

核心话题

# 北京学区房缘何热度不减?

最近一段时间,在需求端房贷利率不降反升、供给端开发商信贷持续收紧导致资金链紧张背景下,一线城市特别是北京的房地产市场整体呈现出快速降温的态势。但这其中有一类因建成年代较为久远而被称为“老破小”的房子价格却十分坚挺,这类房子就是学区房,学区房价格坚挺的逻辑值得深思。

北京近年来学区房形成的起点始于2008年,在这一年,北京取消了初中试点学校和学科类实验班招生,“小升初”由学生的学籍所在地、户籍所在地和实际居住地共同决定。此后教育部在2014年出台了19个城市的义务教育免试就近入学的方案,并于2015年正式实施。2018年,由于学区房炒作之风过甚,北京陆续开始实施“多校划片”取代“单校划片”,但因众多名校多集中于东城区、西城区、海淀区等重点区域,因而这些区域的学区房价格是最为坚挺的。

其实,中小学就近入学政策

文/范欣



作者为财经评论员

只是导致北京学区房火热的部分原因,而非全部或者说是根本原因,根本原因主要在于人口数量变化导致的人口结构变化以及学校数量无法与之匹配上。

先看人口数量变化情况,新中国成立初期北京市常住人口仅有420万人,此后一直保持一个稳定缓慢增长的趋势,到1999年常住人口增长至1257万人,50年常住人口仅增长了2倍,年均仅增长16.7万人。但从2000年起,北京常住人口进入爆发式增长期,到2016年顶峰时已增至2172.9万人,年均增长达到了惊人的57.2万人,16年间人口增速超过了新中国成立后50年的人

口增速。而且,2000年以后新增的北京常住人口中青年占了多数,再加上上世纪80年代初的婴儿潮出生的居民陆续进入生育期,其中仅1982年北京新出生人口数就达18.6万人。

双重因素叠加就势必会引发新一轮生育高峰,北京常住人口中新出生人口数完美印证了上述趋势,从1991年到2006年,每年北京新出生人口数量维持在10万人左右的低位,最低时的2003年全年新出生人口仅为7.3万人。但从2007年起,北京新出生人口数量爆发式增加,2007年当年达13.4万人,到2014年达顶峰的20.8万人,几乎是2003年时的3倍,此后的4年随着单独二胎和全面二胎政策的施行,年度新出生人口维持高位,2016年新出生人口也达到20.2万人的历史次新高。2007年及以后出生的孩子到2013年陆续到了小学入学年龄,从新出生人口数量的变化看,学区房的真正开始火爆是从2013年开始的。2016年新

出生的孩子要到2022年进入小学,从这个角度看在现有政策没有根本性改变的状态下2023年以前学区房热度仍很难降低。

再看小学数量变化情况,根据北京市教委统计数据,北京小学数量在1973年达到5888所的高位,此后因合并和老城区改造等多种原因导致小学数量不断减少,到1995年北京小学数量有2867所,这些小学仍可应对80年代的婴儿潮。但由于1991年到2006年北京新出生人口数量持续走低,导致1997年起适龄小学生数量开始快速下降,当时小学普遍存在招生招不满的现象,这也加剧了小学数量的减少,1996年北京尚有2780所小学,到了2012年,北京小学数量已下降至1081所,这期间年均减少超100所小学。但是,上面分析到,2007年以后北京的新出生人口又重回增长区间,这部分孩子在2013年及以后将陆续入学,此时小学的供需矛盾就开始集中凸显。

可是,小学减少了容易再建

起来就很难,新建学校不仅要通过层层审批,更要重新申请建设用地,原本已拆掉的小学已被建成高楼大厦,再想在老城区内找到合适的教育场地几乎是不可能的,此外,还需要培养大量有资质的教师,很难在短时间内形成有效供给。

由此可以看出,造成当前学区房的持续高烧背后的原因是多方面的,主要在于新出生人口的周期性变化和中小学数量持续减少的不匹配上。那么,未来学区房会一直这样火爆下去吗?可以从以下两个方面看待这一问题。

一方面是政策的变化。“多校划片”取代“单校划片”政策出台后,在朝阳、丰台等非名校集中区的学区房已经出现退烧。同时,近几年海淀的一些名校也加大了跨区办学的力度,选派优秀师资到分校承担教学工作,这对于未来区域间教育资源的平衡将起到一定推动作用。而且,近年来北京市也加大了财政对教育资源的

