

第二章 選區環境及候選人金錢動員概況

在選舉中，金錢動員是指「以金錢換取選民參與」的策略，且所有參與中最為重要的就是投票支持。因此，在金錢轉換為選票的過程中，投入的金錢可視為選舉動員的輸入項，候選人得票則是選舉動員的輸出項；而當其他條件不論的情況下，輸出項與輸入項的比例可視為是金錢動員的效果。本文首先進行的討論即欲以研究個案在金錢轉換過程中的輸入項、輸出項、輸出項與輸入項的比例為主題，觀察各次選舉中，候選人的得票率、動員成數及動員效果的數據；並試著整理歸納在不同時間點中，此三變數的變遷與關連性。而由於選區的環境、與候選人的背景經歷，對候選人的動員策略與買票行為有一定的影響力與解釋力。因此，在展開金錢動員的相關討論之前，本章將先針對研究個案所處之選區環境，以及研究個案的背景經歷進行認識，藉此提供本文論述一個完整的背景圖像。

第一節 選區環境概述

雪牛市位於台灣中部，面積共有土地一百六十餘平方公里。外型東西狹長，南北略窄，四面山脈台地環繞，屬於一盆地型都市。據記載雪牛市的開發始於西元 1710 年，因氣候溫和，四季宜人，且地處南北交通樞紐位置，在短短三百年間已發展成台灣國內第三大城。民國九十年底雪牛市人口總數約有 98 萬人，每平方公里人口密度接近六千人，是為人口高度集中的都會型城市。市民的年齡結構上，被扶養（14 歲以下及 65 歲以上）人口比例約佔三成左右，勞動人口則有七成，撫養比例適中。產業結構方面，總計農漁業人口比例只有 3.3%，二、三級產業比例遠大於初級產業，顯示該市都會機能強大。市民收入與醫療水準方面，全市低收入人數不到兩千人，而平均 419 人即可分配到一位醫生。這些數據說明雪牛市民生活水準十分良好。

雪牛市下設八個行政區，每個行政區的面積、人口比例極不平均。其中面積最小的牛頭區佔地不到 1 平方公里，面積最大的牛奶區則有 62.7 平方公里。人口分佈上，牛環、牛油、牛奶三區人口超過五十萬，佔全市一半以上，人口最少的

牛頭區卻只有兩萬餘人，差距十分懸殊。然而，人口密度上屬於早期開發區的牛頭、牛尾、牛角、牛蹄等舊市區，每平方公里都在一萬四千人以上，遠超過其他地區。

人口分佈與選區劃分息息相關。在市議員選舉中雪牛市依地理位置與人口比例共分成七個選區。除第七選區為原住民選區範圍涵蓋全市外，其餘六各地區分別涵蓋一至兩個行政區。本研究個案參選地區為第一選區，其包含了牛頭與牛尾兩個行政區，為六區之中應選名額最少，選民數次少的地區。以下分別介紹第一選區人文區位及政治生態現況。

表二~1 雪牛市各行政區民國九十年底人文區位數據

行政區	面積 方公里	人口數	人/平 方公里	14歲 以下%	65歲 以上%	90年 遷入%	90年 遷出%	農漁 人口%	工廠 家數	人口/ 醫生	低收入 人口/ 人數	低 收入/ 收入數
牛頭區	0.88	23430	26237	22.9	9.4	12.8	15.2	0.1	21	147	96	241
牛尾區	5.70	113768	19749	22.8	7.2	10.6	10.0	0.6	161	420	248	454
牛背區	9.29	70662	7601	21.0	9.0	8.6	8.9	0.4	863	1103	320	221
牛角區	6.81	100747	14505	23.5	5.8	10.6	8.5	0.5	644	405	114	866
牛蹄區	6.94	148225	21338	21.6	7.7	9.6	9.1	0.3	221	243	294	504
牛環區	39.84	177288	4343	25.7	5.3	10.0	7.4	7.1	1062	253	311	556
牛油區	30.82	127769	3944	26.5	5.0	10.9	7.0	4.8	428	1209	307	402
牛奶區	62.70	221815	3449	24.1	6.3	8.8	7.1	5.2	424	1215	263	822
雪牛市	163.42	983694	5910	23.8	6.5	9.9	8.2	3.3	3824	419	1953	495

註：第八屆雪牛市議員選舉於民國九十一年一月，故人文區位數據以民國九十年底數據為參考。

資料來源：民國九十一年雪牛市統計要覽。

表二~2 雪牛市市議員選區劃分一覽表

選區	行政區	人口數	應選名額
第一選區	牛頭區、牛尾區	93922	6
第二選區	牛蹄區	103561	7
第三選區	牛背區、牛角區	118839	8
第四選區	牛環區	116122	8
第五選區	牛油區	82991	6
第六選區	牛奶區	149898	10
第七選區	雪牛市	1112	1

註：1.本表數據為第八屆市議員選舉時之選區劃分。

2.第七選區為平地原住民選區。

資料來源：雪牛市議會網頁。

一、人文區位分析

第一選區包含牛頭、牛尾兩行政區，其地處雪牛市中心位置，為全市最早開發地區。轄區內設有鐵公路總站、市政府、市議會、三大傳統市場、文化中心、美術館等重大地標。由於交通發達、商業鼎盛，本區一直是全市政治、經濟、文化的發展重心。

