

河北省 2026 年世界防治结核病日 宣传活动总结

2026 年 3 月 24 日是第 31 个“世界防治结核病日”，为深入贯彻落实国家及省疾控局《关于组织开展 2026 年世界防治结核病日宣传活动的通知》精神，持续推进“健康河北”建设，全面提升全民结核病防治素养水平，我省立足“十五五”规划开局之年的新形势，紧扣“全面行动、全力投入、全民参与、终结结核”的宣传主题，坚持“政府主导、部门协作、全社会参与”的工作机制，精心策划、周密部署。我省各地卫生健康和疾病控制部门在当地党委和政府的领导下，积极协调相关部门，紧紧围绕宣传主题，科学谋划，精心组织实施，开展了形式多样、内容丰富的系列宣传活动，动员全社会全面行动、全力投入，营造全民参与结核病防治工作、全民共享结核病防治成果的良好氛围，为终结结核病流行奠定坚实基础，助力健康河北建设。现将本年度“3·24”世界防治结核病日主题宣传活动开展情况总结如下：

一、紧扣宣传主题，周密安排部署

河北省疾控局于 3 月 4 日下发了“关于组织开展 2026 年世界防治结核病日宣传活动的通知”，要求各地各单位要高度重视“世界防治结核病日”宣传工作，坚持政府主导，精心组织、科学谋划宣传活动，积极协调卫生健康、教育、医保、交通等部门共同参与，合力推动结核病防治工作高质量开展，要动员社会各界参与结核病防治工作中，将 3.24

主题宣传与“五进”常态化宣传有机结合，各单位要结合不同人群、不同场所特点，差异化、多层次开展主题宣传活动，充分发挥传统媒体与新媒体的协同效应，创新方式方法。此外要继续推动“百千万志愿者结核病防治知识传播活动”，动员广大志愿者积极参与结核病防控工作，壮大志愿队伍，持续拓展结核病防治宣传范围。

3月24日，由河北省卫生健康委员会、河北省疾病预防控制中心、河北省教育厅、河北省医保局主办，河北省疾病预防控制中心、河北省胸科医院、唐山市卫生健康委员会、唐山市疾病预防控制中心、唐山市疾病预防控制中心、唐山师范学院等九家单位承办的河北省世界防治结核病日主题宣传活动在唐山师范学院北校区文体馆举办。活动现场亮点纷呈，创新举措频出。活动聘请东京奥运会金牌得主、射击名将杨皓然担任结核病防控宣传大使，借助奥运冠军的影响力，向全社会传递健康理念，普及结防知识；省、市级卫生健康和疾控、教育、医保部门共同启动“河北省结核病防治管理提升年”活动；唐山师范学院充分发挥自身优势，将结核病防治知识与当地非遗文化乐亭大鼓、人工智能等元素有机融合，带来主题鲜明的文艺演出。广大医务和疾控工作者走进路北区祥富里社区，开展义诊咨询与科普宣传，为市民提供专业的健康指导。省疾控中心结核病防治所专家接受当地媒体采访，介绍了结核病的防治知识，强调有可疑症状一定要及时到定点医院就诊。

世界防治结核病日前夕省疾控中心在微信公众号、省疾

控中心网站持续推送结核病防治信息、防治知识等十余篇，持续打造3.24“宣传日”“宣传周”“宣传月”活动。此外今年我省首次聘任结核病防控宣传大使——奥运冠军杨皓然，拍摄制作了助力结防知识宣传的科普视频，为终结结核注入冠军力量，并制作“3.24”专题海报。“3.24”期间，省疾控中心印发宣传海报3万张，百千万志愿者结核病防治宣传专属马甲1000件，水杯、u型枕、笔袋等宣传品共5000多件，保障宣传活动的顺利举行。

二、宣传形式多样，内容丰富多彩

各市坚持高位统筹推进结核病防治宣传，紧扣“全面行动 全力投入 全民参与 终结结核”主题，构建“1+N”协同联动机制，整合辖区资源，会同广电、教育、民政等部门，建立“省市县联动、部门协同、全民参与”三级响应机制，多方推动，多管齐下，以世界防治结核病日宣传为契机，开展了一系列“宣传日”、“宣传周”、“宣传月”活动。因地制宜制定特色化实施方案，创新打造“五进三亮”宣传模式（进医院、进社区、进企业、进学校、进家庭；亮灯行动；点亮城市地标、亮屏行动覆盖公共场所、亮旗行动凝聚志愿力量），通过“线上+线下”、“传统媒体+现代媒体”四轮驱动开展精准化宣传。强调创新工作方法，明确工作重心，并规划全年活动蓝图，力求广泛动员社会力量共同参与，营造全民抗击结核病的良好氛围。

