

数字化健康时代下健康科普节目的转型路径与价值变现

罗玟¹, 廖慧琳¹, 李一凡¹, 褚雪玲², 刘倩^{1*}

¹广东医科大学人文与管理学院, 广东 东莞

²佛山市顺德区第五人民医院(佛山市顺德区龙江医院)医务科, 广东 佛山

收稿日期: 2026年2月27日; 录用日期: 2026年3月20日; 发布日期: 2026年3月31日

摘要

“健康中国”战略的持续深化与智能媒体技术的加速迭代, 推动全民健康建设快步走向数字化, 数智技术为健康传播的创新发展提供了重要支撑。全民健康建设快步走向数字化。健康科普节目作为健康传播的重要工具, 亟须从传统的知识单向传播升级为多元互动、精准服务的综合传播形态。智能媒体技术的算法赋能、沉浸式体验、数据驱动等特性, 为健康科普节目破解内容同质化、传播低效化、变现单一化等痛点提供了技术支撑, 同时也对节目在专业坚守、价值平衡等方面提出了更高要求。本研究以北京卫视与爱康集团联合打造的《爱康AI焕然之夜》为典型案例, 分析数字化健康背景下健康科普节目的核心价值, 以内容供给智能化、传播形态革新、互动模式升级三大转型路径为切入点, 系统探讨健康科普节目的价值变现方式, 提出兼具专业性与实操性的发展策略, 为健康科普节目行业创新提供实践参考, 助力健康中国建设。

关键词

数字化健康, 健康科普节目, 转型路径, 价值变现, 媒体融合

Transformation Path and Value Realization of Health Science Popularization Programs in the Digital Health Era

Wen Luo¹, Huilin Liao¹, Yifan Li¹, Xueling Chu², Qian Liu^{1*}

¹School of Humanities and Management, Guangdong Medical University, Dongguan Guangdong

²Department of Medical Affairs, Fifth People's Hospital of Shunde District, Foshan (Longjiang Hospital of Shunde District, Foshan), Foshan Guangdong

*通讯作者。

文章引用: 罗玟, 廖慧琳, 李一凡, 褚雪玲, 刘倩. 数字化健康时代下健康科普节目的转型路径与价值变现[J]. 新闻传播科学, 2026, 14(4): 10-17. DOI: 10.12677/jc.2026.144082

Abstract

The continuous deepening of the “Healthy China” strategy and the accelerated iteration of intelligent media technology have driven the construction of national health to move rapidly towards digitalization, and digital-intelligent technology has provided important support for the innovative development of health communication. As an important tool for health communication, health science popularization programs urgently need to upgrade from traditional one-way knowledge dissemination to a comprehensive communication form featuring multi-dimensional interaction and precise services. The algorithm empowerment, immersive experience, and data-driven characteristics of intelligent media technology provide technical support for health science popularization programs to address pain points such as content homogenization, low communication efficiency, and single monetization methods. At the same time, they also pose higher requirements for programs in terms of professional commitment and value balance. This study takes the “AI Rejuvenation Night” jointly created by Beijing Satellite TV and AiKang Group as a typical case to analyze the core value of health science popularization programs in the context of digital health. It takes the three transformation paths of intelligent content supply, communication form innovation, and interaction mode upgrade as entry points to systematically explore the value realization methods of health science popularization programs, proposes development strategies that are both professional and practical, and provides practical references for the innovation of the health science popularization program industry, thereby contributing to the construction of a healthy China.

Keywords

Digital Health, Health Science Popularization Programs, Transformation Path, Value Realization, Media Convergence

