



澳門科技大學
MACAU UNIVERSITY OF SCIENCE AND TECHNOLOGY

人文藝術學院
Faculty of Humanities and Arts



中国健康产业 视听传播研究报告(2024)

RESEARCH REPORT ON AUDIO-VISUAL
BROADCASTING IN HEALTH INDUSTRY OF CHINA (2024)

2024.4.30 中国·澳门

并购家 免费行业报告网

IPOIPO.CN 每日更新 不用注册会员 无广告 永久免费

中国健康产业视听传播研究报告（2024）

出品方：澳门科技大学医学部、澳门科技大学人文艺术学院

主 编：司若

学术指导：朱依淳 张志庆 陈锐

执行主编：庞胜楠

课 题 组：岳宗胜 刘学华 张维肖 徐辰 王瑜 王娜 王嘉晖 谷思菀 赵灿 白依琳 李尧 武锐

媒体合作：i健谈

数据说明：本报告所有数据统计日期除特殊标注外，均截至2023年12月。其中舆论数据均来源于网络公开场景相关信息。特此鸣谢企鹅有调对本报告的支持。



目录

CONTENTS

01 健康产业的政策与背景

02 中国健康产业视听传播的主题与内容

03 中国健康产业视听传播的路径与形式

04 中国健康产业视听传播的效果与热点

05 健康产业视听传播的前景与展望



健康产业的背景与政策

Background and Policies of the Health Industry

中国健康产业政策背景

- 习近平总书记在党的二十大报告中提出，推进**健康中国建设**，把保障人民健康放在优先发展的战略位置，完善人民健康促进政策。
- 为推动健康中国建设，近年来中国政府相继颁布了《“健康中国2030”规划纲要》《“十四五”全民医疗保障规划》《关于支持社会力量提供多层次多样化医疗服务的意见》等一系列重要政策。旨在**倡导健康生活方式，优化和完善健康服务体系，改进健康保障体系，着力构建更加健康的社会环境。**
- **“大卫生、大健康”**理念是实施健康中国战略的行动引领，在中国式现代化的道路上，病有所医、病有良医、人均预期寿命稳步提高等成效，为人民生活的幸福感提供了坚实的保障。

八大政策亮点



“十四五”全民医疗保障



疾控/公共卫生应急



中医药传承创新发展



医疗反腐/廉洁从业



“互联网+医疗健康”



老年心理关爱



罕见病诊疗服务

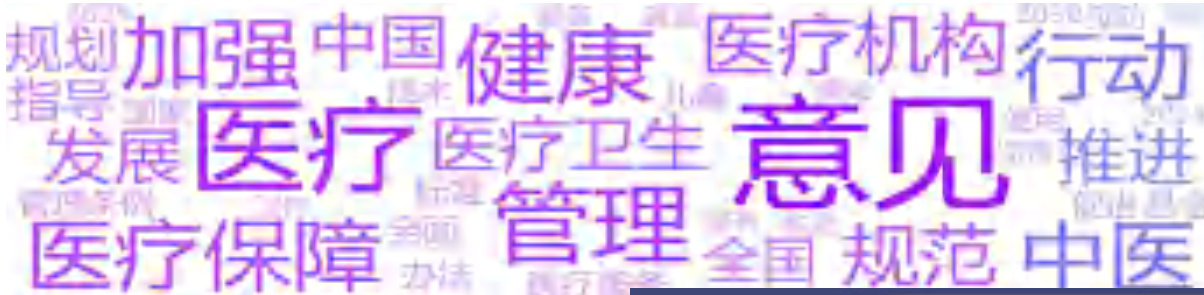
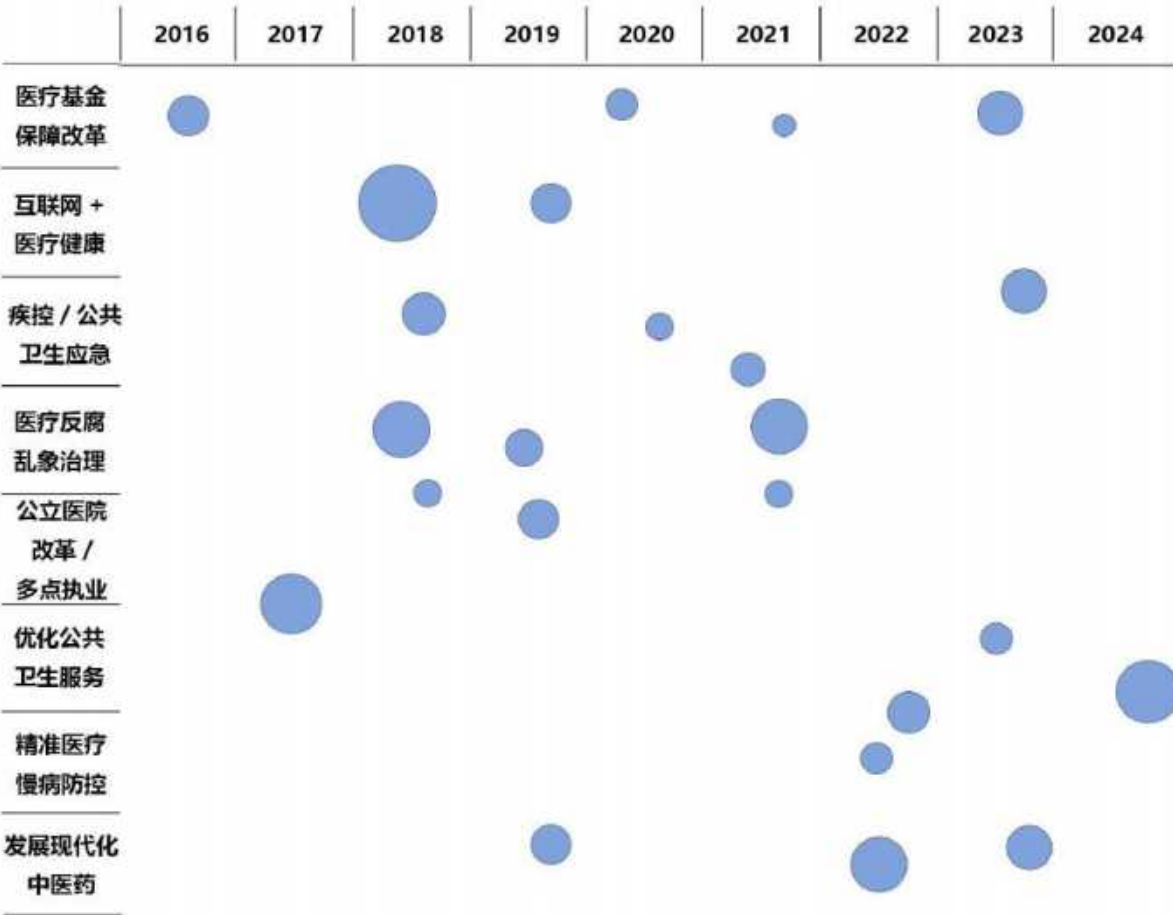


儿童卫生服务高质量发展

全面建设
健康中国

大卫生
大健康

近年来中国健康产业相关政策



发布时间	政策文件/会议讲话
2016-08-19	《习近平总书记在全国卫生与健康大会上的讲话》
2016-10-25	《“健康中国2030”规划纲要》
2017-04-26	《关于推进医疗联合体建设和发展的指导意见》
2017-05-16	《关于支持社会力量提供多层次多样化医疗服务的意见》
2018-04-25	《关于促进“互联网+医疗健康”发展的意见》
2018-05-23	《中国即将全面消除疟疾》
2018-08-17	《互联网诊疗管理办法（试行）》 《互联网医院管理办法（试行）》 《远程医疗服务管理规范（试行）》
2018-08-31	《医疗纠纷预防和处理条例》
2019-02-02	《医疗机构投诉管理办法》
2019-03-06	《医疗乱象专项整治行动方案》
2019-04-30	《加强家庭医生签约服务工作》
2019-07-15	《健康中国行动（2019—2030年）》
2019-10-26	《关于促进中医药传承创新发展的意见》
2020-02-25	《关于深化医疗保障制度改革的意见》
2020-06-01	《中华人民共和国基本医疗卫生与健康促进法》
2020-12-12	《全国公共卫生信息化建设标准与规范(试行)》
2021-02-19	《医疗保障基金使用监督管理条例》
2021-06-06	《医疗器械监督管理条例》
2021-05-14	《关于推动公立医院高质量发展的意见》
2021-06-08	《关于加快推进康复医疗工作发展的意见》
2021-09-23	《“十四五”全民医疗保障规划》
2021-11-05	《健康儿童行动提升计划2021-2025》
2021-11-21	《医疗机构工作人员廉洁从业九项准则》
2022-01-04	《关于规范医疗机构中医医疗技术命名 加强中医医疗技术临床应用管理的通知》
2022-06-20	《开展老年心理关爱行动》
2022-12-29	《国家罕见病医学中心设置标准》
2023-02-28	《2023年国家医疗质量安全改进目标》
2023-03-23	《关于进一步完善医疗卫生服务体系的意见》
2023-05-30	《关于加强医疗保障基金使用常态化监管的实施意见》
2023-05-30	《全面提升医疗质量行动计划（2023-2025年）》
2023-12-06	《关于深化中医馆建设 加强中医医师配备的通知》

中国健康产业信息传播的多维网络

- 中国健康产业信息传播渠道主要包括：**政府全媒体官方发布渠道、行业机构全媒体发布渠道、医疗机构渠道、教育系统以及社群传播**。这些渠道共同构成了中国健康产业信息的多维传播网络。

政府全媒体官方发布渠道

政府发布医疗政策、疾控动态，一般通过**官媒及主流媒体**的报刊、广播、电视、门户网站及平台号等渠道。

- 例如，**国家卫健委官网**及各平台号定期发布政策、辟谣科普文章等，向公众提供权威的健康信息。
- 国家和地方电视台、广播电台**制作播出**健康教育节目**，提供健康知识、疾病预防等内容。
- 社区基层卫生宣传服务**，以集中授课、专家义诊、派发手册、张贴布告栏等方式向居民推广健康知识。

