

？ ？ ？ 崢嶸

？ ？ 乏 ？ ？ ？ 咖？ ？

？ ？ ？ ？ ？

臺灣自從有選舉以來，選戰策略總是脫離不了組織戰或宣傳戰的格局。組織戰幾乎等同於是買票與作票的代名詞；而宣傳戰就是靠著文宣造勢。在動員戡亂時期，戒嚴之後，媒體的新聞自由受到政府的操控，不敢公正客觀的陳述真相。而在解嚴之前，政黨主要是以國民黨一黨獨大，由於國民黨靠著就是深根的組織派系政治與金錢買票政治，使得能有組織戰這種需要整體策略的政黨也只有國民黨一黨。黨外的候選人往往是單打獨鬥，而且動輒觸犯法規入獄。

然而民主政治就是政黨政治，也就是責任政治。政黨的互相競爭輪流執政，如此一來就不會有一黨獨大的現象，人民的權利才能真正的落實。在解嚴之後，報禁開放，媒體的言論空間擴大，電視媒體也已經不再只侷限三台，媒體工作者的報導不再受限於政府高層，不再有任何顧忌。選民接收到的資訊與以前比較起來更能獲得直接的消息。因此，單獨只靠組織戰或宣傳戰已經很難吸引選民。

在 1983 年，國民黨台北市黨部主委關中在立委選舉時，曾聘用行銷專家協助選戰注入了行銷的助力，國民黨在台北市創造了 7-up 的輝煌戰績，關中也因此贏得戰將之名。從此之後，國內的選舉開始陸續出現行銷與選戰結合的跡象。

行銷理論可以運用在政治競選活動中主要原因乃是有著相同的特性：交換行為。商業中的交易產生於賣方提供了產品，買方付出金錢購買，賣方的最終目的就是將產品推銷成功；政治競選活動也同樣如此，政黨提供候選人給選民，以政策包裝，選民認同此候選人則投下選票，而候選人的最終目的就是當選。相同的交換論點使得行銷得以在政治面運用，產生了選舉行銷。

回歸到選舉制度面。過去台灣的立法委員選舉制度採用單記非讓渡投票制(single non-transferable vote),其特點在於候選人只要掌握住特定票數即可當選，因此只要善用候選人的個人特質、魅力，並以政黨作為輔助的競選架構下，候選人當選的機率極高。在政治意識型態的光譜定位下，候選人鎖定左右兩側的族群，所拋出的議題也針對左右兩側的族群，因此社會呈現一雙峰分佈。

第七屆立委選舉實行新選舉制度：混合制單一選區兩票制。新的制度出現是否造成候選人在競選策略上有所變更。因此，制度與選舉行銷之間的關係變動形成本篇論文的動機，主要有以下三點：

首先，選舉制度改變之後，複數選區變成單一選區，選區的重新劃分，本文以為影響選民投票因素很多，文化背景、地理環境、社會文化、派系 等選民結構皆是影響候選人在競選文宣上變動的重要因素。立委選制的改變造成市場結構調整，候選人的當選標準不再是只過最低門檻即可，也不再是只把焦點鎖定在特定族群上便可當選。本研究的動機一則是：選舉制度的改變是否會影響候選人的選舉策略（如何去追求選票極大化）？

其次，選舉改變制度後，由過去的複數選區單記非讓渡投票

(single non-transferable vote)改變為混合制單一選區兩票制。立委席次名額減半造成候選人黨內之間、黨外的競爭更顯得激烈，候選人為了爭取最後的勝利-當選，紛紛會在這次的選舉中修改路線以爭取最多票源。動機二：過去在 SNTV 制之下走極端路線的候選人是否會因為減半的當選名額而改變過去的選舉模式，而往中間靠攏？

最後，由於選區的重新劃分、制度上的改變，過去的行銷理論與政治的結合常呈現於選舉行銷上。在博碩士論文中也有許多學者提到選舉行銷理論，卻總是僅限於個案分析。如何將政治制度的理論與行銷理論與候選人競選文宣的實務相結合以一個區域性的方式呈現是本研究的另一導因。

??????

本論文的研究目的主要在於候選人在選舉制度改變之後，對於選舉行銷的模式是否會改變？其競選文宣是否會因為制度改變之後而有所變更？為了解決問題，主要以兩個面向去探討問題：制度層面、行銷傳播的文宣內容分析。

????? 標

從制度層面來看，選舉制度改變後，選區由複數選區變成單一選區會有兩個影響：1、政黨數目會逐漸轉變成兩個大黨。2、政黨所提出的政策會往中間靠攏。本文的第一個研究目的是：針對候選人在制度的改變下，其競選策略往中間靠攏或依舊保持極端的立場。對此議題找到合理的原因與解釋。

?? 鑿斂??????????

從理論瞭解制度的改變會影響候選人的行銷策略，本文先以選舉行銷的模式去揣測制度的變化下候選人的行為模式，再以實際蒐集的文宣企圖從內容反映出候選人的策略。在複數選區單記非讓渡投票制之下，選民結構以文宣內容來看似乎呈現一雙峰曲線。在這樣的選民結構下，候選人往往為了當選，競選行銷手法上容易採取偏鋒的策略。現今制度改變後，理論上選民結構會隨著制度呈現單峰曲線。本文的第二個目的就是探討過去呈現雙峰的選民結構是否會隨著制度改變而立即為單峰曲線，進而影響候選人在競選策略上文宣的方向。

?? 乏?????? 咖??

??????

??????

有關文獻的部份，筆者是從全國博碩士論文網以及中華民國期刊論文索引系統以關鍵字政治行銷、選舉行銷、選舉制度等搜尋相關文獻資料。專書的部份則是從論文以及期刊的參考資料中找尋相關的書籍資料作為參考。

首先進行相關文獻的蒐集、整理與比較分析。資料的蒐集包括相關博、碩士論文與選舉相關之國內、外文獻等。在選舉制度這方面的書籍參考資料相當豐富，對於複數選區單記非讓渡投票法與單一選區兩票制在國內皆有相當多的研究，由於我國的選舉制度的歷程與日本十分相似，在日本也有相當多相關的文獻分析。

在行銷學理論則參考許多企業管理的書籍，商業行銷與選舉行銷皆是現今熱門的話題，對於這方面的研究也愈來愈多。¹

?? ? 俯?

「經由假設檢證的邏輯基礎，視為普通的常識」稱之為歸納法，亦指從特定的一組具體證據而發展成為通則的過程，檢證假設的辦法，是看它是否與觀察相符。在本研究中，設定的假設就是：候選人不會因為單一選區兩票制而改變其原本的競選文宣模式往中間靠攏。文獻分析法的蒐集資料大多屬於理論的部分，針對所獲得的理論進行檢驗找到一通則性的陳述。在實務資料分析上，首先針對各選區候選人競選文宣進行蒐集，接著藉由政策、意識型態、選民結構、制度建立一套光譜，將所蒐集到的文宣進行分類歸納出一個現象，最後與理論結合去檢驗假設。²

??????

「內容分析法」是一種將定性的資料轉化為定量資料後始分析的研究方法。分析的過程是由質轉量，然後以內容的量變來推論質變，因此可說是「質」與「量」並重的究方法，該研究法是關於各種人類傳播紀律的研究，適用於書本、雜誌、圖片、報紙、繪畫、演講等。以本文而言，首先針對台中縣、台中市與彰化縣進行全面性的搜集資料，再以案例去搭配選區產生結果。針對文宣上的內容進行分析並以量化的方式去推敲數量多代表其意義。

??????

¹ 陳文俊譯，Earl R. Babbie 著，2005，《社會科學研究方法》。台北：雙葉，頁 429。

² 同註 1，頁 74。

本文主要是以第七屆立委選舉為啟發點，對於制度的改變下，候選人在行銷策略上是否會因應有所變化？因此在制度改變的背景下，本文將研究重心放在候選人在選舉中淺顯易見的文宣上，從理論制度下的應然與實際文宣的內容相互對應，企圖將理論與實證作結合回歸最初的目的。

因此延伸出的架構圖為圖 1-1。在 SNTV 與單一選區兩票制轉變之下的選舉制度必定會影響候選人，再者候選人的產生方式又會因政黨與地方派系之間的角力或協調合作有變化，於是候選人的定位、選舉策略、行銷手法皆因制度改變而有所變動，這些變動將影響文宣內容的表達。本文以為可藉由文宣內容的分類歸納分析去反映、驗證出制度的改變與落實，而在文宣內容的分析區隔上，初步是以單一選區為前提的考量下候選人參選人數作為首要區隔，因此導出兩人參選與多人角逐的兩個面向。

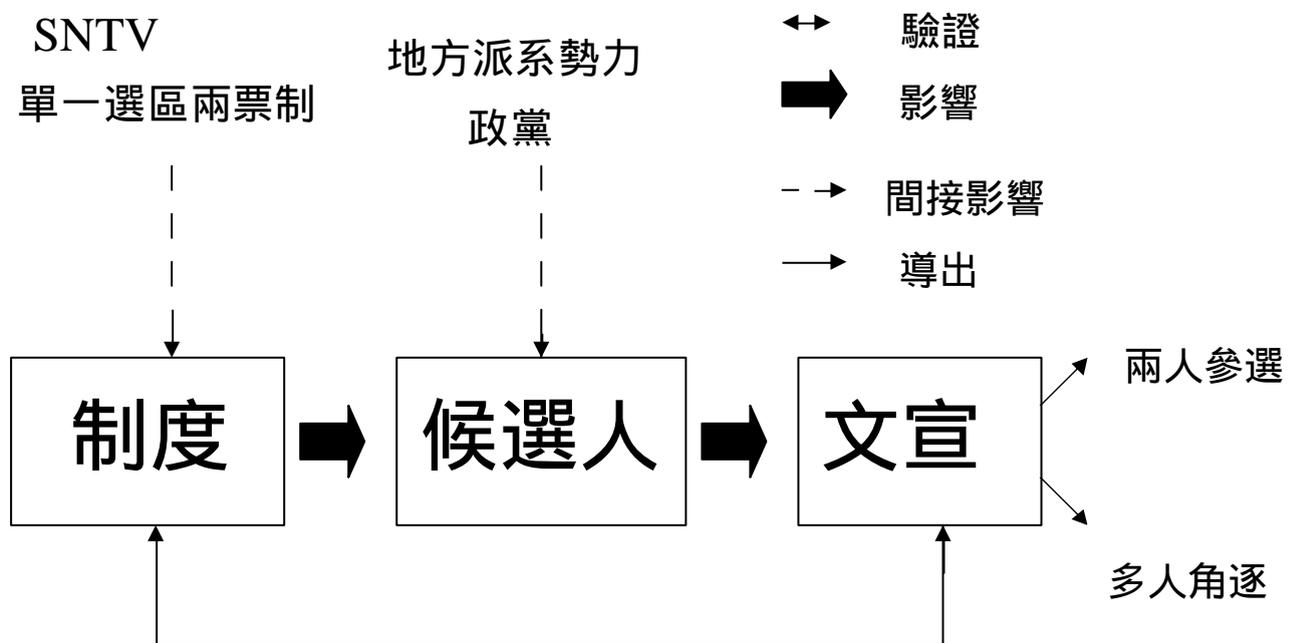


圖 1-1：本文研究架構流程圖

資料來源：作者自繪。

?? 乏?? ?? ?

?? 指咻鑿故

張永誠在「選舉造勢」提及我國早期的選舉呈現國民黨一黨獨大的局面，整個政治市場完全為其盤據，形成寡頭獨占，候選人在黨的輔助下，加上地方派系的動員、宣傳、買票暴力相向，使得黨外的候選人只能孤軍奮戰甚至銀鐺入獄，在此背景之下，選舉行銷的運用少之又少，直至許信良競選桃園縣長使用許多具有創意的手法，以及競選總部的包裝。而在「非營利行銷-選戰實務」一書針對各種選舉的選戰形象包裝手法進行討論，以將選舉行銷有何手法清楚歸納。

陳春富在其博士論文「台灣選戰行銷模式之建構」中清楚的從行銷學的角度至選舉行銷的面向清楚作歸納，並企圖建構出選舉行銷的模式。

??????

在競選文宣的訴求策略中，隨著學者研究探討的角度不同而有不同的分類結果。Bovee 與 Arens 歸納出十四項競選廣告訴求策略³：1.強調候選人的可信度；2.名人推薦；3.恐懼或情感訴求；4、拉裙角關係；5、成功的經驗；6、強調受歡迎；7、訴諸同情以迎合弱勢；8、強調政變；9、強調人格；10、反對現有體制或政策；11、強調維持現狀；12、攻擊政略；13、訴諸特殊團體；14、奶

³ 吳振宇，1998，候選人競選策略之研究，碩士論文，國立中正大學政治研究所。頁 21。

油麵包等策略。

國內有鈕則勳對於競選傳播策略有大幅度的研究，在文宣方面則有鄭自隆、張永誠對於實際的文宣進行解析。鈕則勳的競選策略大多所針對是總統大選等大規模的選舉，而張永誠、鄭自隆皆都針對立委選舉作實證分析，鄭自隆在《競選文宣策略-廣告、傳播與政治行銷》中更將策略細分至二十三種。在學位論文上，黃義傑提至立委選舉制度與文宣內容配合以高雄市北區候選人為個案分析，然而此個案僅針對台灣團結聯盟而非以整個區域候選人為分析對象。

翻閱國內期刊論文卻沒有針對整個立委選舉制度的行銷策略統整，大多僅於制度的政治影響、制度的優缺點作討論。因此本文企圖以縣市區域為單位，針對所蒐集的文宣進行比較分析，找出一整個區域的歸納結果。

?? 乏?? 棟?

本文是以第七屆立委選舉為主要軸心，對於制度改變下候選人的行銷策略是否會因應改變。而測量改變的依據來自於候選人的競選文宣，故以蒐集候選人競選文宣作為資料蒐集來源。然而在文宣的總類中則是以印刷品發行人為唯一考量，有鑑於所選取的區域幅度太廣，無法蒐集地方報紙、地方新聞與宣傳車的內容，而印刷品則是文宣中所佔的比例為最廣，能見度也最為普遍，故為蒐集的來源。候選人競選總部在大多於 11 月才成立，因此筆者自 11 月自選舉當日總共歷時三個月為資料蒐集時間。

雖因單一選區的制度設計下使得參選人數不若上一屆選舉，

但三個縣市的實地走訪仍無法完整蒐集齊全，僅限於在候選人競選總部中與競選人員接洽而拿到文宣，無法在文宣發行的當下立即收集到，因此對於候選人競選期間的行銷策略流程無法正確地依時間順序排出，僅只能針對文宣內容去作判斷，加上資料產出的速度之快，無法正確以時間流程排出產出的文宣，而讓行銷策略模式更為完整，與當初所預想的目標和實際操作過程有差距。

?? ? ? 嶄?? ? ? 指咗?? 咖髒故

行銷活動常見於日常生活中，選舉活動亦出現行銷的舉動：即政黨推出候選人給選民。我國第七屆立委選舉採行有別於過去複數選區單記非讓渡投票制的單一選區兩票制，是否環境與制度的變動使得行銷手法出現修正？本章主要探討的是選舉制度與行銷：以下分四小節，第一節為選舉制度的分類；第二節則探討行銷與政治行銷、選舉行銷的關係；第三節是區分商業行銷與選舉行銷的異同；第四節是我國所採用的選舉制度沿革。

?? 乏 髒故?? 役咖指咗髒故? 券

?? 髒故?? 券

行銷乃是研究「創造市場，滿足顧客」之學。經過近百年的發展已慢慢建立起以一個「以交易（交換）為核心概念、以交易（交換）關係與行為為研究對象的新研究領域。」

早期對行銷較具有影響力的定義是安德生(Alderson)所提出的觀點，他認為：「行銷，乃是將自然界中得到的原料，與從原料中製造出來的物品，用來滿足家戶或個人慾望的過程。...在不同的供給面中，行銷透過多階段的分類、揀選過程，帶來了必要性的物品轉換。」⁴

美國行銷協會(American Marketing Association)將行銷定義

⁴ 陳鴻基，1995，《選舉行銷戰：知己知彼，百戰百勝》，台北，正中，頁2。

為：「將生產者的產品與服務，直接促銷給消費者或使用者的
一種商業活動行為」。1990年學者 VernTerpstra 在其著作
《International Marketing》對行銷的定義：「行銷是規劃與執行關於
產品與勞務的概念化、定價、促銷及配銷的一種活動，其目的在
創造與滿足個體與組織的目標。」Kotler, Brown, Adam, &
Armstrong(2001) 認為：行銷從最基本的意義來說，就是人類為解
決供需配合問題所採取的各種活動。⁵

Philip Kotler 從需求的觀點來看行銷：「行銷係指透過交易過
程以滿足需要(needs)及欲望(wants)的人類活動。」⁶美國俄亥俄州
立大學行銷學細有更具體的說明：

- 一、行銷係在社會中一種過程，透過社會產品的需求結構被預
知並且滿足
- 二、需求結構的預知與滿足透過對產品的觀念、推銷、交易與
實體分配來達成。⁷

從以上對行銷的定義可以了解到行銷的基本意涵包含了幾個
重要要素：產品、需求、供給、交易與活動。陳鴻基結合產品、
需求、供給、交易、活動的概念，對行銷的定義為：「行銷是指以
一定型式出現的產品，透過交易過程產供供給已滿足人類的需求
活動。」⁸

行銷是人類的一項活動，它的發展也有一定的過程，國內行
銷專家楊朝陽博士，曾經行銷發展的過程分為三個階段：戰術階

⁵ 陳春富，2001，〈台灣選戰行銷模式之建構〉，博士論文，國立交通大學經營管理研究所，頁
13-14。

⁶ 魏啟林譯，Philip Kotler, Marketing Essentials，1988，《行銷學精論》，台北：華泰。頁 2

⁷ 同上註，頁 3。

⁸ 同註 5。

段、戰略階段、與經營階段。戰術階段的特徵在於將行銷相關的變數做有效的運用，所謂的「4P 原則」如下：

- 一、 產品計劃(product plan)：將產品做最好的規劃。
- 二、 價格計畫(price plan)：如何創造。
- 三、 通路計畫(place plan)：如何開發市場。
- 四、 推廣計畫(promotion plan)：推銷的手段為何。⁹

?? 指咻鑿啟

Kotler在非營利機構行銷(marketing for nonprofit organization)提到：「行銷概念對各種情況與各種機構都有生產價值，因此，行銷範圍的應用將不斷擴大。」¹⁰行銷的走向已由單純的產品銷售，到如何去有效運用資源分配的時代。考量的角度也早已由單純的買方利益、賣方利益至兼顧買賣雙方的權益觀點，觀察的層次也由地方社會到國家發展的規模。行銷的觀念已慢慢滲透到政治的競選活動之中，以行銷理論作為建構選舉模式已是一種趨勢。

1950 年經濟學者 Joseph Schumpeter 開啟「政治市場」的概念：政治運作過程的性質與商業市場交換體系並無二致。他以生產者與消費者行為去解釋民主政治運作過程，進一步把市場模式套用在政治制度上，於是政治競選活動做成與政黨政治成了新的探討主軸。選舉行銷對於選民政治行為的作用，使選民接收到各類的政治訊息，從政治意識的商品化塑造過程中對於商品的認同。此種選戰行銷已在歐美先進國家中應用在選舉過程之中。¹¹

