



第一章

緒論

第一節 緣起——女孩的成年禮

記得剛考上大學時，媽媽便趁著某次逛百貨公司的機會，興致勃勃地帶我到化妝品專櫃購買肌膚保養品，並叮嚀我每天早晚都要使用。雖然只是兩、三瓶簡單的基礎保養品，但從完全不使用到使用肌膚保養品的轉變，對我而言，卻像是某種形式的「成年禮」，購買與使用肌膚保養品似乎象徵我已經邁向人生的另一個階段，也就是，從這一刻開始，我不再是個小女孩，而是個該開始照顧自己健康與外貌的女人了。

後來，在住進了大學的女生宿舍，並且逐漸熟悉室友的生活作息後，我才發現我這兩、三瓶肌膚保養品根本不是什麼了不得的事情，因為幾乎每個室友，都把自己生活的一小塊空間（可能是書桌、書架、衣櫃、浴室等地方），讓給了瓶瓶罐罐各色各樣的肌膚保養品。

有的人除了使用洗面乳、化妝水及乳液這幾種所謂的「基礎保養品」外，還使用精華液、眼霜、護唇膏、面膜、去角質霜，以及各種強調防曬、美白、抗老化或淨痘等特殊功能的臉部肌膚保養品。另外，針對身體其他部位（例如身體、腳部、手部等等）的肌膚，甚至還備有另一套完全不同的肌膚保養品，並且每天定時依序在身體各個部位上使用，成爲一項每天必行的儀式。而後我也發現，這個儀式，幾乎都是我女性親友（包括與我年紀相仿的同學與朋友、家庭中的姊妹與長輩）生活的一部份。

此外，我還發現一件有趣的現象，就是即使遇上特殊狀況，這些肌膚保養儀式仍然不會被我及我的女性親友忽略或停止。例如，不論是長期或短期的旅行，我們總會根據旅行地點、時間長短、當地的季節氣候等條件，判斷自己應該攜帶的肌膚保養品種類與份量，事先分裝在便於攜帶的小瓶罐中，或是購買便於攜帶的肌膚保養品。總之，儘管身處異鄉，需要進行的肌膚保養步驟仍然是一個都不少，甚至還會因爲旅行地點的特殊環境及氣候，增加特殊的肌膚保養品，例如，到乾燥地區，會攜帶特別滋潤的肌膚保養品；到海邊，會攜帶高係數的防曬油及美白保養品；到某些東南亞國家，則不免要享受一下當地的 SPA，把日常生活中固定的劇目搬到不同的環境繼續演出，甚至還變得更多采多姿。

不過，雖然我與我的女性親友幾乎都會保養肌膚，每個人保養肌膚的方法或購買的肌膚保養品種類與品牌，卻都不盡相同且各具特色，並且各自從不同管道獲得及學習肌膚保養的資訊，這不但成爲我們個人的風格特色，也增加了平日相處互動的話題。例如當某個人看了某則廣告、某篇雜誌介紹、親自使用了某些肌膚保養品，或是突然發現肌膚出現問題，也可能是想添購肌膚保養品的時候，大家就可能熱烈地討論某種肌膚保養品的效用如何、有哪些肌膚保養的好方法、

使用了哪些肌膚保養品、各種肌膚保養品的優缺點、到哪裡（或何時）可以買到最便宜的肌膚保養品、哪個化妝品專櫃的小姐比較親切或專業、如何使用各種肌膚保養品，或是最近肌膚又出現了什麼問題，該怎麼解決等等，彼此分享親身經驗或是自各個管道吸收而來的肌膚保養資訊。這些互動交流的資訊，就成了我們下一次採買肌膚保養品或進行肌膚保養時的重要參考。

從大學到現在，經過親身的實踐，以及與親朋好友的互動交流，再加上不斷從電視、雜誌、書籍、網路等媒體接收推陳出新的資訊。如今，肌膚保養的實踐對我而言，已經是日常生活中習以為常的一部份，肌膚需要保養品，就像人體需要水一樣地不容置疑。我參考親朋好友的意見、閱讀相關的雜誌、書籍及網站，並考量自己的需求與經濟能力，挑選、購買及使用這一套專屬我的肌膚保養品，希望隨時讓膚質呈現最佳狀態。

