·药品监管科学研究·

药品监管政务新媒体的权威性与传播力平衡策略研究
——以“中国药闻”为例

张宇

(国家药品监督管理局新闻宣传中心,北京 100037)

摘要:新时代以来,我国药品监管政务新媒体建设在取得一定成果的同时,也面临着权威性与传播力难以平衡的困境,从根本上限制了药品监管政务新媒体的长远发展。针对这一问题,以“中国药闻”为典型的药品监管政务新媒体品牌,通过构建“平台差异化布局、系统层级化联动、分众化传播”的三维传播体系,达成了行政与社会资源的有效整合、权威信息的广泛传播以及科普知识的精准触达,探寻出一条走出上述困境的实践路径,为提升药品监管传播效能提供了经验参考。

关键词:药品监管;政务新媒体;中国药闻;传播矩阵

中图分类号:R95 **文献标志码**:A **文章编号**:2095-5375(2026)09-1013-06

doi:10.13506/j.cnki.jpr.2026.09.008

Research on strategies for balancing authority and communication reach in government new media for drug regulation: A case study of "Chinese Pharmaceutical News"

ZHANG Yu

(*News and Publicity Center, National Medical Products Administration, Beijing 100037, China*)

Abstract: Ever since the new era started, China has made significant progress in the development of government new media for drug regulation. These platforms continue to face a structural dilemma in which authority and communication reach are often difficult to reconcile. This kind of tension fundamentally limits the sustainable growth of government new media in the drug regulation area. In response to this challenge, government new media brands for drug regulation, represented by "Chinese Pharmaceutical News", have developed a three-dimensional communication system featuring differentiated platform deployment, hierarchical system-wide coordination, and audience-oriented integrated communication. This system has effectively integrated administrative and social resources, expanded the dissemination of authoritative information, and enabled the precise delivery of science popularization content. It offers a practical pathway for resolving the tension between authority and communication reach and provides useful experience for improving the effectiveness of pharmaceutical regulatory communication.

Key words: Drug regulation; Government new media; Chinese Pharmaceutical News; Communication matrix

政务新媒体是政府发布政策信息、联系服务群众的重要载体。国务院办公厅《关于推进政务新媒体健康有序发展的意见》明确指出要大力推进政务新媒体健康有序发展[1]。在药品监管领域,政务新媒体承担着权威政策发布、监管信息传递、安全科普宣传等多重职能,是连接监管部门与行业、公众的重要桥梁。由于药品监管具有高度专业性,公众理解门槛高,加之部分政务新媒体账号传播平台有限、用户触达率不高,导致了“权威性有余而传播力不足”的结构性困境。但现有研究多聚焦于政务新媒体的普遍困境,针对药品监管领域特殊性的系统化解路径研究仍显不足。国家药品监督管理局新闻宣传中

作者简介:张宇,女,硕士,研究方向:药品监管媒体传播,E-mail:xinqilea@163.com

心(以下简称“新闻中心”)打造的“中国药闻”政务新媒体品牌,是回应上述挑战的典型样本。为此,本文以“中国药闻”为案例,从平台差异化布局、系统层级化联动、分众化传播 3 个维度系统打造三维传播体系,平衡权威性与传播力,以期为药品监管政务新媒体的效能提升提供参考。

1　药品监管政务新媒体困境的表现及其成因

当前药品监管领域政务新媒体普遍存在权威性有余而传播力不足的困境,究其成因,在于药品监管领域的特殊性与新媒体传播规律之间存在内在张力。这一困境在信息发布、内容创作、传播运营 3 个核心环节均有所体现。

1.1　信息发布:准确性和时效性的兼顾难题　药品监管信息的专业性强,其内容覆盖政策法规、审评审批等多个领域。作为权威信息发布渠道,第一要务是确保信息的准确性和科学性,这就需要建立严谨的多层级内容审核流程。但在实践中,该机制遇到了“审核层级越多,准确性越高,响应速度越慢”的问题。需要监管部门发声时,多层审核虽能确保信息的准确性,却也造成信息发布的滞后,影响了传播效率。

