

# M1统计口径“纳新”有何考量？

新华社记者 吴雨 任军

中国人民银行2日发布公告称，决定自统计2025年1月份数据起，启用新修订的狭义货币(M1)统计口径。此次M1“纳新”，有两项流动性强的金融工具被纳入新统计口径。这是出于何种考虑？又将带来哪些影响？

货币供应量是某一时点承担流通和支付手段的金融工具的总和，是金融统计和分析的重要指标。我国向社会公布的货币供应量统计表，按照流通中便利程度的不同，将货币供应量分为流通中货币(M0)、狭义货币(M1)、广义货币(M2)。

在修订前，M1包括M0、单位活期存款；M2包括M1、单位定期和其他存款、个人存款、非存款类金融机构存款、非存款机构部门持有的货币市场基金份额。中国人民银行有关负责人介绍，此次修订后，M1将包括M0、单位活期存款、个人活期存款、非银行支付机构客户备付金。

也就是说，中国人民银行将把个人活期存款和非银行支付机构客户备付金，这两项流动性强的金融工具纳入M1统计。

为什么要调整M1的统计口径呢？其实，货币供应量统计口径并非一成不变，主要根据金融工具的流动性、与经济的匹配度动态调整。中国人民银行一直非常重视对货币供应量口径的调整，M2的统计口径就经过逐步拓展，先后纳入了非存款类金融机构存款、货币市场

基金份额等。

中国人民银行有关负责人表示，近年来，我国金融市场和金融创新迅速发展，金融工具的流动性发生了重大变化，符合货币供应量特别是M1统计定义的金融产品范畴发生了演变，需要考虑对货币供应量的统计口径进行动态完善。

在现行M1的基础上，为啥要进一步纳入个人活期存款、非银行支付机构客户备付金？

在创设M1时，我国还没有个人银行卡，更无移动支付体系，个人活期存款无法用于即时转账支付，因此未包含在M1中。

“随着支付手段的快速发展，目前个人活期存款已具备转账支付功能，无需取现可随时用于支付，与单位活期存款流动性相同，应将其计入M1。”中国人民银行有关负责人说。

至于非银行支付机构客户备付金，中国人民银行发布的2024年第三季度中国货币政策执行报告中有所解释。报告称，网络支付快速

发展，非银行支付机构客户备付金在日常支付中被广泛使用，具有与活期存款相同的货币属性，也可同步研究纳入M1统计。

“从国际上看，主要经济体M1统计口径大都包含个人活期性质的存款及其他高流动性的支付工具。”中国人民银行有关负责人说。

记者了解到，中国人民银行将于2025年1月份起按修订后口径统计M1，预计将于2月上旬向社会公布。在首次公布的同时，还将公布2024年1月份以来修订后的M1余额和增长速度数据。

中国人民银行行长潘功胜在当日举行的2024中国金融学会学术年会暨中国金融论坛年会上表示，中国人民银行将优化货币供应量统计，并加强对M2等各层次货币供应量和社会流动性的监测。明年中国人民银行将继续坚持支持性的货币政策立场和政策取向，综合运用多种货币政策工具，加大逆周期调控力度，保持流动性合理充裕。

新华社北京12月2日电



## 中俄东线天然气管道全线贯通

新华社北京12月2日电(记者 戴小河)国家管网集团2日宣布，我国单管输气量最大的天然气管道——中俄东线天然气管道全线贯通，年输气能力增至380亿立方米，达到最高水平。这标志着我国东部能源战略通道全面建成。

中俄东线是继中亚管道、中缅管道后向我国供气的第三条跨境天然气长输管道，是我国四大能源战略通道的重要组成部分。中俄东线北起黑龙江黑河，南至上海，全长5111公里，分北段(黑龙江黑河—吉林长岭)、中段(吉林长岭—河北永清)、南段(河北永清—上海)三段建设。自2019年12月北段率先投产通气以来，中俄东线吉林长岭至江苏泰兴各段先后投产通气，年输气量从投产之初的50亿立方米提至目前380亿立方米的最高水平。本次投产通气的南通一用直段，是中俄东线南段最后一段新建管道，标志着中俄东线全线贯通，实现“北气南下”直抵上海，并通过与西气东输管道系统联通，进一步覆盖浙江、安徽等地。

