

國立臺灣大學社會科學院社會學系



碩士論文

Department of Sociology

College of Social Sciences

National Taiwan University

Master Thesis

臺灣企業的政黨結盟策略：

立委選舉的政治獻金分析，2008-2012

The Political Partisanship of Taiwanese Business:
An Analysis of Campaign Contribution in the Legislator
Election, 2008-2012

陳瑞清

Jui-Ching Chen

指導教授：蘇國賢博士

林宗弘博士

Advisor: Kuo-Hsien Su, Ph.D.

Thung-Hong Lin, Ph.D.

中華民國 108 年 8 月

August 2019

國立臺灣大學碩士學位論文
口試委員會審定書

臺灣企業的政黨結盟策略：

立委選舉的政治獻金分析，2008-2012

本論文係陳瑞清君 (R06325005) 在國立臺灣大學社會學系完成之碩士學位論文，於民國 108 年 7 月 1 日承下列考試委員審查通過及口試及格，特此證明

口試委員：(指導教授)

鄭力軒

(簽名)

李崇業

林宗弘

翁同賢

謝辭



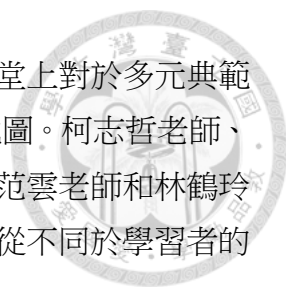
在寫完碩士論文之前，寫完碩士論文是一件不可想像的事。依個人經驗來看，成為研究生，最重要的任務是從知識的消費者轉換為知識的生產者，因此，閱讀學術著作的角度，也不能只是理解概念、掌握其內在邏輯，還必須進一步從研究實作的角度，拆解這些命題背後的論證過程和方法基礎。藉由這種批判性的閱讀，指出既有研究的限制或不足，才能夠找到自身的立足點，據此構想研究設計，並在文獻閱讀、資料分析與論文寫作這三者循環往復的過程中，試著將自己的小小貢獻定位於學術脈絡。坦白說，一路走來，並非坦途。

僥倖的是，得天獨厚的社會條件，讓我得以順利走完這一段路。首先要感謝我的兩位指導老師。蘇國賢老師對於理論意涵和嚴謹分析的重視，讓我更加戰戰兢兢地面對論文各方面的細節，也拓展了我對量化研究的想像；在結構分析的課堂上，從結構學派早期的奠基之作，到分析社會學和當代的個人中心網絡分析，讓我見識到結合量化方法與理論建構的可能性；在個人的身教中，老師提醒我學術倫理的重要性，還有待人接物的道理。林宗弘老師對於研究設計的靈活思考，啟發我如何超出既有框架來構想研究；在高統的課堂上，老師對於研究實作的重視，讓我更得心應手地應用量化方法；老師提供的研究助理機會，讓我加入工作團隊，從處理第一手資料的艱辛工作中，理解到資料建構的過程，也體會「團體戰」的優勢和重要性，在同儕間的合作和討論過程中收穫甚多。

寫作過程中，承蒙諸位老師的評論意見，讓論文更加完備。感謝擔任我論文工作坊評估委員的林國明老師，精準指出當時的不足，也建議文獻對話的方向，讓陷於研究瓶頸的我有前進的指引；論文的後續修訂，相當程度是在回應當時的評論意見。感謝兩位口試委員，讓我的論文增色不少。李宗榮老師，啟發我提煉理論意涵的方向，讓研究發現更為深刻；也謝謝老師看見我在寫作上的用心、肯定我的文筆，得到這樣的肯定是莫大的榮幸。鄭力軒老師，針對分析方法的犀利評論，讓我得以用更嚴謹的方式來呈現論文。

感謝政治獻金數據的工作團隊，亞萱、偉哲、土豪和振辰，在建構資料庫的過程中付出的辛勞，讓我的論文有幸成為第一篇使用本資料庫的著作。此外，也要感謝監察院的承辦人何黛君女士，在查閱資料期間總是盡心盡力提供最大的協助。

感謝臺大社會系六年來的扎實訓練，讓研究歷程更為順遂。賴曉黎老師，在閱讀理論原典、查找文獻脈絡和建構經驗現象等各方面的學術基本功，都提供了十足



的訓練，不但令人難忘，也受用至今。林國明老師，在研究法課堂上對於多元典範的強調和重視，讓我學會欣賞不同取徑的研究，開拓我的知識地圖。柯志哲老師、簡好儒老師和曾嫵芬老師，啟發我分析經濟現象的社會學視角。范雲老師和林鶴玲老師，給予我擔任教學助理的機會，讓我在擔任助教的經驗中，從不同於學習者的角度來認識社會學。

在庶務方面，感謝系辦的瑜焄，總是耐心回應我的疑難雜症，也協助處理諸多行政流程；感謝帝宇影印的何繡容女士，從大學以來便以最熱情的態度，提供印刷方面的服務。

同儕團體是論文寫作過程中重要的社會支持。感謝宇弘、伯維、智涵、亞萱、哲維、育誠和振辰，在統計方法和軟體操作方面的提點，讓我少走不少冤枉路。感謝韋宏、俊植、珮宸和其融，細心閱讀論文初稿，提供回饋意見。感謝士珏對英文摘要的修訂提出相當專業的意見。感謝定皇和韋宏，你們是我在社會學的學習之路上重要的參考座標。感謝碩士班的同學們，詠馨、亮穎、永昌、珮宸、俊植、懿倫、冠良、璇嬋、孟臻、學穎、佳勳、敬柔和珮文，無論是日常生活中的互相照顧，或是嚴肅的學術討論，都是支撐我度過研究所生涯的動力來源。感謝「大尾魯曼」讀書會的成員，士程、怡坤、芳晨、洵美和珮宸，豐富了我的研究所生活。謝謝其融的耐心包容和陪伴，給予我面對挫折的勇氣。

最後，感謝小姑姑一家人，在我負笈臺北期間，總是給予最溫暖的關心。感謝爸爸、媽媽和哥哥，總是最實際的行動，來支持我任性的人生規劃；我之所以奢侈地擁有探索世界、探索自我的自由，是來自於父母辛苦拚搏才掙得的成果，謝謝父母總是扮演著園丁，支持我面對世界的不確定性。

陳瑞清

2019年8月於臺大社會系館

摘要



臺灣企業的政治獻金傾向捐給哪一個政黨？本文利用臺灣經濟新報資料庫中的上市櫃公司財務數據，以及 2008 年和 2012 立委選舉的政治獻金資訊，來檢視臺灣企業的政黨結盟策略，得到以下四項結論：首先，大型企業傾向採行兩邊下注的政治捐獻策略，同時捐贈政治獻金給國民黨和民進黨。其次，2008 年，在中國投資程度較高的企業，更可能採行只捐國民黨或兩黨都捐的策略；但是隨著兩岸之間的跨海峽政商網絡日益複雜，政治獻金可能不再是中國對臺灣施展政治影響力的唯一管道。第三，家族企業較可能以政治獻金來支持國民黨，這顯示家族企業早年與國民黨之間的政商關係，至今仍舊發揮著組織烙印的效果。最後，若企業的跨坐董監事席次較多，也就是在市場網絡上相對活躍，則較不會涉入政治獻金。

關鍵詞：政治獻金、政商關係、捐獻策略、政黨結盟策略、企業政治行動

Abstract



This study investigates the political partisanship of Taiwanese business, through analyzing financial information of listed company from *Taiwan Economic Journal* (TEJ) database and statistics on campaign contribution in the 2008 and 2012 legislative elections. There are four main findings as followed: Firstly, larger corporations are inclined to make bipartisan donations to both Kuomintang (KMT) and Democratic Progressive Party (DPP). Secondly, corporations with larger investment in China are more likely to donate to KMT or make bipartisan donations in 2008; however, as cross-Strait government-business networks grow further complicated, campaign contribution may not be the only way for China to manipulate the political affairs in Taiwan. Thirdly, family-owned corporations are prone to donate to KMT, which implicates the organizational imprinting effect on the partnership between family-owned corporations and KMT in the early years. Lastly, if corporations consist of more interlocking directorates, which indicates a more active engagement in market networks, they are less likely to involve in campaign contribution.

Keywords: campaign contribution, state-business relations, donation strategies, political partisanship, corporate political action

目錄



第一章 導論	1
(一) 提問	1
(二) 臺灣的政治獻金：法律規範與既有研究	6
(三) 臺灣政商關係的演變	11
(四) 小結	14
第二章 文獻回顧	15
(一) 企業的政治捐獻	15
(二) 研究假設	19
(三) 小結	22
第三章 資料與方法	24
(一) 樣本	24
(二) 依變項	25
(三) 自變項	26
(四) 控制變項	27
(五) 分析方法	28
第四章 分析結果	30
第五章 討論與結語	38
參考文獻	44
附錄 1 Hausman 檢定	53
附錄 2 變項遺失情形	54
附錄 3 整體描述統計	55

圖目錄

圖 1	企業控制型態對於政治捐獻策略的影響.....	37
-----	------------------------	----



表目錄

表 1	2008 年企業的捐獻策略與組織特性.....	30
表 2	2012 年企業的捐獻策略與組織特性.....	31
表 3	2008 年企業政治捐獻策略的多類別邏輯迴歸估計.....	33
表 4	2012 年企業政治捐獻策略的多類別邏輯迴歸估計.....	34
表 5	2008 年及 2012 年企業政治捐獻策略的多類別邏輯迴歸估計.....	36

第一章 導論




(一) 提問

近年來，臺灣的經濟政策出現財團化的趨勢。1990 年，立法院制定促進產業升級條例，提供企業租稅優惠、協助土地取得與給予融資貸款等優惠政策，藉此促進產業升級，造就國內蓬勃發展的科技產業。結果，財團在減稅和優惠政策中逐漸壯大，甚至在政策方向上也展現了不容忽視的影響力；2008 年的金融風暴後，在工商團體和財團的施壓之下，政府不斷順應資本家的要求，調降諸多稅率，並替財團徵收土地，以協助財團建立廠區（林宗弘等 2011：Ch. 2）。

與經濟政策財團化趨勢相應的是臺灣企業規模的迅速膨脹。研究發現，臺灣的製造業企業，近年迅速擴張其經營規模，且大型企業的拓展速度更是驚人，從 1995 年到 2012 年之間，大型企業的平均營收淨額竟然成長了 436%（林宗弘、胡伯維 2017: 254）。更甚者，企業大型化的趨勢，排擠中小企業的生存空間。首先，中小企業的外銷產值逐年下滑，大型企業取代中小企業而成為臺灣的外銷主力；其次，隨著整體產業鏈的外移，創業率下降、歇業率增加，創業所需的資本門檻越來越難跨越，存活企業的資本額也隨之提高；最後，中小企業的存活年數提高，年輕的企業越來越少，再次突顯創業不易的現象（林宗弘、胡伯維 2017）。


此外，婚姻聯繫或家族控制，仍然是維繫權力菁英和企業集團的重要機制。一方面，許多國內的達官顯要，包含政治世家、富有商人和文化菁英等，透過婚姻關係彼此結成「一家人」，甚至構成一個幾乎吸納所有政商界重要人物的巨大關係網絡；其中，幾乎歷任總統、各個行政或司法機關的最高首長、前二十大企業集團中的半數成員，以及諸多文化界的名人等，都可以在其中加以定位（陳柔縉 2011）。另一方面，從企業的控制型態來看，家族控制是臺灣企業的一個顯著特徵；無論大



型上市公司或中小企業，皆是如此。2007 年，臺灣的前百大企業集團中，有超過半數是明顯屬於家族性的集團，其總營收高達 11 兆 5,370 億元，佔年度 GNP 的 89.1% (李宗榮 2017: 316)。換言之，經歷了數十年的經濟發展後，臺灣仍然是一個以家族企業為主體的市場結構。在這種講究「關係」的政經環境中，企業與政府部門之間，正式或非正式的政商關係，也讓企業更容易取得其他產業的相關資訊，掌握政策動向，甚至促成對自己有利的產業規則，替企業集團帶來多角化的效益 (鍾喜梅、葉家豪 2010；但見 Chung 2006)。

從地緣政治來看，隨著中國和臺灣之間逐漸加深的不對稱經濟依賴關係，中國因素」(China factor)也悄悄滲入臺灣的政商關係，建立跨海峽的政商網絡。兩岸之間經濟往來的特殊性，在於中國政府試圖吸納合併臺灣，宣稱其主權，而依賴中國市場的臺商，在中國的政治意圖下，遂帶來逆向的政治效應(跨國企業回頭影響母國)，成為臺灣境內的在地協力者，配合中國「以商圍政」的策略；無論是制度化的「國共論壇」、「兩岸企業家峰會」以及中國各地的臺商協會，或是非制度化的人際網絡，例如「連戰訪中團」等，都是臺商與中國之間相當受到關注的互動平臺(吳介民 2017: 692-693)。

當臺灣面臨著新世紀的經驗課題，諸如政策財團化、企業大型化、家族控制與中國因素，國內的經濟社會學研究，似乎也有了與之呼應的典範轉移：從奇蹟典範到衰退典範。首先，1980 年代至 2000 年之間，關於臺灣經濟發展的研究，可說是一種「奇蹟典範」。此時的核心問題意識是：位居邊陲處境的臺灣，何以能創下長期的高經濟成長率？在奇蹟典範下，冷戰下的獨特政經條件、儒家式的文化倫理、高度自主的發展型國家，以及中小企業間社會網絡所發揮的彈性專業化之效等，都是用來解釋臺灣經濟奇蹟的重要概念。然而，1990 年代後，隨著新的經驗議題浮現，學界也有轉向「衰退典範」的趨勢，改為關注臺灣面臨的長期經濟及社會衰退，譬如薪資停滯、產業外移、國家角色失能等 (李宗榮、林宗弘 2017)。



無論是奇蹟典範或衰退典範，政商關係都是理解臺灣經濟發展（或衰退）經驗的關鍵因素。近年來，相較於日益壯大的企業行動者，國家或公部門在經濟發展中所扮演的角色，已不若戰後初期所佔據的主導地位；政商關係中的權力，逐漸朝向資本的方向傾斜（王振寰等 2017）。

