2025 年 1 月
安徽省健康科普传播力
指数报告

医学论坛网
健康传播指数研究院
国家卫生健康委员会百姓健康频道

2025 年 2 月

一、研究概要

健康中国建设是我国提升国民健康水平、实现民族昌盛和国家富强的重要战略举措。其中，普及健康生活作为首要任务，正推动着医院从传统的“以治病为中心”向“以健康为中心”积极转变。而实现这一转变的关键在于强化健康科普与健康传播，通过改变公众的认知、态度和观念，引导公众做出正确的健康相关行为决策，从而有效预防疾病、遏制疾病流行，全面提升公众健康水平。

国家卫生健康委积极鼓励医疗机构和医务人员开展健康促进和健康教育工作，大力推进健康促进医院建设，将健康促进理念和政策融入医院建设管理和服务的全过程。在此背景下，为更好地助力医院做好健康科普传播工作，健康传播指数研究院联合国家卫生健康委员会百姓健康频道、医学论坛网，共同启动了健康科普传播力指数研究。

本研究旨在借助构建科学合理的健康传播指数模型，精准衡量不同传播渠道、传播主体以及传播内容在健康促进方面的作用，为健康中国战略的实施提供有力的数据支持和决策依据。

1. 研究对象：涵盖各级卫生健康管理部门、医院及医生三大类，全面评估不同主体在健康传播中的角色和影响力。

2. 数据监测范围：覆盖国内主流媒体、专业媒体以及主流的互联网社交媒体平台，包括微信（含公众号与视频号）、抖音、微博、小红书、快手、哔哩哔哩等，确保研究数据的全面性和代表性。

二、安徽省健康传播力分析

（一）健康安徽传播力指数

安徽省卫健委官方新媒体账号为“健康安徽”，其微信公众号粉丝数为34万，抖音号粉丝数为12.2万。在2025年1月的省级卫健系统传播力指数排名中，“健康安徽”位列全国31个省、自治区、直辖市卫健委中的第8位。

