

桃園市政府法務局受理化粧品及瘦身美容消費爭議 申訴案件之性別分析

一、前言

依消除對婦女一切形式歧視公約中華民國第 4 次國家報告專要文件，行政院自 108 年起將「去除性別刻板印象與偏見」納入每 4 年為期的性別平等重要議題之一，全面且系統性地推動消除社會文化和習俗中的性別刻板印象、改善教育及特定職業性別隔離、加強媒體及廣告中正面、非刻板印象之女性描繪，以及推動傳播媒體規範，避免性別歧視等議題，並修正性別平等政策綱領，及推動 5 大性別平等重要議題，以確保性別平等與女性賦權。

為擘劃我國性別平等政策方向，行政院訂定性別平等政策綱領作為國家性別平等政策發展的指導方針，理念如下：性別平等是公平正義、永續社會的基石；提升女性權益是促進性別平等的優先任務；性別主流化是實現施政具性別觀點的有效途徑；尊重、保護與實現不同性別者在各領域的權利是國家的義務。其中建構性別平等的社會文化政策目標中，重點為培養全民性別平等意識及尊重多元文化的觀念，認同性別平等的價值並採取積極行動，消除各領域性別刻板印象、偏見、歧視，以建構性別平等社會文化。

在桃園市性別平等政策方針則分為 6 大部分：一、就業、經濟與福利。二、人口、婚姻與家庭。三、教育、文化與媒體。四、人身安全與司法。五、健康、醫療與照顧。六、環境、能源與科技。其中方針重點之一為研議性別平等措施與政策，運用性別主流化策略，促進各項施政皆能具備性別觀點。持續檢視並改善文化禮俗觀念，並積極建構性別平等的社會文化。

依衛生福利部公告修正之瘦身美容定型化契約應記載及不得記載事項前言規定，瘦身美容，指為體型、重量之控制或調整之目的，

藉手藝、機器、用具、用材、化粧品、食品等方式，為保持、改善身體感觀之健美，所實施之綜合指導、措施之非醫療行為。於應記載事項三亦規定，提供之瘦身美容項目，除體型、重量之控制或調整之瘦身美容項目外，並得附加下列勾選之項目：肌膚保養；身體油壓；臉部美容、化粧；脫毛；美容諮詢；其他相關商品之販賣；其他。

廣義的瘦身美容產業涵蓋瘦身及美容（含化粧品及保養品）相關商品或服務之銷售，其目標顧客多以女性為主。至於我國男性目前使用保養品及彩粧產品之情形尚不普遍，且男性瘦身多半以健身或體育活動為主，市面上並無所謂男性瘦身美容中心，故化粧品及瘦身美容類別之消費爭議統計女性申訴者應遠多於男性。

查本市 111 年 12 月之女性人口(1,154,594 人)比男性人口 (1,126,870 人)多約 2.5%，然而根據行政院消費申訴及調解案件管理系統之年度統計資料，110 年及 111 年本局受理化粧品及瘦身美容消費爭議申訴第 1 次申訴案件共 402 件，其中女性申訴人 314 人及男性申訴人 88 人，比例大致呈現 78.1%比 21.9%，女性遠高於男性，呈現明顯的性別落差，亦符合社會文化中的性別刻板印象，其原因值得深究，藉由分析結果了解消費爭議發生之風險因子，對相關數據之爭議型態、性別與年齡分析，可觀察到性別差異，可作為未來消費教育宣導之重要參考，並呼應以上國家報告等內容，以作為落實性別政策之具體策略及未來策進作為之參考。

二、現況描述

化粧品及瘦身美容於行政院消費申訴及調解案件管理系統係獨立之 2 個類別，惟因性質類似，爰合併計算進行分析。依據消費者保護法設計之消費爭議申訴處理流程，將 1 件消費爭議申訴案分為 3 個階段處理：第 1 次申訴、第 2 次申訴及調解，本文主要聚焦於化粧品及瘦身美容消費爭議之性別分析，以化粧品及瘦身美容消費爭議之 3

個處理階段案件數作為申訴趨勢參考依據。

三、統計分析

(一)化妝品及瘦身美容消費爭議申訴及調解案件數

針對化妝品及瘦身美容消費爭議提起第 1 次申訴之案件數，110 年計 218 件，111 年計 184 件。第 2 次申訴案件數，110 年計 56 件，111 年計 43 件。調解案件數，110 年 13 件，111 年 14 件，各年申訴及調解案件總數差距不大。

表 1-1 110 年及 111 年化妝品及瘦身美容消費爭議第 1 次申訴案件數

年度	第 1 次申訴案件數
110 年	218 件
111 年	184 件

表 1-2 110 年及 111 年化妝品及瘦身美容消費爭議第 2 次申訴案件數

年度	第 2 次申訴案件數
110 年	56 件
111 年	43 件

表 1-3 110 年及 111 年化妝品及瘦身美容消費爭議調解案件數

年度	調解案件數
110 年	13 件
111 年	14 件

(二)化妝品及瘦身美容消費爭議申訴及調解案件數—依性別及年齡區分

若再將化妝品及瘦身美容消費爭議第 1 次申訴案件按照申訴人性別細分，相關統計詳如表 2-1。以當年度各性別申訴人案件占總案件數比例而言，女性約占 77.7%至 78.4%，男性約占 21.6%至 22.3%，女性均多於男性，其間差異值得研究分析。第 2 次申訴之相關統計詳如表 2-2。以當年度各性別申訴人

