



案例研討

國民健康局孕產婦雲端關懷服務

*鄭智銘^{1,3} 許明信^{1,3} 施靜儀²¹衛生署國民健康局 孕產婦身心關懷中心²衛生署國民健康局³智能醫學科技股份有限公司

摘要

國民健康局孕產婦雲端關懷服務以孕產婦身心關懷中心為核心，整合公部門資源、孕產專家顧問意見、孕產相關學會知識、孕產婦諮詢問答等孕產資源，藉由雲端關懷服務管道（孕產婦諮詢專線與諮詢信箱、孕產婦關懷網站、孕產衛教單張）滿足孕產婦於醫療健康、居家生活、社會關懷等層面的服務需求。孕產婦關懷諮詢專線提供每年近一萬八千通的服務量，孕產婦關懷網站自 101 年 9 月 5 日上線至今已達到 795,249 的瀏覽量與 119,226 的訪客數。孕產婦身心關懷中心未來將規劃適合智慧手機使用者的使用情境，貼近新世代孕產婦的服務需求。

關鍵詞：孕產婦、雲端照護、國民健康局

1. 孕產婦雲端關懷服務推動背景

台灣自民國 84 年全民健康保險開辦以來，已將產前檢查及生產均納入健保服務項目，醫療可近性大幅提高。迎接新生命的過程除了喜悅的心情之外，對身、心、靈也是一大挑戰，孕產婦除要適應本身的生理變化與不適症狀，同時也需關注胎兒（新生兒）健康狀況，面對家庭新的角色行為與後續孕產婦健康、母乳哺育、新生兒照護，孕產婦心理調適、家庭支持等問題，除了醫療院所的資源之外更需要全方位身心照護。

為了滿足提供孕產期婦女及其家庭能獲得身心完整的健康照護資訊，自民國 101 年起擴大原有運作多年之免付費全國性「母乳哺育諮詢專線」的服務範疇。如圖 1 所示，以婦女懷孕與生產期間的健康、生活、產檢、心理、母乳哺育需求為主軸，擴大延伸其服務之深度及廣度與現有醫療健康資源、社會服務、公共政策互補，並結合雲端關懷科技建構孕產婦關懷諮詢專線與諮詢信箱、孕產婦關懷網站、孕產衛教單張等關懷管道，建構台灣地區孕產婦友善安心的溫柔孕產環境，服務台灣地區每年二十萬名的孕產婦及其家庭。



圖 1. 孕產婦雲端關懷服務範疇

2. 孕產婦雲端關懷服務架構

孕產婦雲端關懷服務的架構如圖 2 所示，以孕產婦身心關懷中心為核心整合公部門資源、孕產專家顧問意見、孕產相關學會知識、孕產婦諮詢問答等孕產資源，藉由雲端關懷服務管道（孕產婦諮詢專線與諮詢信箱、孕產婦關懷網站、孕產衛教單張）滿足孕產婦於醫療健康、居家生活、社會關懷等層面的服務需求。本服務並不取代現有的孕產婦服務資源，而是藉由現有資源的整合與轉介，讓孕產婦享有更即時便利的服務體驗，並強調在地化與專業性的服務資源轉介，視議題轉介在地化醫療院所、孕產支持團體、社會關懷團體等孕產諮詢與支持團體的資源，讓孕產婦獲取更專業深化的孕產知識與相關協助。

