

後疫情時代美髮產業與技職教育的轉型與挑戰

龔柏青

國立臺北科技大學技術及職業教育研究所研究生

一、前言

依據 2016 年行政院主計總處「中華民國行業標準分類」，美髮、美容及美體行業被歸納其他服務業類別，成為現代社會中一個重要且不可缺少的服務範疇。特別是美髮連鎖業的成長，已呈現出成熟化、產業化、集團化以及市場化和國際化的趨勢。隨著國民可支配收入的提高和對生活品質追求的增加，人們對於個人外觀和心理健康的投資也相對應增加，使得美髮、美容和美體服務日益受到重視，成為日常生活的一部分，而不再僅限於特別場合。這種需求增加不僅反映了經濟條件的改善，還顯示了社會價值觀的轉變以及對個人形象和心理健康的重視。因此隨著生活標準的提高，人們對美容服務的標準和期望也隨之提升，尋求更專業和多元的服務，這種變化直接推動了台灣美髮美容產業的蓬勃發展，不僅促進了相關產業的成長，也反映了現代人追求更好生活品質的普遍趨勢。

美髮產業的蓬勃發展與技職教育的崛起之間存在著密切的關聯，隨著美髮產業不斷拓展和專業技能的日益重要，技職教育成為了培養專業美髮人才的重要途徑之一，這兩者間的相互推動，帶動了整個產業的進步和創新。

二、美髮產業與技職教育的結合

（一）美髮產業發展歷程

根據行政院主計總處在 2021 年發布的《工商及服務業普查》指出，臺灣的美髮、美容及美體產業在過去數十年間呈現了穩定增長。自光復初期起，美髮產業便已經形成，當時是以男性為主要客戶的理髮店和服務女性為主要的美容院為市場主體，屬單店式居多，由於經濟條件限制，婦女僅在特定場合才會上門光顧美容院。

隨著 1960 年代經濟的初步起飛，西方的美容觀念和產品開始進入臺灣，促進了美髮產業的初步發展。到了 1970 年代，臺灣經濟的快速成長使得美髮消費從基本的髮型修剪轉向追求風格與時尚美感，男性客戶群也開始慢慢增加，而進入 1980 年代，隨著台灣經濟的迅速發展，歐美的美髮概念和技術逐漸引入，美髮店開始注重服務品質和環境整體設計，部分著名店家甚至開始實施連鎖經營，如知名的曼都、小林、名留、快樂等體系。1990 年代，美髮連鎖體系為提升競爭力，開始重視品牌加盟與直營方式拓展店家數，與國內美髮用品製造商合作，推動特色經營和多元化合作模式，促進了產業的企業化與標準化。進入 2000 年

代，政府對生技美容業的支持及大型企業的參與，推動了美髮和美容產品的研發，使行業逐漸向綜合休閒服務轉型。

2010年代以來，全球金融危機和市場接近飽和的現象使得美髮企業經歷了整合和擴展的減緩停滯期。然而 2020年代後，隨著全球疫情（Covid-19）爆發和科技的進步，美髮企業開始尋求線上與線下相結合的新模式，同時消費者對環保和個性化服務的關注也逐漸上升，這為美髮產業帶來了新的挑戰和機遇。整體來看，臺灣美髮產業的發展歷程呈現從傳統到現代化，再到未來的多元化發展趨勢。

（二）美髮產業與技職教育的相輔相成

美髮技職教育相關科系的強化為美髮產業提供了大量的專業人才，隨著市場對於美髮服務的需求增加，專業的技職教育可以為學生提供必要的技能訓練和理論知識，幫助他們成為符合產業需求的專業美髮師，這不僅提高了產業整體的服務品質水準，也為美髮產業的發展注入了新的動力。技職教育的崛起反過來也受到了美髮產業發展的推動，隨著消費者對美髮服務的品質和多樣性要求提高，美髮產業需要更多具有高技能和創新思維的專業人才，這能促使技職教育端不斷更新課程內容，與產業界端鏈結，引入最新的美髮技術和趨勢在學學習，以適應產業發展的需求。

此外技職教育與產業合作的模式對於美髮產業的發展尤為重要。通過產學合作，學生可以獲得實際的工作經驗，同時企業也能透過業師協同教學參與教育過程，來培養符合企業需求的人才，這種合作不僅提升了學生的職業技能，也為美髮企業提供了一個篩選和培養潛在員工的平台。美髮產業的蓬勃發展與技職教育的崛起相互促進，共同推動了行業的進步和專業人才的成長，美髮技職教育在提升產業水準、促進創新發展以及滿足市場需求方面發揮了關鍵作用。

