

自製「消除對婦女一切
形式歧視公約」(CEDAW)
教育訓練教材

新北市政府環境保護局 運用CEDAW推動環保福利社計畫 執行成果分析



新北市政府
環境保護局



什麼是
CEDAW ?

一、沿革

「消除對婦女一切形式 歧視公約」
(Convention on the Elimination of All
Forms of Discrimination against Women,
簡稱CEDAW)

國際

我國

聯合國大會於1979年通過，1981年9月3日生效的國際公約，為聯合國五大人權公約 (Human Rights Conventions) 之一，目前僅次於「兒童權利公約」為聯合國體制下第二大的人權公約

立法院於2011年5月20日通過「消除對婦女一切形式歧視公約施行法」，自2012年1月1日起施行。

二、CEDAW宗旨內涵

CEDAW條文共30條

1

男女平等享有一切經濟、社會、文化、公民和政治權利

2

締約國應採取立法及一切適當措施，消除對婦女之歧視

3

確保男女在教育、就業、保健、家庭、政治、法律、社會、經濟等各方面享有平等權利

三、CEDAW核心三概念

核心概念	內容
實質平等	從形式平等到實質平等
不歧視	◆包含有意、無意的歧視 ◆法律上的歧視、實際上的歧視 ◆政府和私人（非政府組織、機構、個人、企業）
國家義務	◆尊重義務：檢視法規必須確保沒有直接或間接歧視 ◆保護義務 ◆實現義務 ◆促進義務

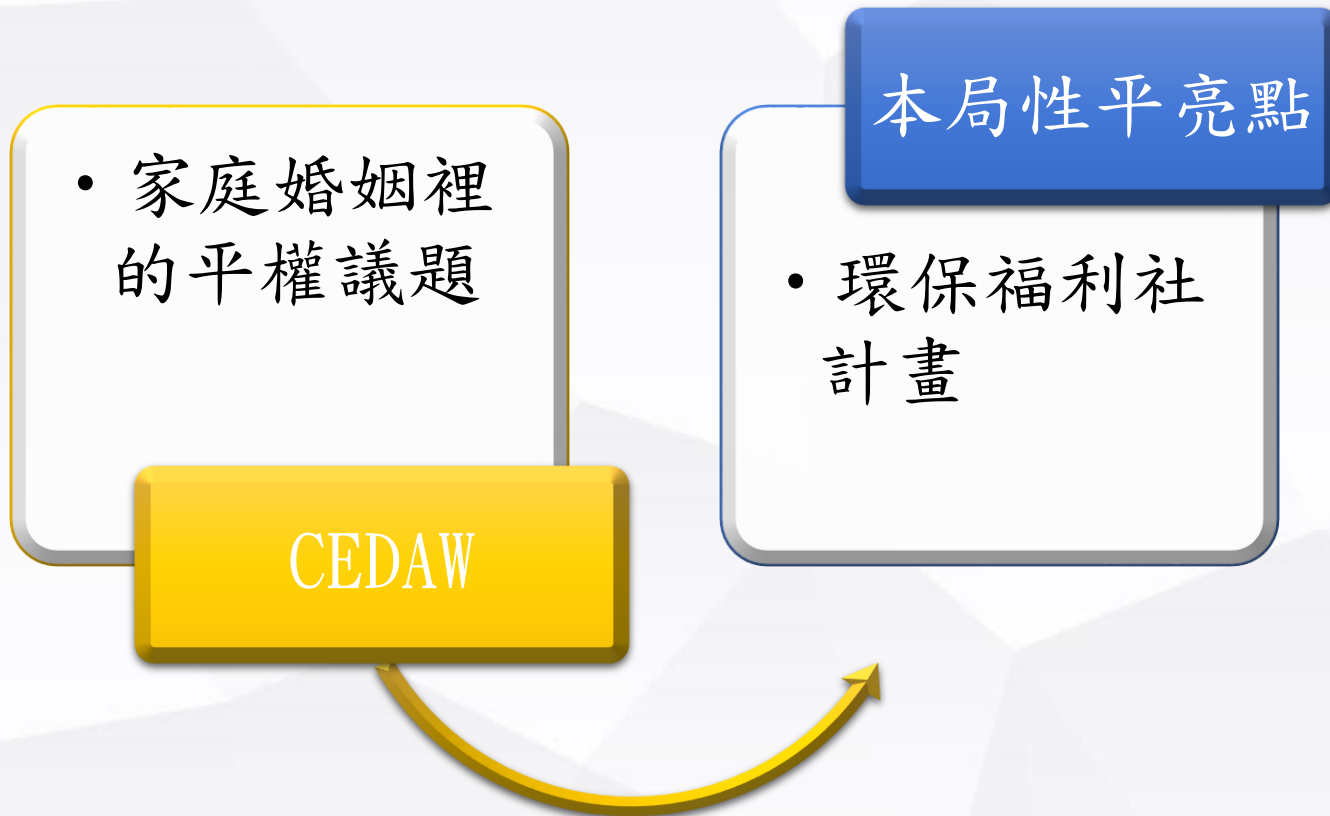
四、CEDAW條文結構(共30條)

