



# 2025 年 1 月 四川省健康科普传播力 指数报告

医学论坛网

健康传播指数研究院

2025.2 月

## 一、健康四川传播力指数

四川省卫健委官方新媒体账号为“健康四川官微”，其微信公众号粉丝数为 210 万，抖音号粉丝数为 27.14 万。在 2025 年 1 月的省级卫健系统传播力指数排名中，“健康四川”在全国 31 个省、自治区、直辖市卫健委中位列第一。

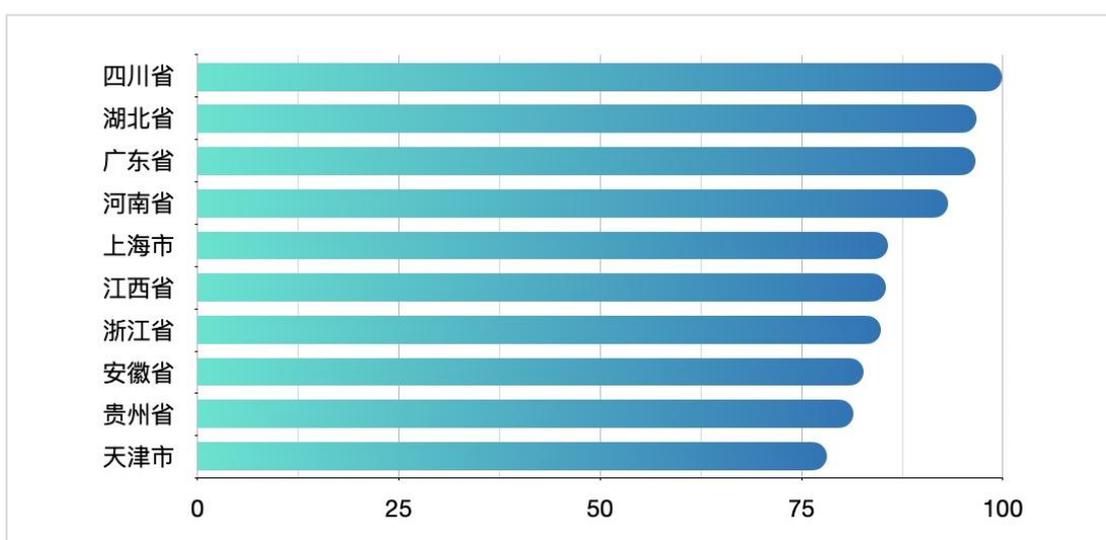


图 1 2025 年 1 月省级卫健系统微信传播力 TOP10

1 月 26 日，健康四川官微对四川卫生健康领域十大改革创新举措和“十大新闻”进行了盘点。主要内容有：省政府与国家卫生健康委共建卫生健康强省，通过高层对接、高位推动、高效落实，将在优质医疗资源扩容、改革创新试点示范、卫生健康新质生产力培育等方面，为四川卫生健康事业高质量发展提供有力支撑；四川省在全国率先启动“健康四川高质量发展试验县建设”，以县域“小切口”带动健康四川“大发展”；组织省内城市三级医院支援帮扶 366 家县级医院，累计建成 435 家互联网医院；四川紧密型县域医共体建设步入“快车道”，组建国家、省、市三级巡回医疗队，实现 137 个紧密型县域医共体县域“全覆盖”。

