

健康关注

儿童青少年是情绪障碍的高发年龄

开学季：不想上学，不想去学校，去不了学校……

- 现在无论是精神科专科医院还是综合医院的心理学门诊，都多于以往的青少年和儿童就诊者、来访者，主要症状是——不想上学，不想去学校，去不了学校。
- 因厌学就诊的孩子中有部分小学生，而初、高中学生更为多见。他们的症状多是，一去学校就有各种身体不适，或者情绪崩溃，慢慢地就不去上学了。
- 从医学视角来看，儿童青少年是情绪障碍的高发年龄。国内、国际的流行病学调查都显示了这一点。

中国妇女报全媒体记者 耿兴敏

9月是开学季。告别暑假的舒缓、轻松，学生们进入紧张、全新的学习生活，大多数孩子对假期有不舍、对开学有压力情绪是正常的。然而，有一些孩子，因心理问题带来身体上出现严重症状而无法正常入学，不得不在父母陪伴下或者独自走进医院寻求专业医疗干预。

近日，中国妇女报全媒体记者来到北京大学第六医院，采访了精神科主任医师刘琦教授、北京大学第六医院神经内科主任、国家临床重点专科（神经内科）学科带头人袁俊亮博士。

刘琦表示：“现在无论是精神科专科医院还是综合医院的心理学门诊，都多于以往的青少年和儿童就诊者、来访者，主要症状是——不想上学，不想去学校，去不了学校。”

开学季，孩子有“不想上学”的心理是正常的

刘琦表示，开学前孩子“不想上学”的消极情绪，与平时我们常说的“厌学”是有本质区别的。

厌学，一般指的是孩子对学习认识存在偏差，消极对待学习活动的行为反应模式，它发生在日常的学习生活之中，若不及时干预，可能会演化为严重的心理障碍。

长假过后，孩子们表现出不愿返校的情绪，往往源于生活与学习环境的突然转变，使他们出现短暂的不适应。值得注意的是，焦虑并非学生独有的情绪，一些教师在开学前也会经历心理压力的攀升，无论是成人还是孩子，面对开学产生焦虑感都是正常的。

面对孩子对上学的焦虑情绪，理解和接纳是至关重要的一步。很多父母听到孩子不想上学，总是苦口婆心地灌输大道理：“所有小朋友都会上学，你现在不上学，你以后怎么办？”反复强调不上学的后果，会更加重孩子的心理负担。

我们不妨换位思考，假如你最近上班十分辛苦，回到家对家人说：“我不想上班了！”也不愿意听到对方说：“你不上班怎么行？以后日子怎么过？”你更愿意听对方说：“是不是工作遇到什么难事了？跟我说说。”

孩子也一样，当他跟你抱怨：“我不想上学”，并不意味着孩子真的想放弃学业，他只是想让你了解他的心情，肯定他的感受。如果我们能够认同孩子的情绪并愿意倾听他们的心声，孩子的焦虑情绪就会得到很大缓解。

情绪障碍导致孩子厌学

刘琦介绍，因厌学就诊的孩子中有部分小学生，而初、高中学生更为多见。他们的症状多是，一去学校就有各种身体不适，或者情绪崩溃，慢慢地就不去上学了。

北京大学第六医院神经内科主任、国家临床重点专科（神经内科）学科带头人袁俊亮博士指出厌学的孩子一般存在以下五种心理问题：

自尊心与自信心下降：由于无法进入理想的学校或学习环境，导致自卑，不了解自身优势，认为自己不够优秀，从而影响自信心。

压力过大：面临升学压力或家庭期望，孩子可能会感到焦虑，甚至出现抑郁症状。这种心理状态可能导致学习动力下降，形成恶性循环。

情绪管理能力不足：许多孩子在面

对挫折时缺乏有效的情绪调节策略，可能表现出愤怒、沮丧等负面情绪，影响心理健康。

社交障碍：无法正常上学的孩子可能会缺乏与同龄人互动的机会，导致社交技能发展受限，进一步加剧孤独感和隔离感。

家庭关系紧张：家庭对教育的重视程度、父母的情感支持和沟通方式等，都会影响孩子的心理状态。家庭关系紧张或缺乏支持的孩子更容易出现心理问题。

刘琦介绍，情绪障碍的两个核心心理体验，一个是恐惧，一个是担忧。

恐惧，患者总是感到非常害怕，这些害怕有可能是有具体的原因，比如害怕考试，害怕当众发言，害怕与别人相处，害怕遇到自己难以应付的环境或处境。这种害怕表现得非常严重，以至于产生了控制不住的紧张、惊惧的身体表现。

