

新版公积金条例彰显“投资于人”理念

近日,《国务院关于修改〈住房公积金管理条例〉的决定》正式发布,其中新增有关灵活就业群体参加住房公积金的表述,引发社会广泛关注。

《条例》首先明确,个体工商户、非全日制从业人员以及其他灵活就业人员,可以自愿缴存住房公积金,按照规定享受相应的政策支持。《条例》同时指出,具体办法由设区的市级以上地方人民政府制定。国务院住房和城乡建设主管部门等有关部门应当加强对灵活就业人员缴存住房公积金工作的指导。这意味着,住房公积金制度覆盖面已扩大到灵活就业群体,也体现制度管理的灵活性、针对性。

灵活就业群体参加住房公积金制度,是适应我国就业结构变化、增强制度普惠性的重要举措。灵活就业体的实际情况不同,地区发展水平也有差异。基于此,扩大住房公积金制度覆盖面要尊重灵活就业人员意愿,不搞强制和“一刀切”,灵活就业人员可自愿缴存住房公积金。此外,设区的市级以上地方人民政府可以因地制宜制定灵活就业

灵活就业群体的实际情况不同,地区发展水平也有差异。扩大住房公积金制度覆盖面要尊重灵活就业人员意愿,不搞强制和“一刀切”,灵活就业人员可自愿缴存住房公积金,切实增强获得感、幸福感、安全感。

业人员参加住房公积金制度的具体办法。

将住房公积金制度覆盖面扩大到灵活就业群体,体现了对灵活就业人员和新就业形态劳动者的权益保障,是顺应经济发展新阶段、适应多元化就业方向新变化的体现,对促进基本公共服务均等化普惠化、助力新型城镇化、推动共同富裕都具有深远意义。

过去,住房公积金制度主要面向有工作单位的群体,住房公积金缴存者为单位及其在职职工。当前,数字经济、平台经济、共享经济等新业态蓬勃发展,技术革新、业态创新和要素重塑等正在深刻改变就业结构,劳动者有了更多元的职业选择。外卖骑手、网约车司机、网络主播、自由设计师等灵活就业

业群体规模持续壮大。住房公积金将不再是单位职工的专利,灵活就业人员也可以加入“公积金大家庭”,他们的获得感、幸福感、安全感将切实增强。

将住房公积金制度覆盖面扩大到灵活就业群体,助力其租房、购房、装修、交物业费,有助于降低这部分群体居住成本。住有所居、住有宜居,能够使他们在城市生活得更安稳、更有底气。灵活就业是稳就业、保民生、促进经济发展的重要途径。对于城市而言,能够持续集聚稳定的人口资源,有利于推进以人为本的新型城镇化,为城市可持续发展注入更多动能,实现民生保障、人口集聚、城市发展的多维共赢。

将住房公积金制度覆盖面扩大到灵活就业群体,是“投资于人”理念的具体实践。灵活就业人员参加住房公积金制度,加之就业创业、产业发展、子女教育、民生保障等其他政策,将让他们共享城市公共服务,有更多机会实现技能提升、能力成长,提高自身竞争力,实现全面发展。

从更长远看,将住房公积金制度覆盖面扩大到灵活就业群体,有利于促进机会公平,促进发展成果由人民共享,是一项覆盖面广、惠民性强、影响力深的系统性民生改革。



□ 本报记者 李和风 冯其予

产业聚焦

下沉市场潜力释放活力迸发

下沉市场覆盖城乡、连接产销、服务民生,承载着全国最广泛的消费群体,也蕴藏着最具潜力的消费需求,县域是其重要组成部分。

为更好满足居民品质化、多样化消费需求,切实激发下沉市场消费活力,商务部等9部门近日共同印发《关于进一步激发下沉市场活力 活跃县域消费的意见》(以下简称《意见》)。专家认为,这既是拓展内需增量空间的重要方式,也是促进城乡协同发展的关键所在。