案件占總案件數比例而言，女性約占 79.1%至 83.9%，男性約占 16.1%至 20.9%。

調解之相關統計詳如表 2-3。以當年度各性別調解人案件占總案件數比例而言，女性約占 85.7%至 92.3%，男性約占 7.7%至 14.3%。

表2-1 110年及111年化粧品及瘦身美容消費爭議第1次申訴案件數-按申訴人性別區分

	合計	女性申訴人	占比(%)	男性申訴人	占比(%)
110年	218	171	78.4	47	21.6
111年	184	143	77.7	41	22.3

表2-2 110年及111年化粧品及瘦身美容消費爭議第2次申訴案件數-按申訴人性別區分

	合計	女性申訴人	占比(%)	男性申訴人	占比(%)
110年	56	47	83.9	9	16.1
111年	43	34	79.1	9	20.9

表2-3 110年及111年化粧品及瘦身美容消費爭議調解案件數-按申訴人性別區分

	合計	女性申訴人	占比(%)	男性申訴人	占比(%)
110年	13	12	92.3	1	7.7
111年	14	12	85.7	2	14.3

至於申訴人年齡分布，化粧品及瘦身美容消費爭議第 1 次申訴案件之男性申訴人多數落在 18 歲以上未滿 40 歲此一年齡區間，相關統計詳如表 3-1 及 4-1，由 18 歲以上未滿 40 歲之男性提起之申訴案件，約占全年度此類申訴案件之 82.9%至 85.1%。

化粧品及瘦身美容消費爭議第 2 次申訴案件之男性申訴人，相關統計詳如表 3-2 及 4-2。

化粧品及瘦身美容消費爭議調解案件之男性申訴人，相關統計詳如表 3-3 及 4-3。

女性年齡分布則略廣，化粧品及瘦身美容消費爭議第 1 次申訴案件之女性申訴人，主要亦落在 18 歲以上未滿 40 歲此一年齡區間，

相關統計詳如表 3-1 及 4-1。

化粧品及瘦身美容消費爭議第 2 次申訴案件之女性申訴人，相關統計詳如表 3-2 及 4-2。

化粧品及瘦身美容消費爭議調解案件之女性申訴人，相關統計詳如表 3-3 及 4-3。

表3-1 110年及111年化粧品及瘦身美容消費爭議第1次申訴案件數申訴人性別及年齡分布

年齡 \ 年度	男		女	
	110	111	110	111
未滿18歲	0	0	0	2
18歲以上未滿30歲	21	24	81	72
30歲以上未滿40歲	19	10	42	36
40歲以上未滿50歲	2	5	31	26
50歲以上未滿60歲	2	2	11	4
60歲以上	3	0	6	3
合計	47	41	171	143

表3-2 110年及111年化粧品及瘦身美容消費爭議第2次申訴案件數申訴人性別及年齡分布

年齡 \ 年度	男		女	
	110	111	110	111
未滿18歲	0	0	0	0
18歲以上未滿30歲	6	5	25	16
30歲以上未滿40歲	3	3	6	9
40歲以上未滿50歲	0	1	8	6
50歲以上未滿60歲	0	0	5	1
60歲以上	0	0	3	2
合計	9	9	47	34

表3-3 110年及111年化粧品及瘦身美容消費爭議調解案件數申訴人性別及年齡分布

年齡 \ 年度	男		女	
	110	111	110	111
未滿18歲	0	0	0	0
18歲以上未滿30歲	1	1	6	7
30歲以上未滿40歲	0	1	4	2
40歲以上未滿50歲	0	0	1	2

50歲以上未滿60歲	0	0	1	1
60歲以上	0	0	0	0
合計	1	2	12	12

表 4-1 110 年及 111 年化粧品及瘦身美容消費爭議第 1 次申訴案件申訴人性別及年齡所占百分比

年齡 \ 年度	男				女			
	110		111		110		111	
未滿18歲	0		0		0		1.4%	
18歲以上未滿30歲	44.7%	85.1%	58.5%	82.9%	47.4%	72%	50.3%	75.5%
30歲以上未滿40歲	40.4%		24.4%		24.6%		25.2%	
40歲以上未滿50歲	4.3%		12.2%		18.1%		18.2%	
50歲以上未滿60歲	4.3%		4.9%		6.4%		2.8%	
60歲以上	6.3%		0		3.5%		2.1%	

表 4-2 110 年及 111 年化粧品及瘦身美容消費爭議第 2 次申訴案件申訴人性別及年齡所占百分比

年齡 \ 年度	男				女			
	110		111		110		111	
未滿18歲	0		0		0		0	
18歲以上未滿30歲	66.7%	100%	55.6%	88.9%	53.2%	66%	47.1%	73.6%
30歲以上未滿40歲	33.3%		33.3%		12.8%		26.5%	
40歲以上未滿50歲	0		11.1%		17%		17.6%	
50歲以上未滿60歲	0		0		10.6%		2.9%	
60歲以上	0		0		6.4%		5.9%	

