



新聞稿

如欲垂詢，歡迎聯絡：

Keres Lee, 香港益普索

電話: +852 9378 7974 , 電郵: Keres.Lee@ipsos.com

香港人自行服用成藥已成慣常習慣

由於港人生活繁忙，愈來愈多人認為使用非醫生處方藥物(俗稱成藥)是治療小毛病的最佳方法。隨著成藥資訊的發達及藥房的普及，消費者更放心使用成藥為自己治療。其中藥房的普及、大眾健康意識的提高及免卻求醫的麻煩為三大因素。而成藥的使用量近年亦持續上升。

最熱門的成藥

根據益普索 (Ipsos) Media Atlas — 香港最知名的綜合媒體問卷調查，2017 第一季數據顯示三大港人最常使用成藥治療的健康問題包括**傷風感冒、咳嗽喉嚨痛及頭痛**。超過一半港人表示於過去 12 個月內曾經購買成藥治療以上三項的其中一項健康問題。

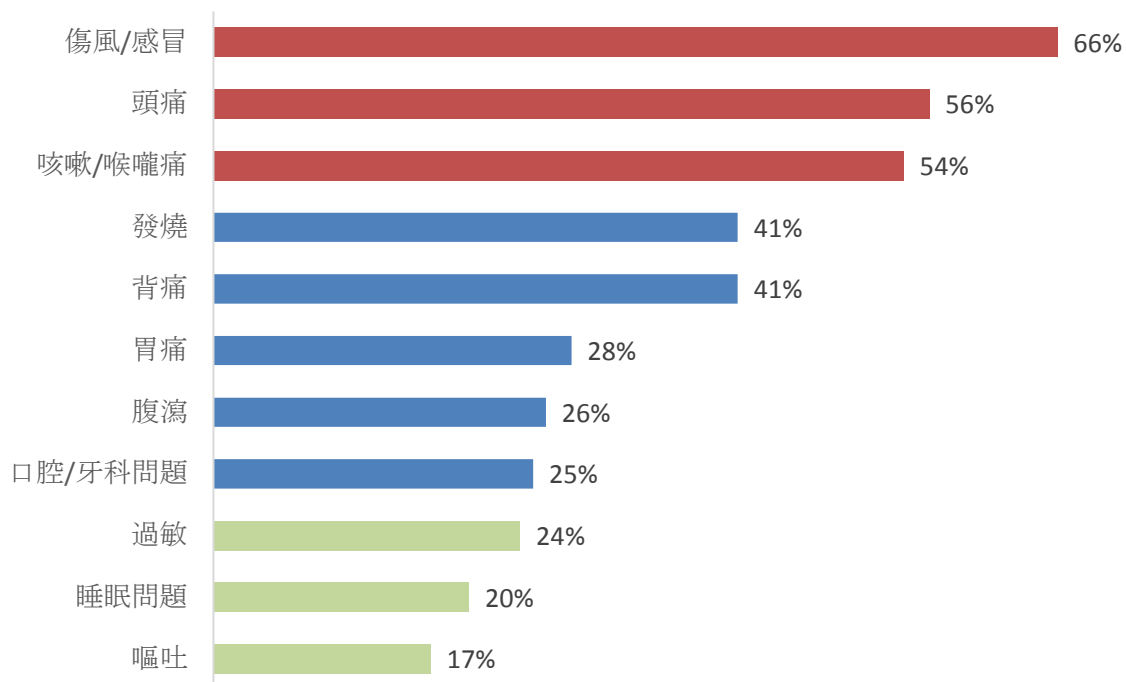
林安慶 — 益普索香港 Healthcare 董事 指出「以上三種狀況通常是急性的，而且病徵容易分辨，使人們選擇自行服用藥物治療。此外，著名的成藥品牌如『必理痛』和『幸福醫藥』多年來大量的宣傳增加了大眾對成藥的關注和購買意欲。」

相對地，香港人較少因**睡眠問題、過敏、口腔及牙科問題**購買成藥，因為市面上較少成藥能夠醫治這類較嚴重的症狀。

然而，研究顯示接近 9%受訪者**每月最少購買一次**成藥治療睡眠問題；6.7 %甚至**每月購買兩次或以上**。由此可見，香港人的睡眠障礙問題日益普遍。

同時，12.2% 受訪者每月最少購買一次成藥醫治背痛或肌肉疼痛。林董事指出：「典型的健康問題如壓力和焦慮，皆因缺乏運動的生活模式所致。」即 5.7%香港消費者指出每月最少購買一次成藥醫治睡眠問題和背痛或肌肉疼痛兩者也不足為奇。

