

美容業營商實務守則



消費者委員會
CONSUMER COUNCIL

消費者委員會

美容業營商實務守則

目錄

	<u>頁</u>
I. 引言	2 - 4
II. 美容業的營運	
(一) 服務及產品質素	5 - 12
(二) 業內宣傳及推銷手法	13 - 21
(三) 預先繳費營運模式	22 - 24
III. 制定服務承諾及處理消費者投訴	25 - 27
IV. 總結	28
附件一：美容業營商守則研究小組成員名單	29
附件二：美容業營商守則專責小組成員名單	30
附件三：統計表一及二	31 - 32

I: 引言

1. 背景

- 1.1 近年，美容業在美顏、纖體風氣及內地開放的帶動下迅速發展。據二零零三年的一項調查顯示，本港受僱於美容行業的人士超過三萬人¹。
- 1.2 消費者委員會(消委會)的資料顯示，過去數年間，有關美容業的投訴數字每年超過五百宗，相對於接受服務的人次，雖然比例尚算不高，但行業仍須關注。綜合消委會接到的投訴，行業主要有下列問題：服務質素、推銷手法、價格／收費爭議、及安全問題等。
- 1.3 爲了加強行業自律，提高消費者的信心，消委會與美容行業於二零零四年八月成立「美容業營商守則研究小組」(研究小組)，研究及制定行業營商實務守則。研究小組由消委會代表擔任獨立的召集人，十一名成員分別來自各商會及其他有關的行業代表：包括美容學校、中小型及連鎖美容院、和產品及儀器生產商代表等(研究小組成員名單見附件一)。

¹ 職業訓練局二零零三年美容、美髮及化妝品業人力調查報告。

1.4 涉及到美容業的問題廣泛，為有效制定美容業營商實務守則，研究小組成立三個專責小組，對消費者最關注的問題進行詳細研究。三個專責小組的研究範圍分別是：服務及產品質素、業內宣傳及推銷手法、及預先繳費營運模式。消委會多個部門的職員也有參加這些小組，提供專業意見(專責小組成員名單見附件二)。

1.5 經過年多時間，完成制定建議守則。

2. 制定守則的目的

2.1 本實務守則由行業自願發佈，並非法定守則。

2.2 我們相信，具水準的美容產品及服務、清晰的市場資訊、及良好的營商手法，不單可以招納本地消費者成為顧客，也可以吸引內地及海外的遊客，有利行業及社會經濟的發展，亦有助提升香港美容服務及產品業在亞洲的地位。因此，我們制定本實務守則，透過列出美容及有關行業應遵循的基本標準，促進良好的美容業經營手法。

3. 守則內容

3.1 根據上述研究範圍及專責小組的建議，美容業營商實務守則就下列項目提供指引，包括：

- 3.1.1 服務及產品質素；
 - 3.1.2 業內宣傳及推銷手法；
 - 3.1.3 預先繳費營運模式；及
 - 3.1.4 制定服務承諾及處理消費者投訴。
- 3.2 日後有需要時會加添其他指引。

II：美容業的營運

(一) 服務及產品質素

1. 服務及產品質素的基本標準

1.1 取得消費者的信心，服務或產品才可以成功爭取市場。本章列出美容及有關行業在提供服務及產品予消費者時應遵循的基本標準，包括：

1.1.1 服務及產品質素的承諾；

1.1.2 美容儀器、產品及用料的安全使用；及

1.1.3 專業操守。

2. 服務及產品質素的承諾

2.1 服務及產品質素的承諾

2.1.1 良好的美容業者應遵守下列的服務及產品質素承諾：

- (i) 維持高質素的服務及產品。
- (ii) 向消費者保證，銷售的產品均符合品質及安全要求，及在保質期內。
- (iii) 向消費者保證，銷售或使用的產品均適用於指定的用途。