	分類	條文	內容
實質條款	第一部分	1-6	定義何謂婦女歧視、規定國家義務
	第二部分	7-9	婦女政治及公共參與平等之權利
	第三部分	10-14	婦女在經濟社會文化醫療保健上平等之保障
	第四部分	15-16	婦女在法律平等的內涵
監督機制	第五部分	17-22	規範公約委員會組織及其執行運作
一般條款	第六部分	23-30	規範公約的效力範圍、開放對象及生效規定

五、我國《消除對婦女一切歧視公約施行法》 目的意涵

立法目的	範圍	條文	正向性	實質意涵(引自行政院立法說明)
消除對婦女一切形式歧視	女性	第二條	消極除障	消除對婦女基於性或性別的歧視、暴力、不公義
健全婦女發展	女性	第四條	積極成就	培育經、社、文、政、教、勞、健之自主能力，實現多元潛能發展。
落實保障性別人權	性別	第四、五、七條	基本保障	不同性別者的各種人權維護無有差別
促進性別平等	性別	第四條	主動促進	不同性別者皆得實質平等之國家機會、對待、影響

六、本局運用CEDAW推動相關業務(1/2)



六、本局運用CEDAW推動相關業務(2/2)

家庭婚姻裡的平權議題

• CEDAW第5條

締約各國應採取一切適當措施：

(一)改變男女的社會和文化行為模式，以消除基於性別而分尊卑觀念或基於男女任務定型所產生的偏見、習俗和一切其他做法。

(二)保證家庭教育應包括正確了解母性的社會功能和確認教養子女是父母的共同責任，當然在任何情況下都應首先考慮子女的利益。

本局性平亮點

• 環保福利社計畫：
運用CEDAW第5條法條內容及就「家庭婚姻裡的平權議題」，推動本局性別主流化及CEDAW相關政策。本計畫透過里設置之「環保福利社」宣導相關活動，鼓勵市民購買環保產品，提升綠色消費概念，並透過促銷優惠方案，鼓勵男性市民一同參與綠色消費行為。

七、本局性平亮點方案推動成果(1/6)

環保福利社～家庭環保產品採購推動性別平權計畫

(一)緣起：

為培養市民具備友善環境的綠色消費行為與習慣，創新全國結合轄內里辦公處設置「環保福利社」，並運用「團購」的風潮與手法，提供市民便利與經濟的方式選購環保標章產品。有鑑於過去環保福利社推廣及消費族群多以婦女族群購買為主，為提高男性民眾參與意願，自106年起提供省電省水等多樣男性化商品。藉此逐步達成市民的消費行為兼具可回收、低污染、省能源的環保理念，將新北市打造成為友善環境、永續與宜居的健康城市。

