

国家卫健委重磅“负面清单”发布 医生互联网科普迎来最严“紧箍咒”？

◎ 唐闻佳

国家卫生健康委印发《医务人员互联网健康科普负面行为清单(试行)》，首次在全国层面明确为互联网健康科普划定清晰边界，这一新规迅速在医疗圈引发热议，业内简称其为十个“不得”。11月12日，笔者从上海市卫生健康委获悉，国家卫生健康委发布全国层面的互联网健康科普负面行为清单后，上海全力推进贯彻落实。此前，上海在全国推出首个“互联网健康科普负面行为清单”，明确“九大禁令”。

十个“不得”与“九大禁令”，针对医务人员投身互联网科普的重磅文件不断，到底释放什么信号？医生互联网科普迎来最严“紧箍咒”？业内人士接受采访时谈到，互联网健康科普正迎来从“量”到“质”的转折点，有一点可以明确的是，“负面清单”不是限制发展的“红灯”，而是规范航向的“导航”。

“红线”划好，医生“各就各位”

当医生们在短视频平台开始带货，当“神医”的谣言比病毒传播得更快，一份全国统一的负面清单终于为互联网健康科普划出了明确的“红线”。

11月7日，国家卫生健康委印发《医务人员互联网健康科普负面行为清单(试行)》，新规在鼓励支持医务人员规范开展健康科普的基础上，列出十个“不得”，包括“不得发布与国家法律法规政策相违背，损害卫

生健康事业发展，损害卫生健康行业形象的内容”等。

“这份清单首次在全国层面为医务人员互联网健康科普行为系统化地划定了十类禁止行为，内容涵盖内容真实性、商业行为、专业边界、患者权益及技术使用等多个维度。”复旦大学健康传播研究所副所长王帆说。

梳理清单可以注意到，“不跨界”成为核心原则之一。清单明确，医务人员不得宣传推广与自身岗位不匹配、超出本人专业领域的内容。业内分析，这主要是针对一些医务人员“硬蹭流量”的行为，比如不是妇产科的专家，为了“博流量”、为了“引流”“带货”等目的，去讲妇产科相关内容。

与此同时，商业化变现路径被严格限制。清单禁止以科普名义发布广告、直播带货、推销医药产品来牟利。技术滥用也被纳入监管视野。清单提到，不得滥用人工智能技术生成健康科普内容，且未经核准或未添加显著标识。“AI生成的健康科普内容如不加管控，真能以假乱真，可能造成虚假信息的大规模传播。”一名投身互联网科普五年多的三甲医院医生解释说。

“这绝非禁止医务人员开展正规的健康科普工作。”王帆强调，健康科普快速发展，尤其是医务人员投身互联网公众科普是社会进步的一种表现，发展完全可能出现一些计划外的新问题，“负面清单”的出台恰恰是在这个时机列出一个“导航”系统，医生“各就各位”，在合

法合规的前提下充分发挥专业优势，为公众提供更高质量的健康科普信息。

上海对账号“摸底”，业内预计将提升优质科普价值

早在今年3月，上海在全国率先推出“互联网健康科普负面行为清单”，明确禁止虚假宣传、变相带货、身份造假等“九大禁令”，并指导各级各类医疗卫生机构建立完善账号申报、内容审核、违规信息监测与处置机制，进一步规范医务人员互联网健康科普行为。

“我们开展了自查，比如在诊间场景下，是否可能侵犯患者隐私，是否完全征得患者同意等，对可能违规的视频予以下架。”上海一家三甲医院相关负责人透露，3月上海新规落地后已推进一波“自查”。

上海市卫生健康委发布信息说，自今年3月推出“互联网健康科普负面行为清单”以来，上海着力探索建立互联网健康科普全链条监管机制。在此期间，本市建立了全新的“互联网健康科普账号申报平台”，启用“上海市互联网健康科普账号申报系统”，打造行业健康科普账号数据库，实现对行业底数的掌握与动态管理。

上海市卫生健康委相关负责人介绍，截至目前，该系统共收录账号9965个，覆盖492家医疗卫生机构。从“摸底”情况看，账号结构持续优化，个人账号占绝对主流。粉丝“10万+”

的“头部账号”增至493个。

“上海拥有高粉丝量的‘头部账号’数量是增加的，这从侧面印证了本市持续扩大优质健康科普资源供给。”上海市卫生健康委健促处处长王彤介绍说，依托市级健康科普信息监测平台，上海建立了常态化监测机制，通过“12320”卫生热线、“12345”市民服务热线等多渠道主动收集违法违规线索，形成健康科普违规信息处置闭环。3月以来，全市发布了4次“工作提示”，对一些“苗头事件”予以提醒。