市场潜力巨大

我国县域地区约占全国九成国土面积、五成常住人口、四成经济总量,县乡消费占社会消费品零售额的比重稳步提升,已成为扩消费最重要的潜力来源。

商务部研究院流通与消费研究所副研究员姜照分析,县域一头联结城市消费市场、一头联结乡村生产端,推动县域消费提质扩容,既能促进工业品下乡、拓宽城市产业市场空间,也能带动农产品上行、助力乡村产业振兴。在普惠性方面,完善县域商业体系、丰富商品服务供给,还能够更好满足县域居民多样化、品质化消费需求,让发展成果更多更公平惠及广大城乡居民。同时,县域商业产业链条长、就业容量大,能够带动物流配送、生活服务、电商运营等多领域就业,形成“就业—增收—消费”的正向循环,夯实消费增长的内生基础。

近年来,我国乡村消费总体增速快于城镇,县域消费占比持续提升,显示出巨大增长潜力。

今年1月份至7月份,乡村消费品零售额累计同比增长2.4%,高于城镇1.3个百分点,已连续55个月高于城镇或基本持平,县乡消费品零售额占社零总额比重已达到39.1%,较去年同期提高0.3个百分点。

“县域消费跑出‘加速度’并非偶然。”商务部流通发展司司长李佳路说,新型城镇化带来购房、装修、教育、医疗等多层次系统性消费增量,收入持续增长与高边际消费倾向叠加形成了农村消费增长的乘数效应。县乡村商业网点持续健全,物流配送网络不断完善,连锁品牌加速布局,进一步丰富了消费选择。

“十四五”时期县域商业体系建设取得积极成效,也有力带动了农民收入和农村消费双提升,为县域消费市场持续繁荣打下了良好基础。

商务部数据显示,2021年以来,我国建设改造县城综合商贸服务中心3159个,乡镇商贸中心1.5万个,村级便民商店16.8万个,全国已基本实现县乡村三级商业网点全覆盖。每天有超过1亿件包裹进出农村,越来越多的居民享受到“家门口的便利”。“十四五”时期,农村网络零售额突破3万亿元,累计增长1万亿元,农村网商数逾2000万家,返乡青年、乡村能人等多元电商主体持续涌现。

优化商业环境

渠道畅则循环通,载体优则活力足。商贸流通直接关系到居民日常生活的便利度、商品服务的丰富度和生活品质的获得感。特别是在县域地区,进一步畅通流通渠道、更新流通载体尤为重要。

在河南省淇县朝歌国际电商物流公共配送中心,经自动分拣后的快递1至3小时便可直达行政村,日均处理快递超10万单的

“吞吐量”让它成为河南省首个县域智能化“统仓共配”中心。不只线上购物越来越方便,淇县这座豫北小城还建成了2个县级综合商贸服务中心、6个乡镇商贸中心和210个村级便民商店,城乡消费能级显著提升。曾经,当地居民想买点罕见食材得开车去鹤壁甚至郑州市区;现在,帝王蟹、大龙虾、鲍鱼等高端水产品不出县城就能买到。

放眼全国,还有更多县域地区正在进行消费的渠道升级和场景创新。“我们把商品流通提档升级作为活跃线下消费、增进民生福祉的重要抓手。”商务部部长助理袁晓明介绍,《意见》提出分层分级建设更新流通设施:在县城,重点支持传统百货、老旧购物中心等改造升级,引进品牌连锁店、折扣零售店、生鲜电商门店等,升级一批物流配送中心,强化物流集散功能;在乡镇,深化“千集万店”改造提升,支持乡镇商贸中心、集(农)贸市场等建设升级,优化乡镇共配站点;在村级,支持产地仓等农产品商品化处理设施建设,标准化、规范化建设改造新型便利店、村级寄递物流综合服务站。

菜摊、肉铺、奶茶店、理发店……浓浓的人间烟火气离不开个体工商户的悉心经营。市场监管总局数据显示,截至2026年7月底,下沉市场在册个体工商户数量对比企业数量为209:100,显著高于一二线城市中的85:100。

在服务和便利个体工商户方面,市场监管总局登记注册局负责人杜林亚介绍,2025年7月开始施行的《个体工商户登记管理规定》明确,个体经营者可以通过“一照多址”来实现商营的积累、经营的扩围。此外,仅在网经营的个体工商户可以将网址登记为经营场所,有利于其降低经营成本;个体工商户也可以像企业一样办理跨区域迁移,无需注销后另外新设登记,有利于其灵活适应市场变化;规定个体经营权可以依法继承,有利于其持续、长远发展。