各項人文區位數據上，牛頭、牛尾兩區的面積與人口數皆屬全市較少的行政區。但在人口密度上，牛頭區平均每平方公里有 26237 人，牛尾區則有 19749 人，人口密度之高，分居全市第一及第三名。可見此選區是雪牛市人口集中度最高的地區。居民年齡結構方面，牛頭、牛尾兩區 14 歲以下人口皆低於全市平均，65 歲以上人口則高出平均甚多，牛頭區 65 歲以上人口甚至佔了全區的 9.4%。此選區可算是全市老年人口比例最高的地區。

人口流動率上，以民國九十年的數據為例，牛頭、牛尾兩區的遷出遷入比例皆超過 10.0%，可知此選區的人口流動率在全市當中屬於偏高的地區。值得一提的是，在計算遷出遷入比例後發現，牛尾區的人口尚為正成長；但牛頭地區則呈現高度負成長的趨勢。此人口流失的原因可能跟區域發展飽和，街道建築老舊，都市機能退化等現象有關。

牛頭、牛尾兩區自雪牛市發展早期即因交通便利等優勢成為全市商業交易的重心。因此在產業結構方面，可以發現兩區的農漁人口都相當稀少。二級產業部分，兩區的工廠家數加總起來只有 182 家，少於其他任何一個行政區的數量。可見此兩區應是全市當中服務機能最強的都會中心。

居民生活水準上，此兩區低收入戶人口的總數雖少，但牛頭區平均每 241 人就有一位低收入者，屬於低收入比例較高的地區。牛尾區平均每 454 人有一位低收入人口，其比例略低於全市平均。整體來說，此區的低收入比例有些為偏高的情況。若以醫療水準來說，牛頭區與牛尾區居民的醫療水準則相對較佳。牛頭區平均 147 人就擁有一名醫生，是醫生比例最高的地區。牛尾區平均每位醫生照顧 420 位居民，醫療水準相當於全市平均。

綜合來說，牛頭、牛尾兩區所在的第一選區有居住密集，老年人口比例偏高，人口流動頻繁，服務性機能強大，居民生活水準與醫療水準適中等特徵。而較值

2.各屆投票率

投票率的高低代表選民對於選舉的參與程度。某種程度上，投票率與選民政治興趣、對政治關心程度、政治效能感等皆有關連。若以買票行為的角度來看，投票率更是買票成功與否的參考指標之一。因為，如果候選人的買票情況越嚴重，或其買票成功率越高，則選民越可能出門投票，該地區的投票率自然會拉高。

表二~4 各屆投票率一覽表 (%)

屆次	五	六	七	八
全市投票率	69.4	66.7	53.3	43.1
第一選區投票率	65.2	64.4	55.8	41.4
第一選區各里投票率最小值	41.0	48.5	44.5	33.4
最大值	74.8	76.0	66.0	52.0
平均數	66.0	65.2	56.6	42.5
標準差	5.9	5.3	5.4	4.7

從表二~4 可以發現，本研究個案所屬第一選區的投票率有三次低於全市的平均投票率。可見相對上本選區的選民對於市議員選舉投票較不積極。而各屆的投票情形方面，本選區投票率有逐年下降的趨勢。其第五、第六屆的投票率都在六成以上，但第七屆較第六屆則減少了將近一成的投票率；第八屆的投票表現又較第七屆減少了 14.4%。長期看來，此選區選民對市議員選舉的投票越來越不熱衷。雖然投票率並非本文探討的重點，但筆者認為，投票率大幅降低的原因，與政府嚴格查賄，候選人買票規模縮減、動員效果降低等有絕對的關連。

此選區各里投票率的比較上，歷屆中投票率最高的里可以達到 74.8%，最低的里則只有 33.4%，高低差距達 41.4%，十分驚人。雖然投票率的大小值落差甚大，但以標準差來看，各屆各里投票率的標準差都在 5.0% 上下，顯示選區各里選民的投票意願其實沒有太大差異。

3.各屆應選人數與參選人數

應選人數、參選人數與參選人素質將左右著選舉的競爭程度；其對候選人得票、候選人競選策略、買票行為等也都有顯著的影響。本研究個案所處的選區，

因爲人口外移等因素，應選名額逐屆地由 9 席減少至 6 席。可見對本選區候選人而言，當選是一次比一次困難。

表二~5 各屆參選人數一覽表

屆次	五	六	七	八
應選人數	9	8	7	6
參選人數	22	20	13	11
現任及曾任者人數	8	10	7	8
得票率百分之五以上人數	11	10	7	9

在參選人數上，第五、第六屆選舉時，參選人數都超過 20 人，當選率約爲四成左右；但在第七、八屆時，參選人數急遽減少爲 13、11 人，當選率甚至超過了五成。造成參選人數銳減的原因一方面是因爲應選名額下降，使得部分沒有把握的候選人裹足不前。另一方面則因爲競選對手有越來越強的趨勢。