与此同时，全市进一步贯彻落实市委宣传部、市委网信办发布的“沪九条”，扩大互联网优质创作内容供给，用好健康科普在职称评聘、评优评先、绩效考核方面的激励政策。

“明确了什么不能做，反而让我们可以更安心地做科普。”一名三甲医院主治医师聊起新规时这样说。

未来，上海将进一步贯彻国家卫生健康委互联网健康科普负面行为清单，建立信息互换机制，以互联网健康科普综合治理模式打通卫生行业监管与新媒体平台管理的“最后一公里”，大力营造清朗的互联网健康科普环境，不断扩大优质健康科普内容供给，更好提升广大市民健康获得感。

多名专家谈到，随着灰色地带的清除，优质科普内容的商业价值将不降反升未来还可能会出现“科普、咨询、诊疗”的闭环服务，科普成为医患互动的起点而非终点。

第12届全国大众冰雪季主会场活动将在长春举办

据新华社长春11月12日电(记者 王帆)记者从12日召开的吉林省2025至2026年雪季系列新闻发布会上获悉，第12届全国大众冰雪季主会场活动将于12月26日在长春市肆季南河岸线公园举办。

吉林省体育局副局长贾宁介绍，此次活动现场将集中展示速度滑冰、冰球、冰壶、单板滑雪、自由式滑雪、越野滑雪、冰上龙舟、雪地足球等70项赛事和体验活动。活动期间，还将在长春市肆季南河岸线公园举办吉林省群众冰雪运动会，开展冰上帆船、冰上自行车、抽冰猴等体验项目。

肆季南河岸线公园是集生态、休闲、文化于一体的综合性城市公共空间，已成为长春新晋文旅打卡地。据悉，新雪季长春以“政府引导、市场主导、多元投入”的发展理念，计划在该公园打造33万平方米的城市体育冰雪运动乐园，构建集冰雪运动、冰雪体验、冰雪文化、冰雪消费于一体的沉浸式冰雪活动场景。

据介绍，新雪季吉林还将承办2025—2026赛季国际雪联自由式滑雪空中技巧世界杯中国站、2025—2026赛季全国自由式滑雪雪上技巧锦标赛等多项冰雪赛事，以高水平、高质量的赛事活动为引领，拉动赛事经济与文旅消费。

老字号如何焕新？

(上接1版)

前行之路

以文化为根，寻求老字号发展新机

今年5月，商务部公布中华老字号“附条件通过”复核整改结果，68家企业通过，5家不通过。这是继2023年11月，55个长期经营不善的品牌被移出中华老字号名录后，行业迎来的又一次“洗牌”。

这场持续深化的动态管理，是对老字号“有进有出”机制的严格落实。

从国家到地方，持续完善的政策与服务，正为老字号发展提供有力支撑。青岛、上海、江苏等地也陆续出台措施，在老字号培育认定、非遗技艺传承、知识产权保护、线上线下融合发展等方面给予具体支持。

进博会、服贸会、消博会等展会，也成为老字号品牌展示与创新的重要舞台。

为加强老字号知识产权保护与人才培养，业内专家建议，由相关部委指导，省级主管部门牵头，设立中华老字号文化专项扶持资金，支持专家学者、研究机构等独立第三方，针对所有被认定的中华老字号发展历史开展专项学术性研究。同时，由国家牵头制定全国性的老字号技能人才引进指导意见，构建统一政策框架，如设立全国老字号技能人才专项奖励基金，激励技艺传承与创新。

景皎也表示，老字号除了要通过系统化的创新策略与整合营销，在传承中实现品牌价值的持续提升，还要善于将深厚的历史文化内涵转化为产品与服务的核心竞争力。

福建厦门脑瘫小伙用爱心早餐温暖一座城

(上接1版)

为了得到更多的就业机会，2020年，余伟钦选择来到了厦门，开过淘宝店、做过抖音号，创建过残疾人就业公司，但运营结果始终不够理想。2022年，他又支起了早餐摊。在售卖早餐的过程中，他发现不少打工者、老人、流浪人员面临生活困难，于是特意推出“元气满满早餐”这份爱心餐，通过“爱心暗号”帮助有需要的人，已累计送出爱心早餐400余份。

“一日之计在于晨，想让大家吃了更有元气，也想让有难处的人，能体面地接受这份善意。”遇到不好意思开口的困难者，余伟钦全凭感觉判断：“看眼神，看动作，像当初的我一样局促的，我就多递一份餐，不用多说什么。”

经营过程中，有人质疑余伟钦“卖惨作秀”。起初，余伟钦会在意，也会难过，但后来他只认准“但行好事，莫问前程”。除了送出爱心早餐，他还定期关爱孤独症儿童、看望孤寡老人，为困难家庭送去米、油等生活物资。

