

國立臺灣大學理學院地理環境資源學所

碩士論文

Graduate Institute of Geography

College of Science

National Taiwan University

Master Thesis

大型運動賽事與企業型都市發展-

以高雄市主辦2009年世界運動會為例

Mega-sport-event and the Entrepreneurial City-

The case study of the 2009 World Games in Kaohsiung

張宛婷

Chang, Wan-Ting

指導教授：簡旭伸 博士

Advisor: Chien, Shiu-Shen, Ph. D.

中華民國 99 年 1 月

January, 2010

國立臺灣大學理學院地理環境資源學所

碩士論文

Graduate Institute of Geography

College of Science

National Taiwan University

Master Thesis

大型運動賽事與企業型都市發展-

以高雄市主辦2009年世界運動會為例

Mega-sport-event and the Entrepreneurial City-

The case study of the 2009 World Games in Kaohsiung



Chang, Wan-Ting

指導教授：簡旭伸 博士

Advisor: Chien, Shiu-Shen, Ph. D.

中華民國 99 年 1 月

January, 2010

謝誌

穿過不下數百次想放棄的念頭，一路跌跌撞撞的我，沒想到也終於走到寫謝誌的這一步，在這一刻我只有滿懷感激。

首先，最感謝的是我的指導教授簡旭伸老師，簡老師清晰的思考邏輯與深厚的學識讓我在每一次meeting之後都能茅塞頓開、獲益良多，幫助我從零開始架構論文的骨架與血肉，並使之長成一篇合格的碩士論文。另一方面，簡老師這兩年半來不斷地激勵我前進，並寬容的包容我許多不成熟的想法與作品，是這一路上帶領我一步步成長最重要的師父。

我也要謝謝人文組幾位老師。周素卿老師，從每一次的seminar上課一直到最後的口試，每一次精準犀利的評論與發問都是震撼教育，但周老師給我的許多意見也不斷促使我更深刻的思考與反省。最初進台大第一個認識的就是周老師，最後能由周老師作為我的口試老師，對我有特別的意義。也謝謝其他幾位老師，黃宗儀老師、徐進鈺老師與姜蘭虹老師在課堂上給我們幾位研究生的指導與建議，用不同的方式給我許多啟發，也拓展了我的視野。幾位老師治學嚴謹的態度與熱情，也在我心中留下不可抹滅的典範。

當然，也要謝謝另外兩位口試委員，感謝林欽榮老師不吝與我分享寶貴的實務經驗，在論文最後的形成階段懸崖勒馬地修正我的結論。也謝謝戴伯芬老師在短暫的討論中從不同的角度提供我對論文更多思考的新觀點。你們的建議都使我的論文能夠更精進一些。

在高雄田野調查期間，感謝大觀元公司薛兆基總經理提供我實習的機會，讓我可以一方面藉由公務之便更深入了解高雄都市發展的肌理脈絡，另一方面也感謝薛大哥為我引見多位受訪者，使我可以得到豐富珍貴的田野資料。也謝謝大觀元中其他前輩對我的照顧，耀寬、子薇、Joanne、婉君、雅湘、霈瑄，實習階段中你們對我的提攜都將使我一輩子受用無窮，謝謝你們。也要感謝在田野中曾經接受我訪問的每一位貴人，謝謝你們百忙之中抽空接受我的叨擾，並盡力地回答我不成熟的問題，你們所提供的經驗分享都是我寶貴的素材。

研究所生活裡，同儕的相處時光是苦悶生活的調節劑，感謝在人文組裡與我相依為命、患難與共的欣倩和鈺淳，我們一同經歷四次seminar的革命情感無可取代，看著你們一路的成長也為你們感到開心，祝福我們「三劍客」未來都有美好的前程！謝謝R96的其他同學，我的室友林雅，你給予我的溫暖友誼像黑夜裡的燈火是我安心的來源；謝謝小P，很開心能與你再續同學之緣，每次與你聊時天總是趣味橫生；謝謝巧欣、筑筠、依璇、郁樓、元輔，每一次與你們聚餐時言不及義

的閒談與八卦都充滿了歡樂。謝謝其他學長姐與學弟妹，柏安、維綱、何榆、敏真、佩欣、資閔、淳昱、裕民、尚書、育源、耀婷、驥懋學長、文芳學姐，謝謝你們在學問與生活上與我的分享，使我的研究所生活增色許多。

謝謝我嘉大的好朋友們，熊熊、靜慧、雨馨、摩艾、意婷，你們也默默忍受我兩年半的苦水，還有因壓力而忽高忽低的情緒起伏，辛苦了XD。謝謝師大的張峻嘉老師，能遇上老師是我這輩子最幸運的事之一，有老師在台北看顧我們這群嘉大幫的小朋友，讓我覺得很安心。

謝謝四伯父與四伯母在我求學的路上對我的幫助與照顧，你們對我殷殷期許與三不五時的細細叮嚀，我一直放在心裡，深深感激。

最後，我要感謝我的父母與家人，隻身在異鄉漂泊求學近十年的光陰，你們對我的全心信任與支持是我恣意飛翔最大的後盾，我終於要回家了，謝謝你們，我愛你們！



大型運動賽事與企業型都市發展- 以高雄市主辦 2009 年世界運動會為例

張宛婷

摘要

都市企業主義為後工業化時代新的都市治理轉向的主要策略，過去對於都市企業主義如何真實的運作在地方缺乏細緻的描述，但實際上舉辦大型運動賽事也是城市增強自身競爭力的策略工具之一。因為大型運動賽事所牽涉的層面甚廣，也必須投入巨大的資源來推動，城市發展的現在與未來都會受到結構性的改變。在這個假設的前提下，筆者看到了都市企業主義與大型運動賽事連結的可能。因此本文以高雄市政府籌辦 2009 世運的過程，作為分析高雄都市企業主義運作過程的切入點，為求細緻並將都市企業主義分成三個面向過程（process）來討論-政策與論述過程、空間發展計畫過程以及都市政治過程。

研究結果指出，從 2006 年開始，世運被市政府作為城市發展的中程目標，伴隨「運動」而來的「健康」與「生態」成為新的政策論述，勾勒高雄市「宜居的」、「樂活的」、「永續的」美好生活環境的願景。再加上城市行銷的需求，優質生活空間的打造被提升到前所未有的高度，創造休閒、娛樂、觀光或運動空間的土地開發與都市建設，被放在施政的核心，成為新的企業主義取向下的都市行銷重點及資本積累策略。由於主辦國際運動賽事展現的是一國或一城的實力，高雄世運在都市企業化過程中以「國際運動賽事」的特殊事件作為令牌，師出有名，不管是在對上爭取中央政府的補助，或是在地方與其他作用者的交涉過程中，更多了討價還價的空間，有利於爭取其他額外的支持，不管是中央政府對於補助經費上的支持，或是地方市民各種形式的支持，皆有利於市政府以世運為名，更快速的轉向企業化城市的軌道。

關鍵字：大型運動賽事、都市企業主義、高雄市、世界運動會

Mega-sport-event and the Entrepreneurial City-

The case study of the 2009 World Games in Kaohsiung

Chang, Wan-Ting

Abstract

Urban entrepreneurialism can be regarded as a main strategy of local governances to seek for further development under the context of the post-industrial era. The phenomenon of urban entrepreneurialism has been widely researched; however, how and under what circumstances and processes do urban governances utilize a mega sport event as their entrepreneurial strategy has still received limited academic attention. With the 2009 World Games in Kaohsiung as a case study, I argue that urban entrepreneurialism is operated by a complicated mechanism involving three different but interrelated dimensions- (1) the discourse process, (2) the spatial process, as well as (3) the political process. First, concepts of "healthy" and "ecology" with the "sports fashion" had been promoted as a new way of life in order to create an alternative version of urban livability and sustainability. Second, spatially, construction of certain leisure, entertainment and sports facilities was prioritized as a capital accumulation and city marketing solution. Third, politically, the local government of Kaohsiung took this advantage to mobilize more resources not only from the central government in Taipei but also local business and civil sociality communities.

Keywords: mega-sport-event; urban entrepreneurialism; Kaohsiung; the World Games

目錄

圖目錄	IV
表目錄	VI
第一章 緒論	- 1 -
1.1 研究動機與背景	- 1 -
1.2 高雄市都市發展脈絡	- 5 -
第二章 理論文獻回顧與研究方法	- 16 -
2.1 都市企業主義與大型事件的理論脈絡	- 16 -
2.2 研究發問與高雄世運之特殊性	- 35 -
2.3 研究設計與方法	- 40 -
2.4 章節架構	- 45 -
第三章 高雄世運與都市發展政策與論述過程	- 46 -
3.1 取得世運主辦權之前的都市政策與論述	- 47 -
3.2 取得世運主辦權後的都市政策與論述	- 55 -
3.3 小結	- 69 -
第四章 高雄世運的空間發展計畫過程	- 73 -
4.1 運動相關的空間建設計畫	- 75 -
4.2 非運動相關的空間建設計畫	- 90 -
4.3 新空間發展計畫的排除與風險	- 97 -
4.4 小結	- 100 -
第五章 世運中的都市政治過程	- 105 -
5.1 中央政府：掌握財政大權	- 107 -
5.2 高雄市政府：衝刺世運行銷	- 111 -
5.3 KOC：世運業務承辦單位	- 122 -
5.4 私人企業：在商言商的民間資本	- 126 -
5.5 市民社會：世運最大的後盾	- 139 -
5.6 從公私合夥關係討論高雄世運的特殊性	- 144 -
5.7 小結	- 147 -
第六章 結論	- 152 -
6.1 高雄世運與都市企業主義的生產	- 152 -
6.2 高雄都市企業策略對於都市發展危機的回應	- 163 -
引用文獻	- 167 -

圖目錄

圖 1-1	歷屆奧運主辦都市圖.....	- 3 -
圖 1-2	1980-2005 年台灣與高雄市失業率之比較.....	- 11 -
圖 2-1	從工業都市到後工業都市的轉變	- 19 -
圖 2-2	都市企業化治理過程的三個面向過程.....	- 27 -
圖 3-1	海洋首都-S.H.E.城市概念圖.....	- 57 -
圖 3-2	「讓世界看見高雄」	- 64 -
圖 3-3	「挺 TAIWAN 高雄拼第一」	- 64 -
圖 3-4	「一次台灣的機會改變世界會實現」	- 64 -
圖 3-5	「來高雄 作英雄」	- 64 -
圖 4-1	世運各比賽場館位置圖.....	- 76 -
圖 4-2	世運主場館外觀	- 79 -
圖 4-3	世運主場館內部	- 79 -
圖 4-4	世運主場館配置圖	- 80 -
圖 4-5	南部國家運動園區配置圖	- 81 -
圖 4-6	高雄左營高鐵站附近地區土地再開發整體規劃圖	- 82 -
圖 4-7	漢神百貨（前）與高雄巨蛋（後）	- 86 -
圖 4-8	夜間的真愛碼頭	- 91 -
圖 4-9	高雄自行車道一隅	- 93 -
圖 4-10	高雄市自行車道系統.....	- 94 -
圖 4-11	高雄市行動寬頻廊帶示意圖.....	- 96 -
圖 5-1	高雄世運標誌.....	- 112 -
圖 5-2	高雄世運吉祥物	- 112 -
圖 5-4	王建民代言世運公仔	- 116 -
圖 5-3	王建民代言世運海報.....	- 116 -
圖 5-5	馬路上的世運官旗	- 120 -
圖 5-6	喜悅飯店贊助世運看板	- 120 -
圖 5-7	餐廳贊助世運看板	- 120 -

圖 5-8 夏綠地贊助世運看板.....	- 120 -
圖 5-9 雄中前人行道世運裝置藝術-1.....	- 121 -
圖 5-10 雄中前人行道世運裝置藝術-2.....	- 121 -
圖 5-11 KOC 組織架構圖	- 124 -
圖 5-12 贊助廠商-偉盟工業	- 133 -
圖 5-13 贊助廠商-可口可樂看板	- 133 -
圖 5-14 贊助廠商-星巴克	- 133 -
圖 5-15 贊助廠商-紐西蘭奇異果看板.....	- 133 -
圖 5-16 高雄購物美食節海報.....	- 136 -
圖 5-17 台灣精品運動休閒展活動排隊盛況.....	- 136 -
圖 5-18 世運博覽會會場舞台.....	- 136 -
圖 5-19 漢神巨蛋與世運同慶.....	- 136 -
圖 5-20 OSIM.....	- 137 -
圖 5-21 婚紗業	- 137 -
圖 5-22 小王子蛋糕店	- 138 -
圖 5-23 NIKE	- 138 -
圖 5-24 世運中各政治行動者的關係圖	- 149 -
圖 6-1 高雄世運中的都市企業化過程.....	- 154 -
圖 6-2 高雄世運的企業化過程結構圖	- 158 -

表目錄

表 1-1	高雄市人口成長概況表	- 7 -
表 1-2	高雄市登記工廠家數	- 9 -
表 1-3	高雄市就業人口之行業結構表	- 10 -
表 1-4	高雄市歷年產業結構分配比表	- 11 -
表 1-5	台北市與高雄市各項數據比較	- 13 -
表 2-1	訪談受訪者列表	- 43 -
表 3-1	1994 年至今高雄市歷任市長	- 46 -
表 3-2	吳敦義擔任市長期間的經濟發展政策演變	- 49 -
表 3-3	高雄市接受中央補助情形統計表	- 54 -
表 3-4	台灣申辦國際運動賽事簡史	- 55 -
表 3-5	歷屆世界運動會舉辦地點及參賽人數	- 63 -
表 4-1	2009 年高雄世運會各比賽場地	- 77 -
表 4-2	高雄巨蛋 BOT 開發案基本資料	- 86 -
表 5-1	中央直接補助高雄舉辦世運經費一覽表	- 110 -
表 5-2	高雄市接受中央補助款	- 110 -
表 5-3	世運國際行銷活動	- 113 -
表 5-4	2008 年一區一運動之推廣項目	- 118 -
表 5-5	高雄市政府以垃圾車宣傳世運之廣播	- 120 -
表 5-6	世運贊助企業一覽表	- 132 -
表 6-1	高雄企業化過程與都市發展危機的對應	- 164 -

第一章 緒論

1.1 研究動機與背景

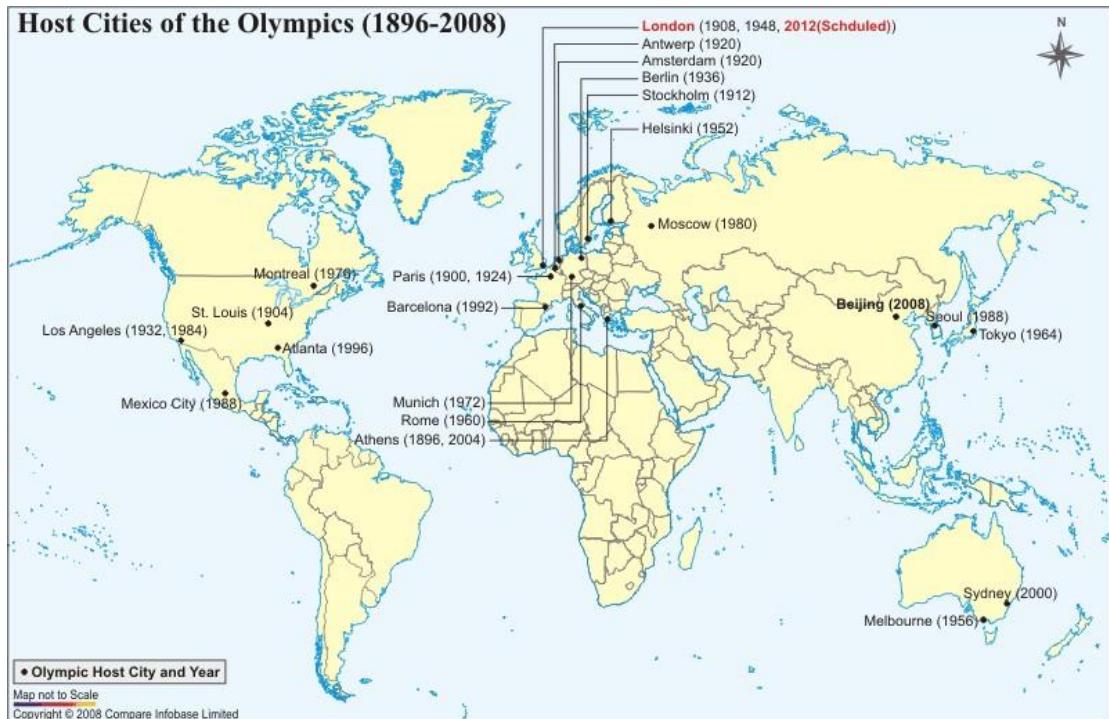
大型事件（mega-event）通常被定義為固定期間內的短期事件（Hiller, 2000）或是短期卻對主辦都市有長遠影響的國際事件，大型事件包括文化節慶、藝術或娛樂活動、或是大型運動賽事，其中最受全球歡迎、參與人數最多且包含最龐大商機的莫過於大型運動賽事了，如奧運或世界盃足球賽，每次舉辦皆能吸引全球注目。現代大型運動賽事（mega-sport-event）不是新的現象，它可以追溯到 1896 年的現代雅典奧運會，但是近 20 年來逐漸吸引全球或各大都市的目光與追逐，是因其常被認為具有廣泛的正面效益，尤其是經濟效益。在全球化競爭和地方主義興起的背景下，地方政府更關注當地的發展，並採取更加富有競爭力的行動，意即新自由主義導向的都市企業主義興起成為都市治理轉向的方向之一。在這種轉變之下，大型賽事成為國家、區域和都市開展競爭的重要手段，因為主辦大型運動賽事通常伴隨著許多基礎設施和公共建設的創造，且吸引大量公共或私人的資金投入，成為都市再發展的契機；另一方面，也可吸引國際媒體的聚焦，增加國際曝光率和知名度，提昇都市的正面形象和世界地位，吸引後續觀光客或外來投資的進入，在這個意義上，全球化也強化了大型賽事作為「地方行銷」工具的意義，成為都市發展策略的重要組成部分。

雖然典型研究大型運動賽事的文獻分析是關注於他們的經濟效益與影響，但是大型運動賽事也可以做為分析都市發展政策和都市政治的工具之一。因為經濟發展長久以來一直是地方政府最關注的重點，當主辦大型運動賽事作為一種新的都市發展策略，意味著將在一段相對短的時間內投入大量且集中的資源，以及一

整套的配套發展計畫，可能會徹底改變都市的空間及產業結構，牽動整個都市未來的發展方向；另外，都市追求新的發展策略和目標，也引導著都市政治運轉的改變，因為龐大的資源和資金的投入，通常不是一個都市官方政府可以負擔，需要中央的合作與幫助，而覬覦大型運動賽事所帶動的龐大利益，私人企業常也是籌備大型運動賽事的重要推手，因此大型運動賽事的主辦是一場中央、地方政府與私人企業間利益協商與角力的過程，大型賽事的爭辦和操作反映了一個政治過程，不僅牽涉到政府利益，也牽涉到各種以利益為導向的非政府組織，因此對大型賽事的競爭和操作牽涉都市各種政治力量的整合與協商。

過去對大型運動賽事的研究多集中在歐美等已開發國家，那是因為過去開發中國家的都市較少有機會主辦國際性的大型運動賽事，以最有名的奧運為例，到目前為止開發中國家只舉辦過三次夏季奧運會（共 26 屆，三次分別為 1988 年墨西哥、1999 年首爾和 2008 年北京）和一次冬季奧運會（共 20 屆，一次為 1984 年南斯拉夫的塞拉耶佛）。





資料來源: <http://www.mapsofworld.com/world-olympic-map.htm>

圖 1-1 歷屆奧運主辦都市圖

但最近幾年開始出現了一些轉變，因為舉辦大型運動賽事的廣泛效益，開發中國家也開始競相爭取大型運動賽事的主辦權，如墨西哥、巴西、南非、日本、韓國、馬來西亞、印度、南非、新加坡和其他越來越多的國家尋求這些大型事件，以提升國家或都市在全球的地位。

高雄市是台灣第二大都市，台灣傳統的重工業重鎮及重要港口，1999 年貨櫃吞吐量曾經是世界排名前三名的港口，近年來卻飽受吞吐量下滑以及傳統工業外移之苦，導致經濟衰退，面臨亟需都市轉型及新的發展策略，為此高雄市政府開始多方尋找新的發展策略。1998 年民選市長謝長廷上任以後，便積極推動高雄市申辦國際大型運動賽事以提昇都市地位、扭轉都市形象，在歷經申辦亞運及世界大學運動會失敗之後，高雄市終於如願在 2004 年奪得 2009 年世界運動會的主辦權，不僅為都市發展帶來新的機會，也反映了高雄都市治理政策的轉變。而高雄

世運做為台灣第一個舉辦的國際大型運動賽事，其重要性與意義不言可喻，高雄世運會在高雄都市發展歷程中扮演什麼角色，將對都市發展政策造成什麼影響，帶來什麼新的發展計畫，又如何與各方利益關係人合作、互動與協商，同樣也受到其他縣市政府的矚目。因此，本文將藉由分析高雄市如何籌備 2009 年世界運動會的過程，企圖歸納出高雄市主辦世運會預期達到哪些效益；並根據其相關政策與計畫來分析高雄市將如何把這次舉辦世界運動會作為一種都市發展政策，把資源轉化為未來發展的力量；都市發展政策的轉變透過哪些空間建設而落實，改變了都市的面貌與形象；以及在政策決策過程及動員的過程中哪些作用者扮演了關鍵的要角，影響了高雄未來發展的路徑...等等，企圖釐清高雄世運在都市發展中所扮演的角色，為都市發展所帶來的衝擊與質變。



1.2 高雄市都市發展脈絡

本研究想探究高雄世運在高雄都市發展過程中所扮演的角色，為了對高雄的都市發展歷程有較全面的了解，因此本節將從高雄市都市發展脈絡中的經濟產業發展變遷，以及高雄的政治地位變遷出發，最後歸納出高雄市都市發展危機的現況。

1.2-1 高雄市經濟產業發展變遷

高雄市的發跡和高雄港的發展息息相關，高雄古名打狗，打狗原本是一小漁村，1863 年打狗港正式開放成為國際的締約港，高雄納入了世界資本主義經濟系統運作之中，英、法、德人相繼雲集高雄港，各國商船往來日益繁多，高雄港之國際貿易日盛，高雄港從一昔日之小漁港一躍成為台灣重要的國際通商港口。當時主要的輸出品為「糖」，1868-1894 年台糖出口總額中，99.5% 由打狗港出口，其出口值佔打狗港約 89%（高雄市發展史小組，1995）。

1895 年後，台灣淪為日本殖民地，日據前期，日本以「工業日本，農業台灣」為基本政策，因此日據早期側重台灣農業資源的開發，高雄港成為糖業或以糖業為中心的食品工業的出口中心。日據後期，二次大戰爆發，高雄因為天然的良港，成為日本殖民帝國的南進樞紐，於是一系列重工業投資和用水供電基本設施及交通系統規劃、港口的擴建、都市計劃等間接投資逐一落實，而使化學工業、機械器具及金屬工業迅速興起，現代工業發展乃醞釀成熟並有近一步開展，也奠定了高雄工業發展的基礎。除了日本殖民政府的直接投資之外，在日本政府獎勵以及銀行提供融資貸款的情形下，日本企業來台投資設立新興工業的亦不少，這些投資帶進了新的生產技術，使用新式動力設備，促進技術進步，高雄市因肩負台灣對外貿易的重責，得到相對的重視，成為新興工業投資的重點。加上在日本政府

治理之下，台灣基礎教育普及與生活環境改善，相對也使得勞動力素質提升，人口亦呈增長趨勢，在此過程中高雄市的都市範圍不斷的擴張，到日治末期，已是台灣南部最大的都市，各區發展特色也日益明顯：鹽埕區成為商業集中之地，前金區為官署辦公區，旗津為漁業區，苓雅近海地區為漁業區，其餘則以農業為主，左營開闢為軍港要塞，萬壽山腳設煉油廠、水泥工廠、製鋁廠及造船廠，前鎮區為重工業區等（李永展，1995）。此外，由日治時期之都市計劃而來的整齊劃一的道路計畫，使住宅和公共設施得以順利興建，也奠定了高雄都市發展之特殊風格。

1945 年，日本戰敗，台灣脫離日本殖民，但由於二戰期間盟軍的轟炸，高雄千瘡百孔、百廢待興，政府戰後積極整頓，將較大型的原日資經營企業收歸國有，或是國省合營、省營，如石油、鋁、水泥、肥料等，較小型的日資企業則公開標售民營，高雄工業接收原日資企業之後開始漸漸整頓。1949 年，國民黨政府遷台之後，開始積極恢復台灣的經濟生產，首先進行農業土地改革，利用農業生產剩餘支持工業生產，1950 年韓戰爆發，美國恢復對台灣的援助，也穩定了台灣的經濟發展。1953 年，中央政府開始推行四年經濟建設計畫，因為日治時期遺留下來的港口建設、工業基礎及都市計劃，當中央政府制定經濟發展政策與建設時，高雄成為工業發展及建設的優先重點區域。1958 年中央擬定高雄港 12 年擴建計畫，隨即開闢高雄臨海工業區。1965 年高雄航空站，亦即小港機場正式啟用，開放國內航線。1966 年，配合中央政策「獎勵投資條例」及「加工出口區設置管理條例」的實施，全國第一個加工出口區—高雄加工出口區正式設立，而後楠梓加工出口區緊接著也成立，加工出口區以優良的勞動力素質，吸引勞力密集產業的外資投資設廠，是推動台灣經濟起飛的重要動力。1970 年代發生全世界的經濟蕭條，中央政府擬定十大建設計劃，其中中鋼、中船、石油化學工業等重工業建設計劃皆落在高雄，高雄逐漸成為全台重工業及石化工業的發展區。重要交通建設如中山高、鐵路電氣化的終點也在高雄，在這些政策的規劃、投資及建設之下，為高雄

的產業群聚集中了龐大的能量，創造大量就業機會，吸引大量人口進入，高雄從光復初期僅約 46 萬人口，到 1976 年首次衝破百萬人口。這一連串的建設，皆是基於高雄過往的發展基礎及高雄港地緣位置的考量，為高雄市的都市發展創造快速蓬勃發展的契機，也可以很清楚的看出高雄市的產業與經濟發展是完全受到中央政府的政策所操控，而中央政府對高雄的定位是依賴高雄港的聯外優勢所形成的加工出口工業港式及重化工業都市。1979 年中央以高雄市為東亞交通樞紐，且為台灣南部區域中心，特令予以升格，高雄市繼台北市之後成為台灣第二個直轄市。

表 1-1 高雄市人口成長概況表

年份	總人口數 (千人)	五年增加率 (%)
1960	468	27.4
1965	596	38.9
1970	828	20.7
1975	999	20.0
1980	1,198	8.8
1985	1,303	6.8
1990	1,391	2.4
1995	1,424	5.0
2000	1,494	1.1
2005	1,511	1.0
2008	1,526	1.0

資料來源：計算自各年高雄市統計要覽及高雄市統計年報。

進入 1980 年代以後，世界的經濟結構發生重大的變化，印尼、馬來西亞、泰國、越南等東南亞國家，莫不積極推動經濟發展，紛紛學習台灣經濟發展的經驗從事勞力密集產業的發展，加上中國大陸也在 1978 年開放沿海經濟特區，提供低廉成本的土地和勞動力，以及寬鬆的環保法規限制，吸引大量外資轉流入中國大陸及東南亞。而台灣因新台幣大幅升值，使工資大幅上升，原本依賴的勞力密集

產業失去競爭優勢，迫使台灣面臨產業升級及技術升級的挑戰。1980 年底中央政府建立新竹科學工業園區，1984 年推動策略性工業發展，1991 年廢止獎勵投資條例，同時採行促進產業升級條例，這些措施又再一次提供台灣的經濟發展的能量，也對台灣產業結構的轉變產生很大的作用。科學園區的設立不僅代表台灣經濟的主導產業由勞力密集走向資本、技術密集，也象徵著產業發展的重心從高雄轉向北部，高雄原本的傳統產業不再受到中央政府的照顧（劉麗蓉，2006）。再加上 1980 年代以後台灣財政政策漸趨自由化，放鬆企業資金外移的限制，在降低成本的需求之下，國內中小企業也開始移往中國大陸及東南亞設廠。

促使傳統產業外移的另一個因素是民眾環保意識的抬頭。台灣自 1960 年代開始的經濟發展，在國際分工體系下，台灣的工業發展接收已開發國家不要的污染性產業，如石化業，或是高耗能高耗水的產業，如水泥業，由於環境問題具有延遲性，當時這些環境污染產業的問題沒那麼嚴重，再加上民眾享受到了經濟快速成長的果實，反彈聲浪及行動自然較小。但 1980 年代以後，國民所得顯著提升，民生要求不僅只在經濟發展，也逐漸重視生活環境的品質，民眾開始對於高污染的產業和工廠進行抗爭，例如高雄後勁 1987-1990 年的反五輕運動。在政策上政府也開始制定相關環保法規，並執行污染的取締，這些動作對工廠造成不小的壓力，也更促使傳統產業向外移出。

表 1-2 高雄市登記工廠家數

年份	總計
1975	1,690
1980	2,455
1985	1,912
1990	2,332
1995	1,842
2000	1,756
2004	1,531
2006	1,520
2007	1,547
2008	1,507

資料來源：整理自各年台閩地區工商及服務業普查報告以及高雄市建設統計年報。

註：此數字未包含加工出口區之工廠登記數。



從統計數字上來看，高雄市的工廠數的資料顯示，高雄市的工廠數在 1980 年達到顛峰，也就是高雄工業發展的極盛期，但此後工廠數逐漸下滑，雖然在 1990 年代初期有短暫的浮動，但還是呈現衰退狀態至今。

因此 1980 年代以後，隨著全球經濟與國內經濟結構的轉型，1982 年，高雄市主要計劃通盤檢討，變更大量的工業區土地（約 152 公頃）為住宅區，象徵高雄「去工業化」年代的開端（吳文彥，2002）。1995 年 1 月起，中央政府積極規劃高雄港成為亞太營運中心之海運中心，大力從事各項軟硬體建設，並進行法規鬆綁與開放營運管制項目等行政措施，期望將台灣變成外商進入大陸投資的總部。

1998 年高雄市第二任民選市長謝長廷上任後，高雄市的地方發展被定位為「海洋首都」，配合中央經建會規劃的「綠色矽島」願景，積極推動地區產業的轉型，以「製造業培養服務業，服務業支援製造業」的理念，規劃發展出包括「台糖高雄物流園區」、「高雄軟體科技園區」與「高雄航空貨運園區」等三大投資專區。2000 年，高雄市政府公告「多功能經貿園區特定區計劃」，變更前鎮工業區（225

公頃）以及港埠用地和加工出口區用地（合約 362 公頃）為特定經貿專用區、特定文化休閒專用區，以及特定倉儲轉運專用區。多功能經貿園區主要是以高雄港的轉運中心機能作為濱港地區之倉儲轉運區的對外聯絡窗口，前鎮工業區的特貿區朝向企業總部，生產性服務業的商業、產業複合使用，舊港區則作為特定文化休閒使用。因此，多功能經貿園區計畫的整體架構係建立在生產、交通和消費機能的整合上面。從這些發展脈絡可以觀察到高雄市意欲從二級產業過渡到以三級產業為主體的產業結構，而都市性格正處在一個工業都市的轉型過渡期（吳文彥，2002）。但服務業部門近年來的成長已經出現瓶頸，這和傳統產業大量外移有關，導致支持高雄市服務業發展的有利因素無法持續地累積。都市中心工業發展的空洞化，造成高雄市許多工作機會的流失，亦即近年來高雄市傳統產業外移導致就業機會減少，但是高雄市在產業轉型上的準備並無法與快速發生的產業變遷相對應，因此服務業與新興產業的就業機會未相對增加，也使得失業率不斷上升。比較高雄與全台灣的失業率，可以發現從 1980 年代開始高雄市的失業率一直在全台灣的平均之上。

表 1-3 高雄市就業人口之行業結構表

單位：%

年份	第一級產業	第二級產業	第三級產業
1970	13	29	58
1980	9	38	53
1990	3	37	60
1995	2	36	62
2000	2	32	66
2005	1	32	67
2006	1	31	68

資料來源：整理自高雄市統計要覽及高雄市統計年報。

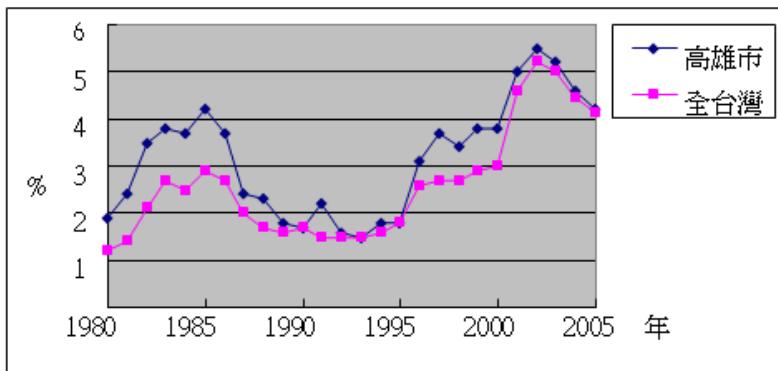


圖 1-2 1980-2005 年台灣與高雄市失業率之比較

另外，從各級產業的產值來看，1986 到 2001 年間（表 1-4）高雄的產業結構雖然已經逐漸轉型成以三級產業為主，二級產業為輔的結構，三級產業人口則從 20.92% 上升至 68.47%，上升了但是 47.55%，但是產值僅增加了 40.62%，無法相對的提升意味著高雄在產業轉型的過程中，就業人口雖從二級產業移到三級產業，但卻無法發揮更高的生產力，甚至是屈就於薪資較低的服務業工作。