⁹ 張永誠，1991，《選戰行銷》。台北：遠流，頁 71-73。

¹⁰ 同註 6。

¹¹ 同上註

游清鑫在《競選策略效果的探討：兼論2000年總統選舉之興票案》一文中，亦認為1960年代開始，由於新興傳播科技與溝通技巧，賦予政治訊息的傳達，更為快速及多樣，對於競選活動中的候選人而言，其可以進行異於往常的政黨動員模式，改為直接接觸選民、與選民溝通。另一方面，運用選舉專家與專業人員所組成的競選模式，更吸收了行銷的觀念，進行諸如更加徹底研究選民的特徵及態度取向，隨時因應選民的態度變化，修訂選舉策略，以使候選人的言行及政策立場，可投選民所好，進而擴大競選的效果。¹²

陳春富認為選舉行銷具備短時間思考、決策、決勝負的特質，其次在競選文宣、廣告層面上，往往可鑑於競爭者的負面訊息，而選舉行銷的文宣其廣告生命週期有限，往往只有幾個月選前的時間，在短時間內要達成影響選民的認知、態度與行為，選舉行銷範圍往往受限於時間與範圍。他認為臺灣的選戰行銷模式不僅把行銷與政治結合，還要與台灣歷史發展背景、傳統文化規範、國家認同、選戰環境、候選人訴求、選戰行銷特性方案與策略應用。¹³

「政治行銷」(political marketing)，乃是將商業上之行銷概念引用至政治上，政黨或候選人分析外在環境變化以決定競選方向，同時運用現代化之行銷方式，如：民意調查、廣告，向選民推銷候選人、政黨及政綱，以期獲得選民之認同與支持，進一步達成當選目標及獲得政治權力。政治行銷的範圍較為廣泛，包含

¹² 黃義傑，2005.12，我國複數選區下政黨候選人選舉行銷的運用-以 2004 年立法委員選舉台灣團結聯盟高雄市北區候選人為個案分析，碩士論文，國立中山大學政治學研究所，頁 26。

¹³ 同註 6，頁 36。

政黨行銷與選舉行銷的範疇¹⁴。「選舉行銷」則可視為政治行銷的一部份，或是狹義的政治行銷。選舉行銷在競選過程所呈現的功能即在幫助候選人獲得選票贏得選舉。因此選舉行銷則是在強化、催化選民的偏好與態度發揮功用，刺激選民在投票日以實際行動去投給候選人。¹⁵（參見表2-1）

隨著政治經濟環境的改變，政治行銷、選舉行銷、政黨行銷之間的界線愈來愈難去清楚界定，因此對於政治行銷與選舉行銷的界定，本文採以論及政治行銷即指選舉行銷的說法。

¹⁴任宜誠，1989，選舉行銷策略規劃理論、實務與應用-以國內主要政黨及增額立委為例，碩士論文，中興大學企管研究所，頁 19。

¹⁵ 同註 14，頁 59-89。

表 2-1：政治行銷之功能

項目 \ 期間	平時	競選期間
目的	推銷政黨、政綱 塑造政黨形象、 提昇政黨地位宣揚施政績效、 強化政黨領袖形象、 公關行銷的增強、 開發潛在黨員與民眾的支持、 利益的匯集與表達	贏得勝選取得政治權力
行銷產品	政黨領袖 政黨政綱與政策 政黨形象	政黨本身 候選人 政黨的政見、政策
目標市場	全體國民 特定對象 國外政府與政黨	經市場區隔化後的選民
行銷策略期限	短、中長期兼具	短期(選後即結束)
資源使用	黨工 政黨可支配的資源	政黨全面性動員結合社會 動員
行銷投資期限	中長期	短期
與競爭政黨關係	協商折衝、妥協、合作、競爭	對立衝突
成本/效益	不易評估	立即顯現
溝通/通路	大眾及選擇性傳播媒體	大眾及選擇性傳播媒體
促銷	配合時機適度、選擇性	強力促銷

資料來源：任宜誠，1993，《選舉行銷的策略規劃與執行》，台北：管理科學學會，
頁 86。

?? 乏 ?? 鑿敲咖指咻鑿敲???? 峇

一般商業行銷的目的在於將產品介紹給顧客，顧客的購買為最終目的。而政治競選活動的目的在於將候選人推銷給選民，候選人的當選或政黨的執政為最終目的。從管理的角度來看，選舉行銷是一種將商業行銷套用在政治上的運用，許多行銷觀點在選舉行銷是適用的。但如果便因此認為行銷理論在政治與商業的應用是完全一樣的，未免太以偏概全。例如：商品在行銷的期間較長，而候選人在被推銷的壽命往往僅止於選舉期間。在概念上，商業行銷以獲利為原則，且不允許獨占市場；選舉行銷則以相對比較不計成本的方式進行，只以獲選為目標。¹⁶

Kotler 曾在 1975 年對商業行銷和選舉行銷提出一簡單的比較模式：由模式可知行銷可運用於選舉活動的原因在於，兩者皆具有交易或交換行為的相同特性；商業行銷產生於銷售者提供產品與服務，購買者付出金錢消費；選舉則是候選人提出承諾與偏好，由選民做出投票決定。¹⁷

¹⁶ 同註 6。

¹⁷ 邱映慈，1999.11，整合行銷傳播在選舉行銷上之運用：以 1998 年台北市長選舉為例，碩士論文，輔仁大學大眾傳播研究所，頁 11-12。

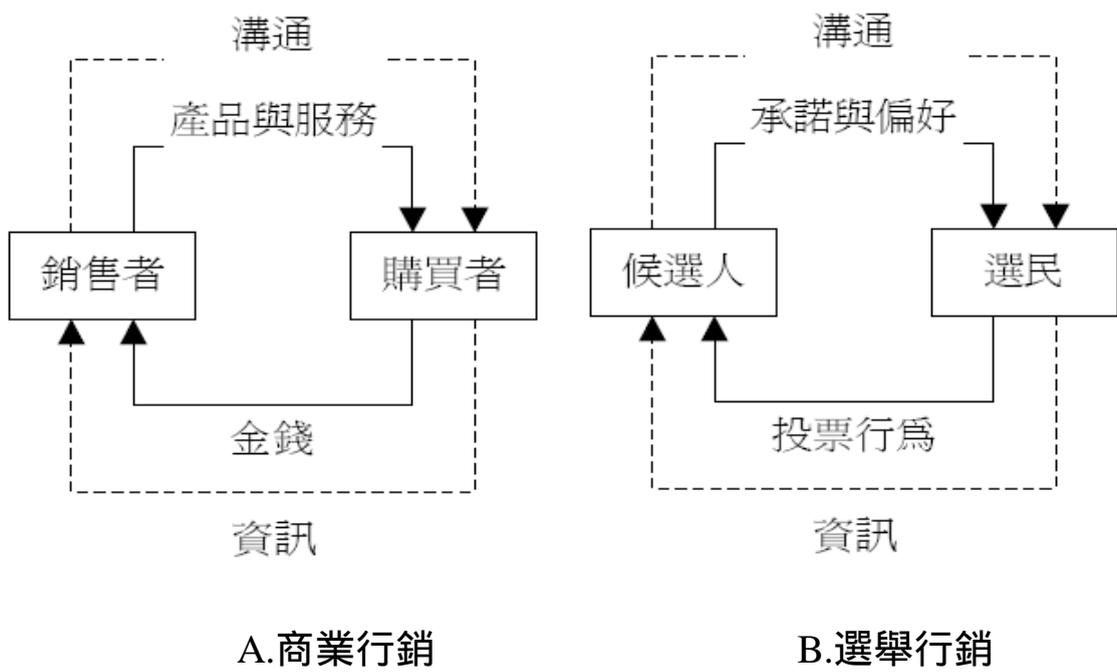


圖 2-1：商業行銷與選舉行銷之比較

資料來源：Philip Kotler, “Overview of Political Candidate Marketing”, *Advance in Consumer Research*, Vol. 2, 1985, p.763.

從圖一可瞭解到行銷理論可以運用在選舉中乃是因為交易行為或交換行為的相同特性，商業中的交易源自於銷售者提供了產品與服務，購買者付以金錢；選舉中候選人提出承諾與偏好，選民藉由投票行為把選票投給候選人。根據這樣的特性，可為選舉行銷作一定義：「選舉行銷是政黨及候選人分析環境變化，決定競選方向、運用行銷手段，以獲取選民的認同與支持，達到當選的目的並取得政治權力的過程。」¹⁸

?? 指咁髒咁咖?? 髒咁?? ??

???? 髒咁徑??

¹⁸ 同註 4，頁 6。

選舉行銷的週期壽命雖是短暫，但也和商業行銷一樣，皆有所謂的 4P-產品、價格、通路、推廣。在商業行為中，銷售者根據產品的特性、消費者的取向訂出產品行銷的策略。在競選活動中，根據候選人的定位、選民的偏好審慎擬定出選舉行銷的策略模式

?? ???? 檣???????? 侯??

無論是消費者或選民購買何種商品，消費者跟選民都扮演了決策者的角色，兩者皆是被要求再現有的資訊中，秉持追求個人利益最大化而做出選擇哪個候選人或購買何種商品，以滿足個人需求，其目的皆是在創造與滿足個體與組織的目標。

???????????? 拚??? 拊? 五??

銷售產品與傳達政治理念的溝通概念，基本上過程皆是相同的。為了提高溝通的效果，行銷人員皆必須廣泛蒐集有關消費者或選民的資料。在西方民國家中，候選人可利用的溝通與說服管道，基本上與現代行銷中所用的皆是相同的：如人際關係的接觸，以及運用大眾傳播媒體資源。

????? 鑿斂? ???? ? ? ? ? ? ? ? ? ? ?

行銷者根據環境種種考量制定策略推出產品，企圖吸引消費者注意進而購買；政黨組織基於當選才能擁有席次進而獲得政權，因此考量制度環境選民而推出候選人競選，企圖以政黨形象候選人定位讓選民投下一票。由於決策者為消費者（選民），因此在互動上皆是以消費者為主要考量。

?? 指咗鑿咗咖?? 鑿咗????

單就選舉行銷與商業行銷在交易特性上的相同處就決定將行銷理論完全套用在選舉中仍是有異議的，事實上選舉與商業上的行為仍是有不同之處。

??????????

商業市場是由數量龐大的廠商組合而成的，而大部分的政治市場卻只有少數幾個政黨參與其中。其次，商業行銷的市場可以為全世界，而臺灣的選舉行銷主要是以政黨為主；商業市場是處於一種不斷運作的狀態下，而選舉則是定期舉行，兩者所承擔的風險不同。再者，商品行為中不容許獨占，可選舉的結果則是贏者全拿，即使擁有選民的支持但因未當選就無法掌握實際的權力。¹⁹

?? 俵??????????

商業市場的交易行為標的極為清楚，產品為何？定價多少？皆是很清楚的呈現在消費者面前，消費者付出金錢來購買商品，因此，在供給需求面上，貨幣是商業市場上不可獲缺的要素。但是在選舉市場上，供給需求的標的物是很抽象的，我們無法肯定產品的價格該訂出什麼樣的價格，因此對於尋求選民看到商品的心理訂價反而比在其他 3P 上的努力更為實際且重要。

¹⁹王淑女譯，蓋瑞 毛瑟著，1992，《政治行銷》。台北：桂冠。頁 7。

?? 啟事???? -? 標???

此處的促銷管道主要是指媒體的運用程度，商業行銷推出的商品可以長時間刊登廣告而存在，而候選人的競選活動只能在短時間決定勝負，選戰廣告的生命週期不如商業廣告長，有更明顯的時間緊迫性，必須得在短時間內讓選民認識產品進而投下選票。因此在選舉行銷上必須得更有效運用媒體資源推銷候選人，於是負面廣告成為一種很快速推銷的方法。商業行銷中鮮少有負面廣告去打擊商品，而選舉行銷中這種攻擊策略常常被使用，且候選人會因為自身缺點暴露在大眾媒體下受到不同程度的攻擊，造成選舉結果有差異。

????? 僱傭?? 俟?????

選舉有週期性，需要大批的幕僚、義工及贊助者，競選目標以勝選為最終目的。選戰行銷的過程中，必須吸引具有強烈任圖候選的自願性義工，以及有強烈使命感的自發性幕僚組成團隊，提供各種管道機會找尋贊助者以提供政治獻金，因此組織規模大是一種資源取得的實力展現。然而商業行為中，考量成本因素，不容許有任何冗員的存在，任何人員皆是得支薪，為求組織利潤最大化，多是以精簡、追求效率為主要考量。

?? ???? ?

競選活動為一種零合遊戲，不是當選就是落敗。傳播策略的運用必須凝聚瞬間的爆發力，在短時間思考決策，以求取選戰的勝利是一般商業行銷的新產品上市階段所沒有的。商業產品可以長期刊登廣告在書面雜誌上，也能在電視廣播上傳遞訊息給消費

者，但候選人或政黨在選舉行銷中無法隨心所欲去運用，選舉一結束，無論結果是當選或落敗，產品皆得跟著撤下。

從上述可得知，一般商業行銷與政治競選活動中的選舉行銷仍是有一段差異，不可否認的是兩者的目的皆是希望所推銷的產品能深受大眾喜愛。由行銷的定義中可得知制定行銷策略必須考量許多外在（選舉制度、社會風氣、政治環境、選民..）內在（候選人定位、政黨..）的因素，為求令人滿意的結果，行銷者得針對會影響結果的種種因素去設想出一個讓產品能深受消費者認同的策略。選舉行銷亦然，在不同的制度設計下，不同的規則會造就出不同的競選模式，候選人所推出的競選方式也將隨著制度的變遷而開始修正以達到最終目的-當選。

?? 乏 指咻????

民主政治即是政黨政治。在民主政治之下，透過選舉才是落實民主政治運作的核心安排，民主政治透過選舉而提供一個制度化的參與管道，對選民而言，選舉可以表達他們對政策的偏好、對政黨的認同；對政黨而言，可以藉由選舉管道取得執政的權力。²⁰而選舉制度對於政黨政治的運作發展有深遠的影響，不同的選舉制度會造成不同的政治結果。

在選舉制度的分類上，Arend Lijphart認為不同國家的選舉制度差異，可從選舉規則(electoral formulas)、選區規模(district magnitudes)、補充席次(supplementary seats)、當選門檻(electoral thresholds) 以及選票結構(ballot structures)五個面向加以觀察。²¹而

²⁰ 吳文程，1996，《政黨與選舉概論》。台北，五南，頁 181。

²¹ 王業立，2006，《比較選舉制度》。台北，五南，頁 7-8。

選舉制度最重要的兩個面向為選舉規則與選區規模，而選舉公式之下的三個主要類型則是我們所常見的選舉制度：多數決制 (majority formulas)、比例代表制 (semi-proportional formulas) 與半比例代表制 (proportional formulas)。²² 學者王業立在選舉制度的分類上，採以選舉規則為主，將民主的國家選舉制度區分為：多數決制 (Plurality and Majority Systems)、比例代表制 (Proportional Representation Systems)、以及混合制 (Mixed or Hybrid Systems)。

本文針對我國採用的制度-多數決制下的複數選區單記非讓渡制與混合制下的單一選區兩票制做詳細的探討。

?? ? 峇槭哈?? ? ? ? ? ? ? ?

所謂「單記非讓渡投票制」係指在複數選區中，不論應選名額為若干，每位選民均只能投一票的選舉制度。之所以被稱為「非讓渡投票」，在於不管候選人得到多少選票，均不能將多餘的選票移轉或讓渡給其他候選人，以有別於愛爾蘭等國所實施的「單記可讓渡投票制」。²³

Lijphart 將單記非讓渡投票制歸類為「半比例代表制」，介於比例代表制與相對多數-過半數制兩類型制度之間，選民投票給個別候選人，依照相對多數決制的規定，獲得最高票數者即可當選。然而，選民所擁有的票數與選區中應選名額數並不相同，選區的參選名額至少超過兩位，選民所擁有的票數仍只有一票，因此分類雖為相對多數決之下，其結果卻是接近比例代表制。²⁴

²²高德源譯，李帕特著，2001，《民主類型：三十六個現代民主國家的政府類型與表現》。台北：桂冠，頁 13-14。

²³ 同註 21。

²⁴ 同註 22，頁 165-166。

理論上，在應選 N 席的複數選區中，任何候選人只要能獲得 $(V/N+1)+1$ 張以上的「安全票數」(此處 V 指選區中的有效選票數)，即至少可獲得一席。如果選戰中有某一兩位候選人選票遠遠超過安全票數，則其他候選人實際所需的最低當選門檻會比安全票數來的更低。因此在這制度下，小黨的生存空間理論是存在的。

25

也由於單記非讓渡投票制是在複數選區制下施行，其比例代表性理論上應是介於單一選區相對多數決制與比例代表制之間，且選區愈大，其比例代表性會愈彰顯。小黨的生存空間理論上也比在單一選區相對多數決制下來得大，且選區愈大，小黨的生存空間也會愈大，大黨透過政黨組織嚴密、黨紀嚴明，便能以配票或適當提名維持在國會中的穩定優勢。由日本及台灣歷次的選舉結果即可印證此一論點。

?? ? 峇槭恰? ? ? ? ? ? ? ?

? ? ?? ? ? ?

單記非讓渡投票的投票結果，頗符合於比例性。Lijphart 認為此制有比例代表制的特性，因此稱其為一種半比例代表制，而成為「半比例」的因素，是由於該制度之下各政黨候選人的得票「不能進行轉移」。

? ? ?? ? ? ? ? km尚? ? ? ? ?

此制度使得小黨、少數族群、及獨立候選人獲得保障。單記

²⁵ 王業立，1996，《我國選舉制度的政治影響》。台北：五南。頁 124。

非讓渡投票在多席次選區產生「低死票率」，使多數民眾有其「代表」在國會中。

?? ?? 指 ? ?? ?

由於選民投票對象是候選人而非政黨，故選民與代議士之間維持直接的聯繫關係，此一關係不僅提供選民與代議士之間有直接溝通意見的機會，另外也提供選民一個協助解決問題的管道，此即是一般所稱的選民服務。

??? 峇槭恰???????

