“同线同标同质”产品大规模进入国内市场——

不用出国买“国货”

本报记者　**孔德晨**文/图

不少消费者有过“出国买国货”的经历。同是中国制造的商品、同一家中国生产企业、甚至同一个车间同一条生产线，采用国外国内不同的标准，外销商品和内销商品质量有了差异。

既然中国企业已拥有生产高品质商品的能力，为什么不让消费者在国内就能买到与欧美日等国同标同质的“好货”？相关部门启动了“同线同标同质”工程。目前，“三同”好物正快速进入国内市场，并逐步得到消费者认同。最近公布的《2019年国民经济和社会发展计划草案》，更明确提出要“深入实施‘同线同标同质’工程”。

“三同”产品将对市场有哪些影响？消费趋势发生了怎样的变化？本报记者进行了采访。

图为北京永辉超市太阳宫店的“三同”产品售卖专柜。

对标国际，不出国门享“出口品质”

北京华联超市内，挂有“三同”标识的食品专区吸引了不少消费者的目光。货架上的海天酱油、丘比沙拉汁、李锦记等产品琳琅满目。据统计，超市内共有200多种“三同”产品销售，产品范围覆盖速冻面点、冷冻水产和肉类、休闲零食、调味料、饮料等多个品类。

“我平时来华联买食品，一般都会选择‘三同’产品。”家住附近的李阿姨推着购物车在货架前停留，指着一款有着“三同”标识的产品对记者说，“我儿子在美国，他说他在唐人街的超市里也买这款酱油，能出口到国外的产品质量肯定差不了，所以这两年家里用的酱油都是这个牌子的。”

所谓“同线同标同质”是指出口企业在同一条生产线上，按照相同的标准生产出口和内销产品，从而使供应国内市场和供应国际市场的产品达到相同的质量水准。

具体说来，“同线”指出口和内销产品在同一生产链条，按照相同的生产体系生产；“同标”指出口企业的质量安全管理体系符合出口和进口国（地区）相关技术法规和标准，产品标准主要按进口国（地区）标准，如产品标准的具体指标出现我国高于或严于出口的，按我国国内标准执行，即标准“就高不就低”；“同质”指出口和内销的产品实现相同的质量水平。

华联超市员工小陈介绍，近两年来消费者的消费倾向有所变化，“相比进口‘洋货’，现在更多的老百姓愿意选择质量上佳的国货，即便这些国货价格也比较高。特别是知道了是‘三同’产品，就更踏实了。”小陈表示，以奶粉为例，君乐宝等“三同”国产奶粉就卖得很好。“我每天都要补货好几次，”小陈说，“这也说明大家对高品质国货的信心在增长。”

“三同”食品认可度高

“三同”工程从食品领域起步，而市场对这类食品的认可度也最高。

李女士是北京一位普通的上班族，每天都要给家人采购生鲜食品。“为了节省时间，我平时都是在回家的地铁上就用每日优鲜app购买蔬菜和水果，回到家刚好收到。”李女士告诉记者，在购买生鲜时，她会专门选择标注了“供港”或“出口”等字样的“三同”产品。“比如口蘑，每日优鲜上的口蘑是东源兴供港口蘑，200g是7.9元，收到的时候不仅是包装还是质量都比在菜场买到的普通口蘑要好，对食品安全也很放心。”

据介绍，“三同”之所以率先在食品领域开展，从供给侧来看，主要是考虑到中国多年来出口食品生产和加工企业的产品质量稳定，合格率常年保持在99%以上，而香港食环署等部门的数据显示，内地输入的食品合格率经常高于发达国家和地区。推广“同线同标同质”，基础较好，条件具备。从需求侧来看，近几年，消费升级趋势明显，特别是国内一二线城市，许多消费者对商品的品质提出更高的要求，“海淘”以及到国外“背货”的情形增多。然而，食品具有日常消费量大、保质期短等特点，更适合就近购买。把从前单纯出口国外的优质食品引入国内市场，鼓励出口企业外销内销并重，可以较好地对接消费新需求，既便利了消费者，又拓展了国内市场。

“三同”产品质量可靠，老百姓关心的价格又如何呢？

在北京华润万家超市的“三同”商品货架上，一瓶200克的丘比沙拉汁售价10.5元，比同类进口商品便宜30%—40%；一款满足供港标准的五丰无公害鸡蛋，16枚装的价格为22.8元。“比普通商品稍微贵了一些，但是在我们接受范围之内。比纯进口商品明显便宜。”张女士带着孩子来超市买菜，拿起货架上的鸡蛋说，“为孩子考虑，我选择‘三同’产品主要是为了吃得更放心、更健康。”