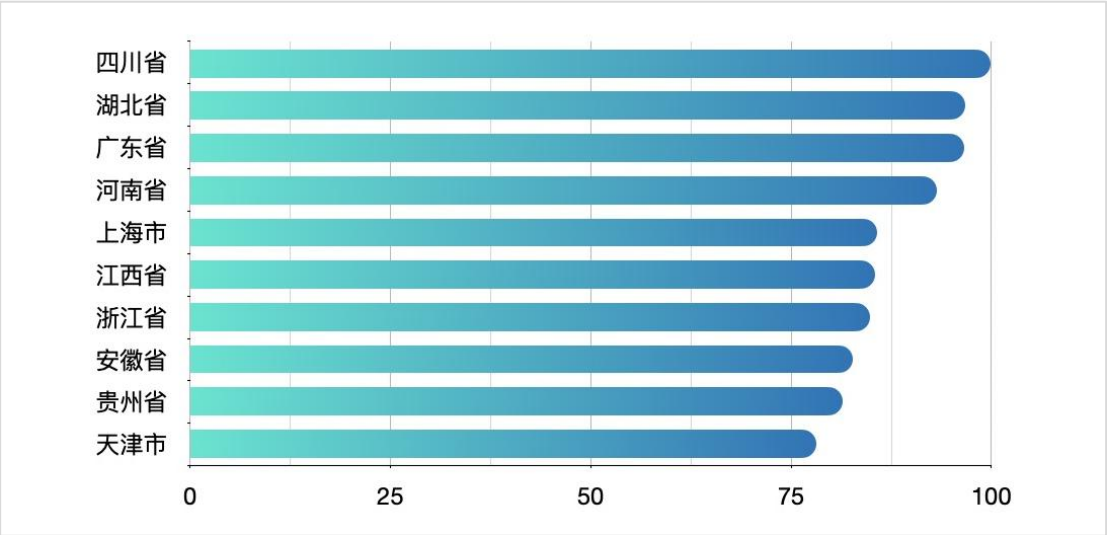


图1 2025年1月省级卫健系统微信传播力TOP10

在2025年1月，“健康安徽”微信公众号发布的相关新闻中，“2025年全省卫生健康工作会议在肥召开”最受关注。该会议总结了安徽卫健系统2024年在九个方面取得的成效：医疗服务体系提质提效；三医联动改革持续深化；积极服务经济大局；医疗服务改善成效显著；疾控体系重塑稳步推进；中医药活力得到充分激发；人口发展战略有效落实；风险防范化解切实推进；系统行风作风明显优化。2025年的工作重点聚焦于：按照“控增量、调结构、严监管”的要求，合理配置医疗资源；以基层为重点，推动医疗服务向农村地区覆盖；以改革为动力，完善“三医”协同发展和治理机制；坚持预防为主，构建强大的公共卫生体系；坚持中西医并重，推进中医药传承创新发展；坚持人民共建共享，深入实施健康安徽行动；落实“儿科、精神卫生服务年”行动。

在健康科普方面，“健康安徽”也取得了显著成果。在国家卫生健康委与科技部、国家中医药局、国家疾控局、中国科协共同举办的“健康知识普及行动——2024 年新时代健康科普作品征集大赛”中，安徽卫生健康系统共有 16 件作品入选。其中，微视频类优秀作品包括《补钙别瞎忙，了解这些才靠谱》《提升健康素养 享受健康生活——孕产妇健康生活方式》《高热惊厥您别慌，冷静应对有良方！》《血管！你管不管？》《不再是一个人》《人体流感保卫战》。

此外，由安徽省卫生健康委员会与安徽广播电视台联合打造的大型健康类融媒体节目《健康安徽》，自 2024 年 4 月 20 日开始在安徽广播电视台经济生活频道周末黄金档播出。节目以“传播健康知识，倡导健康生活”为宗旨，致力于搭建起专业医疗知识与大众日常生活之间的桥梁。在节目中，权威专家受邀走进演播室，围绕疾病预防、健康养生、医疗政策等与大众息息相关的话题，深入浅出地讲解，为观众带来科学、实用且通俗易懂的健康知识，助力全省人民提升健康素养，拥抱健康生活。

（二）安徽省省级医院传播力指数

根据 2025 年 1 月的综合传播力数据分析，安徽省省级医院的传播力排序如下：

序号	医院名称	指数
1	安徽医科大学第一附属医院	70.9
2	安徽省立医院	70.8
3	安徽医科大学第二附属医院	60.1
4	安徽省中医院	58.5
5	安徽省儿童医院	53.9
6	安徽省第二人民医院	52.1
7	安徽医科大学附属口腔医院	53.0
8	安徽省胸科医院	55.2
9	安徽省肿瘤医院	45.4