截至 2025 年 1 月底，健康四川抖音号发布作品数总计为 2485，总获赞 136.35 万。其中，2025 年 1 月共发布作品 17 篇。

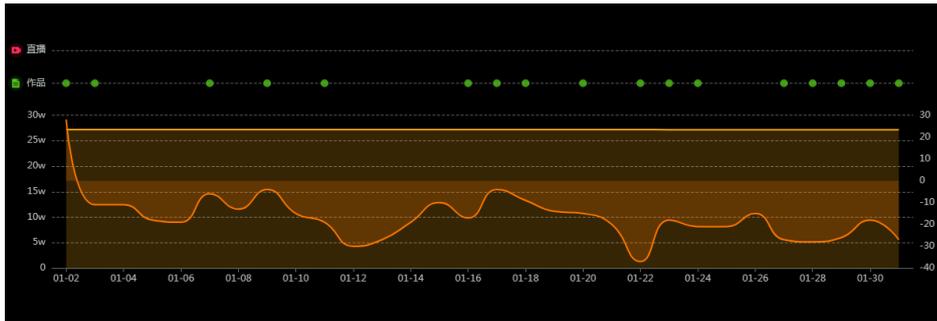


图 2 2025 年 1 月健康四川抖音号传播量

从健康四川抖音号粉丝的性别构成看，女性高于男性 4.48%。

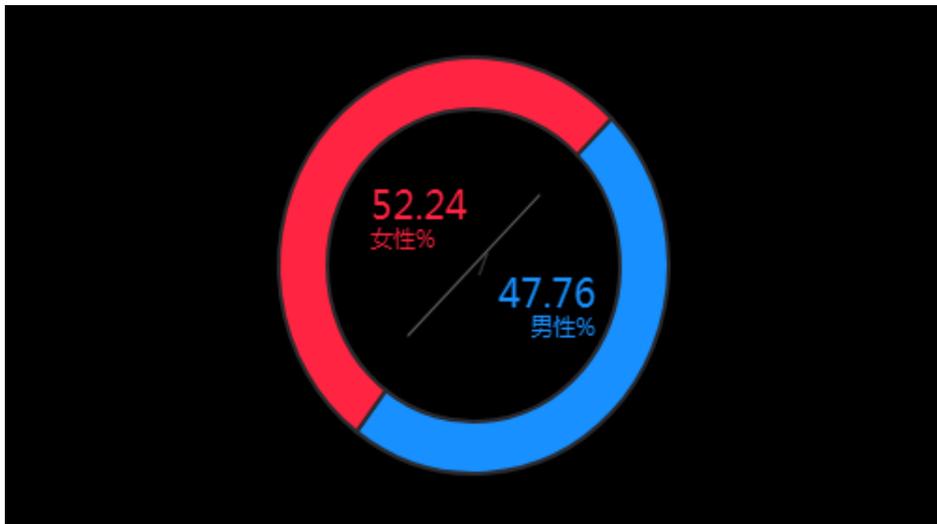
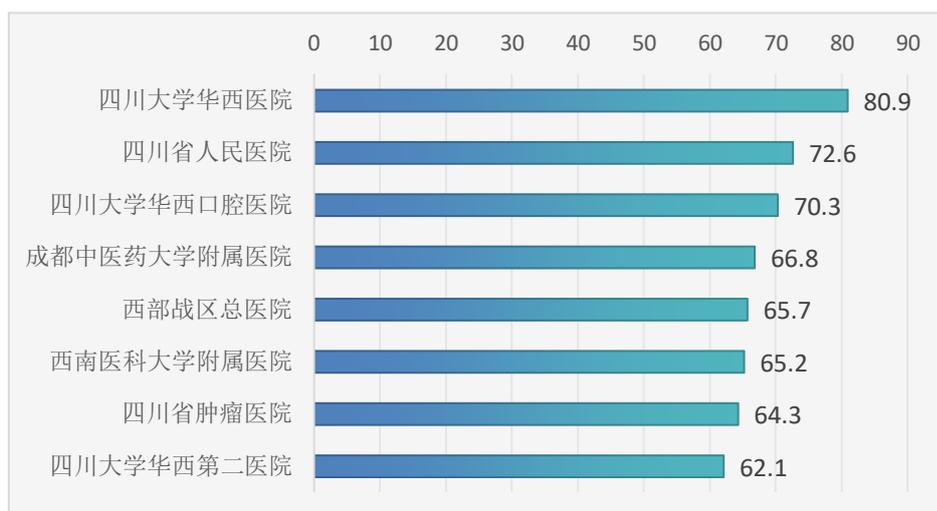


