



摘要

# 醫療美容服務的消費保障 引入新規管制度



消費者委員會  
CONSUMER COUNCIL

# 醫療美容服務的消費保障

## 引入新規管制度

有關報告全文(只提供英文版本)，  
請參閱消費者委員會網站 [www.consumer.org.hk](http://www.consumer.org.hk)。  
如中文版與英文版有矛盾之處，以英文版為準。

## 摘要

### 簡介

近年，「醫療美容」一詞被廣泛使用，形容有關美容服務透過療程，為消費者處理例如皮膚皺紋、多餘脂肪或毛髮、皮膚變色、痣等問題，從而達致美化外貌的效果。現時醫療美容在香港並沒有任何官方的定義，香港政府成立的「區分醫療程序和美容服務工作小組」（「工作小組」），研究醫療美容服務行業的規管，並把醫療美容服務分類為涉及皮膚穿刺、體外能量源、以機械或化學方法在皮膚表皮層以下進行皮膚剝脫、及其他可能引起安全關注的美容程序（例如洗腸及高壓氧氣治療等）。

一直以來，消費者委員會（消委會）就美容行業進行了不少工作，例如協助業界制訂營商實務守則、教育及提醒消費者若干美容產品的安全注意事項，及調停消費者和美容服務提供者之間的爭議。隨着2012年一所美容院發生靜脈輸液治療事故，以及其他涉及消費者安全和健康風險的致命或永久創傷的事件，以至從新聞報道及投訴所見的有問題銷售手法，消委會認為有必要就香港的醫療美容服務進行深入研究，藉以：

- 探討消費者對醫療美容服務的認知水平；
- 分析消費者在接受或計劃接受醫療美容服務時主要關注的問題；
- 檢視其他司法管轄區有關醫療美容服務的規管架構；
- 評估香港醫療美容服務可採用的規管模式；及
- 提出建議，以加強消費者保障，避免因不當地施行醫療美容服務對消費者的健康所帶來的風險和嚴重後果。

### 業界諮詢

消委會開展相關研究，首先致函業界不同持份者，包括本地的美容業、學者、醫療專業團體及相關政府部門，諮詢他們對於醫療美容行業的看法及意見，當中消委會尤其希望瞭解他們如何去界定「醫療美容服務」。

雖然，美容界和醫療界一般都視醫療美容服務為透過醫療方式、知識和技術，為消費者提供的美容服務；而「工作小組」亦建議15項涉及注射、以機械或化學方法進行皮膚剝脫、高壓氧氣治療及漂牙等程序，只可以由註冊醫生或牙醫進行，但香港醫學會認為，現時法例上並沒有定義何謂「醫療程序」，因此任何人只要沒有聲稱自己為醫生，可能意味着可合法地為其他人進行任何程序。因此，相關團體提出在法例上定義「醫療療程」的需要及重要性。

消委會感謝這些持份者對本研究提供的協助。在發表本報告之前，消委會諮詢了相關持份者有關在報告中所引用他們的意見，並與部分相關行業的監管機構討論消委會報告的主要研究結果。

## 消委會研究範疇

除了諮詢業界不同持份者的意見外，消委會亦在 2016 年進行了一連串的研究工作，包括：

- 透過消費者調查，收集 15 歲至 64 歲消費者的意見。當中包括電話訪問 1,004 位受訪者、街頭訪問 602 位受訪者，以及 6 次聚焦小組共 72 位受訪者；
- 消委會職員以消費者身份到合共 30 間提供醫療美容服務的處所進行資料查詢，當中包括 9 間美容院、13 間醫療美容中心、4 間醫療美容診所，以及 4 間私家醫院；及
- 搜集七個選定的司法管轄區的醫療美容規管模式資料，即韓國、中國大陸、新加坡、台灣、英國、美國的加利福尼亞州（加州）及佛羅里達州。

## 消費者的觀感和理解

消費者調查結果顯示，消費者對於「醫療美容服務」的一般觀感與現行的監管規定並不一致。消委會認為消費者在理解上存在頗大差異，情況值得關注。

大部分用家（81.3%）將醫療美容服務視為一般美容服務（例如微針療程和水磨嫩膚療程）。雖然當中部分服務屬於應由註冊醫生或牙醫進行的 15 項醫療程序之內，但有些用家認為這些療程為非侵入性（例如沒有使用藥物/注射/麻醉/出血/手術）；是很普遍或平常的；可以由美容師進行；或可以在美容院進行。因此，他們可能會忽視療程的潛在安全問題，在選擇醫療美容療程或服務提供者時對其風險掉以輕心。