國家角色或政府部門在經濟事務中的衰退，展現在許多面向。在國家角色上，原先的發展型國家，有新自由主義化的趨勢；2000 年後，臺灣經歷更為全面且激進的新自由主義式政策改革（夏傳位 2015）。在經濟資源上，經過經濟自由化的洗禮，國民黨政府為了增加財政收入，加以公營事業本身的政治功能喪失，促成國民黨政府將公營事業民營化的政策動機，導致由政府部門直接掌控的資源變少（張晉芬 2001）。在產業政策上，國家角色不再是經濟行動的引導者，而更像促成合作環境的平臺搭建者（王振寰 2010）；產業政策的成敗，取決於市場內部的協調（鄭力軒、王御風 2011）。在金融市場上，經歷金融自由化，公營行庫的市場佔有率迅速下滑，臺灣的金融體系快速私有化，取而代之的是私人銀行，以及由大型家族財團所掌控的金控公司（陶儀芬、張珈健 2008）。在市場網絡上，早期公營金融機構佔據結構洞位置，在數個封閉的家族集團企業之間牽線，促成企業間網絡的形成；這種制度鑲嵌的效果，在愈趨開放的市場環境中逐漸失效，民營企業之間的董監事跨坐網絡，數量快速增長（李宗榮 2007，2009）。在企業經營上，早年的政治人脈，能替企業集團帶來成功開拓新產業的關鍵助益，但在市場開放後，企業集團自身的資源和市場經驗才是其多角化的基礎（Chung 2006）。

相較於國家角色在經濟事務上的衰退，企業行動者在政治場域中的參與反而愈形重要。一方面，在前述的企業大型化趨勢下，企業在政商關係中的議價能力，逐漸水漲船高。另一方面，在 2000 年後，政黨輪替成為常態，因此，要能夠在選戰中脫穎而出，各個政黨勢必得積極發展政商關係，拉攏企業和工商團體的支持，藉此募集選舉及政黨運作的所需資源（黃宗昊 2013）。顯然，影響力日益壯大的企

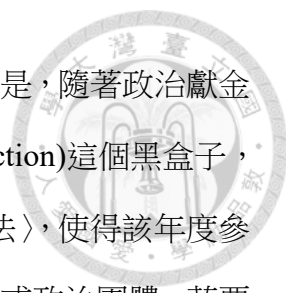


業行動者，如何參與在政治活動中，早已是理解臺灣政商關係的關鍵議題。

當迅速壯大的企業，逐漸滲透進公共領域之中，影響政策、介入選戰，一般民眾和學術界，也開始對於政商關係的議題，有更多的關注和擔憂。一方面，社會大眾對於政商議題的焦慮，可以從國內的調查資料庫中窺見一斑。根據臺灣社會變遷調查的結果，1993年，有大約六成的民眾，同意臺灣的公共政策「受到大財團左右」，而在1998年，同意的民眾所佔比例卻已超過八成；此外，民眾認為政府偏袒資方而非勞工的比例，也在上升當中，在1991年，認為「政府比較支持財團而不是支持勞工」的民眾，只有大約三成，但是在2005年，支持此看法的民眾，竟已超過七成（李宗榮 2016: 102）。

另一方面，學術界也展現了對於政商議題的憂慮。2007年，因應中華銀行掏空的重大經濟犯罪事件，《臺灣民主季刊》邀請三位學者，針對政商關係的時事議題提出針砭。首先，政治學者王輝煌(2007)批判，臺灣政商菁英在晉用人才方面相當排他，而且有將公共資源私有化的傾向，具明顯的封建色彩，造就了嚴重的社會後果。其次，財政學者周德宇(2007)也認為，從臺灣的發展來看，由於整體社會倫理低落，加上公民監督和制度規範並不完備，使得政商關係容易腐敗，特別是高度監管的金融產業和通訊產業。最後，社會學者瞿海源(2007)嚴厲質疑，政治高層，尤其是欠缺監督機制的立法委員，常爭取財團的支持，來協助其贏得選戰，抑或是拉攏財團來鞏固政權，從而製造出惡質的政商關係；更甚者，某些立委本身就是「政商兩棲者」，挾其財力和勢力，在立法院中杯葛行政部門的政策訂定過程。

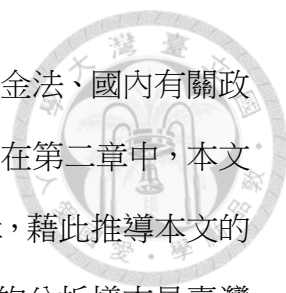
過去臺灣政治社會學的政商關係研究，主要是以宏觀的政治轉型，來解釋政商關係的消長與變化（王振寰 1993；黃宗昊 2004，2013；張鐵志 2008），或者是從個案中探討，中央政府為了爭取資本集團的支持，出讓了什麼樣的經濟利益（陳東升 1995）。然而，究竟是哪些企業在參與政商關係，仍然是較少處理的主題。這種



學術上的空白，很可能是面臨經驗資料取得不易的問題。慶幸的是，隨著政治獻金資訊的揭露，對於打開「企業的政治行動」(corporate political action)這個黑盒子，也露出一絲曙光。臺灣於 2004 年由立法院三讀通過〈政治獻金法〉，使得該年度參與選舉的立委候選人，以及日後所有參選公職的擬參選人、政黨或政治團體，若要合法收受政治獻金，都必須在監察院設立專戶，並開放一般民眾至監察院查詢其收支明細。

政治獻金在經驗上的意涵為何？政治觀察家指出，金錢對政治來說，就像是母乳對嬰兒一樣重要，而政治獻金更是讓關於政治權力的研究，有了可追蹤的元素 (Alexander 1976)。就學術分析的角度而言，雖然金錢在政治領域內的轉移，並不總是透明可見的，但其他政治行動往往也須面臨衡量不易的問題，而且金錢畢竟具有相對客觀、容易測量的特質，所以政治獻金仍是理解權力流動與影響的重要主題 (Burris 2010)。從實質影響來看，C. Wright Mills (1956: 166)在關於美國權力菁英的經典研究中，也將富有資產階級家庭的政治獻金捐贈，視為菁英支配的重要機制之一，因為政治獻金讓這些經濟權力的擁有者，能夠將金錢轉換為政治黨派的運作。

針對企業在政治獻金上的參與，李宗榮(2016)的研究發現，以傳統產業為主的大型家族企業集團，主導著臺灣的政治獻金活動。奠基在既有研究的基礎上，本文希望進一步區辨企業政治獻金的「捐贈對象」，是捐給哪一個政黨的候選人。主導臺灣政黨政治的國民黨與民進黨，在政商關係的經營上明顯有別。戰後初期，國民黨的黨國體制，維繫了與企業之間侍從主義式的政商關係，即便在 1980 年代後的自由化趨勢下，仍然透過一系列的手段，建立與財團之間的制度化合作管道；相較之下，民進黨在取得執政權後，卻只是非制度性地籠絡個別的企業主 (黃宗昊 2004)。究竟政黨在政商關係中的歷史特性，是不是會導致企業在政治獻金上，具有不同的政黨結盟策略(political partisanship)？這是本文想要回答的問題。




本文的章節安排如下。首先，本章會接著介紹臺灣的政治獻金法、國內有關政治獻金的既有研究，並回顧戰後以降臺灣政商關係的演變過程。在第二章中，本文將回顧企業政治行動的研究脈絡，確立企業政治捐獻的行動邏輯，藉此推導本文的研究假設。在第三章中，本文將介紹資料來源與研究設計；本文的分析樣本是臺灣的民營上市櫃公司，並透過整併 2008 年與 2012 年立委選舉的政治獻金專戶數據，藉此檢視這些企業在政治捐獻上的政黨結盟策略。在第四章中，本文將報告描述統計與迴歸分析的結果。最後，在第五章中，本文將總結研究發現，並討論本文的研究貢獻與限制。

(二) 臺灣的政治獻金：法律規範與既有研究

對於臺灣〈政治獻金法〉的制定，國內學界目前仍未從歷史制度論的角度來考察該法的審議過程。以下，讓我扼要說明該法的頒布與規範的內涵。2004 年，由於許多政治人物收受政治獻金的舞弊事件頻傳，政治獻金法的立法議程，便受社會輿論的高度關注；此外，恰逢選舉日近，藍綠雙方無法太過明目張膽地反對立法。結果，從提出草案以來，經歷十多年的審議過程，政治獻金法終於在當年的 3 月 18 日，由立法院正式三讀通過，並於 3 月 31 日由總統公布後正式實施。¹此後，若要合法收受政治獻金，都必須在監察院設立政治獻金專戶，並且開放一般民眾至監察院查詢其收支明細。除了 2004 年的總統大選尚未適用新法之外，當年的立委選舉，以及日後所有參選公職的擬參選人、政黨或政治團體，都是受到政治獻金法規範的對象。

政治獻金法，可以理解為政治獻金活動的制度框架。首先，該法對於政治獻金

¹ 關於政治獻金法數年來的審議過程，可以參考王鼎銘(2007: 123-124)的簡短回顧。



的定義是：「指對從事競選活動或其他政治相關活動之個人或團體，無償提供之動產或不動產、不相當對價之給付、債務之免除或其他經濟利益。但黨費、會費或義工之服務，不包括在內。」而能收受政治獻金者，則以「政黨、政治團體及擬參選人」為限。值得注意的是，在立委的擬參選人中，僅有區域及原住民立法委員的擬參選人，才可以收受政治獻金，而全國不分區立委擬參選人，以及僑居國外國民選出之立法委員擬參選人，依法不得收受政治獻金。根據內政部 2010 年台內民字第 0990191574 號函釋，僑居國外國民和全國不分區的立法委員，是依照政黨得票比例的方式所產生，因此並沒有競選經費支出的必要，而其候選人也沒有理由收受政治獻金。

有關政治獻金的收受，政治獻金法對於政治獻金活動的收受期間、收受對象以及捐贈總額，都有所規範。首先，該法規定了合法收受政治獻金的期間。以本文關切的立委選舉為例，區域及原住民立法委員擬參選人，合法收受政治獻金的期間為：自立法委員任期屆滿前十個月起，至次屆選舉投票日前一日止。

其次，該法對於能收受政治獻金的對象，也有所限制。得捐贈政治獻金者，包含個人、政黨、人民團體，以及營利事業；但該法還規定了 11 種擬參選人不得收取政治獻金的對象，包含：公營事業、仍與政府機關之間有巨額採購或重大公共建設投資契約的企業、有累積虧損的營利事業、宗教團體、其他政黨、未具選舉權之人、黨營事業、仍與政黨之間有巨額採購契約的企業，以及外國、大陸地區或香港的人民、法人及團體等。

第三，政治獻金法對於政治獻金的捐贈總額，有嚴格的規定。先從個人捐贈來看，個人對於同一政黨的每年捐贈總額，不得超過 30 萬；對於不同政黨的每年捐贈總額，不得超過 60 萬；對於同一擬參選人的每年捐贈總額，不得超過 10 萬；對於不同擬參選人的每年捐贈總額，不得超過 30 萬。對於營利事業的規範，則相對



寬鬆。營利事業對於同一政黨的每年捐贈總額，不得超過 300 萬；對於不同政黨的每年捐贈總額，不得超過 600 萬；對於同一擬參選人的每年捐贈總額，不得超過 100 萬；對於不同擬參選人的每年捐贈總額，不得超過 200 萬。

另一方面，個人和營利事業捐贈政治獻金，能將之作為申報所得稅的扣除額或當年度費用。其中，個人的扣除額不得超過當年度申報之綜合所得總額的百分之二十，且扣除額不得超過 20 萬；營利事業所得稅的扣除額，則不得超過其所得額的百分之十，且扣除額不得超過 50 萬。

至於政治獻金的申報，則是由監察院受理，並由內政部擔任主管機關。有意收受政治獻金的政黨、政治團體或擬參選人，必須先至金融機構開立政治獻金專戶，並經過監察院的同意之後，才得以收受政治獻金。政治獻金專戶啟用後，必須同時設立收支帳簿，並且按日逐筆記錄政治獻金的資訊，包含收支時間、收支對象及其地址、用途與金額等，最後做成會計報告書。除了價值兩千元以下的實物捐贈，所有政治獻金的收入與支出款項，皆必須記錄在此會計報告書之中。另外，匿名捐贈，僅限於不超過一萬元的政治獻金；而針對超過三萬元的收支對象，則須記載其詳細資料，包含收支對象的姓名、身分證字號或統一編號、地址、金額與用途等。若是會計報告書的收受金額超過一千萬元，必須先委託會計師查核簽證後，才能依法申報政治獻金。值得一提的是，政治獻金法也規定了向監察院申報政治獻金的期限。其中，政黨與政治團體的申報期限為每年度結束後的五個月內，而擬參選人則是在選舉投票日後的三個月內，必須向監察院申報。受理申報截止後的六個月內，監察院會彙整會計報告書，供一般民眾查閱，並公開於電腦網路。

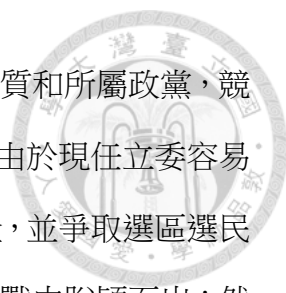
最後，政治獻金法也對於違反規定者，訂定了詳細的懲罰機制。無論是沒開設專戶就收受政治獻金、不實申報、逃避查核，或者是收受不合法律規定的政治獻金等，要不就是會被要求要返還政治獻金、繳回國庫，或處以數倍的罰鍰或罰金，要



不就是會被處以數年的有期徒刑。總之，政治獻金法的規範可說是相當完備，捐款資訊也算是可信（王鼎銘 2007: 126）。

隨著政治獻金法的訂定，以及政治獻金資訊的揭露，國內學界也開始有了相關的研究文獻。不同的學科，關心的面向有所不同。首先，法律學者關心的是，怎樣的¹政治經費法制規範，才能落實公平選舉的理念。蘇彥圖(2011)指出，民主法之所以有必要管制政治經費，有兩個主要理由。第一，防止貪腐，確保人民對於政治程序公正性的信任；其次，為了追求民主的內在價值之一，也就是政治平等，所以必須避免政治淪為少數資本家的金錢遊戲。因此，「公平選舉」正是民主法制的一個基本理念，而攸關選舉公平性的政治經費，當然也必須受此理念所約束。具體而言，選舉公平性至少可以從三個面向來檢視：政黨之間的競爭是否公平、現任者與挑戰者之間的競爭是否公平、法制是否複製了既有的社會不平等。此外，作者還批判現行的政治獻金法，允許營利事業從事十倍於個人政治獻金總額上限的政治捐獻，如同是鼓勵企業以政治獻金，來干預政府決策與選舉結果，因此並不是恰當的制度性安排。類似地，由於一般民眾較顧慮政治隱私，因此往往會以小額捐款的方式，來參與政治獻金；然而，政治獻金法卻限制了匿名捐贈的金額，亦即每筆捐獻不得超過一萬元，且其總額不得高於政治獻金總收入的百分之三十。這樣的法律限制，就像是一種對小額政治獻金的懲罰，壓抑一般民眾對於政治獻金的參與，也使得政治獻金市場，可能有較大的風險被大金主壟斷。

