

医院微信公众平台信息服务研究^{*}

万映利 侯筱蓉

(重庆医科大学医学信息学院 重庆 400016)

〔摘要〕 以重庆市 17 家三级甲等医院为研究对象,从微信公众平台使用情况剖析医院信息服务现状,从内容层面对微信公众平台发布的信息进行类目构建,对微信公众平台的信息服务工作提出建议。

〔关键词〕 微信公众平台;信息服务;医院

〔中图分类号〕 R-056 〔文献标识码〕 A 〔DOI〕 10.3969/j.issn.1673-6036.2018.01.015

Study on Information Service of Hospital WeChat Public Platform WAN Ying-li, HOU Xiao-rong, Medical Information College, Chongqing Medical University, Chongqing 400016, China

〔Abstract〕 The paper takes the 17 hospitals in Chongqing as its study subject, analyzes the status quo of hospital information service from the use of their WeChat public platforms, builds category of information released on WeChat public platforms from the content level, and makes suggestions on information service of WeChat public platforms.

〔Keywords〕 WeChat public platform; Information service; Hospital

1 引言

自媒体是随着互联网等新技术产生的一种交互性媒体报道方式^[1],微信是自媒体中具有代表性的工具之一。人们在大量碎片化的时间里常常使用自媒体,微博、微信在碎片时间里使用率较高^[2]。微信已经成为人们生活中必不可少的一部分,随着微信公众平台影响力的增强,公众账号成为微信的主要服务之一^[3]。其次从医疗卫生产业发展来看,公众对于医疗卫生、健康信息及服务有着广泛的需求,看到医疗卫生信息公开透明,通过极具公信力

的平台获取健康、诊疗、资费、医院及周边服务、科室及专家及相关资讯信息^[4]。利用微信公众平台进行医院信息服务建设,一方面官方医院微信公众平台作为重要的科普渠道向公众普及医疗健康知识和发布便民惠民就诊信息;另一方面作为“网络发言人”可获得公众的关注度,有利于医院形象塑造,提升医院品牌;同时进行有效的医患沟通,改善患者就诊体验,减少医患矛盾。

2 医院信息服务概述

信息服务是指专职信息服务机构针对用户的信息需求,将开发好的信息产品以用户方便的形式准确传递给特定用户的活动^[5]。健康信息服务是通过与患者进行交流,共享和使用卫生保健信息、数据和知识,从而做出科学的健康决策^[6]。一定程度上,医院作为专职信息服务机构针对有客观需求的社会群体提供健康信息的服务即医院信息服务。在

〔修回日期〕 2017-10-26

〔作者简介〕 万映利,硕士研究生;通讯作者:侯筱蓉,硕士生导师。

〔基金项目〕 重庆医科大学医学信息学院创新实验项目(项目编号:2017C012)。

互联网出现之前，医院只能依托实体开展相关信息服务，如医院的咨询台与张贴栏等；互联网出现后，医院可依托网站向公众提供信息服务；随着移动信息服务发展，医院通过不同的载体为公众提供信息服务，如 APP、微博、微信等^[7]。与 APP 相比，微信下载、更新及插件等功能开放免费，成本较低^[8]；与微博相比，微信沟通效率高^[9]，维系医患关系的能力较强，其丰富而直接的交互体验可以替代短信，为医院推广节省成本^[10]。同时微信公众平台以其丰富的内容推送、精准的消息传送、强大的用户群优势成为医院信息服务建设的重要环节。医院依托微信公众平台为公众提供信息服务越来越受到人们的关注。

