·产业经济研究·

平台“内卷式”竞争的识别逻辑、测度方法与监管含义

乔　岳

（山东大学 国际创新转化学院，山东　青岛　266237）

摘　要：在平台经济发展的过程中，高投入、低利润、重复建设和多边压力持续扩散并存的现象日益突出，实践层面将其概括为平台“内卷式”竞争。然而，现有研究大多停留于现象描述、一般机制解释或政策评论层面，缺乏严谨的概念界定、清晰的识别边界和具有可操作性的测度框架。本文在竞争分析框架下，基于平台生态竞争的一般机制，将平台“内卷式”竞争界定为一种由生态互补机制、双层传导机制、退出受阻机制共同支撑的结构性“内卷”状态，并厘清平台“内卷式”竞争与有效竞争、短期促销、市场培育期亏损、掠夺性定价的边界。在此基础上，本文构建由竞争强度、生态支撑能力、传导能力和状态延续程度四个维度组成的测度框架，提出由“内卷式”竞争综合指数与联合判定规则共同构成的识别工具，并讨论平台“内卷式”竞争的监管含义。本文的贡献在于，将平台“内卷式”竞争由经验性判断提升为具有明确判别条件、可观测代理变量和政策适用边界的分析对象，并为竞争分析、平台反垄断执法和竞争治理提供兼具理论一致性与现实可操作性的分析框架。

关键词：“内卷式”竞争；平台经济；竞争分析；生态支撑；反垄断

中图分类号：F062　　**文献标志码：**A　　**文章编号：**1000-176X（2026）09-0032-15

一、问题的提出

平台经济的快速发展改变了市场竞争的方式与逻辑。平台通过连接用户、商家与多元服务场景，显著降低了交易成本，拓展了交易边界，并在资源优化配置、商业模式创新和消费便利化等方面发挥了重要作用。然而，随着平台生态体系持续扩张，相关的竞争关切也愈发凸显。部分平台企业在核心业务领域持续投入大量补贴和营销资源，价格竞争与流量竞争不断加码、组织投入持续加大。在这一过程中，平台核心业务的利润长期承压，商家端收费结构日趋复杂，用户端在低价激励与账户锁定之间形成双重依赖，市场并未因激烈竞争而迅速实现出清，反而呈现高投入、低利润、重复建设和多边压力持续扩散并存的格局。上述现象被概括为平台“内卷式”竞争。

平台“内卷式”竞争已成为竞争分析的重要关注对象，规范性文件、法律和司法就该问题相继作出回应。2021年发布的《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》，围绕垄断协议、滥用市场支配地位等垄断行为，对平台经济领域反垄断监管规则进行了细化[1]。2022年

收稿日期：2026-04-08

基金项目：山东省自然科学基金面上项目“数字平台纵向限制的竞争效应研究”（ZR2023MG030）

作者简介：乔　岳（1977–），男，山西长治人，教授，博士，博士生导师，主要从事法经济学和产业经济学研究。E-mail：qiaoyue@sdu.edu.cn

修正后的《中华人民共和国反垄断法》新增第九条，明确经营者不得利用数据和算法、技术、资本优势及平台规则等从事本法禁止的垄断行为[2]。2024年施行的《最高人民法院关于审理垄断民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》，又进一步将数据、算法、技术和平台规则正式纳入司法审查的视野[3]。与此相呼应，阿里巴巴集团“二选一”垄断案和美团“二选一”垄断案表明[4]，平台竞争已不再局限于价格层面的直接博弈，而是日益深入地嵌入平台规则、流量配置和考核约束等制度安排。这说明平台“内卷式”竞争不仅是舆论层面的经验概括，更已进入反垄断执法与竞争政策分析视野，成为一个具体议题。

平台“内卷式”竞争给竞争分析带来了一个理论难题。多边市场理论指出，平台竞争不遵循传统单边市场的线性逻辑，平台一侧价格可以低于其边际成本甚至为负，平台策略取决于网络外部性、用户多归属和两侧市场之间的互动[5-7]。随着经营领域的不断扩展，平台竞争表现为生态系统之间的竞争，而不再是单一产品市场之间的竞争[8] 10。因此，平台核心业务的低利润乃至亏损，未必意味着竞争无法持续，很可能是平台在争夺双边用户、扩大网络规模和形成生态协同优势[9] 13。这要求识别平台“内卷式”竞争不能只考虑价格、市场份额或短期利润等单一结果变量，而需要进一步考察平台是否在生态收益的支撑下，维持了超出合理限度的竞争投入，是否通过规则、算法和收费结构持续传导竞争压力，以及这种状态是否导致资源配置扭曲与福利损失。

在这一问题上，当前的讨论乃至部分反垄断执法分析中都存在一种常见倾向，即简单地将低价、补贴和核心业务亏损直接等同于平台“内卷式”竞争。事实上，在多边市场和平台生态竞争条件下，以上现象既可能服务于市场培育，也可能服务于用户规模扩张和网络效应形成。若脱离效率基准和持续条件，仅凭低价格、高补贴或低利润就将其归入平台“内卷式”竞争，则会模糊正常市场竞争、合理商业操作与结构性低效竞争之间的边界。平台“内卷式”竞争的规制并不局限于单一法律路径。平台之间围绕用户、流量和生态体系展开的高强度竞争，更接近于反垄断法所关注的市场结构与竞争约束问题。平台通过规则、算法和收费结构向商户端持续传导竞争压力，则又涉及反不正当竞争法中的交易秩序与经营行为规制问题。若不进一步区分竞争主体、压力传导方式和竞争结构，便容易在竞争分析和法律适用中引发混淆。

从现有研究来看，与本文主题相关的平台竞争与数字平台治理的研究已相当丰富。基于研究问题的需要，以下仅选取具有代表性的文献，简要梳理与本文最相关的三条文献脉络。第一类文献聚焦多边市场、平台竞争和平台生态，较好地解释了平台为何普遍实施补贴和不对称定价策略，也揭示了平台竞争的跨市场协同特征[5-7]。第二类文献围绕“内卷式”竞争的内涵、形成机理和治理逻辑展开，相关研究通常认为其表现为高投入、低效率、低利润和创新乏力，并在制造业、产业链和一般竞争秩序层面形成了较为充分的理论积累[10-13]。第三类文献将“内卷式”竞争引入数字平台和竞争法治理场景，强调规则、算法排序、流量分配、平台内势力与低价竞争闭环之间的关系[14-15]，并讨论反垄断法、反不正当竞争法和平台治理规则如何回应平台竞争中的新型约束问题[16-18]。总体而言，现有研究已经揭示了平台竞争中的补贴逻辑、治理规则和低效竞争现象，但尚未将这些因素整合为一套可直接用于识别竞争的统一分析框架。

需要指出的是，制造业“内卷式”竞争与平台“内卷式”竞争虽然都表现为高投入、低效率和低利润，但两者的形成机制并不相同。制造业“内卷式”竞争更多表现为供需结构失衡、产业链挤压和低效产能出清不畅[13]。平台“内卷式”竞争则植根于多边市场结构、跨业务生态支撑、平台规则控制和算法强化机制，竞争压力的形成与维持更依赖平台对流量、数据、规则和交易条件的系统性塑造。正因如此，平台“内卷式”竞争虽可视为“内卷式”竞争在平台场景下的特殊表现，但其识别逻辑和治理重点不能简单套用制造业“内卷式”竞争的分析框架。现有文献中关于“规则设计—算法执行—流量锁定”的讨论[14]，以及关于平台内势力、流量分配和规则制定权的研究[15]，恰恰说明了这一点。从更一般的竞争理论来看，本文所讨论的平台“内卷式”竞

争与过度竞争（Excessive Competition）或破坏性竞争（Destructive Competition）具有相似之处，均表现为高投入、低利润、资源错配和福利损失。然而，平台“内卷式”竞争的特殊性在于，平台竞争的压力可以通过双层传导机制在业务板块之间（横向）和交易链条之间（纵向）持续传导，并借助规则、算法和生态支撑得以长期维持。

