

# “内卷式”价格竞争的多维度法律治理

叶 明

近年来，“内卷式”价格竞争已渗透至诸多行业，呈现出范围不断扩张、方式更趋多元、后果愈发严重的态势。在部分行业中，这种演化态势尤为突出。以电商与外卖平台行业为例，“仅退款”“0 元购”“补贴大战”等竞争手段交替上演，直接导致行业平均利润率急剧下降，其持续健康发展的根基受到实质性侵蚀。

更严重的是，随着此类竞争形态的持续升级，其参与主体已从企业、数字平台等市场主体，延伸至非市场主体，呈现出主体泛化的特征。更有甚者，在部分行业，销售的价格已从略低于成本演化为远低于成本，参与主体也从个别经营者扩展至群体经营者，出现了系统性市场失序的风险。

## “内卷式”价格竞争的多重危害

短期来看，“内卷式”价格竞争可使部分企业扩大市场份额，提升了消费者福利。但就中长期而言，其“低价导向、存量博弈、低效竞争”的本质属性必然会带来多重危害。

首先，“内卷式”价格竞争损害了市场主体利益，不仅使企业的直接收益下降，而且容易使企业减少甚至停止研发创新与品牌建设的投入，最终动摇企业生存与发展根基。而企业利益受损又会产生两个后果：一是劳动者权益受波及。表现为劳动者的收入下降、工作时间加长、工作环境恶化等；二是消费者利益受损。短期来看，部分消费者购买了低价的商品，但与低价相伴的往往是产品的低质。更严重的是，经营者的低价竞争不可持续，消费者“享受”短暂低价后，必将面临长期高价的态势。同时，由于企业研发投入等的下降，消费者享受产品的数量和质量也会下降。

从竞争过程看，“内卷式”价格竞争使企业承受远超合理范围的竞争压力，实施垄断和不正当竞争行为的概率显著提升，破坏市场竞争秩序的公平性；从竞争结果看，此类竞争往往导致市场从自由竞争、垄断竞争的状态，转变为寡头垄断乃至独家垄断的状态。“优胜劣汰”的正常竞争逻辑被“资本实力导向”的筛选规则取代，市场竞争秩序遭受结构性破坏。

我国经济高质量发展的核心诉求，在于强化创新的核心地位、加大研发投入、巩固企业的创新主体地位。但在“内卷式”价格竞争下，企业的发展重心从“创新导向”转向“生存维持”，创新动力被根本性抑制，将直接阻碍国家经济高质量发展目标的实现。

## 法律视角下“内卷式”价格竞争的成因

“内卷式”价格竞争的直接触发点，在于供需结构的失衡——低端产能过剩与高端供给不足形成鲜明反差。但其生成逻辑远非如此简单，其中嵌套着多重维度的复杂成因：既涉及经济运行层面的深层矛盾，也关联社会政策环境

- “内卷式”价格竞争损害了市场主体利益，不仅使企业的直接收益下降，而且容易使企业减少甚至停止研发创新与品牌建设的投入，最终动摇企业生存与发展根基，导致劳动者权益受到波及、消费者利益受损。
- 现行法律体系中，激励性规定多为原则性宣示，缺乏驱动企业突破同质化竞争、提升供给质量的具体激励机制；认定经营者自主定价权滥用的标准不明确；制度供给的协调性与适配性不足。
- 为破解愈演愈烈的“内卷式”价格竞争，必须完善法律激励体系，重塑激励机制；明确《反垄断法》中“不当低于成本销售”的认定要件；明晰《反不正当竞争法》中“变相强制”的认定标准；完善《价格法》中“低于成本倾销”的规定。

中的诸多因素；既源于企业创新力的局限，也与政府调控、社会公众预期相关联；既受制于市场机制的固有缺陷，也受市场因素的显著干扰……而从法律维度观察，下述原因尤需重视。

其一，市场供需失衡下法律激励功能的结构性缺失。在构建国内大循环为主体的新发展格局背景下，国内市场培育初期内需潜力尚未充分释放，供需失衡显著。现行法律体系在引导市场从增量扩张转向存量优化过程中，激励功能存在结构性缺失。激励性规定多为原则性宣示，缺乏驱动企业突破同质化竞争、提升供给质量的具体激励机制。

其二，认定经营者自主定价权滥用的标准不明确。虽然我国《价格法》《公司法》等法律对经营者不得滥用自主定价权做了原则规定，但是由于对经营者滥用自主定价权的认定标准缺乏明确规定，导致实务部门很难认定经营者是否构成滥用自主定价权。而在市场竞争的利益博弈中，逐利动机驱动下的经营者往往以自主定价权为合法性借口，实施“内卷式”价格竞争，对国家利益、社会公共利益及其他市场主体的合法权益造成侵害。

其三，制度供给的协调性与适配性不足。现行规制“内卷式”价格竞争的法律体系（如《价格法》《反不正当竞争法》《反垄断法》）本身不完善，存在制度供给协调性和适配性困境。具体表现为构成要件模糊、适用门槛较高、规则衔接不畅等体系性缺陷。这使得执法司法部门在应对复杂多变的“内卷式”价格竞争时，难以精准识别、有效干预和及时规制，客观上为其滋生与加剧提供了空间。

