



全国百城住宅库存 连续三月攀升

在房地产调控政策持续作用下，加上年底楼市观望情绪加剧，全国住宅市场整体供大于求矛盾加剧。18日，易居房地产研究院公布的数据显示，受监测的100个大中城市住宅库存连续三个月环比上升。

易居方面发布的数据显示，截至2018年11月底，受监测的100个城市新建商品住宅库存总量为44791万平方米，环比增长2.5%。观察历史数据，2018年9月开始，百城库存规模出现近三年首次显著攀升态势。10月至11月继续保持增长态势。总体上看，库存走势迎来拐点，2018年四季度正步入上行通道。

截至2018年11月底，一、二、三线100个城市新建商品住宅库存总量分别为2713、22780和19298万平方米，环比增幅分别为8.4%、1.9%和2.3%，同比增幅分别为23.7%、-4.9%和11.7%。

易居研究院智库中心研究总监严跃进分析认为，从同比增幅数据看，一线城市在连续34个月库存同比下跌后，自2018年6月首次出现同比正增长态势，7月至11月继续同比正增长，这意味着一线城市正进入补库存阶段。二线城市虽然保持同比下跌，但跌幅持续收窄。三线城市在连续38个月同比下跌之后，目前首次出现同比正增长现象。

国内现磨咖啡消费市场或迎爆发期

中国现磨咖啡市场仅占整个中国咖啡市场的16%，未来还将迎来潜在市场的爆发。近日，美团在最新的研究报告中表示，2018年在资本的助力下，现制咖啡饮品门店数量均有增长，现磨咖啡市场有待进一步挖掘潜在市场。行业分析师称，中国现磨咖啡市场依然处于不饱和的竞争状态，未来5年将会在爆发中形成百花齐放的行业格局。

美团在最新的研究报告中表示，中国现磨咖啡市场还存在较大的提升空间，原因是全球范围内现磨咖啡更受咖啡消费人群喜爱，而在中国，消费者更偏爱速溶咖啡，现磨咖啡还存在潜在的巨大市场空间。

该报告称，去年受高成本压力和新零售咖啡兴起的双重影响，各级别城市门店数均有下降，但在2018年，在资本的助力下，全国各级别城市现制咖啡饮品门店数量均有增长，现磨咖啡市场有待进一步挖掘其潜在市场。

一直以来暗流涌动的现磨咖啡市场在2018年开始风起云涌。比利时巧克力品牌Godiva刚刚宣布，即将新开设2000家咖啡馆，其中1/3位于亚洲。目前，在中国市场上，星巴克已有3600家门店，瑞幸咖啡有1700家，Costa有450家，还有近年崛起的蓝咖啡，现磨咖啡市场大战愈演愈烈，一触即发。

2018年1月初，瑞幸咖啡开始试营业，并在7月获得A轮2亿美元的融资，投后估值10亿美元。数日前，瑞幸咖啡宣布完成2亿美元B轮融资，投后估值22亿美元。目前，瑞幸在全国21个城市或地区完成了1700多家门店的布局。

星巴克保持平稳增长速度，截至11月底已在中国内地150多个城市或地区开设超过3600家门店，预计2022年9月底将增至6000家。最新的财报显示，2018财年，星巴克中国的收入增长了21%，净增了585家门店，新进入了17个城市，同店增长回归增长轨道，同店增长为1%。

竞争之下：中国咖啡市场的层次越来越丰富

“我并不认为星巴克和瑞幸咖啡之间有可



比性。”中国食品产业分析师朱丹蓬认为，中国咖啡市场经过30年的普及和培育，在2016年迎来真正的爆发期，主要原因是消费人口的暴增和咖啡元素融入现代生活场景，现磨咖啡产业从原来的T形向金字塔形延伸，产业结构发生变化，可以容纳更多不同层次、不同调性和不同卖点的品牌，“在我看来，星巴克占据现磨咖啡市场的金字塔的上端，瑞幸主要占据塔腰部分。”

冲入市场的瑞幸咖啡背后是不惜成本用烧钱换取时间和市场份额的互联网逻辑。有媒体报道，2018年前3个月，瑞幸咖啡在朋友圈广告的投放金额超过800万元，广告曝光次数超过1亿次，广告总曝光人数超过4500万，另外花费3亿元投入楼宇电梯广告，电梯电视媒体的广告

花费占到投放总体的73%。在快速开店的同时，瑞幸实行大量补贴促销。在B轮融资之后，瑞幸咖啡创始人兼CEO钱治亚表示，融资之后，对用户的补贴还会继续，并将持续加大产品研发、科技创新与业务拓展等方面的资金投入力度。

