

## 第四章 金錢動員對候選人得票之影響

從前兩章的討論中可知金錢動員的效果會受諸多內外因素的影響而有高低起伏，且此效果的好壞更決定了候選人的得票與選舉勝負。既然金錢動員是成本高、變數高，風險也高的競選策略，為何許多候選人還願意選擇買票這種競選方式呢？買票對於勝選真的這麼有效嗎？因為在現實社會中並沒有辦法找到候選人願意進行買票與不買票的實驗比較，但如果有機會比較同一候選人買票與不買票的得票情形，或許可以約略推估出買票對於此候選人得票的幫助與重要性。

本文研究對象林哖同樣無法配合進行一次關於買票與不買票實驗設計，但在其競選經驗中，曾經有過三次買票與一次不買票的動員方式，這些從買票轉變到不買票後所產生的選票變化，是討論金錢動員對林哖得票影響很好的資料。故本章將針對林哖不買票的選舉進行討論，瞭解其該次選舉的動員過程，並利用政治版圖的概念來觀察不買票後各里的得票變動狀況。希望以此瞭解金錢動員對於候選人的影響究竟如何。

### 第一節 不買票的選舉

買票的用處可以用不買票的選舉結果對照來瞭解。本節以林哖不買票的選舉經驗中，若干動員面向的討論，更清楚地呈現買票對於候選人的影響。

#### 一、不買票的原因

林哖過去一向是很重視金錢動員的候選人，數次選舉中，買票往往都是其競選的主要活動。儘管每次買票的成效不一，但林哖依然很相信買票的效果，並認為如果能成功買票，那當選一定沒有問題。這樣的想法與大多數採取買票動員的候選人相似，也與一般坊間對於買票的印象相當。既然如此，為何林哖在第八屆選舉時會選擇放棄買票動員呢？

「不是沒錢也不是買票沒效，只是現在檢調抓得很緊，大家都不太敢有大動作！萬一被抓，選上了也沒用！」

「因為我的樁腳太多太散，很難約束控制。而且一群人四處去抄票、發錢，很容易就走漏消息。」

「如果我是鄰里長出身，或者我有幾個完全可以信賴的的鄰里長幫忙，那或許可以零星地幫我買一些票，這樣我就可以穩上了。」 訪談記錄

其首要的因素在於：政府查察賄選的行動。自新政府上任以來，查緝賄選已經成為每次選舉時許多傳統型候選人動員上的絆腳石，更造成許多現任者放棄連任或連任失利。在政府執法下，不僅買票賴以運作的選舉人名冊無法獲得，候選人資金流通被監視，各級樁腳出入被跟蹤；林哞表示：檢調單位甚至會事先鎖定若干候選人，監聽其通聯記錄，並在其選舉期間的所有宴會活動（例如：里長入厝、宗親會幹部子女嫁娶、學校教師旅遊等等）中進行尋訪蒐證，防堵賄選的舉動十分嚴密。檢調的行動除了造成候選人買票不易外，對於各級樁腳也產生強烈地嚇阻效用。許多樁腳表示：買票純粹是在做人情，縱使要貪、要賺也沒有多少錢，沒必要爲了這個去坐牢。且不論是樁腳或候選人皆屬於地方閥人，一旦爆發賄選傳聞，個人形象受損，選情可能急轉直下，縱使當選被官司纏身也不光彩。

除了檢調查賄外，林哞歷屆參選的動員方式也是其無法繼續買票的原因之一。林哞的買票動員系統是利用無數小樁腳來累積零星選票。此模式下由於樁腳眾多紛雜，候選人難以控制，極易走漏風聲，若有檢調混入蒐證也難以分辨。且「報票」是一項大規模的動作，極易打草驚蛇。萬一檢調以「報票即是買票」的執法標準來論斷，候選人更是錢還沒發出去，罪已經先被定。林哞曾表示：「在這種無法普遍買票的選舉中，誰有辦法在瑣碎的地區進行小規模買票誰就有機會當選。」但因為小範圍的動員需要在該地區擁有可靠的地方樁腳（最好是一次手上擁有數十票，甚至數百票以上的鄰里長），才能不用報票單，完全讓樁腳循地方人脈依戶買票。不過林哞不諳此類動員方式，且個人經歷與客觀環境上都未建立過此類的地方樁腳，因此，在原本以小樁腳為主體的動員方式窒礙難行下，也無法成功運作出第二套買票方式，導致第八屆選舉中，乾脆完全放棄買票。

綜合來說，林哞的案例可歸結出：檢調查賄與以往動員方式爲林哞捨棄買票動員的主因。但值得注意的是：候選人之所以放棄動員的原因中，並沒有「買票

無效」或「買票效果下降」等項目。甚至林哖還明白表示：如果可以找到所謂可靠的地方樁腳，那他還是會選擇以買票動員作為得票的補強。可見買票在今日選舉中仍然有效，而金錢動員也仍是許多候選人心中相當可靠的動員方式。

## 二、不買票的競選方式

競選方式為候選人評估自身條件、選區環境、選情變化等所做出的決策，一般而言，同一候選人的競選模式有其固定性。以林哖為例，在林哖三次參選中金錢動員始終是競選的主軸，而在這類選舉中競選總部是選戰運作的核心所在。在金錢動員的選舉中，選舉初期，林哖會派遣約四名左右的主要競選幹部負責拜訪親友、鄰里長及地方名人，用意在於宣布參選、尋求支持、探聽對手消息等。接著，這些幹部會進行第二輪的拜訪活動，拜訪內容多為要求對方提供可掌握的選票名單以準備進行買票。在選戰後段，林哖會要求第三度拜訪，此次則在催促選票，並以告急選情為由，要求再多提供一些名單。因為各里都有預計買票成數，萬一投票日將近，應買成數尚未達到，即必須設法在該里繼續拓展名單。如果真的無法達成預定成數，則要在附近的其他里多買，以補齊全選區總成數。在這些外圍工作的勸募下，主要的人力與工作量則集中在核對名單與決定發錢與否的競選總部中。林哖競選總部的組織相當簡單，只有候選人、競選總幹事、在外拜訪的工作人員、核對名單的工作人，以及其他負責雜項的工作人員。其中負責核對名單的人員工作量最為吃重，其必須要在樁腳四處抄來的名單中過濾選民資格與是否重複。當重複名單產生時，還要詢問總幹事等人，此票該交由誰去買較好。通常決定的原則是先到先得，但林哖與競選總幹事有最終決定權。

與金錢動員相較，文宣、廣告看板、宣傳車輛等其他競選活動雖非全無，但所佔比例幾乎無足輕重。從表四~1 中可知，若以件計量來看，文宣傳單、廣告看板、宣傳車輛加起來都只不到 15 件。若連競選旗幟在內所耗費金額僅僅數十萬，所需人力物力不及金錢動員的數十分之一。

