

打造新北女力品牌城市計畫

新北市政府新聞局

一、問題現況描述

全球有許多傑出女性在各行各業發揮柔性的力量，放眼全球社會，女性對世界的影響力，其實大到我們無法想像。

在新北市，女性人口已正式超越 200 萬，佔整個城市的 51.07%；107 年底，新北市政府機關首長男性為 289 人，女性為 148 人，分別較 106 年底減幅 2.36% 及增幅 1.37%，又正副主管男性為 1,867 人，女性為 858 人，分別較 106 年底增幅 0.86% 及 4.13%，由此顯示，雖然機關首長及正副主管男性人數較多，惟女性擔任首長及正副主管人數增長比例較男性高。未來，相信這樣的比率與數量，將會持續增長。然而，這不僅僅只是一串冰冷的數字，更是代表著一座城市對女性的包容、多元的象徵，使女性更願意生活的城市，也正代表著適合人們安居樂業的友善城市。

自 1995 年聯合國第 4 屆世界婦女會議通過北京行動宣言，「性別主流化」正式列入各國施政重點，所有政府的政策皆須融入性別觀點，考量兩性需求，最終達到實質性別平等。

在世界各國的一致性目標下，本市刻不容緩，爰此，本局擬打造新北女力品牌城市，透過拍攝及播映新北女力系列影片，呈現女力的價值，給予女性更多鼓勵的力量，不再懷疑自己，選擇相信自己，突破框架，挺身而進。透過新北女力品牌推廣，將性別影響深耕地方，進而蔓延至全國每個角落，成為一種識別標誌、一種精神象徵，一種價值理念，是新北市重視女性的具體實踐。期能達到外界將新北與女性力量做立即的聯結，鞏固新北女力品牌，使女性力量覺醒，讓女性能夠盡情揮灑，徜徉在這座城市溫暖的懷抱中。

二、文獻探討

107 年底新北市戶籍登記人口數女性多於男性，性比例為 95.8(男性人口數 1,954,968 人/女性人口數 2,040,749 人)。107 年人口增加率男性為 0.8‰，女性為 3.7‰，107 年統計資料遷入新北市人口男性為 13 萬 4,061 人，女性為 15 萬 7,302 人，遷入人口女性多於男性。六都中，新北市女性人口最多，顯見新北市已成為女性居住人口第一大城市。

三、統計分析及結果

觀察 104 至 107 年期間新北市設籍人口性別統計，其中 104 年男性人口總計為 1,951,355 人，女性人口總計為 2,019,289 人；105 年男性人口總計為 1,952,341 人，女性人口總計為 2,026,867 人；106 年男性人口總計為 1,953,397 人，女性人口總計為 2,033,292 人；107 年男性人口總計為 1,954,968 人，女性人口總計為 2,040,749 人。104 至 107 年新北市設籍人口性別統計詳如表一。

表一 104 至 107 年新北市設籍人口性別統計

單位：人

類 別	男性人口總計	女性人口總計	人口總計
104 年	1,951,355	2,019,289	3,970,644
105 年	1,952,341	2,026,867	3,979,208
106 年	1,953,397	2,033,292	3,986,689
107 年	1,954,968	2,040,749	3,995,717

資料來源：行政院主計總處。

附 註：戶籍當年底登記人口數。

從上述統計發現，女性人口數逐年增長，佔新北市人口總數比例分別由 104 年的 50.85%，至 107 年增長為 51.07%，佔新北市人口總數半數以上。若按六都別(新北市、臺北市、桃園市、臺中市、臺南市、高雄市)，觀察女性設籍人口，自 104 年至 107 年期間，新北市皆為六都中女性人口最多都市，且單就 107 年數據分析，新北市女性設籍人口數為 2,040,749 人，較女性設籍人口數次之的臺中市 1,423,788 人，多出 616,961 人(詳表二)。面對這些人口現狀，代表新北市為女性人口居住第一大城市，對於政治參與、社會發展、經濟成長、健康醫療、家庭生活、文化教育，更加迫切需求，應思考如何提供女性資源，使新北市成為全國之領先指標城市，率先打造女性品牌城市，發揮女性潛能。

表二 104 至 107 年女性設籍人口性別統計_按六都別

單位：人

類別	新北市	臺北市	桃園市	臺中市	臺南市	高雄市
104 年	2,019,289	1,409,348	1,052,779	1,387,431	941,737	1,397,929
105 年	2,026,867	1,406,194	1,076,199	1,400,927	942,951	1,400,328
106 年	2,033,292	1,401,340	1,098,398	1,412,985	944,244	1,401,397
107 年	2,040,749	1,395,197	1,116,799	1,423,788	943,864	1,401,576