瑞幸的闪电战背后，采取的是与星巴克截然不同的经营模式，“自提+外卖”的直营，门店面积比传统咖啡门店小，并非临街旺铺，成本相对较低。据瑞幸咖啡相关负责人表示，相比传统咖啡店，瑞幸咖啡仅场租和装修就可以节约30%以上的成本。

不过，记者了解到，目前瑞幸咖啡已经提高北京、上海地区的免费配送门槛，即单价从35元提升至55元。瑞幸咖啡相关负责人解释

称，这些核心区域做到500米范围内的100%覆盖，顾客步行5分钟即可到店自提，适当提高免费配送门槛，可以鼓励更多用户避免浪费。但业内人士表示，提高配送门槛，可以减轻一定的经营压力。

未来5年：现磨咖啡市场仍处不饱和的竞争状态

朱丹蓬认为，深层梳理现磨咖啡产业，结合中国咖啡行业中长期发展战略，可以得出这样的结论，即中国现磨咖啡市场依托消费端的爆发，在未来5年将会呈现多品牌、多场景、多档次的态势。

星巴克对此回应：“中国咖啡市场体量巨大、竞争充分、发展迅速。我们相信，中国市场有广阔的空间让更多咖啡品牌与我们一起健康成长。”在朱丹蓬看来，看似激烈竞争的国内现磨咖啡市场，竞争存在消费端而不是产业端，也就是竞争并非是非星巴克和瑞幸，而是把还没有品饮、购买现磨咖啡的消费者转变为目标消费者：“现在要做的是争取这些入门者，把他们拉入消费军团里，下一步才是消费者根据认知、消费档次进行的分化。”他认为，未来5年，中国现磨咖啡市场依然处于不饱和的竞争状态，不同咖啡企业之间不是纯粹的竞争关系，而是竞合的关系，并通过不同的模式，把中国咖啡市场的人口消费红利进一步扩大，做大整个市场的蛋糕：“因为市场足够大，它们完全可以并存，并一起发展。”

■数据

有报告数据显示，全球范围内现磨咖啡在咖啡总消费量中的占比超过87%，中国的情形却恰好相反，速溶咖啡占据84%的市场份额，现磨咖啡仅占16%，国内现磨咖啡还将迎来潜在市场的爆发。

(来源：《广州日报》)

一线城市房价继续下跌 全国楼市整体降温

作为全国楼市风向标，11月份，北京、上海、广州、深圳四个一线城市的房价还在继续下跌。

我爱我家集团研究院分析认为，“北上广深”早已进入存量时代，二手房交易比例大，所以二手房价的涨跌基本代表了楼市的走向。虽然11月份北京、上海的新房价格仍在上涨，但新房的交易体量远小于二手房，结构性因素也较大，并不能真正反映市场。而“北上广深”的二手房价在10月份已经开始全面下跌，11月份这一趋势还在延续，这说明一线城市的楼市已经出现了真正的拐点。

不过，与一线城市的由升转跌相比，目前二、三线城市房价还只处在降温过程中。统计局数据显示，11月份，31个二线城市新建商品住宅和二手住宅销售价格分别上涨1.0%和0.3%，涨幅均与10月份相同；35个三线城市新建商品住宅和二手住宅销售价格分别上涨0.9%和0.4%，涨幅比10月份分别回落0.2和0.1个百分点。由此可见，11月份，二、三线城市房价还在上涨，只是涨幅正在收窄。这与一线城市有明显的分化。

我爱我家研究院分析认为，从11月份70个大中城市的房价走势来看，目前全国楼市的整体热度是在下降的。但部分二线城市，大多数三线城市以及很多四线城市的楼市仍有较高热度。从整体看，只要政策调控得以延续，未来全国楼市仍是趋于平稳的，楼市距“寒冬”还是相去甚远。

多路资本抢入10万亿级养老市场

2018年养老产业政策密集出台。养老业向社会资本开放成重头戏，多个部委频频表态支持养老产业发展。十万亿元级的养老服务市场即将开启，各路资金正争相入局，特别是国企央企加大布局，银行、保险、基金、信托等养老金融也是亮点频出。

《经济参考报》记者获悉，作为民生补短板的重要一环，更多支持养老产业发展的“硬举措”正在酝酿，将在2019年落地。养老服务市场有望成为更多产业资本和金融资本的投资热点。

开放成关键词

2018年政府工作报告提出，扩大电信、医疗、教育、养老等领域开放。2月1日，民政部公布2018年十大重点工作，其中之一就是深化养老机构的“放管服改革”，全面放开养老服务市场，鼓励PPP项目发展。

