

# 幼儿园招生难 行业探索“老幼同养”新模式

本报记者 黎竹 刘旺 北京报道

从“一孩难求”到“幼儿园关停”，新生儿减少对幼儿园招生的影响逐渐凸显。

多位幼儿园管理者向《中国经

## 探索新模式

2022年学前教育在园幼儿4627.55万人,比上年减少177.66万人,下降3.70%。

近日,媒体报道,位于北京市通州区怡乐中街的颐泽幼儿园因为招生问题,经营不善,面临关门。根据该幼儿园官网介绍,其性质为民办园。

上述情况并非个例,在2021年全国在园幼儿数量首次出现下跌后,2022年全国幼儿园数量也首次减少。2022年全国教育事业统计公报数据显示,在民办教育方面,占全国幼儿园总数的比例超过一半的民办幼儿园,比上年减少6213所。而普惠性幼儿园比上年增加1033所,增长0.42%,占全国幼儿园的比例为84.96%。

上述数据亦显示,2022年学前教育在园幼儿4627.55万人,比上年减少177.66万人,下降3.70%。

事实上,从去年春季开始,有多位业内人士向记者透露:“一孩难求”已存在于北京、上海等一线城市的多个民办幼儿园,部分公办幼儿园也出现了生源不足的现象。据记者了解,部分机关幼儿园也开始对外招生,不再硬性规定家长必须是本单位职工。

苏州尔家幼教集团董事长朱惠芳分析,出现这样的原因是部分已规划的幼儿园仍在建设,一边是幼儿园数量增加,一边是幼儿数量减少,形成了幼儿园学位供大于求的局面。

全国政协委员施维雄曾告诉记者,普惠性民办幼儿园虽然接受政府限价收费及财政生均奖补,但由于对室内外环境、设施设备、人员配置等要求较高,需要相对较高的投入,同时社会资本普遍面临选

址、融资等难题以及建设运营成本高等风险,多地普惠性幼儿园的收费与政府生均补贴之和远低于实际生均培养成本,致使幼儿园收不抵支,其运营遇到瓶颈。

中国教育科学研究院研究员储朝晖指出,幼儿园可以借此机会

实现精细化转型,这有助于推动我国学前教育的高质量发展。他认为,普惠性教育的发展需要多元化的办学主体,当下民办园需要更多的财政经费投入,在此基础上才能进一步探索新模式。

置率,把多余的资源、人员调配至“一老一小”、社区等服务,实现人员转型和场地再利用。

当下,在“一老一小”社区居家服务体系建设成为政府和社会广泛关注的热点民生问题后,“一老一小”的新模式也开启了初步探索。

据记者了解,国内目前开展“老幼同养”模式的机构仅有三家,分别位于武汉、南京和贵阳,但也面临不少挑战。

值得一提的是,比较容易实现的是空间上老人和幼儿的生活区域彼此独立,有各自的厨房、餐厅与活动区域。但是需要两套不同的管理人员分别负责老人和幼儿的日常生活与照料护理,这意味着人员配置上的开支也是双倍。因此,这也需要在财政上有一定支持。

一位幼儿园管理者也向记者透露,目前确实在做这样的尝试,在地理空间上紧邻设置养老设施与幼儿设施,企图实现幼儿园的转型和老幼群体的互惠互利。但由于老幼群体的生活方式与生活习惯差异较大,在饮食、安全与卫生等方面的要求不尽相同,且机构工作人员多为幼教出身,在照料老人方面缺乏经验,在日常工作中也难以做到老幼兼顾。

专家指出,“一老一小”社区要构建的是以兼顾家庭养老照护和儿童照护需求为目标,以社区和家庭为依托的服务体系。由于养老和托育分属不同政府部门管理,为避免政出多门、相互推诿,相关部门机构应增强沟通与合作,统筹规划老幼同养模式的发展。

实现精细化转型,这有助于推动我国学前教育的高质量发展。他认为,普惠性教育的发展需要多元化的办学主体,当下民办园需要更多的财政经费投入,在此基础上才能进一步探索新模式。

实现精细化转型,这有助于推动我国学前教育的高质量发展。他认为,普惠性教育的发展需要多元化的办学主体,当下民办园需要更多的财政经费投入,在此基础上才能进一步探索新模式。