其次，政治學關心，怎樣的候選人可以獲得更多政治獻金，以及獲得政治獻金能否轉換為選舉效果。首先，從收入面來看，候選人的個人特質與選區特性，都是影響候選人能否有效募集政治獻金的因素。王鼎銘(2007)分析 2004 年立委選舉的政治獻金專戶後發現，候選人的學歷越高、擁有連任優勢、由主要的政黨提名，以及位處一般選區者，能夠收到較多的政治獻金，而候選人的性別與年齡，並沒有帶來顯著的差異。另一方面，從支出面來看，競選支出是候選人選傳其理念，讓選民



得以認識和了解候選人的重要手段，因此，除了候選人的個人特質和所屬政黨，競選支出也是決定得票率的關鍵所在。在 2008 年的立委選舉中，由於現任立委容易透過與當權者的聯繫來形成菁英網絡，藉此募集選舉所需的資金，並爭取選區選民的認同和支持，因而享有現任者優勢，比挑戰者還更有可能在選戰中脫穎而出；然而，也因為現任立委往往已相對具有知名度，因此，現任者和挑戰者的競選支出，雖然皆能帶來贏得選戰的助益，但是挑戰者的競選支出，無論是宣傳支出或總體支出，都對於提高其得票率，有較現任者來得高的邊際效果。此外，競選對手所花費的競選支出越多，也會損及自身贏得選戰的機率；這顯示競選支出對於贏得選戰的效果，一方面，來自於提高個人的能見度，另一方面，則是來自於對競爭者的不利影響，例如以負面競選的方式來詆毀對手（王鼎銘、范恩邦 2010）。

第三，管理學者關心，企業以政治獻金來支持政黨或候選人，能不能在選後帶來股票市場上的異常報酬。張琬瑜和張凱雯(2011)分析，在 2008 年的大選期間，針對政黨或總統候選人捐贈政治獻金的上市公司，在選後是否會有股價的異常報酬現象。結果發現，捐政治獻金給泛藍派（國民黨、新黨與親民黨），或泛藍派及泛綠派（民進黨與台灣團結聯盟）兩邊都捐的公司，在選後的第一個交易日，其異常報酬顯著為正；而從選前五日到選後五日的累積平均異常報酬來看，兩邊都捐的公司，其累積異常報酬顯著大於泛藍派公司及無捐獻的公司。

最後，社會學關心的是企業的政治行動，也就是以政治獻金來測量企業在政商關係或政治活動中的參與。李宗榮(2016)發現，在 2008 年的立委選舉中，臺灣的企業集團，若是其營收規模越大、由家族成員出任董監事或經理人，或者是集團核心人物的家族有較高的能見度者，較有可能參與政治獻金的捐贈；相反地，產業性質屬於電子業、或是由專業經理人主導的企業集團，則是遠離了這個金權政治的遊戲。換句話說，在政治獻金的金錢遊戲中，企業透過政治捐獻來換取政治影響，是一個不平等的機會；除了自身財務能力這個先決條件之外，在早年的政經脈絡中，




與統治者有較佳合作關係的家族企業集團，仍然在當前的社會中，扮演著政商關係的要角。

總之，隨著政治獻金法的修訂和政治獻金資訊的公布，國內學界也已經累積了一定的研究成果。在此基礎上，本文希望進一步追問：臺灣企業的政黨結盟策略為何？參與政治獻金的企業，會捐政治獻金給哪一個政黨的候選人？在下一節中，本文將接著回顧臺灣政黨與企業之間政商關係的演變，當作本文檢視政黨結盟策略的經驗基礎。

（三）臺灣政商關係的演變

臺灣從戰後至今，政黨與企業間的連結形式與消長關係，大致可以勾勒出三個階段。首先，國民黨政府來臺後，一方面承襲日本殖民時期遺留下來的物質基礎，另一方面，又因冷戰體制而受到美援積極扶持，因此國民黨政府得以佔據壟斷性的地位，使得其他社會團體難以干擾其決策。此外，作為外來政權，國民黨政府也透過恩庇侍從主義的體制，與社會勢力結合，強化其治理正當性；而大型家族企業普遍具有較高的社會聲望，順勢成為國民黨的結盟對象，也就是透過給予這些企業主在經濟上的特權，來換取他們對國民黨的政治支持（王振寰 1993；李宗榮 2017；朱雲漢 1989；劉進慶 1992；陳師孟等 1991；黃崇憲 2008）。這些家族企業，透過政商關係取得經濟上的特權與優勢，並在政府的市場保護政策下，形成以內需為主的企業群，在國內市場佔據壟斷或寡佔的地位（周添城 1989: 106-107）。

其次，1980 年代後期，經濟自由化與政治民主化的兩股浪潮，促使國民黨黨國體制的轉型。在經濟上，美國為了解決貿易逆差的問題，在新保護主義的綱領下，要求臺灣降低進口稅與對臺幣匯率的控制，而國內的利益團體，也積極要求政府釋出經濟資源。在政治上，國民黨政府對外面臨與美國斷交的困境，對內則是解除戒



嚴和民進黨的成立。然而，黨國體制並未就此絕跡。相反地，國民黨透過政治上的主導權，使其成為經濟利益重分配中的主要獲益者。一方面，取得中華開發的主導權，並經手多項公營事業民營化的承銷案，搶食經濟自由化所開放出來的經濟租；另一方面，透過成立投資事業管理委員會，掌控為了降低黨營色彩而發行股票上市的黨營企業，同時，也吸納民間的重要資本家為其委員，使之進入國民黨的決策圈，並犧牲部分的經濟利益來交換這些資本家的政治支持。結果，國民黨不但成為經濟自由化的主要獲益者，也確立了與財團間的制度化合作關係，舊體制下的黨國資本主義，轉型為新的政商聯盟，而政商關係的重心，也從「國家」逐漸轉移到「黨」之上（張鐵志 2008；黃宗昊 2004；李宗榮 2007）。

最後，2000 年以降，臺灣經歷了首次政黨輪替，而中國因素的作用也日益顯著。首先，民進黨在「少數政府」的權力結構下，雖然掌握行政權的龐大資源，卻未發展自身的黨營企業，也沒有建立制度化的政商關係。相反地，民進黨主要是透過政策操作，以及政治領導人的私人關係，來經營政黨與企業之間的政商關係。因此，民進黨執政時期與企業的互動，比較像是「非制度性的各別籠絡」，或是以總統為中心的「個人化網絡」，而這也使得政商關係的重心，從「黨」轉移到「個人」身上（黃宗昊 2004: 60, 2013: 56）。

再者，由於社會政策一直以來都具有政策示惠的性質，是統治菁英爭取選民支持的常見手段（林國明 2003），而隨著政黨輪替成為常態，愈趨激烈的選舉競爭，也促使兩黨的政策工具有了趨同現象。根據陳盈方等(2013)針對臺灣勞動市場政策的研究，雖然在關於社會政策的意識型態上，國民黨比較接近以經濟發展為導向的生產主義，僅支持最低限度的保障，而民進黨偏好社會民主的色彩，講求更高標準的實質平等；然而，在實際的政策工具上，兩黨卻幾乎並無二致。這是因為，國民黨為了進一步拉攏更多選民，因而在勞工政策上更為積極，以便建立更大的跨階級聯盟；而民進黨在黨外時期雖與勞工階級結盟，但執政後卻必須兼顧與中小企業主



的聯繫，使得政策發展逐步右傾，與國民黨趨合。簡言之，為了迎合最多數選民的偏好，國民黨與民進黨的勞動市場政策，不但偏離黨綱或原先的意識型態，更有趨同的現象。²

最後，日益加劇的兩岸不對稱貿易關係，讓「中國因素」對臺灣政商關係的影響浮上檯面。1980年代後期，臺灣企業便開始西進中國，利用中國沿海地區的廉價勞動力，發展勞力密集的傳統外銷產業。此時，投資的產業類型與規模逐漸擴大，也導致臺灣對中國的貿易依存度持續增長。在2000年後，大型的資本密集企業著眼於中國內銷市場，因而更加仰賴與中國各級政府合作。2011年，臺灣對中國的貿易依存度達到34.9%的高峰，但當年中國對臺灣的貿易依存度，卻僅有2.5%。顯然，兩岸之間的不對稱貿易關係，使得中國政府對臺灣施加政治影響力時，更有著力點（吳介民 2017: 678, 686；鄭志鵬、林宗弘 2017: 617）。結果，在中國的政治考量下，營運活動主要在兩岸的「跨海峽資本」，成為中國「以商業模式做統戰」的「在地協力者」。這些臺商在臺灣境內帶來逆向的政治效應，以政治獻金、介入選舉、影響輿論、遊說政府機關等手段，施加政治影響力，力挺國民黨及其親中政策。其中最著名的案例是2012年的總統大選，中國為了幫助國民黨的候選人贏得選戰，促使幾十位依賴或期待進入中國市場的臺灣集團企業負責人，以輪流召開記者會、集體刊登報紙廣告的方式力挺「九二共識」，成為當年大選的焦點（吳介民 2017: 694-697）。

² 關於臺灣政黨的政策工具與背後的意識型態，似乎仍是較少得到嚴謹處理的研究題目；陳盈方等（2013）是其中的例外。而在勞動市場政策之外，國民黨和民進黨在統獨議題與財經政策上的政策工具，為了取得更多選民的支持，也有類似的趨同現象（林濁水、梁文傑 1999；呂秋遠 2000）。

(四) 小結

本章首先說明了檢視臺灣政商關係的重要性，而政治獻金數據的公開，讓研究者得以系統性地分析什麼樣的企業較傾向參與政商關係。奠基在既有研究的基礎上，本文希望進一步區辨企業政治獻金的捐贈對象，也就是將企業的政黨結盟策略當作分析焦點。為此，本章還回顧了臺灣自戰後以降政商關係的演變，並強調兩黨在政商關係經營上的不同特性，當作本文檢視政黨結盟策略的經驗基礎。在下一章中，本文將聚焦於有關政治捐獻的既有文獻，並推導本文的研究假設。

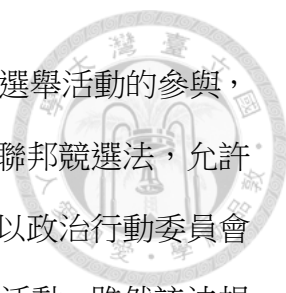
第二章 文獻回顧



本章將回顧企業政治行動的相關文獻，確立企業政治捐獻的行動邏輯，接著推導本文的研究假設，藉此檢視臺灣企業的政黨結盟策略。企業政治行動的議題，涉及多元主義與菁英主義的爭辯，而出於資料的可用性，政治獻金是測量企業政治行動最常見的指標。這些政治獻金研究的文獻認為，企業政治捐獻的邏輯，比較接近實用策略，考慮的是以政治獻金來換取日後的政治影響力，而個人的政治捐獻，則偏向意識型態策略，也就是以政治獻金來支持理念相近的候選人。在確立企業政治捐獻的實用策略後，本文將進一步指出，企業實際的捐獻策略為何，必須考慮跨國家脈絡下的政經特色；奠基於第一章對臺灣政商關係的回顧，本文將據此形成符合臺灣政經脈絡的研究假設。

(一) 企業的政治捐獻

企業的經濟影響力，如何轉換為政治權力，是社會學的經典議題之一。有關企業政治行動的研究，涉及菁英主義與多元主義的爭辯(*elitist-pluralist debate*)。二次戰後，許多政治學者，秉持著多元主義的看法，認為即便商業團體確實掌握較大的政治影響力，但是在百家爭鳴的公民社會中，卻須面對與之利益衝突的其他商業團體的競爭，因此，在不同的團體之間，利益是相矛盾的，權力是相制衡的，菁英群體並未凝聚為一個整合的力量，主導社會運作，反而在彼此扞格的局面下，形成多元、分化的商業社群。相反地，社會學者則多半支持菁英主義的論點，例如 Mills 和 G. William Domhoff 便認為，商業群體雖然在特定議題上，可能會有不同的立場，但是同樣身為資產階級的一份子，商業群體之間仍然在政治上相當團結一致，也就是扮演著整合性的力量，追求資產階級的共同利益(Walker and Rea 2014)。



由於資料的可用性，在關於企業政治行動的研究中，企業在選舉活動的參與，是最常見的研究主題(Walker and Rea 2014)。1971年，美國通過聯邦競選法，允許工會和公司成立「分離基金」，向工會成員或公司員工募款，並以政治行動委員會(Political Action Committee, PAC)的名義，運用該基金來參與政治活動。雖然該法規定了個人、利益團體和政黨對於候選人的最高捐款額度，卻未規範政治行動委員會的捐款總額，促使許多利益團體迅速跟進，藉由設立政治行動委員會，當作政治捐獻的合法管道(王鼎銘、侯萱瑩 2006)。可以說，聯邦競選法不但改變了企業捐獻政治獻金的方式，也讓研究者得以從政治行動委員會的捐款資訊中，一窺政商關係的面貌(Burris 2010)。

在政治獻金研究的文獻中，實用策略(pragmatic strategy)和意識型態(ideological strategy)策略，是區辨政治捐獻的分類原則。實用策略指的是，企業或資本家會捐贈政治獻金給最有可能當選的候選人，以便在日後有管道來遊說立委的立法議程，因此，現任者(incumbent)或長期佔據多數派的民主黨候選人，是採行該策略者的主要捐贈對象。相對地，意識型態策略，對於能否取得遊說管道較無興趣，而將焦點放在改變國會的意識型態組成，因此偏好將政治獻金贈予代表保守主義的共和黨候選人，尤其是來自共和黨的挑戰者(challenger) (Burris 2010)。

