

程度，这要求记者对信源展开多维度的验证；还需要在事件现场、相关机构以及关联群体当中广泛地收集素材，以此为后续的加工打造坚实的基础。在这样的前提条件之下，内容生产要突破表层的事实陈述，朝着对事件的立体解构方向转变。依靠采访当事人、行业专家、普通民众等多种主体，结合经济、政治、文化等多个维度的视角，深入剖析事件的根源、发展脉络以及潜在的社会影响，让新闻报道不仅呈现出“是什么”的事实，还可以回答“为什么”的逻辑，帮助受众形成理性的认知。

以《南方都市报》为例，该报要求记者深入到社区当中，借助走访居民、社区工作者以及街道办，收集事件背景、矛盾焦点等第一手的信息。随后，邀请社会学专家对事件里的利益关系、治理难点进行专业的解读，并且结合当地的政策文件分析事件的特殊性，形成兼顾事实与学理的深度报道。在技术层面，其团队运用自主研发的“舆情分析系统”，实时抓取微博、微信等平台里与报道主题相关的用户讨论，依靠情感分析识别居民对于治理措施的主要意见倾向；再依靠主题聚类梳理出“沟通效率”“政策宣传”等高频关注维度。

4.3 深化技术应用

在全媒体环境之下，社会新闻采编对于技术的深入运用，需要依靠效率提高和内容改善这两个方面来共同推动。借助数据挖掘和智能工具相互配合，重新构建新闻生产的流程。大数据技术是达成精准传播的基础支持，新闻采编单位可依靠数据采集系统，整合社交媒体、新闻平台以及用户行为的数据。这些数据包含了受众的年龄、地域、阅读喜好、互动习惯等多个维度的信息，利用算法模型分析用户需求的图谱，辨别不同群体对于社会新闻的关注重点的差异。这样的分析可指导内容生产的方向，像是针对老年群体加强社区服务类新闻，针对青年群体侧重于社会热点话题。还可在选题策划阶段捕捉潜在的线索，借助追踪网络热搜词、社交媒体话题榜以及搜索引擎关键词的热度，精确确定受众关心的社会事件，防止选题和实际需求出现脱节^[9]。同时，人工智能技术贯穿于采编的整个流程，智能语音识别工具可把采访对话及时转化成文字，减少记者后期整理的时间，让记者更加专注于和采访对象的深入交流。AI写作辅助系统可以对结构化新闻素材，比如会议纪要、事件进展进行快速整合，生成基础的文本框架，为记者留出更多精力来打磨内容。

4.4 提升编辑团队素质

传统编辑团队的能力体系主要聚焦于文字加工以及事

实核查方面。尽管这样可契合单一平台对于内容的需求，然而在全媒体环境之下，其局限性却逐渐开始显现出来。当面对短视频、直播等新兴的传播形式时，编辑人员要突破“文字思维”的束缚，去掌握如视频剪辑、脚本设计以及互动引导等一系列技能，如此才可把社会新闻转变为适合不同媒介的传播形态。当面对复杂的舆论场时，更需要强化新闻伦理意识以及舆情研判能力，在信息的洪流当中坚守“真实、客观、中立”的底线，避免由于信息失焦或者价值偏差而引发传播风险。

编辑团队素质的提升需要从多个维度来进行开展。在专业技能层面，需要借助定期培训来更新技术工具库，熟悉抖音、微信、微博等平台的传播逻辑，掌握H5制作、数据可视化等基础技能。在知识结构层面，鼓励编辑去学习社会学、心理学、传播学等跨学科知识，提高对社会热点的解读深度。比如说，对于社区矛盾类新闻，有社会学知识的编辑可更加敏锐地捕捉到事件背后的利益关系以及治理痛点。在职业素养层面，需要凭借案例研讨、伦理教育等方式，巩固“内容为王”的理念，同时提升对舆论风向的敏锐感知力，在信息筛选、标题拟定、内容编排过程中把握好传播分寸，既要保证新闻价值，又要规避舆情风险。

5 结语

全媒体语境下社会新闻采编转型是围绕“内容价值”与“用户需求”的系统变革。内容生产需坚持“真实为核、深度为要”；技术应用是为采编提供“需求地图”；传播互动要构建“用户参与”闭环。转型中需警惕技术消解人文关怀，未来无论技术如何迭代，坚守专业主义、回应需求是不变方向。

参考文献

- [1] 范凯慧.AI赋能融媒体新闻采编的模式创新与挑战应对[J].记者摇篮,2025,(06):135-137.
- [2] 张莉.破局与重构:媒体深度融合下新闻采编创新路径探析[J].中国广播电视学刊,2025,(06):54-57.
- [3] 赵炳利.新闻报道创新表达路径探索[J].中国地市报人,2025,(05):110-111.
- [4] 王晓宇.新媒体时代新闻采编的多元化发展[J].记者摇篮,2025,(05):156-158.
- [5] 刘欣欣.新媒体环境下新闻采编工作的变革和挑战[J].记者摇篮,2025,(05):66-68.