支持力度,生均公共财政预算教育经费由2013年的2.2万元快速增加至2018年的3万元,未来如果相关政策能持续也有利于缓解学区房短期供需矛盾。

另一方面是生育率持续走低会降低未来小学入学人数。虽然2007年以来北京市常住人口出生人数持续走高,但一方面北京的常住人口数量2017年起已开始下降,2018年常住人口较2017年净减少16.5万人,另一方面由于二胎需求的集中释放和高房价的因素影响北京的人口出生率在全国处于较低水平,北京新出生人口2018年已下降至17.8万人,预计此后将呈现逐年下降的趋势,对应小学供需矛盾有望在2024年得到充分化解。

放眼全国,其他一二线城市情况基本与北京相似,短期中小学供需矛盾会导致学区房价格坚挺,需通过平衡学校资源和加大财政对教育投入力度解决,长期则随着新出生人口的下降学区房投资价值也会随之下降。

国际观察

# 社保金不足问题被美国社会长期忽视

对于很多美国的退休职工来说,社保金一直是一个长期争议的话题。根据9月美国老年人联盟的估计,由于生活成本的上升,2020年社保金受益人每月平均领取的金额将从现在的1460美元提升到1483.4美元。每一次的社保金上调大都是根据美国城镇职工收入指数的变化来调整的。在过去十多年中,平均增幅只有1.4%。这导致从2000年以来,社保金的实际购买力已经损失了约三分之一。更加严重的是,社保金的可持续性也越来越紧迫。从今年开始,社保金的支出已经大于收入。

根据美国社保金2019年受托人报告的计算,如果国会没有更加实质性的法案通过的话,目前社保金的2.9万亿美元余额资产在2034年就会耗尽。如果这种情况真的发生,社保金将只能使用当期缴纳人的支付金额来支付受益人。受益人每月可能损失23%的社保金,因此很多退休职工的生活质量将会

文/魏欣



作者为专栏作家,曾在美国供职于大型共同基金管理公司

受到影响。对于34%的退休职工来说,他们90%的生活费用来自于社保金。而且特朗普总统还曾经提出通过降低社保缴费金额来减轻在职职工负担,刺激经济发展的方案。这相当于社保金的资金收入有可能在目前的基础上进一步下降。

目前美国两党在社保金改革问题上形成了僵局局面,这导致该问题被长期忽视。早在1985年,社保金托管理事会在年度报告中警告,在下一个75年当中,如果想要不降低社保金发放额度,就需要增加社保基金的收入来源。根据其最新的报告,在2034年至2092年之间,社

保基金存在13.2万亿美元的缺口。在美国政府财政债务居高不下的情况下,如此庞大的资金缺口非常难以填补。民主党和共和党在社保金改革的目标上形成了完全相反两种思路。特朗普从就任以来都未能有效重视这个问题,这致使社保问题的巨大隐患被一再拖延。

美国的社保金在解决贫困和维护社会稳定方面起到过很多积极的作用。1935年,根据罗斯福总统签署的“社会保障法案”,美国政府设立了“老年人、幸存者及残障人士保险”,简称社会保险。今年美国预算与政策优先中心的数据显示,社保金目前有约6200万受益人。有2200万人需要依靠社保金才能摆脱贫困。试想如果社保金出现被耗尽的情况,美国社会的贫困化问题将会显著加剧。

民主党希望从提升收入和增加开支的角度来解决社保基金的困境。目前社保的最大可征税收入是132900美元,征税比例是12.4%。民主党希望提升这

个最大可征税收入上限,让更多富裕阶层的收入可以被纳入征税范围,充实基金的来源。对于低收入老年人,民主党希望提升其获得的福利水平。民主党还打算把社保金额度的年度调整比例从城镇工资上涨指数改成老年人消费物价指数,因为过去20年间,美国社会的工资上涨幅度长期低于物价上涨幅度,也让很多退休职工越来越感觉到自己领取到的社保金不够用。但是这个改变切断了社保金收入和支出两端的联动关系。因为基金的收入端是跟随城镇职工的工资收入同步上涨,如果支出端改为与物价挂钩,这很可能增加基金的管理难度和风险。这还会让很多在职职工感到,如果自己工资不够花的时候,为什么退休职工的社保涨幅比自己的工资涨幅还要快。