1.2　内容创作:专业性和通俗性的平衡压力　药品监管信息内在逻辑复杂,为降低公众认知门槛,现有内容创作虽已进行专业内容的通俗化语言转化,同时采用短视频、海报、动图等多元视觉形式,但这些转化必须在保持药监权威性的前提下进行。如果过度迎合大众传播的流行形式,虽能提升传播力和亲和力,却可能削弱监管部门的权威感,还会让公众对政务账号的定位产生认知偏差。正是由于需要在权威与通俗之间做好平衡,政务新媒体账号往往更难获得高流量。

1.3　传播运营:渠道较窄、协同不足等现实约束　当前,药品监管信息传播主要依托网站和微信公众号,尚未实现全平台覆盖,传播范围有限。不同群体需求差异明显,统一供给无法满足不同受众的差异化需求。同一内容在不同平台传播,受算法推荐、碎片化阅读等生态差异影响,易出现适配性不足的问题。另外,药监系统内部协同不顺畅,各级单位在信息发布节奏与内容口径上尚难统一,资源未能有效整合,削弱了传播效果。

2　“中国药闻”三维传播体系的实践探索

“中国药闻”是新闻中心打造的政务新媒体品牌,覆盖微信公众号、微博、抖音、百家号、视频号等多个平台,定位是“传递药监声音 传播科普知识”(见图 1)。截至 2026 年 6 月,全平台粉丝量约 120 万,总阅读量近 5 亿。该品牌逐步构建起覆盖多平台、贯通全系统、联动多主体的传播矩阵。

图 1　“中国药闻”主要平台账号页面

Fig.1　Main platform account page of "Chinese Pharmaceutical News"

在破解权威性和传播力困境的问题时,“中国药闻”把意识形态引导与遵从传播规律结合,探索出了一条切实可行的路径,实践经验总结为以下几点。

2.1　平台差异化布局　“中国药闻”践行“平台适配、差异化运营”的布局理念。根据使用与满足理论[2],不同平台用户具有差异性的使用动机与信息需求,做到内容形态与平台特性的精准匹配,是提高传播效果的关键。因此,“中国药闻”对各平台账号进行了差异化功能定位。

2.1.1　微信公众号深耕权威政策发布与解读　研究表明,政务微信通过信息公开、传播与互动,可有效加强监管影响力[3]。该平台依托微信的私域社交属性,用户主要为药监系统及药品、医疗器械、化妆品相关从业人员,具有较高专业背景与政策关注度。内容供给侧重于行业政策的深度解读与权威信息的及时发布,以图文结合、长文解析等形式精准满足核心知识需求。截至 2026 年 6 月,累计粉丝量 12.81 万。该平台发布内容被多家省级药监部门及行业机构新媒体账号转载引用,在药监系统内形成了较高的内容引用率与用户黏性。

2.1.2　抖音聚焦轻量化传播　该平台用户对药品安全、真假鉴别、用药误区等实用信息关注度较高。依托算法推荐机制与碎片化阅读场景,制作时长较短、节奏明快的短视频,以可视化表达降低专业理解门槛,提升健康知识的可及性。例如,结合新闻热点制作的《创新药,研发上市加速跑》,采用快节奏剪

辑与简明解说,播放量近 34 万。截至 2026 年 6 月,累计粉丝量 11.42 万。

2.1.3 百家号适配中深度视频内容 与短视频平台的竖屏、碎片化内容不同,百家号用户更愿意看横屏、时长更长的视频内容。据此,“中国药闻”投放访谈类、专题类等中深度视频,满足用户对系统性知识的需求。截至 2026 年 6 月,累计粉丝量 52.31 万,总播放量超 4 亿。分析显示,这种传播效果和权威内容与百度“搜索+推荐”流量生态的共同作用关系密切,由此验证了“中深度视频+泛知识定位+百度生态”这一组合是有效的。