就本文的研究问题而言，现有研究存在两个层面的不足。在理论层面，现有研究尚未在竞争分析框架下清晰界定平台“内卷式”竞争究竟是一种什么性质的竞争状态，以及它与有效竞争、短期促销、市场培育期亏损、掠夺性定价之间的边界。尤其是，多边平台普遍存在交叉补贴和生态协同，如果不引入效率基准和持续条件，平台“内卷式”竞争概念就容易与有效竞争发生混淆。在方法层面，现有研究大多停留于概念阐释、机制描述或规范评价，缺乏能够进入竞争执法、竞争评估和平台治理实践的可操作测度工具。虽然当前反垄断执法已经将平台低价、补贴、算法和规则纳入审查视野，但在面对平台“内卷式”竞争这一结构性现象时，现有研究仍缺乏可以直接适用的定量分析工具。

基于上述背景，本文的研究目标包括两个相互关联的方面。一方面，本文旨在从理论角度厘清竞争分析框架下平台“内卷式”竞争的分析思路。具体而言，本文将平台“内卷式”竞争界定为一种由生态互补机制、双层传导机制、退出受阻机制共同支撑的结构性“内卷”状态，并通过引入效率条件和持续条件，将其与有效平台竞争加以区分。另一方面，本文最重要的目标是在理论基础上构建一套具有可操作性的测度方法，使平台“内卷式”竞争不再停留于经验判断，而是成为竞争执法和竞争分析中可以识别、比较和动态监测的对象。

本文其余部分安排如下。第二部分讨论竞争分析框架下平台“内卷式”竞争的识别逻辑，在概念界定的基础上区分平台“内卷式”竞争与有效竞争、短期促销、市场培育期亏损、掠夺性定价，并提出支撑测度框架的识别准则。第三部分讨论平台“内卷式”竞争的测度方法，从竞争强度、生态支撑能力、传导能力和状态延续程度四个维度提出联合识别思路，并通过方法演示与示意性应用说明该测度框架如何在公开数据条件下加以应用。第四部分讨论平台“内卷式”竞争的监管含义，分析该测度框架如何应用于竞争执法和竞争分析实践。

二、竞争分析框架下平台“内卷式”竞争的识别逻辑

（一）平台“内卷式”竞争的概念界定

从竞争分析的角度来看，平台“内卷式”竞争所对应的并不是竞争强度的变化，而是竞争性质的变化。平台市场中的低价、补贴、核心业务亏损和跨业务利润调节，都可能是正常竞争的结果。根据双边市场理论，平台一侧价格低于边际成本、核心业务阶段性亏损，以及实施不对称定价策略，往往是争夺双边用户、扩大网络规模和构筑生态协同优势的正常表现[5-6]。可见，类似于竞争分析中的效率抗辩，平台“内卷式”竞争不能单纯依据低价、亏损或交叉补贴来界定，而必须进一步考察这些现象是否服务于效率提升。

因此，平台“内卷式”竞争的界定至少包含两个必要条件，即效率条件和持续条件。前者要求平台生态支撑不再主要用于提升匹配效率、降低交易成本、改善服务质量或促进创新扩散，而是主要用于维持高补贴、低利润和重复性竞争。后者要求上述状态不是单期波动，而是持续超过一个具有经济含义的观察周期。

本文将平台“内卷式”竞争界定为一种在平台生态竞争条件下，平台企业在核心业务领域持续维持高投入竞争的结构性“内卷”状态，该竞争的长期存在得益于三种机制的共同作用：生态互补机制拓宽了利润支撑边界，双层传导机制传递了竞争压力并重塑了成本分担结构，退出受阻机制削弱了市场调整能力。平台“内卷式”竞争会导致核心利润长期承压、资源配置重复、竞争关系扭曲，并使市场难以通过正常机制恢复竞争秩序。

（二）平台“内卷式”竞争与相邻竞争状态的区分

为使平台“内卷式”竞争成为可识别、可测度的对象，必须将其与相邻竞争状态区分开来。

第一，平台“内卷式”竞争不同于有效竞争。有效竞争虽然也可能伴随价格下降和利润压缩，但其主要动力仍然来自效率提升、技术改进或服务优化，且竞争最终会通过优胜劣汰推动资源重新配置。平台“内卷式”竞争则不同，它表现为投入持续增加，但这种投入并未带来与之相匹配的效率提升，反而更多体现为同质化扩张、重复建设和压力传导。可见，有效竞争的结果是效率分化和市场结构调整，而平台“内卷式”竞争的结果则是高投入下的低效僵持。

第二，平台“内卷式”竞争不同于短期促销。平台经济中广泛存在节假日促销、新客户补贴和阶段性促销活动，这类行为持续时间较短、目标明确，本质上属于局部策略工具。平台“内卷式”竞争则不是偶发的促销行为，而是表现为高补贴、低利润和规则性压力传导的常态化特征。前者是阶段性策略，后者是结构性状态。二者表面上都可能表现为低价竞争，但在时间维度、组织形式和经济后果上截然不同。

第三，平台“内卷式”竞争不同于市场培育期亏损。根据双边市场理论，平台在早期为了形成网络规模而对一侧用户进行补贴，甚至阶段性亏损，具有内在合理性[8]25。平台“内卷式”竞争与此不同，它通常出现在市场结构已基本形成、主要竞争者相对清晰之后。此时若核心业务仍长期处于高补贴、低利润甚至负利润状态，且竞争各方均未通过效率提升、退出或并购实现秩序重构，就说明这种亏损不再主要服务于市场形成，而是演化为一种由生态支撑和结构性僵持共同维持的竞争惯性。

第四，平台“内卷式”竞争不同于掠夺性定价。掠夺性定价理论强调先低于成本定价、再排除竞争对手、最后抬高价格收回投入的逻辑。平台“内卷式”竞争未必以清晰的排挤、垄断和收回路径展开，其维持机制依赖外围生态收益、规则控制和多边压力传导，而非同一市场未来价格回升。因此，平台“内卷式”竞争更接近一种结构性维持状态，而不是以排挤竞争对手为目标的单一价格维度的竞争行为。平台反垄断法规与实践之所以越来越强调规则、算法、交易条件和生态协同，是因为不能简单套用单一相关市场内价格竞争行为的分析框架剖析平台竞争问题[4]。

（三）平台“内卷式”竞争的机制分析

平台“内卷式”竞争之所以区别于一般的激烈竞争，并非在于其表面现象更复杂，而是在于背后存在一组使高投入竞争得以持续的机制。结合平台竞争的一般特征与中国平台治理实践，本文将这种机制归纳为三个彼此关联的方面。

第一，生态互补机制拓宽了核心市场竞争的利润边界。平台企业的竞争已不再局限于单一业务，而是围绕用户集聚、流量引流、数据积累、支付接口、配送网络、内容分发和会员体系等环节，构建起跨业务的生态结构。通过核心业务获取的用户，不仅能在核心市场创造价值，还能被导入其他相邻场景，从而产生超出单一交易利润的生态收益。因此，平台在核心市场维持低利润乃至亏损，其资金缺口并不依赖该业务的当期盈利来填补，而可以由外围生态收益予以弥补。平台战略领域的相关研究也普遍强调，多业务协同、用户生命周期价值和跨场景导流，是平台竞争的重要收益来源[9]63-73。当这种生态支撑主要用于维持低效竞争，而非提升匹配效率和创新能力时，它便构成平台“内卷式”竞争得以持续的基础。

