

臺北市政府觀光傳播局性別影響評估表

方案名稱：「馬來西亞及新加坡海外行銷計畫」性別影響評估計畫

方案執行期間：105 年度

檢視局處：觀光傳播局觀光發展科

填表人姓名及聯絡方式：楊真華/分機 7562

填表日期：105.3.31

檢視面向	題項 (問)		檢視結果 (答)
一、目標：明確定義目標對象及預期成效。	1	該方案目標是什麼？對於促進性別平等有何正面影響？是否可去除過去性別不平等相關的障礙？	<ol style="list-style-type: none"> 1. 目標：於海外目標市場(新加坡、馬來西亞)推廣臺北城市意象，提高臺北知名度，加深旅客印象，吸引國際旅客赴臺北觀光。 2. 計畫內容：規劃海外推廣活動，辦理臺北自由行產品發布會及展銷會，並利用多元媒體(電子、平面、網路或戶外媒體)行銷，透過實體活動及媒體行銷，推廣臺北市深度旅遊並促進觀光發展。 3. 宣傳及服務對象並未特別鎖定某一性別，但於本案主視覺設計上，設計 1 男 1 女分別騎乘 YouBike 於北市旅遊，突顯兩性平等。 4. 本案可藉由本局每年辦理之「來臺旅客在臺北市之消費及動向調查」統計資料分析不同性別的旅遊動向及消費狀況，作為行銷及廣告方式之參考，有助去除過去性別不平等相關的障礙。
	2	誰是該方案預期服務使用者？男女比例約多少？是否有因應不同性別之需求？	<ol style="list-style-type: none"> 1. 預期使用者：目標市場(新加坡、馬來西亞)內之民眾。 2. 僅針對地域規劃不同訊息內容與傳遞平台，未有性別考量。

<p>二、資料蒐集：性別統計資料、調查研究等。</p>	3	<p>有無充分諮詢、整合預期服務使用者(包含不同性別)、性別相關團體／專家學者對於該方案的意見？</p>	<p>本案為招標委外辦理，在服務建議書評選時即有諮詢不同群體、不同專業背景之專家學者，避免宣傳及文案內容等出現性別刻板印象或爭議文字。</p>
	4	<p>規劃該方案前，有無蒐集依性別、族群、身心障礙、社經地位、年齡、宗教或性傾向等分類的資料和統計數據？</p>	<p>1. 本案在規劃宣傳方式及文案內容時，均參考本局辦理之「來臺旅客在臺北市之消費及動向調查」統計分析資料，依據不同性別、居住地、年齡等不同屬性旅客之喜好及習慣調整規劃內容。</p> <p>2. 另本局在執行期間，亦多方請益航空、旅行等觀光業界代表、不同之宗教團體以及本國駐外單位等提供相關意見，以期符合目標市場旅客之需求。</p>
	5	<p>針對該方案事前曾做過其他哪些性別相關的準備工作？</p>	<p>未來本局執行相關方案時，將視實際需要，評估是否須進行其他性別相關事前作業。</p>

三、發展作法：依據性別主流化觀點，擬定計畫。	6	請問根據題項 4 蒐集來的資料，該方案對於各個群體中的不同性別，是否有不同的影響？若有，如何據此調整方案內容？	計畫執行後為加強延續臺北自由行宣傳效益，並集中經營新加坡、馬來西亞市場，除購買戶外廣告外，亦刊登雜誌及報紙廣告，以增加宣傳效益。而為刊登雜誌及報紙廣告事宜，事先請廠商針對已來臺自由行旅客進行分析後發現，102 年來台旅客女性首度超越男性，103 年持續女性旅客多於男性(103 年女性旅客 5,197,015 人次、男性旅客 4,713,189 人次)。其中星馬來臺自由行旅客以 20-59 歲佔 80%為多，對臺北印象深刻前 3 名為夜市、美食、人情味；喜歡去的前 3 名為夜市、西門町、台北 101，故再以該族群為目標對象購買星馬旅遊休閒雜誌廣告及戶外廣告或推薦不同遊程。另由於女性旅客已多於男性，故針對女性客群製作專題甜點美食報導，如刊登「臺北甜食味旅」，吸引女性遊客來臺體驗各式甜點及下午茶。
	7	請問參與規劃、執行、評估該方案的人，是否具備性別平等相關認知／有沒有參與相關課程？	本科科長曾擔任過本府性平教育委員會社教小組成員，而科長、專員、股長及承辦人均曾參與性別主流化等相關教育訓練課程。
	8	除了性別以外，規劃該方案時是否有考量到其他不同年齡、社經地位、族群等需求？	除性別外，亦參考本局辦理之「來臺旅客在臺北市之消費及動向調查」統計分析資料，依據不同性別、居住地、年齡等不同屬性旅客之喜好及習慣調整規劃內容
四、預算：把性別觀點整合到預算流程的	9	該方案是否針對不同性別，或性別平等相關議題，特別編列預算？	無。