(iv) 以應有的謹慎與技巧，在合理時間內為消費者提供服務。

2.1.2 為達到上述承諾，美容業者應透過良好的美容院設施及配備、美容師質素、及服務流程三方面，為消費者提供服務及產品。

2.2 美容院的設施及配備提供

2.2.1 美容業者須確保美容院內設有適當的消毒設備及措施、良好的通風系統等，並保持環境衛生及清潔。

2.2.2 美容業者須確保美容院內的所有電器及美容儀器均符合香港法例要求及安全標準，並定期進行保養維修。

2.2.3 美容業者須確保處所有關部分，例如防煙門及走火通道等，符合香港法例要求及安全標準，並備有合規格的消防裝置及出口指示。

2.2.4 在與消費者簽定服務合約前，美容院應邀請消費者參觀美容院，以瞭解其設施。

2.3 美容師質素

2.3.1 美容業者須確保美容院內的美容師及有關工作人員均曾接受適當的在職或專業的美容護理訓練。

2.3.2 美容業者亦應定期提供以下培訓予美容師及有關工作人員：

- (i) 對銷售及使用的產品的認識，包括成份、功能、效果、使用方法及禁忌等。
- (ii) 對使用美容儀器的認識，包括功能、效果、使用方法、安全守則及禁忌等。
- (iii) 逃生、急救及公共衛生常識等。
- (iv) 如何提供優質顧客服務。
- (v) 最新行業資訊，包括最新美容產品、儀器及技術等的認識。

2.3.3 美容師及有關工作人員必須恪守行業的實務及專業守則，特別是在宣傳、推銷手法及誠信方面的規定。

2.4 服務流程

2.4.1 爲了提供高質素的美容服務，美容業者須給予美容師及有關工作人員統一的操作流程及指引，包括：

- (i) 美容設備、儀器及用品的消毒、衛生。
- (ii) 顧客服務流程，包括預約、接待、服務、銷售及跟進等。
- (iii) 清晰指示各項療程所使用的用料及步驟。
- (iv) 小心保護及管理顧客資料。

3. 美容儀器、產品及用料的安全使用

3.1 服務或產品的一般安全使用承諾

3.1.1 消費者的一項基本權利就是有權獲得安全保障。本港有法例規定經營者有責任確保服務及產品的安全。良好美容業者的責任是遵守本港法例所訂明的安全標準，除此之外，還應遵守下列承諾，以關顧消費者的安全：

- (i) 設定機制，促使日常處理採購、儲存、展示、運送及使用產品的工作人員，都會在工作程序中關注產品的安全。

- (ii) 制定適當的內部措施，確保所有工作人員均遵守業者訂定的安全規則。
- (iii) 制定有關指引，當服務或產品出現問題時，能迅速及有效地處理並向消費者提供警示。

3.2 使用美容儀器方面

3.2.1 美容業者須確保：

- (i) 按法例的規定以合資格人士操作指定的儀器和設備。
- (ii) 美容院內的所有美容儀器均進行定期的保養及維修，並常備完整的美容儀器安全使用守則。
- (iii) 任何美容儀器使用者對安全使用守則確切瞭解。
- (iv) 在提供美容服務前，使用者對儀器的操作、性能、功能、效果、使用方法、安全守則及禁忌等，應有充分的認知，並須確保儀器運作正常。
- (v) 在提供美容服務前，須向消費者明確解釋儀器的功能及操作步驟。
- (vi) 在提供美容服務前，應當根據所提供服務的特徵、禁忌及潛在危害性等，事先向消費者作出真實的說明和明確的警示。

- (vii) 在提供美容服務前，應向消費者查詢及觀察其身體及健康狀況，以確定是否適合進行療程。美容業者亦可考慮在消費者參加不同療程前，要求消費者填寫或更新顧客資料，詳細提供其身體及健康狀況，以供美容師或有關工作人員在提供美容服務前作為參考。
- (viii) 美容院備有指引或設施，若消費者在療程進行中有任何需要，能迅速及有效地向消費者提供協助。