行业机构全媒体发布渠道

- 健康信息服务提供商**：如丁香园、好大夫在线，提供疾病咨询、健康管理、在线问诊等服务。
- 网络媒体**：医疗从业者或自媒体博主通过微博、微信公众号、抖音、快手等社交平台，以文章、短视频、直播等形式传播健康信息。
- 传统媒体**：健康相关专业报纸、杂志、电视台传播健康题材相关的图文、电影、电视剧、纪录片等作品。

医疗机构教育系统社群传播

- 医疗机构**：通过门诊服务、健康讲座、宣传栏等方式提供健康信息。
- 学校健康教育**：实施健康教育课程，提高学生的健康意识和自我保健能力。
- 社群传播**：线下线上社群，如QQ群、百度贴吧、知乎、豆瓣中的健康话题社区，用户可自由交流经验，常见话题有心理健康、母婴、减肥、罕见病、职业病、抗癌群等。

全球健康传播前沿举措

- 全球各国通过多种数字渠道分享专业、个性化的健康信息，并采取措施监管内容，同时结合社交媒体互动和医疗剧等方式，提升公众健康意识和知识水平。
- 视听媒介已成为全球健康信息传播的重要手段。



公共卫生信息传播&政媒合作

国家卫生机构、非营利组织和医疗专家，广泛利用互联网、社交媒体、移动应用等数字渠道来分享公共卫生信息，并开发了App和在线平台，如国际红十字会的First Aid，世界卫生组织的Who Info，美国心脏病协会的Heart360等，提供有关于急救措施、远程医疗、预防疾病、饮食管理、运动规划和心理健康等方面服务和信息。

平台内容把关&健康谣言治理

在健康传播内容的质量和专业性上，发达国家通常拥有一批专业的健康传播人员和医疗专家进行内容把关。同时，一些平台采取了内容监管措施，以减少医学谣言对公众的误导，如Twitter、Facebook、Instagram、WhatsApp等社交媒体与WHO等卫生机构合作，提供可靠信息的同时将虚假信息标记为不准确。

数据驱动&个性化服务

利用大数据和人工智能技术对用户行为和偏好进行分析，发达国家的健康传播能够提供更加个性化和针对性的健康信息，基于用户的搜索历史和健康档案，提供定制化的健康建议和预防措施。例如，英国国家卫生服务（NHS）网站为公众提供全面的健康信息和自助工具，同时，通过NHS应用，用户可以访问自己的医疗记录，预约GP，甚至进行在线问诊。

媒介仪式&视听传播

在博客、视频平台、社交媒体博主所分享健康内容之外，一些社交媒体的视听互动仪式，如“冰桶挑战赛”和“为孩子打疫苗”互动仪式也通过吸引公众参与，在传播健康知识、揭秘冷门疾病、宣传疫苗安全性和接种必要性方面取得了成功。后疫情时代，《实习医生格蕾》《19号消防局》《良医》《住院医师》等经典医疗剧迅速增加了疫情相关内

“大健康 + 大视听” 产业融合、使命共担格局

- 《中国广播电视全媒体发展报告（2022）》提出 **“大视听” 产业**是视听和“视听+”产业组成的产业集合体。
- 根据中国网络视听发展研究报告(2024) 数据显示，**网络视听稳固用户数10.74亿，使用率达98.3%。**
- 伴随5G、4K/8K超高清等创新性引领性数字技术的应用不断加深，“视听+”产业不断衍生出新场景、新模式，**大视听已经成为产业融合的重要链接和增长引擎之一。**

“大视听” 核心层

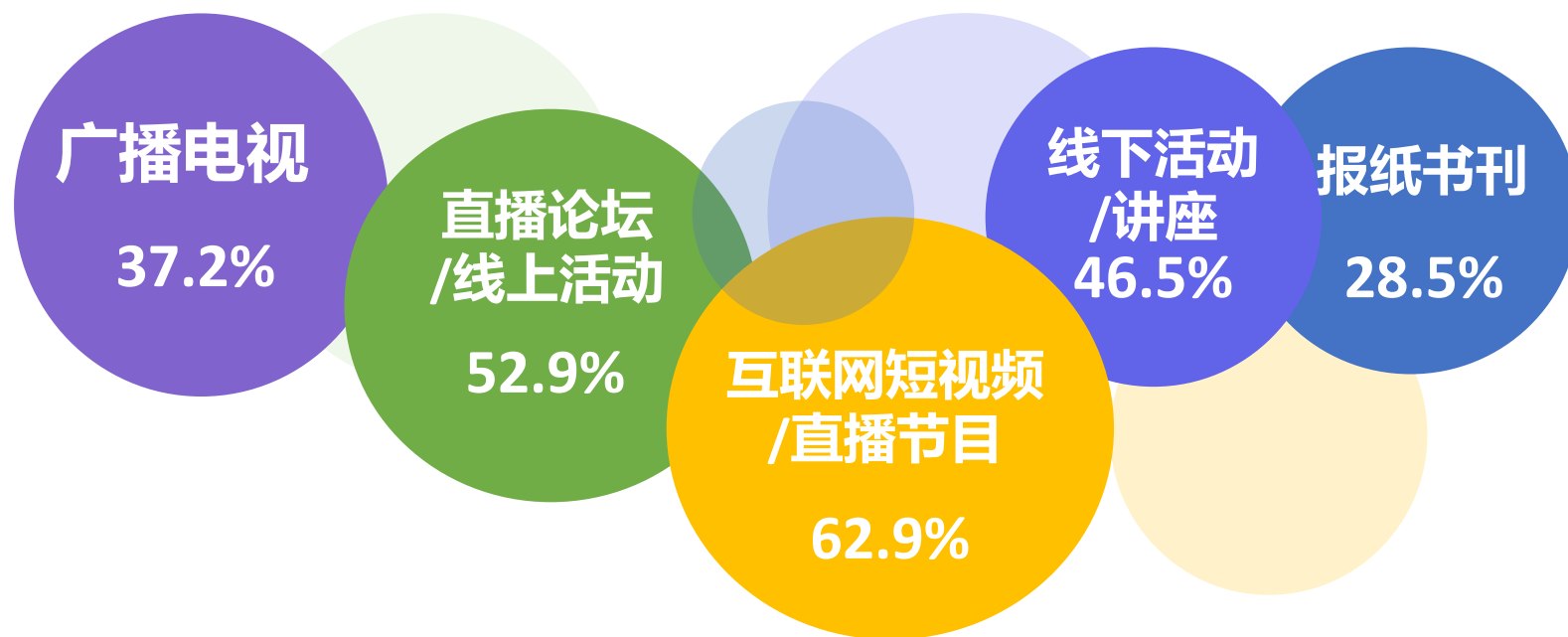
- 以**广播电视和网络视听产业**为主，包括广告、有线电视网络业务、节目版权、智慧广电及融合业务、视听产业基地（园区）。

“视听+” 外延层

- 由**视听衍生产业**组成，为数字视听与文化、科技、旅游、演艺、医疗、教育、康养等社会生活各个领域的融合发展业态。

“大健康 + 大视听” 产业融合、使命共担格局

- 根据艾瑞咨询发布的《2023年中国大视听市场趋势洞察报告》中关于大视听用户医疗康养消费需求的调查统计数据：在康养知识方面，**用户最关注运动健身和养生健康类资讯**；互联网短视频/直播节目等高效的互动型渠道是最多用户常用的信息来源，有专业知识输出、专家讲座或权威媒体发布都能更加有效建立信任、打动人心。
- 视听媒介作为传播健康信息的重要手段，承担着让社会 **“更加立体地了解医生、了解医学”** 的责任，优化视听媒介的健康传播职能、确保医疗相关信息通过视听渠道有效传播，对于推进健康中国建设具有重要意义。



用户从互联网了解相关资讯的习惯调研



2

中国健康产业视听传播的主题与内容

Themes and Contents of Audio-visual Communication in China's Health Industry

健康产业视听传播背景与内容主题

- 近年来，在全媒体浪潮下，健康产业**传播主体多元化、受众差异化、形式多样化**，医疗健康宣传唯有主动迎接时代之变，创新传播模式，深化传播内容，打造精品佳作，才能让医疗健康故事生动鲜活，让医疗健康知识家喻户晓，让医疗健康理念深入人心。
- 新时代背景下，我国不断涌现优秀的**医疗健康题材电影、电视剧、纪录片、短视频、纪实直播、纪实电影**等，成为“健康中国”传播的主力军。
- **公共卫生事件、医疗政策改革、医者群像、中医文化传承、疾病科普、医患关系、医疗康养与医疗美容**成为健康产业视听传播内容中最受关注的八大主题。



2023年中国健康产业视听传播的八大内容主题

主题一：公共卫生事件

■ 影视剧、短视频在重大公共卫生事件的传播过程中始终扮演着重要的角色。



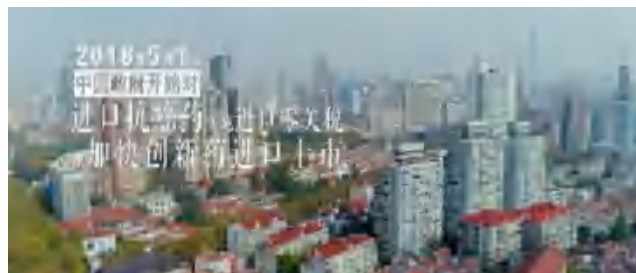
纪录片《武汉战疫纪》《生死金银潭》，电视剧《共饮一江水》等聚焦新冠肺炎等公共卫生事件，成为最具代表性的影视作品

电视剧《埃博拉前线》、纪录片《我们在一起》聚焦埃博拉病毒，彰显影视传播的力量。

2023年中国健康产业视听传播的八大内容主题

主题二：医疗政策改革

■ 涉及民生问题的医疗政策改革成为影视剧、短视频平台关注的重点话题。



医疗剧《关于唐医生的一切》《问心》《非凡医者》《白色强人2》等持续关注“医疗改革”进程，呈现互联网医疗、大病医保、促进基本公共卫生服务逐步均等化、推进公立医院改革试点等涉及民生议题的重要医改举措。