需要进一步说明的是，本文所称的核心业务和外围业务并非企业集团财务报表中的固定分类，而是服务于具体竞争分析的一组功能性概念。平台竞争分析应结合具体竞争场景和竞争焦点市场展开，而不宜只依据集团整体收入结构或财务报表分类来界定业务。在特定竞争场景中，承担用户入口、交易组织和竞争焦点功能的业务构成核心业务，其他能够为其提供用户、流量、数据、支付、广告或利润支持的业务板块，则构成该竞争场景下的外围业务。例如，同一平台集团中的外卖业务，在集团整体财务视角下可能属于生态组成部分，但在以外卖市场为分析焦点的竞

争场景中，外卖业务本身构成核心业务，而集团其他盈利业务对其提供的资源支持，则构成本文意义上的生态支撑。生态支撑并非泛指企业集团内部一切形式的利润调配，而是特指由与竞争焦点市场存在实质性生态关联的业务板块所提供的资源支持。实质性生态关联是指关联业务与竞争焦点市场之间存在可识别的用户共享、流量导流、数据协同、支付互通等联动关系，二者在竞争策略和资源配置上形成协同。不具备上述关联的集团内部一般性财务划拨，不在本文生态支撑维度的识别范围之内。

生态体系中的资源和利润流动具有双向性。平台既可能利用关联业务利润持续支持竞争焦点市场中的高强度竞争，也可能利用既有优势业务的利润推动新市场进入和生态扩张。本文认为，生态支撑维度的识别边界不在于企业集团内部对核心业务和外围业务的名义划分，也不在于利润流动在集团层面的呈现方式，而在于竞争焦点市场是否持续处于高补贴、低利润或亏损竞争状态，且这种状态所产生的成本是否由该市场之外的关联业务资源或利润持续承担。无论关联业务在集团财务层面属于核心业务还是外围业务，只要其资源或利润持续弥补竞争焦点市场的竞争成本，均构成本文意义上的生态支撑。需要另行处理的情形是，若既有的竞争焦点市场本身已形成稳定且较强的盈利能力，不再依赖外部生态资源支撑其持续竞争，平台反而利用该市场获取的超额利润补贴其他市场扩张，进而实现生态锁定。此时，这一竞争焦点市场的角色已由“被支撑”的竞争方转为“向外输出资源”的扩张方，其本身不再满足本文所强调的持续依赖外部生态支撑维持高强度竞争这一前提条件。对于这种情形，应将分析焦点转向被补贴的目标市场，考察该市场是否因外部资源持续输入而出现“内卷式”竞争特征。同时，对利用既有市场优势实施跨市场扩张和生态锁定的行为，则应纳入滥用市场支配地位或生态垄断扩张框架另行判断。因此，区分正常生态扩张与平台“内卷式”竞争的关键，不在于补贴方向，而在于补贴是否仍在开辟新的用户入口、强化网络效应和促进场景协同。

第二，双层传导机制传递了核心市场的竞争压力，并重塑了成本分担结构。横向上，平台可以利用不同业务板块之间的交叉补贴和资源配置机制，将核心业务的竞争压力向其他业务板块传导。纵向上，平台通过佣金、广告费、技术服务费、流量竞价、自动跟价及其他规则，将竞争压力沿交易链条传导给商家、服务提供者和价值链上下游主体。平台治理研究显示，平台规则、算法和流量配置会系统性地塑造平台内竞争[14-15]。因此，本文不将平台“内卷式”竞争仅仅理解为低价，而将其界定为一种依靠规则、算法和收费结构持续传导竞争压力的组织化竞争状态。

第三，退出受阻机制削弱了市场通过出清恢复秩序的能力。相关“内卷式”竞争研究指出，高退出壁垒和低资源流动性是低效率竞争持续存在的重要条件[10, 13]。将这一判断放到平台场景中，可以进一步推导出，平台市场中的退出受阻不仅来自资本和规模壁垒，还来自账户、支付、评价、会员、数据和规则构成的深度锁定结构。主要竞争者往往具有相近的生态支撑能力，而用户和商家又难以低成本迁移，这使得市场即便长期处于高投入竞争状态，也不容易通过退出、并购或份额重组实现调整。因此，平台“内卷式”竞争不同于一般的激烈竞争，其突出特征在于竞争更难结束。

（四）平台“内卷式”竞争的识别准则

基于概念界定和机制分析，本文提炼出平台“内卷式”竞争的识别准则。

第一，生态支撑偏离效率轨道。平台补贴、低价及跨业务支撑本身可能有助于提升匹配效率。因此，只有当被分析的竞争焦点市场持续获得来自其他业务板块或生态资源的支持，而这种支持不再显著提升交易效率、创造用户长期价值或促进创新扩散，反而主要用于维持高补贴、低利润和重复性投入时，该支持行为才构成“内卷式”竞争的重要前提条件。可见，识别平台“内卷式”竞争的关键在于生态支撑是否已偏离效率轨道。衡量补贴是否偏离效率轨道，应以其是否仍能为整个生态开辟新的用户入口、强化网络效应为标准。若被补贴业务已形成稳定的用户入口

和独立的竞争焦点市场，补贴主要用于维持既有竞争格局，则可以认定其已偏离效率轨道。

第二，竞争压力传导和退出受阻并存。如果平台通过规则、算法和收费结构持续强化低价竞争，使竞争压力在业务板块和交易链条之间持续传导，同时市场结构长期无法通过退出、并购或份额重组实现调整，则可以认定平台竞争已经接近结构性“内卷”状态。该判断将规则性竞争强化与市场难以自我修复结合起来，旨在区分短期激烈竞争与“内卷式”竞争状态。

第三，利润、福利与效率之间持续背离。若核心业务长期亏损而平台企业整体仍可以维持盈利，且用户端价格未随收入提高相应降低，服务质量、创新水平也未实现相应改善，则应关注平台竞争是否已偏离效率轨道。在测度层面，效率背离不仅表现为重复性资源投入，还表现为服务质量退化和创新停滞，后者可以通过用户投诉、差评增长、退货率上升等公开可获取的信息予以近似识别。这一准则是在前两条识别准则基础上形成的结果层面判断。若利润、福利与效率之间持续背离，则表明竞争已从高强度竞争转化为低效维持型竞争。

需要说明的是，上述识别准则并不意味着所有高补贴或低利润竞争都属于平台“内卷式”竞争。平台经济中的市场培育、技术扩散和网络效应形成，本身就可能伴随较长时间的投入扩张。平台“内卷式”竞争的识别，在于判断竞争是否已经演化为一种低效维持型结构，且该结构由生态支撑偏离效率轨道、竞争压力传导和退出受阻并存共同导致。

三、平台“内卷式”竞争的测度方法

基于平台“内卷式”竞争的识别准则，本文从竞争强度、生态支撑能力、传导能力和状态延续程度四个维度构建一套可观测、可比较的测度指标体系。本文构建这一测度框架，旨在形成一套以现实应用为目标的竞争分析工具，从而在尽可能保持理论解释力的同时，兼顾数据的可得性与执法的可操作性。在竞争分析实践中，许多理论完备的方法面临数据可得性的约束。例如，相关市场界定中的假定垄断者测试方法虽然具有较强理论优势，但在现实中常因需求弹性、替代行为和价格结构等方面的数据难以充分获得，而需要结合其他证据综合判断。平台“内卷式”竞争测度同样如此。一个仅在理论层面自洽、却高度依赖难以获取数据的框架，难以真正服务于竞争执法和竞争分析。若完全受制于数据可得性，则会削弱理论框架应有的解释能力。因此，本文构建的并非纯理论意义上的最优测度框架，而是一套可以在现实数据条件下运行的竞争分析工具。

本文设平台i在时期t的潜在“内卷式”竞争程度为I_{it}^{*}，则有：

$$I_{it}^{*}=\beta_0+\beta_1 X_{it}+\beta_2 E_{it}+\beta_3 T_{it}+\beta_4 D_{it}+\varepsilon_{it} \tag{1}$$