3.3 採用產品及用料方面

3.3.1 美容業者須確保美容師及有關工作人員在零售或使用產品及用料前：

- (i) 對產品有充分的認知，包括成份、功能、效果、使用方法及禁忌等。
- (ii) 須向消費者明確解釋產品的功能及使用後需要注意的事項。

4. 專業操守

4.1 除了熟練的護理技巧及專業知識外，專業操守並應包括誠信及道德規範等。以下是美容師及有關工作人員的一些基本專業操守建議：

4.1.1 守時及有禮；

- 4.1.2 外表及工作場所皆要保持整潔；
 - 4.1.3 必須真正的關心顧客，為他們提供高質素的服務及適當的產品；
 - 4.1.4 尊重顧客、同事、顧主以至行業，遵守適當言行的原則；
 - 4.1.5 瞭解並且遵守與美容業有關的法律、規定及標準，以及安全措施等；
 - 4.1.6 對工作要深切瞭解，例如本守則內對美容師及有關工作人員的各項要求；
 - 4.1.7 時刻保持正確的專業工作態度，避免不恰當的行為，例如：
 - (i) 不應隨便保證或誇大療程的效果。
 - (ii) 不應胡亂批評顧客本來使用的護膚品，企圖說服顧客改用產品。
 - (iii) 不可擅自更改療程、療程的程序及產品。
 - (iv) 不應批評同事或同業等。
 - 4.1.8 以誠信態度，處理顧客的預約安排及顧客的訂金和繳款，尊重合約條款。
- 4.2 另一方面，美容師及有關工作人員須限制自己的服務於行業內的認可範圍：

- 4.2.1 不要作醫學上的病情判斷；及
- 4.2.2 勿企圖替任何病況作出治療，必須提醒顧客尋求專業的醫療意見。

II：美容業的營運

(二) 業內宣傳及推銷手法

1. 業內宣傳及推銷的基本標準

1.1 廣告宣傳有助建立商業形象，並可向消費者提供有關市場上可供選用的服務及產品資訊，然而，不當的宣傳推廣手法會誤導消費者，對行業造成嚴重損害。

1.2 本章列出美容及有關行業向消費者進行宣傳及推銷時應遵循的基本標準，包括：

1.2.1 良好的宣傳推廣手法；

1.2.2 良好的推銷手法；

1.2.3 標示價格的方式；及

1.2.4 交易合約內容。

2. 良好的宣傳推廣手法

2.1 各美容業者有責任確保其宣傳、推廣及廣告的內容：

- 2.1.1 合法、健康、忠實及真確；
 - 2.1.2 不會展示暴力、色情或不雅；
 - 2.1.3 不會誤導消費者；
 - 2.1.4 不會傷害、歧視或冒犯任何性别人士、宗教、政治、種族、文化及團體的尊嚴；
 - 2.1.5 應避免批評競爭對手，不應貶低或不準確地描述競爭對手的服務或產品；及
 - 2.1.6 不會對行業良好形象有不良影響。
- 2.2 此外，涉及比較的廣告，內容必須真實、公平及合理。
- 2.3 涉及科學或醫學療效的聲稱，均須有憑據。
- 2.4 美容業者在推廣服務或產品時所引用的科學、醫學或專業詞彙，應小心謹慎，避免誤導消費者。不得使用不相關的科學、醫學或專業詞彙去誤導消費者。一般情況下，應避免使用不常見的科學、醫學或專業詞彙；如必須使用這些詞彙，應該附上淺白文字向消費者說明和解釋。

