

中国制造业“内卷式”竞争现象 及其形成机制研究

黄群慧 叶其楚

摘要:中国制造业存在的“内卷式”竞争现象表现为横向“价格内卷”和纵向“链条内卷”两个维度。在对“内卷式”竞争现象进行描述分析的基础上,基于产业组织理论中经典的“市场结构 S (Structure)—竞争行为 C(Conduct)—企业绩效 P(Performance)”分析框架,围绕“宏观结构(内需与外需)—中观结构(平台与产业链)—微观结构(企业规模和数量)”三个层面的市场结构变化,系统探讨制造业“内卷式”竞争现象的形成机制。研究发现,三个层面的结构变化导致了我国制造业企业“价格内卷”和“链条内卷”行为,最终影响了制造业利润及其高质量发展,尤其在数字经济背景下,平台企业的兴起进一步加剧了制造业“内卷式”竞争,引致制造业“大而不强”的风险。综合治理制造业“内卷式”竞争,亟须从促进技术创新升级、优化产业链协同机制、完善市场监管体系、改善内需结构、加快建设全国统一大市场等方面协同发力。

关键词:制造业;“内卷式”竞争;价格内卷;链条内卷

中图分类号:F279.2 **文献标识码:**A **文章编号:**1003-7543(2025)06-0013-15

2023年中央经济工作会议召开后,“内卷式”竞争被中央多次提及。2024年7月30日召开的中共中央政治局会议明确提出强化行业自律、防止“内卷式”恶性竞争。2025年中央政府工作报告进一步指出,要加快建立健全基础制度规则,破除地方保护和市场分割,打通市场准入退出、要素配置等方面制约经济循环的卡点堵点,综合整治“内卷式”竞争^[1]。近几年来,制造业“内卷式”低效率竞争已成为社会关注的热点问题。例如,新能源汽车厂商之间为争夺市场份额频繁开展“价格战”,在市场需求尚未充分释放的背景下,过度营销、压低售价、压缩利润空间,导

致产业链上下游企业普遍承压,行业整体效能下降。企业在缺乏有效内需拉动和政策协调机制的情况下,往往被迫通过非理性的竞争方式维持市场地位。这样的“内卷式”竞争策略可视为一种短期的、被动应对的“缓兵之计”,从长远来看,不仅抑制了企业创新动力,还可能降低全要素生产率,阻碍产业向高附加值方向升级,最终制约经济高质量发展。

制造业“内卷式”竞争是一种复杂的经济现象,涉及宏观经济、中观经济和微观经济各个层面的原因,已有的大量研究关注到企业间过度竞争对资源的无效消耗,关注到供需失衡和产业链

基金项目:国家社会科学基金重大项目“发展新质生产力与完善现代化产业体系研究”(24&ZD039);中国社会科学院大学2025年度研创计划项目“企业进入退出与经济波动——生产网络对创新传递的放大作用”(2025-KY-036)。

作者简介:黄群慧,中国社会科学院大学经济学院特聘教授,中国社会科学院经济研究所研究员;叶其楚(通信作者),中国社会科学院大学经济学院博士研究生。

重整,关注到中国制造业面临着“创新驱动—效率提升”与“资源错配—内卷加剧”的双重压力,但对制造业“内卷式”竞争现象的形成机制还缺少一个全面的理论解释框架,特别是缺少将宏观供需失衡、中观产业链重构与微观企业规模数量变化等各个层面的市场结构变化有机整合的综合理论框架。本文基于产业组织理论中经典的“市场结构 S(Structure)—竞争行为 C(Conduct)—企业绩效 P(Performance)”分析框架,分析了内需与外需影响下的宏观市场结构变化、平台发展与产业链重整带来的中观市场结构变化、企业规模和数量变化带来的微观市场结构变化,系统探讨制造业“内卷式”竞争现象的形成机制,并进一步提出相应的综合治理建议。

一、制造业“内卷式”竞争的内涵与表现

(一)“内卷式”竞争的内涵

与“演进”(Evolution)所代表的向外演变相对应,“内卷”(Involution)一词被德国古典哲学家康德用于阐述事物向内演变的方向^[2-3]。而后,“内卷”与“内卷化”被借鉴于人类学、法学、社会学和经济学等多个领域,也被赋予多种内涵。首先,“内卷”是规模报酬递减的过程,“内卷化”对于发展的作用甚微。吉尔茨认为,在其他资源不变但人口越来越多的情况下,通过增加劳动力投入和劳作的复杂性而进行的水稻种植提升了农业生产内部的精细化程度,是一种人多地少的“农业内卷化”过程^[2]。有学者结合劳动的边际生产率递减,认为“内卷”的本质是指人类社会在一个发展阶段达到某种确定的形式后,停滞不前或无法转化为另一种高级模式的现象,包括管理弊端导致的“官僚主义内卷化”^[4-5]。有研究指出,投入与产出增加值的关系可作为“内卷化”的量化指标,当投入达到一定程度后,持续的投入可能带来总产出的量的增加,却无法实现效益的递增,也无法实现质的突破^[6]。其次,“内卷”现象与市场结构密切相关,往往受到市场竞争格局、

资源配置方式、产品可替代性等因素的共同影响。还有文献在研究 20 世纪 90 年代国有企业的福利供给时发现,企业将商品需求供给内部化是一种“内卷”的倾向,原因在于企业无法在市场上找到替代品又迫切需要该福利功能,此时,企业职工所消费的各种福利,就较社会供给的同类服务“便宜”得多^[7]。20 世纪 20 年代日本制造业围绕产品规格、工艺流程等标准主导权展开的标准化竞争正是工业经济部门“内卷”的表现之一,虽然在初期能够带来效率提升和市场优势,有助于建立壁垒、锁定客户资源,却也容易导致产品细分过度、重复改良等问题,最终陷入“低价竞争—重复投资—产能过剩”的恶性循环^[8]。

基于上述关于“内卷”的定义与内涵,若将其延伸至产业经济学领域,可以用“内卷式”竞争来描述供给侧持续扩张而需求侧响应相对滞后的结构性失衡背景下的企业决策行为。这类行为并非基于增量市场的扩张策略,而是源于存量市场压力下的非理性竞争加剧。当面对高度不确定的市场环境 with 日益紧张的资源配置时,企业普遍倾向于采用“红海战略”,通过压低成本、快速模仿等方式抢夺有限的市场份额,进而形成“内卷式”竞争现象,通常表现为一种“资源有限—过度竞争—效率低下甚至无效率”的循环状态。这不仅阻碍了资源的优化配置,还抑制了技术进步和组织效率的提升,使得企业或行业整体不仅无法获得质的突破,最终陷入“多劳少得”或“多投无果”的困境。更为严重的是,“内卷式”竞争常常伴随着非理性乃至扭曲的企业行为,催生诸如恶性“价格战”、排他性协议、滥用市场支配地位、虚假宣传等不正当竞争手段,而这破坏了正常的市场秩序和资源配置效率。更进一步,行业内的大型企业往往凭借其在技术积累、数据资源、平台控制力、资本运作等方面的综合优势,形成事实上的市场垄断地位,显著压缩中小企业的生存空间,进而削弱市场的开放性、公平性和创新活力。