即使極具有比例性與服務選民的優點，此制在台灣仍是弊多餘利。台灣實施單記非讓渡投票制的經驗顯示：複數選區下的提名過程雖然有利於各政黨內部派系的席位分配，但也使得各政黨藉由選舉徵拔政治人才的管道漸為派系所壟斷。在各級區域民意代表選舉中，我們看到國內兩大政黨被提名人中，不屬於任何派系支持者如鳳毛麟角。政黨提名派系化的傾向，與選舉制度這個結構性因素有非常密切的關係，過去實施單記非讓渡投票制的日本，其國內政黨派閥政治的狀況也十分嚴重。²⁶

此種投票制度雖然有利於各政黨內部派系的席位分配，但往往也容易造成競選過程中的黨內競爭可能比黨際競爭更為激烈。候選人不但要面對其他政黨候選人的挑戰，更要防範同黨候選人前來分食票源，甚至「拔樁」。事實上，競選期間，爭取相同票源的往往是同黨的候選人。每位候選人都必須努力做市場區隔，加強釘樁，鞏固死中鐵票，以防止跑票倒戈。另一方面卻又為求自

²⁶ 同註 21，頁 100。

保以順利上榜，總是想挖同志牆腳，犧牲同志以成全自己。²⁷

在單記非讓渡投票制下，除非政黨只提名一位候選人，否則政黨的標籤便不是那麼重要。在一個政黨提名若干候選人的情況下，即使選民認同某個政黨，他們仍然必須在此政黨中進一步再挑選一位候選人，因此在此種選舉制度下，選人的因素是弊重於選黨的因素，這也是台灣選民「政黨認同」的比歷史中偏低的重要因素之一。

在一般情況下，對於大多數的候選人而言，他們如何在同黨諸多候選人中凸顯自己，以爭取選票，便成為選舉過程中極為重要的競選策略。除了派系色彩外，極力凸顯個人色彩或高舉鮮明旗幟，似乎也成為許多候選人鞏固死中鐵票或爭取游離選票的重要手段。根據「中位數選民理論」²⁸，在單一選區下，候選人為求獲勝，會盡量向中間靠攏，以期吸引多數選民的認同，但在複數選區制下，由於候選人所爭取的是「特定少數」而非「多數」的選票，因此他們不會都向中間靠攏。在同一個選區中，形象、政見或意識形態差異極大的候選人，可能會來自於同一政黨的提名；然而一個或許有 90% 絕大多數選民都極度厭惡的候選人，可能因為此選制仍有可能高票當選，而當選後還可能以代表選區「多數民意」自居。

原先不分區立委的設計目的是在於讓政黨能客觀的針對問政品質而設計的，然而派系樁腳的爭鬥、資源分配的利益交換，不分區的名單不再是專業的學者、經濟學家、教育界人士名列之上，反而成為政黨利益酬庸的籌碼，扭曲不分區立委名單的原意，更

²⁷ 同上註。

²⁸ 同註 21，頁 43。

讓問政品質節節下滑。

最後，在單記非讓渡投票制下，對於罷免權的行使也產生了很大困擾。在「多數統治」的原則下，「選舉」與「罷免」應該是相對應的概念：在單一選區制下，一位民意代表是因為該選區中多數選民的支持而當選；當然也要因為同一選區中多數民意的反對方可被罷免。在此制度下，一位民意代表的當選可能只靠著小比例的選票的支持，但卻可能被同選區原本不支持的另一群選民所罷免，此種方式是否符合民主政治中「多數統治」、「代議政治」或是「責任政治」的基本精神都是值得去探討。²⁹

???? 指 ????????

Anthony Downs 在其著名的「中位數選民理論」(The Median Voter Theorem)中指出：在意識形態的光譜上，如果選民知道自己的偏好，也知道候選人的政見與立場，社會上無激烈的分歧傾向，而且選民的偏好是呈現出單峰(Single-Peaked)型態的。那麼，在單一選區兩黨競爭的狀況下，候選人競選的最佳策略便是盡量向中心逼近，以期吸引多數選民的支持與認同。因此在相對多數決制下，兩大黨的候選人為了要爭取多數選民的支持，在政見訴求上自然不會標榜太強烈的意識形態色彩或太偏激的言論，而是以多數選民較關切的事務及公共政策、福利政策等做為選舉時的主要訴求。然而當雙方都盡量向中心靠近時，雙方政見同質或重疊的程度也愈大。³⁰

Downs 指出：兩大黨在相對多數決下的政見訴求會彼此接

²⁹ 同註 21，頁 103。

³⁰ 同註 25，頁 47。

近、彼此吸納、而且政見範圍會日漸寬廣，當雙方都逐漸整合對方的政見後，兩大黨便會愈來愈相像，以追求最多數選民的支持。

31

杜瓦傑法則-「簡單多數一票制有利於兩黨制」(意指採用簡單多數決制的選舉中，將有利於兩黨制的形成)，他提出選舉制度的機械效果(mechanical effect)與心理效果(psychological effect)兩者，其中機械效果係指選舉制度對各政黨在選票與席次之間的轉化情形，一般而言，多數代表制經常有利於較大政黨而不利於較小政黨，小黨在選區失利從而聯合起來對抗某一優勢政黨，最終造成政治力量趨分為二³²；另一方面，心理效果則是由於機械效果偏差使得選民認知到如果再把票投給原本所支持的第三黨，在小黨不易贏得席位的情形下，其選票將形同浪費，因此，除非選民不去投票，否則最終的投票對象將傾向在兩個較大政黨之間作選擇，讓其選票發生作用，此即為選舉制度的心理作用。³³

在單一選區的制度下，這兩種作用更為明顯，由於當選名額只有一名，選民只有一票，因此不管參與競選的候選人票數多寡，只要不是得票最多者，最終也無法獲得席次。對於選民而言，只有一張選票，面對一個競爭席次，選民該如何使其選票發揮到最大功能？倘若最喜歡的候選人無法排進前兩名，在策略性的考量下，選民最後選擇放棄心目中最喜歡的候選人轉向自己次要喜歡或較不討厭的候選人使其有機會獲得席次。³⁴

³¹姚洋、刑予青與賴平耀譯，Anthony Downs 著，2005，《民主的經濟理論》。上海：上海世紀出版集團，頁 122-123。

³²李柏諭，選舉制度對政黨體系之影響：台灣總統、縣市長、立法委員、任務型國大選舉之實例比較，《政治科學論叢》，第 27 期，頁 69。

³³同上註，頁 72。

³⁴同上註，頁 76。

???? 指 ????????

(一) 由於單一選區僅產生一名代表(是為小選區), 候選人的證件及競選較不易走偏鋒, 較注重多數選民之需求而採中道路線。

(二) 在競選時期, 在區域選舉上的當選名額為一, 候選人為求能運用資源最大化, 紛紛依附政黨爭取選民認同, 因此容易形成政黨對決之態勢, 且選民較易培養對政黨之認同, 有助於政黨政治的形成。

(三) 同黨之間互相挖牆腳廝殺的局面已不復見(但在初選階段仍可看見)。

(四) 由於區域部分的選舉採用相對多數決的設計, 候選人的人數不如單記非讓渡制的多, 往往都是兩人對決, 加上選區劃分為小選區, 選民對候選人能有更深的認識。

(五) 由於選區範圍為小選區, 賄選者容易被監督與掌控, 有效防止過去賄選、暴力情形的發生。

???? 指 ????????

(一) 由於選區劃分太小, 民意的基礎是否充足仍是有待考量, 候選人為求選民的認同積極著重在地方選民服務上, 讓中央民代的功能性與一般地方民代里長的功能性相同, 容易造成中央民代侏儒化、地方化的現象。

(二) 選區縮小, 所推出的候選人幾乎呈現實力相當的局面, 因此當選者與落敗者的票數相差不多, 造成當選者可能會有將近半數的選民持反對的立場, 也由於競爭激烈, 難免會有買票的情形出現。

(三) 根據杜瓦傑法則-單一選區容易造成兩黨制的出現。因此對

於較無組織性的政黨或小黨不利，對於行政資源充足、組織結構完整、經費充裕的大黨較有利掌握情勢。

（四）未被黨內所提名者、或在黨內初選落敗者可能採取脫黨競選，黨紀無法制裁約束。或者在初選階段被要求搓圓仔湯，選舉風氣仍未改善。

（五）不同政黨的候選人由於沒有同黨同志的挖角拔樁，敵手皆是不同政黨的參選人，因此容易形成選戰白熱化，對於對手的一舉一動皆謹慎應對，負面攻擊更是比比皆是，選舉恩怨難以避免。

35

?? 乏 ??? 指咻?? 帙?

台灣過去各級區域民意代表選舉所採用的複數選區單記非讓渡投票制乃是源自於日本。欲瞭解此制度的理由與演進過程，首先必須探討日本使用複數選區單記非讓渡投票制的歷史背景。日本自 1889 年明治憲法公佈之後國會便採行兩院制，其中眾議院是由人民直選而出。1889 年的選舉法將全國分為 214 個單一選區以及 43 個兩人選區。在兩人選區中投票則採全額連記法，即應選名額為兩名，每位選民則可以投兩票，以票多前兩名為當選者。1900 年，單記非讓渡投票制首度被採行，係屬於大選區制。從此以後日本的選舉便一直採用單記法。1919 年，日本的選舉制度又改成又改成 295 個單一選區、68 個兩人選區以及 11 個三人選區。從 1925 年以後，日本改採中選區制，絕大多數選區的應選名額皆為 3~5 人，自此便持續採用中選區單記非讓渡投票制直到 1994 年。

台灣自 1895 年甲午戰爭割讓予日本後，受到日本的殖民統

³⁵ 莊勝榮，1996，單一選區與兩票制的探討，《國家政策雙週刊》，第 141 期，頁 8。

治。1935年4月，日本殖民政府修改台灣地方制度，公佈新的「台灣州制」、「台灣市制」、「台灣街庄制」，開始實施所謂的地方自治。根據這些法令，台灣的州、市、街庄為法人團體，享有部分的自治權，並得設置作為意見機關之州會、市會以及街庄協議會，這些意見機關組成份子半數是由選舉產生。在這種新制度之下，1935年11月22日所舉行的市會議員及街庄協議會員選舉，為台灣史上第一次的自治團體選舉，而此次的選舉便是採用大選區（各選區應選名額大多數皆在五名以上）單記非讓渡投票制。³⁶

光復後，中華民國憲法於民國36年正式實施後，依照憲法的相關規定，我國於民國36年、37年在全國各地區所選區的第一屆中央民意代表，也是採用單記非讓渡投票制。台灣光復後，除了間接選舉外（如民國35年第一屆縣參議員選舉、省參議員選舉；民國40年臨時省議會第一屆議員選舉），台灣各級民意代表選舉也是依循往例採行單記非讓渡投票制。從民國80年的第二屆國大選舉以後，雖然在中央民意代表選舉部份，廢除了職業代表而改以政黨名單比例代表制產生全國不分區代表及僑選代表，但在區域選舉部分，仍然依照過去採行單記非讓渡投票制。至始之後，國會出現許多亂象與問題，而最為人所詬病的就是選舉風氣的敗壞，而追根究底發現問題所在就是選舉制度。當時對於制度改革的呼聲不斷，直到民國85年召開國家發展會議，政黨之間才達成共識-中央民意代表選舉制度採單一選區制與比例代表制兩者混合的兩票制。³⁷

1998年7月國會大會第四階段修憲，進一步協商將單一選區兩票制列入未來修憲的主要議題之一；2002年政府改造委員會國

³⁶同註21，頁100-103。

³⁷同註25，頁23。

會改革結論除了建議採用單一選區兩票制外，並將立法委員總額減為 158 席。但是選區劃分影響政治生態、選舉結果、政黨紀律、政黨合作與聯盟、政治人物利益重組等因素，具有高度的政治爭議性，故近十年來對這項龐大複雜且困難度極高的政治工程，均未有成果。2005 年 8 月 26 日立法院公告憲法增修條文修正案，經任務型國民大會代表表決通過，並由總統於同年 6 月 10 日公佈生效，其增修條文第四條將現行立法委員選舉方式由「複數選區單記非讓渡投票制」修正為「單一選區」與「政黨比例」的兩票制，並將立法委員席次從現行的 225 席減半為 113 席，並於第七屆立法委員選舉開始生效。

由理論的說明我們可清楚區分兩個制度下所產生的政治文化與競選方式的差異性，單記非讓渡制的當選門檻設計與複數選區的應選名額大於一使得政黨與候選人可運用個人、黨派色彩獲得席次，然而當選舉制度改變，由單記非讓渡制改變為單一選區兩票制，在新制度下所產生的行銷方式必定與過去使用的策略迥異，下一章將針對兩個制度下所產生的策略進行分析。

?? ? 指咄?? ? 鑿故?? ? ? 憤

由上一章可清楚區分複數選區與單一選區兩者制度上的差別，並且以行銷的觀點為基礎發展的選舉行銷為競選策略，然而兩者的差別是否如理論所述？本章主要是探討理論之下衍生的行銷策略手法，第一節討論複數選區單記非讓渡下出現的行銷策略；第二節則對於單一選區兩票制下的行銷模式做探討；第三節則針對兩者的模式比較差異性。

?? 乏?? ? 指 ? 峇槭恰?? ? 鑿故?? ?

在本節中所要探討的是在複數選區下單記非讓渡制下的台灣社會文化以及在這文化之下的選舉策略取向為何？其實在相同的選舉制度下會因時空環境的因素、當下社會所關注的焦點以及特殊議題的發生使得候選人不得不因應時下重新去修正選舉主軸。在此處所歸納出的策略取向是以一種就單記非讓渡制施行以來的概述，而並非針對第六屆選舉所歸納的行銷策略總和。

???? ? 指 ? 峇槭恰???? ? ? ?

在複數選區之下不論應選名額多少，候選人得到相對多數選票（當選最低門檻）即可當選，參選人數必定會遠遠超過於當選人數，選民也僅能投一票，而候選人本身所得的選票是不得轉移讓渡到其他候選人身上，以上為此制度的特點。

即使延用日本統治時代的選舉制度，台灣在傳統政治運作上，不可避免仍會有中華政治文化的傳統思想，對於宗法社會的結構、全體利益的看重，在個人與國家的相較之下，應以全體國家的利益為優先考量，相對於西方國家的個人本位主義大不相

同。然而在選舉中的表現，就是以姓氏、宗族甚至省籍種族為區隔標準的集體性投票站主流，即使投票方式為不記名投票，常在集體意志的壓抑下個人的獨立思想則是無法自由展現。在這樣的情形下，地方性的派系便能深入選舉緊緊操控選情，而黑金政治之所以能大行其道，根本原因源自於這種宗法社會結構下所產生的集體票源，「樁腳」往往便是那個能掌握集體票源的人。

雖以社會結構隨著經濟發展與社會環境的日新月異而開始出現了變動、家庭單位不再是以大家庭為主、父系社會之下女性也開始獨立自主有自己的想法及在選舉上能有自己的投票意志行為，但在鄉村中，集體性的投票行為仍是處處可見，即使地方派系的勢力在總體性而言有趨減的現象，但家族化的競選仍是台灣的一大特色，一門之中可見父子、夫妻、或是祖孫皆為民意代表的皆有例可循。

?? 鑿斂????

立委選舉採取複數選區制度，制度設計的特性造成別於一般縣市長選取，縣市長選舉的制度屬於單一選區相對多數決制。在複數選區之下，立委候選人即使在大選區之下，即使無法掌握大選區內的多數選民也無妨，制度的規劃乃是為了其代表性，因此候選人只要好好鎖定自己所歸屬的族群、緊顧自己的票倉，跨越了 5% 的當選門檻即可。這樣的特性使複數選區有以下策略取向：

??????

選民的投票行為以商業行銷的角度來看就等同於消費者的購買行為。在商業行銷中，企業必須創造能滿足消費者，並使消費者心甘情願重複購買的商品才是長久的方法。選舉亦然，立委想

要獲得選民的支持認同尋求連任，「問政成績」則是方法之一，企圖以具體的成績單向選民邀功，而只要有事實根據，大多數的選民都會肯定認同投下選票以表支持。

然而在立法院中，我國立法院乃是三審三讀³⁸制，縱使立委對某一法案專精或有獨特立論，在委員會上表現出見解卓越、政策辯論時頭頭是道，但是只要表決未過，則一切都是枉然，一名立委對於法案的影響力充其量不過是兩百五十六分之一。

因此立委把焦點集中在揭發弊案的能力上，揭發弊案是官員們最害怕的事情，由於電視媒體的影響力太大，倘若立委善於「作秀」並與媒體關係良好便佔有極大的優勢。在媒體的曝光率增加後，造成選民心中所謂的表現好假象，讓選民以為該立委十分有作為留下好印象。

???? 鑿啟

在商業行銷策略中，有一策略為「商品定位」。所謂商品定位，是指目標市場中的消費者以產品的重要屬性，將產品加以界定的方式，也就是在消費者心中，產品相較於其他競爭產品下所出現的喜好順序、印象與感覺。³⁹企業必須瞭解消費者對於產品的印象為何，並創造出有效的行銷策略以達最大獲利目標。因此產品的定位主要目的就是為了協助完成市場區隔。回到選舉訴求，在複數選區的制度設計下，參選人數遠遠多於當選人數好幾倍，在如此眾多的候選人中如何凸顯自己的形象，讓選民能輕易記住，形

³⁸第一讀會朗讀法案標題後，及交付有關委員會審查。第二讀會應將法制定案逐條朗讀提付討論。第三讀會原則上僅讀做文字更正，即告完成立法程序。

³⁹ 榮泰生，2005，《行銷學》。台北：五南，頁 7。

成一種鮮明強烈的對比，就必須靠定位。⁴⁰任何候選人在進行選舉活動時，所要面臨的課題不外乎是三個；分析政情、因應策略、以及選舉（行銷）活動。候選人的首要之務就是必須去分析自己所要面對的情況。不論是內在、外在的因素。所謂內在因素，即是指候選人本身以及組織的本質。在參選之前，候選人必須決定自己的目標以及評估自己所擁有的資源-個人及助選團的優勢與弱點。而外在因素，則是所面對的競爭者、選區選民、以及其他所有可能影響選情的因素。因此，在決定策略之前，必須對內在、外在因素有全盤的深入了解。

根據 DSP 模式：由商品差異性(D : Difftrntial)、市場區隔(S : Segmentation)的互動結果，以作為候選人定位(P : Positioning)的基準。(參見圖 3-1)

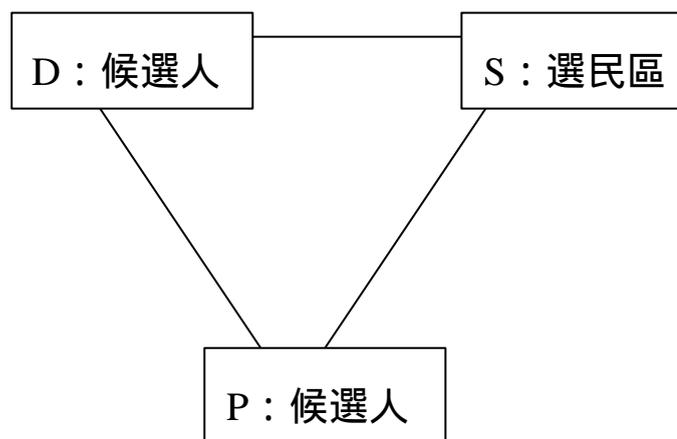


圖 3-1：DSP 模式

資料來源：鄭自隆，1992，《競選文宣策略：廣告、傳播與政治行銷》。

台北：遠流，頁 22。

在商業行銷中，產品會因功能屬性的不同產生效用差異化，也會因為產品所傳遞的感覺不同產生形象差異化，還會因為產品

⁴⁰鄭自隆，1992，《競選文宣策略：廣告、傳播與政治行銷》。台北：遠流，頁 17

代表不同的生活型態差異化，更因象徵產品的符號而有差異的現象出現。簡而言之，產品有特點則會帶來賣點。

由於複數選區制度設計下，候選人根據 $(V/N+1)+1$ 張以上的「安全票數」(此處 V 指選區中的有效選票數)，即至少可獲得一席，大約是 5% 的選票數則可保證當選。如何讓選民能發覺自己並能在眾多候選人中找出差異性突顯自己的特別，因此候選人開始紛紛找尋自己的定位。如以弱勢的殘障代言、清新的形象以及博士的高學歷的參選人徐中雄，參選在派系超越政黨影響力、紅黑兩派盤據政壇的台中縣政壇，以獨特的清流形象出現，讓痛恨派系包辦選舉、金錢操控的選民紛紛支持他。

???? 徑?