表四~1 四次選舉主要競選活動內容

競選活動內容	五	六	七	八
選民拜訪	無此活動	無此活動	無此活動	候選人與競選幹部逐戶拜訪選區選民
拜訪地方人士與候選人親友	競選幹部	競選幹部員	競選幹部	競選幹部
布置樁腳	鄰里長及地方重要人士、眾多小樁腳	鄰里長及地方重要人士、眾多小樁腳	鄰里長及地方重要人士、眾多小樁腳	鄰里長及地方重要人士
文宣傳單	4份	4份	5份	8份
廣告看板	無資料	無資料	6處	7處、候選人肖像紙板 1000張
宣傳車輛	2輛	2輛	2輛	2輛、摩托車車隊

從買票的選舉轉變為不買票的選舉，林哖在競選活動方面勢必做出相當程度的調整。這些調整大致包括了以下項目。

「以前林米米在選市長的時候曾喊出『大家的朋友，大家的米米』的口號，引起選民普遍的好感，我覺得這樣的訴求很不錯。」

「我是全選區裡最勤跑基層的人，喜事會有人不到禮到的情況，但喪事我一定每場都到。」

「我每年所做的選區服務是以百件計，別人四年可能還做不到我一年做的事。」

「沒買票我也不知道該怎麼選。只想到把選區徹底走一遍。雖然不知道有沒有票，但是我到的地方。選民的反應都相當好。」

訪談記錄

### 1. 主打選民服務績效，強化與民同在的形象

林哖自評平日選民服務用心，勤跑基層從不懈怠，在基本票源上也比其他候選人略勝一籌。因此，其決定凸顯自己「與選民同在」、「與選民為友」的形象，藉此鞏固選票。與過去選舉最大的不同之處在於：林哖新增了「選民拜訪」的活動。此活動預計由數位工作人員陪同林哖，以步行方式踏遍全選區，造訪選區內的每一戶選民，連公寓大樓都不錯過。此方式是林哖從未經歷過也未知成敗的競

選方式，依林哖表示：「走完了一遍，也不知道會有多少票，但該走的還是要走」。筆者從旁觀察發現，林哖在第八屆選舉期間確實堅持走完選區內的每條巷道街衢，活動執行相當完滿。實際走訪過程當中，有半數以上選民表示認識或看過、聽過林哖，而表達願意支持的選民數量更高。但不可諱言，這些口頭的歡迎與讚美並不代表選票的承諾，縱使是許下承諾者，會不會投也是未知。

## 2. 密集拜訪地方人士，部署必要的樁腳

除了候選人親自走訪選區的新活動外，林哖對固有的地方人士與親友拜訪也有所加強與調整。第八屆時林哖增派了兩名幹部加入拜訪行列，並同樣要求每位幹部在投票前至少要完成三次以上的拜訪。且首次拜訪時即強調「本次選舉不買票的決定」，並以平日的服務為標榜，希望繼續獲得支持。少數交情淺薄，純粹是選舉樁腳的地方人士，為免造成反效果，在第八屆中即略過不找。根據競選幹部表示，這樣的拜訪所獲得的反應不若以往。大多數的親朋故友對於不買票一事也相當質疑，尤其當越接近投票時，甚至有很多人會親自登門詢問：「這次怎麼動作這麼慢嗎？」、「這次真的不發嗎？」、「這樣選得上嗎？」、「不發我怎麼替你拉票？」。從林哖的個案可發現：當一位候選人從買票轉變為不買票時，首要面對的難題就是樁腳的不信任。

大多數的樁腳不相信候選人竟然不買票（樁腳們會認為候選人可能有其他的買票系統）；縱使相信候選人真的不買票，樁腳也會轉而質疑候選人的參選意願和當選機會。除了質疑候選人外，在與樁腳的訪談中，筆者發現更多樁腳其實是不相信自己。因為儘管這些人平日交友廣闊，選舉時口口聲聲說握有多少選票，但對於純粹用交情去勸票，他們根本沒有太大的信心。樁腳們的心態大多認為：不帶著錢上門，選民的票是不會投的。

因此，為解決樁腳問題，林哖還是有布置樁腳的必要動作。布置樁腳即為就是俗稱的「採柱仔」，第八屆選舉中，林哖發給部分鄰里長兩萬至五萬元左右的工作費，拜託里長為其張羅十數張到數十張的選票，如果里長有額外需求，或開口要求更多的金額，林哖通常也願意給，但當然會要求更多的選票回饋。這種「採柱仔」的舉動說明一位候選人可以不發買票錢給選民，但是對於鄰里長等地方樁腳該有的禮數或成規還是無法避免。然而，這些錢有效嗎？林哖選後檢討發現：

在買票錢缺席的情況下，這些綁樁的錢就只是給鄰里長的紅包，不僅到不了選民口袋，也幾乎換不到任何選票。

### 3.重視文宣廣告效力，以新方法拓展新票源

「剛出社會不久的少年人沒有什麼人情的包袱，這些票是最有機會開拓的。」

「弱勢族群很多都是 XX 黨的選票，不過人人都可以關懷弱勢啊，我也可以試著去爭取。」

「我的文宣雖不多，但都相當有效。以前用過的那幾份一定要找出來繼續發。」

訪談記錄

在前述三項新舊競選活動外，文宣傳單、廣告看板、宣傳車輛等在第八屆的選舉中的重要性相對提高了不少。根據表四~1 所示，林哖在第五到第七屆三次選舉中，因為競選活動集中在金錢動員，故於文宣廣告等並不受到注重。十二年來的投入選舉宣傳規模幾乎沒有改變地都是文宣 4 至 5 份、看板若干、宣傳車輛。而在第八屆選舉時，林哖清楚知道，在缺少金錢動員下，宣傳絕對是重要且必要的。所以在看板部分，除了吊置街頭的大型廣告看板外，林哖還大量特製張貼小型人像紙板，上面簡單印著候選人照片、號次、競選口號，用以加深選民對候選人的印象。宣傳車隊上，林哖另增加了青年學生與殘障人士共兩組摩托車隊繞行大街小巷，播放競選歌曲與候選人自錄之口白，試圖在造勢之餘同時拉攏年輕選票並營造關懷弱勢者的形象。而文宣傳單過去一直不是林哖的著重之處，但在第八屆中，林哖含前述「地緣篇」的文宣一共出了 8 份的傳單及新聞稿，數量雖然也不算多，但卻是前幾屆的兩倍左右，而印製張數與發放份數同樣也更盛以往。林哖表示：在不買票下，根本不知道自己的選票在哪裡，只好用高度宣傳、高度曝光的方法，吸引所謂的游離票。可以的話，甚至要多想一些新辦法去開拓新選票，比如年輕人的票就是一塊很大的票源。第八屆選舉中這些頻繁的動作，對於選舉得票究竟有沒有效果呢？事實上連參照過選後各里得票分佈後，林哖都還難以評斷。

