2023-12-18

**譯者**．**陳如月**

千禧世代：全人健康的世代

*一項著眼於未來病人的全球醫療保健研究的結果*

**千禧世代（25 ~40歲的人）相當關注自己的健康和全人健康[[1]](#footnote-1)。這一代人吸煙更少，運動更多，並採取積極主動措施監測自己的健康情況。健身監測器跟蹤步數，飲食app監控攝食量，聲音app跟蹤睡眠模式。**

他們也是最有可能個人化醫療保健的一代，腸道微生物組檢測可以指導吃什麼和避免吃什麼，像Zoe這樣的葡萄糖追蹤器可以測量某些食物類型如何影響腸道炎症，DNA檢測可以識別潛在的未來疾病。

Hall & Partners與ThinkNext共同進行的「病人趨勢範圍：關於未來病患你需要了解的未來病人」研究是一項針對未來醫療保健態度的大型全球健康照護研究。報告顯示，儘管Z世代和千禧世代非常關注自己的健康和健身並採取行動，但他們與當前健康照護系統的互動方式發生了變化。

例如，在英國和美國的所有年齡組中，大約四分之一的人（英國為26%，美國為22%）在討論自己的症狀時感到被忽視，沒有得到HCP的重視。當涉及到一些難以診斷的疾病時，感到孤立無援的病人比例上升，憂鬱症病人的比例為37%，自體免疫疾病病人的比例為43%，神經表現特異症病人的比例可能高達50%。

另一個關鍵因素是他們對健康的整體態度。有明確證據顯示，不同世代和不同國家對健康的態度正在發生變化。例如，全球 71%的人在有天然或替代性飲食的情況下傾向於避免服用藥物，這一數字在千禧世代中最高。

有趣的是，與其他世代相比，千禧世代更有可能認為壽命比生活品質更重要。相較之下，嬰兒潮世代（60歲以上）比其他世代更有可能渴望積極的生活品質。這顯示，當更多的朋友、親戚和同儕生病時，這些擔憂可能會顯現出來。

與德國和中國相比，在英國（43%）、美國和日本（均為42%）更多的人認為過高品質的生活比盡可能長壽更重要。

* **尋求個人化建議**

全球60%的人正在尋找最合適的飲食建議，例如，透過分析他們的DNA，以便能夠主動避免潛在的遺傳疾病傾向，並改善他們的健康。在中國，74%的人尋求個人化的醫療保健指導。這並不奇怪，因為許多中國人已經了解保持健康和平衡的身體的重要性，並且仍然接受針灸和使用傳統中藥等的中醫應用。相較之下，美國為64%，英國為54%，日本為50%，德國為44%。

然而，與X世代和嬰兒潮世代（分別為54%和47%）相比，這些年輕世代，即Z世代和千禧世代對醫療保健表現出更積極的興趣（分別為73%和65%）。這一變化的推動因素是社群媒體上的大量討論，以及人們越來越認識到飲食如何影響一般健康和特定醫療狀況（例如血糖值與炎症的關聯）。

甚至受人尊重的Mayo Clinic也進入這個領域，為某些疾病提供飲食指導和具體的調整建議。隨著越來越多的人採用純素飲食，人們對飲食對環境影響的意識也可能發揮作用。

* **生活所能提供的最好的**

這些動態也是千禧世代（可能還有Z世代）更大願望的一部分，他們想要得到最多，或者擁有最好的一切。在這種情況下，他們希望透過這種對他們健康的整體看法來達到最佳健康，包括在需要且相關的情況下進行藥物治療以及與HCP的接觸。

年輕的病人也認識到，許多慢性疾病沒有快速治愈的方法，因此他們關注的焦點是如何最好地與自己的病情共存。這就導致關於最佳飲食或鍛鍊方案的問題，而HCP通常沒有能力回答這些問題。他們還想知道如何告訴朋友、家人和伴侶他們的病情，或者什麼時候告訴雇主他們的診斷結果。

這在一定程度上解釋了為什麼患有慢性疾病的千禧世代和Z世代正在求助於在社群媒體上有影響力的人，以及為什麼有越來越多的數位健康app來管理他們的健康，並提供與他們的病情共存的指導，因為HCP可能沒有能力回答這些更廣泛的問題。

* **為自己做**

年輕一代期望在有需求時，獲得醫療照護，但這是有代價的。在英國，NHS的免費醫療照護無法在有需求時提供這種個人化的醫療照護。在美國，醫療照護的負擔能力甚至涉及歧視等不同問題，16%的人因為年齡、性別、種族、性取向或體重而感受到HCP的歧視。

求助於醫療「影響者」是這些年輕一代掌控的一種方式。例如，全球33%的Z世代和 26%的千禧世代（相較於嬰兒潮世代的5%）會使用社群媒體討論疾病和健康問題。

即使他們去看醫師，29%的美國Z世代和32%的千禧世代也會根據他們在網站上讀到的資訊要求開處方，20%的Z世代特別要求他們從其他病人或影響者那裡聽說的治療方法。相較之下，只有7%的嬰兒潮世代要求根據線上資訊開處方，而同一群體中只有4%的人參考了其他病人或影響者的治療資訊。

# 預防醫學app、診斷檢測試劑盒和虛擬諮詢的激增，無疑使年輕一代和年長一代更容易採取積極措施，以確保他們想要的更好的生活品質，並減輕他們因就診HCP而感到明顯的不安。甚至NHS也為超過1500萬40歲以上的成年人推出中年MOT (Measurement of Teaching) ，使用家用血液檢測試劑盒。

對於應對病人從被動管理轉變為主動管理其健康和全人健康的品牌來說，了解這些動態如何改變病患旅程以及病人和照顧者做出的決定是至關重要的。例如，病人要求治療的頻率以及他們希望在哪裡接受這種照護。

* **品牌在DIY世界中應該扮演什麼角色？**

隨著整個世代的人，以及更多的人，對自己的健康和福祉採取獨特的替代和個人方法，藥品品牌需要重新思考如何定位自己的品牌，在人們渴望活出最好的人生、避免用藥和尋求天然替代品的背景下傳達它們的優勢。例如，強調產品中的天然成分或製程，或探索不同的治療頻率，讓病人在沒有疾病提示的情況下生活更長時間（例如，六個月的治療間隔），或創造新的方式與病人進行數位化互動，這都很重要。

他們還需要考慮如何利用這些新的溝通渠道互動。與病人諮詢團體 (Patient Advisory Group，簡稱PAG) 等更傳統的影響者相比，病人影響者的行為和期望有所不同。通常，他們不會代表製藥公司直接進行溝通。然而，如果他們同意，他們將分享和使用藥品品牌的資材和優質內容。

製藥公司還需要正確規劃配套的數位健康工具、療法和診斷可以在哪些方面提供年輕世代想要的價值。他們不太可能耐心地使用症狀追蹤器或其他需要大量手動操作的工具，因為他們希望這些工具要麼直接關注他們的特定需求，要麼盡可能自動使用。

現在是醫療保健系統和製藥公司利用數位健康新時代的時候了。透過重新設計醫療保健服務，它們不僅可以滿足新一代病人的需求，還可以幫助老一輩的人。

(資料來源：PMLiVE)

1. 根據WHO在1948年為健康下的定義：健康是生理、心理、和社會適應都處於完好狀態，而不僅是沒有生病。全人健康不只包含健康所定義的生理、心理及社會適應，更定義出8大健康平衡（情感、環境、財務、智能、職涯、生理、社交、心靈）。 [↑](#footnote-ref-1)