Copyright © 2026 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

“健康中国”战略明确将提升全民健康素养作为核心任务之一，这对健康科普传播的精准性、可及性与可持续性提出了更高要求。针对健康养生类电视节目的研究指出，传统健康科普节目长期存在内容创新不足、传播模式固化等共性问题[1]，选题依赖经验判断、专业内容晦涩难懂、传播渠道单一、商业变现与公益属性冲突等问题，难以满足公众日益增长的个性化、互动化健康需求。在数字化健康新时代，节目的智能化转型与可持续变现机制仍有待深入剖析。技术可供性理论为理解健康传播的变革提供了重要理论视角，该理论强调技术的属性与使用者的需求、能力相互作用，塑造传播行为与传播结构。智能媒体技术的发展打破了传统健康传播中专业机构与媒体机构的单向权力主导格局，普通公众从被动的知识接收者转变为健康信息的参与者、创造者，健康传播的权力结构向去中心化、多元主体协同的方向重构。在此背景下，健康科普节目《爱康 AI 焕燃之夜》以“AI+ 医学 + 综艺”的创新形态，将智能技术深度嵌入健康科普全流程，成为健康中国战略下智能技术与健康传播深度融合的代表之作。本研究提出“使命重构 - 转型路径 - 价值变现”三维分析框架，依托案例研究，聚焦数字化健康新时代下健康科普

节目的功能定位与价值导向，系统探析其转型路径与价值变现模式，旨在为健康传播打开新的思路，为大健康行业发展提供实践参考。

2. 数字化健康新时代科普节目的使命重构

数字化健康新时代健康科普节目的转型，本质是智能媒体技术可供性与健康传播社会需求相互作用的结果，不仅是需要传播形态与变现模式的革新，更在社会价值层面实现了多重赋能，这也是新型健康养生节目升级构建中，对节目社会价值重构与提升的核心体现[2]。《爱康 AI 焕然之夜》通过技术创新与内容坚守，在以下三重使命上彰显了其超越传统节目的社会价值。

2.1. 第一重使命：权威健康知识体系的建构者

技术可供性下，网络空间的信息生产门槛大幅降低，健康信息碎片化、不实信息泛滥的问题凸显，传统由医学机构单一主导的健康信息生产权力被稀释，公众面临着信息甄别与选择的困境。在此背景下，健康科普节目作为专业的媒介传播主体，其核心社会角色体现为健康信息传播的专业引领者，通过重塑健康信息生产的专业标准，推动健康信息甄别权力向理性、科学的方向回归。

面对健康信息碎片化与谣言泛滥的严峻挑战，节目主动承担起构建科学的健康信息传播秩序的责任。其核心策略在于打造“专家权威 + 技术实证”的双重辟谣与知识生产体系，这一体系首先依赖于临床一线专家的深度参与。例如，北京积水潭医院金铂主任医师并非简单陈述结论，而是通过网络传播语境将专业知识通俗化解读的方式，生动拆解“酸碱体质论”等伪科学观点背后的逻辑谬误，并在解构谣言的同时，正向植入“疾病早干预”的科学健康观，完成了从“破”到“立”的知识传递。其次，节目创新性地引入智能技术作为“证据引擎”，将辟谣从观点辩论升级为可视化的实证过程。针对“隔夜菜致癌”这一广泛流传的谣言，节目并未停留于口头批驳，而是借助汇医慧影的 AI 影像技术，设计并展示了 CT 影像的对比实验，让观众直观看到科学检测下的客观结果，从而以技术事实有效驳斥谬误。这种“人的专业性”与“技术的客观性”相结合的模式，不仅提升了单一辟谣事件的说服力，更在长期过程中于公众心中树立了一个可信、可靠的健康信息源品牌形象，推动健康信息传播从无序化向规范化发展，重构了健康信息传播的专业秩序。

2.2. 第二重使命：健康公平的有力推进者

我国优质医疗资源分布不均的现状，导致健康传播存在明显的地域与知识壁垒，传统健康传播中，中心城市、高知识水平群体占据着健康信息与资源获取的主导权，而偏远地区、低知识水平群体则处于传播权力的边缘。智能媒体技术的传播扩散可供性，为打破这种权力壁垒提供了技术可能，健康科普节目作为媒介载体，其社会角色进一步延伸为健康资源普惠的媒介推动者，通过技术赋能实现健康信息与服务的均等化传播，推动健康传播权力的平等化分配。

