



公共关系蓝皮书

BLUE BOOK OF CHINA'S PUBLIC RELATIONS

No.4

中国公共关系 发展报告 (2019)

主编/柳斌杰

副主编/王大平 董关鹏

ANNUAL REPORT ON THE DEVELOPMENT OF
CHINA'S PUBLIC RELATIONS (2019)



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

2019
版



公共关系蓝皮书

**BLUE BOOK OF
CHINA'S PUBLIC RELATIONS**

中国公共关系发展报告 (2019)

ANNUAL REPORT ON THE DEVELOPMENT OF CHINA'S PUBLIC
RELATIONS (2019)

主 编 / 柳斌杰
副主编 / 王大平 董关鹏



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

图书在版编目(CIP)数据

中国公共关系发展报告. 2019 / 柳斌杰主编. -- 北京: 社会科学文献出版社, 2019. 12

(公共关系蓝皮书)

ISBN 978 - 7 - 5201 - 5851 - 0

I. ①中… II. ①柳… III. ①公共关系学 - 发展 - 研究报告 - 中国 - 2019 IV. ①C912. 31

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2019) 第 280811 号

公共关系蓝皮书

中国公共关系发展报告 (2019)

主 编 / 柳斌杰

副 主 编 / 王大平 董关鹏

出 版 人 / 谢寿光

组稿编辑 / 邓泳红 陈 颖

责任编辑 / 桂 芳 薛铭洁 陈晴钰

出 版 / 社会科学文献出版社·皮书出版分社 (010) 59367127

地址: 北京市北三环中路甲 29 号院华龙大厦 邮编: 100029

网址: [www. ssap. com. cn](http://www.ssap.com.cn)

发 行 / 市场营销中心 (010) 59367081 59367083

印 装 / 天津千鹤文化传播有限公司

规 格 / 开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 19.25 字 数: 287 千字

版 次 / 2019 年 12 月第 1 版 2019 年 12 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5201 - 5851 - 0

定 价 / 128.00 元



本书如有印装质量问题, 请与读者服务中心 (010 - 59367028) 联系

版权所有 翻印必究

《中国公共关系发展报告（2019）》

编 委 会

编委会主任：

柳斌杰 十二届全国人大常委会委员
十二届全国人大教育科学文化卫生委员会主任委员
中国公共关系协会会长
清华大学新闻与传播学院院长、教授

编委会副主任：

王大平 中国公共关系协会常务副会长兼秘书长

董关鹏 中国公共关系协会常务理事、副会长
中国传媒大学教授、博导，政府与公共事务学院院长，继续教育学部学部长、培训学院院长、全国领导干部媒介素养培训基地主任、媒介与公共事务研究院学术委员会主任