图 3 健康四川抖音号粉丝性别构成

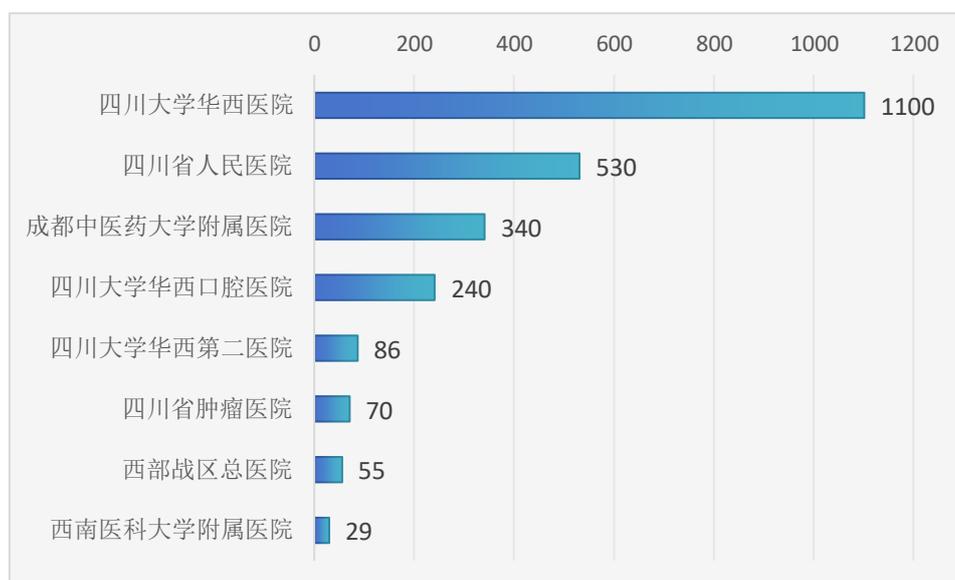
## 二、四川省省级医院传播力指数

根据 2025 年 1 月的综合传播力数据分析，四川省省级医院的传播力排序如下：



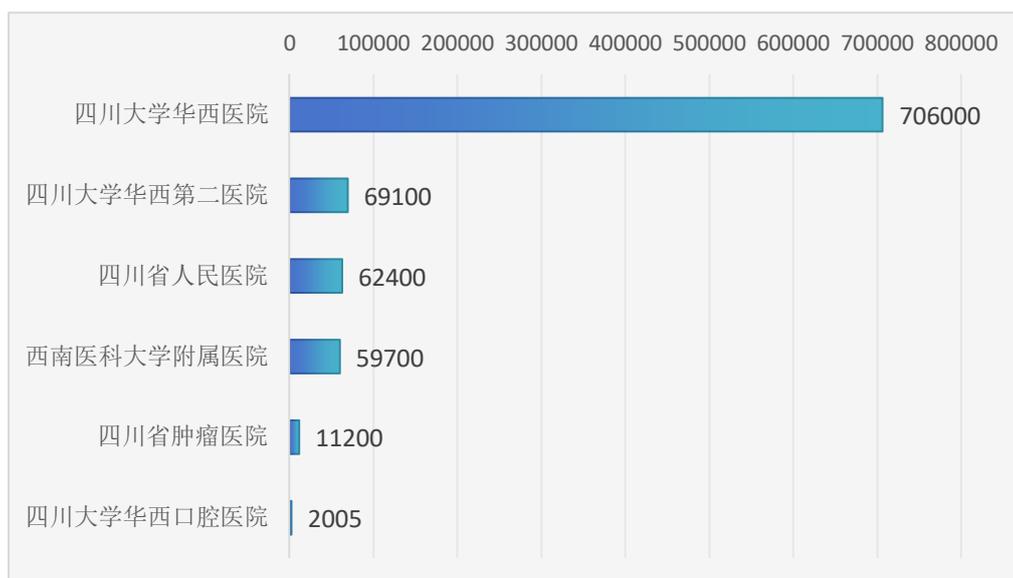
**图 4 四川省省级医院传播力指数**

四川大学华西医院公众号粉丝量高达 1100 万，这一数据远超排名第二的四川省人民医院。不仅在四川省内独占鳌头，在全国所有医院的微信公众号中，四川大学华西医院同样拔得头筹，稳居榜首。