## 第二節 選票版圖與金錢動員

地緣是一個觀察選票變動的切入點。如前所述，林哖曾運用宣傳手法將古地名建構為自己的地緣範圍。此地緣原本內含 11 個里，但受人口特質及文宣效力所限，成功建立起的地緣範圍約涵蓋 9 個里。長期看來，這些地緣里的得票都是非地緣里的兩到三倍，地緣效用十分明顯（詳見第三章第四節）。然而，儘管地緣因素的組間差距相當大，此地緣畢竟是林哖利用宣傳手法所建立，每屆選舉的宣傳程度與所其發揮效果不盡相同，並不適合作為一穩定的，可以用以衡量選票流失的指標。此情況下，本節引入「政治版圖」的概念來觀察買票與不買票的得票差異。由於過去文獻對於金錢動員的探討均以單一選舉為範疇，並沒有貫時性的資料與研究，本文援引「政治版圖」作為切入的方向，研究性質上描述意義大於解釋，研究發現也僅限於此個案。

### 一、候選人的選票版圖

「政治版圖」是洪永泰提出用以輔助選舉預測的工具。其背後的假設為：許多基層村里對於某一政黨、派系或候選人的支持是相當穩定的。因此，大部分選舉的都屬於維持、漸近的特質，其趨勢可以運用整體性資料以統計方法予以評估，掌握趨勢及預測（洪永泰，1994：93-110）。本文在探討買票與不買票的得票差異時，擷取同樣的假設：在三次買票動員的選舉過程中，林哖的動員系統本身有一定程度的固定性，選民對於金錢動員的反應、對林哖的選票支持同樣也有一定的穩定性。因此，長期的投票資料經過統計分析可以計算出選區中，林哖在金錢動員下所得到的選票結構。而且這些所得的版圖結構組合擁有穩定可靠，且組間差距最大、組內差異最小等特性，比較容易瞭解金錢動員作業上的異同，也較適合作為衡量買票不買票得票差異的依據。需略作解釋的是，由於本文建構的是林哖個人的選票結構，涉及範圍有限，故本文改以「選票版圖」一詞取代層次較高、範圍較廣的政治版圖。

## 1. 選票版圖的運作

根據洪永泰的設計，政治版圖運作步驟有：整合選區內歷次選舉票櫃的地理範圍、整理選區內歷次票櫃的投票記錄、挑選指標進行集群分析、劃分選區政治版圖等（洪永泰，1994：97-99）。<sup>7</sup>在林喙的個案中，筆者挑選林喙第五、六、七共三屆買票動員的選舉進行版圖建構。這三次選舉中，因選舉人數不同，林喙選區分別被切割為 72 到 78 個不等的票櫃；且不同屆選舉中，同一票櫃所涵蓋的鄰里不盡相同，因此在進行集群分析前必須先將以票櫃為單位的總體資料合併為以里為單位。部分會共用過同一票櫃的鄰里也要合併成同一單位。總計原本選區 78 個票櫃、53 個行政里在資料合併後共剩 36 個里。其中有 24 個里單獨為該里本身的投開票資料，另外 12 個里則包含了一個至四個不等的里之投開票數據。

資料處理完畢後，集群變數的挑選是版圖運作的關鍵所在。根據本文研究設計，建構選票版圖的目的在於以選票版圖為工具來觀察不買票選舉中選票的變動情況。因此，版圖設計最重要的要素即在：能確實反應林喙金錢動員下的選票實力。故集群分析中筆者決定以林喙三次買票選舉的各里得票率為指標，依據「同群之內同質性越大越好，異群之間平均變異數差異越大越好」的原則進行分類。洪永泰表示：由於最佳集合的決定並不容易，故每一集群結果都繼之以變異數分析，再進行區辨函數判斷法重新研判每一單位所屬之集群。務必求其變異數分析中，組間差方合最大、組內差方合最小；且區辨函數判斷法的誤判率降至最低（洪永泰，1994：99）。本文除依循以上標準外，更將電腦計算所得之最佳集群組合交由林喙檢查，由候選人本人依選區現況來調整電腦分類結果。此作法兼顧電腦計算與候選人認知，所得之選票地盤也較能同時符合理論與實務。

## 2. 各集群的命名與概況

根據上述步驟，選區內 53 個里在經過集群分析與候選人判定後共可分為四個集群組合，四集群依林喙過去得票率高低排列後如表四~2 所示。根據集群分析定義，不同集群的里在三屆選舉的得票率上皆有明顯差異，而同一集群中的各

---

<sup>6</sup> 原文共有「整合選區內歷次選舉票櫃的地理範圍」、「整理選區內歷次票櫃的投票記錄」、「挑選指標進行集群分析」、「劃分選區政治版圖」、「民意調查」、「受訪者樣本依政治版圖分群」、「研判各候選人獲支持的比率」、「預測選舉結果」等八項，但由於本文不涉及選舉預測部分，故本文刪除後段的四項步驟。



里，其三次選舉的得票率則較為接近。四集群的集群概況與候選人得票情形分述如下。

表四~2 不同集群內各里之平均得票率比較表

集群	集群名稱	第五屆得票率	第六屆得票率	第七屆得票率	涵蓋里數
1	核心地盤	21.7	33.7	43.0	5 (2)
2	環心地盤	7.0	16.0	20.0	16 (9)
3	指標地盤	6.3	12.4	13.2	13 (8)
4	盤外地區	4.4	8.6	8.1	19 (17)
全選區		6.4	12.7	14.1	53 (36)
F 值		21.07***	81.89***	91.94***	

註：括號內為合併後之里數。所採用統計方法為變異數分析。

表四~3 不同集群之地緣里比例、選舉人數比例及人文區位數據

集群名稱	地緣里比例	選舉人數比例	性別比	老年人口比例	人口流動率
核心地盤	100.0	4.8	99.0	8.0	295.3
環心地盤	25.0	16.4	99.6	9.0	277.2
指標地盤	0.0	13.3	99.5	9.3	364.7
盤外地區	0.0	65.5	99.1	6.9	282.5

### (1) 核心地盤

核心地盤是林哖選票實力最強的地區。歷次選舉林哖在此區的 5 個里皆能拿下兩成一以上的選票。第七屆選舉中，核心地盤五個里的平均得票率更達 43.0% 顯示林哖在此區有極高的選票佔有率。林哖在此區能有如此佳的得票，可能是因為核心地盤所涵蓋的 5 個里全部都是林哖的地緣關係里。上一章中曾提到林哖在地緣里的總得票率可高出非地緣里 4.5% 到 12.3%。可見，核心地盤的高得票與地緣因素有絕對的關係。儘管林哖在此區的選票佔有率相當高，但表四~3 顯示，核心區的選舉人數不到全選區的 5.0%。換句話說，林哖雖有能力在此區拿下極高比例的選票，但這些選票，對林哖當選所需票數而言，仍不足夠。

