公众注意防风保暖和防范心脑血管、呼吸系统疾病。新疆华北、黄淮等地降雪量大，对出行影响较大，交通部门需及时做好道路清障等措施，公众外出需注意交通安全。

市场监管总局发布质量认证提升行动方案 促进认证行业公信力建设

新华社北京12月10日电 市场监管总局10日发布《质量认证专业化能力提升行动方案（2025—2030年）》。

市场监管总局认证监管司司长姚雷表示，行动方案明确了质量认证专业化能力的总体要求、主要目标，为未来五年认证机构专业化发展指明了方向，将有效解决质量认证行业公信力不强等问题，促进认证行业公信力建设。

据介绍，行动方案提出三个阶段具体目标：到2026年底，切实解决认证机构和认证人员主体

责任不到位的问题，全面建成“认证规则可查、认证过程可追、认证结果可溯”追溯体系。到2028年底，基本解决认证同质化竞争和有效供给不足的问题，使认证制度更加贴近需求，认证结果更加权威可靠，认证行业专业化能力发展取得新成效。到2030年，有效解决我国认证行业公信力不强、对高质量发展支撑力不够、国际市场影响力不足等问题，质量认证行业实现高质量发展，形成政府引导、行业协同、机构主导、人才支撑的专业化能力体系。

打掉非法捕捞团伙450个

长江十年禁渔取得重要阶段性成效

新华社北京12月10日电 记者12月10日从农业农村部获悉，2025年，农业农村部会同相关部门全力以赴落实退捕渔民安置保障措施，持之以恒加强禁渔联合执法监管，多措并举推进水生生物保护，坚定不移推进长江十年禁渔各项工作落实，取得重要阶段性成效。

具体来看，农业农村部会同相关部门落实帮扶措施，退捕渔民生计得到有效保障。截至2025年三季度末，14.2万名劳动能力 and 就业意愿的退捕渔民全部转产就业，符合参保条件的22万名退捕渔民全部参加养老保险，已有6万多名领取养老金，1.2万名退捕渔民纳入低保救助范围。

加强联合执法，禁捕管理秩序保持总体平稳。2025年前三季度，各地累计查处涉渔行政案件13224起，同比下降16.2%；破获涉渔刑事案件2984起，同比下降37.3%；打掉非法捕捞犯罪团

伙450个，同比下降26.6%；一般性违法行为和团伙化涉渔犯罪出现“双下降”。

强化保护修复，长江水生生物多样性持续向好。2025年放流中华鲟超过97万尾，超声波标志监测显示，超过60%个体通过长江口进入海洋。开展长江鲟野外自然繁殖试验，2025年4月在赤水河干流首次实现长江鲟自然产卵和成功孵化。统筹推动珍稀濒危水生著类保护，成功实现川陕哲罗鲑全人工繁殖技术，青海省时隔20年首次发现川陕哲罗鲑野外种群自然繁殖。推进重要栖息地和关键生境修复，严格水产种质资源保护区管理，科学开展增殖放流。根据监测，相比禁渔前的“无鱼”等级（分为“优、良、一般、较差、差、无鱼”6个等级），2021年到2024年，长江干流、鄱阳湖提升2个等级，洞庭湖提升3个等级，赤水河连续3年（2022年到2024年）为“良”。

监测帮扶机制有效运行

2025年我国脱贫攻坚成果持续巩固拓展

新华社北京12月10日电 2025年是巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接过渡期的最后一年。记者10日从农业农村部获悉，2025年各级农业农村部门保持帮扶政策落实总体稳定，对脱贫地区和脱贫人口扶上马、送一程，牢牢守住了不发生规模性返贫致贫底线。

农业农村部有关负责人表示，我国监测帮扶机制有效运行，累计识别帮扶超过700万监测对象稳定消除返贫致贫风险，脱贫人口教育、医疗、住房和饮水安全保障水平持续巩固提升，脱贫家庭和防止返贫致贫监测对象家庭

义务教育阶段辍学学生保持动态清零，脱贫人口基本医疗保险参保率稳定在99%以上，农村危房改造和农房抗震改造稳步推进，农村自来水普及率达到94%。

同时，帮扶产业发展壮大，832个脱贫县均培育形成了2至3个优势特色产业，带动力强的主导产业，近四分之三的脱贫人口与新型农业经营主体建立了利益联结机制；就业规模稳中有增，持续实施防止返贫就业攻坚行动，脱贫人口务工就业规模持续稳定在3000万人以上，稳住了脱贫家庭三分之二以上的收入，完成了脱贫人口稳岗就业目标任务。