教育消費者掌握對醫療美容服務的正確觀念，以及瞭解當中存在的風險，是提升消費者保護的重要一環。然而，醫療美容科技日新月異，令消費者難於緊貼當中的變化或沒有能力充分明白使用這些服務可能隱藏的危機。此外，消費者受情感因素所驅使，進行醫療美容服務的情況亦不容忽視。在消委會的消費者意見調查當中，74.9%的用家進行醫療美容服務的原因是「保持年輕/美顏」。加上用家經常遇到行業慣常採用的「高壓銷售」手法，這些手法亦見於消委會的市場考察調查，這等情況有必要採用較嚴謹的規管措施以加強消費者保障。



## 其他司法管轄地區的規管原則

時有出現的嚴重醫療美容事故，和大量非相關專業的醫護人員從事醫療美容服務行業，令很多司法管轄地區都有呼聲要求，制定資歷要求準則以加強培訓，並有需要對有關醫護人員提供專科訓練。

除此之外，這些地區亦有以下共通的發展趨勢：

- 引進特定的規管和牌照制度以監管醫療美容服務；
- 為行業從業人員發展認許的訓練標準；
- 就與醫療有關的廣告誤導及/或不公平營商手法制定法例或指引以保障公眾；
- 要求醫護人員遵循法例，在進行一些程序前，必須向消費者解釋箇中特定細節，並須取得他們書面同意；
- 為一些具侵入性的程序例如抽脂，提供強制性的冷靜期；及
- 透過調停和仲裁提供排解糾紛的程序和補償。

根據消委會的調查和聚焦小組的討論意見，清楚顯示消費者普遍同意（超過90%）希望香港的相關監管制度能達致其他地區先進發展的水平。

## 消委會的建議

從研究所得，消委會發現一些在行業規管中值得關注的議題，相關建議在下文簡述，希望政府、醫療界及美容界能仔細考慮。

在這些議題當中，有兩點特別值得注意。首先，「醫療美容服務」必須要有一個清晰的定義，從而建立一個合適的法律基礎，防止不符合資格人士提供相關服務，從而保障消費者的權益。另外，在大部分情況下，消費者考慮接受醫療美容服務前所獲得的安全和品質保證較療程價錢的高低更為重要。

## 醫療美容服務的定義

現時在香港「醫療美容服務」並沒有一個清晰的定義，因此市場上的服務提供者包括醫療界和美容界的從業員，以至消費者都對怎樣才構成醫療美容服務有不同的理解及概念。上文提及，在消委會的消費者意見調查結果中顯示，81.3%的用戶認為那些被「工作小組」界定為有潛在安全風險的美容程序只屬於「一般」美容程序，而聚焦小組的討論亦顯示消費者認為美容院提供的醫療美容服務和一般美容服務分別不大。在中國大陸及台灣，「醫療美容服務」都有一個法定的官方定義。消委會認為，有確切需要以立法形式界定何謂「醫療美容服務」，否則，當不能清晰分辨「美容

服務」及「醫療美容服務」，在落實風險管理、質素控制及循規審查等監控措施方面亦會遇到相當困難。

**建議：**消委會建議政府應考慮以法例確定構成「醫療美容服務」的元素，包括為美容目的而提供的醫療服務所使用之各項程序、手術類別、藥物類別、醫療儀器或侵入性技術。制訂法例之目的是為了規範相關人士（無論是醫護人員或美容從業員）在提供醫療美容服務時的行為。

### *牌照規定*

經參考七個選定的司法管轄區的規管模式，消委會發現大部分司法管轄區都有為若干與美容相關的醫療儀器設立牌照要求，例如中國大陸規定與美容相關的醫療儀器必須註冊，並分為三個類別予以規管，而相關牌照須每5年續牌一次。在新加坡，使用強烈脈衝光及美容相關高能量激光儀器需領有牌照，而申請人須完成有關激光安全的培訓，才符合資格領取牌照；在美國加州，只有持牌的註冊護士或醫生助理可在醫生的監督下操作激光儀器或使用規定的儀器或藥物。

除了為醫療美容儀器設立牌照制度外，消委會亦留意到某些司法管轄區的美容從業員受到法定發牌制度的監管，並只獲准提供有限種類的美容程序或相關服務，例如在韓國，無論是業內的經營者或美容師，均須獲當地政府發牌。