三、超高齡社會及低生育率環境下產業及技職教育轉型勢在必行

（一）臺灣「超高齡社會」的到來及少子女化下延伸的危機面向

根據 2018 年內政部戶政司指出，臺灣 65 歲以上的老年人口已佔總人口的 14.05%，即每 7 人中便有 1 位是老年人，意味著臺灣已正式步入「高齡社會」的行列。面對老年人口增加對於生活品質和尊嚴的維護需求，以及青壯年扶養壓力和少子女化問題的挑戰，成為政府不斷努力的目標。依據世界衛生組織的定義，當一國 65 歲以上人口佔總人口的比率達到 7%時即進入「高齡化社會」，14%則進一步成為「高齡社會」，而 20%以上則進入「超高齡社會」。臺灣自 1993 年起人口老化比率就已超過 7%，進而在 2011 年後，受到戰後嬰兒潮世代步入老年階

段的影響，老年人口的增長速度顯著提升，到 2017 年 2 月老年人口首次超過幼年人口，老化指數達到 100.18，並在 2018 年 3 月老年人口比例達到 14.05%，臺灣因此正式邁入高齡社會階段，推估明年 2025 年會正式進入超高齡社會。

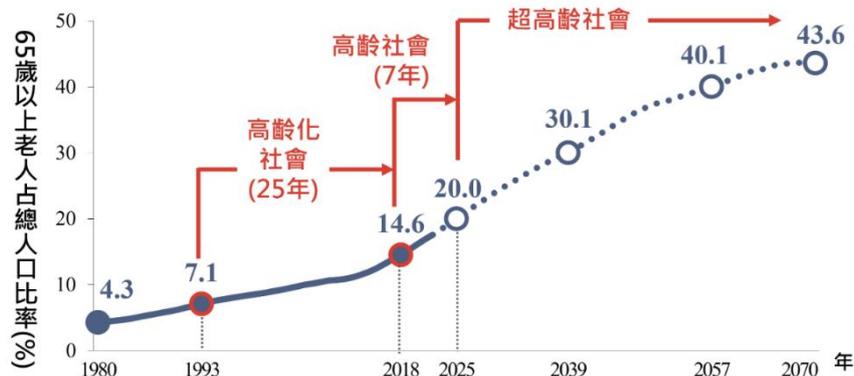


圖 1 高齡化時程圖

資料來源：2022 年(含)以前實際值為內政部；2023 年(含)以後推估值為國家發展委員會「中華民國人口推估（2022 年至 2070 年）」之中推估，2022 年 8 月。取自 https://www.ndc.gov.tw/Content_List.aspx?n=D527207EEEE59B9B

隨著老年人口比例的提升，美髮產業服務的需求將出現新的變化，銀髮族客戶對於美髮服務的需求不僅僅集中在基本的剪髮、燙髮、染髮等，更多的是關注於頭髮的健康護理、頭皮養護以及適合銀髮族年長者特性的髮型設計等。這要求美髮產業在服務項目和技術上進行相應的調整和創新，以滿足年長客戶的特殊需求。對於美髮技職教育而言，人口趨勢的轉變意味著教育內容和培訓方式需要及時更新，以培養符合市場需求的美髮專業人才。學校需要在課程中增加更多關於銀髮族髮型護理、頭皮健康管理等相關知識和技能的教學，並通過實踐操作和實習機會，加強學生對於銀髮族美髮服務的實戰經驗。

此外隨著社會整體高齡化，從事美髮產業的從業人員也將面臨高齡化的問題，這就需要美髮技職教育在培養年輕人才的同時，也考慮到為中高齡從業人員提供再培訓和技能再提升的機會，以幫助他們更了解適應產業變化，延續職業生涯。

近來持續遭遇低生育率的問題，這議題一直是社會上廣泛討論的焦點。然而在實施有效及全方位的策略上，似乎政府還有待加強，目前政府的策略主要聚焦於經濟激勵，如為每位新生兒提供的數萬元補貼等措施最為人所知。伴隨著戰後嬰兒潮世代逐步進入老年階段，結合經濟成長與醫療政策的改進，人們的生活品質得以提高，平均壽命也隨之增長，導致老年人口的比重逐漸上升，若生育率持續低迷，臺灣將面臨嚴重的人口結構變化挑戰，如少子女化和超高齡化問題將更加嚴重。這將對全國教育系統、人力產業結構、勞動市場、房地產、社會保障、醫療系統及國家財政規劃造成廣泛影響，從而牽動國家生產力與競爭力，乃至影響到國家安全的層面。