上述差异化布局达成了“权威发布—快速响应—科普解读”的功能分层,能够适配不同用户群体的需求。从传播学角度看,这种布局本质是“渠道特性”与“用户需求”的精准耦合[4],它打破了“一刀切”的分发模式,将同一权威信源根据不同平台媒介逻辑进行差异化编码,以适应不同用户圈层的阅读习惯。

2.2 系统层级化联动 药监系统内部联动的核心,是构建多层级协同治理框架,形成“国家局—省级局—基层部门”上下联动的纵向传播体系[5]。它的本质是打破信息壁垒、整合系统资源,构建形成传播合力的制度安排[6]。针对过去各级部门“各唱各调、声音分散、响应迟缓”的效能困境[7],国家药监局明确提出应按照“一盘棋谋划、一体化建设、一张网宣传”的总方向,推动形成高效协同、深度融合、一体联动的药监系统媒体矩阵新格局。

2.2.1 制度化保障 2024—2025 年,新闻中心先后出台了《关于加强药品监管系统网站等新闻宣传平台协调联动的通知》《全国药品监管新媒体矩阵工作方案》等文件,构建起覆盖全国省级药监部门、百余名骨干人员的专项联络机制。另外,还制定了《药品监管系统媒体矩阵宣传作品共享使用规范》《药品监管系统媒体矩阵征稿工作方案》,搭建起权责清晰、流程规范、协同高效的标准化管理体系。

制度化建设明确了权责配置,降低了协调成本与信息损耗,网络信息内容治理正走向制度化、法治化、智能化的演进及趋势,契合了网络化治理中“制度嵌入”的要义[8]。其成效主要体现在两个层面:①强化信息传导。新闻中心依托矩阵平台,及时推送国家局重大政策与重点动态,各省级局积极响应转发,显著提升信息覆盖面与到达率。②促进内容汇聚。各地药监部门踊跃报送工作动态,优质内容在国家局网站、政务大屏及新媒体平台等渠道广泛推广,有效激发系统内宣传合力。

2.2.2 创新共创模式 “中国药闻”遵循网络化治理逻辑,打破分散孤立的传播格局,构建“统一策划、分级创作、多级分发”的共创共享机制,实现资源整合与协同赋能[9]。通过系统谋划与精准实施,围绕重大主题织密全周期传播网络,科学排布各节点宣传节奏,提升整体传播效能。

2.2.2.1 全国药品安全宣传周的立体化联动 2025 年宣传周期间,新闻中心依托“统一策划、分级制作、多级分发”的联动机制,联合各级药监部门,共创作海报接龙 400 余张、视频共创 70 余个(见图 2),并开展直播联动等活动,形成了传统媒体和“两微一端”等新媒体的融合推广与全媒体全覆盖格局[10]。该模式的深层逻辑在于:通过“策划权集中、创作权下放、传播权共享”的权责配置,既确保了传播基调的统一性与权威性,又激发了各级主体的创作活力与属地优势,实现了传播资源集约化利用与内容多元化产出。

图 2 2025 年全国药品安全宣传周视频共创

Fig.2 2025 national drug safety awareness week video co-creation

2.2.2.2 《地方局长话药监》IP 的打造与传播 新闻中心联合各省局策划制作《地方局长话药监:2025,我们这样守护药品安全》系列短视频(见图 3),邀请各地药监部门负责人以第一人称视角讲述年度监管实践。该系列统一视觉标识,结合属地实际融入一线执法、智慧监管等场景,将工作汇报转化为情景化叙述,兼具亲和力与品牌辨识度。实践表明,IP 化运营与共创共享机制能够将系统内部的监管资源有效转化为具有传播力的内容资源。

