

# 網上推廣針對香港重點人群的愛滋病自我檢測研究結果

## 背景

衛生署在 2019 年 9 月至 2020 年 6 月期間，進行了一項針對本地男男性接觸者使用網上訂購以口腔液作愛滋病自我檢測和上載結果的可行性研究<sup>1</sup>。鑑於上次研究反應良好，衛生署擴大研究範圍，將本地跨性別女性納入第二階段研究的目標人群，並加強網上推廣。

## 方法

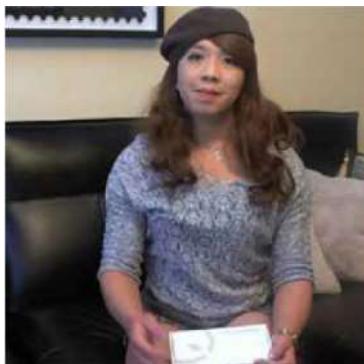
由 2020 年 12 月 28 日至 2021 年 12 月 31 日（一年）期間，衛生署設立了一個網上招募和訂購自我檢測套件的網站<sup>2</sup>。參與者可於該網站訂購以口腔液為樣本 (OraQuick®) 或以血液為樣本(autotest VIH®) 的愛滋病自我檢測套件，兩者均通過了世界衛生組織的資格預審。任何曾經有過口交、陰道性交或肛交，並持有有效本地手機號碼的成年人（18 歲或以上）均符合參與研究資格。雖然這項研究的主要目標是男男性接觸者和跨性別女性，但研究者並不會拒絕異性戀男女去訂購自我檢測套件。

參與者從研究網站訂購測試套件，並不需要提供個人資料。然而，參與者需要填寫一份問卷並選擇一個地方來領取測試套件。參與者通過電子支付方式支付 130 港元的按金，在訂購後 14 天內上傳檢測結果後獲得退款。與第一階段的研究不同之處是，衛生署人員毋須核實檢測結果。檢測呈陽性或有疑問的參加者可留下聯絡電話，由衛生署人員安排確認檢測及輔導。如果發現無效結果，衛生署將提供另一個測試套件，免收運費。



## 推廣

為推廣這項研究，衛生署製作了一系列針對男男性接觸者和跨性別女性的廣告，包括海報和動畫短片。除了常規的衛生署網站和社交媒體平台外，還邀請了九個本地關鍵意見領袖 (KOL) 和七個本地性小眾組織(非 KOL 頻道)在他們的社交媒體頻道 (Facebook、Instagram、YouTube) 上宣傳這項研究。其中七名 KOL 是男男性接觸者，其餘是跨性別人士。總體而言，除三個頻道有兩個推廣週期外，大部分頻道的推廣期為四週。每個頻道都提供了獨立的超連結，並且在整個研究期間記錄了各個推廣帖子/連結的點擊次數。



## 重點結果

- 參與者的特徵:** 研究共有 1,169 人次訂購。剔除訂購多於一次的參與者後，實際招募的參與者人數為 959 人，其中 788 人 (82.2%) 為男男性接觸者，四人 (0.4%) 為跨性別女性。其餘參與者包括異性戀男性 (9.1%)、異性戀女性 (7.6%)、跨性別男性 (0.6%) 和女同性戀者 (0.1%)。大多數 (87.1%) 的男男性接觸參與者年齡介乎 20-39 歲之間，其餘 9.6% 年齡在 40 歲或以上。97.2%的參與者為華裔。所有跨性別女性參與者的年齡介乎 20-39 歲之間，75% 為華裔。
- 研究資訊來源:** 在未參加過第一期愛滋病自我檢測研究的參與者中 (n=724)，其中 363 人 (50.1%) 從網上推廣獲得研究資訊，209 人 (28.9%) 從朋友那裡獲得研究資訊，168 人 (23.2%) 從搜索引擎 (例如 Google 或 Yahoo) 發現研究資訊。

