



中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

服务业扩大开放“提速加力” 155项试点聚焦电信、金融等领域 ▶A2

英伟达特供版GPU“断供” 中国厂商突围战打响 ▶C2



社评 ▶

反内卷的前提是反垄断

近年来，“内卷”一词频繁出现在经济与社会讨论中。从企业间的低价厮杀到劳动者的无效内耗，从产能过剩的同质化竞争到创新动能的持续衰减，内卷化已成为制约中国经济高质量发展的顽疾。然而，若仅将目光局限在反内卷本身，无异于治标不治本。究其根源，内卷是市场机制失灵的具体表现，而垄断行为则是这一失灵行为的催化剂。

垄断行为通过扭曲市场竞争规则，挤压中小企业生存空间，迫使市场陷入低水平重复竞争的泥潭。因此，反内卷必须先反垄断。

首先，垄断破坏了市场的公平竞争环境，在缺乏有效竞争的市场中，少数企业或机构占据主导地位，通过控制资源、价格和市场准入，限制了新进入者的机会。这种不合理的市场结构导致垄断性企业不再依靠创新和提高效率来竞争，而是通过维持垄断地位获取超额利润。其他企业则只能通过内卷式的同质化竞争来维持生存。不受制约的垄断优势直接刺激了各个行业企业竞争的模式，移动互联网兴起之后，依靠大举“烧钱”谋垄断的竞争模式愈演愈烈。正如光伏和风电产业中，部分企业通过低价倾销排挤竞争对手，形成了恶性的内卷式竞争，最终个别企业的“一将功成万骨枯”损害

了整个行业的健康发展。

其次，垄断抑制了创新动力。在竞争充分的市场中，企业为了生存和发展，必须不断进行技术创新和管理优化，以提供更优质的产品和服务。然而，在垄断的市场环境下，企业丢失了创新动力。例如，平台经济领域的“二选一”行为曾直接扼杀中小商家的生存空间，迫使行业陷入“强者愈强、弱者消亡”的恶性循环。当市场增量被垄断者瓜分殆尽，剩余参与者只能在存量中争夺“残羹冷炙”，价格战、同质化竞争成为唯一选择。2024年，汽车行业因价格战导致利润下滑8%，光伏行业因产能过剩陷入亏损，便是典型案例。

最后，垄断还导致了社会资源的配置效率低下。资源倾向于流向垄断企业，而那些更具潜力和创新能力的初创企业或中小企业却因缺乏资源支持而难以发展。这种不合理的资源配置不仅抑制了经济的活力，也加剧了社会资源的分化。

当前，社会对反内卷已经形成共识，但对内卷背后的垄断因素还没有足够清醒的认识。事实上垄断与内卷一直在相互促进，并形成了恶性循环。垄断限制了竞争和创新，为内卷提供了土壤；而内卷又进一步强化了垄断，削弱了市场的活

力和效率。因此，反内卷必须从源头抓起，要旗帜鲜明地反垄断。政府需要加大对垄断行为的打击力度，严格执行《反垄断法》，对滥用市场支配地位、实施价格操纵和排除竞争的行为进行严厉处罚。同时，要推进公平竞争政策的执行，打破地方保护和行业壁垒，建立全国统一、开放、竞争有序的市场体系。此外，鼓励行业协会发挥自律作用，制定合理的行业标准和竞争规则，引导企业良性竞争。

只有反垄断，才能打破桎梏，重构市场秩序。要解决这一问题，需要政府加强反垄断监管，打破市场壁垒，促进公平竞争，防止垄断的形成和扩大；需要企业家们建立鼓励创新和投资容错的机制，支持企业进行技术创新和差异化竞争，避免低水平重复竞争；需要社会整体优化资源配置，促进资源合理流动，扶持中小企业发展，增强市场活力。

目前，我国《反垄断法》的修订及配套司法解释已经出台，这为遏制垄断行为提供了明确依据。例如，最高人民法院通过细化平台经济领域裁判规则，明确数据权益边界，遏制滥用市场支配地位的行为。市场监管总局对燃气、水务等民生领域垄断案件的查处，则直接降低了公众生活成本，缓解了企业负担。

未来，我们还需要进一步细化《反垄断法》实施细则，尤其在数据、算法等新兴领域明确行为边界。最高法民三庭庭长林广海就提出，应完善行政执法与司法审判的协同机制，形成反垄断合力。

此外，地方政府在制定产业政策时，也需要严格落实公平竞争审查，杜绝行政垄断。浙江省就通过“省域公平竞争先行先试改革”，清理妨碍统一市场的政策，为全国提供了样板。

当然，反垄断并非打压企业，而是通过规范市场行为，释放竞争活力，为创新开辟空间。可以说，反垄断的终极目标是通过公平竞争激发创新。正如全国政协委员张连起所言，企业需从“争夺存量”转向“创造增量”，而创新的前提是破除对资源的垄断。