丰富消费供给

商务部问卷调查显示,49.4%的农村居民认为商品种类少是线下消费最重要的核心痛点。业内人士也指出,当前县域居民需求升级趋势明显,但本地高品质业态、品牌



贵州省黔东南苗族侗族自治州榕江县王岭工业园区“乔央山味”加工厂院坝,工人在加工辣椒。李长华摄(中经视觉)

供给不足,部分升级类消费流向中心城市。同时县乡商业同质化现象突出,本地规模化商贸龙头培育难度大,连锁企业下沉还面临水电、消防等基础配套薄弱的问题,布局积极性受限。

县域市场活力旺、潜力足,是各类经营主体加速布局的“蓝海”。在推动县域商业业态创新和品牌打造方面,《意见》提出,引导连锁企业加速下沉,促进本地品牌守正创新。

“推动品牌引进来和育本地协同,关键是要形成‘优势互补、互利共生’的格局。”姜照建议,外来品牌落地县域市场必须做好本地化适配,不能直接复制城市门店的标准。一方面是商品与定价适配,针对县域消费特点调整产品结构、定价策略,推出更贴合县乡需求的高性价比产品;另一方面是运营模式适配,结合县域商业网点布局、物流配送特点,探索更轻量化的门店模式,联动本地渠道资源降低下沉成本。本地品牌要借势实现守正创新,发挥本土熟悉市场、贴近消费者的优势,深耕本地场景,也可以探索与外来品牌跨界联名,借势提升自己的品牌力。

从具体实践来看,近年来,蜜雪冰城、瑞幸咖啡、古茗等一系列新茶饮品牌深耕下沉市场,不仅赢得消费者的喜爱,也带动了周边其他本土餐饮商户的客流量增长,成为连

锁品牌在县域“落得下”也“留得住”的典范。丰富场景也为消费带来增量。从时段看,夜间消费成为新热点;从目的地看,“宝藏”小城、“奔县游”、乡村游等成为大家休闲度假、放松身心的重要选择。

在湖南益阳明清古巷,夜间客流占全天的65%,夜间消费额占全天的70%。“发展夜经济不单是‘夜间开门’,更要注重业态、场景与体验的深度融合。”益阳明清古巷公司副总经理、大码头运营公司董事长邹翔说,游客从街头小吃起步,走进古院品尝湖湘风味,步入工坊体验非遗技艺,再到茶馆听戏品茗,最后携地方特产满意而归——在这个过程中,消费链条拉长了,游客购买的也不只是商品,还有“体验”和“记忆”。

中秋、国庆节临近,依托节假日流量红利,可持续释放下沉市场的消费潜能。文化和旅游部产业发展司负责人辜科伟介绍,近期将举办国庆文旅消费月,围绕迎国庆、赏秋景推出一系列文旅活动、惠民措施和便民服务,重点将加大对县域乡村文旅目的地的推介力度。继续办好中国文化旅游产业博览会、“四季非遗购物月”、“游购乡村”等活动,推广文旅好产品和非遗好物,通过县域旅游串联起农产品、乡土美食等消费链条,方便大家在旅途中赏美景、品美食、买好物。

国家发展改革委、国家能源局近日发布《石油天然气发展“十五五”规划》(以下简称《规划》)提出,锚定保障能源安全和绿色低碳发展两大任务,到2030年逐步建设形成“自主保障能力持续增强、管网输配高效衔接、储备调节充足灵活、生产方式绿色低碳、运行安全平稳高效、加工利用高端高质、科技水平自主突破、国际合作灵活多元”的现代油气产业体系。

“十五五”时期是我国基本实现社会主义现代化夯实基础、全面发展的关键时期,也是油气行业转型升级的重要阶段。从外部环境看,全球能源格局加速调整,地缘政治、贸易投资和能源通道等方面不确定因素增多,国际油气供应链安全稳定面临更大挑战,提升国内自主保障能力、完善多元进口体系和增强风险应对能力的重要性更加突出。