3 医院微信公众平台信息服务应用现状

3.1 调查问卷内容及对象

3.1.1 调查内容 随着微信公众平台技术的成熟与应用，医院的微信公众平台应用主要集中在提供信息服务、诊疗信息服务、预约服务、院内导医、手机支付、知识库服务及随访调查等^[11]。重庆作为西南地区较有代表性的城市之一，研究我国医院基于微信信息服务的发展现状，重庆市医院微信公众平台信息服务的情况具有可参考性。因此，本文选择在中国医院等级查询系统中查询到的重庆市三级甲等医院 11 家^[12]以及百度百科中重庆市三级甲等部队医院 5 家与中医院 1 家^[13]，共 17 家医院作为研究对象。通过订阅这 17 家医院的微信公众号，逐个访问其微信公众平台，统计其平台的基本情况并对推送文章的内容进行类目分析；通过发放调查问卷从用户关注情况、感知情况出发了解公众真正使用情况及需求，以期通过现状分析对医院微信公众平台信息服务的发展提供建议。本文对医院微信公众平台信息服务的研究分析内容，见表 1。

表 1 微信公众平台信息服务分析

项目		具体分析
客观描述	平台基本情况	是否官方认证及认证时间
		微信平台类型
		菜单功能统计
问卷调查	推送文章内容	文章类目统计
		受访者基本信息及关注平台情况
		推送文章的阅读情况及期望
		平台功能的使用情况及期望

3.1.2 受访者基本情况 本次问卷调查始于 2016 年 3 月 15 日，结束于 2016 年 4 月 19 日，共发放 453 份问卷，其中 182 份纸质问卷，271 份网络问卷。两种问卷内容相同，面向不同年龄人群，纸质问卷主要在三甲医院门诊处派发。其中有效纸质问卷 179 份，网络回收有效问卷 271 份，总计 450 份。在调查的 450 份问卷中，仅有 30% 的人关注医院微信公众号，关注人群集中在 21 ~ 40 岁之间、本科生居多、女性比男性多。受访者基本信息及关注平台情况，见表 2。

表 2 受访者基本信息及关注平台情况

特征	选项	频次	关注人数	百分比（%）
性别	男	175	33	18.9
	女	275	92	33.5
年龄	20 岁及以下	42	9	21.4
	21 ~ 30	228	74	32.5
	31 ~ 40	110	37	33.6
	41 ~ 50	50	4	8.0
	51 ~ 60	17	1	5.9
	60 以上	3	0	0
学历	初中及以下	37	4	10.8
	高中	111	16	14.4
	本科	275	97	35.3
	研究生及以上	27	8	29.6

3.2 医院微信公众平台基本情况

3.2.1 总体情况 在 17 家三甲医院中, 有 15 家开设微信公众号, 开设比例高达 88.2%, 开设微信公众号的医院都进行官方认证。有研究表明微信公众号是否认证是其可信度的判断标准, 会直接影响到用户是否关注该微信号以及后续信息传播效果^[14]。其中有 7 家医院开设服务号, 5 家医院开设订阅号, 3 家医院同时开设服务号和订阅号^[10,15]。

15 家医院微信公众号基本情况: (1) 重庆市的三级甲等医院微信公众平台大多起步于 2015 年后, 部分医院存在中途更名的情况, 如重庆医科大学附属第一医院微信公众号曾用名“重医附一院”, 现用名“重庆医科大学附属第一医院”。名称的规范化可以看出医院对微信公众平台建设的重视度提升。(2) 开设的服务号都设置 1 级菜单与 2 级菜单; 两家医院开设的订阅号没有设置 1、2 级菜单。其中 1 级菜单的主要内容包括医院介绍、医院导航、就诊服务、线上服务等。2 级菜单对 1 级菜单做更细致的划分, 值得一提的是重医附属永川医院将满意度调查加入其 2 级菜单中。医患纠纷大多源于医患之间缺乏沟通, 医院不能及时了解患者的不满情绪^[16], 通过满意度调查及时发现问题在一定程度上避免医患纠纷的发生。(3) 医院微信公众平台已能实现医院信息查询、分诊导航、预约挂号、排队情况查询、部分检查结果查询、费用查询、服务评价、在线咨询等功能。其中微网(镶嵌在菜单中的微型网站)已有 4 家医院在使用, 显示在其 2 级菜单中; 随着菜单的增加, 一是受到微信公众平台菜单数量的限制, 二是菜单显得多而杂, 不易查找。微网的使用就显得非常必要。