行銷戰略中，將多樣產品依其廣度、深度、縱向、橫向，做異中求同、同中求異的最佳組合，以求得最高的銷售量或最大的獲利率。此為產品組合策略。把此概念運用在選戰中，就是組織連線。亦不同的選區、同黨的候選人基於同樣的理念、特質與意識形態訴求，而在文宣上採取同氣相求的聯合作戰，讓彼此的資源、人力亦可以互相支援以達到目的。在民進黨選戰歷程中，以正義連線與台灣福利國連線最為人所知，正義連線號稱「正義、認真、專業」以高品質的問政，強有力的監督為主要訴求；台灣福利國則是主張「以辦軍公教福利的精神，建立台灣福利國」。此兩條連線能以成功之因，最主要還是由於「明星」的魅力與號召力具有關鍵性的因素。⁴¹

?? 捷? 指

⁴¹ 張永誠，1993，《非營利行銷：選戰實務篇》。台北：遠流。頁 146

在行銷學中討論消費者的購買行為，以理性購買與衝動購買為主，而又有探討讓消費者「主動購買」與「感動購買」的努力。把行銷的概念套用在選舉中，選民的投票行為等同於消費者的購買行為。因此，產品需要企業的售後服務，選民亦然。政治人物必須經營選區以求能連選連任。立委在任期中多半會在選區內成立服務處或後援會之類的組織，解決選民在平日發生的各種疑難雜症。不過選民服務在台灣政治文化中，由於選民的社會背景迥異，服務的範圍與項目往往是五花八門、七橫八豎，服務的事情包括合法、非法的，國家的民意代表立法委員卻得向里長般打點選區內各種大事小事。對於選民而言，除了問政能力或媒體曝光率之外，選民服務是最能直接讓選民感受到立委對於選民的表現。

??????

在行銷的各種策略中，有一種方法對於消費者的購買力是最有效但卻是企業最不喜歡使用的，就是「削價求售」。削價求售不管是打折還是拍賣，都是促銷方法中最簡單卻也是最快速直接的推銷術，由於這是一種廠商間對於價格的割喉戰，非到緊要關頭決不輕易採用。往往一家廠商開始掀起降價打折風，其他廠商必定是立即跟進，倘若不跟進就只能眼看消費者購買對手產品喪失商機。然而這樣的長年累月下來，便形成週而復始的惡性競爭。

套用在實際選務中可發現在投票日前幾天，往往會有候選人發出「告急」的文宣，並以「哀兵」的姿態大叫危險企圖爭取選民的同情心讓自己免於敗選。選舉實為最現實最殘酷的遊戲，當選與敗選的差別太大，候選人深知此為一零合遊戲，未避免成為開票後高票落選的失敗者，因此在規劃文宣時，即使是呼聲最高、民調排名前幾名的候選人仍都需有告急文宣。

?? 乏?? 指 ??? 斃故??

在此節將討論單一選區的理論之下策略應為何？由於此次維新制度施行的第一次，因此在第二部份的行銷策略取向歸納為本文依理論所假設而成，假設的驗證部份將於第四章進去內容分析比較。而原先應與複數選區之下呼應討論單一選區之下的社會樣態，然而此制剛施行未久，本文以為制度剛更替，社會仍是會有過去制度所留下的相似樣態，若要討論在單一選區下的台灣社會仍是需要長時間觀察之下才能得出，因此在此處就不探討制度之下的社會文化部份。

?????? 斃故????

??????

適當運用黨籍標籤主要是為了迎合選民政黨認同的心理，美國的選舉研究發現，影響選民投票的變數有三項：候選人取向、政見取向與政黨認同。在以往的立委選舉中，由於政黨在同一個選區中推出的候選人往往超過於一個，候選人若要以政黨作為定位的區隔相較之下有困難，就算當選之後也認為當選乃是自身的努力而非政黨的提昇，對於政黨的規範往往僅止於表面上的遵守。競選廣告中的黨籍標籤，一方面有政黨標示作用，和廣告學裡商標的作用有異曲同工的功能，另一方面則顯示了候選人的黨性與政黨經歷，因此適當的使用政黨標籤是有助於爭取選民的認同。此次立委選舉由於制度的更改，各政黨在選區中只會提出一個候選人作為角逐選區的競爭者，候選人不僅代表自己出選也代表著政黨出征，選民藉由認同政黨進而投給在選區所認同的政黨推出的唯一候選人，因此候選人們紛紛會自稱自己為該黨的正統候選人，避免同質性的參選人瓜分票源。而同性質的政黨也會互

相合作以達最大的勝利，選民會因為一選區只能當選一人而有策略性投票行為出現，這時候同質性的政黨會尋求合作提出共同候選人讓票源集中不至於分散票源讓對手得勝。

?? ? 標?? ? ? ? ? ? ?

由於單一選區的理論設計，使得政黨在考量候選人定位下必定是全力推出一名候選人並大力輔選。在這樣的情況下區域性的選舉大多為一對一的決選，而更有昇華為政黨對決的境界。如此一來，攻擊的目標明確，加以利用負面文宣而讓選民對於對手感到失望而轉投向自己，在這樣的情形下，負面文宣的比例將大幅成長，且當候選人皆將選民取向鎖定為大多數選民為主流，其所推出的政策建設將大同小異，於是想要凸顯自己的特點便是利用對方的缺點來彰顯自己。

?? ? 指?? ? 尚?? ? ? 濫帙

過去制度的設計下，候選人採取小範圍式的精耕選區，立委就像是小型的里長村長，包辦婚喪喜慶、開工動土、選民合法或非法的訴求解決皆都是立委選民服務的事項。然後在選區劃分由大變小，立委席次的減半，反而是當選的立委所要服務的選民大幅增加，訴求對象的範圍擴大，然而服務的立委卻只有一個，立委一方面擔任國會議事問政、一方面得當選民的保母張羅所有事情，因此對於服務的回應性較過去而言必是相對得來低。

?? 乏 ??? ? ? ? ? ? ? ? 憤

由於單一選區制的制度設計使得每一個選區只選出一席立法委員，加上從席次大幅減少，政黨代表部分直接由選民投票選擇政黨，使選舉的意識型態有趨中的趨勢；原本的選制複數選區單記非讓渡投票制設計容許候選人只要得到選區相當數量的選票即可贏得席次，使得政黨或候選人政見立場傾向於注重較偏頗狹隘的訴求。但是在單一選區下，任何政黨或候選人如果想要贏得席次，其政見訴求自然必須以選區多數人的意見為主要考量，無法只依賴選區少數人的支持以獲得當選，因此其政見訴求及競爭形態將轉為一種「趨中」型態，以政治光譜來說，便是往中間靠攏。

在舊制之下，候選人無需討好所有或半數以上的選民，只要得到選區過門檻的票數 5%-10% 即可當選；而在新制下，選區內若是只有兩人競選，則必須得到 50%+1 的選票才能保證當選，或是三人競爭時得獲得 33%+1 的選票才能保證當選。這樣的制度改變使得候選人的政見訴求無法侷限於少數人的支持，必須獲得大多數選民的支持才能確保自己的當選，於是過去的偏激化漸漸拋除，趨中成為必要的選戰策略。⁴²

兩黨制代表著多數決民主模型，而多黨制則代表著共識決民主模型。過去文獻上對於黨制度的探討，兩黨制變為多數人所贊同並獲得有利的評價。Lijphart 提到在兩黨制中，選民可在不同政黨所提出的兩組可替代性公共政策裡做清楚的選擇。而兩政黨都具有「中間性」(moderating)的影響力，因為兩個主要的政黨必須爭取在政治光譜中間地帶搖擺不定的選民，因此必須提出較溫和中間性的政策。當大多數選民都是位於政治光譜中央時，此依機

⁴² 同註 9。

制將顯得更明顯。但政黨若採取較為中間溫和的黨綱，則會損失這些位於光譜兩端之選民的支持這類選民可能寧願放棄投票也不願投票給這些奉行溫和黨綱的政黨。不過，這種持中間性黨綱的政黨，從其他抱持偏激黨綱政黨所吸收過來的中間選民選票，卻是遠遠超過於極端選民票數高達兩倍之多。⁴³

在複數選區單記非讓渡投票制下，競選過程中的黨內競爭也可能比黨際競爭更為激烈，候選人不但要面對其他政黨候選人的挑戰，更要防範同黨候選人前來分食票源甚至「拔樁」。事實上在競選期間，爭取相同票源的往往是同黨的同為候選人同志，因此每位候選人都必須努力作市場區隔，區分與其他候選人的定位，一方面鞏固自己的死忠鐵票，以防止跑票。另一方面卻又為求自保順利當選，總是想挖同黨候選人的票源，犧牲同志以成全自己的安全當選。此制對於地方派系形成與強化有推波助瀾的效果，一個選區當選席次超過於一本來就有助於派系的分配，同一政黨所提出的諸多候選人為爭取選票，凸顯派系色彩即成為許多候選人競選的必要手段。由於政黨並非只提名一位候選人，同黨候選人之間的競爭激烈，造成政黨的標籤不是那麼重要，對於選民而言，即使認同該政黨，也仍然必須在該政黨中挑選一位候選人，故政黨對於候選人的輔佐與規範相對之下便不那麼具有份量。

因此對於大多數候選人而言，如何在同黨的諸多候選人中凸顯自己以爭取選票，便成為選舉過程中極為重要的競選策略。除了派系色彩之外，極力凸顯個人色彩或高舉鮮明旗幟，似乎也成為許多候選人鞏固死忠鐵票或爭取游離選票的重要手段。在複數選區下，候選人只需爭取 $(V/N+1)+1$ 張選票即保證當選，他們不必也不需奢望能獲得選區中「多數」選民的支持。對候選人來說，

⁴³ 高德源譯，李帕特著，2001，《民主類型：三十六個現代民主國家的政府類型與表現》。台北：桂冠，頁 72。

所要努力爭取的，往往只需要足以讓自己當選的一小部份比例特殊選民的死忠支持即可。因此，走偏鋒、甚至買票賄選、暴力威脅便成為單記非讓渡投票制下常見的競選手段。⁴⁴

而單一名額選區候選人的競選型態，就是贏者全拿 (winner-take-all)，屬「零合賽局」，絕大部分選區皆趨向於兩位主要候選人競爭，少數選區有多人角逐。立委單一名額選區候選人票，屬於個人化的投票，由選民直接選擇個別的候選人，在此所強調的是選民與候選人之間的個人關係。這是一種候選人取向、關係取向的選舉，著重於候選人與選民的人際關係。過去舊制多名額選區，部分形象牌的候選人可以藉由媒體文宣，爭取散佈在大選區以候選人取向、政見取向的選民支持而當選。選制改為單一名額選區後，對票源集中的地方型立委有利，對票源分散的形象牌立委不利，在候選人的選區經營策略上，必然會走向類似縣轄市長選舉的競選型態-精耕選區。⁴⁵

由上述可得知，在單記非讓渡投票制之下，由於制度上的設計（當選席次大於一、當選門檻只需 5%~10%）使候選人此制之下所採用的競選手法會有一些特色出現，在候選人形象部份，文宣會刻意去針對意識形態做區隔，強調鮮明的色彩或是鎖定統獨議題打轉讓部份位於政治光譜較兩端的選民去認同支持；而在政策議題上，制度上的設計是為了讓社會各階層都有其民意代表發聲以爭取權益，因此政見居多都是以自己的票源為主要訴求，也由於只要過當選門檻的票源就可當選，賄選買票風氣瀰漫，威脅暴力也成為一種策略手段。

⁴⁴ 王業立，1999，立委選舉制度改革之探討，《理論與政策》，第 13 期，頁 148-149。

⁴⁵ 謝相慶，2007，我國第 7 屆立法委員新選舉制度及其可能效應，「中國政治學會年會暨制度治理與秩序」學術研討會，義守大學主辦，高雄，頁 15。

選舉是短時間決勝負的零合遊戲，候選人不是當選就是落選，如何運用文宣策略，在短時間思考、決策並且凝聚力量以求取選戰的勝利，這便考驗候選人與其行銷手法。候選人的行銷手法本文以為皆以這三個大方向為主軸：

一、候選人形象-

候選人會針對自己的定位、針對自己與眾不同的地方做出推銷的動作，使選民很輕而易舉的就能對候選人產生印象。所謂候選人形象並非如同一般選民所誤解的僅有髮型、打扮、服裝等外在包裝，而是廣泛的包含年齡、儀表、談吐舉止、工作成就等特性，換句話說，「形象」即是候選人給予選民的整體觀感。⁴⁶

二、政見訴求-

候選人以提出政治抱負、政治理想及政治保證的方式來獲取選民支持，候選人的政見發表可以五花八門，須針對當時社會環境、時空背景、個人能力及可行性來提出政見，但以滿足選民需求為最大考量。

三、負面文宣-

針對對手的缺失、家庭背景、道德感提出攻擊，藉由負面消息的傳遞為主軸，利用對手的缺點來凸顯自身的優點建立優勢，進而讓選民把選票集中在自己身上。

在制度的改變下差異最大的便會是上述第二項政見素求的內容，也就是候選人所端出的牛肉。過去的競選政見往往針對少數選民或候選人的死忠鐵票，然而在制度的改變下本文以為候選人

⁴⁶ 張端美，2003，政治人物之行銷-以澎湖縣立法委員林炳坤 90 年底第五屆立委選舉為例，碩士論文，國立中山大學高階經營碩士班，頁 34。

在競選政見上會做出許多的修正：

- 一、偏鋒的候選人為求取勝選紛紛趨中其意識形態以期獲得多數中間選民的認同。
- 二、相似意識形態的政黨也會尋求互相合作妥協以減少同質性的候選人瓜分彼此的票源，更能團結票數達到勝利。
- 三、為讓選民直接性地感受服務能力，候選人的政見議題漸漸限縮在地方性議題上以讓選民立即性地受惠，以獲取票數。
- 四、選區的範圍由大變小，對於當選人而言，精耕制的範圍卻是由小擴大，選區經營模式漸漸走向大範圍的精緻化。
- 五、過去以個人為本位不靠政黨的競選方式已漸漸消失，地方派系的勢力漸微，取而代之的是政黨的實力，政黨的支持將會影響著選舉的結果。

回歸理性選擇理論：「當面對許多行動路徑時，人通常會依照其所認為最能產生總體最佳結果的方式來行事」。⁴⁷由複數選區單記非讓渡投票制改變為單一選區兩票制並立制，候選人面對全新的選舉方式必然會改變過去的作戰手法。

由上述的歸納與研究過程中，制度的改變確實造成候選人在競選策略上的變化：在選區經營上，過去制度下候選人只針對部分選民的訴求在這次選舉中已不復見，取而代之的是候選人對於選區選民全方面的經營；過去候選人對於少數選民採取選區精緻化的經營策略，如今候選人得將精緻化的範圍擴大到整個選區上。而在政策訴求上，舊制之下的候選人容易以走偏鋒獲得忠實票源，如今候選人因應制度設計下得贏得過半數的選票，所推出的政見取向不再以政治光譜兩端的選民為主，而是以趨中為主要重

⁴⁷陳義彥、陳景堯、林妤虹、吳宜璇、何景榮與任雲楠譯，David Marsh、Gerry Stoker主編，2007，《政治學方法論與途徑》。台北：韋伯，頁75。

心。在個人形象上，過去大選區下參選的名額多於一，各個候選人必須更積極地向選民介紹自己、推銷自己，讓選民留下深刻印象，如今在單一選區下，參選人大多是兩人對決，候選人也多是與選區有地緣關係，因此在個人形象上，介紹推銷自己的部份不再加重著墨。

就理論而言，制度的改變確實會造成候選人在競選策略上有相對的改變，定位候選人的角色、選區經營與選民服務更是此次立委選舉中候選人所要修正的重心。總結來說，制度的改變讓候選人的策略改變主要反映在以下：一、選區經營方式的變動；二、政見訴求的改變；三、負面攻擊文宣的對立性。此為我國立委選制改變第一次的施行，在實際層面上，候選人在策略上是否真正順應制度而與過去的競選方式有所區別呢？在第四章本文蒐集廣泛常見的平面文宣，進行內容分析比較，再與兩制度做連結，驗證競選策略是否在實務面上進行修正改變。

?? ? 捷? 傲? ? ??

前面兩章皆是針對制度理論的分析比較，此章將著重在資料的分析歸類，並將分析結果回歸到理論層面作結合，試圖從文宣資料中找出候選人競選策略的變化。

?? 乏?? 彖? 土? 咖??

???? 土?

