

商务部：更愿做“世界市场”

1月26日，国务院新闻办公室举行新闻发布会，介绍2025年商务工作及运行情况，同时聚焦今年商务工作将在哪些方面重点发力。商务部对外贸易司司长王志华表示，2026年，中国将坚定不移推进高水平对外开放，推动贸易创新发展、平衡发展，不仅愿做“世界工厂”，更愿做“世界市场”。



提升国际化服务能力，鼓励中文教育、中医药、中餐等传统优势服务出口。出台扩大入境消费的政策措施。

加快国际消费中心城市建设

在提振消费方面，商务部市场运行和消费促进司司长杨冰在会上透露，商务部将围绕出政策、办活动、优场景三个方面开展工作。

一是出政策，加大惠民力度。优化实施消费品以旧换新，促进汽车、家电、数码和智能产品等大宗耐用商品消费。开展汽车流通消费改革试点，进一步释放汽车消费潜力。开展好有奖发票试点工作。推动出台促进首发经济等一批务实管用的政策举措。

二是办活动，营造消费氛围。聚焦商品消费、服务消费和消费场景三大主题，将在今年组织开展20多场“购在中国”专题活动，组织15个国际化消费环境试点城市举办“城市专场”活动，支持各地举办“地方站”活动，通过主题统一、特色鲜明的活动矩阵，营造浓厚消费氛围。

三是优场景，改善消费环境。加快国际消费中心城市培育建设，推进国际化消费环境建设试点和消费新业态新模式新场景试点工作，打造一批带动面广、显示度高的消费新场景，让国内外消费者尽享美好生活。

北京商报综合报道

一视同仁外资企业

商务部副部长郗东在发布会上介绍，2025年商务部更大力度吸引和利用外资，有序扩大服务领域自主开放，持续擦亮“投资中国”品牌，全年新设外资企业7万余家，增长19.1%，吸收外资7476.9亿元，其中高技术产业引资占比32.3%。

2026年作为“十五五”开局之年，商务部将坚定不移扩大高水平对外开放，着力塑造吸引外资新优势。2026年，我国将以服务业为重点，扩大市场准入和开放领域，有序扩大电信、医疗、教育等领域自主开放，推动试点项

目尽早落地，支持服务业外资企业延伸价值链，实现专业化、融合化、数字化发展，促进服务业扩容提质。

商务部外国投资管理司负责人王亚表示，商务部将优化外商投资支持政策。落实好境外投资者以在华取得的利润直接投资税收抵免、鼓励外商投资产业目录等政策措施，一视同仁支持外资企业参与提振消费、政府采购、招投标等活动，助力外资企业在华长期深耕发展。

王亚还表示，将建设国家层面海外综合服务大平台，统筹外事、法律、财税、金融、经贸、物流、海关、贸促等领域服务资源，围绕企业出海有关政策咨询、业务办理、国别信息、

动态资讯、资源对接、风险防控等共性需求，形成一个窗口、一站式出海服务平台。该平台将于近期在商务部网站上线。

全力稳住外贸基本盘

面对新的外贸形势，我国将采取哪些措施推动外贸高质量发展？商务部对外贸易司司长王志华表示，商务部将锚定提质增效目标，全力稳住外贸基本盘，有序推进服务市场开放，为“十五五”开好局、起好步贡献力量。

在强化政策抓手方面，商务部将形成外贸政策“组合拳”，精心服务好外贸企业，助力

企业降本增效。加强政策宣传解读，稳住预期、提振信心，央地联动，适时研究出台新的政策，创新支持举措。

在拓展多元市场方面，商务部将加大企业赴境外参展力度，举办系列贸易促进活动，办好第139届、第140届广交会，鼓励企业用好国别贸易指南和外贸促进信息，帮助企业更好对接市场。

在大力发展服务贸易方面，商务部将完善跨境服务贸易负面清单管理制度，有序推进服务市场开放，建设国家服务贸易创新发展示范区。扩大优势生产性服务出口，促进知识产权、人力资源等服务贸易集聚发展，鼓励设计、咨询、金融、会计、法律等专业服务机构

月内4家获关键进展 房企化债提速

2026年开年，房企债务重组进程迎来密集落地。据北京商报记者不完全统计，2026年1月以来，包括万科、路劲、花样年等4家房企接连披露化债重要进展。在业内人士看来，这一良好开局，正是对2025年行业集中化债、风险加速出清态势的有效延续与有序承接。2025年房地产行业债务重组与企业重整自救的积极信号持续释放，包括融创中国、碧桂园、佳兆业等21家出险房企债务重组、重整获批及完成，化债规模约1.2万亿元。为进一步巩固化债成效、助力行业持续纾困，政策端同步发力、精准赋能。2026年1月，房地产融资“白名单”制度迎来关键优化，明确符合条件的“白名单”项目贷款展期期限由此前的最长2.5年延长至5年，为房企持续推进债务化解提供了更充足的资金周转缓冲空间。

