

中图分类号: R95 文献标志码: A 文章编号: 1006-4931(2026)09-0006-04
doi:10.3969/j.issn.1006-4931.2026.09.002



药学科普受众群体需求现状调查与分析*

杨 晗,王 瑜,何璐璐,国梦然,杨 薇,占 美[△]

(四川大学华西医院,四川 成都 610041)

摘要:目的 了解不同受众群体对药学科普的需求现状与存在的问题,提高公众的合理用药水平和健康素养。方法 采用整体抽样法对我国不同年龄层次、不同职业领域人群进行抽样调查,于2024年9月23日至10月24日通过问卷星平台发放并回收调查问卷,了解公众对药学科普的需求及存在的问题。结果 共发放377份调查问卷,有效回收371份,有效回收率为98.41%。受访者年龄以31~45岁(43.40%)为主,学历以大学专科/大学本科(66.04%)为主,职业以上班族(58.49%)为主。公众对药学科普的整体关注度(93.80%)较高,主要由于感兴趣内容(76.82%)和自身或家人患病(67.65%)而关注,对科普内容的需求主要集中于家庭安全用药常识(82.21%)、常见疾病的用药指导(73.58%)、急救用药知识(63.61%)等,最喜爱的科普形式为短视频(66.31%),获取信息渠道主要为社交媒体(70.35%)和移动应用(52.56%),获取药学科普频率较规律(每周或每月)的占45.01%,大部分受访者(59.57%)总体满意度较高,但存在形式单一、缺乏针对性等问题。结论 公众对药学科普的需求呈多元化,应根据受众差异优化内容、拓展渠道、创新形式,提高质量,以提升公众健康素养。

关键词:药学科普;受众群体需求;合理用药;健康素养

Investigation and Analysis on the Audience Needs for Pharmaceutical Science Popularization

YANG Han, WANG Yu, HE Lulu, GUO Mengran, YANG Wei, ZHAN Mei[△]

(West China Hospital, Sichuan University, Chengdu, Sichuan 610041, China)

Abstract: Objective To understand the current needs of different audiences for pharmaceutical science popularization and the existing problems, and to improve the public's level of rational drug use and health literacy. **Methods** The overall sampling method was used to conduct a sampling survey on different age groups and occupational fields in China. From September 23, 2024 to October 24, 2024, the survey questionnaire was distributed and collected through the Wenjuanxing platform to understand the public's needs for pharmaceutical science popularization and the existing problems. **Results** A total of 377 survey questionnaires

*基金项目:四川省科普培训项目[2024JDKP0189]。

第一作者:杨晗,女,大学本科,药师,研究方向为医院药学,(电子信箱)469793062@qq.com。

[△]通信作者:占美,女,硕士,副主任药师,研究方向为临床药学,(电子信箱)mandyzhanmei@163.com。



excellence - regulatory - science - and - innovation - cersis.

[11] University of California, San Francisco. Postdoctoral Fellowship in Regulatory Science [EB/OL]. (2022-03-24) [2025-09-23]. <https://pharm.ucsf.edu/cersi/education/postdoctoral-fellowship-regulatory-science>.

[12] 乔佳慧,吴迪,韦彦伊,等. 美国FDA药品监管科学合作模式[J]. 沈阳药科大学学报, 2023, 40(11): 1523-1529.

[13] U. S. Food and Drug Administration. Patient Engagement Collaborative [EB/OL]. (2025-09-02) [2025-09-23]. <https://www.fda.gov/patients/learn-about-fda-patient-engagement/patient-engagement-collaborative>.

[14] U. S. Food and Drug Administration. Consortium, Networks Dedicated to Improving Treatments for Neonates [EB/OL]. (2021-05-18) [2025-09-23]. <https://www.fda.gov/media/114716/download>.

[15] 毛振宾,张雅娟,林尚雄. 中国特色监管科学的理论创新与学科构建[J]. 中国食品药品监管, 2020(9): 4-15.

[16] ADAMO JE, WILHELM EE, STEELE SJ. Advancing a Vision for Regulatory Science Training[J]. Clinical and Translational Science, 2015, 8(5): 615-618.

[17] U. S. Food and Drug Administration. FDA Fiscal Year 2026

Justification of Estimates for Appropriations Committees [EB/OL]. (2021-05-18) [2025-09-23]. <https://www.fda.gov/media/128777/download>.

[18] U. S. Food and Drug Administration. Drug Development Tools [EB/OL]. (2020-09-30) [2025-11-07]. <https://www.fda.gov/drugs/development-approval-process-drugs/drug-development-tools-ddts>.

