

• 教学管理 • DOI:10.3969/j.issn.1672-9455.2023.23.042

## 重庆市采供血机构无偿献血宣传的现状分析\*

秦伟斐<sup>1</sup>, 黄润华<sup>2</sup>, 罗贤伟<sup>3</sup>, 陈光淑<sup>4</sup>, 黄霞<sup>1</sup>, 杨冬燕<sup>1△</sup>1. 重庆市血液中心业务科, 重庆 400052; 2. 重庆市綦江中心血库质管科, 重庆 401420;  
3. 重庆市城口中心血库, 重庆 405900; 4. 重庆市大足区中心血库, 重庆 402360

**摘要:**目的 调查分析重庆市各采供血机构无偿献血宣传现状。方法 采用问卷调查形式, 调查重庆市 19 所采供血机构无偿献血宣传的情况, 调查内容包括献血宣传资料的来源、内容和更新、宣传资料的呈现方式、展示平台及开展的特色宣传等情况。结果 各采供血机构在宣传资料来源和宣传内容上基本一致, 但在宣传资料的更新频率上有一定的差异。在宣传资料的呈现方式和展示平台方面以传统宣传模式为主, 19 所机构均在采血现场发放纸质资料和放置展板等, 14 所 (73.68%) 机构运用了新媒体 (微信群或 QQ 群), 13 所 (68.42%) 机构运用了电视台、电台进行展示, 而使用网站和科普教育基地的机构分别仅为 5 所 (26.32%) 和 2 所 (10.53%)。短信与电话招募作为血站最常规宣传方式, 也是大多数血站认为最有效的宣传招募。结论 重庆市各采供血机构献血宣传发展不一致, 需建立献血宣传资源共享途径, 利用各种平台针对性地采取多种形式的宣传活动, 实现区域联动和资源共享无偿献血同质化宣传工作, 对全面提升全市无偿献血的宣传影响力具有重要意义。

**关键词:**采供血机构; 无偿献血宣传; 现状分析; 同质化

中图法分类号: R197.6

文献标志码: B

文章编号: 1672-9455(2023)23-3581-04

随着医疗水平的提高和输血医学的发展, 临床用血需求持续增长, 我国血液供应虽然基本能够保障临床需求, 但区域性、季节性血液供应紧张仍时有发生, 各地发生短期内血液供给大体平衡常有报道<sup>[1-2]</sup>。造成血液供应大体平衡状态的原因很大程度上是因为公众缺乏对献血知识的了解, 参与意识比较淡薄<sup>[3]</sup>。中国大陆的人口献血率仅接近 11%, 而中国香港和中国澳门人口献血率分别为 30% 和 23%, 世界上高收入国家的人口献血率平均已达到为 45%<sup>[4]</sup>。宣传教育是提高民众对无偿献血的认知和改变献血行为的重要手段<sup>[5]</sup>, 利用有限的资源开展无偿献血相关知识的宣传和健康教育, 提高献血者对无偿献血的认知和提升献血积极性是当下必须重视的问题。为了解重庆市采供血机构无偿献血宣传的现状, 评价分析全市无偿献血的宣传效果, 推进区域无偿献血宣传工作的同质化工作, 本研究对本市 19 所采供血机构无偿献血宣传情况进行了调查, 现报道如下。

## 1 资料与方法

**1.1 一般资料** 重庆市 19 所采供血机构, 包括血液中心和分中心各 1 所、6 所中心血站、11 所中心血库均参与同质化调研工作。

**1.2 方法** 根据重庆市无偿献血宣传工作实际情况

设计调查问卷, 2021 年 5 月通过电子邮件向 19 所采供血机构发放调查表, 实施信息收集和分析处理。调查内容包括无偿献血宣传资料的来源和内容、宣传资料的应用、特色宣传方式等。问卷调查表由各采供血机构科室专职负责宣传的工作人员填写后返回, 2022 年 3 月再次核实并形成《重庆市采供血机构献血宣传现状报告》, 数据有效率为 100%。

