

桃園捷運綠線車廂票選活動投票分析

一、前言

桃園捷運綠線是桃園市第一條由市府興辦之軌道建設，是桃園核心政策「三心六線」的中心骨幹。捷運綠線由八德建德路起，行經八德、桃園、蘆竹、大園等行政區，全長約27.8公里設21站，地下段約12.5公里，地下車站10座，高架段約15.3公里，車站11座。車廂外型部分為廣徵民意，設計出2種車款各搭配3種顏色，合計6種造型，邀請桃園市民參與網路票選。

圖1 桃園捷運綠線車廂票選款式一及款式二

款式一



款式二



本活動投票資格限桃園市民，及擁有桃園市民卡的民眾，投票期間為期14天，每人每天擁有一次投票機會。為了讓桃園市民踴躍投票，只要成功投票，就擁有1次的抽獎資格，獎項共有GOGORO VIVA電動機車1台、雙人首爾來回機票1組、LG空氣清淨機2台、三星無線藍芽耳機3組、韓國人氣美妝小物50組，及捷運局吉祥物捷寶50個，共計107個獎項。

活動投票資料包含姓氏、地址、身分證、年齡、性別及選擇款式，本次分別以性別-區域、性別-年齡，以及性別-款式做分析，以探討本次活動性別參與比率之情況，藉以回饋並改善往後相關活動之規劃。

圖2 桃園捷運綠線車廂票選活動獎項

抽獎獎品

 <p>特別獎</p>	 <p>頭獎</p>	 <p>二獎</p>
GOGORO VIVA電動機車x1 (芥末黃)	雙人首爾來回機票x1	LG空氣清淨機x2
 <p>三獎</p>	 <p>普獎</p>	 <p>幸運獎</p>
三星真無線藍芽耳機x3 (不挑色)	韓國人氣美妝小物x50 (隨機贈送)	捷寶公仔x50

二、性別統計情形

目前桃園男女人口比例為女性略多於男性，依桃園市政府民政局桃園市各區現住人口數統計表 110 年 1 月資料，目前的性別比例（每百女子所當男子數）為 98.2%，每 100 名女性所對應的男性約為 98 名。

表1 桃園市各區現住人口數統計表

單位：人

區域別	合計	男	女
總計	2,269,216	1,124,335	1,144,881
桃園區	457,382	221,059	236,323
中壢區	422,582	207,046	215,536
大溪區	95,601	48,584	47,017
楊梅區	175,278	87,935	87,343
蘆竹區	166,994	82,601	84,393
大園區	93,855	47,756	46,099
龜山區	164,462	81,574	82,888
八德區	209,219	104,037	105,182
龍潭區	124,402	61,981	62,421
平鎮區	228,647	113,160	115,487
新屋區	49,313	26,210	23,103
觀音區	69,101	35,721	33,380
復興區	12,380	6,671	5,709

(一) 投票性別及區域統計

觀察投票性別及區域統計表，在桃園市的各區域，無論人多或是人少區域，皆是以女性人數大於男性人數參與本次網路投票，參考國家發展委員會-我國網路參與公共政策的性別差異研析，民眾經由網路的動員與號召而進行參與實際社會運動，在兩性差異上，女性實際參與網路號召的比率高於男性，顯示女性相對於男性較能化為實際的具體行動，來參與公眾社會活動，顛覆傳統上公民事務都以男性為主要參與者。(參考國家發展委員會-我國網路參與公共政策的性別差異研析 <https://reurl.cc/Gb921A>)

表3 投票性別及區域統計表

單位：人、%

性別 年齡	男性		女性		總計	
	人數	占比	人數	占比	人數	占比
八德區	6166	43.6%	7973	56.4%	14139	13.7%
大園區	1556	37.7%	2574	62.3%	4130	4.0%
大溪區	1563	44.9%	1919	55.1%	3482	3.4%
中壢區	8273	41.8%	11530	58.2%	19803	19.1%
平鎮區	3242	39.4%	4992	60.6%	8234	8.0%
桃園區	11989	40.6%	17527	59.4%	29516	28.5%
復興區	53	36.1%	94	63.9%	147	0.1%
新屋區	425	41.7%	593	58.3%	1018	1.0%
楊梅區	2029	42.8%	2709	57.2%	4738	4.6%
龍潭區	1068	38.1%	1735	61.9%	2803	2.7%
龜山區	2176	39.8%	3291	60.2%	5467	5.3%
蘆竹區	3479	41.6%	4874	58.4%	8353	8.1%
觀音區	651	37.4%	1089	62.6%	1740	1.7%

