

# 新北市立鶯歌陶瓷博物館

「鶯歌陶瓷產業提昇參與式預算」

投票者性別與年齡統計分析



統計機關：新北市立鶯歌陶瓷博物館

中華民國 110 年 5 月

## 目 錄

壹、 前言 .....	2
貳、 辦理過程 .....	3
參、 參與投票性別分析 .....	5
肆、 參與投票年齡分析 .....	7
伍、 結論 .....	9
版權 .....	10

## 壹、 前言

近年來，參與式預算成為民主時代的一股新潮流。新北市 2015 年於新店區達觀里執行參與式預算計畫獲得很好的迴響，各機關紛紛著手展開參與式預算之推動，已形成民眾參與公共事務之新趨勢。

參與式預算 (Participatory Budgeting, 簡稱 PB) 是指由人民來決定一部分公共預算的支出。透過民眾討論、審議、協商等方式，共同討論預算計畫，提出方案，並且投票決定支出的優先順序，決定公共資源的支出方向。

新北市立鶯歌陶瓷博物館(以下簡稱陶博館)，為建立本市鶯歌區陶瓷品牌形象，振興地方文化創意產業，自 97 年起推動鶯歌燒品牌計畫。藉由鶯歌陶瓷文化中極具特色的歷史元素，匯聚形塑「鶯歌燒」基本意涵，包括新北市鶯歌區、三峽區、樹林區、土城區，以及桃園市桃園區、龜山區、八德區、大溪區等自早期以來鄰近製陶地方所產製的優質陶瓷商品，授與推廣使用的商標並整合行銷，齊力打造「鶯歌燒」品牌形象，共創地方產業新優勢，活絡地方產業新展望。

迄 108 年，鶯歌燒品牌推出滿 10 年，為了強化品牌產品的辨識度及推廣力，陶博館經過拜訪地方業者，了解地方與社會大眾對於品牌經營的想法，並徵詢提升鶯歌燒品牌行銷推廣策略的建議。在溝通過程中，同時引入跨域產業與學界意見，加入品牌經營的新思維，回饋凝聚地方產業發展共識，形成「2019 鶯歌陶瓷產業提昇參與式預算」專案計畫。

## 貳、 辦理過程

「2019 鶯歌陶瓷產業提昇參與式預算」在 2019 年 7 月份正式於新北市政府、陶博館、鶯歌區公所及獎金獵人等 4 處網站公告徵件，同步發送電子郵件給鶯歌燒廠商，並於陶博館大廳張貼海報、鶯歌區老街 2 處燈箱張貼宣傳。徵件日期至 8 月 16 日截止，投件者可親自遞送、郵寄或用電子檔 e-mail 至陶博館，共計徵得 9 件提案。

接續於 8 月 28 日舉辦提案說明會，邀請各提案人到陶博館向大眾說明計畫內容。提案於 9 月 2 日採用線上及實體投票兩種方式併行，當日總投票 1,769 張票，經檢視投票內容及電話抽查兩階段審視，篩除資料不完整及重複投票張數，有效票數計 1,619 張，依據簡章所定提案數達 7 案者取 3 案執行，統計有效票數前三名為入選提案，分別是「搔首弄姿鶯歌燒」、「鶯歌燒品牌加值之桃園機場行銷再造計畫」以及「尖山老窯廠創生基地、翻轉鶯歌陶瓷產業」等 3 提案。



為了解不同性別、年齡對於提案類別的參與度，依 9 件提案內容，分為活動、展覽、形象及網路 4 類型進行分析。提案計畫與分析類別，列示如附表 1。

表 1：「2019 鶯歌陶瓷產業提昇參與式預算」提案一覽表

編號	提案人/單位	提案標題	類別
1	廖以安	「鶯您而歌」-鶯歌陶瓷產業翻轉新提案	活動
2	許元國/傑作陶藝有限公司	搔首弄姿鶯歌燒	活動
3	徐予紅/右岱文創工作室	「鶯歌燒」品牌加值之桃園機場行銷再造計畫	展覽
4	王弘宜/窩窩陶瓷藝術	鶯歌在地吉祥物設計(鶯歌鳥)	形象
5	陳柏誠/佰工坊	引爆陶瓷文化，活化在地產業	活動
6	許世鋼/新旺陶藝商行	提昇鶯歌陶瓷英語介紹行動方案	形象
7	魏璧珍/社團法人新北市環境文教協會	尖山老窯廠創生基地、翻轉鶯歌陶瓷產業	網路
8	余彥慶/陶寶王創意行銷有限公司	「前景進來！好物出去！」鶯歌燒主題館之品牌正名暨中國市場對接策展推廣計畫	展覽
9	黃慧評/社團法人新北市陶瓷釉藥研究協會	鶯歌陶瓷產業技術、設計、電商行銷進擊計畫	網路