參選人數減少雖可提高當選的機率，但這並不同於選舉競爭程度的下降。如果進一步觀察參選人的身份可以發現，此選區的參選人中現任者或曾任者的比例相當高。在第六屆與第八屆選舉中，曾當選過市議員的參選人數更超過了應選人數。這不僅意味著此選區中新人可能較難出頭，對選舉老將而言，連任也是一項艱難的挑戰。

若將選後得票超過 5.0%的候選人視爲「有競爭力的候選人」，則可發現歷屆當中得票率超過 5.0%的候選人都在 7 人以上，其中第五、第七、第八屆，得票超過 5.0%的候選人數還超過了應選人數。此代表幾乎各屆選舉，「有競爭能力的候選人」都比應選人數來的多。

綜合以上討論可知，本文研究個案所處的第一選區，在四次選舉中都屬於超級戰區。正因爲競爭激烈，此地區的候選人可能擁有更高的動機採取金錢動員策略，而此區當選所需要的成本也必定是相當高昂。

第二節 候選人背景概述

本文以雪牛市候選人林哖的參選記錄進行金錢與選舉動員關係的分析。本小節欲在後續的討論開展前，先行介紹研究個案的經歷背景，並對其四次參選的得票情形進行初步分析，以建立之後比較金錢動員效果時的基本認識。

一、候選人概述

1. 背景經歷

本研究個案林哖為雪牛市人，自小居住在雪牛市牛尾區，五十多年來未曾離開，是一土生土長的在地候選人。林哖於高中畢業後即進入商場謀生。最初曾短暫販賣建材，後轉行經營百貨服飾，經常往來日本香港等地，並於本市牛頭區開設百貨店鋪，生意興隆。在收入逐漸穩固後，開始投資其他事業，舉凡餐飲、旅館、娛樂等領域皆曾涉足，事業版圖逐漸確立。由於經營的事業多屬服務性質，林哖自年輕時期，交友即遍布社會各階層。在事業穩定後，更積極贊助或參與許多民間團體組織，例如獅子會、宗親會、寺廟委員會、球類運動隊伍等，並多次擔任核心領導幹部。奠定了日後從政時的良好人脈。

林哖對從政的興趣始終濃厚，總計參選過六次雪牛市市議員選舉（礙於資料有限，本文討論範圍僅限研究個案最近參與的四次選舉），其中四次高票當選，另兩次則不幸居於落選頭（指落選者當中的最高票）的位置。因而在議壇留下了四進兩出的特殊紀錄。在投身政壇的廿年間，林哖問政強烈獨特，於議場中常有慷慨激烈的言論。於選區中則十分重視選民服務，且堅持不收謝禮，留下不少優良口碑。整體來說，林哖是位長期活躍於政壇的人，由於平日問政及服務成績不錯，儘管在選舉中有得有失，但仍具有一定的選票實力。

2. 參選經驗

本文所討論的四次選舉分別是民國 76 年的第五屆選舉、民國 80 年的第六屆選舉、民國 84 年的第七屆選舉，以及民國 88 年的第八屆選舉。在這四次選舉中，因為應選人數減少、有競爭力的候選人眾多，每次選舉所面對的選區競爭都非常激烈。而在這四次選舉中，林哖為了爭取選票，曾在第五、六、七屆選舉中曾採

取買票的動員方式。且此三屆的買票作業在選區環境、選情評估等影響下，其方式與效果都不盡相同（這些差異在本文第三章中將有詳細討論）。民國 90 年第八屆選舉時，新政府延續掃蕩賄選政策，於市議員選舉中進行大量監督蒐證。林哖在此查賄壓力下，無法繼續在選區中進行買票，故毅然放棄金錢動員策略。也因此，第八屆選舉是四次選舉中唯一一次不染金錢色彩的選舉（在本文第四章中，即將針對此不買票的選舉進行討論）。

在動員策略與其他因素影響下，林哖四次選舉的得票表現有著明顯差異。整體來說，四次選舉林哖的得票率有高有低，但四次都超過 5.0%，符合「有競爭力的候選人」的條件。但在競爭者實力同樣堅強的情況下，5.0%的得票並不代表當選。甚至很不幸地林哖在第五屆及第八屆選舉中，皆以些微的票數敗下陣來，無法繼續連任。而此四屆的詳細得票率分析將於下小節中呈現。

二、各屆得票率分析

1. 總體得票率分析

林哖第五屆至第八屆的選舉得票如表二~6、表二~7 所示。表中數據顯示，四次參選中林哖得票率呈現兩高兩低的分佈，其中第六、第七屆得票皆超過 11.0%，表現亮麗；第五、第八屆則相對較低，得票率皆在 10.0% 以下，第五屆甚至不及 6.0%。比較各屆得票成長率：第六屆得票率 11.4%，較第五屆的 5.9% 大幅成長了 93.1%；第七屆獲得了 12.4% 的選票，較第六屆持續成長了 8.1% 得票；第八屆選舉林哖流失了四分之一強 (-26.9%) 的選票，只獲得 9.0% 支持，是參選經驗中唯一的一次負成長。整體而言，四屆十二年間，林哖的得票率共成長了 52.5%，此顯示儘管得票起伏不定，但長期來看，林哖在選區中的選票實力還是有超過五成的高度增長。