表 4-3 110 年及 111 年化粧品及瘦身美容消費爭議調解案件申訴人性別及年齡所占百分比

年齡 \ 年度	男				女			
	110		111		110		111	
未滿18歲	0		0		0		0	
18歲以上未滿30歲	100%	100%	50%	100%	50%	83.4%	58.3%	75%
30歲以上未滿40歲	0		50%		33.4%		16.7%	
40歲以上未滿50歲	0		0		8.3%		16.7%	
50歲以上未滿60歲	0		0		8.3%		8.3%	
60歲以上	0		0		0		0	

四、結論與建議

(一) 結論

1. 以化粧品及瘦身美容消費爭議 3 個階段申訴案申訴人之年齡分析：

(1) 在性別角色文化建構中，女性受此影響，更加注重外表，以致購買化粧品及瘦身美容服務人數較多，而衍生之消費爭議亦較多。另可觀察近年社會文化變遷，年輕男性重視外表者亦有增加趨勢。18 歲以上未滿 40 歲之族群為較重視自己外貌與體型之青壯年人口，為化粧品及瘦身美容業者之目標客群，具經濟能力且為消費主力，受推銷次數與締約數成正相關，消費糾紛自然成正比增加，且遇到消費糾紛後較有能力上網提出申訴及尋求救濟管道，因此申訴案件最多。

(2) 18 歲以下因大多無經濟能力，化粧品及瘦身美容業者亦會避免與 18 歲以下之限制行為能力人簽約，以免契約效力未定，衍生爭議。

(3) 40 歲以上之族群多半已婚，通常以家庭及下一代教育為生活重心。且若有購買化粧品及瘦身美容服務需求，多半已有特定之化粧品及瘦身美容業者，較不易發生消費爭議並提出申訴。

2. 以化粧品及瘦身美容消費爭議 3 個階段申訴案申訴人之性別分析：

(1) 男性消費者於化粧品及瘦身美容消費爭議之態樣大多為於無預期情況下被推銷之「假問卷、真推銷」與「買商品、送服務」型態之解約爭議，18 歲至 30 歲之男性申訴人占全體男性申訴人近 50% 左右，多半是因為該年齡層男性仍有青春痘或痘疤等臉部皮膚問題，且社會經驗尚淺，較容易因填寫問卷被店員強力推銷，買下原本無意購買且不熟悉之高額臉部保養美容商品，其後因禁不起一再推銷之壓力、對服務不

滿意或家人反對，提出消費爭議申訴之比率較高。

(2)18 歲至 30 歲之女性申訴人占全體女性申訴人逾 50%，其原因與 18 歲至 30 歲之男性申訴人類似。

(3)至於 40 歲以上之男性生活已趨安定，對身材與外貌之重視普遍已排在工作、投資理財或健康之後，較不會參加瘦身美容課程，且單純購買開架式保養品或美粧商品也不易發生消費爭議，故爭議案件較少。

(4)女性消費者即使年滿 40 歲仍有較男性為高的消費爭議，說明女性消費者更在意抗老、除皺之保養，惟因該年齡層可能因為不知或不會提出申訴，致案件量較少。

3. 消費爭議申訴 3 個階段人數雖隨階段不同而減少，然每位申訴人都可經由本府消費者服務中心所寄發之公文，得知第 1 次申訴後之救濟程序，至於後續提起第 2 次申訴及調解人數減少原因，可能係業者在第 1 次申訴階段即已妥善處理，申訴人已獲得滿意之結果，或是申訴人經過利害得失評估後自願放棄，不願再花時間精力提起後續救濟，又或是改採其他方式如訴訟維護自身權益。

(二)建議

有鑑於各年度之化粧品及瘦身美容消費爭議申訴人年齡主要落在 18 歲以上未滿 40 歲此一年齡區間，因此，若要針對化粧品及瘦身美容之消費議題進行教育宣導，根據以上分析結果，年齡介於 18 歲以上未滿 40 歲之消費者應為主要宣導對象，其中 30 歲以下男性消費者因對保養品較為陌生，較易被推銷話術說服，為保障消費者之權益，本局將加強消費教育宣導，並將化粧品及瘦身美容消費陷阱列為宣導重點，針對以上分析結果，說明各年齡層或風險群組特性，盼降低申訴案件數。

經由本次分析，可供本局未來進行消費教育宣導時之參考。

未來本局將持續針對常見之消費爭議類型，製作相對應教材，規劃辦理各項宣導及教育課程，配合本府各機關辦理活動時，依常發生爭議類型，共同推動教育宣導，並適時發布消費警訊，以期更能吸引相關族群消費者了解購買化粧品及瘦身美容服務應注意事項，理性消費，避免消費爭議。並與本府相關業務主管機關合作，加強對化粧品及瘦身美容業者之行政監督查核，促使業者遵守消費者保護法及相關定型化契約之規定，充分揭露資訊，維護消費者權益。