编委会委员：（按照姓氏音序排列）

首席研究员：

田惠明 中国新闻社原副总编辑
吴学兰 新华社原高级编辑、著名时事评论员
中国传媒大学媒介与公共事务研究院高级研究员

业界专家：

岑珏 上海市第六人民医院党委副书记

房琳 首都医科大学附属北京安贞医院宣传中心副主任

李杰 中国健康教育中心研究员

李欣宇 中国公共关系协会副秘书长

孟宪励 《健康时报》编辑，博士，高级记者

秦辉 中国公共关系协会副秘书长兼办公室主任

邵晓凤 北京大学人民医院宣传处处长

施琳玲 南通大学附属医院宣传与品牌建设处处长

中国医疗自媒体联盟联合发起人

学界专家：

郭晓科 中国传媒大学副教授、政府与公共事务研究院副院长、
继续教育学部副学部长、媒介与公共事务研究院副院长

苏婧 清华大学健康传播研究所执行所长

王良兰 原国家食品药品监督管理总局新闻发言人
中国传媒大学媒介与公共事务研究院健康与环境传播研究
所联合所长

王一方 北京大学医学人文学院教授

王宇 中国传媒大学教授、博士生导师

许静 北京大学新闻与传播学院教授

杨宇军 国防部原新闻事务局局长、新闻发言人
中国传媒大学媒介与公共事务研究院院长

甄橙 北京大学医学人文学院教授

周亭 中国传媒大学教授、博导、教育部人文社科重点研究基地
中国传媒大学国家传播创新研究中心专职研究员、媒介与公
共事务研究院副院长

《中国公共关系发展报告（2019）》

编 辑 部

主 任 王太平 董关鹏

特邀主编 杨宇军

执行主任 李欣宇 郭晓科 周 亭

副 主 任 秦 辉 朱 嘉

特邀编辑 张童昕 刘千渠

主要编撰者简介

柳斌杰 1981年毕业于北京师范大学外研所西方经济专业和中国社会科学院研究生院哲学系马克思主义认识论专业，硕士研究生，教授，博士生导师，高级经济师。1968年参加工作，1971年加入中国共产党，先后在白银有色金属公司、共青团中央、四川省人民政府、中共四川省委、国家新闻出版总署、国家版权局工作。任十二届全国人大常委会委员、全国人大教育科学文化卫生委员会主任委员，中国公共关系协会会长，清华大学教授、新闻与传播学院院长，兼任清华大学、北京师范大学、中国传媒大学、上海理工大学等校博士生导师。出版《现代国民素质论》《人类进步的旗帜》《文化力论》《WTO协议解读》《中国的外交哲学》《论文化体制改革》等专著，主编“灿烂中华文明”“中国域外汉籍”“中国出版家”“中国名记者”“辉煌历程”等大型丛书。

王大平 中国公共关系协会常务副会长兼秘书长，在长期从事新闻、出版、传媒工作中，运用公关理论指导实践工作，成功策划了多个具有广泛社会影响力的大型主题公关活动，如：环青海湖国际自行车赛、绿色旅游饭店万里行，开展了“红色之旅——延安精神在清华”“中华汉字寻根之旅”“健康公关”“‘一带一路’年度汉字发布”“字说中国，节传文脉”等主题文化创意活动，以及“镜美华夏”“‘影像的力量’中国（大同）国际摄影文化展”等大型影像公关文化品牌活动，创建了“中医文化国际传播与体验中心”。曾荣获国际饭店与餐馆协会“国际饭店传媒特殊贡献奖”和“世界金钥匙组织”金质勋章奖，获得国家新闻出版总署机关党委授予的“党

员先锋岗”荣誉称号。

董关鹏 教授、博士，政治传播学者、企业传播顾问和“临床型”公共关系专家。先后毕业于北京大学、谢菲尔德大学、剑桥大学和杜伦大学。曾在清华大学、哈佛大学执教和从事研究十余年。历任英国 BBC 和中国中央电视台记者、主持人和早间新闻主播，地方政府对外贸易与经济合作局局长，清华大学公共关系与战略传播研究所首任所长，哈佛大学约翰·F. 肯尼迪政府学院索林斯汀席位媒介政治与公共政策研究员和中国传媒大学媒介与公共事务研究院首任院长等。现任中国传媒大学教授、博士生导师，政府与公共事务学院院长，继续教育学部学部长、培训学院院长，全国领导干部媒介素养培训基地主任和媒介与公共事务研究院学术委员会主任等。兼任中国公共关系协会副会长、常务理事，国务院新闻办公室新闻发布策划与评估专家小组成员、国务院食品安全委员会专家委员会委员、最高人民法院司法传播专家、国家核应急专家委员会委员、全国工商联宣传教育委员会副主任、中国足协新闻委员会委员等。董关鹏教授是 2001 年以来，我国官方举办中央和国务院国家级新闻发言人和应急管理实务培训的核心专家和主讲教师，是中共中央党校（国家行政学院）、国务院部委和省、区、市党委中心组学习相关课程的骨干主讲教师，也是国家有关部门处置自然灾害、重大事故和群体事件的现场咨询专家团队的重要成员。

摘 要

随着“健康中国”战略的层层推进，党和国家为实现人民健康所进行的与社会公众之间的关系管理成为国家公共关系能力建设的重要议题。面对日益强烈的“健康中国”公共关系服务的实际需要，中国公共关系协会和中国传媒大学媒介与公共事务研究院合作推出《中国公共关系发展报告（2019）》。

本书坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，以构建中国特色公共关系理论体系和提升“健康中国”公共关系管理水平为基本思路，按照“健康中国”公共关系的主题确定框架内容。

全书由3个部分组成，分别是总报告、健康治理篇和健康传播篇。全书包括2篇总报告、11篇分报告和4篇附录。

总报告《2018~2019年中国公共关系发展报告》和《“健康中国”公共关系五年（2013~2018年）》，从中国公共关系行业的整体发展现状着眼，聚焦五年来“健康中国”公共关系的发展轨迹，总结成就建树，展望发展前景。