（一）AI 赋能展风采

唐山高新技术产业开发区作为全国机器人产业基地之一，由唐山市自主研发的人形机器人“核小智”和滚轮机器人“核小慧”在今年“世界防治结核病日”宣传活动中精彩亮相。“核小智”在活动主会场唐山师范学院面向学校师生，负责舞台上的知识输出，侧重于系统讲解和深度科普；“核小慧”在祥富里社区分会场面向社区群众，负责展区内的灵活问答与人群引导，侧重于轻量化互动和便捷参与。这是唐山市首次将人形机器人、滚轮机器人与玩偶形象结合应用于结核病防治宣传，这不仅是宣传形式上的创新，更是对“科技赋能健康科普”的深度探索，防痨知识从展板和折页上的枯燥文字变成了可互动、可对话、可触摸的生动体验。“核小智”和“核小慧”的参与，实现了志愿服务从“人力密集型”向“人机协同型”的转型升级。

（二）结核防治 IP 形象，增加宣传趣味

我省保定市、唐山市、沧州市开发应用了结核病防控 IP 形象，设定特定标识，萌趣可爱，蕴含区域文化文俗，并将 IP 形象应用在宣传活动、宣传材料、科普文创等多个场合，形成本区域结核病防控独有品牌，让结核病防治宣传更加有温度有趣味有吸引力。

保定市正式发布结核病防治 IP 形象——“卫小保”，该形象取材于《山海经》中象征“御疫除灾”的青耕鸟，化身守护城市的结防卫士，其造型设计独具匠心：身着利落工装、佩戴圆框眼镜，以亲和萌趣的视觉语言打破了公共卫生

宣传的严肃感；手中紧握的盾牌与钥匙，分别象征着筑牢公共卫生防线的坚实铠甲与解锁“早诊早治”的健康密码；沧州市结核病防治 IP 形象——“狮小卫”，以沧州城市名片“铁狮子”为灵感原型：“狮”字锚定狮城地域根脉，“小卫”则鲜明标注其“健康卫士”的核心身份，自诞生起便肩负着传播健康知识、守护市民安康的使命；唐山市结核病防治 IP 形象——“核唐唐”，以浴火重生的金凤凰为原型，翎羽上的金红色不仅象征着唐山抗震精神的坚韧，更承载着守护人民健康的使命，手中火炬的顶端跃动着“TB”火焰标识，赤色代表结核病防治行动的持续力量，金色象征医疗技术的革新，而火焰的消融则预示结核病终将被攻克，身披“百千万志愿者”专属制服，将每一处设计都融入了结核病防治知识的传递，并设计出一系列可爱表情包，也应用到了宣传品中，并且今年唐山市防痨小卫士“核唐唐”变身为可互动的玩偶，走向线下参与宣传活动，得到了大众的喜爱和热烈追捧。

（三）注入冠军力量，借助名人效应，助力结防宣传

在第 31 个世界防治结核病日到来之际，我省首次聘任结核病防控宣传大使——东京奥运会金牌得主、射击名将杨皓然，并拍摄了结核病防治宣传短片，向大众传达了正确的健康理念，普及结核病防治知识，并呼吁大家携手努力，为自由呼吸、终结结核，贡献健康力量！

保定市特邀世界跆拳道冠军李悦担任结核病防治宣传大使。李悦不仅录制了公益宣传片，更亲临活动现场，与观

众热情互动，并发出铿锵倡议：“赛场之上，我们全力拼搏；健康面前，我们更要主动出击。若咳嗽、咳痰持续两周以上，请务必及时检查。让我们积极防控结核，共同筑牢健康防线！”。

承德市正式聘请知名演员杨志刚担任承德市结核病防治宣传大使，借助其公众影响力与正面形象，面向社会普及结核防治知识。通过海报发放、线上推广等方式，有效扩大宣传范围，显著提升科普传播质效与社会影响力。

（四）社会力量聚爱心，暖心关怀增温度

3月19日，承德市市卫健委与市红十字会联合举办了“3.24世界防治结核病日”患者关爱行动暖心捐赠仪式。依托人道救助项目，市红十字会为全市耐多药结核病贫困患者捐赠了价值1.6万余元的大米、食用油、面粉等生活物资。截至3月31日，全部物资已由各级疾控机构和基层卫生防疫医生送至142户贫困结核病患者家中，各级疾控机构在转送物资的同时，在患者所在的乡镇卫生院或村委会组织了现场宣传活动，以人文关怀筑牢结核病防控的民生防线。