### 參、 參與投票性別分析

本次共計 1,619 張有效票數，男性及女性票數分別為 798 張及 821 張，性別比例約為 49.3%比 50.7%(表 2，圖 1)。相較本國 108 年底男性人口數為 1,170 萬 5,186 人，女性人口數為 1,189 萬 7,935 人，性別比例約為 49.6%比 50.4%(資料來源：行政院性別平等會)，顯見性別不影響公共事務之參與。

表 2：有效票數性別統計一覽表

項目	男	女	總計
票數	798	821	1,619
百分比	49.3%	50.7%	100%

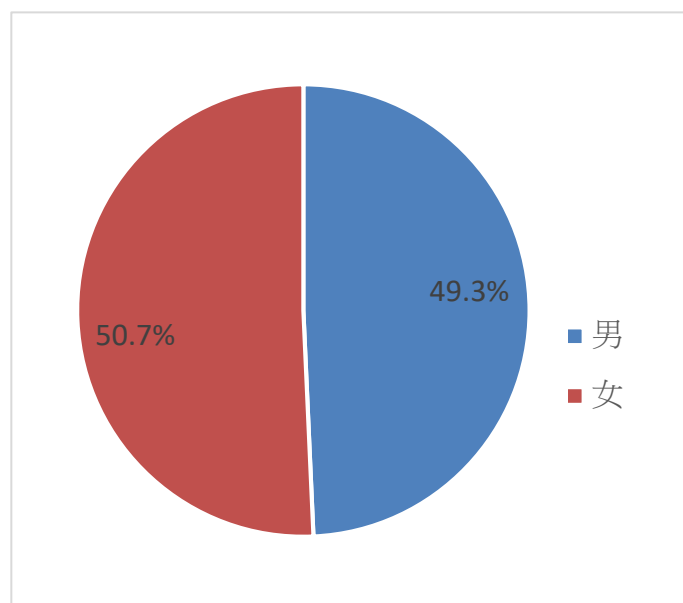


圖 1：有效票數性別百分比圖

在網路、展覽、活動及形象 4 提案類別中，以活動類別獲得票數最多，再依次為網路、展覽及形象等類別。進一步分析投票性別在不同提案類別的得票統計，偏好類別數據雖相近，惟取向略有不同，在展覽及形象 2 項，男性人數略多；網路及活動 2 項，女性人數略多，

統計資料如表 3 及圖 2。本次男性投票民眾較青睞靜態的展覽及形象類別，未來辦理活動時，可注意此一現象。

表 3：性別與提案類別有效票數統計一覽表

類別	男	女	總計
網路	167	186	353
展覽	170	161	331
活動	336	363	699
形象	125	111	236
總計	798	821	1,619

