

引子

前一段时间,各大电商平台宣布对“仅退款”机制调整优化,未来平台不再主动介入消费者收货后“退款不退货”申请。

反“内卷”,平台不能当旁观者。快手电商中小商家业务负责人覃天表示,平台要兼顾商家和消费者权益保护,营

造良好消费生态。

“再不能卷价格了!”浙江台州一家眼镜生产企业负责人李岳生深有感触,“过去,台州太阳镜‘论斤卖’,现在靠创新撕掉低端、廉价标签。”

“原先,招商拼优惠政策,引发一系列问题;如今,拼营商环境,拼干部

作风!”河南焦作市商务局局长任立宏感慨。

2024年12月举行的中央经济工作会议提出,综合整治“内卷式”竞争,规范地方政府和企业行为。今年7月召开的中央财经委员会第六次会议强调,“纵深推进全国统一大市场建设,要聚焦重点

难点,依法依规治理企业低价无序竞争,引导企业提升产品品质,推动落后产能有序退出”“规范地方招商引资”。

近日,记者走进北京市、浙江台州市、河南焦作市,透过一个行业、一个产业、一个地方的发展之变,探寻如何在破除“内卷式”竞争中实现高质量发展。

人民眼·建设全国统一大市场

# 破除“内卷式”竞争 迈向高质量发展

## ——纵深推进全国统一大市场建设观察之三

本报记者 方敏 李建广 窦瀚洋

### 从一个行业看规则优化

变“价格内卷”为“价值创造”,调整优化“仅退款”规则,拓展行业发展空间,实现多方共赢

一组数据,见证变化:今年以来,北京互联网法院审结涉“仅退款”消费纠纷案件不到20件,较去年同期下降六成以上。

怎么做到的?电商平台“仅退款”规则调整优化,不再“慷商家之慨”。

所谓“仅退款”,是指消费者在电商平台购物过程中,如遇商品质量问题、与描述不符等情况,可以提出“仅退款不退货”的一种售后服务。规则的初衷,是为保护消费者权益,也为生鲜产品等退货难问题寻求解决办法。

“遗憾的是,一些‘羊毛党’滥用‘仅退款’规则‘薅羊毛’,叠加电商平台‘自动跟价’‘全网比价’等机制,导致商家恶性竞争。”中国人民大学经济学院副院长、教授于泽介绍。

近年来,“仅退款”成为电商平台比拼规则、争夺用户的焦点,严重损害商家权益,继而导致商家不得已采取低价低质策略。长期看,将让消费者的利益受损。

一款价值9800元的沙发,买家使用一段时间后突然提出“仅退款”,平台竟通过了这一申请!北京互联网法院综合审判二庭庭长张连勇打开案卷,向记者介绍这起去年受理的案件:该买家要求退款的理由是卡扣松动,但买家既未与商家沟通,也未申请售后,而是直接发起“仅退款”申请。平台通过审核后,商家错愕之余,要求消费者退货,对方置之不理,引发诉讼。

在于泽看来,这起案件涉及的商品价格较高,商家选择了诉讼。但在更多的“仅退款”纠纷中,由于诉讼周期较长、维权成本较高,不少商家无奈选择息事宁人,蒙受货款两空损失。

2024年3月,北京互联网法院与中国消费者协会联合倡议规范适用“七日无理由退货”规则,倡导不断优化并完善“仅退款”规则。同年11月,国家市场监督管理总局约谈6家电商平台,指出“仅退款”规则挤压商家生存空间、助长低质低价竞争风气等问题,提出具体整改要求。

此后,各大电商平台推出畅通商家申诉渠道、加强识别异常高频退货等举措,优化“仅退款”规则——消费者收到货后的“仅退款不退货”申请,由商家和消费者自行协商,如有争议,平台才介入调解。

今年1月,淘宝天猫发布数据显示,松绑“仅退款”规则后,淘宝天猫平台异常退款主动拦截量增加3倍,“仅退款”总量下降约30%。

“‘仅退款’规则变化,顺应了社会各界对规范电商秩序的新期待,有利于构建良性有序的营商环境。”于泽认为,电商平台有责任维护消费者合法权益,但不能“拉偏架”,让商家吃亏。优化“仅退款”是一种纠偏,有利于维护市场秩序、净化消费生态。