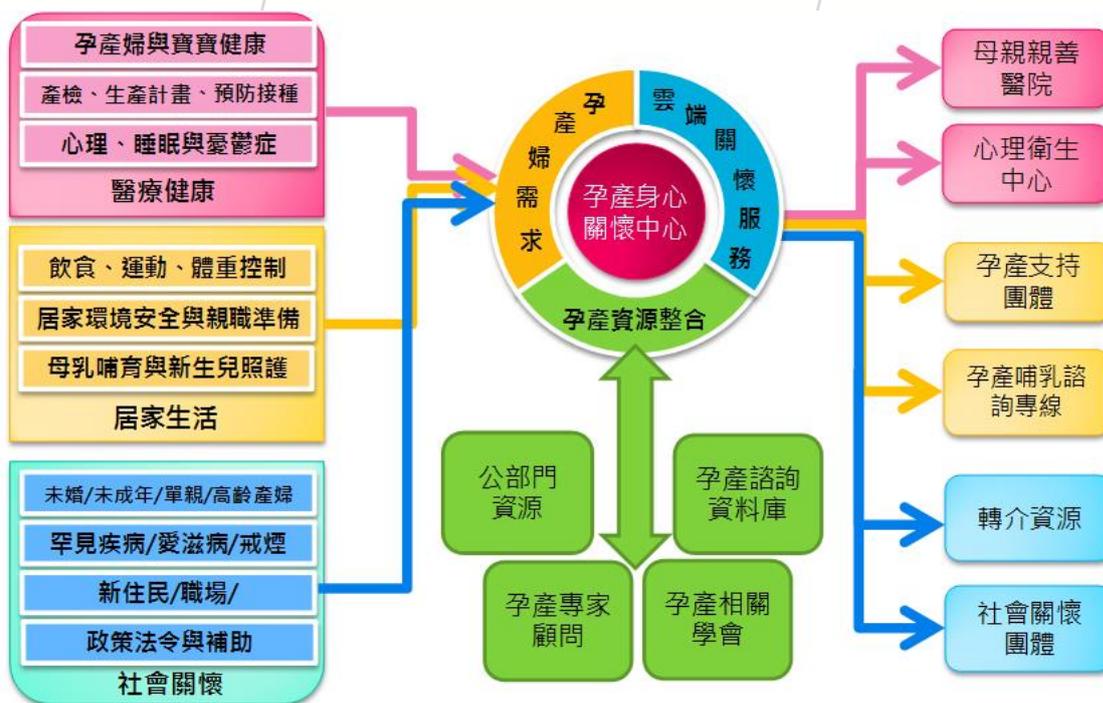


圖 2. 孕產婦雲端關懷服務架構

孕產婦可以藉由免付費的孕產婦關懷諮詢專線（0800-870870，服務時間為上午 8 時至下午 6 時）以及孕產婦關懷諮詢信箱(mammy@bhp.doh.gov.tw)獲得孕產相關的資源與協助。孕產婦身心照護中心以具有護理、心理、社工背景為主的照護服務專員擔任諮詢服務工作，提供孕產婦孕產健康、生活、新生兒照護與母乳哺育等方面的專人諮詢以及諮詢信件回覆服務。除了第一線諮詢人員的線上指導與第二線資深督導及心理師的協助外，更希望與其他孕產資源，如外籍配偶諮詢專線、戒煙專線、張老師生命線、社區衛生心理中心等資源建立橫向資源整合與轉介的管道，提供孕產婦在地化與更專業的關懷協助。

孕產婦關懷諮詢專線服務類型大致上可以分為 5 類：

- (1) 母乳哺育與新生兒照護：延續原母乳哺育諮詢專線，提供孕產婦母乳哺育正確的知識觀念與哺育技巧指導，並藉由各地支持團體與母嬰親善醫院臨床指導等資源整合，協助母乳哺育觀念的落實與推行。
- (2) 孕產婦健康與生活照護：提供孕產婦於孕產期間醫療健康、產檢檢查、孕產生活相關的衛教知識與指導，藉由正確孕產觀念協助孕產婦健康順利地迎接新生兒的到來。
- (3) 孕產婦心理情緒與支持：協助孕產婦面對懷孕過程中身體與心理情緒的轉變，瞭解孕產婦面臨的壓力來源與支持力量，以適當的鼓勵、支持與同理心陪同孕產婦度過這人生中美麗的時刻。
- (4) 外籍孕產婦諮詢服務：根據內政部入出國及移民署 99 年 12 月統計資料，台灣地區外籍配偶人數為 146,979 人，其中 91.66% 為女性 (134,727 人)；原屬國籍以越南 18.97% 最高、印尼 6.07% 次之、泰國 1.79% 居三。外籍配偶於台灣懷孕後面對國情不同與語言上差異，更是需要協助的一群，因此自 102 年度起孕產婦關懷中心與內政部外籍配偶諮詢專線積極建立橫向轉介的服務模式，希望能造福台灣地區廣大的外籍孕產婦族群。
- (5) 孕產資源調查與轉介：孕產婦身心關懷中心定期調查國內母嬰親善醫院資源、孕產支持團體、各項孕產婦與新生兒的篩檢與合約醫院、社區心理衛生中心、母乳哺育臨床指導、社會福利補助等資源，提供孕產婦適當的在地化資源。