2023年，短视频平台关于医保局“灵魂砍价”的相关话题持续发酵，药品降价、医保改革等话题引发观众热议。

2023年中国健康产业视听传播的八大内容主题

主题三：医者群像塑造

- **群像感、专业化和典型人物塑造**成为当前影视剧塑造医者形象的重要特点；
- 职业特性决定了**医护群体**一直是医疗题材影视剧内容表现的主体；
- 现实主义创作风格和平民化审美下，涌现出更多元、更丰满的**新医护形象**；
- 多元文化传播语境下，使专科化和专业化成为医者形象的双重标签。



主题三：医者群像塑造



援外医生
《欢迎来到麦乐村》
(电视剧)



中医
《后浪》
(电视剧)



急诊医生
《中国救护》
(纪录片)



儿科医生
《闪闪的儿科医生》
(纪录片)



妇产医生
《亲爱的生命》
(电视剧)



乡村医生
《老大夫小大夫》



实习医生
《令人心动的offer3》



军队医生
《爱上特种兵》
(电视剧)

2023年中国健康产业视听传播的八大内容主题

主题四：中医药文化传承

- 2023年中医题材影视剧、电视节目佳作频出，用生动的案例去讲解中医知识、传播中医文化，成为讲好中医药文化故事的重要载体。



聚焦中医人的文化传承
精神

传递岭南医药文化

诠释“大医精诚”
之道

探寻数千年的华夏
医脉

更多免费行业报告

并购家

www.ipoipo.cn

2023年中国健康产业视听传播的八大内容主题

主题五：疾病科普

- 医疗题材的影视剧向受众普及了人体和疾病的科学知识，可以让受众直观地了解疾病的致病原理和治疗方案，展现高端医疗科技的前沿发展。

心理疾病

自闭症

《非凡医者》《忠爱无言2》《梦想森林》

抑郁症

《是坏情绪啊，没关系》
《我们如何对抗抑郁》

心脑血管疾病

电视剧

《问心》

纪录片

《手术两百年》

疾病种类：

A型主动脉夹层、心碎综合征急性心衰、急性冠脉综合征……

阿尔兹海默症

电影

《我爱你！》《妈妈》
《海的尽头是草原》

纪录片

《亲爱的请别忘记我》

综艺节目

《忘不了餐厅》

体验式游戏

《6栋301房》

癌症

脑癌

《送你一朵小红花》

肝癌/膀胱癌

《关于我妈的一切》

白血病：

《再见吧，少年》

多种癌症

《生生》《人间世》《医问》

罕见病

渐冻症

《医者2023》《中国医生》

多发性硬化

《了不起的老爸》

红斑狼疮

演员周海媚去世，引发关注

2023年中国健康产业视听传播的八大内容主题

主题六：医患关系

- 医生与患者之间在专业领域信息的不对等、患者对疾病和医疗的理解与期待与现实之间存在偏差等因素是医患关系紧张的重要因素，也成为医疗剧中绕不开的情节。

纪录片《中国医生》

- 朱良付医生：“曾经有个老太太，是一个老爷子的家属，那个阿姨说我想把你撕成碎片，说我把他家老爷子给害死了。我跟那个老爷子我们在病区里关系很好的呀，他也很慈眉善目，我也不希望高灌注（脑高灌注综合征）发生。**但他们也知道你是个好大夫**，那个老太太一边这么说一边还说，‘我近来高血压了，你再给我看看’，**但是不耽误她投诉你。**”
- 徐晔医生：**学会冷静，是医生的必修课。**
- 田素革护士长：**就是想让病人好！**

医疗剧《问心》

- 韩笑护士停职事件
- 庄家顺、王先生医闹事件
- 《问心》从侧面反映出医生与患者之间由于沟通不畅，导致误解和不满；医疗资源不足、分配不均都成为医患关系紧张的现实原因。

2023年中国健康产业视听传播的八大内容主题

主题七：医疗康养

- 近年来，创作者将视角转向了老年人生动多彩的晚年生活，展现了他们的酸甜苦辣，探讨实现美好晚年的可行途径，**养老、养生成为医疗康养话题中最受关注的两个方面。**
- 短视频平台各类专家说、养生博主、养生话题、养生知识科普等热度持续攀升，颇受用户的关注。



电视剧《老家伙》《老闺蜜》《八零九零》等聚焦老年人生活、抱团养老、打造养老社区等现实议题，与当前“老龄化”“健康老年生活”等

2023年中国健康产业视听传播的八大内容主题

主题八：医疗美容

■ 医美市场高速发展、医美用户激增，对医疗美容行业的关注成为视听作品的重要内容。



纪录片《人生第二次：拒》将镜头对准病理性整形和医美整形两个群体，关注她们在社会中面临的容貌焦虑、心理情感焦虑等，增加了影视剧的现实观照意义。



电视剧《耀眼的你啊》聚焦医美行业，将容貌年龄焦虑、女性产后护理、医美行业乱象等社会议题融入剧集内容，引发社会关注。



在抖音平台，纪录片《中国医生》中的徐晔医生入驻，进行医疗美容科普、医疗美容案例分享、医疗美容咨询等，拥有百万粉丝。



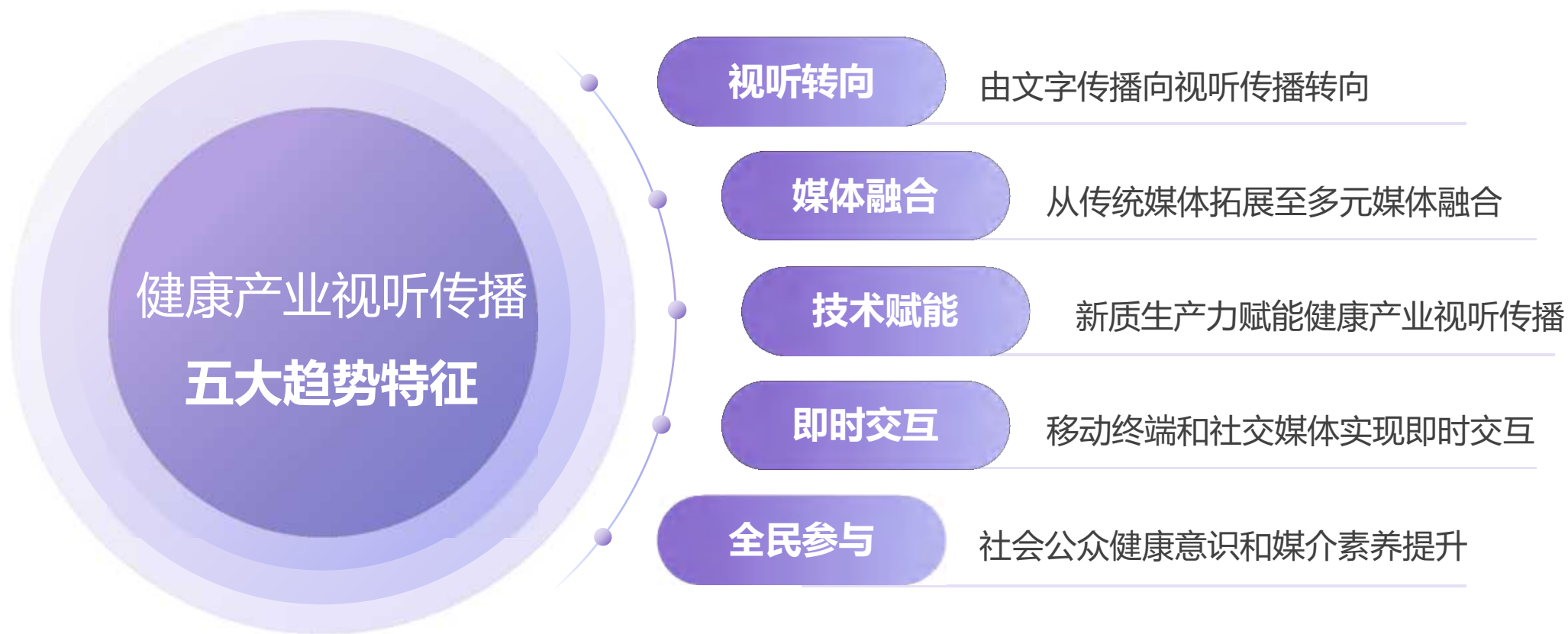
3

中国健康产业视听传播的路径与形式

Paths and Forms of Audiovisual Communication in China's Health Industry

健康产业视听传播路径与形式的总体趋势特征

- 中国健康产业视听传播的路径与形式总体呈现**视听转向**、**媒体融合**、**技术赋能**、**即时交互**与**全民参与**五大趋势特征。



(一) 视听转向：由文字传播向视听传播转向

- 随着媒体技术的发展，健康产业的传播方式从传统的**以文字、图片为主**，转向**以视听为主**的多媒体形式，因其直观、生动的媒介特性，越来越受到大众青睐，逐渐成为健康信息传播的主流形式。



(二) 媒体融合：传统媒体到多元媒体融合

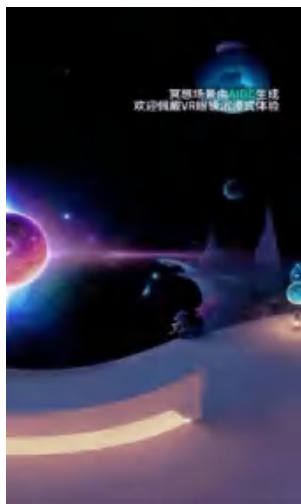
- 健康产业传播的媒介使用在**图书音像出版物**和**传统视听作品**基础上，广泛融合了跨平台、跨终端的**社交媒体内容**、**新媒体矩阵**以及**交互技术**，实现多元媒体融合的路径拓展。以此覆盖更广泛的受众群体，提高信息的触达率和传播效果。