在优质医疗资源分布不均的现状下，节目利用智能媒体的穿透力，致力于打破资源的地域壁垒与知识鸿沟，成为推动健康公平的柔性力量。其行动逻辑体现在“知识适配”、“技术下沉”与“服务直达”三个层面。在“知识适配”层面，节目不仅在内容选题上关注普遍性健康问题，更在传播形式上做出创新，如在短视频平台推出方言版科普内容，这并非简单的语言翻译，而是对偏远地区受众信息接收习惯与文化语境的尊重与适配，显著降低了健康知识的获取门槛。这一实践与公立医疗体系的探索方向一致，正如研究所述，深圳市第二人民医院制作“客家话版慢性病管理短视频”并配合线下义诊，有效提升了当地居民的知识知晓率[3]。在“技术下沉”层面，节目所展示的“AI 体检算法”、“骨健康评估”等并非炫技，其背后蕴含着将简化版的智能筛查工具向基层医疗机构推广的愿景，这与“科普赋能基层”

的思路同源，旨在提升基层医疗的早期发现与管理能力。在“服务直达”层面，节目创造的“专家线上问诊专场”场景，利用直播的实时性与互动性，构建了临时性的“云端诊所”，让偏远地区用户能够跨越地理障碍，获得与中心城市居民同质的权威健康咨询服务。这三重路径协同作用，并非要替代实体医疗系统，而是作为现有体系的有效补充，通过知识普及、技术意识培养和即时咨询，在一定程度上缓解了因资源分配不均导致的健康机会不平等这一结构性矛盾。

2.3. 第三重使命：健康产业数字化升级的创新赋能者

智能媒体技术的资源连接可供性，推动健康传播从单一主体的线性传播，转向多主体协同的网状传播，健康传播的权力主体从传统的医学机构、媒体机构，拓展至科技企业、健康服务机构、公众等多元主体。健康科普节目不再是单纯的内容生产者，而是成为健康产业发展的媒介联结者，通过整合多元主体的权力与资源，推动健康传播与健康产业的深度融合，构建“科普 + 产业”的协同发展生态。

节目跳出传统媒体单纯的内容生产者角色，转而扮演连接公众认知与产业前沿的“翻译器”与“催化剂”，积极赋能大健康产业的数字化转型。其赋能作用首先体现为对公众认知与需求的“供给侧”培育。通过将 AI 在体检、诊断、健康管理等环节的应用，以全息影像、实时比对等直观、可感的方式进行综艺化呈现，节目潜移默化地完成了对用户的市场教育，培育了他们对智能健康工具的认知、信任与使用意愿，这为整个产业从“以治疗为中心”转向“以预防为中心”的供给侧改革创造了宝贵的市场需求基础。其次，节目构建了一个跨行业融合的“展示台”与“连接器”，它促进了健康科普、临床医学、人工智能、健康保险等多个领域的跨界对话与资源整合。例如，节目中西门子医疗、汇医慧影等科技企业的亮相，不仅是对其技术的科普，也是对其品牌与应用场景的精准展示；而节目传达的健康管理理念，则与健康服务机构的服务方向相契合。节目播出后相关智能健康产品的关注度与销量出现环比增长，这直观印证了其作为产业“创新扩散”加速器的价值。综上所述，节目通过塑造公众认知、展示技术应用、连接产业要素，成功将自己嵌入健康产业的创新生态链中，推动了以预防为导向、以数据为驱动、以技术为支撑的产业新范式的扩散与落地。

3. 转型路径：技术赋能与用户中心的双重驱动

为实现上述核心使命，需要对传统健康科普节目的内容供给、传播逻辑、互动模式进行系统性数智化改造。数字化健康新时代电视医疗健康节目的类型研究已表明，技术融合与受众需求变化是推动节目类型创新的核心动因[4]。《爱康 AI 焕燃之夜》通过多元智能技术的深度应用与传播场景的创新实践，探索出一套兼具专业性与实操性的转型范式。

3.1. 内容供给智能化：精准匹配与专业升级

内容是节目的核心竞争力，数字化健康新时代的内容供给需在“专业性”基础上叠加“精准性”与“通俗性”，通过技术手段打通专业知识与受众需求的壁垒。针对新型健康养生节目的升级研究提出，内容的专业升级与受众需求贴合是节目创新的核心[5]，而《爱康 AI 焕燃之夜》则在此基础上，凭借“数据 + 专家 + 技术”的三重支撑，将内容供给的升级从“经验贴合”推向“数据精准匹配”，实现了内容供给的质效升级。