担忧，患者因为出现特别恐惧的事物或场景，所以担忧这种恐惧的情形再次出现，或者长期担心可怕的、各种小概率事件的发生。

刘琦解释说，出现这些心理表现的同时，人就会表现出植物神经过度唤起的症状，比如心慌、手抖、出汗、尿频、尿急、肚子疼、恶心呕吐、食欲缺乏等症状。严重的还会出现活动过度，比如不停地用小动作来缓解焦虑；或者不停地走来走去等。在这种情况下，是很难集中注意力学习的。焦虑也会导致身体特别疲劳、失眠以及身体多部位的疼痛，尤其是头疼。

实际上，从医学视角来看，儿童



青少年是情绪障碍的高发年龄。国内、国际的流行病学调查都显示了这一点。

读懂孩子“不想上学”的画外音

“不是我不想学，而是我看不到希望。”

对于这样的孩子，袁俊亮指出，家长要关注其问题的根源是孩子对自己的能力评价不足，父母要循循善诱地帮助孩子了解自身的优势。

袁俊亮说，在门诊案例中，有些孩子特别刻苦，家长说孩子晚上学到12点才睡觉，有一点点时间都会用来学习。虽然孩子真的努力，但是成绩就是上不去。家长困惑，孩子焦虑。这样的孩子普遍有自卑心理。当一个人压力太大的时候，会阻碍智力发展。我们应该引导孩子多关注自己的优势，发挥自己的潜能。家长要学会从点点滴滴中发现孩子的优势和閃

光点，帮孩子树立自信心。从小事着手，看到孩子努力的过程。

“我不知道为什么要学习，不知道学习的意义是什么。”

家长首先要让孩子设想要过怎样的人生，这样的人生需要付出哪些努力。如果家长不帮助孩子去梳理，孩子的目标很有可能变成空想。

明确目标后，就会选择相应的工具，选择相应要走的路，让孩子能够明确地看到他的未来，从而唤醒孩子的学习动力。在青少年时期，励志就像是一根绳索，家长善用好这根绳索，能为孩子的成长提供强大的助力。

“我不是不想学，我是真的学不会。”

有的孩子感到，其他同学轻松就排到班级前几名，但是自己怎么学都不见效果。孩子此时会产生自我攻击，觉得自己笨。这样的孩子，他们的心理能量会放在应对父母的压力上，而不是放到学习上。其实，“不会学”是“学不会”的原因，而“学

不会”又是“不会学”的结果。

此时家长要帮助孩子寻找属于自己的学习方法，构建自己的知识体系。

总之，家长要及时感受到孩子的情绪变化，要对孩子进行心理安慰。可以尝试：1.自我激励法。看到孩子好的地方，要告诉他。2.语言暗示法。比如说孩子想学数学，家长可以说：你可以试一试啊。3.环境调节法。比如窗帘换新的颜色，让家里看起来更明亮；或者养花，养小猫、小狗等，都有抚慰调节作用。音乐、运动等等也是有效的办法。

刘琦强调，出现问题要积极就诊和治疗，产生疾病不是一朝一夕，治疗也是如此。了解情绪障碍各种风险因素就是为了及早预防。“十年树木，百年树人”，对于人类来说，丰富的自然环境、良好的依恋关系、营养的饮食、充足的睡眠、适当的运动、支持性的社会关系，都是促进个体心理健康有序发展、缓冲压力的有效方式。个体成长的微环境千差万别，还需要每一个家庭认真对待。

专题

以智慧为大众健康美容保驾护航

《全国美容院质量与服务调查报告》在京发布

《智慧健康美容服务规范》标准同步启动实施



乐丁

为更好地提升中国健康美容行业整体服务质量，推动行业规范化与高质量发展，近日，由中国食品药品质量安全促进会指导，中国食药促进会智慧健康美容分会、《健康与美容》杂志社联合主办的《全国美容院质量与服务调查报告》发布暨《智慧健康美容服务规范》标准启动实施专题研讨会在京举行，来自美容服务业监管部门、行业协会、知名企业的代表和专家学者齐聚一堂，旨在通过权威报告发布和标准化服务规范的推广，深入探讨并解决当前生活美容行业面临的机遇与挑战，为行业的转型升级和可持续发展提供有力支撑。