其中，X_{it}表示竞争强度，E_{it}表示生态支撑能力，T_{it}表示传导能力，D_{it}表示状态延续程度，ε_{it}表示不可观测扰动项。

式（1）用于说明平台“内卷式”竞争程度是由四个维度共同决定的潜在状态变量。因此，β_1至β_4的首要含义是反映各维度对潜在“内卷式”竞争程度的方向性贡献，而不是用于统计估计。现实中，平台市场通常呈现双寡头或寡头竞争格局，难以直接依赖大样本标准计量方法来估计所有系数，故本文先以等权重设定作为基准，同时为后续校准和估计提供基础。这并不意味着各维度和子指标同等重要，而是由于现有理论尚不足以提供跨行业、跨平台普遍适用的先验排序。相较于主观赋予某一分项更高权重，等权重设定能够形成一个更透明、更稳定且便于比较的基准方案。在后续扩展研究中，可以结合专家赋权、层次分析法、主成分分析法，或者根据计量估计得到的结果对各维度权重和子指标权重进行校准。需要说明的是，本文测度框架所依赖的数据主要来自企业公开披露的财务报表、运营指标和行业资料。多数变量可以直接获取或计算得出，少数变量则需在公开数据基础上加以整理。这种处理方式有助于在公开数据条件下保持框架的可操作性。

为保证变量可比性，本文先对各指标进行标准化处理，对正向指标采用极差标准化函数：

$$Z(x_{it}) = \frac{x_{it} - \min(x)}{\max(x) - \min(x)} \tag{2}$$

其中，$\min(x)$和$\max(x)$分别表示指标x在样本期内的最小值和最大值。对反向指标，则先进行方向转换，再按式（2）进行标准化。由此，平台“内卷式”竞争的测度可概括为变量选取、方向处理与标准化、维度合成、联合判定四个步骤。

（一）竞争强度的测度

竞争强度旨在考察平台竞争是否已表现出高投入、低效率和规则强化并存的外部特征。因此，本文不采用单一价格或利润指标，而是将营销费用率、核心业务亏损率、重复性资源投入程度、算法低价强化指数和质量退化指数等指标合成为竞争强度。本文采用极差标准化函数，将竞争强度表示为：

$$X_{it} = \omega_1 Z(S_{it}) + \omega_2 Z(L_{it}) + \omega_3 Z(R_{it}) + \omega_4 Z(G_{it}) + \omega_5 Z(Q_{it}) \tag{3}$$

其中，$\omega_j > 0, \sum_{j=1}^{5} \omega_j = 1$，$j$表示指标数，营销费用率$S_{it} = \frac{MKT_{it}}{GMV_{it}}$，$MKT_{it}$表示营销费用，$GMV_{it}$表示核心业务交易总额。核心业务亏损率$L_{it} = \max\left\{0, \frac{-\pi^{c}_{it}}{GMV^{c}_{it}}\right\}$，$\pi^{c}_{it}$表示核心业务利润，$GMV^{c}_{it}$表示核心业务交易额。重复性资源投入程度$R_{it} = \frac{CapexDup_{it}}{K_{it}}$，$CapexDup_{it}$表示重复建设支出，$K_{it}$表示总资本投入。现实中，根据数据的可得性，该变量可以用同类配送网络重复建设、仓储站点重复建设或高覆盖市场中的新增同功能基础设施支出估算，也可以用固定资产周转率下降作为反向测度变量。

算法低价强化指数$G_{it} = \left(g^{rule}_{it} + g^{complain}_{it} + g^{event}_{it}\right)/3$，$g^{rule}_{it}$表示规则文本中低价导向条款的强化程度，$g^{complain}_{it}$表示商家投诉中涉及被迫降价或价格挤压的比例，$g^{event}_{it}$表示因价格机制引发的行政约谈、规则整改或重大曝光事件数量的标准化值。该指数用于将平台竞争中难以直接观测的算法强化机制转化为可由外部信息近似识别的代理变量。与营销费用率、核心业务亏损率和重复性资源投入程度相比，该指数并不主要反映竞争投入的数量，而是反映平台是否通过规则文本、投诉约束和治理事件所揭示的制度安排，持续强化低价导向并塑造竞争方向。本文将G_{it}纳入竞争强度的测度，目的在于使X_{it}不仅能够刻画竞争强度，还能够体现这种竞争是否具有规则和算法持续推动的制度性特征。由于平台内部排序权重和推荐参数通常不公开披露，G_{it}并不是对内部算法参数的直接测量，而是对算法强化机制的近似代理。

质量退化指数$Q_{it} = \left(q^{complain}_{it} + q^{return}_{it} + q^{score}_{it}\right)/3$，$q^{complain}_{it}$表示用户投诉率或交易纠纷率的标准化值，$q^{return}_{it}$表示退货率或服务退单率的标准化值，$q^{score}_{it}$表示用户满意度评分下滑幅度或差评率上升幅度的标准化值。该指数用于捕捉平台在高投入竞争下是否伴随服务质量、商品品质或用户体验的下降。若平台通过压低商户利润空间、降低准入门槛或将流量过度倾斜于低价商品，导致质量指标恶化，则Q_{it}上升，竞争强度维度的“内卷”信号随之增强。受限于公开数据条件，竞争强度可调整为四个指标的版本，并在敏感性分析中对比纳入Q_{it}前后的识别结果差异。

在基准情形下，本文设定$\omega_1 = \omega_2 = \omega_3 = \omega_4 = \omega_5 = 1/5$。

（二）生态支撑能力的测度

平台“内卷式”竞争与一般价格战的根本差别在于竞争强度不完全受核心市场利润约束，而是其竞争强度由外围业务利润、跨场景用户吸附和生态协同收益共同支撑。本文将生态支撑能力表示为：

$$E_{it} = \eta_1 Z\left(ACOV_{it}\right) + \eta_2 Z\left(PCOV_{it}\right) + \eta_3 Z\left(ECO_{it}\right) + \eta_4 Z\left(EFF_{it}\right) \tag{4}$$

其中，$\eta_j > 0, \sum_{j=1}^{4} \eta_j = 1$，外围利润覆盖比 $ACOV_{it} = \frac{\max\{0,\ \Pi_{it}^{o}\}}{\max\{|\pi_{it}^{c}|,\ \epsilon\}}$，在以具体竞争市场为分析焦点的场景中，$\Pi_{it}^{o}$表示该市场之外具有实质性生态关联的业务所产生的利润，π_{it}^{c}表示竞争焦点市场的利润。$\max\{0,\ \Pi_{it}^{o}\}$表示外围业务所能提供的正向利润。仅当外围业务实现正利润时，该部分才具有支撑核心竞争的经济意义。若外围业务自身亏损，则其对核心业务不构成有效利润支撑。$\max\{|\pi_{it}^{c}|,\ \epsilon\}$表示竞争焦点市场利润的绝对规模，当竞争焦点市场处于亏损或低利润状态时，该指标反映外部生态利润对其竞争成本的覆盖能力。由此，$ACOV_{it}$可以理解为外围业务利润对核心业务亏损的静态覆盖能力。当$ACOV_{it} > 0$时，意味着竞争焦点市场之外的生态业务存在正向利润，具备为竞争焦点市场提供资源支撑的能力。在竞争焦点市场处于亏损状态时，这一支撑表现为对核心业务亏损的直接覆盖，是当前平台“内卷式”竞争中最常见的利润支撑模式。当竞争焦点市场本身实现稳定盈利，且外部生态支撑已不再构成持续低价竞争的主要利润来源时，$ACOV_{it}$所反映的覆盖关系在经济含义上不再成立，此时应结合E_{it}的其他子指标及状态延续程度维度综合判断，而非单独依赖$ACOV_{it}$的数值大小。为避免核心业务利润接近零时比值异常放大，本文设置最小分母基准ϵ，在方法演示中取$\epsilon = 0.01 \times$行业平均利润绝对值。