Exploring the Promotion Strategy of Smart Service in Hospitals in the Digital Age

Zhihao Yu

Siyang Hospital of Traditional Chinese Medicine, Siyang County, Xuancheng, Anhui, 223700, China

Abstract

The emergence of smart hospital services is a significant driving force for the reform of the medical industry and an inevitable trend in the digital age. It plays a crucial role in enhancing the quality of medical services. Promoting smart hospital services is essential for ensuring their widespread application. Hospitals should actively explore innovative methods to promote these services, thereby fully leveraging their benefits. This article briefly outlines the concept and application value of smart hospital services, analyzes the challenges hospitals face in promoting these services, and explores strategies for effective promotion, aiming to provide new insights for related efforts.

Keywords

digital age; smart hospital services; promotion; strategies

数字化时代医院智慧服务宣传推广策略探索

喻志豪

泗阳县泗阳中医院, 中国·安徽宣城 223700

摘要

医院智慧服务的出现是医疗事业改革的重要动力,也是数字化时代不断发展背景下的必然趋势,对于医疗服务质量的提高具有重要的作用。医院智慧服务宣传推广工作是保证社会服务能够广泛应用的基本前提,医院要积极探索医院智慧服务宣传推广的创新措施,以切实发挥医院智慧服务的功能。文章简要概述了医院智慧服务的概念及应用价值,详细分析了医院在宣传推广智慧服务方面的困境,并对宣传推广智慧服务的路径进行了探究,旨在为相关工作提供新的思路。

关键词

数字化时代; 医院智慧服务; 宣传推广; 策略

1 引言

医院智慧服务是对传统医院服务模式的创新,它能够解决传统医院服务模式效率低、就医流程复杂及服务效果不理想等问题,能够满足患者在就医方面的个性化需求。但从目前智慧服务的应用情况来看,很多患者更倾向于选择传统的就医模式,其原因在于患者对医院智慧服务的功能不够了解,不具备应用医院智慧服务的能力。之所以出现这种情况,主要是因为医院智慧服务宣传推广工作未落到实处,或是医院智慧服务宣传推广内容缺乏吸引力,从而影响患者对医院智慧服务的信赖程度。也正因为如此,探究数字化时代医院智慧服务宣传推广策略,成为医院当前需要重点关注的任务。

2 医院智慧服务的概念及意义

医院智慧服务是指医院利用信息技术推出的一种能够提高患者就医体验、加强患者信息共享且能够满足患者个性化医疗服务需求的新型服务模式^[1]。这种智慧服务改变了传统的医疗服务形态,能够突破时间与空间造成的就医限制,在提高医疗服务质量方面具有积极作用。

比如医院智慧服务可以简化患者的就诊流程,减少繁琐就诊环节给患者带来的就诊压力和负担,能够有效提高医院就诊效率与服务质量。患者可以通过在线咨询了解自己病情的基本情况,并根据咨询建议在线选择合适的部门进行预约挂号,同时还可以完成在线缴费、报告查询以及线上回访咨询等项目,不仅能帮助患者节省就医时花费的时间,也便于医院快速掌握患者的各项信息^[2],从而为患者提供更加精准的个性化医疗服务。

3 数字化时代医院智慧服务宣传推广现状

医院智慧服务在优化就诊流程、提高医院服务质量等

【作者简介】喻志豪(1995-),男,中国安徽宣城人,本科,从事中药学研究。

方面具有重要作用，因此医院要积极通过宣传推广活动让更多患者了解医院智慧服务的功能与优势，让更多患者能够体会到医院智慧服务带来的便利。但目前很多医院都存在智慧服务应用不够广泛、患者认可程度不高等问题，其原因在于医院并没有做好智慧服务的推广与宣传工作，从而削弱了医院智慧服务的应用效果。

3.1 医院智慧服务宣传推广内容待完善

对比分析不同医院的智慧服务宣传推广内容可以发现，他们在宣传推广内容方面存在很多共性问题，比如智慧服务功能介绍不够详细、未能突出智慧服务亮点等，很难让患者深入了解医院智慧服务的优势。例如有的医院只是向患者介绍了智慧服务涉及的主要领域，但没有针对每一项功能的具体操作流程进行详细说明，导致患者在使用过程中会遇到各种各样的问题，从而降低患者使用医院智慧服务的积极性。

