

“双减”之后新赋能 心理健康培训或成掘金赛道

本报记者 李媛 北京报道

家住北京市丰台区的王颖最近拿到了《心理健康辅导员专业技能证书》，作为一名六年级孩子的家长，她亲眼目睹过

孩子班里的自闭症儿童难融入班级的情况，“老师每天都要花很大精力解决特殊孩子的问题，比如在正常上课时，这个孩子会突然袭击老师，最后只能由家长陪读。不仅仅是自闭

症，如今越来越多的孩子会碰到心理问题，这促使我开始自学儿童心理学等课程。”王颖对《中国经营报》记者表示。

伴随着2022年1月1日《中华人民共和国家庭教育促进法》的

正式施行，“家庭教育指导员”这个职业有成为职业培训“黑马”的趋势。与此同时，越来越多的资本也开始向心理健康培训赛道伸出橄榄枝，其中有针对成人的，但更多的是针对青少年的心理健康

培训。 “目前社会上有各种心理培训证书，心理辅导工作室也不少，有针对青少年亲子关系的，也有针对企业的培训机构。心理健康培训赛道是非常广阔的，

很多资本也是看中了机会，但市场如何划分？未来的方向乃至国家对心理培训赛道如何规范？这些都应该好好探讨。”《成长大家谈》专栏评论员周圆对记者说。

心理健康培训需求存缺口

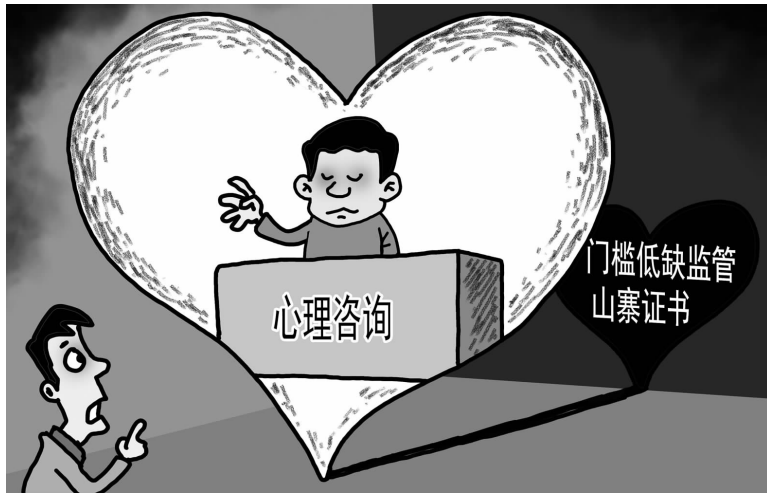
自“双减”政策出台后，青少年的心理问题就备受关注。

促使王颖考取资格证书去做义工的动力来自于周围的孩子，“亲眼见过高年级的孩子拿到卷子突然脑子一片空白，经心理咨询诊断为压力大，2度焦虑、轻度抑郁。越来越觉得国家出台‘双减’政策的必要性。”

事实上，自“双减”政策出台后，青少年的心理问题就备受关注。在文件的方案细则中两次提及“心理健康”。紧接着，教育部办公厅印发了《关于加强学生心理健康管理工作的通知》；陕西省教育厅等四部门出台了《加强学校心理健康教育教师队伍建设的意见》。

简单心理发布的《2020 大众心理健康洞察报告》显示，在简单心理与腾讯企鹅辅导本次共同调研的青少年中，50%的受访者表示，总体而言，自己有一些压力；37.23%的受访者表示，压力程度在中等以上；超过33.33%的受访青少年表示，除了学业压力外，父母的管教、期望及沟通也是压力来源之一。如何维护孩子的心理健康，将会是父母在教育中更需要关注的主要问题。

