探析如何发挥中医特色优势 助力健康素养提升

——以昭通市中医医院开展健康教育和健康工作为例

昭通市中医医院 张 晶

一、昭通市中医医院开展健康教育和健康促进工作的基本情况

昭通市中医医院始终把抓好健康教育宣传作为传承和推广中医药文化、提高全民健康素养、助力“健康昭通”建设的有效途径和有力抓手，通过整合资源搭平台、院内院外双驱动、线上线下齐发力等方式，坚持守正创新，积极履职尽责，不断增强人民群众对健康知识的获得感、认同感，实现了健康宣传教育服务和医院发展壮大“双融合”“双提升”。截至目前，昭通市中医医院有5个院区、职工1628人，开设43个临床、11个医技科室，总建筑面积超过6万平方米，编制床位1300张，于2013年被评定为国家三级甲等中医医院，是国家级中医住院医师规范化培训基地和国家级中医药文化宣传教育基地。2023年，医院门急诊941130人次，同比增长11.6%；出院67136人次，同比增长11.4%，DRGs出院人数位列全省中医医院第1；开展手术13422例，同比增长3.33%。在2022年国家三级公立中医院绩效考核中荣获A级等次并位列全国第114名；在2022年“中医医院500强”中排名全国第146位，全省排名第3。

二、昭通市中医医院开展健康教育和健康促进工作的主要做法

（一）“责任+考评”激发健康宣教活力。事业兴衰，唯在用人；用人之要，重在导向。为规范、有效开展健康宣教工作，昭通市中医医院坚持在建队伍、压责任、重考评上下功夫，竭力培养造就一支高素质、专业化的健康教育宣传队伍。于2021年印发《昭通市中医医院关于推选各科室健康教育工作人员的通知》，对医院各科室、病区健康教育工作人员进行明确，制定健康教育日常工作标准，压紧压实健康教育工作责任，形成了健康教育工作有人抓、有人管、能落地的良好工作格局。加强健康传播技能培训，在全院开展健康教育学习活动，临床医技科室每天学、行政职能科室每周学，完善相关学习记录并进行考核。

每年邀请云南省健康教育专家库成员、创建国家卫生城市健康教育和健康促进板块市级专家组成员、云南省健康县区建设省级专家组成员深入医院对健康教育专兼职人员开展专题培训，培训完毕后由各健康宣教员通过小课堂等形式对学员所在科室的全体医务人员进行二次培训，有效提升了全院医务人员的专业素养和传播技能。把健康教育宣传工作纳入绩效考核，每月对各科室健康宣教工作开展情况和落实效果进行评价，形成了抓好健康宣教是本职、不抓健康宣教是失职的鲜明导向，有效激发了全院医务人员抓宣教、促发展、得实惠的活力。

（二）“平台+专家”增强健康宣教硬实力。针对群众多元化、个性化的健康需求，昭通市中医医院成立了慢病管理中心，依托“名医堂”平台，吸纳58名专家学者入驻并开展活动，全力打造一个高水平科普知识库和面对面服务群众体验阵地。重点聚焦老年病、病后康复、慢性疾病3类人群，充分运用“治未病”理念，提供集名老中医专家诊疗、慢病健康管理、中医药文化宣传为一体的全方位慢病管理服务。精心制作以“慢阻肺患者健康教育处方”“控烟健康教育核心信息”“冠心病患者健康教育处方”“老年人膳食指导”等常见慢性病防治知识为主题的健康教育宣传册，并供群众免费取阅。通过电子显示屏播放音像等形式对患者进行候诊、就诊健康教育。

开展一对一、面对面贴心服务，入驻“名医堂”的名医专家每天8点至22点轮流坐诊，通过当面讲解、电话交流、微信回复等方式，对群众的健康咨询进行详尽解答，做到“一人一方”“专人专策”，为患者提供专业化、个性化和科学化的健康咨询、健康干预和健康管理，让老百姓“零距离”享受名医专家的免费服务，提升体验感、信任感。

（三）“院内+院外”扩大健康宣教覆盖面。牢固树立“环境育人、文化育人、活动育人”理念，从经费、人员、场地等方面予以保障，切实做优院内环境，做实院外活动，让健康知识传播无处不在。在门诊大厅及43个临床科室规范设置健康教育资料栏、展示架和宣传展板300余处，落实科室责任制，分块包干，制作独具特色的常见疾病防治知识健康教育处方、画册等。在院内醒目位置设置电子显示屏16处，全天候循环播放健康教育知识，以通俗易懂的语言、生动活泼的画面开展大众化健康教育宣传。