- **推廣頻道:** 研究期間，KOL 和非 KOL 頻道分別產生了 5,466 和 17,577 次點擊。用於網絡廣告的推廣費用（不包括製作費用和收到的酬金）分別為 51,508 元和 46,793 元，兩類頻道都各收到 112 次檢測套件訂購。儘管在 KOL 和非 KOL 頻道中，社交媒體平台記錄的接觸/曝光次數的成本和數量相似，但代表與觀眾的任何互動的參與率在 2 組中存在很大差異。此外還觀察到，通過 KOL 進行推廣的效果在推廣期之後具有「延伸效果」。比較兩組時，KOL 頻道的互動率（21.7%）高於非 KOL（5.2%），因此 KOL 組的單次互動成本較低。然而，在比較實際的研究網站瀏覽次數時，KOL 組的成本大約是非 KOL 組的 4 倍，儘管他們的接觸/曝光總數相似。最後，KOL 組單次訂購的成本僅略高。

推廣成效與成本	KOL	非 KOL
社交媒體上互動率 <sup>^</sup>	21.7%	5.2%
延伸效果(研究期點擊總數/宣傳期點擊數)	127%	104%
單次互動成本	\$0.6	\$2.46
單次網站瀏覽成本(整個研究期)	\$9.42	\$2.66
單次網站瀏覽成本(宣傳期)	\$11.93	\$2.78
單次訂購成本(男男性接觸者)	\$459.9	\$417.8

<sup>^</sup> 互動率的定義為點擊/觀看(互動)次數除以接觸/曝光次數。

- **再次訂購:** 研究期間共訂購了 1,169 個檢測套件，男男性接觸者和跨性別女性訂購的數量分別為 986 個和四個。參與者可以每三個月再次訂購檢測套件。男男性接觸參與者訂購一次、二次、三次、四次檢測套件的比例分別為 79.9%、15.9%、3.8% 和 0.4%。除男男性接觸者外，其他群體在此期間很少重複訂購檢測套件。總體而言，超過一半 (63.9%) 的首次訂購選擇口腔液套件作為檢測。
- **安全套使用率:** 在男男性接觸參與者(n=788)中，87.6%是同性戀，而其餘的是雙性戀或泛性戀。83.9%表示在訂購前三個月內發生過性行為，所有男男性接觸者中與男性發生性行為時持續使用 (100%) 安全套的比例為 38.0%，而 74.6%的男男性接觸者有最少一半(50%或以上)情況與男性發生性行為時使用安全套。雙性戀或泛性戀的男男性接觸者中，在持續使用或最少一半情況下使用安全套的百分比在統計學上顯著低於同性戀的男男性接觸者。

安全套使用率	同性戀的男男性接觸者	雙性戀或泛性戀的男男性接觸者
與男性持續使用 (100%) 安全套	228 (39.4%)	20 (26.7%)
50%或以上與男性使用安全套	439 (76.0%)	48 (64.0%)
過去三個月內與男性發生性行為總數(653)	578	75

在跨性別女性參與者中，他們都與男性發生過性行為，而其中一半也與其他性別發生過性行為。在過去 3 個月，其中一半人與男性發生性行為，並且持續使用安全套，及沒有與其他性別發生性行為。

- **愛滋病檢測行為:** 在男男性接觸參與者中，高達 20.8% 的人在參加這項研究時是「首次檢測者」，而上一次研究的「首次檢測者」為 30.8%。與 2019 年的愛滋病自我檢測研究的曾經檢

測率 (69.2%) 相比，本次曾經檢測率 (79.2%) 為更高。與 2019 年的愛滋病自我檢測研究的過去 12 個月檢測率 (42.1%) 相比，本次 (58.6%) 也更高。男男性接觸者參與者 (92.1%) 報告說他們將來會增加愛滋病病毒檢測次數的比例非常高。在跨性別女性參與者中，高達 75% 的人在參加這項研究時是「首次測試者」。其餘一名受試者最後一次愛滋病檢測是在 4 到 6 個月前完成的。