（五）地标璀璨映红，共筑无核河北

廊坊市卫生健康委员会于3月15日至25日在全市范围组织开展世界防治结核病日“亮灯行动”，得到了廊坊市城市管理综合行政执法局的大力支持，以城市地标为载体，用光影传递希望，向全社会发出共同抗击结核病的倡议，让红色光芒照亮全民防痨之路。夜幕下，市区万达广场、客运总

站等标志性场所率先披上“红色外衣”：“3月24日是世界防治结核病日”“全面行动 全力投入 全民参与 终结结核”“为终结结核病 点亮城市的红”“终结结核病 廊坊在行动”等宣传标语在楼宇大屏上循环播放，与璀璨灯火交相辉映，形成一道道彰显城市温度的风景线。与此同时，廊坊市辖各县区的标志性建筑、公园、医院、学校等公共场所同步亮灯，红光点点、遥相呼应，将结核病防治信息传递到城市的每一个角落。

定州市南城门、开元寺塔广场两大城市标志性地标同步开展“世界防治结核病日”主题亮灯行动。夜幕之下，两处地标依次点亮主题灯光，建筑轮廓与光影交相辉映，成为定州夜色中一道亮眼的风景线。运用投影映射技术，将结核病防治科普知识精准投射于南城门城墙之上，以生动的光影可视化形式立体呈现“全面行动 全力投入 全民参与 终结结核”的主题口号，让专业硬核的健康科普融入古城历史空间叙事，打造沉浸式、场景化的健康宣教新范式。同时，大屏同步循环播放结核病防治主题视频，重点突出展示宣传口号，将健康宣教与城市夜景深度融合。

石家庄市在北国商城站、长安公园站等重点地铁站点连续7天播放语音提示、电子屏海报和主题展板，早晚高峰时段高频次播出“咳嗽咳痰超两周，快到医院查结核”等顺口溜，累计覆盖数百万地铁乘客，实现“出行即学习”。

（六）文艺展演融科普，辩论交锋凝共识

廊坊市举办“守护青春呼吸”京津冀高校结核病防控宣传展演，包含情景剧、小品、舞蹈、手势舞等原创节目，将科普知识巧妙包装进跌宕起伏的剧情与灵动的肢体语言中，通过青年学生喜闻乐见的文艺形式，推动结核病防治知识在高校群体中的广泛传播。有的用小品还原病理过程，将看不见的病毒“搬”上舞台，让抽象知识变得可触可感；有的以沉浸式情景剧打造梦幻视角，带领观众走进身体内部，重新认识器官的珍贵；还有的以诙谐搞怪的表达去诠释严肃话题，在欢声笑语间完成知识的传递。在演出过程中，还设置了趣味互动环节，现场观众踊跃参与，在轻松的氛围中巩固结核传播途径、常见症状、防治原则、疫苗接种等核心知识，参与互动的观众还收获了专属礼品与精美纪念。

3月19日，承德市卫健委组织召开第二届结核病防治策略辩论赛。以县（市、区）为单位，疾控机构、定点医疗机构、基层卫生院和志愿者联合组队，围绕“结核病潜伏感染筛查与预防性干预可行性”展开激烈辩论。同时，邀请河北民族师范大学、河北旅游学院辩论社就“大学生新生入学结核筛查必要性”进行辩论表演赛。活动评选出团体一、二、三等奖，以及个人单项奖、优秀组织奖。辩论赛成功搭建了专业交流平台，经由观点的激烈交锋、思路的深度碰撞，进一步强化了防控理念，明晰了工作路径，提升了结核病防控工作执行力。承德市现场宣传活动还拓展至“河北五超”承

德赛区足球赛场，与观众一同开展“激射结核菌”足球射门游戏，将体育精神与健康理念有机融合，让结核病防治宣传更具活力，更贴近民众生活。

（七）创新宣传载体，实行多媒联动

各地市通过“线上+线下”、“传统媒体+现代媒体”四轮驱动开展精准化宣传，并将防治知识与传统文化、情景剧、小品、民俗相结合，且充分利用电视、报纸、公众号、直播、短视频等形式全方位向公众传送健康知识。

唐山市将结核病的预防措施、治疗政策、症状识别等专业知识与国家级非遗项目乐亭大鼓相结合，将知识转化为押韵唱词，配合三弦的悠扬旋律与鼓板的节奏张力，使原本晦涩的医学知识变得鲜活易懂，有效突破了传统宣教模式受众接受度低的瓶颈，既延续了曲艺艺术“寓教于乐”的优良传统，又精准契合基层群众的审美需求；不仅创新了公共健康传播体系，更彰显了传统文化服务当代社会的独特价值。它将非遗保护与疾病防控有机结合，既拓展了传统艺术的发展空间，又为构建全民健康防线注入了文化动能，生动诠释了“健康中国”战略中多方协同、文化赋能的现代治理智慧。