“中小学生的心理健康日益受到全社会关注。要促进学生身心健康发展，需要学校高度重视学生的心理健康教育。《中共中央国务院关于深化教育改革全面推进素质教育的决定》明确指出，‘加强学生的心理健康教育，培养学生坚韧不拔的意志、艰苦奋斗的精神，增强青少年适应社会生活的能力。’”教育专家熊丙奇表示，《中小学心理健康教育指导纲要(2012年修订)》明确指出，要从教师队伍建设等关键入手指导中小学校开展心理健康教育。该指



心理健康培训的领域比较广泛且涉及各类证书有很多。

本报资料室/图

导纲要要求，每所学校至少配备一名专职或兼职心理健康教育教师，并逐步增大专职人员配比。

2021年7月，教育部办公厅印发《关于加强学生心理健康管理工作的通知》要求，每所中小学至少要配备一名专职心理健康教育教师，县级教研机构要配备心理教研员。“对应每校一名专职心理健康教育教师的要求，不少学校并没有真正落实。心理健康教育开展程度如何与心理健康教师的配备密切相关。如果一校只有一名专职心理健康教育教师，对学生的心理教育最多只能开公开课、讲座，进行面上的心理常识教育，谈不上对学生进行个性化的心理咨询、辅导。”熊丙奇表示。

业内人士告诉记者，心理健康教育的缺口很大，从培训的范围来看，主要分为咨询、测量(量表制定、修正和制作工具等)、整体学校解决方案、心理疾病治疗培训几大范畴。

记者注意到，“双减”政策出台之后，教育市场受到影响，部分资本开始转移到心理健康行业。2020年下半年开始，心理健康培训赛道

的节奏有了明显的加快。开始得到连续融资的企业逐步增多，比如积极心理学社软件爱练科技完成数百万人民币的天使轮；精神心理数字诊疗平台昭阳医生完成数亿元B轮融资；好心情完成2亿元人民币融资；2021年12月，数字化医疗+心理服务平台壹点灵宣布获得2亿元B+轮融资。据天眼查不完全统计，心理咨询相关企业2021年融资事件达到38起，融资金额超25.65亿元。简单心理、壹点灵等也相继获得融资。据天眼查不完全统计，心理培训相关企业2021年融资事件达到38起，融资金额超25.65亿元。

一位投资人士告诉记者，关于行业人才缺口，虽然没有确切的数据，但很多宣传招生培训的公众号都宣称人才缺口上百万人。

“2019年发布的《中国青年发展报告》显示，我国17岁以下儿童青少年中，约3000万人受到各种情绪障碍和行为问题的困扰。这需要我国基础教育学校扭转应试办学导向，把学生的身心健康发展放在首位。”熊丙奇说。

尚未形成头部机构

事实上，心理健康培训的领域比较广泛且涉及各类证书有很多。

王颖的《心理健康辅导员专业技能证书》是由中国心理卫生协会和中国少年儿童发展服务中心颁发的。“当时考证书时感觉各种培训机构比较乱，发证机关也很多，不知道该考哪个，后来觉得自己没有在正规大专院校进行系统的心理学学习，所以定位在义工和志愿者服务领域，而且想做与青少年心理服务相关的工作，经过同学家长介绍，才通过网上自学考取了证书。”王颖说。

事实上，心理健康培训的领域比较广泛且涉及各类证书有很多，据记者不完全统计，发证机关有50多个，一般的考证书刚刚进入时都会有王颖这样的迷茫与困惑。

阳光易德科技股份有限公司教育部总经理宫静告诉记者，目前心理方面的培训证书主要分为三个类型：一是职业资格证书；二是职业等级证书；三是专项能力证书。“事实上，人社部早在2017年就暂停了心理资格证书，目前市面上的都是专项能力证书，比如心理咨询师、心理社工、家庭教育指导员，由第三方发证的证书，含金量有待考证。”

周圆表示，现在市场上大量培训机构推出所谓的“资格证书”，其实都只是培训证书。也就是说，这些证书只能证明某人在某个机构培训过(机构靠不靠谱不保证)，不代表某人得到国家承认的执业资格。