## “内卷式”价格竞争法律治理的完善路径

首先，应完善法律激励体系，引导市场主体从“同质化”价格战转向“差异化”高效竞争。

为破解愈演愈烈的“内卷式”价格竞争，必须完善法律激励体系，重塑激励机制。一方面，在法治框架的顶层设计中，应明确“反内卷”的核心导向，综合运用创新保护、政府采购及财税调节等手段，从原则宣示走向精准激励。另一方面，法律激励的有效落地需以规则和市场为支撑。既要通过修订相关法律细化“低价内卷”的认定标准，厘清经营自主定价权的行使边界，避免激励

资源流向“内卷”参与者；更要将激励机制与市场机制相衔接，通过建立与法律激励配套的市场退出规则，淘汰长期深陷“低价内卷”的市场主体。

其次，明确《反垄断法》中“不当低于成本销售”的认定要件，治理滥用市场支配地位型“内卷”。

《反垄断法》第二十二条规定：“具有市场支配地位的经营者不得无正当理由以低于成本的价格销售商品”。现有反垄断司法解释和指南虽对于“市场支配地位”、“低于成本”以及“正当理由”等构成要件有所细化，但在应对“内卷式”价格竞争时仍存在模糊性，导致此类行为的违法性认定面临实践困境。

对此，需通过制定执法指南、出台司法解释等方式予以明确：在立法中应采用“类分思维”，对普通领域的滥用市场支配地位型低于成本销售作出一般规定，对问题突出、情形特殊的领域（如平台经济）制定专门认定规则，以适配行业特殊性；在司法裁判与行政执法中，应引入比例原则，构建更为精细的审查框架。审查的重心需聚焦于两个核心要素：行为的“排他性意图”与产生“竞争损害后果的可能性”。法官与执法者应立足于经营者、消费者及行业竞争生态等多元视角，对各类抗辩理由进行全面利益衡量。通过运用比例原则的适当性、必要性与均衡性标准，法律实施部门应审慎权衡行为的短期市场效应与长期生态影响，避免对法律条文的机械化适用，以实现个案实质公正。

再次，明晰《反不正当竞争法》中“变相强制”的认定标准，打击平台压价型“内卷”。

《反不正当竞争法》第十四条针对平台压价型“内卷”规定：“平台经营者不得强制或变相强制平台内经营者以低于成本的价格销售商品。”该条款为保障商家的自主定价权提供了法律依据。实践中，“强制”情形少且易被认定，但是“变相强制”因技术化、隐蔽化特征往往难以识别和获取证据，数量并不少。

建议出台《互联网平台反不正当竞争指南》并作出如下专门规定：其一，通过“列举+兜底”方式，明确“变相强制”的具体类型和认定标准；其二，搭建平台算法透明度机制，强化算法披露义务和合规审查，形成对于算法定价行为的外部约束；其三，建立“举报激励机制”和举证规则，在平台内经营者

提供初步证据证明存在“变相限制”的行为时，由平台经营者进一步证明自己不存在压价行为，以此平衡“平台优势地位”与“商家弱势地位”的证据掌控能力差异，并激发市主体的监督积极性，实现对隐蔽性平台压价行为的精准打击。

第四，厘清《电子商务法》第三十五条中“不合理”一词的内涵，治理平台滥用相对优势型“内卷”。

《电子商务法》第三十五条规定：“平台经营者不得对平台内经营者的交易价格进行不合理限制或附加不合理条件。”该条款因“不合理”概念界定模糊以及裁量因素缺失等因素，实践中适用率极低，未能有效发挥矫正平台经营者和平台内经营者畸形地位和保护平台内经营者经营自主权的功能。

需从以下维度细化“不合理”的认定标准：一、考量平台的市场地位。平台是否具有相对优势地位，可以从平台的资源掌控能力和商家的替代成本进行分析；二、分析行为动机的正当性。平台是为了维护平台的生态秩序，还是为了实施不正当竞争或排除竞争；三、评估对商家经营自主权的影响程度；四、判断是否符合行业惯例与商业逻辑；五、审查平台是否具有充分的正当理由。例如，平台为了保障消费者权益、应对突发市场风险等。

最后，完善《价格法》中“低于成本倾销”的规定，约束排挤竞争型“内卷”。

2025 年 7 月发布的《价格法修正草案（征求意见稿）》将低价倾销服务行为纳入调整对象并增加豁免理由，同时新增“强制其他经营者按照其定价规则低于成本销售”的规定。这些内容调整精准回应了平台经济发展带来的法治挑战，具有充分的法理正当性与实践必要性，立法机关应予采纳。为避免规则适用的模糊性，需进一步明确“低于成本倾销”的认定要件。比如，通过政策文件规定，“构成平台自身（非平台内经营者）的低于成本倾销应具备两个要件：主观上具有排挤竞品、谋求或巩固市场支配地位的恶性竞争意图；客观上存在价格低于技术研发、物流配送、广告营销及补贴等全面运营成本的销售事实。

完善“内卷式”价格竞争的法律治理体系，是维护市场主体合法权益、筑牢市场竞争秩序根基、助推经济高质量发展的关键支撑，具有重大的实践意义。但也要认识到，“内卷式”价格竞争的治理绝非单一维度的法律规制所能完成，而是一项长期的、艰巨的、涉及多重领域、涵盖多元主体的系统工程，其有效推进依赖于治理要素的协同整合与治理环节的闭环运行。

（作者系西南政法大学经济法学院教授、博士生导师，西南政法大学竞争法研究中心主任）



扫描左侧二维码关注