[19] U. S. Food and Drug Administration. CDER Clearance of FDA-Related Articles, Speeches, and Other Publications (MAPP4510.2Rev.) [EB/OL]. (2020-09-18) [2025-11-07]. <https://www.fda.gov/media/72538/download>.

[20] 赵军宁,王军志,李波,等. 中国药品监管的科学化进程与监管科学发展[J]. 中国科学:生命科学, 2024, 54(3): 507-524.

[21] 赵培培,毛振宾. 监管科学背景下的药品管理战略研究[J]. 药学研究, 2024, 43(8): 764-768.

[22] 郭玲. 我国专职药品检查员职业发展体系建设情况分析[J]. 中国药业, 2025, 34(16): 22-27.

[23] 王翔宇. 我国药品监管国际化的现状与思考[J]. 中国医药导刊, 2025, 27(6): 539-542.

(收稿日期:2025-09-25;修回日期:2025-10-29)

were distributed, and 371 were effectively collected, with an effective recovery rate of 98.41%. The respondents were mainly aged 31 - 45 years old (43.40%), their educational backgrounds were mainly college diploma / bachelor's degree (66.04%), and their occupations were mainly office workers (58.49%). The public had a high level of attention to pharmaceutical science popularization (93.80%), mainly due to their interest in the content (76.82%) and their own or their family's illness (67.65%). Their needs for science popularization content mainly focused on common knowledge of home safe medication (82.21%), medication guidance for common diseases (73.58%), emergency medication knowledge (63.61%), etc. The most popular form of science popularization was short videos (66.31%), and the main channels for obtaining information were social media (70.35%) and mobile applications (52.56%). About 45.01% of respondents had a regular frequency of obtaining pharmaceutical science popularization (weekly or monthly), and most respondents (59.57%) had high overall satisfaction, but there were some problems such as the single form and lack of pertinence. **Conclusion** The public has diversified needs for pharmaceutical science popularization, and it is recommended to optimize content, expand channels, innovate forms, and improve quality based on audience differences to enhance public health literacy.

Key words: pharmaceutical science popularization; audience needs; rational drug use; health literacy

近年来,国家陆续出台多项政策与规划,为药学科普工作提供了有力支撑。2024年,国家卫生健康委员会联合国家中医药局综合司、国家疾控局相关部门印发《全民健康素养提升三年行动方案(2024—2027年)》,进一步明确了药学科普的工作方向和任务,鼓励医疗机构、药学专业人员及社会各方力量共同参与,持续推动药学科普的发展^[1-2]。但不同群体对药学科普的内容需求不同^[3-4],通过分析受众群体关注的科普内容,实现科普知识的精准传递。同时,在科普创作中充分考虑受众群体的教育程度、文化背景等差异,也能让科普内容更易被理解和接受,进一步扩大传播覆盖面。为此,本研究中深入调查了公众对药学科普的需求,分析不同年龄、职业群体对药学科普的需求特点,以期制订更贴合公众实际需求的药学科普策略,切实提高药学科普实效与公众健康素养。现报道如下。

1 资料与方法

通过整体抽样法,以国内不同年龄、不同职业人群为调查对象,于2024年9月23日至10月24日通过问卷星平台发放调查问卷。问卷内容包括但不限于公众获取药学科普的主要渠道、对不同类型药学科普内容的兴趣程度、期望的药学科普形式,以及对药学科普的满意度评价等。邀请药学专家、科普工作者共同参与审核问卷内容,以进一步优化和调整问卷。正式发放调查问卷后,设置严格的质量控制措施,如限制同一设备多次填写,剔除无效问卷,保证数据的真实性和可靠性。共发放调查问卷377份,有效回收371份,有效回收率为98.41%。采用SPSS 26.0统计学软件分析有效问卷,其Cronbach's α 系数为0.789(>0.7表明量表或问卷内部一致性良好),KMO值为0.840(>0.6表明数据可行),信度和效度均符合要求,适合进一步分析。

2 结果

2.1 受访者基本信息

受访者年龄以31~45岁(43.40%)为主,其次为18~30岁(30.73%),46~60岁(12.4%)和>60岁(12.67%)的受访者占比均较低;学历以大学专科/大

学本科(66.04%)为主,其次为高中/中专(15.90%),初中及以下(9.44%)和硕士研究生及以上(8.63%)的占比均较低;职业以上班族(58.49%)为主,其次为退休人员(15.90%)和自由职业者(14.56%),其他职业(5.66%)和学生(5.39%)的占比均较低。详见表1。

表1 受访者基本信息(n=371)