**1.3 统计学处理** 采用 Excel 软件进行数据处理与统计分析。建立数据表, 对调研数据进行录入和汇总。

## 2 结果

**2.1 献血宣传资料的来源和内容** 各采供血机构献血资料主要来源于献血相关法律、法规、规范、中国输血协会及其他血站网站等。宣传资料中都包含了血液生理知识、献血相关知识、献血相关法律和法规等内容, 作为献血者最关心的问题, 献血后享有的权利和待遇也是最主要宣传点。见表 1。

**2.2 献血宣传的方式和展示平台** 现有宣传资料的呈现方式主要为常规传统的展板或宣传画、纸质宣传单和纸质宣传手册。所有采供血机构都借助采血现场展示平台向过往群众发放宣传资料; 而以微信、QQ 为代表的社交通讯工具进行献血宣传只有 14 所

\* 基金项目: 重庆市九龙坡区科学技术局科技项目 (2019-02-033-D, 2022-03-007-Z)。

△ 通信作者, E-mail: 576091430@qq.com。

(73.68%)。利用节假日或纪念日等开展专项特色宣传的机构占 100%。见表 2。

表 1 献血宣传资料的来源和内容

内容	采供血机构	
	数量(所)	占比(%)
资料来源		
献血相关法律、法规、规范等	19	100.00
中国输血协会及其他采供血机构网站	18	94.74
输血专业教科书	15	78.95
参考其他采供血机构宣传资料	15	78.95
其他	5	26.32
资料内容		
血液生理知识	19	100.00
献血相关知识	19	100.00
献血相关法律和法规	19	100.00
献血后享有的权利	19	100.00
单采血小板捐献知识	12	63.16
造血干细胞捐献	7	36.84
艾滋病科普知识	7	36.84
其他	1	5.26
资料更新频率		
半年	1	5.26
1 年	8	42.11
2 年	4	21.05
2 年以上	2	10.53
不固定(根据单位业务需要)	4	21.05

表 2 献血宣传的方式和展示平台

内容	血站	
	数量(所)	占比(%)
呈现方式		
各类展板或宣传画	19	100.00
纸质宣传单	18	94.74
纸质宣传手册	16	84.21
视频宣传片	11	57.89
其他	3	15.79
展示平台		
采血现场展示	19	100.00
微信公众号、微信群或 QQ 群	14	73.68
电视台、电台	13	68.42
采血现场电子显示屏	9	47.37
户外大型显示屏或广告	7	36.84
门户网站	5	26.32
科普教育基地	2	10.53
其他	2	10.53

续表 2 献血宣传的方式和展示平台

内容	血站	
	数量(所)	占比(%)
特色宣传		
利用节假日或纪念日等开展专项宣传	19	100.00
建立高素质的专业志愿队伍	8	42.11
建立了进高校、企事业单位宣讲团	8	42.11
无偿献血宣传专项主题活动	4	21.05
献血健康教育馆	1	5.26

2.3 重庆市各采供血机构献血宣传投入的人力资源和献血人次 各采供血机构献血宣传投入的人力资源和获得的献血人次状况不一致,收益最高的 K1,投入宣传的人力资源配置单位占比为 1.47%,而千人次采集人数投入宣传人员(人)为 0.04。效果较差的是 Q0,投入宣传的人力资源配置单位占比为 31.58%,而千人次采集人数投入宣传人员(人)为 1.73。见表 3。