图 2 安徽省省级医院传播力指数

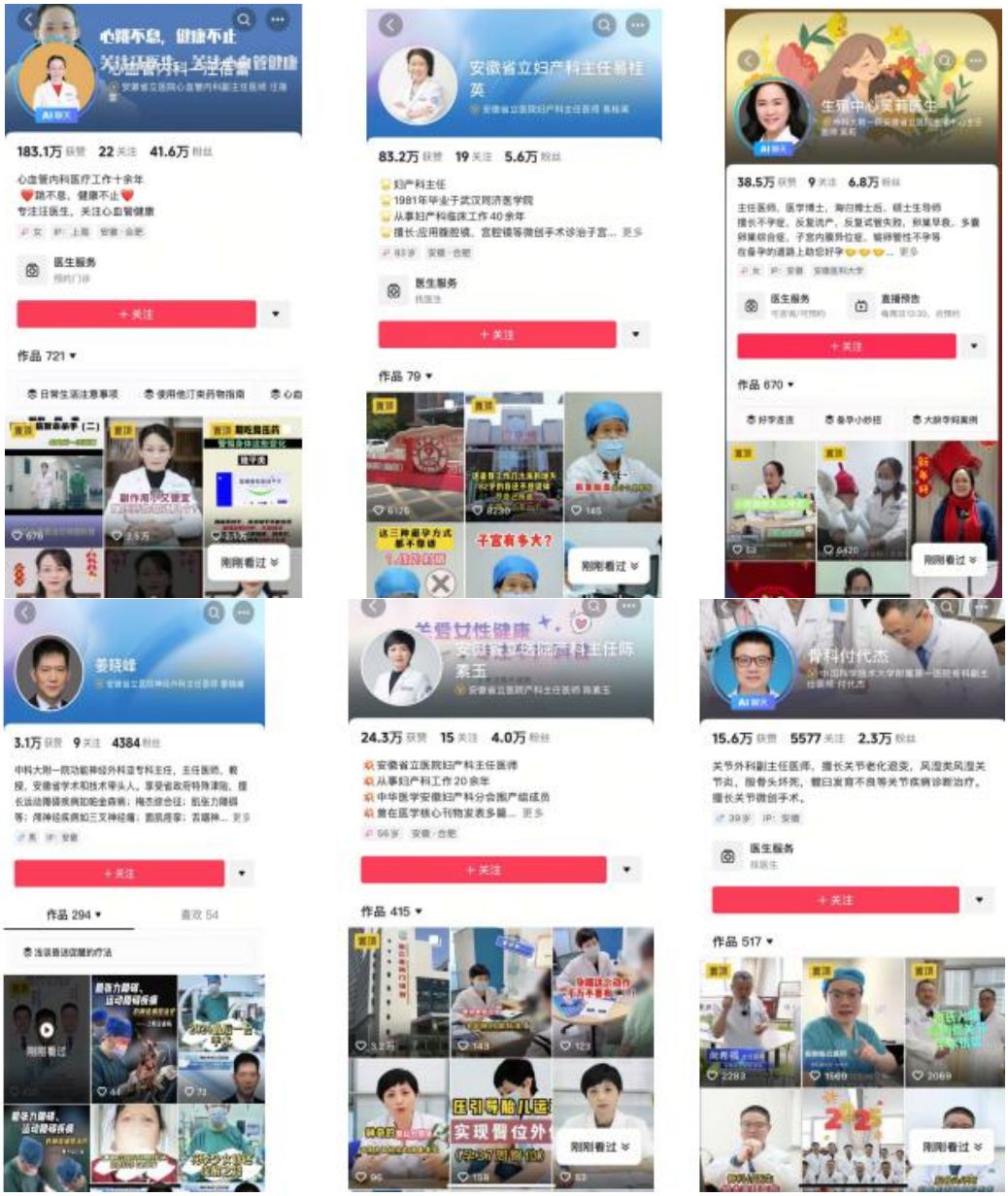
安徽医科大学第一附属医院和安徽省立医院处于第一梯队，微信粉丝量分别达到 370 万和 330 万。安徽医科大学第二附属医院、安徽省中医院、安徽省儿童医院处于第二梯队，微信粉丝量在 70～100 万之间。安徽省第二人民医院、安徽医科大学附属口腔医院、安徽省胸科医院、安徽省肿瘤医院处于第三梯队，微信粉丝量在 10～40 万之间。

从活跃度来看，安徽医科大学第一附属医院和安徽省立医院两个微信公众号在 2025 年 1 月发布稿件均为十余篇。

在抖音传播方面，安徽省立医院、安徽医科大学第二附属医院等开设有抖音账号，粉丝数分别为 3.8 万和 1.1 万左右。安徽省儿童医院抖音账号粉丝数不足 3000，安徽省第二人民医院抖音账号粉丝数只有 80 个。