对医院现有绿化带进行重新规划设计，将中医经典著作、中药材展示等与环境相融合，升级打造“杏林广场”，让群众在博大精深的中医药文化中获取健康知识。结合重大宣传日和卫生主题日节点，通过开展对口帮扶、免费专家义诊、中医特色健康宣教、爱心捐赠、公益救治等活动，让健康知识走进千家万户，覆盖不同人群，营造了人人关心健康、关注健康的浓厚氛围。

（四）“线上+线下”打造健康宣教新高地。以多层次、多元化的健康教育模式为核心，通过线上线下双向发力，全面推进健康促进工作，有效提升全民健康素养，共筑健康防线。在线下，以健康教育进机关、进学校、进企业、进社区、进乡村、进部队“六进”活动为抓手，每年组织力量下沉一线送教上门，通过专题讲座、交流互动、健康义诊等方式传递健康理念。2024年，昭通市中医医院先后深入全市多个机关、企事业单位和昭阳、鲁甸、大关、威信、镇雄、永善等县（区）的25所中小学、幼儿园，7个村（社区）、5个安置点、2个军营开展健康义诊及健康宣教活动317场次，服务群众10万余人次。

同时，开展院后随访宣教活动，精准指导病人康复，将“以患者为中心”的服务理念渗透到院前、院中、院后各个环节，提供预防、治疗及康复一体化的延伸服务，打造有温度、有情怀的医院服务品牌。在线上，医院着力在作品创作和做优品牌上下功夫，开通微信公众号、抖音号、视频号、官网等新媒体平台，连续5年确保每个工作日至少有1—5篇作品推送。开办《中医有方》《草本学堂》《健康有道》《我的白大褂》等6个院内短视频栏目，推广普及中医养生保健知识和易学易记的中医养生保健技术、方法。积极组织动员院内院外名医专家创作科普作品，将抽象难懂的学术知识变成老百姓看得懂、用得上、有实效的科普知识。截至目前，媒体矩阵累计发布信息2400余篇，上线健康科普视频520余个，播放传染病及慢性病防治等健康科普视频600万次。同时，与昭通市广播电视台合办《大道中医》电视节目，打造健康宣教特色品牌，向公众传递可视化、大众化、趣味化的健康信息，实现数字化与健康传播的深度融合，极大地提升了健康教育的及时性、针对性和有效性。

三、昭通市中医医院开展健康教育和健康促进工作取得的成效

（一）形成了规范有序的传播机制。昭通市中医医院坚持把加强健康教育宣传队伍建设和压实工作责任、定期考核评比结合起来，把普及健康知识与解答患者问题结合起来，加大资金、人员和阵地保障，定期发布、更新宣传内容，让抓健康教育宣传成为一种责任、一种自觉，形成了“人人都是宣传员，个个都是传播者”的良好工作格局。

（二）培养了一支专业化宣教队伍。通过定科室、定人员、定职责、定任务的方式，大抓学习和培训，搭建“院内+院外”“线上+线下”多个平台，让健康教育工作者干有目标、干有舞台，培养造就了一支精业务、善沟通、能奉献的健康教育宣传队伍。

（三）创作了一批有温度的宣教作品。开办《中医有方》《草本学堂》《健康有道》《我的白大褂》等短视频栏目和《健康教育三分钟》《大道中医》等广播电视节目，广泛征集遴选健康科普作品进行推送，营造了比学赶超的工作氛围。激发了名医专家创作的积极性、主动性，将学术科研成果转化为通俗易懂、喜闻乐见、接地气的健康科普作品，多渠道、多方式送入寻常百姓家。

（四）实现了医院和受众互惠共赢。通过开展面向社会大众的科普宣教和提供一对一、面对面的个性化暖心服务，不断增强了群众对健康科普的信任感与获得感，推动个人和群体树立健康观念、掌握健康知识、养成健康行为，让健康教育成为远离疾病的良方。同时，常态化的健康宣传教育和面对面的贴心服务，促进了医患关系的改善，为医院的发展壮大增添了人气、聚集了财气、赢得了名气。

四、昭通市中医医院开展健康教育和健康促进工作的经验启示

（一）必须培养一支精业务和能干事的健康宣教队伍。开展健康教育和健康宣传促进工作，必须根据受众的年龄、文化层次和心理特征进行有针对性和时效性的宣传，采取更加多元的手段将更多“好看、好听、好记、好用”的健康知识送到群众身边。昭通市中医医院把健康教育工作纳入绩效考核，通过自上而下的学习培训和院内院外的实践锻炼，培养了一支高水平、专科与全科相结合的健康教育宣传队伍，实现了健康宣教与医疗、护理等工作深度融合、互促共进。