今年2月,国家市场监督管理总局召开价格监督检查和反不正当竞争工作座谈会强调,依法加强重点行业价格监管,整治“内卷式”恶性竞争。

“整治‘内卷式’竞争,不是不要竞争,而是鼓励公平竞争,让商家坚定走创新发展的道路,真正在竞争中创造价值。”北京市市场监督管理局局长高念东介

绍,前不久,为维护“618”期间网络交易秩序,全市市场监管部门依托平台经济综合监管服务系统,紧盯促销规则、商品服务、价格标示等关键环节,对可能存在的刷单炒信、违规促销等行为进行重点排查。

“流量是流向过度低价的商品,还是流向真正创造价值的商家?不同导向催生不同商业生态。”快手电商中小商家业务负责人覃天介绍,快手平台今年推出“新商启航计划”,全年计划投入超千亿级流量,致力于让更多优质商家被看见。

一家新店,一款服饰单品,日销上千单。快手商家高生活语兴奋,“没想到像我们这样的小商家,不卷低价也能‘爆单’!”

今年3月,高生在快手平台开了一家小店,在服饰行业摸爬滚打多年的他深知:卷低价,产品质量肯定跟不上,同质化“内卷”这条路走不通。因此,他在款式和质量上下功夫,推出差异化服装新品。起初产品销量不高,但好评率很高,受到快手电商团队注意,被纳入“新商启航计划”,享受专属流量激励、配备系统化培训等扶持政策。

今年初,抖音电商推出9条商家扶持措施,回应普遍关切的退货、卷低价、投流等问题,禁止商家以明显低于市场价的价格诱导用户点击购买。2024年,抖音针对“低价游”发布多项治理举措,处置“低价游”直播间2500余个。

拓展电商行业发展空间,实现多方共赢。“要引导商家变‘价格内卷’为‘价值创造’,避免劣币驱逐良币。”北京电子商务协会副会长、秘书长马小森认为,综合整治“内卷式”竞争是一项系统工程,需要强化政府、企业、行业协会的协同治理。

### 从一个产业看创新突围

变“比拼价格”为“比拼技术”,建立健全质量管理体系,练好创新“内功”

循着隆隆机声,步入浙江盈昌集团有限公司眼镜制造车间,一台台机械手臂映入眼帘。得益于新投产的数控设备,这家企业的眼镜切割效率提升了8倍。

“生产效率高了,眼镜品质好了,企业经营不用‘卷’价格了。”盈昌集团董事长李岳生是台州市眼镜商会会长,对多年前的价格战记忆犹新。

台州市有眼镜生产企业1600多家,年产太阳镜4亿副,总产值130多亿元。彼时,台州六成以上太阳镜成镜产品出厂价仅5元左右,利润率仅4%,为留住工人,许多企业亏本接单。

配镜店里动辄几百上千元的商品,为何在生产端如此薄利?“技术含量低、分销渠道复杂、竞争激烈。”人行50多年,李岳生常听到“低端眼镜看台州”的评价。

作为台州眼镜主要生产区,临海市杜桥镇一度家庭作坊林立,一副太阳镜的利润被压缩到以分、厘为单位。太阳镜“论斤”称、光学镜当“白菜”淘,成为台州眼镜批发市场的无奈笑谈。“那时候,客户一听是台州眼镜,直接压价,行业陷入‘规模不经济’的怪圈。”李岳生回忆。

转型升级是破解内卷的有效手段。直面“低散乱”问题,撕掉低端产品标签,台州重塑眼镜产业格局。

2021年,临海市率先发力,建起高标准的杜桥眼镜小微创业园,入园企业须符合准入标准:企业设备、生产工艺、技术水

平等要达到或接近国内行业先进水平……

过去生产眼镜成本高、售价低,把工厂搬到杜桥眼镜小微创业园后,台州百源眼镜有限公司负责人黄荣华惊喜地发现,这里集聚了百余家眼镜上下游企业,供应链响应速度从周缩短到天,“如果生产线上缺一颗螺丝,前后幢楼上的企业几分钟就能配齐。上下楼就是上下游,园区内企业还能共享环保处理设备,提升了技术水平,节省了开支。”