花样年重组进入司法核心阶段

据北京商报记者不完全统计，2026年1月，已有包括万科、路劲、花样年及融创中国披露债务重组重要进展。

以万科为例，1月21日，万科发布多条“21万科02”债券回售公告。依靠“固定兑付+部分现金回售+部分利息提前兑付+优质增信”的多种方案，万科在满足不同债券持有人诉求的同时，促进了债券展期议案的通过。

北京商报记者注意到，此次万科采用回售部分债券本金的40%于2026年1月30日兑付，剩余60%展期1年，提供资金及时进行部分兑付，也能满足债券持有人回收流动性的诉求。

中指研究院企业研究总监刘水表示，万科对回售部分债券本金的40%进行兑付，剩余60%用武汉和西安两个项目的应收款质押作为增信担保措施，既有现金兑付又有增信担保，体现出了诚意，所以债权人同意比例高，方案就会通过。

除万科外，花样年在1月16日发布公告称，根据于2026年1月16日作出的颁令，香港特别行政区高等法院原讼法庭已指示计划债权人召开单一会议，以审议并酌情批准公司与各计划债权人根据香港公司条例所提呈的安排计划（香港计划）。

此举在业内普遍认为是花样年境外债务重组实质上已取得关键进展，此次香港法院的颁令标志着重组进入司法程序的核心阶段。

此外，1月19日路劲发布公告，披露其境外债务重组的最新进展及初步方案。

超万亿债务重组已经落地

回顾2025年，从金科股份司法重整完成，到融创中国、碧桂园等房企债务重组获批，一系列

头部房企的风险处置案例取得决定性进展。在业内分析人士看来，这些重大复杂案例的突破，表明房地产行业的债务风险化解已从“破题”进入“规模化攻坚”的深水区。

以金科股份为例，该企业于2025年12月正式完成司法重整。据披露，此次重整案涉及债务规模达1470亿元，覆盖债权人超8400家，系房地产行业规模最大的司法重整案例。

从债权人权益保障维度看，金科股份采用“现金+股票+信托受益权”的综合清偿模式，显著提升了普通债权的整体清偿率。相较于企业进入破产清算程序的情景，该方案有效规避了无序清算可能引发的更大损失，最大限度维护了债权人的合法权益。

金科股份方面透露，目前大部分偿债资源，包括现金、股票及信托受益权份额，已完成向相关债权人的实际划转或预留，后续分配工作将在管理人的严格监督下，依法按照重整计划的规定稳步推进。

此外，融创中国、碧桂园等房企境内外债务重组方案也相继落地。其中，融创中国整体偿债压力预计压降近600亿元；碧桂园通过境外债重组实现降债约117亿美元，对应折合约840亿元有息债务。

刘水分析指出，必须认识到债务重组只是“输血”，解决房企暂时的流动性危机，而根本出路在于恢复企业自身的“造血”能力。这意味着房企在化债的同时，必须全力保障项目交付，以重建市场信心。

中指研究院数据显示，截至2025年，已有21家出险房企完成债务重组或重整获批，累计化债规模约1.2万亿元，大幅缓解了行业公开债务偿付压力。

上海易居房地产研究院副院长严跃进表示，债务重组的“输血”效应与保交楼工作的协同推进，通过“风险出清—交付保障—需求激活”的闭

环逻辑重建市场信心。这种“化债—交付—销售”的正向循环，使购房者重拾对房企履约能力的信任，为市场注入长期信心，形成“信心修复—销售回暖—资金回笼”的良性机制。

“白名单”助力房企融资

房企债务重组工作能实现规模化推进，核心得益于政策端的精准赋能，其中房地产融资“白名单”制度发挥了关键支撑作用。北京商报记者注意到，2024年1月，“白名单”制度正式落地实施，推动房地产融资机制从依赖房企信用向聚焦项目资产转型，精准破解了出险房企融资困境。

此后两年，该制度持续扩围增效、迭代完善，政策效能逐步释放。2024年10月，“白名单”项目贷款审批金额达2.23万亿元；截至2025年9月，这一规模突破7万亿元，累计支持近2000万套住房建设交付，既筑牢了保交楼底线，也为房企盘活项目、化解债务提供了资金通道。

“白名单”将所有合规住房开发项目纳入统筹管理，已成为出险房企获取融资的核心渠道。例如，融创中国超90个项目入围首批“白名单”，覆盖20余座城市；截至2024年4月17日，金科股份82个项目纳入“白名单”；截至2025年1月9日，碧桂园超200个项目获批准入，同步获得15.23亿元新增融资，为企业化债与项目运营注入活水。

2026年1月，“白名单”机制迎来关键深化。据媒体报道，监管部门对房地产融资协调机制下发新政，明确符合条件的“白名单”项目贷款可展期5年，较此前最长2.5年的展期期限实现重大突破，为房企提供了更充足的资金周转缓冲期。