**图 5 四川省省级医院微信公众号粉丝数 (万)**

从抖音传播看，8 家医院有 6 家开设了抖音号。其中，四川大学华西医院抖音号粉丝数超过 70 万；四川大学华西第二医院、四川省人民医院、西南医科大学附属医院粉丝数均为 6 万左右。四川省肿瘤医院和四川大学华西口腔医院在 1 万及以下。



**图 6 四川省省级医院抖音号粉丝数 (万)**

四川大学华西医院在健康科普传播领域的成功经验可以总结为以下几点：

### **1. 加强对健康科普的制度化管理**

把科室健康科普工作的开展、科室二级新媒体平台的运营纳入目标责任制量化考核清单，与年终绩效分配挂钩；各科室均设置宣传委员、信息管理员、新闻通讯员，在量化考核和品牌宣传的驱动下，配合临床专家完成科普工作。

制定《四川大学华西临床医学院/华西医院网络宣传阵地管理办法》，为科室健康科普工作的开展提供了基本遵循；通过扎实系统的培训，健康科普工作能力得到有效提升；党支部在政治引领方面的职责明确，在健康科普内容生产传播过程中的底线意识得到强化。

在此基础上，组建科普专家团队，专家团队覆盖 48 个部门/科室，总人数超过 400 人，定期开展科普能力培训，医务人员健康科普工作能力得到有效提升；从 2018 年起为参与科普创作的人员按照标准发放稿费；注重激发低年资医务人员和在读医学生参与健康科普创作的活力，青年科普创作及讲解团队成员已达百人。

### **2. 创新“医学+宣传”科普创作模式**

---

传统医学科普由于专家“单兵作战”往往难以生产系列作品，存在作品内容形式单一、科学性与传播性难以兼顾等情况，造成科普作品传播受限。对此，四川大学华西医院创建了“医学+宣传”的科普创作模式，实现医学科学与大众传播有机结合。

医学专家撰写科普知识，传播专家结合大众传播特点进行二次创作。通过发挥传播专家在文案撰写、插画配图、格式编辑、小视频制作等方面的优势，有效弥补医学专家在内容形式创作中的不足。科普作品发布后，创作团队会针对传播阅读量、后台评论进行分析，讨论题目、内容、表情包对传播的贡献，并针对不同的需求进行相应反馈。

在此基础上，整体打造微信公众号、微博、视频号、知乎、今日头条、抖音、快手 7 大官方在线平台，各类平台总粉丝人数超过 700 万；鼓励临床医技科室建立二级自媒体平台，目前拥有二级平台 164 个，粉丝总人数近 200 万，形成了新媒体矩阵合力；提供占地 1.1 万平方米、教学资产达 1.2 亿元的华西临床技能中心，作为对公众开展科普宣传工作的场所；建设占地 300 平方米，设有设备齐全的多功能演播厅，用于科普视频录制；建成中国科学技术协会“科普中国共建基地”、成都市科普基地。

### **3.打造国内有影响力的健康科普品牌**

华西医院建立了“华西医院辟谣小分队”健康科普品牌，围绕品牌整合各类科普推广渠道，实现科普作品由网文在线首发、小视频跟进、实体书籍结集出版、文创产品配合同步展开，形成“四位一体”的健康科普推广体系。

