

【头条话题】

# 以竞争政策重塑中国市场经济新优势

黄勇

“十四五”期间,中国用五年时间完成了竞争政策从理念宣示到制度成型的关键一跃。站在“十五五”门槛,国内“内卷式”竞争与国外“补贴—反补贴”冲突同步升温,竞争政策亟待从“有没有”迈向“强不强”“优不优”。

## “十四五”奠基:竞争政策法治保障体系系统性集成

随着竞争政策重要性日益凸显,2022年《反垄断法》首次修订,写入“强化竞争政策基础地位”表述;新《反垄断法》条文生效后,国务院还出台了《公平竞争审查条例》,进一步建立健全公平竞争审查制度。自公平竞争审查制度实施以来,全国累计审查政策措施近200万件,清理存量文件约500万件,其中约10万件排除、限制竞争的政策措施废止或修订,市场竞争秩序和营商环境持续向好。

公平竞争工作从整体改革到多点突破,铁路、能源、电信等具有自然垄断属性行业的竞争性改革同步推进。此外,中国相继申请加入《全面与进步跨太平洋伙伴关系协定》(CPTPP)、签署《数字经济伙伴关系协定》(DEPA),上海自贸试验区2024年开出了首张跨境数据“竞争合规证明”,为TikTok、Shein等企业应对欧盟《数字市场法》(DMA)提供“中国方案”……公平竞争工作从国内规则制定扩展至国际治理领域。

## “十四五”镜像:高速增长到高质量发展的三大挑战

1.“内卷式”竞争:可竞争空间不足的系统性根源

近期,“内卷式”竞争在光伏、新能源

汽车等行业持续蔓延。“内卷式”竞争反映出一些规律性特点和经验:一是从国家利益角度来看,海外对华科技出口管制步步升级,若国内继续无序扩张低端产能,将错失窗口期。二是从创新角度来看,当技术路线尚处探索期,过度补贴易锁定低效路径,抑制颠覆式创新。三是从国内市场角度来看,缺乏创新的竞争与缺乏竞争的创新,都有可能加速市场结构趋于集中,孕育出“寡头”进一步遏制发展态势。

### 2.产业政策与竞争政策“错位”

2024年以来,国内AI赛道呈“百模大战”之势,多地政府竞相以“算力券”“落地奖”招引项目。表面风光之下,却是模型同质化、价格战愈演愈烈。更堪忧的是,地方政府比拼补贴政策,造成算力基础设施重复建设、高端GPU空置率高达40%,形成新一轮“政策洼地—资源错配”。产业政策能够在行业发展初期,迅速实现市场规模化,但也必须看到,规模领先不等于技术领先、市场领先。“吹尽狂沙始到金”,只有经过市场竞争的千淘万漉,行业内企业才能从长期竞争中脱颖而出,产业政策才能算是真正落地。

### 3.国际经贸规则“高墙”

欧盟《外国补贴条例》(FSR)2024年7月正式执行,首案即针对中国电动大巴补贴发起深度调查;美国《通胀削减法案》(IRA)将中国电池材料排除在补贴清单之外。除个别国家和地区的高要求外,CPTPP等国际规则还对国有企业施加了“三把锁”:首次将“国有企业”界定为“政府拥有50%以上股权或拥有实际控制权的企业”,国统计范围更广;要求国企在采购、销售、投资时禁止交叉补贴、低价融资、行政垄断等“非商业援助”;国企须每年披露股权结构、政府注资、债务担保、税收优惠等信息,一旦认定造成“不利影响”,可启动争端解决并加征反制关税。

## “十五五”的展望:以竞争政策统领改革开放新议程

### 1.强化竞争政策基础地位:从“影响到“统领”

第一,进一步深化对竞争政策的规律性认识。竞争政策是将“尊重市场,竞争优先”作为根本原则和基本遵循的政策、法律的统称。在成熟市场经济体中,竞争政策对资源配置发挥着基础性、决定性作用,要求其他政策、立法在制定和实施过程中须优先考虑市场的规律、竞争的规则。

