

# 食藥好文網科普傳播效益分析

郭慕蓉<sup>1</sup> 張靖詩<sup>1</sup> 林蘭砒<sup>1</sup> 遲蘭慧<sup>2</sup> 許朝凱<sup>1</sup>

<sup>1</sup>食品藥物管理署企劃及科技管理組 <sup>2</sup>食品藥物管理署品質監管組

## 摘 要

「食藥好文網」運用科普傳播方式，刊登食品安全、用藥安全、醫療器材及化粧品正確使用等科普文章，並輔以生動活潑的文圖，提供民眾最新、最正確的食藥醫粧安全資訊。本研究使用Google 網頁提供之「Google Analytics」網站分析工具，分析「食藥好文網」網站的使用者行為，440篇科普文章(統計至109年12月31日)，文章瀏覽總數為231萬2,151次，平均瀏覽數為5,254.9次。其中網路點擊數最高前20名文章平均瀏覽數為4萬711次，平均網頁停留時間為3分35秒。透過本研究發現民眾對於「食藥好文網」科普文章感興趣並對網站具有黏著度，願意花時間閱讀，其中對藥品類的科普文章最感興趣。食藥署將持續運用「食藥好文網」科普傳播方式，傳遞民眾最新、最正確之食藥醫粧資訊。

**關鍵詞：**食藥好文網、科學傳播、網站效益

## 前 言

隨著資訊時代的來臨，網路文章及謠言的傳播也無遠弗屆，食品藥物管理署(以下簡稱食藥署)為使民眾獲取最正確及實用的生活化知識內容，自105年4月29日起架設「食藥好文網」<sup>(1)</sup>，有別於食藥署官方網站，以政府機關公告、新聞稿、業務內容為主要呈現方式，易顯生硬，欠缺可近性。「食藥好文網」運用科普傳播方式，刊登食品安全、用藥安全、醫療器材及化粧品正確使用等科普文章，並輔以生動活潑的文圖，提供民眾最新、最正確的食藥醫粧安全資訊，期能藉由網路的轉貼及民眾分享，提升消費者對食品、藥物的相關消費認知與自我防護能力。

所謂的科普傳播，不同於傳統的科學教育，科學教育是「從無到有」的知識建立過

程，讓不懂科學的人懂科學；而科普傳播則是一項「知識加值」的過程，讓閱聽人在已有的科學基礎上，知道更多、更新的知識與應用<sup>(2)</sup>。由於科普傳播是知識加值的過程，若想理解這些知識便有一定的門檻。因此，標題生動性、文章生動性、互動性及可信度可影響文章的傳播效果，使讀者更願意參與討論和分享科普文章<sup>(3)</sup>。「食藥好文網」自105年開站以來，秉持著科普傳播的精神，制定傳播的食藥醫粧議題的方向，並由具有新聞背景之作者，專訪具食藥醫粧相關背景之專家學者，完成科普類稿件後再由專家學者審稿，以嚴謹的科普文章撰寫模式，搭配清楚易讀之圖表，提高民眾閱覽之興趣並加以分享提升傳播之效益。本文分析藉由「食藥好文網」網站的使用者行為，以了解科普傳播效益分析，作為後續網站維運方向之依據，並提供衛生領域科普網站傳

播之參考。

材料與方法

本研究使用Google 網頁提供之「Google Analytics」網站分析工具(以下簡稱GA分析)<sup>(4)</sup>，分析「食藥好文網」網站的使用者行為，針對網站內440篇文章進行GA分析(統計至109年12月31日)。GA分析可以辨識使用者是第一次造訪「食藥好文網」的網站，或是重複瀏覽的使用者、瀏覽網站的頻率、回流的頻率，以及各類網站主動參與的程度。