外围利润相对资本配置规模 $PCOV_{it} = \frac{\Pi_{it}^{o}}{TotalCapex_{it}}$，$TotalCapex_{it}$表示平台总资本开支。该指标刻画平台可用的外围利润资源的相对规模。对于核心用户跨场景渗透深度，在理想数据条件下其应定义为核心用户在外围业务中的实际消费额占比，但在公开数据场景下，用户级消费数据通常难以获得。为兼顾可操作性，在实际测度中采用公开数据作为代理变量：$ECO_{it} = \frac{MAU_{it}^{o}}{MAU_{it}^{c}}$，$MAU_{it}^{o}$表示外围业务月活用户数，$MAU_{it}^{c}$表示核心业务月活用户数。$ECO_{it}$以外围业务活跃用户相对于核心业务活跃用户的比例，近似反映核心用户跨场景渗透深度。

效率调整因子 $EFF_{it} = \frac{\Delta ActiveUser_{it}}{MKT_{it}}$，$\Delta ActiveUser_{it}$表示活跃用户净增量，$MKT_{it}$表示营销费用。该指标反映每单位营销费用所带来的活跃用户净增长。由于该值越低表示投入效率越差、“内卷”倾向越高，因而在标准化前需进行反向处理。

需要说明的是，生态支撑能力的分析单元是具体竞争焦点市场，而非企业集团整体。本文所称核心业务和外围业务均为功能性概念，前者指承担竞争焦点功能的业务，后者指能够为其提供资源支持的关联业务板块，具体业务名称和企业集团财务层级均非识别依据。生态支撑能力关注的是竞争焦点市场与具有实质性生态关联的业务板块之间的持续资源协同关系。不具备上述关联的企业集团内部一般性利润调配，不计入生态支撑能力的测度范围。在实际测度中，生态支撑边界通过指标构造本身加以体现。只有与竞争焦点市场存在实质性生态关联的业务，其利润和用户数据才纳入$ACOV_{it}$、$PCOV_{it}$和ECO_{it}，不具备上述关联的集团其他业务不纳入测度。当前生态关联认定主要依赖定性判断，未来可结合行业特征和执法实践逐步细化。本文将其作为测度框架的前置条件，而非独立测度对象。在实际应用中，可以通过平台公开披露的业务关联信息、用户行为数据或执法机关调查获取的内部资料加以核实。实质性生态关联的认定主要用于划定生态支撑能力维度的分析边界，而非比较不同平台之间关联程度的强弱，因而不影响后续指标体系的可比性。

在基准情形下，本文设定$\eta_1 = \eta_2 = \eta_3 = \eta_4 = 1/4$。

（三）传导能力的测度

平台“内卷式”竞争得以持续，不仅因为平台具有外围收益支撑，还因为竞争压力并不完全

停留于核心业务内部，而是通过横向和纵向两个渠道加以传导。本文将传导能力表示为：

$$T_{it} = \phi_1 Z\left(\tau_{it}^{H}\right) + \phi_2 Z\left(\tau_{it}^{V}\right) \tag{5}$$

其中，$\phi_j > 0$，$\phi_1 + \phi_2 = 1$，为避免本指标与外围业务利润相对资本配置规模（$PCOV_{it}$）在数据来源上过度重叠，本文对横向传导系数不再以外围业务利润绝对额对核心业务亏损绝对额的覆盖比例表示，而改为考察二者的相对增长关系，即 $\tau_{it}^{H} = \dfrac{g\left(\Pi_{it}^{o}\right)}{g\left(\left|\pi_{it}^{c}\right|\right)}$，$g(\cdot)$表示同比增长率。该指标刻画外围业务利润增长相对于核心业务亏损扩大的速度。如果外围业务利润增长速度持续高于核心业务亏损扩大速度，则说明生态体系正在动态吸收核心竞争成本，横向传导特征更强。在该处理方式下，τ_{it}^{H}识别的是动态资源吸收行为，而$PCOV_{it}$识别的是静态支撑规模，二者的经济含义得到进一步区分。

纵向传导系数 $\tau_{it}^{V} = \dfrac{\Delta REV_{it}^{m}}{\max\{\left|\Delta\pi_{it}^{c}\right|,\ \epsilon\}}$，$REV_{it}^{m}$表示平台来自商家侧的综合收费收入，包括佣金、广告费、技术服务费，以及其他与交易密切相关的收费项目。现实中可用平台货币化率变化、每单商家收费变化或综合抽成率变化作为代理变量。

横向传导系数与纵向传导系数在传导方向和竞争含义上存在差异。横向传导系数衡量的是平台内部跨业务板块的资源动态调配能力，反映平台如何利用生态体系吸收核心市场竞争压力，并维持对外竞争投入，因而更接近平台间生态竞争的分析范畴。纵向传导系数衡量的是平台通过收费结构、佣金和规则设计向商户端传导竞争压力的程度，反映核心市场竞争压力如何沿交易链条向交易相对人转移，因而对应平台内竞争秩序。将横向传导系数和纵向传导系数纳入传导能力测度框架，是为了捕捉平台“内卷式”竞争中竞争压力的双层传导机制，但二者在监管分析中的解读需要加以区分。在识别层面，本文关注竞争压力能否持续传导。在治理层面，则根据传导方向分别对应不同的监管重点。

在基准情形下，本文设定$\phi_1 = \phi_2 = 1/2$。

（四）状态延续程度的测度

只有当高补贴、低利润的特征长期存续，并且市场竞争格局难以通过退出、并购或份额重组等方式完成调整时，平台竞争才会趋近于结构性“内卷”状态。本文将状态延续程度表示为：

$$D_{it} = \psi_1 Z\left(P_{it}^{L}\right) + \psi_2 Z\left(P_{it}^{S}\right) + \psi_3 Z\left(P_{it}^{N}\right) \tag{6}$$

其中，$\psi_j > 0, \sum_{j=1}^{3}\psi_j = 1$，核心业务低利润持续度 $P_{it}^{L} = \dfrac{1}{m}\sum_{k=0}^{m-1}\mathbf{1}\left(\pi_{i,\,t-k}^{c} < \bar{\pi}\right)$，$m$表示观察窗口期长度，$\pi_{i,\,t-k}^{c}$表示平台$i$在$t-k$期的竞争焦点市场利润，$\bar{\pi}$表示低利润状态的判定阈值，$\mathbf{1}(\cdot)$表示示性函数。高补贴持续度 $P_{it}^{S} = \dfrac{1}{m}\sum_{k=0}^{m-1}\mathbf{1}\left(S_{i,\,t-k} > \bar{S}\right)$，$S_{i,\,t-k}$表示平台$i$在$t-k$期的补贴强度，$\bar{S}$表示高补贴状态的判定阈值。市场份额稳定性 $P_{it}^{N} = 1 - \left|\Delta MS_{it}\right|$，$\Delta MS_{it}$表示主要竞争者市场份额变化幅度。需要说明的是，$P_{it}^{N}$仅反映竞争格局的稳定程度，并不等同于退出受阻。在竞争强度较高和生态支撑能力较强的条件下，份额稳定更可能意味着高投入竞争未能通过退出、并购或份额重组实现市场出清。若竞争强度和生态支撑能力均处于正常区间，则份额稳定更可能反映市场成熟后的竞争秩序，而不构成“内卷”信号。

在基准情形下，本文设定$\psi_1 = \psi_2 = \psi_3 = 1/3$。

（五）“内卷式”竞争综合指数与状态判定

在四个维度标准化合成之后，“内卷式”竞争综合指数定义为：

$$PII_{it} = \lambda_1 X_{it} + \lambda_2 E_{it} + \lambda_3 T_{it} + \lambda_4 D_{it} \tag{7}$$

其中，$\lambda_j > 0$，$\sum_{j=1}^{4}\lambda_j = 1$。在基准情形下，本文设定$\lambda_1 = \lambda_2 = \lambda_3 = \lambda_4 = 1/4$。