### (2) 環心地盤

環心地盤意指若以候選人得票率高低畫出一同心圓，此地區將位於核心地區外圍，是選區中候選人選票實力次佳的地區。表四~2 顯示，林哖在環心地盤的得票率雖然只有核心地盤的二分之一到三分之一左右，但此區的得票率仍比全選

區各里的平均得票高出 0.6%到 5.9%不等。且本區所涵蓋的 16 個里中，有四分之一是林哖的得票里。因此，本區可算是林哖選票實力次佳的地區。各項人口數據上，環心地盤的選舉人數佔全選區的 16.3%，是四集群中次多的地區。與全選區相較，此區的老年人口比例略微偏高；人口流動率則為四集群最低。

### (3) 指標地盤

三次選舉中，集群 3 各里的平均得票表現約略與全選區各里的平均值相當，其差距都不及一個百分比。因此，此區可以視為林哖得票的指標，如果此區的得票率超過當選門檻，代表整體選舉結果相當樂觀。基於此項特點，筆者將此區這 13 個里命名為指標地盤集群。指標地盤所涵蓋的選舉人數約佔全選區的 13.3%。而選民的人口特徵為：男女性別比例接近、老年人比例最高，人口流動最頻繁等。

### (4) 盤外地區

盤外地區共有 19 個里，是地理範圍最大，涵蓋選舉人數也最多的一群。在此區中林哖的選票實力相對較弱，第五屆時只拿到 4.4%的選票，六、七兩屆也都不到 9.0%，可見就得票率而言，此區不能算入林哖的選票地盤中。然而因為盤外地區的選舉人數佔全選區的 65.5%，所以儘管此區並非林哖的選票地盤，但林哖此區所獲得的總票數反而是四集群中最多的。盤外地區較為特別的人口特徵在於此區的老年人口比例不到 7.0%，是各集群中選民相對年輕的地區。

## 二、不同版圖中金錢動員之差異

既然選票版圖反應著林哖選票實力的強弱，而投入集群分析的三次選舉又是高度依賴金錢動員策略的選舉，可見選票版圖的強弱與林哖金錢動員的策略及成效一定有相當的關連。因此，以下即分別檢視不同集群間林哖所採取的金錢動員策略有何不同？其動員成數與動員效果的差異又是如何呢？

### 1. 動員成數的差異

若以集群為控制變數觀察第五、六、七屆選舉的動員成數可發現：不同集群的動員成數有顯著差異，越接近核心地盤，買票動員成數就越高；越接近盤外地區，動員成數則越低。以第五屆選舉為例，該選舉中盤外地區的動員成數只有

28.5%，但隨著集群往核心地盤靠近，動員成數依次增為 33.1%、38.0%、81.5%，其增加幅度代表林哞的買票範圍有漸次擴大的現象。而第六、七兩屆選舉的動員成數也是呈現同樣趨勢。較值得注意的是：各集群動員成數的增加幅度形成一先緩後陡的曲線，從盤外地區到環心地盤成數增加的是平緩的，但進入核心地盤之後，動員成數往往突然暴增十數個百分比以上。第五屆選舉時，次核心與核心地盤的動員成數甚至一次增加了 43.5%。此動員成數的成長曲線顯示林哞在核心地盤的金錢動員程度較其他地區來的特別突出。

若將各集群兩兩比較，可以更清楚地知道，在第五屆選舉中，核心地盤的動員成數比其他集群都多出了四成以上，但其他三集群之間卻沒有明顯差異，可見在第五屆選舉時，林哞可能特別加強了某些里的買票規模。在第六屆與第七屆選舉中，除了指標地盤與盤外地區沒有統計上的顯著差異外，任兩集群的動員成數都有明顯不同。換句話說，在這兩屆選舉中，林哞對於每個的買票規模有較不一樣的安排。

由於林哞的動員方式必須建立在高密度的人際網絡上，因此動員成數越高代表著林哞在該地區的人際關係越佳，樁腳數目越多，動員能力也越強。由於指標地盤的動員成數與全選區各里的平均動員成數十分接近，若將此指標地盤視為林哞動員能力的基本盤的話，那或許可以推斷：越往核心地盤接近，林哞擁有的樁腳數越多，買票網絡越密集，動員能力也越強。而在盤外地區，則因為人際關係相對較弱，樁腳人數無法組織成廣大的動員系統，所以買票的範圍也相對縮小。不過，從表四~5 的雪菲檢定可以發現，歷次選舉中任兩集群的動員成數不一定都有顯著差異。可見除了核心地盤始終較強外，林哞在其他集群的動員能力其實是不甚穩定的。

表四~4 不同集群內各里之平均動員成數比較

集群	集群名稱	第五屆動員成數	第六屆動員成數	第七屆動員成數	涵蓋里數
1	核心地盤	81.5	84.2	56.7	5 (2)
2	環心地盤	38.0	46.4	40.4	16 (9)
3	指標地盤	33.1	36.0	25.8	13 (8)
4	盤外地區	28.5	32.2	20.7	19 (17)
全選區		34.8	39.5	28.8	53 (36)
F 值		11.34***	36.54***	29.74***	