分报告从健康治理与健康传播两个视角展开研究，涉及“健康中国”公共关系的多方主体。健康治理篇侧重从政府支持、舆论引导和医学人文沟通三个维度重点关注“大健康”理念的内涵和演变、医患关系生态，辨析改革开放以来全球治理、国际卫生合作与全球健康治理的概念界定及其与“健康中国”战略的关系；深入探讨了中医药在“一带一路”建设过程中实现大开放、大交流、大融合的重大意义；以我国互联网对医疗健康发展模式创新实践为切入点，探索了互联网促进医疗健康发展的新模式、新实践。健康传播篇侧重于结合当下国内新媒体发展现状及媒体环境变化，准确把握



新时期卫生典范遴选与媒介宣传的策略及路径，通过对食品药品事件舆情的一体两面和公众情绪的分析，剖析了中国健康传播领域辟谣实践的经验与不足，总结了我国医疗自媒体联盟的创新之处，为我国健康教育机构新媒体建设实践和构建公立医院形象建言献策，并系统梳理了国内健康传播研究现状、研究特点和发展趋势。

本书从公共关系视角出发，审视新时代背景下“健康中国”建设过程中的公众沟通工作，力求为政府管理公共关系事务、企业开展公共关系运营以及卫生健康相关机构制定发展规划等提供参考，为促进公共关系发挥其战略价值提供思路。

序言

积极助力健康中国传播

构建人民共建共享的健康治理体系

柳斌杰*

新中国成立 70 年来，党和政府高度重视医疗卫生事业发展，有效维护了人民的健康权益，提升了人民健康水平。特别是党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央把全民健康作为全面建成小康社会的重要内涵，大力推进“健康中国”战略。2016 年，党中央、国务院召开全国卫生与健康大会，并发布《“健康中国 2030”规划纲要》，提出了健康中国建设的目标和任务。2019 年 6 月 25 日，国务院印发了《关于实施健康中国行动的意见》（国发〔2019〕13 号），这是国家层面指导未来十余年疾病预防和健康促进的一个重要文件。

随着医疗技术的进步和物质生活水平的提高，人民群众希望获得越来越高水平的医疗卫生服务；但是，医疗卫生服务发展不平衡不充分与人民日益增长的健康需求之间的矛盾也比较突出。因此，不断完善国民健康政策，满足群众的医疗健康需求，已成为推动健康中国建设的重要议题。

中国公共关系协会成立以来，积极投身中国卫生健康领域的公共关系实践。公共关系行业从组织到个人，从高校到咨询公司，伴随改革开放并与卫生健康行业的发展紧密相关。从最早药企雇佣公关公司，到医院邀请公关顾问，健康传播一直是协会关注的重要领域。特别是从原卫生部设立新闻办，

* 柳斌杰，十二届全国人大常委会委员，十二届全国人大教育科学文化卫生委员会主任委员，中国公共关系协会会长，清华大学新闻与传播学院院长、教授。



到卫计委成立宣传司，从政府层面给予了健康传播有力指导。现在，中国公共关系协会在卫健委的指导下，与疾控、应急、医保等诸多司局，在公共关系领域展开了诸多深度合作，围绕卫生健康领域的政策传播、形象塑造、公众认知、舆论引导等，做了大量卓有成效的工作。

特别是“健康中国”战略实施以来，中国公共关系协会在中共中央宣传部的正确领导下，在国家卫健委的指导下，认真贯彻落实党中央关于“健康中国”的各项战略部署，围绕健康传播、健康科普、医患关系、中医药走出去等，深入展开公共关系领域的理论探索 and 具体实践，取得了丰硕成果。2019 年度《公共关系蓝皮书》的出版，就是对公共关系在卫生健康领域理论和实践探索的一次总结。回顾协会在健康治理、健康传播领域参与和合作的历程，可以看出，我们全面参与了国家卫生健康领域公共关系几个重要阶段的建设。

一是信息传播。这个阶段指从“非典”以后到 2008 年北京奥运会前，协会全力做好重大政策解读和传播工作。以“非典”等重大卫生健康事件宣传报道、舆论引导等为契机，健康传播开始走入大众视野。中国公共关系协会顺势而为，围绕健康素养培养、健康科学普及、医患关系塑造等课题，积极介入健康传播的理论和实践领域，取得了初步成果。