值得注意的是：四次選舉中，林哖得票率最低只獲得 5.9%（第五屆）的選票，最高則可囊獲 12.4%（第七屆）選民的支持，兩者得票高低差距達 6.5%。若以選民數三萬人計算，此比例代表林哖選票前後增減了近兩千票，變動幅度十分驚人。這種得票高度落差的現象，除了與基層選舉中選票的高度流動性有關外，也透露了林哖在不同選舉中的表現確實有顯著優劣。

在各里的得票分佈上，四次選舉中林哞得票率最低的里介於 2.3%到 6.0%之間，得票率最高的里則皆能獲得三成一以上支持，第七屆時更有一個里得票超過五成。相減可知林哞選票的高低差約為 30 到 45 個百分點，差距甚大。而各里得票標準差方面，四次選舉的標準差都在 4.8%以上，第七屆與第八屆的標準差更在 9.0%上下，顯見林哞的得票分佈高度不平均。若進一步將選區中各里依林哞的得票率由小至大排列可觀察到：在得票表現最差的第五屆選舉中，林哞有半數的里得票在 5.5%以下；只有四分之一左右的村里得票超過 7.1%。而表現最佳的第七屆選舉中，第 25 百分位即達到 7.7%，代表林哞在選區中有四分之三的里得票高於 7.7%；更有四分之一的里得票逼近兩成。

表二~6 各屆得票率統計 (%)

屆次	五	六	七	八
總得票率	5.9	11.4	12.4	9.0
各里得票率最小值	2.3	6.0	4.5	3.0
最大值	31.8	39.7	51.8	46.4
平均數	6.4	12.7	14.1	11.1
標準差	4.8	6.4	9.1	8.8
第 25 百分位	4.1	8.3	7.7	5.9
第 50 百分位	5.5	11.4	11.7	8.0
第 75 百分位	7.1	15.2	18.1	13.7

表二~7 各屆得票率成長率 (%)

屆次	六-五	七-六	八-七	八-五
得票率	93.1	8.1	-26.9	52.5

2.主要候選人得票率分析

以上投票率分析是以全體候選人的總得票數來計算投票率。但這樣的計算可能會受到參選人數多寡的影響。因為在基層選舉中，經常會出現一些當選機會渺茫的「陪榜型候選人」。筆者認為如果將這些較無影響力的候選人剔除，改以「有競爭能力的候選人」（即得票率 5.0%以上的候選人）的總得票為分母來計算得票率，則更能知道林哞在主要候選人中的選票實力究竟如何。

表二~8 和表二~9 是原得票率、原成長率與調整後得票率、調整後成長率的數據。從表中可以發現在扣除得票較低的候選人後，林哞在第五屆選舉中，拿

到 6.7%的選票。第六屆選舉時，得票率較地五屆成長了近九成，大幅提升到 12.7%。而接下來的第七屆選舉，林哖得票率持續成長，得票率來到了 13.8%的水準。直到第八屆選舉林哖選票才呈現負成長，得票率降到 9.5%。長期看來，林哖十二年間的得票成長了四成左右。因為調整後得票率僅將「有競爭能力的候選人」納入分析，故從林哖歷屆都可以在這群候選人當中拿下 6.7%到 13.8%不等選票，可以判斷林哖在選區中屬於一位實力堅強的候選人。

表二~8 各屆調整後得票率 (%)

屆次	五	六	七	八
得票率	5.9	11.4	12.4	9.0
調整後得票率	6.7	12.7	13.8	9.5

註：「得票率」是以全體候選人總得票數為分母計算之；「調整後得票率」則是以得票在 5.0%以上的候選人總得票數為分母計算之。

表二~9 各屆調整後得票率成長率 (%)

屆次	六-五	七-六	八-七	八-五
成長率	93.1	8.1	-26.9	52.5
調整後成長率	89.6	8.7	-31.2	41.8

註：「成長率」是以「得票率」計算得之；「調整後成長率」則是以「調整後得票率」計算得之。

綜合以上比較不難發現林哖在不同選舉中的總體表現與單一選舉中的各里得票上，都有顯著差異。而造成總體得票率變動的原因，除了與候選人十二年來的選區服務、問政表現、媒體形象等有關外；筆者預期很大一部分的影響是來自於競選策略的不同—尤其是金錢動員策略上的差異。

以未買票的第八屆選舉為例，該屆的得票率較第六、七屆分別減少了 2.4%、3.4%，在調整後得票率上也少了 1.4%與 0.5%，可見不買票的確造成了候選人選票的流失。而第五屆選舉得票率反而不如不買票的第八屆選舉，這種結果也許意味著，當候選人買票動員策略失敗時，其得票表現甚至會比不買票來的差。

此外，四次選舉中林哖在各里得票的好壞落差甚大。這可能是基層選舉中，候選人普遍依靠地方人脈動員選票，所以才產生票源集中程度高，得票率離散程度大，選票地盤強弱明顯的現象。但若以金錢動員的角度來切入，造成各里得票有高度落差的原因，也可能跟候選人在不同里，或不同地盤（域）所採行的買票