註：括號內為合併後之里數。所採用統計方法為變異數分析。

表四~5 不同集群動員成數之雪菲檢定

	類型 (I)	類型 (J)	平均差異 (I-J)	標準誤	顯著性	95%信賴區間	
						下界	上界
第 五 屆	核心地區	環心地區*	43.5	9.6	0.001	15.1	71.9
		指標地區*	48.4	9.7	0.000	19.7	77.1
		盤外地區*	53.0	9.2	0.000	25.9	80.2
	環心地區	核心地區*	-43.5	9.6	0.001	-71.9	-15.1
		指標地區	4.9	6.0	0.881	-12.8	22.5
		盤外地區	9.5	5.1	0.337	-5.5	24.5
	指標地區	核心地區*	-48.4	9.7	0.000	-77.1	-19.7
		環心地區	-4.9	6.0	0.881	-22.5	12.8
		盤外地區	4.6	5.3	0.857	-10.9	20.2
	盤外地區	核心地區*	-53.0	9.2	0.000	-80.2	-25.9
		環心地區	-9.5	5.1	0.337	-24.5	5.5
		指標地區	-4.6	5.3	0.857	-20.2	10.9
第 六 屆	核心地區	環心地區*	37.8	5.5	0.000	21.6	54.0
		指標地區*	48.3	5.6	0.000	31.8	64.7
		盤外地區*	52.0	5.3	0.000	36.5	67.5
	環心地區	核心地區*	-37.8	5.5	0.000	-54.0	-21.6
		指標地區*	10.4	3.4	0.040	0.4	20.5
		盤外地區*	14.2	2.9	0.000	5.6	22.8
	指標地區	核心地區*	-48.3	5.6	0.000	-64.7	-31.8
		環心地區*	-10.4	3.4	0.040	-20.5	-0.4
		盤外地區	3.8	3.0	0.675	-5.2	12.7
	盤外地區	核心地區*	-52.0	5.3	0.000	-67.5	-36.5
		環心地區*	-14.2	2.9	0.000	-22.8	-5.6
		指標地區	-3.8	3.0	0.675	-12.7	5.2
第 七 屆	核心地區	環心地區*	16.4	5.2	0.032	1.0	31.7
		指標地區*	30.9	5.3	0.000	15.4	46.4
		盤外地區*	36.0	5.0	0.000	21.3	50.7
	環心地區	核心地區*	-16.4	5.2	0.032	-31.7	-1.0
		指標地區*	14.5	3.2	0.001	5.0	24.1
		盤外地區*	19.6	2.7	0.000	11.5	27.7
	指標地區	核心地區*	-30.9	5.3	0.000	-46.4	-15.4
		環心地區*	-14.5	3.2	0.001	-24.1	-5.0
		盤外地區	5.1	2.8	0.378	-3.3	13.5
	盤外地區	核心地區*	-36.0	5.0	0.000	-50.7	-21.3
		環心地區*	-19.6	2.7	0.000	-27.7	-11.5
		指標地區	-5.1	2.8	0.378	-13.5	3.3

註：採取雪菲檢定，是因為他與 LSD、Tukey HSD 比起來較為嚴格。\*表示顯著性小於 0.05。

## 2.動員效果的差異

各集群除了在買票成數上有明顯差異之外，表四~4 顯示：三次選舉中有兩次選舉的變異數分析達到統計上的顯著差異。若將各集群兩兩比較可以知道，在第五屆選舉中，任兩集群的動員效果並無顯著不同。第六屆選舉時，核心地盤、環心地盤的動員效果比盤外地區平均高出 10.3%及 4.8%，且達統計上顯著。而其他集群間則無顯著差異。第七屆選舉的動員效果則呈現核心地盤比其他集群明顯地高出兩成以上，但其他集群的動員效果並無不同的情況。

雖然集群的個別檢定上，不是任兩集群都有顯著差異。但整體趨勢上，核心地盤的動員效果總是高於其他三個集群；盤外地區的動員效果皆在全選區各里的平均值之下，是集群中動員效果最差的地區。而環心地盤與指標地盤的動員效果則會隨選舉而有不同。綜合來說，核心地盤不只是動員成數最高的地區，其得到的動員效果也是各集群中最好的。盤外地區則在動員成數與動員效果上都相對較差。而這樣的動員成績與候選人本身在核心地盤的動員能力以及既有的選票實力有極大關係。

較為特別的一點是：在第五屆及第七屆選舉中，指標地盤的動員效果都高於環心地盤。由於地盤是依據候選人得票而建立的，為何指標地盤的動員效果較高，但選舉得票卻較低呢？可能的解釋在於：環心地盤林哖所擁有的基本票源原本就比指標地盤多很多，即是買票效果不佳，拿到的選票也不至於太難看。其次，指標地盤的動員效果雖高，但從前述討論可知，林哖在指標地區的動員能力不如環心地盤，所以歷來指標地盤的動員成數都比環心地盤來的少。此情況下，買票效果雖高，但能帶來的選票仍然有限。

表四~6 不同集群內各里之平均動員效果比較

集群	集群名稱	第五屆動員效果	第六屆動員效果	第七屆動員效果	涵蓋里數
1	核心地盤	17.4	27.6	49.4	5 (2)
2	環心地盤	12.0	22.0	27.4	16 (9)
3	指標地盤	12.5	20.9	28.1	13 (8)
4	盤外地區	11.8	17.2	22.3	19 (17)
全選區		12.3	19.8	26.4	53 (36)
F 值		0.95	8.02***	11.83***	

註：括號內為合併後之里數。所採用統計方法為變異數分析。

表四~7 不同集群動員效果之雪菲檢定

	類型 (I)	類型 (J)	平均差異 (I-J)	標準誤	顯著性	95%信賴區間	
						下界	上界
第 五 屆	核心地區	環心地區	5.4	3.5	0.509	-4.9	15.6
		指標地區	4.9	3.5	0.591	-5.5	15.3
		盤外地區	5.5	3.3	0.439	-4.3	15.4
	環心地區	核心地區	-5.4	3.5	0.509	-15.6	4.9
		指標地區	-0.5	2.2	0.997	-6.8	5.9
		盤外地區	0.2	1.8	1.000	-5.2	5.6
	指標地區	核心地區	-4.9	3.5	0.591	-15.3	5.5
		環心地區	0.5	2.2	0.997	-5.9	6.8
		盤外地區	0.7	1.9	0.990	-5.0	6.3
	盤外地區	核心地區	-5.5	3.3	0.439	-15.4	4.3
		環心地區	-0.2	1.8	1.000	-5.6	5.2
		指標地區	-0.7	1.9	0.990	-6.3	5.0
第 六 屆	核心地區	環心地區	5.6	2.7	0.257	-2.4	13.6
		指標地區	6.7	2.7	0.133	-1.4	14.8
		盤外地區*	10.4	2.6	0.004	2.7	18.1
	環心地區	核心地區	-5.6	2.7	0.257	-13.6	2.4
		指標地區	1.1	1.7	0.927	-3.8	6.1
		盤外地區*	4.8	1.4	0.020	0.6	9.0
	指標地區	核心地區	-6.7	2.7	0.133	-14.8	1.4
		環心地區	-1.1	1.7	0.927	-6.1	3.8
		盤外地區	3.7	1.5	0.130	-0.7	8.1
	盤外地區	核心地區*	-10.4	2.6	0.004	-18.1	-2.7
		環心地區*	-4.8	1.4	0.020	-9.0	-0.6
		指標地區	-3.7	1.5	0.130	-8.1	0.7
第 七 屆	核心地區	環心地區*	22.0	4.9	0.001	7.6	36.4
		指標地區*	21.3	4.9	0.002	6.7	35.8
		盤外地區*	27.1	4.7	0.000	13.4	40.9
	環心地區	核心地區*	-22.0	4.9	0.001	-36.4	-7.6
		指標地區	-0.7	3.0	0.996	-9.7	8.2
		盤外地區	5.1	2.6	0.287	-2.5	12.7
	指標地區	核心地區*	-21.3	4.9	0.002	-35.8	-6.7
		環心地區	0.7	3.0	0.996	-8.2	9.7
		盤外地區	5.8	2.7	0.211	-2.0	13.7
	盤外地區	核心地區*	-27.1	4.7	0.000	-40.9	-13.4
		環心地區	-5.1	2.6	0.287	-12.7	2.5
		指標地區	-5.8	2.7	0.211	-13.7	2.0