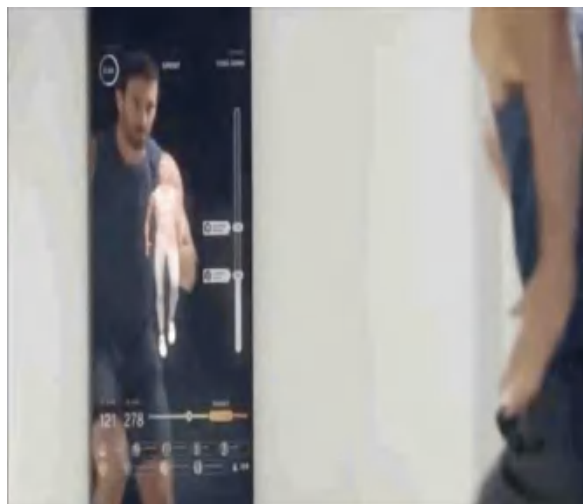
(三) 技术赋能：新质生产力赋能健康产业视听传播

- **新质生产力**如人工智能、大数据、云计算等，正在为健康产业的视听传播提供强大的技术支持。
- 面向科技与未来，健康产业视听传播结合高科技手段，探索**形式新颖、内容丰富、互动性强**的交互内容，如AIGC生成的VR心理疗愈影像、AI智能健身镜、大脑认知训练游戏、AR虚拟仿真交互模型等。

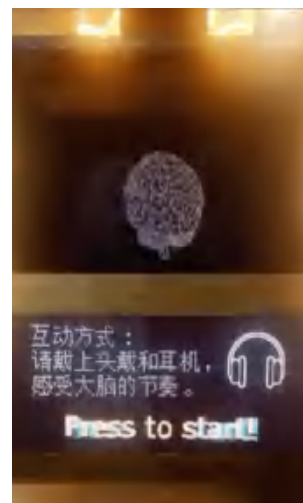
VR心理疗愈影像
(由AIGC生成)



AI智能健身镜



大脑认知训练游戏
《巴普洛夫很忙》
互动装置



AR虚拟仿真交互模型



(四) 及时交互：移动终端和社交媒体实现即时交互

- 随着社交媒体和移动互联网的普及，健康产业的传播越来越注重与受众的即时互动。
- 通过**在线问答**、**弹幕评论**、**点赞分享**等方式，受众可以实时参与健康话题的讨论，这种即时交互性增强了受众的关注度和参与感。



抖音



微博



小红书



知乎



(五) 全民参与：社会公众健康意识和媒介素养提升

- 在互联网环境中，社会大众不可避免地高频接触各类健康信息，且普遍参与了相关内容的传播和创作。
- 社会多主体参与分享健康生活经验、知识和观点，形成**全民参与、共创共享**的健康信息传播新生态。

参与主体 \ 创作内容	领域	主题	要素	形式	案例
医院和医疗机构 医疗和健康企业 医生和科研专家 相关领域从业者 相关领域媒体 相关领域自媒体 普通个人	疾病	◆ 流行病、常见病、罕见病	◆ 病因、病理、案例	◆ 配合影像片段，由专业医师或患者讲述	◆ 上呼吸道感染症状及表现 ◆ 对话渐冻症抗争者蔡磊
	节日/节点	◆ 传统节日、考试季、求职季、爱眼日、睡眠日	◆ 节日传统、节气食物、心理调适、健康知识	◆ 结合图文或采访内容，由相关方面专家讲述	◆ 专家建议：汤圆避免早晚食用 ◆ 考前压力大，如何疏导
	职业	◆ 久坐族、熬夜党、户外工作者、极端环境工作人群	◆ 群体界定与特征、工作性质、健康影响因素	◆ 配合表现对象及其工作场景展现	◆ 医生提示户外工作警惕“热射病” ◆ 办公室久坐护腰神器测评
	养生	◆ 中医药、食疗、古籍医典等传统文化	◆ 中医养生知识与方法、中医药文化	◆ 配合展示中医药元素，由中医或养生专家讲述	◆ 早起喝一杯温开水，有这些好处 ◆ 白萝卜加一宝，止咳又化痰
	美容	◆ 日常护理、医疗美容、美体塑形	◆ 美容美体知识、技巧、产品、服务、机构	◆ 由相关专家或美妆博主分享专业知识或产品	◆ 掌握正确护肤顺序，让皮肤更稳定 ◆ 每天坚持这6个动作，改善体态
	食物	◆ 药食同源、食物功效、搭配与禁忌	◆ 常见食物、应季果蔬、烹饪方式	◆ 配合展示常见食物，由专业人员介绍健康知识	◆ 不能和鸡蛋同吃的食物，你知道吗 ◆ 《中国药典》之“山药篇”
	药品	◆ 用法用量、功效、常备药、进口药、新药研制	◆ 药品功效、成分、价格、适用人群	◆ 由医师或研发人员介绍药品功效或新药研制进展	◆ 口服胰岛素最新进展来了 ◆ 家庭儿童小药箱怎么准备
	运动健身	◆ 运动项目、节赛、技能、健身房、装备、补充剂	◆ 运动展示、场景、健身原理、技巧、器械	◆ 由运动员、教练或相关专家介绍运动健身专业知识	◆ 专业运动员带你学习冰雪健身操、健身房器械训练之“手臂线条”
	急救知识	◆ 儿童急救、老年人急救、急救设备、技能	◆ 急救判断、技能、原理	◆ 以相关新闻或场景引入，介绍急救应对技能	◆ 卢骁的急诊日记 ◆ 海姆立克急救法
	突发事件	◆ 地震、火灾、车祸、极端天气灾害、传染病	◆ 突发事件、成因、自救与急救方法	◆ 以突发事件为核心，介绍自救与急救技能	◆ 当地震发生时，该如何自救 ◆ 高层起火，如何判断火源位置



4

中国健康产业视听传播的效果与热点

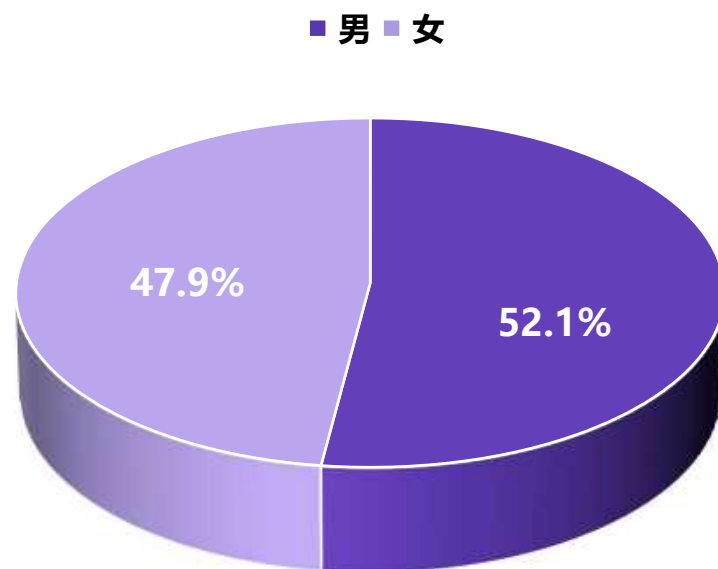
Effects and Hotspots of Audio-visual Communication in China's Health Industry

中国健康产业视听传播受众调研

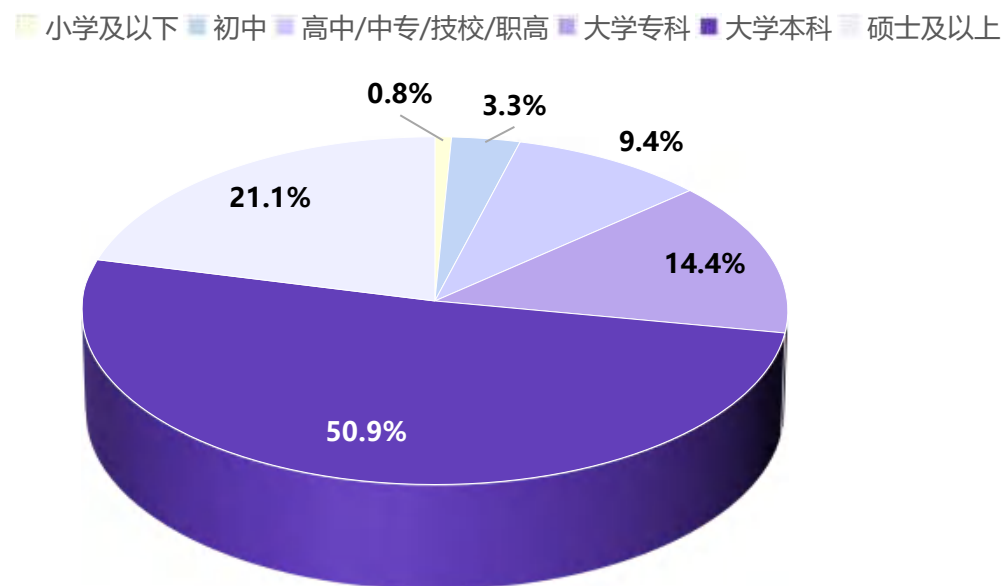
样本情况

本调研面向中国健康产业视听作品全体受众开展，共收集有效样本2563份（包括专业人士1013份和普通公众1550份）。调研覆盖全国33个省级行政区，男女比例相对均衡，其中男性（52.1%），女性（47.9%）；40岁以下群体占54.4%，学历方面大学本科及以上学历（72%）占比较多，其收入主要集中在10000元以下（70.2%）。专业人士受众中，医疗健康行业从业人员占比为63.3%，医学院相关专业学生占比36.7%。