策略有關。如果候選人在不同里所進行的買票作業有差異，那買票的效果可能發生變化，得票率自然會有高低落差。

第三節 候選人金錢動員概況

既然候選人得票的高低可能受到金錢動員策略的影響，那在瞭解研究個案歷屆的得票表現後，本小節將轉而對金錢動員策略中的兩項重要變數：動員成數與動員效果進行瞭解並進一步檢視各屆得票率、動員成數與動員效果之間的關係究竟為何。

一、動員成數分析

動員成數指的是金錢動員的數量，也就是到底要買多少票。一般而言，候選人決定動員成數的方式為：先預算期望得票數，在依推估之買票成功率進行膨脹，當候選人想得到越多選票，或其估計的買票成功率越低，則其動員的成數就越高。值得注意的是：候選人不是想買多少票就能買多少票，預期買兩萬票，但手中樁腳數只有三、五十個，那兩萬票的錢是無論如何發不出去的。所以，候選人推算買票成數時必須要考量的是有沒有足夠的樁腳。很多財力雄厚的候選人甚至根本不預期要買多少票，而是樁腳報多少就發多少，買票成數完全以樁腳的反應為準。

除了樁腳數量外，候選人動員成數還會隨選舉類型、動員方式、候選人財力、選舉接近程度、過去的得票表現等有所不同。甚至當候選人決定了預期動員成數後，還可能因為樁腳的要求、選民的反應、其他候選人的動作，來進行成數的增減或價碼的調整。即便在選前一晚都可能有臨時加碼的變化，所以實際動員成數往往要到買票作業完全結束後才告確定。

根據候選人計算買票成數的方式，本文動員成數的計算公式為：

$$BR_k = 100 * \frac{\sum_{i=1}^{n_k} b_{ik}}{E_k}$$

BR=動員成數；k=里編號（k=0 時，代表全選區）；

n_k =第 k 里椿腳數； b_{ik} =第 k 里第 i 個椿腳的買票數；

E_k =第 k 里的選舉人數

一般而言，公職選舉中候選人很難，也很少會嘗試進行全村里的買票，因此動員成數公式所求得的數字介於 0 到 100 之間，單位則為百分比。其大小代表候選人買票數佔選舉人數之比例。數字越大表示候選人在這裏的買票數越接近該里選舉人總數，買票成數越高，買票規模也越大；反之則代表買票數與該里選舉人總數差距越遠，買票成數越低，買票規模越小。

表二~10 各屆動員成數統計（%）

屆次	五	六	七
總動員成數	33.2	38.3	26.7
各里動員成數最小值	7.1	21.7	10.8
最大值	88.0	88.8	64.0
平均數	34.9	39.5	28.8
標準差	16.9	14.2	12.4
第 25 百分位	24.0	29.4	20.1
第 50 百分位	32.5	38.7	26.1
第 75 百分位	43.6	45.9	35.2

表二~11 各屆動員成數成長率（%）

屆次	六 - 五	七 - 六	七 - 五
成長率	15.3	-30.4	-19.7

第五、六、七屆動員成數的計算結果如表二~10、表二~11 所示。第五屆選舉中林哖動員成數為 33.2%，顯示其買票範圍涵蓋了選區內三成三以上的選民。第六屆動員成數接近四成（38.3%），較第五屆成長了 15.3%，買票範圍顯著擴大。第七屆成數僅有 26.7%，較第六屆負成長 30.4%，與第五屆相比也負成長了 19.7%，是三次選舉中金錢動員規模最小的一次。綜合來看，三次選舉的買票範圍大小差了選舉人數的一成有餘，動員成數呈現上下波動的情況，此代表林哖在

三次選中所決定的買票規模有明顯差異，究其原因可能與林哖財力狀況及對選情的判斷有關。長期趨勢顯示：十二年間買票成數負成長近兩成，顯示林哖對於買票動員的態度趨向消極，其第八屆選舉時完全放棄金錢動員的舉動實為有跡可尋。

觀察各里動員成數可發現：第六屆選舉時買票規模最大，成數最小的里為兩成，最大的里竟直逼九成，幾乎涵蓋該里所有的選民。第五屆選舉動員成數的最大值同樣達 88.0% 之譜，但最小值只有 7.1%，各里動員成數的全距為三屆最大。總體動員成數最低的第七屆選舉中，成數最低的里為 10.8%，介於五、六屆之間；成數最高的里只有 64.0%，比前兩屆低了兩成五左右，縮減幅度甚鉅。標準差方面，三次選舉的標準差分別為：16.9%、14.2%、12.4%，逐年遞減的情況代表林哖的金錢動員策略除了降低買票規模外，也盡力縮小各里之間動員成數的差距。另一項解釋標準差逐漸縮小的理由在於：林哖早年參選時，樁腳大多聚集在自己熟悉的區域，其他候選人的地盤不但拿不到票，連買票系統也難以建置。但隨著從政經驗豐富，人脈大量累積，有效的金錢動員系統日漸成型。此情況下，各里所能動員的成數自然拉近許多。

