

財政統計通報



財政部統計處

114年2月27日

(第4號)

撰稿人：楊子江研究員

聯絡人：陳巧芸科長

聯絡電話：(02)23227555

113年紋身、紋眉服務業銷售額4.4億元，以桃園市5年間增長逾兩倍最大

1. 隨社會接受程度提升、藝術性及個性化的需求增加，加以技術與衛生標準進步，刺青(紋身)漸成為個人展現風格與藝術表達的方式之一，霧眉、紋唇等美容需求亦推動紋身、紋眉服務產業¹持續發展，113年總計543家，銷售額4.4億元，家數與銷售額呈逐年成長態勢，5年間增幅分別為94.6%及94.3%；按地域觀察，家數及銷售額占比皆以臺中市最高，歷年皆約2成，併計桃園市及臺北市，占全國家數4成3，銷售額5成。近5年增速以桃園市最為驚人，家數及銷售額均增逾2.4倍，至113年家數為73家，銷售額4,859萬元，家數增加主要集中於中壢區及桃園區。

紋身、紋眉服務業家數及銷售額概況

單位：家數；萬元；%

年度 統計項目		108年	109年	110年	111年	112年	113年	5年增幅	結構比
		家數	總計	279	330	384	432		
家數	臺中市	64	75	88	104	114	108	68.8	19.9
	桃園市	21	25	30	37	46	73	247.6	13.4
	臺北市	36	44	52	52	59	56	55.6	10.3
	總計	22,584	25,124	28,648	34,419	39,620	43,872	94.3	100.0
銷售額	臺中市	5,015	5,417	6,152	7,903	8,962	9,526	90.0	21.7
	桃園市	1,315	1,670	2,172	2,653	3,396	4,859	269.6	11.1
	臺北市	4,843	5,866	6,377	7,122	8,028	7,791	60.9	17.8

2. 就選樣國家觀察，刺青人口占比以美國32.0%最高、英國26.0%次之，南韓、中國大陸分別為25.1%、12.2%，俄羅斯11.7%，日本因刺青與黑道連結性高，且文化較保守，僅1.1%最低。不同性別刺青人口占比，美、英皆以女性占比較高，中國大陸兩性相當，俄羅斯則以男性占比較高。而部分職業運動球員因文化認同與傳承、個人信仰、激勵自我、或彰顯個人風格等各種原因，選擇刺青；不同職業運動類型，刺青人數占比存在顯著差距，其原因眾說紛紜，當中有一說為籃球與足球運動員中有許多來自社會中下層階級家庭，刺青人數占比相對較高，分別達55.0%、32.7%，反觀，一般被視為上層階級運動之網球，人數占比僅9.0%。

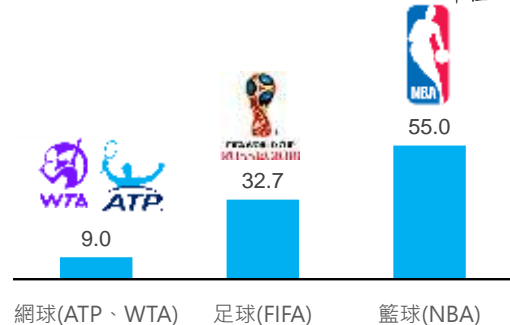
選樣國家刺青人口占比

單位：%

國家別	全體		
	女性	男性	
美國(2023年)	38.0	27.0	32.0
英國(2022年)	29.0	21.0	26.0
南韓(2021年)	-	-	25.1
中國大陸(2018年)	12.2	12.1	12.2
俄羅斯(2018年)	8.9	15.0	11.7
日本(2022年)	-	-	1.1

職業運動球員刺青人數占比

單位：%



資料來源：財政部統計處「營利事業家數及銷售額統計」；美國 Pew Research Center(2023)、英國 YouGov(2022)、南韓保健福祉部(2021)；「The prevalence of tattooing and motivations in five major countries over the world」N. Kluger, etc(2018)；「Discreetly, the Young in Japan Chip Away at a Taboo on Tattoos」紐約時報(2022)；「Tattoos among Professional ATP and WTA Tennis Players」N. Kluger(2018)；「Role of tattoos in football: Behavioral patterns and success-analysis of the FIFA World Cup 2018」S.M. Mueller(2018)；「Inked Up: How NBA players embraced tattoos and changed the game」Nick DePaula(2022)。

¹ 本文對應稅務行業標準分類(第9次修訂)定義範圍：紋身、紋眉行業為9690-17子類「紋身、紋眉服務」(包含穿耳洞)。