二是形象构建。这个阶段以 2008 年北京奥运会后为代表，卫生健康部门与高校、智库、企业等建立长效合作机制，引入多元主体的外部力量，在健康中国公共关系的战略规划、专家调研、专家随访、突发事件处置、活动策划、公众传播、舆情监测等方面开展专业的公共关系服务。特别是这一阶段把回应公众关切、直触民生痛点、迅速推进落实，作为健康中国公共关系实施中的一条准线。公共关系学界、业界专家每年参加全国卫生健康系统新闻宣传和舆论引导工作会议、中国健康教育与健康促进大会等活动。通过参加这些活动，反馈社会各界对卫生、健康重大问题的关注，协助做好卫生健康系统新闻宣传和舆论引导工作，较好地发挥了信息交流和形象评估塑造的职能作用，增进公众的体谅与支持，维护政府、医疗机构、医药产业等良好形象，有力地推动了健康中国公共关系持续发展。



三是风险沟通。近年来，围绕卫生健康领域重大突发事件，协会积极发挥在政府、企业、学界和社会的传播优势和公共关系资源，主动参与到卫生健康领域重大突发事件处置工作中，做好舆情引导，有效减少负面舆情的影响，在缓解社会矛盾、稳定社会大局、创建和谐环境、促进健康中国公共关系发展上发挥了积极作用。清华大学国际传播研究中心和医学院健康传播研究所、复旦大学新闻学院和医学院、四川大学新闻传播学院和华西医学院等与卫生部门和医药企业等展开合作，联合开展健康传播和风险沟通研究。这一时期，着力提升卫生、食药等系统政府官员的媒介素养，积极做好重大突发事件舆情处置工作。2013年以来，协会依托中国传媒大学全国领导干部媒介素养培训基地举办50多班次培训，为卫生、食药系统近1000名领导干部组织提升媒介素养培训，有力地提高了政府管理部门领导干部的媒介素养，增强了其同媒体打交道的能力。

四是声誉管理。随着社会经济不断发展进步，各界对卫生健康的关注度越来越高，对卫生健康声誉管理和形象塑造提出了越来越高的要求。清华大学公共关系与战略传播研究所在阿斯利康、强生等国际制药企业的公益项目支持下，开展医院、医生、医疗管理机构和疾控部门的声誉管理前沿性研究，把声誉管理这样一个重要的公共关系概念引入医院和医政管理的范畴。2015年4月，中国公共关系协会和北京中医药大学进行全面战略合作，建立“中医文化国际传播与体验中心”，在向世界传播中医药文化、促进中医药理论与实践相结合、扶持中医药产业的健康可持续发展等方面发挥了积极作用。协会坚持所有事做在前面，充分借助各种手段、平台，为卫生健康领域公共关系活动开展、公共形象传播扬威造势，取得了丰硕成果。协会推动成立了“中国医疗自媒体联盟”，组建了在卫生健康传播领域具有较强影响力的高端智库，积极参与国家卫健委新闻发布工作，为重大卫生健康政策发布、重要法规出台提供舆论风险评估，参与卫健委新闻发布信息库建设，常态化向国家卫健委提供实时、专业、权威的风险评估以及舆论引导咨询服务，为做好卫生健康领域重要政策解读、增进社会各界有效沟通、促进健康治理和健康传播发展做出了积极贡献。协会与英国莱斯特大学合作，连



续举办两届“中英传播健康对话”，加强了国际健康传播领域的交流共享，形成了相互交融、相互促进的健康传播发展趋势。同时，协会依托中国传媒大学媒介与公共事务研究院健康与环境传播研究所、健康中国创新传播研究中心，把公关界、健康界和影视界团结在一起，先后推出了《急诊室的故事》《生机无限》和《忘不了餐厅》等一系列现象级融媒体影视作品，在全国引起强烈反响，受到中央领导同志和有关部委的批示表扬。针对艾滋病等疾病，邀请姚明等担任公益形象大使，拍摄有关宣传片，走访慰问艾滋病失孤儿童，对于传播健康知识、增进医患沟通、形成医疗机构良好声誉等，发挥了积极正面作用。