从协同治理视角,这种联动机制的核心价值是打破信息孤岛,构建“纵向到底”的协同网络。在这一网络中,国家药监局作为网络枢纽,负责顶层设计;省级局作为关键节点,承担内容的地域化转化与二次传播;基层部门作为末梢,负责精准触达与收集

图 3 《地方局长话药监:2025 年我们这样守护药品安全》短视频

Fig.3 Short video of "Local Bureau Director Talks about Drug Administration:How We Safeguard Drug Safety in 2025"

效果反馈。该结构与第一部分所述“横向到边”的平台矩阵形成互补,共同组成了“中国药闻”的立体化传播体系。这一设计有效降低了系统内部的沟通成本,做到了信息在系统内的快速、高效传导。

2.3 分众化传播 习近平总书记指出,“随着形势发展,党的新闻舆论工作必须创新理念、内容、体裁、形式、方法、手段、业态、体制,增强针对性和实效性。要适应分众化、差异化传播趋势,加快构建舆论引导新格局”[11]。传播者根据受众需求的差异性,面向特定受众群体提供特定的信息与服务[12]。“中国药闻”以深厚的领域专业性为内核,面向医药行业与社会公众不同群体实施分众化传播策略,前者侧重政策解读与行业洞察,后者侧重科普宣传与用药指导。该策略遵循分众化传播理论的核心逻辑,即依据不同受众的认知框架与信息需求,对同一权威信源进行差异化编码与渠道适配[13]。

2.3.1 赋能医药领域 服务型政府视域下的政务新媒体内容建设,本质上是将政府公共服务职能通过新媒体平台向公众延伸,其核心在于内容的质量与适配性[14]。“中国药闻”主动回应监管领域和医药行业的现实诉求,针对监管、行业对政策前瞻性、审评高效性、标准国际化等方面的期待,通过权威发布、政策解读、深度评论等方式,推动政策传导更精准、行业反馈更畅通。开设“药闻洞察”“观点”等深度栏目,聚焦脑机接口、手术机器人等创新药械研发前沿领域,以及网络售药、委托生产、化妆品原料监管等行业热点,结合国家及各地监管进展与实际,推出系列化、有深度的解读稿件。同时开设“药监撰稿人”栏目,鼓励药监系统专业人员提供政策解读、监管实践等内容,为从业人员提供兼具前瞻性与权威性的行业洞察。

同时,“中国药闻”紧扣时事热点,持续策划推出多个专题报道。围绕国务院《关于全面深化药品医疗器械监管改革促进医药产业高质量发展的意见》[15],联合新华网推出“深化药械改革 各地在行动”专题,集中呈现各地在审评审批提速、创新产品上市、监管能力提升等方面的改革实践与成效。聚焦“十五五”时期药品监管领域的改革与发展方向,推出“地方局长话药监·展望‘十五五’”专题,邀请各地负责人谈思路、列举措、谋新篇,为全系统统一思想、凝聚共识提供交流平台。

2.3.2 服务社会公众 “中国药闻”积极回应公众对药品安全知识的实际需求,持续开展“两品一械”知识普及与用药指导,遵循“贴近生活、通俗易懂、实用有效”的原则,围绕安全用药常识、特殊人群用药、家庭药箱管理等内容,构建多层次科普内容体系。

在品牌建设方面,已形成以《中国药闻会客厅》《药小安·节气话中药》《药品监管场景化科普》为代表的科普栏目矩阵。《中国药闻会客厅》(见图 4)邀请权威医院医生、药师以专家访谈形式,围绕公众关切的用药热点问题,提供专业、实用的用药指导。与新华网、中国中医科学院西苑医院共同打造的《药小安·节气话中药》(见图 5),将中医药传统文化与现代健康理念相融合,结合二十四节气特点指导公众顺应时令科学用药,实现了文化传承与用药指导的有机统一。联合各省局策划推出的《药品监管场景化科普》系列短视频,集中展示各地通过场景化方式宣传政策法规、产业成果和安全用药知识的鲜活做法。此外,“中国药闻”鼓励广大执业药师结合工作实际积极创作科普文章,形成了多方参与、协同共创的科普传播格局。