Tab. 1 Basic information of respondents (n = 371)

项目	人数(名)	占比(%)	项目	人数(名)	占比(%)
年龄 <18岁	3	0.81	大学专科/大学本科	245	66.04
18~30岁	114	30.73	硕士研究生及以上	32	8.63
31~45岁	161	43.40	职业 学生	20	5.39
46~60岁	46	12.40	上班族	217	58.49
>60岁	47	12.67	自由职业者	54	14.56
学历 小学及以下	4	1.08	退休人员	59	15.90
初中	31	8.36	其他	21	5.66
高中/中专	59	15.90			

2.2 对药学科普的关注度

受访者对药学科普的整体关注度(整体关注度=非常关注+比较关注+一般关注)较高(93.80%),详见图1。促使公众主动关注药学科普的主要原因为“感兴趣内容”(76.82%)及“自身或家人患病”(67.65%)。详见图2。

2.3 公众对药学科普的需求

需求现状与形式:公众对药学科普内容的需求主要集中在与日常生活密切相关的用药知识上,如家庭安全用药常识(82.21%)、常见疾病的用药指导(73.58%)、急救用药知识(63.61%)等。详见图3。短视频(66.31%)则是最受公众喜爱的药学科普形式,其次

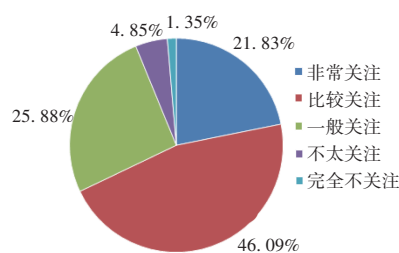


图1 公众对药学科普的关注度(n=371)

Fig. 1 The level of public's attention to pharmaceutical science popularization (n = 371)

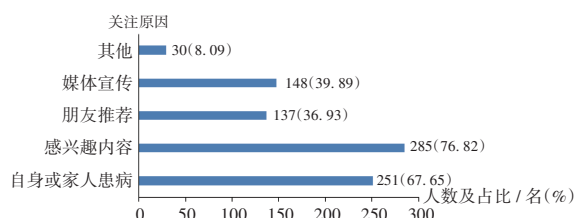


图2 公众关注药学科普的原因 (n = 371)

Fig. 2 Reasons for public attention to pharmaceutical science popularization (n = 371)

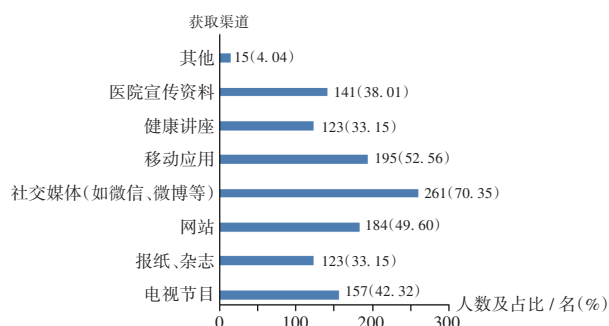


图6 公众获取药学科普信息的渠道 (n = 371)

Fig. 6 Channels for the public to obtain pharmaceutical science popularization information (n = 371)

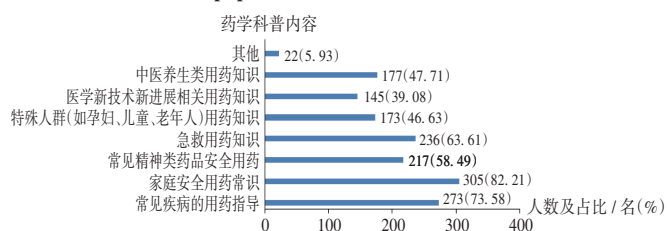


图3 公众希望了解的药学科普内容 (n = 371)

Fig. 3 The pharmaceutical science popularization content that the public wants to know (n = 371)

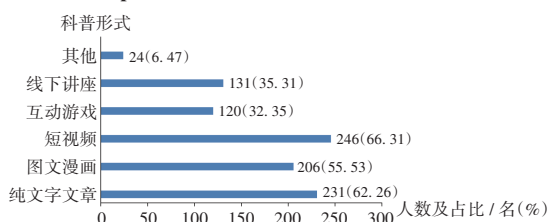


图4 公众喜爱的药学科普形式 (n = 371)

Fig. 4 Popular forms of pharmaceutical science popularization among the public (n = 371)