2024年,台州出台眼镜及眼镜配件行业行政合规指引,引导企业变“比拼价格”为“比拼技术”。技术攻坚方面,搭建起“镜享未来”综合服务平台,吸引36位“共享人才官”远程入驻,将北上广等地区的创新成果引入企业生产一线,推动镜片变色幅度、轻量化设计等领域技术持续突破;在检测环节,东华大学检测实验室与台州市眼镜商会联合设立台州办事处,企业检测产品过去要跑上海,如今当地就能完成,效率提升的同时,平均送检成本降低50%。

“以创新破内卷,关键是帮助企业建立健全质量管理体系。”台州市市场监督管理局局长廖森迪用数据说话:2024年,台州眼镜抽查合格率为94.3%,较2022年提高16个百分点。

凭创新“内功”跳出内卷“漩涡”,不少台州眼镜品牌闯出大市场:镜客眼镜有限公司投入200万元研发羽毛球钛镜架,重量轻如一张A4纸,价格涨了6倍;迪迈光学眼镜有限公司推出蓝牙太阳镜,轻点镜腿便能语音通话……去年举办的台州(杜桥)国际眼镜展,吸引50多个国家7000多名采购商参展,成交额逾亿元。

### 从一个地方看招商转型

变“优惠政策”为“优化环境”,探索专业化、市场化引资模式,不拼优惠拼服务

优质企业是“香饽饽”,各地都抢着要,如何才能引得来?

为吸引企业落户,不少地方往往实施税收减免、资金奖补等优惠政策。因煤而兴、一心谋转型的河南焦作,也不例外。

“看似真金白银支持,实际是多地互相攀比下的无奈之举。”焦作市商务局局长任立宏直言,以前招商,企业首先问“有啥优惠政策没”,“别的地方给了优惠政策,你就得加码给更多,‘内卷’就形成了。”

一些地方政府互相挖存量企业,并不能给全国经济发展带来增量,还增加了某些企业的侥幸心理。

“有的企业到这个市县要完‘优惠’,再去另外一个市县要。不仅有透支财政的风险,还容易造成政策效力的递减,招引来并不适当地发展的企业,导致资源错配。”任立宏说。

破除“内卷式”竞争,关键在统筹好有为政府与有效市场的关系。政府行为越规范,市场作用越有效。

党的二十届三中全会《决定》提出:“规范地方招商引资法规制度,严禁违法违规给予政策优惠行为。”

2024年8月,焦作市公布招商引政策清理结果,决定废止《焦作市人民政府关于印发焦作市招商引资优惠政策支持政策的通知》等3个与相关法规制度相抵触的政策文件。

不比优惠政策了,招商工作咋开展?

紧盯问题,压实责任。焦作市每两周召开一次“重点产业链群培育暨招商引资调度会”,市主要领导牵头,市直相关部门、各区县等逐一汇报招商进度及存在问题,商讨解决办法。

在一张近期的招商进度表上,记者看到,从招商、签约到开工,每个项目后都备注着进展情况。未办结的打叉,已办结的打钩。哪些问题没办结,下一步要怎么办,市领导逐项过问,逐一落实到人。在下次会议上,还要再追问,形成全周期跟踪服务。

跟踪服务,形成合力。招商工作,并非市商务局一个部门的工作。市发展改革委、工信、财政等部门,都要配套政策,联动招商。

还要创新工作方法。焦作市武陟县,自2022年起采取“特岗特聘”方式,先后引进20多名专业技术人才,组建招商员团队。县里以委托和购买服务等形式,由招商员团队引进优质项目,成为地方招商的有效补充。

“以前都是政府选商,随着招商工作日趋专业化,光靠有关部门同志,很难招到好项目。”武陟经济技术开发区党工委副书记、管委会副主任于宝星坦言。

“特岗特聘”如何实施?

武陟县以幸福城产业投资运营集团有限公司作为主体运行公司,公开招聘、优中选优,将多名来自北京、武汉等地的金融、法律领域专业人才,特聘为招商员。幸福城产业投资运营集团总经理刘娜就是其中之一,“我们不占编制,工资根据招商业绩定,完成招商任务有奖金。”

按照规定,招商员工资中,70%是岗位工资、30%是绩效工资。同时,招商员需签订目标责任书,根据5个考核等级,获得不同系数的绩效工资,并采取末位淘汰制,实现能者上、平者让、庸者下。“目前已有2名招商员被淘汰。”刘娜说。

专业人才干招商,有哪些变化?