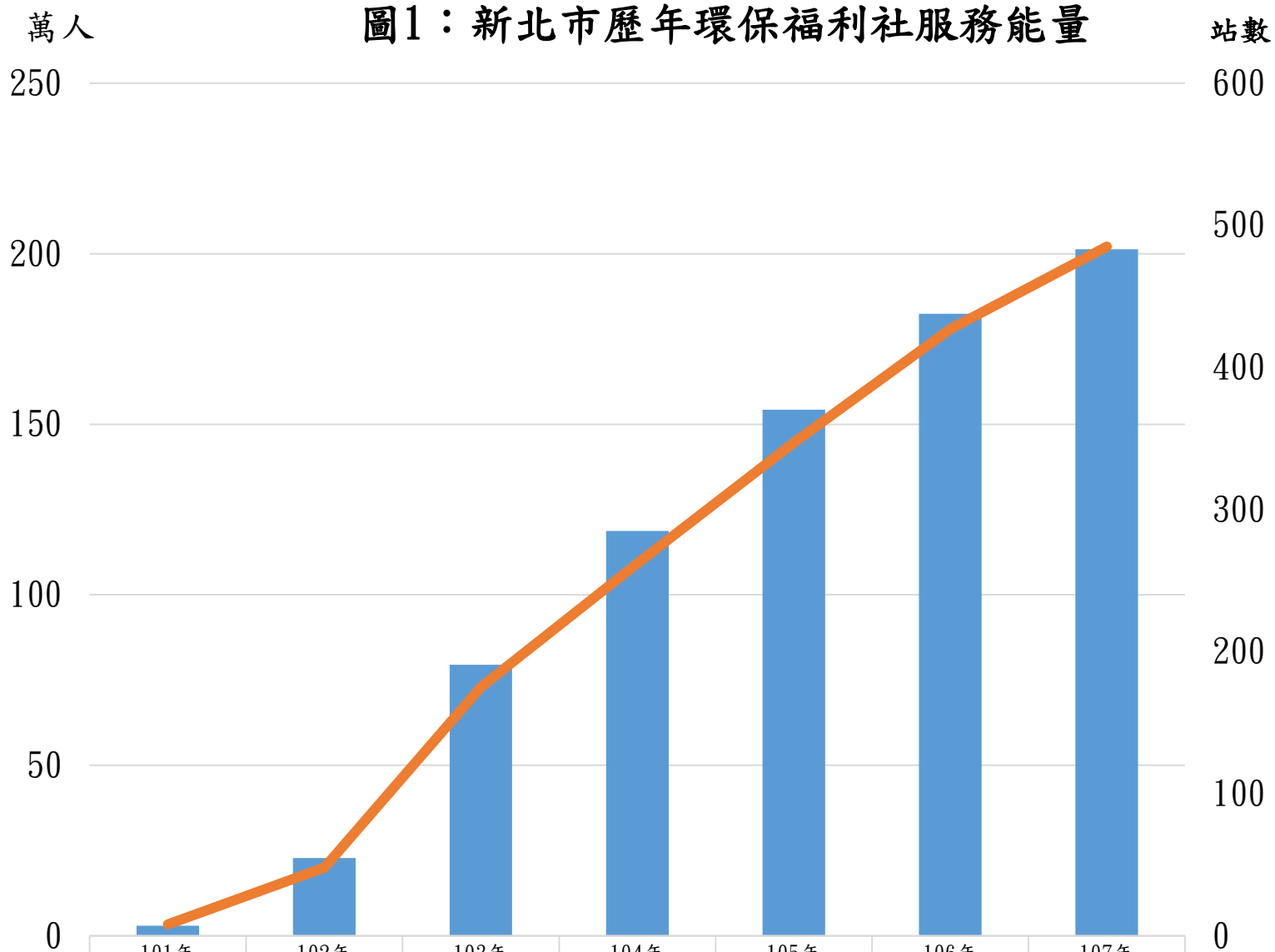
七、本局性平亮點方案推動成果(2/6)

(二)性別統計分析：

1、創新提供綠色消費管道：

自99年起輔導轄內里辦公處設置「環保福利社」，截至107年6月30日止總計已設置超過485處，每年服務市民人數自101年3萬人次到107年已成長至201萬人次之多。其中男性人數自1.4萬人次成長到98萬人次，女性人數自1.5萬人次成長至超過102萬人次，相關成果詳下列圖、表資料。

圖1：新北市歷年環保福利社服務能量



■ 服務總人數(萬人)

— 環保福利社站數

101年

102年

103年

104年

105年

106年

107年

2.9366

22.8463

79.4842

118.6788

154.2249

182.433

201.276

8

48

175

262

347

427

485

表1：新北市歷年環保福利社性別服務成果

	101 年	102 年	103 年	104 年	105 年	106 年	107年
男性 人數	14,211	111,079	389,170	581,425	751,981	893,450	984,142
女性 人數	15,155	117,384	405,672	605,363	790,268	930,885	1,028,615
性別 比例(男/女) $\times 100$	94	95	96	96	95	96	96

七、本局性平亮點方案推動成果(3/6)

2、新北市各行政區環保福利社分布與性別比例探討：

新北市男性人口數多於女性人口數之行政區，包含三芝區、三峽區、五股區、平溪區、石門區、石碇區、貢寮區、瑞芳區、萬里區、雙溪區及鶯歌區，共計96處環保福利社，相關成果詳下圖資料。

站數

新北市各行政區環保福利社分布情形

人、男/女
*100

70

140

60

120

50

100

40

80

30

60

20

40

10

20

0

0

八里區	三芝區	三重區	三峽區	土城區	中和區	五股區	平溪區	永和區	石門區	石碇區	汐止區	板橋區	林口區	金山區	泰山區	貢寮區	淡水區	深坑區	新店區	新莊區	瑞芳區	萬里區	樹林區	雙溪區	蘆洲區	鶯歌區
-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

環保福利社站數	5	4	43	15	30	37	8	1	30	9	3	17	63	4	15	9	11	26	8	30	26	16	10	23	5	23	14
性別比	99	102	96	101	97	95	101	116	90	107	126	94	96	92	97	97	104	91	100	91	95	101	101	99	116	97	101

七、 本局性平亮點方案推動成果(4/6)