表 1-4 高雄市歷年產業結構分配比表

單位：%

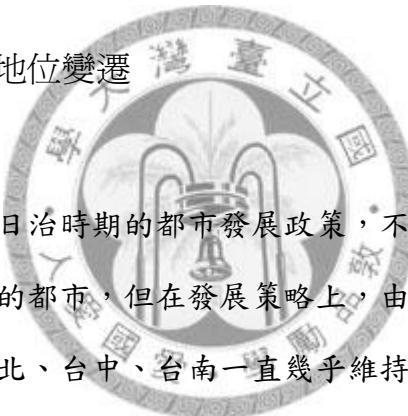
指標 年	廠商家數	員工人數	產值
1986 年	7.42 : 9.12 : 83.46	6.41 : 72.67 : 20.92	1.48 : 82.97 : 17.03
1991 年	8.12 : 10.77 : 81.11	4.21 : 44.34 : 51.46	1.40 : 74.83 : 23.68
1996 年	7.23 : 12.55 : 80.22	2.54 : 36.21 : 61.25	0.68 : 69.72 : 29.61
2001 年	5.87 : 12.03 : 82.1	1.35 : 30.18 : 68.47	0.33 : 42.03 : 57.65

資料來源：整理自各年期台閩地區工業及服務業普查報告。

簡言之，高雄目前的經濟困境起因於 1980 年代以後去工業化亟需產業轉型，但因兩岸三通遲遲無法開放，又三大園區規劃案在規劃之初原本預計可望達成擴大振興南部產業發展的政策目標，但因牽涉土地補償金糾紛與承租商權利義務訴訟問題，相關營運作業迄今停擺不前（汪明生、馬群傑，2007）。另外，中央資源集中於開發北部的高科技產業園區，也使得高雄市經濟因缺乏資源挹注而停滯。

再者，高雄長期以來偏重工業發展，對都市生態環境造成巨大的破壞。例如中油大林廠的水汙染、復興木業的空氣汙染，以及 2005 年臨海工業區的三處廢棄工廠：中石化前鎮廠、台氯高雄廠、高雄硫酸錳造成的嚴重汙染，被認為極有可能波及前鎮區的地下水源，而楠梓地區的中油煉油廠則是高雄後勁居民的夢魘；同時，工業汙染也使得流經臨海工業區的前鎮河成為死水，愛河則因為大量吸納了高雄市的家庭廢水以及一部分工業廢水，變得惡臭不堪。再者，高雄市主要水源高屏溪上游多屬養豬區，以及小部分工業區，使得高屏溪水質惡化，高雄市的自來水幾乎無法飲用（王冠棋，2006）。這些種種的環境破壞與汙染長期以來受到高雄市民的不滿，也成為高雄在產業轉型過程中另一個需要面對的危機。

1.2-2 高雄的都市政治地位變遷



光復初期高雄延續著日治時期的都市發展政策，不同的是，日據時期的台北市雖然是台灣總督府所在的都市，但在發展策略上，由於和日本殖民母國是殖民地的關係，因此高雄、台北、台中、台南一直幾乎維持著平等的地位。1949 年，國民黨政府來台以後，將臨時首都設於台北市，而使台北市成為「中央」，其他都市（包括高雄）成為地方，形成發展政策上的「支配」與「被支配」的角色（李永展，1995）。台灣光復後，高雄市沿襲日據時期的都市計劃隨著國家經濟建設計畫而逐漸被規劃為「工商港灣都市」。1979 年高雄市升格為直轄市，並以穩健的重化工業為發展基礎，以及以製造業為主體的眾多中小企業的蓬勃發展，再加上港埠優勢，奠定了台灣第二大都市的地位。

然而工業經濟優勢地位，並未使高雄成為政治上的要角。在國民黨執政時期，相較於台北做為首都的地位被中央高度掌控，高雄被當作是邊陲的從屬角色，甚至只是國家擺放重化國營企業的地點而已（張儀君，2006）。

都市地位上的邊陲角色也反映在南北都市發展不均的現況上，相較於台北市作為而首都擁有的豐富資源與建設，高雄的都市發展則顯得相對遲緩，比較現在台北市與高雄市的各項數據可以發現，光復以來至今 40-50 年來北高之間不斷擴大的差距。以教育程度來說，高雄的教育程度遠低於台北，大學以上教育程度的人口雖持續提高，但與台北的差距卻是逐漸擴大。台北市不僅在教育程度上高於高雄市，在就業結構上服務業的比例也遠高於高雄，高雄雖然已是以第三級產業為主的都市，但是第三級產業人口跟台北還是有很大的差距，顯示台北已經成功轉型為後工業都市。反映在家庭收入上，高雄更是遠遠落後台北的水準，台北與高雄的家庭年輸入差距在 40 萬左右，且這個差距是在這 30 年來不斷擴大產生的。

表 1-5 台北市與高雄市各項數據比較

	1970	1980	1990	1995	2000	2005	2006
人口 (單位: 千人)							
高雄	828	1,198	1,391	1,424	1,494	1,511	1,515
台北	1,770	2,225	2,719	2,693	2,624	2,616	2,632
教育結構 (大學以上教育程度佔 15 歲以上人口之比例)							
高雄	6.3 %	11.4 %	17 %	20.7 %	28.2 %	36.1 %	37.4 %
台北	12.6 %	21.4 %	30.7 %	35.3 %	42.3 %	52.3 %	53.9 %
就業結構(第一級產業:第二級產業:第三級產業)							
高雄	13: 29: 58	9: 38: 53	3: 37: 60	2: 36: 62	2: 32: 66	1: 32: 67	1: 31: 68
台北	3: 38: 59	4: 29: 67	1: 27: 72	1: 24: 75	0: 21: 79	0: 20: 80	0: 19: 81
家戶收入(千元)							
高雄	61	263	711	1,061	1,201	1,210	1,217
台北	77	327	824	1,357	1,630	1,616	1,628

資料來源：整理歷年高雄市統計年報、台北市統計年報。

高雄市的都市治理特殊背景也可以從高雄市的行政管轄範圍觀察，高雄市行政區域面積 16,300 公頃，疊合港區範圍 5,000 公頃，臨海工業區 3,444 公頃，中島、楠梓加工出口區合計約 211 公頃，軍事管制區，飛航管制區約 1,000 公頃的雙重管

制地區和排除行政管轄地區，高雄市政府直接管轄範圍不到 7000 公頃，換言之，高雄市政府在都市發展的規劃管理權力，和中央交通部港務局，航空站，經濟部臨海工業區，加工出口區，以及國防部的管轄權產生競合和衝突。因為高雄市產業雖以環繞港口優勢的加工出口區與重工業為核心，但長期以來，不但產業發展和各項城市建設脫勾，城市整體環境的營造，更是處處受限於碼頭港區分治的問題而面臨各種瓶頸難以突破，以致幾十年來高雄市各界訴求「市港合一」的聲浪迭起。

這些管轄權力衝突，對於高雄市的都市發展具備關鍵影響。從高雄市的都市發展歷程觀察，高雄市在中央的重大人文經濟建設規劃過程，經常基於地方利益和中央抗爭，並因此產生「重北輕南」的區域不均衡訴求以及市港合一的主張（吳文彥，2002）。

1.2-3 小結：高雄的都市發展危機



本研究欲從高雄世運的舉辦過程，分析大型運動賽事如何介入影響一個都市的都市發展的轉型。如前所述，高雄市都市發展變遷至今所產生的都市發展危機，可簡略從三個方面來看。第一，在經濟產業方面，1990 年代以後產業升級的腳步跟不上產業轉型，造成的產業空洞化使得經濟發展遲緩停滯，新的經濟發展計劃卻又受限於大環境的限制而不可行；第二，在政治地位方面，高雄市與台北市同為台灣唯二的兩個直轄市，但長期以來南北發展不均的現實亟待突破；第三，在環境品質與景觀方面，傳統以重化工業為產業核心雖造就高雄的繁榮卻也留下高度汙染的環境，加上集體消費供應不足為台灣都市發展普遍現象，形成汙染衰敗的工業都市景觀。

1993 年以後，隨著直轄市長開放民選，一方面，高雄市長的政績成為市民關注的焦點，其獨特的直轄市地位使高雄市不只是地方政治也是國內政治的重要場域，而作為民進黨南部政權屬性下的區域中心都市，在地方意識增強的脈絡下，高雄市的發展牽動政黨競爭的勝敗，追求經建發展的都市政策是取得政績認同的手段，更是目的。這樣的論點也可以在民選市長的政見中展現，民選之後的市長選舉中，都市發展的政治趨向明顯，無論是吳敦義主張要超越台北、爭取亞運，或是謝長廷的高雄「不必做第一，但要做唯一」的口號的提出，都顯現了提升高雄都市的地位超越中央或台北的意圖，市長也不再只是屈服中央威權體制之技術官僚的一部份，大大扭轉了中央與地方不對等的權力關係（張儀君，2006）。另一方面，高雄市長民選之後，為了獲得選民的支持以及建立政權的正當性，高雄市政府在都市發展政策上開始轉趨積極爭取更多的能動性，而為了回應高雄市的都市發展危機，在這段期間內，高雄市不但延續前一階段創新議題的發展特徵，且更進一步把全球化思維、區域發展治理、產業再結構、都市環境改善綠化的論述與實踐作為最重要的政策議題（吳文彥，2002），伴隨而來的是更複雜多元的土地使用再結構¹。



在此脈絡下，高雄市的都市發展危機經過近 20 年已是陳年痼疾，雖然地方政府無法決定經建政策的走向，但在市長民選後，歷任市長為了維持政權的正當性，在有限的資源下所進行一波波治理行動的改變基本上也都是在回應這些危機。2004 年之後，高雄世運成為高雄市政府最重要的任務之一，而高雄市政府所主導一連串籌辦世運的政策行動與聚集的龐大資源，雖然是以舉辦世運為目標，但基本上還是必須回應與處理這些都市發展危機。

¹ 如多功能經貿園區計畫。

第二章 理論文獻回顧與研究方法

2.1 都市企業主義與大型事件的理論脈絡

本文將研究大型運動賽事與都市發展之間的關係，如前所述，現代大型運動賽事對都市有著長期而深遠的影響，且已經被都市視為再發展的利器，但是要了解它們為什麼興起成為一種都市發展策略，首先必須先釐清 1970 年代以後全球化的都市經濟結構的轉型，如何導致都市企業主義的興起，才能了解大型運動賽事在新的以「都市企業主義」為治理核心概念的模式中所扮演的關鍵角色。因此本節首先將討論近年來全球經濟結構的轉型給都市帶來的危機，以及都市企業主義如何興起作為都市新的治理邏輯，接著再梳理大型運動事件興起成為一種都市發展策略工具的背景脈絡，以及大型運動賽事在都市企業主義治理概念中的展現方式。

2.1-1 都市企業主義的興起

都市企業主義的興起可以追溯到「後福特主義」的生產調節體制，所謂後福特主義是相對於福特主義而言。福特主義模式的生產方式始於 20 世紀初美國福特汽車公司，其主要特點是：生產線生產方式、大規模的機械生產、標準化的零件與組裝、完全一致的相同成品，在勞動成本與生產時間上有高度效率。二次戰後福特主義的生產體制並與西方福利國家的政治意識形態結合，國家積極干預與介入市場，提供適當的補貼與調節政策，建立以集體協議（collective bargain）為基

礎的制度化勞資關係，並伴隨著大量消費的意識形態，建構一個政治經濟社會緊密結合福特主義國家（Albrechts, 1992）。然而，隨著 1970 年代以後全球經濟力量的浮現，這種生產型態受到結構性的衝擊與轉化。最顯著的現象，即是全球性金融交易的興起、專業知識（know-how）與新科技的大量應用、超國家機構的整合取代部分國家權力以及各種文化與流動的去領域化過程等（李永展等，2005）。換言之，這種全球經濟趨勢下，產業在市場上將面臨更多元、複雜、互賴與動態的環境，風險與不確定性在此過程中亦逐步深化，因而在產業發展上傳統大量生產的福特模式幾乎無法因應此一轉變。相對地，後福特主義所代表的則是一種持續片斷化、彈性化、自由化的生產模式浮現，此亦即 Harvey (1989b) 所謂的晚近資本主義彈性積累體制（a regime of flexible accumulation）現象所促成—由於資本高度流動性及彈性造成原有的產業生產及勞動過程漸趨分散化、個別化與多樣化。一方面透過時空壓縮（time-space compression）效應來消弭資本積累的空間障礙，另一方面則藉此加速資本迴路的流動性，使資本能夠在此一彈性發展中迅速再結構，這種彈性調整以因應動態變遷的作法成為當前產業發展上的重要模式。

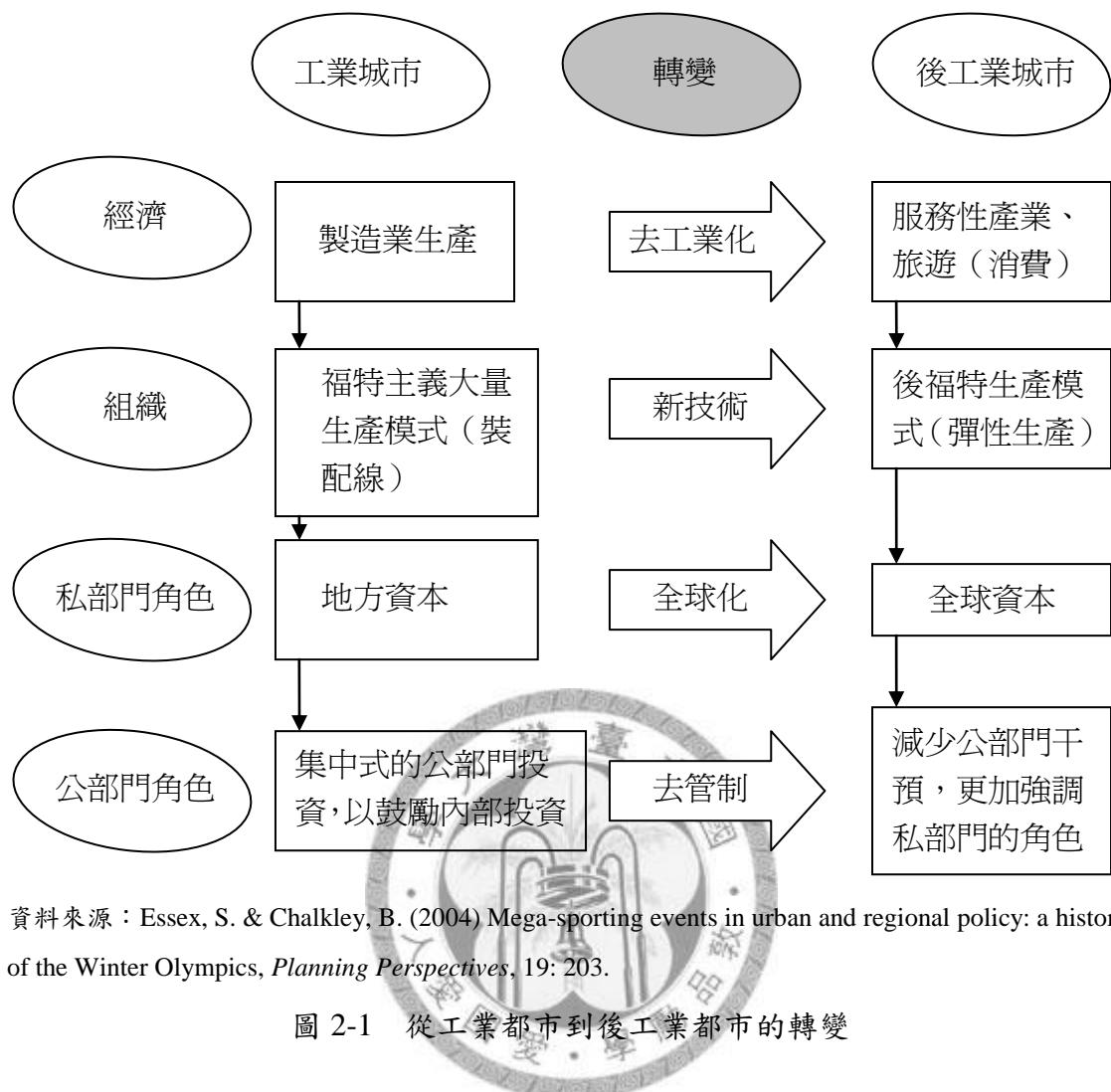
除此之外，因為後福特主義彈性生產模式的興起，資本在全球流動尋找最佳的區位，都市也開始面臨去工業化的過程，失業率急速增加，傳統的製造業不再是都市的經濟命脈，經濟重建導致都市空間的再組織。另一方面，全球化後中央政府逐漸失去對領土內各種經濟、文化、社會活動的控制，國家的界限變得模糊，國家主權的觀念受到衝擊，各國的活動也將愈來愈受到國際慣例和國家條約的規範。這使得地方政府與都市也面臨強力的挑戰，一則因為中央政府不再有能力保護地方免於全球經濟的入侵，使地方政府直接曝露在全球經濟的競爭之下；二則，都市或區域成為全球經濟流動中的節點，也使地方政府成為經濟發展的要角，如何抓住全球流動的資本和人員，成為地方政府最大的課題。

簡言之，全球化、去工業化和去管制化，使都市不再依賴以生產為基礎的製造業經濟、地方資本和公部門的干涉。相反的，為了要回應以消費為基礎的經濟，更強調必須關注服務性產業和旅遊業。當都市變成國家經濟發展最重要的熱點，且開始需要跨國公司、高科技產業和先進的生產者服務業來支持他們的時候，服務業開始主導經濟，休閒和消費導向的發展標誌了往後工業時期的轉向（如圖2-1）。

從工業都市到後工業都市對都市或區域發展政策的意涵是（Essex & Chalkley, 2004）：

1. 在經濟上：新的產業依賴於高品質且吸引人的環境，造成了都市的更新—景觀的商品化。
2. 在組織上：地方形象和地方行銷變的越來越重要，以吸引投資和觀光客。
3. 在私部門角色上：都市之間的競爭越來越是在全球的尺度上而非區域的尺度。
4. 在公部門角色上：大型事件或都市奇觀成為都市或區域政策的選擇之一。

同時，為了確保新的對內投資具有高度競爭性、維持後福特的生產模式和全球資本的流動性，地方政府通常採取一個成長主義（boosterism）的角色，利用其權力和資源去鼓勵和支持可能的對內投資，以獨特的地方性競爭優勢吸引資本定著。地方政府的性質從官僚的和階層的決策模式轉變為更有主動的、企業化的和商業導向的路徑。



資料來源：Essex, S. & Chalkley, B. (2004) Mega-sporting events in urban and regional policy: a history of the Winter Olympics, *Planning Perspectives*, 19: 203.

圖 2-1 從工業都市到後工業都市的轉變

同時，隨著舊有的經濟生產關係的瓦解也再結構了既有的都市關係與權力架構。1980 年代以後的都市治理模式從前述福利國家導向的都市管理主義轉變為新自由主義導向的都市企業主義，採取市場導向、追求成長、地產開發、創新、去管制、地區行銷與民營化等模式，重構了以政府部門為都市政策制定核心的治理模式（Harvey, 1989a; 1989b; Hall and Hubbard, 1996）。

Jessop 和 Sum (2000) 提出「全球都會化」(glurbanization) 一詞說明「企業都市」相關現象出現的地緣政治與經濟條件。資本主義世界裡，資本以時間消滅空間的企圖從未降低，然而，這番超越空間的企圖卻矛盾地需要在特定（無法取

代)地點、國度、領域投資固定資本(即使這些花費對於資本運作而言將造成不穩定的後果)。因此，都會區域與都市在資本全球化過程中，轉而成為主要行動者，它們幾乎不擇手段地，「主動」加強自身「條件」，以捕捉(使鑲嵌)流動的資本，並與企業合作降低這些支出(對於資本)所造成的風險；而「全球都會化」與「全球在地化」(glocalization)或者「全球化」的最大差異，在於後兩者的主要行動者皆是大企業，它們透過國際分工擷取利潤，而「全球都會化」則強調都會區域與都市作為首要行動者，如何透過創造地方差異、重新組織時間與空間，增強自身的競爭力(Jessop and Sum, 2000)。

藉由這種選擇，都市企業主義的興起，在資本主義變化的過渡期中--從福特-凱恩斯體制的資本積累方式過渡到彈性積累的體制，扮演一個重要的角色。在面對科技和產業在結構所帶來的巨大的經濟和社會改變，當地政府可以提供自己的企業家精神和企業品牌。大體而言，都市企業主義的主要概念係以私部門企業精神(包括私部門具創造力的遠見與財務執行)重構都市的公部門治理為核心，基本定義係建立在：都市在城際經濟競賽中如同風險承擔者與積極競爭者般的角色運作，而每一個都市成功的關鍵是在於其明智地投資與敏銳地行銷能力上。都市企業精神賦予了市政官員一種新的考驗，超越了傳統地方政府在供應服務與強化管制上的角色。對於亟待都市重建與經濟再生的都市而言，其基本任務即是強化都市的競爭力(Leitner and Garner, 1993)。

都市企業主義的概念大概可歸為下列三點(Harvey, 1989a)：

1. 企業主義的中心概念是公-私夥伴關係，傳統的地方積極份子和地方政府的力量合併，試圖去吸引外部的資源，資金、直接投資或新的僱員來源。
2. 此公-私夥伴關係的活動是企業性的，因為它的政策施行和設計伴隨著風險、困難和危險。
3. 企業主義的焦點更集中於地方的政治經濟而非領域，新地方的建造(如，工

業園區）或是地方內在條件的提升（例如，地方勞動力市場中的再訓練計劃或是降低地方薪資的壓力）。

因此伴隨著全球化下日益激烈的城際競爭，在都市企業主義的概念下，先進資本主義的都市發展會依循著四種都市企業主義的競爭戰略（Harvey, 1989a）：

1. 在商品與服務上生產優勢的競爭：公共或私人在公共建設上的投資而被創造，加強了大都會區作為商品和服務輸出地的經濟基礎。
2. 消費的空間分工中的競爭位置：例如透過旅遊和退休的吸引力試圖把錢帶進都市區域。都市逐漸聚焦於生活的品質，縉紳化、文化創新、和都市環境的升級（包括轉向後現代設計的建築和都市設計）、消費吸引力（體育場館、會議和購物中心、小艇碼頭、異國情調的餐廳）和娛樂，這些全都變成更突出的都市再生的戰略。尤其是，都市表現的像是一個創新的、刺激的、具有創造力的、安全的，可以去住、旅遊、玩樂和消費的地方。
3. 高級金融、政府，或資訊彙聚和處理（包括媒介）的關鍵控制和命令的功能的競爭：這表示巨大的投資在運輸和通訊上，使內部和外部連結處理的交易時間和成本減到最小，並吸引生產者服務業的聚集。
4. 中央政府資源分配競爭：中央政府仍把持著分配社會資源的絕對權力，但在中央政府財政緊縮的壓力之下，都市仍得極力爭取中央政府的補助或政策優惠以回應都市企業主義的行動。

Jessop and Sum (2000) 則列出了三個辨識出企業型都市的準則：都市追求的是企業化的策略，使用的是一種企業化的論述或型式，並透過提升企業化的形象。因此Jessop與Sum (2000) 將企業型都市 (entrepreneurial city) 定義為下列三種主要特質：

1. 企業型都市追求創新策略以企圖維持或強化本身相對於其他都市空間的競爭力。

2. 其策略是實際且具反思性的 (real and reflexive)，它們不能僅是「看似/大概 (as if)」策略，而是多少能夠以積極、企業的型態加以具體陳列或追求者。
3. 採取企業式論述的企業型都市推動者，將他們的都市視為企業體，並以企業體的方式行銷 (market) 他們。

在此概念下，Jessop 和 Sum (2000) 並引用 Schumpeter 所指稱的五個企業創新的方法，來指出五個對應的企業型都市創新的方法：

1. 新的都市地方或空間類型的生產，例如科技智慧城、跨界都市、多元文化的都市、運輸城或是永續發展都市。
2. 新的空間生產的方法，以創造特殊區位優勢，例如包括新的實體設施，社會和機械基礎設施，聚集經濟和規模的升級，管理的精簡或創造新的勞動力市場的關係形式。
3. 開放新的市場，例如新的休閒娛樂地點、新的都市奇觀地點等。
4. 新的提昇都市競爭力的方法，例如新的移民、都市多元文化的改變、新的資金來源或勞動力的再訓練。
5. 新的都市階層的位置，例如發展全球都市、(跨界) 區域中心。

在概念上企業型都市雖然可以有這五種創新的方法，但在實際經驗上，它們常是重疊的。總言之，面對全球化和經濟再結構所帶來的巨大轉變，都市企業主義的興起扮演一個重要的角色，地方政府可以提供自己的企業家精神和企業品牌，聚焦在一個特殊範圍內的投資和經濟發展，作為直接的經濟目標 (Harvey, 1989a)。

Harvey 可以說是都市企業主義理論的創始者，而 Jessop 和 Sum 則是把都市企業理論集大成的學者，其後有許多學者以都市企業主義理論來研究各地方都市治理轉變的過程。Susan Oakley (Oakley, 2009) 在 2009 年一篇探討一個澳洲港口

Adelaide 的都市空間及治理轉型的文章中，更詳細且深化了都市企業主義的意義與並歸納了四點特徵。

1. 都市企業主義特殊的都市治理模式是明顯的。逐漸地，都市治理的焦點其中之一是透過各部門間的聯盟或合作，或是契約委外的方式來解決都市問題，並確保政府在都市發展中提供服務及分配的角色。過去的管僚體制，現在被新的體制形式而取代，透過網絡、協議、談判、結盟的關係及實踐而達到治理，其中包括廣泛的權益關係人-（類）公共發展組織、政府部門及企業界。
2. 在企業化的邏輯中，政治的尺度是不同的。都市行動者越來越依賴那些可以解釋、證明以及加強特定尺度或多重尺度結構間連結的政治計畫。此過程同時是散佈的且實質的。地緣政治或地緣經濟的論述通常被都市行動者用來辨識有問題的地方，此新的都市政治的多重尺度的面向提升了市場和經濟的容量，驅使了都市景觀多重尺度的轉變。歷史景觀透過大尺度的住宅開發商快速的縉紳化是多重尺度轉變的證據。這些大尺度的在開發和旗艦計畫被建造為商品，有效地強調了其交換價值超過使用價值，為了使其可以在全國及全球市場上競爭。
3. 在新的政治中，都市行動者企圖創造「地方的再形象（re-imagining）」。新的對於地方、國家及全球資本的需求持續不斷的增加城際間對於新的投資的需求。都市空間的再品牌及再設計，轉變成國際性的生活和經濟活動的形式，是後工業脈絡中回應城際競爭的方式之一，都市在全球市場中競爭的渴望使其由生產空間轉變為消費中心。此種再形像的企圖可以透過多元的策略達到，例如創造具有消費吸引力的中心，例如購物中心、體育館、會議中心或文化中心，在此概念下，都市就像一個可供販賣與行銷的商品，。
4. 永續性的管制是明顯的。1950 年代到 1980 年代西方都市發展是郊區化的現象，但從 1980 年代開始，都市管理的政策或實踐朝向生產更經濟有效的都市空間，對於環境永續性持續的關注也帶動了都市土地使用的轉變以及都市空

間的再結構。去工業化所遺留下來的舊都心位址就是再開發的好地點之一。

雖然都市企業主義是源起於全球化所帶來的衝擊，根據 Albrechts (1992) 的看法，任何都市過程都無法與其社經紋理加以脫離，而任何都市政策與規劃亦建立在其特定歷史時期的社經與政治架構下。Brenner (1999) 在討論全球化對國家角色的影響時使用「再領域化」(reterritorialisation) 的概念賦予國家機器一個新的角色，並把地方的脈絡提升到顯著的地位。他指出許多學者只強調全球化對國家角色的「空洞化」的影響，以及人、資本、資訊在全球快速流動所形成的去領域化(de-territorialisation) 現象，但是卻忽略了當前的新自由主義全球化本質上依賴、糾結、表現於領土組織在多重地理尺度的巨大轉變。全球化在這裡被視為社會經濟和政治制度空間的再領域化，同時展示在多重的、超越地理的尺度中 (Brenner, 1999)。Brenner 認為國家的領域是不會消失的，而是透過全球化領域化和去領域化的過程一再地相互交織、浮現在國家的不同空間層級中。他借用 Harvey 的「空間定著」(Spatial Fix) 的概念，指出領域化與去領域化是國家或都市在資本主義社會中面對全球化的壓力，藉由重新結構空間領域，重新累積資本，提升競爭力的一種策略。而國家權力的空間組織，被視為「國家在既定的空間領域範圍內，可以動員社會空間成為生產力量的能力」。這能力一方面在一個超國家的調節機制與制度中發生，如 EU、NAFTA 等，並且在全球競爭、國際貿易和國外直接投資表現上已取得新的角色；另一方面，在世界經濟中，次國家、區域、都會區都市和地方政府等各類型的機關在過去的 20 年以來則採取了企業性的治理策略，來推動結構性的競爭力、吸引外資和在各自的轄區範圍內進行確保生產累積形式的發展 (Brenner, 2000)。更進一步說，全球化應備思考為社會經濟與政治制度的再領域化 (re-territorialisation)，並同時在多重、互相加疊的地理尺度上開展這個過程。

企業型都市治理的轉向，也隱含著多重尺度治理的概念，都市治理中的行為模式，它混合了國家權力（地方、都會、區域、國家或超國家），以及市民社會裡

各種組織形式（商會、工會、教會、教育和研究機構、社區團體、非政府組織等等），以及私人利益（企業與個人），以便形成推動或管理某種形式之都市/區域發展的聯盟。這個議題現在已經有眾多研究，顯示這些治理體系（有各種名稱如「都市政權」（urban regimes）、「成長機器」或「區域成長聯盟」）的形式、活動和目標，隨著地方條件和運作其間的各種勢力的混合，而有極大的變異。意識到地方發展不在只是依賴地方上公私結盟的成長聯盟，地方發展的政治經濟分析更要擴張到全球、區域、國家等尺度，亦即地方發展不僅關注於地方菁英，更重視都市在更廣泛尺度吸引資本的競爭力，以及更大尺度作用者對地方的影響。

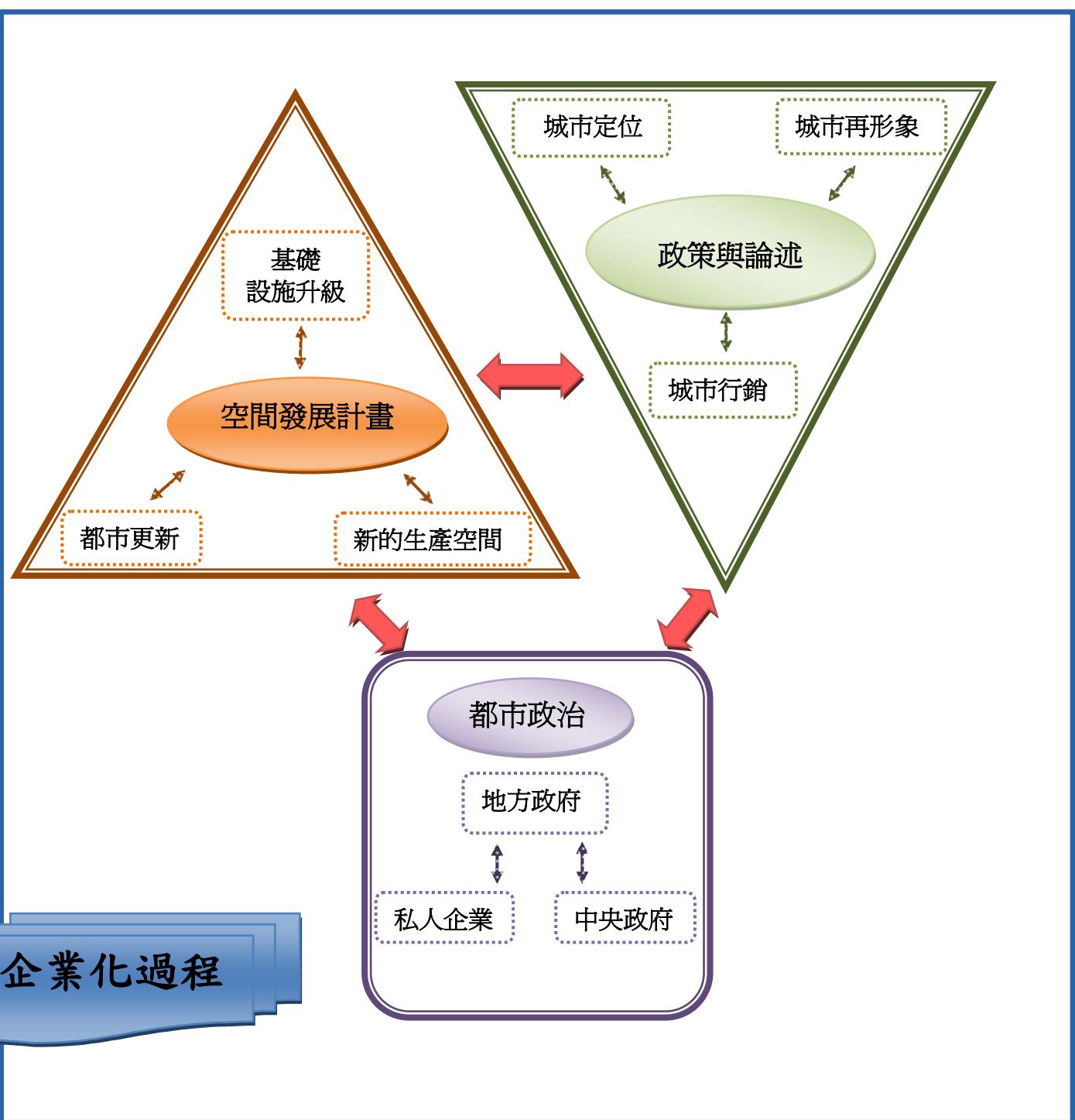
回顧了都市企業主義的特徵概念、行動方式以及其多重尺度治理的概念以後，為了細緻理解都市企業主義如何實際運作在都市發展的過程中，筆者將都市企業主義的概念分成三個面向過程（process）來討論（如圖 2-2）。