(二)中国当前制造业“内卷式”竞争的表现

中国当前制造业“内卷式”竞争现象主要表现在企业间横向的“价格内卷”和产业链纵向的“链条内卷”两个维度。

“价格内卷”是指同行业企业在缺乏核心技术和品牌差异化优势的背景下,为维持市场竞争地位而采取持续压低价格的策略,导致行业陷入恶性“价格战”。这类横向竞争行为并未基于价值提升或产品创新,而是通过牺牲利润空间进行短期博弈,反映出市场结构中低端同质化竞争的加剧。其具体表现为:一是同行业企业竞相压价,产品价格不断下探,逐步脱离成本与价值的合理匹配;二是行业整体利润率下滑,企业发展空间被进一步压缩,难以支持后续的技术研发和服务提升;三是市场秩序被扰乱,优质企业反而因高质量投入带来的成本压力而失去竞争优势,形成“劣币驱逐良币”的产业供给格局。长期而言,“价格内卷”不仅损害了企业自身可持续发展能力,而且阻碍了整个产业的转型升级。

“链条内卷”是指在产业链内部,处于主导地位的平台型企业、头部企业或链主企业(以下简称“主导企业”)利用其垄断势能压低上下游企业供应价格、扭曲正常供求价格机制。通过非理性竞争手段,尤其是以“压成本、压工期、压服务”为代表的压价方式,不断将成本和利润压力向链条下游传导,进而挤压处于竞争劣势企业的生存空间。这类行为旨在维持主导企业利润,但往往削弱了产业链内部的协同关系,甚至引发渠道控制、数据垄断等不正当竞争现象。“链条内卷”的具体表现包括:一是链条利润空间压缩,主导企业通过垄断势能压低采购价,使链上企业运营利润被持续压缩,影响整个产业链生态;二是企业创新乏力,主导企业因利润受限、资金紧张,影响研发投入和技术升级,而垄断势能的存在也会阻碍技术创新,从而导致整个产业链创新能力减弱、技术发展迟缓甚至停滞;三是资源配置失衡与浪费,产业链上下游在议价权和资源占有

上失衡,链上企业难以获得公平的资源分配和发展机会,进一步削弱了整个链条的系统效率和协同性。总体而言,“链条内卷”不仅压缩了企业个体的生存空间,而且阻碍了产业链整体的高质量发展,其危害在多个行业和供需体系中已然显现。

国家统计局数据显示,2024年全国规模以上工业企业实现利润总额74310.5亿元,比2023年下降3.3%,制造业实现利润总额55141.1亿元,比2023年下降3.9%,表明制造业虽长期保持扩张的态势但利润空间受到挤压。近年来,中国制造业销售利润空间从2021年的高点13.24%下降至2024年的11.87%,创下近年新低^[9]。图1(下页)中,制造业销售利润空间为毛利率与销售费用率之差,毛利率=(营业收入-营业成本)/营业收入×100%,销售费用率=(营业收入/销售费用)×100%,销售利润空间越小,说明制造业企业越难从所生产的产品中获利。这一趋势反映出企业在实现销售收入过程中面临的难度持续加大,主要表现为毛利率的压缩与销售费用率的上升。销售利润空间下降,与当前制造业“价格内卷”与“链条内卷”现象高度相关。在市场不确定性加大、产品同质化与平台主导的背景下,企业不得不通过大幅让利、增加销售费用支出以获取有限的市场份额,导致边际销售效益下降。特别是在竞争激烈的行业中,销售已不再是简单的市场拓展问题,而逐渐成为资源消耗与利润博弈的核心战场。

中国制造业“内卷式”竞争的另一表现是产能过剩。实际上,产能利用率不仅能反映行业供需状况,还可以作为衡量“价格内卷”程度的重要指标。图2(下页)为2017—2024年中美德制造业产能利用率对比,可以看出,虽然2020—2022年新冠疫情带来的供需剧烈扰动引致全球制造业运行效率出现急剧波动,但总体而言中国制造业产能利用率低于德国和美国。新冠疫情期间,中国制造业产能利用率一度跌至67.20%,

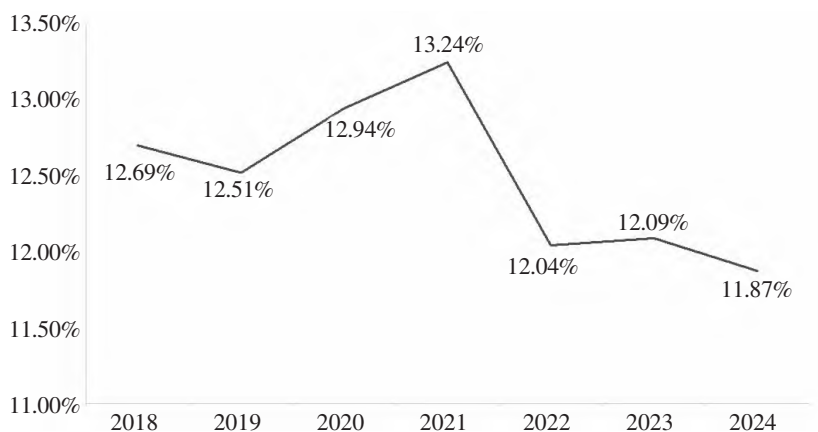


图1 2018—2024年中国规模以上制造业企业销售利润空间(单位:%)

数据来源:中国国家统计局,Wind数据库。计算方法参考罗志恒和原野^[9]。

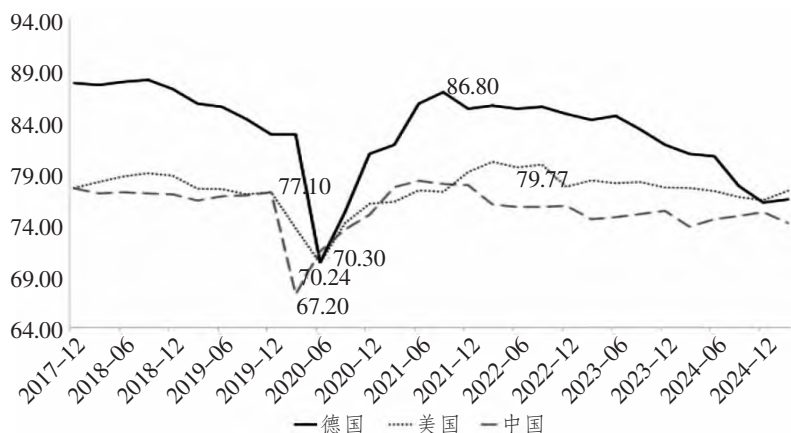


图2 2017—2024年中美德制造业产能利用率对比(单位:%)

数据来源:中国国家统计局,欧盟统计局,美联储,Wind数据库。

但迅速恢复;美国产能利用率波动更为剧烈,呈现“V”字反弹;德国亦受到冲击,但底部仍高于70%,凭借其较强的制造业系统性支持,产能利用率较快恢复至85%以上。值得注意的是,中国制造业产能利用率虽有所回升,但长期徘徊于75%左右,难以恢复至新冠疫情前的水平(>77%),整体产能利用率中枢下移,反映出资源配置效率的系统性下滑。这表明中国制造业企业有可能在需求不足的情况下仍持续扩产、更新设备、抢订单,以致产能持续过剩、单位产出效益下降。一方面,新冠疫情后的反弹并未转化为持续的增长动能,反而陷入由内需不足与供给