若進一步將選區中各里依動員成數由小至大排列可觀察到：第五及第六屆選舉中，全選區有一半的里動員成數在三成二以上，有四分之一的里動員成數在四成三以上。而第七屆選舉中，第 50 百分位數為 26.1%、第 75 百分位數為 35.2%，顯示只有一半以上村里的動員成數超過兩成五、四分之一的村里超過三成五。以各里的成數來看，第七屆的動員規模遠不及前兩屆。

綜觀三屆選舉的動員成數，三屆動員成數的平均數約在 28.8%~39.5% 之間，換句話說，每次選舉林哖平均向各里中三至四成的選民進行買票，這樣的大規模與高成本（包括財力與人力）的投入，不禁令人質疑，這些錢究竟能開多少票？其效果究竟如何呢？且若將動員成數與得票率對照更可發現：買票成數最低的第七屆選舉中，12.4% 的得票率反而是各屆最高；而平均動員成數接近三成五的第五屆選舉，開出來的選票卻只有 5.9%，可見以整體得票成績來說，動員成數越高，選舉得票不見得越高。而其中可能的差異或許在於動員效果的好壞，下一節筆者針對此問題，進一步討論各屆選舉中金錢轉化為選票的比例，瞭解金錢動員效果的變遷與差異。

二、動員效果分析

儘管所有的競選活動都需要金錢的投入，但直接以金錢換取選票的買票行為卻是成本最高競選策略。於情於理，如此高成本的方式必定要有高度的回收效果才值得候選人投資，不過幾乎所有候選人都同意買票效果是選舉中最重要卻最難掌握的一環。以本文研究個案林哖為例，採取買票動員的得票不一定會比未買票的得票來得高；買票成數最多的選舉，所獲得的選票回報也不是最佳。顯見，買票動員的成功與失敗，還會受到買票效果的高低而定。

雖然買票效果一直是候選人最為關注的項目，但受限於買票數、各里買票分佈等資料的隱密性，買票的效果一直沒有精確的數字紀錄。本節試圖利用筆者所得之金錢動員數據，計算研究個案各屆以來的買票效果，提供討論金錢動員時的一個參考基點。

依據研究設計，本文動員效果的計算公式為：

$$BE_k = 100 * V_k / \sum_{i=1}^n b_{ik}$$

BE_k =動員效果； k =里編號（當 $k=0$ 時，代表全選區）；

V_k =候選人在第 k 里的得票數； n_k =第 k 里樁腳數；

b_{ik} =第 k 里第 i 位樁腳的買票數。

在本研究個案中，候選人在各里的買票數普遍超過得票數。因此動員效果公式所求得的數字將介於 0 到 100 之間，單位則為百分比。其大小代表候選人得票數與買票數之比例。數字越大表示候選人在這裏的得票數與買票數的比例越接近，買票效果越高；反之則得票數與買票數比例差距越大，買票效果越差。本研究個案的三次買票動員效果如表二~5、表二~6 所示。

數據顯示：第五屆選舉的金錢動員效果為 11.6%，代表林哖的得票數為買票數的一成一左右，動員的效率為三屆最差。第六屆選舉時動員效果較第五屆大幅成長了 62.1%，達到接近兩成的成功率。第七屆選舉的動員效果最佳，有兩成五以上的成功率，與前兩次選舉比較起來，分別成長了 35.1%、119.0%。整體來說，三屆選舉的動員效果呈現逐步上升的現象，十二年來的成長率甚至突破百分之百，筆者認為此變化與林哖政治經驗的累積有相當的關係。因為隨著參選次數增多，林哖對買票動員運作更為熟悉。舉凡買票成數的訂定，買票效果的估計、買

票金額的選擇、買票方式的運用，樁腳人員的安排等皆臻於幹練，故在動員上可以較少的投資獲得較大的回報。而關於這些影響動員效果的因素，將於本文第三章再行深入討論。

各里動員效果的差異上，第五屆選舉時，動員成效最差的里只有 7.7%，最佳的里也不及三成。但在效果最佳的第七屆選舉中，動員效果最低的里已接近兩成，效果最佳的里林吟得票與買票的比例竟達 67.0%，此逼近七成的買票效果代表林吟在此里每買十張選票就有機會得到七張選票。比較三次動員效果的離散指標可發現：第五、六屆選舉的動員效果雖相對較低，但標準差都只有四個百分點左右；而第七屆選舉動員效果雖高，但各里效果的標準差為 8.6%，幾乎是前兩次選舉的一倍。此說明雖然第七屆選舉是歷屆動員效果最佳的一次，但各里買票效果的差距也因而拉大。

若將各里的動員效果由小至大順序排列，可觀察到：在第五屆選舉時，動員效果的第 50 百分位數為 11.2%，代表全選區有一半的里動員效果在一成以上。第六屆選舉時，動員效果的第 50 百分位數增加到 20.1%，顯示全選區有一半的里動員效果突破兩成。第七屆選舉時，各里動員效果的第 25 百分位即超過兩成，代表該選舉中有超過七成五的里買票效果在兩成以上；其第 75 百分位為 28.4%，代表選區內有兩成五以上的里動員效果接近三成。可見該次選舉中大多數里的動員效率比起以往皆有提升。

