

醫學美容業之整合行銷

專題研究學生：100105106郭炤徵100105109鄧景耀100105133黃彥凱100105147陳昱廷

指導教授：林瑞明

1研究背景與動機

近十年來，全球美容醫學蓬勃發展，成為現代經濟顯學。根據國際美容整形外科學會（International Society of Aesthetic Plastic Surgeons，簡稱ISAPS）最新公佈的資料顯示

2011年世界各地有1,500萬人尋求整容手術

美國接受整形手術絕對人數最多

韓國相對人數比例最高(77人中有1人)

台灣在全球前25名醫美治療國家調查中排名在18位

2研究目的

1. 根據美國整形協會統計，**2012年整過形的男性比前一年增加了百分之十。整體醫學美容約有六百億產值，男性就佔30%**。進行社會文化因素與醫學美容消費行為之研究，以期給予消費者、醫療院所及人員做為進行醫學美容的參考。

2. 男士整形人口已悄悄的在各美容診所逐漸萌芽，目前大致上以**四十多歲**和**二十多歲**為兩大族群，中年男性大多想改善衰老狀態，讓自己看起來較年輕有競爭力，而年輕男性則受到男明星俊秀風潮影響，比較想改善自身的五官與臉型。總之，男女整形不論在心理、需求、部位與術後照護上，皆大不相同。

3研究方法

本研究問卷調查回收完畢後，先檢視受訪者在問卷的填答情形，以剔除資料填寫本研究擬採用問卷調查相關資料取得，將採用SPSS18統計軟體進行分析，包含敘述性統計分析、獨立樣本t檢定、信度分析、多變量變異數分析。

擬定研究主題

研究動機/目的

文獻探討

研究設計

問卷調查

資料分析與整理

結論與建議



美容醫學標章		
認證標誌	分類	項目
	光電治療	雷射、脈衝光、電波、超音波
	針劑注射	肉毒桿菌素、玻尿酸、膠原蛋白
	美容手術	抽脂、隆乳、隆鼻、植髮、雙眼皮、拉皮、削骨手術
資料來源／衛生署製表／施靜茹		