3.2.2 功能 对已经关注医院微信号的人群调查结果显示, 被调查者最常使用的两个功能是医院信息查询与预约挂号, 平台功能具体使用情况, 见图 1。同时希望医院微信公众平台能实现更多的功能, 如精细位置导航(45 人)、个人中心(83 人)、在线支付功能(58 人)甚至是人工在线服务功能等, 重视用户专属服务功能都有助于提升用户的参与度^[17]。

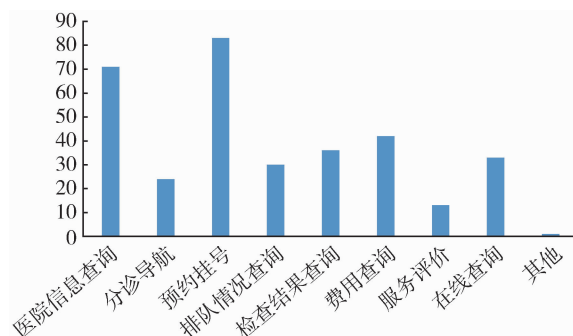


图 1 平台功能具体使用情况 (人)

3.3 医院微信公众平台发文情况

3.3.1 发文情况统计、受访者关注及期望 微信平台可以解决传统语言表达不直观的缺点^[18]。医院通过微信公众平台推送的文章内容丰富, 形式多样。Yang Counts 发现信息内容是影响信息传播的重要因素^[19], 因此研究文章内容非常有意义。通过阅读 2016 年 2 月份各医院推送的文章内容并将其分为 8 大类, 具体发文情况, 见图 2。其中本院风采与预防保健类文章所占比重较高。在问卷中, 利用信息分类对用户关注焦点进行调查, 发现用户的关注度主要集中在预防保健知识、医学常识与助诊惠诊信息, 具体关注情况, 见图 3。医院推送的文章内容与用户关注的内容存在一定差异。为解决这个问题, 医院在推送文章时可结合实际情况考虑以下问题: (1) 对象: 推送的文章主要是传递给谁? (2) 内容: 传递什么信息? (3) 方法: 以什么样的形式传送? (4) 时间: 传递信息的契机?^[20]。

对未关注医院微信公众号的人群调查发现, 人们主要希望通过医院微信公众号了解服务费用信息(215 人)、就诊服务信息(206 人)、医院概况及科室/医生信息(187 人)、医疗健康信息(159 人)、其他(5 人)。这些都是直接与就医有关的信息, 而医疗健康信息期望度相对较低, 说明就医信息的匮乏。用户的信息需求是产生信息行为的原动力^[21]。人们在信息需求满足过程中, 当信息量达到一定程度时, 将会激发更高层次的信息需求。因此人类需求和信息需求总是彼此关联、循环激发的。所以及时了解不同阶段人们对医疗信息的需求, 有助于人们产生积极的信息行为, 从而促进医疗的发展。

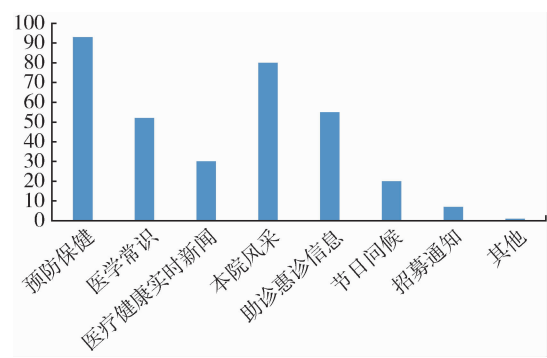


图2 发文情况统计 (人)