表 3 重庆市各采供血机构献血宣传投入的人力资源和献血人次

采供血机构代码	专职献血宣传人员(人)	投入宣传的人力资源配置单位占比(%)	献血人次(次)	千人次采集人数投入宣传人员(人)
K1	1	1.47	23 370	0.04
S0	1	13.33	2 900	0.34
W8	1	11.11	2 786	0.36
T3	2	20.00	4 981	0.40
R7	2	7.40	8 463	0.24
V6	3	20.00	3 659	0.82
L0	3	7.30	11 338	0.26
D4	3	27.27	6 377	0.47
A8	3	18.75	6 293	0.48
T4	5	12.20	11 960	0.42
S3	5	14.71	16 527	0.30
B6	22	7.36	154 078	0.14
R2	1	12.50	1 527	0.65
E4	9	32.14	7 837	1.15
N5	8	5.93	63 414	0.13
R6	5	29.41	6 041	0.83
Q0	12	31.58	6 952	1.73
R8	15	31.91	16 473	0.91
J7	1	6.25	6 420	0.16

2.4 重庆市各采供血机构招募常用宣传方法 各采供血机构采取不同的宣传招募方法,在常宣传规招募

过程中,使用最多的是短信与电话招募,19 所采供血机构均采用了这种方法,上门联系最少,只有 1 所采供血机构在常规招募中使用;在所有招募方法中,有 11 所(57.89%)采供血机构认为短信与电话宣传招募最有效;有 18 所(97.74%)采供血机构将短信与电话招募作为特殊招募的首选。见表 4。

表 4 重庆市各采供血机构招募常选用宣传方法

宣传招募方法	常规宣传招募(所)	最有效的宣传招募(所)	特殊方式宣传招募(所)
街头现场宣传招募	17	6	1
短信与电话宣传招募	19	11	18
QQ 群或微信群宣传招募	12	2	4
电视、报纸(户外广告)网站媒体宣传招募	9	0	2
团体预约宣传招募	18	9	10
开展主题活动宣传招募	12	3	1
政府组织、分配任务	13	6	1
上门联系宣传招募	1	0	1
固定献血者发展成为机采血小板	0	0	4

### 3 讨 论

无偿献血宣传作为采供血工作重要的组成部分,越来越引起各采供血机构的重视。现有的无偿献血宣传从国家层面和地方区域内尚未形成很好的统筹安排和协同联动,各级各地采供血机构大部分是在当地政府和卫生行政部门的支持下,大力开展和组织宣传活动<sup>[6]</sup>。为了加强无偿献血的知识宣传与传播无偿献血理念,让更多人了解、接受和参与无偿献血,提升整体区域采供血机构的献血宣传效果,促进全市无偿献血宣传的协同联动和同质化发展,本研究对重庆市 19 所采供血机构开展了献血宣传的现况调查。调查结果显示,19 所采供血机构的献血宣传资料的来源和内容基本一致。在献血宣传资料来源方面,19 所机构均参考了献血相关法律、法规、规范,18 所机构参考了中国输血协会或其他采供血机构网站,15 所机构参考了输血专业教科书和其他采供血单位宣传资料。在宣传内容方面,各采供血机构的宣传资料均包含了血液生理知识、献血相关知识、献血相关法律和法规等内容。与刘晋辉<sup>[7]</sup>报道的献血者最关心的献血后享有的权利和待遇也是各采供血机构宣传的主要内容一致。12 所采供血机构因开展单采血小板工作,将单采血小板捐献知识也进行了宣传。只有 7 所采供血机构进行了造血干细胞捐献宣传和艾滋病科普知识宣传。表明全市各采供血机构的献血相关知识的

宣传还存在一定的差异,并没有形成“全市一盘棋”进行统筹组织和联动协调的工作机制。

调查发现,各采供血机构对宣传资料内容进行更新的间隔时间相差较大,8 所机构每年更新,4 所机构 2 年更新,2 所机构更新时间在 2 年以上,1 所为半年,另外有 4 所更新时间为不固定,根据自己的业务需求变更。各机构宣传资料更新的主要原因为献血法规、标准的变化,以及单位宣传内容的调整、献血时间地点的变化等。11 所采供血机构没有进行每年更新的主要原因是受人力资源和财力的限制,与相关报道一致<sup>[8]</sup>,因此很难根据法规标准的颁布和更新进行实时调整,也很难做到献血宣传资料的时新性和创新性。