本文以台中縣、台中市與彰化縣候選人競選文宣做為資料分析來源乃是因藍綠陣營皆提出「決戰中台灣」⁴⁸的口號。主要是以候選人競選總部為主要蒐集來源，花費三個月（96.11~97.1）的時間完成。在競選文宣上，文宣的總類有很多：平面文宣、大型看板、宣傳車、地方新聞的廣告、電視廣告、廣播..等。本文以大量發行蒐集容易的平面文宣內容為主要探討的重心。平面文宣則包含夾報廣告、宣傳冊、選舉書、小名片等，不涉及有影音部份的如光碟、跑馬燈。在蒐集的過程中，拜訪候選人競選服務處可發現由於制度改變下候選人隨之應變，競選服務處的氣氛原先就處於備戰狀態，更因為第一次的制度施行下顯得小心翼翼，候選人仔細觀察發出文宣後對手的反應以製作下一個對策，以至於部分文宣沒辦法立即性的掌握，只能到選後才全部蒐集完成。

任何候選人在進行選舉活動時，所要面臨的課題不外乎是三

⁴⁸位在中台灣核心地帶的台中、彰化與南投四縣市，成為兵家必爭之地；而依照選民結構來分析，2004年總統大選，雖然藍綠陣營差距不大，民進黨幾乎獲得全勝，但是在兩年前的縣市長選舉，民進黨受到中央與第一家庭貪瀆弊案連連所拖累，幾乎都以懸殊差距敗給藍營候選人，連原本綠營執政的彰化與南投縣都變藍天，再度呈現藍大於綠的結構；因為藍綠各有勝負，在立委選戰進入最後決戰期，藍綠陣營會喊出決戰中台灣的口號。

個；分析政情、因應策略、以及選舉（行銷）活動。候選人的首要之務就是必須去分析自己所要面對的情況。不論是內在、外在的因素。所謂內在因素，即是指候選人本身以及組織的本質。在參選之前，候選人必須決定自己的目標以及評估自己所擁有的資源-個人及助選團的優勢與弱點。而外在因素，則是所面對的競爭者、選區選民、以及其他所有可能影響選情的因素。因此，在決定策略之前，必須對內在、外在因素有全盤的深入了解。

選民在決定支持哪位候選人時，通常會以本身對候選人的了解，以及候選人所代表的形象來做判斷。所以候選人得非常重視自己在選民心中的形象，而為了順利當選，必須把自己假設成某種新產品，以全體的需求與期待為目標，以及所處的競爭狀況來塑造形象。塑造政治形象的關鍵在於候選人概念(candidate concept)。所謂候選人概念就是候選人用來促使選民支持自己的獨特推銷概念，候選人可以選擇特定的概念以表達個人的領導模式、意識型態、或個人所屬的黨派等等。⁴⁹通常候選人概念不會只有一個口號而已，它所反應的是候選人對於選民為何應支持自己的一種思考方式，此對於候選人所採的訴求主題、所加入的政黨，以及所吸引的選民團體有一種定位的作用。

競選文宣，是一種通俗的說法，嚴格定義來說應該稱作「競選傳播」(election-campaign communication)。何謂傳播？1948年美國政治學家拉斯威爾(Harold D. Lasswell)曾對於傳播下了定義，他說傳播就是----

某人(Who)說了些什麼(Says What)藉由某個管道(In Which

⁴⁹同註 37，頁 17-18。

Channel)傳遞給某人(To Whom)而帶來了某些效果(With What Effect)。

這則定義指出傳播過程中有五個重要因素：Who (傳播者)，What (訊息)，Channel (媒介)，Whom (受播者)，Effect (影響效果)。定義中把傳播視為是線性而且是單向的過程，很適合解釋政治傳播、競選文宣。在此把這定義模式化，便形成以下模式，而本文在第二節僅針對前兩部分-傳播者與訊息加以討論分析。

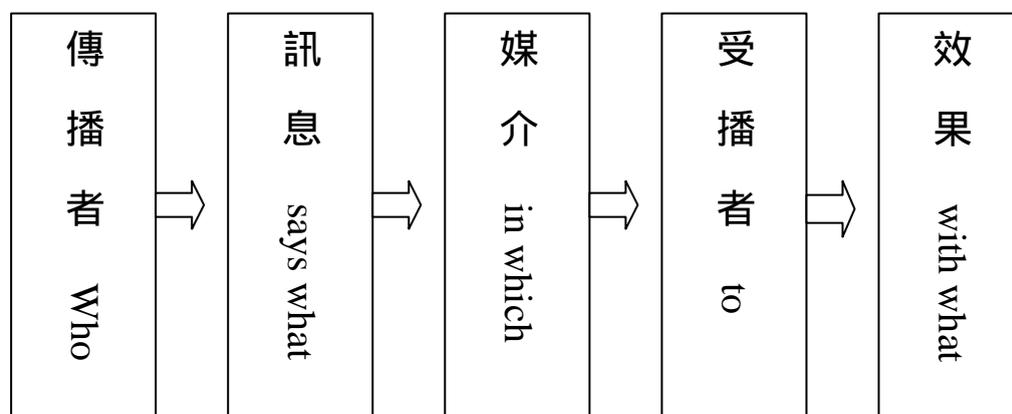


圖 4-1：Lasswell 的傳播模式與競選文宣

資料來源：轉引自鄭自隆，1992，《競選文宣策略：廣告、傳播與政治行銷》。

台北：遠流，頁 4。

????????

對於蒐集候選人的平面文宣，本文對於文宣所採用的初步分類方式是以參選人數的多寡作為首要的區隔。由於單一選區的設計下，各政黨對於區域選區的候選人指派只會大力輔選一位，因此在以勝選作為唯一考量之下，大多區域選舉為兩人參選，由表 4-1 的中彰區域立委候選人名單中可看出各選區的參選人數。

表 4-1：台中縣、台中市與彰化縣參選候選人名單

	民進黨	國民黨	台聯黨	親民黨	無黨聯盟	無黨籍	其他政黨
臺中縣							
第 1 選舉區	蔡其昌	劉銓忠					
第 2 選舉區	劉瑞龍				顏清標	李順涼	
第 3 選舉區	簡肇棟	江連福					
第 4 選舉區		徐中雄	高基讚				
第 5 選舉區	郭俊銘	楊瓊瓔					
彰化縣							
第 1 選舉區	柯金德	陳秀卿				陳進丁	
第 2 選舉區	邱創進	林滄敏	林招澎				
第 3 選舉區	林重謨	鄭汝芬				楊宗哲	
第 4 選舉區	江昭儀	蕭景田				謝章捷、 陳朝容	
臺中市							
第 1 選舉區	蔡明憲	蔡錦隆					
第 2 選舉區	謝明源	盧秀燕		沈智慧			楊宗澧(第 三社會黨)
第 3 選舉區	何敏豪	黃義交				賀姿華	林振東(民 主自由黨) 、王名江 (大道慈 悲濟世黨)

資料來源：作者整理。

以參選人數作為主要區隔之後，分為兩人決選與多人角逐競爭。在兩人決選中，本文發展出雙方實力相當、雙方實力懸殊差異與轉換選區的三個方向：在雙方對決之下，必定是有實力的差

異存在，由於參選的立委大多是連任立委或是曾任地方民意代表，因此由中央選舉委員會網站的選舉資料庫可得知在曾參選第六屆立委的第七屆候選人的得票比例，藉此去評斷出候選人的實力差距；而在這次選舉中，一些立委礙於原先選區中有更強勁的對手角逐而可能無法順利當選之下，決定轉戰到其他區域選區，也就是所謂的空降部隊，在中彰縣市中，則可發現有幾位候選人則是有這類的情況出現。

在多人參選的選區中，以過去一區域選區中多名候選人角逐參選的情況，由於當選名額多於一，政黨與地方勢力皆介入候選人的產出。對於候選人而言，由於政黨不僅是推出一名候選人，因此政黨的旗幟作用相較於地方派系勢力之下，略遜一籌。而在單一選區的制度設計下，對於候選人而言，政黨的標籤作用十分佔有優勢，選民藉由認同政黨而投給候選人，政黨的力量較於過去則是更能彰顯。反觀派系勢力，無法單一與政黨抗衡，則是得在利益得失之間做出取捨：與政黨對抗？或與政黨合作？因此本文在此分類中發展出兩個方向：政黨的力量展現、地方勢力與政黨的合作與否。

而在文宣的內容分析上，本文主要是以四項標準作為評斷歸納的基準，分別為：候選人形象文宣、政策訴求、負面文宣以及政黨文宣。何以判斷為四項標準？

?? ? 指?????

對於候選人而言，最重要的莫過於讓選民對自己有著深刻良好印象，能讓選民把選票投給自己。簡單舉例說明：以台中縣第一選區國民黨籍劉銓忠為說明。在圖 4-2 中，可看出這張文宣的訴

求：台灣水牛，一步一腳印-腳踏實地，刻苦耐勞。劉銓忠暗喻自己為台灣水牛，有著默默耕耘不怕吃苦的精神，希望能以此精神來為選民服務。在此文宣中未涉及攻擊意味也未有政策取向，因此歸納為候選人形象文宣。而在文宣中表達過去自己的政績也歸納於個人形象之中。



圖 4-2：劉銓忠個人形象文宣

資料來源：劉銓忠競選總部辦公室。

?? ? ? ? ?

台灣的選民素質漸漸提昇，候選人無法只藉由形象文宣滿足選民對於候選人的疑問：是否足以擔任選區的民意代表？因此候選人必須提出政策訴求，提出政策議題以獲得選民的認同。舉例來說，就是在文宣中可看出候選人所提出的願景、對於選區的未來經營等議題。以彰化縣第三選區民進黨籍候選人林重謨為說

明,由圖 4-3 可看出林重謨在文宣中強調對於選區內的各項經濟建設、交通設施的規劃,企圖讓選民能感受到當選之後必定是全力用心經營地方,而在文宣中,只看得出許多的政策議題,因此將此文宣分類在政策訴求上。



圖 4-3：林重謨的政策議題文宣

資料來源：林重謨競選總部辦公室。

?? ? 標??

如同之前曾提到,當候選人在政策上愈來愈相似,個人意識形態漸趨於政治光譜中間區塊時,唯一可以明顯快速區分出候選人的就是在負面文宣上的攻擊。負面文宣的使用是一種集中票源的手段,挖掘對手過去的種種不良行為,藉此凸顯自身優點,因此吸引集中選票。以台中市第參選區民進黨籍候選人謝明源為說明,由圖 4-3 中可發現此文宣既沒有出現候選人的個人照片,也未

出現候選人的競選政策，內容只有對於對手盧秀燕的眷改條例的批評，因此本文將此分類在負面文宣中。



圖 4-4：謝明源的負面文宣

資料來源：謝明源競選總部辦公室

?? ? ? ? ?

政黨文宣在此處必須細分兩點：政黨所發行的文宣與候選人發行的政黨文宣。所謂政黨所發行的文宣，也就是各地區政黨黨部所發行的文宣。由於單一選區兩票制的設計，政黨在鼓吹選民支持政黨第二票時，藉由黨部文宣宣傳也順勢推薦自家候選人；因此可看見黨部文宣與區域候選人的形象政策作一連結。

而候選人發行的政黨文宣乃是指候選人在選舉文宣中提倡政黨票或是候選人針對對手政黨做出攻擊：國民黨籍候選人乃針對民進黨政府的貪腐、經濟政策做出抨擊，而民進黨籍候選人則是針對國民黨的黨產、兩階段式投票提出攻擊。由圖 4-4 中可看出江連福只針對民進黨政府的無能作出說明，雖有攻擊意味，但並非針對選區另一參選人故不歸納在負面文宣上，又從此文宣中看不出候選人的競選政策、個人形象，因此本文將此歸納在政黨文宣上。本文之後歸納政黨文宣則是屬於候選人的政黨文宣。



圖 4-5：江連福的政黨文宣

資料來源：江連福競選總部辦公室。

在蒐集中中彰三縣市的立委候選人過程中，由於區域範圍過大，在蒐集資料的齊全度上並未能完整蒐集到每位候選人的競選文宣，故僅就蒐集到的文宣進行第二節的研究發現。

?? 乏 ??? ? ?

在這一節本文主要針對的部份是鎖定區域立委的文宣進行內容分析。由於這是我國第一次施行單一選區兩票制，本文進行的資料比對分析主要是針對國內兩大黨-國民黨與民進黨，進行比較乃是根據杜瓦傑法則所言單一選區將有利於兩黨制的形成。由於立委席次減半，現任立委為求能連任紛紛尋求黨的支持，然而在初選失敗後憤而脫黨參選的例子大有人在，有些選區為兩人對決，而有些選區則為多人競爭，在參選人數不同的差異下各個候選人的行銷策略也會隨之改變，以行銷學的角度來看，就是去決定目標市場與候選人定位。

?????? 指

儘管選區內只有兩人參選對決，然而在實力差距程度的不同也會造成候選人在策略上的考量不同，在此本文以為會有三種情況的出現，分別為實力相當、實力差距懸殊以及轉換選區的三種情形出現。

?? 槓???? ?

在商品推銷上兩種商品的對決下，對於產品性質消費者取向的判斷，通常會有兩種情況的發生，分別是兩方互相激烈競爭亦或是兩方相應不理讓各自展現實力去爭取消費者的認同。然而在選舉這種零合遊戲上，無法同商品推銷中可讓對手享有部分的消費者空間獲取利益一般，而是得盡全力掠奪可能獲取的票源，畢竟在選舉結束後勝者為王敗者為寇，不是當選就是落敗，絲毫沒有模糊地帶。在這種情況下，候選人無不全力以赴去面對這場選

戰，又加上選舉制度的改變下區域競爭中只能有一名候選人當選，因此即使只有兩人參選，依舊是選情激烈火花四射。在中中彰縣市選區中，符合此分類的選區有：台中縣第一、第三、第五選區，此部分以台中縣第三選區候選人為說明。（參見表 4-2）

表 4-2：台中縣第三選區候選人競選文宣

候選人	個人形象	負面文宣	候選人政見	政黨文宣	總計
1.江連福	7	9	6	5	27
2.簡肇棟	7	10	5	1	23

資料來源：作者整理。

國民黨籍候選人江連福為第六屆當選立委，曾經擔任過選區內的太平市長，在立院的委員會中則是在交通委員會。由於是競選連任又曾經是地方首長，對於基層事務與選民服務必定是得心應手，因此在個人形象上大多是以政績成績單為主要訴求，尤以國道四號的工程案為主要推銷，讓選民藉此得知候選人在立委工作上是非常盡忠職守，對於選區的經營是有目共睹，而也由於曾經擔任過太平市長，選民對於候選人想必不陌生，因此在候選人個人介紹上便不多加著墨。在候選人政見部分則是僅皆是針對交通的部份些許著墨。文宣總數中佔三分之一以上的負面文宣則是主要的焦點-對於對手簡肇棟賄選、個人行為失當、詐領健保費等。而相對於過去的文宣主要三大方向，反對對方政黨也成為了文宣的另一方向，由於單一選區兩票制的第二票制影響之下，政黨也順水推舟跟著區域候選人的選舉攻勢宣傳政黨票。

從圖 4-6、圖 4-7 中可從文宣看出江連福對於簡肇棟在人格操

守、疑似賄選的高級雨衣作出文宣攻擊，並對簡肇棟興建台中捷運的政見上以漫畫方式暗諷簡肇棟的能力（參見圖 4-8）。



圖 4-6 江連福對於簡肇棟之負面文宣-1

資料來源：江連福競選辦公室



圖 4-7 江連福對於簡肇棟之負面文宣-2

資料來源：江連福競選辦公室



圖 4-8：江連福對於簡肇棟之負面文宣-3

資料來源：江連福競選辦公室。

而民進黨籍候選人簡肇棟曾為第五屆立委也曾經擔任大里市長，因此在基層服務與選民訴求的操作上是得心應手的，過去在立法院中參與教育文化委員會，而又以曾在中山醫學院服務看診的經驗，因此給予選民在候選人特質上給予很高的評價。在個人形象上由於相隔一屆立委，候選人在個人形象上強調清廉不買票相較於有弊案纏身的江連福則是佔有優勢。在政見方面則是以台中捷運為主要訴求，藉由台中捷運帶動太平大里的經濟繁榮。相同的，在負面文宣上，將近四成的文宣皆是針對江連福買票弊案大篇幅的報導。從圖 4-9、圖 4-10 皆是簡肇棟針對江連福賄選買票欺騙不敢說明真相的猛烈攻擊，從這兩張文宣內容中，以剪接的方式呈現對手醜陋的面目，讓內容表達地更信以為真。而圖 4-11 則是對於江連福賄選弊案的一連串報導，試圖讓選民得知對手為一個買票賄選的人，不能將選票投給不清廉的候選人。



圖 4-9：簡肇棟對於江連福弊案纏身的文宣-1

資料來源：簡肇棟競選辦公室。



圖 4-10：簡肇棟對於江連福弊案纏身的文宣-2

資料來源：簡肇棟競選辦公室。



圖 4-11：簡肇棟對於江連福弊案纏身的文宣-3

資料來源：簡肇棟競選辦公室。

?? 楨???? 恬??

在商品銷售市場上倘若兩商品的性質訴求天差地遠，消費者的接受度也區分得十分明瞭，那麼在這樣的情況下，則可能出現兩種情況：雙方皆對於對方攻擊的行為有回應與兩方中較強的一方採取不回應的態度。選舉亦然，此處本文對於前者以台中市第一選區為代表，而後者則有台中縣第二、四選區，此處是以台中縣第二選區為代表（台中縣第二選區雖有三人參選，但在競選期間主要是以兩人對決為主，因此將第二選區劃分至此）。

??? ???

台中市為一都會區，都會區與一般行政區的競選方式不太相同，選民的教育程度較一般行政區的來得高，加上選民多忙於工作，對於選舉的熱情較不如其他地區，因此台中市立委候選人對於文宣的著墨較不如其他區域來得多。也由於選民能依照自己意志投票，不受社區、宗親、省籍的影響，因此對於政見的訴求與政黨意識型態則是文宣中必須要傳達的重要訊息。第一選區候選人分別為國民黨籍蔡錦隆與民進黨籍候選人蔡明憲。（參見表 4-3）

表 4-3：台中市第一選區候選人文宣統計表

候選人	個人形象	負面文宣	候選人政見	政黨	總計
1.蔡明憲	5	4	0	1	10
2.蔡錦隆	3	2	3	1	9

資料來源：作者整理。

蔡錦隆為現任立委尋求連任，在行政資源與政黨形象上皆優於對手，加上民進黨執政八年弊端紛生，在台中市長與台中議會會長的強力支持下，蔡錦隆可說是錦上添花。在其文宣可感受到一票源穩定的競選策略-穩紮穩打，在分配文宣上皆有平均的比例，選民對於候選人既不陌生，對於候選人所推出的政績成績單一目了然清楚易懂，而在政見上則是以經營大台中地區繁榮為主要訴求。主要的負面文宣則是針對蔡明憲過去為國防副部長的背景做出攻擊。從圖 4-12 的內容表達為 6108 億的軍購疑雲，內容明白提到國防副部長蔡明憲的語帶威脅話；圖 4-13 雖未明白指出軍火藏鏡人為何，但難免會讓人聯想到曾任國防副部長的候選人蔡明憲，因此皆可看出蔡錦隆的負面文宣皆著重在軍購與國防副部長之間的關聯。



圖 4-12：蔡錦隆對於蔡明憲為國防背景的負面文宣-1

資料來源：蔡錦隆競選總部辦公室。



圖 4-13：蔡錦隆對於蔡明憲為國防背景的負面文宣-2

資料來源：蔡錦隆競選總部辦公室。

蔡明憲曾任國防副部長，又曾擔任過第四屆立委，這次代表民進黨決戰台中市第一選區有其不利性，由於相隔許久，選民對於連任的蔡錦隆想必是印象深刻，排除忠實政黨選民，倘若要贏得中間游離選民則必須在個人形象上多做文章，因此可發現在整體文宣的數量上佔一半以上的個人形象，為的就是讓選民能對自己能多一分印象，也由於取於較劣勢的狀況下，採取抨擊蔡錦隆與財團掛鉤、選舉買票的行為。然而在政見文宣上卻未見其訴求。從圖 4-14 的內容中可明白看出蔡明憲針對蔡錦隆與軍火商、財團勾結尋求私利的行為做出攻擊，而圖 4-15 則是藉由對照表去評比兩位候選人的學歷、經歷、政績..等，蔡明憲雖並非以現任立委參選，但仍以豐富的經歷、待人處事的正義風格以期獲得選民的支持。



圖 4-14：蔡明憲對於蔡錦隆與財團掛勾的負面文宣

資料來源：蔡明憲競選辦公室。

正義水牛 vs 爭議？牛 超級比一比！

蔡明憲

	學歷	經歷	主要政績	從政風格與為人處事	國會評鑑	民間風評
① 蔡明憲	<ul style="list-style-type: none"> 約克大學 中大商學 中大法律系 美國威斯康辛大學 法律碩士 美國加州伯克利大學 法律學博士 	<ul style="list-style-type: none"> 曾任國家發展局 國際經貿主任 經濟局代主任 第三、四屆立法會 第二選區大代表 加拿大公民黨副總裁 委員 	<ul style="list-style-type: none"> 1. 推動水務條例修訂案，協助香港維持國際水質。 2. 爭取國際中平科學發展。 3. 爭取香港港幣，與美國共同保障福利，改善社會福利。 4. 爭取落實香港基本法立法。 4. 爭取女子參政。 	<ul style="list-style-type: none"> 1. 潔淨政治。 2. 立法、務實。 3. 坦誠與公開態度。 4. 追求公義、不懼權勢。 	<ul style="list-style-type: none"> 1. 議會立法數最多，達 11 項。 2. 議會監察民主監察委員會 (2007)。 3. 議會外區議會副主席委員。 4. 監察政府。 	<ul style="list-style-type: none"> 1. 議會監察民主監察委員會。 2. 議會監察民主監察委員會。 3. 議會監察民主監察委員會。 4. 議會監察民主監察委員會。 5. 議會監察民主監察委員會。
蔡錦隆	<ul style="list-style-type: none"> 1. 明德工商 2. 中大法律系 	<ul style="list-style-type: none"> 1. 第六屆立法委員 2. 中選委十四、十五兩屆委員 	?	<ul style="list-style-type: none"> 1. 潔淨政治。 2. 立法、務實。 3. 坦誠與公開態度。 4. 追求公義、不懼權勢。 	<ul style="list-style-type: none"> 1. 議會監察民主監察委員會。 2. 議會監察民主監察委員會。 	<ul style="list-style-type: none"> 1. 議會監察民主監察委員會。 2. 議會監察民主監察委員會。

圖 4-15：蔡明憲在個人形象上的文宣

資料來源：蔡明憲競選辦公室。

?? ? ?? ?