实现精细化转型,这有助于推动我国学前教育的高质量发展。他认为,普惠性教育的发展需要多元化的办学主体,当下民办园需要更多的财政经费投入,在此基础上才能进一步探索新模式。

实现精细化转型,这有助于推动我国学前教育的高质量发展。他认为,普惠性教育的发展需要多元化的办学主体,当下民办园需要更多的财政经费投入,在此基础上才能进一步探索新模式。

实现精细化转型,这有助于推动我国学前教育的高质量发展。他认为,普惠性教育的发展需要多元化的办学主体,当下民办园需要更多的财政经费投入,在此基础上才能进一步探索新模式。

实现精细化转型,这有助于推动我国学前教育的高质量发展。他认为,普惠性教育的发展需要多元化的办学主体,当下民办园需要更多的财政经费投入,在此基础上才能进一步探索新模式。

实现精细化转型,这有助于推动我国学前教育的高质量发展。他认为,普惠性教育的发展需要多元化的办学主体,当下民办园需要更多的财政经费投入,在此基础上才能进一步探索新模式。

实现精细化转型,这有助于推动我国学前教育的高质量发展。他认为,普惠性教育的发展需要多元化的办学主体,当下民办园需要更多的财政经费投入,在此基础上才能进一步探索新模式。

## 普惠性托育需求旺盛

“十四五”规划明确提出,要把托育服务作为重点来发展,要使每千人的托位数(托育学位数量)从目前的1.8提高到4.5。

“十四五”时期,国家在公共服务发展方面强调着力扩大普惠性非基本公共服务供给。储朝晖指出,“幼有所育,学有所教”就是教育类公共服务的主要内容,而高质量教育体系建设为主要目标。

多位青年采访对象向记者表示,就近的普惠性托育能够在一定程度上降低生育成本,从而缓解他们的生育焦虑。据了解,目前成都市的托育机构多为民办,托费一个月在2000元—5000元左右,但家长会疑虑其质量。因此,鼓励公办幼儿园开设托班,亦有益于补齐公办托育机构缺乏的短板。

记者了解到,“十四五”规划明确提出,要把托育服务作为重点来发展,要使每千人的托位数(托育学位数量)从目前的1.8提高到4.5。在拓宽普惠托育供给渠道上,幼儿园发挥着重要作用。去年17个国家部委联合发文,明确表示“在满足学前教育普及的基础上,鼓励和支持有条件的幼儿园招收2—3岁的幼儿”。

去年刚生二胎的李莉(化名)把二宝送进了一家开设托班的幼儿园,她提到:“之前老大就在这家幼儿园上过,感受到各方面都不错,所以老二也送过来了。”而李莉的邻居则把年龄差距不大的两个孩子送进了同一家幼儿园,认为这样“不仅有利于培养兄妹感情,哥哥也可以照顾妹妹”。

对李莉这样的普通工薪阶层来说,家或者公司附近的幼儿园是他们托育的优先选择,一些接收1—3岁儿童的托育机构“收费会比请育婴师(照顾

0—3岁婴幼儿的专业人士)便宜,但感觉不是很正规”,而育婴师的价格“长时间吃不消”。据记者综合一线城市多家大型家政公司所了解的情况,育婴师薪酬按等级不同每月7000元—15000元。

储朝晖认为,“幼儿园的普惠不单靠公办园就能解决,办学主体多样化和办学机制的灵活性都是支撑实现普惠性托育需求的有效推手。”

虽然托育服务的供给与家长需求还有差距,但办托班的幼儿园近年来逐渐增多,其中民办幼儿园是主力。

苏州市吴江区的一家民办幼儿园负责人告诉记者,现在年轻夫妻对托育有需求,他们从2018年起开设托班,招收2—3岁的孩子,托班人数逐年增加,目前约占全园孩子总数的三分之一。

朱惠芳透露,苏州园区和新区要求每个幼儿园开办托班,苏州市卫生和计划生育委员会按照相关规定对开设托班的幼儿园给予补贴。

据记者了解,苏州市从2020年开始要求新建、扩建幼儿园都要开设托班,无特殊原因不取消托班,并鼓励幼儿园发挥专业资源优势实行托幼一体化管理。2021年后新建、扩建幼儿园的,将开设托班纳入幼儿园设计规划配套之中。同时,该市加大了托育机构财政资金支持力度,对于通过卫健部门备案且以不高于普惠托育服务价格收托适龄婴幼儿的社会办托机构(包括民办幼儿园),给予每个托位不低于1万元的一次性建设资金补助,以及一定的普惠托位运营