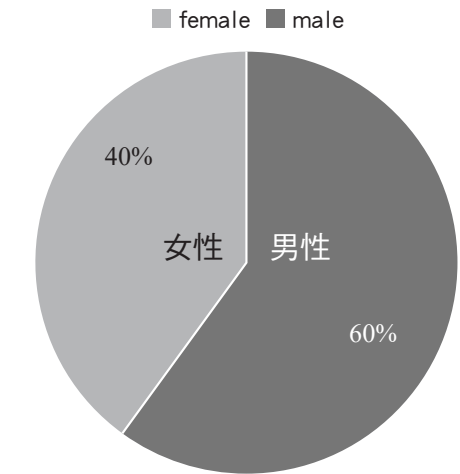
結 果

一、「食藥好文網」使用者行為 (Behavior) 總覽分析

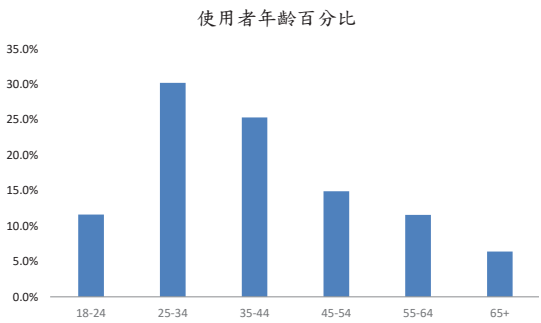
- (一)分析「食藥好文網」網頁瀏覽量(分析結果如圖一)，網頁瀏覽量為165萬9,247人次(其中不重複網頁瀏覽量為145萬2,712人次)，平均網頁停留時間<sup>(5)</sup>為1分47秒。
- (二)分析「食藥好文網」網頁瀏覽量使用者輪廓，網站造訪者年齡以25-34歲最多(30.2%)，其次為35-44歲(25.3%)，性別分布以男性為主(60%)，分析結果如圖二、圖三。

二、「食藥好文網」網路傳播效益分析數

- (一)「食藥好文網」計440篇科普文章(統計至109年12月31日)，文章瀏覽總數為231萬



圖二、「食藥好文網」網頁使用者性別百分比  
備註：統計至109年12月31日



圖三、「食藥好文網」網頁使用者年齡百分比  
備註：統計至109年12月31日

2,151次，平均瀏覽數為5,254.9次。其中網路點擊數最高前20名文章平均瀏覽數為4萬711次(表一)，平均網頁停留時間為3分35秒，相較於Google 網站搜尋排名前10位的平均停留時間為3分10秒<sup>(6)</sup>略高。網



圖一、「食藥好文網」網頁瀏覽量分析  
備註：統計至109年12月31日

表一、食藥好文網文章瀏覽數排名前20統計分析

排名	文章名稱	瀏覽數	平均網頁停留時間
1	想讓香港腳澈底滾出你的人生，跟著這張圖做就對了！	149,936	00:03:34
2	安眠藥這樣吃，有效又不傷身！	132,669	00:05:08
3	常常用眼藥水來「保養」眼睛？母湯哦～正確用法底家！	115,505	00:03:34
4	學校沒教的重要事！事後避孕藥真的有效嗎？	65,550	00:04:13
5	勤磨腳皮，粗厚角質卻繼續增生？可能是香港腳惹禍！	55,424	00:04:42
6	類固醇藥膏能不擦就不擦，真的嗎？	39,031	00:03:48
7	送長輩滴雞精，真能讓他們「補身體」嗎？	34,019	00:04:00
8	食品、藥品能不能一起吃？從魚油、紅麴、銀杏解釋交互作用	21,973	00:04:03
9	高血壓患者注意！葡萄柚汁、止痛藥、綜合感冒藥都別亂吃！	21,641	00:03:20
10	想靠乳清蛋白長肌肉，這3種人才適合！	19,603	00:03:38
11	蔬果一定要配農藥殘留？洗菜三步驟讓農藥 Out！	19,467	00:03:38
12	該給孩子補充益生菌嗎？	19,361	00:02:20
13	全身痠痛狂用貼布，竟然會傷腎？挑對貼布、正確使用，才會有效！	18,496	00:03:12
14	環保餐具怎麼挑？你的觀念正確嗎？！	18,017	00:03:10
15	「食補」混搭抗凝血劑，恐致大出血	15,462	00:03:36
16	醫美術後防曬用品怎麼選？	14,781	00:02:34
17	去頭皮屑洗髮精，真的有效嗎？醫生這樣說	14,636	00:02:45
18	撫平淡化傷痕，疤痕凝膠有用嗎？	13,174	00:03:23
19	遠離塑化劑！環保水壺怎麼挑？	12,797	00:03:31
20	降血糖藥飯前吃？飯後吃？時間錯，效果打折扣！	12,671	00:03:24

備註：統計至109年12月31日

表二、食藥好文網文章瀏覽數排名前20分類統計

分類	篇數	平均瀏覽數	平均網頁停留時間
藥品類	10	62,671.7	00:03:55
食品類	7	20,700.7	00:03:22
化粧品類	2	14,708.5	00:03:04
醫療器材類	1	13,174.0	00:03:23