為了區辨企業會採行何種捐獻策略，早期的主要解釋典範是企業自由主義(corporate liberalism)理論。企業自由主義理論認為，商業社群中的主導部門，出於穩定資本主義秩序的動機，也就是避免勞工革命而造成經濟動盪，這些企業資本會有意識地支持福利國家政策和適當的經濟管制，以及諸多自由主義式的改革措施；換言之，大型、寡佔且資本密集的企業，有餘裕追求整體商業界的長期利益，能夠在政府管制、加稅、福利支出與工會等議題上有所妥協，而小型、競爭且勞力密集的企業，由於面臨更為嚴苛的經濟條件，因此在這些議題上相對保守，傾向追求自身的短期利益(Kolko 1963; Weinstein 1968)。簡言之，越是具有主導地位的企業，

應該更願意支持代表自由主義的民主黨，而非代表保守主義的共和黨。

然而，前述的樂觀預期，遭到晚近的政治獻金研究反駁。Burris (1987)針對美國企業政治獻金的研究發現，由企業成立的政治行動委員會，在政治捐獻上，有別於企業自由主義的預期，佔據主導地位的企業，要不是在捐獻策略上並未顯示明顯的傾向，要不就是反而更保守，因此，企業自由主義很可能只在特定的歷史時期才有解釋力，而無法解釋今日的社會。類似地，Clawson 與 Neustadt (1989)的研究也得到相似結論，他們甚至認為，1970 年代以降，企業保守主義，才是代表整體商業社會的階級意識，而企業也扮演著積極的角色，促使政策方向和公眾意見逐漸轉向保守主義，例如打壓工會、反對勞動法的改革等。

更有甚者，企業之間的政治捐贈策略，也展現高度的政治凝聚力。針對企業間政治團結(political unity)的網絡取徑研究發現，雖然企業的政治行動委員會，確實如多元主義者所說，會以不同的政治策略行事，但這卻並未導致直接的政治對抗，因為企業很可能是有意識地在避免公開的政治衝突(Clawson et al. 1986: 810)，而董事跨坐(interlock)對此發揮了直接的作用(Mizruchi 1989: 418)。結果，1970 年代後，美國的保守企業，逐漸形成一個內部意見高度一致，且無其他反對團體的權力集團，在美國朝向保守主義的發展中，扮演主要的推動因素之一(Su et al. 1995: 23)；而從捐獻策略來看，贈予共和黨的企業獻金所佔的比例確實穩定增加，但捐贈對象似乎還在共和黨的挑戰者或現任者之間擺盪，也就是說，企業的政治捐獻仍舊帶有實用策略的邏輯，而非全由意識型態來決定(Burris and Salt 1990: 351)。簡言之，從企業的政治行動委員會來看，企業的政治立場大抵是相對保守的，但個別企業對於候選人的捐獻策略，則較為溫和，主要的考量在於確保接近政治場域的管道(Walker and Rea 2014)。

值得注意的是，企業與資本家對於政治獻金的捐獻策略，有所不同。企業的捐



獻邏輯更接近實用策略，捐獻對象取決於外在環境的限制，而資本家則較偏好意識型態策略，支持理念契合的候選人(Burris 2010)。針對企業與資本家的比較研究發現，企業在捐獻政治獻金時，主要的考量是維繫與現任者或多數黨的政商關係，因而特別願意支持民主黨與現任者，尤其是受管制的產業或與政府簽訂銷售契約的企業；相較之下，個別的資本家，由於無須向大眾揭露其政治獻金的金額及捐贈對象，因此較能自由表達他們的政治偏好，也就是透過政治捐獻來支持特定意識形態的政黨及候選人(Burris 2001)。舉例來說，軍火商的企業政治獻金，較傾向支持現任者，藉此維繫與政府當局的合作關係，而這些企業的執行長，則會以個人的政治獻金，來支持主張擴大軍備、提高國防支出的候選人；此外，個人也會關心與經濟利益較不相干的社會議題，例如墮胎和公民自由權等(Burris 2001: 377)。換言之，個人的政治捐獻行為，比較像是受意識型態鼓舞的消費者，將政治捐獻視為一種政治參與，而企業的政治捐獻行為，則如同尋求特權的投資客，以政治捐獻來購買接近政治領域的入場券(Fink 2017)。即便政治捐獻未必能替公司帶來短期的利潤，卻能夠在長期的基礎上，與政治盟友維繫良好的政商關係(Evertsson 2018)。³

前述的分析觀點，以美國的政治背景為其經驗基礎。但這樣的研究取徑，該如何用於臺灣的政治獻金研究？既有研究對於早期的解釋典範的批判，提供了值得我們參考的線索。Clawson 與 Neustadt (1989)針對企業政治捐獻的研究指出，1980年代後，整體企業社群並不像是 Useem (1984)所樂觀預期的那樣，抱持著企業自由主義的態度，支持自由派的改革，譬如社會福利和適度的市場管制等；相反地，企業已經有保守化的趨勢。據此，他們進一步推論，對資產階級而言，什麼是資產階

³ 晚近的研究，挑戰了前述的假定，也就是將個人與企業，分別視為理念消費者與利益投資客。Heerwig (2018)分析了個人政治獻金的長期追蹤資料後發現，雖然不經常捐款的人，確實有較強的黨派傾向，容易受候選人極端的意識型態立場所吸引，進而一次性地捐款支持；然而，經常捐款的人，反而展現了兩邊下注(bipartisan)的策略，而且往往支持的是意識型態較溫和的候選人。因此，時常捐款的人，他們的捐獻策略比較接近上述的實用策略，也就是將政治捐獻，視為一種政治交換。



級的最佳利益，並沒有一個「去歷史的正確答案」，而是取決於國家在世界體系中所座落的位置，以及階級力量在社會中的平衡狀態(Clawson and Neustadtl 1989: 761)。而在英國與澳洲的政治獻金研究中，以美國經驗為主的理論觀點，往往在實證上得出歧異的結論；這些研究指出，唯有將跨國家脈絡的差異考慮進來，才能得出適當的解釋(Bond 2004; Harrigan 2017)。此種看法，呼應組織制度論的理論視角，也就是認為，不同的社會關係所形塑的市場結構，以及國家與廠商協商出來的生產文化，會使得不同的市場，有相異的經濟表現(Fligstein 1996: 657, 2001: 7)；而臺灣企業政治獻金的實用策略為何，也必須考慮臺灣的政經發展經驗。第一章對於臺灣政商關係的歷史回顧，提供了本文檢視政黨結盟策略的經驗基礎。

(二) 研究假設

首先，企業參與政治行動的先決條件，在於組織具備必要的資源(Oliver and Holzinger 2008)。在美國，企業成立政治行動委員會，是合法的政治獻金管道，而針對政治行動委員會的研究發現，資源可用性(resource availability)與政治獻金捐獻顯著相關，大型企業更傾向成立政治行動委員會，且其委員會所募得的資金也更為寬裕(Boies 1989: 823; Budde 1980: 559; Burriss 2010: 250)。以 1979 年為例，《財富》(Fortune)雜誌五百大企業的前 125 大企業，有高達 82%的企業成立了政治行動委員會，而榜上最小的 125 家企業卻僅有 29%，形成了鮮明對比(Ryan et al. 1987)。此外，由於大型企業的組織活動較為多樣化，必須與環境中的不同部門互動，也因為其對社會及經濟的影響較大，增加了組織與環境間的正當性需求，因此，大型企業更有誘因進行與政府之間的對應手段(co-optation) (Pfeffer 1972: 223)，以便透過政治機制，尋求政府協助，包含補助政策、市場保護或降低競爭不確定性的干預手段等，而企業則以政治捐獻的方式來回饋(Pfeffer and Salancik 1978: 189-90)。也因



此，大型企業經常以兩邊下注的方式，進行政治捐獻，以便維繫與現任者的來往 (Walker and Rea 2014: 286)。據此，本文推論：


假設 1：企業的規模越大，同時捐贈獻金給國民黨與民進黨的可能性越高。

其次，企業所處的管制環境(regulation environment)，也使得企業有不同的政治行動傾向。受到政府管制的產業，以及政府採購佔其營收比例較大的廠商，譬如國防相關的企業，更容易因政府決策而改變其政經條件，因此較可能以實用策略來捐贈政治獻金(Broyles 1993: 75; Clawson and Neustadt 1989: 755; Burris 1987: 734, 2010: 250)；針對菁英企業主的研究則發現，若是企業受政府管制的影響程度較大，則其執行長不但在政治上更為積極，而且他們的意識形態也較為保守(Allen and Broyles 1989; Burris 1991; Pittman 1977)。根據第一章的歷史回顧，臺灣的家族企業，是國民黨政府在戰後初期的籠絡對象，也就是透過給予經濟特權，來換取國民黨的治理正當性；而這個政商之間的合作關係，在日後進一步透過成立投管會等手段，邀請財團直接進入國民黨的決策圈，造就政商關係的制度化基礎；這很可能使得家族企業與國民黨之間仍舊維繫著合作關係。另一方面，隨著兩岸的不對稱貿易關係日益顯著，中國更有能力促使臺商支持國民黨在臺的親中政策；這些臺商則透過政治獻金、公開表態等手段，協助國民黨贏得選戰。據此，本文推論：

假設 2：相較於非家族企業，家族企業捐贈獻金給國民黨的可能性較高。

假設 3：企業在中國的投資越多，捐贈獻金給國民黨的可能性越高。

最後，企業在商業社群中的網絡位置，是另一個決定企業的政治行動傾向的重要影響因素。企業核心圈(inner circle)理論，聚焦於企業的高階管理人，如何透過



企業社群內部的網絡，凝聚社群整體的共識，形成超越個別公司利益的「泛階級理性」(classwide rationality)，使得這些菁英團體願意動用公司資源，爭取整體企業社群的利益。此種企業核心圈的要角是：在不同企業之間跨坐，具有多重董監事身分的菁英。一旦企業的管理人參與在這樣的核心圈之中，無論該企業的規模大小，或其他組織特性為何，都會更願意以整體社群的利益當作行動原則。相反地，企業社群也會形成內部的自我管制，防止單一廠商做出妨害其他公司利益的偏差行為，而鼓勵廠商做出對自己未必有利，但對廣泛的企業社群有益的行動。因此，類似於企業自由主義的樂觀預期，Useem 認為，屬於核心圈的企業，擁有足夠的遠見，願意支持勞工政策和市場管制，使得經濟系統長遠而言有更良善的發展(Useem 1984: Ch. 5)。

企業核心圈理論在實證上的結果並不一致(Burris 2010)。在個別企業的政治捐獻上，雖然有研究證實，核心圈的成員支持更為溫和而非保守的意識型態(Burris 1987)；卻也有研究指出，1980 年代後，隨著經濟條件的惡化，代表階級意識的意識型態，其實是保守主義(Clawson and Neustadt 1989)。但是在企業間政治團結的文獻中，核心圈理論得到廣泛支持。這些研究發現，企業之間會透過種種溝通機制，來避免做出相衝突的政治捐獻策略(Burris 2005; Clawson et al. 1986; Mizuchi 1989; Su et al. 1995)；屬於核心圈的企業菁英，至少在公開的政治獻金上，甚至有愈趨團結的趨勢(Heerwig and Murray 2018)。

在臺灣，大型企業之間董監事跨坐網絡的形成，鑲嵌於獨特的政經脈絡中。針對臺灣企業核心圈的研究發現，在 1960 年代末期時，由於華人家族主義的文化力量，使得企業僅與信任的夥伴往來，導致整體企業網絡的破碎局面，也就是網絡最大組成團體偏小、孤立的個體偏多，而國家藉機在各個小團體之間穿針引線，由公營企業（尤其公營銀行）佔據中樞位置，將各個封閉、排他的私人企業集團串聯起來（李宗榮 2007: 229）；由於與國家之間的聯繫，意味著資源分配、資訊流通和正

當性的背書(Meyer and Rowan 1977; DiMaggio and Powell 1983)，這使得和公部門之間有所連結的企業，成為其他民營企業爭相合作的對象。



然而，隨著市場逐漸成熟，國家擁有的資源衰退，而企業之間交換資源的機會增加，導致原先因國家介入而造成企業彼此隔絕的狀態慢慢消失。在 1990 年代末期後，臺灣的董監事網絡相當程度地從國家的制約中解脫，雖然公部門之間和公民營之間的網絡仍保持固定的水準，但民營企業的數量快速增長，而且民營部門內部董監事網絡的成長幅度，也遠遠超越公部門內部及公民營之間的網絡；換言之，具多重董監事跨坐的企業核心圈，逐漸成為帶領企業集體行動的領導者（李宗榮 2009: 137, 142）。

值得注意的是，早期受侍從主義所庇護的企業集團，也因其政商關係較佳，而有更多的外部親屬網絡，換句話說，這個特權集團，很可能是透過緊密而排他的連帶關係，來鞏固其優勢地位（李宗榮 2011）。因此，除了少數能夠動員政商關係的家族企業，其他多數企業，恐怕都在這個特權群體之外（李宗榮 2017）。本文預期，在這個親控集團(kinecon group)之外的民營企業，傾向仰賴日益興盛的市場網絡，而自外於政商關係。據此，本文推論：

假設 4：企業的跨坐董監事越多，捐贈政治獻金的可能性越低。

（三）小結

本章回顧了企業政治捐獻的研究脈絡，並結合第一章對於臺灣政商關係的歷史回顧，提出本文的研究假設，藉此檢視臺灣企業的政黨結盟策略。本文共有四個研究假設。首先，企業的規模越大，同時捐贈獻金給國民黨與民進黨的可能性越高。

其次，相較於非家族企業，家族企業捐贈獻金給國民黨的可能性較高。第三，企業在中國的投資越多，捐贈獻金給國民黨的可能性越高。最後，企業的跨坐董監事越多，捐贈政治獻金的可能性越低。



為了驗證這些研究假設，本文以臺灣上市櫃公司的財務數據，以及 2008 年和 2012 年的立委選舉政治獻金數據，來當作本文的分析樣本。以上市櫃公司為樣本的優勢是，財務資料相對齊全且細緻，讓我們得以檢視組織特性與政治捐獻之間的關係。在下一章中，本文將詳細介紹資料來源、變項設計，以及統計模型。