图 3 安徽省立医院抖音账号截图

此外，安徽省立医院共有 12 位医生开设了抖音账号，其中心血管内科副主任医师汪蓓蕾的粉丝数达 41.6 万，排在第一位。



（三）安徽省市级医院传播力指数

依据2025年1月传播数据监测结果，安徽省市级医院传播力指数排序如下：

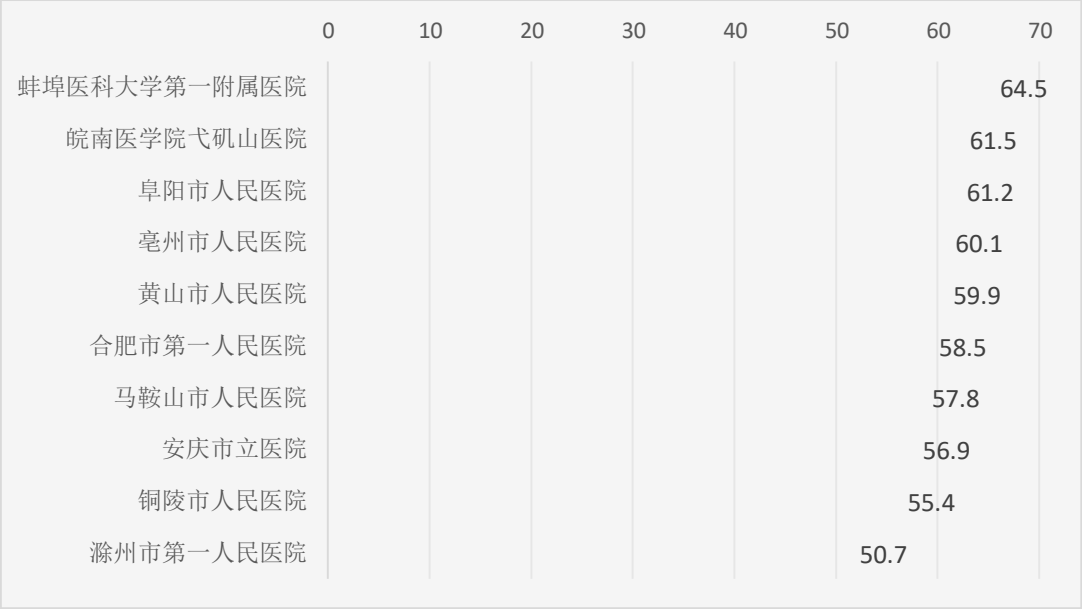


图 4 安徽省市级医院传播力 TOP10

从微信传播力结果看，蚌埠医科大学第一附属医院和皖南医学院弋矶山医院排在第一梯队，二者微信粉丝数均超过了 80 万。

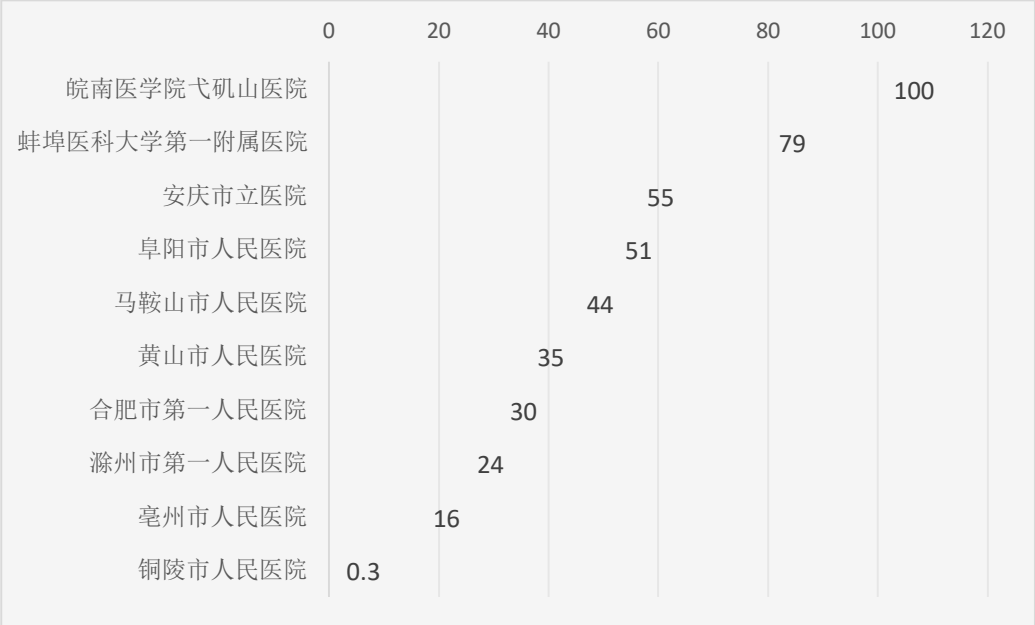


图 5 安徽省市级医院微信粉丝数（万）

从抖音传播看，开设账号的只有阜阳市人民医院和亳州市人民医院，粉丝数总计为 2.6 万。

其中，蚌埠医科大学第一附属医院综合传播力在本月位居第一。该医院是国家首批三级甲等医院，影响遍及苏、鲁、豫等省，医疗辐射面积 4.2 万平方公里。为推动医院在发展方式、运行模式以及资源配置方面实现深度转变与显著提升，医院正式成立战略规划部与运营管理部，全面开启医院发展的新篇章。

在提升医疗服务品质、优化患者就医体验方面，蚌埠医科大学第一附属医院大力推进“四心工程”建设，从多个维度精准发力，致力于为患者提供全方位、高质量的医疗服务。具体举措包括：聚焦就医环境改善，精心打造“就医安心”工程，通过优化就医空间布局、完善设施设备，为患者营造舒适、安全的就医环境；着力提升医疗质量，全力打造“就医放心”工程，持续强化医疗技术培训、规范诊疗流程，确保每一位患者都能得到精准、有效的治疗；优化诊疗服务流程，积极打造“就医省心”工程，运用信息化手段简化就医环节，减少患者排队等候时间，让患者就医更加便捷高效；注重人文关怀，用心打造“就医舒心”工程，通过提供贴心、暖心的服务，关注患者的身心健康，让患者在就医过程中感受到温暖与尊重。

不仅如此，医院还精心策划了“百场义诊进社区，千名医师送健康，万名群众得实惠”大型巡回义诊活动。医院组织众多优秀医师深入社区，为广大群众提供免费的医疗咨询、健康检查等服务，将优质的医疗资源送到群众家门口，切实提升了广大群众的健康意识和健康水平，同时也进一步提升了医院的品牌影响力，树立了良好的社会形象。