样本性别比例（N=2563）



样本学历比例（N=2563）



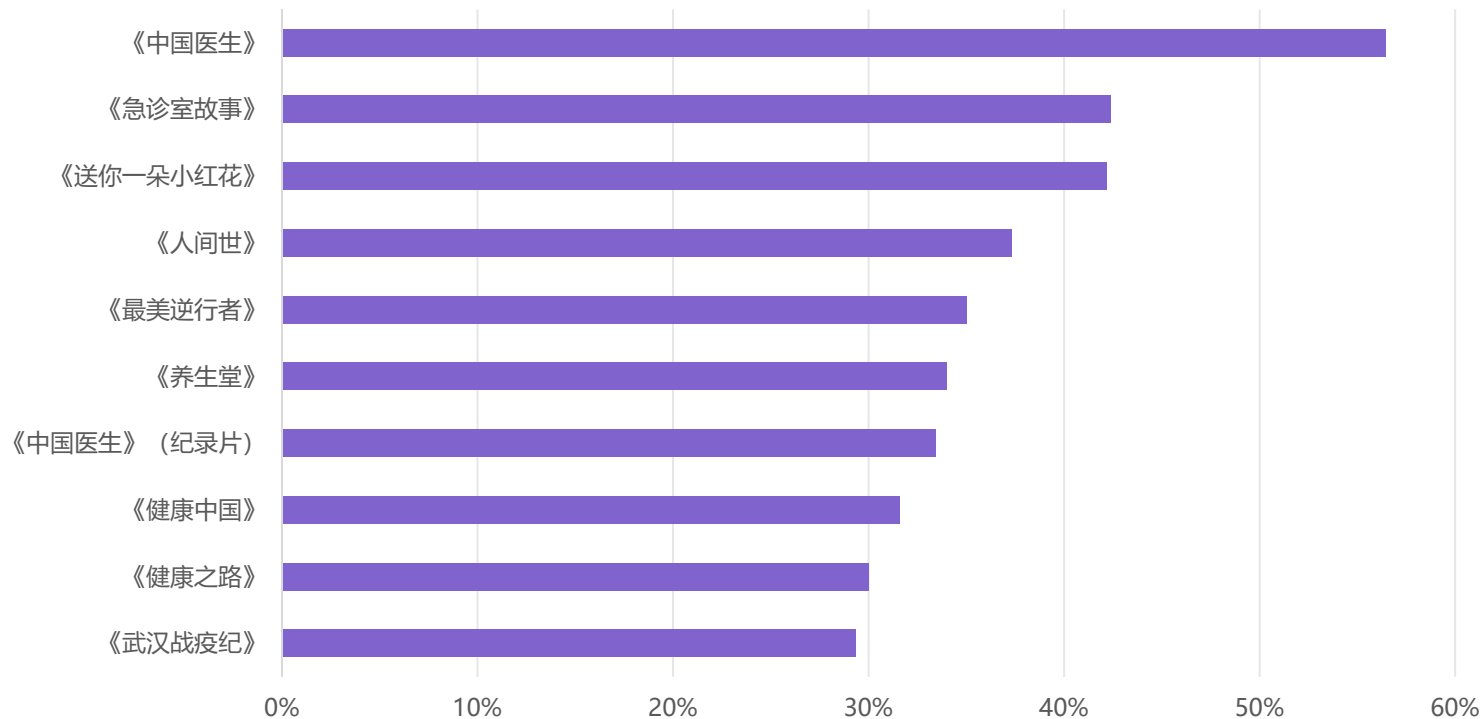
公众观看比例最高的医疗健康议题相关视听作品TOP10

- 高质量医疗健康题材**电影和纪录片**在公众中的**传播度较高**；
- 医疗健康题材**电视剧和综艺栏目**传播度**相对较低**。

本次调研选择了2023年上映或播出的具有代表性的电影、纪录片、电视剧、综艺栏目作品，对被访者观看过的医疗健康相关议题视听作品类型进行调研，调研结果显示：

- 以《中国医生》《送你一朵小红花》为代表的电影和《急诊室的故事》为代表的纪录片是公众最常观看的视听作品类型。
- 电视剧和综艺栏目被选择的比例相对较少，最受欢迎的综艺栏目《养生堂》的被选择比例为34%，比电影《中国医生》的被选择率（56%）少接近一半，电视剧则仅有《最美逆行者》一部入围TOP10。

公众观看比例最高的医疗健康相关议题视听作品TOP10



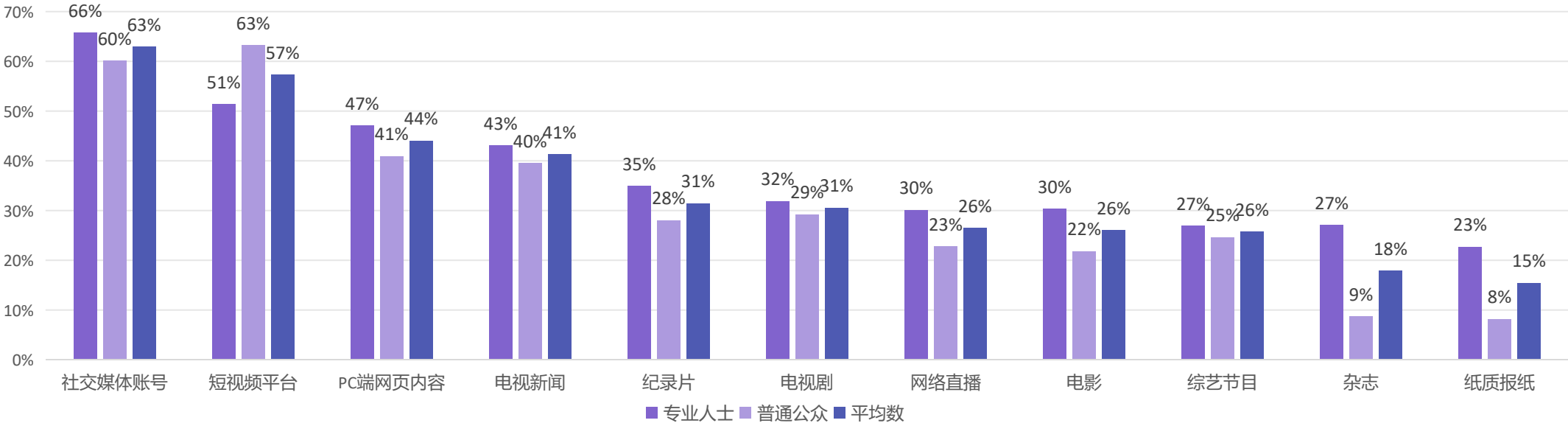
公众医疗健康信息渠道接触频率情况

- 社交媒体账号、短视频平台等新媒体渠道是公众接触医疗健康信息的最重要渠道；
- 以报纸和杂志为代表的传统媒体对普通公众在医疗健康信息方面的触达度相对较低。

本次调研对被访者通过11类不同信息渠道了解健康行业的频率进行调查，要求被访者从“从不”到“总是”进行评分（1—5分），调研结果显示：

- 平均得分最高的前两位分别为“社交媒体账号”（M=3.62）和“短视频平台”（M=3.55），将选择“总是”和“经常”的数据相加后可以发现（见下图），专业人士最常接触的医疗健康信息渠道是社交媒体账号，普通受众最常接触的医疗健康信息渠道是短视频平台。
- 平均得分最低的分别为“纸质报纸”（M=2.21）和“杂志”（M=2.32），从接触频率上来看，普通受众选择“总是”和“经常”的比例已经低于10%，但是专业人士均高于20%，说明传统媒体虽然对普通受众的触达度较低，但是对专业人士仍然具备一定的影响力。
- 从整体来看，除短视频平台外，专业人士在各个渠道的接触频率均高于普通公众，说明专业人士对医疗信息健康的兴趣更大。

公众医疗健康信息渠道接触频率情况



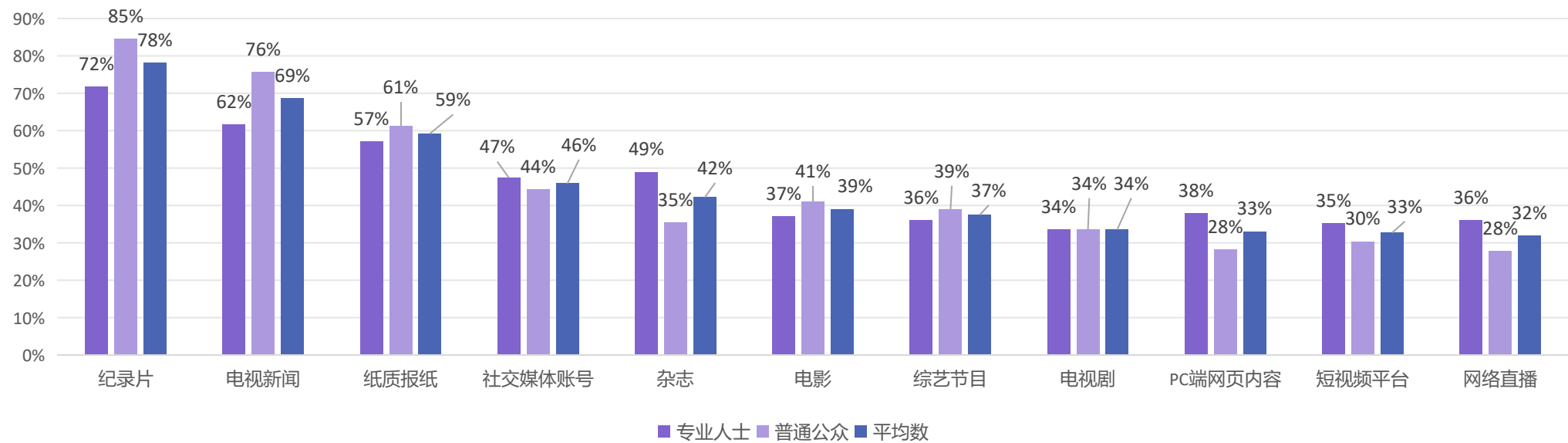
公众对医疗健康信息传播渠道的信任程度

- 纪录片、电视新闻等传统媒体是公众最信任的医疗健康信息传播渠道，具备较高的公信力；
- 社交媒体账号是公众最信任的新媒体健康信息传播渠道，新媒体更受专业人士信赖。

本次调研对被访者通过11类不同渠道获取健康行业信息的信任程度进行调查，要求被访者从“非常不可信”到“非常可信”进行评分（1—5分），调研结果显示：平均得分最高的渠道分别为“纪录片”（M=4.08）“电视新闻”（M=3.84），得分最低的渠道则分别为“网络直播”（M=3.06）和“短视频平台”（M=3.08）。