华西医院与四川电视台联合开办长期固定科普栏目《华西论健》；与四川报业集团《封面新闻》开办长期固定科普栏目《一周医讲，安有话说》；与《有来

医生》开展科普小视频拍摄制作；与四川人民广播电台《好医生在线》栏目开展合作。

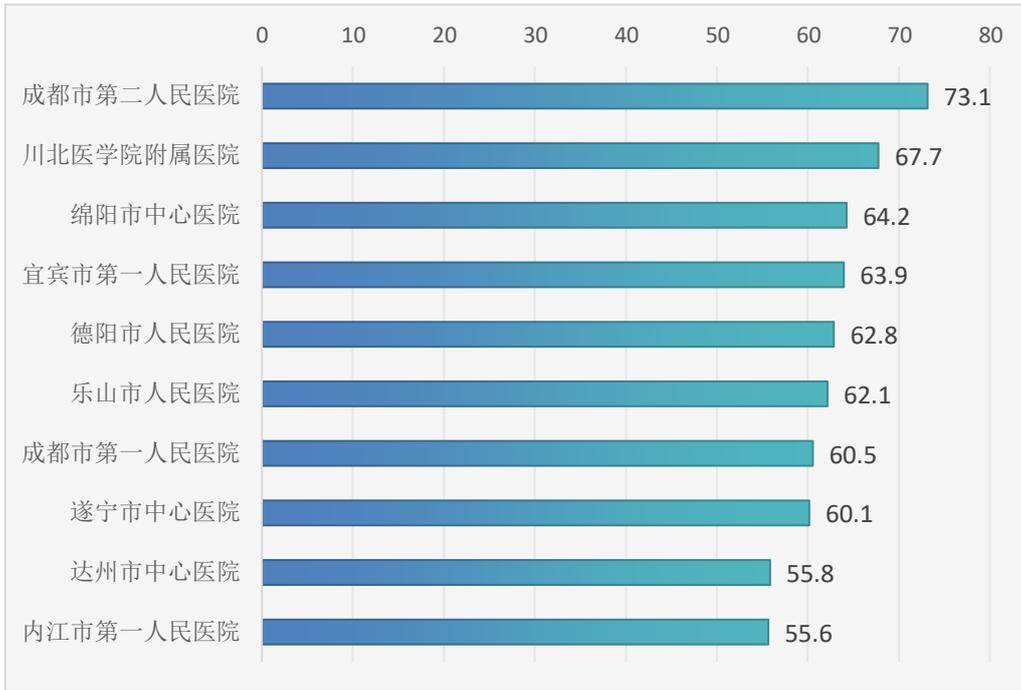
《华西论健》于2023年6月5日上星开播。数据显示，上星1年来，《华西论健》收视率持续提升。截至2024年6月3日，《华西论健》在中国视听大数据四川省网平均收视率0.670%，位列同时段34个地方卫视节目收视率第1位。抖音、微博话题等多次登上全国热搜，相关话题触达超10亿人次、总热度超3亿。《华西论健》每周一晚与受众准时见面，节目内容涵盖“大医生”类、健康科普类、医疗故事类、特殊节点类四大类型，关注社会热点、呈现医学科普常识，展现动人医患故事、聚焦医学科研动态等内容。