中国食品药品企业质量安全促进会会长、原国家食药监总局稽查局局长毛振宾在致辞中指出，随着数字化、智能化、信息化等发展，作为“五大消费产业”之一的美丽健康产业，拥有巨大的市场潜力和增长空间。他呼吁，全行业以高质量发展作为核心驱动力，融合传统中医智慧，共同推动智慧健康美容服务业的提质增效。

《健康与美容》杂志社社长兼总编辑、中国

食药促进会智慧健康美容分会主任委员段景花表示，加快推动《智慧健康美容服务规范》团体标准在全国美容服务领域的推广应用，已成为激活中国生活美容服务业创新发展的强有力引擎。应持续深挖标准中“智慧”一词的新要素新内涵，助力生活美容服务业向科技化、数字化和智能化变革。同时，研究探讨融入祖国传统医学中的智慧精华，实现生活美容服务业的创新发展。

多元化报告揭示美容发展新趋势

会上，《全国美容院质量与服务调查报告（2023—2024）》调研合作方北京认知洞察科技有限公司CEO韩旭辉详细解读了《全国美容院质量与服务调查报告》（以下简称《报告》）的核心内容和报告亮点。该《报告》全面揭示了美容业最新呈现的消费新元素、机构新特征、服务新亮点等，为消费者提供了科学、理性的选择依据，同时也为美容机构提供了宝贵的行业洞察与指导蓝图，助力双方精准把握行业脉搏与市场动态，共同推动美容行业的稳健与可持续发展。

《报告》围绕生活美容消费人群及消费研究、生活美容项目消费者情感认知研究、生活美容消费需求及期待研究等三方面深入展开。分别结合消费意愿数据，对性别、年龄、地域等维度进行交叉分析，总结消费群体特征，洞察消费需求、消费意愿和影响消费决策的主要因素。分析消费者对“美容类”“身体类”两大生活美容项目的情感表达和消费认知，对比服务需求端和供给端的差异，探究有效提升消费者满意度的方式。着眼于行业整体，分析消费者对生活美容产品及服务在“体验、价格、质量、功效、营销、服务”六大维度的期待。

《报告》显示，青年和中年是生活美容的主要消费群体。在消费特征方面，青年群体消费选择时同时关注多个方面，相对其他年龄段，“价格”和“服务质量”对青年人的消费决策影响更大一些。相较青年群体，中年群体消费能力较强，对价格的敏感度有所下降，“体验”和“功效”成为他们生活美容的首选要素。而老年群体则更看重生活美容带来身心愉悦的“体验”和优质的“服务态度”。中老年群体相对更为注重身体类服务项目，这与他们不断提升的健康意识、主动应对年龄增长所带来的生理变化需求等因素密不可分。

作为近年来美容消费的一支“新力量”，男性对美容“价格”关注度和敏感度较女性低。从社会心理学和消费行为学角度分析，男性的面子观念、不砍价的消费习惯、避免当众发生社交冲突的行为倾向，会让美容院保持较高的服务定价和利润空间。相对于二、三线城市，一线城市、新一线城市的男性对生活美容需求相对较高。这与他们的消费能力、审美观念和美容接受度有关，也与快节奏的城市生活和工作压力有关。

线下和亲密关系，是影响生活美容消费决策的重要因素。生活美容属于个性化体验式服务，线下可以提供更直接、实时的互动体验，专业人士面对面地咨询和指导更能打动客户，更容易建立信任；家庭成员和亲友之间有较高信任度，他们的推荐往往基于亲身经验，与此同时，生活美容有着个性化、针对性和带有一定隐私的特点，消费者会更相信亲友的推荐。

在美容类服务项目方面，受访者认为美容类服务项目有着快速且明显的效果，解决特定问题肌肤更有针对性。调查问卷结果也显示，到店的消费用户，较多选择客单价更高的项目“提升收紧”“保湿提亮”；互联网数据