過去12個月購買成藥的人

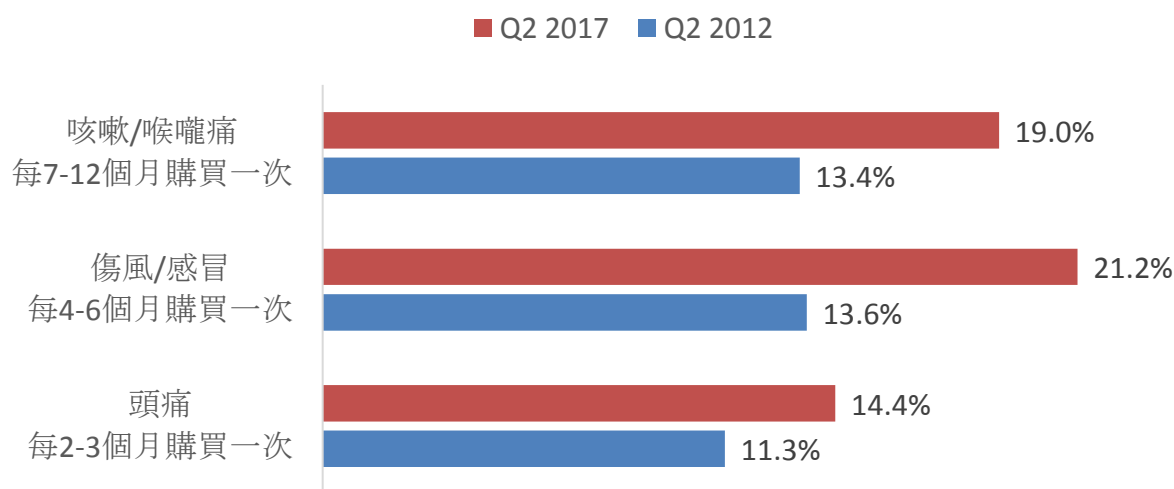


成藥使用量上升

香港成藥的使用量增長迅速。五年間，每年最少購買一次成藥的消費者由 61% 增至 75%。

除了成藥消費者人數正在增長外，每位消費者的購買次數亦同樣上升。過去五年，更多成藥消費者會每兩至三個月購買頭痛藥、每四至六個月購買傷風感冒藥及每七至十二個月購買咳嗽及喉嚨痛藥。勞動人口(年齡由 25 至 44 歲)是主要的買家，當中包括自用、給子女及長者使用。

非醫生處方藥物購買次數的演變



最重要的是，由 2012 年至 2017 年間，每位消費者購買的成藥平均種類由 2 種增至 4 種。約 20%受訪者每月都會購買成藥治療最少兩種健康問題，而過半受訪者每六個月購買成藥治療最少兩種健康問題。

林董事總結：「香港人近年愈來愈注重健康。由於健康意識的提高和生活的繁忙，過去五年更多人喜歡購買成藥為自己治療小毛病如頭痛、咳嗽和感冒。預計未來數年，這趨勢將持續上升。

正如世界各地，愈來愈多消費者會積極搜尋資訊和治療方法為自己治病，他們同時高度關注品牌、營銷資訊、治療費用和方便程度。購買途徑和便利程度是令產品成功的主要因素，因為人們會選擇首先想起、容易購買的和具不同選擇的產品。

完

關於益普索 Media Atlas

第十二年度益普索Media Atlas 香港調查全面覆蓋整個社會，揭示香港消費者對媒體的使用習慣、態度和生活方式。是次調查於2016年4月至2017年3月成功訪問5,074名年齡介乎12-64 歲的香港消費者。

- 透過電腦輔助電話訪問系統(CATI) 了解消費者的媒體及產品使用習慣、生活態度和價值觀。
- 透過網上調查和面對面訪問，了解消費者對不同品牌的意見、產品消費及生活模式。

益普索與香港主要的傳媒集團、媒體專業人士及廣告客戶攜手建立最能切合本地需要的研究。

關於益普索

益普索(Ipsos) 是全球領先的市場研究集團，於1975 年成立於法國巴黎，1999 年在巴黎上市，是全球唯一由研究專業人士擁有並管理的市場研究集團。

益普索(Ipsos) 於2011 年10 月收購思緯(Synovate) ，成為全球第三大國際市場研究公司，目前擁有約16,000 名員工，5,000 多個客戶，每年在全球84 個國家和地區開展超過7 千萬次的訪問、執行100,000 多個項目。

益普索(Ipsos) 亞太區在大中華區、東北亞、東南亞、印度、新西蘭及澳洲等地區設有分公司，擁有超過4,000 名專業人員，並正迅速擴展網絡。

如欲進一步認識益普索，請瀏覽 www.ipsoshk.com。