註：採取雪菲檢定，是因為他與 LSD、Tukey HSD 比起來較為嚴格。\*表示顯著性小於 0.05。

另一項令人意外的發現在於，集群變數對於第五屆動員效果的變異數分析竟未達到統計上的顯著性。這代表在第五屆選舉中，各集群的動員效果並沒有統計上的顯著差異。以動員成數來看，此次選舉不同集群的動員成數差異相當明顯，核心地盤的動員成數幾乎是盤外地區的三倍，如果動員效果上各集群沒有差異，這或許代表第五屆選舉中，林哞在核心地盤所佔有的動員優勢並未發揮功效，龐大的人力與金錢也沒有得到太大的回饋。

若再對照本屆的得票表現，第五屆選舉中各集群的得票率都是歷屆最低，這已先說明了此次金錢動員策略是不成功的。另外，除了核心地盤的得票超過兩成一，其餘三集群的得票率都只有個位數；顯見核心地盤因為有林哞基本票源的支撐，得票率還有一定水準，其餘地區在動員效果普遍低落下，不論動員成數多寡，得票皆全面潰散。甚至說如果核心地盤的動員成數不是 81.5%，這種接近全區皆買的超大規模，那以同樣動員效果來推算，就算是核心地盤，林哞的得票表現可能也會同樣不佳。

整體來說，在林哞的個案中，集群的強弱與動員成數有正向關係，這可能是林哞在集群強的地區所擁有的人際關係較緊密，因而動員能力較強大所致。但在動員效果方面，集群強弱與動員效果並不一定相關，較明顯發現的只有核心地盤動員效果強、盤外地區動員效果弱兩特徵。

### 第三節 不買票的選票流失

#### 一、選舉結果之比較

買票與不買票得票差距究竟為何呢？表四~5 顯示：第八屆林哞得票率為 9.0%，比動員效率最佳的第七屆選舉少了 3.4 個百分點；比動員效率最差的第五屆則多了 3.1%。單以金錢動員的角度來看，不買票的第八屆得票能位居四屆中次低的位置，代表雖然買票動員可以提高候選人得票，但如果買票失敗（指動員效果太低），那候選人得票可能會比不買票的選舉來得差。當然不同屆選舉的得票差距還可能受其他諸多因素，無法完全歸因於動員因素。除了選區總得票率變化外，以下再繼續觀察買票不買票在得票分佈與各里得票率變化的差異。

表四~8 歷屆得票率統計 (%)

屆次	五	六	七	八
總得票率	5.9	11.4	12.4	9.0
各里得票率平均數	6.4	12.7	14.1	11.1
各里得票率標準差	4.8	6.4	9.1	8.8

### 1. 選票分佈

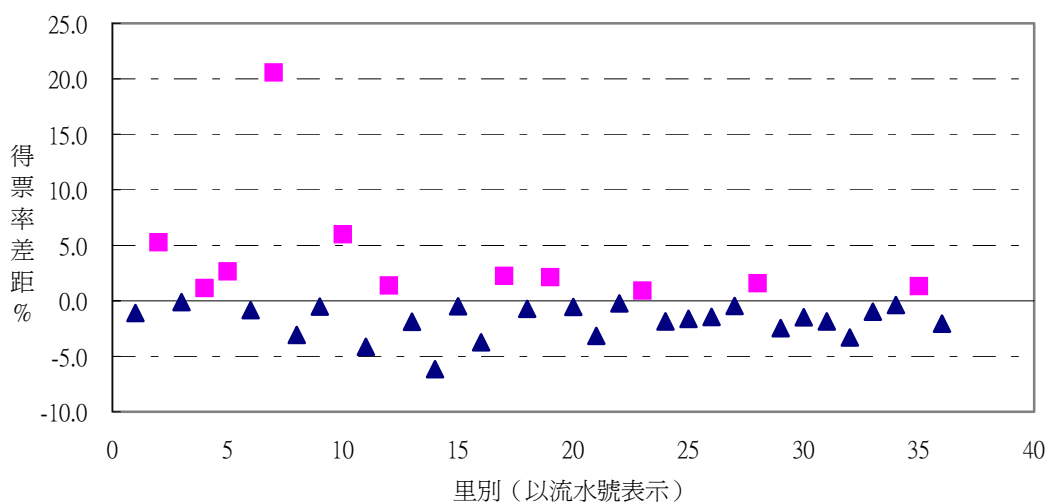
買票與不買票的各里得票差距方面，詳細的數據已於第二章中說明。可以補充的是：各里的得票標準差。第八屆選舉中林哖改以個人服務成績、基層表現、文宣廣告為競選重點。理論上此競選方式下，候選人的得票分佈應該趨於平均，也就是標準差應該比其他各屆來的小。然而，數據顯示：第八屆選舉的各里得票標準差不僅與預期不符，竟還是歷屆次高。筆者認為：這其中可能受到候選人地緣因素的影響。一般而言，基層選舉中，在選民選人不選黨的情況下，候選人較容易建立個人地盤，而對於林哖這類長年投入政治，參選經驗豐富的候選人，個人選票地盤的情況應該更為明顯。因此，在買票的選舉中，買票幫候選人在實力較弱的鄰里中多買到了幾張的選票，此使得各里的差距稍微拉近，所以各里得票的標準差較小。而第八屆選舉由於沒有買票助益，選票地盤的強弱完全暴露。儘管候選人競選策略有所調整，但可能因為策略無效，也可能因為選民印象改變不易，選票大部分仍據實反映了既有的選票實力。至於第七屆標準差更高的情形，筆者認為此與該屆動員效果異常突出有關，並沒有損害上述的推論。

### 2. 各里得票率變動

在買票、不買票，各里的選票變化上，本文第二章同樣有清楚描述，此處僅試著將第五屆至第七屆的各里得票取其平均數，作為金錢動員的平均得票率，並以第八屆各里得票率減去此平均，計算得到不買票與買票的得票差距，所得結果如圖四~1 所示。此圖中每一個點代表一個里或一個合併里。圖中每一個點均分佈在 X 軸 (0.0%) 上下，顯示第八屆選舉得票與前三屆平均得票有高有低。第八屆較高的里，也就是代表不買票比買票得票更好的里 (方形部分) 共有 11 個里，這 11 個里大多落在 5 個百分點以內。只有一個外落的極端值，該里中第八屆得票率比前三屆的平均得票率高出了 20 個百分比以上，十分特殊。第八屆得