第三章 資料與方法



(一) 樣本

在美國的政治獻金研究中，《財富》雜誌每年收錄的五百大企業，是最常見的資料來源之一；主要原因有二。首先，是資料可用性的問題，該名錄提供了上榜公司較為詳盡的財務資訊或組織特性。其次，則是有關理論關懷的問題，這些大型的商業群體，不僅在市場中佔有重要地位，也在政治活動屬於最為積極的一群；這些企業所成立的政治行動委員會，在每年選舉的政治獻金活動中，往往貢獻了極高的比例(Boies 1989; Burris 1987; Mizruchi 1989; Su et al. 1995)。類似地，在臺灣的企業政治獻金研究中，李宗榮(2016)的分析樣本是臺灣的 503 個企業集團，資料來源為中華徵信所出版的企業集團名錄；這些企業集團所涵蓋的全球事業，當年的營收總額超過臺灣的 GNP，而且也是歷來企業名錄收錄最廣的一次，因而能充分代表臺灣的企業社群。

本文的分析樣本，取自臺灣經濟新報資料庫(*Taiwan Economic Journal*, TEJ)，該資料庫收錄了全臺灣的上市、上櫃及興櫃企業的完整財務數據。以上市櫃公司為分析樣本的好處，在於財務數據齊全且細緻，例如在中國的投資程度，以及董監事跨坐的情況，都提供了較其他企業資料庫來得詳細的資訊。值得注意的是，由於公營企業依法不能捐贈政治獻金，因此，本文僅以民營的上市、上櫃及興櫃公司，當作正式分析所採用的樣本。其中，2008 年的觀察值為 1,909 家公司；2012 年的樣本數則是 2,152。



(二) 依變項

本文依據 2008 年及 2012 年立法委員選舉的政治獻金專戶，來檢視臺灣企業的政治捐獻。2005 年，臺灣通過修憲案，讓立委的選舉方式產生重大變動，立法委員的席次減半，區域立委的選制改採單一選區相對多數決；也就是說，每個選區都只有一名當選席次，且只要取得較其他候選人來得高的得票數，即能當選。至於全國的不分區立委，也改以政黨的得票數，當作比例分配的依據，而不再仰賴區域立委的總得票數。結果，在單一選區兩票制之下，區域立委的席次佔總席次的 65%，成為選戰中的重要戰場。此外，從過去的複數席次改制為單一選區制之後，也讓臺灣的資料分析模式，能夠和國外文獻相一致（王鼎銘、范恩邦 2010）。就實際的政治活動而言，立委候選人的人數相對眾多，與不同企業互動的結構機會更大，所以立委選舉的企業政治獻金，讓研究者得以觀察政商之間的往來機制（李宗榮 2016: 129）。質言之，2008 年和 2012 年立委選舉的政治獻金，應是測量企業政黨結盟策略的適切指標。

在數據處理上，本文首先比對前述的上市櫃公司，是否名列候選人「營利事業捐贈收入」科目的收受對象。接著，由於本文關心的是企業政治獻金在政黨結盟策略上的差異，所以本文依據「有無捐贈國民黨」、「有無捐贈民進黨」這兩個分類原則，將企業的政黨結盟策略分為四種類型（0＝沒捐兩黨；1＝只捐國民黨；2＝只捐民進黨；3＝兩黨都捐）。⁴

⁴ 值得注意的是，若企業未捐獻金給國民黨或民進黨，但有捐贈獻金給其他政黨，在本文的分類中屬於「沒捐兩黨」，也就是和「沒捐獻金」的企業視為相同類別。主要原因有二：一方面，為了簡化分析；另一方面，本文的核心關懷，在於國民黨、民進黨與企業之間的政商關係。在本文的分析樣本中，2008 年有捐政治獻金的企業共 256 家，其中只有 12 家是沒捐國民黨或民進黨的企業；2012 年，205 家有捐政治獻金的企業，其中僅 7 家是沒捐國民黨或民進黨的企業。由於這些企業所佔的比例不高，因此應不至於影響本文的分析。



(三) 自變項

有關企業財務及組織特性的數據，取自前述的臺灣經濟新報資料庫。首先是企業規模，本文沿用政治獻金研究最常見的指標（Boies 1989; Burris 1987; Clawson and Neustadt 1989；李宗榮 2016），以營收淨額來衡量；由於臺灣上市櫃公司在規模上呈現偏態分布，因此本文取其自然對數做轉換。本文預期，大型企業出於對政治環境的依賴與敏感，可能的捐獻策略是兩黨都捐。

其次，在臺灣的政經脈絡中，家族企業與國民黨有較強的互惠關係；為了考察家族企業在政治捐獻上的政黨結盟策略，本文納入集團控制型態的變項。本文根據 TEJ 資料庫中的界定，將集團控制型態分為單一家族主導、共治型態與專業經理人治理等三種類型，並以專業經理人治理的企業作為對照組。在 TEJ 資料庫中，對於家族控制的認定標準，是要滿足以下條件：家族裡面至少要有兩人以上，出任集團旗下公司的董監事，或者有達到公開說明書及年報揭露標準的經理人（經理以上）。至於「單一家族控制」的標準則有以下四項：(1)董事長及總經理由單一家族成員出任；(2)董事控制席次大於 50%；(3)董事控制席次大於 33%，且屬於最終控制者的家族中，至少 3 位家族成員出任董監事及經理人；(4)控制持股比例大於必要控制持股比例。而若該公司的最終控制者，有兩個以上的團體（家族、集團或政府），則視為是共治型態的控制模式；常見的例子如兩家族共治的企業，或公股銀行民營化之後由政府與家族共治。專業經理人治理的型態，意味著該公司並無大股東，或大股東不直接參與公司的營運，而通常是由具有專業或技術背景的經理人，出任公司的要職，負責實際的運作和決策；這也是臺灣電子業最常見的模式。

第三，在中國的投資程度越高，越可能受中國因素的影響，支持國民黨與親中政策。依照臺商赴大陸投資的法律規定，對中國公司的每一項投資，均須向經濟部

報備核准，因此，本文以經濟部核准的投資金額截至年底的累計值，測量企業在中國投資程度，並取其自然對數做轉換。




最後，在臺灣市場網絡的發展脈絡中，民營企業之間逐漸增加的網絡連結，象徵著政府已非資訊與資源的壟斷者，而參與在這個商業社群的企業，傾向仰賴市場網絡而非政商關係。本文以該公司擁有幾席跨坐的董監事，來衡量其參與市場網絡的程度，而跨坐董監事則是計算，該名董監事是否至少出任兩家以上臺灣民營上市櫃公司的董監事（Useem 1984；李宗榮 2016）。

（四）控制變項

除了以上的自變項，本文也納入幾個可能影響企業政治捐獻的組織特性，當作控制變項。首先是產業，本文參考 TEJ 資料庫中，對於該企業所屬產業類別的界定，將產業劃分為電子業或非電子業。電子業是較少受國家政策積極扶植的產業，政府只提供創建企業所需的技術與資源，而由企業自行承擔後續的發展與經營（陳東升 2008: 34-35），因此，電子業較無透過政治獻金來維繫政商關係的動機；李宗榮(2016)的研究也發現，電子業確實較少參與政治獻金。值得一提的是，本文曾根據政治經濟學者的研究（周添城，1989），劃分出幾個長期受政府管制或優惠政策的產業，以檢視產業別在政治捐獻上的效果，包含金融業、水泥業、石化業、紡織業、汽車業等；然而，在上市櫃公司中，某些產業別的樣本數過少，若將之獨立為一類別，可能會造成統計估計上的偏誤，因此，本文最終只控制電子業對於政治捐獻的潛在影響。

其次是外銷比例，早期受國家政策的優惠與保護的企業，是以內需市場為主的企業群（周添城，1989）；李宗榮(2016)也證實，出口導向的企業，在政治獻金上的



參與程度較低。因此，本文納入企業的外銷比例，即該企業產品的外銷金額除上銷售總額，衡量該企業不仰賴國內市場的程度。第三，本文也控制企業年齡，測量方式是計算該企業至當年度的成立年數。最後，由於臺灣的選舉活動存在著「南方政治」的現象，也就是民進黨在南部選區有明顯優勢，得票率較高（徐永明、林昌平 2009），這使得企業可能會考量地方政治的因素而影響其政治捐獻策略，亦即，位於南部的企業更可能捐贈獻金給選情看好的民進黨候選人；為了控制「南方政治」這種地域因素對於企業政治獻金的潛在影響，本文納入「位於南部」的虛擬變項，若企業的所在地為雲林、嘉義、臺南、高雄或屏東，則編碼為 1，否則為 0。⁵

（五）分析方法

本文採用多類別邏輯迴歸(multinomial logistic regression)估計企業在政治獻金上的政黨結盟策略，並以「沒捐兩黨」的企業當作對照組，檢視其他三種捐獻策略，相較於對照組的發生比例。模型中的係數正負，顯示自變項影響企業相對於沒捐兩黨的發生比例的高低。多類別邏輯迴歸的統計公式可表為(Long and Freese 2006: 227-228)：

$$\ln \Omega_{m|b} = \ln \frac{\Pr(y = m|x)}{\Pr(y = b|x)} = x\beta_{m|b} \quad \text{for } m = 1 \text{ to } J$$

⁵ 請注意，在本文使用的立委選舉政治獻金專戶的資訊中，僅包含區域立委及原住民立委的擬參選人；至於全國不分區立委擬參選人，以及僑居國外國民選出之立法委員擬參選人，依法不得收受政治獻金。換句話說，政治獻金法的規範，可能一定程度強化了地域因素對於政治獻金的影響。較為詳細的法規內容，可參考本文第一章第二節。



其中， $\ln\Omega_{m|b}$ 意味著在自變項所產生的效果下，以類別 b 為對照組，類別 m 的機率與之相較，並轉換成為勝算對數的值。

此外，為了確認多類別邏輯迴歸的「獨立且不相關」(independence of irrelevant alternatives; IIA) 假定確實成立，也就是在計算兩個選項之間的勝算時，其結果不受其他可能選項的影響，本文以 Hausman 檢定進行檢驗(Long and Freese 2006: 243-245)。結果發現，本文的多類別邏輯迴歸模型皆不違反「獨立且不相關」假定，因此，本文可以合理使用多類別邏輯迴歸模型來分析企業的政治捐獻策略。Hausman 檢定的結果請見附錄 1。

多類別邏輯迴歸模型，已經在國內社會學界得到廣泛運用。舉例而言，林宗弘(2009)曾用於探究階級流動的終點；張宜君和林宗弘(2015)用於檢視教育擴張對於教育分流的效果；吳介民與廖美(2015)用於分析選民的投票行為；巫麗雪等(2013)用於考察教育婚配的模式；謝雨生和他的學生，則用於研究環境行為與民眾對於基因科技的風險態度(陳郁安、謝雨生 2016；陳清淵、謝雨生 2011)。

另一方面，在本文的迴歸分析中，由於某些變項的遺漏比例較高，因此遵循傳統控制遺漏值的方法，先以 0 替代缺失的數值，再針對含有缺失值的變項，建構相應的虛擬變項(含有缺失值 = 1)，控制缺失值可能造成的估計上的偏誤；變項的遺失情形請參閱附錄 2。為了精簡報告，下文的表格，不另外說明控制缺失值的虛擬變項。

第四章 分析結果



表 1 和表 2 呈現變項的描述統計，也就是採行不同獻金策略的企業，在組織特性上的分布狀況；樣本整體狀況的描述統計請見附錄 3。2008 年，採行三種捐獻策略的企業家數大致相當，各有約 80 家左右的企業。從企業規模來看，兩黨都捐的企業，不但其規模的平均值最大，且標準差最小，顯示這群企業在樣本中的分布相當集中於大型企業。此外，有參與政治獻金的企業，在中國的平均投資程度都比沒捐獻金的企業來得高，尤其是只捐國民黨與兩黨都捐的企業。跨坐董監事的分布

表 1 2008 年企業的捐獻策略與組織特性

	沒捐兩黨		只捐國民黨		只捐民進黨		兩黨都捐	
	平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差
企業規模	14.34	2.418	15.38	1.800	14.99	1.396	15.44	1.453
在中國投資	7.165	6.304	8.745	6.662	8.444	6.162	8.605	6.631
跨坐董監事	2.974	3.317	3.813	3.537	2.976	3.143	3.488	3.230
控制型態								
單家族	49.49%		66.25%		69.05%		82.50%	
共治型	10.09%		16.25%		11.90%		10.00%	
電子業	58.74%		36.25%		23.81%		16.25%	
外銷比例	48.81	39.03	37.11	36.53	49.29	38.46	32.17	37.20
企業年齡	27.38	13.10	36.71	13.68	36.11	12.28	38.30	11.27
位於南部	11.47%		15.00%		23.81%		27.50%	
樣本數	1,665		80		84		80	
樣本比例	87.22%		4.19%		4.40%		4.19%	




與預期稍有不同，參與政治獻金的企業有較多席次的跨坐董監事。最後，家族企業採行兩黨都捐的比例明顯偏高，只捐國民黨或民進黨的比例約略相同。

2012 年，只捐國民黨的企業家數最多，同時捐贈兩黨的家數次之，而只捐給民進黨的家數則最少；相較於 2008 年時，採行三種策略的企業家數約略相等，這顯示了政權的遞嬗，將一定程度地影響企業的政治捐獻策略。企業規模與在中國投資的分布狀況與 2008 年類似，兩黨都捐的企業，相當集中於樣本中的大型企業，其規模的平均值最大、標準差最小；而只捐國民黨的企業在中國的投資最多，也與本文預期相符。從跨坐董監事來看，只捐民進黨與兩黨都捐的企業，跨坐董監事的

表 2 2012 年企業的捐獻策略與組織特性

	沒捐兩黨		只捐國民黨		只捐民進黨		兩黨都捐	
	平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差
企業規模	14.12	2.697	14.94	1.554	15.17	1.554	15.54	1.402
在中國投資	7.522	6.361	9.394	5.971	8.717	6.702	8.699	6.564
跨坐董監事	3.179	3.216	3.686	3.132	2.794	2.761	2.696	3.482
控制型態								
單家族	52.00%		68.64%		61.76%		82.61%	
共治型	9.98%		11.02%		14.71%		13.04%	
電子業	53.12%		38.98%		23.53%		13.04%	
外銷比例	47.65	40.18	48.61	38.93	43.12	38.70	33.32	39.96
企業年齡	21.31	14.01	27.42	13.15	33.38	13.61	33.35	13.86
位於南部	12.33%		13.56%		29.41%		36.96%	
樣本數	1,954		118		34		46	
樣本比例	90.8%		5.48%		1.58%		2.14%	



席次明顯偏低，也就是在市場網絡上相對封閉。至於控制型態，無論是單一家族主導或共治型的企業，採取任一種捐獻策略的比例，都比未參與獻金的比例來得高。整體而言，這些組織特性的分布，約略與本文預期的方向一致。為了確認這些組織特性對於企業採行何種捐獻策略的淨影響效果，本文接著以迴歸分析進行估計。