全线贯通的同时，中俄东线与东北管网、陕京管道系统、西气东输管道系统、沿海多座液化天然气接收站等实现互联互通，有效增强我国东部地区天然气供应能力和应急调峰保障能力，对“十四五”期间构建我国天然气管网“四大战略通道+五纵五横”新格局、更好保障国家能源安全 and 经济安全具有重要意义。

中俄东线天然气市场覆盖我国东三省、环渤海、长三角等地区。自2019年12月北段投产通气以来，中俄东线累计输气量突破800亿立方米，不仅形成了新的全国供气格局，使天然气供应渠道更加多元，还带动了沿线产业转型升级，为我国东部地区高质量发展注入强劲动力。

## 抢抓“冷”商机 消费市场暖意浓

新华社北京12月3日电《中国证券报》3日刊发文章《抢抓“冷”商机 消费市场暖意浓》。文章称，入冬以来，“暖经济”逐渐升温。近期，从保暖服饰到取暖设备，再到热气腾腾的美食、衣、食、住、行等行业的冬季产品迎来消费旺季，众多商家紧盯消费需求，抓住“冷”商机，为消费市场增添浓浓暖意。

### 保暖服饰站上风口



近期，随着气温进一步降低，羽绒服、大衣、毛衣等冬衣成为人们御寒的必备之物。(资料图片 新华社发)

11月29日，在北京朝阳大悦城一家保暖衣物品牌店内，孙女士正在试

穿最新款的羽绒服。“前两天降温太快，最低气温眨眼间就降到零下，我赶紧来添置两件厚衣服。”孙女士告诉记者。

在各网购平台上，御寒服饰近期销售数据也颇为亮眼。拼多多数据显示，11月以来，羽绒服、保暖内衣、秋衣秋裤等品类的搜索量同比增长150%，东北地区订单量同比增长80%。唯品会数据显示，11月下旬以来，女士羽绒服、儿童保暖内衣等品类已经跻身平台细分品类销量前五名，儿童羽绒服、男士羽绒服近期销量也持续增长。

### 取暖家电热销

取暖设备近期也成为抢手货。苏宁易购数据显示，11月中旬以来，暖风机、踢脚线式电暖器等产品销量不断提升，同比增长均超过50%。

南京苏宁易购大桥北路店导购员介绍，立冬以来，进店购买取暖设备的用户越来越多。其中，踢脚线式电暖产品凭借移动便捷、安全性能强以及外观简洁等优点，最受用户青

睐，成为线下取暖单品之王。

从消费特点看，苏宁易购相关负责人表示，当下消费者既注重取暖速度，也注重舒适度。苏宁易购数据显示，不少消费者选择“发热快”“风口大”的高塔暖风机产品。

京东数据显示，今年“双十一”期间，一些“取暖神器”迎来热销。发热坐垫、智能保温杯成交额同比增长逾5倍，电热毯成交额同比增长超过120%。

### “暖”餐饮人气旺

随着气温逐渐转凉，吃一口热气腾腾的美食成为不少消费者的选择，火锅、热饮等纷纷迎来销售小高峰。

临近吃饭时间，北京朝阳区一家“网红”火锅店内已座无虚席，门口也聚集了不少排队等待叫号的食客。“要是现在排队的话，估计要等两个小时。”店内工作人员告诉中国证券报记者，“虽然我们店的客人一直不少，但近期气温明显降低，店里的客流明显增多，排队等位的时间也越来越长。此前客人差不多要等半个小时到一个小时，最近基本上要等两个

小时以上。”

不仅火锅受热捧，夏日最爱的“冰美式”也已被暖心暖胃的热饮取代。中国证券报记者注意到，许多茶饮品牌近期纷纷推出新的热饮产品供消费者选择。

在北京朝阳大悦城一家奶茶店内，一排制作完成的饮品等待取用。与此同时，新订单不断涌入，服务员忙得不可开交。“最近，店里推出一款中式蜜桃乌龙热饮很受欢迎。仅今天上午，我们就制作了近百杯。这几天降温，热饮消费明显增加，点单高峰会一直持续到晚上。”服务员一边制作奶茶，一边对中国证券报记者说。

美团数据显示，11月9日至11月23日，全国砂锅菜、炖品外卖的搜索量分别同比增长278.5%、185.7%。火锅、热奶茶的外卖销量同比增长77%、20%。

多位专家表示，抓住冬日“冷”商机，巧妙利用寒冷季节特有的需求激发市场活力，不仅有利于促进经济增长、满足消费者多样化需求，还可以为企业创新发展提供契机。