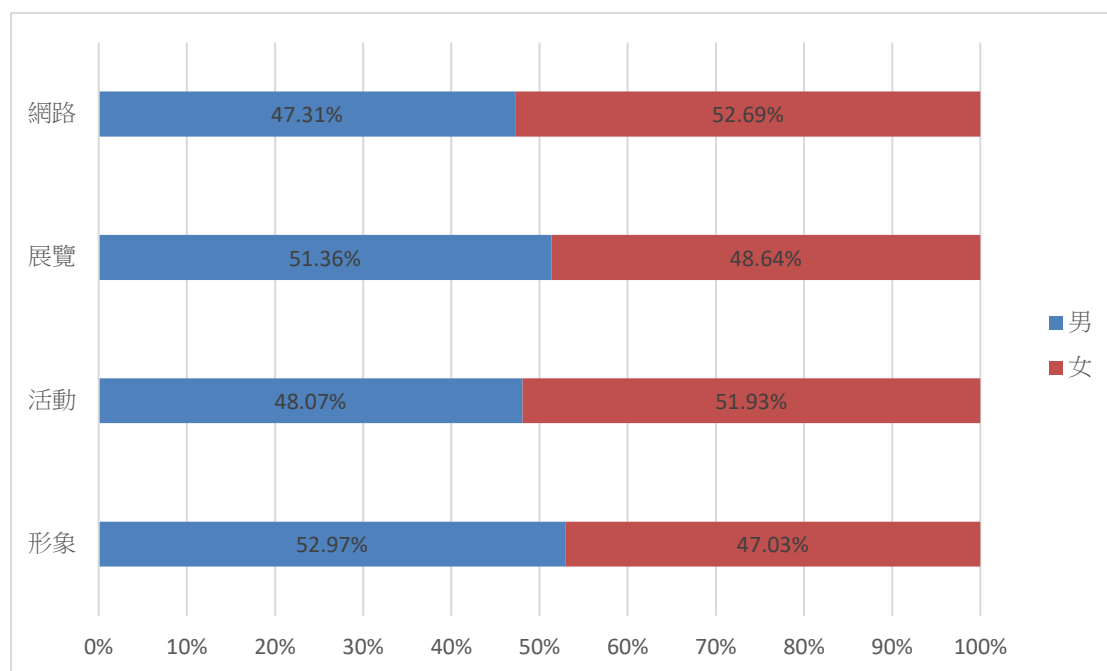


圖 2：性別與提案類別得票數統計長條圖

#### 肆、 參與投票年齡分析

本次投票年齡結構，以 50-59 歲者居多(27.55%)，其次是 40-49 歲(26.81%)，30-39 歲約佔 18.72%，此 3 年齡層約佔總投票 73.08%。相較本國 108 年年齡結構，全國 40-49 歲者略多，為 18.4%，50-59 歲佔 17.9%，30-39 歲約佔 17.5%，3 年齡層超過全國總人口數半數，佔 53.8%(圖 3)，本次投票結果，顯見 40 至 59 歲者對於公共事務參與較為踴躍。

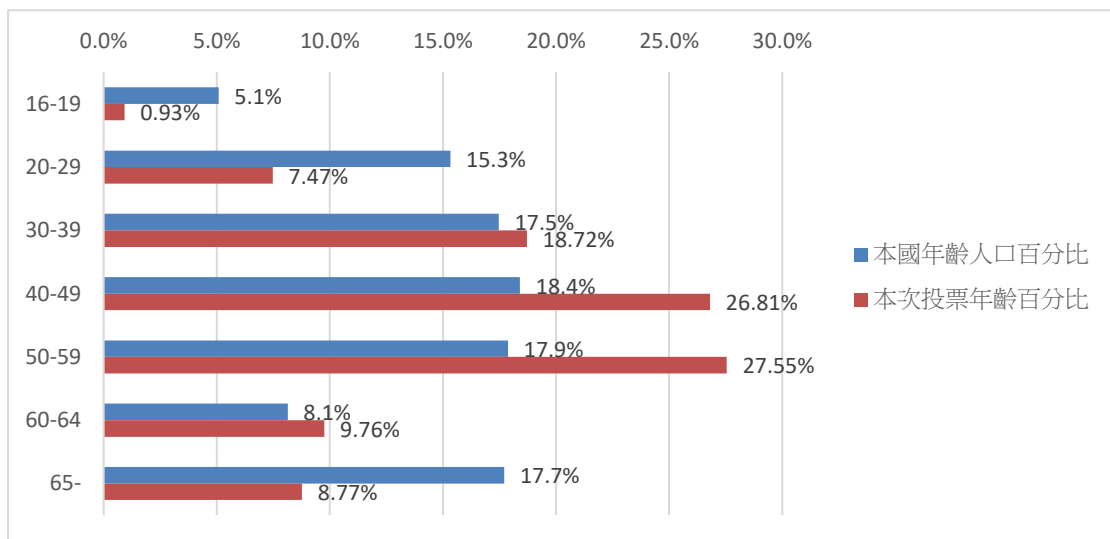


圖 3：有效票數與本國人口年齡分布統計長條圖

從本次投票年齡與提案類別統計數量分析中(表 4)(圖 4)，可看出不同年齡層在提案類別中的數量差異。大體來說，以得票數最多的活動類別(獲得 699 票)而言，40-49 歲、50-59 歲此 2 年齡層有 368 票，在 60-64 歲、65 歲以上共獲得 188 票，約佔 80%；展覽及網路 2 類型以 40-49 歲、50-59 歲此 2 年齡層較多；形象類的總票數最少，但年齡偏好，與其他 3 類型略有差異，以 30-39 歲最多(90 票)，其次為 40-49 歲(58 票)。從圖 4 得知，活動偏好比例，隨年齡增加，39 歲以下投票者，較偏好形象類別。