图7 《华西论健》节目海报

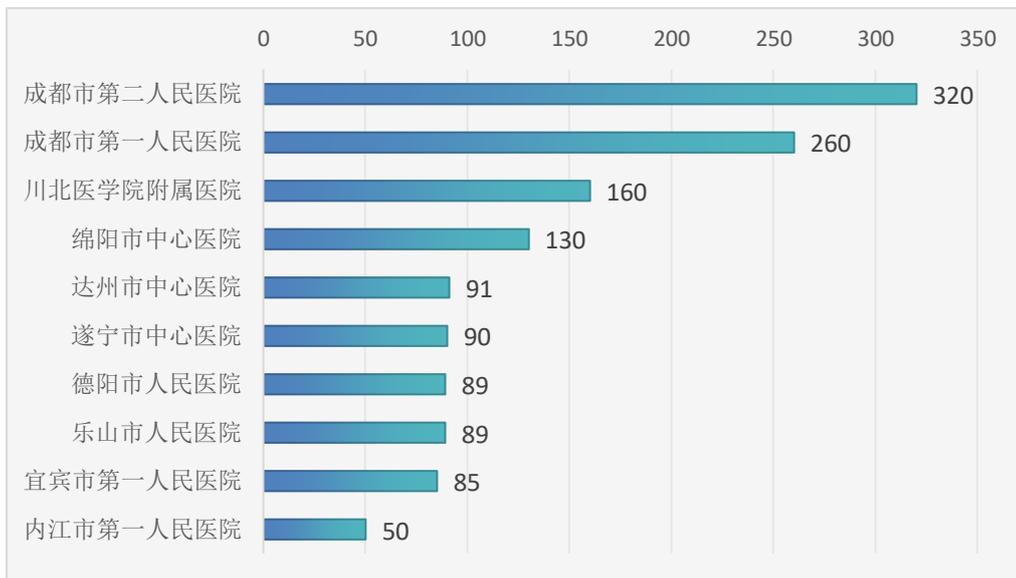
### 三、四川省市级医院传播力指数

依据2025年1月传播数据监测结果,四川省市级医院传播力指数排序如下:



**图 8 四川省市级医院传播力 TOP10**

微信公众号粉丝数最多的是成都市第二人民医院，粉丝数为 320 万。除此之外，微信粉丝数超过 100 万的还有：成都市第一人民医院、川北医学院附属医院和绵阳市中心医院。