- **檢測結果：**在所有參與者中，共有 10 個陽性結果報告 (7 個口腔液樣本和 3 個血液樣本)。陽性率為 0.9%。9 個陽性結果為男男性接觸者，其餘 1 個為異性戀男性。其中 4 人有留下電話號碼供衛生署聯絡及轉介確認測試 (確認測試結果為 2 陽性 2 陰性)。另有一名陽性結果人士在沒有上傳檢測結果的情況下，自行聯絡到衛生署的愛滋病輔導及測試服務進行進一步確認檢測。經愛滋病輔導及測試服務核實的確診陽性病例共 3 例。其餘 6 個陽性報告並沒有留下聯繫方式。
- **使用者意見：**在提供清晰的文字和視聽使用說明的情況下，93.3% 參與者在測試過程中可以自行完成並無需任何技術協助，94.3% 不需要協助解讀結果，95.8% 在測試過程中不需要情緒支援。研究期間沒有出現社會危害和不良事件的報告。大多數參與者對研究計劃滿意並提供正面反饋。

## 討論

1. 於兩期的研究中，參與者的滿意度反映了本地男男性接觸者社群對愛滋病自我檢測的接受度很高。儘管於過往兩年進行的調查 (HARIS) 和這兩次的愛滋病自我檢測研究均顯示，本地重點人群對愛滋病自我檢測的認識和使用不斷提高，但在本次研究的男男性接觸參與者中仍有 20.8% 屬於「首次測試者」，表示在重點人群中仍有空間作進一步推廣愛滋病自我檢測。
2. 總體而言，首次訂購的參與者更接受 (63.9%) 以採集口腔液進行愛滋病自我檢測。86.4% (169 人中的 146 人) 多次訂購的參與者在整個研究期間只選擇了一種類型的檢測套件。可考慮使用質性研究去探討不同重點人群對愛滋病自我檢測的使用經驗，以進一步改善計劃滿足他們的需求。
3. 在本研究中，雙性戀或泛性戀的男男性接觸者中持續使用 (100%) 和最少一半 (50% 或以上) 使用安全套的百分比在統計學上顯著低於同性戀的男男性接觸者。然而，男男性接觸者重複訂購的愛滋病自我檢測 (在研究期間訂購不止一次) 與研究期間使用安全套行為的改變無關。
4. 本研究發現，KOL 的推廣效果通常可以持續更長時間，並且在推廣期後還有延長效果增加額外的點擊/觀看次數。儘管數據上經 KOL 的網站點擊率較低，但與非 KOL 相比，實際訂購數量和每個訂購的宣傳成本相約 (459.9 元對 417.8 元)。一般來說，有針對性的網上推廣可以更好地接觸高危人群，而 KOL 推廣可能會提供品牌效應，這可以由更高的參與率中看出。

## 總結

這項研究在香港類似研究當中，首個提供有用數據，以設計一個針對重點人群的愛滋病自我檢測網上推廣策略。發現新病例可以避免愛滋病毒傳播，並減少需要終生愛滋病毒治療費用，包括治療機會性感染的從而節省成本。

預防愛滋病傳播的關鍵，是使愛滋病檢測變得簡單、方便和常規，並增加知道自己確診的人數。通過互聯網招募、訂購以及通過快遞分發的愛滋病自我檢測，可能是一種有前景的新策略，以相對較低的成本接觸高危人群。自我檢測計劃也可以服務於那些不能或不想獲得傳統愛滋病檢測服務的人。

## 參考文獻

- <sup>1</sup> 衛生署資料頁：香港男男性接觸者使用網上訂購愛滋病自我檢測及上傳結果的可行性研究. 2020 年 9 月 [https://www.aids.gov.hk/pdf/HIVST\\_chi.pdf](https://www.aids.gov.hk/pdf/HIVST_chi.pdf)
- <sup>2</sup> 衛生署愛滋病自我檢測網站. <https://dh-hivst.com.hk/self-test>

---

網上推廣針對香港重點人群的愛滋病自我檢測研究結果研究資料頁

由衛生署衛生防護中心

特別預防計劃出版

電話：3143 7225 傳真：2780 9580

網址：<http://www.aids.gov.hk> 電郵：[aids@dh.gov.hk](mailto:aids@dh.gov.hk)

二零二二年四月