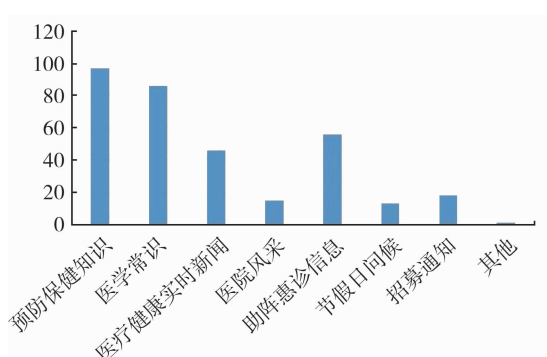


图3 用户关注情况统计 (人)

3.3.2 用户信息行为 信息行为是在动机支配下, 用户为达到某一特定的目标的行动过程^[22-23]。研究用户信息行为可为医院信息服务提供参考性建议。在本文中用户信息行为研究主要包括受访者是否关注医院微信公众号, 关注后浏览的频率, 用户对平台上推送的信息的信任度及理解难易度。对关注医院微信号的人群调查结果显示, 医院微信公众平台上推送的文章 41.6% 的人只是偶尔查看或者有新消息提醒才看, 很少的人会随时关注。信息的阅读率直接影响信息的传播效率^[24]。关注度不高从某种程度上也意味着用户作为信息接收方接收意愿不强, 而关注度的高低会影响医院推送文章的传递效率。74.4% 的人基本相信医院微信公众平台推送的有关健康类信息, 可见其可信度较高。正如 Davenport (1998)^[25] 指出知识转移与知识发送者的能力呈正相关, 在健康知识方面, 医院作为有能力的知识发送者可推动健康知识的传播; 其次基于信息采纳模型, 信源可信度在文章推送过程中有着显著的影响^[26], 有利于文章的传播。80.8% 的人对于医院

微信公众平台推送的有关健康类信息大部分能看懂, 只有当用户充分理解信息后, 才会有转发信息的行为^[27], 信息的难易度很大程度上会影响用户对信息的理解。医院推送健康类信息也一样, 要想将健康信息传播给更多的用户, 就应根据接受人群调整难易度。推送文章的浏览频率、用户对其内容的信任度及理解难易程度情况, 见表 3。

表3 推送文章阅读情况统计

指标	选项	频次
浏览频率	A 只订阅不查看	20
	B 有新消息提醒才看	51
	C 偶尔查看	51
	D 随时关注	3
可信度	A 完全相信	2
	B 基本相信	93
	C 部分不相信	30
	D 完全不相信	0
难易度	A 全部能看懂	18
	B 大部分能看懂	101
	C 大部分不能看懂	5
	D 全部不能看懂	1

4 医院微信信息服务发展建议

4.1 多渠道宣传医院微信公众平台, 提高关注度

从调查问卷的数据看, 公众对医院微信公众号的关注度较低。一定程度上归因于医院对微信公众号宣传力度不够。医院可多途径宣传微信公众号: 线上官方网站宣传; 线下海报、纸杯等用品印上二维码, 医院门诊大厅展板处宣传; 医院大型活动, 如义诊、讲座等, 让微信公众平台走向公众生活中。

4.2 菜单数不宜过多, 便于用户方便快捷查找所需功能

通过统计重庆市三级甲等医院微信公众号的 1、2 级菜单, 大多数医院的微信公众号菜单多达 15 个并且其中存在重复功能, 查找不便, 违背齐普夫最小努力原则。在分 1、2 级菜单时要使用户能一目了然找到需要的功能, 必要时可以用微网。对于用

户关注度高的信息,如医院、医生信息,就诊服务信息,费用信息应设置相应菜单。

4.3 推送的文章内容要与用户关注点一致

医院微信公众平台上推送的文章内容与用户期望关注的内容是有一定差距的,医院应及时了解用户期望关注哪些内容,必要时可在微信平台上定期调查,及时调整推送的文章内容,以此来提高用户对微信公众平台的持续关注度。同时文章标题应尽可能吸引用户关注。