补助。

银座幼教党总支书记、董事长袁霞向记者介绍,其所在集团采用多种形式提供托育服务。社区嵌入式托育园定位是小而精,服务于两公里半径之内的家长,可以提供全日托、半日托、计时托、周末活动等服务;幼儿园中的托育班则利用幼儿园的空余场地开办2—3岁托班,满足家长送托需求;“合作办园”模式则充分发挥品牌、资源优势,积极协助各大企业、政府机关等用人单位,以委托管理或提供第三方服务的形式,合作举办爱心托育园;还有在筹建过程中的家庭托育点,正在积极探索。

熊丙奇表示,要在全国范围内发展普惠托育,有必要把当前的学前教育财政性教育投入占财政性教育经费的比例从5%提高到9%;同时,明确学前教育教师和义务教育教师同等的地位和待遇,提高幼师素质及学前教育质量。

在幼教从业者看来,托幼一体化是有门槛的。储朝晖提示到,由于1—3岁和3—6岁儿童的能力特征、行为特征以及需求差异都较大,需要不同的专业人员养育,因此具备相关条件的幼儿园应在具有相应资质的情况下,才能够进一步开设托班。

据了解,2025年托幼人才缺口预计高达200万,但同时,托育行业从业人员素质参差不齐、师资缺乏等“卡脖子”问题亟待解决,长期以来,高校培养学前教育专业(3—6岁)的幼儿园人才居多,早期教育专业(0—3岁)的人才较少。

# 暖饮细分赛道发力 打响“冬日争夺战”

本报记者 党鹏 成都报道

“我们店每天能卖四五十瓶暖饮饮料。”在近日凛冽的寒风里,西安城南一家医院旁边的社区超市的王老板告诉《中国经营报》记者,店里有农夫山泉配送的小型保温柜,用起来很方便。

在这个冬日里,“冷饮发展看便利店,热饮发展看茶饮店”的传统模式已然被打破。在暖饮细分赛道里,无论是社区超市、新茶饮门店或者饮料企业,都纷纷推出了各种暖饮饮品,种类囊括了奶茶、牛奶、豆浆、咖啡、果汁、茶饮料等。

记者注意到,在饮料行业的相关企业纷纷在暖饮赛道发力,进行暖饮产品创新的同时,正在加速对社区终端门店和餐饮门店的布局。但暖饮对于产品的包装工艺、食品安全、暖柜投入成本等都是不小的挑战。

“中国幅员广阔,季节的变化非常大,如何去匹配和满足消费端在冬季喝饮料,扩大销售的机会,增加销售的频次,增加客户的黏性,提升服务体系呢?”中国食品行业研究员朱丹蓬表示,暖饮是一个非常好的细分品类,也是一个非常好的场景创新。“近十年,中国的暖饮步入了高速增长、高速发展、高速扩容的节点,这也是中国饮料企业不断创新升级迭代的一个具体表现。”

## 纷纷抢占暖饮市场

在寒冷的冬日里,顺手买一杯热乎乎的饮料,成为很多年轻人的选择。

近日,奈雪的茶发力暖饮市场,在点餐小程序上主打八香为名的各种暖饮饮品;蜜雪冰城则推出了多料暖暖心、蜜果暖暖心等系列产品。在沿街的茶饮门店,暖饮已经成为冬日的竞争焦点。

“茶饮产品线丰富,除红气桂枣奶茶部分常规热饮外,鲜奶茶系列、橙露啾啾、杨枝甘露等很多产品也都可以在保持原有风味的基础上进行温度调整,以更适配

## 保温柜的渠道竞速

“我们的保温柜一次性可以放40瓶的饮料加温,随时都在补充。”上述西安社区超市的王老板介绍,保温柜由农夫山泉免费提供,今年是11月份送过来的,计划在明年三四月份拉走,主要是门店面积大小,没有地方可以置放。

不同于新茶饮门店可以直接调配暖饮饮料,保温柜是社区超市提供暖饮的保障。就此,为了直接抢夺终端市场,农夫山泉通过配送

## 产品创新背后的挑战

根据欧睿信息咨询数据,2022年全球暖饮销量增长了1%,中国暖饮市场销量增长与全球一致,市场规模也早已突破千亿元,并呈现出健康化、居家化、符合特定需求、可持续发展的趋势。