过剩共同驱动的“低效增长”陷阱。另一方面,出口导向战略惯性下的扩产行为未能获得内需有效承接,进一步加剧了供需失衡。在当前宏观环境下,经济增速放缓与消费预期疲弱叠加,供给侧持续扩张与市场结构失衡相互作用,推动制造业企业通过“以价换量”的方式维持生存,最终陷入“低价竞争—利润低下—产能过剩”的典型“价格内卷”困境。

“内卷式”竞争导致的利润下降,比较突出地表现在一般传统制造业中。由于发展历史较长、技术成熟、市场进入门槛较低等因素,传统制造业行业竞争日益激烈,产业利润率和附加值偏低。

有研究认为,当前中国制造业“内卷式”恶性竞争现象主要发生在一般制造业领域,部分企业陷入产能扩张、产品同质化、创新焦虑三重困境^[10]。企业在缺乏技术和品牌支撑的情况下,普遍通过低价竞争争夺市场份额,陷入资源内耗的循环之中。从营业成本与营业利润的比值来看,近年来,多个传统制造行业的盈利能力持续承压,反映出“价格内卷”与“链条内卷”双重压力下的利润压缩效应。如表1所示,2018—2024年,化学纤维制造业、造纸和纸制品业、非金属矿物制品业、化学原料和化学制品制造业等行业成本利润比显著升高。其中,化学纤维制造业从2018年的19.95升至2022年的44.61,尽管2024年回落至31.87,但仍处于高位;造纸和纸制品业成本利润比由2018年的17.37上升至2024年的28.06,增幅超过60%;非金属矿物制品业从2018年的9.60上升至2024年的25.03;化学原料和化学制品制造业也由2018年的12.04攀升至2024年的19.10,显示出利润空间持续收窄的趋势。这反映出传统制造业整体盈利能力较弱,市场竞争异常激烈,企业在获取微薄利润的同时需承担较高成本,呈现典型的“赔本赚吆喝”式非理性竞争。在此背景下,若市场需求持续萎缩,将进一步加剧企业间竞争压力,推动行业陷入

低利润率乃至“价格内卷”的恶性循环之中。尤其值得关注的是,位于产业链中游的企业通常同时面临对上游资源的高度依赖以及对下游市场需求的高度敏感,使其更容易成为产业链利润压缩和风险传导的集中承压点,从而表现出更为显著的“链条内卷”特征。

“内卷式”竞争问题也逐渐表现在部分战略性新兴产业中。近年来,在地方政府发展规划和产业扶持政策的推动下,各地纷纷布局战略性新兴产业,但由于缺乏因地制宜的战略思考,叠加体制机制束缚,区域间产业趋同、产能重复、资源浪费等问题日益突出,同质化竞争风险显著上升。截至2023年,中国战略性新兴产业增加值占GDP比重已超过13%,企业总数突破200万家,规模以上工业企业中占比达19.5%,显示其作为经济新引擎的地位持续上升。以光伏产品、新能源汽车、锂动力电池为代表的“出口新三样”正带动“中国标准”逐步实现对外输出^[11],2023年累计出口额已突破1.06万亿元,同比增长近30%。其中,新能源汽车产销量连续九年位居全球第一,占全球市场的份额超过60%。在充分肯定中国战略性新兴产业发展成就及其对中国产业结构转型升级意义的同时,也需警惕计算机、电子、生物医药等高技术行业的

表1 2018—2024年中国规模以上制造业部分行业成本利润比

	2024	2023	2022	2021	2020	2019	2018
计算机、通信和其他电子设备制造业	22.48	20.94	18.62	15.01	18.38	20.52	20.45
化学纤维制造业	31.87	40.38	44.61	14.65	29.88	26.67	19.95
汽车制造业	20.75	17.69	15.35	14.32	13.74	13.72	11.82
造纸和纸制品业	28.06	27.16	23.77	15.46	14.51	18.62	17.37
金属制品业	23.22	21.93	21.34	18.88	20.35	19.64	19.61
非金属矿物制品业	25.03	14.96	11.95	9.94	9.86	9.83	9.60
化学原料和化学制品制造业	19.10	16.33	10.73	8.48	12.74	16.54	12.04
纺织服装、服饰业	17.85	17.53	16.82	17.06	19.11	16.04	15.13
印刷和记录媒介复制业	17.18	15.10	16.07	15.49	13.63	13.16	13.31
文教、工美、体育和娱乐用品制造业	18.44	18.28	16.70	16.72	17.56	17.11	16.91

数据来源:中国国家统计局,Wind数据库。成本利润比=营业成本/营业利润,该比值越大,表明每单位利润所需承担的成本越高,企业盈利空间越小,成本压力越大;反之,比值越小,则说明利润相对成本占比更高,盈利能力更强,成本压力较小。

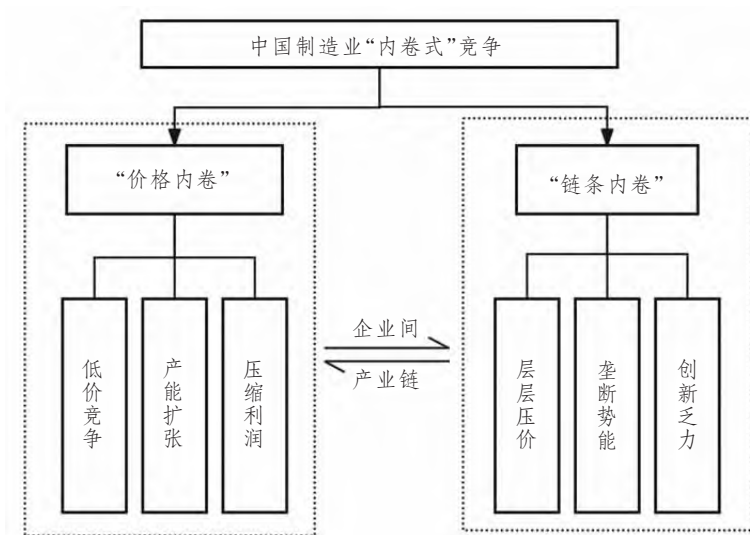


图3 中国制造业“内卷式”竞争的具体表现

利润下降以及“内卷式”竞争的风险^[12]。如表1所示,计算机、通信和其他电子设备制造业的成本利润比2024年升至22.48,延续近年来的上升趋势。汽车制造业的成本利润比也从2018年的11.82升至2024年的20.75,涨幅超过75%,反映出汽车制造企业为获取同等利润所需承担的成本大幅增加,成本压力显著上升。2023年汽车产量达到3 016.1万辆,行业产能在4 200万辆左右,内需消费顶峰数据则为4 000万辆左右,反映出市场竞争加剧和需求不足的问题^[13]。

总之,当前制造业的“内卷式”竞争现象,已不再局限于传统盈利困境,而是出现了横向“价格内卷”和纵向“链条内卷”。“价格内卷”的资源内耗模式源于市场环境的高度不确定以及准入门槛降低带来的同质化竞争,叠加行业发展的路径依赖,导致企业利润空间被严重压缩,从而抑制了企业提升产品附加值的动力。“链条内卷”的本质在于成本与利润压力的层层传导,这种“层层压价”的竞争策略以牺牲企业的利润空间和创新能力的代价,进而抑制了整个产业链附加值的提升。综上所述,中国制造业“内卷式”竞争在这两个维度上的具体表现如图3