而记者查阅相关资料发现，王颖所拿到的证书是心理健康辅导员项目，该项目是于2004年由共青团中央批准设立的，培训对

象为：各级共青团、少先队干部、少先队辅导员及青少年工作者。但如果想凭借这个证书进入教育系统从事心理辅导相关的工作，是不可能的。

而很多培训机构在宣传中将培训对象扩大为：师范类在校大学生，大中小学教师，共青团、少先队干部，儿童青少年工作者，社会工作者，志愿者，心理学爱好者，甚至学生家长。

国家二级心理咨询师冷耀伟表示，很多培训的对象是非专业出身的心理学爱好者，有些是希望解决生活中遇到的一些困难，比如工作、家庭、情感等，通过考证的课程来提升自己。

“这就造成了这个行业比较混乱，很多学员搞不清楚自己的学习目的及学习后能够从事怎样的工作。目前在心理健康教育培训赛道，虽然融资有所增加，但还没有真正的头部企业，国家政策要求的非常严格。”周圆说。

“2021年11月23日，人力资源社会保障部公布了《国家职业资格目录(2021年版)》。目录共计包括72项职业资格，其中，专业技术人员职业资格59项，含准人类33项，水平评价类26项；技能人员职业资格13项。心理咨询师国家职业资格自2017年被取消后，未出现在新的目录中。”冷耀伟说，“如今国家对发证机构、证书取得及流程等都有新的政策，所以这个赛道很难有头部机构，政策要求也是越来越严格。”

而在青少年心理培训领域，熊丙奇指出，当前中小学心理健

康教育教师有两类兼职。一类是学科教师、班主任，经过一定的培训[有的甚至没拿到专业的从事心理咨询(辅导)教师资格证书]，兼职担任心理健康教育教师；另一类是专职心理健康教育教师，要兼职其他学校事务。

“要重视学生的身心健康发展，不仅不应该让专职心理教育教师变为兼职，还应该形成全员关注学生心理健康的教育生态。1999年发布的《教育部关于加强中小学心理健康教育的若干意见》提出，学校要逐步建立在校长的领导下，以思想品德课和思想政治课教师、班主任和团、队(专职共青团、少先队)干部为主体、专兼职心理辅导教师为骨干，全体教师共同参与的心理健康教育体制。这仍是各地各中小学应该努力实现的目标。”周圆认为，如何解决目前心理健康教育辅导缺口与人才配备不匹配是主要问题。

教育专家储朝晖提到，大家要对社会上一些做心理健康教育的商业机构细分清楚，有很多是不专业的，不专业反倒会事倍功半。“如果是按照正常的学生标准考量，增加更多自主活动的空间和空间，不以分数论，校园里更加活跃，那么很多青少年心理问题就会少很多。”储朝晖认为，问题的根本不单单是心理咨询，而是在“双减”之后把学校教育回归到常态教育，那么心理问题发生概率就会降低很多，因为等到要靠心理教师解决时，已经晚了，预防方式和机制的建立更加重要。

传统商超纷纷抢滩折扣店 零售市场迎多元变局

本报记者 阎娜 党鹏 成都报道

随着消费需求和市场环境的变化，新消费业态层出不穷，寻找新增量已成为传统零售企业的重点，国内零售业由过去的单一业态逐渐向多元化发展，目前已有一些大型零售企业试水折扣店等业态。

据多家媒体消息，苏宁易购旗下的折扣超市于近日开业，其宣称春节假期后将开启加盟，并以马鞍山为主战场，同步发展江浙沪市场，并计划在2022年开出100家门店。《中国经营报》记者发现，除苏宁外，包括家家悦、华冠、人人乐、盒马等企业也纷纷布局折扣店业态。对此，北京昭邑零售管理咨询有限公司首席咨询师刘晖表示，近年来，除了便利店、仓储会员店等，折扣店也成为零售企业发力方向之一，这也体现了零售业多元化发展的过程。

和泓咨询总经理、和君咨询连锁经营专家文志宏认为，“随着经济、市场的发展，消费者的消费观念会分化，一部分涌向中高端，但低端、低价的需求也依然存在，折扣店满足了消费者追求性价比的需求，也意味着折扣店业态有其发展空间。”但他同时也强调，“折扣店不是零售企业唯一的方向，还是要找到适合自己的转型路径。”