1. 在都市發展政策與論述過程中，都市企業主義所關心的不再是福利問題，而是經濟問題，政策的目標轉向以生產者服務業、高科技產業或休閒旅遊業作為經濟生產的重心，都市定位隨之改變，從工業都市到金融中心、高科技產業園區或旅遊勝地等。伴隨著新的發展政策，都市必須像個企業體一般行銷自己，都市形象與都市行銷變的重要。
2. 都市發展政策除了論述與目標的轉變，更需要落實到實質的發展計劃，在空間發展計畫的過程中，都市企業主義將焦點放在「地方的經濟政策」上，而不是傳統的領域，因此，雖然有些都市具有資源充足或區位良好的優勢，不過公私協力對公共設施實質建設的投資，才是都市經濟發展的基礎。伴隨著老舊工業區的更新，都市更新以及新的生產空間的創造已經成為活化都市經濟的主要策略。

3. 新的都市發展的方式伴隨著新都市政治，在都市政治的過程中，一方面，都市企業主義可以以公私協力作為具體的表現方式，公部門（中央與地方政府）與私部門形成緊密的聯盟，以都市空間做為財富創造的機制；另一方面，都市在面對中央政府掌握資源配置權力下，爭取中央資源再分配也是重要手段之一。

以這三個過程來討論都市企業主義，並不是單純的表示都市企業主義是由這三部份組成。而是無論是科技城市、金融城市、觀光城市等個各種不同發展定位的企業化策略，皆包含了此三組不同面向的策略過程，以其企業化策略為核心來帶動不同面向策略的生產，亦即，若將其視為三個不同面向的齒輪，企業化策略則是核心齒輪帶動其他三個齒輪的轉動，開始轉動之後並使此三個面向過程組成一個緊密結合、互相牽動的動態過程。從實際的運作來看，企業化策略所引發的新的發展政策與論述將引導新的空間發展計畫，也會吸引了不同都市政治作用者的進入；亦或，政治空間中的作用者，也可能引導了新的發展論述，並有各種方式介入新的空間發展計畫。因此我們必須將此三個過程視為一緊密結合的動態過程，不是誰改變了誰，而是一組以企業化策略為核心，互相影響、互相牽動、互相改變的動態過程。因此，我們要了解都市企業主義的運作過程，應該要從個別經驗案例中理解，從個別都市的發展經驗，不同的發展政策與行動，與不同的參與作用者的互動等面向深究都市企業主義和在地的關係，以理解都市企業主義變化的動態過程。



資料來源：作者自行繪製。

圖 2-2 都市企業化治理過程的三個面向過程

2.1-2-1 大型事件（Mega-event）的定義與發展

大型事件，也稱為標誌性（hallmark）或地標事件（landmark）。大型事件，有別於規模較小的活動-例如例行的會議，慶典，或體育賽事-其執行時需要大量的資源和並留下大量遺產（Greene, 2002）。

Getz(1991)認為大型事件是一個在一般例行性活動以外，在組織運作及經費贊助的配合之下，所形成的一種單次性或非經常性的特殊活動。Getz 提出大型特別活動需具備之要件如下：

1. 對公眾開放的
2. 主要目的是慶祝或展示某一特定主題
3. 每年或數年才舉辦一次
4. 事先已訂好活動起訖日期
5. 沒有永久性的組織結構
6. 包含數項單獨的活動設計
7. 所有活動均在同一區域舉行



此外大型事件有其特殊的作用和特徵，英國社會學家 Maurice Roche (1994) 界定了大型事件的關鍵特徵和引導大型事件的研究。其認為大型事件（大型的休閒和旅遊活動，如奧運會和世界博覽會）對主辦都市來說是短期但有長期影響的事件。它們經常伴隨基礎設施和活動設施的創造，以及長期債務，因而需要長期使用的計畫。此外，如果成功的話，透過國家和國際媒體-尤其是電視，它們可為主辦都市突出一個新的（或更新），也許持續很久的正面的形象及身份。這通常在旅遊業及外來投資方面有長遠的積極效果（Roche, 1994）。

Greene (2002) 也指出大型事件的舉辦，旨在更新投資主辦都市，通常是在旅遊部門，並突出都市的正面形象。在準備大型事件的期間，準備計畫和正在進行

中的都市發展計畫間的界線常是模糊的，許多飯店，體育場館，娛樂大樓，都市公園，為了事件的舉辦被建造，但也往往連繫著更廣泛的都市振興議程（Greene, 2002）。

Roche (2000) 指出大型事件最好被理解為大規模的文化（包括商業和體育）事件，它具有民主的性格，吸引大量的觀眾以及具有國際意義。因此當代大型事件具有兩個特徵，一是他們對主辦都市、區域或國家具有重大的影響，二是它們會吸引大量媒體的聚集。且它們典型地是由許多不同的政府和非政府組織協力所組織的（Roche, 2000）。在 Roche 的基礎上，Sola (1998) 認為大型事件需要對舉辦都市有額外的正面的影響，因此事件對主辦都市的影響程度和意義決定了它是否可以被稱為「mega」。



大型事件的類型不只是運動賽事，還包括文化慶祝會、政治和國家會議、藝術和娛樂活動、商業和貿易會議、教育和科學會議等等，這些定期或不定期的活動，提供一個國際合作、貿易、競賽或慶祝的機會（Getz, 2008）。第一個國際大型事件是 1851 年的倫敦第一屆世界博覽會，它是為了展示工業革命之後的成果和倫敦的全球地位所舉辦的。而第一個國際大型運動賽事是 1896 年的雅典奧運會，但大型運動賽事並不是一開始就被視為有廣泛效益且被當作都市再生的工具。1896 年的雅典奧運會只是一個小型的節慶，使用的也是已存在的場館和體育設施。直到 1960 年代以後，奧運才逐漸擴大了規模，也比較有大規模的建設，對主辦都市有較大的影響。

大型運動賽事在歷史上也不是一直被視為都市再發展的利器，1976 年的蒙特婁奧運就創下虧損 15 億美元的紀錄，差點造成該城破產，直到 2006 年才把債務還清。緊接著的 1980 年的莫斯科奧運，更創下虧損 100 億美元的記錄，也因為這兩次奧運會的巨大虧損，讓接下來的 1984 年洛杉磯奧運有很大的轉變，這是第一

次只有一個都市參與競標，也是第一次的「民辦奧運」，完全由民間組織、規劃、出資，公部門完全沒有介入，且是以企業經營的方式籌備，藉由吸引企業贊助夥伴及出售電視轉播權，最後創造了 2 億 2000 萬美元的盈餘。此後，大型運動賽事才重新被認為是具有經濟價值，且可以成為都市發展的催化劑。

近二十年來，各種國際大型運動賽事逐漸蓬勃發展，如世界盃足球賽、世界盃棒球賽、世界大學運動會、世界運動會、各區域運動會...等等，也逐漸成為全球或各區域的盛事，根據 Horne 和 Manzenreiter (2006) 大型運動賽事的蓬勃發展有三個主要的理由：一是大量通訊科技的發展，特別是衛星電視，創造了全球無法估計的收看大型運動賽事的觀眾量，也成為舉辦大型賽事最重要的經費來源。以奧運來說電視轉播權利金是其主要的收入來源，在 2001-2004 年期間，電視轉播權利金佔總收入的一半以上 (53%，22 億 2 千 9 百萬美元)。二是「運動-媒體-商業」三角聯盟在 20 世紀晚期的成型，透過想法的包裝及與企業界贊助權、獨家轉播權的合作和行銷，大型事件吸引許多贊助商與之合作，並藉此達到這些事件與廣大全球觀眾接觸的目標。第三個原因是，對都市和區域來說，舉辦大型賽事已被都市視為寶貴的再發展的機會。正如現代競技運動和大型運動賽事的發展與資本主義的現代性的邏輯一致，大型運動活動和全球運動文化已成為現代資本主義社會的核心。大型運動活動是國家在國際或全球社會的定位的重要組成部分，在現代都市環境的轉型也發揮了重要作用 (Horne & Manzenreiter, 2006)。

2.1-2-2 都市企業主義與大型運動賽事

那麼，對應當代都市企業主義的興起，大型運動賽事如何成為企業型都市發展的策略與工具之一？對應圖 2-2 的三個面向過程，大型運動賽事如何在都市企業主義的脈絡中扮演重要角色，也可以分成這三個方面來討論。

首先是都市發展政策與論述過程中，Waitt (1999) 即指出促使都市舉辦大型運動賽事，代表著都市在回應去工業化的過程中，政策的形成是由於企業的而非福利的目標，也說明了都市政治由官僚的轉變為企業的角色 (Waitt, 1999)。政策目標轉向以休閒、娛樂或運動上的消費作為都市經濟生產的重心，因為都市對這些經濟和政治條件的改變的回應是多樣化都市的發展政策，並強調在休閒、娛樂或運動上的消費，旅遊業或再發展計劃已成為許多都市發展不可分割的一部分 (Burbank, Andranovich, & Heying, 2000)。Hannigan (1998) 即確認了自 1980 年代以來「都市娛樂地點」(urban entertainment destinations, UEDs) 的增長已成為已開發國家都市最重要的轉變。而且，這些新的都市娛樂空間的組織中公部門通常和私部門維持夥伴關係，便利了以商業為主導的都市空間的使用和發展。

而如同 Haevey (1989b) 所言，大型事件可以被理解為驅使都市透過“組織奇觀和戲劇性”轉變為消費中心。都市追求大型事件作為經濟發展的引擎的政策是從以工業為發展基礎轉為以消費為發展基礎的媒介與證明。大型運動賽事通常可以提高當地居民對體育活動的興趣，帶動相關休閒運動產業的發展。又以旅遊產業來說，主辦大型運動賽事通常對都市的旅遊產業也會帶來正面的效益。在主辦的過程中，透過新的都市景觀和面貌，配合好的都市行銷，通常可在事件後吸引可觀的旅遊人潮，帶來更大的觀光效益。事件的舉辦強化了主辦地作為旅遊目的地的標誌性，而由於大型事件對主辦地旅遊形象、旅遊服務能力、旅遊行銷、管理水準的提升，對潛在的旅遊者的愛好趨向又起到了積極的引導作用，從而直接促進了海外客源市場的增長，改善都市的遊客結構。同時與旅遊業密切相關的餐飲、住宿、旅館、通訊等行業也會得到極大的發展，旅遊接待能力和品質進一步提高，為都市旅遊業的可持續發展打下了堅實的基礎 (戴光全，2006)。

另外，在都市企業主義的脈絡中，都市行銷成為都市發展的關鍵，都市形象在全球城際競爭中的重要性也大幅提升。David Harvey (1990) 描述都市面臨「再

形象」的過程的壓力：「都市和地方，現在看來更小心的創造一個積極的和高品質的地方形象，這個過程是可以理解的，鑑於非工業化和結構調整造成大部分主要都市在先進的資本主義世界沒有選擇的互相競爭，主要是金融，消費和娛樂中心。通過組織壯觀的都市空間再形象一個都市，成為自 1973 年以來跨都市競爭的強化和都市企業化時期，一種吸引資本和人民的手段（Harvey, 1990）。」

在這種情況下，大型運動賽事給了都市大量曝光的機會，因為大型運動賽事能提供東道國大量的與國際接觸的機會，都市領導者視大型運動賽事提供了都市以最低成本增加在區域、國家及國際媒體上曝光的機會。而這些事件也可以被看作是『政治事件』，以展示主辦國家的經濟、政治和文化的力量，或作為一個信號，表明一個國家已經站上國際舞台（Burbank, Andranovich, & Heying, 2002）。一個都市的形象的重要性，在消費導向發展及在大型活動的策略其意義是放大的，儘管形象是無形的，但它仍然是地方經濟發展的關鍵。於是大型事件變成城市更新計畫的關鍵策略，以突出都市的地位和特質，且藉此吸引新的投資。

如同 Harvey (1989b) 所提到的使用「都市奇觀」（urban spectacles）--如大型運動賽事，作為一種都市再生的戰略，都市奇觀被視為一個主要的後現代社會的產品，以及都市在全球舞台表達他們的性格，提高他們的地位和行銷他們的區位的關鍵方法。這種都市奇觀的概念和都市行銷是密切配合的，在定義都市形象和吸引外來投資上日益發揮著重要作用。

第二，在實質空間發展計劃過程中，都市企業主義將焦點放在「地方的經濟政策」上，而不是傳統的領域，公私協力對公共設施實質建設的投資，才是都市經濟發展的基礎。而主辦大型運動賽事通常伴隨著大量基礎建設的創造，因為在交通、運動場地、住宿等各方面的基礎建設是舉辦國際型賽事的基本條件，大型賽事引發了非常規模的內外部需求和經濟預期，也使得大規模的都市建設活動容

易得到國家、地方政府及主辦地社會民眾的支持，從而為大規模的都市建設提供了機會。在後工業時代，大型事件常連結著傳統製造業工業內城的更新，如英國和澳大利亞，為了回應都市衰退，主要利用主辦國際大型運動賽事來刺激經濟更新，Glasgow、Sheffield、Manchester 以及 Birmingham 接連在運動設施上投資甚多，以供主辦運動賽事之用，而成功的轉變為後工業都市（Cochrane, Jamie, & Tickell, 1996）。

又如為準備舉辦大型賽事所興建的運動設施，可望為都市創造新的休閒娛樂地點。林世民（2006）即以東京巨蛋為例指出，美、日體育場常與周邊結合成為一個運動休閒娛樂特區。東京巨蛋前身是著名的後樂園球場，1937 年興建完工後，周邊就不停的建設新設施，有自由車競賽場、保齡球中心、賽馬簽注場，在球場周邊的兩棟大樓還有三溫暖、沙龍及巨蛋博物館等；1984 年在後樂園球場旁興建東京巨蛋，自從 1988 年落成之後，逐漸發展成為東京都會區的休閒娛樂中心，一年有 9 成的時間都有活動進行，創造高額的年收益，1987 年後樂園球場開始進行拆除工作，現在已經成為遊樂區，遊客可以先到遊樂區遊玩，之後再前往巨蛋觀賞球賽。1997 年在遊樂園區旁邊開始興建東京巨蛋飯店，2003 年又增加了溫泉 SPA、餐廳、商店和摩天輪等多項休閒娛樂設施，因此東京巨蛋周邊設施的整體規劃，讓這一地區成功轉型為都市休閒娛樂中心。

第三，在都市政治過程方面，公私合夥成為都市開發新的主要形式。企業型都市治理導向的轉型，當然伴隨著全球化及都市競爭的現實影響了親成長（pro-growth）的地方發展政治經濟再結構。戰後先進資本主義國家的地方發展經驗中，即觀察到資本的空間定著對於帶動地方發展利益（尤其是某些掌握較多資源或分派權力的特定地方精英利益）的重要性，透過了所謂的成長機器（growth machine）/成長聯盟（growth coalition）的公私結盟形式以求建立推動發展利益的鎮密網絡（Molotch, 1976; Bassett, 1996）；進而，配合地方的社經、文化及政治脈

絡，尋求建立各種不同形式都市政權（urban regime），以便穩定這個網絡結盟中多邊團體動員、合作、協商及組織的權力分配，活化治理量能。

借鑒都市政權的理論假設，Burbank（2002）等人認為，追求大型運動賽事的必要的活動是由一個積極的成長政權（growth regime）所引導的。因為舉辦大型事件需要大量的資金和專業人員，不是官方可以憑一己之力所獨立支援完成的（Burbank, Andranovich, & Heying, 2002）。在大型賽事潛在的經濟、政治或其他利益的驅使下，政府願意採用更加企業化的治理模式，與廣泛的非政府組織在決策和政策制定的過程中進行合作。與此同時，由於提供了多方合作的機會，大型賽事也能夠得到社會民眾的支持與響應。地方精英和利益集團不僅能在房地產、商業和旅遊業的發展中發揮積極作用，還能提供比政府更多、更可靠的資金來源。在這些人的支持下，都市政府在財源的支出和收入中擁有了更多的主動權。都市政治的轉型，減少的官僚作風和更企業化、更自主的行動，尤其在爭取主辦大型賽事時會表現出來（Lensky, 2000）。藉由此過程，以地方政府為基礎的決策過程和官僚政治基本上會被動態的商業領導所取代（Harvey, 1989b）。

除了私人企業以外，中央政府通常也在大型運動賽事中扮演重要角色，大型運動賽事也是地方政府爭取中央資源挹注的手段與策略之一。如前所述，大型運動賽事通常伴隨著大規模的建設，這些建設資金往往需要中央政府補助支付部分，因此這些投資在賽事過後將會來留下來代表地方經濟的淨收入（Mules & Faulkner, 1996）。

2.2 研究發問與高雄世運之特殊性

2.2-1 研究發問

上一節交代了全球化以後都市企業主義興起的背景及其概念，以及它所採取的行動方式。接著梳理了在都市企業主義的脈絡之中，大型運動賽事可以發揮什麼作用，扮演什麼關鍵角色，證實除了生產者服務業、高科技產業之外，大型運動賽事也可以被視為都市企業主義的發展策略之一。都市企業主義不是新的概念，從 1989 年 Harvey 提出之後，已經成為全球各個尋求增強自身競爭力的城市其治理轉型的基本策略方針。



在此因著全球化所伴隨的城際競爭壓力的上升，全球各大城市紛紛尋求透過企業型城市的治理模式增強競爭力的浪潮中，筆者試圖檢視台灣高雄在這波浪潮中的行動與回應。首先回到高雄都市發展的脈絡中，高雄市長期以來在經濟上做為台灣的第二大都市，以重工業和製造業做為產業基礎支撑南部的經濟發展，但 1990 年代以後因去工業化的過程而陷入產業轉型的困境；以工業為主的產業基礎付出沉重的環境生態破壞的代價；在政治上長期不受中央所重視，相較於台北的首都地位與資源，高雄缺乏與之競爭，或甚至是與東亞、全球城市競爭的資源與位置。

因此，為了回應這些內在危機，以及全球化浪潮下所伴隨的城際競爭壓力的升高，高雄市政府從 1990 年代中期開始也開啟了一連串新的政策行動，如：打造亞太營運中心之海運中心計畫；被賦予帶動產業轉型大任的多功能經貿園區計畫；謝長廷所提出的「海洋首都」新的都市發展架構等，這一連串政策作為一反

過去中央主導經濟發展政策的常態，而皆是地方政府或地方首長主動爭取、主動規劃的，也標誌著高雄市政府轉向企業型城市治理軌道的開端。

2004 年高雄市政府成功申辦到 2009 世界運動會，著眼於國際運動賽事通常能為主辦都市帶來巨大的轉變的能量與資源，可以說給了正向企業型城市轉型的高雄市新的契機，4 到 5 年內，原本的都市發展議程將因著大量資源的湧入及（由世運而來）新的都市發展議程圍繞著世運為核心重新被整備起來，而這段過程也將使高雄都市發展及都市治理的形態產生新的質變。

在此必須先釐清的是，世運絕非高雄轉往企業型城市的開啟推手，而是在高雄都市發展的進程中一個大型運動賽事的出現及其所圍繞帶動的種種資源整備政策行動，就像是一組以世運為軸心帶動的齒輪組，形成以世運為核心的企業化策略。因此世運很適合作為一個學術研究的切入點，來觀察世運在高雄市都市發展中的位置與角色？高雄企業型城市的治理策略與特殊性？以及世運究竟為高雄的都市發展與都市治理帶來什麼變化？如何回應其內在都市發展危機以及全球化所帶來的城際競爭壓力？...等等。亦即，筆者試圖將高雄辦世運作為觀察的切入點來回答高雄企業型城市轉型的種種問題。

因此，更聚焦一點來說，本文將以高雄舉辦世運的相關政策、計畫及參與者的論述與行動作為切入點，觀察高雄城市轉型中的都市企業化策略與企業化過程。而都市企業化的運作的策略和過程，又可以從前述都市企業主義的分析架構--都市發展政策與論述過程、空間發展計畫過程、以及都市政治過程等三方面來討論。但是，我們不能忽略的是，這三者不僅是靜態的組成都市發展轉型的三部份，他們之間的關係還是一個不斷互相影響、互相牽動的動態過程。例如都市發展政策與論述的改變，隱含著都市政治過程中地方政府如何以世運作為籌碼和其他作用者間的談判協商的修辭，以及如何引導空間發展計畫的行動；空間發展計畫是

政策論述與都市政治過程的實質表現場域，都市政治的各作用者在介入實質空間發展計畫時，同時也可能發展出新的政策論述，以及新的合作關係。因此，筆者的问题意識可歸納如下：

1. 在都市發展政策與論述過程方面，申辦世運成功後都市發展政策和目標發生了什麼改變？這些政策轉變和高雄的都市發展危機間的關聯又是什麼？在政策論述上的修辭又有何轉變，如何連結了高雄特殊的「南北情結」？在都市發展政策上如何給了高雄市政府更高的能動性與企圖心？這些政策論述如何成為新的都市政治過程衝突與協商的工具？
2. 空間發展計畫自 1980 年代以來逐漸成為高雄市的發展核心策略，世運所帶來的大量建設，也給了高雄新一波的空間改造機會，不但使高雄有機會去回應本身都市發展的困境，並累積自身在全球市場中競爭的利基。另外也給了地方政府更多的動能去變更現有的土地使用情況，創造新的空間發展議題，在都市政治中顯得更具能動性。隱藏在這些相關建設中，娛樂消費空間的創造則成為私人企業參與角力都市政治過程的場域。就空間發展計畫過程方面，本研究欲了解的是高雄世運這些空間建設背後其核心概念是什麼？如何對應其發展政策與論述的改變？其空間積累的邏輯又是什麼？都市政治過程中的作用者的關係又是如何展現在空間發展計畫中。
3. 都市企業主義非常適合用來了解地方政府角色的改變以及與私部門間的連結，文獻回顧中曾經提到，大型運動賽事通常需要中央政府、地方政府、私人企業、地方 NGO 組織、市民大眾等的協力合作，因此在地方政治過程的轉變中，以地方政府為主軸，首先要了解的是私人企業、地方 NGO 組織以及市民大眾在世運主辦過程中扮演什麼角色？他們又分別著眼什麼利益而參與世運主辦過程？是否產生了新的公私合夥的關係形式或是更廣泛的市民社會的

興起？另外，中央政府在世運中和地方政府有什麼合作與競爭的關係？世運是否真的提升了高雄都市治理的動能？

2.2-2 以高雄世運作為研究個案的特殊性

以大型運動賽事做為一種都市發展的催化劑，特別的地方在於它是一個短期卻需要支出龐大成本的活動，地方政府可以期待它帶來預期中的廣泛效益，但也必須承擔很大的風險。世運會自 1980 年的 18 個比賽項目、1265 位運動選手參與，成長至 2009 年的 31 個比賽項目、5000 多位運動選手參與，顯示此運動會已經逐漸受到國際上各國的重視。高雄自 2004 年爭取到世運以後，幾乎動員了所有資源，大部分的都市發展政策與建設都是圍繞著世運為中心來打造，可預期的是也將為高雄的都市發展帶來大幅的改變，然而世運並不是高雄都市發展的最終目標，而是作為一個都市發展進程的階段性分水嶺，也就是說與高雄世運的建設基本上都是以高雄長遠的發展為考量，或是將會成為高雄都市發展的利基。簡言之，高雄世運這個「mega-event」將為高雄帶來根本性衝擊和改變，不僅牽連層面甚廣，衝擊的能量也很巨大，因此筆者認為高雄世運是最適合作為觀察高雄都市治理轉變的切入點，也是最能真正深刻的思考高雄都市發展企業化過程轉變的個案。

再者，從理論的分析架構來看，吸引資本投入、增加都市競爭力、具有彈性的治理方式，都市企業主義似乎已經成了全球都市發展的新潮流，然而正因為其「彈性」，也使得其存在不穩定性，實際上，都市企業主義運作的實際情況和方式，在不同的國家、不同的地區都會受到地方過去的脈絡發展而左右，而形成「在地化」的都市企業主義。過去鮮少有文獻以大型運動賽事做為都市企業化過程的切入點，那是因為主流提升城市競爭力的方式是打造城市為「金融中心」、「科技中心」、或是「觀光勝地」。以往研究都市企業主義相關的文獻討論大多集中在討論金融都市、科技都市，似乎沒有以大型運動賽事作為都市企業化過程的相關經驗

研究，而從高雄世運的案例中看見兩者之間似乎有連結的可能。

第三，都市企業理論源起於對西方城市的觀察，而高雄作為一個台灣及亞太區域的城市，其特殊的發展脈絡下所生產的都市企業主義型態必定不同於西方城市，本文藉由對高雄的觀察企圖提出一個新的都市企業主義的形態。

第四，大型運動賽事的文獻，大多把研究主題聚焦於運動賽事為都市發展所帶來的「效益」，卻鮮少把運動賽事對都市發展「過程」的影響和改變作為研究的重心，筆者認為「效益」固然重要，但卻很難有統一的量化公式與標準，也很難估算長期的效益，而探討「過程」的改變，釐清都市發展過程中背後的結構力量以及動態過程，相信才能直指問題的核心。



2.3 研究設計與方法

本研究以高雄市邁向企業型都市與企業型政府的過程與操作為研究主題，並以高雄舉辦世運的過程作為研究對象，為了細緻地了解其過程運作中背後的結構邏輯，拼湊出因地制宜的企業型都市在真實場景中的實踐，深入挖掘發展政策和計畫如何受到過去歷史的影響以及在什麼考量與脈絡下被採用，地方上哪些關鍵的人事物在其中發揮了重要的作用…等這些種種複雜交織的歷史與政經脈絡，本研究採用質性研究。透過事前的理論閱讀，以及事前大量二手資料的收集與基礎詮釋，對事件有初步了解後，於世運舉辦前後約三個月時間進入田野(世運舉辦日期為2009年7月16日至26日，筆者於2009年6月中旬至9月中旬皆居住在高雄)，在高雄當地親身經驗、感受與觀察表現在外的政策行動，並對多位關鍵人物進行深入訪談試圖挖掘背後的運作脈絡，以及與當地市民互動時的聊天、意見交流等非正式訪談，進而與事前研讀的理論與二手資料的詮釋相互驗證，以達到對研究主題深刻的了解，並試圖以個案研究的經驗出發，提出對理論的一點反省與回應。以下分述所使用的各項資料蒐集與研究方法如下：

2.3-1 二手資料的搜集與分析

1. 相關議題文獻收集：藉由有關都市企業主義以及國內外大型事件相關文獻、經驗研究，了解都市企業主義的特徵及常見的策略，對應大型運動賽事對都市發展的可能影響，來思考大型運動賽事在都市企業主義策略中可以產生什麼作用，試圖歸納可能的影響方式及因素。在搜尋學術文獻時，也參考以都市轉型或高雄市的都市發展等為研究主題的文獻，以求更全面的理解高雄過

去都市發展的脈絡。

2. 官方報告書與官方媒體文宣：在官方報告書方面，以高雄確定主辦 2009 世運的 2004 年作為分界點，分別蒐集高雄市政府在 2004 年之前與之後各政府部門相關的重要政策，以及各項重大開發案的規劃報告書，以了解其政策與計畫之概念構想、目標，及執行方式，試圖分析是否有新的都市發展策略的轉變，以及世運帶來哪些不同於以往的空間發展計畫。這些資料包括高雄市文獻委員會所出版歷任高雄市長對議會的施政報告彙編，以及高雄市政府及其各局處每年的施政綱要計畫，尤其是與都市發展最相關的都發局與工務局的年度施政計畫。而高雄市政府工務局網站的「工務專題」一欄有近年來各項重大開發案的規劃報告，「工務出版品」一欄則有從 2002 年至 2008 年之每年工務建設的成果，可以清楚的抓住空間發展計畫之脈絡。在官方媒體文宣方面，高雄市政府新聞處有三份為其發聲的電子刊物，高雄畫刊、鼓聲市府月刊，以及河港快樂頌電子報，這三分電子刊物刊載內容大部分為市長言論、政績建設、近期活動等市府相關最新消息，將可作為觀察市府角色立場的重要材料來源。上述資料皆是完全公開的官方資料，可以由高雄市政府官方網站上直接下載取得。
3. 國內相關報章雜誌之報導：一方面可以補足文獻不足之處，另一方面也可捕捉到重要人物對世運的發言，大眾輿論對高雄舉辦世運的評論，以及世運在高雄產生的影響，藉由整理報章新聞試圖抓出世運在高雄的關鍵事件議題，再由這些關鍵事件議題繼續追蹤，來進行更深入之分析。

2.3-2 深度訪談

訪談為本研究另外一個搜集資料的重要方法，官方文獻的政策分析雖得以理

出政策轉向與及空間建設的概貌，但對於具體的政治過程中各行動者的角色卻不易釐清，所以訪談主要是希望了解各行動者在世運籌備過程中所扮演的角色、他們之間的社會關係與權力關係，以及他們對世運與都市發展的相關看法。為了更深入了解世運背後的運作邏輯以及各作用者間的關係，筆者在 2009 年 6 月中至 9 月中期間以實習生的身分進入大觀元有限公司實習三個月。大觀元公司總經理薛兆基先生，過去曾任前市長謝長廷團隊幕僚，以及市府機要職專門委員，也是高雄很重要的地方雜誌-「南主角」雜誌社的社長，在高雄深耕多年，不僅人脈深厚，對高雄都市發展也有深刻獨到的見解。大觀元公司雖無直接參與世運相關工作，其主要業務為承包高雄市政府各單位的活動與刊物編輯，如：高雄市都發局的幸福社區報月刊、高雄市議會雙月刊、高雄市工務局 2008 年工務建設…等，筆者在大觀元實習期間藉由薛兆基先生的人脈，以及協助公司業務之便，將可就近觀察世運，以及訪問到更多的重要人物。



筆者的訪談又可分為正式訪談與非正式訪談兩方面。在訪談的對象中，有七位是以正式的深度訪談方式進行，筆者在進行訪談之前先擬定問題大綱，對於訪談對象進行半結構式的訪問，訪問問題核心以補充現有資料之不足以及印證現有二手資料為主，每次訪談時間約 1 小時到 1.5 小時，深度訪談的對象包括官方代表 - 前市政府都發局官員、承辦世運的 KOC (財團法人 2009 世界運動會組織委員會基金會，Kaohsiung Organizing Committee，簡稱 KOC) 幹部 3 位、以及高雄地方學者 3 位等。

在非正式訪談方面，由於大觀元公司業務需要，同事與高雄市議員、市府都發局與工務局公務員、高雄地方記者、還有一些活躍於地方上的民間人士之間常有往來，也可以由與他們的閒談之中獲得更多了解世運背後運作的故事。另外，筆者在高雄期間也常在日常生活中，或是參與世運相關活動以及觀賞比賽期間與高雄地方市民或業者攀談，藉由聊天之中來理解高雄市民對世運的看法。最後，

筆者也藉由參與一些記者會、研討會或高雄市議會所舉辦之公聽會等場合來獲得對特定議題更多的資料與了解。例如：2009年6月18日陳菊在高雄市政府召開的批評體委會刪減世運經費的記者會；或是2009年12月1日在台北中正紀念堂所舉辦的「展示科技發展趨勢與應用研討會」中，承辦世運開閉幕的安益集團總裁涂建國先生之演講，演講題目為「從高雄世運開閉幕典禮談大型活動的策劃與執行」；數場討論高雄都市發展相關議題的公聽會…等等。如果有機會，筆者也會於會議結束之後更進一步的跟與會人士或演講者討教相關問題。與這些非正式訪談對象的接觸與交流過程之中提醒了筆者一些沒有注意到的政策或建設，以及思考上的盲點，對於筆者的寫作是充滿啟發性的。

表 2-1 訪談受訪者列表

代號	受訪者身分	訪談重點內容	訪談時間	地點
G1	前市府都發局官員	1. 市府是否有把世運作為帶動地方發展的契機？若有，都市發展的方向是否有改變？ 2. 市政府又是如何想像以世運建設為核心來帶動、打造下一波的城市競爭力。其與世運配合的都市發展規劃的邏輯是什麼？	06/18	高雄市政府
K1	KOC 重要幹部	1. 在世運籌備的過程中，在行政上與組織上是否擁有比以往更多的彈性？	09/09	高雄市政府
K2	KOC 重要幹部	2. 民間部門如何在世運籌備過程中與市府或 KOC 建立公私合夥的關係？	09/03	高雄市政府
K3	KOC 重要幹部	3. 中央政府與地方政府在世運籌備過程中與 KOC 的互動關係為何？	09/02	大觀元
L1	地方學者、IAVE 台灣志願服務交流協會組織幹	1. 世運準備過程中主要帶給高雄什麼轉變？ 2. 世運對高雄的都市競爭力的提升是否有幫助？	08/17	高雄市立空中大學