（二）必须把公益性和普惠性放在第一位。昭通市中医医院坚持把保障人民健康放在优先发展的战略地位，将工作的重心从“以治病为中心”向“以健康为中心”转变，举全院之力、集众人之智，通过健康环境打造、科普作品创作、线上线下送教、一线爱心义诊、个体心理健康辅导等多种方式，努力让名医专家走出病房，让健康教育走近百姓、贴近大众生活。这些公益性、普惠性的工作，不仅满足了人民群众对健康知识的需求，增强了群众健康获得感和满意度，还提升了医院的美誉度和竞争力，实现了医院与社会的双向互动、互惠共赢。

（三）必须以品牌铸造扩大覆盖面和影响力。昭通市中医医院通过成立名医堂，把名医专家聚起来、用起来，重点打造《健康教育三分钟》《大道中医》等广播电视节目，把普及健康知识与解答患者问题结合起来，把“大道理”转化为群众听得懂、听得进的“大白话”，打造了富有医院特色、贴近群众生活的健康教育和健康促进品牌，成为老百姓喜欢听、喜欢看、能受益的固定宣传阵地，有效提升了健康教育宣传工作的覆盖面和影响力。

推进五尺道文化旅游高质量发展的思考与建议

中共昭通市委党校 尤 好

中共昭通市委五届九次全会指出：“依托金沙江高峡平湖、镇彝威红色文化、南丝绸之路3条精品旅游路线，紧跟游客脚步，强化基础设施建设、新型业态培育、旅游产品开发。”作为南方丝绸之路的重要组成部分，五尺道有着2000多年的厚重历史，见证了中原与西南地区在政治、经济、文化等领域的深度交融，沿线丰富多元的自然景观、历史遗迹与民俗风情构成了极具潜力的文化旅游资源宝库。充分挖掘五尺道的文化内涵，开发其旅游潜力，推进五尺道文化旅游高质量发展，是打造南丝路精品旅游路线的重要举措。

一、加强文化资源整合与深度开发

五尺道沿线丰富多元的文化资源是发展文化旅游的核心优势，为实现文旅高质量发展，需加强资源整合与深度开发，通过构建统一品牌形象、打造主题旅游线路、深度开发文化体验产品，全方位彰显五尺道的独特魅力，提升其旅游吸引力与竞争力。

（一）构建文化旅游品牌形象

构建统一且具有辨识度的品牌形象是五尺道文化旅游发展的关键一步。应深入挖掘五尺道所蕴含的历史文化精髓，设计涵盖其独特历史文化特色的标识与宣传标语。标识可融入五尺道标志性元素，结合代表中原与西南地区文化交融的图案，运用现代设计手法，打造简洁而富有韵味的视觉符号，广泛应用于景区标识牌、宣传资料、文创产品等，强化游客视觉记忆。宣传标语应精准凝练五尺道的核心魅力，如“穿越五尺道，探寻千年滇蜀风华”，既突出历史厚重感，又点明地域关联性，通过报刊、广播电视、网络平台、户外宣传栏等多渠道投放，提升文化旅游品牌知名度与辨识度，让五尺道品牌深入人心，吸引游客纷至沓来。

（二）打造主题旅游线路

依据五尺道沿线丰富多样的文化旅游资源，精心打造主题旅游线路，满足不同游客群体的兴趣需求，实现资源优化组合与深度串联。历史溯源线路可从四川宜宾出发，途经高县、筠连，进入云南昭通、曲靖，沿线串联起五尺道起始段遗迹、筠连“五尺道·筠州驿”街区、昭通豆沙关等核心景点，游客沿着线路追溯五尺道从开凿到繁荣的历史脉络，感受岁月沧桑与变迁；民族风情线路聚焦沿线彝族、苗族、布依族等民族聚居区，串联民俗村落，让游客在参与、体验民族节庆等活动中领略多彩民俗文化魅力；红色文化线路结合昭通等地的红色革命历史，将红色革命遗址与五尺道线路相连，让游客在追寻革命先辈足迹时感受红色文化与历史古道交织的独特氛围。通过不同主题线路的有机整合，为游客提供多元深度旅游体验。