票較差的里，也就是不買票比買票得票更差的里（三角形部分）共有 25 個里，這 25 個里的選票流失情況相當平均，幾乎通通都在 5 個百分比以內，只有一個里略高。整體來說，在不買票的選舉中，約有七成左右的里得票表現下降，另外，三成的里得票提升。而無論是得票流失或增加，有 88.9% 的里選票變動都在 5% 左右，只有 4 個里差距較為明顯。



圖四~1 第八屆各里選舉得票率與前三屆各里選舉平均得票率之差距

## 二、選票版圖之比較

由於第八屆選舉是一次零買票的選舉，在一般的認知中，一個候選人從買票到不買票的過程，勢必會流失不少的選票。但上一節的討論發現，若以五、六、七屆選舉的平均得票為買票下的得票標準，林哖因不買票在各里流失的選票幾乎都在 5 個百分點以內，甚至選區中還有三成的里得票率不降反升。難道不買票的損失真是如此的些微，甚至不買票反而還會有更多的選票進帳嗎？筆者認為，前述以三次選舉的平均得票做為比較的基點忽略了不同選舉間的差異性，也忽略了選區環境的異質性，因此並無法很正確地判斷買票的影響。故本小節改以調整過後的政治版圖為指標，重新檢視不買票後，林哖選票的變化情況，並以各集群金錢動員的特徵試著找出選票變化的原因。

## 1.不買票的選舉中各集群的選票變化

表四~9 為林哖第八屆選舉各集群的得票率，以及與前三屆選舉相較下的選票變動情形。在第八屆的得票上，可以發現林哖在各集群的相對選票實力並沒有改變，得票率依然循集群界線次第減弱。核心地盤得票 31.9%為選區最高，盤外地區則只有最低的 6.1%，而中間地帶的得票表現也同樣落在全體平均左右。這樣的數據表示：在不買票的首次選舉中林哖的選票結構與過去相比並無太大差異，過去得票較多的里在不買票的第八屆中得票仍高，而選票實力差的地方得票仍舊不佳。

表四~9 不同集群內各里在第八屆與歷屆得票之差距

集群	集群名稱	第八屆 得票率	第八屆-第五屆 成長率	第八屆-第六屆 成長率	第八屆-第七屆 成長率
1	核心地盤	31.9	73.2	0.6	-21.0
2	環心地盤	16.4	175.6	3.4	-13.9
3	指標地盤	9.3	53.6	-22.6	-29.2
4	盤外地區	6.1	42.4	-28.1	-22.7
總計		9.0	80.5	-17.1	-22.2
F 值			3.49*	3.45*	0.74

註：1.括號內為合併後之里數。所採用統計方法為變異數分析。

2.成長率 =  $100 * \frac{(t_1 - t_0)}{t_0}$ 。其中  $t_0$  為第一時間點的得票率， $t_1$  為第二時間點的得票率。

儘管選票結構差異不大，但與過去三屆金錢動員的選舉相比，未買票的第八屆選舉得票情形還是有很大的變動。為更清楚地比較得票的變動情形，表四~6 中陳列的數據為第八屆與前三屆得票率相減後，再除以之後者所得之選票成長率。從表中數字發現不買票的第八屆選舉與前幾屆選舉相比選票的成長情況各不相同。與第五屆選舉相比，第八屆的得票率在各集群內皆有大幅的成長，其中環心地盤成長率達 175.6%，其餘各區成長率也都在四成二以上。在前幾章的討論中曾提到，第五屆選舉的金錢動員因受發錢方式等因素影響，是一次動員成數高但動員效果低，選舉得票也甚低的選舉，金錢動員策略相當失敗。也因此，與不買票的第八屆相比，才會發生得票率全面正成長的現象，這並非是不買票得到的選票增長，也不是林哖在前後十數年間的開拓得到的新選票。

第八屆與第六屆相較下，雖然核心地盤與環心地盤得票率倒有些微成長，但指標地盤與盤外地區則都衰退了兩成二至兩成八的得票；各里漲跌結算後全選區更是負成長了 17.1%，可見與金錢動員成功的選舉相比，不買票後得票率的跌勢遠大於漲勢。再與動員效果更高的第七屆選舉相比，第八屆與第七屆相減後的成長率則呈現四集群普遍負成長的情況。其中環心地盤的負成長率只有 13.9% 為四集群最少，其餘三集群的負成長都超過兩成，指標地盤的得票率更衰退了近三成。若單比較第七屆與第八屆選舉的得票情形來評斷，林哖從買票到不買票的轉變，使得他在每個里平均損失了兩成左右的選票。這些流失的選票真的是不買票造成的影響嗎？或者說有買票的選舉真的可以在每個里提高兩成左右的得票嗎？筆者認為這還可以從各集群本身的特徵來觀察。

## 2. 集群特徵與候選人得票變動

集群分析以過去三次金錢動員的選舉得票為尺規，畫出了林哖在選區中的選票地盤與範圍。綜合選票版圖的定義與前述討論，核心地盤是為歷次選舉中，林哖選票實力最強的地區。且在此區的 5 個里中，林哖的動員成數、動員效果皆是全選區最高。整體來說，核心地盤的特徵為得票率最高、動員成數最高、動員效果也最高的地區。環心地盤的為選票實力次強的地區，林哖在此區所投入的動員成數明顯高出全選區平均值，但其動員效果卻僅在全選區平均值上下，和指標地盤的表現相當。第三集群為指標地盤，此區的 13 個里如其名地在得票率、動員成數、動員效果三方面都約略等於全選區的平均值，此區相當於是林哖得票、成數、效果三項指標的基本底線。最後，盤外地區則是選舉得票、動員成數、動員效果皆為選區最低的三低地區，但此區所擁有的里數有 19 個，是四集群中里數最多，同時也是所佔人口數最多的一群。

表四~10 不同集群之特徵

集群	集群名稱	涵蓋里數	選舉得票	動員成數	動員效果
1	核心地盤	5 (2)	全選區最高	全選區最高	全選區最高
2	環心地盤	16 (9)	高於選區平均值	高於選區平均值	選區平均值左右
3	指標地盤	13 (8)	選區平均值左右	選區平均值左右	選區平均值左右
4	盤外地區	19 (17)	全選區最低	全選區最低	全選區最低