考虑到平台“内卷式”竞争的识别本质上是一种联合判定，而非单纯排序，可以引入离散型状态判定规则：

$$Z_{it} = \mathbf{1}\left(X_{it} > \bar{X}\right) \cdot \mathbf{1}\left(E_{it} > \bar{E}\right) \cdot \mathbf{1}\left(T_{it} > \bar{T}\right) \cdot \mathbf{1}\left(D_{it} > \bar{D}\right) \tag{8}$$

式（8）采用联合判定规则，仅当四个维度同时超过各自阈值时，方可识别为结构性“内卷”状态。该规则可以将短期促销、市场培育期亏损与结构性“内卷”区分开来。在阈值设定方面，本文将绝对阈值法作为基准方案，将行业偏离阈值法作为稳健性检验方案，以增强识别结果的可比性和可解释性。

（六）方法演示与示意性应用

为说明前述测度框架如何在现实中操作，本文以外卖平台竞争为例进行示意性应用分析。其目的并非对特定平台作出事实认定或政策判断，而是展示本文所构建的指标体系如何从公开披露信息与可观测代理变量出发，形成对平台“内卷式”竞争的初步识别。为避免将示意性应用与特定企业直接对应，下述数值以公开数据和行业资料为基础（数据来自上市公司年报、平台公开运营资料、行业统计数据和第三方市场研究报告），并在保留主要结构关系的前提下进行适当调整，仅用于说明本文测度框架的操作逻辑，不构成对任何具体企业的经验识别。

本文示例以外卖市场为分析焦点，将外卖及即时配送业务界定为核心业务。不同平台的外围业务在构成上可以有所差异，因而本文构建的测度框架并不要求各平台的生态支撑来源于相同类型的业务板块，允许平台依托差异化业务组合形成生态支撑。若某平台同时经营到店、酒旅、广告及本地生活等业务，且上述业务与外卖市场存在用户共享、流量导流或利润输送关系，则可以构成对外卖市场竞争的生态支撑。若另一平台依托电商、支付、广告及流量入口等业务为外卖市场竞争提供资源支持，且上述业务与外卖市场之间存在实质性生态关联，则同样构成该竞争场景下的外围生态支撑。在具体计算过程中，平台生态支撑得分的差异，是各自关联业务规模和覆盖范围不同在指标层面的体现。

本文示意性应用关注的是外卖平台竞争是否获得生态体系持续支撑，而非平台集团整体财务结构中何为收入主业。具体识别步骤包括以下三步。第一步，从公开资料中提取核心变量。第二步，将原始变量转换为可比较的标准化指标。第三步，根据标准化指标计算四个维度的得分、“内卷式”竞争综合指数和状态判定。

以平台1为例，根据公开年报与行业资料整理，假设其在样本期内的营销费用率为0.18，核心业务亏损率为0.22，重复性资源投入程度为0.10，算法低价强化指数为0.38。根据行业样本的极差区间进行标准化处理后，四项指标在样本中的相对位置分别为0.80、0.75、0.42和0.91。鉴于用户投诉率等质量退化指标在公开披露信息中不可得，本部分以四项指标计算竞争强度，但质量退化指数在理论上不可或缺，有条件时应纳入正式测算，并做敏感性分析。在等权条件下，竞争强度得分为：$X_{it} = (0.80 + 0.75 + 0.42 + 0.91)/4 = 0.72$。

同理，可以对生态支撑能力、传导能力和状态延续程度三个维度分别进行标准化计算。平台1在样本期内的生态支撑能力、传导能力和状态延续程度得分分别为0.81、0.63和0.80，则平台“内卷式”竞争综合指数为：$PII_{it} = (0.72 + 0.81 + 0.63 + 0.80)/4 = 0.74$。

若平台1同时满足$X_{it} > \bar{X}$、$E_{it} > \bar{E}$、$T_{it} > \bar{T}$和$D_{it} > \bar{D}$，则Z_{it}取值为1，可以将其初步识别为结构性“内卷”状态。平台2的计算步骤与其相同。

在此基础上，以外卖平台为例的方法演示结果如表1所示。其中，阈值采用绝对阈值法设定，用于演示联合判定过程。

表1 以外卖平台为例的方法演示结果

指标维度	平台1	平台2	判定阈值
竞争强度	0.72	0.65	0.50
生态支撑能力	0.81	0.74	0.60
传导能力	0.63	0.55	0.45
状态延续程度	0.80	0.75	0.60
“内卷式”竞争综合指数	0.74	0.67	—
状态判定	1	1	—

由表1可见，两个平台在竞争强度、生态支撑能力、传导能力和状态延续程度四个维度上均超过阈值，Z_{it}取值为1，可被初步识别为结构性“内卷”状态。此外，平台1的“内卷式”竞争综合指数高于平台2。

在有效竞争条件下，平台可能在单一维度上出现阶段性高值，但通常不会同时满足生态支撑、压力传导和状态延续三个条件，因而“内卷式”竞争综合指数一般不会持续超过联合阈值。联合判定规则在逻辑上已内含区分效度，只要四个维度中任一维度未超过阈值，即便竞争强度或其他个别维度偏高，Z_{it}也取值为0，从而将有效竞争、短期促销、市场培育期亏损与平台“内卷式”竞争区分开来。外卖市场的市场结构导致数据可得性受限，本文未另行选取非“内卷”平台的经验对照案例，但这一逻辑机制已为测度框架的有效性提供了初步保障。未来在能够获取非“内卷”平台内部质量监测与运营数据的条件下，可以进一步通过经验样本对联合判定规则的区分效度进行系统检验。需要指出的是，本文所采用的联合判定规则本身已经包含对正常竞争状态的排除机制。即使平台在竞争强度或生态支撑能力等单一维度上出现阶段性高值，只要未同时满足压力传导和状态延续条件，均不会被识别为结构性“内卷”状态。

本文的示意性应用只用于说明如何基于原始数据构建指标，并完成联合判定的操作路径，而不对具体平台形成经验层面的定性判断。未来更严格的研究应在具体行业中构建多期面板数据，并对“内卷式”竞争综合指数与创新投入、服务质量和商家利润率之间的关系进行检验。

（七）与传统工具的比较及适用边界

本文提出的测度框架并不旨在替代赫芬达尔指数、勒纳指数或低于成本测试，而是试图弥补这些工具在平台竞争场景下的解释缺口。赫芬达尔指数主要衡量市场集中度，却难以揭示为何在高集中度市场中仍可能长期存在高补贴、低利润竞争。勒纳指数强调价格加成，对由外围业务利润支撑的亏损竞争解释力有限。低于成本测试有助于发现异常低价，却无法说明这种低价为何能够持续，也难以揭示其成本究竟由谁承担。相比之下，本文测度框架的优势在于，将竞争如何得以维持这一问题纳入识别过程，从而同时刻画平台竞争的行为表现、支撑机制和状态特征。

当然，该测度框架也有明确边界。其一，它主要适用于具有多业务布局和生态协同特征的平台企业，对单一业务平台或初创型平台的适用性有限。其二，许多关键变量只能通过代理指标近似，因而测度结果更适合作为分析和预警工具。其三，平台“内卷式”竞争的识别并不自动等同于违法认定。本文提出的是一个竞争状态识别框架，而不是直接替代法律认定标准。

算法低价强化指数是四个指标中数据获取难度最高的。由于平台内部排序权重、推荐参数和价格惩罚系数通常不公开，只能依赖制度文本、投诉数据和治理事件等外部信息构建代理变量。

四、平台“内卷式”竞争的监管含义

将前述测度框架引入竞争执法与竞争治理，可以为传统分析逻辑提供补充。对平台“内卷式”竞争的界定首先是一种竞争状态识别，而非直接对应某一具体违法类型，其法律适用需根据