各個層面當中。	10	特別及非特別編列預算的預算項目對於促進性別平等有何正面影響？（註1）	無。
	11	前項預算編列或審核時，有無徵詢女性／性別相關團體的意見？	無。
五、傳播： 如何將訊息傳達給不同背景的目標對象。	12	採用什麼方式傳佈該方案訊息給目標對象？有無針對不同背景的目標對象（包括不講本國語言的男女），採取不同的傳播方法？（註2）	1. 透過海外推廣活動及多元媒體(電子、平面、網路或戶外媒體)行銷。 2. 推廣活動及網路行銷等並未針對不同背景的目標對象採取不同的傳播方法，至於平面廣告部分，則針對女性宣傳「臺北甜食味旅」，以加強效益。
	13	訊息傳佈過程曾使用何種具體措施，以避免具性別歧視意味的語言、符號或案例？	訊息內容均由局內同仁多次公開討論、發表意見並修正，以避免任何具性別(或其他面向)歧視或爭議的符號或象徵。
六、提供服務： 提供服務的作法是否符合能滿足各種群體的需求。	14	不同群體取得該方案資源的難易度有何不同？有無配套措施可彌補這樣的差異？	因以使用之宣傳管道皆以大眾傳播管道（網路、戶外、雜誌）為主，無影響性別近用權。
	15	有無結合其他政府部門、地方或全國性的民間組織，協助提供服務給目標對象？	透過駐外單位(如交通部觀光局駐星馬辦事處)協助宣傳。

	16	協助提供服務的組織，能否考量到各種使用者不同的需求？	協助提供服務之相關組織均能依據不同目標群眾的需求，提供適切的資訊。
七、評估：實際執行情形是否符合前述各步驟並達預期效果，或有意外發展及成果。	17	有無進行使用者滿意度調查？前述調查是否能反映出不同背景之男女的意見？	無
	18	是否邀請具性別觀點的學者、專家或代表不同群體的組織，協助監督方案？若有，監督過程有無聚焦在實際執行情形上？	本案以公開評選方式甄選服務建議書，參與本案之本科專員、科長修習過性別教育相關課程，評選出本案執行廠商之委員皆由不同群體、不同專業背景組成後進行審查，以避免活動企畫中出現性別刻板印象或爭議文字出現。
	19	依據評估結果，該方案能否促進不同性別間的瞭解和接納？為什麼（請說明理由）？	整體而言，因本方案執行並不在於促進不同性別間相互之了解，而在於促進所有潛在客層到臺北市觀光旅遊，故評估純就觀光效益而言，應無此項功效。
	20	未來如何針對前述各題項，在性別面向上進行改進，以對不同性別均能發揮最大效益（請註明題項編號及改進方式）？ (註3)	將針對目標市場國際旅客特性規劃遊程、打造安全、方便的旅遊環境，運用多元媒體管道宣傳。

註1：例如，促進兩性平等就業機會、平等受教機會等。

註2：例如，結合其他政府部門、地方或全國性的民間組織，協助把訊息帶給目標對象，或透過連結女性經常使用的網站如求職網站等，傳遞訊息。

註 3：例如，有無特定團體比其他團體受益更大？如果有，如何處理這種不均衡的狀況？是否有蒐集其他資訊的需求？對照這次經驗，目標對象或指標是否需要調整？未來需要多告知誰相關資訊？應該如何呈現資訊才能有效溝通？