- 2.5 為避免消費者誤解於宣傳、推廣或廣告中出現人士的身分：
- 2.5.1 如宣傳、推廣及廣告中有醫生、牙醫、獸醫、藥劑師、護士、助產士，或其他受《輔助醫療業條例》（第 359 章）管制的輔助醫療專業人士參與介紹或陳述，美容業者應恪守有關法律、專業守則²和標準，例如電視通用業務守則 – 廣告標準等。
- 2.5.2 如宣傳、推廣或廣告令消費者以為包含專業意見或推介，只可以用合資格人士，並須符合上述第 2.5.1 段的要求。
- 2.6 有需要時，美容業者應在宣傳、推廣及廣告中提醒消費者尋求獨立的專業醫療意見。
- 2.7 美容業者亦應避免使用視覺技巧或技術蓄意誤導消費者，令消費者以為在宣傳、推廣或廣告中出現的人士真的因該服務或產品而達致所宣傳或推廣的服務或產品的效果。
- 2.8 如宣傳、推廣或廣告中出現的陳述令消費者以為是新聞報導或訪問，須在該宣傳、推廣或廣

² 指醫生、牙醫、獸醫、藥劑師、護士、助產士，或其他醫療專業人士的專業守則。

告中明確指出有關陳述純屬宣傳、推廣或廣告性質。

- 2.9 倘若所宣傳推廣的服務或產品有特殊限制時，例如服務或產品不適用於某類人士、所提供的服務或產品優惠只適用於某些情況等，美容業者應以大小適中的文字向消費者清楚說明。

3. 良好的推銷手法

- 3.1 美容業者應建立良好的推銷制度，以加強消費者對美容行業及公司的信心，建立買賣雙方互利的關係。以下是有關良好推銷手法的一些建議：

3.1.1 有關價格、服務或產品的功能及特性等，美容業者應真實清楚地向消費者說明，不應作出隱藏、誤導或欺騙消費者的行為或陳述；

3.1.2 送贈禮物或獎品作為推廣活動及促銷的手法時，美容業者必須履行承諾，不應隱藏任何附帶條件；

3.1.3 美容業者不應不誠實地採用餌誘手法³作推銷，必須依照推銷時所公告的價格，

³ 餌誘手法有別於市場推廣的優惠和獎賞計劃。在澳洲，餌誘手法的定義為經營者宣傳或推廣其服務或產品時，並沒有合理理由相信他是有能力在合理時間內，以宣傳或推廣的價格提供該等達到合理質素的

出售服務或產品予消費者，並須在合理期間內，維持合理的服務或產品供應；

- 3.1.4 在推銷服務或產品時，不應對消費者作出騷擾和壓迫，以達成交易或促使消費者付款；
- 3.1.5 美容業者亦不應採用「不反對便當作同意」的方式，要求消費者付款；
- 3.1.6 在推銷服務或產品時，美容業者應提醒消費者按個人需要而購買，及必須完全瞭解服務或產品的限制及期限才付款；
- 3.1.7 對未成年消費者，美容業者更應以審慎克制態度向其推銷服務或產品；
- 3.1.8 若明知不可能按照承諾提供服務或產品，美容業者不應向消費者收取費用或其他代價。若已收取費用，美容業者便必須按照承諾向消費者提供相應的服務或產品；

服務或產品。在香港，參考《電訊條例》(第106章)第7M條內關於具誤導性或欺騙性的行為的指引，餌誘手法是指經營者以具吸引力的服務或產品優惠引誘消費者前往其店舖，或與他聯絡，然後告訴消費者那些服務或產品已售完，或僅在選定的場所或時間出售，或已不再提供該優惠，然後利用這個機會向消費者出售價格較高的服務或產品，而無意提供價格較低的服務或產品。