竞争压力发生的层面（平台之间或平台内部）与传导方式加以区分，不能简单归于反垄断法单一框架。本文提出的测度框架主要用于识别竞争状态及其维持机制，为竞争执法提供前置性量化依据，但不能替代具体法律构成要件的判断。同一竞争状态在不同市场结构和行为场景下，可能对应不同的法律评价，因而平台“内卷式”竞争识别与违法认定之间并不存在一一对应关系。

（一）平台“内卷式”竞争识别对现有竞争分析框架的启示

从传统竞争政策的分析逻辑来看，竞争分析通常围绕三个问题展开。其一，相关市场如何界定。其二，行为主体是否具有足以扭曲竞争的市场势力。其三，具体竞争行为是否具有排他性和福利损害后果。这套分析框架在单市场竞争环境中具有较强适用性，但在平台生态竞争条件下，若不引入对“内卷”状态的识别，便容易出现系统性偏差。

从法律适用角度来看，平台“内卷式”竞争的竞争压力具有双层结构。在平台之间，高强度竞争可能是市场机制的正常表现，未必触及反垄断法。但是，当平台能够利用生态支撑和规则控制实施生态封锁、排挤竞争对手时，则可能触及反垄断法中关于滥用市场支配地位或经营者集中审查的规制范畴。在平台内部，若平台通过佣金结构、流量配置和算法规则向商户传导竞争压力，从而扭曲了平台内部经营者的公平竞争条件，则更贴近反不正当竞争法或电子商务法所关注的交易秩序与经营行为规制。对应上述两个层面，本文得出以下四点启示，并说明测度维度如何为不同法律路径提供识别依据。

第一，单市场界定仍属必要，但需补充跨市场资源输送分析，否则既会低估生态支撑对竞争格局的塑造作用，也会使市场界定结果偏离平台竞争的现实约束。

第二，市场势力不能仅由价格加成和短期利润反推。平台即使在核心业务中维持低利润甚至亏损，仍可能在生态层面拥有较强的竞争支配能力。若竞争支配能力被用于平台之间的生态封锁或跨市场排挤，则构成反垄断法上的市场势力关切。若竞争支配能力被用于平台内部对商户的交易条件控制和算法强制，则可能触及反不正当竞争法下相对优势地位或公平交易秩序问题。平台“内卷式”竞争识别所强调的生态支撑能力，以及传导能力中的横向传导，反映平台之间生态竞争中的资源配置和竞争成本吸收机制。传导能力中的纵向传导反映平台向商户端和其他交易相对人传递竞争压力的过程。这为区分平台之间生态竞争与平台内部交易秩序问题提供了量化视角。

第三，对异常低价行为的竞争法评估需要从价格结果转向维持机制。若低价主要用于平台之间争夺用户入口、排挤竞争对手，则对应反垄断法范畴下的掠夺性定价或低于成本销售分析。若低价主要通过算法和规则强制商户承担成本、扭曲平台内定价机制，则对应反不正当竞争法范畴下的不公平交易条件或破坏公平竞争秩序分析。平台“内卷式”竞争所对应的不是单一市场中的一次性低价，而是低价、算法、规则、收费结构和生态支撑共同作用下的持续状态。因此，监管更应关注这种状态为何能够长期维持、发生在哪个竞争层面，以及其是否已经偏离效率轨道。

第四，福利评估应从局部静态视角转向系统动态视角。平台竞争中的低价通常会给消费者带来即时利益，但若这种低价以高额补贴、重复建设、商家成本上升、服务规则扭曲和用户锁定增强为代价，则局部消费者剩余的上升未必对应总体福利改善。因此，平台“内卷式”竞争识别的意义还在于，它有助于将短期消费者价格利益与长期创新、服务质量、商家生存空间和竞争秩序之间的关系重新纳入同一分析框架。

综上所述，平台“内卷式”竞争识别对现有竞争分析框架的根本启示在于，平台竞争治理不能仅仅围绕单一市场中的价格、成本和份额展开，而必须把跨市场收益支撑、压力传导路径、锁定结构和状态延续等纳入竞争分析框架。也就是说，平台监管的关注对象需要从竞争结果进一步扩展到竞争维持机制。

（二）平台“内卷式”竞争监管的重点方向

平台“内卷式”竞争识别与监管工具如表2所示。

表2 平台“内卷式”竞争识别与监管工具

维度异常	对应监管工具	现实可行性及所需条件
竞争强度持续偏高	启动补贴行为的合理性审查，区分效率型补贴与维持型补贴。若异常主要来自算法低价强化指数，则转向算法和规则审查	需要规则文本、行业数据和算法治理能力支持
生态支撑能力显著偏高	要求财务信息披露更加细化，识别跨业务资源输送路径和生态支撑是否偏离效率轨道	需要加强信息披露、明确监管授权和完善商业秘密保护机制
横向传导系数偏高	审查跨业务资源输送、生态支撑路径及其竞争效应	需要财务信息、跨业务流量导入和资源配置数据支持
纵向传导系数偏高	加强商家端收费透明度监管，重点审查佣金、广告费、技术服务费和规则性收费	需要依托现有平台收费规范、电子商务法和商家保护规则逐步推进
状态延续程度长期偏高	引入动态竞争状态监测机制，当异常持续达到设定阈值后，启动专项竞争审查	需要明确持续观测口径，并建立重点平台监测名单制度

由表2可见，本文提出的测度框架不仅可用于识别平台“内卷式”竞争，也可为监管工具选择提供前置性判别依据。监管的核心思路是识别哪一机制异常偏高，并实施针对性干预，同时匹配相应的法律分析框架。竞争强度、生态支撑能力的异常，主要指向平台之间的生态竞争和资源输送结构，监管应重点审查其是否构成反垄断法范畴下的滥用市场支配地位或生态垄断扩张。例如，若竞争强度异常主要来自显性补贴的过度投入，则应重点审查补贴的经济合理性和持续性，判断其是否构成反垄断法范畴下的低于成本销售。若异常主要来自算法低价强化，则治理重点应转向排序机制、价格规则和流量配置逻辑，审查其是否扭曲了平台内商户的公平竞争条件。传导能力异常需要进一步区分其来源。若横向传导异常，说明平台正通过跨业务板块调配资源持续吸收核心市场的竞争成本，监管重点应放在跨市场资源输送及其竞争效应上。若纵向传导异常，说明平台可能通过收费结构、佣金和规则设计向商户端传导竞争压力，此时反不正当竞争法、电子商务法和平台治理规则中的交易秩序规制应发挥主导作用。

因此，平台“内卷式”竞争监管的关键并不在于压低竞争强度，而在于削弱那些使高投入、低效率竞争得以长期维持的结构性条件。监管的重点不应停留在某一次价格波动，而应转向竞争支撑结构、规则执行机制和状态持续程度的联合分析。

（三）梯度化响应机制和动态退出机制

当平台“内卷式”竞争识别进入现实监管场景后，随之而来的问题是，不同程度的异常对应何种强度的监管响应。若对所有异常竞争状态一律采取高强度干预，不仅会抑制正常竞争，还会使识别框架丧失实际操作性。因此，有必要在本文测度框架基础上引入梯度化响应机制。

考虑到倍数阈值在现实中缺乏直观的经济含义，本文建议采用“幅度+持续期”的复合判定方式。其基本思路是，单次越界更可能对应短期促销或阶段性市场调整，而多维度、连续多个观察期越界则更接近结构性“内卷”状态。基于此，本文构建的监管响应层级如表3所示。

表3 监管响应层级

异常程度	判定标准	监管响应
轻度异常	一个维度超过阈值，持续一个观察期	行业约谈、信息提示、建议整改
中度异常	两个及以上维度超过阈值，持续两个观察期	要求信息披露、专项整改、开展合规核查
重度异常	三个及以上维度超过阈值，持续三个及以上观察期	启动正式竞争审查或反垄断调查