图 4 《中国药闻会客厅》访谈视频

Fig.4 Interview video of "Chinese Pharmaceutical News Reception Room"

图 5 《药小安·节气话中药》短视频

Fig.5 Short video of "Yao Xiao'an:Traditional Chinese Medicine in Solar Terms"

3 三维传播体系的现存问题与优化路径

上述分析表明,“中国药闻”通过平台差异化布局、系统层级化联动、分众化传播的方式,在整合资源与提高传播效果方面取得了亮眼成效。但这套体系在实际操作中仍存在一些现实问题,需要在现有

框架基础上进一步完善。具体看来,问题有以下几个方面。

3.1 协同深度待加强 各平台虽然已实现差异化定位,但各平台之间联动生产还处于探索阶段,仍然有较大提高空间。例如,微信平台的深度解读内容,未能有效转换成抖音平台的轻量化传播素材,使得同一来源内容无法在多平台发挥价值。

3.2 基层参与度有限 现有联动机制以国家局与省级局为主,市县级基层部门的参与度相对偏低。部分基层部门受人员、技术以及资源条件限制,无法真正融入共创共享体系,导致"纵向到底"的传播网络在末端存在薄弱环节,影响了信息的全面覆盖以及属地化精准触达。

3.3 跨群体连接薄弱 面向行业从业者和普通公众的分众化传播策略,虽提升了内容精准度,但两类内容体系之间缺少有效的过渡内容。行业端的内容侧重政策解读与专业分析,面向公众的更偏向科普宣传和用药指导,两者交叉融合得不足,可能导致行业认知和公众认知出现分化,不利于形成普遍的社会共识。

3.4 评估机制不健全 三维传播体系已形成"横向到边、纵向到底、精准触达"的基本框架,也初步建立了效果评估与反馈的相关机制。不过针对各维度运行效果、协同效率、用户满意度等主要指标的量化监测,还没形成固定流程,无法持续提供数据支撑和辅助优化决策。

针对上述问题,从三维传播体系各维度出发,提出以下优化路径:①深化平台协同建设。建立跨平台内容转化机制,将微信平台的深度内容提炼为抖音短视频脚本,实现"一次采集、多元分发"。同时,打造跨平台联动的品牌活动,如多平台同步直播、跨平台话题互动等,形成传播合力,提升品牌影响力,将传播力转化为治理效能[16]。②下沉联动层级。为基层部门提供内容创作培训与模板支持,降低参与门槛;建立优秀基层案例的评选与推广机制,激发参与积极性。在此基础上,构建"国家—省—市—县"四级联动传播网络,实现信息高效传导与属地化精准触达。③建设桥梁内容。策划面向行业与公众的跨界选题,以通俗化方式传递专业内容,搭建两类受众之间的认知桥梁。同时,建立用户分层与精准推送机制,在分众化传播的前提下保持核心价值的统一传递,实现精准与统一的兼顾。④优化评估体系。构建评估框架,涵盖平台覆盖力(各平台粉丝量、阅读量)、系统联动率(省级参与度、基层响应率)等核心指标。建立常态化监测与反馈机制,定期发布评估报告,识别短板并持续优化,形成"评估—反馈—优化"的闭环管理。

4 结论

针对药品监管政务新媒体领域权威性与传播力的困境,本文基于"中国药闻"的实践探索,剖析"平台差异化布局、系统层级化联动、分众化传播"三维传播体系的构成及其优势。平台差异化布局实现了渠道特性与用户需求的精准匹配;系统层级化联动打破了信息孤岛,形成纵向贯通、高效协同的传播格局;分众化传播回应了医药行业与社会公众的差异化需求,实现信息的精准触达。研究结果显示,"渠道适配—层级协同—内容精准"作为三维传播体系的核心逻辑,可有效整合行政资源与社会资源,实现权威监管信息的广泛覆盖与健康科普知识的精准触达,为破解药品监管政务新媒体"权威性—传播力"困境提供了可资借鉴的实践路径。

参考文献:

[1] 国务院办公厅.国务院办公厅关于推进政务新媒体健康有序发展的意见[EB/OL].(2018-12-07)[2026-06-24]. https://www.gov.cn/gongbao/content/2019/content_5355471.htm.