五是为适应 5G 做准备。随着 5G 全媒体时代的到来，中国公共关系协会在拓展传播沟通渠道、创建新媒体平台、最大限度争取公众对健康中国各项工作的理解和参与方面，做了大量卓有成效的工作。2016 年 10 月，以中国医疗自媒体联盟成立为标志，共汇聚个人类、机构类以及医疗机构类盟员单位共计 2232 家，各自媒体平台累计粉丝数近 3 亿。联盟与中国传媒大学媒介与公共事务研究院发起成立“蝴蝶学院”，成为国内第一个健康类新媒体人才孵化平台，在提高医务工作者的媒介素养、媒介工作者的医学素养，构建医、患、媒三者之间的沟通桥梁上发挥了重要作用。可以看出，随着中国医疗自媒体联盟的不断发展，在新媒体平台上，处处都有公关人、健康人团结合作、并肩战斗的身影。我们也相信，在 5G 全媒体时代，联盟将会培养打造更多实战型、多维度的健康新媒体人才，提升医学领域的媒介素养和传播领域的医学素养，充分发挥其在官方舆论场、草根舆论场、行业舆论场三者之间的桥梁作用，助力“健康中国”战略的实施。

回顾协会在卫生健康公共关系领域参与、合作、共进的历程，我们有三点体会。

体会一：要牢固树立服务理念。卫生健康与民生福祉息息相关，这一领域的公共关系实践必须坚持于以人民为中心。从中国公共关系协会参与卫生健康治理、传播的实践来看，也是牢牢植根于以人民为中心的理念，可以说，重视公关就是重视民意。“健康中国”充分体现了人民健康优先发展的



战略思想，中国公共关系工作者参与解决好我国面临的卫生与健康问题，发挥在卫生健康领域与社会各界的桥梁纽带作用，将为推进我国在健康领域的国家治理体系和治理能力现代化提供公共关系范本和解决方案。

体会二：要服务于国家大局。实施“健康中国”战略是贯彻落实党的十九大精神、推动实施“健康中国”战略的必然要求，是落实预防为主方针、统筹解决当前人民健康突出问题的具体措施，也是顺应国际趋势、履行国际承诺的重大举措。中国公共关系的发展，也有赖于国家的发展、人民的需求、卫生健康领域的开放合作。健康中国战略的深入推进，必将为中国公共关系发展提供丰厚的现实土壤，极大地拓宽中国公共关系理论和实践的视野，使之更好地服从服务于党和国家的发展大局。

体会三：保持清醒认识。虽然中国公共关系协会在卫生健康领域做了不少工作，但我们不能躺在功劳簿上沾沾自喜。必须清醒地看到，一方面，由于疾病谱、生态环境、生活方式不断变化，我国仍然面临多重疾病高发威胁并存、多种健康影响因素交织的复杂局面，如果这些问题不能得到有效解决，必然会严重影响人民健康，制约经济发展，影响社会和谐稳定。广大公共关系的理论工作者和从业者，要直面卫生健康领域的问题挑战，一如既往地卫生健康工作服务好、服好务。另一方面，卫生健康是一个高级知识分子比较集中的领域，特别是在联系沟通医生群体、求得理解包容方面，我们还有很多地方做得不好，还有待于进一步提高。

建设健康中国，这是一个政党谋定发展大势、践行执政为民的郑重承诺，也是一个国家迈向广阔未来、实现复兴梦想的崭新征程。面对新的发展机遇，中国公共关系协会和公共关系理论研究者、实践者都应当勇于担当历史责任，创新发展中国公共关系的理论和实践，为助力健康中国战略做出贡献。

第一，坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，探索构建中国特色的健康传播理论体系。习近平总书记高度重视卫生和健康工作，从党和国家事业发展全局的战略高度，对加强卫生健康工作，做出了一系列重要指示。习近平总书记的重要论断，全面、系统、深刻地论述了卫生和健康工