“我除了手指有点弯曲、动作比较慢，有时还有点口齿不清，其实和大家一样，我也希望用自己的行动温暖他人。”余伟钦说，“我也要像向日葵一样向阳而生，把温暖传递下去。”

从曾经被人帮助，到如今主动帮助他人，余伟钦对“善意”有了自己的理解：“真正的行善，会让自己越来越好。”对于未来，他没有宏大规划，只盼着“大家都越来越好，哪天没人需要爱心早餐了，才是真的好。”

运动赋能青春 艺彩点亮校园

连日来，重庆市巫山县官渡中学举行以“运动赋能青春 艺彩点亮校园”为主题的体育科技文化艺术节活动，将非遗展演、文化展示和体育竞技融为一体。图为11月11日，学生表演扇子舞。

王忠虎 摄



陕西省志丹县：“文明大篷车”开进百姓“心窝窝”

◎ 周恒宇 沙江 薛春梅

文明乡风建设优秀案例展播

10月中旬，陕西省延安市志丹县双河镇麻子沟村苹果园的果树到了秋冬季管理的关键时期。

10月15日，一辆印着“文明实践 服务群众”字样的“文明大篷车”驶向苹果种植大户左怀江的果园，果业技术员张金虎拎着工具包下车后直奔果园。

“大家看，这根枝条已经染了病菌，必须从根部剪掉，留着会传染其他枝条。剪完记得涂愈合剂，这样才能保证来年苹果的长势。”张金虎站在果树下，手拿修剪刀边示范边讲解。左怀江和几位果农围在一旁，边听边学。

“只要我们有需求，技术员就会提供服务，不光教技术，还帮我们联系销售渠道。”左怀江说，往年自己管理果园全靠经验，自从“文明大篷车”送技术上门，苹果产量和品质一年比一年好。

“点单定制”：整合资源破解服务难题

麻子沟村位于志丹县城南15公里处，是典型的川道村，青壮年多外出务工，留守老

人占比较高。以往，村里的文明宣传、政策讲解多集中在村新时代文明实践站，但老人出门不便，果农忙着农事，宣传效果总是打折扣。

志丹县新时代文明实践中心主任高昀说，经过深入基层调研发现，村民对快板、说书等小型文艺活动兴趣浓厚，“文明大篷车”的设想由此产生。

在实践中，志丹县根据当地山大沟深、群众居住分散的特点，坚持服务车辆不重购，把县域内普法宣传车、农业科技直通车、流动图书车等8类车辆的服务功能进行整合，统一于“文明大篷车”。

“我们通过打造‘文明大篷车’志愿服务项目，推出32类180个志愿服务菜单，由百姓‘点单’，志愿者‘接单’，利用重要节日、农村集市开展‘流动式’上门服务，把新思想、新政策融入群众喜爱的文艺节目中，将农技服务送到群众身边，将专业理论转化为通俗表达，让群众听得懂、乐意听。”高昀介绍。

如今，“文明大篷车”已从简单的服务运输工具变成了扎根乡村的志愿服务综合体。将政策、服务、文化打包送上门，让文明新风真正吹进群众生活。

日前，在陕西延安举办的首届中国文明乡风大会上，发布了中国文明乡风建设十大优秀案例，志丹县的“文明大篷车”榜上有名。

精准对接：需求在哪服务就到哪

“‘文明大篷车’装啥，全看村民需要啥。”麻子沟村党支部书记吕宝卫说。为精准对接村民需求，麻子沟村组建了一支由老党员、村干部、乡贤、退役军人和志愿者组成的网格员队伍。白天，网格员上门走访，了解情况；晚上，村民微信群继续收集大家的需求。这些需求最终会变成“文明大篷车”的志愿服务清单。

村民杭永兵喜欢唱歌，于是抱着试试看的心态，在村民微信群提出想找专业老师指导唱歌的需求。没过多久，“文明大篷车”就载着县文化艺术培训中心的音乐老师和音响设备来到村文化广场。老师不仅现场对抗永兵进行了一对一指导，还组织了一场小型歌唱交流会，让喜欢唱歌的村民过了把瘾。

群众需要什么，“文明大篷车”就跟着“动态升级”。

秋冬季节，气温降低，老年人免疫力低，易生病。最近，在志丹县金丁镇金汤村，“文明大篷车”带来了一场“服务送到家门口 文明实践暖人心”活动。现场，医疗志愿服务队为老年人量血压、测血糖，细致询问身体状况；一旁的义剪区，理发师精心为村民设计发型。考虑到一些老年人行动不便，志愿者还主动开展“爱心敲门”服