在實力相差懸殊之下也會出現一方對於較有優勢的一方不停以負面文宣攻擊，而另一方卻採取不回應的態度。本區的例子較為特別，台中縣第二選區國民黨並沒有派出候選人參選該區，國親兩黨共推無黨團結聯盟候選人顏清標為代表，而在該區中有民進黨籍候選人劉瑞龍與無黨籍候選人李順涼。由於劉瑞龍深知與顏清標的選民取向結構的不同，而在實力懸殊的差距下所推出的文宣少之又少，因此僅針對無黨籍參選人李順涼加以分析。（參見表 4-4）

表 4-4：台中縣第二選區候選人文宣統計表

候選人	個人形象	負面文宣	候選人政見	政黨	總計
1. 李順涼	5	4	3	0	12
3. 顏清標	7	1	5	0	13

資料來源：作者整理。

由於李順涼前為教育界國小校長又為國民黨籍，對於所吸引的選民族群必定是以非民進黨為主軸的選民為主，然而這樣必然與顏清標的選民區塊有所重疊，也因此李順涼在個人形象上不斷打著清廉教育形象與黑道出身的顏清標大相逕庭，而在負面文宣上猛烈抨擊涉及暴力相向的顏清標。在圖 4-16 的內容表達為以當下國民兩黨的惡鬥之下，以清新形象與曾為教育者的優質印象為訴求，讓選民除了黑道背景的顏清標外多了一個更好選擇。而圖 4-17 則是針對日前的聚會中發生的暴力事件，以阿吉仔說：顏立委的人不可以打，去挑明顏清標黑道背景引發的暴力事件



圖 4-16：李順涼個人形象文宣

資料來源：李順涼競選總部辦公室。



圖 4-17：李順涼針對暴力事件的負面文宣

資料來源：李順涼競選總部辦公室。

反觀顏清標的競選文宣，在文宣取向上則是以個人形象為主要焦點，針對李順涼對於本身過去黑道背景的猛烈攻擊，企圖以良好的宗教代言人形象取代選民的黑道刻板印象，也有效利用現任立委的資源成功塑造為一有作為的立委，或許是在實力相差懸殊之下，對於在負面文宣上大多採取不回應的態度，僅以一篇對於李順涼是否為民進黨暗樁為代表。從圖 4-18 中，顏清標以過去從政 18 年來對於選民的服務總是為第一優先考量為主軸，大打過去民意代表的政績牌與形像牌，並以大甲媽祖作為個人的形象加分；而在諸多的攻擊之下僅作一則回應，參見圖 4-19。



圖 4-18：顏清標強調服務選民的個人形象文宣

資料來源：顏清標競選總部辦公室。

馬英九問李順涼？

立法院第六屆民意調查報告表

期	出席	出席率	缺席	出席率
第一會期	14	74	5	26%
第二會期	16	78	4	22%
第三會期	12	72	5	27%
第四會期	17	77	5	16%
第五會期	12	60	8	100%
第六會期	18	99	1	7%

第六屆立法院開會時間表：第一會期：1月16日
第二會期：2月13日
第三會期：3月12日
第四會期：4月11日
第五會期：5月10日
第六會期：6月9日

第六屆國會出席率99%

馬英九 李順涼

馬英九全力肯定背書

立法委員候選人 3 顏清標 競選總部 製

圖 4-19：顏清標的回應

資料來源：顏清標競選總部辦公室。

?? 懣? 指

在兩人對決中，除了以實力程度作為區隔之外，還有一特殊現象-也就是放棄原有選區，重新開始。由於制度的更改之下，單一選區的特性則是每個區域選舉中只能有一名候選人當選，在這樣的因素下各政黨無不在各區域的角逐戰中推出最有優勢的候選人競爭唯一的席次，也在這樣的考量下，許多原本以某幾選區為主要票源的立委，在原本的選區中有更強大的對手而使自己無法保證能順利獲勝之下，則被迫放棄原本以精耕多年的選區轉換到一全新的選區進行參選。在此本文以台中縣第五選區為代表。（參見表 4-5）

表 4-5：台中縣第五選區候選人文宣統計表

候選人	個人形象	負面文宣	候選人政見	政黨	總計
1. 楊瓊瓊	18	9	8	0	35
2. 郭俊銘	12	7	7	0	26

資料來源：作者整理。

楊瓊瓊在過去幾屆的主要票源為梧棲清水一帶，然而當制度改變之下，一個區域中只能產生一名立委，而梧棲清水一區有黨內強勁對手劉銓忠參選，沙鹿又有實力強悍的無黨聯盟代表顏清標參選，幾番商酌思量下，與其與黨內同志競爭而不一定有勝算的結果下，不如放棄過去的票源轉戰第五選區-大雅、潭子、后里與神岡。同為空降部隊的候選人郭俊銘過去主要票源為東勢鎮，其次為新社石岡區，然而在這些鄉鎮中有一強大的對手-徐中雄，在考量所擁有的主要票源皆與徐中雄的勢力重疊而自知在實力程度尚無法得勝之下，決定放棄原有選區轉戰在大雅鄉有部份票源的第五選區。

對於第五選區的選民而言，楊瓊瓊與郭俊銘皆非當地政治人物也非在地子民，也因此競選策略文宣的比重上，候選人們十分強調自己的個人形象（參照圖 4-21）與過去的政績，試圖以過去立委的漂亮成績單讓該選區的選民認同，大打政績牌與優秀立委形象。而在政見上針對該選區選民的結構而推出政見，農民、教育工作者、老人年金與勞工皆是在政見中主要的鎖定族群，強調建設經濟繁榮以擺脫政府經濟不景氣的低迷。

由於兩人過去皆是選區中實力堅強參政多年的競選老將，二

人也都因為黨內競爭的考量，而離開自己原本的海線選區轉到山線選區參選。以上屆立委的選民結構來看，綠藍陣營在這一選區實力相當，都得到 44% 的選票，而在上次的總統大選，綠營更一舉拿下 52% 的選票。因此，民進黨具有在這一選區和國民黨一較長短的實力。不過國民黨向來以組織戰見長，因此同樣是轉換選區的空降部隊，郭俊銘能夠得到的組織戰方面的支援，也就明顯地少於楊瓊瓊，這一方面的弱勢只能夠文宣戰來補強。

此區雖為一對一雙方實力相當的特性，在負面文宣上可觀察出雙方仍是你來我往，互不相讓，更由於空降部隊因素而使得候選人得在個人形象文宣上多有著墨，因此可從文宣發現因此我們可以文宣的數量中發現，在個人形象與負面文宣佔大多數發行總量，加上個人吸票能力的程度可能因選區轉移的因素下也許有鬆動、也許更緊固，因此文宣戰在這選區中打得如火如荼。（參見圖 4-20）



圖 4-20：郭俊銘針對楊瓊瓊的負面文宣

資料來源：郭俊銘競選總部辦公室。



圖 4-21：郭俊銘的形象文宣

資料來源：郭俊銘競選總部辦公室。

??????指

由於此為第一次的制度改革，立委席次大幅度的減少，代表著許多現任立委將無法連任失去工作，而選舉花費龐大的立委選戰中，許多立委為了當選而動員樁腳導致龐大花費，也許一任的任期尚未能將債務還清，背負著許多壓力下，即使未通過黨的初選提名也要背水一戰脫黨參選以求有當選的機會，如此將面臨曾是同黨同志的候選人互相挖票源、互揭瘡疤的情況。

?????????

在三縣市中，多人參選的選區仍是有一定數量，部份候選人為現任民意代表或地方首長，冀以過去的影響力來吸引選票以求當選，台中市第二選區、第三選區，彰化縣第一選區、第二選區、第四選區皆在此分類之下，此處以彰化縣第四選區作為代表說明。（參見表4-6）

表4-6：彰化縣第四選區候選人文宣統計表

候選人	個人形象	負面文宣	候選人政見	政黨	總計
1.陳朝容	5	2	3	0	10
2.謝章捷	8	10	2	0	20
3.江昭儀	10	7	3	2	22
4.蕭景田	18	7	2	16	43

資料來源：作者整理。

在彰化縣第四選區中乃為本文選取範圍中參選人數最多、負面文宣最多、選情最激烈的一區。在此區四名參選人中，有兩名現任立委、一名為議會縣長、一為彰化縣副縣長，以政黨色彩來看，成為一綠三藍。蕭景田以彰化縣議會議長參選順利拿下國民黨黨內初選，而在協調不攏的情況下，造成同黨的同志-陳朝容與謝章捷紛紛退黨以無黨身份執意競選立委，而江昭儀在民進黨初選中大敗魏明谷成為民進黨代表。然而雖是泛藍分裂的情形下，但第四選區的選民結構以泛藍佔有六七成以上的比例，因此在文宣的訴求上，可見蕭景田頻頻喊整合泛藍口號企圖讓選民以棄保效應讓自己順利當選。

江昭儀為現任立委尋求連任，然而上次選舉僅是以倒數幾名之態選上，因此在即使選民第一印象則便知道他，仍不敢掉以輕心，雖然表面上選區處於分裂的狀態之下，但由於選民對於執政八年的民進黨大為失望之下，在僅有三分之一的選民支持下難跑不會轉投給他人，因此在個人形象上可看到江昭儀仍是不敢輕忽，財經出身的背景加上連任的政績，江昭儀企圖在紛亂之中獲取選民的支持，更希望能緊緊守住支持民進黨選民的票源。而在負面文宣上，緊緊抓著殺警案的國民黨籍候選人蕭景田，以黑道暴力事情為主要攻擊的訴求。從圖4-22的文宣中可以很清楚的看出-蕭景田你是黑道，清楚明白訴說在民國73年發生的殺警案中蕭景田涉入其中，希望透過此文宣讓選民能得知有此可怕過去的候選人蕭景田，藉以遏阻選民勿選出這樣的立法委員。而圖4-23的文宣則是針對泛藍欲整合該選區的票源的回應，此選區中江昭儀雖是四搶一，面對三個泛藍的候選人看似有機會搶得勝利，然而深怕中間選民也有此心態，在配票的過程中可能讓自己最後落選，為避免有這最壞的結局出現，透過此文宣希望鞏固自己的票源。



圖 4-22：江昭儀針對蕭景田黑道的負面文宣

資料來源：江昭儀競選總部辦公室。



圖 4-23：江昭儀對於泛藍欲組合票源的個人形象文宣

資料來源：江昭儀競選總部辦公室。

蕭景田雖為彰化縣議會議長，在基層選民服務佔有極大的優勢，然而要面臨曾為同黨的同志們搶奪選區近七成的票源，又得面對民進黨候選人江昭儀的強烈攻勢，腹背受敵的情形導致選情白熱化。由於是第一次參與立委選舉，因此可看到蕭景田對於個人形象的打造上十分重視，以家庭溫馨、農民出身的憨厚老實企圖擺脫對手針對黑道背景出身的猛烈攻勢。而因國民黨在選區大有優勢（七成）之下，大打政黨牌之下也順水推舟地推銷自己。從圖4-24中的文宣可看出蕭景田與孩童的互動，企圖以溫馨的畫面去營造出和諧親切的形象，與對手抨擊自己黑道背景相比有很大的落差。而左下的大局為重-則是希望能呼籲選民能將票源集中，才能讓政黨的正統候選人當選，而非讓有機可趁的江昭儀獲勝。圖4-25則是希望透過漫畫的方式輕鬆詼諧的表達出選民應把選民集中在自己身上，希望選民能發揮策略性投票，棄陳朝容、謝章捷保住蕭景田。



圖 4-24：蕭景田的個人形象文宣

資料來源：蕭景田競選總部辦公室。



圖 4-25：蕭景田試圖整合選票的負面文宣

資料來源：蕭景田競選總部辦公室。

???? ? 咖???? 咖?

過去在選舉制度的設計下導致政黨的勢力式微，然而在單一選區的制度設計下，杜瓦傑法則提到單一選區將有助於兩大黨的形成，讓原本早已被忽略的政黨黨綱與黨紀重新受到重視與青睞。在複數選區之下，派系與地方勢力的影響力遠超過於政黨在選舉中的影響力，因此候選人往往選擇與派系或地方勢力的合作，而不願與推出多人參選的政黨配合。

在過去國民黨執政時期，由於從大陸遷台時期政局仍是處於一種不安定的狀態，因此國民黨在地方上培養或扶持地方派系以作為控制地方的手段，然而地方派系在茁壯之後漸漸不受國民黨控制，在選制設計下有著一定影響力的地方派系可以憑著部分選

民的支持而獲得席次，使得國民黨從原本的主控地位變成得聽從或配合地方派系勢力。而在政黨輪替後，民進黨執政企圖削弱地方派系的勢力，使得派系勢力大不如前，而當選門檻讓派系還能以僅存的影響力獲得席次。然而在制度的更替之下，候選人必須以能掌握過半數才能確保自己的當選，地方勢力的影響力僅限於少數區域選民，因此紛紛採取與政黨妥協、結合的方式讓自己的候選人能順利獲勝。

表 4-7：彰化縣第三選區候選人文宣統計表

候選人	個人形象	負面文宣	候選人政見	政黨	總計
1.鄭汝芬	3	6	3	0	12
2.楊宗哲	5	0	3	0	8
3.林重謨	3	6	6	0	15

資料來源：作者整理。

而在這選區中候選人鄭汝芬與楊宗哲分別為地方勢力的山頭，鄭汝芬為國民黨所提名參選，而楊宗哲前身為溪湖鎮長現為現任立委以無黨籍的身分參選，一個曾擔任地方議員，一個則曾在地方擔任行政官員，在地方勢力有一定程度上的影響力，在此選區中本文企圖討論政黨與地方之間的合作與否是否影響候選人文宣產量。因此在此不討論民進黨候選人林重謨與國民黨候選人鄭汝芬之間回應激烈的負面文宣。

從圖 4-26 的文宣內容中一眼就能看到兩個主題-團結與國民黨徽，企圖藉由地方勢力的團結與政黨號召的訴求下，吸引同為地方勢力的前溪湖鎮長楊宗哲的票源。（由於林重謨與鄭汝芬分別

屬於不同意識形態政黨提名人，因此在選民的趨向下本來就不同)



圖 4-26：鄭汝芬以政黨為號召的形象文宣

資料來源：鄭汝芬競選總部辦公室。

從圖 4-27 的文宣內容可看出，在地方勢力與政黨的拉扯之中，在諸多謠言之下，在兩大黨候選人皆有提名參選的選區，楊宗哲有受到打壓，然而仍是堅持參選的決心看出他將單打獨鬥面對兩個政黨的候選人。



圖 4-27：楊宗哲參選決心的形象文宣

資料來源：楊宗哲競選總部辦公室。

?? ? 俟

以上的分析僅是針對在不同的選區環境下，候選人會出現的反應與策略內容。然而我們可以藉此觀察出一些特點：

- 一、在雙方實力不相上下之際，往往在負面文宣上的比例將會比較多。
- 二、當雙方實力懸殊時，候選人往往對針對個人形象與政見區塊多著墨，避免選民對候選人留有民粹的印象。
- 三、當轉移到全新的選區時，候選人必須重頭紮根、重新經營選區，因此在推銷自己時首重視個人的形象與過去的

政績，使選民能留下良好印象進而有機會爭取選民認同。

- 四、在多人參選之中，在文宣策略上不僅要重視個人形象的塑造-往往在選期中出現不少攻擊自己的文宣，而在政見上如何在多人角逐中讓自己的政見具有獨特性、實際化，藉由負面文宣回應對於自己的攻擊文宣，因此在文宣的製作中得仔細思量，隨時謹慎應對。

?? 乏 ??? 倫?? 峇嶸

上一節進行的是單就一候選人文宣的內容作分析，以及候選人在整個選區中因選區的性質不同而有差異性出現。在此節中將採取橫切面的分析方式，先以選區與選區之間的比較分析，再放大至縣市作為分析的單位，進行全方面的探討。

???? 傲指 ??? 傲指

回到表 4-1 觀看，台中縣的五個選區大多是兩人對決：第一選區、第三選區、第五選區皆是屬於實力相當、伯仲之間；而第二選區與第四選區則都是雙方差距較大的情況。而在彰化縣的四個選區都是多人角逐參選：第一選區的選情是以陳秀卿與陳進丁互相爭取席次；第二選區則是邱創進與林滄敏的激烈角逐；第三選區以空降部隊林重謨對決地方勢力家族鄭汝芬；第四選區則是選戰最為激烈、文宣的發行最多內容也最豐富的選區，主要是江昭儀與蕭景田的決戰，而旁有謝章捷、陳朝容參戰，使得雖是泛藍分裂但江昭儀仍是不敢掉以輕心。

雖然兩縣市的參選人數區隔大不同，台中縣多為兩兩捉對廝

殺，彰化縣多為三人以上的角逐競爭，然而在文宣上卻能發現共通點：

????? 髮?? 擦?

對於選民的政治參與度高的現象，本文發現在文宣發行的數量上台中、彰化兩縣都比台中市多，在內容呈現上用色豐富，文字表達方式、技巧也較為精彩。

??????????

對於選民而言，立委的直接回饋地方就是地方建設與經濟，對於立委的問政能力、專業程度的專注度不如社會福利來得實際。因此可看到候選人的政策訴求上大多傾向地方建設。

也許是因為台中縣、彰化縣屬於一農業縣市，選民大多為農民、漁民或是製造業，大多是得靠天吃飯的人民，對於選民來說，立委的問政能力與法案通過能力並不比地方建設、經濟政策來得重要。直接性的回饋地方才是最有效的策略，而也基於農業社會下的性情，選民大多對選舉抱持著熱忱，積極的參與選舉活動，因此在這樣的環境之下，文宣的內容表達才有這樣的相同性。

????? 指

從表 4-1 中，台中市選區除了第一選區為兩人對決外，第二選區、第三選區皆是屬於多人參選的情況。然而雖是多人參選的二、三選區，但仍是國民兩黨所推出的候選人的對決為主要部份。第一選區為蔡明憲與與蔡錦隆的對決，此為實力懸殊差距的一區；第二選區主要為謝明源與盧秀燕的激烈對抗，而一旁又有實

力不容小覷的沈智慧；第三選區則是以何敏豪與黃義交的決戰。就城鄉歸屬而言，台中市屬於都市化地區，因此在這區域中可發現幾個選舉特色：

????? 摞?