[2] Blumler J G, Katz E. The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research [M]. Beverly Hills: Sage Publications, 1974.

[3] 贾宁,邓俊,贾静,等.以"中国器审"政务微信平台加强监管影响力初探[J].中国医药导刊,2022,24(8):771-774.

[4] 曾庆江,郭涛.加减之间的平衡:媒体系统性变革下政务新媒体发展的内在逻辑[J].青年记者,2025(10):63-70.

[5] 国家药品监督管理局.药监系统媒体矩阵工作座谈会在山西召开[EB/OL].(2025-10-14)[2026-06-24]. https://www.nmpa.gov.cn/yaowen/ypjgyw/hyxx/zhhyxx/20251014144401101.html.

[6] 刘洋.数字政府建设与药品智慧监管顶层规划的研究与思考[J].中国医药导刊,2023,25(8):773-778.

[7] 林晓明,张蓓蕾,侯玉磊,等.基层药品监管体系的挑战与优化路径研究[J].中国药事,2026,40(3):259-266.

[8] 张文祥.中国互联网信息多元主体协同治理研究[M].北京:中国社会科学出版社,2024.

(下转第 1071 页)

of herpes zoster and patient baseline characteristics: a systematic review and meta-analysis of cohort studies[J]. Int J Infect Dis,2024(147):107181.
[6] 李兆宝,何松,谢龙宇,等.超声及CT双引导下双针双极脉冲射频治疗老年带状疱疹神经痛的疗效研究[J].川北医学院学报,2025,40(4):514-517.
[7] 朱国能,杜鑫丹,徐露露,等.连续硬膜外镇痛对带状疱疹疗效及T淋巴细胞亚群的影响[J].浙江临床医学,2023,25(12):1832-1835.
[8] 蔡钰,金琴琴,尤姗姗.带状疱疹后遗神经痛基于"温阳导滞理论"用针刺联合火针治疗临床观察[J].实用中医药杂志,2024,40(1):139-141.
[9] 焦洋,张琳.疏风解毒汤联合针灸治疗带状疱疹后遗神经痛的效果及对炎性因子、SP、NK-1水平的影响[J].临床医学研究与实践,2021,6(26):143-145.
[10] 中国医师协会皮肤科医师分会带状疱疹专家共识工作组,国家皮肤与免疫疾病临床医学研究中心.中国带状疱疹诊疗专家共识(2022版)[J].中华皮肤科杂志,2022,55(12):1033-1040.
[11] 中华中医药学会皮肤科分会.蛇串疮中医诊疗指南(2014年修订版)[J].中医杂志,2015,56(13):1163-1168.
[12] 国家药典委员会.中华人民共和国药典2020年版(四部)[S].北京:中国医药科技出版社,2020.
[13] 杨小珍,林道强,李仕妹,等.桃红四物汤治疗带状疱疹后遗神经痛疗效及对Th1/Th2细胞因子的变化研究[J].中华中医药学刊,2024,42(2):60-63.
[14] 周慧,双慧,张夫坤.我国带状疱疹流行病学特征及预防措施的研究进展[J].中国生物制品学杂志,2025,38(4):508-512.
[15] Kelly M M,Long S,Saade C,et al.Postherpetic neuralgia after herpes zoster ophthalmicus[J].R I Med J(2013),2024,107(1):32-36.
[16] Liu Q, Han J, Zhang X. Peripheral and central pathogenesis of postherpetic neuralgia[J]. Skin Res Technol,2024,30(8):e13867.
[17] 周洁,刘煊,孔伟,等.消痰通络凝胶联合加巴喷丁、甲钴胺治疗带状疱疹后神经痛的临床观察[J].上海中医药杂志,2022,56(3):90-92.
[18] 阮倩云,徐云云,王微,等.自拟清肝解毒汤联合腕踝针治疗急性期带状疱疹的疗效观察及其对血清CRP、IL-10的影响[J].中国中医药科技,2025,32(3):453-456.
[19] Dong X,Liu Y,Yang Q,et al.Comparison of therapeutic effects of continuous epidural nerve block combined with drugs on postherpetic neuralgia[J].Int J Neurosci,2021,131(2):191-195.
[20] Pu B,Lu X,Yu P,et al.Acupoint herbal patching for postherpetic neuralgia: a systematic review and meta-analysis[J]. Medicine (Baltimore),2024,103(4):e37029.
[21] 夏鹏,黄勇,夏梅,等.计算机断层扫描引导下背根神经节脉冲射频联合神经阻滞治疗带状疱疹后遗神经痛患者临床疗效[J].实用皮肤病学杂志,2024,17(6):345-348.
[22] 金文哲,任婷婷,李仁淑,等.背根神经节脉冲射频联合连续硬膜外镇痛治疗老年带状疱疹后遗神经痛的临床观察[J].临床麻醉学杂志,2014,30(5):507-508.
[23] 李丹.超声引导下腹横筋膜平面阻滞联合桃红四物汤减轻带状疱疹后遗神经痛患者疼痛程度的效果观察[J].中国现代药物应用,2025,19(13):145-148.
[24] 周阳贞.疏风解毒胶囊联合布洛芬缓释胶囊治疗带状疱疹后遗神经痛患者疗效及对免疫球蛋白P物质和IFN-γ水平的影响[J].基层医学论坛,2020,24(10):1440-1442.
[25] 康伟,龙炜海,王强.利多卡因凝胶贴膏联合穴位电刺激对带状疱疹后神经痛患者疼痛介质和Th1/Th2平衡的影响[J].中国处方药,2025,23(2):97-101.
[26] Shen Y, Lin P. The role of cytokines in postherpetic neuralgia[J].J Integr Neurosci,2025,24(4):25829.