	部			
L2	地方學者	3. 世運是否有助於高雄產業結構的轉型？ 4. 世運過後對高雄影響最大的會是哪些部份。	09/04	中山大學
L3	前 KOC 重要幹部、地方學者	5. 其中 L1 學者身兼 IAVE 台灣志願服務交流協會組織幹部，正是此次承包負責招募、訓練、分派世運志工的非政府組織，因此也有就世運中 NGO 組織參與過程中如何與高雄市政府或 KOC 互動向他請教。	09/02	中山大學
C1	高雄市議員	1. 對於高雄市政府辦世運會的評價 2. 其認為高雄世運籌辦的缺失或不足之處為何	06/23	市議會
R1	地方記者 1	1. 對於陳菊召開記者會控訴體委會這件事的想法。 2. 其認為高雄世運對高雄市帶來最大的影響是什麼。	06/18	市政府
R2	地方記者 2	1. 飛信半導體公司贊助世運的故事 2. 媒體界對於此次世運的評價	07/27	大觀元
S1	高雄市民 1- 碩士生	1. 對於高雄歷任市長政績之評價。 2. 認為高雄近幾年轉變最大的地方是哪些。		受訪者家中
S2	高雄市民 2- 上班族	3. 對於高雄市政府籌辦世運的看法。		光榮碼頭
S3	高雄市民 3- 科大教授	4. 認為世運給高雄帶來什麼影響。		建國路
S4	高雄市民 4-	5. 對於世運垃圾車宣傳帶的看法。		三多路
S5	高雄市民 5-			建國路
P1	高雄「小王子」蛋糕店員工	1. 「小王子」為什麼會想要推出世運相關優惠，而業績是否有常更好。		鹽埕區「小王子」
P2	安益集團總裁涂建國	1. 在世運開閉幕的節目策劃中，如何從台灣豐富多元的文化素材挑選讓臺灣人與外國人皆能感動的元素，以及如何呈現包裝。 2. 私人企業在這次世運開閉幕中扮演的角色為何。	12/01	中正紀念堂演講廳

2.4 章節架構

本研究在寫作的安排上，在第一章交代了研究動機與背景，以及研究區-高雄市的都市發展脈絡及特殊性。在第二章的部分，本研究對於都市企業主義以及大型運動賽事的相關理論做了回顧，描述了企業型都市的特徵，並試圖釐清大型運動賽事如何做為一種企業型都市的策略。並提出了觀察一企業型都市的運作可從都市發展政策與論述過程、空間發展計畫過程、都市政治過程等三方面來分析。

從第三章開始進入本研究的核心內容。第三章我將先從都市發展政策與論述過程出發，以高雄市確定獲得 2009 年世運主辦權之 2004 年作為分界點，分析 2004 年之前與之後的發展政策與政策論述的轉變。政策與論述必須落到實質的空間發建設，所以第四章把重點放在伴隨著世運而產生的空間發展計畫或土地開發，分析世運為帶來什麼新的空間建設與土地開發的機會，並高雄市的都市空間結構造成了什麼改變。在第三章和第四章所分析的都是「看的到」的表象，在第三章和第四章的基礎之上，第五章希望挖掘的是表象背後的社會關係，以此第五章從都市政治的過程出發，試圖分辨出在此過程中幾個主要行動者所扮演的角色，以及它們的互動關係來說明高雄企業型都市都市政治運作的轉變。

最後，第六章將就研究結果與第二章的文獻理論對話來作一總結，並提出高雄企業型都市運作中不同於以往經驗研究的特質，描繪出都市企業主義因地制宜的彈性運作，與高雄以世運作為企業化策略的特殊性，並試圖指出高雄市在此企業型轉向的過程中如何回應過去的都市發展危機。

第三章 高雄世運與都市發展政策與論述過程

本章首先把焦點集中在討論高雄世運籌備過程中，如何對都市發展的政策和論述造成影響，但因為都市政策的轉變是一個連續的過程，必須追溯到以前的歷史政治脈絡，因此本章以確定爭取到世運主辦權的 2004 年作為分界點，先交代世運申辦前高雄市的發展政策再對照世運申辦後的轉變。而 2004 年以前的高雄都市發展的歷程，1994 年的市長民選是一個轉捩點，因此本文將從市長民選前一任市長 1990 年的吳敦義市長做為敘事的開端。

表 3-1 1994 年至今高雄市歷任市長

市長	任期	說明
吳敦義	1990 年~1994 年	官派市長
吳敦義	1994 年~1998 年	第一任民選市長
謝長廷	1998 年 12 月~2002 年 12 月	第二任民選市長
謝長廷	2002 年 12 月~2005 年 2 月	第三任民選市長，2005 年 2 月後謝長廷北上擔任行政院長，市政交由陳其邁代理
陳其邁	2005 年 2 月~2005 年 9 月	陳其邁擔任代理市長
葉菊蘭	2005 年 9 月~2006 年 12 月	陳其邁因其父陳哲男涉及高捷泰勞弊案下台，葉菊蘭接替代理市長職位
陳菊	2006 年 12 月迄今	市長改選後當選第四任民選市長

資料來源：作者自行整理。

3.1 取得世運主辦權之前的都市政策與論述

3.1-1 吳敦義市長時期-企業城市的先聲

高雄在 1979 年升格直轄市，但當時關於直轄市自治的法制，並未隨同完備，而是由行政院分別訂頒「台北市各級組織及實施地方自治綱要」及「高雄市各級組織及實施地方自治綱要」作為北高二直轄市實施自治的準據法。1992 年修憲後，1994 年「直轄市自治法」公布施行後，「直轄市自治」方始真正落實。因此，自 1979 年至 1994 年舉辦第一次市長民選的期間，雖然升格直轄市後財源較之前充裕，市長有較多的人事任命權，但在市長官派的情況下，地方的政治與經濟發展基本上並無太多改變，官派市長聽命於中央指揮，在地方經濟發展政策上無法有太多的建樹，和壓力。如 1982-1985 年間高雄官派市長許水德第一次施政報告所言：



今天是水德就任後第一次向貴會(市議會)做施政報告，自上一次大會至今，市政建設工作方向與重點，仍然秉持中央決策，遵奉總統與行政院孫院長所指示，配合本市實際需要，在以前歷任市長及改制後王前市長與楊前市長以奠定之穩固基礎上，持續邁進（高雄市文獻委員會，1998）。

可見誠如許多相關研究所指出的，升格改制後實際上就是提高「市」的地位，擴大行政區域及組織編制而已。地方的經濟發展政策還是掌握在中央，對於市長本身來說並無增加太多的權力。

第一次民選直轄市長發生在 1994 年，市長民選對地方發展的影響自然不容忽

視，因為地方首長的政績是爭取選票以及政權正當性²最重要的依據。此當時中央在十大建設以後就停止了對高雄的投資，高雄的產業結構轉型開始起步，但失業率卻飆高一直在全國平均之上。想競選市長寶座的候選人，必得提出一套政見，一套能回應都市發展危機且讓大多數選民認同的願景與理想，來說明一旦當選，將如何帶領市政團隊以及市民共同為城市的發展共謀前程。

此一現象可以從吳敦義自 1990-1998 年擔任兩任高雄市長期間所提出的政策的轉變得到證明，吳敦義在 1990 年到 1994 年期間是官派市長，1994 年則是打敗民進黨候選人張俊雄連任市長成功，成為高雄第一屆民選市長。下表 3-2 是根據高雄市文獻委員會所彙編的吳敦義市長在任期間的施政報告，筆者擷取跟經濟發展較相關的重大政策或建設所製成的表，由表 3-2 中我們可以清楚看見，吳敦義在 1990-1992 年間，基本上並無對高雄市的發展有提出明確的定位，在發展政策方面也是跟隨與配合中央的「國家六年建設計畫」。1993 年後隨著直轄市自治法被預期會通過，吳敦義第一次明確定位高雄的發展是「國際化獨特風格港都」，而為了回應建構政權正當性的危機，在經濟發展計畫上也有了大動作的躍進，包括積極向中央爭取作為「亞太區域營運特區」的核心；增設「南部科學工業園區」；成立市港合一促進委員會；向中央爭取更多補助經費等。1994 年吳敦義當選第一屆民選市長以後，除了延續其過往的定位與政策，推動亞太營運中心，1996 年以後，多功能經貿園區的規劃設置成為經濟發展的主軸，多功能經貿園區的規劃概念來自於中央建設台灣成為亞太營運中心的發展目標下，高雄市的發展被定位為製造及海運中心，並劃設高雄港區土地，希望將高雄港每年 300 萬個轉運櫃中之 40% 進入高雄市再製造、加工後再出口，期能吸引跨國及國內企業根植，同時並規劃特定經貿核心專用區及特定文化休閒專用區作為後勤，其中特定文化休閒專用區是

² 政權正當性 (legitimacy) 的主要描述：「對一政權與社會關係而言，『正當性』可視為人民對政權的認可與支持。」一新政權想要保持政權的穩定或延長其壽命，經常需要加倍努力獲得人民對其政權的信仰與支持，這些努力措施稱為「正當化」，而人民對政權的信仰，則稱之為正當性（洪士閔，2003）。

以水岸遊憩、文化活動與休閒娛樂型的大購物中心為主，在發展上與市區商業型服務機能有所區隔。多功能經貿園區的規劃，象徵著高雄的經濟發展政策開始關注到生產性服務業以及新的休閒娛樂地點的創造；此外，更重要的是，縱使「市港合一」的口號不是新鮮事，但多功能經貿園區的設置卻是市府藉由配合中央的經建計劃（亞太營運中心下的加工出口區轉型及高雄港再開發），首次把高雄港區以及加工出口區的國有土地納入城市整體發展策略當中，透過都市更新的手段，以都市發展的新策略衝擊中央對高雄市轄區國有土地的管有權，進一步增強市府對這些國有土地空間的未來使用方式的主導權，對市府而言是重大的跨越。

另外一點明顯的轉變在於開始思考如何把高雄與國際連結，換句話說也就是開始把高雄的發展放進國際的脈絡中思考，如何讓高雄市與全球城市網路連結，於是第一次有了爭辦國際運動賽事-亞運的想法；意識到都市形象對於一個國際都市的重要性，也連帶著第一次擬定「提升都市形象計畫方案」，意圖形塑都市景觀與形象，可說是高雄邁向企業化城市的開端。也是地方首長在面對民選後的政績壓力，必須提出一個更有遠見的城市遠景來回應民意，經濟上的衰退和民主化同時迫使地方政府必須挺身而出，且因地方政府必須極大化地方的吸引力，作為經濟發展的誘餌，都市形象與都市行銷開始變得重要。

表 3-2 吳敦義擔任市長期間的經濟發展政策演變

年份	發展定位	發展計畫
1990	無明確定位	<ol style="list-style-type: none"> 樹立具創意的觀光指標，發展觀光事業。 鎮密規劃都市區域配置功能，形成自由貿易中心。 極力爭取市港合一。 配合國家六年建設計畫，推動市政建設六年計畫。
1991~1992	無明確定位	<ol style="list-style-type: none"> 積極推動興建高雄都會區大眾捷運系統。 極力向中央爭取市港合一。 加速推動臨港東線鐵路拆遷及市區縱貫鐵路地下

		<p>化（為台鐵捷運化計畫之一部分）。</p> <ol style="list-style-type: none"> 敦促中央早日核定高雄深水港計畫，加速推動大林蒲填海造陸計畫，開發土地資源。 配合國家六年建设计画，推动市政建设六年计划。
1993	國際化獨特風格港都	<ol style="list-style-type: none"> 依據行政院經建會所提出「經濟振興方案」，積極爭取本市作為「亞太區域營運特區」的核心。 協同高雄縣政府規劃增設南部科學工業園區。 成立市港合一促進委員會。 促請中央早日定案「高雄都會區發展用地填海造陸計畫」，據以推動高雄深水港興建及南部國際機場計畫。 為均衡南北建設，促請中央以專案、優先的方式高額經費補助本市正在推動的重大建設。
1994 年 8 月（改選前）	現代化國際化工商港灣大都會	<ol style="list-style-type: none"> 規劃都市發展，辦理全面主要計畫及細部計畫之檢討。 市港合一方面，行政院雖已核定將港區土地利用及環保權則交付本府，但仍將逐步爭取達到市港合一目標。
1995	現代化國際化大都市	<ol style="list-style-type: none"> 籌辦台灣區運及爭辦亞運 積極爭設亞太營運中心 全面改善環境品質 重塑都市景觀 推動南星計畫 提升都市形象，邁向國際舞台
1996	1.健康、文化化的國際工商港灣都市 2.海運轉運中心	<ol style="list-style-type: none"> 爭取設立多功能經貿園區 擴大籌辦區運及充實體育設施 有效提升居住環境生活品質 加強行銷全面提升都市形象
1997~1998	國際工商港灣都市	<ol style="list-style-type: none"> 繼續推動重大建設 全面整頓市容：路霸、招牌、舊衣回收箱等。 重塑都市景觀 加強國際交流

資料來源：整理自高雄市文獻委員會（1998）改制後高雄市歷任市長對議會施政報告彙編，高雄：高市文獻會。

3.1-2 謝長廷市長時期-新「海洋首都」形象的建構

1998 年市長改選，民進黨籍謝長廷擊敗了原本尋求連任的國民黨籍吳敦義當選新任市長，並於 2002 年連任，任期延續到 2006 年，雖然 2005 年間被中央徵召擔任行政院長，但接下來的代理市長陳其邁與葉菊蘭，基本上皆是依循延續著謝長廷的政策。謝長廷在 1998 年的競選期間，運用高雄本身最具特色的海洋與港口，為高雄市提出了「海洋首都」的遠景。為什麼是「海洋」首都？主要基於高雄至少有下列幾項海洋特色（倪在沁，2005）：

1. 海權：海軍、海運及海洋漁業都存在於高雄市。
2. 港口：高雄都市經濟發展的命脈。
3. 景觀：具備海洋的風貌，如沙灘、海岸、碼頭、渡輪等等。
4. 產業：以造船業、漁業、運輸業為主。
5. 活動：自愛河流域到港口、海洋，都有利於發展海上活動。
6. 性格：海洋文化的性格是坐船冒險，容易接受、學習新的東西，也特別強調創意（謝長廷，2002）。



而什麼是海洋首都？謝長廷在高雄市政府 2002 年度施政綱要中做了如後的詮釋（高雄市政府，2002）：

廿一世紀是一個海洋的世紀，今後對於港灣都市的風貌塑造，將強調廿一世紀海洋首都的規劃。高雄海洋首都的營造，不僅是文化的傳承或是都市風格的創造而已，更將是產業的、經濟的和生態的資源作有效的整合。因此，海洋首都是經貿取向的城市，交通便捷、資訊發達、產業鼎盛，擁有現代化的經貿功能、國際化的建設水準；海洋首都是生活取向的城市，空間舒適、身心安全、福利健全，擁有精緻化的都市空間、人性化的生活機能；海洋首都是文化取向的城市，生動活潑、內涵豐富、意象雋永，擁有海洋化的人文風味、多元化的文化創意。

由這段話我們可以知道，在謝長廷的藍圖中，海洋不僅是高雄風格的特色，同時也是高雄產業發展的核心，「海洋首都」至少指涉了兩件事，第一，「海洋」是高雄最具特色的元素，將作為未來高雄都市風格、文化及形象的核心，第二，「首都」隱含了與台北較勁的意味，在北高長期南北差距的情況下，謝長廷以「首都」指稱高雄，企圖打造高雄「獨特」、「Only one」的地位。

在海洋首都的遠景下，謝長廷至 2004 年申請到世運主辦權之前，其施政計劃皆是以「海洋首都」為核心，重要的施政方向包括：

1. 持續推動多功能經貿園區計畫。初期選定「高雄軟體科技園區」、「台糖高雄倉儲轉運園區」、「統一購物中心」、「山建工業電子通訊網路中心」、「高雄港埠商業區」及「高雄硫酸亞購物中心」為推動重點。
2. 重塑都市景觀：愛河、前鎮河整治工程。加速推動都市更新計畫，重塑老舊社區新風貌。推動城市公共藝術。開闢公園綠地。
3. 把大海還給高雄市民：包括打通新光路末端、旗津海岸公園夜間點燈、愛河沿岸親水景觀工程、拆除市區港口圍牆、哨船頭公園興建。
4. 提昇國際形象：積極爭取主辦國際港口城市協會 2000 年年會、爭取主辦國際運動賽會。
5. 重大建設：加速籌建現代化綜合體育館。捷運工程建設。

綜觀謝長廷從 1998 年執政以後，以「海洋首都」為框架的都市發展政策本質上其實是一種文化治理。在海洋首都的架構下，形塑海洋城市的新形象是施政核心，以獲得市民的認同與支持。「水」是謝長廷環境改造的重點，其以「愛河流域」與「港口」為主軸，推動一連串文化治理，特別是在都市空間的重建上，融入海洋的文化意像，包括：以「水」和「光」營造具地域色彩的空間形式（愛河、二號運河、城市光廊、哨船頭公園、柴山等）；文化產業與節慶（高雄燈會、貨櫃藝術節等）、史蹟保存與空間再利用（駁二藝術特區、高雄市立歷史博物館、高雄願

景館、唐榮磚窯、高字塔、香蕉棚、電影圖書館等）；多元族群文化（客家文物館等）；庶民記憶與城市書寫深刻化海洋論述（官方出版品如《高雄畫刊》、《傳說高雄》、《高雄市豐富之旅》、《浪漫高雄》、《遊走水高雄》、《愛河流域文藝復興》、《海洋首都》中英文雙月刊，以及《高雄老行業》、《看見老高雄》等皆屬之）等（郭芷余，2005）。這些種種作為分別從強化海洋論述，到海洋城市形象與地景的塑造，以及引入文化活動與文化節慶凸顯強化海洋特色等三方面著手，確實收到不錯的成效。

當 2000 年長期在臺北舉辦的國慶煙火與 2001 年的全國燈會首次移師高雄，高雄市政府意識到大型活動對城市形象以及城市行銷的益處，也更加積極的舉辦各類活動，如貨櫃藝術節（2001 年）。而為了將高雄推上國際舞台，市政府也以爭取國際活動或賽事為目標，例如 2001 年申辦 2007 世界大學運動會，2002 年申辦 2010 亞洲運動會。另外，謝長廷此時也把捷運工程的由原本交通建設的定位提升至經濟發展建設的定位，他指出「四通八達的交通運輸是加強經濟流通的命脈，因此為配合經濟發展所需，本府極力推動各項交通建設（高雄市文獻委員會，2002）。」後來更把捷運工程放在高雄城市競爭力的核心，也是「打造南方新世界」的樞紐。隨著 2001 年捷運開工，這也是謝長廷競選連任主打的重要政績。

另一方面值得注意的是，民進黨籍的謝長廷從 1998 年上任以來，在對議會施政報告中即多次提到高雄長期以來被中央忽略的現實，如謝長廷第一次施政報告所提到：

高雄市擁有得天獨厚的充沛海洋資源，令人欣羨的廣大工商腹地，儘管中央長期重北輕南，……，先後天條件極為優越，……，港都將可擠於環宇大都會之列（高雄市文獻委員會，2002）。

由此，謝長廷上任後即不斷提出各項重大建設專案補助，以南北差距的事實向中央爭取更多的補助款，增加高雄市財源。

表 3-3 高雄市接受中央補助情形統計表

項目	年度	1998	1999	2000	2001	2002
(1)中央 補助款 (億元)	平衡省市 預算基金 補助	64.60				
	行政院補 助（一般 型補助）	9.10	13.85	15.24	9.10	9.10
	各部會補 助（計畫 型補助）	21.94	29.04	47.99	80.28	135.43
	合計	95.64	42.89	63.23	89.38	144.53
(2)中央統籌分配款			64.49	169.98	177.23	191.14
(1) + (2)		95.64	107.38	233.21	266.61	335.67

資料來源：謝長廷（2002）日出南方，台北：新自然主義，頁127。

簡言之，在此一時期，以海洋首都為主軸的一連串文化治理讓市民提升了光榮感。國慶煙火、高雄燈會等大型節慶舉行，也有助於舒緩過去北高兩市不均衡導致的「城市悲情意識」。顯見了在此一時期雖然經濟發展無法滿足市民的期望，但隨著捷運工程的動工所象徵的現代化與進步，以及一連串的扭轉高雄市傳統剛硬灰暗印象的城市改造，使得市民有一種「高雄變美了」的感覺，海洋首都的都市形象建構也的確得到了市民大眾的認同。2002 年的民調指出高雄人以「身為高雄人為榮」的城市光榮感，高達百分之 78%，2003 年謝長廷的施政滿意度達到 74%。

3.2 取得世運主辦權後的都市政策與論述

3.2-1 發展政策與論述的轉變-「海洋首都—S.H.E.城市」

行政院體委會自 2002 年開始即有申辦世界運動會的意願，7 月時首度邀請國際世界運動總會（IWGA）會長朗•弗契（Ron Froehlich）來台訪問，隨後開始進行各種申辦「2009 年世界運動會」評估及申辦準備，並於 2003 年 4 月時委託中華奧會向高雄市謝長廷市長簡報申辦 2009 世界運動會的可行性，高雄市謝市長與體委會主委林德福 5 月時分別致函 IWGA 表達高雄市申辦 2009 年世界運動會之意願。8 月時，高雄市獲得正式通知成為申辦城市，（據 IWGA 會長表示，當時有六個國家及城市包括—荷蘭鹿特丹、匈牙利、美國克里夫蘭、休士頓等有意申請）。2004 年 6 月 14 日高雄市長謝長廷在高雄海洋之星廣場與世運會委員會簽約，正式取得 2009 年第 8 屆世界運動會主辦權（陳亞甄，2008）。台灣長年來申辦國際性綜合運動會都失利（表 3-4），申辦世運會成功，使高雄城市發展與建設進入一個新的階段。

表 3-4 台灣申辦國際運動賽事簡史

賽事名稱	舉辦年分	提出申辦年份	提出申辦城市	是否成功
亞運會	1998	1989	台北	否
東亞運	1997	1991	高雄	否
東亞運	2001	1993	高雄	否
世大運	2001	1996	高雄	否
亞運會	2002	1993	高雄	否
世大運	2007	2001	高雄	否
聽障奧運	2009	2002	台北	是
世運會	2009	2003	高雄	是

資料來源：田孝倫（2002）發展台灣申辦國際綜合運動賽會城市之參考條件研究，國立台灣師範大學體育學系碩士論文。

首先，從 2005 年開始，在「海洋首都」的文化治理策略下跟運動相關的「健康城市」第一次納入市府的治理行動中，如同在 2005 年的施政計劃綱要中所提到的：

本府於去年（2004）爭取到 2009 世界運動會主辦權，為迎接世運會在本市舉行，本府今年的施政主軸為「健康城市」，希望打造健康的市民、健康的家庭，以及活力、快樂、舒適的海洋健康城市。因此，提出「提升市民體能，擴大市民參與」、「健全市民心靈，提升公民文化」及「營造優質空間，促進永續發展」三大目標（高雄市政府，2005）。

2006 年是變化劇烈的一年。此時隨著舉辦世運的日期漸漸接近，世運的籌備工作已經刻不容緩，市府將 2009 世界運動會當做城市發展的中程目標，所有的城市發展建設將以世運為中心，並提出「海洋首都—S.H.E.城市」的建設綱領：



由於 2009 世界運動會是台灣首度爭取到國際性運動盛會，不僅可提升國內的競技水準，普及全民運動風氣，更可塑造城市的形象，增進城市觀光及運動產業的發展，提高本市在國際的能見度，讓高雄邁向國際舞台。因此，為使 2009 世界運動會得以順利推動、圓滿成功，並藉此國際賽會的舉辦，有效提昇本市城市地位及城市競爭力，未來高雄市的整體建設將在「海洋首都—S.H.E.城市」施政總目標之下，訂定舉辦 2009 世界運動會為中程目標，融入安全、健康、生態、繁榮等核心價值，描繪高雄市發展藍圖，實踐高雄市「國際城市」之願景。

2006 年施政主軸是在持續推動產業發展、國際觀光港市之基礎下，打造高雄市成為一個安全、健康、生態的城市（S.H.E.城市），朝向「海洋國際都市」邁進。S.H.E.城市的「安全」概念包含了社會安全、生活安全、社會福利、城市防災、緊急救護、

用水安全及社區治安等；「健康」的概念則是打造健康的市民、健康的家庭、健康的社區，以及活力、快樂、舒適的健康城市；「生態」的概念則是以豐富的生態決策觀來保有生物多樣性並得以永續發展，如打造原生植物園、洲仔溼地、本和里滯洪池溼地公園等，逐漸恢復自然生態景觀。

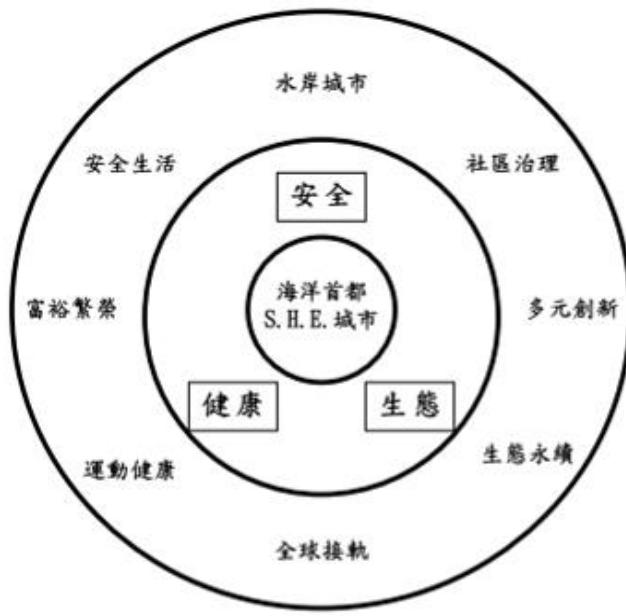


圖 3-1 海洋首都-S.H.E.城市概念圖

其具體的施政目標包括：

1. 水岸城市：發展成為「國際港灣都市」。推動高雄港埠空間改造暨開發。營造「南部國際觀光門戶」。赓續愛河沿岸景觀改善。
2. 安全生活：完備治安、防災、救災體系。落實弱勢族群生活照顧。強化社會安全制度。推動完整醫療、救護、保健與防疫系統。推動污水下水道建設。
3. 富裕繁榮：發展成為「自由經貿港市」。整合產業群聚、推動智慧化海陸空物流環境。加強招商及促進民間參與公共建設。建構智慧、人性、便捷化交通環境。
4. 運動健康：全力籌辦 2009 年世界運動會。推動健康的運動環境。發展運動

產業。推動全民運動及運動人口倍增，推廣一區一運動。

5. 全球接軌：迎向全球化、營造高雄特色。活化國際行銷、邁向國際舞台。參與及舉辦國際性活動。推動資訊都市、建構無線網路平台。
6. 生態永續：推動符合自然生態的都市規劃及資源再利用。復育自然生態環境、建設「生態廊道」。推動綠城市、綠建築、綠營建。
7. 多元創新：發展國際多元的教育文化。推動族群和諧與在地關懷。推動城市美學、追求生活品質與在地文化結合。
8. 社區治理：推動社區總體營造、培養社區行動力，活絡社區參與意識，推動社會福利社區化。鼓勵參與志願服務，建置「高雄市志工人力銀行」，強化人力支援系統。



從 2005 年的健康城市，到 2006 年的提出以世運作為城市發展中程目標，架構更全面的「海洋首都—S.H.E.城市」，一直到 2009 年高雄市的施政計劃基本上都是在此架構下。我們在此以世運作為城市發展核心目標的政策架構下可以觀察到幾個轉變。首先，高雄世運給了城市發展新的政策方向，健康城市、運動城市成為高雄市新的定位。1998 年謝長廷當選高雄市長以後，即揭示以「海洋首都」作為高雄施政的主軸，導入「城市美學」的概念，形塑高雄成為「only one」的海洋首都。2005 年陳其邁接任代理市長，並代表高雄至德國杜伊斯堡接掌世運會的會旗回台。陳其邁任代理市長期間，在城市美學的高雄經驗基礎上，提出要打造高雄市成為一個安全 (safe)、健康 (healthy)、生態 (ecological) 的「S.H.E.」城市。在健康城市的吸納下，此時「運動城市」開始成為高雄市施政的主軸之一。不久陳其邁因其父陳哲男涉及高捷虐待泰勞案辭職下台，接任的代理市長葉菊蘭把 2006 年定調為「高雄運動城市年」，正式把「運動」放在施政主軸，包括推動的一系列城市休閒運動空間的拓展、提升運動風氣、推動運動產業等。顯示了隨著世運的相關準備作業的進行，「運動」成為政策主軸的能見度不但大為提高，也成為

歷任市長施政的重要目標與政績。對照前一時期以文化論述以及空間改造穩定政權正當性的手段，此一時期最重要的轉變是，以大量的「健康」、「運動」、「生態」等修辭勾勒高雄市「宜居的」、「樂活的」、「永續的」美好生活環境的願景，並大量藉由政治領導人物在公共場合的發言、各式電子平面文宣、電視媒體的宣傳，召喚市民對於世運、對於美好生活品質的認同與支持。縱使高雄市的人均二氧化碳排放量依然高居世界第一，空氣品質不良指數依舊是全台灣最差的，但好像完全已隨世運所帶來的「運動風」被拋在腦後。

第二，延續上一階段以愛河流域為主軸的城市改造，市府把焦點轉向高雄港舊港區的更新再造。雖然這是既定政策方向，但籌辦世運更增添了市府談判的籌碼，經過市府與港務局不斷的協調，除了 2000 至 2003 年間，已釋出 1~3 號碼頭部份土地給民間經營觀光餐飲外，2005 年大幅釋出 11 至 15 號碼頭及三號船渠東側土地，由市府進行開發。市府以「水岸花香城市」的概念，陸續改造新光碼頭（22 號碼頭）、真愛碼頭（12 號碼頭）、光榮碼頭（13 號碼頭）與其餘 11-15 號碼頭腹地，開放為給市民休閒遊憩的親水空間並連結自行車道。其中新光碼頭的「海洋之星」，於 2005 年被行政院核定為「二〇〇八年國家重點發展計畫」中的國家門戶計劃之一，在此計畫中結合新光大道、海洋公園、噴泉及日晷意象，意圖與東帝士八五大樓相互輝映，打造高雄港的磅礴氣勢，建構海洋首都新門戶。高雄市代理市長陳其邁即指出，此為「高雄市和國際接軌的門戶工程」（大紀元，2005/06/23）。因此此一時期以高雄舊港區為主的城市改造雖是延續前一階段城市美學的概念精神，但不同的是前一階段主要是在打造及形塑高雄市民對城市的認同，認同以海洋首都作為高雄的核心特色，但在取得 2009 年世運會的主辦權之後，此時港區改造的焦點提升至為塑造高雄市站在國際上的水岸城市意象，以及作為打開通往世界新門戶的樞紐。做為國際水岸城市形象的一環，位於愛河出海口與高雄港的交界處的真愛碼頭，碼頭上的兩個巨大風帆(鋼骨加薄膜)打造船的意象，

則是呼應著愛河與高雄港的連結，真愛碼頭的閒置倉庫並被改造作為新的國際旅客服務中心。而這些碼頭也成為市府舉辦大型活動時的最佳場地，如跨年晚會、國際貨櫃藝術節、海洋博覽會以及世運期間所辦的世運博覽會等，這些大型活動在高雄舊港區的碼頭舉辦，更加凸顯了高雄港口水岸城市的特色與形象，並藉由大型活動而遠播出去。

第三，如前所述，此時期最引人注目的是與運動賽事有關的「健康」、「運動」的政策論述外，在施政計畫中市府藉由「健康」的理念把運動賽事（世運）連結上「市民生活」，市府有計畫的推動相關政策，此時與健康有關的政策紛紛浮上檯面，例如：推動健康的運動環境、推動全民運動及運動人口倍增、推廣健康自我管理活化體能教育、建構健康檢測體系等。具體的行動則包括：規劃並推展一區一運動項目；推動全民運動，開設舞蹈健美體驗課程；形塑「健康城市」意象，配合推動星光龍舟競賽及韻律、有氧體操；推動體適能運動計畫，落實學校體育教學，加強實施學生體適能檢測、游泳能力認證；設置各級學校體育班及基層訓練站，長期培訓優秀體育人才；增建運動場館，如高雄綜合體育館及世運主場館，並推動體育場館委外經營；建構陽光健康自行車道系統，以提供市民高品質運動及休憩場所；加強市有公廁的品質等。「運動健康」被納入施政目標中，不僅期待以「健康」號召市民的對世運的認同，更以「健康」、「帶動市民運動風氣」為名，把優質的生活環境及創造休閒、娛樂、觀光或運動空間的土地開發，放在施政的核心。如同 2007 年市府施政綱要中所提到的「提高本市重劃區抵費地及區段徵收區標售地附加價值，吸引大眾投資，提供市民更多休閒活動空間，創造美麗友善健康水岸新城市」或是「配合都市計畫或變更都市計畫之公共設施用地徵收以及都市地區土地使用分區地籍逕為分割，俾供都市土地利用和開發建設健康城市」（高雄市政府，2007）。都說明了市府以健康城市作為新的都市開發的說辭，並因此更加速都市開發偏往休閒娛樂地點的打造的軌道上。

第四，永續發展第一次被提升到施政目標的位置，除了回應高雄就有環境危機外，隨著全球對於環境保護、永續發展議題的發燒，永續發展簡直是全世界最流行的議題，也非常容易得到市民的認同，因此高雄市政府藉此機會將永續發展納入了都市治理的重點，永續發展的概念被「生態」的論述所吸納。生態環境、綠城市、綠建築、綠營建、綠色運輸系統等也成為市府土地開發另一套的主要修辭，具體的作為則包括：開闢公園綠地；建構濕地生態廊道；普設自行車架，鼓勵自行車轉承；運動場館以符合綠建築的標準興建等。

第五，或許是預期世運的舉辦將會動員許多市民的支援，市府也藉此機會強化與市民之間的連結，社區治理、鼓勵參與志願服務也出現在施政目標中，也為市民參與都市發展、公私合夥的方式開闢了一條新的路徑。



在前一階段中，城市形象改造已經有巨大成效，世運的主辦給了高雄市政府新的契機，順勢把施政重點轉向以「運動」、「永續」、「健康」為主的建設，世運不僅使得前一波城市改造的成果成為高雄市政府國際行銷最好的利器與政績，並將過去城市景觀改造的文化治理策略延伸並提升到塑造國際城市形象的地位。除了延續都市形象改造作為施政重點外，開始強調「全球接軌」，雖然成為「國際級城市」長久以來已是施政重點之一，但取得世運舉辦權給了高雄市政府和世界接軌最好的機會。在「水岸花香城市」的概念下，把河川整治、水岸轉型開發及城市景觀改造等相關政策包裝成一個「海洋首都・水岸城市」的國際全球城市的形象，更進一步的提升了城市對外的國際形象與自明性。