少子女化趨勢對美髮產業及美髮技職教育產生了深遠影響，同時也帶來了「缺工」問題。根據 2023 年行政院主計總處普查統計資料指出，服務業中美髮及美容美體業在總工時長方面排名第三，顯示其勞動密集的特性。隨著年輕消費者人數的減少，美髮產業面臨市場規模縮小的挑戰，因為年輕人往往是追求時尚與變化的主力軍。當少子女化現象導致消費者的平均年齡上升，美髮業務就必須轉向更注重中高年齡層市場的需求，如頭皮養護到臉部護膚，及健康養生的思維概念導入給消費者，並教導顧客追求整體的健康美，而不僅僅是追求時尚的造型變化。

技職校院因少子女化人數下降，這迫使技職院校重新思考如何吸引學生，意味著學校需要提供更適合的學習方式，加強其專業特色及系科本位，如課程內容需要更貼近市場需求，包括提供針對銀髮族群的美髮服務培訓，以應對人口結構的變化的衝擊。

（二）美髮產業及其技職教育轉型趨勢

此外少子女化帶來的勞動力短缺，也為美髮產業的專業人才供應帶來極度壓力，投入美髮產業的新生世代及美髮師專業教育訓練養成變得尤為重要。面對人口結構呈現倒三角型的改變，美髮產業的需求也必須不斷創新求變，不僅在技術上，包括服務的多樣化，以適應不同年齡層消費者的需求。這可能包括為年長者開發適合的抗衰老產品、護髮護膚商品或提供與頭皮養護、及養生健康相關的服務並導入分享「整體健康美」及「慢老 2.0」（黃惠如，2024）的新觀念，為應對目標市場的變化，美髮產業需要調整其營銷策略，利用社群媒體和線上平台來吸引年輕客群，同時利用傳統媒體行銷和口碑推廣來吸引中老年客群，以確保產業能在少子女化和超高齡化社會中繼續茁壯成長。

技職教育層面探討超高齡社會帶來的是一個成長中的潛在市場的轉機，美髮技職教育需要調整課程，以培養學生提供針對銀髮族特定需求的服務能力，包括了解銀髮族的頭髮和頭皮狀況、熟悉適合銀髮族的髮型設計，以及掌握與年長客戶有效溝通的技巧。

臺灣的科技及半導體產業在全球經濟扮演關鍵角色，特別是在中美貿易戰背景下，許多臺商選擇回流並在本國設立工廠。然而，在經濟成長的光輝背後，少子女化和勞動力不足的問題漸成主要隱患，臺灣面臨的少子女化問題比國際上更為嚴峻（賴淑芬，2023）。隨著出生率的下降，臺灣同時面臨著人口超高齡的挑戰，這不僅造成勞動力短缺，也增加了醫療和社會福利的負擔，且可能導致經濟成長減緩。對於美髮產業而言，除了面臨招募選才、物色新血，缺工問題也不斷

存在，從業人員慢慢呈現高齡化的現象，也帶來了不小的衝擊，因此需要制定合適的對策和規劃來面對這些挑戰，避免產業人才斷軌，青黃不接情況愈益嚴重。

四、結語與建議

（一）結語

隨著數十年來美髮產業的發展，舊有的商業理念和經營模式已經漸漸不符合快速變化的社會和市場需求。為了迎合不斷提高的消費者期望，美髮業界迫切需要更新其經營策略和管理方式。具有創新意識和前瞻性的企業家將在這個充滿機遇與挑戰的新時代中，脫穎而出站在時代潮流的前端。2020 年開始新冠疫情（Covid-19）爆發，迫使許多大小實體美髮店關閉，對應疫情帶來的限制措施，隨著民眾減少外出，對於非必需品的消費也相應下降。在這種背景下，線上購物成為了許多消費者的首選，為電商和物流業帶來了空前的發展機會，如直播購物、網路生鮮以及社區團購等創新的商業模式迅速興起，這不僅對傳統供應鏈造成了極大的挑戰，也為其帶來了轉型和革新的新契機。對於美髮技職教育而言，大環境下總體變化同樣出現新的需求和挑戰，教育單位需要更新課程設計，以包含更多關於線上服務技能、數位行銷知識以及新興技術的應用，確保學生能夠了解並適應當前市場的需求。此外技職教育也需要強化學生的創新思維和適應能力，使他們能夠在不確定的環境中尋找新的機會，面對實體店面經營的困難，培養學生掌握線上數位科技的能力也極為重要，例如虛擬髮型設計、線上顧問諮詢設計服務等。新冠疫情加速了美髮產業的轉型，同時也為技職教育帶來了快速更新教學內容和方法的機會。跨越創新的教學策略和課程更新，技職教育可以更好地為學生做好進入這個產業的準備，不僅幫助他們掌握當前的技術，還能激發他們面對未來可能出現的挑戰和機會的適應掌握能力。