從消委會的消費者意見調查及聚焦小組的結果顯示，消費者對市場上提供醫療美容服務人員的資歷及規管情況感到混淆，有見及此，消委會認為透過現有的監管手段加入適當的牌照安排可以釐清有關資訊及加強消費者的保障，再者，一個明確的牌照制度能令香港與其他司法管轄區的規管水平看齊，並發展出一個蓬勃的醫療美容服務行業和所衍生的旅遊服務，最終為香港帶來經濟裨益。

**建議：**消委會認為比起採取「零碎」的規管方式管制醫療美容相關的「儀器」、「藥物」及「程序」，一個較可取的方案是建立一個明確的牌照制度，包含特定的操作守則，以保障消費者健康和促進香港的經濟。

### *對施行醫療美容服務提供者的資歷要求*

香港醫務委員會的香港註冊醫生專業守則要求註冊醫生應該在其能力範圍內行事，而有關要求可以理解為他們作為註冊醫生的基本要求。然而，醫療美容服務的用家的合理期望是要知道為他們提供醫療美容服務的註冊醫生，除其資歷及在提供基本醫療程序方面的能力外，是否具備足夠經驗履行相關的專業醫療美容服務。

從消費者意見調查及市場考察的結果可見，現時市場上有從業員以不同的疑似資格或虛擬專業的名銜或身份（例如「治療師」）向消費者推銷醫療

美容程序；更甚者，有些原本應該由醫生施行的醫療美容程序，根據研究所指，實際上卻由美容師去施行。

由於某些醫療美容服務的潛在風險很高，消費者在接受這些醫療美容服務之前應該能夠分辨及選擇從業人員的資格、技能及經驗，從而確認合適的人士去為他們進行相關程序。

**建議：**消委會認為醫療美容服務的提供者，無論是醫生抑或美容師，應該具備相關技能及經驗，以至他們在施行這些程序時，能確保消費者的安全，並達到醫療美容方面的認可標準。另一方面，有關從業員的資歷、經驗等資料亦應對外公開，並有系統地恆常更新。通過對醫療美容服務進行分類，消委會認為可以為不同的醫療美容服務訂立所需的法規及資歷標準，並可按從業員接受過的培訓和經驗，為他們發出證書或從資格認證方面作出合適的安排。

### *註冊及呈報機制*

香港目前並無特定法例規管醫療美容儀器及醫療儀器的製造、進口、出口、銷售或使用。只有一些儀器或產品，因為它們本身的性質和特點，可能會受到現行個別條例的管制，例如《藥劑業及毒藥條例》及《輻射條例》等。

一些重要的事項，例如進入市場前的管制以評估醫療儀器的安全、效能和質素，以及進入市場後的監察系統包括醫療事故呈報，都只有在明確的註冊及呈報機制下，才能得到滿意的處理。

從消費者調查結果顯示，消費者對醫療美容服務的滿意度頗高，從聚焦小組的討論亦反映，這可能是因為消費者認為使用醫療美容服務的風險較低。然而，不良反應和施程序失誤的機會仍然存在。因此，即使醫療美容出現事故的個案並非慣常發生，消委會認為應給予消費者充足訊息，以及便利的資訊渠道，好讓他們能在決定接受醫療美容服務前，瞭解可能面對的潛在風險。

**建議：**消委會認為在建議的牌照框架下，設立一個正式的呈報機制，支援有系統地報告不同類型醫療美容療程以及相關儀器發生事故的個案。雖然這會為現時未受規管的從業人員帶來挑戰，但只要牌照框架及相關的呈報機制正式啟動，預計持牌人會遵守規定，為處所內的儀器註冊及定期監察儀器使用的安全性。有關建議可加強監察和進入市場前的管制，保障公眾健康的安全，此外，適當的發牌條件和懲罰措施，亦可以為呈報機制的有效運作帶來誘因。



## 獨立、據實證的資料和一般建議

無論是聚焦小組的受訪者個人經驗，抑或市場考察收集所得的結果，都反映服務提供者甚少向消費者披露相關醫療美容儀器或產品的詳細資料，例如風險水平或潛在副作用。再者，現時除了衛生署醫療儀器行政管理制度下自願性表列醫療儀器外，市場上並沒有一個中央系統收集關於所有儀器或產品的表現及安全資訊，因此，消費者只能主要依靠個別服務提供者所提供的資料，去判斷選擇哪些儀器或產品。