从国内发展看,经济社会发展和新型能源体系建设对油气安全稳定供应提出更高要求。与此同时,国内油气勘探开发资源更加复杂,深层、超深层、深水 and 非常规资源成为增储上产的重要接替领域,行业发展需要更多依靠科技进步、改革创新和全产业链协同。

面对新形势新要求,《规划》锚定保障能源安全和绿色低碳发展两大任务。国家能源局石油天然气司副司长杨珺表示,这两大任务相互支撑、协同推进,既守牢能源安全底线,又把握绿色转型方向。一方面持续加大勘探开发和增储上产力度,完善油气管网、储备调峰和多元进口体系,不断提升油气安全稳定供应和风险应对能力;另一方面坚持绿色低碳发展,推动石油消费达峰,促进天然气清洁高效利用,加快油气与新能源、氢能、碳捕集利用和封存以及新型储能等融合发展。

围绕增强自主供给能力、完善基础设施、强化储备调峰和促进绿色转型,《规划》明确了2030年的四项主要目标。供给能力方面,到2030年,国内油气供应量达到4.4亿吨油当量,国内油气总产量持续增加。基础设施方面,“十五五”期间新增油气长输管道2万公里,到2030年全国油气长输管网规模达到22万公里,油气“全国一张网”更加贯通高效。储备方面,天然气储备规模持续增长,占全国消费比重超过13%;液化天然气接收站接卸能力和陆上管道进口天然气能力持续提升。绿色低碳方面,二氧化碳捕集与封存/二氧化碳捕集利用与封存年注入二氧化碳达1000万吨。这项指标也是首次纳入“十五五”规划。

杨珺介绍,为实现这些目标,《规划》部署了加大油气勘探开发和增储上产力度、完善基础设施建设、强化油气储备体系建设等七方面重点工作。

具体来看,“十五五”时期,我国将保持开发投资强度,支撑新建产能建设。加快深层超深层油气规模效益开发,推动页岩油、页岩气和深层煤层气等非常规油气储量动用和开发建产。实施海洋油气再提升工程,推动海洋油气产量当量达到亿吨级规模。实施老油气田“压舱石”工程,推动大庆、胜利等老油田长期稳产。做好新区效益建产,推动巴彦、吉兰泰等新油田加快上产。同时,聚焦鄂尔多斯、渤海湾、川渝、南海北部等重点区域,统筹勘探、开发、基础设施和技术保障,形成一批资源接替稳定、产能建设有序、稳产支撑有力的油气战略保障基地,支撑完成国内油气产量目标任务。

在碳达峰和碳中和的战略目标要求下,油气行业的转型发展十分迫切。国家能源局有关负责人表示,推动油气行业绿色低碳转型,不是简单压减油气供应和利用,而是统筹安全和转型,推动油气生产消费方式绿色低碳转型,加快传统油气业务与新能源、新技术、新业态融合发展,不断拓展行业高质量发展新空间。

油气与新能源融合方面,“十五五”时期,我国将依托油气矿区和周边地区有序发展光伏、风电和地热能,提高生产用能电气化率,打造绿色低碳零碳油气田。推动油气热同采、风光储调并用和源网荷储一体化运行,促进老油气田延展形成“电田、热田、储田、碳田”。

为进一步激发行业发展活力,专家建议,要坚持有效市场和有为政府相结合。上游方面,完善油气矿业权出让方式,加大探矿权区块出让力度,降低勘探开发成本;中游方面,优化管网投资模式,支持民间资本参与非战略性管道和油气储备库建设。完善“全国一张网”运行调度机制和管网气量市场化平衡机制,加强管网设施公平开放监管。此外,推动上游供气主体多元化,促进城镇燃气企业整合重组和规范经营,落实天然气上下游价格联动机制,更好发挥中长期合同的基础性作用,完善储气调峰市场机制,加强民生用气保障。

本版编辑 祝君壁 美编 高妍

今年1月份至7月份

乡村消费品零售额 ——— ▲ 累计同比增长2.4%

县乡消费品零售额占社零总额比重达到 ——— 39.1%

截至2026年7月底
下沉市场在册个体工商户数量对比企业数量为
209:100
▲ 显著高于一二线城市中的85:100