（二）建議

美髮企業轉型通常依賴於領導者的決策和資源的合理分配，涉及多方面的改變，包括組織架構、技術更新、員工培訓以及市場策略的重新規劃與佈局。這一過程對美髮企業而言至關重要，尤其是對於追求在動態市場中保持競爭力並朝實現永續發展的美髮連鎖企業，當這些美髮連鎖店面臨產業轉型時，它們可以采取一系列的策略來適應並領先市場。例如引入科技數位化服務以提升顧客體驗，如消費者線上預約服務系統、AR 模擬實境針對髮型、顏色、捲度、膚色、臉型、五官比例進行測試體驗，企業內部高層重新定位品牌文化價值以滿足現代化需求、提供多樣化的服務項目增加客戶吸引力，以及實施永續性策略來滿足環保需求。

企業投資員工的專業成長和客戶服務能力的提升，將直接影響顧客滿意度和設計師業績表現，精心構思的客戶體驗和個性化服務，將有助於建立忠實客戶，運用科技化客戶管理系統進行數據分析，來更深入了解顧客需求，並利用社群媒體和網絡營銷提升品牌的線上及線下能見度，亦是現代企業轉型中不可或缺的一環。評估店面位置和擴展策略以及主動回應客戶及反饋，也是調整經營策略和提升市場競爭力的關鍵。總之對於美髮產業的連鎖店來說，這些策略的實施應該是量身定制和靈活運用的，以確保在現今劇烈市場變化下和客戶需求不斷提升中，企業能持續走向永續經營與發展。

美髮技職教育端，學校需要著重於提升教學的品質水準和科系吸引力。這包括將最新的美髮技術和市場趨勢整合進課程之中，從而激發學生的學習熱情與對美髮產業的興趣。同時強化學生的實務操作經驗也非常關鍵，透過與美髮業界的密切合作，為學生提供實習機會、參與業界實務競賽、考取相關證照、累積真人實務作品集，讓他們在實際的工作環境中學習並獲得真人實務經驗，美髮技職教育更應落實於系科特色及核心本位，才能吸引到真正想學習的人才投入。

少子女化世代為了開拓學生來源，技職院校應開發多元化的招生策略，針對不同背景的潛在學生進行宣傳和招攬，提供獎學金和技能學習上材料費用的財務支持，也能降低學習門檻，吸引更多學生加入。加強就業輔導規劃和就業銜接能幫助學生成確自己的未來道路，增加他們對職業前景的了解和就業後的自信養成。

利用科技，如線上教學平台和虛擬實境技術，來創新教學方法。讓美髮教育不僅限於傳統的課堂學習，學生可以通過更靈活的學習方式，隨時隨地獲取知識和技能，提供更多樣化和個性化的學習體驗，滿足不同學習的需求。學校與企業可攜手同時加強對外宣傳和建立良好的公眾關係，可以共同提高美髮技職教育的社會認可度和吸引力，同時提升美髮產業的正面形象達到共好共存，吸引更多優秀人才加入這個產業。在少子女化及超高齡化社會下，美髮技職教育的轉型應該著重於提升教育品質、更新教育內容、擴大學生群體和強化產業合作，以確保能夠培養出符合未來市場需求的美髮專業人才。

參考文獻

- 內政部（2018）。**老年人口突破 14% 內政部：臺灣正式邁入高齡社會**。取自 https://www.moi.gov.tw/News_Content.aspx?n=2&s=11663
- 內政部(2024)。**人口統計資料 CIS**。取自 <https://gis.ris.gov.tw/dashboard.html?key=B01>

- 行政院（2016）。行業標準分類（第十次修訂）。取自 https://www.stat.gov.tw/News_Content.aspx?n=3144&s=90010
- 行政院（2023）。110 年工業及服務業普查初步統計結果。取自 <https://www.stat.gov.tw/News.aspx?n=2740&sms=11059>
- 國家發展委員會(2022)。最新 2022 至 2070 年人口推估報告出爐。取自 https://www.ndc.gov.tw/nc_14813_36128
- 勞動部（2010）。中華民國職業標準分類第六版。取自 https://www.stat.gov.tw/News_Content.aspx?n=3145&s=90027
- 黃惠如（2024）。慢老 2.0：不是活得更老，而是延長健康中年！全面升級健腦、強肌、抗衰的日常習慣。天下雜誌。
- 賴淑芬（2023）。美髮產業動態分析。臺灣連鎖店年鑑。