总体看，内卷是市场调节失灵的产物，而垄断则是这一失灵的放大器。唯有通过反垄断重塑市场规则，才能从根本上打破“越努力越贬值”的怪圈。当前，中国正处于从高速增长转向高质量发展的关键阶段，反垄断不仅是经济命题，更是社会议题。只有让市场回归公平竞争的初心，才能激发亿万主体的创新活力，为经济可持续发展注入不竭动力。

坚守安全底线 做“未来移动空间开拓者”

与老板对话 ▶D4



“我是谁？从哪里来？到哪里去？”这三个哲学命题，不仅是人类对自我存在的探索，更是一家企业定义战略方向的基础框架。

作为丰田集团发展史上的第一家公司，丰田纺织创立107年来，始终以“制造”为根基，业务已从最初的纺织机械、纺织，演进至汽车座椅和内饰系统，如今这家传统汽车内饰企业正在积极拥抱智能电动时代。

然而，丰田纺织面对的却是一个极度复杂的市场环境，燃油车市场份额不断被压缩，汽车全产业链内卷，主机厂成本向零部件厂商传导，零部件产品利润空间不断被压缩。历经百年的企业，会有怎样的转型破局之道？面对激烈的市场竞争

，又会拥有怎样的底线思维和战略设定？对此，丰田纺织(中国)常务副总经理庄志强在接受《中国经营报》记者采访时给出了答案。庄志强告诉记者：“我们将通过创新、融合、坚守三项策略实现全新愿景，做‘未来移动空间开拓者’。”

庄志强表示，丰田纺织在任何情况下都不会牺牲产品安全性。“丰田纺织的座椅需严格实施70万次的颠簸蠕动等小时耐久测试评价，确保产品的高品质和安全性。”

对于中国的市场前景，庄志强判断：“未来，新能源渗透率很可能达到70%，但行业盈利难题亟待解决。这意味着，在拥抱增长的同时，整个产业链都需要建立更健康的商业生态。”

本期热词 ▶

交通投资“换挡”

一季度，交通固定资产投资完成6752亿元。其中，铁路、水路投资同比分别增长5.2%和10.2%。1—2月，全国公路固定资产投资完成2539.98亿元，同比下降7.2%。业内人士分析，随着国家公路、铁路网逐渐完善，交通基建投资高增长的时代已终结。未来，交通基建投资将更注重精细化规划项目。

交通投资“换挡”：公路投资下滑 铁路水路增长较快 ▶A3

虚拟币骗局

近期，国家反诈中心发布多个关于虚拟货币诈骗的警示教育视频。有不少宣称虚拟货币投资的宣传、宣介活动利用公众号、视频号、社交群聊以及线下的方式开始招揽客户。事实上，虚拟货币不具有法偿性，不应且不能作为货币在市场上流通使用。在中国内地，参与虚拟货币投资交易活动面临相当高的风险。

虚拟货币盯上老年人 ▶B1

取消“仅退款”

作为电商行业争议最大的条款，“仅退款”将成过去。4月22日，“电商平台全面取消‘仅退款’”的消息登上微博热搜。淘宝、拼多多、京东、抖音、快手等平台相继更新了售后规则，总体思路是“平台非必要不主动介入不退货全额退款”，将优先处理权交给商家。虽然取消“仅退款”早有征兆，但靴子落地仍然引发激烈讨论。

取消“仅退款”：商家、平台、用户权益再平衡 ▶C1

内外贸一体化

在全球贸易格局深刻调整背景下，许多以出口为导向的消费品企业陷入困境。为应对这一变局，商务部提出推进内外贸一体化，鼓励企业“两条腿走路”，通过出口转内销开拓国内市场。外贸企业虽然面临挑战，但也具备独特优势。不过，外贸企业也需要面对渠道重构、品牌推广、标准差异等一系列挑战。

出口转内销：消费品企业的突围与转型 ▶D1

经济大势 ▶ A1~A4

山城啤酒恩仇录：…… A4

“嘉士伯+重啤股份”对垒“重庆钰鑫+嘉威啤酒”

营商环境 ▶ B1~B16

中国债券成国际资产避险新选项 …… B2

ETF规模突破四万亿元 …… B3

光伏、美股ETF业绩垫底

长亮科技净利下滑 …… B8
高管集体减持股份

“即买即退”激活免税经济 …… B10
成都探路消费回流新场景

“对等关税”冲击波：…… B13

波音多架客机遭国内航司退货

“围猎”ST新潮：多方资本入局“夺权” …… B15

智在公司 ▶ C1~C8

关税冲击波：…… C2

品牌纷纷囤货 存储市场博弈加剧

AI眼镜巨头混战 价格大战一触即发 …… C3

强监管风暴席卷2025上海车展 …… C5

车企智驾宣传“急刹车”

2025上海车展“科技感”十足 …… C7
飞行汽车、人形机器人齐亮相

慧及民生 ▶ D1~D4

餐饮业卷向“24小时营业” …… D2

供应链能力待考

蓝月亮增收不增利 …… D3

“烧钱”营销策略失灵？



中经传媒智库



本报官方微信



6 942626 144086