4.4 推送的文章形式要“精”,节约读者时间

随着信息量爆炸式的增长,生活节奏的加快,人们越来越习惯快餐式文化。微信公众平台上推送的文章应短小精悍,医院应把大量信息经过精心编排选择再推送给公众。从调查问卷结果看绝大部分人基本相信医院微信公众平台推送的有关健康类信息。因此医院在推送有关信息时一定要严把关,确认真实性。同时以活泼生动的形式展示医学常识和健康信息,引起读者兴趣,提高阅读体验。

4.5 充分发挥个人中心功能

用户对个人中心抱有很大期待。如个人病历查询等可尝试加入个人中心功能中;方便患者查询病历流向(是在医生手中,还是已经存入病案室)甚至可尝试直接通过微信查询病历详情。总之医院可结合具体的情况,充分发挥微信公众平台个人中心功能。但应重视的是一切可以识别个人的数据只要实现电子化都有泄露的风险^[28]。所以在输送个人相关信息时应重视隐私泄露问题,可搭建第 3 方消息接口来控制信息传输安全^[29]。

5 结语

目前医院应用微信公众平台提供服务已经成为一大趋势,各项功能也日趋完善,但大多都是千篇一律,没有结合自身医院特色,各菜单设置也比较混乱,个人中心功能处于初级阶段。当今医疗机构间的竞争已不单纯是医疗技术,更是整体医疗服务

的较量^[30]。运用好微信公众平台有利于医院做好信息服务工作,而运用好微信公众平台还需不断探索。在信息爆炸的时代,信息可靠真实显得尤为重要,特别是医疗信息关乎国民的健康。通过官方渠道(如官方微信、官方微博等)发布信息相对安全可靠。同时对于医疗健康类信息的发布与传播第 3 方强有力的监管必不可少,加强网络信息监测与分析技术研发任重而道远。

参考文献

- 1 侯筱蓉,周戈. 医务微博信息传播效用调查—以重庆市公立医院认证官微为例 [C]. 郑州:中华医学会第二十一次全国医学信息学术会议,2015:6.
- 2 陈云. 中国社交类应用用户行为研究 [J]. 互联网天地,2014,(1):57-63.
- 3 CNNIC. 2015 年中国社交类应用用户行为研究报告 [EB/OL]. [2016-04-08]. http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/sqbg/201604/t20160408_53518.htm.
- 4 刘博,王初照,张杨. 构建基于 APP 应用的区域医疗健康预约平台 [J]. 中国卫生信息管理杂志,2015,12(1):29-33.
- 5 颜端武,王曰芬. 信息获取与用户服务 [M]. 北京:科学出版社,2010:25-26.
- 6 Bauer A M, Thielke S M, Katon W, et al. Aligning Health Information Technologies with Effective Service Delivery Models to Improve Chronic Disease Care [J]. Preventive Medicine, 2014, 66 (9): 167.
- 7 郭敏,周晓英,宋丹,等. “互联网+”时代的我国医院微信信息服务研究 [J]. 图书与情报,2015,(4):19-25.
- 8 胡长爱,邢美园,杨春伟,等. 我国求医问药类 APP 软件功能评价 [J]. 中华医学图书情报杂志,2014,23(2):7-10.
- 9 钟方虎,贺青,于丽,等. 微博在医学图书馆中的应用 [J]. 中华医学图书情报杂志,2012,21(3):31-32.
- 10 孙玲,邹陆曦,胡广禄. 微信公众平台在三甲医院的应用现状调查 [J]. 中华医学图书情报杂志,2014,23(12):25-28.
- 11 张丽,商洪涛,王彪,等. 医院微信服务平台的设计与实现 [J]. 中国医学装备,2015,12(10):46-48.
- 12 中国医院等级查询系统重庆市三级甲等医院名单 [DB/OL]. [2016-03-01]. <https://www.hqms.org.cn/>