所示。

二、制造业“内卷式”竞争的形成机制分析

产业组织理论中的“市场结构(Structure)—竞争行为(Conduct)—企业绩效(Performance)”分析框架(“S-C-P”框架)^[14],为理解制造业“内卷式”竞争现象及其成因提供了系统的理论基础。在此分析框架下,企业的竞争行为选择受到市场结构变化的作用影响,而竞争行为与企业绩效之间又存在内在关联和互动机制。也就是说,企业之所以会选择“内卷式”竞争行为,关键是市场结构发生了较大的变化,企业为适应市场结构变化而不得不选择低价竞争策略。一般而言,市场结构主要反映企业间的关系格局,包括企业数量、规模、分布、市场集中度、供求关系、竞争关系以及企业自身技术创新能力和市场适应能力。

(一)宏观视角:“双循环”背景下内外需结构变化的影响

中国制造业的结构演化深受国际市场变化、供需关系变化、国家发展战略转型的影响。从产业结构变迁的轨迹来看,1949—1978年,中国以重工业为主导,着重构建基础工业体系;1979—

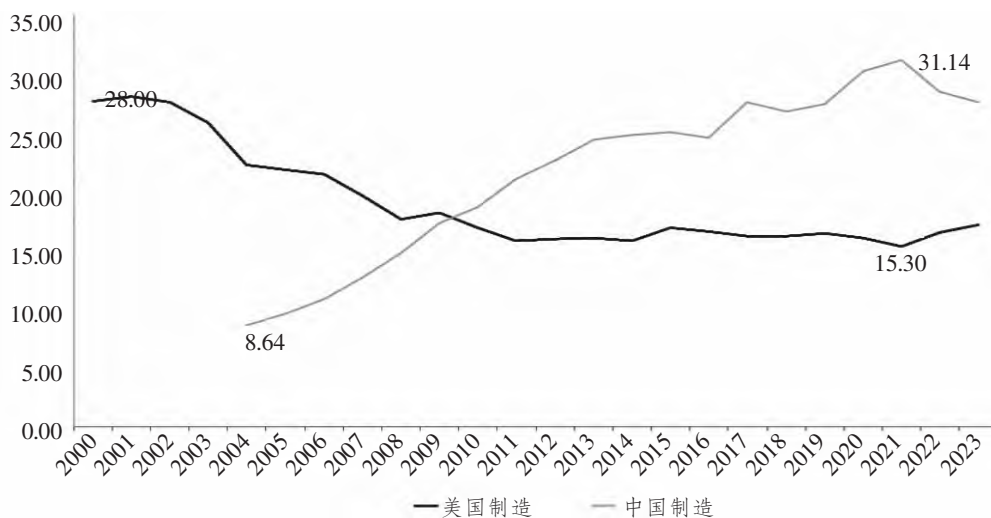


图 4 2000—2023 年中国和美国在全球制造业产出中的份额(单位:%)

数据来源:联合国统计司,中国国家统计局,美国经济分析局,Wind 数据库。

2000 年则为轻工业“纠偏”阶段,以提高居民消费品供给为重点,逐步改善民生^[15]。自 2001 年加入世界贸易组织以来,在以低成本出口为导向的工业化战略驱动下,中国产业发展路径明显倾向于“低成本—外需导向”模式,制造业高度依赖国际市场。图 4 显示,自 2001 年加入世界贸易组织以来,中国制造业快速融入全球市场,其在全球制造业产出中的份额由 2004 年的 8.64%持续攀升至 2021 年的 31.14%,并于 2009

年首次超过美国,成为全球制造业产出的最大贡献国。相比之下,美国制造业份额自 2001 年达到 28.00%的峰值后持续下滑。这一趋势表明,中国制造业在经历结构调整和全球整合的过程中,实现了规模的持续扩张,显著改变了全球制造业的力量格局。

图 5 进一步展示了 2015 年 2 月至 2025 年 2 月中国规模以上制造业企业的工业增加值同比与累计同比变动趋势。2019 年 12 月至 2022

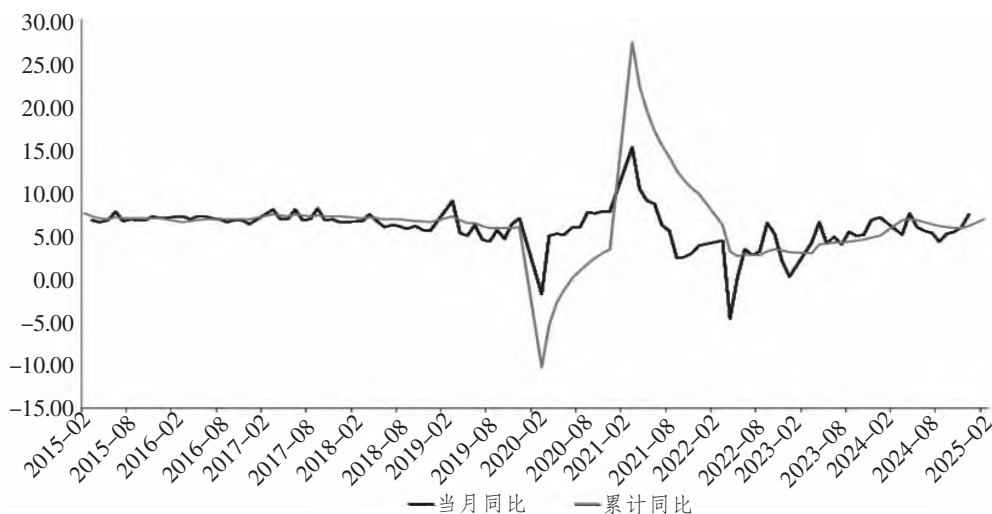


图 5 2015—2025 年工业增加值:规模以上制造业企业(单位:%)

数据来源:中国国家统计局,Wind 数据库。

年12月,新冠疫情冲击导致制造业产出急剧变化,2023年之后制造业增加值增速恢复至新冠疫情之前的水平,继续保持了中国制造业增加值占全球约30%的规模。

中国制造业虽保持了巨大产能,但作为世界第一制造业大国,制造业出口增速总体上呈现下降趋势。如图6所示,中国规模以上工业企业出口交货值累计同比增速总体上呈现波动下降趋势。从最终产品需求率来看,中国最终品的国外需求率在2006年达到顶峰,随后呈下降趋势^[16]。2008年国际金融危机后,中国制造业出现明显的内需化趋势,2009年中国规模以上工业企业出口交货值累计同比跌至-10.06%,中国制造业升级动能转向以“国内大循环”为主;2020年新冠疫情暴发后,外需骤减至-3.90%,引发制造业阶段性产能过剩,进而加剧行业内部竞争,成为中国制造业“内卷式”竞争现象的关键诱因之一。虽然2024年中国对外贸易规模创历史新高,货物贸易进出口总值达43.85万亿元,外汇储备超过3.2万亿美元,但是总体上中国外需导向逐步弱化,内外需结构转换的趋势较为明显。实际上,从国际经验看,发达经济体或成功实现追赶的新兴工业化国家在参与国际循环过

程中,因自身优势和发展阶段不同,所采取的方式存在较大差异,但大致都经历了净出口占比较高而后逐步下降的过程^[17]。从总体趋势来看,中国净出口总额占GDP比重呈现明显的下降态势。