觀察台中市整體的文宣，就三縣市比較而言，台中市候選人的競選文宣少了一些選舉熱情，對於政策、候選人形象、負面文宣皆是僅於有一即可。在單一選區制之下，候選人深知政黨必定是全力輔選大力支持，加上都會區選民的政治熱忱不若農業縣市，因此候選人認為與其把經費投入在平面文宣傳遞上，不如節省資源勤跑基層。⁵⁰加上政黨在宣導第二票政黨票時，必定會順水推舟地推銷區域候選人，因此台中市候選人的平面文宣產出量相較於其他兩縣市來說，少了許多。

加以基於單一選區制的設計，一選區只能有一名當選人，各政黨對於區域的唯一席次皆謹慎應對選戰，對於候選人的產出必是考量許多才出現。在台中市選區中，可發現如同母雞帶小雞般，政黨總統候選人與立委候選人候選人的文宣作連結，立委候選人只需披著黨徽即享有該政黨在台中市的資源。

???? 捷嚟????

由於城鄉差距的不同也會導致候選人文宣產出的數量與表達的訊息有差異性的存在，加上選民對於政治的熱忱參與度也會影響候選人在文宣上的傳遞，現在網路的發達，部份候選人開始採用部落格的方式吸引選民在網路上的點閱，平面文宣的部份轉移至電子媒體的傳遞。本文在蒐集文宣時，發覺平面文宣的減少，

⁵⁰ 筆者在選舉日前三個月四處走訪候選人競選總部，蒐集文宣時與總部的工作人員閒聊，在閒聊之間聽人員闡述這訊息。

於是搜尋網站電子部落格，發現台中市的候選人皆可發現有這趨勢的出現。（參見表 4-8）

表 4-8 台中市候選人電子網站整理表

蔡明憲	http://tw.myblog.yahoo.com/michaeltsai68/article?mid=233&prev=-1&next=206
沈智慧	http://www.wisdom.org.tw/
盧秀燕	http://www.wretch.cc/album/showyann
黃義交	http://yihjian.myweb.hinet.net/
何敏豪	已移除
謝明源	已移除

資料來源：作者自行整理。

由上面三縣市的文宣內容比較，同樣是兩人決選，在不同縣市也會有不同的文宣內容呈現；多人角逐競爭在台中市與彰化縣則也會有相異的內容表達。於是發現在色彩豐富、內容詼諧有趣、數量較多的大多是農漁業的縣市，台中市則是以簡單的訴求、精簡的傳遞訊息為主，彰化縣、台中縣則是會不停強調候選人的形象與對手的負面文宣，藉以激發人民參與度的提高。因此得到一合理假設（當然需要未來時間推論）：三縣市的選民結構、政治參與度的不同，皆會影響候選人在製作文宣產出的結果。

?? ? 俟嶸

自有選舉以來，為了修正在複數選區之下層出不窮的選舉弊病，導正不良政風，於是我國第七屆立委選舉採用日本單一選區兩票制並立式，也就是兼併單一選區相對多數決與比例代表制的混合制。

?? 乏 指佈?? ?? ? ? ?

蒐集三縣市的區域立委文宣，從文宣內容中企圖尋找候選人對於制度變革之下產生的差異。選制從複數選區變成單一選區之下，選區範圍的縮小而當選名額只有一名的特性下，本文以為候選人在文宣的訴求上開始有了變化，以選區參選人數作為主要區隔指標，找尋在這區隔之下候選人的策略趨向。而也發現在制度的改變之下，候選人的文宣策略一部分針對單一選區兩票制之下有與過去不同之處，而一部分策略仍保有與過去複數選區之下的相同之處。

首先，針對候選人兩人對決之下，由於選制制度設計：單一選區，使得候選人無不極力爭取過半數的選民支持以確保安全勝選，在政見的推出也大多是針對選區多數選民作為訴求對象，而對於選民認知上，候選人本身即是頗有知名度，因此在個人形象上也未能有特性彰顯以吸引選票，因此負面文宣便具有決定性的影響力。而一對一參選的候選人有兩種情形出現：雙方實力勢均力敵與差距懸殊。

雙方差距僅在伯仲之間，任何一票都有可能成為決定性的關鍵，對於選區只能有一名立委的產生，候選人無不使去全力服務

選民、下鄉拜票，而在文宣策略方面，由於雙方的差距不大，政見的差異性無法凸顯之下，負面文宣的大量使用也使得選情進入白熱化。而在兩方差距懸殊的情形下，又可區分出在針對負面文宣有無回應。

而在兩人決選之下，出現一特例，由於候選人過去的主要票源有一強勁敵手，為避免兩蚌相爭漁翁得利的情形出現，候選人決定放棄原票倉區域選區而轉戰其他選區。兩人皆都是空降部隊，過去所針對的選民訴求也都有差異性，因此無法針對兩人的實力進行比較，但可從文宣的統計中得知，候選人空降到區域選區上，在個人形象的訴求遠大過於負面文宣，講求個人特質與過去任內的政績讓選民能留下良好的印象以期吸引更多選票。

其次，在多人參選的區域選舉中，可歸納出一現象：政黨力量的彰顯。在兩人對決的選區大多是兩大黨推出候選人進行參選競爭，而在多人角逐之中，兩大黨的優勢必然能吸引較多的選票，而沒有黨的支持、小黨力量較單薄的候選人勢必就只能落敗。過去的複數選區之下，政黨往往推出好幾個候選人角逐同一選區，因此對於候選人而言，黨的標籤並未能讓自己在眾候選人中特別獲得青睞，有時更可能因為黨的票源分配而將自己的票源分給其他黨同志，因此對於黨的政策、黨記的遵守僅只於表面工夫，大多是與地方派系合作為居多，如此政黨力量的掌控則是有限。然而在單一選區之下，我們可發現，有政黨支持的候選人在文宣的發行量上遠遠多於無黨籍候選人，黨內的名人效應也著實增加候選人的分數。因此即使為多人參選、即使昔日同黨同志角逐選戰，但政黨資源的輔助支持將成為候選人獲勝的重要關鍵。

?? 乏? 巘豕? 咖? 嶸?? ?

複數選區單記非讓渡制與單一選區兩票制的理論在第二章已有敘述，本文以為藉由文宣的蒐集分析去對照兩種理論，試圖整理出第七屆立委文宣與過去制度的異同之處。

???? 指 咖?? 指 ? 嶸???? 壤

在第二章曾有敘述兩個制度的特性以及優缺點，而在此處將討論兩個制度特性異同點。複數選區單記非讓渡制在前面章節曾提到其特點為最低當選門檻，也就是所謂的安全票數。由於在複數選區下候選人的數量往往多過當選名額，甚至好幾倍，同時選票也不能轉移到其他候選人身上，所以只要票數多過當選門檻即可宣佈勝選。有趣的是候選人為了爭取門檻人數的選票，容易有走偏鋒的情形出現。

而混合制單一選區兩票制乃是多數決制與比例代表制的融合，因此在區域選舉中採取相對多數決制，不管參選人數的多寡，當選名額只能有一名。因此不管候選人得到的票數有多高，只要不是最高者，依舊是落敗，因此有多數決制的贏者全拿情況。

在這兩個制度之下可發現幾個相同的行銷策略情況出現：

- 一、 只要是選舉型態都會有的行銷定位策略與候選人形象文宣
- 二、 選情危急皆會出現的告急哀兵策略
- 三、 攻擊對手的負面文宣
- 四、 連線策略與名人訴求

由第七屆立委文宣的內容分析中發現，這四點都是能在文宣

中找到的現象。候選人在選舉中皆會針對個人採取定位的策略，如以軍眷背景的候選人盧秀燕會特別著重在選區中眷村的改建與法令補助條款，並宣稱將提供服務到整個選區。而形象文宣更是選舉中一定出現的策略，候選人以個人特點作為主軸，建立良好形象。為了突顯自己在候選人們中的特點，負面文宣是最快也最有效的手段，藉由它們的缺點進而彰顯自己的優點。過去運用連線策略減少資源與人力的消耗，利用連線策略也能增加知名度，尤其以同縣市的區域候選人為主。現今同縣市的候選人仍運用政黨宣傳不同區域選區為主要連線，不同於過去的連線策略口號，主要利用政黨在爭取第二票的文宣上增加連線曝光率以吸引選票。這種現象四處可見。而運用總統大選高階層的選舉曝光率增加候選人的知名度，在這次選舉之中更是每個候選人必定運用的模式之一。

????? 壤

由第七屆立委文宣中可發現兩種制度的差異性：

- 一、 單一選區的設計下，候選人的意識形態的趨中
- 二、 一人當選，當選人的訴求對象擴大
- 三、 由於當選人數的減少，選制的改變，因此政黨強化輔選

??? 指? km巧??? 恣?

在立委選舉制度由原先的複數選區單記非讓渡制改變為單一選區兩票制，對於候選人而言，在過去制度下只要得到特定支持、透過特殊議題或極端選民的認同支持，也可以利用各種方式打響知名度以企圖吸引部分選票得到當選的目的。然而在制度改變後，單一選區兩票制下的選民結構將呈現「單峰(single-peaked)」

的常態分佈方式，根據 Downs 中位數選民理論談述在單一選區之下，不僅政黨會根據選民結構做區分更動，候選人在意識形態上也開始有所鬆動，候選人的政治訴求會分別往中心靠攏，政黨的意識形態也會漸漸趨向於中間。此乃是由於單一選區下，候選人不再僅能以少部分選民的認同而獲得當選，必須以多數選民的支持才能順利勝選，倘若立足點並非在政治光譜中的中間區塊，則會造成選票流向至其他候選人身上，基於利益極大化的考量下，候選人會選擇逐漸往中間靠攏直到某種平衡為止。

因此從這次的選舉文宣可看到過去在意識形態較趨於兩端的候選人也紛紛在文宣意識形態上趨於溫和保守，不以極端路線為訴求改以多數選民的主流意識為主要訴求，如可在政策文宣中發現候選人皆提出地方性建設政策、規劃地區以促進經濟繁榮，皆都為趨中的政策訴求。

????? 指?? 指???????

選區由大變小的改變下，台灣的選民對於國會議員所該扮演的角色有時候其實搞不清楚，往往認為跑婚喪喜慶、為地方爭取建設才是一位好委員，對於立法委員在問政質詢、推動法案上的能力並不要求，地區性的差異在南北就可區分，普遍而言，北部的選民針對委員議題政見為支持的考量，而南部選民則在乎委員平時對於選區的大小事經營。候選人提出全國性的政見，選民有時可能會認為不在乎地方的建設進而不把選票投下，造成該候選人的落敗。對於候選人而言，競選最重要的目的就是集中票源獲得席位，選民的支持會以選票作為表示，候選人得獲得選民的認同感，讓選民認為該候選人對於地方建設十分有貢獻，而支持他。因此區域候選人的政見大多數是著墨於地方建設。

在單記非讓渡投票制的大選區下，候選人只需討好一部份足以支持保證自己當選的選民即可，在選區服務上大多針對自己的死忠票源。如今單一選區兩票制乃是採取小選區制，候選人必須掌握過半數的選民支持才能確保自己的當選，在選區的經營上不再是只針對少部分選民，而是得對於整個選區的所有選民爭取他們的支持，對於候選人而言，選區經營的人脈與關係以及平日的選民服務對於整個選舉結果有著決定性的影響。而選後，整個選區只會有一人當選，選民易於監督候選人促使候選人必須與選區建立強烈的連帶關係，以增強認同感以及選舉時的支持度。因此在文宣上，過去只針對少數選民（如社區大樓、眷村、農漁會）的特定候選人在這次的選區經營上也針對整個選民做服務；而特別的是由於分配參選的過程中被迫轉移選區的候選人們在選區經營上更是特別用心，由於過去所深耕的地盤已不在自己的選區內，則會有地盤互換、樁腳移轉的現象出現。

????? 指??????? 指??? 帙????????? 指

適當運用黨籍標籤主要是為了迎合選民政黨認同的心理，美國的選舉研究發現，影響選民投票的變數有三項：候選人取向、政見取向與政黨認同。在複數選區單記非讓渡制之下，由於參選人數摩肩擦踵，當選名額又不限於一，因此政黨為求席次最大化，往往推出許多候選人參與競選，造成候選人不僅要面對敵對政黨候選人的強力威脅，還要防止同黨候選人瓜分同性質的政黨票源，如此之下，候選人為求自保，往往採取與地方派系的合作，利益輸送交換企圖以派系在地方的影響力而使自己順利當選。

對於選民而言，即使認同該政黨也必須從該黨提名的眾多名

單中挑選一名。對於候選人而言，政黨的標籤保證不是鐵定當選，候選人得自己協尋資源而使自己在眾多自家候選人中脫穎而出才能確保當選，因此在當選之後，候選人對於政黨的政策不見得完全配合，有時脫黨的候選人也能靠著自身魅力當選。故政黨在複數選區之下其規範性與影響力處於有限的狀態。

競選廣告中的黨籍標籤，一方面有政黨標示作用，和廣告學裡商標的作用有異曲同工的功能，另一方面則顯示了候選人的黨性與政黨經歷，因此適當的使用政黨標籤是有助於爭取選民的認同。此次立委選舉由於制度的更改，各政黨在選區中只會提出一個候選人作為角逐選區的競爭者，候選人不僅代表自己出選也代表著政黨出征，選民藉由認同政黨進而投給在選區所認同的政黨推出的唯一候選人，因此候選人們紛紛會自稱自己為該黨的正統候選人，避免同質性的參選人瓜分票源。而同性質的政黨也會互相合作以達最大的勝利，選民會因為一選區只能當選一人而有策略性投票行為出現，這時候同質性的政黨會尋求合作提出共同候選人讓票源集中不至於分散票源讓對手得勝。

?? 乏 ??? 市咖? /??

????? 市

在鎖定區域的設定上以決戰中台灣為出發點，也基於地緣關係而蒐集台中縣市、彰化縣的區域立委文宣。本文企圖以實際與理論互相驗證，推敲出在制度的變革下，候選人策略的因應變化。利用候選人發行的文宣印刷品作為資料依據，然而發現許多候選人開始使用網路資源，藉由部落格、或網路通路傳遞訊息，若是有意從事文宣內容分析研究者，可從多方面的文宣種類著手，尤

其以影音傳播-電視廣告、地方電台、宣傳車皆是收集對象，較為印刷品生動，且能在事件發生後的第一時間反應，更能完整建構出候選人選戰的完整行銷策略。

?? ? / ? ?

本文主要探討的是選舉制度改變下，候選人對於制度改變而在競選策略中的修正，以文宣內容為主要分析。由於，選舉勝選的關鍵不會單就只有一個因素，文宣的好壞可以影響選民對候選人的觀感，但不會是決定候選人的當選唯一因素，因此對於選舉結果本文是不討論的，僅針對候選人對於制度改變後的反應。

由於此為新制度的剛落實，許多策略其實仍是有過去制度的影子存在，選民對於新制度仍也是懵懵懂懂，是否能真正落實單一選區兩票制的精神，候選人在選區的經營上仍是一大考驗，而文宣是否會因網路的發達而漸漸式微仍是一考量。未來研究的方向著重在候選人文宣內容的配置上，是否還保留過去制度的特性與單一選區下所產生的特點，進而整理出我國制度轉變兩制度之下的行銷策略模式總歸納。

附錄一 台中縣第一選區候選人文宣



問政服務最實在 卡贏別人打嘴砲

要在國會通過法案，就要交乎一呼百諾的 **②劉銓忠**

② 劉銓忠主提案十二個，通過六件，通過率50%
蔡其昌三年提一堆，才通過二件，通過率不及6%

劉銓忠 VS 蔡其昌

12 個	法律主提案	34 個
6 個	三讀完成數	2 個
50%	提案完成率	6%

②劉銓忠

地方建設最內行、認真打拼顧鄉親
望您牽成

第一選區 大學、大甲、西潭、潭子、梧棲



改革不能停止

說真的話 做對的事

蔡其昌

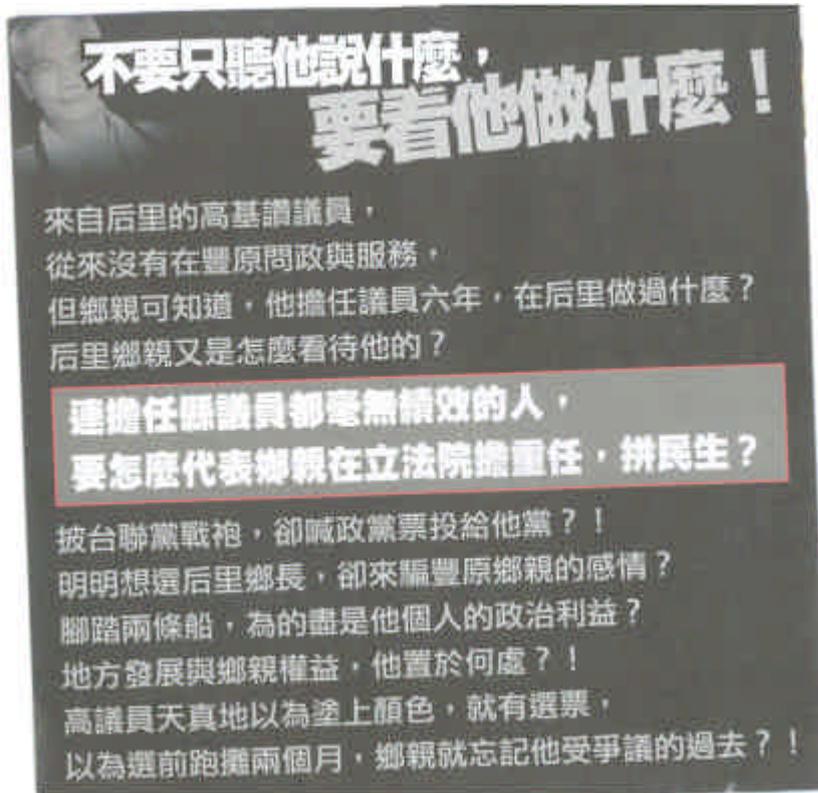
專業·認真·敢衝前!