3.1.9 為加強消費者對行業及公司的信心，建議美容業者自行制定冷靜期，最少為 24 小時，期間消費者可根據規定要求辦理退款。

4. 標示價格的方式

4.1 無論是服務抑或產品，價格往往是消費者的最重要選購考慮。不清晰或誤導的價格資料，最易導致消費者投訴。因此，美容業者需注意價格的清晰標示。

4.2 標示價格時，美容業者須提供全面及正確的資料，使消費者在選購服務或產品前，瞭解服務或產品的真實整體價格。

4.3 為免混淆，美容業者須採用大眾認識的方式來清楚顯示服務或產品的總值。

4.4 若消費者採用不同的付款方式有不同的手續費或附加費用，美容業者應預先提醒消費者，並須將有關資料於公司當眼處清晰展示。

5. 交易合約內容

5.1 美容業者與消費者交易時，無論以口頭抑或書面方式訂立合約，合約條款必須公平及合理，以下是有關建議：

- 5.1.1 合約不包含偏袒經營者的條款；
- 5.1.2 合約須以淺白文字編寫及／或清晰語言表述；
- 5.1.3 須提醒消費者合約內訂定權利和責任有關的條款，並以消費者所選擇的語文表達（如屬書面合約，經營者須常備中文合約版本供消費者參閱）；
- 5.1.4 合約應以大小適中的字體清晰編印（建議中、英文字體不少於 9 號字體，並以高反差顏色，例如白底黑字，清晰編印），方便消費者閱讀；
- 5.1.5 重要的合約條款，尤其影響消費者權益的條款，例如合約日期及期限、服務或產品內容、收費詳情、締約任何一方未能履行合約時的處理及安排等，應放於顯眼的位置或附加特別顯示的記認，例如以不同顏色或粗體文字顯示；
- 5.1.6 向消費者提供的保證，須清楚列明於合約內；此外亦須清楚說明，該保證在甚麼條件或條款下適用；
- 5.1.7 經營者不應在合約內加入條款，令其有權單方面更改已訂立的合約；及

- 5.1.8 改動合約內容前，須先取得消費者的同意，並於改動部分加簽。
- 5.2 此外，合約必須具有下列有關條款，包括：
- 5.2.1 訂明合約日期及期限；
- 5.2.2 服務或產品內容；
- 5.2.3 收費詳情；及
- 5.2.4 締約任何一方未能履行合約時的處理及安排，例如美容院未能於合約期限內提供服務的處理及賠償、消費者因個人健康或其他理由未能於限期內完成療程或服務時美容院的處理及安排、及消費者取消已預約的療程或服務時須履行的責任，例如須於預約時間前多少小時通知美容院等。
- 5.3 合約需一式兩份，並於合約簽訂後，美容業者及消費者各持一份。
- 5.4 美容業者須注意合約條款必須符合香港法例要求，例如《售賣貨品條例》(第 26 章)、《管制免責條款條例》(第 71 章)、《服務提供(隱含條款)條例》(第 457 章)、及《不合情理合約條例》(第 458 章)等。

- 5.5 為保障美容業者及消費者雙方，在消費者每次接受服務療程後，美容業者應立即讓消費者確認及簽署該次服務紀錄，並提醒消費者核對清楚服務療程種類及次數。

II：美容業的營運

(三) 預先繳費營運模式

1. 預先繳費營運模式的基本標準

1.1 預先繳費在美容業內是行之已久的收費模式。對行業來說，可預先獲得營運資金，減低營商風險；也可與消費者建立長期服務關係，提高顧客對公司的忠誠度。就消費者而言，購買療程，美容院給予折扣，平均費用較單次計算便宜。若經營得法，是買賣雙贏的營商手法。

1.2 然而，消費者預先繳付費用後，美容院能否落實服務承諾存在風險。為減低消費者預繳的風險，增強消費者對行業的信心，各美容業者有責任履行本章所列出有關預先繳費營運模式的基本標準，包括：

1.2.1 不超賣預繳代用券；

1.2.2 謹慎經營；

1.2.3 不採用高壓推銷手法；

1.2.4 預繳代用券印上提示；及

1.2.5 訂立公平及合理的預繳合約。

2. 不超賣預繳代用券

2.1 美容業者應根據合適的服務人手及設施比例售賣預繳療程，不應在能力範圍外超賣預繳代用券，例如在沒有足夠的美容師、儀器及設備等情況下盲目地售賣療程、套票，導致難於實踐服務承諾。