但是，就在我將肌膚保養的實踐視為理所當然的同時，回過頭來仔細思索，才赫然發覺，數年前，我還是個幾乎不擦任何肌膚保養品的人，而今，購買與使用肌膚保養品對我而言，怎麼會變得如此自然？在我生活周遭的其他女人，又是如何成為肌膚保養實踐的一份子？肌膚保養的實踐對我們這些女人來說，究竟有什麼樣的意義？

第二節 肌膚保養的實踐：一項台灣女性普遍的實踐

其實，肌膚保養的實踐不只是一項普遍存在我身旁女性親友的實踐，讓我印象非常深刻的就是，每年 10 到 12 月各大百貨公司週年慶的時節，路過正在舉辦週年慶的百貨公司，總會看到一樓化妝品專櫃前擠得水洩不通，排隊的隊伍甚至延伸到百貨公司大門；打開電視、報章雜誌或網站，總是可以看到許多報導女性爭先恐後瘋狂購買肌膚保養品的新聞，例如有的女性為了購買某一款肌膚保養品，一早就搬了椅子到百貨公司門口坐著排隊（陳子鈺，2004.10.7:3），甚至百貨公司才開店 3 分鐘，某款肌膚保養品就被搶購一空（鄭嘉蕙，2004.10.29:A7），也有女性一次就購買一百多萬元的肌膚保養品（東森新聞網，2004.10.4）。這些情況或許異於平常，卻也反映出肌膚保養的實踐對於許多台灣女性來說，絕對有某種程度的重要性。

除此之外，根據我國「東方消費者行銷資料庫」(Eastern Integrated Consumer Profile, 簡稱E-ICP) 在 2003 年 7 至 8 月進行的問卷調查¹，在總計 666 位 13 至

¹此一調查，係東方消費者行銷資料庫在 2003 年 7 至 8 月，針對台灣地區 46 個生活中心城市鎮中 13 至 64 歲的男女性民眾，以全程面對面的問卷調查進行。調查內容涵蓋人口統計特徵、

64 歲接受調查的台灣女性中，在調查前三個月內有購買臉部肌膚保養品的人佔了 53.8%，沒有購買的人則佔 46.2%，有使用臉部肌膚保養品的人佔了 67.3%，只有 32.7% 的人沒有使用。另外，在這 67.3% 有使用臉部肌膚保養品的女性中，56.9% 的人一天使用 2 次臉部肌膚保養品，32.8% 的人一天使用 1 次臉部肌膚保養品，5.6% 的人 3 天使用 1 次臉部肌膚保養品，而其餘 4.7% 的人則一週使用 1 次以下的臉部肌膚保養品。在這些數據中，我們可以發現，有購買與使用臉部肌膚保養品的女性，各約佔所有受訪女性的五成與七成，且在有使用臉部肌膚保養品的女性當中，有將近九成的人一天至少會保養 1 次臉部肌膚。

另外，邱高生（2005 年 1 月 19 日）則選取 E-ICP 中，1998 到 2004 年連續七年間 15 至 59 歲女性的統計數據進行比較，他發現有使用臉部肌膚保養品的女性，1998 年為 45.1%，1999 年為 55.7%，2000 年為 61.4%，2001 年為 60.6%，2002 年為 61.0%，2003 年為 63.2%，2004 年則為 63.4%，比例逐年增高。

從上述的調查數據與研究報告中，我們可以進一步得知，肌膚保養的實踐是一項將近七成台灣女性共同的實踐，而且對這七成台灣女性中將近九成的人來說，這項實踐甚至是一件每日必行的儀式。而從使用比例逐年增高的狀況來看，女性肌膚保養的實踐在台灣社會中有愈來愈普遍的趨勢。

由此看來，肌膚保養確實不僅是我以及我的女性親友日常生活中不可或缺的一項實踐，也是台灣大多數女性日常生活中重要的實踐之一。也就是說，每日都有無數位於我看見之處的女性，在某些時間、某個地點、以她們自己的方式，進行著肌膚保養的實踐，成為她們日常生活作息的一部份。

