



择校没有“定心丸”

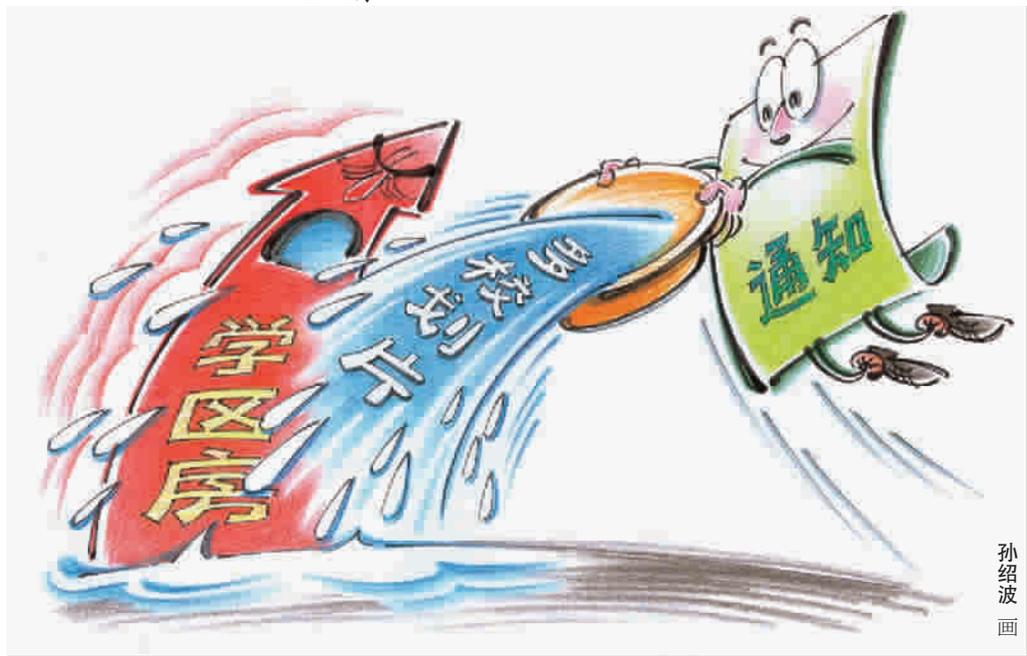
王蔚

新民眼·首席视点

古有孟母三迁,今有学区房热卖。先做一个反面“广告”。前几天的央视报道,说近期上海房价涨势凶猛,一些学区房的房价,一年内涨了100万元,市民直呼太恐怖。之所以称它为反面,是因为学区房的非理性成分过重。我常生疑惑,到底是热炒学区房助推了择校热呢,还是择校热在不断推高学区房,抑或这两者真的成了孪生胎?

今天再议学区房,恰是因为上周传出的教育部发布了《关于做好2016年城市义务教育招生入学工作的通知》,其中明确提出“在目前教育资源配置不均衡、择校冲动强烈的地方,要根据实际情况,积极稳妥采取多校划片,将热点小学、初中分散至每个片区,确保各片区之间大致均衡”。此举意味着在去年还仅是作为教育专家意见、建议性的“以多校划片取代单校划片”,已经正式被教育部的行政文件吸收采纳。据悉,该文件已经下发至各地教育部门,但是细则尚未出台。由此,引来的第一波冲击,倒不是择校热会在多大程度上降温,而是“学区房到底还要不要买”以及“花巨资买到的学区房会不会一夜之间砸在手里”等纠结。

多校划片政策的初衷是为学区房降温。所谓“多校划片”也就是大学区制,是将热门的小学、初中对口入学名额分散至不同片区,确保各



孙绍波画

片区之间大致均衡,然后通过随机派位来分配这些热点学校的招生名额,剩余的学生就近安排到其他学校入学。简单地讲,就是买了热门学校片区内的学区房,也不一定上热门校。近年来,虽然在抑制学区房的房价离谱上涨这件事情上,各地有各地的高招,但多校划片则是被看成是一个狠招,甚至是个杀手锏。只不过,从具体操作来看,实行多校划片将通过随机派位方式分配热点学校的招生名额,这势必又会引出一系列新问题亟待正面破解。比如,