结果显示，更多的消费者青睐基础美容服务项目“清洁收缩毛孔”，其次是“美甲美睫”。在身体类服务项目，消费者的满意，不只是身体上的放松舒适，更是愉悦快乐的“情绪价值”体验。对于美容院产品而言，正品、有效期内和成分的安全透明，是美容院产品的基本承诺和底线。

科学化分析指引从业者破局升级

对于美容院的经营与竞争，《报告》指出，在竞争中，美容院需要多方位综合提升消费体验，而不是卷“功效”和“价格”。消费者“体验感受”与“美容效果”“价格”“产品质量”相关度较大，共同影响消费意愿。美容机构需要做的是让顾客认可价值，而不是一味PK低价，低价诱导低质服务、与效果体验不相匹配的价格虚高，都会让美容院的经营不可持续。虚假宣传、价格欺诈、预付卡退费、商家跑路则成了当前消费维权的主要原因。关于美容行业提升与规范板块，消费者和美容机构共同期望是通过更加有效的监管和行业自律，减少假货、欺诈和虚假宣传等影响行业信任度的问题。生活美容服务更加标准规范，建立和普及行业标准。

《报告》对于美容院质量与服务高质量发展提出了：服务质量和美容效果是基础，要用产品安全 and 信息透明打消顾客疑虑；要用智能与持续创新开创未来，用个性化和差异化形成竞争力；要重视情绪价值、改善心理感知，从信任到信赖，将品牌心智作为核心资产；要摆脱“低价低质”内卷恶性循环，用“价值理性”征服客户；要着眼未来，适应变化、动态、快速调整经营策略；要提升美容师职业素养，提高管理标准规范，在市场竞争中脱颖而出；要推动行业自律和社会治理，保护优秀企业，促进行业健康发展等可行性建议。

标准化规范护航美容业科学发展

会议的另一大亮点就是围绕《智慧健康美容服务规范》标准启动实施开启的专题研讨。这部业内外普遍关注的标准包含服务要求、管理要求、通用要求等内容，旨在通过规范生活美容服务机构的管理和服务，提高美容服务机构的管理水平，服务水平和消费者的感受，避免管理和服务过程中可能产生的各类风险，实

现绩效提升，促进美容产业高质量、可持续发展。该标准不仅是美容服务领域首个综合类标准规范，也是行业内首个与人工智能、大数据等技术融合的标准，对引领健康美容行业智慧化建设，规范健康美容服务环境、服务行为，以及化妆品和配套服务设备质量管控、服务评价等助力行业提质升级的各方面将发挥重要作用。该标准出台一年多以来，为使其尽快、扎实落地，组织方前期已经做了大量工作，正在有序推进《智慧健康美容服务规范》团体标准的包括课程架构、师资力量和相关保障性安排等内容培训计划，首批智慧健康美容标准化培训基地也在全国各地陆续建成。

美丽田园医疗健康集团首席战略官李文俊在会上表示：“行业的发展和壮大离不开标准化。此次标准的启动实施将为消费者提供更加优质的体验和有力的保障，同时也将推动整个行业健康、可持续发展。美丽田园愿意在标准化实践中发挥作用，通过实际行动推动行业标准的执行。”

北京盈科律师事务所资深律师郝惠珍提出：“在美容服务过程中，标准化的实施能够有效提升服务质量，减少消费纠纷，从而更好地保护消费者权益，维护行业的生态健康。”她建议，应当大力宣传推广标准，让消费者知晓、经营者遵守、管理者监督，成为行业运营的稳定器、助推器，从而推动整个行业向更高质量的发展。

在此次研讨会上，来自国内外的与会者围绕《智慧健康美容服务规范》标准培训计划与实施路径进行了讨论。与会者一致认为高效精准的培训课程和科学严谨、以问题为导向的专业化系统化培训路径，将是提升行业整体素质与服务水平的关键，有助于从业者迅速掌握并实践标准内容。

影响力引领赋能实体经济发展

在此次《全国美容院质量与服务调查报告》发布和《智慧健康美容服务规范》团体标准的启动工作中，2023年成立的中国食药促进会智慧健康美容分会积极实施、大力参与，从培训课程的搭建，到培训基地的全国落地，从开创智慧健康美容标准化名家访谈系列节目，再到通过上万份详尽的调查问卷，充分体现了分会在推动行业规范化、智慧化建设方面的前瞻性和有力作为。