第二,进一步发挥竞争政策的重要作用。“十五五”期间,竞争政策要在“强化竞争政策基础地位”,实现“竞争政策和产业政策更加协调”目标基础上,使竞争政策进一步深度根植于国家经济体制的顶层设计。要明确竞争政策与产业、财政、投资、货币、贸易、消费、就业、区域等政策之间的协调关系和协调机制,并构建相应制度予以保障。

第三,进一步完善竞争政策的实施框架。具体到工作层面,一是要求产业规划、财政配套、重点投资等须附竞争影响评估报告。二是要求相关产业、财政政策必须制定成为法律性文件才能付诸实施,用制度的“长期性稳定性”对冲政策的“短期性阶段性”。三是完善相应考核机制,一方面要让有关人员对于建设项目“终身负责”;另一方面也要让长期才能显著见效的项目,使有关负责人“长期受益”,避免地方出现“竭泽而渔”式主政。

第二,进一步完善竞争政策的实施框架。具体到工作层面,一是要求产业规划、财政配套、重点投资等须附竞争影响评估报告。二是要求相关产业、财政政策必须制定成为法律性文件才能付诸实施,用制度的“长期性稳定性”对冲政策的“短期性阶段性”。三是完善相应考核机制,一方面要让有关人员对于建设项目“终身负责”;另一方面也要让长期才能显著见效的项目,使有关负责人“长期受益”,避免地方出现“竭泽而渔”式主政。

### 2.构建高水平社会主义市场经济体制:以竞争法治激活创新

第一,要处理好政府和市场关系建立刚性约束。政府在产业规划过程中,应坚持有所为有所不为,将整治“三拍”干部与约束政府产业规划相结合,防止产业被

“框死”,给不同技术路线、创新路径预留充足空间。

第二,要让竞争和价格机制在要素市场、重点领域更充分发挥作用。例如在资本市场估值体系方面,建立上市企业监管与竞争政策评估联动机制,对医药、芯片企业上市前接受政府补贴超过净利润30%的,要求披露补贴退出路径及市场竞争可持续性;投行须出具竞争合规专项核查意见。

第三,要为竞争理念和规则构建更完善法治保障体系。例如,探索“数据要素市场”竞争中性规则,对政府持有的公共数据实行“公平、无歧视”开放,防止国有平台借数据优势挤压民营创新。同时,政府要为企业提供明晰规则,降低企业合规成本,增强企业长远预期和确定性。

### 3.对接高标准国际经贸规则:变“客场”为“主场”

高水平对接CPTPP等高标准国际经贸规则应认识到,高标准国际经贸规则不等于各种条约、协定记载的文本。因为文本形成背后,有各种博弈与妥协,最终形成一定范围内的“公约数”。因此,要透过规则本文,看到背后的规律性理念、价值观和运行体系,高水平对接引领国际经贸规则话语和实践体系。

“十五五”时期,中国经济将从规模扩张转向质量竞争,只有把竞争政策置于宏观治理的核心位置,才能以国内市场的充分竞争孕育世界级企业,以对接高标准国际规则塑造开放型经济新优势。通过好的竞争政策,是让创新者赢得市场,而不是让补贴赢得订单。

(作者系对外经济贸易大学竞争法中心主任)

## 专家建言“十五五”规划

【时代风口】

# 数据质变 引领智能文明新跃迁

吴霞

据中国新闻网报道,我国高质量数据集建设已进入规模化阶段,总量超400PB,累计交易额近40亿元。当AI浪潮将数据推至战略资源的高度,这场从“海量”到“高质”的变革,揭示的不仅是技术演进规律,更是数字文明发展的深层哲学——从量的扩张转向质的淬炼,正是人类每一次产业革命走向成熟的必然路径。

数据的“质变”背后,是AI发展范式的根本性转变。早期粗放式的数据投喂,实则是算力与能源的挥霍;而高质量数据集的出现,标志着AI从“大力出奇迹”的蛮荒阶段,迈入“精耕出真知”的文明阶段。这如同人类从采集狩猎转向农耕文明——不是追求更多果实,而是培育更优种子。清华大学张小劲教授“双轮驱动”的比喻,恰恰揭示了数据与AI这种共生共演的螺旋上升关系:优质数据滋养AI进化,智能化的AI又反哺数据价值挖掘,形成正向循环。