当前,中国制造业正处于由外需主导向内需主导转型的关键阶段。随着经济全球化进程出现深刻变化,中美贸易摩擦持续升级,依赖国际大循环的出口导向型制造业发展战略已难以适应新的环境要求。为应对这一变局,中国亟须推动制造业从“出口—投资驱动”模式向“内需—创新驱动”模式转变^[18]。其中,创新驱动下产业结构高级化的核心机制在于对国内需求结构升级的有效响应^[19]。2025年中央政府工作报告提出,着力扩大国内需求,推动经济实现良性循环。把实施扩大内需战略同深化供给侧结构性改革有机结合起来,更好统筹消费和投资,增强对经济增长的拉动作用。从整体来看,制造业面临的内外需结构转换,在外需减弱的背景下,内需承接能力不足的问题更加凸显,这一结构性转换会导致企业陷入依赖“价格战”维持市场份额、压缩利润空间的“内卷式”竞争之中,进一步抑制了技术升级与品牌发展的可能。

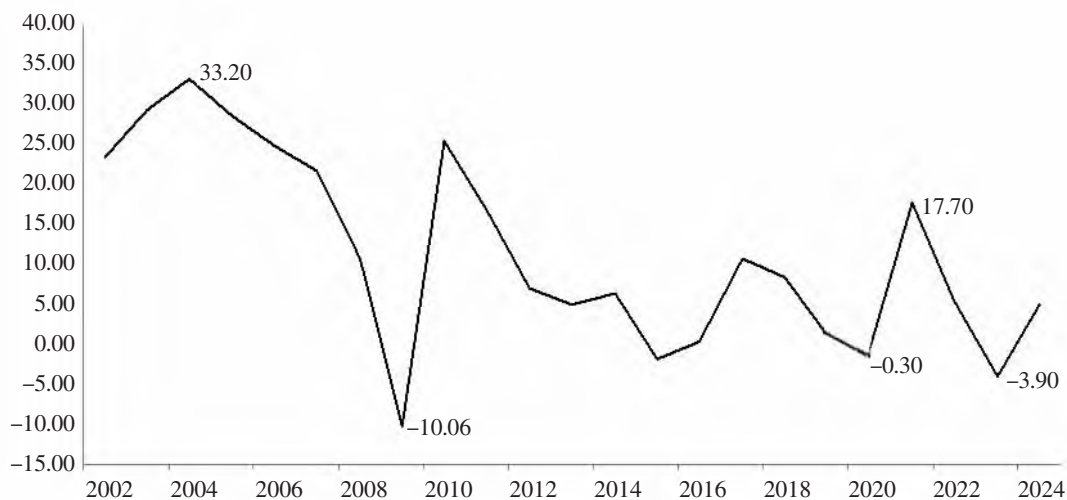


图6 2002—2024年中国规模以上工业企业出口交货值累计同比增速(单位:%)

数据来源:中国国家统计局, Wind数据库。

(二)中观层面:平台主导型产业链重构的影响

在平台算法主导的资源配置机制作用下,制造业的市场结构正经历深刻变革,具备竞争优势的企业日益成为产业链中的关键枢纽。这些企业积极利用产业互联网平台、智能制造生态系统等,将平台企业作为数据要素价值释放的关键主体,进一步挖掘其在实数融合发展及大模型研发过程中的数据资产价值^①,将“加速周转”效应与“价值提取”效应共同作用于制造业企业利润率^[20],从而在价值链中攫取更高比例的利润份额。平台企业不仅深度嵌入制造业的市场运行机制,而且实质性地推动了产业链结构由传统线性模式向平台主导型协同网络的重构。例如,在家电、汽车等制造业领域,主导企业普遍建立起平台型协作网络,将零部件供应商、加工厂和经销商纳入统一的数据体系,形成以关键企业为节点的“平台型供应链”,实现对原材料采购、产品设计、定价策略、消费引导等多个关键环节的集成控制。

尽管近年来中国平台企业在技术研发方面有所提升,但在创新投入强度方面仍存在一定差距。根据中国信息通信研究院发布的数据,2023年市值位列全球前十的中国平台企业平均研发经费投入强度为6.9%,显著高于同期全国平均研发经费投入强度(2.6%)。然而,与榜单中其他七家主要来自美国的平台企业相比,中国平台企业的研发经费投入强度仅为其平均水平的50%左右^[21]。因此,平台算法在引导和预测需求的过程中,存在对市场有效需求结构的系统性误判和匹配失灵的可能性,进而扭曲了制造业原有的价格形成机制,干扰了企业的生产决策和竞争策略,最终诱发以产能过剩和产品同质化为特征的“内卷式”竞争现象。

一方面,平台算法通过对用户行为、区域需求、供应能力等多维数据的智能化处理,实现动态定价与弹性供需调节,改变了传统制造企业基于长期合同或市场均衡形成的定价方式。例如,

一些工业品采销平台借助算法模型分析企业采购频率、履约周期、物流效率和标准化程度,制定差异化价格策略和库存投放方案。在这一机制下,制造企业为了在平台内部争夺有限流量和订单资源,不得不压缩利润空间、缩短交付周期、快速响应需求波动,陷入持续高强度的价格竞争和运营焦虑,推动企业间“价格内卷”不断加剧。另一方面,平台算法对消费者注意力和购买决策的干预,反过来影响了制造企业的生产行为。在一些电商平台主推的“工厂直供”模式中,算法通过对用户点击率、转化率、停留时间等行为数据的分析,构建消费偏好预测模型,并以此引导制造商围绕“爆款”产品进行柔性化、模块化生产。制造业企业不再基于品牌战略或技术研发作出自主生产决策,而是被动响应平台偏好的低价、高频商品结构,以获得更多推荐流量和销售转化。在这种以流量为导向的供需匹配机制下,主导企业持续强化对产业链的控制权,在平台外部通过压缩价格、工期和服务标准等手段,将成本和风险不断向下游传导,最终诱发“链条内卷”现象,进一步挤压中小企业的生存空间,削弱产业体系的韧性和创新能力。

由此可见,通过对供给端和消费端的双向影响,主导企业以技术、数据和流量为核心资源,重塑价格形成机制和供需匹配逻辑,逐步确立其在产业链中资源配置和价值分配的主导地位。这种以平台为中心的产业链重构,不仅打破了传统企业间基于市场规则进行横向竞争和纵向合作的边界,而且改变了价值创造和分配机制,使得主导企业更容易通过规模效应扩大市场份额,增强其对产业资源的整合和配置能力^[22]。与此同时,处于平台边缘地带的中小制造业企业,在新型产业链条中逐渐丧失了对市场节奏和产品策略的主导权,被迫在这些既定规则下展开竞争,进一步加剧了制造业“内卷式”竞争的风险。研究发现,竞争性垄断带来增长效应的同时也会存在

^①参见《平台经济发展观察(2024年)》。

较强的分配效应,不利于市场力量较弱的企业创新发展^[23]。在平台内部,它们面临着算法排序下的流量争夺和持续压价压力,形成激烈的横向“价格内卷”;在平台外部,又受制于头部企业在交付周期、成本控制和标准制定等方面的制度性要求,承受纵向“链条内卷”,进一步导致履约成本上升和议价能力下降。

如图7所示,平台算法主导下的产业链重构不仅改变了行业既有的定价机制和产品供需逻辑,还改变了传统企业之间以产品和成本为核心的竞争逻辑,更深刻影响了制造企业的行为选择和组织模式。主导企业凭借技术能力和平台垄断势能加速整合产业链资源,强化对上下游的控制权;而大量中小企业则被迫在平台规则约束下进行被动式调整,面对双重“内卷”压力,其生存空间被进一步压缩。换言之,在平台主导的定价和分发体系中,由于同质化产品缺乏定价能力,企业无法通过差异化获取溢价,只能通过不断压缩成本以维持竞争地位。这种无法脱离低价竞争逻辑的市场结构,进一步推动了“内卷式”竞争现象的形成,也制约了整个制造业系统的技术进步和产品附加值提升。