各个采供血机构现有宣传资料的呈现方式主要为常规传统的展板或宣传画、纸质宣传单和纸质宣传手册,借助采血现场展示平台向过往群众发放宣传资料,这种宣传方式的受众有限,接收宣传资料的人群主要为已经有意愿参加献血的人群,对献血不了解的群体并没有达到宣传效果;即使将采血车(屋)作为宣传载体,宣传的范围也有限<sup>[9-11]</sup>。除了采血现场宣传之外,部分机构利用各地的电视台或电台进行了献血宣传,或者采用户外电子显示屏、广告、门户网站等媒介进行宣传。全市有 2 所采供血机构建立了科普教育基地,但目前尚未形成全市统筹的无偿献血和健康教育宣传联动机制。

随着信息技术的日益发展和智能手机的广泛普及,以微信、QQ 为代表的社交通讯工具,抖音为代表的播放平台已深入人们的工作和生活中,在“互联网+”时代背景下,采供血行业已经利用新媒体公众平台启动了全新的无偿献血模式<sup>[12]</sup>。新兴媒介兼具人际传播与大众传播的优势,有助于提升无偿献血的宣传成效<sup>[13]</sup>。截至 2022 年 6 月,我国网民规模为 10.51 亿,手机网民达 10.47 亿,网络视频(含短视频)用户达 9.95 亿<sup>[14]</sup>,针对这样一个庞大的群体开展无偿献血宣传,利用好新媒体平台能起到事半功倍的宣传效果<sup>[15]</sup>。分析各采供血机构千人次采集人数投入宣传人员可知,不是投入专业宣传专职人员越多,就能达到献血人次越多的效果。因此,如何通过新媒体平台进行专业化、系统化的开展献血知识的有效传播,需要专业团队的精心策划和营销,只有不断地调研分析,制订有针对性的正面宣传策略并实时调整,才能达到普及大众的宣传效果。

在常规宣传招募过程中,招募方法使用最多的是短信与电话宣传招募,19 所采供血机构均采用了这种招募方式。在所有宣传招募方式中,有 11 所采供血

机构认为短信与电话宣传招募最有效与学者研究结果一致<sup>[16-17]</sup>。18 所采供血机构将短信与电话宣传招募作为特殊招募的首选。在特色宣传模式方面,除运用好传统媒介和新媒体外,部分机构还增加了户外电子显示屏及广告、宣讲团、志愿者、特殊节假日活动等,这些宣传阵地已经成为一种极佳的宣传补充形式,多元素媒介的融合,以献血者或受血者的现身说法、亲历互动和典型事例报道作为切入点进行宣传<sup>[18]</sup>,运用通俗易懂的语言和喜闻乐见的形式,发挥了很好宣传效果作用<sup>[19-20]</sup>。但单靠一个单位和一个地区的力量很难实现内容丰富、形式多样和针对性强的献血宣传效果,因此需要建立区域内宣传资料和宣传方式的资源共享及平台共建机制,组建全市统一的献血宣讲团和献血宣传团队,以便更好地整合资源和发挥人才特长优势,形成采供血良好的社会氛围。

综上所述,建立一个区域性的献血宣传同质化共享平台非常重要,可以从以下 3 个方面入手:第一,建立全市统一的无偿献血宣传资料库,并定期更新管理,以供各单位选择采用;第二,统筹全市资源,选择专业团队进行全市的无偿献血宣传形式和宣传内容的策划和运营;第三,共享无偿献血健康教育馆,共同策划相关活动,协同开展全市的无偿献血和健康教育的科普宣传。只有融合资源和共享优势,才能推动献血资料、宣传形式在传统媒体上的拓宽和无偿献血与健康教育知识的更新,将传统媒体与互联网媒体优势互补并形成合力,加强热点关注和契合社会氛围进行特殊时期的献血宣传和健康教育,并逐步建立起全市采供血机构融合交叉、互动交流的立体宣传模式。