若試著利用上述的集群特徵來分析買票與不買票之間選票的流失情況：第六屆選舉與第八屆選舉相較下，最為明顯的得票差異在於兩集群呈現些微成長、兩集群呈現大幅衰退的現象。先就得票增長的核心與環心地盤來看，核心地盤之所以是林哖選票實力最強的區域，很大一部份原因在於林哖於此區票源絕大部分為穩固的關係票。所以在不買票下，可能流失的選票源本就不多；而調整後的選舉策略所帶來得選票，也可以彌補少部分因不買票而流失的選票，因此，與第六屆選舉相較，買票與不買票的得票差距極微。至於環心地盤有 3.4% 正成長的原因，筆者認為這是因為歷次選舉中，環心地盤的動員效果一向不高，金錢動員對於環心地盤的得票影響原本就較低。也因此，在改採不買票策略後，環心地盤的得票並沒有明顯下降，反而因為新選票的進帳而有小幅的提升。

相較之下，指標地盤與盤外地區的衰退情形則較容易解釋。根據集群特徵，指標地盤動員的效果為集群次佳，換句話說，對此區得票而言，金錢動員的重要性較高。而第八屆選舉在基本票源不多，且頓失金錢動員助益的指標地盤，林哖的得票率有 22.6% 的衰退，毫不意外。若根據第一章的研究假設，盤外地區在得票本來就不高的情況下，選票流失程度應該不嚴重。但實際情況顯示：買票與不買票造成盤外地區損失了接近三成的選票。筆者認為：此背後的原因可能在於林哖在盤外地區的選票實力真的很弱，以往所得到的選票大多是由買票獲得，所以在買票缺席之下，才會有如此大幅的得票衰退。

再以第七屆與第八屆的得票變動為例，可發現各集群的得票成長率全面下跌，且集群之間並不存有統計上的顯著差異。此結果代表與買票的相比，不買票的選舉在得票上是不分集群的普遍性挫敗，且各里的衰退程度皆相當巨大。對此，必須強調的是第七屆選舉是一次金錢動員相當成功的選舉。該選舉中，林哖在各里的動員效果平均可達 26.4%；換句話說，每買四張選票就可以開出一票。林哖曾表示：一般在推算動員效果時，所採取的預設值往往只在一成五到兩成左右。可見第七屆超過四分之一的成功率確十分罕見。如果對第七屆這種超高的動員成效有所知悉，那不難理解為何連核心地盤，第八屆減第七屆的得票成長率竟也高達 21.0%。附帶一提的，各集群中唯一比較不受第七屆超高動員效果影響的就是動員效果一向不甚理想的環心地盤。

### 3.買票效益之相關發現

關於買票效益的定義，有人認為只要候選人當選，就代表買票有效益；也有人認為只要候選人的花費過高，則不管當選與否，買票都不能算是具有效益的策略。於此筆者不論成本也不管當選與否，單純以候選人的得票率高低來定義效益。如果候選人得票率高，則代表買票效益高；反之，則買票效益低。

然而，如何判別得票率高或低呢？之前的討論發現，在買票、不買票兩種情況下，候選人得票會產生明顯的變化。若以買票的選舉為對照組，不買票的選舉為實驗組。如果對照組的得票率高於實驗組，則代表買票效益佳；如果對照組的得票率比實驗組差，則買票效益差。根據此比較標準，本文可歸納出以下發現。

首先，以第五屆與第八屆的選舉得票為例，可以知道買票不一定對候選人的得票有所幫助。更清楚地說，買票效益必須在動員效果達到一定水準的情況下才展現出來。如果買票的成功率太低，那可能不如不買票。

其次，以第七屆與第八屆選舉的選舉得票為例，可知一次成功的買票動員，可以為候選人得票帶來全面的提升。但這些用錢換來的「金錢票」是流動不穩定的。候選人一旦不繼續買票，不論集群，這些票都會迅速的流失。

再者，若觀察集群的差異，可以發現在不買票的選舉中，核心地盤、環心地盤的選票流失最少。可見在這兩地區中，候選人的「關係票」，比起買票所得到的「金錢票」來得多。且這些「關係票」並不會因為金錢的缺席而嚴重流失。換句話說，這兩地區，候選人的買票效益並不高。

最後，指標地盤與盤外地區的在不買票的選舉中，得票表現大幅下跌。可見林哖在兩區所獲得的選票，大部分是屬於買票而來的「金錢票」。而且因為指標地盤的動員效果一向較盤外地區來得高。因此，指標地盤似乎是候選人買票效益最高的地區。

## 第四節 小結

本章透過買票與不買票兩種情況下，候選人發生的得票變動，來探討金錢動員對於候選人得票的影響重要性。並將政治版圖的概念導入觀察選票變動的過程中。交相比對討論選票版圖、動員成數、動員效果、得票變動後，可歸結出下列發現：

1. 林峰改採不買票的原因並非買票在現在選舉中已逐漸式微，而是在政府查賄壓力下所做的決定。且林峰過去的動員方式大多限定為以繁複的人際圈組織而成的買票網絡，在檢調的行動下，無法轉而進行方塊式的動員。因此，不買票可說是個不得不的決定。
2. 在不買票的選舉中，林峰對於競選活動做了部分調整。包括「主打選民服務績效，強化與民同在的形象」、「密集拜訪地方人士，部署必要的樁腳」、「重視文宣廣告效力，以新方法拓展新票源」等，都是林峰在不買票後所想出的競選方式。但這些新方式的效果，連林峰本人都無法評斷。
3. 當林峰決定不買票後，首要面對的難題在於底下樁腳對候選人的不信任。且在林峰的個案中發現，儘管一位候選人拋棄了發錢給選民的競選模式，但他該給樁腳或鄰里長的「工作費」還是不能不給。
4. 以林峰三次金錢動員選舉的得票率進行集群分析，在經林峰人為調整後，依林峰選票實力強弱，共得到核心地盤、環心地盤、指標地盤以及盤外地區等四個集群。
5. 不同集群在動員成數與動員效果上多有不同表現。大致上，動員成數自核心地盤向盤外地區漸次遞減，且核心地盤的動員成數往往會高出其他地區相當多。在動員效果上，核心地盤的動員效果最高，盤外地區最差，次核心與指標地盤的效果則相差無幾。
6. 買票與不買票的選票成長率依不同比較基點而有不同。不買票的選舉（第八屆）比起買票失敗的選舉（第五屆），選票全面正成長。不買票的選舉與動員效果超高的選舉（第七屆）比較，得票則呈現不分集群全面下跌的情況。此代表，買票效益的好壞與動員效果的高低有絕對關係。

7. 不同集群的選票變動情況與該集群金錢動員的特徵有關。其中環心地盤因為動員效果最低，所以買不買票的影響最小。核心地盤則因為是候選人的鐵票分佈區，所以受買票不買票的影響相對也較小。整體來說，這候選人在這兩區擁有的「關係票」多於「金錢票」，買票效益也相對較低。
8. 受金錢動員影響最大的地區為指標地盤與盤外地區，可見候選人在這兩區所獲得的選票大部分都是「金錢票」。買票策略在此區所能得到的回報也最大。

