

《药品创意科普创作指南》正式发布——

别再把药学科普写成“说明书”

□ 科普时报记者 史 诗

中暑了喝藿香正气水管用吗？儿童用药该注意哪些问题？饭前饭后吃药有什么讲究……大大小小的用药问题，时常困扰不少人。

5月30日，在第四届未来药房发展大会上，科普时报社联合中国非处方药物协会自我药疗教育和科普专业委员会发布《投身创意科普，共筑健康中国——致广大药师的倡议书》（以下简称“《倡议》”），同步推出《药品创意科普创作指南》（以下简称“《指南》”），为药学科普的规范化发展树立标杆。

传统药学科普多是说教式的知识讲解，照搬药品说明书，内容枯燥、晦涩难懂。大众日常用药，常常会遇到看不懂、记不住、容易误服、重复用药等各类问题。药品创意科普，是指围绕OTC（非处方药）及常见病药品安全使用、合理认知、行为引导以及患者友好体验所开展的公众传播活动。

《指南》将科普形式划分为图文结合的短文、短视频、轻干预科普三大类别。例如，用颜色区分服药时间、用星期排序减少漏服、用大字体助力老年阅读、用儿童防误服结构降低风险、用图标代替复杂文字、用易开启包装减少操作困难等。

《指南》明确，药品创意科普的首要逻辑不是“我想讲什么”，而是“公众真正需要什么”。

公众最关心的往往不是药理机制，而是“能不能一起吃、多久见效、儿童老人能不能吃、漏吃怎么办、会不会伤胃、会不会重复用药”等务实问题。

在具体创作规范上，《指南》给出了参考标准。图文科普摒弃生硬的专业术语，采用“问题切入+通俗解读+实操建议”的结构，聚焦百姓最关心的用药问题；短视频科普贴合大众观看习惯，前3秒直击痛点，兼顾老人、特殊人群的观看体验，同时规范AI科普创作，坚守真实专业的创作底线。轻干预科普则通过适老化包装、色彩标识、图标简化、数字交互、用药提醒等贴心设计，从源头减少用药失误，用温和巧妙的方式，助力大众轻松规避用药风险。

对医药行业而言，《倡议》和《指南》打破了传统药学科普只传播知识的单一模式，构建了知识传播、视觉呈现、行为引导三位一体的全新科普体系。这不仅为广大药师搭建了优质的科普成长平台，也推动药房行业跳出单纯售药的传统模式，向专业化、服务化的健康服务



中国非处方药物协会自我药疗教育和科普专业委员会供图

方向升级。

对普通民众来说，场景化、通俗化、实用性的创意科普，能轻松化解大众的用药认知盲区，针对性解决老人、儿童、残障群体的用药难题，有效减少漏服、误服、重复用药等安全隐患。

药房蝶变，健康随行

□ 尹传红



上周，我在成都参加第四届未来药房发展大会，其间观摩了药师科普讲解赛、合理用药指导情景模拟赛、学术科普海报竞赛，还有一场患者教育和科普干预座谈会。在大会的启动仪式上，科普时报社联合中国非处方药物协会自我药疗教育和科普专业委员会，共同发布了《投身创意科普，共筑健康中国——致广大药师的倡议书》，并同步推出《药品创意科普创作指南》。一番体验下来，我隐约觉得，药学科普似乎已从枯燥的“说明书式”说教，悄悄转向另一种更生动的“助推式”服务。

主场上讨论热烈，但另一个话题同样值得关注：遍布街巷的零售药店，其角色正在发生深刻变革。就在大会的一场座谈会上，老百姓大药房集团分享了其打造“健康驿站”的实践探索。这并非传统意义上的药店，而是集药品供应、基础健康监测、慢病管理、健康宣教、药学服务于一体的社区健康枢纽。驿站为进店居民建立动态健康档案，执业药师和健康管理

师据此提供从用药指导、定期随访到生活方式干预的全周期服务。其目标，正是让药店从“交易场所”升级为居民的“健康伙伴”，真正成为社区里的“健康守门人”。

这一转型的背后，是我国用药安全形势的日益严峻。大会发布的数据显示，2025年65岁以上老年患者药品不良反应报告占比已高达35.0%。随着创新药的广泛应用，复杂的院外用药场景正成为新的风险点。传统的院内药学服务鞭长莫及，恰恰需要遍布城乡的药店和药师更多地站出来，当好基层用药安全的“守门人”。

那么，药师该如何扛起这份责任呢？中国药科大学国家执业药师发展研究中心原副主任康震给出了清晰的答案：药师科普不能只是知识的单向传递，更要聚焦于“合理用药教育”和“多重用药管理”。针对老年人多病共存、日均服药种类繁多的痛点，他倡导建立“用药护照—用药重整—有效沟通”的闭环方案，通过专业的处方精简，为患者化解“多药危机”。换句话说，未来的药师需要从柜台后的“售货员”，转变为能提供个性化用药解决方案的“健

康管理者”。

如果说康震强调的是专业深度，那么中国非处方药物协会专家委员会秘书长张文虎所倡导的“大众用药轻干预”理念，则体现了服务温度。他介绍，针对老年群体超过六成的用药不依从率，一些药企已推出新颖的适老化包装设计：用颜色区分药物、用图标替代文字、设计易开启瓶盖，甚至联合药店落地“一个适老服务角、一份用药日历卡”等“五个一”行动。这些看似微小的创新，通过调动人的视觉和触觉，巧妙地引导了正确的用药行为，从源头上减少了误服和漏服的风险。

从《药品创意科普创作指南》的发布，到“健康驿站”的相继落地，再到“轻干预”理念的渐受关注，不难看出，药品零售行业的核心价值，正在完成从“药品”到“人”的回归。无论是创意科普，还是药房转型，其共同的落脚点，都是通过更专业、更温暖、更智慧的方式，帮助公众实现从“被动治病”向“主动健康”的跨越。当药店真正化作百姓家门口那座“不打烊”的健康灯塔，“健康中国”的根脉便更深地扎进了日常。