- 专业人士和普通公众最信任的渠道都是纪录片和电视新闻，有72%的专业人士在纪录片一项选择了“比较可信”和“非常可信”，85%的普通公众对纪录片投出了信任票，此外59%的公众对纸质报纸投出了信任票。
- 社交媒体账号是所有新媒体渠道中公众最信任的渠道。结合接触频率数据来看，虽然公众在日常生活中接触到新媒体中的医疗健康信息频率很高，但高接触并不意味着高信任度，且专业人士在传统媒体的信任度均高于普通公众，对新媒体的信任度均高于普通受众。

公众对医疗健康信息传播渠道信任程度



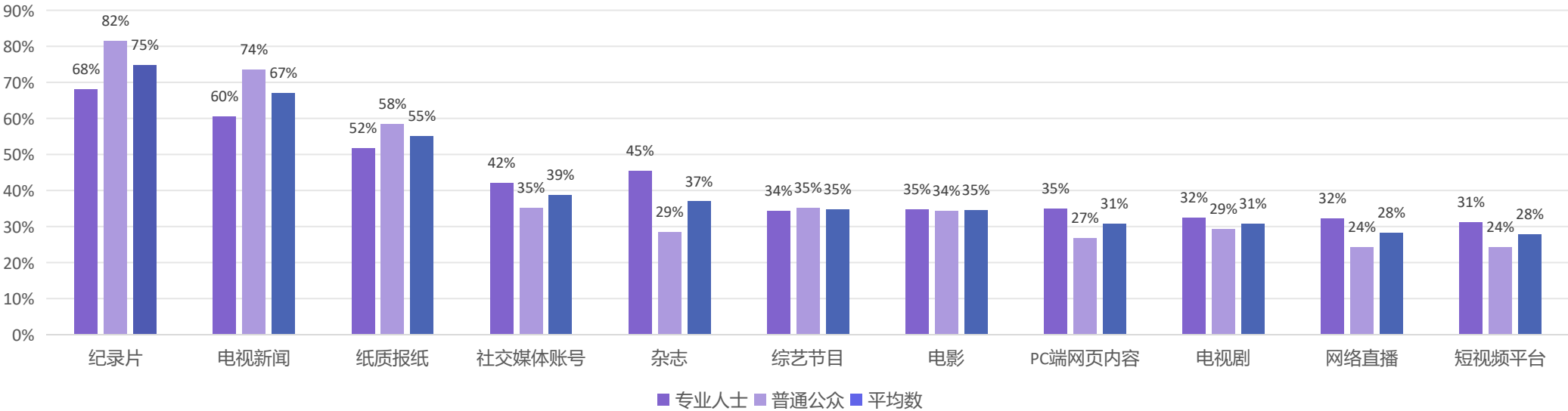
公众对不同传播渠道中医疗健康信息准确度的认可度

- 公众认为纪录片和电视新闻等传统媒体中的医疗健康信息准确度最高；
- 专业人士比普通公众对新媒体渠道中的医疗健康信息的准确度认可度更高。

本次调研对被访者通过11类不同渠道获取健康行业信息的准确度评判进行调查，要求被访者从“非常不准确”到“非常准确”进行评分（1—5分），调研结果显示：

- 信息渠道准确度评判和受众信任度评分基本呈现相同的分布特征。平均得分最高的渠道分别为“纪录片”（M=4.00）和“电视新闻”（M=3.78），平均得分最低的渠道则分别为“网络直播”（M=3.01）和“短视频平台”（M=2.98）。
- 专业人士在对纪录片、电视新闻、纸质报纸、综艺节目等传统媒体渠道医疗健康信息的准确度评价上均低于普通公众，而在社交媒体账号、PC端网页内容、网络直播、短视频平台等新媒体渠道中信息准确度的评价要高于普通公众，说明专业人士比普通公众对新媒体中关于医疗健康信息的认可度更高，这或许是由于专业人士对医疗健康信息更具辨识能力。

公众对不同传播渠道中医疗健康信息准确度调研

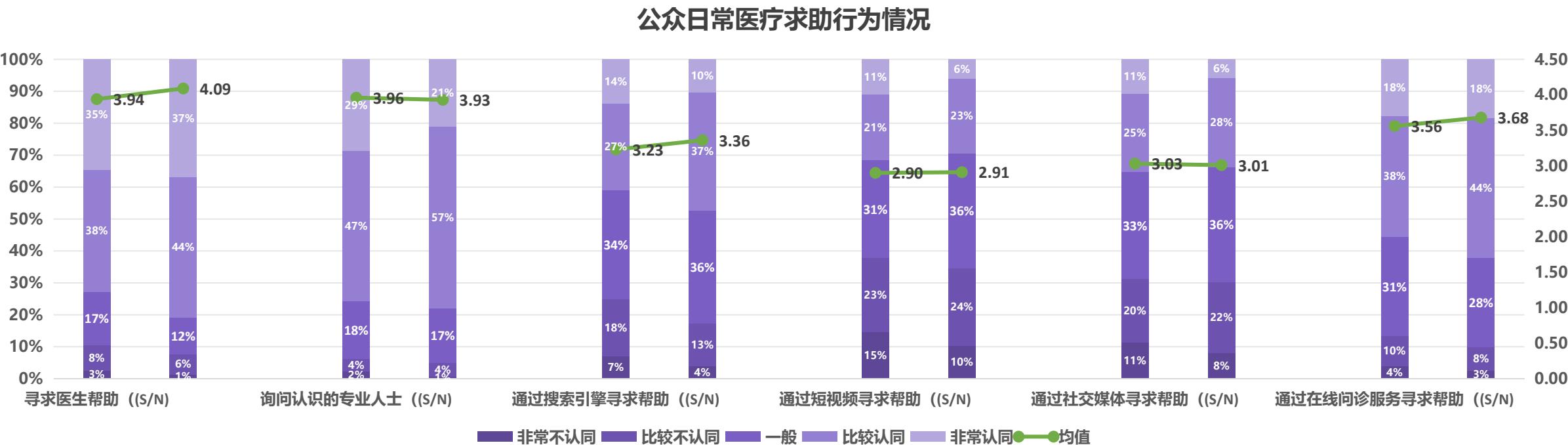


公众日常医疗求助行为情况

- 线下就医仍是公众最常使用的日常医疗求助行为；
- 专业在线问诊是公众最常使用的线上日常医疗求助的方式；
- 部分公众开始接受使用搜索引擎、社交媒体、短视频等新媒体平台进行日常医疗咨询。

本次调研对被访者选择5类不同医护求助行为的倾向性进行调查，要求被访者从“非常不认同”到“非常认同”进行评分（1—5分），调研结果显示：

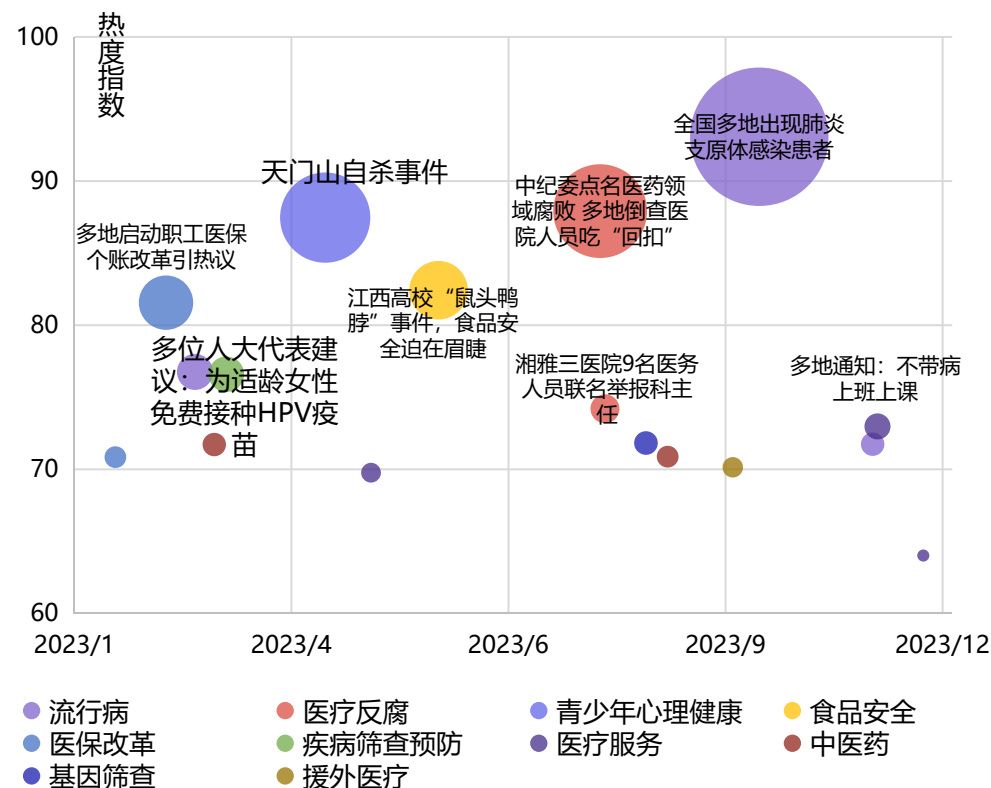
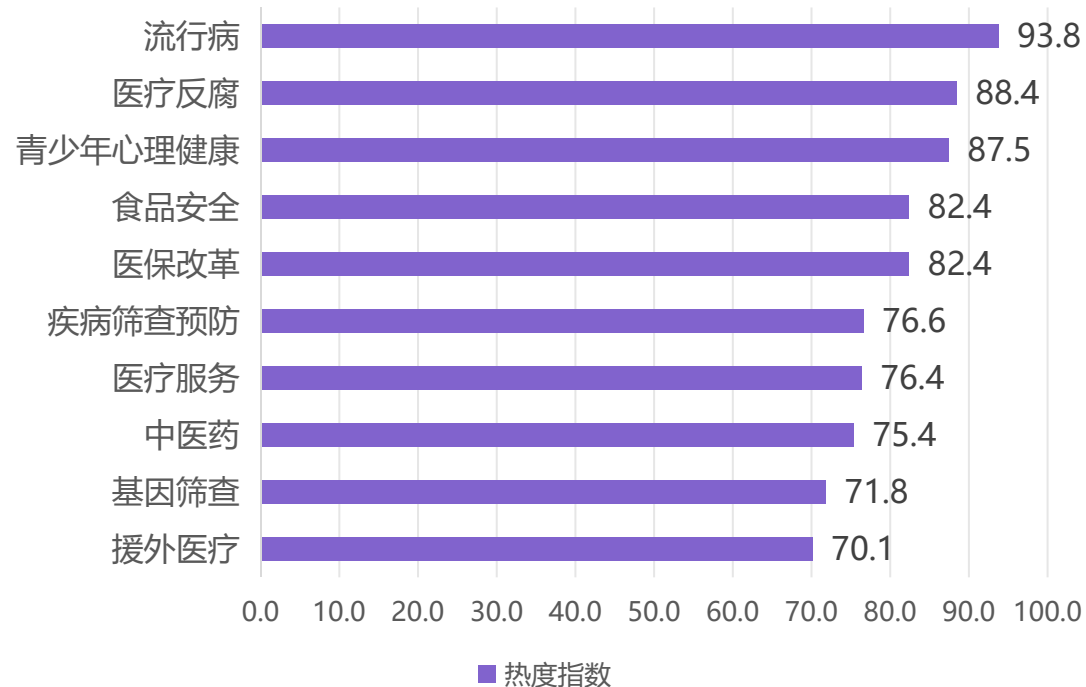
- 平均得分最高的求助行为分别为“直接前往医院寻求医生帮助”和“询问认识的专业人士”，得分最低的求助行为则分别为“通过短视频获取与症状有关的信息寻求帮助”和“通过公众号、微博等渠道获取与症状有关的信息寻求帮助”。
- 有55.6%的专业人士和62.1%的普通公众认同通过专业在线问诊服务进行日常医疗求助。有31.6%的专业人士和29.4%的普通公众认同通过短视频进行医疗求助，说明以短视频代表的视听媒体在医疗信息传递方面还有很大潜力。



