

携手
“知信行”
助力深呼吸



相关专项行动合作请联络：健康中国行——全民慢病防治素养促进行动项目办公室
地址：北京市朝阳区安定路39号长新大厦608室
邮编：100029
电话：010-64262704
网址：www.ncd.org.cn



凝心聚力·共抗慢病
健康中国行

全民慢病防治素养促进行动
National NCD prevention And Treatment Literacy Promotion Action

——呼吸专项行动

【阶段工作总结】





健康中国行



全民慢病防治素养促进行动·呼吸专项行动

阶段工作总结

(2015年11月15日-2016年6月)

为促进中国医疗卫生事业的发展、促进医学科学交流、提高医学研究和实践水平，唤起全社会对慢性呼吸系统疾病的关注和重视，提高全民慢性呼吸系统疾病防治素养水平，从整体上推进我国的慢病防控事业发展，在阿斯利康中国（以下称“公益支持方”）自愿支持下，新探健康发展研究中心计划于2015年11月15日至2019年7月31日在中国大陆共计31个省份（直辖市、自治区）主办开展主题为“健康中国行—全民慢病防治素养促进行动·呼吸专项行动”的项目（以下简称“项目”）。截止目前，项目已经开展近半年，取得了部分阶段性的成果。现将项目开展实施情况总结汇报如下：

一、启动会圆满召开，形成巨大社会影响力

为了唤起社会大众的关注，第14个世界慢阻肺日来临之际，项目启动仪式于11月15日在北京园博园举行。为呼吁大众关注慢性呼吸系统疾病，主办方别出心裁，在启动仪式上策划了一场近2000志愿者“挑战世界上最大人体肺器官拼图”的吉尼斯世界纪录挑战活动并获得成功，引起社会的极大关注，活动结束后一周内，“千人拼肺图”等关键词仅百度搜索条数就达131万条。



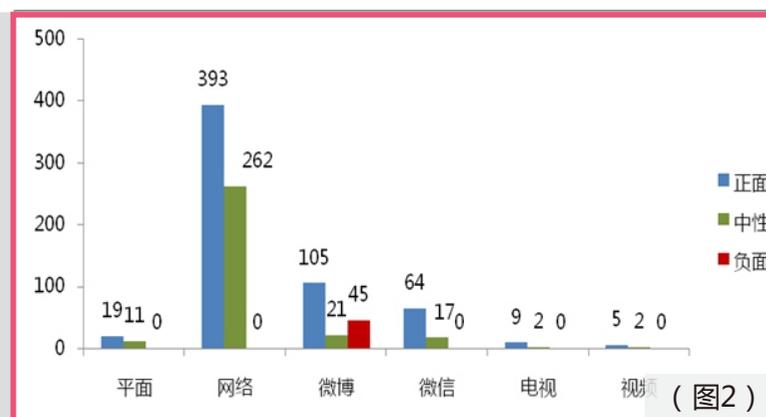
另据第三方机构应用新生代全媒体舆情监测系统监测统计：2015年11月15日-11月24日，平面、网络、微博、微信、电视、网络视频（广播未纳入监测范围）六类媒体关于启动会的信息总数为955频次，平面30频次；网络655频次；微博171频次；微信81频次；电视11频次；视频7频次。报道总篇幅/时长为：网络报道816310字，微信105965字，电视报道21.53分钟。其中，仅平面媒体基本覆盖人数就达到15,546,000（不计入传阅率），微博影响人次14,276,194，综合考虑电视媒体CCTV-1晚间新闻收视率居全国新闻类节目前十，新闻频道收视率高达3%，以及各大网络、电视等媒体的影响力，启动会总影响人次预计远超1亿。