让“中国制造”对接“消费升级”

在家门口就能买到“三同”商品，这对消费者来说无疑是个好消息。但是，对于“三同”产品品质存疑的消费者也不在少数：我们在国内买到的“三同”商品，真的能达到出口商品品质水平吗？如何选购才能确保买到和出口一样品质的商品呢？

“三同”促进联盟负责人告诉记者，达到“同线同标同质”要求的企业和产品需满足三个要求：一是企业要具备出口备案资格，并且有对发达国家和地区的实际出口业绩；二是企业获得第三方HACCP、GAP认证；三是企业承诺在同一个生产线按相同的标准生产出口和内销产品。同时，要经过国家认监委的严格审核及检验检疫部门的随时检查，不合格者将被随时淘汰。消费者在选择“三同”产品时，可以到“同线同标同质”公共信息服务平台上查询到符合“三同”要求的出口企业和产品，放心选购。

目前，通过推进内外销产品“同线同标同质”工程，“三同”企业已有数千家，产品达到上万种，国内销售额累计超过1000亿元，主要种类已从食品扩展到家居用品、家用电器、汽车轮胎等领域。

“三同”也为中国企业拓市场、打品牌创造了契机。据了解，对于成熟的外向型企业，在工艺、技术、标准方面实现“三同”没有什么难度，但是长期外销容易让企业缺少主动提品质、创品牌的积极性。如今推进国内国外市场深度融合，会对那些只搞来料加工、没有自己品牌的企业产生无形的压力，倒逼其增品种、提品质、创品牌，用转型升级来对接市场。

“三同”也有助于解决消费者对国货的信任问题。荣成泰祥集团的有关负责人说，出口转内销并不那么容易。企业从事食品出口已有20多年，过去也曾想过把出口国外的商品卖到国内，发现消费者并不认账。现在国家搭建“三同”平台，实际上也是在帮扶出口企业，增进消费者的信任。

“三同”背后，是“中国制造”如何对接“消费升级”。国家市场监督管理总局负责人介绍，质量抽查显示，前几年海外代购的热门消费品如智能马桶盖、纸尿裤等，国货的质量提升很快，在一些关键指标上，比外国产品表现更为亮眼。“我们要建立最严谨的标准，解决部分领域标准落后的问题，特别是要对标国际先进标准，强化标准的实施，同时加强监督，提升国货品质。”

发改委要求在更广范围、更大程度降低景区门票价格——

景区门票降价促进多赢

本报记者　**王俊岭**

随着清明、“五一”、端午等节日的陆续到来，很多人计划携家人朋友外出旅行或踏青。

近日，国家发改委印发《关于持续深入推进降低重点国有景区门票价格工作的通知》（简称《通知》），要求在更广范围内、更大程度上降低相关景区门票，从而为广大即将旅行的民众发来了最新的政策红包。

《通知》要求，各地价格主管部门要对2018年以来尚未出台降价措施的政府定价管理的景区，全面开展门票定价成本监审或成本调查、价格评估工作，以“五一”、暑期、“十一”等游客集中时间段为重要节点，成熟一批、出台一批，降低景区偏高门票价格水平。2019年，原则上完成辖区内所有实行政府定价管理的5A、4A级景区门票成本监审调查、价格评估调整工作。《通知》还指出，各地价格主管部门要最大限度清理规范景区不合理支出行为，推行收支信息公开，积极探索发挥审计等部门作用，加强对景区成本的约束。对2018年降价不到位、高定价大折扣等问题仍然突出的景区，推动进一步降价。同时，《通知》也对于不合理设置“园中园”门票、相关游览服务项目强制捆绑销售等问题进行了明确限制。

除了景区票价之外，配套服务业对旅游消费体验有着巨大的影响。对此，《通知》明确指出，在降低门票价格同时，加强对群众反映强烈、垄断性较强的交通车、缆车、游船、停车等服务价格监管。实行政府指导价或政府定价的，要健全景区相关游览服务价格管理制度，在深入开展成本监审或成本调查基础上，降低偏高价格。

那么，景区门票价格降低将会带来哪些影响呢？根据我国最大的在线旅游平台携程发布的《2018-2019中产家庭旅游消费意愿调查报告》，有近四成人认为门票等旅游成本下降将会刺激出行。在携程旅游大数据联合实验室首席研究员彭亮看来，重点景区门票降价的消息对旅游市场将会带来立竿见影的影响。游客自身需要更多了解景区的限流政策，更好地规划路线。