**图 9 四川省市级医院微信公众号粉丝数 (万)**

四川省市级医院 TOP10 中，有 8 家医院开设了抖音号。其中，粉丝数超过 1 万的有：宜宾市第一人民医院、内江市第一人民医院和乐山市人民医院。

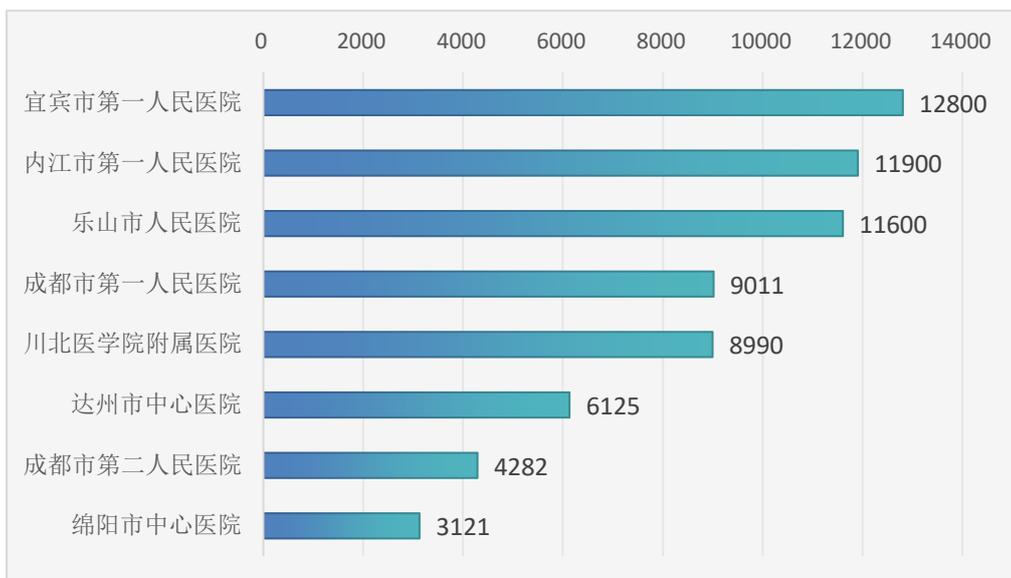


图 10 四川省市级医院抖音号粉丝数

## 四、四川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，四川省县级医院的传播力指数排序如下：

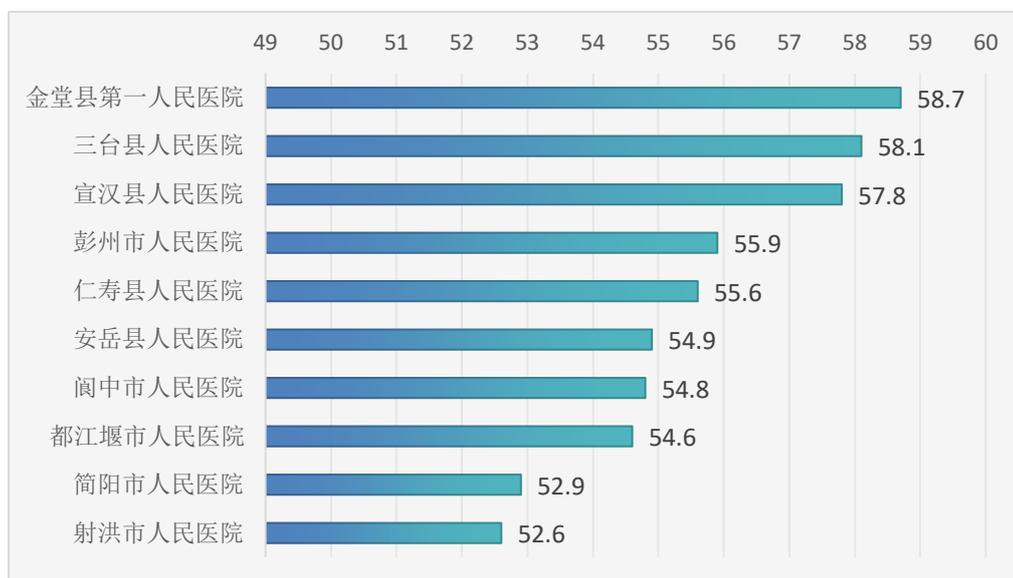


图 11 四川省县域医院传播力 TOP10

从微信公众号粉丝数看，TOP10 中各医院相差不大，最多的是简阳市人民医院，为 44 万，最少的是宣汉县人民医院，为 20 万。

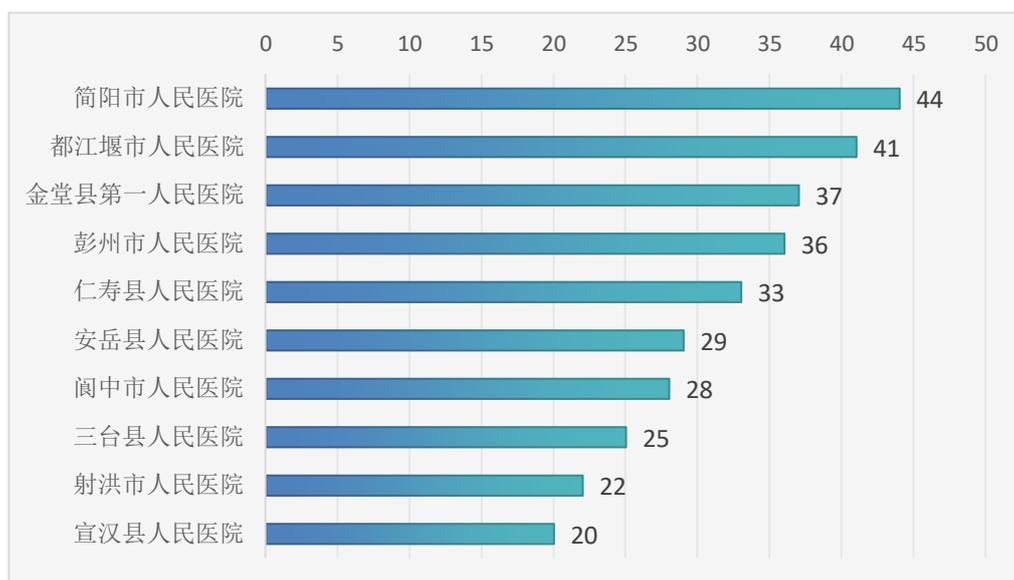


图 12 四川省县域医院微信粉丝数 (万)