（四）安徽省县级医院传播力指数

依据 2025 年 1 月的传播数据监测结果，安徽省县级医院的传播力指数排序如下：

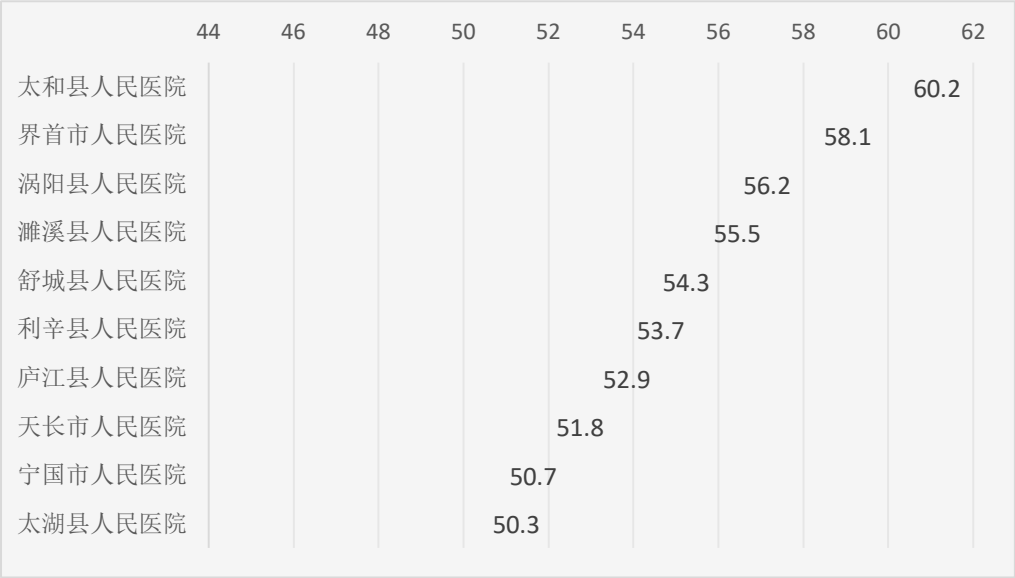


图 6 安徽省县域医院传播力 TOP10

在县域医院中，界首人民医院的粉丝数最多，为 37 万，约为市级医院第一名的三分之一。

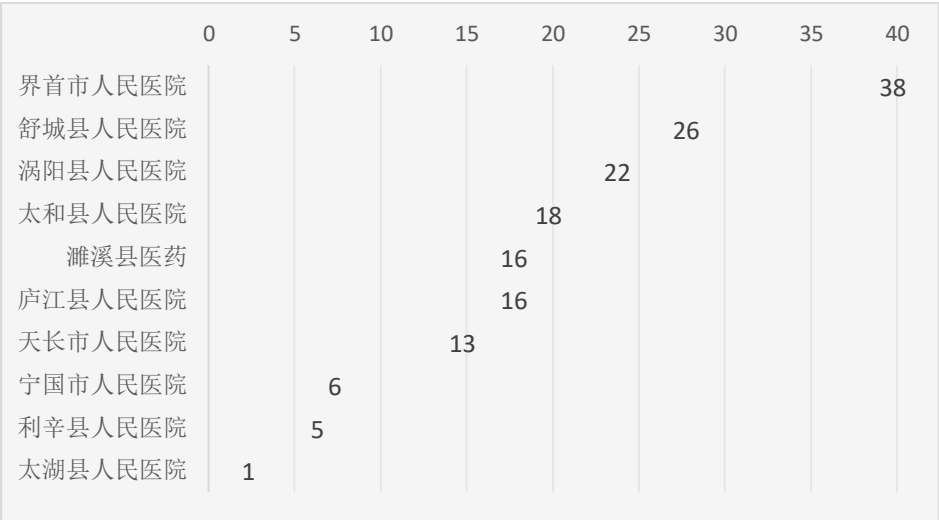


图 7 安徽省县域医院微信粉丝数（万）

综合传播力排名第一的太和县人民医院始建于 1949 年，2018 年晋升为三级甲等综合医院，实现全省县级医院创三甲“零的突破”。医院设有生殖医学、静脉用药调配、健康体检和远程医学服务中心，为患者提供全方位、个性化医疗服务。

在慢病管理方面，医院创新推出“369 管理体系”，聚焦血压、血糖、血脂三项核心健康指标，关注乳腺癌、胃肠癌等六种常见肿瘤及九种慢性疾病，采用全程化、分级负责的管理模式提升管理效率。以身份证为核心建立个人健康档案，整合各类健康数据，依托互联网医院平台开发慢病管理系统，实现动态监测与个性化管理，建档人数超十万。同时，发挥村医作用，通过县、乡、村三级医疗机构协同，将慢病管理服务延伸至基层。