刘水表示，此次延长贷款期限标志着房地产金融支持进一步加码，折射出监管部门对行业流动性链条的再评估，为行业风险化解与模式转型注入关键动力。2025年12月以来，金融监管总局党委会议和全国住房城乡建设工作会议强调，进一步发挥房地产项目“白名单”制度作用，支持房地产企业合理融资需求，助力构建房地产发展新模式。

中国城市房地产研究院院长谢逸枫表示，在“白名单”扩容及贷款展期5年政策支持下，优质民营房企可通过“时间换空间”实现稳健运营，进一步推动业务多元化发展。部分优质民营房企布局代建、持有型商业地产、物业管理及商业地产开发等领域，不仅收获多元化营收增长点，更强化了经营风险防范能力，有效抵御行业下行压力，同时在去库存阶段持续提升经营效能，借助政策“输血”等待房地产市场复苏契机。

北京商报记者 李晗

潮玩产业反思“爆款赌局”：IP应跨业态跨文化

从追逐单一爆款到比拼构建IP生态的综合能力，潮玩行业的竞争逻辑已悄然转向。近日，HERE奇梦岛集团执行总裁、联合创始人施广强在接受北京商报记者采访时指出，当前，潮玩更应被视为“文化作品”而非“快消品”，既要确保产品品质足以承载IP的艺术价值，也要让IP具备跨业态、跨文化的适应性。

当下成功的IP内容往往带有强烈的情感倾向。年轻一代消费者不仅为品牌和IP的内容买单，更是在为自己投射于IP之上的情感体验付费。IP形象及其传递出的个性，促使消费者将其与自身相联结，建立起深层次的情感关联。

“在快节奏的生活中，我们的IP提供了反焦虑和治愈感，成为用户的情感寄托。”施广强说。例如奇梦岛核心IP之一的SIINONO，传递了“接纳不完美”的情绪价值，引起广泛共鸣，首发便创下10分钟售罄1万盒的纪录。在社交上，WAKUKU的“立刻开挂吧”系列，丰富了潮玩的使用场景，将传统摆件潮玩升级为更随身的挂件，变成了更具社交属性的“时尚小单品”。该系列开售首周，全渠道销售额便突破1800万元。

“诞生之初，我们就希望IP能具备鲜明的‘人设’和价值观。”施广强在采访中强调，构建“承载好奇与梦想的一方净土”，是奇梦岛创造WAKUKU、又梨等核心IP的初衷。

根据奇梦岛公布的2026财年一季度财报（2025年7月1日—9月30日），公司潮玩业务季度营收1.27亿元，环比增长93.3%。这也是奇梦岛集团更名、全面转向潮玩生态布局的首个财年。在施广强看来，奇梦岛获得市场认可的背后，是IP切中了用户所需的“情感共鸣”与“社交货币”两点。

如果要一句话总结IP能“火”的本质，施广强认为，“产品力是IP能火的根本”。而如何打造更长青的IP，是所有潮玩企业都要面对的问题。

施广强向北京商报记者指出，为持续给用户创造情感共鸣，品牌

一直在做三方面努力：坚持将IP人设作为灵魂；鼓励用户参与二次创作；让IP进入更多生活场景，如中国网球公开赛、北京时装周等。在他看来，需要让IP具备跨业态、跨文化的适应性。从盲盒到毛绒，从体育赛事到时尚周，通过不同形态和场景的渗透，让IP始终保持活跃度，避免审美疲劳。

一个来自市场的印证是，奇梦岛旗下以东方美学设计为亮点的中国公主IP又梨已经火了三年。“我们挖掘传统文化这座‘故事富矿’，持续从中汲取灵感进行内容迭代。这为IP提供了无限的生长空间，有效避免了老化。”施广强说。

中国潮玩企业多元化的出海路径，揭示了行业未来的竞争关键。施广强指出：潮玩的竞争关键不再是单一产品的比拼，而是“IP生态化运营能力”的竞争，即“IP×品类×放大器”的综合效能。

在施广强看来，未来的竞争将聚焦在“文化叙事能力”和“全产业链协同效率”上。他坦言，“我们正在强化从研发设计、规模化生产到全渠道营销的闭环能力”。例如，在打造核心IP、实现产量上的爆发式增长后，奇梦岛深化跨界合作、布局海外市场，并计划在一线城市开设自营品牌形象店。公开资料显示，2025年12月下旬至2026年1月初，奇梦岛将在北京、重庆两地开设4家品牌直营店。

基于产品之上，施广强更热衷于让奇梦岛成为文化的“翻译器”和“摆渡人”。通过在体育、时尚、文旅方面深化跨界合作，让IP与更多元的生活方式产生连接。

从简单的实体零售向体验服务升级，是当前潮玩行业的一个显著趋势。除奇梦岛这类新兴企业外，头部品牌也在向线下体验发力：泡泡玛特上海城市旗舰店打造近800平方米的海漫式体验空间；名创优品推出MINISO LAND，打造各具主题乐园场景。

北京商报记者 赵述萍
实习记者 毛思怡