认尸启事

2023年5月18日上午9时许，烟台市蓬莱区村里集镇车里张家村果园里发现无名男尸一具。死者身高约165cm，上身着黑色秋衣，下身着蓝色秋裤。

请各单位认真梳理本辖区男性失踪人员，比照无名尸相关特征，如有特征吻合的失踪人员，请及时与蓬莱分局村里集派出所联系。

联系人：曲警官 13791229993

烟台市公安局蓬莱分局村里集派出所
2025年12月10日

CPI同比涨幅扩大 核心CPI继续上涨

——透视11月物价数据

据新华社电 国家统计局最新发布数据显示，11月份，全国居民消费价格指数（CPI）环比略降0.1%，同比上涨0.7%，扣除食品和能源价格的核心CPI同比上涨1.2%，涨幅连续3个月保持在1%以上。

“11月份，居民消费持续恢复，CPI同比上涨0.7%，涨幅比上月扩大0.5个百分点，为2024年3月份以来最高。”国家统计局城市司首席统计师董莉娟说。

董莉娟分析，CPI同比涨幅扩大主要是食品价格由降转涨拉动。食品价格由上月下降2.9%转为上涨0.2%，对CPI同比的影响由上月下拉0.54个百分点转为上拉0.04个百分点。

具体来看，食品中，鲜菜价格由上月下降7.3%转为上涨14.5%，为连续下降9个月后又首次转涨，对CPI同比的上拉影响比上月增加约0.49个百分点；鲜果价格由上月下降2.0%转为上涨0.7%；牛肉和羊肉价格分别上涨6.2%和3.7%，涨幅均有扩大；猪肉和禽肉类价格分别下降15.0%和0.6%，降幅均有收窄。

11月份，扣除食品和能源价格的核心CPI同比上涨1.2%，涨幅连续3个月保持在1%以上。

“服务和扣除能源的工业消费品价格分别上涨0.7%和2.1%，分别影响CPI同比上涨约0.29个百分点和0.53个百分点。其中扩内需政策措施继续显效，家用电器和服装价格分别上涨4.9%和2.0%，飞机票、家政服务和在外餐饮价格分别上涨7.0%、2.4%和1.2%。”董莉娟说。

数据显示，11月份，受国内部分行业供需结构优化、国际大宗商品价格传导等



12月10日，居民在四川省达州市通川区朝阳街道阳平农贸市场选购蔬菜。 新华社

因素影响，工业生产者出厂价格指数（PPI）环比上涨0.1%，同比下降2.2%。

董莉娟分析，国内部分行业需求季节性增加带动价格上涨。各地“迎峰度冬”开始，煤炭、燃气需求季节性增加，煤炭开采和洗选业价格环比上涨4.1%，煤炭加工价格上涨3.4%，燃气生产和供应业价格上涨0.7%。入冬以来，防寒保暖产品进入消费旺季，毛织造加工价格上涨0.6%，羽绒制品加工价格上涨0.2%。

“PPI同比下降2.2%，降幅比上月扩大0.1个百分点，主要受上年同期对比基数走高影响。”董莉娟说，随着我国各项宏观政策不断显效，价格呈现积极变化。

综合来看，“内卷式”竞争成效显现——重点行业产能治理持续推进，市场竞争秩序不断优化，煤炭开采和洗选业、光伏设备及元器件制造、锂离子电池制造价格同比降幅均已连续多月收窄；新能源车整车制造价格降幅比上月收窄0.6个百分点。

新兴产业快速发展，带动相关行业价格同比上涨——

随着我国新材料、具身智能等行业快速发展和绿色低碳转型深入推进，相关行

业需求增加，外存储设备及部件价格同比上涨13.9%，石墨及碳素制品制造价格上涨3.8%，集成电路制造价格上涨1.7%，服务消费机器人制造价格上涨1.1%，控制电机价格上涨0.4%，废弃资源综合利用业价格上涨0.4%。

消费潜力有效释放，带动有关行业价格同比回升向好——

提振消费专项行动持续显效，工艺美术及礼仪用品制造价格同比上涨20.6%，运动用球类制造价格上涨4.3%，营养食品制造价格上涨1.1%。

业需求增加，外存储设备及部件价格同比上涨13.9%，石墨及碳素制品制造价格上涨3.8%，集成电路制造价格上涨1.7%，服务消费机器人制造价格上涨1.1%，控制电机价格上涨0.4%，废弃资源综合利用业价格上涨0.4%。

消费潜力有效释放，带动有关行业价格同比回升向好——

提振消费专项行动持续显效，工艺美术及礼仪用品制造价格同比上涨20.6%，运动用球类制造价格上涨4.3%，营养食品制造价格上涨1.1%。

“烧钱抢量的粗放模式走到头了”

——电商投流费用从模糊到“明牌”，撬动行业深层变革

12月10日,《新华每日电讯》发表题为《“烧钱抢量的粗放模式走到头了”——电商投流费用从模糊到“明牌”,撬动行业深层变革》的报道。

电商直播间灯火通明，一场场秒杀在屏幕上轮番上演；平台后台，投流预算数字不断滚动。这几年，在我国电商版图上，流量成了商家必争之地。然而，当“让更多人看到我”的投流成为常规操作，如何界定其与传统商业广告之间的关系，成为不少人的疑问。