並為符合新的國際城市形象，以及新的「健康城市」、「生態城市」的政策目標，掀起一波新基礎建設與空間再造，在「健康」與「生態」雙重論述修辭下，優質的生活空間的創造被提升到前所未有的高度，再加上因應世運舉辦的一連串運動場館與交通建設，似乎也預告著高雄新一波的空間建設即將展開，舉凡：舊

港區改造、世運主場館與高雄巨蛋的興建、捷運沿線公園改造、重要道路的人行道整修、自行車道的規劃、生態濕地公園設置...等等，林林總總皆是在「塑造更優質的生活環境下」指向同一目標，就是新的運動、休閒、娛樂、觀光地點的消費地景再造。最後，更藉此機會連結市民社會，以世運為名招募志工，也召喚市民對參與世運的認同感與光榮感，一方面使用其資源，一方面使其融入成為治理政策的一環。

3.2-2 世運對於高雄都市發展能量的提升

世運不只是在政策規劃上對高雄市政府起了作用，做為一個國際性的運動賽事，近年來更是成為歷任市長的表現政績的重點，為了更細緻的看出世運對高雄都市發展的影響，除了以都市發展政策分析之外，本節藉由檢視歷任市長對世運的相關發言，來分析高雄市運所帶給高雄的能動性在哪些方面，以及高雄歷任市長如何運用世運做為都市發展的要角。



1. 讓世界看見高雄：世運是由城市主辦，所以由城市主動爭取。中央在 2002 年邀請國際運動總會會長朗佛契先生來台後，謝長廷便主動積極爭取世運在高雄舉辦，中央在這方面則是樂觀其成，因此世運的主辦權能在謝長廷任內爭取到，謝長廷居功厥（G1）。雖然爭取國際型的運動賽會從吳敦義時期開始即是歷任高雄市長的施政目標之一，但體育出身謝長廷對國際運動賽事的爭取比吳敦義有著更強烈的企圖心。那為什麼要爭取國際賽事？多次擔任台灣爭取國際運動賽事的委員，同時也是前 KOC 重要幹部的受訪者 L3 說：

運動是國際間一個重要議題，不只是運動，還含有政治性、文化性在其中，所以一個有國際觀的都市，本來就應該設法爭取（L3）。

一語道破謝長廷爭取世運的最大動機，高雄從 1994 年市長民選以後，即一直多方尋找與國際接軌的機會，包括舉辦一些國際性的會議、與外國城市締結姊妹市、主辦大型節慶活動等，期望提升高雄的國際地位。雖然國人對世界運動會不是非常熟悉，但其在國際上已經行之有年，四年一屆已經舉辦過七屆，從第一屆僅 1 千多位選手，到第七屆已經有 3500 位左右的選手，也可知其在國際上逐漸受到重視。可以想見的是，高雄世運是台灣第一個主辦的綜合國際性運動賽事，雖然世運會的規模無法與奧運會³相提並論，但參賽國也接近百國，參賽選手 5000 多人，且是貨真價實的「國際性」運動賽事，因此從申辦成功之初，即開始被歷任市長寄予厚望。

表 3-5 歷屆世界運動會舉辦地點及參賽人數

屆次	年份	地點	參賽選手數	正式運動種類	示範運動種類
1	1981	美國／聖塔克拉	1265	18	0
2	1985	英國／倫敦	1550	23	4
3	1989	德國／卡斯陸	1965	19	0
4	1993	荷蘭／海牙	1275	25	3
5	1997	芬蘭／拉提	2100	25	5
6	2001	日本／秋田	2193	26	5
7	2005	德國／杜伊斯堡	3500	34	6
8	2009	臺灣／高雄	5200	26	5

資料來源：中華奧會（2002）；本研究整理。

因為高雄世運代表著是一個將高雄推向國際舞台的大好機會，除了有助提升高雄市國際形象，對城市來說也是最好的行銷機會。以及世運期間外國媒體對高雄的報導，對提昇高雄國際能見度絕對是大利多，「讓世界看見高雄」是世運官方海報的標語，恰如其分的表達高雄市政府對世運最原始的期許。在 2009 年市府施政計畫中也提到（高雄市政府，2009）：

³ 北京奧運參賽選手總數約 1 萬 5 百人，高雄世運參賽選手約 5000 人。

隨著 2009 世界運動會期程迫近，代表著高雄在世界舞台上發光的重要時刻也即將來臨，市府團隊莫不以興奮緊張的心情，兢兢業業籌備這場盛大的運動嘉年華會，不論在健全比賽場館設備、推廣全民運動風氣、促進運動產業發展，以及各項交通運輸、觀光遊憩、人文藝術、國際人才培育上，都投注大量心力與資源，期望在 2009 年以最好的狀況站上國際舞台，讓高雄不僅是台灣的高雄，更成為世界的高雄。



圖 3-2 「讓世界看見高雄」



圖 3-3 「挺 Taiwan 高雄拼第一」



圖 3-4 「一次台灣的機會改變世界會實現」



圖 3-5 「來高雄 作英雄」

一直到世運圓滿結束後，陳菊還是把世運連結回到城市形象與城市行銷的原點：「高雄世運被國際世運總會稱許為有史以來辦世運最好的城市，大大提升高雄市的知名度，過去向外國人介紹高雄時，總會說高雄是台灣第二大都市、高雄港有多少貨櫃量，世運之後，可以向國外友人介紹高雄是舉辦 2009 年世運、而且辦得最好的城市。大大提升高雄市在國際的能見度與知名度。(聯合報，2009/07/29)」。

但高雄站上國際舞台還有多不同層面的意義。首先，對台灣整體來說，中國長期在國際上對台灣的打壓，不僅在政治上，也表現在所有國際參與的場合上，包括國際運動賽事。高雄市過去爭取 2003 年世界大學運動會時，就因中國從中作梗而吃了暗虧，最後投票時以些微之差敗給韓國大邱。有了太多類似經驗，這次爭辦 2009 世界運動會成功，是高雄的一大步也是台灣的一大步，國際盛事的辦理地點是「台灣高雄」，是台灣走入國際舞台的開始。如同前高雄市長謝長廷自豪喊出的：「台灣的國際化就要從高雄出發 (鼓聲市府月刊，2004)。」；之後的代理市長陳其邁也曾提到：「我想世運會不只是高雄，也是台灣的機會，這是有史以來第一次登上國際舞台，是台灣的榮耀，因此，二〇〇九年世運會有著重大意義；外交上，並不只有高雄市而已，更會把台灣推向國際 (莊金國，2005)。」。在世運期間，也有官方看板的標語表達了高雄以及台灣想要藉此機會向世界發聲的希望，例如「一次台灣的機會，改變世界會實現」。由這些發言和標語可以察覺到，對高雄來說，世運不僅是高雄站上國際舞台的好機會，更深層的意義是高雄代表台灣突破在國際外交上的限制。

第二，台灣兩大直轄市長期以來發展不均所形成的南北差距，對許多「下港人」來說一直很不痛快。而由高雄來舉辦台灣第一次國際性運動賽事，就如同高雄「超越」台北代表台灣，直接面對國際，這在平衡南北差距上具有指標性的象徵作用。謝長廷即表示：「過去，台灣一向以台北市為中心，台北經驗是其他城市

學習的對象，高雄能夠舉辦世運會，這項高雄經驗將成各縣市學習的楷模。他指高雄辦世運代表兩個意義，第一是世運賦予主辦城市共同的語言、願景及目標，第二是主場館能帶動運動風氣，未來加上開發體育園區、體育大學在高雄設立分部，高雄的活力會增進，這是其他地方所沒有的經驗（莊金國，2006）。」。現任高雄市長陳菊說的更明白：「一場世運，將彰顯一座城市，拓展一種視野，展現一種價值！也將讓全世界，在『中華台北』之外，看見『台灣高雄』（大華晚報，2008/12/25）！」。以及世運期間「挺台灣，高雄拼第一」的標語，皆刻意突顯了過去中央「重北輕南」的事實，並強調高雄將「越過台北」直接代表台灣面對國際。這樣的修辭不但更容易得到長期被漠視的「下港人」的認同與支持，也成為地方爭取中央補助經費的利器。

2. 以世運做為城市大躍進的跳板：對高雄市政府來說，世運的確被當作是一個「轉變的契機」，因為預期大型運動將帶來的效益，如流入大量建設資金，提升城市及主辦國知名度，促進觀光、創造商機，都是使城市脫胎換骨的好機會，也因此給了高雄市府更大的野心和想像。例如成功取得世運主辦權後，謝長廷即宣稱：「高雄市政建設將更朝國際化思考，重大建設會有明確時間表，也會有具體的城市目標（莊金國，2006）。」。KOC 執行長許釗涓在 2009 年 1 月 7 日市議會所舉辦的「高雄舉辦 2009 世界運動會與城市行銷」公聽會中的發言也談到：

爭取國際賽事主辦權，並非僅僅是表面的榮耀，顯而易見的，在競技賽事之外，更代表城市競爭力的展現，由於國際運動比賽具有一定規模，需要投入大量人力、物力資源，並增加完善的硬體建設。因此不僅是高雄市的街景、高雄市的硬體建設，在承辦的過程我們希望運動產業、觀光產業和文化活動能夠蓬勃發展，藉著這個活動，我們來累積高雄市舉辦國際賽事的經驗，因為主場館完成之後，高雄市所有的場館可以達到國際水準，未來我們希望還可以爭取到其他的國際賽事，所以未來希

望市民能夠多參與，然後來累積我們的經驗，最終目標還是提高我們的能見度，讓高雄跟國際接軌（許釗涓，2009）。

世運開幕前夕，陳菊也曾強調透過籌辦世運可以證明高雄市有處理國際大型賽事的能力與經驗；這是台灣、高雄的第一次，值得高雄人珍惜與驕傲（中國時報，2009/06/30）。

那高雄世運如何做為都市發展的推進器呢？曾在 2007 年到 2008 年間擔任高雄市府都發局重要官員的受訪者 G1，在提到大型運動賽事對城市發展的影響時，以西班牙巴塞隆納為例，明確的指出高雄市政府如何藉由巴塞隆納的經驗，將世運視為高雄都市發展所帶來的契機：



以大型運動賽事帶動城市發展最成功的例子就是巴塞隆納。巴塞隆納當時用了兩個操作方法，一個就是針灸法，一個就是透過大型建設與大型活動使城市躍升。針灸法部分就是針對 300、400 個點，針對端點進行改造，…，城市就有其自明性，環境改造的效果就會慢慢擴及開來。另外，大型事件的引入也很重要。…，一個城市透過大型活動有幾個會提升，第一個是城市知名度的強化，國際行銷的部分。第二，所有資源可以凝聚。因為世運有 deadline（截止日），有活動時所有建設就有限期完成的壓力，所以容易要到資源。第三，我們可以跟中央要錢。這是全世界的活動，你要不要給我錢，不給丟你面子。第四，市民的認同。辦喜事，城市透過大型活動煥然一新，市民內心也會受到影響。所以過去是資源累積多少，城市就會慢慢成長上去，但是巴塞隆納不是，是藉由大型活動的躍升式成長，再過一段時間慢慢成長，再藉由一大型活動往上跳。跳躍式的成長，辦世運就是我們希望能朝這個方向，把高雄帶上來。如果高雄可以找到自己的發展方向，跳躍的能量會更大（G1）。

而高雄市的跳躍正是以「全球城市」為目標，彷彿舉辦了世運以後就可躍升為世界一流的城市。前代理市長葉菊蘭就指出：「無論景觀地貌的改造、城市捷運系統的啟動、國際地位的提升，高雄都將在二〇〇九年脫胎換骨，以充滿年輕及活力態勢和世界級水岸城市並駕齊驅（莊金國，2006）。」。

代表市府發聲的「高雄畫刊」也指出：「高雄市這股造城運動，將為市民帶來兼具体閒的國家級體育園區、配合捷運通車商機的多功能高雄巨蛋，以及經過拷潭換水與變妝的蓮池潭風景區，還有從國際機場沿中山路到博愛路的迎賓大道、美麗島大道及迎賓大道。除此，更邀請荷蘭專業團隊掌舵，希望讓舊港區翻身，成為商機蓬勃、美麗的國際港灣城市（高雄市新聞處，2007）！」。



3.3 小結

藉由世運做為切入點檢視高雄邁向企業化城市的轉型，首先在都市政策與論述方面，我們可以看見，從市長民選開始，因為市長必須以政績爭取選票，建構政權的正當性，縱使中央還是掌握經濟發展政策的主導權，市長對於都市的經濟發展議題突然積極了起來。在吳敦義時期，賦予高雄市新的戰略地位—海運中心是其最重要的轉變，此時期可以視為高雄企業化轉型的開端。到了謝長廷執政時期，高雄市的發展定位從以多功能經貿園區的海運中心進一步被強化為「海洋首都」，海洋首都不僅包括經濟發展上的意涵，也包括文化上的意涵，初期，海洋城市景觀與意象的重建是以文化治理做為手段的一個對內塑造市民認同的工具。後期，經歷了燈會、國慶煙火等國內的大型活動，以獨特的愛河與港口，光與水的元素，展現了與台北完全不同的特殊性，以及互別苗頭的能力之後，深刻化了高雄在全台各大城市中「海洋首都」的形象，在高雄市民長期以來南北差距情結下，更加深對海洋首都的認同，也反映在 70 多% 的市民光榮感上。此一階段的文化治理策略可說是非常成功。

2004 年 6 月取得世運主辦權之後，帶給高雄一個轉變的契機，其一，世運是高雄站上國際舞台的最佳機會，更重要的是也是在國際上長期受中國打壓的台灣站上國際舞台的最佳機會，而高雄在此刻超越台北成為台灣接軌國際的門戶，對於翻轉南北差距有象徵性的作用。其二，遵循著西班牙巴塞隆納藉由舉辦奧運一舉翻身成為世界知名的觀光勝地的模式，高雄也將世運視為大躍進的機會，希望藉此一舉成為「國際級」「水岸城市」。

2004 年以後，歷任市長皆把世運的籌備作為最重要的政績，並以世運作為城市發展的中程目標。從 2005 年提出「健康城市」，到 2006 年架構更完整的「海洋首都—S.H.E.城市」，可以看到高雄都市發展政策與論述中幾個明顯的轉變。健康城市、運動城市成為高雄市新的都市發展定位；以「健康」與「生態」為名，創造更優質的生活環境的論述變成都市開發新的休閒、娛樂、觀光地點的最好修辭；延續前一階段的城市改造，新的重點放在舊港區碼頭，除了要開放舊港區閒置空間做為新的市民休閒地點所必要做的整修、美化綠化之外，更重要的是，打造符合國際水岸城市的門戶的意象，要讓世界看見高雄國際化的一面。大型運動賽事是由城市主辦，城市因此突出成了最重要的角色，受「光榮感」驅使，大規模的建設和新的政策方向也特別容易得到市民的認同，市府一方面藉此建立了政權的正當性，而籌備世運所需要大量的市民參與也得到的豐沛的支持。

在這一連串政策與論述過程的轉變中，最早在 1994 年第一任民選市長吳敦義時期，高雄都市治理即開始有了企業化的轉向，地方政府使用各種創新議題與論述來增強自身的能動性。1998 年以後謝長廷為高雄的企業化轉型提出了一套完整的架構與一種新的內涵，「海洋首都」以海洋文化的治理策略號召市民認同，並以「海洋」作為高雄特殊的產業競爭力。2004 年爭取到世運主辦權以後，「運動」與「生態」等元素加入了原本「海洋首都」的架構，豐富了高雄企業化轉型策略的論述內涵，因此以水岸開發與城市景觀重塑等施為作為高雄企業化轉型的主要策略雖是延續上一階段的政策，但新的論述以及預期伴隨國際運動賽事而來的城市行銷效益大大強化了其正當性，並賦予其「打造國際級城市」此更上一層樓的意義，以及落實到實質空間建設中，加速了其種種新的開發建設。

但是，筆者也發現了高雄市政府企業化轉型的策略與高雄都市發展危機間的斷裂。從謝長廷時期所開啟的以都市景觀重塑作為高雄企業化轉型的主要策略，雖收到不錯的成效，也得到大多數市民的認同。但高雄市政府原本寄望翻轉產業

轉型困境命運的海運轉運中心、多功能經貿園區，以及整體空間重構，卻未能有突破性發展。不僅作為經濟命脈的多功能經貿園區計劃因並未掌握土地所有權，兩岸三通尚未未成形，而沒有太多成效，嚴重影響高雄市整體發展。例如：貨櫃量一度排名全球第三的高雄港，近年陸續被南韓釜山港、大陸上海及深圳趕上（2003年全球第6）。再者，支撐高雄市1980年代中後期，以及整個1990年代經濟發展的建築與房地產業，受到1998-1999年亞洲金融風暴波及，再也無法持續擴張，進一步使得高雄市的經濟發展頓失所依。這些危機也使得高雄市財政面臨巨大考驗，營業稅這項重要稅收自2000年上交中央後，高雄市總稅收就從未恢復到2000年之前的水準，加上房地產業持續低迷，造成土地增值稅以及契稅這兩項與房地產榮枯緊密關聯同時是營業稅之外的最大宗稅收來源，自1999年迄今，僅達之前年均稅收的一半。高雄市的失業率也在謝長廷上任後創下新高（王冠棋，2006）。在此一階段中，雖然經濟發展也是地方政府的政策目標之一，但受限於中央政策搖擺不定，以及大環境政治經濟情勢不利的影響下，海洋首都城市景觀的再塑造於是反而凸出成為地方政府政策的重心。



2004年以後，「生態」、「運動」成為新的政策論述核心，其所引導的政策施為依然以都市景觀重塑以及更多的休閒、娛樂、消費空間的開發。而新的海洋首都-S.H.E.的發展架構中，經濟或產業發展正式則從政策綱領中消失，換言之，地方政府轉型為企業型政府，即是希望以自身優勢來增加城市的競爭力。而高雄的企業化轉型策略，在經濟發展方面始終無法有較大突破的情況下，城市景觀的重塑，以新的論述包裝以及對城市行銷重要性的強調，持續成為地方政府政策的重心，並巧妙的以運動城市、健康城市等新的城市發展定位以及想像讓市民「遺忘」經濟發展積弱不振的事實。

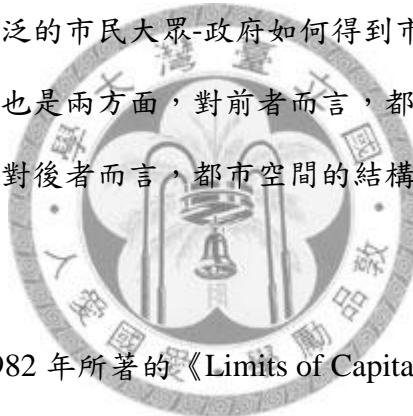
亦即，高雄的企業化轉型策略從謝長廷開始即被迫逐漸偏離增強經濟發展競爭力或推動產業轉型的路徑，而是以城市形象重塑、城市行銷作為主要策略，而

主要目的也由寄望經濟發展轉變為號召市民認同。而 2004 年世運此國際運動賽事的出現，給了高雄市政府無比強大的正當理由使整個都市發展的重心完全轉移到城市形象重塑與城市行銷。因此，可以說高雄的企業化轉型策略從一開始就無正面回應高雄的經濟發展危機（即產業轉型困境所衍生而來的經濟發展停滯及飆高的失業率），在此情況下，我們或可預見即使經歷了世運與企業化轉型的過程，高雄的經濟發展危機還是無法得到解答。



第四章 高雄世運的空間發展計畫過程

上一章討論的是世運如何改變的高雄的都市發展政策與論述，都市發展最終還是要回到實質的土地使用與土地開發。大型事件（mega-event）經常伴隨著大型計畫（mega-project），本節將分析高雄市在籌備世運的過程中，與世運相關的都市空間規劃與建設，藉此檢視這些計畫背後的邏輯。空間發展與土地開發方式的主導權握在市政府手上，其關注焦點依舊是在建立政權的正當性，要建立穩固的政權正當性則必須拉攏都市裡兩種人的支持，一種是私人企業資本-政府如何為他們創造財富，另一種則是廣泛的市民大眾-政府如何得到市民大眾廣泛的認同。亦即都市中的土地開發考慮的也是兩方面，對前者而言，都市土地如何成為私人資本積累、創造財富的空間；對後者而言，都市空間的結構與配置又如何成為看得見的城市競爭力。



David Harvey 早在 1982 年所著的《Limits of Capital》中早已對生產資本向都市開發進軍進行分析，提出了資本三級循環流動的觀點來解釋資本運動與城市空間發展的關係。資本三級循環包括：初級循環，即資本向生產資料和消費資料的利潤性生產的投入；第二級循環，資本向基礎設施的投入；第三級循環，資本向科教、衛生福利事業等的投入。Harvey (1982) 認為，資本在第二級循環投資是城市發展和變遷的主要決定因素，繁榮的房地產業和土地炒作的投機事業，給私人資本帶來了滾滾的財源，於是吸引了更多的過剩資本進入第二級循環。土地開發作為都市利益創造的核心，因土地在台灣作為一個商品，在公權力長期推動法令鬆綁、政策扶持，確保其價格居高不下，早已讓它淪為資本持續積累的工具，空間發展計畫自然也是土地利益所關懷的核心。而都市土地的開發通常是由一個成長機器（growth machine）所引導的，在 Molotch (1976) 的文章《The City as a

Growth Machine》中，認為成長政策是地方政治中最重要的面向，並提出兩個假設：

(1) 地方政治圍繞在土地發展上，並且由親成長聯盟（pro-growth coalition）所主導；(2) 親成長的地方政策塑造了都市的未來。Logan 和 Molotch (1987)《Urban Fortunes: The Political Economy of Place》的著作中，這個概念被更進一步發展。他們提出，為了讓都市土地使用價值具備高度的交換價值，因此地主聯合了地方政客、房地產業者、市中心的資本家，聯盟成為「成長機器」，一方面灌輸人民經濟發展重要的意識型態，另一方面大量從事都市計畫或更新，將交換價值的成長正當化為全民的共識（王振寰，1996）。

成長機器的理論觀點，也有效的指陳資本體系之於都市政權的重要性，唯有穩固資本體系，才能使政權得到支持，因此政府也積極以政策引導資本進入都市土地的開發。



而 Stone (1989) 認為都市政體 (urban regime) 本身所面臨最主要的張力是平衡資本家的經濟利益與一般市民享有公平正義，都市政要吸引資本家的投資，但也要贏得大多數選民的支持，雖然政治企業家掌握政策決定的權力，資本家與政客有緊密的結盟，但是讓民眾接受的或能控制民眾的政策仍然很重要，因此政治中心的分析不僅是回歸到政治家，也是要回歸到民間社會力量的探討。

2004 年以後，隨著世運確定在高雄舉辦以及都市發展政策與論述的轉向，也帶來一連串新的大型的空間建設計劃，主要可分為與運動相關的建設、以及非運動相關的建設，這些空間建設計畫如何符合創造資本積累以及獲得市民支持，分別敘述如下。

4.1 運動相關的空間建設計劃

世界運動會既然是一個跟運動有關的大型事件，必然會有跟體育運動相關的建設與計畫，此次高雄世運的比賽項目正式賽與邀請賽加起來共有 31 項，分散在 23 個比賽場地，為了迎接世運此 23 處比賽場地當然也是高雄市政府大力整修的重點，其中新建的體育場館有兩處--世運主場館以及高雄綜合體育館（高雄巨蛋），其餘被選定為比賽場地的地點大致分為三類，一是高雄市固有觀光景點或公園綠地，如：都會公園、澄清湖、228 和平公園、蓮池潭、西子灣等；另一類則是高雄舊有的體育場館，如：中正技擊館、國際游泳池、中正運動場、立德棒球場、陽明溜冰場等；第三類是一些學校的體育館，如中山大學、高師大、高雄中學等。為了分析上的敘述需要，筆者將其分成三大重點，第一是世運主場館的興建及其相關計畫，第二是高雄巨蛋的興建，第三是其他現有場館、場地的整修等，分別敘述如下。





資料來源: KOC (2009) 2009 高雄世界運動會觀戰手冊, p.18-19。

圖 4-1 世運各比賽場館位置圖

表 4-1 2009 年高雄世運會各比賽場地

編號	比賽地點	比賽項目
1.	都會公園	飛行運動
2.	主場館	開幕式與閉幕式、飛盤、橄欖球(七人制)
3.	中山附中體育館	拔河
4.	蓮池潭	輕艇水球、滑水、龍舟
5.	高雄巨蛋	運動舞蹈、體操 (韻律、特技、彈翻床)
6.	澄清湖	射箭、定向越野 (中距離、中距離接力)
7.	壽山國中	攀登
8.	陽明溜冰場	滑輪 (競速)
9.	快樂保齡球館	保齡球
10.	高雄縣立體育館	武術
11.	國際游泳池	蹼泳、水上救生 (泳池)
12.	中正運動場	浮士德球
13.	中正技擊館	撞球、短柄牆球、壁球
14.	高師大體育館	合球、巧固球
15.	文化中心至德堂	健美、體操 (有氧)
16.	高雄中學體育館	相撲
17.	228 和平公園	滾球
18.	立德棒球場	女子壘球
19.	中山大學體育館	柔術、空手道
20.	西子灣	水上救生 (海灘)、沙灘手球
21.	中山大學逸仙館	健力
22.	高雄市立美術館	定向越野 (短距離)
23.	義守大學	滑輪 (花式、直排輪曲棍球)

資料來源：整理自 2009 世運在高雄網站 <http://www.worldgames2009.org.tw/>

4.1-1 世運主場館及其相關計畫

世運主場館位於高雄市左營區中海路和軍校路口，為提供 2009 年世界運動會開幕之主場地及舉辦相關運動比賽，行政院體育委員會委託高雄市政府，興建一座可容納 4 萬席位的國際標準 400 公尺跑道田徑場及足球場。招標期間，為吸引國內、外大型營造廠商、建築師及技術服務機構與專業廠商參與體育場館統包工程，高雄市府特別在南北兩地舉行多場工程招商說明會。世運會主場館採設計與施工結合模式發包，最後由國內知名營造公司互助營造，結合在日本擁有豐富場館興建經驗的竹中工務店與國際知名建築師伊東豐雄，和國內的劉培森建築師事務所組成的團隊獲選。場館於 2006 年 11 月 22 日開始動工，2009 年 1 月完工試營運，總建造經費約 63 億，完全由中央支付。

作為高雄世運中規模最大、經費最多且最重要的建設，世運主場館的興建具有下列特色：



1. 標準足球場與田徑場：體委會為強化台灣申辦 2011 年世界大學運動會、2013 年東亞運動會及 2014 年亞洲運動會之競爭優勢，世運主場館肩負著最重要的角色。世運主場館國內第一座可容納 4 萬觀眾席之運動場，擁有符合國際標準 400 公尺跑道及符合國際足球總會標準之足球場，是台灣規模最大最完善的比賽場地，將來台灣若要在申辦其他國際大型運動賽事，高雄也會因為世運主場館成為台灣代表的首選地點。
2. 國際名建築師設計：建築師伊東豐雄在主場館的規劃上突破了傳統封閉運動場的概念，結合南部環境、氣候特色，採 C 型開放式的設計，呈現西北-東南 15 度傾斜走向，讓場館夏季引進西南季風，也有效使主看台與主跑道避開午後的太陽直射，讓運動選手和觀眾可以有一個更舒適的比賽和觀賽的環境。

巧妙的角度還能讓田徑場中近 8,000 平方米的草皮，每個角落每天至少日照 5.5 個小時。在外型上為「螺旋連續體」的設計，以 98 座馬鞍型清水模構成本體，157 支不同長度的鋼管支撐，再以螺旋狀的鋼材形成網狀連結，構成看台的屋頂架構（高雄市新聞處，2009）。

3. 符合永續發展精神：世運主場館揚棄了傳統建材，除了場館結構全部使用再生及 100% 可回收再利用的建材之外，所有原料皆為台灣製造。世運會主場館的屋頂由 8,844 片太陽能光電板結構而成，不僅充分展現了國內太陽能光電產業的成就（由台達電提供），也是全球第一座具有 1MPW（百萬瓦）太陽能發電容量的運動場，其螺旋型屋頂揚棄傳統的建築鋼板或水泥板，改以玻璃壓縮的太陽能板，一年可以發電 100 萬千瓦的電力，除供場館電力、冷氣使用，非賽事期間可出售多餘電力，既不會有過多的二氧化碳排放，還能增加市庫收益。另外，也符合 9 大綠建築指標的要求（高雄市新聞處，2009）。

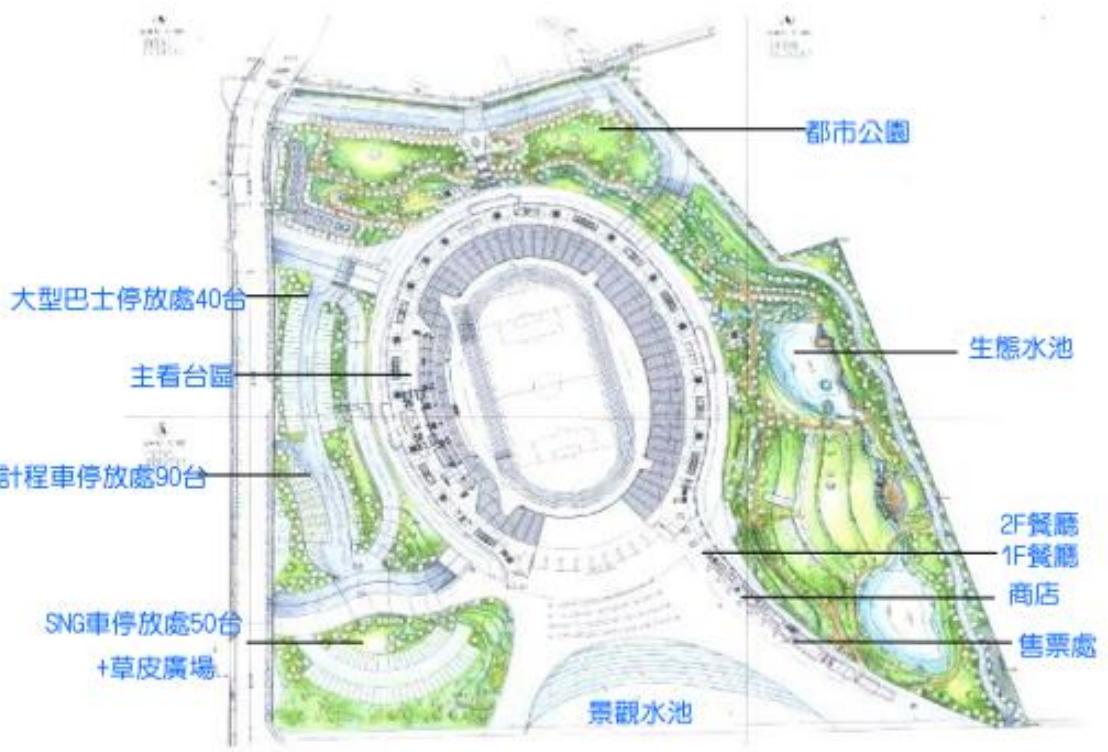
4. 「都市公園」的設計概念：總面積達 19 公頃的世運主場館，除了主體建築之外，外圍還環繞著景觀、運動公園的規劃，並結合生態池、公共藝術、步道、綠地植栽自行車道、複層林相，構成為一處充滿綠意的健康休閒公園，提供市民使用（高雄市工務局，2009）。



圖 4-2 世運主場館外觀



圖 4-3 世運主場館內部



資料來源：2009 世運會主場館新建工程網站 <http://stadium.worldgames2009.tw/>

圖 4-4 世運主場館配置圖

另外，隨著世運主場館而來的還有南部國家運動園區興建計畫，2005 年 8 月行政院經濟建設委員會會議即同意體委會所提出的「國家運動園區興建計劃」暨「國家運動園區-國家運動選手訓練中心設置計畫」。運動園區的構想是以集中各類型運動競技設施、設備、場地為主軸，並結合休閒育樂、人才培育、藝文展演、社區開發、城市行銷、資源保育等多目標進行規劃，故未來國家運動園區將具有下列功能：(1) 新興運動公園 (2) 運動選手的培訓場所 (3) 培育體育專業人才的基地 (4) 創造綠色運動環境的典範 (陳德齊，2006)。2008 年，體育委員會又宣佈「國家級運動設施整體興建計畫」，未來全國將分為 5 個運動園區投入建設，其中將優先推動南部園區 (經建會，2008)。南部園區以左營區南北設立營區為發展之起點，併同左營東勝利營區、鄰近中國石油公司的土地，以及結合國家運動選手訓練中心場館設施和周邊現有場館等，共同建構國家運動園區，並規劃做為爭取 2015 世大運、2017 東亞運、2018 亞運及 2020 年奧運主要運動場地 (陳德齊，