(二) 投票性別及年齡層分析

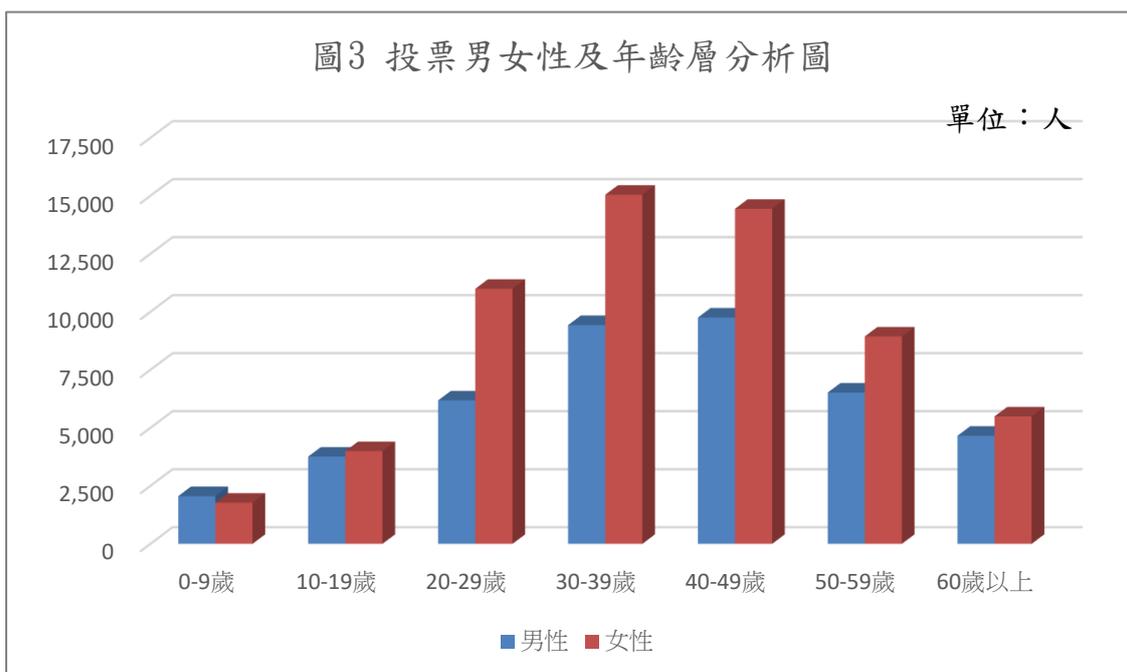
本次投票總人數（有效票）共計103,051次，其中男性人數為42,369人，女性人數為60,682人，以女性較男性多，其中以二十歲至未滿五十歲之間之女性年齡族群居多。

表3 投票性別及年齡層統計表

單位：人、%

性別 年齡	男性		女性		總計	
	人數	占比	人數	占比	人數	占比
0-9 歲	2,059	4.86	1,774	2.92	3,833	3.72
10-19 歲	3,761	8.88	3,998	6.59	7,759	7.53
20-29 歲	6,182	14.59	10,994	18.12	17,176	16.67
30-39 歲	9,430	22.26	15,045	24.79	24,475	23.75
40-49 歲	9,756	23.03	14,440	23.80	24,196	23.48
50-59 歲	6,521	15.39	8,939	14.73	15,460	15.00
60 歲以上	4,660	11.00	5,492	9.05	10,152	9.85
總計	42,369	100.00	60,682	100.00	103,051	100.00

圖3 投票男女性及年齡層分析圖



根據本次活動投票男女性及年齡層分析，男性投票數佔總票數41.1%，女性投票數佔總票數58.9%，其中男性0-19歲投票比例佔總票數5.6%，與女性0-19歲投票比例為5.6%相當，而女性20-49歲女性佔總投票人數39.3%，近四成之比例，顯然高於該年齡層男性投票的比例24.6%。這一結果顯示，雖然本市居民女性比例略高，但獎品項目及類型應為影響投票意願主要因素之一。本票選活動107項獎品當中，其中普獎為韓國人氣美妝小物計50組，屬於女性用物品，且獎項個數佔總獎項將近一半，較易吸引女性投票。