3.1.1. 大数据驱动的选题精准定位

传统健康科普节目选题多依赖经验判断，易出现“自说自话”现象。数字化健康新时代健康科普节目的选题需从“经验驱动”转向“数据驱动”，通过整合“广电收视数据 + 用户健康档案 + 社交平台热词”，精准锁定受众真实需求[6]。《爱康 AI 焕燃之夜》践行这一建议，依托爱康集团积累的千万级用

户健康数据与 AI 大模型分析能力，精准捕捉当代人最关注的健康痛点，让科普内容真正“直击需求”：通过分析体检数据与问诊记录，锁定减重、脱发、脂肪肝、颈腰椎问题、心理健康等高频议题；结合社交媒体热度监测，将“职场久坐健康风险”“压力管理”等热点纳入节目框架。这种数据驱动的选题模式让科普内容直击需求，如针对都市白领颈椎问题，节目邀请北京朝阳医院骨科主任藏磊揭秘“葛优躺”的健康隐患，引发强烈共鸣。

3.1.2. 专业内容的智能化转化

健康科普的核心是专业性，而智能技术为专业知识的通俗化传播提供了工具支撑。《爱康 AI 焕燃之夜》构建“权威专家 + 科技演示”的内容转化体系：一方面，组建由北京协和医院等机构专家构成的顾问团，确保内容权威性，如北京协和医院陈伟主任医师详解科学减重的三大手段，回龙观医院谭淑平主任医师科普心理问题的躯体影响；另一方面，通过黑科技演示让抽象知识具象化，如西门子医疗展示的全息心脏模型，借助光子计数 CT 技术呈现清晰的数字孪生影像，让观众直观理解心血管健康原理；汇医慧影的 AI 影像系统现场演示“千张影像 0.3 秒极速比对”，准确率达 98.6%，生动诠释 AI 在疾病筛查中的优势。

3.2. 传播形态革新：技术赋能与场景延伸

智能媒体打破了传统电视端的传播局限，健康科普节目需构建“多平台、多形态、沉浸式”的传播矩阵，实现全场景覆盖与传播效果最大化。数字化健康新时代健康科普的核心传播逻辑是“渠道适配场景、形态适配需求”，通过跨终端联动让科普内容渗透到家庭、办公等多元场景[7]。《爱康 AI 焕燃之夜》通过“电视首播 + 全网分发 + 短视频拆解”的跨终端传播与技术赋能，这一逻辑的实践，打造了立体化传播生态。”

3.2.1. 多终端沉浸式传播矩阵

节目构建了“电视首播 + 全网分发 + 短视频拆解”的多终端传播体系，微信公众号作为科普内容的深度传播载体，可以进一步完善场景覆盖，健康科普公众号可通过“深度图文解读 + 菜单栏功能入口”的模式，承接短视频带来的泛流量，转化为高粘性用户，例如推送《爱康 AI 焕燃之夜》专家知识点的延伸解读，并嵌入“AI 健康测评”跳转链接，实现“碎片化吸引 - 深度留存 - 服务转化”的闭环[8]。这种多形态传播适配了家庭观看、通勤碎片化学习等不同场景，显著提升了内容触达效率与用户留存率。

3.2.2. 算法驱动的分众传播

依托智能媒体的算法推荐技术，节目根据用户画像进行精准推送：针对中老年群体，在电视端与微信公众号重点推送高血压管理、骨质疏松预防等专家解读内容，搭配大字体图文与语音播报；针对职场青年，在 B 站、小红书推送脱发防治、颈椎养护等短视频，结合明星体验场景增强吸引力，如胡海泉现场进行头皮检测的片段引发职场人广泛讨论；针对慢性病患者，通过爱康 APP 推送 AI 体检套餐定制、健康风险预警等专业化内容。分众传播让内容精准触达目标受众，节目相关话题在社交媒体累计阅读量大幅增长。