热点学校的资格如何认定、小区所对应的热点学校与普通学校的比例如何安排、名额又如何分配,这些问题无论怎样缜密设计,由于牵涉到各方利益,本质上还是个“零和游戏”,最终都难免会招来争议。

其实,对于购买学区房所要承担的风险,已经说了N年了。就如同“股市有风险”,入市者又往往总是期望值很高。“狼来了”喊多了,也就麻木了。这次教育部文件的出台,仿佛一剂猛药,一记棒喝,且不说效果,至少是让学区房市场“惊

吓”不小。据我接触的一些学区房置业顾问反映,根据以往经验,在类似政策出台之初,市场的确会进入短期观望状态。首先,今后再买学区房,政策风险是不可避免的考量因素,如果划片对口入学政策调整,所购房被排除在热门学区之外,或者被限制入学,那么,购学区房的如意算盘就会落空。第二,绝大多数家长在购买学区房时,一般都不会将孩子是不是能适应这所学校作为风险考虑,几乎很少问一问自己的孩子的兴趣特长是不是与那所学校的办

学理念相匹配。不过,对于教育部文件的解读,也存在着另一种声音。在这次的城市义务教育招生通知中还明确提出,片区确定后应在一段时期内保持相对稳定。即使调整,也要提前广泛告知,设立必要过渡时限,给社会留出合理的预期时间。对此,就有人担心,这是给买学区房的家长吃了定心丸,或将助推学区房价格持续走高。其实,这多半又是误读。随着这些年以及未来不长的时间,政府对促进义务教育均衡化发展的力度肯定在不断增强,优质师资更趋流动,硬件设施更趋相同,连优质课程资源也在一定区域内得以共享,甚至还会出现所谓的热门学校班级的座位摆到了50个以上,而旁边享有同样优质办学资源的学校则实行的是小班化教学,那么,花高价买来的学区房,不要说风险了,简直就是亏大了啊。

虽然,本市已经明确今年会和往年一样,公办小学继续采用单校划片对口招生入学的方式,公办初中则采取小学划片对口、居住地段对口或电脑派位等方式招收学生,但事实上目前市场上在售的学区房也不是终身制,教育部门每年会根据学校与周边居民入住情况进行一些微调,原来的学区是有可能变为非学区的。只是,义务教育阶段的学校划片,因社会关注度很高,对家长、孩子的影响很大,因此,无论是划片方式还是地段变更,教育部门一般不会轻易调整。以上海为例,市教委明确表示,教育部的大学区制,或叫多校划片制,并非唯一路径,上海的特点是学生相对较少且优质的教育资源较多,近年来,上海一直推行的集团化、学区化办学政策,逐步有效地提升了教育资源的均衡优质发展,这才是更契合上海本地特征的办法。

雪佛兰新一代旗舰轿车迈锐宝XL突破驾临 移动互联先锋 实力引领风潮

2月27日,备受瞩目的雪佛兰新一代旗舰轿车迈锐宝XL以破局之势在深圳上市,中国中高级车市风云再起。此次先期推出搭载1.5T和2.5L两种全新动力总成组合的6款车型,混合动力车型将在年内上市。



▲ 雪佛兰迈锐宝XL、代言人张震、外观设计设计师 Jaymer Starbody“三大男神”齐聚发布会

巧思智造突破界限

雪佛兰品牌主张“巧思智造”,迈锐宝XL正是其完美实践者,这也与其目标客户人群产生深切共鸣。

外观设计上,新车继承家族经典跑车科尔维特和科迈罗的轿跑基因,车侧以沙滩和海浪中汲取灵感的海浪主题线条设计引入大门,尽显高档动感整车设计。这一设计与车体大面积皮饰包覆、超长手工缝线、白色氛围灯光、精致镀铬饰件等带来的豪华感和呼应。此外,车长、轴距等车内空间数据都大幅增加,其中后排腿部空间增加27mm,后排腿部空间增加33mm,创下了同级绝对纵向空间记录。