为让基层群众“不生病、少生病、生病少跑路”，医院以医务人员老家为纽带，推出“服务三村 当好三员”行动，聚合村医、村干、村民力量，借助家庭医生签约、远程医疗和移动医疗设备，引导医务人员当好老乡的管理员、健康员、联络员，将医疗服务延伸至患者家中，实现医疗服务“零距离”，让乡亲看病“有医靠”。

三、总结与建议

（一）总结

在省级医院层面，安徽医科大学第一附属医院和安徽省立医院传播力指数较高，微信粉丝量分别达到 370 万和 330 万，在省级医院传播力排序中处于第一梯队，为健康信息传播奠定了受众基础。市级层面，蚌埠医科大学第一附属医院综合传播力领先，微信粉丝数超 80 万，且积极开展战略规划与运营管理改革、推进“四心工程”建设和大型巡回义诊活动，提升了医院影响力和社会形象。县级层面，太和县人民医院 2018 年晋升为三级甲等综合医院，在慢病管理方面创新推出“369 管理体系”，还开展“服务三村 当好三员”行动，将医疗服务延伸至基层，这些特色服务借助新媒体传播能提升知名度。此外，安徽省卫健委官方新媒体账号“健康安徽”传播力指数在全国 31 个省、自治区、直辖市卫健委中排第 8 位，其发布的工作会议新闻和健康科普内容受关注，省级媒体打造的《健康安徽》节目也在传播健康知识方面发挥了积极作用。

然而，安徽省医院新媒体传播也存在一些问题。部分账号活跃度不足，如安徽医科大学第一附属医院 1 月份仅发布稿件 7 篇，安徽省立医院发布 5 篇稿件，更新频率较低，难以持续吸引受众关注。抖音等短视频平台运营效果欠佳，多数省级医院抖音账号粉丝数较少，如安徽省立医院、安徽医科大学第二附属医院等抖音账号粉丝数均为 1 万左右，市级医院中开设抖音账号的也较少，阜阳市人民医院和亳州市人民医院粉丝数总计才 2.6 万，县级医院在新媒体传播方面的投入和探索可能相对更少，未能充分发挥短视频平台传播优势。

（二）建议

1. 提升账号活跃度：制定科学的内容发布计划，明确发布频率，如省级医院官方微信公众号应争取每天发布一次，或每周至少发布 3 - 4 篇优质内容。内容涵盖医疗新技术、健康科普知识、医院动态、专家坐诊信息等，以多样化的内容持续吸引受众关注。建立内容创作团队，成员包括医学专业人员、新媒体运营人员、文案策划人员等，确保内容的专业性、可读性和创新性。例如，结合当下热点话题，策划有趣的健康科普短视频脚本，提升内容吸引力。

2. 强化短视频平台运营：加大对抖音等短视频平台的投入，配备专业的短视频制作团队，负责视频的拍摄、剪辑、特效制作等工作，提升视频质量。根据不同平台的用户特点和算法规则，定制差异化的运营策略。在抖音上，制作有趣、实用的健康科普短视频，时长控制在 1 - 3 分钟，利用热门音乐、话题标签等提高视频曝光度；在 B 站上，发布深度的医学科普系列视频，满足年轻群体对知识深度的需求。开展互动活动，如线上健康知识问答、抽奖、病例分享等，提高用户参与度和粉丝粘性。例如，每月举办一次健康知识问答活动，设置实用的健康礼品作为奖品，鼓励用户积极参与。

3. 整合传播资源：依托百姓健康频道等专业健康传播平台，建立覆盖省、市、县级医院新媒体传播联盟，整合各级医院的传播渠道和资源，实现信息共享、优势互补。CHTV 专家科普内容可以通过省级、市级、县级医院的新媒体账号进行转发推广，扩大传播范围。加强与地方媒体、健康类自媒体的合作，通过联合制作节目、互相推广等方式，提升医院新媒体传播的影响力。同时，利用大数据分析技术，精准定位目标受众，根据不同受众群体的年龄、性别、地域、健康需求等特征，推送个性化的健康信息和服务，提高传播效果。