資料來源：行政院主計總處。

附 註：戶籍當年底女性登記人口數。

又依據新北市勞動率參與率性別統計(詳表三)，男性為 67.4%，女性為 51.5%，女性勞動率參與率較男性低，倘納入國家別統計(詳表四及圖一)，新北市與中華民國、美國、瑞典、英國、法國、日本、南韓、新加坡、中國大陸、菲律賓及馬來西亞等主要國家相比，可得出新北市的女性勞動率參與率 51.5%，較全國 51.1% 高，然與各國相較，只高於菲律賓 51.4%，與女性勞動率參與率最高之瑞典 80.6% 相比，落後 29.1%。代表我國女性勞動率參與率相較主要國家較低，顯見女性就業市場所佔的比例偏低，亟需開發女性人力資源，消除女性投入職場障礙，鼓勵女性就業，以活絡市場經濟，帶動經濟發展與成長，對我國產業永續發展有正向意義。

表三 107 年勞動率參與率性別統計

單位：％

類別	勞動率參與率 - 男	勞動率參與率 - 女
新北市	67.4	51.5

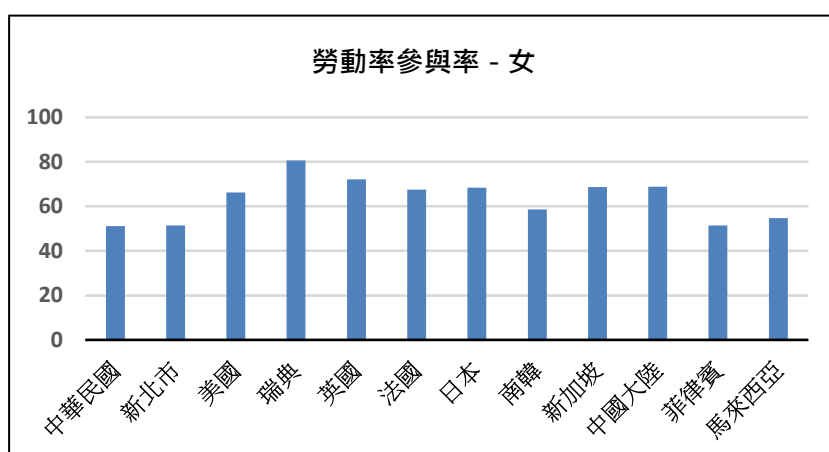
資料來源：新北市性別圖像。

表四 107 年勞動率參與率性別統計-按國家別

單位：％

類別	勞動率參與率 - 女
中華民國	51.1
新北市	51.5
美國	66.2
瑞典	80.6
英國	72.2
法國	67.6
日本	68.4
南韓	58.6
新加坡	68.7
中國大陸	68.8
菲律賓	51.4
馬來西亞	54.7

資料來源：新北市性別圖像。



圖一 107 年勞動率參與率性別統計-按國家別

資料來源：新北市性別圖像。

另詳表五，民意代表、主管及經理人員性別統計，其中新北市女性比率為24.2%，較全國女性比率27.9%為低，與美國、瑞典、英國、法國、日本、南韓、新加坡、中國大陸、菲律賓、馬來西亞相比，僅高於日本13.2%、南韓12.3%、中國大陸16.8%、馬來西亞20.4%等4個國家，低於歐美主要國家；專技人員性別統計部分，其中新北市女性擔任專技人員比率為51.3%，較全國女性比率51.2%高0.1%，僅低於美國52.9%、瑞典51.8%、中國大陸51.7%及菲律賓58.2%。由此顯示，新北市專技人員女性比率高於平均水準，惟新北市女性擔任民意代表、主管及經理人員人數，目前仍有發揮及成長的空間。期能透過打造新北女力品牌城市，提升女性政經參與率及其對重大決策影響程度。

表五 民意代表、主管及經理人員及專技人員性別統計

單位：%

類別	民意代表、主管及經理人員 性別比率 - 男	民意代表、主管及經理人員 性別比率 - 女	專技人員性別比率 - 男	專技人員性別比率 - 女
中華民國	72.1	27.9	48.8	51.2
新北市	75.8	24.2	48.7	51.3
美國	59.5	40.5	47.1	52.9
瑞典	61.1	38.9	48.2	51.8
英國	63.8	36.2	50.1	49.9
法國	66.6	33.4	49.7	50.3
日本	86.8	13.2	59.8	40.2
南韓	87.7	12.3	51.9	48.1
新加坡	65.5	34.5	52.4	47.6
中國大陸	83.2	16.8	48.3	51.7
菲律賓	48.5	51.5	41.8	58.2
馬來西亞	79.6	20.4	55.6	44.4