“很多游客担心，旺季景区会增加购票和排队的时间。目前，携程已经通过技术和服务创新，游客在门票环节上体验得到很大提升。用户通过携程预订景区门票，即可直连景区售票系统，线上购票一旦成功，可以立即在景区使用，大大减少了订单确认的时间。”彭亮对本报记者说，目前已有超过3500家景区支持了“随买随用”功能。在相关服务的帮助下，在景区门口刷预订人身份证就能快速进入景区。

北京市社科院经济研究所所长杨松在接受本报记者采访时也指出，随着人们生活水平的提高，假日旅行也成为了重要的生活和消费方式。在此背景下，有关部门进一步规范景区管理、推动降低重点国有景区门票价格，对于刺激“假日经济”繁荣有着重要的积极作用。

“与国外相比，我国景区生存经营还普遍存在‘门票依赖’的情况。适时推动景区门票价格降低，虽然会在短时间内影响景区门票收入，但是从中长期来看却能带来客流量的增长。这时，如果景区把握住机会，提供更多满足游客需要的产品和服务，就会实现更大的经济收益。从这个意义上来说，推动降低景区门票价格下降有助于促进民众、景区、商家实现多赢。”杨松说，未来，在降低景区门票过程中，也应该注意因地制宜，对于部分文物属性强、修缮成本高的景点给予适当缓冲，对于承载力高、公共属性强的景区，则应加快推动降价直至免费开放。

正是梨花好时节

四川省金川县地处高山草地和高原阔谷的结合部，是中国八方闻名的高原古树雪梨产区。每年3到4月，上百万株梨树的梨花相继绽放，似一片花的海洋，令人叹为观止。图为2019四川生态旅游节暨金川县第六届古树梨花节上，游客在拍照。

代永清摄（人民视觉）

外国友人体验中国旗袍

本报记者　**邱海峰**

观看旗袍走秀、了解旗袍历史、学做旗袍盘扣、试穿各类旗袍……日前，一场精彩纷呈的“亲历中国旗袍文化”活动在北京秀水街举行，来自外国驻华使馆官员、国际组织驻京机构负责人、外国驻京商会代表、境外媒体驻京记者、在京的外国专家和在京留学生们参加了这次活动。

活动伊始，模特们身穿旗袍走上T台，精美的旗袍搭配优美的台步，引得现场阵阵掌声，嘉宾们纷纷拿出手机拍摄，记录这一优雅的旗袍走秀。随后，相关负责人现场讲解、介绍了中国旗袍的起源、种类和特点，帮助外国友人更深刻、直观地了解中国旗袍这一传统服饰。

进入体验环节，嘉宾们不仅纷纷上手尝试制作盘扣，将细小的绳子一点一点编织成美丽的“花朵”，还试穿了各式各样的中国旗袍，化身“模特”走上T台……生动有趣的互动体验将现场氛围推向高潮。如此近距离体验多姿多彩的中国旗袍文化，对大多数嘉宾来说还是第一次。

当天，不少嘉宾带着家人、朋友一同前来参加了活动。来自美国的一位女士拿着自己制作的盘扣对记者说：“这样的活动很有趣！以前只是听说过中国旗袍，今天带着女儿来这里，她很高兴，特别是对于旗袍盘扣很感兴趣。以后有机会还会带她参加这样的活动，帮她了解更多中国文化。”

图为嘉宾现场学习制作旗袍盘扣。　**屈伯崴**摄（人民视觉）

活动主办方北京月讯杂志社相关负责人介绍，本次活动以“亲历中国旗袍文化”为主题，秉承“以体验为精髓，以文化为主线”的宗旨，通过展示独具中国文化底蕴和特色的旗袍文化、带领外国友人学习制作盘扣和穿旗袍走秀等多种形式，为外国友人提供近距离感受中国旗袍文化的平台。活动得到了北京市人民政府新闻办公室、秀水街集团、北京翰香凝服饰有限公司的支持。

据悉，作为一档颇受在京境外人士欢迎的系列文化体验活动，“北京沙龙·亲历北京”已成为一项品牌活动。自2013年创办以来，活动已邀请在京外籍人士共同体验了京剧、昆曲、武术、民乐、茶艺、风筝、舞蹈、宫廷美食等中国文化，得到了在京外籍人士的欢迎与肯定，很多嘉宾已成为活动的忠实“粉丝”。