综上所述,制造业“内卷”问题不仅表现为

“价格内卷”所展现出的低价竞争、产能过剩等表层现象,更深层地体现在产业链重构所带来的“链条内卷”风险之中,即产业链协同效能下降、资源配置向头部集中、中小企业创新能力受限等问题,使得产业升级呈现“技术赋能—规模扩张—竞争集中”的动态演化特征,将对制造业企业绩效和现代化产业体系构建产生长期负面影响。

(三)微观层面:不同规模企业数量变化的影响

在市场竞争中,制造业企业利润空间受以下五种力量制约:新进入者威胁、替代品威胁、供应商议价能力、客户议价能力以及现有竞争者之间的博弈^[8]。中小企业在供需链条中议价能力较弱,面临上游原材料成本波动和下游渠道压价的双重挤压;而同行之间则通过压低价格、加快交付等方式争夺市场,导致同质化竞争愈演愈烈。这种高度依赖低成本博弈的企业行为,本质上加剧了制造业内部分化和资源错配,从而导致行业整体“做大但做不强”。国家统计局数据显示,2024年全国规模以上工业企业实现利润总额74 310.5亿元,比2023年下降3.3%,制造业实现利润总额55 141.1亿元,比2023年下降3.9%,

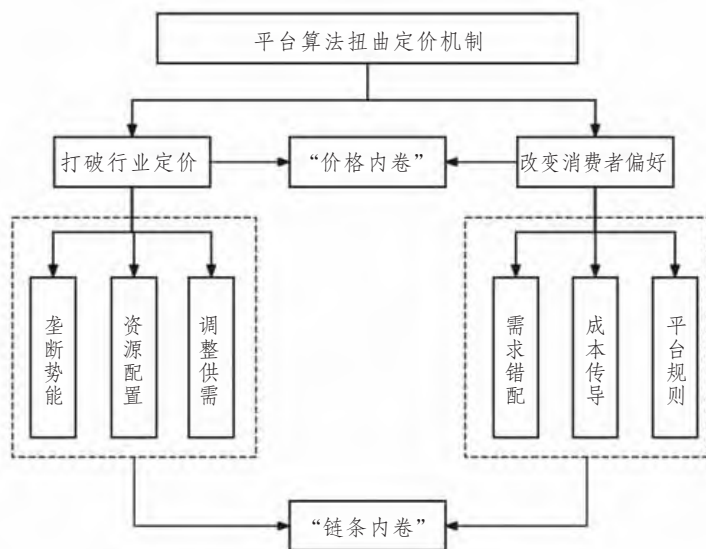


图7 平台算法扭曲定价机制与制造业“内卷式”竞争现象的形成

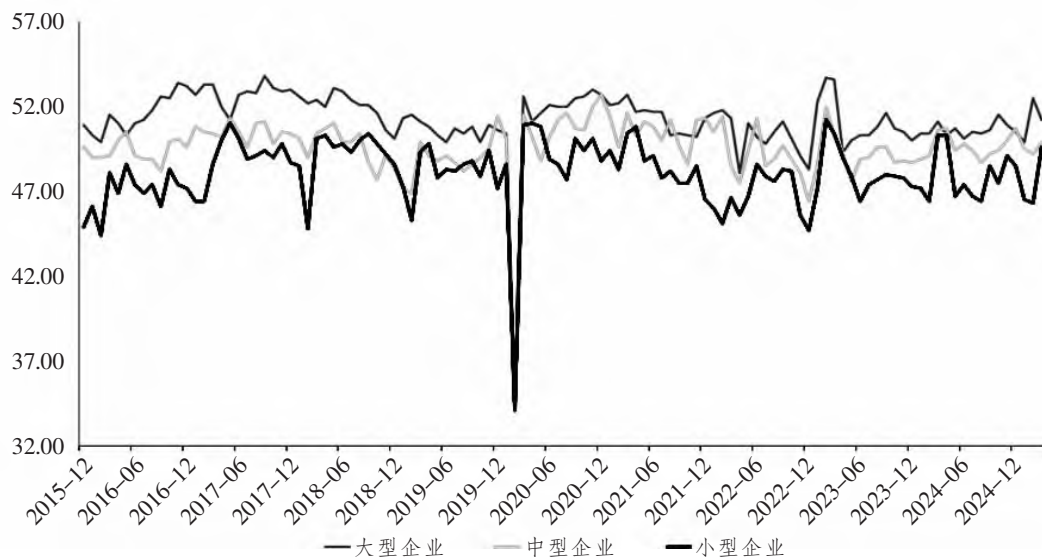


图 8 2015—2024 年中国制造业大中小型企业 PMI 指数(单位:%)

数据来源:中国国家统计局,Wind 数据库。

表明制造业虽长期保持扩张的态势但利润空间受到挤压,整体存在“大而不强”风险。

2008—2023 年中国规模以上大、中、小型工业企业数量呈现增长分化趋势。规模以上小型工业企业数量在 2011 年以后总体呈显著上升的态势,从 2011 年的 256.32 千家快速上升至 2023 年的 449.13 千家。相较之下,规模以上大型企业数量自 2014 年以来总体呈下降趋势但基本维持稳定,中型企业数量则在 2013 年达到 55.71 千家的高峰后逐步减少,2023 年减少至 35.82 千家。这意味着,从制造业企业规模结构看,近些年市场结构已经发生较大变化,新增了大量小型企业,而中型企业数量有所下降,大型企业数量大体保持稳定。这种市场结构的变化必然会导致小型企业之间的竞争日趋激烈。也就是说,即使不考虑大型企业本身可以依靠资本和技术优势向上下游渗透,挤压中小型企业生存空间,仅是小型企业数量大幅增加及其在产业竞争中处于附属地位,缺乏议价能力和创新资源,也会导致竞争更多集中于低附加值环节的“生存战”,这必然会导致小型企业之间更倾向于“价格内卷”。

图 8 反映了 2015 年以来中国制造业采购

经理指数(PMI)的月度变化情况,按企业规模划分为大型、中型和小型企业。其中,大型企业的 PMI 指数整体最为稳定,长期高于 50 的荣枯线,即便在新冠疫情冲击下亦表现出较强韧性,显示其在政策扶持、产业链整合和融资能力方面的相对优势,是当前制造业扩张的主要动力来源。中型企业 PMI 多在 48 至 50 之间波动,偶尔突破荣枯线但持续性较差,表明其在上下承压的结构中面临双向挤压,缺乏足够的抗风险能力。小型企业的 PMI 指数则长期低于 50,呈持续收缩态势,自 2015 年以来几乎未有明显反弹,在新冠疫情冲击期间一度跌至 34.1,后续恢复亦显乏力。2022—2024 年,其指数多维持在 45 至 48 之间,表明小型企业始终处于资源、资金、市场等多重压力之下,是制造业中最为脆弱的环节。

总体而言,大中小型企业处于不同的竞争生态位。大型企业因技术、资本和平台优势更易受益,而中小型企业尤其是小型企业则深陷“价格战”与低附加值竞争的困境。由于设备和技术改进的投资分布不均,叠加平台主导型市场结构,中小型企业的生存压力不仅源于其规模劣势,更来自其在市场结构中的附属和边缘地位。