共和党则希望从缩减开支的角度入手。由于人均寿命的增长,到2022年,1960年和以后出生的人全额领取退休金的年龄将会从65岁变成67岁。共

和党希望在未来逐步把这个年龄提升到68岁或者70岁。这样可以减少退休人员领取社保金的年限,降低基金开支。在个人所得税问题上,共和党希望把社保金作为一个完全免税的收入来源。因为基金的目的本就是为照顾老年人和低收入群体,对这部分收入征税的意义不大,还增加了征税环节的政府开支。在社保金额度的年度调整比例上,共和党希望与“链式消费者物价指数”挂钩。简单来说,如果一项商品突然涨价,消费者会转向购买未涨价的替代性商品,以缩减开支。这种指数会跟踪消费者对于替代性商品的转向行为,所以其涨幅会稍微慢于一般的消费者物价指数。使用这种指数后,退休金每年的调整幅度也会稍稍小于普通意义上的通货膨胀。

社保问题的根源可能是复杂和多方面的,也让解决方案变得困难。美国社会的老龄化导致人口结构中最大的一部分人,正在逐步离开劳动力市场,进入

退休状态。他们从社保基金的缴纳人转变成了受益人,而他们的后代数量显著萎缩,并且就业困难。美国过去二十多年的工作机会大量减少,工资上涨幅度也在停滞。这使社保基金的收入增长乏力,收支平衡被逐步打破。生物医疗技术的发展,也让过去很多无法医治的疾病不再成为问题,提升了美国人口的平均寿命。这让受益人能够更长时间从社保基金中领取资金,加重了它的负担。

从更高的一个层次来思考,社保基金的窘境是美国社会贫困化的一个重要体现。当全球化给美国带来长期低通胀的优势时,工作机会的流失和工资增长的滞后使贫困问题在美国各地蔓延。社保金的不足表面上是国会在退休职工和在职职工之间艰难的平衡,但实质上是美国整个劳工阶层在全球化过程中被长期忽视的结果。试想,当在职职工的生活都相当艰辛,那些退休职工的社保金收入怎么可能不受影响呢?

商业点评

# 奶茶加盟真的不挣钱?

作为对实体经济经营不易有一定感知的人,对近年来街头常见、品牌不一的奶茶连锁店盈亏状况早就颇为好奇。不久前刚好看到了一篇10万+的刷屏公众号文章,直指几乎所有奶茶加盟对于绝大多数普通人而言就是“坑”,本质上就是厂家在割加盟者的韭菜。甚是“于我心有戚戚焉”,直到我去了一趟长沙。

长沙街头有一个生存了五六年的本土奶茶品牌,名字四个字,密集程度已经达到了就差隔壁并非开店。店内装饰、餐具和周边都有古风元素,这些可以理解为噱头,奇怪的是每家店都在排队。这光靠噱头肯定不行,第一反应应该是雇了“黄牛”党充场。我与同事几天内特意选了不同地点的几处店面,选择了不同品种的奶茶,现场排队“尽调”了一把。尽管我们人生经验有限,但足以发现排队的应该不是黄牛。特别是我在其他场合试探性地随机问了几个本地消费者之后,他们给出的是发自内心的肯定答案。这自发的拥护与火爆的经营状况,不禁使我开始反思,是否奶茶加盟真的不挣钱?

从均价5~10元,爱开在学校周边,原料以冲粉剂为主的“台湾奶茶”“珍珠奶茶”铺子开始,到以售卖由鲜茶叶和品质牛奶现泡,均价15~35元为主,选

文/蒋光祥



作者为财经专栏作家

址则更偏向商圈和写字楼的奶茶品牌,应该说整个奶茶消费市场在走向健康、天然,并且目标群体开始升级,从以往主要面向学生群体开始转向25~35岁的那群更具购买力的年轻人。与喝咖啡做一个通俗的比较,既然进星巴克点一杯咖啡可以成为一种生活方式,那么国内新式奶茶同样可以承载更多品牌价值和体验,也可以成为一种生活方式。仅从店员的现场操作流程来看,现在的两者倒是并无太大区别。“1点点”等头部奶茶品牌均采用了标准操作程序(又称SOP)来管理旗下的近千家加盟门店,SOP对茶汤的纯度、奶茶的甜度、奶盖的厚度做出了极为细致的规定。

即便是传统奶茶,“香飘飘”在年复一年绕地球N圈的同时,也给A股奉献了一家质地相当不错的上市公司。因而也就不难理解现在的品牌奶茶将目光盯上年轻人、公司人的同时,资本大鳄将眼光盯上这些奶茶品牌。强势