保定市阜平县采用“快板+情景剧”的融合形式，将结核病的发现、治疗及预防知识编入通俗易懂的唱词中，创作出脍炙人口的情景快板；莲池区紧跟科技潮流，利用AI技术辅助制作了《防痨使者》科普短视频；河北农业大学、保

定学院等高校则发挥创意优势，推出了小品《霸总的结核克星》、情景剧《动物城·结核防控大行动》等一系列寓教于乐的优秀作品，有效提升了科普宣传的覆盖面与影响力。

《承德新闻》、《承德日报》以及地方电视台等官方媒体对结核病防治系列宣传活动进行了多篇幅报道，在跟踪报道宣传活动的同时，充分利用通过电台、微信公众号、视频号、抖音等新媒体，进一步扩大结核病防治知识宣传覆盖面。定州市卫健委联合融媒体中心打造《医“定”健康》栏目，以专家访谈形式开展结核病防治宣教，用通俗语言拆解专业知识，结合真实案例答疑解惑，依托融媒体优势实现广泛覆盖与精准触达，构建常态化科普渠道。沧州市运河区疾控开展了“终结结核流行，守护健康生活”——“世界防治结核病日”特别直播活动，直播点赞量达到万次。并且各市线上互动增强参与感，创新开展结核病防治知识有奖答题活动，提升公众参与的趣味性和互动性，为全省活动增添了线上互动新形式

（八）深化“五进”宣传活动，织密公众健康防护网

1. 进校园：“无结核校园”行动

各市区疾控机构与基层卫生医疗机构、志愿者联动，深入各级各类学校开展“青核行动”，通过专题讲座、科普视频、主题班会、知识问答等形式，覆盖在校师生。重点讲解结核病传播途径、校园防控要点及国家免费诊疗政策，推动学校建立晨检、缺勤追踪、复课查验三级防控机制，守护师

生健康。保定市、邯郸市等还对对学校主管校长、校医、班级负责人等进行了培训讲座，特邀请结核病防治领域专家，围绕结核病流行病学特征、临床表现、诊断标准、治疗规范、防控措施及校园结核病疫情处置流程等内容开展专题培训，切实提升校医队伍的专业素养、防控能力和应急处置水平，和校领导、教师的防控意识与业务能力，为校园结核病防控提供专业支撑。

保定市各县区疾控中心精心撰写致家长的一封信，通过微信公众号、班级微信群等多种便捷渠道，累计发放信件40余万份，对发病率较高的初高中及寄宿制学校进行了全覆盖，实现家校一体联动防控。

2. 进社区：主题宣传进社区，全民参与终结结

3.24期间，各市积极开展社区义诊，在结核门诊大厅设立健康咨询台，由结核科专家坐诊，为群众提供“一站式”诊疗建议和免费筛查政策解读，实现优质医疗资源精准下沉。义诊现场，工作人员通过搭建义诊台为过往行人免费量血压、测血糖、测血脂、中医诊查、乙肝抗体检测等免费服务，解答市民疑问，实现“防病知识送上门，健康服务零距离”。现场通过挂横幅、立防治展板、发放结核病防治知识折页等方式为群众讲解“什么是预防治疗，预防性治疗的意义”“结核病的症状、治疗、转归”等结核病防治相关知识。

3. 进医院：强化医防协同，规范结核诊疗管理

全省多个地市各级定点医疗机构及乡镇卫生院等基层医疗卫生机构，依托医院门诊大厅、候诊区、住院部走廊等重点区域，构建“全方位、多维度”的宣传阵地，利用电子屏滚动播放科普短视频，醒目位置悬挂“全面行动 全力投入 全民参与 终结结核”等主题横幅，摆放宣传展板，张贴科普海报，在门诊大厅设立宣传咨询台，耐心为就诊患者及家属解答结核病相关疑问，重点讲解结核病的常见症状、传播途径、高危人群、预防措施及国家免费诊疗政策，纠正群众“结核病不可治愈”“传染性极强无法防范”等认知误区，引导群众树立“早发现、早诊断、早治疗”的科学理念，并指导规范用药与复杂病例管理，为耐药结核等疑难病例提供精准诊疗方案，同步解读国家免费诊疗政策，进一步强化规范治疗与全程管理意识，让患者及家属在就医全过程中随时随地接受健康宣教，营造“人人关注结核防治、人人参与结核防控”的浓厚氛围，进一步强化了医院结核病防控哨点作用。