表 3 及表 4 呈現多類別邏輯迴歸的估計結果，對照組為「沒捐兩黨」的企業，迴歸係數是自變項對於企業採用不同捐獻策略的影響效果。在 2008 年，首先，企業規模越大，越可能以兩黨都捐的策略來捐贈政治獻金。其次，在中國的投資程度越高，會使得企業更可能以只捐國民黨或兩黨都捐的策略，進行政治捐獻；此變項對於採行只捐民進黨的效果為負向的影響，但並不顯著。第三，跨坐董監事的影響符合預期，對於三種策略都呈現負向的影響效果，其中對於採行兩黨都捐的策略達到負向影響達到顯著水準，另外兩類則不顯著。最後，相較於非家族控制的企業，由家族治理的企業，無論是單一家族或共治型的控制型態，都更可能以只捐國民黨的策略來捐政治獻金，而屬於單一家族主導的企業同時也對於採行兩黨都捐的策略有正向影響。



表 3 2008 年企業政治捐獻策略的多類別邏輯迴歸估計

	只捐國民黨	只捐民進黨	兩黨都捐
企業規模	0.139 (0.0801)	0.120 (0.0801)	0.181* (0.0880)
在中國投資	0.259* (0.109)	-0.00965 (0.0806)	0.331** (0.120)
跨坐董監事	-0.0411 (0.0399)	-0.0347 (0.0443)	-0.107* (0.0456)
控制型態			
單家族	1.102* (0.491)	0.284 (0.374)	1.158* (0.541)
共治型	1.347* (0.558)	0.0284 (0.483)	0.646 (0.644)
電子業	-0.297 (0.304)	-1.402*** (0.310)	-1.471*** (0.367)
外銷比例	-0.00784* (0.00387)	0.00566 (0.00357)	-0.00911* (0.00394)
企業年齡	0.0223* (0.00986)	0.0193 (0.00999)	0.00643 (0.0100)
位於南部	0.0834 (0.333)	0.466 (0.280)	0.687* (0.280)
常數	-9.321*** (1.477)	-5.028*** (1.282)	-9.737*** (1.585)
樣本數		1,909	
Log likelihood		-874.13565	

註：括號內為標準誤，顯著水準*** $p < 0.001$ ，** $p < 0.01$ ，* $p < 0.05$ 。對照組為「沒捐兩黨」的企業。控制型態的對照組為專業經理人治理的企業。

2012 年，大型企業更可能以兩黨都捐的策略，進行政治捐獻。而在中國的投資程度，有別於 2008 年，並未對企業的政治獻金產生顯著的影響效果。跨坐董監事的影響效果與預期相符，對於三種策略的影響皆是負向的效果，而對於只捐民進

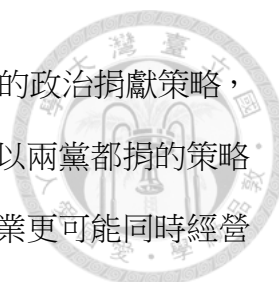


黨或兩黨都捐的負向影響達到顯著水準。最後，相較於專業經理人控制的企業，單一家族所主導的企業，更傾向採行只捐國民黨的政治捐獻策略；而控制型態對於其他策略的影響並不顯著。

表 4 2012 年企業政治捐獻策略的多類別邏輯迴歸估計

	只捐國民黨	只捐民進黨	兩黨都捐
企業規模	0.0942 (0.0585)	0.178 (0.123)	0.375** (0.116)
在中國投資	-0.0157 (0.0386)	0.181 (0.136)	0.102 (0.0910)
跨坐董監事	-0.00347 (0.0342)	-0.184* (0.0803)	-0.142* (0.0662)
控制型態			
單家族	0.646* (0.311)	0.260 (0.657)	1.707 (1.036)
共治型	0.483 (0.411)	0.538 (0.773)	1.524 (1.108)
電子業	-0.571* (0.238)	-0.871 (0.492)	-1.342** (0.500)
外銷比例	0.00301 (0.00354)	0.00500 (0.00704)	-0.000527 (0.00625)
企業年齡	0.0123 (0.00779)	0.0343* (0.0134)	0.0136 (0.0120)
位於南部	-0.0812 (0.285)	0.811* (0.399)	1.279*** (0.341)
常數	-4.492*** (0.911)	-9.733*** (2.027)	-12.18*** (2.012)
樣本數		2,152	
Log likelihood		-761.83181	

註：括號內為標準誤，顯著水準*** $p < 0.001$ ，** $p < 0.01$ ，* $p < 0.05$ 。對照組為「沒捐兩黨」的企業。控制型態的對照組為專業經理人治理的企業。



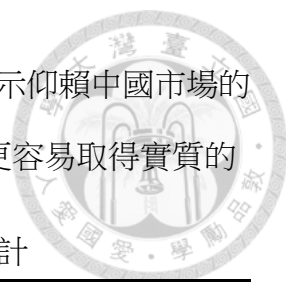
整體而言，在 2008 年與 2012 年的立委選舉中，企業所採行的政治捐獻策略，與本文的預期方向約略一致。在這兩個年度中，大型企業皆傾向以兩黨都捐的策略來參與政治獻金，這顯示了在政治上的依賴與敏感，使得大型企業更可能同時經營與國民黨和民進黨之間的政商關係，以便取得在政治場域中的影響力。

其次，2008 年時，中國因素使得企業更可能只捐國民黨或兩黨都捐，這很可能意味著，仰賴中國市場的臺商，不但會支持偏向親中政策的國民黨，同時也試圖在民進黨執政下，以兩邊下注的方式來取得政治影響；至於中國因素之所以在 2012 年沒有顯著作用，或許是隨著兩岸之間的跨海峽政商網絡日益複雜，制度化與非制度化的統戰操作也更為深入且綿密，這使得政治獻金不再是中國對於臺灣施展政治影響力的唯一管道（吳介民，2017）。

類似地，家族企業在 2008 年較可能採行的是只捐國民黨或兩黨都捐的策略，也就是說，在民進黨保有執政權的年度中，雖然國民黨是長期以來的政商盟友，但家族企業也部分採行了兩黨都捐的策略，藉此帶來更為全面的政治渠道；而在 2012 年，國民黨具有完全執政地位的情況下，家族企業則傾向採行只捐國民黨的策略，與本文的預期相一致。

最後，跨坐董監事的席次較多者，也就是在市場網絡上相對活躍的企業，如同本文的預期，參與政治獻金的傾向較低，且在兩個年度中，跨坐董監事的負向影響效果都達到顯著水準。

表 5 為整併 2008 及 2012 年的樣本後，納入時期的虛擬變項（2012 年 = 1），檢視自變項對於企業採行不同捐獻策略的影響效果。結果發現，首先，無論是只捐國民黨、只捐民進黨，或是兩黨都捐的企業，相較於沒捐兩黨的企業，都屬於企業規模較大的一群，而企業規模對於採行兩黨都捐策略的影響最大（提高的對數勝算比相對較高）。其次，在中國的投資程度越高，越可能採行兩黨都捐的策略，但對



於其他兩類策略的影響並不顯著。這與原先的預期稍有不同，顯示仰賴中國市場的企業未必會以國民黨為唯一的政治盟友，兩邊下注的策略可能更容易取得實質的

表 5 2008 年及 2012 年企業政治捐獻策略的多類別邏輯迴歸估計

	只捐國民黨	只捐民進黨	兩黨都捐
企業規模	0.137** (0.0483)	0.134* (0.0651)	0.262*** (0.0706)
在中國投資	0.0166 (0.0385)	0.0485 (0.0646)	0.198* (0.0793)
跨坐董監事	-0.0142 (0.0254)	-0.0765 (0.0393)	-0.120** (0.0370)
控制型態			
單家族	0.801** (0.261)	0.257 (0.324)	1.292** (0.476)
共治型	0.783* (0.321)	0.168 (0.406)	0.886 (0.543)
電子業	-0.479* (0.186)	-1.253*** (0.261)	-1.397*** (0.295)
外銷比例	-0.00184 (0.00250)	0.00545 (0.00313)	-0.00659* (0.00324)
企業年齡	0.0157** (0.00609)	0.0252** (0.00797)	0.00934 (0.00767)
位於南部	-0.0319 (0.216)	0.587* (0.228)	0.893*** (0.213)
時期 (2012年=1)	0.329* (0.163)	-0.981*** (0.227)	-0.763*** (0.229)
常數	-5.864*** (0.768)	-6.117*** (1.052)	-9.745** (1.186)
樣本數		4,061	
Log likelihood		-1659.1885	

註：括號內為標準誤，顯著水準***p<0.001, **p<0.01, *p<0.05。對照組為「沒捐兩黨」的企業。控制型態的對照組為專業經理人治理的企業。

政治影響。第三，跨坐董監事的影響效果與預期相符，對於採行三種策略皆是負向的影響效果，其中對於兩黨都捐的負向影響達到顯著水準。最後，相較於非家族控制（專業經理人治理）的企業，由家族治理（單一家族主導或共治型）的企業，更可能以只捐國民黨的策略進行政治捐獻，而屬於單一家族主導的企業同時也對於採行兩黨都捐的策略有正向顯著影響。整體來說，合併 2008 及 2012 年的樣本所得的分析結果，與個別分析的結果，大致相同。

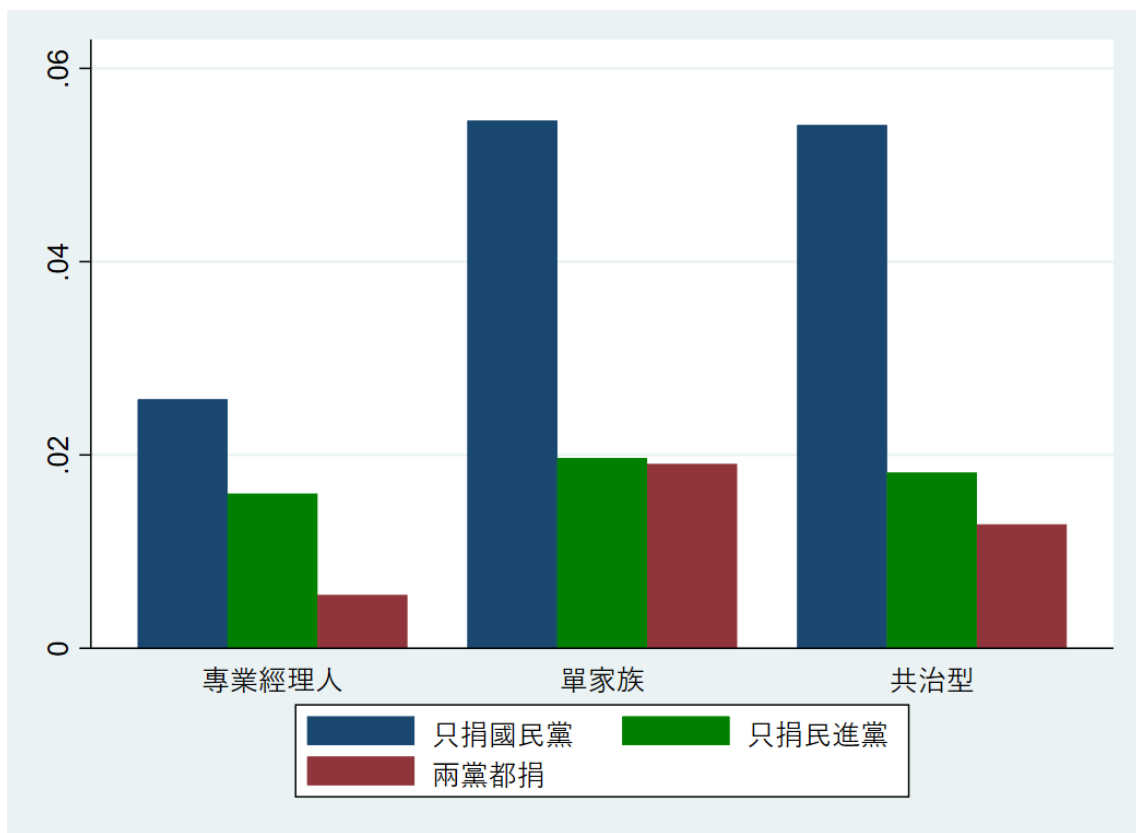


圖 1 企業控制型態對於政治捐獻策略的影響

最後，圖 1 呈現表 5 的估計預測結果，也就是在控制其他變項的影響下，企業的控制型態，對於採行三種政治捐獻策略的影響。整體而言，家族企業（單家族或共治型）採行只捐國民黨策略的機率，或兩黨都捐策略的機率，都明顯高於非家族企業；相較之下，對於只捐民進黨的企業，無論是家族或非家族的控制型態，似乎都沒有明顯的影響效果，因而在各個控制型態中的發生機率約略一致。


第五章 討論與結語



本文回顧有關企業政治獻金的文獻，並根據臺灣的政經脈絡，形成相應的研究假設，藉此檢視臺灣的民營上市櫃公司，在立委選舉中採行何種政治捐獻策略。在臺灣，政黨與企業間的關係可勾勒為三個階段。首先，戰後初期的國民黨，挾其物質基礎與壟斷地位，以特許經營權來籠絡國內的大型家族企業，換取國民黨作為外來政權的治理正當性；其次，在經濟自由化與政治民主化的浪潮下，國民黨透過政治上的優勢地位，取得中華開發的主導權，並成立投資事業管理委員會，結果，國民黨不但取得市場開放所帶來的經濟利益，也確立了和財團之間的制度化政商關係；最後，臺灣經歷了政黨輪替，但民進黨在取得執政權後，並未形成制度化的政商關係，而中國因素的影響也在此時浮上檯面，促使臺商支持國民黨與親中政策。在政商關係歷經半世紀的轉變之後，由企業掌控的資源遽增，甚至反過來影響政治場域的運作。那在當前的臺灣社會中，企業的政治獻金有怎樣的政黨結盟策略？

奠基在既有文獻與臺灣政經脈絡的基礎上，本文提出四項研究假設。首先，企業的規模越大，同時捐贈獻金給國民黨與民進黨的可能性越高。其次，相較於非家族企業，家族企業捐贈獻金給國民黨的可能性較高。第三，企業在中國的投資越多，捐贈獻金給國民黨的可能性越高。最後，企業的跨坐董監事越多，捐贈政治獻金的可能性越低。