3.3. 互动模式升级：个性化服务与参与感营造

智能媒体的核心优势在于互动性，健康科普节目通过构建“双向互动 - 个性化反馈 - 参与式共创”的互动体系，让受众从“被动观看”转变为“主动参与”，增强节目黏性。《爱康 AI 焕燃之夜》通过技术赋能与场景设计，实现了互动体验的深度升级。

3.3.1. 个性化健康服务闭环

节目依托爱康“AI 健康管家 iKKie”打造全流程健康服务闭环：用户通过节目联动的微信小程序上传健康数据，AI 算法生成个性化体检建议与科普内容推荐；观看节目时，可扫码进入“AI 问答专区”，iKKie 实时解答基础健康问题，截至 2025 年 4 月，该管家已累计服务百万用户，解答问题 344 万余次；检后通过 AI 系统解读体检报告，生成饮食、运动等定制化方案，实现“观看 - 测评 - 服务 - 管理”的全链条覆盖。这种闭环服务让科普从“知识传递”延伸至“健康管理”，显著提升了用户黏性。

3.3.2. 全民参与的内容共创

节目创新“明星体验 + 观众互动”的共创模式：邀请张雨绮、檀健次等明星现场体验 AI 健康检测，如张雨绮参与抗压能力检测获得“AI 认证的好心态”，其体验过程成为科普案例；在社交媒体发起“我的 AI 健康故事”征集，用户分享使用智能健康工具的经历，优质内容被制作成节目番外短片；推出“AI 科普体验官”招募活动，幸运用户可参与线下体检黑科技体验，其反馈直接用于节目内容优化。这种共创模式既丰富了内容来源，也让节目更贴近受众需求。

4. 价值变现：公益属性与商业价值的协同可持续发展

健康科普节目的核心属性是公益性，但合理的价值变现既是为优质内容生产造血，也是借助市场化行为提升其传播效应和可持续发展的方法论，而公益与商业的平衡难题，正是当前中国健康类电视节目发展的重要挑战[9]。《爱康 AI 焕燃之夜》的探索和实践证明，公益与商业的协同是可能的，必须从单纯的流量转化转向价值共创。

4.1. 精准化商业协同：场景适配与价值共生

依托用户画像与数据优势，节目在不影响科普专业性的前提下，开展精准化商业合作，避免传统广告的生硬植入。

4.1.1. 健康场景化广告植入

基于内容场景与用户需求进行广告精准匹配：在减重主题板块，通过《开除肥胖计划》Sketch 剧情，自然带出爱康减重门诊的诺和盈®注射服务，同时强调“生活方式干预优先”的科学理念。这种植入因与科普内容高度契合，既保证了专业性，又提升了用户接受度。

4.1.2. 知识付费与增值服务

在免费科普基础上推出差异化增值服务且不同新媒体载体可形成变现互补，以微信公众号为例，提出“优质内容引流 - 用户分层运营 - 多元变现的路径”，例如针对公众号粉丝推出“节目专家专属问答专栏”、“健康好物精准推荐”，这种基于私域信任的变现模式，共同构建“公域引流 - 私域转化 - 多元变现”的体系[6]。这些服务既延伸了节目价值，也形成了稳定的营收来源。

4.2. 生态化价值延伸：跨界融合与资源整合

健康科普节目以内容为核心，联动健康产业上下游资源，构建“科普 + 服务 + 产业”的生态化价值体系，实现价值变现的多元化延伸。

4.2.1. 政企合作定制内容

与政府部门、医疗机构、科技企业开展深度合作：与卫健委联合制作“体重管理年”主题内容，获得专项扶持资金，同时助力国家健康倡议落地；与西门子医疗、长木谷医疗等企业合作，展示 AI 医疗设备的临床应用，既满足企业技术传播需求，也向公众普及前沿医疗科技；为社区、企业定制“健康科普专