4. 进企业：健康宣教进企业，结核防控不松懈

为切实提升企业职工结核病防治知识知晓率和自我防护能力，筑牢企业职业健康防护线，各地市积极开展开展“全面行动 全力投入 全民参与 终结结核”主题结核病知识宣传进企业活动，将健康科普服务送到职工身边。企业人员密集、流动性大，部分工作区域通风条件有限，是结核病等呼吸道传染病防控的重点场所，而职工因工作节奏快、健康知识获

取渠道有限，对结核病防治知识的了解较为薄弱。针对这一特点，廊坊市宣传团队提前与企业沟通对接，结合企业生产实际，制定了贴合职工需求的个性化宣传方案，确保宣传活动既不影响企业正常生产，又能达到良好的科普效果。活动现场，宣传人员通过设立咨询台、摆放宣传展板、发放科普资料、开展专题讲座、组织有奖问答等形式，向企业职工普及结核病防治核心知识。专题讲座中，疾控专家结合典型案例，详细讲解了结核病的定义、传播途径、典型症状。同时解读了结核病治疗“早期、联合、适量、规律、全程”的十字方针，以及国家相关免费检查、医疗保障等帮扶政策，消除职工对结核病“治不好、会传染就隔离”的恐惧和误解。

5. 进家庭：暖心走访进家庭，规范防治护安康

为全面提升全民结核病防治素养，引导公众强化健康意识，各地市（市、区）疾控中心联合定点医院，组织专业人员开展结核病患者家庭入户走访活动。工作人员为患者及家属送上慰问品与宣传资料，详细了解治疗进展与生活需求，提供个性化康复指导与心理疏导，鼓励患者坚定信心、积极配合治疗。同时，向家属普及结核病家庭防护知识，指导科学防控，有效降低家庭内传播风险。各县（市、区）还依托基层医疗卫生机构，联合社区志愿者同步开展入户宣传，进一步扩大健康教育覆盖面与影响力。通过全方位、多层次的服务模式，切实提升了患者及家属的结核病防治认知和自我防护能力。

三、活动汇总

今年全省世界防治结核病日宣传活动共覆盖人群 2670 万人，参加人员约 6 万人次，出动宣传车 1996 辆次；悬挂横幅 3500 条，摆放展牌 2334 块，发放宣传单 112.4 万张、海报 4.6 万多张、宣传品实物 26 万多个，咨询 23.5 万人，义诊 7.6 多万人；电视播放 1729 次，电台广播 331 次，发送短信约 35.6 万条，报刊发表文章 195 篇；骑行活动 39 次，亮灯 595 处，电子屏播放约 7209 个；进学校 2999 所、集市 731 个、工地 135 个；在公众号发表文章 915 篇、点击 29 万多次，线上有奖答题 34 次、3 万多人参与，线上讲座 183 次；微信制作 18108 条、转发 37561 条，抖音制作 209 篇、转发 14004 条，美篇制作 276 篇、转发 23860 条。

2026 年“3·24 世界防治结核病日”宣传活动虽已落下帷幕，但终结结核的征程永不止步。今年通过“政府主导、部门协同、社会参与”的多元共治模式，开展了系列宣传活动，形成了“线上+线下”深度融合、“传统+新兴”互补联动的立体化传播新格局，并创新引入 AI 科普、冠军代言及 IP 形象，实现了宣传形式与传播效能的双重突破，并深入推进“五进”活动，进一步扩大宣传面。我们将继续探索科学化、精准化科普路径，凝聚更广泛的社会力量，用实干筑牢防线，用担当诠释初心，向着终结结核的美好未来奋勇前进！

河北省疾病预防控制中心

2025年4月9日

附件

河北省“世界防治结核病日”主题宣传活动情况统计表

覆盖人群 (万)	参加人员 (人次)	宣传车 (辆次)	横幅 (条)	展牌 (块)	宣传单 (张)	海报 (张)	宣传品实 物(个)	宣传栏 (块)	电视 播放 (次)	电台 广播 (次)	报刊 文章(篇)	发送 短信 (条)	咨询 (人)
2970	59818	1996	3500	2334	1123984	46515	263221	2856	1729	331	195	355966	235295
义诊 (人)	骑行 (次)	亮灯 (处)	电子屏 (个)	学校 (所)	集市 (个)	工地 (个)	互联网						其他
							公众号 文章/点 击次数	线上答 题次数/ 参加 人数	线上 讲座 (次)	微信 制作/转发 条数	抖音 制作/转发 条数	美篇 制作/转发 条数	
76706	39	595	7209	3001	731	135	915/29133 3	34/31340	183	18108/37561	209/14004	276/23860	