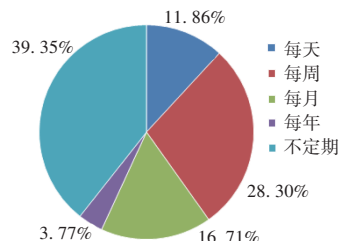


图5 公众获取药学科普信息的频率 (n = 371)

Fig. 5 The frequency of public access to pharmaceutical science popularization information (n = 371)

是纯文字文章和图文漫画,而线下讲座、互动游戏和其他形式的受欢迎程度均较低。详见图4。

获取药学科普的频率:39.35%的受访者不定期获取药学科普信息,45.01%的受访者获取频率(每周或每月)较规律,而每天获取药学科普信息的仅11.86%。详见图5。

获取渠道:社交媒体(70.35%)和移动应用(52.56%)在药学科普信息传播中占据了重要地位,而传统媒体(如报纸、杂志)的影响力相对较小。同时,医院宣传资料和健康讲座也有一定的受众群体。详见图6。

2.4 公众对药学科普的满意度与存在的问题

满意度:大部分受访者(59.57%)对药学科普持正

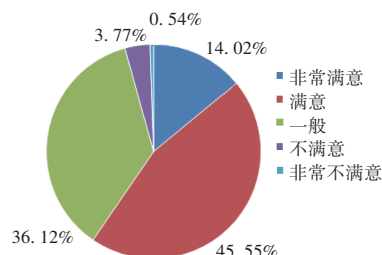


图7 公众对药学科普的满意度 (n = 371)

Fig. 7 Public's satisfaction with pharmaceutical science popularization (n = 371)

面态度,认为满意或非常满意;但仍有少部分受访者(4.31%)对药学科普不满意或非常不满意。详见图7。

存在的问题:药学科普存在的主要问题包括形式单一(206名,55.53%),缺乏针对性(204名,54.99%),传播渠道有限(172名,46.36%),内容不准确(159名,42.86%),其他(21名,5.66%)。这些问题可能影响药学科普的效果和可信度,需在未来的药学科普工作中进一步完善。

3 讨论

3.1 药学科普对于提升公众健康素养的作用与意义

做好药学科普,既能引导公众科学合理用药,也能提升全民健康素养。普及科学的用药知识,能帮助公众树立正确的用药理念,学会规范用药,识别药品不良反应(ADR),照顾老人、儿童等特殊人群用药,养成安全用药的习惯,进而减少ADR发生风险^[5]。此外,药学科普也能提高公众自我健康管理能力,帮助公众树立理性的就医和用药意识,在面对健康问题时做出合适的选择,减少盲目就医、不合理用药等情况。

3.2 不同年龄、职业人群对药学科普的关注度

本调查结果显示,不同年龄和职业人群的药学科普需求存在明显差异,上班族作为用药需求最迫切、健康管理意识较强的群体,其关注度与需求将成为药学科普选题的核心方向;而老年、低学历群体虽占比不高,但属于ADR高风险人群,仍需针对性设计适配其认知水平的科普内容。本调查结果显示,大部分公众会主动关注药学科普,表明当前药学科普的社会认可度较高,具有良

好的推广基础。因此,未来药学科普工作应针对中青年上班族聚焦日常用药刚需,针对老人等特殊人群强化适配性内容^[6];同时优化传播形式,以提升中等关注群体的参与度,媒体宣传方面可结合时下热点聚焦公众感兴趣的话题^[7],从而有效提升全民合理用药水平与健康素养。

3.3 公众对药学科普的需求

本调查结果显示,公众对药学科普内容的需求主要是与日常生活息息相关的实用性用药知识,其中家庭安全用药常识关注度最高,其次是常见疾病的用药指导,充分反映出公众对实用知识的迫切需求;同时,公众对急救用药知识、常见精神类药品安全用药、特殊人群用药知识的关注较高,体现其对高风险、高敏感用药场景的高度重视。未来药学科普工作需以日常用药安全为核心,深耕急救、特殊人群、精神类药品等重点场景,兼顾多元需求,精准匹配公众需求,切实提升全民合理用药水平与健康素养。