3、提供達20種類環保商品，新增環保洗車精、省電燈泡

/燈管：

一般市民常見的生活用品琳琅滿目，為能夠提供更多的環保商品讓市民朋友選購，自103年起逐年增加環保標章商品，近4年成長2倍的環保標章產品類別，截至107年總計高達20種類別，49項環保產品，提供市民朋友選購。從一般市民日常使用的衛生紙、家庭清潔用品，擴增至省電類別的產品；106年起更提供獲得較多男性選購的環保洗車精種類，藉以提高男性至環保福利社購買的動機。

※新北市環保福利社歷年提供環保標章商品類別項目表

項目 年	103 年	104 年	105 年	106 年	107 年
總計項目數	10	15	17	21	20
環保抽取式 衛生紙	●	●	●	●	●
環保擦手紙	●	●	●	●	●
環保單抽式 衛生紙		●	●	●	●
環保小捲衛 生紙	●	●	●	●	●
環保大捲衛 生紙		●	●	●	●
環保洗衣精	●	●	●	●	●
環保冷洗精		●	●	●	●
環保洗手乳		●	●	●	●
環保沐浴乳	●	●	●	●	●
環保洗髮乳	●	●	●	●	●
環保洗碗精	●	●	●	●	●

項目 年	103 年	104 年	105 年	106 年	107 年
環保洗碗 精補充包			●	●	●
環保浴廁 清潔劑	●	●	●	●	●
環保廚房 清潔劑	●	●	●	●	●
環保地板 清潔劑		●	●	●	●
環保洗衣 粉	●	●	●	●	●
環保洗衣 精補充包			●	●	●
省電燈管				●	●
省水器材				●	
電源插座 定時器				●	
LED燈泡					●
環保洗車 精				●	●

七、本局性平亮點方案推動成果(5/6)

(二)促進性別平等之規劃及目標：

1、推動男性民眾參與綠色消費：

為提升男性民眾參與綠色消費意願，107年度規劃10場次環保福利社團購宣導活動，提供前20名參與活動的男性民眾2種優惠方案，其中5場次優惠措施採方案1「LED節能燈泡買1送1」，另5場次採方案2「團購商品折扣抽獎」，藉此刺激男性民眾參與環保福利社團購活動意願。

※男性民眾參與團購宣導活動方案規劃

方案	方案名稱	內容
方案1	億光LED節能燈泡買1送1(白光，7.5瓦)	以100元購得2顆LED燈泡 (定價130元/顆)
方案2	團購促銷商品 折扣抽獎	促銷價再享5折(1名)
		促銷價再享6折(2名)
		促銷價再享7折(3名)
		促銷價再享8折(4名)
		促銷價再享9折(10名)

註：限量前20名參與環保福利社團購促銷活動男性(需成年)

七、 本局性平亮點方案推動成果(6/6)

2、提升男性民眾參與比例：

過去環保福利社推廣及銷售族群主要吸引鄰里社區的婦女購買，為推廣綠色消費及增加男性民眾購買意願，除增加多樣較吸引男性購買的商品(如洗車精、LED燈泡等)。在團購宣導方面亦提供前20名參與活動的男性民眾2種優惠方案。也因如此，106年度參與環保福利社團購的男性比例約為32.45%，107年度增加至33.38%。

另外，比較2種團購宣導活動優惠方案，分析結果顯示方案1「LED節能燈泡買1送1」，男性參與比例僅26.2%；方案2「團購促銷商品折扣抽獎」佔比較高40.29%，遠高於整體比例(33.38%)，經詢問原因後，LED燈泡因需求量及規格不盡相同，吸引力較低。經宣導活動成果顯示，後續鼓勵男性民眾參與相關活動，建議持續提供立即性回饋方案，藉此提升男性民眾參與意願。

※男性民眾參與優惠方案比較分析(107年)

方案	方案名稱	參與比例	分析結果
方案1	LED節能燈泡買1送1	26.2%	因LED節能燈泡需再加購且家中需求規格不盡相同，因此較不吸引男性民眾參與。
方案2	團購促銷商品折扣抽獎	40.29%	現場購買環保商品再給予5折至9折優惠，立即性折扣較能吸引民眾並互相宣傳告知男性民眾參與。

※男性民眾參與情形統計表(107年)

方案	名稱	5場次男性總計參加人數	每場次男性參與比例	5場次共計銷售額(男性顧客)
A	LED燈泡買一送一	87人	26.2%	LED燈泡買一送一21組 環保衛生紙組87組 環保清潔劑組11組
B	團購促銷商品折扣抽獎(5到9折)	139人	40.29%	參加抽獎100人 環保衛生紙組139組 環保清潔劑組21組

※活動成果照片(107年)



The image features a central light gray circle with a dark blue outline. Inside this circle, the word "END" is written in a dark blue, serif, all-caps font. The background is a light gray geometric pattern of overlapping triangles. Numerous thin, diagonal lines in teal, red, yellow, and orange are scattered across the entire image, creating a dynamic, abstract effect.

END