孕產婦關懷網站架構圖如圖 3 所示，以孕產知識、孕產會員、諮詢信箱、就醫好幫手為四項主要服務項目，藉由主題性的方式提供正確的孕產健康、孕產生活、心理情緒、產前檢查、孕產資源、孕產專區、寶寶照護、母乳哺育等知識內容，並建構科技化的孕程與產檢管理工具，期能與孕產婦關懷諮詢專線服務內容互補，以多元化的方式與管道滿足孕產婦及其家人對孕產婦相關的知識與服務需求。

除了孕產婦關懷諮詢專線的專人關懷、孕產關懷網站的 e 化知識提供、雲端好孕守的智慧型手機整合服務之外，孕產婦身心關懷中心定期配合國民健康局所推動的孕產主題製作孕產衛教單張，以實體的方式提供孕產婦相關知識的另一管道。例如行政院衛生署自 101 年 4 月 15 日正式施行「孕婦乙型鏈球菌篩檢補助服務方案」，配合相關補助服務製作如圖 4 所示孕婦乙型鏈球菌篩檢衛教單張進行服務宣導，其內容除了向孕產婦宣導本項篩檢補助的好消息之外，也針對乙型鏈球

菌相關衛教知識與常見問答進行說明。孕產衛教單張將發放於全國各母嬰親善醫院與衛生局所提供所需民眾索取，希望增進孕產婦對相關補助政策與健康衛教的瞭解，進而增加民眾對孕產婦雲端關懷服務的認識。