(收稿日期:2026-03-18)

(上接第1017页)

[9] 国家药品监督管理局新闻宣传中心.药监系统新媒体矩阵工作培训顺利举办[EB/OL].(2025-06-13)[2026-06-24].https://www.nmpa.gov.cn/jggk/jgzhn/zhshdw/xwzhx/xwxczgzdt/20250613163321182.html.
[10] 国家药品监督管理局综合司.国家药监局综合司关于开展2025年"全国药品安全宣传周"活动的通知[EB/OL].(2025-07-29)[2026-06-24].https://www.nmpa.gov.cn/xxgk/fgwj/gzwj/gzwjzh/20250730164746124.html.
[11] 习近平.习近平谈治国理政(第二卷)[M].北京:外文出版社,2017:333.
[12] 吴丹樱.分众传播时代的党报影响力提升[J].新闻战线,2015(23):108-109.
[13] 靖鸣,臧诚.媒介融合时代信息流动模式、分众化传播及媒体对社会凝聚力的影响[J].新闻与传播研究,2011(5):34-42.
[14] 张爱红.服务型政府视域下政务新媒体内容研究——以"中国政府网"微信公众号为例[J].青年记者,2021(16):54-55.
[15] 国务院办公厅.国务院办公厅关于全面深化药品医疗器械监管改革促进医药产业高质量发展的意见[EB/OL].(2024-12-30)[2026-06-24].https://www.gov.cn/gongbao/2025/Issue_11806/202501/content_6999388.html.
[16] 黄楚新,陈智睿.当前我国政务新媒体发展状况、存在问题及对策建议[J].传媒论坛,2024(22):3-6.

(收稿日期:2026-05-29)