场”，通过线下体验与线上直播相结合的方式，提供专属科普服务，获得场地支持与费用赞助。

4.2.2. 健康数据服务与产业联动

在保障隐私的前提下，实现数据价值的合规转化：将节目积累的健康需求数据脱敏后与药企共享，为减肥药、生发产品等研发提供市场参考；与健康保险企业合作，基于用户 AI 健康测评结果开发定制化保险产品，如“脂肪肝预防专项险”，通过节目渠道推广获得佣金分成；依托爱康体检中心，将节目中的 AI 检测技术转化为线下服务，形成“节目引流 - 线下转化 - 合规数据反馈优化”的产业闭环。

5. 结论

本研究以《爱康 AI 焕燃之夜》为案例，系统阐释了数字化健康时代健康科普节目的核心使命、转型路径与变现机制。研究得出以下结论。

第一，数字化健康时代重构了健康科普节目的价值坐标。节目已从单纯的知识传播载体，升级为健康信息传播的专业引领者、健康资源普惠的媒介推动者与健康产业合作的媒介联结者。这一定位是其转型与变现的根本遵循，也是区别于一般娱乐与商业内容的核心标识。

第二，数智技术为节目范式重构提供了系统性解决方案。内容供给智能化、传播形态革新与互动模式升级三大路径相互支撑，形成可复制的实践框架，其核心是技术应用始终服务于价值实现，而非为技术而技术。

第三，在坚守公益属性前提下，数字化健康生态开辟了价值变现新空间。精准化商业协同降低了对公益属性的侵蚀风险；生态化价值延伸将节目升级为产业连接器，通过政企合作、数据服务等实现可持续运营，初步调和了公益与商业的张力，其经验值得行业借鉴。

结合已有研究成果来看，未来健康科普节目的发展并非非此即彼的单一路径，而是呈现出“技术赋能”与“文化赋能”双轨并行的多元化格局[10]。一方面，行业应继续坚守《健康公开课》所代表的专业主义与《诗词里的中草药》所践行的文化融合之路；另一方面，也应积极拥抱《爱康 AI 焕燃之夜》所探索的数智化转型方向。唯有将技术创新深植于内容价值的土壤之中，健康科普节目才能在健康中国战略的指引下，实现社会效益与经济效益的统一，真正成为全民健康的“守门人”。

基金项目

1. 2025 年广东医科大学人文与管理学院本科生科研项目“东莞市大学生亚健康状态多维干预机制与宣教优化路径研究”(项目编号: RW202536)。

2. 2025 年广东医科大学人文与管理学院本科生科研项目“社交媒体中社会性语义加工对青少年自我认同的影响研究: 基于‘朋友圈人设’的视角”(项目编号: RW202542)。

参考文献

- [1] 沈晓丽. 谈健康养生类电视节目的创新[J]. 新闻爱好者, 2019(6): 91-93.
- [2] 韩喜英, 肖蓉. 做好医疗养生节目 传播健康科学知识[J]. 当代电视, 2018(6): 89-57.
- [3] 陈小龙. 新型健康养生节目的升级构建与创新[J]. 青年记者, 2018(32): 73-74.
- [4] 朱星辰. 全媒体时代电视医疗健康节目的类型研究[J]. 中国电视, 2017(11): 72-77.
- [5] 帅菲斐, 喻萍江, 黄蕊蕊. 公立医院健康科普类短视频传播效果的优化路径研究——以深圳市第二人民医院为例[J]. 新闻传播, 2025(22): 118-120.
- [6] 郭静菡. 融媒体时代健康科普类广播电视节目的转型建议[J]. 网络视听, 2025(10): 57-59.
- [7] 王雪. 浅析融媒体时代的健康公益传播——健康科普节目《健康播报》的转型发展[J]. 人口与健康, 2025(2): 22-24.

-
- [8] 王晓凡. 新媒体时代健康科普类微信公众号的流量转化与价值变现策略[J]. 西部广播电视, 2025, 46(8): 20-23.
- [9] 唐培林, 周蕊. 中国健康类电视节目发展现状与展望[J]. 中国电视, 2018(6): 60-64.
- [10] 徐悦媛, 孙艳香. “健康中国”战略下做好健康类节目路径研究——以《健康公开课》《诗词里的中草药》为例[J]. 中国广播电视学刊, 2025(8): 115-117.