2.2 合適的服務人手及設施比例：作為良好的美容業經營者，有責任維持合適的服務人手及設施比例，在售賣預繳療程前預先把服務人手、設施、「繁忙」時段、「非繁忙」時段等等客觀限制計算在內，以提供足夠的美容服務予消費者。美容業者更應在「繁忙」時段提供足夠的服務，這樣才能穩定消費者信心繼續光顧。美容業者承諾進行顧客數目及預約的統計，以訂定合適的人手安排，確保不超賣代用券。若有任何投訴，美容業者承諾出示有關的統計給予訟裁／調解機構作參考。附統計表一及二作行業參考(見附件三)。

3. 謹慎經營

3.1 合適的預繳收入可佔營運資金比例：美容業者應謹慎經營，在售出大量預繳代用券後須保持足夠營運資金，即使在不能預料的情況下，公司的流動資金，仍足以履行承諾。出售預繳代用券的收入應用於核心業務，不作其他無關聯的投資。

4. 不採用高壓推銷手法

- 4.1 美容業者不應採用任何高壓推銷手法，例如：在療程進行中美容師不斷向消費者介紹其他「更合適」的療程或美容產品等，游說消費者購買。
- 4.2 美容業者應建立良好的推銷制度，以加強消費者對美容行業及公司的信心，建立買賣雙方互利的關係。有關良好推銷手法的建議見 II(二)業內宣傳及推銷手法第 3 部分。

5. 預繳代用券印上提示

- 5.1 美容業者應在預繳代用券上印上提示字句，例如療程的有效期限、注意合約條款及應按個人需要而購買等，以提醒消費者有關預繳的風險。

6. 訂立公平及合理的預繳合約

- 6.1 美容業者與消費者交易時，無論以口頭抑或書面方式訂立合約，合約條款必須公平及合理。有關公平及合理的合約建議見 II(二)業內宣傳及推銷手法第 5 部分。

III：制定服務承諾及處理消費者投訴

1. 制定服務承諾

1.1 訂立符合消費者期望的服務承諾，既可讓消費者有清晰的資訊，更可減少消費者的投訴。因此，美容業者應考慮是否制定服務承諾，詳列出消費者可以對公司的期望及公司的服務指標，並於公司當眼處展示。

1.2 服務承諾的目的：

1.2.1 鼓勵提供高質素的服務及產品；

1.2.2 讓消費者瞭解所得到的服務及產品；

1.2.3 確保美容業者在合理時間內為消費者提供服務及產品；及

1.2.4 確保美容業者遵行美容業營商實務守則。

1.3 主要的服務指標：

1.3.1 處理消費者預約時，承諾採取合適及公平的措施，例如：在電話預約時，先確

定預約時間，然後才確定消費者的全名或會員編號等；

1.3.2 處理消費者的意見及投訴等，承諾於多少天內作出回覆；及

1.3.3 承諾根據合約條款處理有關取消預約或取消預繳療程的安排，並讓消費者在購買療程前清晰知道。有關交易合約內容的建議見 II(二)業內宣傳及推銷手法第 5 部分。

1.4 美容業者應貫徹執行所訂立的服務承諾及工作指標，並定期作出檢討。

2. 設立機制處理消費者的意見及投訴

2.1 讓消費者有方便的途徑查詢及解決他們遇上的問題，除了提高顧客對公司的忠誠度外，更可以令公司改善不足之處。因此，良好的美容業者應設立有效機制去收集及處理消費者的意見及投訴，以下是一些基本原則：

2.1.1 設定及讓消費者知道提出意見及投訴的程序，有關程序及聯絡方法須以方便消費者為原則，並在公司當眼處展示；

2.1.2 聽取意見及投訴的時間及地方，亦必須方便消費者，等候時間不可太長；

- 2.1.3 確保投訴是以公平、快捷及有效的方法來處理；
- 2.1.4 承諾必須跟進每宗投訴，由被投訴員工的上級處理，並記錄在案；
- 2.1.5 處理投訴的職員，須和藹有禮，對公司的服務或產品有足夠的認識，並懂得以理性專業態度、互諒互讓精神去解決問題；
- 2.1.6 監察處理投訴的過程，確保機制有效地運作，並應從投訴的內容，找出問題的根源，避免重蹈覆轍；
- 2.1.7 當投訴不能透過內部機制解決時，應讓消費者知道其他處理投訴的途徑，例如相關的行業投訴處理機制或小額錢債審裁處等。