这种处理方式不依赖任意设定的倍数阈值，而将持续时间纳入判定依据，更契合平台“内卷式”竞争具有持续性特征的理论预设。轻度异常意味着平台竞争已经偏离正常区间，但尚不足以认定其构成严重扭曲，此时行业约谈和信息提示更为合适。中度异常表明某些机制问题较为明确，需要通过信息披露和专项整改遏制该态势蔓延。重度异常意味着多个维度同时超过阈值，并且这种状态在较长时期内未能自行调整，此时进入正式竞争审查或反垄断调查才具有较充分的依据。

为避免监管名单“只进不出”，还应建立动态退出机制。若平台通过效率改进、规则修正或收费结构调整，使“内卷式”竞争综合指数连续两个观察期回落至阈值以下，则可退出重点监测名单，恢复常规监管。动态退出机制有助于防止平台“内卷式”竞争识别框架演化为静态标签，避免一次异常长期固化为持续风险认定。同时，它也向平台厂商释放一个明确的制度信号，即监管并非反对竞争本身，而是反对那些低效率、不可持续且依赖生态支撑和压力扩散得以维持的竞争状态。只要平台能够重新回到效率轨道，就应允许其退出高强度监管范围。

在实践中，梯度化响应机制和动态退出机制还需要与信息披露制度、行业监测体系、平台合规机制相配合。例如，若监管机构希望以生态支撑异常为由要求更细化的信息披露，就必须同时明确商业秘密保护要求和法定授权边界。又如，若要将算法低价强化纳入重点审查对象，则需要建立相应的算法规则文本监测、投诉数据整合和规则变动记录机制。因此，本文提出的梯度化响应机制，是一个立足于竞争分析视角的治理框架，其具体实施仍需嵌入现有制度条件。

通过将竞争强度、生态支撑能力、传导能力和状态延续程度纳入同一分析框架，监管者能够更为清晰地区分有效竞争与平台“内卷式”竞争，并据此选择更具针对性的监管工具。本文提出的平台“内卷式”竞争识别框架并非旨在替代既有反垄断分析方法，而是在其基础上增设一个更契合平台生态竞争场景的应用层框架。

参考文献：

[1] 国务院反垄断委员会.国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南[EB/OL].(2021-02-07)[2026-03-06].https://www.samr.gov.cn/zw/zfxxgk/fdzdgknr/fldj/art/2023/art_0b23a7253cc94eefb469f4b55ecfb251.html.

[2] 全国人民代表大会常务委员会.全国人民代表大会常务委员会关于修改《中华人民共和国反垄断法》的决定[EB/OL].(2022-06-24)[2026-03-06].https://www.npc.gov.cn/npc/c2/c30834/202206/t20220624_318281.html.

[3] 最高人民法院.最高人民法院关于审理垄断民事纠纷案件适用法律若干问题的解释[EB/OL].(2024-06-24)[2026-03-06].https://www.court.gov.cn/fabu/xiangqing/435721.html.

[4] 国家市场监督管理总局.中国反垄断执法年度报告(2021)[R/OL].(2022-06-08)[2026-03-06].https://www.samr.gov.cn/cms_files/filemanager/samr/www/samrnew/xw/zj/202206/P020220608430645470953.pdf.

[5] Rochet J C, Tirole J. Platform competition in two-sided markets[J]. Journal of the European Economic Association, 2003, 1(4): 990-1029.

[6] Armstrong M. Competition in two-sided markets[J]. RAND Journal of Economics, 2006, 37(3): 668-691.

[7] Evans D S, Schmalensee R. The industrial organization of markets with two-sided platforms[J]. Competition Policy International, 2007, 3(1): 151-179.

[8] Parker G G, Van Alstyne M W, Choudary S P. Platform revolution: how networked markets are transforming the economy and how to make them work for you[M]. New York: W. W. Norton & Company, 2016.

[9] Cusumano M A, Gawer A, Yoffie D B. The business of platforms: strategy in the age of digital competition, innovation, and power[M]. New York: Harper Business, 2019.

[10] 郭威,李泽浩.“内卷式”竞争:内涵、成因与治理[J].理论探索,2025(4):95-102.

[11] 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.

[12] 黄群慧,叶其楚.中国制造业“内卷式”竞争现象及其形成机制研究[J].改革,2025(6):13-27.

[13] 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.

[14] 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.

[15] 曲创,刘翰臻,钟兴达.平台内势力的来源、滥用危害与监管策略[J].交大法学,2025(6):120-134.

[16] 李剑,胡寅.反垄断法视角下“内卷式”竞争的治理[J].山东大学学报(哲学社会科学版),2026(2):163-173.

[17] 焦海涛,梅珂悦.“内卷式”竞争的反垄断法定位及其规制[J].财经问题研究,2025(8):31-44.

[18] 王先林,顾男飞.反内卷与反垄断:以竞争秩序重构破解低质量发展困局[J].山东大学学报(哲学社会科学版),2026(2):153-162.

Identification Logic, Measurement Methods, and Regulatory Implications of Platform "Involution-Style" Competition

QIAO Yue

(School of Innovation and Entrepreneurship, Shandong University, Qingdao 266237, China)

Summary: As the platform economy expands, a distinctive form of competition has become increasingly visible. It combines heavy investment, persistently low profits, repetitive capacity expansion, and the continued transmission of competitive pressure across multiple sides of the market. In policy and public debate, this pattern is often described as platform "involution-style" competition. Existing research, however, remains largely descriptive. It tends to focus on observed phenomena, general mechanisms, or policy responses. A rigorous definition, clear identification boundaries, and an operational measurement framework are still lacking. This paper addresses that gap from a competition analysis perspective. It defines platform "involution-style" competition as a structural competitive state sustained by ecosystem complementarity, dual-layer transmission, and impeded exit. Additionally, it distinguishes platform "involution-style" competition from normal competition, short-term promotion, losses during market cultivation, and predatory pricing.

The persistence of platform "involution-style" competition can be understood through three mechanisms. First, ecosystem complementarity broadens the profit boundary of competition in the focal market. Returns generated elsewhere in the platform ecosystem can offset low profits or losses in the core market. Second, competitive pressure is transmitted through two channels. It can spread horizontally across business segments and vertically along the transaction chain to merchants and other trading parties. This process also changes how the costs of competition are allocated. Third, impeded exit weakens market adjustment. Even when intense competition persists for a long period, exit, mergers, or changes in market shares may fail to restore competitive order. Platform "involution-style" competition is therefore associated with sustained pressure on core market profits, repetitive resource allocation, distorted competitive relationships, and persistent market rigidities.

The paper then develops a measurement framework based on four dimensions: competition intensity, ecosystem support capacity, transmission capacity, and state persistence. It combines a latent state representation, a composite index, and a joint decision rule. Observable proxy variables are used to capture both the manifestations of platform "involution-style" competition and the mechanisms that sustain it. The key analytical question is how intense competition can be maintained over time. This perspective helps address the limitations of conventional tools such as the Herfindahl-Hirschman Index, the Lerner Index, and below-cost pricing tests in platform ecosystem settings.

The paper examines the regulatory implications of identifying platform "involution-style" competition. It reveals how the proposed framework can complement conventional competition analysis. It links abnormalities in different dimensions to corresponding regulatory priorities and policy instruments. It develops a graduated response mechanism and a dynamic exit mechanism. The framework is intended to support the identification, comparison, and dynamic monitoring of platform "involution-style" competition, as well as competition analysis, platform antitrust enforcement, and competition governance.

Key words: "involution-style" competition; platform economy; competition analysis; ecosystem support; antitrust

（责任编辑：孙　艳）（校对：邓　菁）

[DOI]10.19654/j.cnki.cjwtyj.2026.09.003

[引用格式]乔岳. 平台"内卷式"竞争的识别逻辑、测度方法与监管含义[J]. 财经问题研究,2026(9):32-46.