启动会当天，国家卫生计生委宣传司、国家卫生计生委疾控局、新探健康发展研究中心、中华预防医学会、中国疾病预防控制中心、中国健康教育中心、国家卫生计生委卫生发展研究中心、中国医院协会、中国社区卫生协会、中国健康促进与教育协会、中国农村卫生协会、中国控制吸烟协会、中国县级医院联盟以及公益支持方等单位14位领导嘉宾，人民日报、中央电视台、新华社、新浪、腾讯等40余家国内知名媒体代表，来自北京市控制吸烟协会、微众汇爱心公益联盟、北京义工联、北京化工大学、北京邮电大学、北京建筑大学、北京印刷学院、中国矿业大学（北京）、天津财经大学、北京理工大学等公益组织、高校2000余名志愿者共同参与见证了一次形式新颖而颇具意义的启动会（图1）。



(图1)

启动仪式新颖的形式，精彩的内容引起了媒体的极大兴趣，参与本次活动报道的媒体覆盖电视（如CCTV-1，CCTV-13）、报纸（如人民日报、健康报）、网络（如新华网、中国新闻网、新浪、搜狐）、微博、微信、视频等全媒体形式，地域覆盖北京、上海、广州等主要城市和全国各省份，澳门日报、大公网等港澳媒体也进行了转载报道。



(图2)

从媒体与调性分布图（图2）可以看出，媒体传播的总体调性积极而客观，对活动实施了有效的传播。平面、网络、微博、微信、电视、视频均在积极客观传播项目的意义和慢性呼吸系统疾病的相关知识点。网络新媒体中虽然存在极少量争议，但关注或争论的焦点在于吉尼斯挑战的形式而非活动本身，这种无伤大雅的争议反而一定程度上使得社会大众更加关注行动，促成了其对“慢性呼吸系统疾病”或者“慢阻肺”等相关名词的认知。

总体而言，通过新媒体与传统媒体有效的结合，形成了一个立体并深入化的全媒体平台，使得本次活动传播效果最大化，收获到了预期的效果。

二、开发出新颖的视频传播材料

结合项目传播的人群特点，结合项目传播需求，项目组组织专家论证开发了两个版本的60秒公益广告和5分钟的慢阻肺病防治短片。

一是经过多方协调，争取到前央视新闻联播主播郎永淳先生的大力支持，邀请其担任项目健康宣传员，经过精心策划拍摄了一个形式新颖、内容实用的“翻书式”公益广告（图3），并结合传播渠道特征，剪辑为两个版本。该公益广告重点通过呼吁大众关注慢阻肺和哮喘两类主要的慢性呼吸系统疾病，提升大众相关疾病的防病治病意识。



二是为了进一步传播具体的核心防治知识要点，使得公众了解针对慢性呼吸系统疾病切实可行的防治技巧。项目组精心策划了一个防治短片（图4），短片中有社会大众对于慢性呼吸系统疾病的认知调查，更有著名呼吸疾病专家王辰院士、孙铁英教授、姚婉贞教授对此类疾病病因、预防和治疗等关键知识的深入解读。

短片在项目启动会上首次播出，获得了与会嘉宾的一致好评。在随后的18日世界慢阻肺日，第七届中国慢病管理大会等节点更是作为活动宣传材料，进行了延续传播。



(5分钟防治短片)



三、开发出新颖的平面传播材料

除了系列视频材料外，还结合项目进度与节点，开发了海报、宣传手册、启动会总结报告等平面宣传材料（图5-6）。

项目海报推陈出新分为三个版本：一是郎永淳拍摄的慢阻肺病宣传海报，主要为了呼吁大众提高对慢阻肺病等慢性呼吸系统的防治意识；二是新型的控烟海报；考虑到吸烟与慢阻肺病的关系密切，为了增强防治知识传播的人群针对性，项目组与北京市控制吸烟协会联合开发了新型的控烟海报-“禁止吸烟”警示海报和健康宣传员郎永淳宣传防治慢阻肺公益海报相结合。三是启动会“千人拼肺”活动形象海报，海报主题为倡导关注肺功能，像量血压一样定期检测肺功能。



（图5）

总结报告主要对项目启动会情况以图文形式进行了详细的总结，客观呈现了启动会初步取得的效果。宣传手册则是简明扼要地呈现项目启动会的核心精彩内容，并根据项目进展不定期动态更新制作，目前已制作出两个版本。