尽管市场庞大,但暖饮门槛却不低。对于中小饮企来说,参与暖饮争夺战需要入场券,且不算便宜。包装工艺、食品安全、产品折损率、暖柜投入成本等都是不小的

冬季饮用习惯。”茶百道方面告诉记者,除个别门店会按照经营区域做个性化调整外,南北门店不存在明显差异,全国门店均按照统一的出品标准进行制作。

不仅如此,传统饮料企业也纷纷进入这一细分赛道。包括农夫山泉的铁观音奶茶“打奶茶”系列;三得利的新蜜香系列、乐趣奶茶系列等多款暖饮;红牛、可可满分也上新了可加热饮料。

“今年暖饮季的推广或将在1月份正式开始。”农夫山泉方面告诉记者,目前正在筹划阶段,今年的暖饮市场增量很大。

保温柜的方式,为社区超市提供便捷服务。

区别于夏日的大型饮料柜,保温柜的规格一般都很小,占地不大。记者在成都的舞东风连锁超市看到,这里摆放的保温柜由统一企业提供,里面主要摆放的就是统一旗下的阿萨姆奶茶,但是只能放20来瓶。

“我们一般会把温度调整到40度以内。”成都从事餐饮业的熊先生告诉记者,一般饮料企业并没有

挑战,内卷竞争推动产品创新。

朱丹蓬认为,暖饮市场的特征,正是“五多战略”的一个具体表现:多品牌、多品类、多场景、多渠道、多消费人群,只有通过持续推进,持续地创新升级跟迭代,才能够去满足重度消费人群的核心需求跟诉求,这也是消费端倒逼产业端创新升级迭代的一个很明显的结果。

朱丹蓬举例说,热饮市场发展,对包装材料、保质期、热饮柜配

特别的检测要求,或者行业规范来规定哪些饮品能放暖柜、哪些不适合。因此,对于加热后的保质期等也不是很清楚。

友客便利的工作人员介绍,上架的热饮都贴有人柜日期标签,保质期一般在14天之内,店员会及时清理,以保障食品安全。

此外,保温柜是否只能摆放自有产品、如何监管、成本分摊等,对于饮料企业来说都是挑战。就此,舞东风超市介绍,目前会统一定期巡查提供给超市的冷柜和保温柜,摆放了哪些产品,尤其是保温柜里如果放了其他的产品就会被清理。农夫山泉方面对于保温柜的成本控制、日常管理未作回复。

但是记者看到农夫山泉的保温柜里除了其自有产品外,商家还可以摆放其他产品,并未受到农夫山泉方面的约束。

朱丹蓬认为,健康瓶装热饮需

质上选用耐高温又能维持产品口感的玻璃瓶和利乐盒两类,满足饮品加热需求。

此外,除了传统的社区超市之外,在渠道布局上争夺餐饮店,开拓新消费场景也是暖饮争夺的焦点。记者注意到,目前在成都餐饮店,冰饮除了大窑汽水之外,暖饮主要是唯怡豆奶,不少火锅店、串串香店、烧烤店都可以看到本土时下较受市场欢迎的三种口味,材



农夫山泉为社区超市提供的暖饮保温柜。

党鹏/摄影

求的增加反映了消费者当下对生活品质的要求提升,联动热餐等相关产品将从消费端倒逼产业端进行升级。他表示,功能多维化,热餐、热饮品类丰富化将是便利店未来的“进化”趋势。热餐、热饮对便利店来说是流量补充,可增强客户黏性。“做热餐、热饮除可增加复购外,其对店铺的利润也有很好地增持。未来便利店的盈利模式、运营模式及空间布置都会随之发生变化。”

装直接在水里煮熟即可。

对于茶饮门店而言,暖饮的产品创新也尤为重要。“为了打造冬日的氛围感,我们推出芋泥产品升级和桂花新品两个系列,5款单品采用芋泥、桂花两个热门冬季单品元素。”茶百道方面表示,基于消费者对优质、健康茶饮产品日益增长的需求,未来茶百道将持续提升产品质量,专注产品构思,并不断探索天然食材与中国茶的搭配。