7月18日，国务院常务会议决定再取消养老机构设立许可等17项行政许可事项。8月16日，国务院常务会议强调取消和减少阻碍民间投资进入养老、医疗等领域的附加条件，帮助解决土地、资金、人才等方面的难题。

9月20日，党中央国务院印发关于完善促进消费体制机制进一步激发居民消费潜力的若干意见，强调全面放开养老服务市场，进一步简化行政审批程序。10月国办印发《完善促进消费体制机制实施方案(2018—2020年)》强调，取消养老机构设立许可。

11月28日，国务院常务会议部署进一步发展养老产业、推进医养结合，提高老有所养质量。强调简化和放宽准入，支持各类所有制养老机构规模化、连锁化发展等。

“今年以来，养老产业支持政策可圈可点。”和君健康养老研究中心投研部负责人秦婧对《经济参考报》记者指出，比如，除了加大放管服改革力度，进一步向社会资本放开外，更加强调规范化、标准化方向等。医养结

合方面，进一步简化审批流程、降低准入门槛，取消养老机构设立许可，养老机构内设医疗机构备案就可以运作。

金融资本发力

根据全国老龄办数据，截至2017年底，我国60岁及以上老年人口已达2.41亿人，占总人口的17.3%。中投顾问数据显示，中国有近84%的养老需求还未得到满足，预计到2022年我国养老产业规模将超过11万亿元。各路资本正抢入养老市场。

不仅是养老信托，2018年，银行、保险、基金等金融机构在养老方面动作频频。12月14日，银华、富国和万家旗下的3支养老目标基金同日宣告成立，合计有效认购总户数超过20万，金额合计达到13.13亿元。至此，首批14支养老目标基金已成立9支，首募金额合计达到29.36亿元。

“2018年养老金融方面有不少亮点，特别

是金融产品创新方面。除了养老目标政策投资基金，银行方面，农行还推出了首个养老服务信贷政策，从信贷方面给养老服务企业打开一条通道。”秦婧说。

“在全面放开养老服务市场政策驱动下，养老服务市场保持着高速发展惯性，一大批国有企业、外资企业进入养老产业。”关博表示，市场主体的增加，特别是具有成熟服务业发展经验、管理标准化水平更高的外资和国资企业进入，促进养老服务业态提质扩容。

4月，中国太平保险集团和中国保利集团合作成立太平保利投资管理有限公司，共同布局健康养老产业；10月，北京同仁堂健康养老全国战略正式落地实施；12月，首个由央企和京企联手组建的“首厚康健”城市中心连锁养老社区项目正式启动。此外，建投控股、建信养老、中信信托等都在产业端或者金融端加大对养老产业的布局。

(来源：《经济参考报》)

中介“捉刀”或成中国学生留学的一大硬伤

如果你拥有1500分以上的SAT(由美国大学委员会主办的一项考试)成绩，想要申请一所美国的常春藤高校，那么，请问你会找一个留学中介来为你“把把关”吗？

回答这个问题，麻省理工学院的校友罗易(化名)最有发言权。过去两年来，经她手上进行“校友面试”的、在上海的中国学生中，有一半以上都能明显看出中介操作的痕迹，“不是个别现象，这直接导致中国学生在校方那里的口碑变差。”

麻省理工学院有着严格的招生录取政策。一名申请人读该校的非美国学生，需要提前提交一系列申请材料，再在网上与美国招生官进行“在线面试”，随后要接受这所学校在申请对象所在地本地工作的“校友面试”。

“校友面试”至关重要。如果校友通过面对面的谈话，发现你足够优秀，那么你有90%以上的把握可以进入这所学校就读；反之，你则很有可能不被录取。每一个进入学校的“新生”，身上都带有当年那个对你进行面试的校友的“标签”，如果新生后续表现不佳，这名校友未来的“面试权”将被减少；如果他向学校输送的学生质量越来越差，那么他最终将被取消面试资格。

罗易是这方面的专家，她在上海创办了自己的企业，把“校友面试”看作一份至高的荣誉，同时也为更多中国孩子进入MIT殿堂做工作。但她发现，近两年，MIT给中国学生的名额有些减少。

“中国的中介太厉害了，太会包装孩子了。很多孩子本身并不算太出色，也未必适合读MIT，但经中介一包装，就像那么回事了。”罗易说，中介对一个孩子的“包装”远远不是SAT成绩一项这么简单。中介早就摸准了那几所最受中国人欢迎的常春藤高校的招生路子，学校喜欢什么样的学生，看重学生哪些方面的能力，他们全都知道。