2023年度中国公众最关心的医疗健康十大热点议题

- 流行病、医疗反腐、青少年心理健康、食品安全、医保改革、疾病筛查预防、医疗服务、中医药、基因筛查、援外医疗成为2023年度中国公众最关心的医疗健康十大热点议题。

2023年度医疗健康热点议题TOP10



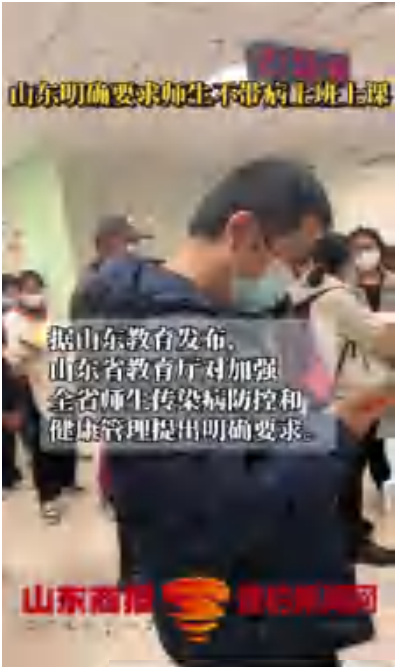
热点1：流行病

■ 热点事件

事件名称	热度指数
多地学校因新冠、甲流等停课	76.8
全国多地出现肺炎支原体感染患者	93.1
多地通知：不带病上班上课	71.7

■ 专家点评

在后疫情时代，我们应该将新冠病毒视为常态化的存在。虽然病毒不断变异且难以根除，但通过民众自然感染形成的抗体和疫苗接种，我们已经构建了有效的病毒防御网。尽管病毒感染可能带来一些负面健康影响，但同时也激活了机体的自身免疫，增强了抵抗类似病毒的能力。因此，面对新冠病毒，我们应保持警惕但不恐慌，坚持与其共存并持续抗争，以实现社会的稳定。



相关视听媒体报道及网民评论词云图

热点2：医疗反腐

■ 热点事件

事件名称	热度指数
湘雅三医院9名医务人员联名举报科主任	74.2
中纪委点名医药领域腐败 多地倒查医院人员吃“回扣”	87.9

■ 专家点评

对于当前的医疗反腐行动，需要两面看待。虽然医务工作者在疫情期间表现出了伟大和牺牲，但医疗反腐并非针对医务工作者个人，而是特殊经济时期各行业整顿的一个环节。医疗行业因其高收入和高腐败风险而成为整顿的重点。然而，医务工作者的辛勤工作和风险承担应得到合理回报，不应一味打击。医疗反腐应视为对整个行业的进一步管控和规范，而非单纯针对医疗行业。同时，如果要将清廉标准应用于所有行业，就应全面推行，而非仅针对某些特定行业。



相关视听媒体报道

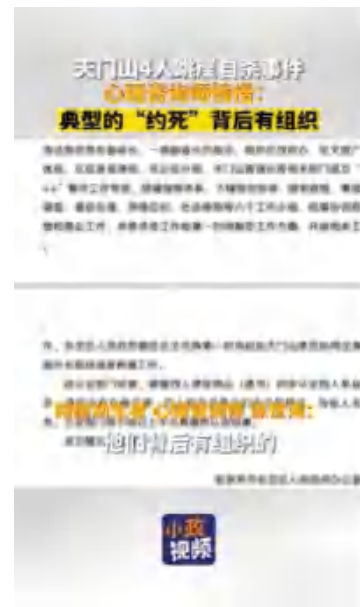
热点3：青少年心理健康

■ 热点事件

事件名称	热度指数
天门山自杀事件	87.5

■ 专家点评

青少年心理健康问题不容忽视，特别是当前媒体对自杀事件的报道可能产生误导，使公众产生易得性偏差，对青少年造成负面影响，甚至引发模仿效应。同时，网络约死等现象也使有轻生念头的青少年能够通过网络聚集，形成群体心理状态，加剧了问题的严重性。因此，社会各界应共同努力，加强科普宣传和法律约束，为青少年创造健康的成长环境，以减少自杀事件的发生。媒体应负责任地报道，避免过度渲染和误导，而国家也需采取有效措施遏制网络约死等不良现象，确保青少年的心理健康。



相关视听媒体报道及网民评论词云图

热点4：食品安全

■ 热点事件

事件名称	热度指数
江西高校“鼠头鸭脖”事件，食品安全迫在眉睫	82.4

■ 专家点评

解决食品安全问题需要系统性的方案：加强法律法规建设，明确食品生产经营者责任，提高违法成本，并确保法律有效执行；建立涵盖食品生产全链条的严格安全标准，并不断更新以适应新挑战；政府和监管机构要加强食品安全监管和检测能力建设，及时发现并处理问题；食品行业应自律，建立质量控制体系和诚信机制；公众教育和宣传也必不可少，要提高消费者的食品安全意识和参与度。通过完善法律、建立严格标准、强化监管、促进行业自律和加强公众教育，共同构建一个更加安全、健康的食品环境。



相关视听媒体报道

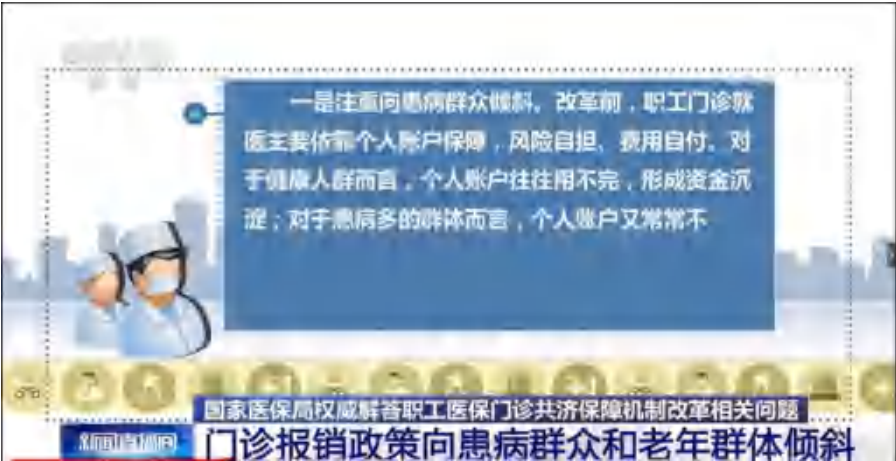
热点5： 医保改革

■ 热点事件

事件名称	热度指数
多地启动职工医保个账改革引热议	81.6
新版国家医保药品目录公布	70.8

■ 专家点评

医保改革对于优化我国医疗保障体系具有重要意义，有助于提升医保资金的使用效率，使其更合理地分配给真正需要的人群，增强医保制度的公平性和可持续性。同时，新版国家医保药品目录的更新，将更多创新药物纳入保障范围，这无疑会提高患者的用药可及性，减轻经济负担，医保改革有利于推动我国医疗保障体系的不断完善，有望为民众带来更加优质、高效的医疗服务。



相关视听媒体报道

热点6：疾病筛查预防

■ 热点事件

事件名称	热度指数
多位人大代表建议：为适龄女性免费接种HPV疫苗	76.6

■ 专家点评

HPV疫苗的接种对于预防宫颈癌等由HPV病毒引起的疾病具有重要意义。通过为适龄女性免费接种，可以显著提高接种率，从而降低宫颈癌的发病率和死亡率。这一举措不仅体现了预防为主的健康策略，也是保障女性健康权益的具体行动。同时，这也将推动我国疾病预防控制体系的完善，提高公众对疾病预防的认知和重视程度。



相关视听媒体报道

热点7：医疗服务

■ 热点事件

事件名称	热度指数
安徽一三甲医院超收患者21万医疗费	73.0
11部门联合发文加强医美行业监管	69.8
广西贵港爱尔眼科医生手术台拳打患者	64.0

■ 专家点评

医患关系涉及多个层面和场景，而信任是简化这种复杂关系的关键。医生需为患者提供优质服务，并致力于提升专业素养。同时，强调了医患关系中的托付关系和尊重信任的核心地位。医生应充分告知患者病情，让患者和家属有知情权。医生在医疗过程中应该有对患者的尊重，不能因为不相信医生而产生疑虑。同时，医生的专业知识和职业道德也是医患关系中非常重要的因素。