新车搭载全新黄金动力组合。其中,1.5T 顶置直喷涡轮增压发动机配合7速DCC双离合智能启停变速箱,功率和扭矩同级领先,再加上整车进行轻量化优化设计,不仅加速迅猛随心,更创下综合路况百公里

油耗同级超低纪录6.0L,媲美同级混合动力车型,还能享受1.6L购置税减免政策。而2.5L车型则搭配全新6速DSS智能启停变速箱,功率和油耗同样处于同级领先水平。年内还将推出混合动力车型。

与此同时,迈锐宝XL运用经典美式运动底盘,经过全新优化调教,带来更好的操控响应。安全上,全车超高强度钢比例高达40%,全系标配6气囊、博世第九代ESC电子车身稳定系统等,自适应巡航、车道保持、碰撞缓解、第二代自动泊车系统等同级领先配置一应俱全,为中高级车用户带来更周到的美式安全配备。

此外,除了首次搭载之前仅用于豪华车的安吉星车载4G LTE,以及同级率先全系标配Apple CarPlay之外,新车还配备了发动机远程启动、数字显示屏监测等高档科技配置,并延续备受赞誉的深海静音舒适科技。

市场观察: 志在必得 雪佛兰中高级车市场缘何出“双拳”

当前,国内中高级车市场消费需求日益呈现多元化、个性化的趋势,迈锐宝XL上市后将与现款迈锐宝携手,共同满足中高级车市场更广泛的消费者用车需求。

据了解,雪佛兰迈锐宝XL上市,随着1.5T车型先期到店后,主力产品价格定位18万-22万区间,目标中高级车市场中高端;而现款迈锐宝主力成交价则位于15-17万,定位“中高级车实力典范”;两者不仅将使得细分市场继续细分甚至由此扩张,更可以推动雪佛兰不但可以与新豪迪欧、索9直接竞争,更拥有了以“优质”去争取市场份额的底气。

从迈锐宝XL可以看出,雪佛兰的意图已经不仅仅是对现有细分市场需求的满足,更是希望通过更多前瞻技术的应用,挖掘更加具有创造力和行动力、更为个性化和高端化消费者的用车需求,用两款实力突出,各具特色的产品“加码”中高级车市场,而这也成为品牌新一轮高速发展的“序曲”。

2016年,雪佛兰将有7款新产品推出;未来五年,雪佛兰品牌将引入20款新产品,加速布局中高级车、中级车、小车、全系列SUV以及性能跑车等多个细分市场。此时,雪佛兰提出“梦·创未来”的全新品牌主张也显得颇有深意——对于雪佛兰来说,在中国,“梦”从未改变,行动从未停止,“未来”则越来越近了。(数据来源:汽车之家网站)

引领风潮有备而来

作为一款突破界限的品牌旗舰车型,迈锐宝XL有备而来,它集结了雪佛兰百年造车理念和全球领先科技,在同级产品中屡创纪录,例如,创下综合路况百公里油耗超低纪录6.0L,配备车载安吉星4G LTE和集成车级Wi-Fi,率先成为国内中高级车的“移动互联先锋”等,为具有新视野、新思维的新一代社会中坚力量带来超乎想象并极具乐趣的用车体验。

优异表现的背后,源于迈锐宝XL整合了通用汽车全球优势资源,它在美国进行整体架构研发、造型开发及电子架构,中国泛亚进行应用工程开发。整车品质验证上,新车经历了GM全球严苛品质验证后,还在中国本土进行了累计160万公里的专属耐久性测试和高温高寒测试,历经千锤百炼。在生产上,它倚靠上汽通用汽车强大的精益生产制造体系,具备全球一流的产品品质。