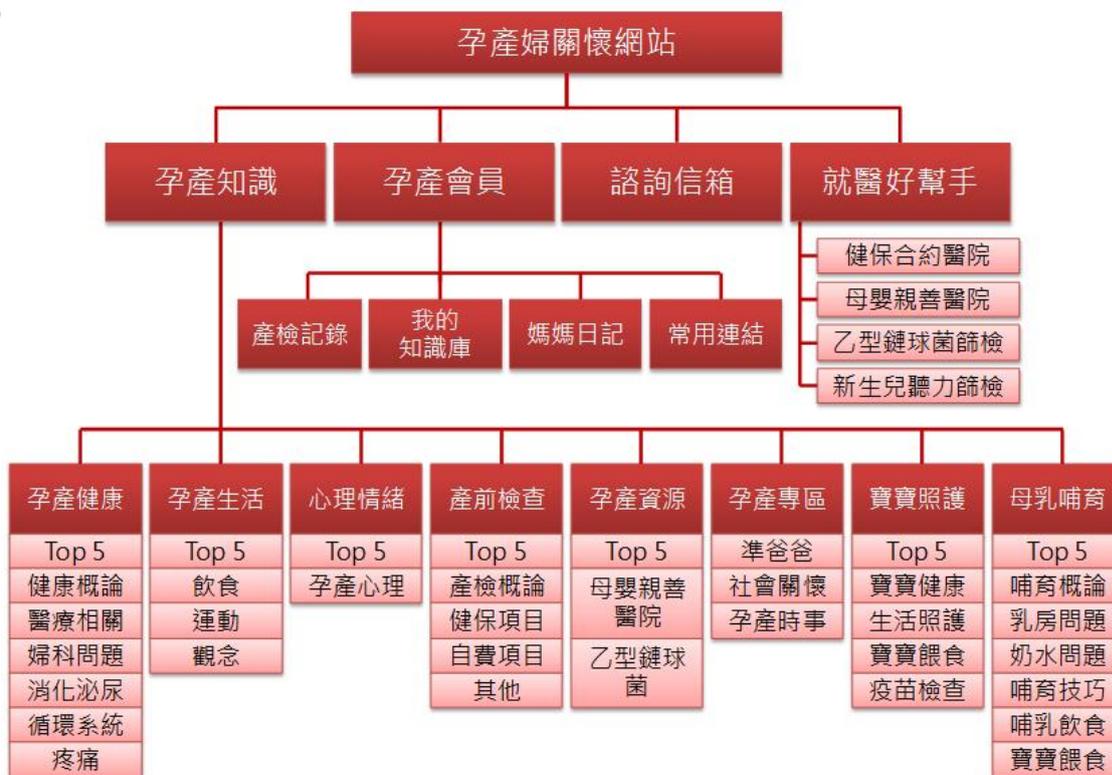


圖 3. 孕產婦關懷網站架構



圖 4. 孕產關懷衛教單張—孕婦乙型鏈球菌篩檢

3. 服務成果與分析

行政院衛生署國民健康局至 101 年 4 月起，以原有母乳哺育專線服務為基礎，擴大服務內容提供延伸至孕產婦雲端關懷服務，截至民國 102 年 3 月，已累積了 17,572 通諮詢服務量；孕產婦關懷網站自 101 年 9 月 5 日上線服務後，至今已達到 795,249 的瀏覽量與 119,226 的訪客數。

3.1 孕產婦關懷專線服務量

孕產婦關懷諮詢專線服務各月服務量如圖 5 所示，目前每月服務量約為 1,600 通以上。撥入諮詢專線的使用者當中，初次撥打與再次求助的比例各約佔一半，75.20% 使用者使用手機撥入為大宗。孕產婦關懷諮詢專線使用者，以女性為大宗女性比例為 97.59%；根據願意提供基本資料的使用者中產後媽媽的比例為 96.66%，產前孕婦僅佔 3.34%；在孕產婦關懷諮詢專線諮詢議題上也呈現以產後媽媽與寶寶相關問題為主，新生兒照護佔了 46.21%，其次為母乳哺育 38.63%，而產後照護 10.81% 居三。近 4 成的使用者是經由網路知道孕產婦關懷諮詢專線，其次為醫療院所、兒童手冊、媽媽手冊。

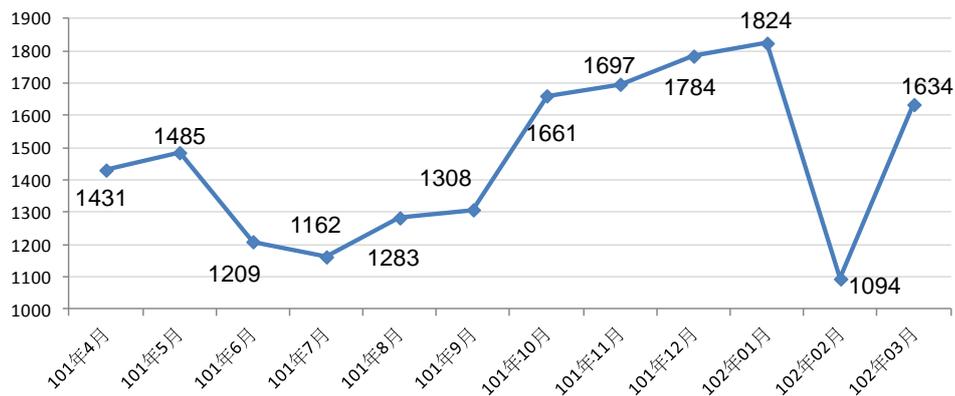


圖 5. 孕產關懷諮詢專線各月服務量 (101 年 4 月至 102 年 3 月)

表 1. 孕產婦關懷諮詢專線諮詢議題比例 (101 年 9 月至 102 年 3 月)

議題類型	產前照護	產後照護	新生兒照護	母乳哺育	心理層次	資源補助
議題數	346	1976	8449	7063	110	338
比例	1.89%	10.81%	46.21%	38.63%	0.60%	1.85%

表 2. 孕產婦關懷諮詢專線知曉來源 (101 年 9 月至 102 年 3 月)

網路	醫療院所	兒童手冊	媽媽手冊	親友	其他	衛生單位	媒體
2108	1120	854	519	362	208	117	80
39.27%	20.86%	15.91%	9.67%	6.74%	3.87%	2.18%	1.49%