（三）深度开发文化体验产品

深度开发文化体验产品是提升游客参与度与旅游品质的核心环节。推出古道徒步项目，精心规划多条难度、长度各异的徒步线路，如短途休闲体验线路，让游客漫步于保存完好的五尺道石板路段，近距离观赏马蹄印、古驿站遗址，感受历史韵味；长途探险线路则穿越山林，结合野外露营、求生技能培训，满足探险爱好者需求。与专业机构合作开展研学活动，让游客在游览与参与中深入了解古道历史文化。在节假日举办民俗表演、传统手工艺展示、美食大赛等文化活动，让游客沉浸式感受五尺道的文化魅力，增强旅游体验记忆点，延长游客停留时间，提升旅游综合效益。

二、完善基础设施与服务体系

完善的基础设施与优质的服务体系是五尺道文化旅游高质量发展的坚实支撑，为提升游客体验，需全方位优化交通网络布局、加强配套设施建设、提供智慧旅游服务，打造便捷、舒适、智能的旅游环境。

（一）优化交通网络布局

优化交通网络布局是提升五尺道文化旅游可达性与便利性的关键举措。一方面，改善景区道路连接，加大对连接五尺道景区与周边城镇、主要交通枢纽道路的升级改造力度。拓宽狭窄路段，提高道路等级，确保旅游大巴、私家车顺畅通行；对弯道、陡坡等危险路段进行修复、增设防护设施，保障行车安全。缩短游客从高速公路到景区的通行时间，提升游客前往景区的第一印象。

增加公共交通班次与线路，合理规划并加密连接主要客源地城市与五尺道沿线景区的公交、旅游专线巴士。在旅游旺季、节假日，根据客流量及时增加班次，延长运营时间，确保游客出行无忧。

设置骑行专线与步道，结合五尺道独特的自然风光与历史文化景观，开辟专门的骑行绿道与徒步步道。绿道沿线配套自行车租赁点、休息驿站，提供自行车维修、饮品补给等服务；步道依据地形地貌与景点分布，设置合理距离标识、观景平台，满足不同体力游客需求，让游客以慢行方式深切领略五尺道魅力。

（二）加强配套设施建设

加强配套设施建设是增强游客舒适度与满意度的核心环节。依据五尺道不同地段的旅游特色，规划建设一批高品质酒店，提升住宿服务标准化、专业化水平；同时，鼓励结合当地民俗文化、建筑风格，发展特色民宿。如在盐津豆沙关古镇打造以朱提文化、马帮文化为主题的民宿群落，从房间装饰、餐饮供应到民俗活动体验，全方位融入特色文化元素，让游客沉浸其中。

完善餐饮、购物、休憩设施，丰富餐饮业态，培育地方特色美食品牌，在景区、游客集散中心等地打造美食街区，汇聚五尺道沿线各地特色美食，如昭通小肉串、宜宾燃面、筠连水粉等，注重食品卫生与品质监管；优化购物环境，开发具有五尺道文化标识的文创产品，如古道主题手工艺品、历史文化书籍、特色纪念品等，在景区商店、街区商铺合理布局销售点；增设休憩场所，在景区内、道路沿线每隔一定距离设置观景亭、休息长椅，配套绿化景观，为游客提供舒适的休息空间，延长游客停留时间。

（三）提供智慧旅游服务

提供智慧旅游服务是顺应时代发展潮流、提升五尺道旅游竞争力的必由之路。搭建线上导览、预订、互动平台，整合五尺道景区信息资源，开发集智能导览、门票预订、酒店民宿预订、旅游攻略分享、在线客服等于一体的综合性移动应用程序。游客通过手机端即可随时随地获取景区导览图、景点介绍、语音讲解，实时预订门票、住宿，查询交通线路，并与其他游客互动交流、分享旅行心得；利用大数据精准营销，收集分析游客年龄、性别、地域、消费偏好、游览轨迹等数据，精准定位目标客源群体，制定个性化营销策略。针对年轻游客群体，通过社交媒体平台推送探险徒步、民俗体验等新奇项目；面向中老年游客，重点宣传历史文化深度游线路、康养休闲产品，提高营销精准度与效果，提升五尺道文化旅游品牌影响力。

三、创新文旅融合模式与业态培育

在文旅深度融合发展的时代浪潮下，五尺道文化旅游应突破传统模式束缚，积极探索、创新文旅融合路径，培育多元新兴业态，为游客打造全新体验，激发产业发展新动能，实现从传统观光游向深度体验游、休闲度假游转型升级。