相关视听媒体报道

热点8：中医药

■ 热点事件

事件名称	热度指数
年轻人“中药房配酸梅汤”现象走热	70.9
国办印发《中医药振兴发展重大工程实施方案》	71.7

■ 专家点评

运用新的媒体技术进行中医药的内容传播，可以使更多的年轻人关注到大健康话题，并引起对自身健康问题的重视。短视频作为新型的健康传播渠道，具有便捷、快速的优点，能在短时间内传递大量信息。然而，它也存在碎片化、不系统的缺点，难以提供全面、深入的中医药学习。因此需有扎实的医学理论和经验支撑。



相关视听媒体报道

热点9：基因筛查

■ 热点事件

事件名称	热度指数
患渐冻症的前京东副总裁蔡磊，自费组织领导“渐冻症”药物研发	71.8

■ 专家点评

蔡磊先生患渐冻症并自费组织“渐冻症”药物研发的事迹凸显了基因筛查在疾病预防和个性化治疗中的重要性。基因筛查能够早期发现疾病风险，为个体提供更为精准的预防和干预策略。在新媒体时代，我们应充分利用微博、短视频等平台，普及基因筛查的知识，提高公众对基因筛查的认知度和接受度。通过新媒体的宣传，可以让更多人了解到基因筛查的意义，推动其成为健康管理的新常态。



相关视听媒体报道

热点10：援外医疗

■ 热点事件

事件名称	热度指数
援外医疗六十载中国医疗队用专业和爱心为受援国带来希望和健康	70.1

■ 专家点评

中国援外医疗六十载，不仅传递了医疗技术，更传递了中国的爱心与大国担当。在援外医疗影视剧中，公众可以看到中国医疗队员面对艰苦环境和语言障碍，依然坚守岗位，用专业技术和无私奉献，为受援国人民带去健康和希望。这种跨国界的人道主义援助，不仅加深了中国与各国的友谊，还展现了中国医疗团队的崇高精神和专业素养。



相关视听媒体报道

其他医疗健康热点

创新药研发

- 政策指引推动创新加速，中国已成为全球第二大创新药研发中心，上市新药数量与在研管线数量增长迅猛；
- 新兴产能仍严重不足，特效创新药仍相当缺乏，大力开发本土新药是惠及患者的重要手段。

慢病防治

- 政府正积极推动慢病管理的规范化，强化预防与控制措施；
- 医疗保障体系不断完善共同提升患者生活质量。

精准医疗

- 《“健康中国2030”规划纲要》推动精准医疗成国家发展重点；
- 慢性病群体庞大及高质量医疗服务需求激增，促进精准医疗市场快速增长。

抗衰老

- 衰老成为全球生物科技初创公司的热门创新话题；
- 抗衰技术爆发式发展，抗衰领域成果初具规模。

亚健康

- 亚健康问题严峻，70%以上人群受影响，主要原因为不良生活习惯和持续压力；
- 调整生活方式、减轻精神负担并加强健康检查是改善亚健康状况的重要措施。

乡村医疗

- 随着老龄化加剧和科技发展，数字化技术将在县域医共体中发挥重要作用；
- 推动医疗服务向数字化、智能化转变是满足日益增长的医疗健康需求的重要措施。

专家视点



王利刚

中国科学院心理研究所
副研究员



张雪亮

中国中医科学院研究员、
博士生导师



朱依淳

澳门科技大学讲座教授，协理
副校长，医学院-药学院院长，
国家杰青、教育部长江学者、
欧洲科学与艺术院院士



陈锐

中国传媒大学传播心理研究所
研究员



张建珍

中国社科院新闻与传播
研究所研究员，博士，导演

专家谈：中国健康产业视听传播

- **视听传播对健康科普的重要性。**科学准确的视听内容和多元化的传播媒介对健康科普至关重要，能够有效的帮助大众了解健康知识，掌握健康技能，树立健康理念，养成健康的生活方式。

——朱依谆，澳门科技大学讲座教授，协理副校长，医学院-药学院院长、国家杰青、教育部长江学者、欧洲科学与艺术院院士

- **健康传播中内容和质量的重要性。**如果传播的内容切合实际、真实专业，并且能关注到大众自身的健康问题，那么大众的接受度就会提高。

——张雪亮，中国中医科学院研究员，博士生导师

- **公众对健康话题的关注度。**关注度的提升除了与人们对健康话题本身的兴趣有关以外，还与技术、平台和渠道的发展密切相关。新媒体的涌现使得获取信息更加便利，也提高了健康话题的能见度。

——陈锐，中国传媒大学传播心理研究所研究员

- **传播技术的进步对健康传播的重要影响。**传播技术的提升不仅提高了信息传递的效率，解决了跨时空的问题，还使得非专业人士也能方便地传播健康知识。然而，这也导致了信息提供者门槛的降低，信息质量可能受到影响，因此在享受技术进步带来的便利的同时，也需要注意信息的质量问题。

——王利刚，中国科学院心理研究所副研究员

专家们认为视听传播在健康产业中扮演着重要的角色，但也都强调了信息质量和内容的重要性。在享受技术进步带来的便利的同时，需要注意信息的质量问题。

专家谈：中国健康产业视听传播

- **提高公众对健康信息关注度的准确性问题。**传播者应承担起更大的责任。应当加强网络信息管理部门和平台对传播内容的管理，建立专业的事实核查机构，并公开核查过程，以培养公众的批判性思维，帮助公众更准确地获取健康信息。

——陈锐，中国传媒大学传播心理研究所研究员

- **短视频、电视节目和自媒体在健康知识传播中的优势。**短视频因其方便性和随时性受欢迎，而电视节目则具有系统全面性和知识储备丰富性的优势。可以将电视节目内容与自媒体结合，通过二次创作转化为短视频形式，以适应不同平台的传播需求，更有效地传播健康知识。

——张雪亮，中国中医科学院研究员，博士生导师

- **短视频平台的医疗健康科普存在的问题与对策。**由于医疗健康科普信息审核的复杂性，平台审核相对严格，使得许多专业有益的内容无法得到有效的传播。短视频平台可与医疗行业协会联合，对健康科普创作者采取行业协会推荐认证的方式，让有能力有兴趣并获得行业协会专业认证的医疗人员进行医疗健康科普，行业协会和医疗科普工作者承担起法律责任，短视频平台承担起社会责任，给予流量支持，让专业正确的健康信息传播更广。

——张建珍，中国社科院新闻与传播研究所研究员，博士，导演



5

健康产业视听传播前景与展望

The Prospects and Outlook of Audiovisual Communication in the Health Industry

健康产业视听传播的优势与不足

优势

生动直观

- 快节奏、碎片化的社会，视听传播更全面地调动用户，引起兴趣和共鸣，在**争夺用户注意力**上优势突出。

广泛覆盖

- 视听传播包含了**影视剧、短视频、直播、游戏和实景互动**等多样形式。能触达不同**年龄、收入、职业、文化**等背景的全面人群。
- 利于**激活大众的二次传播**，让医学健康知识在生活场景中无处不达。

交互性和参与性

- 激发受众在健康传播中的**主动性**，加深用户的感知与记忆。
- 受众根据自身使用需求可以获得**个性化服务与内容**。
- **大众参与**引起**话题效应**，大大提升健康传播的效率。

高效反馈

- 通过对用户、作品、平台的**大数据分析**，在实现健康传播的同时收集到相关反馈信息。
- 视听内容让传播过程拥有了更多可感知、可收集、可评估的信息，让我们对健康传播的**研究素材和方法**得到扩展。

视听传播在健康产业中的三个不足

■ 传播效果的挑战

定制化推送导致信息茧房，“数字鸿沟”加剧受众在健康知识上的“知沟”。

■ 真实性与监管难度

创作者门槛降低、监管难度增大及AI生成内容的普及，共同导致互联网中不实内容泛滥。

■ 健康内容工具化

市场化内容生产虽推动健康产业发展，但导致医疗健康账号的创作和运营追求影响力与娱乐性，使健康内容被工具化，健康传播的公益属性受损。

面向健康产业中视听传播的四个建议

■ 官方引导,掌握信息发布的主动权。

医疗和政府机构积极创作民众喜闻乐见的内容，提升官方渠道运营效率和使用体验，有效遏制谣言，提升信任度与权威性。

■ 规范监管,加大投入建立管理体系。

公共卫生和网络视听相关部门应加大监管投入，建立更完善的监管体系，对低劣、虚假内容进行处罚，鼓励专业、科学的内容创作。

■ 加强教育,提升民众认知水平和参与度。

通过科普教育提升民众的健康知识水平、媒介使用能力，并培养其社群归属感和社会责任感，以营造良好的健康传播环境。

■ 创作自觉,提升传播者专业水平。

通过培训、奖励、考核等方式提升创作者求真精神和专业素养，帮助传播参与者形成追求内容专业性和社会责任的创作自觉。

健康产业视听传播未来发展方向

新技术赋能 多模态拓展

- 随着技术的不断进步，增强现实（AR）、虚拟现实（VR）、大数据分析、机器学习、人工智能生成内容（AIGC）等新视听技术将为健康传播带来更丰富多样的形式；
- 如生动形象的互动影像、严肃游戏；针对受众的个性化定制化内容；使用智能检索与推荐算法精准内容分发模式。

“大视听” + “大健康” 产业融合

- 健康产业为视听传播提供了丰富的议题和海量受众，视听媒体利用其多元内容、表现形式和传播渠道高效触达受众，进而促进健康知识与健康服务的普及与推广；
- 视听产业与健康产业中复合多样的商业路径相结，使得健康传播的发展拥有自我造血的能力，进入良性循环。

多元创作者 立体传播矩阵

- 内容创作门槛降低，更多健康传播内容创作者被启动。来自不同领域的专业人士（如医学、传媒、科技、艺术等）将共同参与健康传播内容的创作，为受众提供更全面、专业的信息和服务；
- 形成“政府渠道·官方发布·全媒体” + “医疗机构·教育系统·社群传播” + “互联网·社交平台·流媒体”的立体传播结构。