作的历史定位、职责使命、方针原则等重大课题，为形成一套具有创新性、科学性、完整性的健康理论体系提供了指导。要建构新时期的健康传播理论体系，我们必须深入学习贯彻习近平总书记关于卫生和健康工作的系列重要论述，把握蕴涵其中的方法、立场、原则，明确中国特色的健康传播理论体系包含的历史方位、角色定位、工作目标、运行规则、策略方法，从健康传播的角度阐释好中国道路、中国理论、中国制度、中国文化。可以看到，经过改革开放以来的长足发展，健康传播已经足以作为重要学科在高校中得到长足发展。希望医学院校能够开设健康传播专业，邀请公关理论的学者、公关行业的专家给予公共关系理论和实践支持；新闻传播学院要大力发展健康传播专业，主动邀请各级卫健委的领导、医疗从业者和公共卫生专家，从卫生健康领域给予支持。经过双方的共同努力，做大做强中国健康传播理论。

第二，坚持以人民为中心，努力开展服务于健康治理的公共关系实践。党的十九大指出“人民健康是民族昌盛和国家富强的重要标志”，体现了党对人民健康重要价值和作用的认识达到了新的高度。中国公共关系协会助力健康中国战略，要坚持以人民为“着眼点”，带领广大公共关系工作者积极参与卫生健康政策的讨论，努力将人民群众的健康作为所有公共政策考量的重要目标之一，切实发挥好公共关系在政府、社会、个人之间的桥梁纽带作用；坚持以人民为“出发点”，面对5G全媒体时代对健康传播的挑战，广大公共关系工作者必须秉持正确价值取向，坚守神圣责任使命，顺应广大人民的普遍期待，引导大家成为健康传播优秀内容的生产者、传播者、引领者，以此来赢得5G全媒体时代健康传播的话语优势和发展优势；坚持以人民为“落脚点”，完善对于涉及健康领域的公共政策讨论、健康知识的科学普及、健康素养的培养塑造、重大卫生安全事件处置等的考核评价机制，把人民满意度作为基本考核指标，维护和促进人民群众的健康与幸福。

第三，坚持围绕党和国家发展大局，努力开展助力提升国家健康治理现代化水平的公共关系实践。卫生健康领域的公共关系实践，要紧紧围绕落实健康中国行动有关文件，聚焦当前人民群众面临的主要健康问题，从政府、社会、个人（家庭）三个层面协同推进，实现促进全民健康的目标。坚持



从注重“治已病”向注重“治未病”转变，通过公共关系实践，有针对性地做好健康促进和教育，努力使个人能够获取有关知识与信息，让健康知识、行为和技能成为全民普遍具备的素质和能力；坚持“大卫生、大健康”理念，通过公共关系实践，讲清楚个人和家庭、社会、政府三方面职责，充分调动全社会的积极性和创造性，把健康中国“共建共享”的基本路径落到实处。

第四，坚持文化先行、公关先导，努力开展推动中医药振兴发展的公共关系实践。推动中医药全面走向世界，为人类健康造福，是中华优秀传统文化与世界先进文化整合发展的题中应有之义。一方面，要充分挖掘我们在中医药教学科研方面的独特优势，加强中医院校的教师、中医医史文献的工作者、中医文物的收藏者、中医药的大学生（包括国外留学生）在媒介素养和公共关系方面的培训交流，真正让专业者用接地气的语言传播好中医药理论、讲好中医药故事，促进中医药文化的传播交流。另一方面，要积极与政府、医疗机构和医药企业加强沟通合作，特别是在一些中医药理论、技术及药品开发等方面，展开中医药形象战略传播研究，帮助打造国际知名的中药品牌，加快中医药走向世界的步伐。

第五，坚持讲好中国故事，努力开展参与全球健康治理的公共关系实践。健康中国战略的制定与实施，得到了世卫组织、联合国开发署、世界银行的高度关注和赞赏。在健康中国战略中融入更多的国际化元素，为人类健康与和平发展做出更大贡献，让“人民健康优先发展”的经验惠及世界各国，引领构建人类命运共同体，也是中国公共关系协会不容推辞的历史使命。要加强在健康传播领域的平台建设，加强国际健康传播领域的沟通对话，积极参与健康传播领域的人文交流和公共外交活动，解决好有理说不出、说了传不开的困境。要讲好在卫生健康领域的中国故事，特别是我国卫生健康政策解读、参与国际卫生健康标准讨论和制定、“一带一路”卫生合作战略推进及成效、医疗援外的经验做法等，实事求是，注重科学，改进方式，主动发声，努力通过在健康传播方面的公共关系实践，让世界看到中国在卫生健康领域的工作和成绩，为世界展示一个全面真实、健康向上的