跳出技术层面,高质量数据集堪称数字时代的“文化基因库”。中国工程院院士吴世忠强调“融入中华优秀传统文化”,实则是呼吁在数据底层注入文明价值观。西方主导的互联网早期,数据曾携带大量文化偏见;如今我们构建高质量数据集,既是技术攻坚,更是文明传承的机遇——用数据编码华夏智慧,让AI不仅“聪明”,更具备东方的伦理观与世界观。深圳在征信、气象等领域的实践,正是将数据质量与社会治理深度结合的雏形。

然而,数据“炼金术”也伴随隐忧。当高质量数据成为“硬通货”,可能加剧数字鸿沟:拥有优质数据资源的机构将垄断AI红利,而数据贫瘠者恐被智能时代抛弃。同时,数据分级分类与安全防护若不到位,“高质量”反而会成为系统性风险的放大器。这意味着,数据政策需兼顾效率与公平,技术发展需与治理同步,避免优质数据成为少数主体的私产。

迈向未来,我们需以“数据炼金师”的匠心,重塑数据价值生态。首先,应推动建立数据质量国家标准,让“高质量”有尺可量;其次,鼓励跨域数据融合,打破“数据孤岛”,让高质量数据流动起来创造乘数效应;更重要的是,在数据注智过程中嵌入人文精神,避免AI沦为纯功利工具。唯有让数据有质、有魂、有温度,才能真正成为驱动人类进步的“硬通货”。

数据的质变时代,我们不是在简单堆积资源,而是在雕刻智能的基石。当每一份数据都经得起伦理、质量与时间的考验,AI发展才能真正实现“量质并重”,数字文明也将在淬炼中迈向更高境界。

【政策透视】

# 消费贷贴息政策 有望激活消费市场

舒圣祥

9月1日起,一项惠及消费者的政策正式落地——财政部等四部门推出的个人消费贷款贴息政策,让符合条件的消费者在支付贷款利息时,能够直接享受财政资金补贴。目前,大部分银行都已做好准备,完成了系统开发,上线消费贷贴息功能。

消费作为经济增长的重要引擎,其基础性作用不言而喻,但居民消费意愿和能力的提升仍面临诸多挑战。在此背景下,财政部等四部门联合推出的个人消费贷款贴息政策,旨在通过降低居民消费信贷成本,激发消费潜力,促进消费市场繁荣。

消费贷贴息,就是个人从银行获得的消费贷款,由财政资金帮我们偿还部分利息。此次贴息比例为1个百分点,大约是当前商业银行个人消费贷款利率水平的三分之一。贴息对象聚焦真实消费行为,既包括5万元以下日常消费,也覆盖汽车、养老、教育、文旅、家装、电子产品和医疗等重点领域的5万元以上消费,兼顾了普惠性与导向性。每人单家机构最高3000元的贴息额度,既能让消费者得到实实在在的优惠,也能有效防止套利行为。

对消费者而言,这一政策的利好作用显而易见。消费信贷成本降低,意味着同样金额的贷款,每月还款压力减轻;想要进行的消费计划,实施起来自然更轻松。而且,贴息资金直接抵扣利息,消费者无需额外申请,通过手机银行就能自主查询贴息金额,便捷的操作流程提升了政策获得感。通过财政贴息降低消费信贷成本,相当于为消费者“减负”,为市场“添薪”,有助于释放被抑制的消费需求,激发潜在消费活力。

消费是生产的动力,当消费意愿被激发,市场需求势必得到有效扩大。消费贷贴息政策,不仅减轻了消费者的利息负担,更传递出国家鼓励消费、提振经济的明确信号。不同于传统的发放消费券等方式,贴息政策通过市场化机制运作,借助商业银行成熟的信贷体系和风控能力,能够更精准识别真实消费需求,提高政策效率。不仅有利于消费者和生产企业,也有利于银行业,更有可能实现多方共赢。