一到武陟,刘娜和同事们就定下招商思路:郑州正在大力发展新能源汽车产业,武陟县紧邻郑州,可借势发展汽车零部件配套产业。但作为县城,很难吸引头部零部件配套企业落户。因此,重点做好二级零部件配套企业的招商引资,是务实、可行的方向。

这一思路得到县里认可,招商员团队很快制作出二级零部件配套企业图谱,按图索骥摸排、接洽。经过努力,河南蓝普电子科技有限公司等企业被引入。眼下,蓝普公司在武陟经开区的厂房已建成,正在调试设备,即将试生产,达产后年产值约1.5亿元。

让专业的人干专业的事。武陟推行“特岗特聘”招商员机制以来,累计引进项目26个、签约额87亿元。

招商之变,折射思路之变。“变‘优惠政策’为‘优化环境’,我们不再拼优惠政策,而是拼服务、拼干部作风、拼营商环境。”任立宏介绍,今年上半年,焦作市新签约省外境外项目230个,居全省首位。

思路之变带来的环境之变,企业最有发言权。在武陟,河南宏桥线缆有限公司新建桥梁索缆生产基地,从落户到项目一期建成投产,政府全流程跟踪服务,用时不到一年。企业有关负责人曹东伟感慨,相比政府给予的资金奖补,他们更愿意看到营商环境转变,“营商环境好了,赚的钱比资金奖补多多了!”

(本系列报道到此结束)

清理叫停超常规优惠政策后,一些落户河南焦作武陟县的企业反映:“发展得更好了!”“更有信心了!”

这一现象,似在意料之外,细究却在情理之中。

前些年,一些地方比拼超常规优惠政策,彼此“内卷”。部分企业尝到甜头后逐利而动。落户地方,瞄的是更便宜的土地价格、更多的税收返还,反而忽视了当地配套是否健全、产业工人是否充足、市场是否匹配等因素,企业落地后的发展掣肘越来越多……

如今,随着各地持续清理叫停超常规招商引政策,政府有了更多资金完善基础设施,有了更多精力为企业办实事。企业也沉下心来,从自身发展角度选择合适的落产地,生产经营上有了更多突破。这样的变化充分说明,整治“内卷式”竞争是一项系统工程,有赖于行业、企业、政府等多方协同发力、综合施策。

行业应发挥好“生态重构者”角色。以电商行业为例,平台企业汇聚行业数据、资源,既能纵览全局,又可“落子调控”,是破除行业内卷重要力量。当下,中小商家规模小、抗风险能力弱,急需平台持续改进规则,优化生态,给予他们更多支持。从长远看,中小商家越来越好,平台发展方能“水涨船高”。

企业要向创新要动力、向质量要效益。毕竟,通过低价吸引客户,起初或许能尝到甜头,长此以往,却将破坏企业的生存根基。唯有跳出低水平竞争的窠臼,打造“人无我有”“人有我优”的产品,才是可持续发展的必由之路。

政府需加快转变发展思路。不拼优惠政策拼什么?不少企业提出诉求:优化营商环境,提高办事效率,提供完备的基础设施、产业链配套……这些,都比税收优惠、政策优惠更具吸引力。

综合整治“内卷式”竞争,不可能一蹴而就、一招制胜。多从长远计,遵循经济规律,统一政府行为尺度,汇集各方力量,多管齐下,久久为功,方能使全国统一大市场成为各类经营主体公平竞争的大舞台。

### 困有所思

图①:浙江台州临海市一家企业车间,工人在操作眼镜智能制造设备。

临海市委宣传部供图

图②:在快手平台,消费者收到货后,只有与卖家协商达成一致,才可“仅退款不退货”。

钟灵摄

图③:河南焦作武陟县招商团队到目标企业招商。

王琳锋摄

本版责编:杨彦 孙振 戴林峰 刘雨瑞 版式设计:沈亦伶