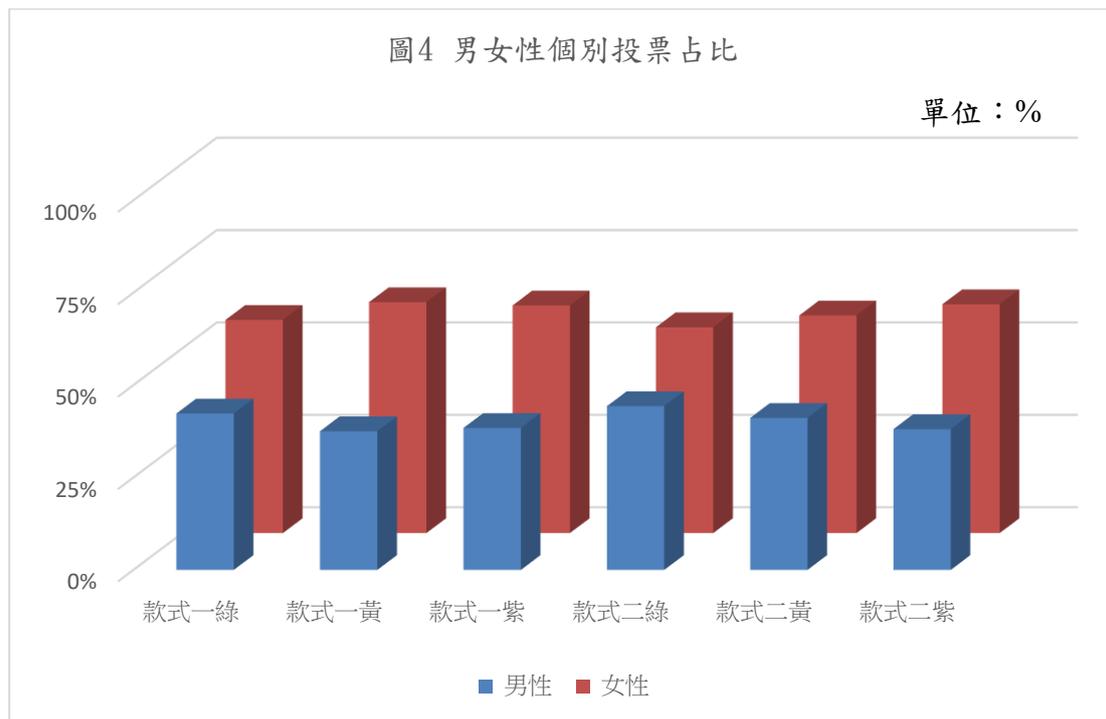
(三) 投票性別及投票款式、顏色分析

本票選活動款設計出款式一、款式二，各搭配綠、黃、紫3種顏色，6款式男女投票票數情況，男性各款式票數佔男性總票數佔比，及女性各款式票數佔女性總票數佔比。

表 4 投票性別及投票款式、顏色分析

單位：人、%

性別 款式顏色	男		女		總計	
	人數	占比	人數	占比	人數	占比
款式一綠色	9,490	22.40	12,935	21.32	22,425	21.76
款式一黃色	5,153	12.16	8,580	14.14	13,733	13.33
款式一紫色	3,409	8.05	5,467	9.01	8,876	8.61
款式二綠色	13,002	30.69	16,341	26.93	29,343	28.47
款式二黃色	5,311	12.54	7,603	12.53	12,914	12.53
款式二紫色	6,004	14.17	9,756	16.08	15,760	15.29
總計	42,369	100.00	60,682	100.00	103,051	100.00



依據上圖，無論是款式一或款式二，男性選擇綠色的比例皆比女性稍高，而女性選擇紫色的比例比男性稍高，顯示出男性及女性顏色的偏好。傳統上男女性以藍色系列及紅色系列區分男女生，以廁所為例，常以藍色圖示代表男廁，粉紅色或紅色圖示代表女廁，這些刻板印象常受環境及時下主流觀念所影響。

三、結論與建議

近年來隨著兩性平等的社會氛圍，男女性代表色的性別刻板印象已經漸漸消去，娛樂圈與媒體行銷一直是流行的代表，藝人、歌手或演員，也越來越多男性穿著粉紅色衣服或配件，民眾也漸漸接受男性粉色打扮。本次活動男女性選擇顏色佔比之些微差異，僅代表目前桃園市男女性顏色偏好，並無任何性別不平等之情形。

而本次票選活動女性投票數佔總票數近六成，這種男女性投票比例不均的結果，本局未來辦理相關投票活動時，為促進參與投票活動民眾參與程度與性別比例衡平性，於活動規劃階段時，將考量相關事項如下：

(一)提供中性、實用性產品：於規劃獎項時，以男女皆可使用之產品為主。因本局辦理票選活動主要吸引市民參與投票且不分男女，不同於父親節或母親節，為無關男女性質之活動，因此規劃獎項時應以中性且實用性質高的獎品為主，尤其以較前面、金額較高之獎項，以本次活動為例，特別獎電動機車、頭獎機票等，為實用性產品，可藉此吸引民眾踴躍投票。

(二)增加多元宣傳管道：除了傳統媒體以宣傳紙、報紙、張貼海報、電台播放等方式做為活動宣傳管道，如人力或預算足夠應隨著網路普及，從現代人使用頻率較高的平台，例如自有媒體(官方 Facebook、官方 Youtube)、付費媒體(Google 廣告、Facebook 廣告)等方式做宣傳，將可強化民眾資訊獲取管道進而增加民眾參與程度。