表二~12 各屆動員效果統計 (%)

屆次	五	六	七
總動員效果	11.6	18.8	25.4
各里動員效果最小值	7.7	13.5	18.5
最大值	29.7	34.5	67.0
平均數	12.3	19.8	26.9
標準差	4.4	4.4	8.7
第 25 百分位	9.9	15.9	21.5
第 50 百分位	11.2	20.1	25.0
第 75 百分位	13.2	22.6	28.4

表二~13 各屆動員效果成長率 (%)

屆次	六 - 五	七 - 六	七 - 五
成長率	62.1	35.1	119.0

綜合來說，林哖三次選舉的動員效率呈現逐步成長的趨勢，且此趨勢不僅發生在全選區的範圍，在各里內的動員表現亦是如此。王奕彬根據訪談等研究曾宣稱，一般買票要求的成功率約為三成（王奕彬，1997：61）。但若以林哖的個案而言，三成的標準似乎過高，林哖確實的買票效果約落在一成至兩成五之間；各里的表現則呈現低至個位數，高至六、七十個百分點的極大落差。且根據林哖個人表示，在計算動員成數時，他所預設的成功率約為兩成。而與兩成的預期成功率來比較，除了第五屆選舉外，林哖的動員效果已經算是及格了。

所有選舉動員的成功與否跟其買票效果息息相關。而在高成本的金錢動員中，一、兩成的成功率算不算高實難客觀斷定，但對所有候選人而言，既然進行買票，當然要要求動員效果越高越好。林哖三次選舉的動員效率差距一成有餘，選區內各里的高低差更是明顯，究竟是什麼原因造成這樣的差距呢？此將留待本文第三章再進行深入討論。

三、得票率、動員成數與動員效果之關係

在瞭解各屆選舉得票、動員成數、動員效果的起伏變動後，讓人不禁想問的是這三者之間究竟存有什麼關係呢？候選人得票率真的會受到動員成數或動員效果的影響嗎？如果答案是「會」，那影響的方向為何？又何者的影響力較大呢？

表二～14 選舉得票、動員成數與動員效果之 Pearson 相關係數

	第五屆 得票率	第六屆 得票率	第七屆 得票率	第五屆 動員 成數	第六屆 動員 成數	第七屆 動員 成數	第五屆 動員 效果	第六屆 動員 效果	第七屆 動員 效果
第五屆得票率	--	0.85	0.87	0.77	0.68	0.57	0.41	0.64	0.80
第六屆得票率	0.85	--	0.96	0.64	0.86	0.75	0.38	0.73	0.80
第七屆得票率	0.87	0.96	--	0.73	0.84	0.83	0.28	0.66	0.77
第五屆動員成數	0.77	0.64	0.73	--	0.70	0.67	-0.08	0.34	0.52
第六屆動員成數	0.68	0.86	0.84	0.70	--	0.83	0.20	0.31	0.53
第七屆動員成數	0.57	0.75	0.83	0.67	0.83	--	0.07	0.40	0.33
第五屆動員效果	0.41	0.38	0.28	-0.08	0.20	0.07	--	0.40	0.32
第六屆動員效果	0.64	0.73	0.66	0.34	0.31	0.40	0.40	--	0.73
第七屆動員效果	0.80	0.80	0.77	0.52	0.53	0.33	0.32	0.73	--

註：灰底者代表達統計顯著。

1.三者穩定性分析

首先就得票率、動員成數、動員效果的穩定性進行個別觀察。表二~14 顯示：在得票率上，第五屆與第六、第七屆的相關係數分別為 0.85、0.87；第六屆與第七屆的相關係數更達 0.96。選舉得票率呈現高度相關，說明了三次選舉中，林哖的票源結構相當穩定，在各里內選票實力並無太大變化，選票版圖也沒有因為時間等其他因素發生太大變動。

動員成數方面，第五屆與第六、第七屆的相關係數略低一點約為 0.70 與 0.67；但第六屆與第七屆的相關係數則達 0.83。整體而言，三屆的動員成數依然呈現高度相關。此代表在金錢動員策略上，林哖歷屆在各里所進行的買票規模有相當的一致性，買票成數高的里每次都高，買票數少的里每次買票成數都低。因為動員成數是依據選情及樁腳數量等因素而訂定，這種買票成數的穩定性可能意味著林哖在歷次選舉中所掌握的樁腳數量與分佈都差不多；且林哖選區中各候選人的相對實力十分固定，此使林哖對於選情的研判已形成一套固定的標準。

動員效果的相關性上，第五屆選舉與第六屆選舉雖有顯著相關，但係數值只有 0.40，並不算高。第五屆與第七屆動員效果的相關係數只有 0.32，且未達到統計上的顯著相關，此顯示第五屆選舉各里的金錢動員效果分佈與其他兩屆選舉並不完全相同。而第六屆與第七屆選舉間的相關係數為 0.73，說明此兩次選舉的動員效果分佈較為類似，或者說第六屆以後林哖各里的動員效果逐漸穩定。筆者認為關於各里動員效果的歧異，可能跟林哖在各里的買票作業方式不同有關。而關於影響動員效果的因素將留待第三章再行討論。