從消費者意見調查結果顯示，接近四分之三的用家會依賴「親戚朋友的口碑」去搜集醫療美容服務的資訊，亦有五分之一的用家會在網上討論區/搜尋網站/網上社交媒體等搜集資訊，只有1.7%的用家會諮詢醫護人員的意見，但通常需要繳付諮詢費用。

因此，誇大的聲稱，尤其是嶄新的服務或技術可以在市場持續推廣而不被挑戰，直到有問題才變得廣為人知。聚焦小組的受訪者指出他們難以分辨不同服務及療程的質素和差別，特別是那些嶄新的服務。

**建議：**為了協助消費者評估不同服務和療程的功效（有別於特定的安全事宜），消委會建議設立一個以實證為據的資訊服務平台，就醫療美容服務、藥物及儀器等提供標準的建議。為了確保資訊的不偏不倚及方便使用，消委會建議由政府或建議中的牌照監管機構去管理這個平台，並確保有關的資訊不時更新，以方便的形式供消費者查閱。

## 同意過程

有四分之三的用家在消費者意見調查中指出他們接受醫療美容服務的原因是「保持年輕/美麗」，其次是「處理身體上一些問題」及「增強自信心」。

消委會認為，驅使消費者接受醫療服務的情感因素不應被低估，在市場考察調查中，消委會發現除了診所及醫院外，其他處所的人員對醫療美容服務帶來的潛在風險在講解上往往並不足夠，而且亦有跡象顯示一些服務提供者，尤其是美容院，蓄意利用心理策略，誘使消費者倉卒作出購買決定，在聚焦小組中亦有消費者提到這種手法的存在。

在台灣，法例要求服務提供者在提供醫療美容程序之前須向消費者披露相關程序出現併發症的可能性、潛在風險和副作用等詳細資料，並需先徵得他們的書面同意才能進行相關程序。

**建議：**為保障消費者利益，以及業界的聲譽，消委會認為在任何建議的規管架構下，都應該要求服務提供者在提供某些醫療美容服務前徵求消費者的書面同意。有關書面同意的內容應該包括相關併發症和副作用出現的可能性，以及應對的補救措施。此外，亦應訂明禁止在消費者進行療程時推銷任何與原來書面同意的程序無關的額外或事後程序。

## 廣告守則

《不良廣告（醫藥）條例》訂明禁止為藥物、外科器具或療法發布宣稱可以預防或治療該條例附表一及附表二所訂明的疾病或病理情況的廣告，因此例如隆胸等涉及整容外科手術的廣告便受到條例規管。註冊醫生及牙醫亦須遵循相關專業守則中與廣告和宣傳有關的規定。

然而，就醫療美容服務的廣告和宣傳而言，即使在一些情況下服務提供者使用「醫療」、「專科」、「診所」、「醫生」等詞語是有機會誤導或說服消費者購買服務，但無奈現時並沒有任何特定的守則或法例對這些字眼進行規管。另外，消委會對於其他在美容業慣常使用的廣告和宣傳手法是否恰當亦存有疑問，例如：所使用的「療程前」及「療程後」相片可能是電腦修改後的效果；以及作出沒有任何證據支持的聲稱，從而為消費者帶來不切實際的期望。雖然《商品說明條例》載有有關禁止某類具誤導或欺騙性廣告的條文。不過，這些條文有多少程度適用於醫療美容服務提供者的一些模糊不清並屬欠妥的聲稱，仍有待監察。

**建議：**由於部分在醫療美容推廣中使用的特別字眼相當重要，並有可能會引起問題，因此，消委會建議政府應考慮是否需要限制在醫療美容服務市場，某些廣告聲稱中使用聲稱的範圍。在牌照制度下，可以制訂守則規管推廣醫療美容服務廣告的手法。

## 冷靜期

從消委會的消費者意見調查、聚焦小組討論及市場考察顯示所得，消費者的情感因素往往會被利用為驅使他們去考慮接受醫療美容服務。另外，聚焦小組的討論反映價錢亦是消費者考慮購買醫療美容服務或光顧服務提供者的另一重要因素。換言之，在「低價」或「折扣」的促銷，加上「情感催促」之下，消費者會容易給說服而購買療程。從市場考察的結果中亦發現當視察員顯得不願意即時決定購買服務時，服務提供者便向視察員提供「特別優惠」，這情況甚為普遍。這種隨意提供折扣的定價手法，明顯並非根據成本標準而定，而是爭取「速銷」的行為。