（图6）

四、线上传播载体开发和活动

为了更好地开展行动传播，立体展现行动的效果，项目组设立了全民慢病防治素养促进行动的微信公众号和呼吸专项行动的专题网页(图7)，并派专人维护。当前微信公众号订阅关注人数已超过2000人，专题网页也在动态更新中，通过微信和网页面向行业内外全面展示行动的风采，传递慢性呼吸系统疾病防治相关知识点。此外，结合线上传播的特点，依托中国慢病管理网庞大的微博粉丝群，项目组以行动名义组织发起了一次转发微博有奖互动活动，短短三天时间就吸引了1440人参与活动，使行动的影响力进一步扩大。



五、线下传播火热开展

1、13.1万份新型“控烟海报”全北京投放

1.1区（县）公共场所投放

经过前期紧锣密鼓的筹备，2016年3月9日起，13万份新型的控烟海报分发到北京市控烟协会各区志愿手中，开始陆续在海淀、朝阳、延庆、昌平、大兴、房山、丰台等区域公共场所张贴（图8）。跟随着控烟志愿者的身影，这张“全新”控烟海报出现在商场、写字楼、饭店、地铁等公共场所的醒目位置，警示“禁止吸烟”标识，宣传吸烟能导致人患上慢阻肺等呼吸系统疾病的健教口号，开辟了一种全新的健康传播形式。

1.2朝阳社区卫生服务系统投放

为了进一步扩大项目的教育面，3月，经过项目组与朝阳区社区卫生服务管理中心密切沟通后，1000份新型海报同步开始在社管中心45家社区中心和11家独立社区站集中投放。



1.3北京市控烟纪念活动宣传

2016年5月31日第29个世界无烟日，国家卫生计生委、北京市人民政府共同主办“无烟北京 健康中国”2016年世界无烟日暨《北京市控制吸烟条例》实施一周年宣传活动，国家卫生计生委崔丽副主任、北京市人民政府相关领导、世界卫生组织代表、著名演员黄轩和周海媚等悉数到场，共500余人出席活动，这款“新型控烟海报”频频亮相，得以充分展示。一是在鸟巢LED大屏幕上播放的控烟工作视频中多次呈现（图9）；二是体现海报和志愿者风采的展板在鸟巢主活动现场展示，吸引了现场的活动参与者纷纷驻足合影（图10）。



2、专业人群传播覆盖

启动会后，项目组第一时间将启动会的总结报告抄报国家卫生计生委宣传司、国家卫生计生委疾控局以及支持单位，使项目的影响力直接到达国家政策制定机构和相关专业单位；其次，把握住2015年11月中国慢性病大会的契机，火速印制第一个版本500份项目宣传手册在“呼吸疾病预防与控制分论坛”、“慢性病健康管理分论坛”面向与会代表派发，在全国的慢病管理专业人群中产生了良好的影响。

3、郎永淳海报各地投放

第一批3000份海报已在广东、山东、浙江、四川、重庆等省（市）根据需求进行投放。

六、媒体合作传播

为了进一步提升慢病管理专业人员对于慢性呼吸系统疾病的关注度，项目组携手今日头条、杏树林、好医生等知名媒体平台，就慢性呼吸系统疾病的宣传展开深入合作。结合项目和各个平台特点，开展了形式多样的慢阻肺、哮喘等相关疾病的管理案例征集，患者人群大数据分析等活动，并邀请权威专家进行评审和解读，借助中国慢病管理大会平台进行了分享传播（图11），各家合作媒体借助自身资源渠道对活动纷纷进行了高频次的传播。



(图11)

