

破局医疗科普“最后一公里”：苏州市立医院“医直播”的健康传播惠民实践与成效

陶然

苏州市立医院宣传部 江苏 苏州 215100

【摘要】：随着全民健康需求增长，医疗科普“最后一公里”梗阻问题日益凸显，表现为资源获取时空受限、内容理解门槛高、需求响应时效滞后等供需错配矛盾。苏州市立医院作为三级甲等公立医院，以“医直播”为核心抓手，通过构建精准化内容体系、多元化传播渠道与全流程闭环服务，创新健康传播模式。实践中，医院聚焦不同群体个性化需求，将专业医学知识通俗化、可视化呈现，同时借助多平台突破时空限制，通过“直播前 - 直播中 - 直播后”全链条互动响应公众疑问。经过两年多实践，累计开展直播 60 余场，有效覆盖各类人群，显著提升公众健康素养，增进医患信任，树立了公立医院数字化科普的标杆。本文系统剖析该模式的创新举措与成效，为同级医院破解科普壁垒、推进健康传播提供可复制的实践范式。

【关键词】：医疗科普；最后一公里；医直播；公立医院；健康传播；数字化科普

DOI:10.12417/3041-0630.26.02.073

随着全民健康意识持续提升，公众对优质、精准且通俗易懂的医疗科普资源需求呈刚性增长。然而，医疗科普仍面临“最后一公里”梗阻，集中表现为优质资源与公众实际需求的结构错配^[1]。具体而言，这一错配体现在三个维度：其一，获取渠道存在时空限制，上班族工作节奏紧张，难以参与线下科普讲座、健康咨询等活动，导致优质科普资源触达率偏低；其二，内容理解存在门槛障碍，老年群体作为健康需求高频群体，对专业晦涩的医学术语接受度低，传统科普内容“水土不服”；其三，需求响应存在时效滞后，公众日常遇到的轻微健康问题、疾病预防疑问等，难以得到及时、权威的解答，易被网络不实信息误导。

传统线下模式受场地、时间、人力三重约束，难以实现分众化精准覆盖，更无法破解上述错配难题。在此背景下，如何借助数字化技术创新科普形式，打通医疗科普“最后一公里”，成为公立医院践行“以人民健康为中心”理念、履行社会责任的重要课题。苏州市立医院作为江苏省苏州市规模较大、综合实力较强的三级甲等公立医院，主动回应公众健康需求，以“医直播”为核心抓手，将科普工作的公众路线与数字化传播技术深度融合，通过医院宣传部牵头统筹，联合临床科室、护理部、信息科等多部门协同联动、形成工作合力，构建起“精准触达、专业解读、闭环服务”的健康传播惠民体系。

本文以苏州市立医院“医直播”为案例，系统剖析其在内容生产、渠道拓展与服务闭环三方面的创新举措，评估其破解科普壁垒、提升居民健康素养的实际效果，为同级公立医院提供可复制、可推广的数字化健康传播范式。

1 医疗科普“最后一公里”的梗阻成因与破局诉求

(1) 核心梗阻成因解析：医疗科普“最后一公里”的梗阻，

并非单一因素导致，而是供需两端多重问题交织的结果。

从供给侧来看，传统医疗科普存在内容同质化、形式单一化、传播被动化等突出问题。部分医院的科普内容多聚焦疾病诊疗，缺乏对公众实际需求的精准洞察，难以满足不同年龄、不同职业群体的个性化需求；传播形式以线下讲座、宣传手册、科普文章为主，互动性不足，公众参与积极性不高；传播环节缺乏精准定位，多为“广撒网”式推送，导致优质科普资源难以触达真正有需求的群体。

从需求侧来看，公众科普需求日益多元、个性化、即时化，但其信息辨识能力差异显著，易被网络虚假医疗信息误导^[2]。上班族时间碎片化，对科普内容的获取效率要求较高，亟需便捷可回放的传播渠道；老年群体受教育水平和信息接收能力所限，对通俗化、可视化的科普内容需求强烈，同时对科普资源的权威性要求较高；慢病患者群体则需要针对性强、兼具实用性与指导性的科普内容，用于日常疾病管理。更值得警惕的是，当前网络平台充斥着大量虚假、夸大的医疗科普信息，不少还夹带广告推销属性，这类假“科普”常以“偏方治大病”“特效药根除慢病”“纯天然无副作用”等话术误导公众，不仅干扰正常健康认知，还可能导致公众错失干预窗口期、盲目购买高价无效产品，造成财产损失与健康风险。而公众普遍缺乏对这类不实信息的有效辨别能力，易产生认知误区，进一步加剧了优质科普资源与公众需求的供需错配。

(2) 破局的核心诉求：破解医疗科普“最后一公里”梗阻，核心在于实现优质健康资源与公众需求的精准对接，关键需满足三大诉求：一是渠道便捷化，构建不受时空限制、适配不同群体的科普传播渠道，破解“获取难”问题；二是内容通俗化，将专业医学知识转化为公众易懂易接受的形式，破解“理解难”

问题；三是服务即时化，建立快速响应公众健康疑问的互动机制，破解“响应慢”问题。这就要求公立医院主动创新科普模式，打破传统思维定式，充分借助数字化技术，整合优质医疗资源，构建起精准、高效、互动的健康传播体系。