欠缺透明度的價格、限時內作出交易決定，以及短暫的優惠有效期都會令消費者無法認真考慮該醫療美容服務所涉及的潛在風險或他們是否有需要去進行該服務。香港心理學會臨床心理學組的臨床心理學家認為，當醫療美容服務消費者對於有關醫療美容服務的過程和實證或服務提供者的資格未有充分的瞭解，而他們容易受到推銷手法影響，這些推銷手法包括登門檻效應、廣告模特兒效應、高壓手段等，設立冷靜期是必須的。

在提供高度侵入性的醫療程序時，服務提供者任何強迫消費者在短時間內作出決定的行為都應當被遏止，合適的冷靜期機制可為消費者提供保障。在新加坡，消費者進行抽脂程序必須有法定的七天冷靜期。在新加坡 CaseTrust 的自願性認證計劃下（包括美容、溫泉水療、按摩行業），參與

者必須為顧客包括遊客，提供五天的冷靜期，若他們不想進行所購買的療程可獲全額退款。

**建議：**消委會擬於下一年度進行有關應否，及若然如此，應如何在本港實施冷靜期安排的研究。具高風險的醫療美容服務及高壓營銷手法為推行此措施提供理據上的支持。冷靜期會讓因被誘使購買醫療美容服務或已預繳費用的消費者可有權在合理時間內取消交易，這亦能有效遏止服務提供者使用不良的「高壓銷售」手法招攬生意，並有助他們與消費者基於可接受和良好的服務質素建立客戶關係。

### *排解糾紛及申訴機制*

現時註冊醫生和牙醫均有專業責任，須為疏忽引致的索償訂立彌償安排。然而，法例並無要求其他醫療美容服務提供者購買任何彌償保險。消費者因不滿療程的結果，而與服務提供者爭議的情況是無可避免的。即使消委會能調停消費者與服務提供者之間的糾紛，因為醫療美容服務涉及高風險，有機會為消費者的健康帶來嚴重後果，缺乏行業專屬的其他排解糾紛途徑令消費者得不到足夠的保障。此外，有別於其他醫療服務，在考慮就提供醫療美容服務中的不當行為索償時，需要一定程度的專業以判斷相關理據。

以韓國為例，消費者在遇到提供醫療美容服務上的不當行為時，可透過韓國的醫療糾紛調停仲裁院，或其他的民間調停渠道如韓國消費者中心，尋求協助。

**建議：**消委會建議醫療美容服務行業應共同建立專屬的調停機構，為香港消費者在現有排解糾紛途徑以外，提供多一個切實可行的選擇去解決他們與服務提供者之間的糾紛。

# 建議



清晰界定  
醫療美容服務  
的定義

醫療美容服務  
提供者的資歷要求



註冊及呈報機制



「牌照」制度

獨立及具實證的資訊



廣告守則



消費者書面同意



冷靜期



排解糾紛及  
申訴機制

## 未來路向

於中國大陸和香港發生的嚴重事故及消委會於過去兩年進行的研究調查工作，反映了在醫療美容服務行業中存在嚴重問題，須予處理。

一方面，現時消費者對於醫療美容業的很多方面感到混淆不清，包括進行醫療美容服務人員的資歷要求、資格和身份情況。另一方面，在蕪新服務及科技推陳出新下，誇大的聲稱和有問題的銷售手法持續在市場存在而未被挑戰，直至問題發生而被揭發。消費者亦難以判斷不同服務和療程的質素和差別，面對蕪新的服務和技術時尤甚。

根據消委會的研究結果，消委會認為當務之急是制定合適的牌照制度以解決問題和加強對消費者的保障。消委會希望政府、美容界、醫療界和其他相關持份者能詳細考慮上述提出的建議，以改善消費者保障。

報告指出的醫療美容業發生的問題亦在其他司法管轄區中出現，並受到規管機構不同形式的監管。消委會認為香港應仔細研究這些地區的做法，並參考世界最佳的監管手法，這樣既符合本港利益，亦同時可確保消費者安全及本地業界的健康發展。

消委會將繼續履行調停糾紛及監察行業的角色，同時透過不同媒體，就此行業的各個範疇提醒及教育公眾。一個保障消費者權益及提供高質素服務的專業醫療美容服務業，可將香港發展成為一個不但吸引本地市民，亦廣受其他地區消費者歡迎，具信譽及卓越的專業醫療美容服務中心。





香港北角渣華道191號嘉華國際中心22樓

電話：2856 3113

傳真：2856 3611

電子郵箱：cc@consumer.org.hk

網站：<http://www.consumer.org.hk>

消費者委員會2016年12月出版

© 版權所有，不得翻印