- usp/roster/index. jsp.
- 13 百度百科. 三级甲等医院 [EB/OL]. [2016-02-18].
http://baike.baidu.com/view/1694974.htm.
- 14 方婧, 陆伟. 微信公众号信息传播热度的影响因素实证研究 [J]. 情报杂志, 2016, 35 (2): 157-162.
- 15 杨燕梅, 刘浩, 关庆娟, 等. 医学高校图书馆微信服务模式及平台搭建 [J]. 中华医学图书情报杂志, 2015, 24 (3): 26-28, 58.
- 16 茅晓风, 张剑平. “微”时代, 医院“微”宣传平台运用的实践与思考 [J]. 江苏中医药, 2015, 47 (6): 68-71.
- 17 李明德, 高如. 媒体微信公众号传播力评价研究——基于 20 个陕西媒体微信公众号的考察 [J]. 情报杂志, 2015, 34 (7): 141-147.
- 18 Wei H, Ke L. “New Weapons” of Ideological and Political Education in Universities—We Chat [C]. SHS Web of Conferences. EDP Sciences, 2014, 6: 04001.
- 19 Yang J, Counts S. Predicting the Speed, Scale, and Range of Information Diffusion in Twitter [J]. ICWSM, 2010, (10): 355-358.
- 20 霍明奎, 张向先, 李爽. 供应链信息生态链信息传递效率影响因素的实证研究 [J]. 情报杂志, 2016, 35 (2): 188-194.
- 21 曹双喜, 邓小昭. 网络用户信息行为研究述略 [M] // 北京: 科学出版社, 2010: 79-81.
- 22 张国海, 张玉玲. 论用户情报行为 [J]. 图书情报工作, 1994, (1): 14-16, 41.
- 23 白海燕, 赵丽辉. 网络环境下的用户信息行为分析 [J]. 燕山大学学报: 哲学社会科学版, 2002, 3 (1): 88-92.
- 24 吴中堂, 刘建徽, 唐振华. 微信公众号信息传播的影响因素研究 [J]. 情报杂志, 2015, 34 (4): 122-126.
- 25 Davenport T H, Prusak L. Working Knowledge: How Organizations Manage What They Know [M]. USA: Harvard Business Press, 1998, 17-18.
- 26 Sussman S W, Siegal W S. Informational Influence in Organizations: An Integrated Approach to Knowledge Adoption [J]. Information Systems Research, 2003, 14 (1): 47-65.
- 27 施亮, 鲁耀斌. 微博用户行为意向及平台的调节作用研究 [J]. 管理学报, 2014, 11 (2): 278-282.
- 28 王忠. 大数据时代个人数据隐私泄露举报机制研究 [J]. 情报杂志, 2016, 35 (3): 165-168.
- 29 孔云, 廖寅, 资芸, 等. 基于微信公众账号的图书馆移动信息服务研究 [J]. 情报杂志, 2013, 32 (9): 167-170.
- 30 刘路遥, 杨祚, 曹战强, 等. 医院微信公众号的技术与应用现状研究 [J]. 中国数字医学, 2014, 9 (8): 35-37.

2018 年《医学信息学杂志》征订启事

《医学信息学杂志》是国内医学信息领域创刊最早的医学信息学方面的国家级期刊。主管：国家卫生和计划生育委员会；主办：中国医学科学院；承办：中国医学科学院医学信息研究所。中国科技核心期刊（中国科技论文统计源期刊），RCCSE 中国核心学术期刊（武汉大学中国科学评价研究中心，Research Center for Chinese Science Evaluation），美国《化学文摘》、《乌利希期刊指南》及 WHO 西太区医学索引（WPRIM）收录，并收录于国内 3 大数据库。主要栏目：专论，医学信息技术，医学信息研究，医学信息组织与利用，医学信息教育，动态等。读者对象：医学信息领域专家学者、管理者、实践者，高等院校相关专业的师生及广大医教人员。

2018 年《医学信息学杂志》国内外公开发行，每册定价：15 元（月刊），全年 180 元。邮发代号：2-664，全国各地邮局均可订阅。也可到编辑部订购：北京市朝阳区雅宝路 3 号（100020）医科院信息所《医学信息学杂志》编辑部；电话：010-52328673，52328674，52328671。

《医学信息学杂志》编辑部