## 参考文献

- [1] 杨俊龙,甘新宇,赵景岚,等. 互联网新媒体在无偿献血宣传中的应用[J]. 中国输血杂志,2019,32(8):808-810.
- [2] 沈景,张晴晴,金今花. 南京市居民无偿献血问题的实证研究与社会性规制探讨[J]. 海军医学杂志,2020,41(5):589-593.
- [3] 郝玉,洪倩,蔡广菊,等. 我国无偿献血者招募和管理中的问题探讨[J]. 南京医科大学学报(社会科学版),2017,17(1):22-25.
- [4] 王岚. 修订《献血法》完善国所血液管理法律体系[J]. 前进论坛,2019,59(7):20-21.
- [5] 梅媛媛,林振平,王晖,等. 基于文献计量分析的无偿献血

- 有效宣传探讨[J]. 南京医科大学学报(社会科学版),2015,15(2):114-117.
- [6] 刘晓晨. 试论在新形势下加强血液中心宣传工作的体会[J]. 中外医疗,2009,28(17):113-114.
- [7] 刘晋辉,孔长虹,章杏英,等. 透明血液工程在无偿献血宣传中的实施初探[J]. 中国输血杂志,2013,26(9):781-783.
- [8] 韩弋戟,杨丹蓉,蒋春艳,等. 重庆市采供血机构献血招募和效果评价的现状分析[J]. 中国输血杂志,2021,34(12):1286-1289.
- [9] 陈家学,石思蓉,杨仕坤,等. 偏远县市设置献血房车固定献血点对于提高无偿献血采集量的效果评价[J]. 中国输血杂志,2012,25(6):580-581.
- [10] 陈金凤,刘仁强,李姗丹,等. 固定献血点和流动献血车全血采集人群结构分析[J]. 现代医院,2013,13(8):150-152.
- [11] 王振兴,贝孟辉,郭鹏豪,等. 无偿献血宣传招募新模式的探讨[J]. 现代医院,2017,17(9):1330-1332.
- [12] 秦洪伟,阴瑞兰,崔海涛,等. 微信公众平台在输血医学宣传和教育工作中的应用[J]. 临床血液学杂志(输血与检验),2018,31(2):312-315.
- [13] 卞璐,陈太芳. 北海地区无偿献血宣传途径效果探析[J/CD]. 临床医药文献电子杂志,2017,4(92):18019-18021.
- [14] 中国互联网络信息中心. 第 50 次中国互联网络发展状况统计报告[EB/OL]. (2022-08-31)[2023-06-01]. <http://www.cnnic.cn/NMediaFile/2022/1020/MAIN16662586615125EJOL1VKDF.pdf>.
- [15] 钟展华,黎云,古贤清. 献血者微信公众平台的开发和应用研究[J]. 血液管理,2016,18(2):184-186.
- [16] 王婷,傅强,蔡旭兵,等. 南京市街头无偿献血应急队伍的建立和初步应用[J]. 中国输血杂志,2015,28(2):186-187.
- [17] 徐文,林姣,黄禄君,等. 手机短信在应急无偿献血招募中的应用效果分析[J]. 中国输血杂志,2012,25(8):730-731.
- [18] 刘金平. 南昌地区不同人群的无偿献血宣传方式探讨[J]. 实验与检验医学,2021,39(4):934-937.
- [19] 刘格. 新时期无偿献血宣传工作的方式与策略的转变[J]. 智慧健康,2020,6(9):198-199.
- [20] 王晖,屠小明,林振平,等. 江苏省适龄人群无偿献血与媒体宣传策略的研究[J]. 中国输血杂志,2016,29(9):976-979.

(收稿日期:2023-02-09 修回日期:2023-08-28)