本文的經驗分析可以得出下列四項結論。首先，出於政治上的依賴與敏感，大型企業傾向採行兩邊下注的政治捐獻策略，以便在兩黨所主導的政黨政治中，獲取最為廣泛的政商管道。其次，中國因素對於臺商的影響得到部分證實，在中國投資程度較高的企業，在 2008 年的立委選舉中，更可能採行只捐國民黨或兩黨都捐的策略，也就是說，仰賴中國市場的臺商，不但會支持偏向親中政策的國民黨，同時也很可能會在民進黨執政下，以兩邊下注的方式來取得政治影響；隨著兩岸之間的



跨海峽政商網絡日益複雜，制度化與非制度化的統戰操作也更為深入且綿密，這使得政治獻金不再是中國對於臺灣施展政治影響力的唯一管道（吳介民，2017），從而導致中國因素在 2012 年的立委選舉中並未發揮顯著作用。⁶第三，相較於專業經理人控制的企業，家族企業較可能以政治獻金來支持國民黨，而在民進黨執政的 2008 年，部分家族企業也採行兩邊下注的策略，藉此帶來更為全面的政治渠道；可以說，家族企業早年與國民黨之間的政商關係，至今仍深深發揮著組織「烙印」(imprinting)的效果(Stinchcombe 1965: 169)，使得家族企業持續以政治獻金維繫與國民黨的合作。最後，若企業的跨坐董監事席次較多，也就是在市場網絡上相對活躍，則較不會涉入政治獻金，而是透過民營企業之間的網絡來取得資源和資訊。

臺灣企業的政治捐獻模式，展現了階級政治的意涵。反對「所有權與控制權分離」的命題，階級論者認為，前述的管理人資本主義命題，由於忽視了個別大型企業所座落的制度脈絡和階級結構，才會樂觀地預期，美國社會的生產方式，正從家族主導的私有財產制，過渡到以管理和技術人員為核心的企業控制型態(Zeitlin 1974: 1108)。相反地，讓階級系統或資本主義得以維繫的再生產機制中，「家族」仍舊是最為關鍵的一環，因為家族是既有財產制關係的制度性存在(Bell 1958)；就企業控制來看，親屬關係往往才是實質核心，而不是彼此毫無社會關係的個人(Zeitlin 1974)。循此，衍伸階級論的觀點，李宗榮(2016: 127)認為，大型家族企業集團有較高政治捐獻傾向的經驗事實，突顯了臺灣「寡佔家族控制與政治權力鞏固之間的緊密關聯」；本文也呼應這樣的階級政治意涵。更甚者，本文的研究發現，由於家族企業嘗試鞏固政治權力的主要合作對象是國民黨（而非民進黨），這顯示臺灣的上層階級中，家族企業與國民黨的權力菁英是其中的要角。


⁶ 有關中國因素的解釋，筆者感謝清大社會所施懿倫同學的啟發。



這個活躍於政商關係的親控集團，有別於 Useem (1984)筆下企業核心圈的特性，反而在網絡上相對封閉。根據臺灣企業間網絡的研究，擁有政治聯繫的企業，傾向透過緊密而封閉的強連帶關係（尤其是聯姻），來鞏固其政經特權或優勢地位（李宗榮 2011: 147）；而在愈趨開放的市場環境中，家族企業至今仍較少與其他公司建立聯繫，相反地，家族主義的觀念仍舊發揮顯著作用，此種網絡封閉傾向甚至有隨時間增強的趨勢（李宗榮 2009: 141）。相較之下，1990 年代後，民營企業之間蓬勃發展的董監事跨坐網絡，並未受到國家或政治力量的制約（李宗榮 2011: 135-138），也因此較無經營政商關係的動機；本文發現跨坐董監事對於從事政治捐獻的負向影響，適切地支持了這樣的命題。

本文的主要貢獻有二。本文的第一個主要貢獻是，在以美國經驗為主的企業政治獻金研究中，將臺灣這個文獻上的「異例」(anomaly)考慮進來，也就是證實臺灣的特殊政經條件，對於企業政治捐獻有一定程度的影響。美國的兩大政黨，民主黨和共和黨，在意識型態上分別代表著自由主義和保守主義。因此，早期的文獻是在探究，哪些企業比較接近企業自由主義的立場，願意支持社會福利政策和適度的市場管制(Kolko 1963; Weinstein 1968)。結果，晚近的研究發現，從企業的政治捐獻對象來看，商業社群有著轉向保守主義的趨勢(Burris 1987; Clawson and Neustadtl 1989; Su et al. 1995)，但政治捐獻策略仍具實用色彩，也就是支持現任者而非挑戰者(Burris and Salt 1990)。

有別於美國，主導臺灣政治的兩大政黨，國民黨和民進黨，在經濟議題的意識型態上，分別是經濟發展導向的生產主義，以及扶助弱勢的社會民主；但是在政黨輪替之後，為了爭取最多數的選民支持，兩黨實際使用的政策工具漸有趨同現象（陳盈方等 2013）。另一方面，國民黨自戰後初期便積極經營與企業之間的政商關係；在地緣政治上，也因為中國因素而導致企業在選舉活動中更偏向國民黨；企業之間市場網絡的形成也有不同的政經脈絡。種種因素，造就了臺灣與美國的政商關

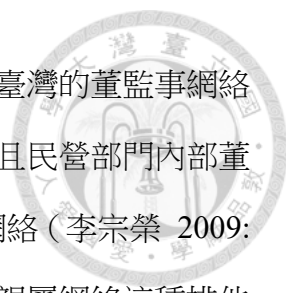


係之間相異的結構特色。據此，雖然美國的文獻主要以產業類別和與政府簽訂的銷售契約，來測量企業所面臨的管制環境(Burris 2010)，但本文則以家族企業和在中國的投資程度，來評估企業與國民黨之間的可能聯繫。結果證實，家族企業和在中國投資較多的企業，更可能以政治獻金來維繫與國民黨的政商關係。本文呼應先前針對英國和澳洲的政治獻金研究(Bond 2004; Harrigan 2017)：唯有將國家脈絡的差異考慮進來，才能適切地解析企業的政治捐獻策略。

本文的第二個主要貢獻是，深化既有文獻對於臺灣企業政治獻金的探究。李宗榮(2016)和本文有三項差異。第一，李宗榮(2016)採用的分析單位是「企業集團」，本文則是個體層級的「公司」。雖然企業集團可能較貼近企業家族的實質控制範圍，而適合觀察其政治行動(李宗榮 2016: 113)，但是在某些變項上(例如外銷比例、企業年齡)，則須仰賴集團核心公司的數據來插補，也就是透過個體層級的數據，來衡量企業集團的性質；這可能未必是最佳的測量指標。相較下，以上市櫃公司當作分析樣本的好處，在於財務數據齊全且細緻(例如在中國的投資程度)，也提供了本文檢驗研究假設的適切指標。

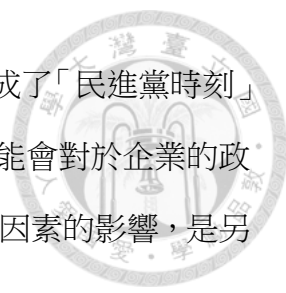
第二，李宗榮(2016)處理的問題是企業「有無政治捐獻」，本文則進一步區辨政治捐獻的「捐贈對象」，也就是企業的政黨結盟策略。透過回顧國民黨和民進黨在政商關係中的不同歷史特性，本文發現，家族企業和在中國投資程度較高的企業，更可能捐政治獻金給國民黨而非民進黨；雖然在民進黨執政的 2008 年也部分展現了兩邊下注的傾向。可以說，藉由將政商關係中的政黨差異考慮進來，本文深化了既有文獻對於企業與政黨之間合作版圖的理解。

第三，在有關跨坐董監事的研究假設中，本文和李宗榮(2016)有不同的詮釋。依據 Useem (1984)美國核心圈的研究，以及 1960 年代初期臺灣董監事網絡在政治事務上的活躍參與(李宗榮，2009)，李宗榮(2016)預期，有較多跨坐董監事席次的



臺灣企業，將有更強的政治捐獻傾向。然而，在 1990 年代後，臺灣的董監事網絡相當程度地從國家的制約中解脫，民營企業的數量快速增長，而且民營部門內部董監事網絡的成長幅度，也遠遠超越公部門內部及公民營之間的網絡（李宗榮 2009: 137）。更甚者，早期受惠於與國民黨的政商關係的企業，也透過親屬網絡這種排他性的強連帶，來鞏固其優勢地位（李宗榮 2011）；且家族企業在市場網絡上至今仍較為封閉（李宗榮 2009: 139）。因此，除了少數能夠動員政商關係的家族企業，其他多數企業，恐怕都在這個特權群體之外（李宗榮 2017）。綜合來看，若以民營上市櫃公司之間的跨坐董監事席次（即本文採用的操作化指標），來衡量企業在市場網絡中的開放程度，那活躍於民營企業網絡中的企業，很可能並非能夠動員政商聯繫的親控集團，因而較無政治捐獻的興趣；本文的實證結果也支持這樣的預期。這顯示了大型企業中，可能有一群是較能動員政商關係的親控集團，而另一群則是相對新興且彼此往來頻繁的民營企業。這個大型企業在市場網絡中的分化現象是否成立，值得後續的研究進一步探索。

本文也有一些研究限制。首先，什麼樣的組織特性，會使得企業更願意以政治捐獻來支持民進黨，在本文中並沒有理論解釋，值得後繼的研究推敲。其次，除了立委選舉外，總統、縣市長層級的選舉中，企業的政治捐獻是否也展現類似的政黨結盟策略，仍是待解之謎。最後，本文採用的資料年份為 2008 年與 2012 年，這使得本文的推論可能有時段的限制。2014 年，臺灣爆發太陽花運動，許多民間團體和社運組織，都積極投入這個以「反對中國因素」為主軸的集體行動，打破過往對於抵抗中國統戰策略時經常遭遇的「無力感」，催化多數民眾對於中國因素的關注。結果，公民社會的力量，開始牽制北京政權的「收買策略」；北京透過在臺灣的「政治代理人」及「在地協力者」來執行其統戰意圖的策略，不但為公民社會所看穿，國際社會也藉由這場運動，更理解進行中的兩岸政經關係。在政治上，太陽花運動發揮了促成政黨輪替之效，國民黨的聲勢大減，在 2016 年的總統與立委選舉中，



民進黨再次贏得總統選舉，甚至首次掌控立法院的多數席次，促成了「民進黨時刻」的來臨（吳介民、廖美 2016）。此種政治情勢的巨大變動，也可能會對於企業的政治捐獻策略，帶來一定程度的改變。如何在研究設計上，納入此因素的影響，是另一個值得思考的議題。

在未來的衍伸議題上，檢視企業的政治獻金能否帶來實質的政治影響效果，能深化我們對於政治捐獻的理解。必須注意的是，社會資本之所以成其為「資本」，是因為它總是涉及了成本(cost)的面向(Baron and Hannan 1994: 1124)，也就是說，社會聯繫未必總是帶來正向的後果。朱泓錦與鍾基年(Zhu and Chung 2014)針對臺灣企業集團與政治聯繫的研究發現，在完全執政的期間，與執政黨的聯繫，能夠協助企業集團開拓新產業，但與反對黨的聯繫，則會受到執政黨的懲罰，進而減少進入新產業的機會。相較之下，在不完全執政的期間，企業集團若是同時與執政黨及反對黨有所聯繫，反而能居中取得最大利益，因為政黨需要企業的支持，才能鞏固其政治勢力。在不同的選舉結果中，企業的政治獻金，會替企業帶來何種不同的政治影響效果，將是一個有趣的研究問題。

總之，雖然有以上的研究限制，以及留待後繼研究回答的問題，但是本文仍希望能為政治獻金研究，砌上一塊小小的磚，同時也讓一般民眾和學術界，能更理解臺灣企業與政黨之間的合作版圖。

參考文獻



- 王振寰，1993，〈台灣新政商關係的形成與政治轉型〉。《台灣社會研究季刊》14: 123-163。
- ，2010，《追趕的極限：台灣的經濟轉型與創新》。台北：巨流。
- 王振寰等，2017，〈台灣經濟發展中的國家角色：歷史回顧與理論展望〉。頁 49-88，收入李宗榮、林宗弘主編，《未竟的奇蹟：轉型中的台灣經濟與社會》。台北：中央研究院社會學研究所。
- 王鼎銘，2007，〈台灣政治獻金法及參選人政治獻金資料之實證研究〉。《選舉研究》14(2): 121-144。
- 王鼎銘、侯萱瑩，2006，〈美國國會選舉政治獻金的探究：政治行動委員會的 Tobit 分析〉。《選舉研究》13(2): 37-74。
- 王鼎銘、范恩邦，2010，〈立委參選人競選支出的選舉效果：Jacobson 支出理論在台灣新選制下的再驗〉。《台灣政治學刊》14(2): 3-35。
- 王輝煌，2007，〈政商關係有什麼關係？〉。《臺灣民主季刊》4(1): 195-203。
- 朱雲漢，1989，〈寡佔經濟與威權政治體制〉。頁 139-160，收入蕭新煌編，《壟斷與剝削：威權主義的政治經濟分析》。台北：台灣研究基金會。
- 吳介民，2017，〈以商業模式做統戰：跨海峽政商關係中的在地協力者機制〉。頁 675-720，收入李宗榮、林宗弘主編，《未竟的奇蹟：轉型中的台灣經濟與社會》。台北：中央研究院社會學研究所。
- 吳介民、廖美，2015，〈從統獨到中國因素：政治認同變動對投票行為的影響〉。《台灣社會學》29: 89-132。
- ，2016，〈佔領，打破命定論〉。頁 115-161，收入林秀幸、吳叡人主編，《照破：太陽花運動的振幅、縱深和視域》。台北：左岸文化。