3.4 优化药学科普的传播渠道与形式

本调查结果显示,59.57%的公众对当前药学科普内容表示认可,但仍有36.12%的公众持中立态度,核心问题主要为形式单一、缺乏针对性、传播渠道有限等,表明现有科普虽能满足基础需求,却无法匹配公众对高质量、个性化科普的期待。随着新媒体的迅速发展,社交媒体和移动应用已成为公众获取药学科普信息的主要渠道,在其传播速度快、范围广、互动性强的优势下,能满足公众对医学知识及时性和便捷性的需求^[8-11]。因此,药学科普工作应重点加强在新媒体平台的推广,创作适合新媒体传播的形式和内容,如短视频^[12]、图文并茂的科普文章,以此吸引公众的关注。同时,鉴于传统渠道如电视节目、报纸、杂志和健康讲座仍有一定受众,可针对不同渠道的特点优化内容。如电视节目可制作深度系列专题^[13],报纸、杂志推出药学科普专栏,健康讲座注重现场互动和案例分析,以满足特定受众的需求。在科普形式上,针对公众偏好直观、生动、简洁的内容,科普工作者应充分利用视频动画、实景演示等形式提升短视频的趣味性和通俗性^[14-16]。但对于复杂药学知识,深度的文字解读和图片示意也同样重要^[17-18]。针对特定人群和主题,线下讲座、互动游戏等形式可作为补充^[19],以增强公众的参与感和学习效果。在内容审核方面,应鼓励专业药学人员积极参与,同时建立完善的科普内容审核机制^[20-21],对传播的科普知识严格把关,确保科普内容的科学性与准确性。

参考文献

[1] 国家卫生健康委办公厅,国家中医药局综合司,国家疾控局综合司. 关于开展全民健康素养提升三年行动(2024-2027年)的通知[A/OL]. (2024-05-29)[2024-12-11]. https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/202406/content_6955867.htm.

[2] 杨 晗,郭 毅,高洋洋,等. 医院药师参与药学科普工作的现状及其发展路径探讨[J]. 中国药业,2024,33(14):1-5.

[3] 魏嘉欣,程 菲,范 霖,等.“互联网+”时代医学生医学科普工作现状分析及策略研究[J]. 卫生职业教育,2023,41(22):16-19.

[4] 赵 丹. 健康传播视域下“四川大学华西医院”抖音号内容呈现研究[D]. 西安:西安工业大学,2023.

[5] 辛雅雯,王亚峰. 某院全程化药学服务转型体系的构建及实践[J]. 现代医药卫生,2022,38(18):3226-3228.

[6] 邹 海,刘 洋,莫少波,等. 多学科交叉赋能专病科普的路径探索[J]. 中国传媒科技,2024(7):116-119.

[7] 王 越. 医生自媒体科普短视频的内容生产与传播策略研究[D]. 杭州:浙江传媒学院,2024.

[8] 侯潇宇,郑保章. 医学科普短视频的科学传播实践分析:以抖音短视频平台为例[J]. 记者摇篮,2024(6):54-56.

[9] 周孟楠. 医学类科普短视频的传播策略研究[D]. 成都:成都大学,2024.

[10] 刘 彦. 论抖音号“健康成都官方平台”健康传播策略[J]. 新闻传播,2024(19):55-57.

[11] 杨 雅. 医学期刊健康科普短视频传播的优势和策略[J]. 新闻研究导刊,2024,15(8):247-250.

[12] 李小继,海水燕,宋建艳,等. 短视频在药学科普服务工作中的应用实践[J]. 天津科技,2024,51(8):96-99.

[13] 张一凡. CCTV《健康之路》节目健康科普叙事研究(2020-2022)[D]. 郑州:河南工业大学,2024.

[14] 刘新艳. 新媒体视域下动画视频优化医学期刊健康科普的策略[J]. 传播与版权,2024(22):44-53.

[15] 张 蕾,郭荣慧. 医学科普动画中的疾病多模态隐喻表征研究[J]. 语言学研究,2024(1):104-118.

[16] 李瑞华,付晓静. 社会支持视角下健康科普图书短视频的创新路径:以抖音平台为例[J]. 科技与出版,2024(6):108-115.

[17] 韩敬霖. 浅述如何策划高质量的医学科普图书[J]. 新闻传播,2024(11):82-84.


[18] 刘继娟. 医学科普图书成功出版的三大要素[J]. 文化产业,2024(16):50-52.

[19] 邹 海,陈臻瑶,贺西滢,等. 社区开展重症医学知识科普创新模式的探讨与实践[J]. 中国全科医学,2024,27(24):3051-3056.

[20] 辛 莉,邱凯锋. 新媒体时代下医院药师药学科普传播能力提升[J]. 今日药学,2020,30(9):641-643.

[21] 彭松林,胡晓宇,卢 岩. 公立医院医学科普能力建设和评价的现状与思考[J]. 现代医院管理,2024,22(2):12-15.

(收稿日期:2024-12-11;修回日期:2025-10-29)

 药房定制专家

苏州英特吉医疗设备有限公司

电话:+86 512-88963095 网址:www.int-g.cn

荣誉协办