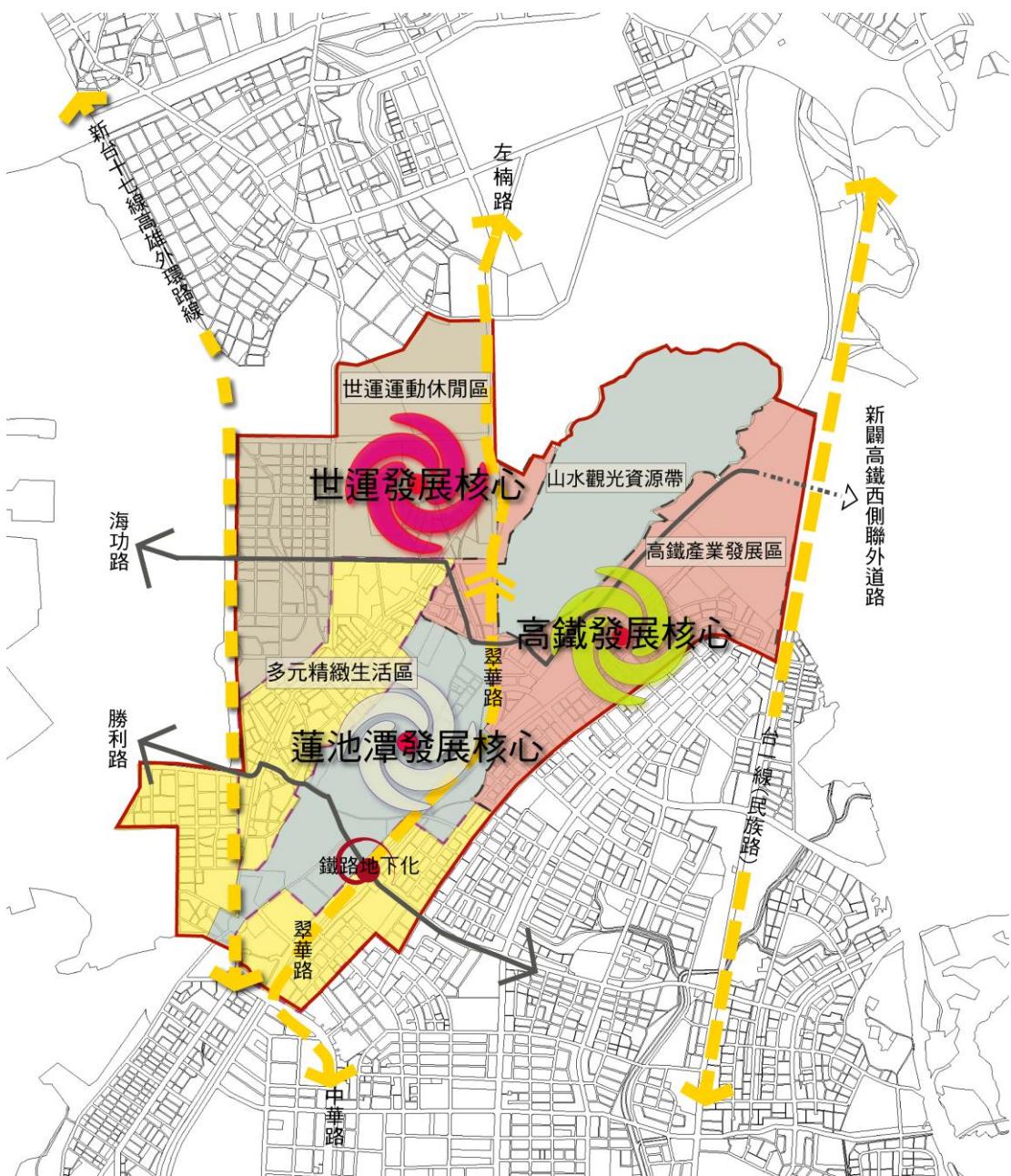
2006)。



圖 4-5 南部國家運動園區配置圖

在高雄市政府方面，則是配合 2009 世運會主場館推動周邊的都市計畫通盤檢討，以健全都市發展空間結構。高雄市左營地區長期以來為國軍海軍港區、軍事機關、廠庫設施及眷村主要使用及居住之區域，因應 2009 世界運動會主場館賽後設施轉用契機及捷運營運，左營地區將成為高雄市重要發展樞紐；再加上近年來，國軍在左營地區陸續釋出部分營地，加上老舊眷村整建及眷地騰空，國防部軍備局亦希冀對其管有之左營地區列管遷建騰空眷村大面積土地重新規劃、以提升土地效能。因此，為提昇軍方國公有土地運用效率，並促進左營高鐵站附近地區之交通、景觀、土地能再開發利用，故市府提出「2009 世運主場館周邊土地檢討規劃—左營地區土地整體規劃及都市計畫（含國防部管有土地）」，日前中油宿舍區已經以會阻礙世運主場館人潮疏散為由，被變更中油宿舍區劃分為特定運動休閒

專用區、道路用地及公園用地等，並擴大世運場館特區（大紀元，2007/11/26），期望藉由整體規劃創造高鐵站區附近土地利用價值、及帶動左營地區整體發展，也得到中央的首肯同意。



資料來源：高雄市都市發展局 (2008) 高雄市發展願景及重大計畫推案簡報。

圖 4-6 高雄左營高鐵站附近地區土地再開發整體規劃圖

綜觀世運主場館的興建以及相關計畫可以看出，中央在高雄左營投入 63 億所建造的世運主場館，對高雄的都市發展來說，確實具有非常深遠的影響：

首先，興建世運主場館總經費 63 億元完全由中央支付，雖然主場館屬於中央體委會管轄，但將來台灣若要在申辦其他國際大型運動賽事，高雄也會因為世運主場館成為台灣代表的首選地點。而且更棒的是，高雄市政府完全不用煩惱世運過後主場館維護及營運問題這個燙手山芋，雖將來舉辦大型活動的門票收入不歸市府，但是大型活動所帶來的人潮同樣給高雄市帶來潛在的消費力。

其次，2008 年北京奧運新建的兩座體育館--「鳥巢」與「水立方」的吸引國際注目，證明了體育場館背後的廣告效益，不只是實質的金錢收入，更是一個城市的品牌形象，是城市行銷最好的利器。建築已經成為一種包裝城市的方式，對外說明或保證投資環境，以及城市的意象透過國際事件與媒體的傳銷，良好的投資環境的形象以進一步吸引外資。為了讓世運主場館成為高雄向國際發聲的新地標，宣示高雄站上世界舞台之雄心，高雄市政府特別請了國際級建築設計師伊東豐雄主導設計世運主場館，伊東豐雄也不負眾望，世運主場館不論是其螺旋狀的外型、開放式運動場之設計精神、永續節能的太陽能發電，皆引起國際矚目。紐約時報在世運開幕前夕，便以專文稱讚世運主場館「不僅極具魅力，更著重與周邊都市生活、人文環境的結合，擁有其他類似規模建築少有的豐富人文氣息。」「伊東豐雄設計的這座體育場，雖不像北京奧運主場館「鳥巢」引起那麼多討論，但是它令人陶醉，魅力不下於鳥巢，強調的是在實體或象徵意涵上，將體育場內賽事與周邊公共空間和環境做連結（自由電子報，2009/07/17）。」對高雄來說，世運主場館作為一個偉大的運動場館建築，比起世運是更好的城市形象和城市行銷。

第三，左營地區的土地大部分為國有土地，軍事用地、眷村或是煉油廠、水泥工廠、製鋁廠及造船廠等，而隨著世運主場館在左營地區落地，不僅中央在左

營區優先規畫了國家運動園區，也給了高雄市府重新修正左營地區的都市計畫，爭取更多開發或使用國有土地的機會，帶動了此一地區的土地使用再結構。

4.1-2 高雄市綜合體育館（高雄巨蛋）

高雄市現代化綜合體育館，亦稱為高雄巨蛋（Kaohsiung area）位於左營區博愛二路與新莊仔路之交叉口。高雄巨蛋興建的想法源於 1989 年，高雄市以申辦亞運的名義，爭取將苓雅區中正體育場旁邊的法務部借用市有地之少年輔育院、觀護所使用土地變更為體育場用地（面積 16.7 公頃）包括容納一萬人的巨蛋球場、現代化體育館、國際標準游泳池的中正體育園區發展構想，為爭取亞運而準備。企圖以既有中正體育場用地擴大使用範圍概念，將鄰近地區法務部所屬少年輔育院，及南警部辦公室範圍使用之土地，由住宅區、商業區變更為體育場用地，朝向具備國際化水準的中正體育園區規劃。經由市府和法務部高層協議之後，遭「佔用」多年的市有土地，成功變更為體育用地歸還市府所使用。所以高雄巨蛋正是高雄第一次以運動賽事的名義作為變更土地使用以及爭取中央預算補助，並藉由開發體育休閒活動場所，提高市民生活福祉的訴求，向中央爭取補助的正當性公共政策，並建購用地取得的正當性的例子（吳文彥，2002）。

高雄巨蛋的蛋址選定於中正體育園區少年輔育院舊址後，然而因中正體育園區位於中山高速公路中正交流道附近，必須考量其營運後所匯集的車潮，將對週遭道路造成交通衝擊所帶來的負面影響。所以 1999 年高雄市議會審議本案預算時附帶決議：綜合體育館興建要「另覓地點，原少輔院地點改為青少年運動公園」。1999 年 5 月，「高雄巨蛋」一案由教育局移交工務局辦理後，工務局因應市議會決議，著手辦理中正體育園區與博愛路「左營○五體○一」用地兩興建地點的檢討評估，並於同年六月向市長簡報。2000 年 3 月工務局就中正體育園區交通衝擊評估

暨整體改善與左營體育館興建工程規劃暨評估兩案辦理情形後，將興建地點選定於「左營○五體○一」用地，以 BOT 投資案的型態建成，並經市議會第五屆第五次臨時會第三次會議確定。此後考量到民間企業自償率，再針對開發範圍及特許經營年限作調整之後，2002 年開始進行 BOT 招商作業。2003 年在兩間投標公司中評選出達欣公司為最優案件，隨後因應達欣公司原始開發投資計畫書表述，將籌組新公司與市府簽約，經工務局專案分析後向市長簡報，同意最優申請人達欣公司成立新公司與本府進行議約簽約之作業程序。2004 年與達欣公司為辦理本案所成立之漢威巨蛋開發股份有限公司完成簽約。確認高雄巨蛋以 BOT 投資案的型態建成，總經費 67 億元（體育館部份約 40 億元），中央挹注 7 億 5 千萬元，高雄市府出資 7 億 5 千萬元，其餘皆由民間投資。並於同年動工，2008 年完工開始營運。



高雄巨蛋最大設計特點在於，屋頂採輕巧之預力高拉力鋼索，內部形成挑高達 40 公尺之開放空間，搭配大型中央電子螢幕、活動天花板懸掛系統、電視立即轉播及音響、燈光等中央控制設備，1 萬 5 千個座席還可依活動內容改變座席數量和排列方式。巨蛋除了可進行籃球、排球等體育競賽之外，可移動式自動縮收座椅，更可以快速變更空間，成為演唱會、音樂會的音樂廳，及藝文展覽與演講廳，將成為高雄市最現代化、規模設備最完善齊全的多功能體育館。另外，高雄巨蛋結合亞力山大健身中心、漢來飯店宴會廳與漢神百貨等各產業，組成一座 29,807 坪的購物中心，建構出一座健康、休憩、購物三合一的多功能體育園區（聯合報，2008/09/28）。



圖 4-7 漢神百貨（前）與高雄巨蛋（後）

表 4-2 高雄巨蛋 BOT 開發案基本資料

開發案	高雄市現代化綜合體育館新建工程，主體分成三部份，綜合體育館、體育館附屬設施、附屬事業，附屬企業以購物中心的形式規劃。
開發項目	申請人應投資興建、營運 1 萬 5 千固定席位以上之現代化綜合體育館，用地交付方式以設定地上權方式提供申請人使用，特許年限 50 年。
地主	高雄市政府
投資者	漢威巨蛋開發股份有限公司
總投資額	67 億（中央地方政府各出資 7.5 億，其餘漢威負擔）
樓地板面積	體育館及附屬設施：4 萬 5 千多坪 附屬事業：2 萬 9 千多坪
開發期間	2004 年~2054 年

資料來源:整理自高雄市現代化綜合體育館新建工程

http://pwbgis.kcg.gov.tw/gym/gym_development.htm

高雄市政府對高雄巨蛋的其實是充滿期待的，在尚未爭取到世運之前，高雄巨蛋的興建也一直被寄予增加高雄舉辦國際運動賽事的籌碼的厚望。爭取到世運之後，隨著主場館確定興建，高雄巨蛋被賦予另一種與主場館不同的想像，在其簽定 BOT 合約時期高雄市政府就已經說得很明白「大高雄地區即將擁有一座結合“Park”及“Home Center”前瞻性概念規劃之高雄市現代化綜合體育館，為高雄此一

友善城市提供健康、陽光、“家庭式遊憩體育園區”、優質休閒生活空間及最適合居住環境以迎接後高鐵時代及高雄捷運時代的來臨（高雄市新聞處，2004）。」。因此高雄巨蛋最大的特點是結合購物中心，試圖打造類似東京巨蛋球場的運動休閒購物特區。

高雄市都市發展如果以鐵軌為界，長期以來都是鐵軌以南的南高雄繁榮程度勝過北高雄，高雄巨蛋位於北高雄的精華區，緊鄰未來新行政中心預定地農 16 特區、生活環境極佳的美術館區以及內惟埤文化園區，加上附近捷運、台鐵、高鐵三鐵共構，這些有利因素加乘之下，高雄巨蛋結合附近的生活圈形成北高雄的新核心，有效平衡高雄發展長期以來南北不均的情勢。此外，高雄巨蛋特區也成為高雄房地產業的新星，幾乎從 2004 年巨蛋開始興建以後，加上預期 2007 年高鐵通車、2008 年高捷通車後的利多效應，左營地區的房地產後勢看漲。2007 年適逢 3 年 1 次重新調整公告地價，3 年來公告地價以左營區調漲 23.41% 最高，而公告地價反應了公告現值，3 年公告土地現值調幅，巨蛋、農 16 至高鐵車站捷運沿線，每坪調漲約 20,000 至 40,000 元之間（大紀元，2006/12/14）。

4.1-3 其他現有場館

如前所述，其餘被選定為比賽場地的地點大致分為三類，一是市民常去的公園綠地或高雄舊有觀光景點，如：都會公園、澄清湖、228 和平公園、蓮池潭、西子灣等；另一類則是高雄舊有的體育場館，如：中正技擊館、國際游泳池、中正運動場、立德棒球場、陽明溜冰場等；第三類是一些學校的體育館，如中山大學、高師大、高雄中學等。

其中在舊有體育場館部分，包括學校的體育館，紛紛藉此世運的機會進行整

建、翻修或重新粉刷，加強硬體設備上的提供，使場地與設備皆能達到國際標準。其中較特別的是立德棒球場位於愛河畔，其一直以來都是高雄市主要棒球競賽場地，也是高雄人最重要的棒球賽記憶場所，早期職棒比賽的熱鬧情景，讓許多高雄人記憶猶新。惟立德棒球場因年代已久，相關硬體設施已顯得老舊，功能上亦以不敷使用，近期高雄市政府大力整頓愛河沿岸景觀，立德棒球場外型因此被認為與整治後美麗的河岸水景已無法相稱，適逢 2009 高雄世界運動會的舉辦，工務局投入一億五千餘萬元，藉著場地整建的機會，融合愛河沿岸景緻，重新打造立德棒球場與周邊景觀（高雄市工務局，2009）。

另外，在一些觀光景點及公園的部分，原本就做為高雄市觀光資源的一環，也藉著世運在景觀上重新美化，有煥然一新的感覺。例如西子灣是高雄市主要的海水浴場，西灣夕照是高雄著名的必遊景點之一，2009 世界運動會也選擇在此舉辦水上救生及沙灘手球等競賽項目，為使西子灣回復昔日沙灘綿延的風貌，工務局推動「西子灣沙灘景觀改造工程」，以人工岬灣進行人工養灘，回復西子灣昔日景觀，凸顯西子灣扮演高雄海洋城市及觀光價值的重要角色。又如蓮池潭，也是高雄市知名的觀光景點，四周環繞著春秋閣、龍虎塔、孔廟等富有傳統特色的廟宇建築，吸引許多國內外旅客前來遊玩。2009 年高雄世界運動會包括滑水、輕艇水球、龍舟等多項水上運動，就在蓮池潭舉行，為了符合滑水運動對於場地的需求，市政府在蓮池潭進行了多項改造的工程，從 2007 年 12 月在蓮池潭水域進行一項 30 年來最大規模的拷潭工程及周邊復舊工作將原本的水泥垂直版樁護岸，改以生態工法改造，施以生態緩坡護岸，2008 年 11 月底完成後，蓮池潭增加了 37 萬立方公尺的蓄洪量，經高雄農田水利會全力配合注水，達歷年水質之最佳狀態。且藉著蓮潭路人行步道鋪面、周邊景觀改善及自行車道串聯工程的陸續完成，蓮池潭的環潭步道及水域也以嶄新面貌呈現（高雄市工務局，2009），蓮池潭在這波換新裝的過程中，重新提升了在高雄市觀光資源中的重要地位。

高雄市政府因世運的舉辦需要賽事場地，新建了兩座體育場館，整修多間市有或學校的體育場館，不僅換新面貌，更皆符合國際賽事標準，另外還重新整裝了西子灣、蓮池潭等高雄固有觀光資源，一方面高雄成為台灣爭辦國際賽事的首選城市，也為高雄爭辦下一個國際運動賽事累積了實力，另一方面，也藉此機會重新整頓並提升高雄的觀光資源。



4.2 非運動相關的空間建設計畫

除了與運動相關的空間建設計畫外，伴隨著世運而來的還有與塑造城市形象相關的「地貌改造計畫」以及與提升高雄國際城市之競爭力的「基礎建設計畫」，茲分述如下。

4.2-1 地貌改造計畫

為迎接 2009 世界運動會在高雄市舉行，高雄市政府工務局提出「迎接 2009 世運會高雄地貌改造計畫」，以「捷運延路公園、廣場、地景改造」和「船渠、碼頭景觀改造」為兩大主軸，並持續辦理主要道路、橋樑、愛河沿岸及城市地景光環境之改造，以及左營舊城南北門、城牆古蹟之夜間照明及周邊景觀改善，並逐漸帶動社區環境改造。並計劃將改善美化博愛世運大道、中山路迎賓大道、美麗島大道，這三條加起來總長有 14.8 公里的南北重要軸線，塑造高雄市重要門戶新的景觀和意象，成為國際級迎賓大道（李玉芬，2007）。

1. 捷運延路公園、廣場、地景改造：配合捷運完工，高雄市政府工務局選定六處捷運沿線公園辦理地景改造，將捷運站附近地景配合捷運重新改造，使公園與捷運站成為一整體景觀，規劃辦理地景改造的六處公園分別是高雄公園（紅線 R4 站）、前鎮行政中心廣場（紅線 R5 站）、勞工公園（紅線 R7 站）、明誠公園（紅線 R14 站）、博愛公園（紅線 R15 站）及九如公園等，總工程費一億五千萬元（高雄市工務局，2006）。這些緊鄰捷運沿線的公園將與中山路迎賓大道、博愛世運大道等街道系統串連，提升捷運站週邊街道商機並建構徒步區，營造健康的生活環境。

2. 船渠、碼頭景觀改造：如上一章所述，市府以打造國際及水岸城市的願景，爭取本屬高雄港務局管轄之高雄舊港區開放 11 至 15 號碼頭及三號船渠東側土地的使用權交與高雄市政府規畫管理，其陸續被改造成真愛碼頭（12 號碼頭）、光榮碼頭（13 號碼頭）與其餘 11-15 號碼頭腹地，開放為給市民休閒遊憩的親水空間並連結都市自行車道系統。

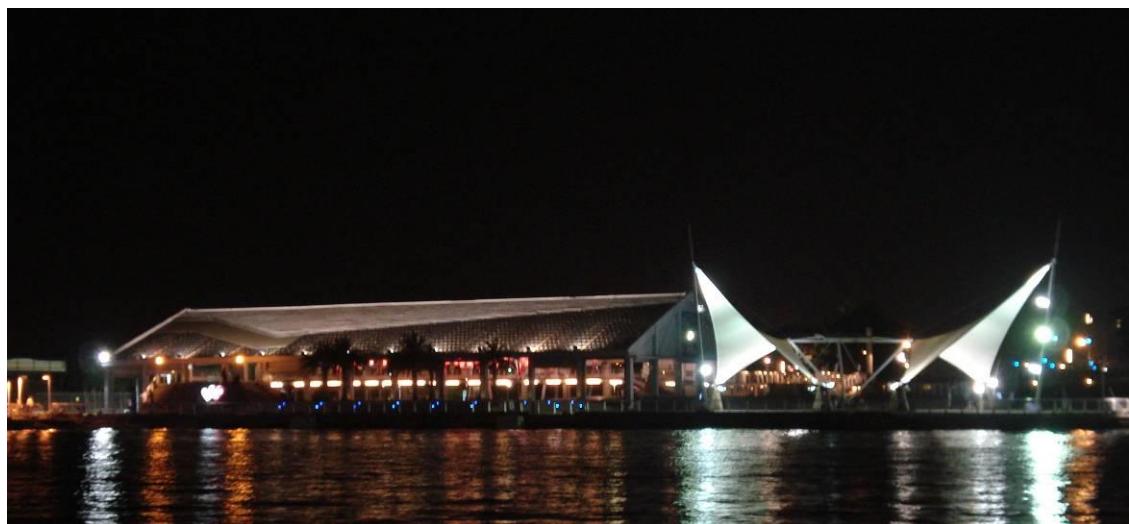


圖 4-8 夜間的真愛碼頭

3. 串連南北重要軸線的迎賓大道、美麗島大道與博愛世運大道：

(1) 迎賓大道：串連捷運車站沿線，迎賓大道全長 8.1 公里，北起新光路園道，南接高雄小港機場旁的飛機路，是高雄市區往郊區的重要軸線，也是對外迎接外賓到高雄的重要門戶。將整合沿線各交通號誌、標誌、路名牌、景點指引及路街燈四合一，以共竿形式統一呈現，完成後可呈現煥然一新的都市景觀（李玉芬，2007）。

(2) 美麗島大道：從建國路以南到新光路以北的中山路段配合捷運完工，將街路寬 50 公尺，長 2.5 公里的中山路（捷運 R8-R11 之間）規劃為美麗島大道，過去中山路泰半都因為商家踰越使用空間、停車或攤販充斥，使得景觀凌亂，人行步道有如停車場，錯綜複雜的景觀，有嚴重的空間壓

迫感，民眾寸步難行。這個計畫將三多商圈、大統商圈、新崛江商圈、玉竹商圈、城市光廊、中央公園等高雄主要商圈的地段全部都連接起來，兩旁各設 11.5 公尺的人行步道，其中徒步區為 5.75 公尺，指定區（可營業區）為 5.75 公尺。指定區除了廣為植栽，營造成為林蔭大道，沿線的商家也有充裕的空間經營咖啡、書報攤，以增加市民的遊憩空間（李玉芬，2007）。

(3) 博愛世運大道：為配合高鐵、捷運及高雄綜合體育館即將完工，規劃博愛路成為國際景觀大道，整合高雄綜合體育館及捷運車站之人行步道，串連愛河藍色水路，將南高雄美麗大道延伸至北高雄左營，提供優質人行空間，以加速平衡北高雄之發展。規劃為一條 50 公尺寬的林蔭大道，依各路段區域特性，分為商業活動區、河岸親水區、綠蔭休閒區、運動健康區等四大主題區域，同時兩側各留設 5.5 公尺寬的休閒步道，並分別留設自行車道，未來將串聯捷運站、校園的通學步道、愛河沿岸自行車道、內惟埤文化園區、河堤社區（李玉芬，2007）。

4.2-2 基礎建設計畫

在基礎建設中，最重要的兩項為都市自行車道系統的設置，以及配合中央 M 台灣計畫的「行動高雄」計畫。高雄市政府為了在世運期間展現高雄科技進步的一面，並在賽事過程中應用高科技的網路通訊能力於各方面，如：車訊管理系統、維安系統、賽事轉播系統、賽事資訊管理系統...等，透過網路進行訊息聯繫與監控，特別在賽事舉辦之前加緊寬頻網路管道與無線上網接收點的設置，分別敘述如下。

1. 自行車道：為迎接 2009 世運會，提倡市民運動健身觀念即達到減少能源消耗與空氣污染的永續城市目標，高雄市政府積極建構優質安全之自行車道系

統，預計完成後自行車道將達 180 公里，是台灣最長的城市自行車道系統。且七大自行車道系統可將旗津、愛河沿岸的景點加以串連，並與中山路國際迎賓大道、美麗島大道及博愛世運大道等結合，成為一個多元完整的自行車道體系。這個系統包括「旗津環島踩風自行車道」、「愛河連接蓮池潭自行車道」、「後勁溪自行車道」、「西臨港線自行車道」、「博愛世運大道」、「美麗島大道」、「前鎮河自行車道」，範圍涵蓋都會精華區與各重要觀光景點，同時還有民權、民生林蔭園道，以及捷運沿線與中正幹道，兼具運動休閒與城市景觀綠美化之功能。



圖 4-9 高雄自行車道一隅



資料來源：高雄自行車道系統網站 http://pwbgis.kcg.gov.tw/bicycle/Map_Show.aspx

圖 4-10 高雄市自行車道系統

2. 行動高雄無線上網起步：全球化時代各國資訊通訊的能力是國家競爭力指標之一，台灣也於 2004 年推動由內政部及經濟部共同推動 M 台灣計畫(行動台灣計畫)，規劃建設全島寬頻管道，以加速固網業者投入光纖到府建設，整合行動上網與無線上網，建置全國雙網環境。使台灣從 E 化進步到 M 化(M 指的是 Mobile，即行動之意) 在任何時間地點、運用任何設備都可上網，藉此提昇工作效率、增進生活便利，以大幅改善生活品質，同時提升個人與國家行動競爭力。

作為 M 台灣計畫的一環，高市府為了在世運時展現數位都會城市特色，積極加速打造 M 化無線寬頻行動城市，特別與工業局及中華電信共同攜手合作極力推動「行動高雄應用推動計畫」，期望能夠提供市民便利、行動化、寬頻無線上網和良好治安環境，並滿足 2009 年世運會賽事的應用，以展現高雄市政府建構 M 化城市、提升國際競爭力，與全球接軌提升數位城市評比排名的企圖心。這項計劃，最重要的一環是最新的 WiMAX 無線上網服務，為了配合在世運之前完成初步建設，工業局特撥 2 億協助 WiMAX 的基礎建設，共建設 25 個 WiMAX 的通訊彙集點，範圍沿捷運紅線，也就是小港機場以北，沿著中山、博愛及翠華路至世運會主場館及愛河五福橋至建國橋一帶區域，建置成約 20 公里的市區行動寬頻廊帶，幾乎涵蓋高雄人口密集區及商業區，提供無線上網的服務。全部工程於 2008 年底建置完成後陸續啟用，並在世運會結束前，免費供民眾無線上網。



圖 4-11 高雄市行動寬頻廊帶示意圖

4.3 新空間發展計畫的排除與風險

然而綜觀高雄近年來的空間發展計畫，以地方行銷為目的的公共設施是高雄的企業化策略核心，但這樣的企業化策略或許會造成一些不可不慎的風險。首先，攤開高雄市近年來都市空間建設發展史，從謝長廷時代以來，空間改造與城市美化就是政策主軸，初期以城市美學為皮，文化認同為骨，2004年以後逐漸以生活品質與生態永續作為政策論述，進行公共空間的環境形塑，藉由生活風格、文化認同、地景品牌等編織策略，引導城市走向打造消費地景的道路上。透過都市設計創造高品質都市形象的手段，是在越演越烈的城市競爭和都市企業化的年代，吸引資本和人的方法（Harvey, 1989b）。但是新的都市地景再也不是反映地方的意義與歷史的地景，而是消費與投資進行的舞台，成功的案例被廣泛的學習與大量的複製，無論是充滿歷史意義的老舊都市空間，或是新興商業區的打造，都是創造出一個吸引人、安全、創新（已經準備好要被投資開發）的城市印象的空間道具。都市建成空間與都市意義錯置而且表面，甚至是被樣板化的（Harvey, 1989b）。而這種與地方斷裂的消費地景的空間打造與新的都市行銷手法，常常為了鎖定標的顧客群的需要（通常是中產階級），經過再包裝重建的地區形象往往具有刻意簡化或忽略某些既有地方紋理的傾向，以建立吸引資本重新空間定著的新地方認同及新象徵地景（Chang and Yeoh, 1999）。因此這種新都市地景的打造，也造成了某些內在文化的被驅離或拔除，例如高雄市往返鼓山與旗津已有數十年歷史的傳統舢舨船，是許多高雄在地人往來旗鼓之間的主要交通工具，濃濃在歷史感與鄉土味在許多電影中是導演的重要場景。2009年5月時卻因配合市府新的觀光計畫被迫走入歷史，舊有停靠舢舨船的碼頭計畫擴建為有著海洋意象、「寬敞明亮」的候船室，雖然市府有發給船東獎勵金（約十萬），但對依靠舢舨船為生的業者來說，並不是維生的長遠之計，或許更是增加了高雄市的失業人口。又如，愛

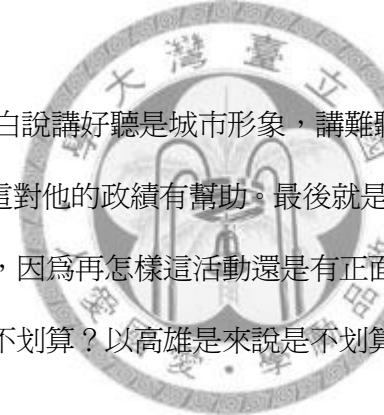
河沿岸與舊港區碼頭的美化與景觀改造一直是高雄市政府空間建設的重點，因此愛河畔的五金街雖然具有代表了高雄戰後產業發展縮影的歷史意義，並在 2009 年金馬影展大放異彩的台灣電影「不能沒有你」中作為代表高雄工業城市、鋼鐵城市、海洋城市意象的重要場景，但因景觀與改造後的水岸碼頭差距太大，從謝長廷執政時期就面臨了強制拆遷的壓力，並在世運前完成一部分的拆遷闢建為公園，電影「不能沒有你」的場景也變成歷史鏡頭。

筆者舉出這兩個例子並不是意味著世運造成固有的歷史空間被抹除，而是試圖指出，高雄近年來的空間建設計畫中地貌改造與城市美化是其非常重要的企業化核心策略，世運更強化了其效益與正當性，但是此種樣板化的空間美化過程，常在不自覺或來不及考慮到市民社會的聲音時即剷除舊有的都市紋理與歷史脈絡，對都市的歷史、地景與自身的特殊性都是一種傷害。

其次，在這一波世運相關的空間建設中，非常強調「生態」與「永續」的原素展現，例如新建的體育場館皆符合綠建築規範，象徵節能減碳的城市自行車道，廣闊公園以及許多空間綠美化的作為，但我們必須注意的是，這些論述與空間建設並不代表高雄已經真的變成一個綠色生態城市，例如：我們可以見到高雄的空氣汙染指數依舊是全台灣最嚴重的地區；高雄市民也還有大部分是「買水喝」，不敢飲用自來水；以及高雄的人均碳排放量高居世界第一…等等，縱使「生態」與「永續」的論述與原素大量出現，高雄市要成為真正的永續城市或生態城市還需要更詳細的規劃與積極的努力。

第三，從財政負擔的角度上來看，Lensky (2000) 指出地方政府常常涉及說服市民相信大型賽事的舉辦將會使他們的都市成為世界級的都市，並因此改變了稅金的用途。然而，與廣泛的社會融資和大規模投資相伴的是財政風險的上升。例如：主辦大型賽事常需要龐大的資金支出，這些支出可能會在賽事過後成為地

方政府的負債，例如，體育場館設施是城市一項重大的公共投資建設，新建的運動設施常在賽事過後使用率偏低、徒增地方政府維護管理成本負擔的問題，而居民是否會因為新的體育設施帶來實質生活上的效益，必須有更嚴謹的規劃。另一方面，舉辦世運所花費的 130 億，是否真的對高雄的都市發展存有長遠的利益，抑或只是建構市府政權正當性的工具？地方政府為求經濟發展所投注的建設，多造成難以彌補的資源浪費。全球化時代，在爭取投資的地方戰爭中，地方為發展所做的投資，失敗的比例卻是遠高於成功，許多地方在身不由己的城際競爭中，不得不先行投資以爭取外來資金的機會，然而大部分結果是留下空置的辦公大樓、購物中心、會議中心等，及每年高額的維護費用與負債。就筆者所訪問的學者中，也有一些對於世運對高雄都市發展的效益是比較悲觀的。



辦世運的好處坦白說講好聽是城市形象，講難聽一點就只是主政者的政績。主政者是積極的，因為這對他的政績有幫助。最後就是市民能否冷靜、理性的來看待，能辦當然是比不辦好，因為再怎樣這活動還是有正面啦，但是別忘了你投入的成本代價，這成本代價划不划算？以高雄是來說是不划算 (L2)。

機會成本很大，世運前後投入的資源上百億，這些錢可以做更有效的運用，可以用在刀口上，我們現在留下來的，有一個世運主場館，那個世運主場館後來的使用率一定不用說嘛，那還有什麼東西是真正可持續？還有一個 memory，就這樣。我們現在的產業經濟都苦哈哈 (L2)。

(高雄長期都市發展) 沒救，如果沒有持續性大型運動賽事來累積，一次的成果很難留得住，當初爭取 2011 世大運應該要爭取，但沒有，所以長期發展就是沒救 (L3)。

4.4 小結

高雄市政府籌備世運過程中空間建設計畫其內容可分為與運動相關的建設計畫、以及非與運動相關的地貌改造計畫，以及基礎建設計畫。首先必須強調的是，如同前述高雄早在世運之前已開啟了企業化轉型的開端，因此非與運動相關之計畫，或許就算沒有世運，也早已排定在高雄都市發展的建設日程表中。但筆者想要強調的是，縱使這些計畫早已排定，但如果沒有世運出現，執行與否還是未定之數，世運不僅確保了這些計畫被執行，也確保這些計畫資金來源的到位，以及加速這些計劃必得在世運之前完成或有部份成果，因此這些相關計畫或許不是因為世運而出現，但筆者認為世運是一個整備此相關計畫並吸入資源使其運作的關鍵核心，也正是筆者之所以以世運為核心作為切入點來討論高雄企業化轉型的主要原因。而深入檢視這些空間建設可以歸納出高雄企業化轉型中三大空間建設計畫之策略包括：基礎建設的再提升、休閒消費空間的打造、全球城市形象地景改造。



