

前5月经济保持较强韧性 消费引擎超预期发力

中经记者 谭志娟 北京报道

中国经济较强韧性正在持续凸显。国家统计局最新发布的经

济数据显示,5月社会消费品零售总额(以下简称“社零总额”)同比增长6.4%,创下2024年以来月度最高水平,社零总额季调后环比增

速0.93%,是近5年来的同期峰值。工银国际首席经济学家程实对《中国经营报》记者表示,2025年,中国经济规模的稳定增长和质

量的有效提升依旧展现出较强的惯性和韧性。消费作为经济恢复的关键引擎,在政策扶持和结构升级的共同推动下持续改善,服务消

费增长强劲,消费对GDP增长的贡献率有望显著上升。

国家统计局新闻发言人、国民经济综合统计司司长付凌晖答

者问时称,从5月相关指标看,宏观政策持续发力促进了需求扩大、生产增长、预期改善、活力释放,为经济平稳运行提供了重要支撑。

消费超预期提速 政策与市场协同共进

对于5月社零总额同比超预期,东方金诚研究发展部执行总监冯琳认为,这主要源于耐用消费品以旧换新政策加力扩围在支撑居民商品消费方面继续发挥积极作用。

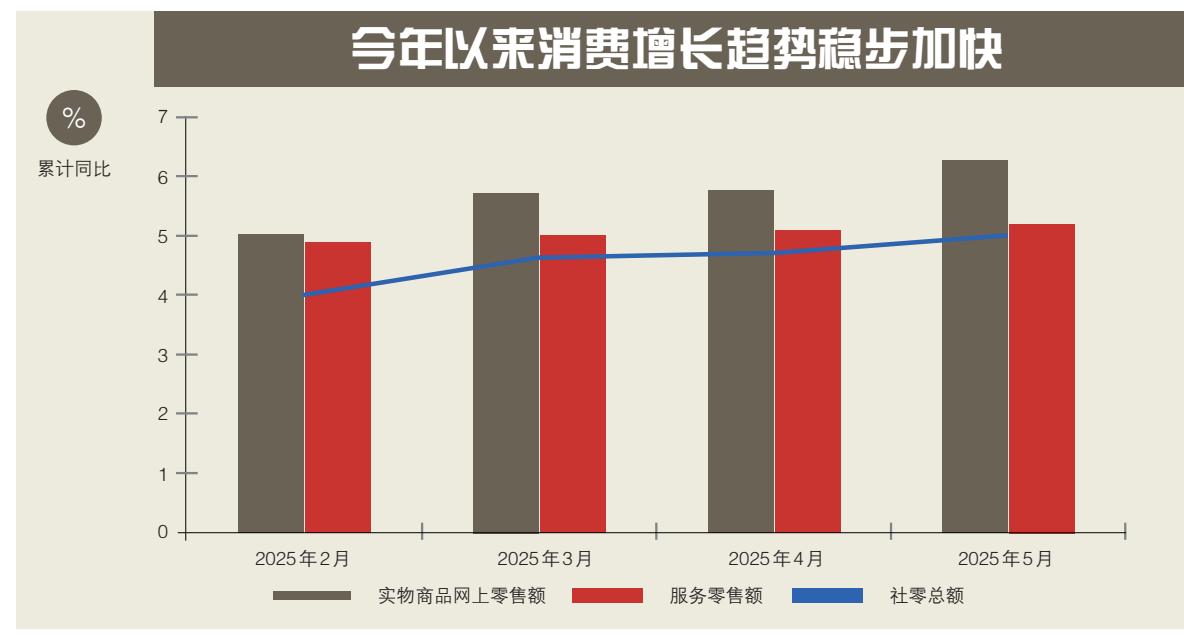
消费作为拉动经济增长的“三驾马车”之一,也是促进经济内循环和实现高质量发展的重要引擎。5月消费数据的亮眼表现,是政策精准发力与市场活力释放共同作用的结果。

今年《政府工作报告》提出,实施提振消费专项行动。制定提升消费能力、增加优质供给、改善消费环境专项措施,释放多样化、差异化消费潜力,推动消费提质升级;安排超长期特别国债3000亿元支持消费品以旧换新,资金金额较2024年增加一倍。

在政策推动下,消费市场整体呈现稳步回升态势。2025年1—5月,社零总额同比增长5%,较前4个月加快0.3个百分点,服务零售额亦保持5%以上的同比增速,延续了持续改善的趋势。假日经济与春季出游热潮带动旅游、出行等服务消费快速增长,体育娱乐、金银珠宝等升级类商品销售5月同比增速达到20%以上,表现尤为亮眼。

对于5月社零总额同比超预期,东方金诚研究发展部执行总监冯琳认为,这主要源于耐用消费品以旧换新政策加力扩围在支撑居民商品消费方面继续发挥积极作用。“5月,家电、通讯器材、家具、文化办公用品等补贴政策范围内商品零售额延续两位数增长”。

