

破“内卷”需用好法治之钥

□魏哲哲

法治既是抵御不正当竞争的“防火墙”，也是企业安心发展的“定心丸”，是破解“内卷式”竞争的重要手段

当前，破解“内卷式”竞争是全国统一大市场建设中的一个重要课题。两个案例，给人启示。

一个关于强保护。

吉某车企下属公司40名高管及技术人员先后“跳槽”至另一家车企，这家车企在没有技术积累或合法技术来源的情况下，利用吉某车企的底盘零部件图纸技术，短期内推出某系列型号电动汽车，令吉某车企遭受巨大损失。

有计划有组织“挖人”、攫取他人竞争优势的恶性竞争如何惩治？最高人民法院适用2倍惩罚性赔偿，判决侵权人赔偿吉某车企经济损失及维权合理开支合计约6.4亿元，创我国知识产权侵权诉讼判赔数额历史新高。这一裁

判为行业公平竞争划出红线，也为新能源汽车长足发展提供法治引领。

强保护才能激励创新创造。以法治维护市场公平竞争秩序，才能更好破除“内卷”。

一个关于强信心。

江苏一家机械科技公司先后被竞争对手3次提起专利侵权诉讼，在前两次胜诉的情况下，对方在该公司申请上市时，发起第三次诉讼，企图通过诉讼破坏企业商誉、阻断其发展进程。该公司负责人决定应诉，并提出反诉。

对于恶意诉讼，守规矩的企业会吃亏吗？不会！最终，竞争对手的诉讼请求被法院驳回，被判刊登声明消除影响，并赔偿该公司合理开支40万元。这家机械科技公司负责人直言，“法治不会让老实人吃亏”“前两次应诉的底气源于技术，第三次的底气更多源于法治”。

法治有保障，经营主体就有信心。以法治为守规矩的经营主体“撑腰”，同样是整治“内卷式”竞争的内在要求。

分析“内卷式”竞争成因，因素纷繁复杂，创新不足、不正当竞争等不可忽视。这就要求执法司法机关立足激励创新和维护市场公平竞争，以法治方式和手段明边界、立规矩、强保障。两个案例，生动印证：法治既是抵御不正当竞争的“防火墙”，也是企业安心发展的“定心丸”，是破解“内卷式”竞争的重要手段。

用好法治之钥破“内卷”，需以严格公正执法司法划出公平竞争底线。

看执法。不久前，市场监管总局发布2025年综合整治“内卷式”竞争十大典型案例。针对“内卷式”竞争较为突出的重点领域加大执法力度，突出“严”的基调，有效强化了执法威慑。

看司法。人民法院通过司法审判，为竞争行为划定司法“红绿灯”界限，有效打击知识产权侵权行为，促进市场竞争从低质低价竞争向高质量竞争和创新竞争转变。

从实践来看，唯有执法必严、公正司法，才能引导企业走出恶性竞争泥

潭，以公平竞争促进创新发展。

用好法治之钥破“内卷”，需加大规则供给和引领。

当下，随着平台经济、数字经济发展，人工智能、数据权益保护等领域出现很多新挑战。例如，某短视频平台的“变身漫画特效”，其人工智能模型结构和参数被其他公司直接使用，如何追责？有公司非法爬取海量数据、使用搬家软件“盗图抄店”，如何规制？

这些都是新类型不正当竞争案件。及时通过完善立法、明晰司法裁判规则等予以回应，才能让规则成为引领行业健康发展、维护新兴领域市场秩序的“风向标”。

法治是构建高水平社会主义市场经济体制的内在要求和重要保障。用好法治之钥，破除“内卷”困局，必能让市场活力充分迸发，让新质生产力加速成长，为高质量发展注入源源不断的动力。

来源：《人民日报》（2026年02月25日 第05版）

果盘子里话消费

□徐之

一个水果新品种从“高价尝鲜”变成日常消费品，表明消费升级不只在购买力更强，也在供给侧更优

30元一颗黑草莓、200元一斤手指柠檬、800元一个粉菠萝……春节期间，许多消费者发现，一批身价不菲的水果悄然现身电商平台。令人惊讶的是，不少商品已经显示“缺货”，说明不少人愿意为这份“新奇”买单。

高价水果的“身价”有其成因。要么是育种、培育技术限制了种植面积、亩产量；要么是依赖进口，附带更高的物流、关税成本。本身具有“稀缺性”，

加之悦己消费、情绪消费渐成风尚，一些消费者不仅为产品本身付费，也为新奇体验和社交分享买单，造成了价格上涨。

但更多消费者期待的是新奇水果兼具好品质与适中价格。这种期待有可能成真吗？

往近看，前不久“车厘子自由”成为热议话题。受益于我国与智利等主产国的自贸协定，进口关税大幅减免，叠加跨境冷链物流效率持续提升，本产季车厘子价格显著降低。往远看，一些国家价格昂贵的西瓜，在我国早已成为便宜好吃的大众水果。今天，还有许多像吴明珠院士一样的农业科技工作者，正在向着新品种、新技术发起攻关。有市场、有政策、有技术，消费者有理由期待，更多高价水果的价格终将落在大众

可接受的范围内。

也要看到，新鲜感来得快去得也快，靠噱头制造的热度终究难以持久。近年来，不乏有高价水果因口感与普通品种差异不大，被消费者迅速“用脚投票”、端离餐桌；一些果农盲目跟风扩种，品质管控跟不上，陷入增产不增收的困境。这启示从业者：人们最终愿意为之买单的，唯有过硬的品质与实在的性价比。高端不该只是包装加持，特色更不能只是噱头营销。优胜劣汰的市场法则面前，谁也没有例外，唯有沉下心来打磨产品品质，才能获得长远发展。

让更多好水果惠及更多消费者，关键在供给侧持续发力。一方面，要加强农业科技创新，降低种植和流通成本。从云南蓝莓依托基质栽培技术提升品

质，到海南“树上熟”榴莲实现本土挂果，技术进步正不断丰富百姓的“果盘子”。另一方面，要完善冷链物流体系，畅通国内外流通渠道，用好超大规模市场优势，让更多特色水果以合理价格走进千家万户。

“十五五”规划建议提出：“大力提振消费。”一个个水果新品种从“高价尝鲜”变成日常消费品，表明消费升级不只在购买力更强，也在供给侧更优。做优品质、做强品牌，让消费者在追求性价比的同时也能尝鲜选优，水果产业方能行稳致远，为美好生活增添更多甜蜜滋味。

来源：《人民日报》（2026年02月27日 第05版）