2 苏州市立医院“医直播”的健康传播惠民实践举措

苏州市立医院以“医直播”为核心载体，围绕“精准触达、专业解读、闭环服务”的核心目标，从内容建设、传播渠道、互动服务三个维度发力，构建起全方位、多层次的医疗科普传播体系，有效破解了医疗科普“最后一公里”的梗阻问题。

(1) 精准打造内容体系，筑牢科普核心根基：内容是医疗科普的核心，苏州市立医院“医直播”始终坚持以公众需求为导向，精准定位不同群体健康需求，打造个性化、通俗化、实用化的科普内容体系^[3]。针对上班族关注的“亚健康调理、职场颈肩腰腿痛预防”，老年群体关注的“高血压、糖尿病等慢病管理、冬季保暖与疾病预防”，女性群体关注的“妇科疾病筛查、产后康复”，儿童群体关注的“儿童常见病防治、生长发育监测”等热点，精准规划直播主题，确保内容贴合公众实际需求；同时聚焦季节性高发疾病，设置“秋冬心血管疾病防治”“季节交替呼吸系统过敏应对”等主题，提升科普时效性。

创新内容表达，降低理解门槛：直播团队将专业医学知识转化为通俗易懂的“大白话”，搭配生动案例讲解、直观实物演示等形式，让科普内容更易被公众接受；同时丰富内容呈现形式，进一步提升公众参与体验。除常规的主题讲解式直播外，“医直播”还创新设置“走进科室”“探秘医院”等特色专题，通过镜头带领公众走进检验中心、住院病房、120急救站等场景，直观了解医院诊疗流程、医疗设备及护理工作日常，既普及了医疗知识，也增进了公众对医护工作的理解与信任。

聚焦误区破解，揭露虚假科普：针对网络流传较广的健康误区及夹带广告的假“科普”，直播专门设置“网友问答”环节，专家结合临床案例逐一拆解不实信息漏洞，帮助公众树立科学甄别意识。

(2) 拓展多元传播渠道，实现精准触达覆盖：苏州市立医院搭建线上核心传播矩阵，以官方视频号、微信公众号为核心载体，拓宽传播覆盖面，确保科普内容能够跨越时空限制触达不同群体。同时，借助医院官方网站、本地健康类平台等辅助渠道，进一步扩大传播半径，让上班族、老年群体等不同受众都能便捷获取科普资源。

参考文献：

- [1] 胡鞍钢,方亚琴.健康中国战略:从理念到行动[J].中国卫生政策研究,2020,13(1):1-6.
- [2] 中国互联网络信息中心.第52次中国互联网络发展状况统计报告[R].2023.
- [3] 张伶俐,王虎峰.基于受众细分的健康科普内容供给侧改革研究[J].中国公共卫生,2021,37(5):685-688.
- [4] 李长宁,陶茂萱.中国居民健康素养监测指标体系构建及其应用[J].中国健康教育,2020,36(6):483-486.

(3) 构建全流程闭环服务，提升需求响应效能：苏州市立医院“医直播”不仅注重科普内容的传播，更注重后续服务的跟进，构建了“直播前-直播中-直播后”的全流程闭环服务体系，有效破解了公众健康需求“响应慢”的问题。

一是直播前精准预热。通过官方渠道发布直播预告，明确主题、时间、专家、观看方式及核心亮点，同时开放预约通道，方便公众锁定直播；同步收集公众具体疑问，提前整理形成热点问题清单，方便专家在直播中针对性解答，确保疑问覆盖全面。二是直播中实时互动。专家实时回应公众高频提问，进行详细拆解与解答，同时结合直播节奏灵活调整讲解重点，增强互动性与参与感，让公众在直播过程中就能解决核心疑问。三是直播后持续跟进。及时梳理核心知识点，形成文字版科普文章通过官方公众号推送；同时生成视频回放，支持观众随时回看并自由拖动进度条定位重点段落，满足碎片化学习需求，让科普效果持续延伸。

3 总结

经过两年多实践探索，苏州市立医院“医直播”已成为医院健康传播的核心品牌，在破解医疗科普“最后一公里”梗阻、满足公众健康需求、提升医院品牌形象等方面成效显著。开播以来，累计开展直播60余场，保持每半个月一场的高频次、高质量输出，覆盖上班族、老年群体、青少年、孕产妇等不同年龄段、不同职业的群体。通过优质、通俗、实用的科普内容传播，有效提升了公众的健康知识储备与健康素养水平^[4]。

破解医疗科普“最后一公里”梗阻，是推进健康中国建设的重要举措，也是公立医院践行“以人民健康为中心”理念的必然要求。苏州市立医院以“医直播”为抓手，通过健全组织架构、精准打造内容、拓展传播渠道、完善闭环服务，构建起高效的传播惠民体系，有效破解了公众健康需求“获取难、理解难、响应慢”的痛点，实现了科普覆盖范围、公众健康素养、医患和谐度与医院品牌形象的同步提升。

其实践经验表明，公立医院作为医疗科普工作的主力军，只要坚持以公众需求为导向，充分借助数字化技术，加强协同联动，打造闭环服务，就能有效打通医疗科普“最后一公里”，让优质健康资源真正惠及广大公众。未来，随着数字化技术的不断发展，公立医院应持续创新健康传播模式，丰富科普内容形式，提升科普服务质量，为推进健康中国建设贡献更大的力量。