但经过包装的学生，如果“火眼金睛”的校友面试不能发现其中夸大、作假的成分，那么经他推荐进入名校后，会造成这所名校未来对他所在区域的“整个判断”。也就是说，如果有多名中国学生通过中介包装进入MIT，并且他人校后表现不尽如人意的话，那么MIT的招生部门就会对整个中国片区的学生形成“坏印象”。

罗易总能有效“识别”出那些经过中介花式包装的学生，“SAT成绩恨不得都要1600分

满分了，方方面面都很强，自己还在某个领域有研究，体育、艺术、兴趣爱好都很齐全。”这种时候，罗易会针对一个角度的话题，不断深聊。

你研究过上海的石库门建筑，那么你知道上海有多少这样的石库门？去过几个建筑群访问？重点访问些什么？是否采访过居住在石库门里的人？石库门里住着哪些人？他们过着怎样的生活？上海还有哪些专家在研究石库门？石库门建筑与普通的上海平房有什么区别？它的历史是什么样的？它的构造有哪些特点？

她用一连串的问题来考证，这名申请者到底对某一个领域研究到什么程度，是不是他自己研究的。

总会有学生在经过好几轮刨根问底式的“轰炸”后最终承认，自己确实找中介做了一些准备。而中介人，在罗易这里已经成了“一票否决”的选项。因为有时，这种中介介入的“准备”甚至可以无中生有。

在一家留学中介机构，中国青年报·中青在线记者抛出了SAT成绩1500分、其他什么爱好都没有的条件，要求包装进入一家长春藤高校。对方并未立刻给出报价，而是拿出了一张各种“爱好”的清单，上面备注了某个项目、由某协会盖章的列表。

在这名咨询人的眼里，所有的爱好、特长都有办法“做出来”，唯一需要孩子准备的，就是“如何应对面试官的提问”，这一项，属于面试培训范畴，另行收费。加起来，一名SAT高分学生“包装”一下，不保证录取的费用接近10万元。

对那些正在爬藤的中国学生家长而言，10万元的花费实际上并不算什么。在上海，曾有一个小型作坊式中介甚至挂出“60万元到美国走一圈”的天价，依旧应聘者众多。这家中介承诺可以帮助中国学生到美国直接与某名校教授“对话”，上一周课，“基本全部搞定”。

最关键的问题是，这种“包装”最终将会导致整个中国学生，甚至华人群体在名校那里“失信”。

2014年，哈佛大学等美国名校直接提高了亚裔学生SAT分数要求的底线，提高后，亚裔学生需要比白人、西裔、非裔学生多考两三分。根据2009年的统计数据，被录取藤校亚裔学生的SAT成绩要比白人学生高140分，比西裔学生高270分，比非裔学生高达450分。

今年8月，2014年就开始起诉哈佛大学的非营利组织“大学生公平录取”(SFFA)在波士顿法院的动议中再一次指控哈佛大学的做法属于歧视。对这一系列的指控哈佛大学则回应，他们的录取政策是根据每个申请者的整体素质作出的决定，是公平的，而且在过去10年亚裔美籍学生的录取率已经上升了29%。

美国哥伦比亚大学的中国籍教师肖恩(化名)告诉记者，实际上，哈佛等名校的做法代表了大多数美国藤校对中国学生、亚裔学生的看法，“多数留学生功课不错，但做起项目和演讲来就不行了，团队协作时的表现更差。”肖恩说，这个印象并不完全冤枉了中国学生，“这些印象短时间内想改变很难。”

留学市场中介盛行的一个重要原因是，的确有很多“爬藤”学生(指想要进入常春藤高校学习的学生)可能真的“只有”SAT成绩。

美国康奈尔大学招生办主任Shawn Felton看不懂中国到处都有留学中介的现象，他曾多次在公开场合表示，面试的目的只是想尽可能多地了解一个人，“我们会将每个申请人作为独立的人来看待，去了解他们的人格，以及他们在课堂之外的所作所为。这些都是让他们与众不同的地方，也决定了他们应该去哪里读书。”

如今在上海，已经出现了一群在幼儿园阶段就开始立志“爬藤”的妈妈。他们会让孩子在全英文的环境中学习，会请一个大学生家教“根据孩子喜好，随便教孩子些什么”，会在孩子喜欢研究人体骨骼构造的情况下网购一个“骷髅模型”回家，让孩子尝试针对某个问题不断地深入研究下去。

展现自己，其实并不需要太多中介的介入。“经过中介‘包装’进入名校的孩子，也未必都能顺利毕业，后面的事还多着呢。”罗易说。

(来源：《中国青年报》)