- 呂秋遠，2000，〈政黨理念與政治現實的碰撞：國民黨與民進黨財經政策之比較〉。
《問題與研究》39(11): 1-29。
- 巫麗雪等，2013，〈遇見另一半：教育婚配過程中的介紹人與接觸場合〉。《台灣社會學》26:147-190。
- 李宗榮，2007，〈在國家與家族之間：企業控制與臺灣大型企業間網絡再探〉。《台灣社會學》13: 173-242。
- ，2009，〈制度變遷與市場網絡：台灣大型企業間董監事跨坐的歷史考察，1962-2003〉。《台灣社會學》17: 101-160。
- ，2011，〈台灣企業集團間親屬網絡的影響成因〉。《台灣社會學刊》46: 115-166。
- ，2016，〈企業權力與民主：台灣企業集團 2008 年立委選舉的政治獻金分析〉。《台灣社會學》31: 99-139。
- ，2017，〈家族資本主義的興起與鞏固〉。頁 313-344，收入李宗榮、林宗弘主編，《未竟的奇蹟：轉型中的台灣經濟與社會》。台北：中央研究院社會學研究所。
- 李宗榮、林宗弘，2017，〈「台灣製造」的崛起與失落：台灣的經濟發展與經濟社會學〉。頁 2-43，收入李宗榮、林宗弘主編，《未竟的奇蹟：轉型中的台灣經濟與社會》。台北：中央研究院社會學研究所。
- 周添城，1989，〈權力邊陲的中小企業〉。頁 23-63，收入蕭新煌等，《壟斷與剝削：威權主義的政治經濟分析》。台北：台灣研究基金會。
- 周德宇，2007，〈政商關係－企業營運的助力？經濟發展的阻力？〉。《臺灣民主季刊》4(1): 187-194。
- 林宗弘，2009，〈台灣的後工業化：階級結構的轉型與社會不平等，1992-2007〉。
《臺灣社會學刊》43: 93-158。



- 林宗弘、胡伯維，2017，〈進擊的巨人：台灣企業規模迅速成長的原因與後果〉。
頁 229-266，收入李宗榮、林宗弘主編，《未竟的奇蹟：轉型中的台灣經濟與
社會》。台北：中央研究院社會學研究所。
- 林宗弘等，2011，《崩世代：財團化、貧窮化與少子女化的危機》。台北：勞工陣線。
- 林國明，2003，〈到國家主義之路：路徑依賴與全民健保組織體制的形成〉。《台灣
社會學》5: 1-71。
- 林濁水、梁文傑，1999，〈台灣政黨轉型與民眾統獨意向的變遷〉。《中國大陸研究》
42(6): 59-77。
- 夏傳位，2015，《台灣的新自由主義轉向：發展型國家的變異與挑戰》。新竹：國立
清華大學社會學研究所博士論文。
- 徐永明、林昌平，2009，〈「南方政治」的再檢驗：總統選票的分量迴歸分析〉。《選
舉研究》16(1): 1-35。
- 張宜君、林宗弘，2015，〈臺灣的高等教育擴張與階級複製：混合效應維續的不平
等〉。《臺灣教育社會學研究》15(2): 85-129。
- 張晉芬，2001，《台灣公營事業民營化：經濟迷思的批判》。台北：中央研究院社
會學研究所。
- 張琬瑜、張凱雯，2011，〈董事政治關聯及政治獻金影響企業價值嗎？〉。《選舉研
究》18(1): 139-174。
- 張鐵志，2008，〈台灣經濟自由化的政治邏輯：黨國資本主義的轉型與新政商聯
盟 1980-2000〉。《台灣政治學刊》12(1): 101-145。
- 陳東升，1995，《金權城市：地方派系、財團與台北都會發展的社會學分析》。台
北：巨流。
- ，2008，《積體網路：台灣高科技產業的社會學分析》。台北：群學。
- 陳柔縉，1999，《總統的親戚：台灣權貴家族》。台北：時報文化。



- 陳盈方等，2013，〈朝向積極勞動市場政策(1996-2011)：台灣政黨的差異與趨同〉。
《台灣社會學》26: 37-96。
- 陳郁安、謝雨生，2016，〈臺灣民眾社經地位對環境行為的影響〉。《調查研究—方法與應用》42: 165-193。
- 陳師孟等，1991，《解構黨國資本主義》。台北：澄社。
- 陳清淵、謝雨生，2011，〈現代基因科技知識與基因科技風險態度之關係探討〉。《調查研究—方法與應用》26: 45-80。
- 陶儀芬、張珈健，2008，〈政商關係在民主化之後的發展：以金融自由化為例〉。頁 219-238，收入王宏仁等編，《跨戒：流動與堅持的台灣社會》。台北：群學。
- 黃宗昊，2004，〈台灣政商關係的演變：歷史制度論分析〉。《問題與研究》43(4): 35-72。
- ，2013，〈陳水扁時期的台灣政商關係：少數政府、個人化網路與金融改革〉。
《臺灣民主季刊》10(3): 41-90。
- 黃崇憲，2008，〈利維坦的生成與傾頹：台灣國家研究範例的批判性回顧〉。頁 321-392，收入謝國雄編，《群學爭鳴：台灣社會學發展史，1945-2005》。台北：群學。
- 劉進慶，1992，《台灣戰後經濟分析》。台北：人間。
- 鄭力軒、王御風，2011，〈重探發展型國家的國家與市場：以台灣大型造船業為例〉。《台灣社會學刊》47: 1-43。
- 鄭志鵬、林宗弘，2017，〈鑲嵌的極限：中國台商的「跨國資本積累場域」分析〉。頁 611-644，收入李宗榮、林宗弘主編，《未竟的奇蹟：轉型中的台灣經濟與社會》。台北：中央研究院社會學研究所。
- 鍾喜梅、葉家豪，2010，〈家族連結、政商關係與多角化擴張：台灣家族集團的跨時分析〉。《組織與管理》3(1): 67-106。

瞿海源，2007，〈杜絕不當而惡質的政商關係〉。《臺灣民主季刊》4(1): 179-186。

蘇彥圖，2011，〈追求更公平合理的政治經費法制〉。頁 122-155，收入台灣智庫編，
《打造直接民主的新公義體系—法制與政治重大議題研究論文集》。台北：財
團法人台灣智庫。

Alexander, Herbert E. 1976. *Financing politics: Money, elections, and political reform*.
Washington : Congressional Quarterly Press.

Allen, Michael P. and Philip Broyles. 1989. “Class Hegemony and Political Finance:
Presidential Campaign Contribution of Wealthy Capitalist Families.” *American
Sociological Review* 54: 275-287.

Baron, James N. and Michael T. Hannan. 1994. “The Impact of Economics on
Contemporary Sociology.” *Journal of Economic Literature* 32: 1111-1146.

Bell, Daniel. 1958. “The Power Elite-Reconsidered.” *American Journal of Sociology*
64(3): 238-250.

Boies, John L. 1989. “Money, Business, and the State: Material Interests, Fortune 500
Corporations, and the Size of Political Action Committees.” *American
Sociological Review* 54(5): 821-833.

Bond, Matthew. 2004. “Social influences on corporate political donations in Britain.”
The British journal of sociology 55(1): 55-77.


Broyles, Philip A. 1993. “The Corporate Elite Goes to Washington: Presidential
Campaign Contributions of Corporate Officers.” *Social Science Research* 22(1):
72-91.

Budde, Bernadette A. 1980. “The Practical Role of Corporate PACs in the Political
Process.” *Arizona Law Review* 22: 555-67.

Burris, Val. 1987. “The Political Partisanship of American Business.” *American*



- Sociological Review* 52(6): 732-744.
- .1991. “Director Interlocks and the Political Behavior of Corporations and Corporate Elites.” *Social Science Quarterly* 72(3): 537-551.
- . 2001. “The Two Faces of Capital: Corporations and Individual Capitalists as Political Actors.” *American Sociological Review* 66: 361-381.
- . 2005.“Interlocking Directorates and Political Cohesion among Corporate Elites.” *American Journal of Sociology* 111: 249-283.
- .2010. “Corporations, Capitalists, and Campaign Finance.” Pp. 247-262 in *Handbook of Politics: State and Civil Society in Global Perspective*, edited by Kevin T. Leicht and J. Craig Jenkins. New York: Springer.
- Burris, Val and James Salt. 1990. “The Politics of Capitalist Class Segments: A Test of Corporate Liberalism Theory.” *Social Problems* 37(3): 341-359.
- Chung, Chi-Nien. 2006. “Beyond guanxi: Network contingencies in Taiwanese business groups.” *Organization studies* 27(4): 461-489.
- Clawson, Dan and Alan Neustadtl. 1989. “Interlocks, PACs, and Corporate Conservatism.” *American Journal of Sociology* 94: 749-773.
- Clawson, Dan, Alan Neustadtl, and James Bearden. 1986. “The logic of business unity: Corporate contributions to the 1980 congressional elections.” *American Sociological Review* 51: 797-811.
- DiMaggio, Paul J., and Walter W. Powell. 1983. “The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields.” *American Sociological Review* 48: 147-60.
- Evertsson, Nubia. 2018. “Corporate contributions to electoral campaigns – the current state of affairs.” Pp. 33-54 in *Handbook of Political Party Funding*, edited by

- 
- Jonathan Mendilow and Eric Phélippeau. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Fligstein, Neil. 1996. "Markets as Politics: A Political-Cultural Approach to Market Institutions." *American Sociological Review* 61(4): 656-673.
- .2001. *The architecture of markets: An economic sociology of twenty-first- century capitalist societies*. Princeton: Princeton University Press.
- Harrigan, Nicholas M. 2017. "Motives of corporate political donations: industry regulation, subjective judgement and the origins of pragmatic and ideological corporations." *The British journal of sociology* 68(4): 718-753.
- Heerwig, Jennifer A. 2018. "Money in the Middle: Contribution Strategies among Affluent Donors to Federal Elections, 1980–2008." *American Journal of Sociology* 123(4): 1004-1063.
- Heerwig, Jennifer A., and Joshua Murray. 2018. "The Political Strategies and Unity of the American Corporate Inner Circle: Evidence from Political Donations, 1982-2000." *Social Problems* 65(1): 1-29.
- Kolko, Gabriel. 1963. *The triumph of conservatism*. New York: Free Press.
- Long, J. Scott, and Jeremy Freese. 2006. *Regression models for categorical dependent variables using Stata*. College Station, Texas: Stata Press.
- Meyer, John W., and Brian Rowan 1977. "Institutional Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony." *American Journal of Sociology* 83: 340-363.
- Mills, C. Wright. 1956. *The Power Elite*. New York: Oxford University Press.
- Mizruchi, Mark S. 1989. "Similarity of political behavior among large American corporations." *American Journal of Sociology* 95 (2): 401-424.
- Oliver, Christine, and Ingo Holzinger. 2008. "The effectiveness of strategic political management: A dynamic capabilities framework." *Academy of Management*



- Review* 33(2): 496-520.
- Pfeffer, Jeffrey and Gerald R. Salancik. 1978. *The External Control of Organizations: A Resource Dependence Perspective*. New York: Harper and Row.
- Pfeffer, Jeffrey. 1972. "Size and Composition of Corporate Boards of Directors: The Organization and Its Environment." *Administrative Science Quarterly* 17(2): 218-228.
- Pittman, Russell. 1977. "Market Structure and Campaign Contributions." *Public Choice* 31: 37-52.
- Ryan, Mike H., Carl L. Swanson, and Rogene A. Buchholz. 1987. *Corporate strategy, public policy and the Fortune 500: How America's major corporations influence government*. Cambridge: Blackwell.
- Stinchcombe, Arthur L. 1965. "Social Structure and Organizations." Pp. 142-93 in *Handbook of Organizations*, edited by James G. March. New York: Rand McNally.
- Su, Tie-ting, Alan Neustadt, and Dan Clawson. 1995. "Business and the conservative shift: Corporate PAC contributions, 1976-1986." *Social Science Quarterly* 76: 20-40.
- Useem, Michael. 1984. *The Inner Circle: Large Corporations and the Rise of Business Political Activity in the U.S. and U.K.* New York: Oxford University Press.
- Walker, Edward T., and Christopher M. Rea. 2014. "The political mobilization of firms and industries." *Annual review of sociology* 40: 281-304.
- Weinstein, James. 1968. *The Corporate Ideal in the Liberal State: 1900-1918*. Boston: Beacon.
- Zeitlin, Maurice. 1974. "Corporate Ownership and Control: The Large Corporation and the Capitalist Class." *American Journal of Sociology* 79(5): 1073-1119.

Zhu, Hongjin and Chi-Nien Chung. 2014. "Portfolios of political ties and business group strategy in emerging economies: Evidence from Taiwan." *Administrative Science Quarterly* 59(4): 599-638.



附錄 1 Hausman 檢定

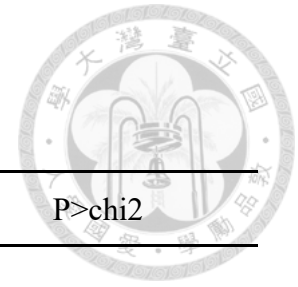


表 3	chi2	df	P>chi2
沒捐兩黨	-1.066	27	.
只捐國民黨	-16.106	27	.
只捐民進黨	-10.784	27	.
兩黨都捐	-3.04	27	.

表 4	chi2	df	P>chi2
沒捐兩黨	20.27	28	0.854
只捐國民黨	2.595	28	1.000
只捐民進黨	1.521	27	1.000
兩黨都捐	0.024	26	1.000

表 5	chi2	df	P>chi2
沒捐兩黨	3.385	30	1.000
只捐國民黨	1.162	29	1.000
只捐民進黨	-2.106	29	.
兩黨都捐	-1.026	28	.

Hausman 檢定的虛無假設是：類別 j 與類別 k 的勝算與其他類別不相關；卡方值為去除某一類別後所得的限制模型，與完整模型相比較的結果。若卡方值未達顯著水準，或是卡方值為負數，皆表示不違反「獨立且不相關」假定。結果發現，本文表 3 到表 5 這三個多類別邏輯迴歸模型，都不違反「獨立且不相關」假定，因此，本文可以合理使用多類別邏輯迴歸模型。

附錄 2 變項遺失情形



變項	2008 年的遺失率	2012 年的遺失率
在中國投資	41.33%	36.98%
跨坐董監事	27.92%	24.44%
控制型態	16.86%	15.42%
外銷比例	9.48%	26.76%

附錄 3 整體描述統計



	2008 年		2012 年	
	平均數	標準差	平均數	標準差
企業規模	14.45	2.347	14.21	2.628
在中國投資	7.348	6.340	7.669	6.363
跨坐董監事	3.030	3.319	3.190	3.212
控制型態				
單家族	52.44%		53.72%	
共治型	10.42%		10.18%	
電子業	54.48%		51.02%	
外銷比例	47.65	39.00	47.33	40.12
企業年齡	28.61	13.40	22.09	14.19
位於南部	12.83%		13.20%	
樣本數	1,909		2,152	