首先，國際性運動賽事的特徵就是其規模大、參與人數多，在交通、運動場地、住宿、媒體轉播等各方面都需有完善的軟硬體設施才有能力承辦，也是城市實力的展現。因此完善的基礎建設是舉辦國際型賽事的基本條件，高雄市第一次舉辦國際性賽事，首要任務就是全面提升其基礎設施至世界一流之水準，包括體育場館的興建、道路的興建、自行車道的興建、無線寬頻網路的建設等，這些建設不僅是對外實力的展現，也是未來都市發展的基礎。

第二，如 Zukin (1991) 和 Hannigan (1998) 所指出，後現代城市已經轉變為吸引消費、刺激消費的休閒娛樂地點，許多城市皆以大型開發計畫來打造，高雄巨蛋即是此一「消費地景」概念的展現，其不只是運動場館，也具有演唱會、音

樂會及藝文展覽與演講空間多種用途，市府藉巨蛋和其周邊的百貨公司的結合成為一個類似體育園區的概念，期待為市中心創造一個新的大型娛樂及消費地點。其他如捷運沿線公園步道、舊港區碼頭地景與空間的改造，行人徒步區的建設，城市自行車道系統的建立，也是新的休閒娛樂地點與消費地景的形成，也期待能夠為高雄創造更多服務性產業，加速產業轉型的腳步，並利用主場館、高雄巨蛋都座落在左營的機會，重新規劃北高雄的都市發展。無煙囪的觀光產業，利用整修世運比賽場館設施順便重新整修包裝大高雄地區幾個著名的景點，重新整合並提升了高雄市的觀光資源。

第三，大型運動賽事主要的效益來自其可以迅速提升舉辦城市的國際知名度，高雄自前市長謝長廷上任以後即致力於改造城市的風貌，融入在地山、海、河、港等景觀元素，塑造新的城市意象。藉由主辦世運，高雄也期望藉此機會一躍擠身世界一流城市，因此打造世界級的一流城市景觀刻不容緩，包括地貌改造計畫，三條重要南北軸線道路打造高雄門戶意象，皆顯現了市政府的野心。特別是世運主場館特別聘請日本知名設計師伊東豐雄來設計，建築代表一座城市的形象，世運主場館將是高雄的新地標，打響高雄向國際發聲的第一炮。

而這些概念也帶動了城市空間的再結構。世運主場館及高雄巨蛋皆落在北高雄的左營區，帶動了以往較被忽視的北高雄的發展，有助於平衡高雄南北區域發展，也改變了原本土地利用的形態。2006年高雄市都發局所製作的高雄市綜合發展計畫簡報中即指出，未來高雄市的產業分工布局將分為「北高雄：文化新都心；中高雄：經貿觀光港市；南高雄：國際運籌門戶」等三大區塊。而北高雄：文化新都心的核心產業是一運動、文化、生技、養生等產業，發展重點包括高鐵左營站、2009世運園區、新市政中心(農16)、都會公園、生技園區、中油煉油廠再利用更新、半屏山、左營軍區再發展…等(高雄市政府都發局，2006)。北高雄這樣的規劃即是肇因於，在世運主場館週邊新形成的休閒運動園區與高雄巨蛋週邊新

崛起的商圈帶動下，再加上高鐵左營站、高捷通車等效應，使得高雄市政府得以規劃北高雄不同於以往的產業發展及土地使用型態。

高雄市的空間發展計畫基本上是其政策與論述過程的具體實踐，順著政策和論述過程中的企業化策略邏輯，在籌備世運的過程中，伴隨世運而來的新的政策論述給了空間發展計畫新的方向，一方面回應過去工業發展對環境生態所造成的破壞，另一方面隨著大型運動賽事的來臨，城市行銷是所能被預期的最大效益，因此與優質生活空間、城市形象、都市基礎競爭力相關的空間計畫被放在建設的核心，「基礎建設的再提升」、「休閒消費空間的打造」、「全球城市形象地景改造」三個核心概念便是在此脈絡下被突顯，但其企業化的策略也同樣忽略了高雄市近年來所面對的經濟發展危機。



回到都市政權正當性的建立的觀點來看，高市府又是如何滿足穩固政權正當性兩大要角的需求呢？首先從私人資本角度來討論，雖然世運相關的空間發展計畫中私人企業直接參與的部分並不多，僅有高雄巨蛋 BOT 一案直接與私人資本結盟。縱使如此，巨蛋 BOT 已為私人資本帶來廣泛的大量商機。其一，在投資之初漢神百貨即已經評估指出高雄約 150 萬人口，百貨公司都分布在南高雄，人口過半的北高雄卻 1 家也沒有，而北高雄近 10 年來新落成住宅大樓達 100 棟，多是年輕人口，又有美術館、R13 農 16 特區等建設，商機可期（大紀元，2008/07/09）。而漢神巨蛋在 2008 年中開幕後，預期 2008 年下半年將創造 35 億營業額，一舉超越高雄地區 SOGO、大遠百等老牌百貨。漢神百貨可望以本館加上巨蛋新館的全年營業額，佔高雄市百貨公司總營業額（約 300 億）的三分之一，繼續穩坐高雄百貨業龍頭（蘋果日報，2009/08/19）。其二，如前所述，隨著百貨公司進駐，周邊業者也趕緊把握商機拓展版圖，為北高雄的發展注入強心針，連帶附近的房價也跟著水漲船高。而其他的空間發展計畫，雖然沒有私人資本直接參與其中，但是優質生活空間的打造創造的是房地產業者與觀光業者的利多，尤其是捷運沿

線以及高雄最重要南北道路軸線的地景改造，更進一步強化的捷運沿線的娛樂休閒消費機能。高雄市都發局在這段期間所推行的捷運沿線雙獎勵政策⁴，更增強了捷運沿線的「壟斷地租」，也帶動捷運沿線的地價上揚，推案數量更持續增加（張儀君，2006），創造土地炒作、房地產產業的可觀利益與潛力。

另一方面，從市民社會的角度來討論，高雄市政府藉由世運所拋出的邁向全球城市的口號與慾望，也大力得到市民的認同與支持。根據天下雜誌每年公布的縣市競爭力以及縣市首長施政滿意度調查，2009年高雄市長陳菊的施政滿意度從去年11名上升到第2名。而根據高雄市政府研考會2009年6月間委託民調公司所進行的市長施政滿度調查，結果顯示有72.4%的受訪者表示滿意市府施政，有76%的受訪者對陳菊的施政表現感到滿意，滿意市府施政的前10個項目是捷運、市容變好、舉辦世運、愛河整治、自行車道、世運場館、整體軟硬體建設、都會公園、道路平整及綠化等，顯見這些圍繞著世運籌備的空間建設計畫十分得到市民的認同。高雄市民的光榮感部分，有81.5%的受訪者認為身為高雄市民是光榮的事（高雄市政府研考會，2009）。顯見了高雄市民對於這一連串以高雄世運為核心的發展政策與建設，給予了高度肯定。

簡言之，高雄世運相關空間建設的企業化策略，可以說是一方面公部門在獲得世運主辦權之後，政策轉向創造「健康」及「健康」的都市形象，在都市土地的開發上自然也是遵循著這些論述方向，並隨著全球「永續發展」的潮流，創造健康、優質的生活環境是最高目標。落實到實質空間建設計劃，亦即透過新的地

⁴ 捷運沿線雙獎勵：

- (1) 高雄厝來換面計畫：高雄市都發局從2006年開始到2009年，針對紅、橘兩線的幹道建築門面改造提供補助，鼓勵符合條件的建築所有權人申請改造建築外觀，包括磁磚、造景及建築色調做改造，不論是集合住宅式的大樓、獨棟公寓或市空地綠美化只要審查通過就能得到30~80萬不等補助金額。
- (2) 高雄市容積移轉實施辦法：2008年底，都發局推出捷運沿線都市更新方案，針對紅、橘線捷運半徑六百公尺內的建築給予百分之三十的容積移轉比例，讓持有它處建築容積的土地所有權人可以申請移入紅、橘線捷運旁的建築物，以增加捷運沿線建築樓層及建築高度，讓捷運沿線建築土地可以高密度使用。

景和空間的塑造，一方面吸引資本和消費，另一方面也回應了高雄過去工業都市污染灰敗的印象，並給予市民社會一個好的都市必須要是如何健康、安全、生態的空間的遠景想像，藉由世運與「高雄國際化」、「南北平衡」之間的連結正當化政府走向企業化經營的政策，並穩固了政權的正當性。

但是在這些看似美好華麗的空間建設背後，卻隱藏著一些不可不慎的風險。第一，以地方形象與地方行銷為核心的公共建設為了鎖定特定消費群（通常是都市裡的中產階級）常傾向於將城市地景打造成一個樣板化的空間，但這種傾向卻很有可能在尚未考慮到都市舊有的紋理與其他族群的心聲時就已經先行了。第二，縱使存在大量「生態」與「永續」的論述，但以綠美化與綠建築為主僅有非常有限的生態與永續的效果，高雄想要扭轉長期以來累積巨大的環境生態破壞，並以綠色城市自居，需要更多的努力。第三，為了賽事舉辦所建造的體育場館常在賽事過後成為閒置空間，並徒留高維護成本的負擔，對市政府來說籌辦世運所花費的龐大經費如何使其能夠發揮經濟效益，也是地方政府必須要仔細考慮的。



第五章 世運中的都市政治過程

如文獻回顧中所提到的，由於大型賽事牽涉的層面甚廣，需要動用的資源極龐大，通常不是一個地方政府可以負擔與全面掌控的，此時便給了其他作用者進入都市政治運作過程的理由。這也與企業型政府的概念不謀而合，企業化是指政府透過組織變革的方式，採取私部門的管理哲學，其最終目的在改善政府機關組織的效率和降低成本。在政府所能運用的資源有限，地方政府要承擔的責任卻更多的情況下，企業型政府為使政府的運作更具效率、更具品質，地方政府必須縮小部門的規模，並且開始改變原來的治理型態。普遍的作法包括：採取企業部門的雇用制度、財務管理方法，以及改由私部門、志願團體或社區來提供公共服務，並尋求與商業行動者結盟（Pierre & Peters, 2000）。

對許多西方國家而言，採取不同的權力轉移方式已經十分普遍。例如藉由簽約外包的方式來提供公共服務的方式，不必像民營化一樣把全部的權力放棄，NGOs 機構或私部門就像「衛星」一樣環繞在政府的周圍，十分受到歡迎且被各級政府所普遍運用。除此以外，政府也越來越喜歡在政府內部設置準自主性的「執行機關」來執行政策方案。這類機關雖然仍屬於政府部門，但其運作及管理方式更像是私部門的企業組織。再者，也有透過府際間建立委託代理之契約來執行政策的方式，例如，中央政府的次級機關可委託地方政府機關來提供公共服務或執行政策，這種府際關係是建立在準商業契約的關係，而不是傳統治理上的委辦事項。最後，當然也有透過營利機構、非營利組織和公、私合夥等方式來進行政策的輸出。早前完全一致的地方行政的系統被轉變成一個更複雜的地方治理（local governance），它不僅是正式選舉的地方政治制度，它運作的影響力超越構成地方的生活和經濟的形式。在這個政治過程中，它是一個廣泛的作用者，包括選舉的

地方政府的制度，也包括中央政府、一系列非選舉的政府組織（在中央和地方層級），和從外部而來的制度的或個別的作用者，例如自願者團體、私人商業公司、大眾媒體和逐漸增加的超國家的制度，如歐盟，治理的概念聚焦於這些作用者間的關係（Pierre & Peters, 2000）。

本章進一步以高雄世運的籌備過程作為分析的切入點，聚焦於高雄企業化過程中複雜的都市行動者間的關係以及都市治理轉變，其中牽涉到 5 個主要的行動者，包括中央政府、地方政府、KOC、私人企業以及市民社會等，整體架構以這些行動者所扮演的角色出發，一方面可以理解這些行動者在都市治理中的重要性與否，另一方面亦可以從事件中理解各行動者如何合作、衝突、協商、聯盟的各種關係形式，以及所塑造出來的都市治理轉向的具體實踐。因此本章將分析這些行動者在世運過程中所扮演的角色以及他們之間的關係，來理解這些作用者如何介入並改變了高雄市都市政治過程，茲分述如下。



5.1 中央政府：掌握財政大權

台灣申辦世運的構想，最早是中央的行政院體委會在 2002 年開始即有申辦世界運動會的意願，7 月時首度邀請國際世界運動總會（IWGA）會長朗•弗契（Ron Froehlich）來台訪問，根據前總統陳水扁的說法，當時與會的臺南市政府代表、高雄市政府代表皆對申辦世運展現高度興趣，但後來高雄市更為積極（自由電子報，2009/07/23），隨後陳總統指示行政院、體委會開始進行各種申辦「2009 年世界運動會」評估及申辦準備。2003 年 4 月 30 日，行政院體委會函轉 IWGA 會長信籤給中華奧會，請該會依 IWGA 規定，完成相關申辦作業，並副知高雄市政府。高雄市謝市長與體委會主委林德福 5 月時分別致函 IWGA 表達高雄市申辦 2009 年世界運動會之意願。同年 6 月 11 日，行政院體委會召開「申辦 2009 世界運動會第一次籌備會」，此為一跨部會會議，與會者包括許多單項運動協會理事長、外交部、高雄市政府、中華奧會、國際奧會委員連絡處等代表組成，這是國內首次在申辦國際性運動賽事時，得到相關各單位的支持（鄭勵君，2007）。7 月 2 日，行政院正式發公文同意由高雄市政府代表申辦 2009 年世界運動會，至此由高雄申辦世運會塵埃落定。

正式成為申辦城市之後，高雄市由教育局副局長蔡協族、中山大學陳以亨教授與教育局科長鄭勵君等人與中央組成 6 人小組，分別至荷蘭鹿特丹、瑞士蘇黎世、義大利米蘭及西班牙巴塞隆納等地拜訪國際運動總會的執行委員，主動進行遊說，同時為了避免中國大陸打壓，一切行動都是在極為低調與機密的情況下進行。由於世運會舉辦地點採申辦制，由 IWGA 執委會實地視察後開會決定，主席具有高度主導權。因此同年 12 月高雄姚高橋副市長邀請總會長朗•弗契來高雄訪問，其對高雄市留下良好印象。2004 年 1 月，高雄市申辦書依 IWGA 會長及執行委員建議後，重新修正並寄達 IWGA 總部。2004 年 6 月 14 日 IWGA 會長與高雄

市謝市長正式簽訂 2009 世界運動會主辦書，並正式對外宣佈高雄為 2009 年世界運動會舉辦城市。

如同中央主導經濟發展政策一樣，中央政府在高雄主辦世運的過程中扮演舉足輕重的角色，因為最初中央政府邀請 IWGA 總會長來台訪問，才給予高雄成為代為申辦城市的機會。而根據前 KOC 執行長陳以亨表示，這次高雄市申辦世運會主辦權取得優勢，主要是因為高雄市願意以全市之力，甚至，傾全國之力（中央在政治和經費上都同意全力支持）來辦這樣的一場國際性運動會的決心與魄力，此為贏得 IWGA 青睞的主因（陳亞甄，2008）。

2004 年正式宣布高雄成為 2009 年世運會主辦城市之後，中央政府的角色轉變為高雄市政府財政上最大的支持者。從下表 5-1 中可以得知，為了高雄舉辦世運會，中央在對高雄的直接補助即高達 77.5 億元。其他像世運場館整修工程、西子灣海水浴場岬灣景觀改善、捷運沿線及重要道路景觀改善工程、公園美化、自行車道系統建置…等等相關工程，皆配合中央擴大內需計畫向中央申請補助經費 5 億多，雖無資料確定最終中央對這些相關工程的補助經費的總額，但根據表 5-2，可以看出從 2004 年開始高雄爭取到世運以後，中央補助款確實是有大幅的增加，並且遠勝過另一個直轄市台北市。

雖然中央出錢、地方出力的模式在 2008 年中央換成國民黨執政後受到很大的挑戰，2009 年 6 月，中央把 KOC 所申請的舉辦世運之 8.4 億經費大刪 2.3 億。為此陳菊聯合市議會召開記者會高分貝向中央抗議，使用：「高市被糟蹋、高市孤軍奮鬥（中央社，2009/06/17）」等情緒性字眼，並指出運動應該不分藍綠，世運是全台灣的世運，辦好是全民的榮耀，不應該要有黨派或機關（中央地方）之分。隨後，體委會感受到強大的壓力也召開記者會反擊 KOC 浮報經費，雙方開始陷入口水戰。在幾次攻防之後，體委會同意再撥款經費 7800 萬元，陳菊指不願再爭，

經費缺口由市府支出。由此事件可以看出，中央換黨執政後，雖不願再給反對黨執政的高雄市政府那麼多的補助，但陳菊市長明顯的利用台灣第一次舉辦的國際運動賽事-世運會，連結了台灣的「國族主義」，甚至進一步連結了高雄長期南北差距下的悲情意識，帶給體委會非常強大的壓力，雖無正式的統計，但那幾天身在高雄的筆者，不論是與高雄當地人之間的交談，或是 PTT 高雄版上對於此事都討論的非常熱烈，且幾乎一面倒的認為是中央在欺負高雄，媒體對於此次事件也相當關切，在種種壓力之下最終體委會還是願意退一步再撥款給高雄市政府。

那中央政府身為作大的財源供應者，對於高雄市政府辦世運是否具任何影響或主導的權力呢？根據筆者的訪談，中央政府僅是指導單位、經費補助單位，最大的權力在於審核市府或 KOC 所申報經費的計畫，但是在執行過程中，僅 KOC 每個月一次的工作部門會議，以及 KOC 主辦的大型活動，中央會派人下來參與，其他業務中央不會也沒有干涉的權力（K1）。



表 5-1 中央直接補助高雄舉辦世運經費一覽表

項目	經費 (百萬元)
世運主場館	約 6,300
高雄巨蛋	約 750
2009 年籌辦世運預算	約 700
總計	約 7,750

資料來源：作者自行整理

表 5-2 高雄市接受中央補助款

年度	高雄 (百萬元)	台北 (百萬元)
2003	15,462	3,719
2004	25,324	3,731
2005	34,297	3,797
2006	21,719	3,148
2007	7,969	3,593
2008	18,529	17,682
2009	29,134	17,692

資料來源：整理自各年期台北市統計年報及高雄市統計年報

5.2 高雄市政府：衝刺世運行銷

高雄爭取代表台灣申辦國際性運動賽事其實可以追溯到 1989 年爭取申辦 1998 年亞運之時，當時即引起台北市與高雄市的強烈競爭，高雄市雖企圖把體育政策與「平衡南北差距」的區域發展政策串連，作為爭辦的籌碼（吳文彥，2002），後來還是輸給台北。直到 1997 年體委會正式成立以後，台灣的體育政策在制度上才有了明定的制定機關，1999 年體委會所發布之「中華民國體育政策白皮書」中明確指出，預計在 2010 年之前主辦東亞運動會以上國際綜合運動會至少一次，申辦國際性運動賽事也才成為中央重要的體育政策（田孝倫，2002）。而後台北與高雄皆代表台灣申辦過幾次國際性運動賽事，但由於歷任高雄市長對於國際運動賽事的積極及與連結「平衡南北差距」、「平衡區域發展」的說辭，從 1991 年以後，高雄可說是代表台灣申辦大型運動賽事的首選地點，長年多次申辦國際運動賽事雖然都失利，但累積的豐富經驗也成為高雄的利基之一。2004 年確定做為第八屆世運的主辦城市後，高雄市政府的任務主要是場館、交通兩大部分基礎設施的供應，但是跟其他主辦國際運動賽事的城市一樣，期待將城市發展進程連結上世運，高雄市政府主要把目標放在城市形象的打造與城市行銷。城市形象的打造在空間建設計畫中已經分析，故不在此贅述。

另外，當然高雄市政府的責任除了城市行銷外，還必須負責籌備其他龐大與複雜的相關業務，這方面高雄市政府成立一專責單位機關 KOC 來承辦，由 KOC 來負責籌備世運的核心業務，此部分在第三節中有詳細敘述。而私人資本與市民社會又是如何與高雄市政府與 KOC 之間產生互動與連結，則分別在第四節與第五節中從私人資本與市民社會的角度出發來討論。所以此節將以高雄市政府在世運行銷中所扮演的角色做為敘述的重點。

城市行銷又可分為國際行銷、國內行銷兩部分。在國際行銷部分，首先最醒目的就是世運的標誌及吉祥物的設計。高雄自許為海洋首都，在世運標誌、獎牌及吉祥物的設計上處處可見海洋的元素，例如高雄世運標誌以漢字「高」為藍圖，五彩繽紛的字型以彩帶樣貌呈現，體現出世界各地選手歡聚同慶的氛圍，起筆處的橘色與收筆處的藍色筆尾，則分別表現出旭日光輝及捲起的浪花，代表著陽光城市與海洋首都之意，而律動的字型則如選手比賽時的亮麗身影（2009 世運在高雄網站）。



圖 5-1 高雄世運標誌



圖 5-2 高雄世運吉祥物

而高雄世運的吉祥物「雄哥」與「高妹」的名字是從高雄兩字延伸而來，兩隻水精靈以半透明的水滴狀呈現出高雄市為陽光城市和海洋之都的意涵，水精靈頭型是以水滴的造型呈現，身體則是發光體，用以展現高雄「光的城市」意象；水精靈頭上的小球更是代表著世運主場館採用不會引起污染的「太陽能」發電，隱含著永續的意涵。其主要核心概念--「水」之意象，是發想自高雄的地理環境特色，稱為海洋首都；而「光」則是高雄市政府致力營造的「光的城市」的形象（2009 世運在高雄網站）。

整體而言，高雄世運標誌與吉祥物皆契合高雄海洋首都的形象，以及呼應世運主場館永續環保的概念，並以繽紛的色彩及可愛的動作，代表了高雄市民的熱

情與友善，也符合高雄市打造的「國際水岸城市」形象，是作為城市行銷的第一步。

另外，世運做為一項國際性運動賽事，但是卻不像奧運或世足賽一樣引人注目，因此比賽前向世界行銷世運，提升世運知名度，邀請國外觀光客前來觀賞世運，對於國際世運運動總會與高雄市政府來說都十分重要。但綜觀高雄世運會賽前國際行銷部分其實並不太過，大約是從 2008 年底至 2009 年上半年才開始較積極有數場前往台灣鄰近城市的國際行銷活動，另外也是在 2008 年底開始，市府在北京、新加坡、香港、澳門等華語國際大城的機場、車站等人潮進出的據點購買行銷世運的燈箱廣告。

表 5-3 世運國際行銷活動

時間	活動
2005.07	赴上屆世運主辦城市德國杜依斯堡接下世運會旗，並於閉幕典禮上表演，宣傳下屆高雄世運。
2007.04	參與 2007 年在北京召開的國際運動年會 (Sports Accord)
2008.03	隨著海軍敦睦艦隊啟航的外交之旅，在船上設置世運燈箱，以及在電視牆播放世運影片，將世運推展至中南美洲友邦國家。
2008.08	高雄市長陳菊拜會蘇格蘭國家體育文化部門執行長保羅
2008.10	赴香港舉辦國際行銷活動，並請藝人蔡依林擔任此次活動大使
2008.10	參加法國摩納哥 (Monaco) 運動賽事年會，行銷 2009 高雄世運海外轉播權。
2009.03	參與 2009 年在美國丹佛召開的國際運動年會。
2009.03	配合世界棒球經典賽，陳菊親赴日本東京行銷世運
2009.03	結合馬來西亞保齡球公開賽，舉辦「高雄世運杯保齡球挑戰賽」。
2009.04	赴新加坡，在當地頗負盛名的萊佛士城商場 (Raffles City) 舉行「高雄世運九號球前哨戰」活動。
2009.05	陳菊親赴中國北京、上海參加中國行銷活動，並與北京、上海市長對談。
2009.06	赴峇里島行銷，與印尼攀岩高手進行示範友誼賽。

資料來源：作者自行整理。

雖然如此，但是高雄市政府把國際行銷的重頭戲放在伊東豐雄所設計之世運主場館的開閉幕典禮。對於開閉幕表演開如何呈現高雄與台灣之意象，高雄市政府私毫不敢馬虎。KOC 於 2008 年對於「2009 世運開閉幕典禮執行團隊」舉行公開徵選，最後從三家競標團隊中評選出「安益國際展覽股份有限公司」之提案。安益集團脫穎而出的關鍵在於所提企劃內容具完整性與可行性，並整合國內外相關專業團隊（高雄市政府新聞處，2008），如總策劃為安益集團總裁涂建國，總導演請來台北藝術大學校長朱宗慶，創意總監則是安益集團總公司德國的 Tobias Stupeler（2005 世運開閉幕典禮創意及藝術指導）來擔任，並號召全國頂尖的各領域藝術家參與主秀的策劃⁵。為什麼世運的開閉幕典禮（尤其是開幕典禮）對於世運行銷來說如此重要？在國內外已有數百場策展經驗的安益集團總裁涂建國談到：「Mega-event 必須做到的是國際議題的行銷，其目標為 (1)宣揚活動舉辦的宗旨；(2)塑造國家或主辦城市的願景與形象；以及(3)贏得認同凝聚資源。所以，一個高知名度名牌的 Mega-event，可以為城市建立絕佳的行銷平台。一方面透過賽事舉辦，讓世界了解主辦城市的進步；另一方面透過開閉幕式的全球實況轉播，讓世界有機會看見主辦城市與國家文化與藝術的軟實力⁶。」。

除了要求盡善盡美的開閉幕典禮外，高雄市政府也特別注意世運的海外轉播部分。負責世運轉播的公視電視台，為了達成全球 5 大洲收視零時差的轉播，特別租用 4 顆衛星，且為了世運轉播，動員了上千人次的工程技術人員，動用全台的高畫質轉播車與攝影機，出動超過 30 輛 OB（戶外實況轉播車）車；此外，為了抓到各種可能的畫面，開閉幕儀式時還將動用飛行船做為動態高空拍攝點，這是台灣電視史上最高規格的轉播。

⁵ 參與世運開閉幕式的頂尖藝術工作者有：製作人平珩、陳錦誠、導演李小平、助理導演王嘉明、舞蹈統籌王雲幼、視覺統籌曲德益、視覺設計李明道、燈光設計車克謙、音樂統籌劉慧謹、音樂設計錢南章、鍾耀光、黃堃儀、櫻井弘二、洪千惠等人。根據朱宗慶導演的說法，可以被稱為「老師」的即有 100 多人。

⁶ 資料來源：2009 年 12 月 1 日「展示科技發展趨勢與應用研討會」會中 11:10-12:30 安益集團總裁涂建國先生之演講，演講題目為【從高雄世運開閉幕典禮談大型活動的策劃與執行】。

世運過後，高雄市政府新聞處統計了世運期間的國際曝光率，指出這次世運計有 28 國家 136 名媒體工作人員抵高雄採訪，開幕式海外轉播 11 個國家地區，而世運精彩賽事畫面轉播，透過 ESPN 轉播，涵蓋及一百餘個國家，透過 EuroSport 轉播遍及歐洲各國家（地區）。至於世運官方網站流量統計，從 7 月 16 日至 21 日下午 6 點止，累計 56,499 名訪客，74,754 次造訪次數；分別來自 108 個國家地區，2,074 個城市。新聞處長許銘春即說：「高雄世運對於國際知名度尚待努力的高雄來說，其總產值將遠高於世運期間各項產值（中華日報，2009/07/31）。」

在國內行銷部分，由於世運事非奧運項目，國人對其運動比賽項目大多不熟悉，加上國內運動風氣不盛，而高雄市政府既然已經把世運當作都市發展的中程目標，如何吸引國人注目增加世運知名度，提升民眾參與世運的熱度，就成為很重要的課題。所以可以預期的是，高雄市政府在國內行銷方面一定會比國外積極許多。



高雄世運的國內行銷對象大概可分為兩類，一類是以全台灣人民為行銷對象，吸引台灣國內其他縣市旅客世運期間來參與世運，遊覽港都；另一類則是以高雄市民為行銷對象，增加高雄市民對世運的熟悉度，認同並參與世運。

再以全台為行銷對象方面，有幾個較大的話題來炒熱世運氣氛。首先，高雄市政府打響世運行銷的第一砲就是在 2006 年中，即慎重地以國內單一標誌甄選最高獎金（40 萬元），舉辦「2009 世運會 CIS 識別標誌設計徵選」，向國內設計菁英招手，優厚誘因加上國際運動史上具歷史性的獲獎光彩，從 8 月 8 日開始公開收件至 9 月 15 日截止，共收到來自全國各界 1691 件參賽作品，並邀請國際知名且深具國際大型運動賽會設計經驗的設計師擔任決審評審，像是曾擔任東京奧運和長野冬季奧運的設計師—日本的福田繁雄、漢城奧運吉祥物設計者—韓國的金炫、雪梨奧運視覺形象系統設計者 Richard Henderson，結合國內專家學者財團法人台

灣創意中心張光民執行長及高雄師範大學視覺設計系主任李億勳等人，經由專業嚴謹與國際視野角度的評選過程，才決定最後的首獎作品。這麼慎重而嚴謹的徵選過程，加上首獎 40 萬元獎金是國內單一標誌甄選有史以來的最高獎額，除了顯見高雄市政府對世運的重視程度外，其實也是吸引國人注目、國內行銷的手段之一。

第二，2006 年底，市府與當時台灣最紅的運動員-旅美洋基隊投手「台灣之光」王建民簽約代言世運（合約一年），並拍攝王建民跳國標舞的中、英文宣傳短片，話題性十足，還發行相關限量商品販售。2007 年是王建民在大聯盟大放異彩的一年，不但投出了 19 勝的佳績，還入選了美國時代雜誌 2007 年全球一百位最有影響力的人物，在王建民之前曾入選過的台灣人只有陳水扁總統以及李安導演。王建民優異的投球表現不但風靡全台，甚至在美國紐約也是媒體寵兒，因此 2007 年中在紐約召開 2009 高雄世運海外宣傳記者會吸引所有紐約主流媒體到場，王建民確實是最好的國際行銷與國內行銷的世運代言人，高雄市政府也印製了五十六萬份的王建民大型海報，與高雄畫刊一起分送給市民，宣傳高雄世運會。



圖 5-3 王建民代言世運海報

圖 5-4 王建民代言世運公仔

第三，2008年9月，距離世運開幕已經不到一年，做為世運最佳宣傳的伊東豐雄所設計的世運主場館舉辦徵名活動，當時主場館被體委會命名為「行政院體育委員會高雄國家運動場」，高雄市長陳菊指稱此名像是在宣示中央的主權，不利行銷。高雄市立委管碧玲也曾在對體委會主委戴遐齡質詢時提出，「北京奧運鳥巢、水立方等運動場館早在興建之前就為其取得響亮而易記的名稱，也不斷成為北京奧運的話題；而高雄世運主場館比之北京奧運的運動場館毫不遜色，這麼好的主場館應該有一個響亮的名稱，來成為傳頌的話題及說故事的題材，為高雄世運加溫宣傳，要求行政院應為主場館辦理公開徵名（管碧玲新聞部落格，2008）。」再加上設計師伊東豐雄也支持以公開徵名的方式，由市民來決定。體委會遂於2008年年底舉辦兩階段的世運主場館命名網路票選活動，公開的網路票選活動不僅是希望以民眾的創意取一個響亮的名字好揚名國際，提升高雄世運的國際能見度，更重要的其也是試圖拉近世運與民眾的距離，並藉由與國際連結的說辭激發民眾的愛國心，召喚民眾對世運的認同與參與。



另外，當然還包括一些常見的行銷手法，例如活動、廣告、電視平面媒體曝光、看板等皆屬之。在活動方面，藉由全國或是高雄的大型節慶活動加入世運元素，達到宣傳世運的效果，例如：2008年中世運倒數一週年，市府規劃舉辦一系列的街頭藝術饗宴活動，名為「2008世運嘉年華」；2008年國慶日大遊行的創意世運花車；2009年台灣燈會推出「高雄世運花燈」等；另外舉辦世運暖身賽系列活動，包括飛行運動、體操、合球、滾球、滑水等，並在各賽事場地成立新聞中心服務媒體，以實況轉播、SNG連線或發新聞稿方式達到宣傳效果。在廣告方面，拍攝40秒「高雄世運準備篇」影片，並辦理2008世運形象廣告時段購置案，於TVBS-N、TVBS、中天新聞台等頻道播出。在電視媒體曝光方面，委託中天、民視、TVBS等3家電視台辦理「運動新城市」電子媒體行銷案，大力行銷世運主場館即將啟用，並凸顯高雄將躋身國際都會之列，以及嶄新健康城市的都市意象。

另外，也宣傳世運相關市政建設，委託三立電視（含緯來電視）以活動新聞及新聞專題方式宣傳世運各項活動、運動項目、硬體建設及配套措施等。在平面媒體方面，與全國性報紙—自由、中時、聯合及地方性報紙—台時、民眾等報合作平面媒體報導計畫，於賽事前、期間以深入報導賽事方式見報。看板方面，於本市門戶、交通要道（如高鐵、台鐵、機場、捷運）及公車候車亭等處廣設宣傳看板及廣告燈箱宣傳世運。

在以市民為行銷對象方面，因其主要目的是要召喚高雄市民對世運的認同與展現出高雄「當主人辦喜事」的熱情，因此策略就是引導市民跟隨市府的腳步加入世運的籌備中，為此高雄市政府推出了幾項活動。從 2006 年開始市府民政局廣邀各區公所就 2009 世運會的比賽項目中做揀選，推行「一區一運動」，增進民眾對世運及運動項目的認識，並回應健康城市的市政主軸。例如，2008 年各區規劃推廣運動項目如下表 5-4，並共計辦理研習 40 場次、體驗活動 19 場次、競賽活動 25 場次、宣導活動 196 場次，合計 280 場次。