以旧换新政策效果明显,对消



数据来源:Wind、工银国际

刘洋/制图

费增长的拉动力作用进一步增强。来自国家统计局的数据表示:5月,限额以上单位家用电器和音像器材类、通讯器材类零售额同比分别增长53%、33%,增速分别比4月加快14.2%、13.1%;文化办公用品类、家具类零售额分别增长30.5%、25.6%,延续年初以来较快增长态势;建筑及装潢材料类、汽车类零售额分别增长5.8%、1.1%。

国家统计局贸易司首席统计师袁彦在解读时称,上述6类以旧换新

商品销售对当月社零总额增长的拉动作用较4月有所增强。

不仅如此,节日需求释放带动相关服务业的表现良好。数据显示,五一期间全国国内出游人数同比增长6.4%,国内游客出游总花费同比增长8.0%,均为今年以来最高增速。

民生银行首席经济学家温彬认为,促消费政策成效持续显现,叠加“6·18”购物节消费场景带动,6月居民消费需求有望进一步释放,推动

消费加快增长。

不过,消费的“短板”可能也会逐步显现。

民生证券首席经济学家陶川表示,当前的消费复苏更多依靠政策“助力”。随着部分地区出现“国补”暂停或调整,消费动能的延续仍需政策进一步加力。此外,商品消费呈现出“量价分化”的鲜明特征,这反映出需求端的修复仍存在症结。

总体来看,受访专家普遍看好下半年消费走势。

下半年有望出台新增量政策

温彬预计,未来,财政政策有望集中于加快政府债发行,并尽快转化为实物工作量;货币政策集中于向市场提供流动性,确保降准降息政策效应显现;稳就业政策集中于解决高校毕业生的就业压力。

搭建相关基础性制度。

在陶川看来,政策层面有望快速响应并展开新一轮部署。在供给端上,城市更新将作为主要抓手,今年以来用于收储、城改的新增专项债发行加快;在需求端上,核心城市的限制性政策存在进一步打开空间。

冯琳分析,考虑到中美经贸对话磋商还会经历一个复杂曲折的过程,外需下滑的影响将主要在下半年体现,国内房地产市场止跌回稳基础也需要进一步夯实,预计接下来稳增长政策不会松劲。

“下半年央行有望继续降息,财政政策也将支持换新等方面出台新的增量措施。”

冯琳预计,在房地产支持政策方面,政策在强化保障房收购、推进旧改和城中村改造、加大房地产项目“白名单”贷款拨付的同时,还会以下调居民房贷利率为核心,加大力度推进房地产市场止跌回稳。

6月13日召开的国务院常务会议指出,构建房地产发展新模式,对于促进房地产市场平稳、健康、高质量发展具有重要意义,要着眼长远,坚持稳中求进、先立后破,有序

付凌晖在新闻发布会上指出,下阶段,国际环境不确定因素较多,国内经济长期积累的矛盾仍在显现,经济回升向好的基础还需要巩固。要实施好更加积极有为的宏观政策,着力做强国内大循环,强化创新驱动,扎实推进高质量发展,促进经济持续健康发展。

一线观察

二手奢侈品手表市场现企稳信号

中经记者 黎慧玲 北京报道

乐观态度。

在奢侈品手表销售低迷的氛围里,二手手表市场显现一线希望。知名奢侈品集团瑞士历峰在最新发布的年度报告中提到,其专营二手手表的子公司WatchFinder实现了“双位数增长”。随着全球经济压力缓解和奢侈品牌主动介入二手业务,这一曾被视为边缘领域的市场有可能迎来增长,走向规范、成熟。

价格趋稳,市场交易回暖

二手奢侈品手表市场出现的回暖信号,一方面在于曾高涨不止的热门表款价格已大幅回落,二手市场整体价格跌幅趋缓;另一方面是买家情绪逐步恢复,成交量有所回升。

新冠疫情期间,由于消费受限和供给紧张,手表成为投机对象,价格暴涨。然而,此后全球经济遭遇动荡,消费者信心下滑,不少投机者损失惨重。市场分析机构WatchCharts和摩根士丹利的数据表明,截至2025年第一季度,手表价格已连续12个季度下跌。

WatchCharts的最新数据也显示,在更早的2022—2023年,一些热门品牌如劳力士、爱彼和百达翡丽的二手价格曾累计下跌超过30%,部分型号甚至“腰斩”,而在今年第一季度,全球二手奢侈品价格仅小幅下跌0.4%,为过去三年来最小季度跌幅。

在中国市场,这一趋势表现得更加明显。多位表商反馈,自去年第四季度起,劳力士、欧米茄等品牌的二手手表价格开始稳定,交易数量较年初有明显回升,尤其是1万元—2万元价格区间的常规表款,受到年轻消费者的青睐。一位上海表商表示:“现在劳力士的二手