2.三者關連性分析

表二~14 除了顯示得票率、動員成數、動員效果三者的穩定性外，還可觀察此三者間的關連性究竟為何？首先，在得票率與動員成數上，第五、六、七屆的得票率與該屆動員成數的相關性，分別為 0.77、0.86、0.83，此顯示候選人得票與動員成數之間有很高的相關性。簡單地說，在候選人買票買越多的地方，其得票就越多。這樣的數據似乎肯定了金錢動員在選舉中的有效性。

其次，在得票率與動員效果的關係上，除了第五屆得票率與該屆動員效果的相關係數為 0.41 外；在六、七兩屆中，得票率與動員效果的相關性都在 0.73 以

上。此說明候選人得票率與動員效果同樣有明顯的正向關係；當候選人的動員效果越高，其得票率也會越高。

最後在動員成數與動員效果上，三屆選舉中，只有第七屆選舉的動員成數與動員效果有顯著的正相關（係數值為 0.33），其餘兩屆皆無顯著相關。此說明了在金錢動員策略上，買票買越多的地方其動員效果可能越難控制。在第五屆選舉中，動員成數與動員效果間還呈現了負向相關，可見候選人對於動員成數的控制十分重要。

總括來說，得票率與動員成數、動員效果三者的關係幾乎都有顯著的正向關係，此表示當動員成數越高或動員效果越高時，候選人的得票會越高。而三次選舉中得票率與動員成數的相關程度皆大於得票率與動員效果的相關程度，可見雖然動員的成數與效果跟候選人得票皆有關係，但動員成數與得票率的分佈較為一致。

第四節 小結

本章藉由對林哖四次選舉中各項數據的深入解讀，一方面建立對研究個案的初步認識；另一方面，則試著觀察金錢動員在這四屆十六年間的變動情況。總結本章分析的各主題可得到以下發現：

1. 本研究個案的選區位於雪牛市的中心位置，是雪牛市政治商業的重心所在。各項人文數據上，林哖選區的特色包括：（1）面積小，人口多，居住密度高。（2）65 歲以上人數偏多。（3）人口流動頻繁，且移出大於移入。（4）都市化程度高，產業以服務業為主。（5）低收入人數比例略高，但醫療等生活水準良好。
2. 在選區的政治生態方面，本選區因為人口流失等因素，造成選舉人數成長緩慢。此現象並使本選區的應選人數從第五屆的 9 位，減少至第八屆的 6 位。在各屆投票率方面，本選區的投票率在全市中屬於偏低的區域，且有逐屆遞減的情況。

3. 在本文討論的四次選舉中，本選區因為選舉人數減少、現任者及曾任者參選踴躍、「有競爭力的候選人」比例高等因素，每次選舉的競爭程度都十分激烈，可說是一個超級戰區。
4. 在候選人的參選記錄方面，本研究個案歷次的得票皆不低，是一位有競爭力且當選機會高的候選人。詳細的數據上，林哖得票大約介於 5.9%至 12.4%之間，四次的起伏變動相當大。此可能是不同次選舉中林哖所採用的動員策略有明顯差異所造成的影響。各里的得票分佈，除了同樣受到動員情況不同的影響外，候選人選票地盤因素也使得各里得票呈現高低變動的情況。
5. 林哖各屆動員成數皆在兩成五以上，此代表每次選舉，林哖都向選區內四分之一以上的選民進行買票動員；其中規模最大的為第六屆時的 38.3%，最小的為第七屆的 26.7%。長期來看，十二年來的動員成數共負成長了兩成左右，買票規模趨向緊縮。選區各里的動員成數同樣呈現明顯差距，各屆各里買票動員成數最少的只有 7.7%，最多的達 88.8%，幾乎涵蓋該里所有的選民。而這些動員規模的不同也說明了歷次選舉所採取的動員策略確有不同。
6. 在動員效果上，三次選舉動員效果分別為：11.6%、18.8%、25.4%，呈現一逐步上揚的趨勢。此與選舉經驗累積，對金錢動員熟悉、樁腳系統趨向成熟等因素一定的關係。動員效果隨著各票櫃不同依然有高低落差的現象。歷次效果最差的里只有 7.7%，效果最高的里可達 67.0%，此顯示研究個案在各里所採取的動員策略可能有所差異。
7. 若交叉比對選舉得票、動員成數、動員效果則可發現：選舉得票與動員成數、動員效果皆有顯著的關係。換句話說，金錢動員對於候選人的選舉得票確有影響。而其中得票率與動員成數的相關性普遍高於得票率與動員效果的相關性，此代表在林哖的個案中，買越多票，開越多票的趨勢似乎存在。
8. 在動員成數與動員效果上，動員成數最低的第七屆選舉，動員效果為歷次最高。動員成數居次的第五屆選舉，動員效果卻最低。相關分析上，三次選舉有兩次選舉發現動員成數與動員效果間並沒有顯著關係，可見動員成數與動員效果間並沒有正向關係。