布局折扣店背后

多家大型零售企业布局折扣店领域并非偶然，这背后与多重因素有关。从宏观方面来看，随着国民经济快速发展，消费需求日趋多元化，更多新兴渠道和新兴品牌诞生，零售市场从增量市场逐步转向存量市场，传统商超所处的市场格局已然生变。

据零售业管理专家胡春才分析，“近些年电商平台发展迅速，规模进一步扩大，与实体店相比，电商平台有着明显的价格优势，在服务

折扣店业态中的潜在机会

多位受访者认为，折扣店领域的良好势头为大型零售企业布局于此提供了发展机遇。反之，大型零售企业的加入也利于该行业上下游。文志宏表示，各供应商、零售商都会有去库存的需求，这也催生了各类折扣店的产生。同时大型零售企业的进入，或促进折扣店行业的良性发展。

具体来看，折扣店领域的形势良好一方面表现在终端零售店增多，另一方面则表现在上游的中小厂家、品牌重回线下。如今电商平台流量费愈来愈贵，据36氪旗下媒

体和营销手段方面也花样百出，挤占了一部分传统商超的份额。此外，近年社区团购和生鲜电商平台的持续发展也分流了原来传统商超的一部分客群。多重因素叠加使得传统商超近两年的业绩增长呈现乏力之势。”

由此看来，零售企业亟须寻求新的增量。事实上，零售企业为转型发展不断付出努力，2021年以来，家乐福、盒马等积极布局仓储式会

员店，如家乐福计划未来3年内扩展100家付费会员制的会员店。此外，在精细化运营和数字化转型方面，各企业也在不断投入。

据胡春才观察，“传统商超现在向两个方向发展，一是门店体验升级，如胖东来、永旺等，用良好的服务吸引顾客到线下门店来，但对于不少企业来说，转型重体验感的超市，管理难度相对比较大。另外一个向仓储式会员店方向发展，标

众所周知，电商行业对实体零售业的冲击和影响趋强。据记者了解，折扣店圈子有个说法是“如果实体店的价格低于互联网，就可以把原先被互联网抢去的顾客重新拉回到实体店来”。可见，若实现低价，或为传统零售商获取更多消费人群提供可能。一位业内人士向记者表示，折扣店要比传统的商超价格低20%~30%，也有诸如BIGOFFS等比电商平台价格更低。

刘晖告诉记者，“目前做折扣的企业都有一定的资本和实力，它想争夺的实际上是淘宝和拼多多平台

中的小店的客群，通过大规模的采购，实现更低廉的价格，把这部分利益让给消费者。”

大规模采购也意味着折扣店还需要精简SKU。据新零售专家鲍跃忠介绍，折扣店通过精简SKU等手段，拿到极低的采购价格，从而降低经营成本。如一般商超的SKU在1万个以上，而折扣门店SKU数一般在4500个左右。

“而大型零售企业进入折扣店领域具备优势，体现在供应链完善、品牌议价能力强及运营经验丰富等，价格优势明显。”文志宏称。

水折扣店，此前家乐福的经验或许也能为此折扣超市的发展提供借鉴。不过如今零售环境复杂，叠加高企的租金和人工成本等，竞争压力并不小，对此记者向苏宁发去采访函询问解决策略等，截至发稿未得到回复。

关于大型传统商超的折扣店未来如何发展，胡春才强调，“企业要做

到像沃尔玛、Costco一样拥有自有品牌而且是人无我有，独一无二、爆款的产品，或者是产品品质优于市场，又或是以标品为主。与电商相比价格优势不明显，较难实现长远发展。”