今年7月，国家市场监管总局发布广告法适用问题执法指南，聚焦“何为商业广告”这一核心问题，明晰了新技术、新模式不断演进下，商业广告和其他商业宣传的边界。这纸新规，将流量推入“明亮的审计室”。从此以后，投向流量的每一分钱，不再只是企业账面上的“成本”，而要回到广告费、业务宣传费的本位，纳入监管的视野。

政策落地初期，谁最先经受考验？

新华每日电讯记者调研发现，围绕电商“投流费用”，过去长期存在模糊地带：某些平台开具的是技术服务费、信息服务费发票，实际功能却兼具广告展示、算法分发、销售佣金等多重属性。就此，《计算广告》作者、中国传媒大学广告与品牌学院客座教授刘鹏表示，当这些复杂职能被统一打包为技术服务费发票时，税务定性

自然陷入困境。

那么新规到底又是怎么进行约束的？电商营销成本的税务处理方式有没有被大幅改变？对外经济贸易大学法学院副院长张欣教授说，简言之，投流费用从原先按成本全额抵扣转为按广告费限额抵扣，一旦超出限额，则超出部分将直接计入当年应税利润。

记者采访多家企业发现，三类主体压力最集中。一是此前在直播间依赖高强度投流迅速扩张的新消费品牌。多家美妆企业测算显示，若沿用原有买量节奏，投流占营收比重将很快突破30%，在新规下面临较大调整压力。二是客单价偏低、利润空间有限的中小服装商家，当前经营状况已显紧张，一旦严格按新规执行，资金链承受能力将面临考验。三是长期以“技术服务费”名义处理投流支出的部分企业，一旦相关费用被明确归类为广告费，其财务核算方式与合规策略均需同步调整。

“政策是在告诉市场：烧钱抢量的粗放模式走到头了。”张欣教授说，新规实际上让不同类型企业形成了分水岭，依靠产品力、供应链和精细运营取胜的企业，在新环境下反而会更稳。

不少中小商家表达了对新规的担忧，“我们一年几百万的投流成本，以前真没

太在意到底算什么费。”一位服装类目卖家坦言，现在最担心的是过去几年会不会被追溯。

专家建议，在政策落地初期，一方面要通过分行业、分规模的辅导，帮助中小企业搞清楚账该如何算；另一方面，也可探索更具包容性的过渡性安排。“短期看是阵痛，中长期看，是对经营能力的真正促进。”张欣表示。

从冲量到算账，平台与算法如何应对？

面对规则重塑，平台的应对同样引人关注。记者调研发现，一些头部平台近期悄然调整了广告产品的呈现方式和后台工具设计。

“广告产品正在从‘帮客户拿更多流量’，转向‘直接帮客户算得更明白’。”记者发现，某平台上线的投流成本分析工具，正尝试将原本模糊的投流费用拆解为创意制作、算法匹配、广告位竞价等多个模块，让企业能更清楚地归类和估算。这种拆解，不仅有助于企业按广告法要求分类入账，更重要的是为税务部门提供了清晰的稽查依据。

“未来大趋势，是算法系统内嵌‘合规校验’功能。”刘鹏判断，从广告法敏感词实时拦截，到根据投放目的自动提示可能对应的税务属性，AI合规并行运算会逐步成为投放平台的标配。

平台角色的转变，不仅体现在技术工具的迭代上，更折射出数字经济基础设施

提供者的责任边界正在被重新定义。按规定报送涉税信息、配合监管部门开展数据核查，已成为平台履行社会责任的重要环节。

数字经济治理逻辑与未来走向

新规并非孤立出台：一边是将投流费用纳入广告费范畴的执法指引，一边是要求互联网平台按规定报送涉税信息的制度安排。这些共同指向的是平台经济治理的长期化、精细化。

“这更像是一次对数字经济‘生长方式’的调整。”张欣认为，以往平台经济在拉动就业、扩内需方面发挥了巨大作用，但粗放的流量竞争也带来了虚高投放、虚列成本、不正当竞争等问题，“通过规则调整，把企业从‘流量焦虑’中拽出来，回到产品、服务和品牌本身。”她说。

张欣认为，企业一方面要在心态上完成从“追红利”到“强能力”的转变。另一方面，需要建立以数据反馈为核心的精细化决策体系：不再只盯商品交易额和短期转化，而是更多衡量复购率、用户留存、获客成本回收周期等指标。

从监管视角看，如何在防范风险与鼓励创新之间找到平衡，同样是当前制度设计的难点。多位受访专家认为，此次围绕投流费用的制度调整，只是数字经济治理体系中的一个支点，要真正形成良性生态，还需财税规范同市场监管、数据治理、反垄断等工具协同发力。

新华社北京12月10日电