IV：總結

1. 公平交易、合法經營

- 1.1 香港是自由經濟體系，各行各業應在公平及合法的原則下經營。
- 1.2 美容業者應恪守所有適用於行業的法律及標準，不應從事任何非法行爲及影響行業聲譽的活動。

2. 行業自律

- 2.1 此外，爲提高消費者對美容業的信心及加強行業自律，美容業者應落實已訂立的消費者服務承諾及遵行上述美容業營商實務守則。
- 2.2 美容業者更應自行、及對下屬監察守則的遵守情況，以維持美容業的良好信譽。

附件一：美容業營商守則研究小組成員名單

召集人： 陳黃穗女士
副召集人： 劉燕卿女士
成員： 何紹忠先生
 余壽寧先生
 周向榮先生
 林 玲女士
 梁美英女士
 郭 莉女士
 陸惠芳女士
 曾振華先生
 葉世雄先生
 潘佩芬女士
 霍麗娟女士
消委會代表： 陳永佳先生
 黃蘊明女士
 譚秀娥女士
秘書： 張玉雲女士

(成員名單按中文筆劃序)

附件二：美容業營商守則專責小組成員名單

專責小組	服務及 產品質素	業內宣傳及 推銷手法	預先繳費 營運模式
召集人：	何紹忠先生	葉世雄先生	余壽寧先生
成員：	林 玲女士 郭 莉女士 陸惠芳女士 葉世雄先生 蔡曾玉玲女士	余壽寧先生 周向榮先生 郭 莉女士 蔡浩生先生	朱慕真女士 周向榮先生 林 玲女士 梁美英女士 陸惠芳女士 曾振華先生 潘佩芬女士 霍麗娟女士
消委會代表：	馮澤仁先生 譚秀娥女士	徐振景先生 葉雅琴女士	陳永佳先生 熊天佑先生
秘書：	張玉雲女士	張玉雲女士	張玉雲女士

(成員名單按中文筆劃序)

附件三

統計表一：美容師/客人比例表

本統計表只作行業參考之用，美容業者可根據本身需要作出修改。

本統計表記錄每所店舖在每一天的營業時間內(例如上午十時至下午九時)，每小時(根據店舖需要)店內美容師與客人的比例，及當天取消預約的次數。店舖管理者每月(根據店舖需要)統計一次，若統計發現美容師與客人的比例在大部分時間接近飽和，顯示店舖可能需要增加人手及設施。

店舖名稱: _____

月份: ____

美容師/客人比例

營業日期/ 時間	10:00 AM	11:00 AM	12:00 PM	1:00 PM	2:00 PM	3:00 PM	4:00 PM	5:00 PM	6:00 PM	7:00 PM	8:00 PM	9:00 PM	是日取消 預約次數
1	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	
2	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	
3	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	
4	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	
5	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	
6	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	
7	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	
8	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	
9	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	
10	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	
11	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	
12	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	
13	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	
14	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	
15	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	
16	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	
17	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	
18	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	
19	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	
20	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	
21	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	
22	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	
23	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	
24	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	
25	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	
26	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	
27	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	
28	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	
29	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	
30	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	
31	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	

統計表二：營業額及預約總數表

本統計表只作行業參考之用，美容業者可根據本身需要作出修改。

本統計表記錄每所店舖每月新客/舊客所佔的營業額，員工人數及預約總數，以計算現有人手能否提供足夠的美容服務予消費者。

店舖名稱: _____

月份: ____

	營業額
療程：新客	
療程：舊客	
產品	
其他	
總數	

	員工人數	工數(小時)	預約總數(小時)
美容師			