当前,数字化转型并未带来全面均衡的发展机会,与拥有资源、技术和数据优势的大型企业相比,大量中小型企业缺乏足够的资本投入能力、数字基础设施及技术积累,难以有效跟进技术更新和模式革新,在转型升级的过程中仍面临诸多现实困境。此外,在政策资源配置层面,地方政府在推动制造业高质量发展的过程中,往往倾向于吸引大型企业的投资,支持具备规模效应和财政贡献的大型企业,容易忽视中小型企业在创新链条补位、就业吸纳和区域均衡发展中的关键作用。这一政策偏向进一步强化了大型企业的主导地位,使其通过补贴、信用资源和规模优势主导产业规则设定,并压缩上下游利润空间,形成“强者恒强”的竞争格局。最终,制造业出现了横向“价格内卷”与纵向“链条内卷”叠加的“双重困境”:头部企业虽占据市场主导地位,但在边际收益递减规律作用下难以持续提效;而中小型企业则在激烈竞争中苦苦维系,利润微薄甚至面临亏损,导致整体产业在看似扩张中陷入结构性“内卷”,从而面临“大而不强”的系统性风险。

综上所述,中国制造业“内卷式”竞争现象并非孤立发生,而是长期以来发展模式路径依赖、产业结构变迁和企业行为选择交织作用的系统性结果。基于上述宏观结构、中观结构和微观结构三个层面的分析,可以梳理出中国制造业“内

卷式”竞争现象的形成机制(见图9)。

三、结论与政策建议

本文基于“S-C-P”(结构—行为—绩效)分析框架,从宏观内外需结构、中观产业链重构到微观企业规模变化三个层面,系统梳理了中国制造业“内卷式”竞争现象及其形成机制。研究发现,一方面,中国制造业“价格内卷”根源于市场结构的变化与行业发展路径依赖,在内外需结构变化、技术壁垒薄弱、小企业数量大幅增加的背景下,企业普遍依赖低价竞争维系市场地位,形成“低价竞争—利润低下”的“内卷式”竞争现象,压缩了整体利润空间 and 创新能力;另一方面,平台企业的兴起以及头部大型企业利用其垄断势能,扭曲了定价机制,加剧了制造业的“链条内卷”,表现为成本压力向链上企业传导、价值分配向平台企业和头部企业集中,打破了原有的产业链协同机制,导致中小企业生存困境、资源配置效率下降及整体产业链附加值的弱化。总之,“内卷式”竞争现象映射出制造业面临当前百年未有之大变局下短期无法适应由技术和制度变革引起的市场结构性变化,造成企业竞争行为无法实现“价格导向”向“价值导向”的转变,平台主导下的企业生态系统虽提升了部分效率,却带来了资源配置极化与“大而不强”的系统性风险。

基于上述“内卷式”竞争的机制分析,就综合

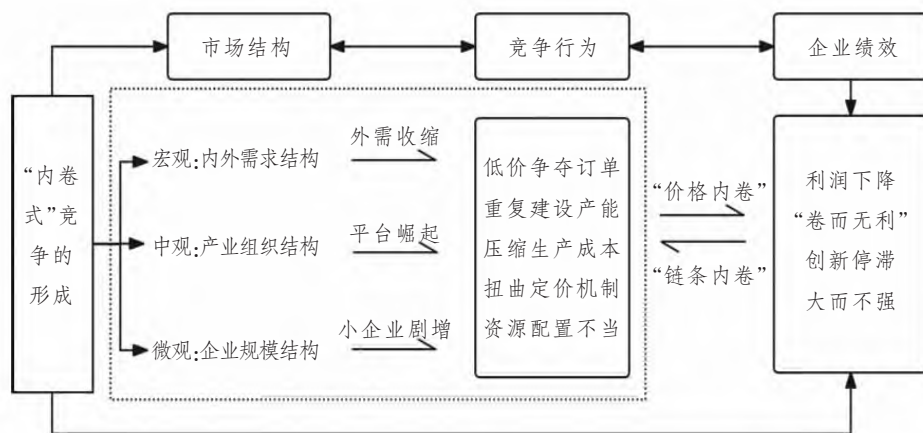


图9 “S-C-P”分析框架下的“内卷式”竞争形成机制

治理制造业“内卷式”竞争,提出如下政策建议:

第一,完善技术创新机制,引导企业行为向价值创造转变。与“内卷”(Involution)真正对立的是“创新”(Innovation)^[5],全面贯彻新发展理念和推动高质量发展是新质生产力系统性功能的体现^[24],完善技术创新机制、推进制造业创新升级是推动制造业高质量发展的核心路径。这要求必须强化产业补贴的技术创新导向,限制针对产能扩张的补贴,激励企业在标准制定、技术原创、品牌输出等方面积极作为^[25]。引导企业突破低端产能扩张的路径依赖,推动企业从“价格内卷”转向培育品牌价值、服务体验、技术迭代的竞争新优势,实现由数量扩张向质量跃升的根本性转变。这要求健全实体经济和数字经济深度融合体制机制,鼓励企业加大研发投入、加强质量标准体系建设,提供多层次的人才培养和技术支持政策,在保持中国制造业体系完备性优势的基础上,强化产业基础能力创新,在全球创新能力谱系中形成中国制造业的独特能力,尤其是要不断完善“专精特新”小企业发展的体制机制,以更多的“专精特新”企业发展促进制造强国建设^[19]。

第二,优化产业链创新协同机制,构建互利共赢的生态结构。出台并完善产业链创新政策,引导产业链上企业向技术创新和产品升级方向发展,进一步遏制“链条内卷”,实现从个体创新向链式创新的跃升。着力推动产业链上下游企业深度协同,通过联合研发、共建共享技术平台和开放合作机制,构建稳定高效的战略联盟体系,强化信息互通和资源整合,促进技术创新和成果转化,全面提升制造业整体质量水平和运行效率。鼓励大型国有企业和科研机构聚焦行业共性关键技术攻关,推动科研成果开放共享,通过强化技术支撑与协同机制,推动上下游企业形成协同创新生态,助力提升全产业链国际竞争力和核心技术自主能力。进一步完善因地制宜发展新质生产力的体制机制,构建未来产业投资增

长、战略性新兴产业规范发展、传统产业深度转型升级的体制机制,推动产业链向高端延伸,拓展价值空间,以新质生产力赋能制造业转型发展。

第三,完善市场监管体系,防范平台垄断势能。平台企业凭借对流量、数据和算法的掌控,逐步形成较强的市场主导地位,这不仅压缩了其他企业的生存空间,而且扭曲了市场竞争规则,加剧了资源分配不均和产业链内部失衡。加快建立健全平台经济领域的市场监管体系,通过强化反垄断与反不正当竞争举措,重点规范平台企业在市场准入、价格制定、流量分配和交易条款等方面的行为,推动其在定价、推荐、搜索排序等关键规则上的公开化和可解释性。推动平台经济与实体经济的良好互动和协同发展,保护中小企业的公平参与权和定价自主权,防止“算法歧视”“技术壁垒”等演化为制度性排他工具,进一步打击“二选一”、大数据杀熟、恶意补贴、“烧钱换市场”等扭曲市场行为,真正实现平台“赋能”而非主导,形成公平、透明、可持续的市场竞争格局。