当然,任何政策都需在实施过程中不断完善。如何确保贴息资金精准发放到真正有消费需求的居民手中,是政策执行过程中需要重点关注的问题。这需要金融机构加强对贷款用途的审核和监管,确保贷款资金确实用于消费领域。如何平衡风险控制与便利享受,需要相关部门加强监测和引导。此外,贴息政策势必增加财政支出,需合理评估政策的长期可持续性,以及对财政收支平衡的影响。

消费贷贴息政策,体现了国家对民生的关注,通过减轻居民消费负担,提升居民的生活品质,增强人民群众的获得感和幸福感。但消费者也需理性看待政策红利,根据自身实际需求和还款能力适度借贷,避免过度负债。贴息只是帮消费者节省了一部分需要归还的贷款利息,不可错误理解为免息贷款,更不可错误理解为贷款反而有利可图可拿。

消费是经济循环的终点也是新起点。消费贷贴息政策,有望激活消费市场的一池春水,通过真金白银的补贴畅通经济循环。政策最终成效或许可尚待观察,但其开创性的政策思维值得肯定。随着政策落地见效,更具活力的消费市场图景,值得期待。

本版专栏文章仅代表作者个人观点

【投资锦囊】

# 绩优基金“二次首发”意味着什么

蒋光祥

近年来,公募基金行业“二次首发”升温,这一创新营销方式是指基金主销渠道在基金首发合作基础上,经过一段时间的业绩观察后,选取业绩优异、符合投资者需求的产品作为重点持续营销的一种模式。一批绩优基金产品纷纷在银行渠道的配合下,启动二次营销。这一现象折射出基金行业从“重首发、轻持营”到“重持营、轻首发”的营销思路转变,也反映了市场环境、渠道策略与投资者行为的多重变化。

实事求是来看,过往基金“重首发、轻持营”这一倾向有着深层次的制度性原因。新基金首发首先能够为销售渠道带来更为丰厚的销售服务费收入,因此渠道方有动力配合。而对于基金公司来说,新基金首发能够“有意无意”间契合投资者尤其是新基民的认知。许多投资者存在净值“恐高症”,偏好净值为1元的新基金,而回避净值较高的老基金。但这恰恰

是金融素养匮乏的典型表现,基金净值高,说明基金经理水平高,能给基民持续挣钱。基民要是真看好接下来的市场,为什么不去选择这样的基金经理,选择过往历史业绩优秀的老基金呢?要知道,对过往业绩优异的老基金往往不太关注,追捧新发且没有任何历史业绩的基金,在成熟市场无论如何都是一件令人费解的事情。

从行业生态角度看,过度依赖新发基金的模式还造成了多重负面影响。一方面,基金公司与销售渠道(尤其是银行)形成了畸形的利益捆绑关系,高额的中购费率和尾随佣金推高了投资者的整体成本。另一方面,频繁新发导致基金经理管理产品数量过多,投资精力分散。况且新发基金还有数个固有缺陷:一是缺乏历史业绩参考,投资者无法准确评估其风险水平和基金经理的真实能力。二是流动性受限问题突出。新基金通常设有募集期和封闭期,在此期间投资者只能获得活期利息收益,且无法赎回份额,资金锁定风

险较大。三是存在明显的“追热点”风险。新基金往往为迎合市场短期热点而设计,但市场风格切换频繁,导致基金成立后不久就面临策略失效的困境。长期来看,显然不利于行业健康发展。

而绩优基金“二次首发”模式则展现出独特的竞争优势,其核心优势首先体现在业绩透明度上。参与“二次首发”的产品都有可追溯的历史业绩,投资者可以据此评估基金经理的投资风格和能力边界。这些实实在在的业绩记录比新基金的路演宣传更有说服力,降低了投资者的选择难度。其次,与普通持续营销相比,“二次首发”的营销优先级更高,“亲和力”更强。虽然“二次首发”和新发、持续营销没有本质区别,都是针对代销渠道开展基金营销,但其基于已有产品的真实业绩表现,基金公司 with 代销渠道的合作基础更良好,渠道端理财经理们的体验良好,“做熟不做生”,业务流程更顺畅。

资金入市效率提升则是“二次首发”