## 五、总结与建议

### (一) 总结

四川省各级医院在健康传播方面取得了一定成绩。四川省卫健委官方新媒体账号“健康四川官微”表现出色，在省级卫健系统传播力指数排名中位列全国第一，其微信公众号和抖音号积累了一定规模的粉丝群体，发布的内容涵盖卫生健康领域的重要改革举措和新闻，起到了良好的信息传播作用。

在省级医院层面，四川大学华西医院优势显著。其公众号粉丝量高达 1100 万，在全国医院微信公众号中排名第一；抖音号粉丝数也超过 70 万。通过加强制度化管理、创新科普创作模式以及打造有影响力的健康科普品牌，华西医院在健康科普传播领域成果丰硕，例如其打造的《华西论健》栏目收视率高、话题热

---

度大。其他省级医院如四川省人民医院等也在积极开展健康传播工作，拥有各自规模的粉丝群体。

市级医院中，成都市第二人民医院微信公众号粉丝数最多，达 320 万，部分医院还开设了抖音号，在区域内进行健康知识传播。县级医院方面，金堂县第一人民医院等在传播力指数上有一定表现，虽然微信公众号粉丝数相对省级和市级医院较少，但也在努力发挥基层健康传播的作用。

然而，四川省医院健康传播工作仍存在一些不足。部分医院新媒体账号的粉丝增长速度较慢，尤其在抖音等短视频平台上，除少数医院外，多数医院的粉丝量较低，传播范围有限。不同层级医院之间健康传播水平差异较大，省级医院优势突出，而县级医院在传播力和影响力方面相对薄弱，在内容创作的专业性、多样性以及传播渠道的拓展上有待提升。此外，部分医院健康科普内容形式较为单一，互动性不足，难以充分吸引受众的关注和参与。

## **(二) 对策建议**

### **1. 提升医院健康传播力的建议**

**内容创新与优化：**各级医院应加大健康科普内容的创新力度，结合当下热点和受众需求，采用多样化的形式进行创作，如制作有趣的科普动画、开展直播互动等。注重内容的科学性与趣味性相结合，让专业的医学知识更易于理解和接受。同时，加强对科普内容的审核，确保信息准确无误。

**人才培养与团队建设：**医院要重视健康传播人才的培养，组建专业的团队，包括医学专家、传播专家、新媒体运营人员等。定期开展培训，提升团队成员的专业素养和技能水平，鼓励不同专业背景的人员相互协作，共同打造高质量的健康科普作品。

---

**加强新媒体平台运营：**充分利用微信、抖音等主流新媒体平台的优势，制定针对性的运营策略。根据不同平台的用户特点，发布适宜的内容。积极与用户互动，回复评论和私信，增强用户粘性。此外，还可以尝试开拓新兴平台，扩大传播渠道。

**区域协作与经验分享：**加强不同层级医院之间的区域协作，省级医院可以发挥带头作用，分享健康传播的成功经验和优秀案例，帮助县级医院提升传播能力。同时，市级医院也可以在区域内进行经验交流，共同探索适合本地的健康传播模式。

## **2. 借助平台力量提升科普传播效果**

**内容合作：**各级医院与百姓健康频道（CHTV）开展深度内容合作，参与频道旗下品牌栏目的制作，如《健康开讲》《名医堂》《院长说》等，借助专业的专业资源和广泛影响力，将医院的优质健康科普内容传播给更广泛的受众。医院可以选派优秀的医学专家作为嘉宾，参与节目录制，分享专业知识和临床经验。

**资源共享：**百姓健康频道整合各方资源，为医院提供技术支持、传播渠道拓展等方面的帮助。例如，利用频道的卫星播出优势和融媒体平台，帮助医院提升健康科普内容的覆盖面。医院则可以为频道提供一手的医疗资讯和案例素材，实现双方资源共享、互利共赢。

**联合推广：**医院和百姓健康频道联合开展健康科普推广活动，共同策划主题宣传活动，如针对特定疾病的防治宣传周等。通过线上线下相结合的方式，扩大活动影响力，吸引更多公众关注健康科普知识，提高公众健康素养。