行情已经没有‘加价买’的概念了,客户更多看重使用价值,而非投资回报。”

买家层面的观望情绪也在发生变化。

在北京三里屯附近的一家腕表交易店内,白领林(化名)正在试戴一枚劳力士日志型二手手表。他告诉记者:“去年这款表还要加价买,我一度犹豫。今年价格下来了,跟专柜差不多,还有质保,感觉更划算。”他表示,自己不是为了投资而买表,“希望买一块有品质、戴得住的表”“不在意它涨不涨价,只要别买贵太多就行”。

这一变化反映出消费者正在从追逐价格涨幅的投机心态中回归理性。第三方数据显示,消费者对二手奢侈品的兴趣正不断增长。德勤在去年12月发布的报告显示,自2020年以来,全球消费者购买二手手表的兴趣已翻倍,49%的受访者表示他们选择购买二手手表是为了省钱。

除了消费者,回收端也在逐渐恢复信心。深圳水贝一家二手奢侈品回收门店负责人表示:“相比去年年底,现在出表的客户少了些,更多人愿意等价格再涨一点儿后出手。”

投机退潮,市场回归理性价值

2020—2023年,全球高端腕表一些热门表款如劳力士水鬼、爱彼皇家橡树、百达翡丽鹦鹉螺等热门型号被大量投机性资金炒作,不仅在一二级市场“一表难求”,在二手平台上甚至出现溢价翻倍的现象。但随着各国央行进入加息周期、投机热潮开始退去,这种“资产化”趋势在货币环境收紧后迅速反转。

“手表说到底还是消费品。二手市场的吸引力在于价格透明。”一名腕表收藏人士说,很多人过去被短期升值预期裹挟,忽略了购买成本和真实流通性。如今,市场交易更多由实际佩戴者与收藏者构成。他分析,部分表款价格的合理修正增强了二手市场的流通性。例如欧米茄、卡地亚等品牌的二手价格相对稳定,因定位亲民、设计多元,受炒作影响小,更受年轻消费者青睐。

与此同时,真正稀缺的高复杂度款式依旧坚挺。数据显示,一些限量生产的黄金或珐琅款式,如百达翡丽高级表款、劳力士



图为一款1999年出产的劳力士宇宙计型迪通拿(型号16516),在瑞士日内瓦苏富比拍卖行进行拍卖预展。

视觉中国/图

周年纪念版等,仍维持在高位成

力。”上述收藏人士指出。

在大多数表款价格理性回归后,二手市场整体也呈现出更清晰的价值分层:大众款回归实际价值,稀缺款依旧溢价坚挺。

金价飙升也可能刺激二手市场规模增长,业内人士分析:“金价的疯狂上涨使新金表价格水涨船高。金表价格未来还会继续涨,二手市场也更具吸引力。”

品牌入局与平台规范,推动行业正向发展

20年前,“二手”一词常带贬义,品牌和零售商也普遍忽视甚至回避二手市场,担忧其冲击正价渠道。

如今,面对二手市场影响力日益增长,多个国际高端品牌已开始主动介入二级交易环节。劳力士于2022年年底推出官方认证二手计划(Certified Pre-Owned),授权经销商销售经原厂认证、提供质保的二手手表。该计划已在欧美多个市场落地,并于2024年进入香港。据悉,劳力士首家中内地官方二手门店也将在2025年落地上海。

此举不仅为消费者提供了更高的安全保障,也为品牌在二手价格管理方面提供了工具。

不少业内人士认为,这种“由品牌主导的二手体系”将对原本自由化的市场产生深远影响,“过去大家担心网上购物的安全性,怕买到赃表或假表。现在普通消费者可以从官方零售商那里买到经过劳力士认证的二手手表,这吸引了很多新客户,效果非常正面”。

不过这也带来了品牌“自我竞争”的风险。历峰集团专营二手手表的子公司CEO范德瓦尔

表示:“对一些品牌来说,二手表已经成为其新表的竞争对手。”

与此同时,全球主流平台如Chrono24、WatchBox等也在中国拓展服务网络,提供标准化评估、认证与售后服务。国内平台如万表、腕表之家等则强化了信息透明度与客服响应,提升消费者体验。“现在靠信息差赚快钱不现实,客户都比你了解行情。”一位北京二手手表电商平台的运营负责人表示,“我们更多在做流通效率,提升用户信任,靠口碑留客。”

值得一提的是,政策环境也

对行业发展产生积极影响。目前,中国内地对个人二手奢侈品交易尚无明确监管体系,但电商平台与回收公司普遍呼吁在税务与交易登记上出台更多标准,以促进二手消费合规化。

从增长潜力来看,中国仍是全球最具想象空间的二手手表市场之一。据德勤与麦肯锡数据,当前国内二手奢侈品市场规模占整体奢侈品消费的比例不足5%,而欧美市场该比例普遍超过20%。随着消费理念转变和二手文化的逐步普及,未来这一比例有望快速提高。