面對這些個人經驗、相關報導，以及統計數據與報告，我逐漸體認，肌膚保養的實踐對於台灣女性來說，似乎具有某些特殊的意義，而且似乎是經歷了某些過程才會成為許多台灣女性日常生活中不可或缺的一部份，然而這些意義及過程，卻不是從我個人的日常生活互動中就可以深入瞭解的，而必須與正從事此實踐的女性進行深度交談與互動，才能夠挖掘出來。因此，我希望能夠透過這個研究，探索台灣女性從事肌膚保養實踐完整的生活經驗，並碰觸她們內心深處的想法與感受，進一步追尋此一實踐融入台灣女性日常生活的過程，以及肌膚保養實踐對於台灣女性的意義。

生活型態、休閒活動、媒體接觸以及商品消費實態等等，共取得 1344 份有效問卷（其中女性為 666 人，男性為 678 人），信賴水準為 95%，抽樣誤差為±2.67%。

第三節 肌膚保養實踐的定義與內涵

那麼，本研究所欲觀察與分析的肌膚保養實踐，究竟有什麼樣的內涵？我認為，肌膚保養的實踐應該包含三個層面：第一個層面是肌膚保養的進行，例如塗抹上肌膚保養品、做臉，或進行美容手術等等；第二個層面是選擇與取得各種肌膚保養用品與美容服務的實踐，例如購買肌膚保養品，或到美容沙龍消費等等；第三個層面則是取得肌膚保養資訊的實踐，例如與親友討論、看報章雜誌及上網等等，因為這三種實踐的運作，是環環相扣、相互影響的。

如圖 1-1 所示，肌膚保養的進行，會影響肌膚保養用品與美容服務的選擇與取得，也可以協助形成肌膚保養資訊；肌膚保養用品與美容服務的選擇與取得，會影響肌膚保養進行的方式，也可以協助形成肌膚保養資訊；肌膚保養資訊的取得，則能夠協助肌膚保養的進行，也會影響肌膚保養用品與美容服務的選擇與取得。

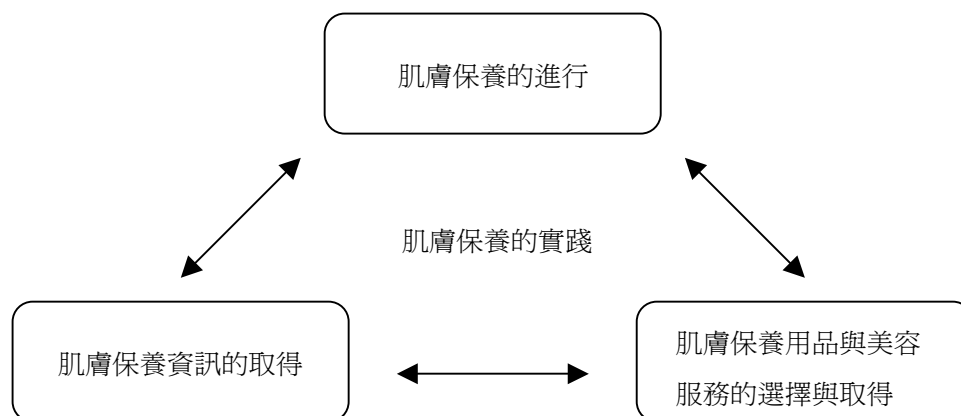


圖 1-1 肌膚保養實踐的內涵

因此我認為，肌膚保養實踐的內涵，應該包括「肌膚保養的進行」、「肌膚保養用品與美容服務的選擇與取得」及「肌膚保養資訊的取得」三種實踐，在檢視台灣女性肌膚保養實踐的經驗時，應該同時觀察這三個面向的實踐，才能完整瞭解台灣女性肌膚保養實踐的經驗。

第四節 問題意識

經過上述對台灣女性肌膚保養實踐的觀察與反省，以及對肌膚保養實踐的內涵加以定義後，我希望透過這個研究進一步深入觀察與探討的問題為：

- 一、台灣女性在日常生活中如何進行肌膚保養的實踐？——她們如何進行肌膚保養？如何選擇與取得肌膚保養用品與美容服務？如何取得肌膚保養的資訊？
- 二、肌膚保養的實踐如何成為台灣女性日常生活的一部份？
- 三、台灣女性為什麼要進行肌膚保養的實踐？肌膚保養的實踐對台灣女性來說有何意義？