



社论 | 基于市场规则的竞争 才能提高供给质量



当前，汽车、家电等市场出现增速持续下降的现象，市场需求疲软，激化了行业竞争，通常以价格战的形式爆发。在今年“618”线上大促来临之际，一些手机等行业的产品价格战已经打响，逐渐升温。

中国制造业在满足国内巨大的消费增量过程中逐步形成了产能过剩的局面，在同一领域企业与品牌数量过多，集中度不够，这通常意味着过去市场竞争不够。随着需求饱和，市场进入存量竞争之后，在产能过剩大背景下，市场竞争必然加剧，而在这个时期，维护好市场秩序至关重要。

我们拥有庞大的国内市场，但有效监管需要进一步加强，需要打击假冒伪劣产品，让国内消费者对国产商品建立更多信心。此前，为什么一些中国人去日本购买中国制造的马桶？是因为那些消费者信任日本的消费环境能够确保企业提供高质量的合格产品，这种消费环境来自于政府制定的质量标准以及有效的监管执行。中国尽管也制定了一系列的质量标准与监管措施，但仍然需要加强执行。与其说这是企业产品质量问题，不如说是人们期待更有效的监管。

互联网商业的兴起加剧了相关监管的挑战。由于电商可以将成千上万种同类产品的价格集中提供给消费者比较，因此，电商大大强化了价格竞争的重要性。为了迎合线上销售的这一特征，大量企业在学习同一种产品时会分为两条生产线，线上的产品会偷工减料，降低标准以便获取价格竞争优势。

于是，出现了一种奇特的现象，某种同样的商品，用于出口的标准高

于国内市场的标准，而国内市场线下的标准高于线上的标准。随着线上销售因为价格优势而获取更多的市场份额，导致整个商业向线上倾斜，最终出现劣币驱逐良币的现象。

这也与一定程度上纵容互联网产业有关，不利于商业环境，并影响到上游制造业的发展模式，即强化成本控制而非进行基于创新的技术竞争，原本需要产业升级的阶段，却因为产能过剩条件下的价格竞争走向相反的道路。

中国已经进入高质量发展阶段，本质上是要通过强化优胜劣汰的竞争提高供给质量，而竞争必须基于遵守市场规则与法治之上，没有规则的丛林游戏，只会让企业比烂，出现逆向选择，令消费者受损，整个产业走下坡路。高质量发展就是要提质增效，这需要一个强有力的市场监管体制约束企业。

相比之下，家电、手机等行业已经做得不错，国产汽车行业在监管缺失的环境中长期沉浸在增量市场的繁荣而忽视质量的提升，现在进入存量市场之后，价格竞争已经失效，消费者更重视的是质量。所以，我们可以看到自主品牌以及某些合资车型的销量出现大幅下滑，而以质量著称的汽车品牌继续维持高增长。

这意味着低水平的价格竞争只能占据暂时的市场优势，长远来看，为了满足对美好生活的需求，消费会不断升级，那些仅仅依靠价格优势的产品，最终会因为缺乏竞争力而失败。这种现象在手机市场表现得非常明显。

党的十八大以来，习近平总书记多次强调要“营造稳定公平透明的营商环境”，去年在中央经济工作会议上，他明确提出，要“建立公平开放透明的市场规则和法治化营商环境，促进正向激励和优胜劣汰，发展更多优质企业”。

因此，针对当前乱打价格战并影响到产品质量的顽疾，为了实现推动制造业高质量发展的目标，必须围绕结构性改革，着力实施竞争政策，进一步创造公平竞争的制度环境。围绕形成强大国内市场，着力改善消费环境，进一步释放消费潜力。围绕全方位对外开放，着力完善市场监管规则，进一步提升国际竞争力。

去年中国大规模实施机构改革，组建了市场监管总局，意在消除过去“九龙治水”的体制弊端，希望能够完善市场监管规则，加强执法效率，营造公平竞争的制度环境。从过去倾向保护生产部门转向保护消费者利益，改善消费环境，通过消费者保护与开放政策倒逼制造业高质量发展。

因此，通过宽松的监管环境刺激消费只能满足短期目标，但会影响制造业高质量发展的进程，监管部门应该严格检测电商价格大战中的商品质

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_31945