3.2 医院智慧服务宣传推广途径待丰富

目前多数医院会选择线下宣传的方式来推广智慧服务，比如在就诊大厅设置宣传栏、印发智慧服务传单以及院内张贴宣传海报等。但医院忽视了一个非常重要的问题，患者的关注点多数在就诊流程与检查情况等方面，很难分出一部分注意力放在医院内部的海报或宣传栏上，因此上述宣传方式很难达到理想的宣传效果。与此同时，此类宣传方式只能够覆盖到前来医院就诊的患者，而其他社会群体无法接触到医院智慧服务的相关信息，不利于医院社会影响力的提升。

3.3 医院智慧服务宣传推广形式待创新

密密麻麻的文字搭配上几张图片，这种缺乏趣味性与吸引力的宣传形式，就是医院在宣传推广智慧服务时常用的方式。我们可以试想一下，不论是医院就诊的患者或是其他社会群体，大多数人都没有耐心和精力去阅读大篇幅且没有重点的文字，通常会在阅读几行之后就失去了继续了解的欲望。基于上述原因，这种以图片和文字相融合的方式很难引起患者对医院智慧服务的了解兴趣，而医院社会服务的推广应用更是无从谈起。

3.4 医院智慧服务宣传推广团队待优化

医院智慧服务的宣传推广工作主要由医院各部门人员担任，虽然他们在医院智慧服务工作中的某个领域具有一定的专业技能，但并不了解智慧服务的整个流程，在开展宣传推广工作时会因为认知的缺失给宣传推广工作带来较大的局限性。宣传推广人员除了缺少对智慧服务知识的充分了解，还缺少宣传推广方面的知识能力。

4 数字化时代医院智慧服务宣传推广策略

数字化时代的到来不仅推动了医院智慧服务的实现，也能从多个方面给医院智慧服务宣传推广提供支持，可以有效增强医院智慧服务宣传推广的效果。因此医院应基于智慧服务宣传推广现状，合理利用数字化时代的技术创新宣传推广方式与路径，解决医院智慧服务宣传推广所面临的主要问

题，更多患者了解并应用医院智慧服务。

4.1 精准分析患者需求，优化服务宣传推广内容

医院智慧服务宣传推广效果能否提高的关键在于，宣传推广内容能否在第一时间吸引患者的目光，而医院要想在第一时间引起患者对宣传推广内容的关注，必须确保宣传推广内容能够精准满足患者的现实需要。医院在开展智慧服务宣传推广工作之前，可以采取线上+线下的方式对患者进行一次问卷调查活动，详细了解患者年龄、患者感兴趣的智慧服务板块以及患者对智慧服务的顾虑等相关信息，随后利用大数据技术对调查数据进行分析，了解不同患者群体对智慧服务的需求和使用习惯，并以此为参考设计医院智慧服务的推广内容。

比如问卷调查结果分析显示，老年患者更关注挂号、缴费及取药等基本智慧服务的流程，而青年患者则更在意线上咨询问诊与检查数据查询等智慧服务功能的使用方式。在此情况下，医院在详细讲解智慧服务各项功能与流程的基础上，还可以根据不同群体有针对性地设计宣传推广内容，例如用图画的形式向老年患者详细描述线上缴费的具体操作过程。

4.2 拓宽宣传推广渠道，扩大宣传推广覆盖范围

医院对智慧医院宣传推广内容进行优化，只能解决医院智慧服务宣传推广内容缺失与精准性不足的问题，并不能扩大宣传推广的群体覆盖范围。医院需要认识到传统宣传推广渠道的局限性，顺应数字化时代的发展特质开拓更多宣传推广途径，让人们可以从不同的途径了解到医院智慧服务的具体内容。

4.2.1 创新线下宣传推广方式

虽然线下推广方式所能够覆盖的人群范围较窄，但并不意味着它无法达到理想的宣传推广效果，医院不仅不能放弃这种传统的宣传推广模式，反而应该在原有基础上进行创新，使线下宣传推广方式能够带来更好的宣传效果。医院除了在院内张贴海报、分发宣传页，还可以在在大厅、候诊区及病房等地开设智慧服务宣传站点，由工作人员通过现场演示向患者介绍智慧服务的各项功能及操作流程，并随时解答患者提出的各项问题，从而加深患者对社会服务的认识。医院还可以利用社区活动开展智慧服务宣传推广工作，通过举办智慧服务讲座、智慧服务使用方法培训等方式，帮助社区居民了解医院服务的最新发展情况，让他们提前掌握智慧服务的应用方式。

4.2.2 打造线上宣传推广平台

数字化时代背景下，人们接触信息的方式逐步从线下转移到线上，因此医院智慧服务宣传推广方式也应随之进行改变。医院可以利用微信公众号、抖音、美团、小红书等新媒体平台，发布医院智慧服务的相关内容，让更多青年用户能够了解医院智慧服务的详细信息。医院也可以在官方网站开通智慧服务板块，详细介绍医院智慧服务的主要功能、