的另一显著优势。老基金已有完整持仓,无需建仓期,投资者资金可以立即参与市场,避免建仓期的机会成本。从投资者信任度角度看,“二次首发”产品更容易获得终端客户认可。这些产品在市场上已经积累了一定的客户基础和口碑,基金经理的投资理念和操作风格也更为透明。最后则是行业资源配置优化的深层次价值,传统新发基金模式消耗大量人力物力,从产品报备、募集到建仓各个环节都需要投入巨量资源。“二次首发”的市场化筛选机制促进了行业资源的优化配置,是公募基金高质量发展的阶段性体现。

绩优基金“二次首发”模式直击当前基金销售中的核心痛点,为改善投资者体验提供了实践路径。它的兴起标志着行业营销理念的重要转变,未来随着中国资本市场的不断成熟和公募基金行业的持续发展,“二次首发”有望从一种营销创新转变为行业常态,推动基金公司从规模导向转向业绩导向,从短期营销转向长期陪伴。

【银行观察】

# 四大维度打造手机银行服务新生态

李凤文

手机银行作为银行数字化转型的核心展示窗口与关键获客入口,已从单一金融工具升级为综合服务能力的竞争载体。从42家A股上市银行2025年半年报数据来看,上市银行正通过深化人工智能应用、拓展多元服务场景、完善生态体系构建,全力打造手机银行服务新生态,推动客户线上服务质效实现全方位跃升。

分析上市银行半年报发现,个人手机银行头部效应凸显,股份制银行增速亮眼。从用户规模看,国有大行依旧占据主导地位。工商银行2025年6月末手机银行个人客户达6亿户,稳居行业第一。其他大型银行用户基数均保持在3亿量级以上。股份制银行则凭借灵活的创新机制,展现出强劲的增长势头。招商银行APP2024年上半年累计用户达2.05亿户,2025年6月末活跃用户进一步增至8267万户,领跑股份制银行。平安银行、兴业银行、光大银行等手机银行注册用户均有较大幅度增长。

与此同时,企业手机银行从“金融服务”向“综合管家”转型。工商银行推动企业手机银行向“金融专家+经营管家”平台转型。中国银行推广境内企业手机银行多版本服务体系,上线鸿蒙版客户端,充实跨境金融特色专区。招商银行企业APP为企业提供转账汇款、投资理财、薪资发放、贸易融资等一站式移动端服务,并依托数据风控模型为中小微企业提供便捷线上融资。

随着金融数字化进程加速,手机银行已进入“生态竞争”新阶段。各行应从智能化、开放化、细分化、安全化四大维度突破,全力打造适配未来的服务新生态。

推进AI技术深度融合,打造智能金融助手。AI技术正从“场景应用”向“全流程深度融合”演进,成为手机银行个性化服务的核心引擎。交通银行在《“人工智能+”行动方案(2025—2026年)》中提出,将构建“1+1+N”三维一体人工智能框架体系,即打造1个AI能力整合平台、建立1套模型治理体系、赋能N个业务应用场景,以体系化推动金融服务向普惠、便捷、安

全跃升。招商银行则将AI技术全面渗透至智能投顾、精准营销、风险控制及内部运营环节,打造“真正的AI银行”。

强化开放银行建设,构建“金融+非金融”生态圈。手机银行正经历“工具-平台-生态”的演进,开放能力成为生态构建的关键。银行要通过深化与政府、企业、第三方平台的合作,打破服务边界,将金融服务嵌入生活、消费、经营等场景,提供“金融+非金融”综合服务。光大银行则以数字技术为支撑,提升手机银行、企业网银等渠道的数字化经营能力,推动业务全流程生态化,同时打造云缴费、薪悦通等便民数字化工程,将金融服务与民生服务深度绑定,提升服务实体经济质效。

深耕细分市场,精准匹配客户需求。各行应针对不同客群的差异化需求,深耕细分市场,提供定制化手机银行服务。在服务小微企业上,依托大数据与智能风控模型,简化融资流程、降低融资门槛,持续改善小微企业融资难、融资贵问题。养老金融方面,推出适老化界面、专属养老理财产品及养老规划服务,适配老年客群使