資料來源：新北市性別圖像。

四、打照新北女力品牌城市規劃及目標

(一)訂定目標

透過拍攝及播映新北女力系列影片，呈現女力的價值，給予女性更多鼓勵的力量，使新北女力這四個字成為一種識別標誌、一種精神象徵，一種價值理念，成為新北市的一個代表品牌，由新北市擔任領先指標城市，將女力與新北市緊密聯繫，透過給予女性精神力量，引發連鎖效應，增進女性在社會上各個面向的參與，鼓勵女性多元發展，進而蔓延至全國各地及國際間，引領潮流。

(二)推展規劃

1. 拍攝女力系列影片

推出「新北女力系列影片」30 集，每集 3-5 分鐘。透過影片傳達「跨域女力·多元新北」的理念，以新創、藝術、社福、科技、法律、教育等多重領域，超越世代隔閡的女性，呈現新北市多元融合的城市性格。影片訪談對象的選擇上，透過多方探訪，尋求各領域女力的多元面貌，包括，投身產業、教育、對於某項議題著力甚深之女性，或是在新北市中默默付出之在地素人，同時邀約台灣產業代表領袖及知名藝人分享女性克服困境、突破限制之故事。

運用多元管道行銷，影片同步於「我的新北市」及「新北市紀錄片系列活動」臉書粉絲頁、新北市有線電視 CH3 公用頻道、天下雜誌官網及 youtube 等管道播出，第一時間於各種目標族群創造社群媒體擴散效應。

2. 辦理女力論壇

邀請影片中 30 位女力代表或議題專家學者與市府交流活動，深入了解人物的核心價值，對外公開邀集民眾參與，透過實體與會，將新北女力品牌精神滲透入廣羅大眾，增加民眾觸及率，凝聚認同感，展現出更多女性不同面向，激盪出更多美好的可能性。

(三)未來展望

未來將更進一步導入品牌化，設計新北女力 LOGO 與系列產品，甚至打造新北女力品牌空間，結合咖啡廳、書店或沙龍等複合式概念，打造新北女力品牌城市概念。

再者，結合國際媒體，運用國際媒體邀訪，傳達新北女力品牌資訊至國際間，強化宣導力度及成效。增進本市國際形象，帶動本市競爭力。

(四)方案(計畫)類型與預決算數

「108 年新北女力系列影片製播案」係本局 108 年推動之性別計畫，預算類型屬「對特定性別議題所編列的預算：指專為執行特定性別議題所編列的預算」，茲編列如表六。

表六 計畫類型與預決算數

單位：新臺幣元

年度	108 年	109 年(未核定)
預算數	450 萬元	400 萬元
決算數	450 萬元	...
類型	類型 1-B	類型 1-B

性別預算類型說明如下：

類型 1-A：針對單一性別所編列的預算：指專為單一男性、女性、青少年女性或老年男性等所編列的預算。

類型 1-B：針對特定性別議題所編列的預算：指專為執行特定性別議題所編列的預算。

類型 2：促進各種職場性別平等工作機會的預算：指本府編列預算或制定辦法，以促進不同性別在各類職場的平等就業機會與參與決策機會，從制度環境面補充條件或解除限制。

類型 3：其他對促進性別平等有正面影響的一般預算：指前述 3 項預算以外，且非專為特定性別所設計，但對性別平等具有重大影響所編列的預算。

(三)計畫之執行、評估與監督

業已招開相關討論會議(詳表七)，交由本局行政科執行，另由本局性別平等專案小組擔任監督單位，定期監督本計畫執行成效。

表七 歷次討論會議情形

會議情形	會議決議重點
108年8月16日本府新聞局性別平等專案小組108年度第2次會議	一、「新北女力系列影片」是很好的性平教材，未來專訪的對象，可觸及更多領域之成功女性，讓內容的呈現更豐富多元。 二、相關性平宣導之影像題材，可提供本府各局處(如：教育局等)、各級學校參酌推廣運用。
108年11月22日本府性別平等委員會第5屆委員會第2次委員會議	一、請新聞局於未來拍攝「新北女力系列影片」，建議著重於政府單位以及民間部門的努力，對於整體社會結構的改變，女性在其中突破社會刻板印象的過程可增加相關論述，以增加系列影片中的性平元素，以利未來影片運用於教育宣導時之實用性較高。 二、請新聞局將「新北女力系列影片」製作成精華版，並加上英文字幕，以利於國際交流的場合宣導本府於性別平等推動之成效及女力倡議，擴大影片的影響效益。 三、12月6日辦理之「友善與永續發展的城市治理-2019新北市性別主流化實務研討會」的開場前以及午休時間可播映「新北女力系列影片」，以擴大宣傳。