3.2 孕產婦關懷網站服務量

孕產婦關懷網站各月瀏覽量以及訪客數如圖 6 與圖 7 所示，自 101 年 9 月上線服務以來已累積 802,741 的瀏覽量與 120,243 的訪客數。使用者以初次造訪 64.16% 最多，而使用行動裝置瀏覽的使用者也佔了 26.69% 超過四分之一的比例。表 3 為行動裝置使用者與非行動裝置使用者的瀏覽行為分析，可以發現行動裝置使用者的瀏覽時間與次數均較低，有高達 54.67% 的跳出率。造訪孕產婦關懷網站的使用者以產前照護知識文章的瀏覽量居冠，其次為母乳哺育與新生兒照護相關孕產知識（表 4）。

在孕產婦關懷網站提供的孕產知識與孕產問答內容中，點閱率排行依序為產前照護 34.26%、母乳哺育 33.72%、新生兒照護 13.63%、資源補助 10.34%。而單篇文章的平均點閱數則以資源補助類奪冠，平均每篇文章點閱次數為 1429.7 次，其次為母乳哺育 630.2 次、產前照護 507.7 次。

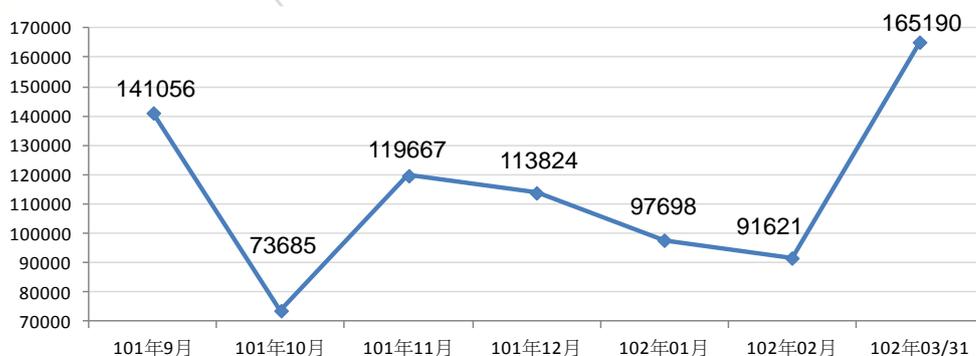


圖 6. 孕產婦關懷網站各月瀏覽量（101 年 9 月至 102 年 3 月）

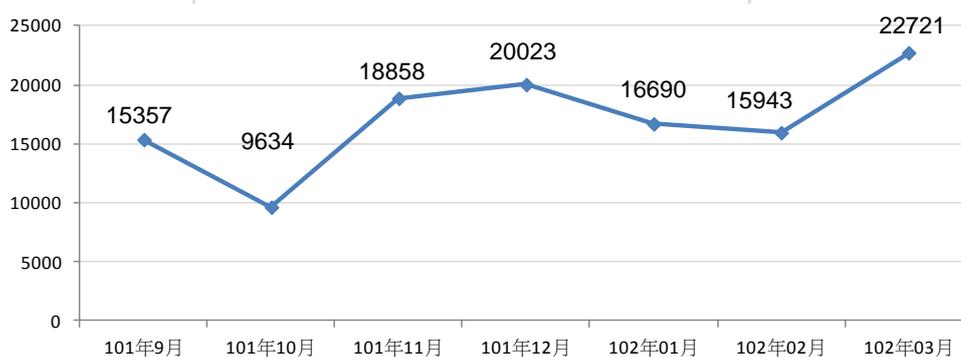


圖 7. 孕產婦關懷網站各月訪客數（101 年 9 月至 102 年 3 月）

表 3. 行動裝置與非行動裝置使用者行為統計（101 年 9 月至 102 年 3 月）

	訪客數	單次造訪頁數	平均停留時間	跳出率
行動裝置	32,089	4.42	02:44	54.67%
非行動裝置	88,154	7.50	04:13	39.03%

表 4. 孕產關懷網站文章類型點閱統計 (101 年 9 月至 102 年 3 月)

	產前照護	產後照護	新生兒照護	母乳哺育	心理層次	資源補助	社會關懷
點閱量	71,078	6,105	28,287	69,955	8,326	21,445	2,274
點閱比例	34.26%	2.94%	13.63%	33.72%	4.01%	10.34%	1.10%
篇數	140	14	69	111	19	15	10
平均點閱數	507.7	436.0	410.0	630.2	438.2	1429.7	227.4