刘晖建议，当前这些大型零售企业要进入折扣店领域首先要精准定位，并结合国内趋势来发展，寻找一条适合自身的发展之路。

刘晖表示，一方面，一些企业走薄利多销的路子，仍然有盈利空间，另外也可以通过收会员费提升收入；另一方面，传统商超转型做折扣店，实际上是弥补了此前在经营模式上的空白。”他进一步解释道，“传统商超和折扣店的商业模式不同，简单来讲，传统商超商品繁多，满足消费者一次性购物的需求，而折扣店是商品不多，满足消费者折扣的需求。”

刘晖表示，一方面，一些企业走薄利多销的路子，仍然有盈利空间，另外也可以通过收会员费提升收入；另一方面，传统商超转型做折扣店，实际上是弥补了此前在经营模式上的空白。”他进一步解释道，“传统商超和折扣店的商业模式不同，简单来讲，传统商超商品繁多，满足消费者一次性购物的需求，而折扣店是商品不多，满足消费者折扣的需求。”

刘晖表示，一方面，一些企业走薄利多销的路子，仍然有盈利空间，另外也可以通过收会员费提升收入；另一方面，传统商超转型做折扣店，实际上是弥补了此前在经营模式上的空白。”他进一步解释道，“传统商超和折扣店的商业模式不同，简单来讲，传统商超商品繁多，满足消费者一次性购物的需求，而折扣店是商品不多，满足消费者折扣的需求。”

刘晖表示，一方面，一些企业走薄利多销的路子，仍然有盈利空间，另外也可以通过收会员费提升收入；另一方面，传统商超转型做折扣店，实际上是弥补了此前在经营模式上的空白。”他进一步解释道，“传统商超和折扣店的商业模式不同，简单来讲，传统商超商品繁多，满足消费者一次性购物的需求，而折扣店是商品不多，满足消费者折扣的需求。”

刘晖表示，一方面，一些企业走薄利多销的路子，仍然有盈利空间，另外也可以通过收会员费提升收入；另一方面，传统商超转型做折扣店，实际上是弥补了此前在经营模式上的空白。”他进一步解释道，“传统商超和折扣店的商业模式不同，简单来讲，传统商超商品繁多，满足消费者一次性购物的需求，而折扣店是商品不多，满足消费者折扣的需求。”

刘晖表示，一方面，一些企业走薄利多销的路子，仍然有盈利空间，另外也可以通过收会员费提升收入；另一方面，传统商超转型做折扣店，实际上是弥补了此前在经营模式上的空白。”他进一步解释道，“传统商超和折扣店的商业模式不同，简单来讲，传统商超商品繁多，满足消费者一次性购物的需求，而折扣店是商品不多，满足消费者折扣的需求。”

客特性和所处社区有很大的差异。不同的商业土壤上适合不同的发展模式，折扣店模式在中国仍处于初步发展阶段，未来能否探索出真正适合国内商业模型仍需观察。

据记者观察，传统商超入局折扣店并不是单纯对商品打折，而是将仓储会员制模式与折扣融合起来，如家家悦、华冠、人人乐走仓储折扣模式，

通过产地直采、仓储陈列、优化物流等方式，降本增效。据长江证券报告，在此模式下，家家悦折扣门店的商品定价整体要比家家悦普通超市门店的零售价格低10%~15%左右。

苏宁则并未透露太多信息，只宣传折扣超市是以折扣商品等为主的综合性超市。据了解，苏宁此前收购的家乐福曾在2017年短暂试

通过产地直采、仓储陈列、优化物流等方式，降本增效。据长江证券报告，在此模式下，家家悦折扣门店的商品定价整体要比家家悦普通超市门店的零售价格低10%~15%左右。

苏宁则并未透露太多信息，只宣传折扣超市是以折扣商品等为主的综合性超市。据了解，苏宁此前收购的家乐福曾在2017年短暂试

通过产地直采、仓储陈列、优化物流等方式，降本增效。据长江证券报告，在此模式下，家家悦折扣门店的商品定价整体要比家家悦普通超市门店的零售价格低10%~15%左右。

苏宁则并未透露太多信息，只宣传折扣超市是以折扣商品等为主的综合性超市。据了解，苏宁此前收购的家乐福曾在2017年短暂试