第四,全方位扩大内需,缓解部分行业产能过剩。优化内需结构、释放消费潜力,改善当前中国制造业面临的双重压力,是缓解“内卷式”竞争现象的根本路径之一^[26]。着力推进收入分配制度改革,优化收入分配格局,增强居民实际消费能力,为制造业提供更加稳定和高质量的市场需求支撑。通过提升公共服务水平和加强社会保障体系建设,降低居民预防性储蓄动机,从而扩大有效消费,推动由投资拉动向消费驱动转型。持续推进制造业和服务业融合发展,推动新型要素与传统制造体系深度链接,培育新的消费热点和需求增长点,不断释放内需潜力,为制造业转型升级注入持续动力。

第五,纵深推进全国统一大市场建设,提升要素流动与供需匹配效率。建设全国统一大市场是优化资源配置、扩大内需、缓解同质化竞争的关键举措。加强制度协调和政策衔接,着力清

理妨碍统一市场运行的隐性壁垒。通过规则统一、设施联通和监管协同等政策措施,打通制约经济循环的结构性卡点堵点,进一步提升土地、劳动力、资本等要素流动效率,推动供给与需求的有效匹配。推动统一大市场建设与产业集群协同发力,鼓励区域间产业链资源整合与协作发展。通过完善央地协同治理机制,破除地方保护和市场分割,打通区域间贸易的“小循环”,畅通释放内需潜力的“大循环”,为制造企业创造更加稳定、透明和可预期的发展环境。

第六,强化完善行业自律机制,推动企业社会责任建设。政策支持往往偏向规模大、贡献高的企业,忽视中小企业在创新和就业中的作用。建立健全行业治理体系,支持行业协会和社会组织完善自律机制,强化标准、公约和规范建设,遏制低价倾销、恶性竞争和不正当“挖角”等行为。通过将不正当竞争行为纳入企业信用记录,与政府采购、融资支持等挂钩,建立“不能卷、不敢卷、不愿卷”的长效治理机制,引导企业向规范、可持续方向发展。全方位构建行业发展的健康生态,提高中小企业生态位,保护中小企业各项权益,优化中小企业发展环境。着力建设企业信用和责任体系,推动“环境、社会和治理”(简称“ESG”)评级标准本土化发展,鼓励大型企业履行社会责任,带头遵守行业规范、维护公平竞争秩序,发挥示范引领作用。 **Reform**

参考文献

- [1]李强.政府工作报告——2025年3月5日在第十四届全国人民代表大会第三次会议上[M].北京:人民出版社,2025:25.
- [2]GEERTZ C. Agricultural involution: The processes of ecological change in Indonesia[M]. Berkeley: University of California Press, 1963.
- [3]李秋零.康德著作全集(注释本)第5卷 实践理性批判 判断力批判[M].北京:中国人民大学出版社,2019.
- [4]黄宗智.小农经济理论与“内卷化”及“去内卷化”[J].开放时代,2020(4):126-139.
- [5]黄宗智.再论内卷化,兼论去内卷化[J].开放时代,2021(1):157-168.
- [6]李书肖.内卷化:我国高等教育的隐忧[D].济宁:曲阜师范大学,2010.
- [7]李培林,张翼.国有企业社会成本分析——对中国10个大城市508家企业的调查[J].中国社会科学,1999(5):41-56.
- [8]迈克尔·波特.国家竞争优势[M].李明轩,邱如美,译.北京:华夏出版社,2002.
- [9]罗志恒,原野.“内卷式”竞争的成因及治理路径[J].财经,2025(8):66-71.
- [10]刘志彪,王兵.中国制造业“内卷式”恶性竞争的发生机制与破解路径[J].财经问题研究,2024(12):3-15.
- [11]中国社会科学院工业经济研究所未来产业研究组.科技创新的力量——颠覆性创新如何引领现代化产业体系建设[M].北京:中信出版社,2024.
- [12]张鹏,胡蝶.整治“内卷式”竞争:理论与事实与对策建议[J].价格理论与实践,2025(1):54-59.
- [13]缴翼飞,岳上媛.机械工业产能扩大与营收放缓并存 2023年新能源装备等引领行业发展[N].21世纪经济报道,2024-02-07.
- [14]唐·E.瓦尔德曼,伊丽莎白·J.詹森.产业组织:理论与实践[M].北京:中国人民大学出版社,2014.
- [15]黄汉权.新中国产业结构发展演变历程及启示[N].金融时报,2019-09-16.
- [16]黄群慧,倪红福.中国经济国内国际双循环的测度分析——兼论新发展格局的本质特征[J].管理世界,2021(12):40-58.
- [17]中国社会科学院经济研究所课题组.新征程推动经济高质量发展的任务与政策[J].经济研究,2023(9):4-21.

- [18]杨其静,刘小鲁.新征程中的创新驱动发展战略[M].北京:中国人民大学出版社,2022.
- [19]张建华.创新驱动产业结构优化升级研究[M].北京:科学出版社,2024:339.
- [20]谢富胜,邓可为,江楠.数字平台与制造业企业利润率[J].经济研究,2025(2):90-106.
- [21]欧阳日辉,刘璇.数字平台“内卷式”竞争的发生机制、潜在风险与破解对策[J].财经问题研究,2025(3):3-19.
- [22]李青原,李昱,章尹赛楠,等.企业数字化转型的信息溢出效应——基于供应链视角的经验证据[J].中国工业经济,2023(7):142-159.
- [23]孟珊珊,李艳,杨汝岱.市场结构、创新收益供应链分配与产业发展[J].经济研究,2024(12):58-76.
- [24]黄群慧.以高水平开放推动新质生产力发展[J].东北大学学报(社会科学版),2025(2):1-3.
- [25]王文,申宇婧,金臻.中国制造强国发展战略的十年进展评估——基于美国文献的视角[J].中国科学院院刊,2025(4):730-741.
- [26]王海燕,张占斌.“内卷式”竞争:表现、成因及治理[J].改革,2025(3):11-21.

Research on the Phenomenon and Formation Mechanism of "Involutionary" Competition in China's Manufacturing Industry

HUANG Qun-hui YE Qi-chu

Abstract: The phenomenon of "involutionary" competition in China's manufacturing industry is manifested in two dimensions: horizontal "price-oriented involution" and vertical "chain-oriented involution". On the basis of describing and analyzing the phenomenon of "involutionary" competition, based on the classic analytical framework of "market structure S(Structure)-competitive behavior C(Conduct)-enterprise performance P(Performance)" in industrial organization theory, this paper systematically explores the formation mechanism of "involutionary" competition phenomenon in manufacturing industry by focusing on the changes in market structure at three levels: "macro structure(domestic and external demand)-meso structure(platform and industry chain)-micro structure(enterprise scale and quantity)". Research has found that structural changes at three levels have led to "price-oriented involution" and "chain-oriented involution" behavior in China's manufacturing industry, ultimately affecting the manufacturing profits and high-quality development. Especially in the context of the digital economy, the rise of platform enterprises has further intensified the "involutionary" competition in the manufacturing industry, leading to the risk of "large but not strong" manufacturing. To comprehensively address the "involutionary" competition in the manufacturing industry, it is urgent to make concerted efforts in technological innovation and upgrading, optimizing the collaborative mechanism of the industrial chain, improving the market supervision system, improving the domestic demand structure, and accelerating the construction of a unified national market.

Key words: manufacturing industry; "involutionary" competition; price-oriented involution; chain-oriented involution

(责任编辑:罗重谱)