（一）“文化+产业”融合路径

深化文化与多产业融合是拓展五尺道文化旅游发展边界的关键策略，可通过与农业、体育、康养等产业紧密结合，催生出一系列独具特色的文旅产品，满足不同游客群体的多元化需求。

与农业融合。充分挖掘五尺道沿线丰富的农业资源，开发田园观光、农事体验、农产品采摘等旅游项目。例如，在滇川相邻的乡村地区，依托当地特色果蔬、茶叶产业，打造集观光、采摘、品尝、科普于一体的生态农庄。游客可在不同季节参与苹果、草莓、竹笋采摘，学习茶叶制作工艺，品尝农家美食，感受田园生活乐趣，实现农业生产与旅游消费的有机衔接，既带动农产品销售，又延长游客停留时间。

与体育产业融合。结合五尺道独特的自然地形与历史文化背景，开发户外运动产品。如打造徒步、骑行、攀岩、山地越野等体育旅游线路，举办丛林穿越、山地自行车赛等体育赛事。利用五尺道沿线的壮美自然风光与山高谷深的地形地貌，设计徒步探险线路，吸引户外爱好者前来挑战，从而带动餐饮、住宿、交通等相关产业发展，提升五尺道品牌影响力。

与康养旅游业融合。五尺道沿线有优良的生态环境、丰富的自然资源、深厚的文化底蕴，可在水富、盐津、大关等地开发温泉康养度假酒店、中医养生会馆、森林氧吧疗养基地等项目，并融入五尺道文化元素，打造“古道养生”特色品牌，让游客在放松身心的同时感受文化熏陶，满足对健康养生旅游的迫切需求。

（二）培育新兴文旅业态

培育新兴文旅业态是为五尺道文化旅游注入活力、提升竞争力的重要举措，借助现代科技与创新思维，打造一批具有前瞻性与吸引力的文旅产品。

数字文旅的蓬勃兴起为五尺道文化旅游带来全新机遇。可利用虚拟现实（VR）、增强现实（AR）、全息投影等技术，重现五尺道历史场景，让游客沉浸式感受曾经的贸易繁华、商贾往来的岁月，使历史文化鲜活呈现，增强游客互动体验感。

夜间文旅消费集聚区成为文旅发展的新引擎。可借鉴西安大唐不夜城经验，在五尺道沿线重点景区、城镇打造夜间文旅消费场景，丰富游客夜间消费选择，让五尺道在夜晚散发魅力，拉动旅游综合消费增长。

四、加强区域合作与协同发展

五尺道文化旅游跨越滇川两省，加强区域合作与协同发展是实现其高质量发展的必由之路。通过构建跨省协作机制，打破行政壁垒，实现资源共享、客源互送、线路共建，整合各方优势，打造区域旅游共同体，提升五尺道文化旅游整体竞争力。

（一）跨省协作机制构建

滇川两省相关部门应携手合作，联合成立五尺道文化旅游合作联盟，由文旅部门牵头，定期召开联席会议，共商发展大计。制定五尺道文化旅游协同发展规划，明确各地在资源整合、线路串联、品牌推广等方面的职责与分工，确保区域发展一盘棋。建立跨区域协调管理机构，负责统筹协调旅游项目开发、基础设施建设、市场监管等事务，解决跨区域合作中的矛盾与问题，保障合作顺畅高效。

（二）联合营销与客源互送

滇川两省应联合开展全方位营销推广，共同打造五尺道文化旅游品牌。通过整合各地宣传资源，制作统一的宣传资料、宣传片，并在主流媒体投放，提高品牌曝光度；利用抖音、微博等新媒体平台，发起话题挑战、直播互动等活动，吸引年轻游客群体关注；举办联合旅游推介会，赴长三角、珠三角、京津冀等客源地，向旅行社、游客全方位展示五尺道的旅游魅力，推出优惠政策，吸引游客前往。

在客源互送上，与各地旅行社加强合作，互荐客源，设计并推广跨区域旅游线路，串联沿线主要景点，让游客在一地报名，即可享受全程无缝对接服务。同时，建立客源互送激励机制，对送客较多的旅行社给予奖励，激发旅行社积极性，促进区域旅游市场繁荣，实现互利共赢。通过以上措施，有望全方位提升五尺道文化旅游的品质与竞争力，推动其迈向高质量发展新阶段，让古老的五尺道在新时代焕发出新的生机与活力，成为传承历史文化、促进区域发展、增进民族交流的亮丽名片。