七、学术会议传播

中国慢病管理大会是我国慢病管理领域重要的年度交流盛宴和品牌，与会代表涵盖政府部门、国际组织、学会协会、疾病预防控制部门、基层医疗机构、各级医院、健康教育机构、企事业单位、医学院校、媒体企业等众多领域。本届大会规模达1800余人，通过形象展示、内容植入、主题报告等形式（图12-16）在为期两天的会议上对项目及项目公益支持方进行了全方位的宣传和展示。同时行动相关内容在大会会前预热、会中会后媒体宣传报道中也得以借势传播。



(图12)

1、日程背板及大会主会场主logo形象宣传

健康中国行-全民慢病防治素养促进行动·呼吸专项行动

■ 启动会



近2000名志愿者齐聚北京园博园，千人拼肺“成功挑战”吉尼斯世界纪录



(图13)

2、主会场15分钟主题报告全面展示

3、主会场呼吸操20分钟内容及理念植入



4、主会场入口巨幅郎永淳海报展示



5、新版宣传手册、会刊发放给所有与会代表



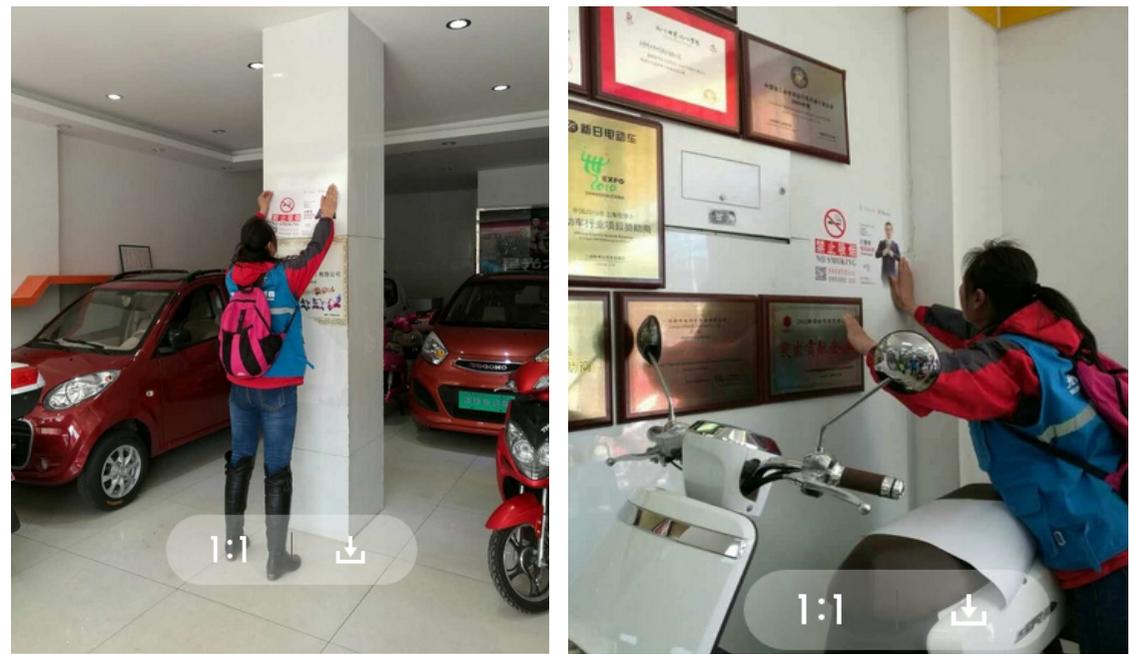
八、下一步工作

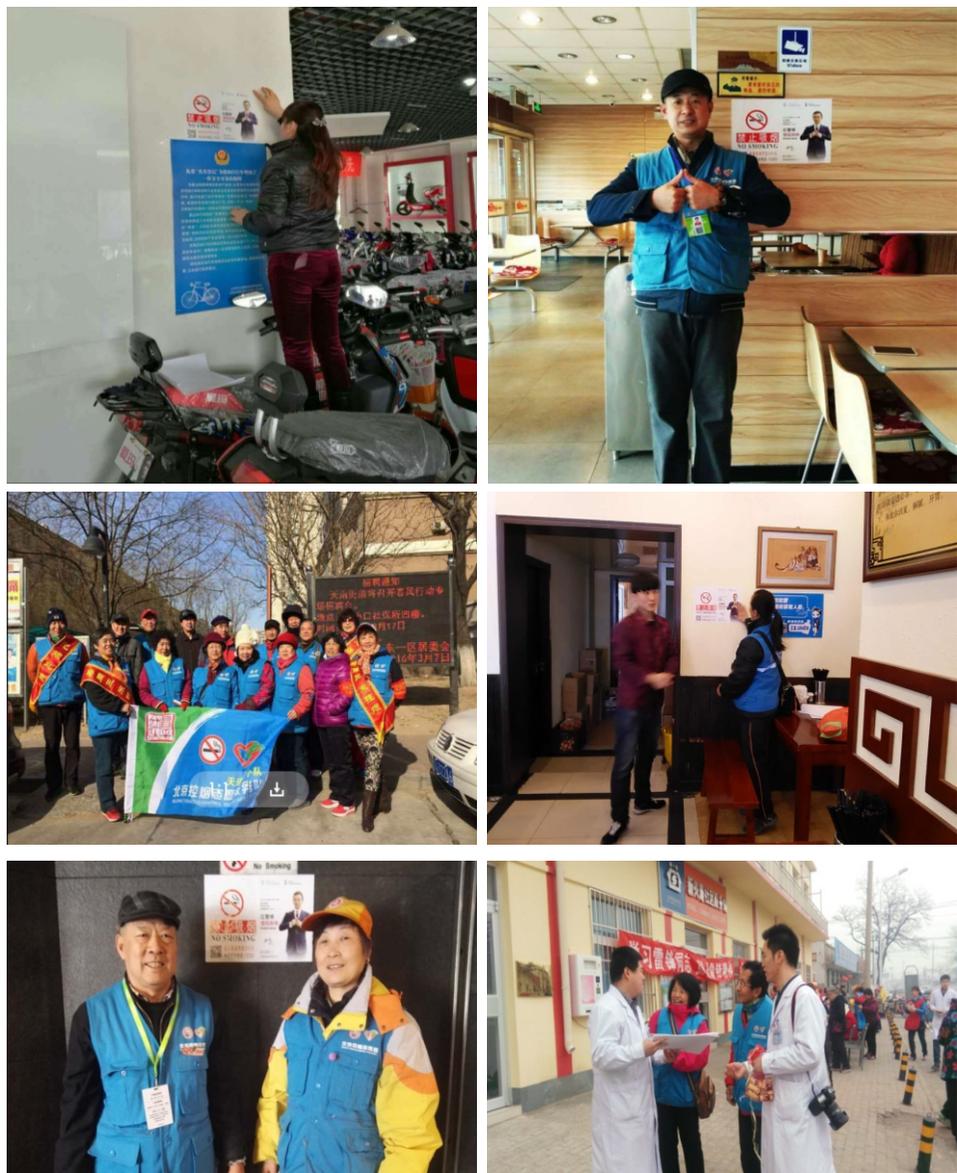
项目将完成慢性呼吸系统疾病防治素养工具包的开发，在全国近千家医院和3000家社区卫生服务中心投放工具包，张贴宣传海报。同步开展一系列相关落地活动，包括：健康巡讲、社区大讲堂、健康大巴、义诊咨询，结合线上线下的宣传活动，提升项目覆盖人群对慢性呼吸系统疾病的认知率和防治素养水平。

新探健康发展研究中心
二〇一六年七月一日

投放工作进行中 >>>







报送：国家卫生计生委疾控局 国家卫生计生委宣传司

抄送：中华预防医学会；中国疾病预防控制中心；中国健康教育中心；国家卫生计生委卫生发展研究中心；中国医院协会；中国社区卫生协会；中国健康促进与教育协会；中国农村卫生协会；中国控制吸烟协会；世界健康基金会/中国呼吸疾病联盟；中国县级医院联盟

校对：陈妮