4. 結果與討論

國民健康局孕產婦雲端關懷服務以孕產婦身心關懷中心為核心，整合懷孕過程前後所需的孕產知識與孕產資源，透過不同的資訊傳遞與服務管道提供孕婦、產婦、新生兒及其家屬全方位的關懷與協助。至 101 年 4 月起由母乳哺育諮詢服務擴大服務內容為孕產婦身心關懷服務，並於 101 年 9 月起啟用孕產婦關懷網站，藉由多元媒介的整合，讓不同族群的孕產婦均能以方便、熟悉的方式獲得孕產婦身心關懷中心的雲端照護服務。計劃執行幾項重要成果以及服務未來推廣策略討論如下：

孕產婦主動式關懷服務規劃

目前孕產婦雲端關懷服務需使用者主動撥打諮詢專線或是於孕產婦關懷網站進行知識瀏覽，屬於被動式的服務提供者。根據孕產婦關懷諮詢專線統計結果，發現 75.20% 比例的孕產婦以手機為主要聯絡方式，除了利用手機做為專線的諮詢管道之外，未來結合手機的簡訊功能進行主動式的孕產知識傳遞、孕產相關補助與政策推廣等服務內容。

行動版孕產婦關懷網站建置

根據孕產婦關懷網站服務量統計資料，利用行動裝置瀏覽孕產婦關懷網站的比例高達 26.65%，由表 2 使用者行為統計表中也可以發現，相對於電腦使用者，行動裝置使用者進入孕產婦關懷網站後平均造訪頁數僅 4.42 頁遠低於電腦使用者的 7.49 頁，停留時間也較短，跳出率高達 54.66%。這項結果顯示目前電腦版孕產婦關懷網站並不適合行動裝置使用者的瀏覽習慣，必須針對行動裝置使用者提供友善的孕產知識瀏覽環境。為了滿足越來越普及的智慧手機用戶，行動版孕產婦關懷網站已經於 102 年 3 月份上架，期能藉由智慧化服務介面提供智慧手機用戶的友善的雲端孕產照護體驗。

面對新世代媽媽應以網路為宣傳主力

根據孕產婦關懷專線使用者專線知曉來源統計，近 4 成的使用者(39.27%)是經由網路知道孕產婦關懷諮詢專線，其次為醫療院所(20.86%)、兒童手冊(15.91%)、媽媽手冊(9.67%)，顯見網路與網站為新世代媽媽接收資訊最主要的管道。

孕產諮詢專線與孕產關懷網站使用者需求不同

孕產關懷網站與諮詢專線使用者需求統計表如表 5 所示，可以發現孕產婦關懷諮詢專線使用者以母乳哺育、新生兒照護、產後照護等產後的服務需求為大宗；而孕產婦關懷網站則以產前照護、母乳哺育、新生兒照護、資源補助的知識瀏覽為主。

此項結果顯示使用者對於健康醫療照護、孕產資源補助等知識類需求傾向於孕產婦關懷網站進行知識瀏覽；但對於技巧性的母乳哺育與新生兒照護等需求，會以專人接聽的孕產婦關懷諮詢專線為主要求助管道。

表 5. 孕產關懷網站與諮詢專線使用者需求統計 (101 年 9 月至 102 年 3 月)

類型	產前照護	產後照護	新生兒照護	母乳哺育	心理層次	資源補助
孕產關懷網站知識點閱比例	34.26%	2.94%	13.63%	33.72%	4.01%	10.34%
孕產諮詢專線諮詢議題比例	1.89%	10.81%	46.21%	38.63%	0.60%	1.85%

Physical and Mental Support Services utilizing telecare technologies for Pregnancy Women in Taiwan

C-M. Cheng, M-S. Hsu, C-Y. Shih

Abstract

Providing physical and mental support services for pregnant women, a national project funded by the Bureau of Health Promotion, Department of Health, R.O.C. (Taiwan), served about 18,000 phone users and 200,000 website visitors in the 12 months beginning April, 2011.

The support center integrated information and knowledge from government institutions, medical societies, and a knowledge database to provide telecare services such as on-line consultations, websites, and brochures. According to a customer survey, the number of mobile device users is expected to grow.

Keywords: Pregnancy, Telecare, Bureau of Health Promotion