國會通訊 NO.2

蔡其昌 政壇路上 勇往直前

第一選區 大學、大甲、西潭、潭子、梧棲

附錄二 台中縣第四選區候選人文宣



**不要只聽他說什麼，
要看他做什麼！**

來自后里的高基讚議員，
從來沒有在豐原問政與服務，
但鄉親可知道，他擔任議員六年，在后里做過什麼？
后里鄉親又是怎麼看待他的？

**連擔任縣議員都毫無績效的人，
要怎麼代表鄉親在立法院擔重任，拼民生？**

披台聯黨戰袍，卻喊政黨票投給他黨？！
明明想選后里鄉長，卻來騙豐原鄉親的感情？
腳踏兩條船，為的盡是他個人的政治利益？
地方發展與鄉親權益，他置於何處？！
高議員天真地以為塗上顏色，就有選票，
以為選前跑攤兩個月，鄉親就忘記他受爭議的過去？！



**15年的立委
徐中雄·為什麼你
不敢辯論?**

●以台灣名義加入聯合國，你不贊成嗎？
●追討國民黨不當黨產，你怕嗎？
●國會透明化，你拒絕嗎？
●為台灣舉手，你不願意嗎？

**呼籲 徐中雄勇敢站出來
接受選民檢驗!**

1 高基讚

立直堅正，勇於承擔
也懇請鄉親支持

立法委員候選人 **高基讚** 團隊
(豐原、東勢、新社、石岡、和平)
住址：豐原市國順南路159號 電話：04-25120855

附錄四 台中市第二選區候選人文宣

小燕報告



中國國民黨
北區、北屯區
立法委員候選人

盧秀燕

成功爭取洲際棒球場重大建設



盧秀燕擔任立法委員教育委員會召集委員，自中央爭取3億元，加上台中市政府3億元，建設台中洲際棒球場。後因追加預算，盧秀燕又再爭取7500萬元追加，此為近年來台中市最大的體育建設。

成功爭取5-6歲幼兒教育券1年1萬



為減輕年輕家庭對養育幼兒的負擔，盧秀燕積極推動並實施「幼兒教育券」，並成功地區家有5-6歲幼兒的學童每年爭取一萬元的教育補助。此一政策實施後全臺約有數百萬家庭受惠。

為您做了什麼？

成功協助催生敦化公園



位於前任社區的敦化路上，面積約2.7公頃的敦化公園，在開發過程中經歷曲折無劃，經過秀燕自民國86年起協助敦化社區發展協會努力關注，終於90年成功爭取通過預算，並於94年動土興建。此為北屯區近年來最大的公園建設。

成功協助催生育強公園



台中市北區關廟一帶人口密集，民間缺少休閒遊憩去處，經立法委員盧秀燕極力向東方爭取土地，終於成功的催生了面積0.3479公頃的「育強公園」。此為近年來北區最大之公園建設。

爭取20所小學導師器材及扮聖誕老人



擔任台中市愛心媽媽志工大隊副團長的盧秀燕，隨著學業不遺餘力，連續數年的交棒前爭取中華、銀行、農三、立人、綠園、廣行、百福、北屯、軍功、新興、仁愛、廣平等等國小，及數十、五權、立人、大德、三光、北新、南德等所國中，每校5萬元交通安全器材補助，並於聖誕節前送到老人至國小門口擔任聖誕志工及發禮物，小朋友們開心的歡喜回家。



共創



沈智慧 · 盧秀燕 · 歐分工

市長支持盧秀燕

立委投給沈智慧

立法委員 沈智慧 後援會



爭取興建生活圈四號道路

為了提升北屯（大坑北屯一帶）的公路交通與高速公路相連通，提升交通便利，五年來謝明源多次赴省路交總局北屯開生活圈四號道路，獲得同意，如今相關工程正積極進行，便利的公路交通指日可待。



爭取環中區連接快速道路

為了使住居分區軸心的大台中區與全國各地交通暢順便捷，強力要求興建環中快速道路，目前已經進入細部規劃階段，即將動工，完工後將使本區與市路各地區更為便捷。



爭取興建台中國際棒球場

四年來謝明源連任時為了讓台中市民能欣賞一次的世界棒球風采，明源致力尋求體育委員會將建台中國際棒球場計畫，三度獲台中市政府同意興建計畫，讓市民能更好的觀賽，目前已完工，已舉辦多場國際性棒球賽，穩定好評。



獨立爭取興社學溪整治工程經費54億

平溪過去過大的即流災，明源特請行政院專案補助，整治平溪解決舊社地區水患之苦，給予溪東地區新的風貌。



為爭取興建數化公園，舉辦公聽會並成功催生

為了使北屯民眾能多個公園可以休閒運動，八年來謝以倡生數化公園為努力目標之一，腳踏實地一步一腳印為市民爭取，終策畫成開闢落成啟用。



爭取大坑風景區振興計畫及興建十號登山步道工程

為了讓台中市民有更利休閒娛樂，特力其他大坑風景區振興計畫，七年來謝明源連任，十號登山步道工程行政院交通委員會也同意補助，終於近日落成啟用，悠揚無窮。

第一選擇
選擇第一

出席率第一
發言數第一
勤快力第一

公正 守正
勤快 誠實



為何要選謝明源?!
他為咱北屯
做什代誌?

國會換新人

六大理由 地方未黨黨 自己金閃閃

1. 國會是國家最高立法機關，關係到國家前途與人民利益，必須由具有公心與責任感的人士擔任。在目前的國會中，他們不僅對國家前途缺乏責任感，更對人民利益漠不關心，甚至利用職權貪污受賄，損害國家利益。我們需要的是真正為人民著想、為國家前途負責的國會。
2. 國會是國家最高行政機關，關係到國家行政效率與人民利益。在目前的國會中，他們不僅行政效率低下，更對人民利益漠不關心。我們需要的是真正為人民著想、為國家行政效率負責的國會。
3. 國會是國家最高司法機關，關係到國家司法公正與人民利益。在目前的國會中，他們不僅司法公正性受到質疑，更對人民利益漠不關心。我們需要的是真正為人民著想、為國家司法公正負責的國會。
4. 國會是國家最高監察機關，關係到國家監察制度與人民利益。在目前的國會中，他們不僅監察制度不健全，更對人民利益漠不關心。我們需要的是真正為人民著想、為國家監察制度負責的國會。
5. 國會是國家最高立法機關，關係到國家立法程序與人民利益。在目前的國會中，他們不僅立法程序不透明，更對人民利益漠不關心。我們需要的是真正為人民著想、為國家立法程序負責的國會。
6. 國會是國家最高行政機關，關係到國家行政效率與人民利益。在目前的國會中，他們不僅行政效率低下，更對人民利益漠不關心。我們需要的是真正為人民著想、為國家行政效率負責的國會。

● 地方未黨黨 自己金閃閃



地方黨建設 自己路大條



● 地方未黨黨 自己金閃閃

做不好就換人

請問XXX立委，如果恐嚇電話與你有關，你是不是 **事事項項對不起鄉親**？



陳秀輝後援會製 彰化縣鹿港鎮三民路162號 電話：04-7778669

人民將何去何從?

國民黨 沒人才 了嗎?

入監服刑 · 開除立委資格 · 人民所託誰來擔?

犯罪一 台鳳案 **劣劣劣劣劣** **賄賂**

陳秀卿之夫—林進春利用職務上行為向台灣公司賄賂及取得非法利益金額達五億多元

吸金 **犯罪二 中樞掏空案** **劣劣劣劣**

陳秀卿之夫—林進春於擔任中樞公司董事長期間陸續以高價買入土地，以高價再轉由中樞公司以高價買入，致使中樞公司及股東遭受重大損害。

犯罪三 土地超貸案 **劣劣劣** **超貸**

陳秀卿及林進春未經合夥人同意多次以名額土地設定抵押借貸，共同謀取非法利益，涉及多起偽借案。

閩房政治—老公犯罪換老婆選?
這樣的候選人，人民如何信任?

1月12日請投給 **㊦ 陳進丁** 懇請支持

陳進丁後援會 製 電話：臺北縣板橋區板橋路103號
電話：(04)779-7067

假媽祖 · 真詐財

附錄五 彰化縣第四選區候選人文宣

國民黨坑台灣

眷村改建條例照顧特定族群 要花台灣人民納稅錢**1兆2290**億元

1兆2290億元新台幣 相當於：

① 全民 4 年免繳所得稅	⑥ 16 年全國大學生免交學雜費
② 8 年免付健保費	⑦ 可建 2 條高速公路
③ 8.5 年國民年金的財源	⑧ 可建 2 條高鐵
④ 103 年的國中小免費營養午餐	⑨ 可建 11 條雪山隧道
⑤ 可供 24 年的老農津貼	⑩ 可辦 6 次奧運的經費

⑪ 全國每個家庭要負擔**253,400**元

江昭儀

要安心、拼生活、拼經濟
敬請支持財經專家·優質立委留任國會

3 江昭儀

關鍵的時刻 智慧的決定

立委拚過半 投藍得分

團結力量大 集中選票 支持**4**蕭景田

敬愛的鄉親 藍軍的好朋友
司法可以讓馬英九清白
選票才能終結貪腐
讓陳水扁和民進黨徹底反省

不要浪費您的選票
請集中我們的力量
第四選區就選**4**蕭景田
投給陳智強，明助綠營
會讓台灣繼續沉淪

政黨政治
私情放一邊 認爲私利
請不要當歷史的罪人
請不要做陰謀的幫兇

元月12日 全民總動員 選票討公道

立委請支持**4**蕭景田 政黨請支持**10**中國國民黨

彰化縣黨部敬託

陳朝容 真情告白：

揭發蕭景田奪槍殺警與財產暴增40億的真相

不是黨內初選內鬨的私心

而是 切除社會惡瘤的勇氣

猶如，身上長了癌細胞，必須切除，才能健康活下來

朝容感謝鄉親的疼惜支持，讓朝容有機會為鄉親服務。

最近來，朝容曾遇生命危險。最近蕭景田的奪槍殺警與私人財產暴增40億的真相，有人誤會朝容是為黨內初選，打擊同志，遭到這樣的誤會，朝容心煩不已。

蕭景田當初是因為買槍槍殺死了衛文，而奪槍殺警，完全是臺灣第一件奪槍殺警案案件的主嫌共犯，為日後歹徒做了不良示範，他的行為比坐擁錢更可怕！

如果蕭景田真的進入立法院，掌控司法委員會，支持警察司法，那麼臺灣的治安豈不是淪為黑道治國，所以儘管朝容知道這樣揭發會有生命危險，但是為了台灣社會，我依舊要用勇敢的揭露真相。

猶如，身上長了癌細胞，一定要忍痛割下來，才能健康的活著。我們必須有剷除社會惡瘤的法心與勇氣！朝容不是為黨內初選的私心，而是為了台灣鄉親用戰！



陳朝容

讓 ② 謝章捷 來取代 阿殘

清! 絕不隨流!

謝章捷與阿殘大不相同，他沒有阿殘的貪婪私慾，他沒有阿殘的貪婪私慾，他沒有阿殘的貪婪私慾，他沒有阿殘的貪婪私慾。

黑! 怎麼槍殺警?

謝章捷與阿殘大不相同，他沒有阿殘的貪婪私慾，他沒有阿殘的貪婪私慾，他沒有阿殘的貪婪私慾，他沒有阿殘的貪婪私慾。

金! 巨額十億元!

謝章捷與阿殘大不相同，他沒有阿殘的貪婪私慾，他沒有阿殘的貪婪私慾，他沒有阿殘的貪婪私慾，他沒有阿殘的貪婪私慾。

白! 刻苦自律!

謝章捷與阿殘大不相同，他沒有阿殘的貪婪私慾，他沒有阿殘的貪婪私慾，他沒有阿殘的貪婪私慾，他沒有阿殘的貪婪私慾。

忠! 愛國愛民!

謝章捷與阿殘大不相同，他沒有阿殘的貪婪私慾，他沒有阿殘的貪婪私慾，他沒有阿殘的貪婪私慾，他沒有阿殘的貪婪私慾。

賄! 幫他當鉅額?

謝章捷與阿殘大不相同，他沒有阿殘的貪婪私慾，他沒有阿殘的貪婪私慾，他沒有阿殘的貪婪私慾，他沒有阿殘的貪婪私慾。

謝章捷

阿殘

民進黨高雄區黨部 謝章捷 啟

附錄六 彰化縣第三選區候選人文宣

三代做七屆！成績單在哪裡？

空洞口號，掩蓋不了鄭汝芬空白成績單

鄭汝芬家族，省議員做兩屆，立法委員做一屆
縣議員更是祖孫三代已經做四屆
權總做七屆，卻看不見成績單

甚至看到別人的成績單就不爽亂罵...
以為靠控制的第四台扭曲、包裝就有成果
改革、清廉、關懷，不是出一隻嘴用喊的

也不是鄭汝芬喊的「富則行慈悲」
用盡手段「做事業」先賺大錢
然後才拿點小錢分給咱「行慈悲」要選票
所以當然沒時間拼政績，沒成績單可公佈



林重謨
彰化成績看得到

改善民生 治癒水患	提高議員福利 推動特種商業
原文路橋通	公園建設水庫 綠帶環繞彰化
打造優質校區	打造優質住宅區 引入高科技產業
爭取觀光北極星	替換舊郵局開發區



騙票大揭密

重謨當選的立委
1. 賄選? 2. 幫派家族以特權

鄉親Y!
台北來、大立委旭咱教習
咱一定要聽進去

① 貪污：
伊掌、只是SOGO禮卷，
咱就照通計較！

② 掩護家族特權：
阿扁丫伊府慰馬爺斷代話啦，
咱爺免罵伊、抓去關，
只要伊家族、備安啦！

鄉親Y，咱要注意：
用特權掩護家族入黨，
用嘴來做事、候選人，
咱千萬噉乎伊騙騙去！

鄭汝芬後援會 關心您

關懷 清廉 改革

？ ？ ？ ？

？ ？ ？ ？ 捷？

？ ？ ？ 任

王淑女譯，蓋瑞 毛瑟著，1992，《政治行銷》。台北：桂冠。

王業立，1996，《我國選舉制度的政治影響》。台北：五南。

_____，2006，《比較選舉制度》。台北：五南。

姚洋、刑予青與賴平耀譯，Anthony Downs 著，2005，《民主的經濟理論》。上海：上海世紀出版集團。

高德源譯，李帕特著，2001，《民主類型：三十六個現代民主國家的政府類型與表現》。台北：桂冠。

張永誠，1991，《選戰行銷》。台北：遠流。

_____，1992，《選戰造勢》。台北：遠流。

_____，1993，《非營利行銷：選戰實務篇》。台北：遠流。

張世熒，2005，《選舉研究-制度與行為途徑》。台北：新文京。

陳文俊譯，Earl Babbie 著，2005，《社會科學研究方法》。台北：雙葉。

陳義彥主編，冷則剛、吳重禮、耿曙、高永光、盛幸媛、陳陸輝與游清鑫合著，2006，《政治學（下）》。台北：五南。

陳義彥、陳景堯、林妤虹、吳宜璇、何景榮與任雲楠譯，David Marsh、Gerry Stoker 主編，2007，《政治學方法論與途徑》。台北：韋伯。

陳鴻基，1995，《選舉行銷戰：知己知彼，百戰百勝》。台北：正中。

鈕則勳，2005，《政治廣告-理論與實務》。台北：揚智。

黃俊英，2005，《行銷學的世界》。台北：天下。

黃俊英、范揚松、任宜誠、陳義彥、吳統雄、伊佳奇、張永誠、呂忠達、賴東明、鄭自隆與錢為家，1993，《選戰贏家-選舉行銷理念與實戰智慧》。台北：管理科學委員會。

榮泰生，2005，《行銷學》。台北：五南。

蔡學儀，2003，《解析單一選區兩票制》。台北：五南。

鄭自隆，1992，《競選文宣策略：廣告、傳播與政治行銷》。台北：遠流。

_____，2000，《競選廣告》。台北：正中。

_____，2004，《競選傳播與台灣社會》。台北：揚智。

????

王業立，1999，立委選舉制度改革之探討，《理論與政策》，第13期，頁143-159。

王曉麟，2007，論我國立法委員選舉制度之變革：制度與制度變遷之觀點，《選舉評論》，第3期，頁37-58。

林繼文，1999，單一選區兩票制與選舉制度改革，《新世紀智庫論壇》，第6期，頁69-79。

李柏諭，2006，選舉制度對政黨體系之影響：台灣總統、縣市長、立法委員、任務型國大選舉之實例比較，《政治科學論叢》，第27期，頁69-112。

徐永明，2002，單一選區兩票制政治衝擊的模擬，《新世紀智庫論壇》，第17期，頁6-16。

莊勝榮，1996，單一選區與兩票制的探討，《國家政策雙週刊》，第141期，頁8-10。

黃秀端，2001，單一選區與複數選區相對多數制下的選民策略投票，《東吳政治學報》，第13期，頁37-75。

隋杜卿，2003，選舉制度與選區劃分，《國家政策論壇》，秋季

號，頁 72-74。

謝侑道，立委選制改革之比較研究，《中州學報》，第 19 期，頁 213-220。

謝復生，1996，我國現行選舉制度之評析，《國家政策雙週刊》，第 141 期，頁 2-13。

?? ? 嬰嶸?

王旻瑜，2007，立委選制改革之政治影響，碩士論文，東海大學政治學研究所。

王冠翔，2000，政治行銷：後選人形象定位及認知差異之研究-以台灣 2000 年總統大選為例，碩士論文，元智大學管理研究所。

任宜誠，1989，選舉行銷策略規劃理論、實務與應用-以國內主要政黨及增額立委為例，碩士論文，國立中興大學企管研究所。

吳振宇，1998，候選人競選策略之研究-1997 年新竹縣長選舉之分析，碩士論文，國立中正大學政治學研究所。

林秀容，1993，選舉行銷與選民取向之研究-以高雄市選民為例，碩士論文，國立中山大學企業管理研究所。

邱映慈，1999，整合行銷傳播在選舉行銷上之運用：以 1998 年台北市長選舉為例，碩士論文，輔仁大學大眾傳播研究所。

洪玉鳳，2003，女性參政者形象塑造與政治行銷關係之研究-以第十五屆台南市議員選舉為例，碩士論文，長榮大學經營管理研究所。

翁景民，1994，選民之投票偏好決策及候選人定位之研究-以台北縣長選舉為例，碩士論文，國立台灣大學商學研究所。

張美慧，1995，國內主要政黨政治傳播之研究，博士論文，文化大學中山學術研究所。

張端美，2003，政治人物之行銷-以澎湖縣立法委員林炳坤 90 年底第五屆立委選舉為例，碩士論文，國立中山大學高階經營碩士班。

陳春富，2001，台灣選戰行銷模式之建構，博士論文，國立交通大學經營管理研究所。

鈕則勳，2001，總統候選人之競選傳播策略-以公元二??年我國總統大選為例，博士論文，國立政治大學政治學研究所。

黃義傑，2005，我國複數選區下政黨候選人選舉行銷的運用-以 2004 年立法委員選舉台灣團結聯盟高雄市北區候選人為個案分析，碩士論文，國立中山大學政治學研究所。

劉建鄰，2004，從政治行銷取向探討國內選舉公關之操作，碩士論文，世新大學傳播研究所。

潘律民，1993，選戰候選人策略性定位一致性之研究，碩士論文，國立台灣大學商學研究所。

謝相慶，2007，我國第 7 屆立法委員新選舉制度及其可能效應，「中國政治學會年會暨制度治理與秩序」學術研討會，義守大學主辦，高雄。

?? 喀? 捷?

Downs, Anthony, 1957, *An Economic Theory of Democracy*. New York: Harper & Row.

Kotler, Philip, 1985, *Overview of Political Candidate Marketing*, *Advance in Consumer Research*, Vol. 2.