茶品牌已经获得动辄数千万乃至上亿元的A轮融资,得以设立工厂并加速开店。与坚果零食、夜宵生鲜、运动健身、鲜花电商一样,资本的人场赋予了新品牌们更多的可能性,也有了“掀桌子”推倒重来的能力。在资本看来,与年轻人喜欢拿星巴克作为表明自己生活方式的标签一样,最好的前景就是奶茶有一天也成为这种标签。资本与奶茶加盟商同样期待着人们拿起一杯咖啡时的心情是什么样,拿起一杯茶饮时的心情就是什么样。“消费升级”“新一代生活方式”这些痕迹要打在那些明星茶饮品牌之上,毕竟它们有着高频消费、高现金流、高吸客能力的特性。

这也使得话题回到一开始奶茶加盟到底能不能挣钱之上,难道资本也一并看走了眼?显然问题不在于该不该加盟,而是在于选了什么品牌去加盟,是“爱惜羽毛”、加盟门槛苛刻的头部品牌,还是加盟费不贵,但品牌没有历史沉淀,甚至是“捞一票就走”的类山寨品牌;加盟模式是形而上的似是而非与“散养”,还是品牌方身体力行,标准执行一字不差等等。据悉,目前除了喜茶等极少数奶茶品牌,大多数奶茶在做出品牌效应后,还是会考虑利用加盟制扩张来“借力”,这本是无可厚非的“双赢”之举。强势

品牌侧重于提供统一产品,只要加盟商管理得当,完全可以将产品非常标准化地呈现给消费者。一味强调“商家明明自己可以挣钱,为什么要带非亲非故的你一起玩”,可能属于对底层商业逻辑不甚明了的键盘党。

以某一二线城市常见的头部奶茶品牌(来自于我国宝岛台湾)为例,尽管属于消费者追捧多年的现象级品牌之一,但其开放加盟的时间要在之前两家知名品牌(加盟店均过千家)之后,迄今也不过数百家,以加盟和管理制度严苛著称。这也就不难理解其国内数百家加盟店能将

产品和服务品质始终维持在一定水平。据加盟店主自爆进入经营稳定期仍经常遭受来自总部的压力,后者会不定期派管理层到店检查卫生和物料保质期,派神秘顾客到店购买产品,检查店员的仪表妆容、服务态度、奶茶质量。总部还会每月一次对所有门店的综合成绩排名,靠后的门店会上“黑榜”。这样质量的加盟店又有什么理由会被消费者遗忘而挣不到钱呢?

回到文初提及的长沙本土奶茶品牌,根据舆情检测与相关数据库营销数据,其在微博被提及的条数在所有奶茶品牌中排

名第三,仅次于两大成名已久的全国性奶茶品牌。不过据其自称,尚未开展加盟甚至直营店迄今也未在长沙以外落地。假设这一品牌放开加盟,是否也是“坑”,也是要开始“割韭菜”呢?恐怕人人争先,想被“坑”、被“割”也不见得有机会。简而言之,包括但不限于奶茶这个行业,可能的确存在50%以上乃至更高的倒闭率,但是对凭实力脱颖而出,又有历史沉淀,加盟管理得当的品牌并不适用,其给品牌与加盟商带来利益是大概率事件,不清楚为何要一棍子把全行业一起打死?

## 海淀区市场监督管理局 全力保障节日期间市场安全稳定

为切实维护节日期间市场安全稳定,国庆节假期期间,海淀区市场监督管理局执法人员全力守护辖区内节日市场秩序,维护广大消费者合法权益。

一是深入一线督查督导,加强市场秩序严格执法。围绕节日期间肉类供应、食品卫生、安全生产等关键领域,深入一线开展督查督导,详细了解辖区内商场、超市等肉类供应和销售情况、特种设备安全及食品安全卫生情况,对检查发现问题立即督促整改,确保节日期间巡查和服务保障措施落实到位。

二是突出重点排查隐患,加大高风险食品抽检。结合重大活动服务保障

和节日消费特点,以大型商超、购物中心等重点区域,加大对重点品种、重点单位、重点环节的监督检查力度,全面排查风险隐患,确保节日期间市场秩序安全稳定。

三是强化值班应急力量,全力做好服务保障。以最高标准、最强组织、最实举措、最佳状态投入国庆服务保障,每日安排充足的执法力量进行巡查检查,强化应急值守力量和舆情处置工作,确保市场监管工作“精益求精,万无一失”。

国庆期间,海淀区市场监管局在加大监督检查的同时,还加强了市场监管

法律法规和科普知识宣传教育,多渠道发布食品、药品、特种设备安全知识和消费警示提示,引导广大群众科学理性消费,广泛公布公示投诉举报电话,发动和引导社会公众积极参与监督,着力构建市场监管共建共治共享的浓厚氛围,确保辖区人民群众度过一个欢乐祥和的节日。