表 4：年齡與提案類別有效票數統計一覽表

類別 級距	形象	活動	展覽	網路	合計	
	16-19 歲	6	5	2	2	15
20-29 歲	35	45	19	22	121	7.47%
30-39 歲	90	93	40	80	303	18.72%
40-49 歲	58	152	123	101	434	26.81%
50-59 歲	30	216	104	96	446	27.55%
60-64 歲	9	91	24	34	158	9.76%
65 歲以上	8	97	19	18	142	8.77%
總計	236	699	331	353	1,619	100.00%
	14.58%	43.17%	20.44%	21.80%		

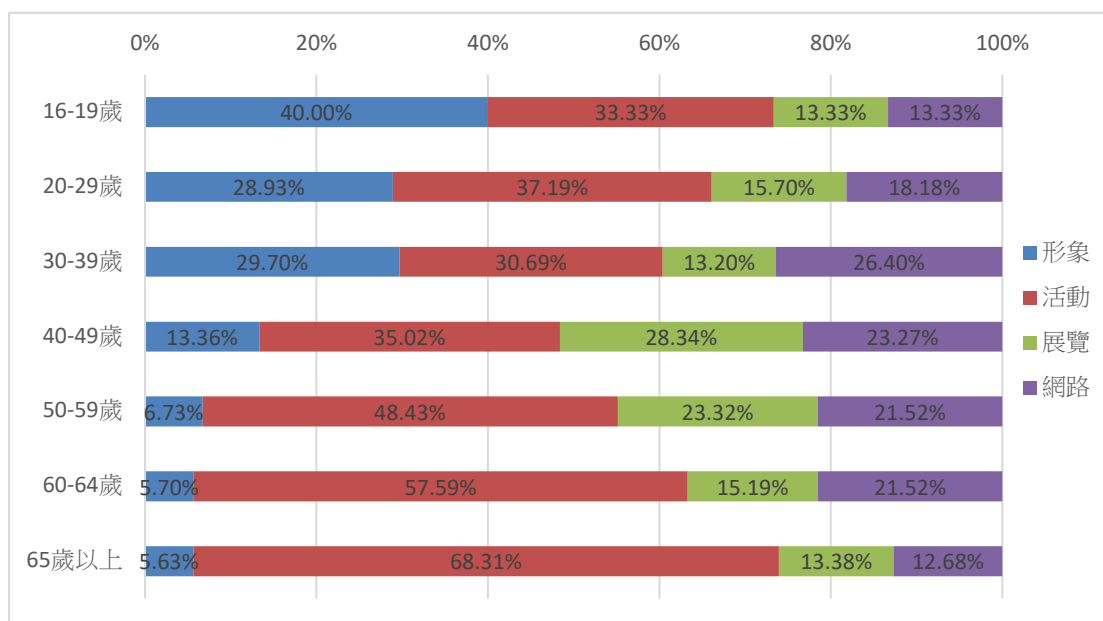


圖 4：年齡與提案類別分布統計長條圖

## 伍、 結論

藉由本次參與式預算計畫，陶博館連結地方陶瓷產業共同策想參與式預算提案，並促使地方陶瓷產業與民眾參與公務預算的提案與執行。透過計畫執行過程，讓民眾了解與珍惜公務資源，同時也讓民眾參與公共事務，表達需求與想法，使公務計畫更妥適地切合民眾需要。

本次計畫參與者性別比例相當，以 30 至 59 歲者佔最多數，此族群也是現今社會中堅族群；在網路、展覽、活動及形象 4 提案類別中，投票者偏好活動類型，且隨年齡增加偏好度，而男性投票民眾較女性青睞靜態的展覽及形象類別。未來鶯歌燒品牌形象，可參考本次參與式預算計畫執行心得，增加動態活動，以達到推廣目標。

## 版權

發行人：吳秀慈

出版者：新北市立鶯歌陶瓷博物館

地址：新北市鶯歌區文化路 200 號

電話：(02)86772727 (代表號)

網址：<http://www.ceramics.ntpc.gov.tw/>

出版日期：中華民國 110 年 5 月