備註：統計至109年12月31日

頁停留時間越高，也就代表內容品質越吸引瀏覽者，促使瀏覽者願意完整看完網頁文章內容，也就顯示民眾對此類科普文章有高度興趣與網站黏著度。

(二)「食藥好文網」網路點擊數最高前20名

文章分類(如表二)，分別為藥品類10篇、食品類7篇、化粧品類2篇及醫療器材類1篇，平均網頁停留時間以藥品類最久(3分55秒)，顯示民眾對藥品類科普文章最有興趣。

### 三、食藥好文網效益討論

「食藥好文網」網站總點閱率(Click Through Rate，簡稱CTR)為75%，點閱率是指網站獲得的點擊次數除以曝光次數所得的值： $\text{點擊次數} \div \text{曝光次數} = \text{點閱率}^{(5)}$ ，等於每100人進到網站有75人瀏覽文章。CTR通常是用於使用預算投放廣告之後的評價指標，臺灣平均廣告點擊率是0.1%<sup>(7)</sup>，但「食藥好文網」CTR

高達75%，表示進入本網站的瀏覽者，皆帶有知識需求，並於本網站獲取所需，如以Google聯播網關鍵字廣告費用計算，點擊數2,000次需花費2萬7,875元，本網站文章瀏覽總數為231萬2,151次，節省廣告預算3,222萬5,604元。

## 結 論

透過本研究發現民眾對於「食藥好文網」科普文章感興趣並對網站具有黏著度，願意花時間閱讀，其中對藥品類的科普文章最感興趣，係因「食藥好文網」為食藥署設立之官方網站之一，具有公信力，各類文章並標示專訪之醫藥衛生專家學者名稱，保證文章之科學依據，促使民眾、記者在藥品類議題查詢上可信賴本網站文章，並加以報導及轉發。未來可持續針對醫療器材、化粧品二類的議題，增加專家專訪文章、邀稿文章，並調整議題設定及加強文章內容之潤稿，以提升該類科普文章之可近性。

另依據「2019臺灣網路報告」調查結果，使用網路的族群中，81%會透過網路學習，70%使用「網路檢索」學習(8)。因此，「食藥好文網」，除提供民眾正確的食藥醫粧知識，於每篇文章設有有社群分享按鈕，方便民眾即時轉發給親朋好友，善用網路傳播力量，將正確知識即時傳遞。食藥署將持續運用「食藥好

文網」科普傳播方式，傳遞民眾最新、最正確之食藥醫粧資訊。

## 參考文獻

1. 食品藥物管理署。2021。食藥好文網。  
[<http://article-consumer.fda.gov.tw/>]。
2. 蔡孟利。2021。振奮人心的突破又來了？科普傳播如何帶給民眾好觀感？科學月刊，616: 36-37。
3. 黃惠萍、劉臻、智飛。2017。兩岸科普網站特色與傳播效果初探：以《果殼網》和《泛科學網》為例。傳播與社會學刊，39: 93-132。
4. Google。Google Ads 簡介。2021。  
[<https://support.google.com/google-ads/answer/6349091?hl=zh-Hant>]。
5. Google。Google Ads 說明。2021。  
[<https://support.google.com/google-ads/answer/2615875?hl=zh-Hant>]。
6. Shian。2019。如何評估文章品質成效？用GA停留時間、跳出率、來源媒介指標。  
[<https://shian.tw/article/1995>]。
7. 快樂學習程式。2019。CTR 上升？！別急，你確定真的上升了？。[<https://www.happycoding.today/posts/56>]。
8. 財團法人臺灣網路資訊中心。2019臺灣網路報告。[<https://report.twinc.tw/2019/>]。

# “Good Online Articles of Food and Drugs” Website Benefits for Science Communication

MU-JONG KUO<sup>1</sup>, CHING-SHIH CHANG<sup>1</sup>, LAN-CHI LIN<sup>1</sup>,  
LAN-HUI CHIH<sup>2</sup> AND CHAO-KAI HSU<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Division of Planning and Research Development, TFDA

<sup>2</sup>Division of Quality Compliance and Management, TFDA

## ABSTRACT

“Good Online Articles of Food and Drugs” is a website used to publish popular science articles on food safety, medication safety, medical equipment and cosmetics, and supplemented with lively texts and illustrations to provide the public with the latest and most accurate information on food, medicine, medical equipment and cosmetics safety. This study used website analysis tool--Google Analytics--offered by Google to analyze user behaviors on the “Shiyaohaowen.com” website. There was 440 popular science articles (as of December 31, 2020), and the total pageviews of all articles is 2,312,151. The average pageviews per article was 5,254.9. Among them, the average pageviews of the top 20 articles with the highest number of web hits was 40,711, and the users’ average time on webpage was 3 minutes and 35 seconds. Through this research, it is found that people are interested in popular science articles on “Good Online Articles of Food and Drugs”, have a degree of stickiness on the website, and are willing to spend time reading. Among all the articles, users are most interested in popular science articles on medicine. The Food and Drug Administration will continue to use the “Good Online Articles of Food and Drugs” as popular science dissemination method to deliver the latest and most accurate information on food, medicine, medical equipment and cosmetics to the public.

Key words: science communication, website benefits