表 5-4 2008 年一區一運動之推廣項目

區別	推廣項目	區別	推廣項目
鹽埕區	飛盤	前金區	保齡球
鼓山區	攀岩	苓雅區	撞球
左營區	合球	前鎮區	運動舞蹈
楠梓區	定向越野	旗津區	海灘手球
三民區	滑輪溜冰	小港區	拔河
新興區	滾球		

資料來源：高雄市議會（2009）高雄市市長施政報告（摘要報告），高雄市議會公報，55(7)。

2008 年 7 月，推出「點亮世運、大家加油」為號召的看板募集活動，市民只要提供合適的據點或牆面，讓市府與財團法人世界運動會組織委員會基金會（KOC）所製作的世運行銷看板免費懸掛，市府均將頒贈感謝狀，並於世運看板中加註民眾或民間機構之姓名，以及「○○○與您一同為世運加油」字樣，以茲表揚。

2009 年以後隨著世運開幕日期逐漸靠近，為了塑造世運會的歡樂活力與嘉年華式的氛圍，高雄市政府也使用了許多策略來炒熱氣氛。首先，在 2009 年 4 月，距離世運開幕已經進入最後籌備階段，市府推出「世運之友」活動，以提供參與者榮譽感方式，鼓勵參與及投入世運，凡企業、公司、各機關團體、學校或民眾均可參加，其任務非常多元，只要是宣傳或協助世運推展，舉凡邀請親朋好友購票、自發性贊助製作世運相關標誌與宣傳品、提供購物折扣或優惠給各國選手及國內外觀光客、運用個人部落格宣傳世運相關消息、認養場館週圍環境之清潔維護等行動皆可領取世運之友的識別標章、徽章。至 7 月 26 日止全市計有 100,000 人加入世運之友。第二，於世運正式比賽前 3 個月於各主、次要道路懸掛 2009 世界運動會視覺意向之路燈旗；並在主要道路、交通門戶設立大型廣告帆布及廣告燈箱、在主要道路掛設萬國旗、在特定地點設置關於世運的裝置藝術等。其中最特別的就是，為了節省宣傳經費，高雄市政府想出了以垃圾車宣傳世運的點子，不僅在垃圾車車身懸掛世運宣傳布條，還廣播市長陳菊的錄音向市民大眾宣傳世運，垃圾車廣播的錄音前後一共有五個版本（如下表 5-5），每則大約是 1~2 分鐘之間，用台語向大眾宣傳世運開幕的消息、請市民以「辦喜事」的心情大掃除整理市容迎接客人、宣傳世運期間公車免費的消息、以及最後感謝市民對於世運的參與及貢獻等等。垃圾車一周六天穿梭高雄市的大街小巷，也是家家戶戶日常生活中不可或缺的一環，堪稱是無孔不入的垃圾車廣播宣傳法，的確是好點子，也在網路上 BBS、部落格、Plurk 等引發熱烈討論。現在也被高雄市政府沿用成為政令宣導主要的工具之一。

表 5-5 高雄市政府以垃圾車宣傳世運之廣播

時間	廣播重點
20090624 以前	陳市長宣傳高雄於 7/16~26 舉辦高雄世運
20090624~20090710	請各位市民進行大掃除（非陳市長錄音）
20090711~20090716	陳市長錄製世運期間公車免費以及 7/16 開幕的訊息
20090717	陳市長繼續宣傳免費公車
20090727	陳市長感謝全體市民對世運的熱情參與

資料來源：作者自行整理。



圖 5-5 馬路上的世運官旗



圖 5-6 喜悅飯店贊助世運看板



圖 5-7 餐廳贊助世運看板



圖 5-8 夏綠地贊助世運看板



圖 5-9 雄中前人行道世運裝置藝術-1



圖 5-10 雄中前人行道世運裝置藝術-2



5.3 KOC：世運業務承辦單位

成立一組織委員會（Organizing Committee, OC）來承辦世運相關業務是世運會的傳統，在 2004 年 IWGA 與高雄市政府所簽訂的合約中也明確列出高雄市政府必須於 2005 年 11 月 1 日前成立一組織委員會（Kaohsiung Organizing Committee, KOC），凡是國際大型綜合賽事得以順利進行都是互動管控的結果，任何一個主辦城市皆是舉辦世運的新手，所以國際世界運動總會 IWGA 與 KOC 每年均舉辦三至四次會議，IWGA 提供相關作業籌備賽事的經驗並擔任督導的角色。KOC 的主要工作是協調賽前準備、賽事運作及賽後處理等事務。這些事務需與世界運動總會（IWGA）、WADA（藥檢）、參與 2009 年世運會各國際單項運動協會、高雄市政府、中央政府、贊助企業、其它參與地方政府與市民間結構協力關係（structure alignment）。以西方國家來說，主辦運動賽事通常都是由一基金會單獨運作管理，此種組織本質應該是以代表社區利益的第三部門組織形式設立，性質是自願性成員與光榮的工作，或許會有政府官員加入但只是少數，理論上應是國際與地方上的運動賽事管理專才與企業人才來運行，且資源也是來自企業贊助或是 NGO、NPO 等社會組織資源，在這種情況下，不但有機會取得更多的社會資源，且在許多情況下也不受政府法令的限制，可以較彈性的辦理各項事務。

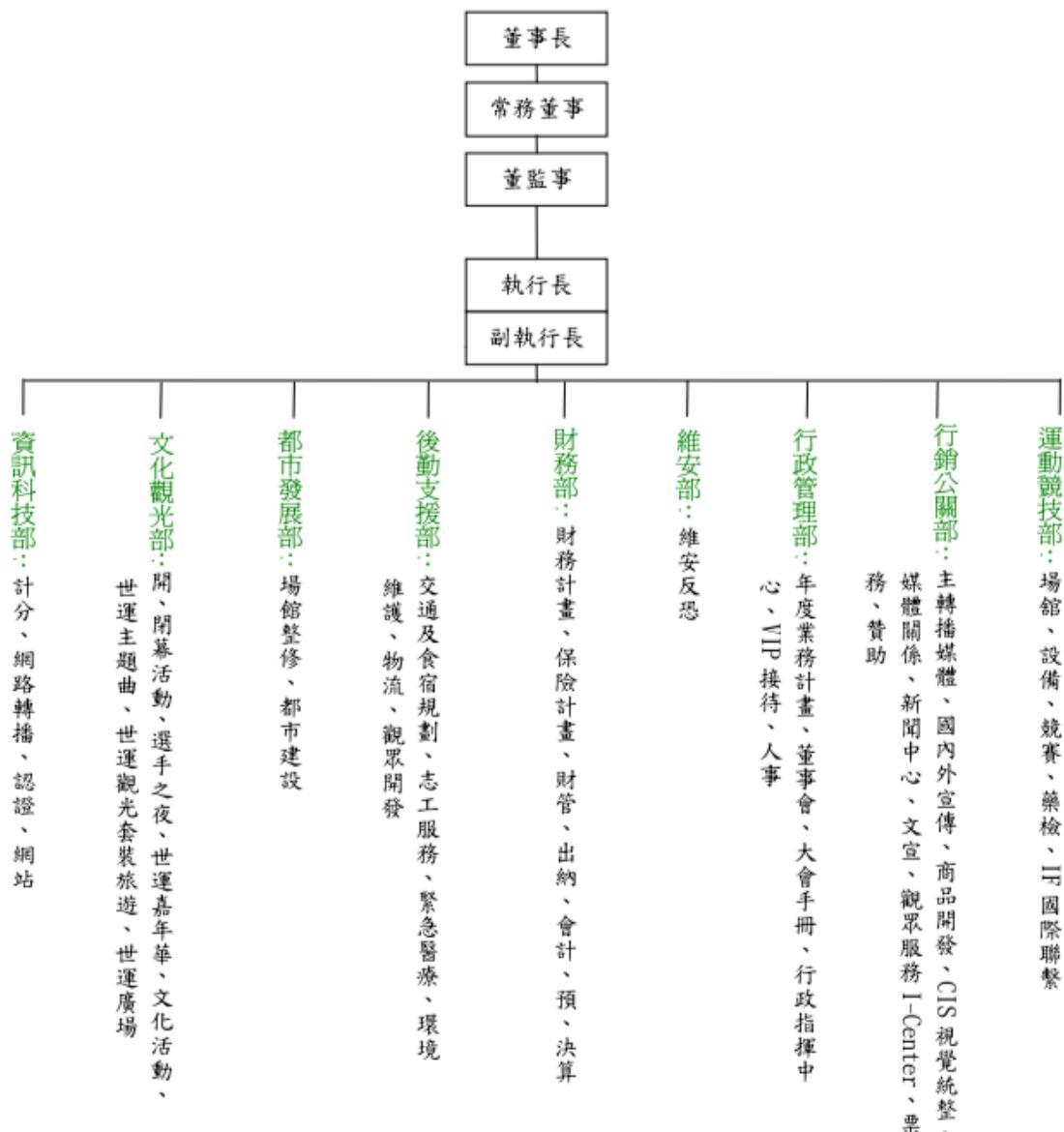
一開始 KOC 的設計也是希望是一個半官方、半民間的組織型態，公私合作的組織型態，但此組織章程送到議會審查後受到高雄市議會強烈反對，議會要求所有的董事都要是公部門的人，根據受訪者 K1 的說法：

原來的（KOC）設計是希望他是一個法人組織，然後比較有彈性，比較有效率，當時在謝市長時也是希望朝這方面走，所以原來送到議會的組織章程是有一些民間

的人是當董事...但議會大概是因為信任問題，不知道你民間要怎麼弄，政府有沒有辦法去管控，所以強烈反對，原來基金會裡面是有很多民間的董事長擔任我們的召集人，後來他們就都退出了，後來是設計董事會裡面的人都是政府官員，就是百分百就是一個公法人（K1）。

經過高雄市議會的修正以後，KOC 正式定名為「財團法人 2009 世界運動會組織委員會基金會」。在性質上是屬於行政公法人，根據公共管理的理論，行政公法人係一執行特殊公共目的之獨立法人，其被設置的理由為：1.這類組織可全神貫注於單一政策目的；2.從原先主管機關之科層節制中鬆脫出來；3.使其營運更具彈性和回應力；4.超越國家或地方自治體傳統的管轄權限；5.便於政策利害關係人、顧客及利益團體的參與；6.利於採行企業化的運作途徑等（吳瓊恩等，2001）。

在組織架構方面，KOC 董事長是由市長兼任，召集人與執行秘書則是由常任的文官擔任，以兼顧政策的延續性。組織架構是以虛擬政府狀態，各部門由市政府負責局處首長擔任召集人，例如：財政局長對財務部、文化局長對文化觀光部、工務局長對都市發展部、教育局長對運動競技部、新聞處長對行銷公關部長...等。組織設九個部門，包括行政管理部、財務部、運動競技部、都市發展部、行銷公關部、後勤支援部、文化觀光部、資訊科技部與維安部。成立基金 50% 來自高雄市政府，50% 來自體委會，受高雄市議會監督的方式進行。



資料來源：2009 高雄世運組委會 (2008) 高雄世界運動會公報，第二期。

圖 5-11 KOC 組織架構圖

KOC 被設計成一個資金完全來自官方的組織以後，可以說他原本被期待的組織彈性全部都被限制。受訪者 K1 及 K3 都指出，KOC 不管是在行政流程上必須依照市府跑公文的程序；所有的採購案都必須依照市府行政相關流程招標；在財務上也受到市府審計處的監督審核；在用人上也是以市府的公務員專職或兼職為組成核心。

當時世運時就是希望不要用太多人，因為世運結束後要解散這些人會是一個麻煩啦，人進來以後沒多久就要資遣，覺得會比較難處理（K1）。

但是這樣相對僵固的組織彈性也影響到世運的籌備，例如：由於 KOC 屬公法人性質，適用「採購法」裡 10 萬元以上得公開招標的規定，所以許多業務常常採購案在行政流程上就必須耗費許多時間，有些流標的案子，更是造成進度落後。這點在 2007 年國際運動總會會長朗·佛契（Ron Forehlich）來台視察高雄世運籌備工作時，就曾對高雄世運籌備進度的落後感到憂心，並「指出如果進度落後問題是卡在政府的採購法，則令人遺憾，希望高市府與 KOC 能找出辦法，在合法合理的前提下，盡快趕上進度（中國時報，2007/12/04）。」另外，朗佛契也對 KOC 組織架構不滿意，認為應由專職人員參與運作，而非市府「認養」模式的兼職人員（中國時報，2007/11/04）。



為了回應朗·佛契先生對於 KOC 的不滿，市府後來也對 KOC 做了若干調整，例如：賦予執行長可代決 100 萬以下採購案的權力，100 萬元以上要符合採購法規範。2008 年 8 月，增設常務董事一職(由劉世芳擔任)，權力相當於市長分身，較不重要的公文可以不必送到市府，減少行政流程的時間。設置 30 位專員的名額，加上幾位幹部（到後期 KOC 約共有 160 名員工，其中約 45 位非原本市府公務員），雖需經過正式招考，但可彌補市府員工之專業與人力之不足。

KOC 因行政資源完全來自公部門，組織架構也如市府一般，就像是市府的下屬機構，完全聽命於市府，在行政流程上，因大部分成員是市府公務員，所以跑公文的流程與在市府實相差無幾。在財務運作上，所有支出皆要經過公開招標，受採購法限制。基金會的財務受到審計處的監督，也並無外界所想像跨部門整合，就像市府一樣分部門行政。但是無論如何，因為舉辦世運必須對 IWGA 負責，在與國外的經驗交流下，也使得 KOC 原本僵固的組織設計有了一定彈性的可能。

5.4 私人企業：在商言商的民間資本

私人企業參與世運的方式大致可分為下列幾種：承包市府或 KOC 委外的業務、贊助世運、與觀光局合作推出優惠活動、搭世運熱潮舉辦周邊活動、搭世運熱的便車等，茲分述如下：

5.4-1 承包市府或 KOC 委外的業務

近代公共服務民營化的概念乃源自於 1980 年代以來許多國家興起一股將市場機能引進公共事務管理的風潮，常用的策略如民營化、外包、善用非營利組織以及組織精簡等。因為從 1970 年代開始，許多西方國家政府均面臨財政緊縮以及增服務的雙重困境，如何減少施政成本以及提高服務效能，提高政府的治理能力，成為倡議改革者的目標。特別是美國的實務發展儼然成為先驅者，最具代表性的就是 Osborne 與 Gaebler 所著的《新政府運動》一書中，指出解決上述困境的辦法就是應引進企業型政府（Entrepreneurial Government）的治理型態，企業精神的政府其重點在於「活化市民參與」、「市場機能導向民營化」、「社會機能協力整合」等三項原則（吳英明，1996）。我國的政府再造源於 1993 年行政院頒布「行政革新方案」，目標是要建立廉能政府，三大要求是廉潔、效能、便民。1996 年行政院的「政府再造綱領」中提到要「引進企業管理技術，建立以顧客即績效為導向之政府服務管理制度」、「結合民間資源，中央與地方共同推動，發揮協力效果」等。從此時開始可見中央政府在政府再造規劃中已融入不少推動「民營化」或建立「企業型政府」的概念，同時在中央政府的規劃下、有系統的推動下，各地方政府也逐漸將「委託民營」納入施政規劃中，同時視其為提供服務水準與品質之可行方式。2000 年 5 月 20 日陳水扁總統就職演說：「大有為政府的時代已經過去，我們

應加速精簡政府職能與組織，積極擴大民間扮演的角色，讓民間的活力盡情發揮，並大幅減輕政府的負擔。」於是 2001 年 1 月，行政院院會審議通過「推動政府業務委託民間辦理計畫」，其中明定了委託項目、委託方式、作業流程、經費編制等。

政府業務民營化的工具有很多種，但最常見的是以「簽約外包」(contract-out) 做為最主要的工具，簽約外包是指政府部門透過契約關係，將部分貨品或服務委請民間提供或辦理，也就是政府向另一個團體（包括私人企業、非營利組織或其他政府機關）或個人購買服務或提供貨品給社會大眾之服務輸送方式，一切工作內容、計價標準、服務品質均由契約中明定之。簽約外包的最大優點是降低服務成本，同時政府可以控制公共服務的品質，並與民間保持夥伴關係，提供對於公共服務的資本投資。在效率和可責性的考量下，簽約外包成為最常被使用的民營化手段。



高雄市政府於 2001 年完成制定「高雄市政府行政業務委託民間辦理自治條例」後，開始了市府業務簽約外包的新紀元。而現行規定政府業務委託民間辦理之法令並無一統一的法規，而是散落在許多不同的法條中，其中最重要的就是「政府採購法」，採購法所稱採購，「指工程之定作、財貨之買受、定製、承租及勞務之委任或顧傭等」。

這次高雄世運在籌備過程中，也有非常多的業務是採取簽約外包的方式，委託民間企業或非營利組織承辦，根據台灣採購公報網的資料，從 2007 年 2 月至 2009 年 10 月，招標單位為「財團法人 2009 世界運動會組織委員會基金會」的採購案即共有 292 件，招標的項目種類非常多，從最單純的用品採購，如：象徵高雄辦喜事的萬國旗、關東旗，或是需要大量人力，如：各賽場的佈置與清潔，到需要高度專業的業務，如：開閉幕式表演、賽事轉播、紀念商品的設計與行銷、志工訓練、參賽選手的住宿與交通、贊助商的招募、國內外的宣傳...等，許多林林總總的事

項都是以「簽約外包」的方式委託民間辦理。

雖然市府業務委外已經不是新鮮事，但是世運畢竟是台灣第一個國際運動賽事，對 KOC 來說，許多招標案都是第一次發生在台灣無前例可循。根據受訪者 K1 指出：

市府目前很多工作都是委外，只是以國際型活動的規模就是第一次，很多東西都是從沒有到有，包括委託他們的標案的擬定...像聽奧會來參考我們 (K1)。

世運牽涉的事務非常龐大，以 KOC 精簡的人力規模，可以預期的是一定會有許多與民間合作的機會，「簽約外包」的方式把業務委託給民間，對 KOC 以及民間都有許多好處。



1. 借重民間專業長才：例如在國際媒體宣傳部分，因市府較缺乏經驗決定委外，後來得標單位是台灣電通股份有限公司，台灣電通公司在廣告行銷公關業已經有 42 年歷史，經驗非常豐富，也在業界有更多可利用的資源。又例如台灣志願服務國際交流協會(IAVE)，堪稱是國內志工經營、管理、發展最有經驗的團體，因此後來也負責辦理招募世運志工，組織、訓練、分派工作，世運 5000 名志工每人都能各司其職，即為民間專業的展現。如同受訪者 K1 所提到：

國際媒體宣傳，後來是委託台灣電通，他們就很有經驗，因為他們自己都很多的通路，而且他們自己也有文案啦、專業人員，他就可以幫你設計，所以也是公開招標找有能力的廠商幫我們做這些宣傳，一筆經費給他，那他要提計畫案，那這種出去以後就比較有彈性，他們怎麼操作，甚至做的比我們所想的更好，因為他們有他們的資源，所以他可以提供給我們更多更好的資源 (K1)。

2. 釋放商機給予民間企業：在這許許多多的採購案，也同等於釋放大大小小的商機給民間資本，利用民間資源並活絡經濟發展。例如：世運參賽選手的選手村，原本預計像上屆在德國杜依斯堡一樣搭帳篷，後來考量到高雄的天氣太熱，冷氣的經費將會十分龐大，因此最後透過公開招標 KOC 與高市 6 家飯店簽訂貴賓指定飯店，另與 26 家飯店簽訂一般指定飯店，提供 IWGA 總會貴賓與來台參賽約 5000 名選手、裁判住宿需求。當然，對得標飯店來說世運就等同於莫大商機，一些世運指定飯店，如：華園飯店、亞都麗緻飯店、以及高雄老字號的華王飯店等還紛紛改裝迎接世運，除了營造店內世運氣氛，並推出多項優惠活動來搶攻世運商機，並希望可以藉此機會重塑高雄觀光品牌的形象，將世運熱潮延續下去。亞都麗緻飯店總裁嚴長壽肯定高市迎接世運，興建各項國際級運動場館，市容景觀環境也變美了，各觀光飯店等相關業者同時配合整修門面迎賓；他希望，這股世運熱不要只有五分鐘熱度，能持續延燒至世運結束以後，進而讓高雄的觀光形象脫胎換骨（中央社，2009/06/08）。

3. 提升企業國際品牌形象及專業技術：藉由國際運動賽事將國內企業的品牌推銷到全世界，也是運動賽事常見的效益之一。例如在賽事轉播方面，KOC 也是透過公開招標與國內媒體公廣集團簽約，但因為台灣從來沒有製播國際運動賽事的經驗，公廣集團等於是挑戰台灣電視史上難度最高的轉播技術。另外公廣集團並與中華電信公司合作，以其光纖設施提供網路直播服務，在公廣集團與中華電信國內兩大企業聯手之下，不僅於世運會期間提供 23 個比賽場館 31 項精彩比賽項目的轉播，讓國內外觀眾可以即時同步的從更多元的傳播管道欣賞精彩賽事，這也是自 1981 年以來世運轉播規格最高的一次，亦達到奧運轉播規格的水準。根據受訪者 K2 表示：

在國際轉播上台灣從來都是一個媒體訊號的接收者，台灣不是一個媒體訊號的

發送者，而這次負責世運轉播的公廣集團這次是把訊號發送到全世界，那這個是台灣從有電視以來是第一次，這不只是發送訊號而已，發送訊號其實是最容易的事，衛星要五大洲幾顆衛星定位，訊號製作的拍攝，要攝影多少，運動賽事是什麼，這個是一個整合性的困難，這個是我認為過去台灣沒有做過的事情。那這個最困難的工作，我想就是公共電視他去達到此里程碑（K2）。

5.4-2 企業贊助

國際運動賽事與企業界最常見的合作就是企業贊助，企業贊助也常是國際運動賽事運作經費的主要資金來源之一。因為運動具有國際化、區隔化、時尚娛樂化的特質與魅力，企業在高度競爭、產品同質化、不確定的環境下，全球運動行銷已蔚為趨勢，成為企業行銷產品、建立品牌知名度及形象的最佳行銷工具（程紹同，2008）。對企業來說，如果可以搭上奧運、世界盃足球賽等國際賽事，對企業品牌及產品曝光機會的提升，是大好時機，例如國際知名品牌可口可樂就是透過贊助運動賽事，達到「與民同樂、共享健康休閒與歡樂的自然聯結及長期夥伴關係的建立」的目的（程紹同，2008）。

另外，運動行銷對強化企業品牌形象或平衡負面形象也有極大的幫助。1980年代初期的韓國三星還僅是一家代工小公司，自 1988 年啟動奧運行銷策略之後，2006 年已被 Interbrand 評比為年度企業品牌價值排行第 20 名，品牌價值增長為 162 億美元，成為近年來全球品牌價值提升最快速的跨國公司之一。若就實質面來看，透過賽事也是企業產品展示及銷售的機會。三星通訊產品 1999 年銷售額為 52 億美元，2000 年雪梨奧運會結束後的第一年激增 44%；三星品牌喜好度亦從 5% 提升至 16.2%。在贊助雅典奧運會之後，三星於 2005 年時已躍居為美國《商業週刊》全球最有價值品牌排行第 20 名，首度超越新力（Sony），品牌價值高達 149 億美

元（程紹同，2008）。又以全球知名的可口可樂為例，1996 年亞特蘭大奧運，適逢奧運 100 週年，可口可樂砸下 6 億美金贊助，佔可口可樂整年廣告預算的 47%，但成果驚人。經過歷時 8 個月的活動宣傳，可口可樂全球銷量增加 9%、股價攀升 32%，相對於競爭對手百事可樂銷售量下跌 77%，這筆錢花的絕對物超所值（台灣醒報，2009/07/10）。

學者 Meenaghan (1983)、Sandler 與 Shani (1993) 將企業贊助之目的分為三項（呂振瑋，2008）：

1. 媒體目標(media objectives)：能夠達到有效的媒體成本效益或接觸目標市場。
2. 行銷目標(marketing objectives)：品牌推廣、引發購買意願或促進銷售成長。
3. 廣泛之企業目標(broader corporate objectives)：通常以形象為基礎，創造或維持一個有信用、受歡迎的企業形象。

雖然企業贊助國際運動賽事似乎可為企業帶來許多正面的效益，但在高雄世運中，招募贊助廠商的過程卻是非常辛苦的。起初，由於世運是台灣第一次國際運動賽事，企業贊助世運沒有法源依據，KOC 經歷兩三年的時間才把法源制定出來（受訪者 K2），特定以專案方式，通過營利事業對 KOC 的捐贈不受金額限制。並招標委託悍創運動行銷公司從 2008 年 4 月底開始徵求贊助廠商的贊助，經費由專人監督，並列為市府收入。但一開始招募贊助的情況不太理想，因此高雄市長陳菊特地於 2008 年 10 月北上台北展開大規模招商行動，並提出：「財政部為回饋參與贊助金額或物資的夥伴，特別給予全額抵稅優惠」的優惠條款，就此才漸漸吸引企業投入世運贊助，至 2009 年 5 月共有 28 家企業贊助，其中現金贊助金額約 3,500 萬元；2009 年 7 月贊助企業最後統計共計 39 間，在贊助內容部分，分為現金與物資 2 大類，如下表 5-6。

表 5-6 世運贊助企業一覽表

贊助分類	贊助企業及內容
現金贊助	中鋼集團、台灣電力公司、台灣中油、馬里亞納、可口可樂、中華郵政、小港醫院（高雄醫學大學附設醫院）、台糖、鮪軒、新光人壽、Zespri（奇異果），總金額共 3485 萬元
物資贊助	<p>福斯汽車：大會禮賓車共 94 輛</p> <p>可口可樂：飲料 1 萬 2 千箱</p> <p>中華電信：大會網路硬體設備</p> <p>中華航空公司：選手與貴賓的機票優惠</p> <p>中鋼集團：高雄捷運世運紀念儲值卡 1 萬 5 千張</p> <p>馬里亞納：大會用水 1 萬 2 千箱</p> <p>7-11 超商：世運票務的 ibon 服務</p> <p>家樂福：世運商品販售通路</p> <p>天梭：大會計分計時系統</p> <p>中興保全集團的立偉電子：心臟急救擊博器 46 台</p> <p>馬桶洋行：帽子 6 千頂</p> <p>偉盟工業：環保袋 8 千個</p> <p>台灣高鐵：提供選手購票優惠</p> <p>全聯福利中心：贊助選手輕食補給品</p> <p>叮寧：贊助大會防蚊液</p> <p>鮪軒：海洋三寶伴手禮盒</p> <p>好客來計程車：Polo 衫 5 百件</p> <p>哈米爾：贊助選手防曬用品</p> <p>多樂：提供選手水果</p> <p>日東電工：日常用品</p> <p>星巴克：提供選手咖啡優惠/茶點</p> <p>櫻花：櫻花產品供世運摸彩</p> <p>捷安特：（租借）40 台開幕用腳踏車及相關配備</p> <p>三陽機車：贊助（租借）38 台開幕用機車</p> <p>海尼根：贊助啤酒及摸彩贈品</p> <p>和春戲院：贊助志工及世運摸彩免費招待千張</p> <p>生動科技：贊助手機導覽軟體及 12 台資料傳輸硬體</p> <p>言色太陽眼鏡公司：贊助 8500 付太陽眼鏡兌換券供志工及工作人員使用</p> <p>成功製藥（白花油）：贊助世運主場館商店區相關場地佈置經費</p> <p>通氣國際公司：贊助 1 百支攜帶型隨身氧氣瓶</p>

資料來源：作者自行整理。



圖 5-12 資助廠商-偉盟工業



圖 5-13 資助廠商-可口可樂看板



圖 5-14 資助廠商-星巴克



圖 5-15 資助廠商-紐西蘭奇異果看板

從企業贊助世運的名單可以發現幾個現象。第一，贊助內容以物資為主，現金贊助企業僅 11 間，且以國內大型國營企業為主要贊助者，如中油、中鋼、台電、台糖等，總金額僅約 3500 萬元，可以說是非常的少。第二，贊助企業以國內本土企業為主，且大部分不是國內知名大企業（如鴻海、宏碁）。由此透露兩點訊息，一是世運在吸引外國企業贊助上的吸引力並不大，畢竟世運不像奧運或世足賽的大規模觀賽人口，自然也沒有那麼大的商機，無法吸引太多外國企業的贊助；二是國內企業對於贊助國際運動賽事依然十分陌生，縱使財政部祭出贊助全額免稅的優惠，對企業來說應該是穩賺不賠的投資，但還是無法吸引太多贊助，此與國內運動風氣長期不興盛，世運非國際間非常受矚目的運動賽事，以及適逢金融風

暴許多企業贊助預算縮水有關係。加上贊助運動賽事沒有顯著「立即」性的商機，一般來說若想透過企業贊助大型賽事而建立良好企業品牌形象，需要長期及多次的投資，對於國內企業來說，是否有這麼大的廣告預算也是需要考慮的部分。

5.4-3 其他企業參與世運方式

雖然企業贊助不是國內企業搶搭世運熱潮的重要手段，但企業界也不會白白錯過此一難得的好機會，於是在另一方面，企業搶攻世運商機的活動便蓬勃發展，分述如下：

1. 於世運期間舉辦的相關活動：為了藉由世運帶動高雄的觀光人潮，搶攻世運商機，高雄市政府觀光局於世運開幕前及賽事其間結合高雄當地商店推出許多優惠活動。



首先第一波是 5 月推出的「高雄暢遊 GO~食尚樂活世運瘋」護照，於全台發出 10 萬本讓民眾免費索取，內容以 23 個世運場館為主軸，結合吃喝玩樂的觀光行程，另外搭配高雄地區 90 家食宿方面的餐廳、旅館優惠券，以及世運商品、運動用品、自行車的折扣優惠等，藉此吸引國內旅客前來高雄觀光。特別值得注意的是，高雄市政府以前並沒有「觀光局」此一單位，而是 2009 年元旦才正式成立掛牌。觀光局成立的最主要宗旨雖是「發展觀光產業」，掌理觀光政策擬訂、觀光事業發展計畫規劃、觀光資源開發、觀光資料彙整、國際及國內觀光行銷以及旅行業、旅館業、觀光旅館業、遊樂區與其他觀光產業之輔導管理、調查、研究、推展及重大觀光活動籌辦等事項。但對於新的觀光局的成立來說，2009 年上半年最重要的業務就是世運的行銷與推廣，顯見了高雄市政府想要藉由世運的契機全力拼觀光的企圖心。觀光局也成為 2009 世運行銷的要角，積極與高雄市在地飯店業、觀光產業、餐飲業、百貨業、交通業等等合作，結合世運推出各項套裝行程

或優惠活動，一方面行銷世運，一方面行銷高雄。

例如，在世運開幕前，在觀光局的協調奔走之下，大都會酒店為配合市府鼓勵高雄市民踴躍購票觀賞世運賽事，為 2009 高雄世運相挺打氣，發起了「挺世運聯盟」的活動，結合高雄地區 89 間企業推出聯合優惠行動，於 7 月 1 日開始，民眾只要憑世運門票或票根即可「看世運、享折扣」，其中包含住宿、美食、通訊、娛樂、交通等不同類型商家，如亞太電信、台灣大車隊、新東陽食品、帕莎蒂娜法式餐廳、御書房、城市書店、布蘭奇咖啡連鎖、及夢時代購物廣場內商家等。成立當天幾任市長謝長廷、陳其邁及現任市長陳菊等人還特別蒞臨與「挺世運聯盟」的企業店家們共同擊鼓，聲勢浩大。

另外，高雄市觀光局也與高雄市 11 家百貨公司合作，於 7 月 11 日推出高雄購物美食節活動，包括高雄所有的百貨公司、夜市，商店街，以及婚紗業者，電腦公會，活動期間在購物以及美食方面都推出一定折扣優惠，並請來在高雄拍攝的台灣戲劇「痞子英雄」中的男主角趙又廷擔任代言人，希望藉由他的高人氣炒熱購物節氣氛。

由經濟部指導，經濟部貿易局與高雄市政府主辦、外貿協會執行的「台灣精品運動休閒展」也於 7 月 16 日至 26 日於高雄大立精品館 10 樓舉行，於開幕當天準備 100 個免費福袋供民眾排隊索取，其中最大獎為永祺車業價值 25,000 元 全台限量的黃金版 STRIDA 5.1 折疊車，展出內容為國內外運動器材公司的優質產品，如：跑步機、滑步機、自行車等，並也提供特定優惠商品。

世運期間，為了提供來自 100 多國，約 5000 名世運參賽選手、裁判、觀眾一個與台灣民眾交流的地方，以及展現高雄對來自世界各國選手的友誼，高雄市政府特別於高雄市光榮碼頭及真愛碼頭舉辦「世運博覽會 The World Games Plaza」，

為期 12 天，提供參賽選手、裁判及觀眾一場文化交流饗宴，也藉以吸引遊客來高雄觀光。真愛碼頭的主題館及文化館為博覽會重頭戲，文化館以各國文化的動態及靜態展示為主，是呈現「世界地球村」世界地球村的國際文化櫥窗；主題館則以展示贊助商、國內 3C、自行車、環保、高科技等具競爭型商品為主，約計 17 座。此外，現場也設置美食攤位區，預計有中外美食百攤進駐，囊括中外各類美食，滿足各國饕客。在光榮碼頭則以表演為主，設置大型舞台，每晚節目至少表演 2 小時，展現高雄與台灣的文化藝術特色，每晚 9 點皆有精彩的煙火施放。據統計，世運期間世運博覽會成功結合世運、文化、藝術、地方美食、觀光，湧入 113 萬人次進場。



圖 5-16 高雄購物美食節海報



圖 5-17 台灣精品運動休閒展活動排隊盛況



圖 5-18 世運博覽會會場舞台



圖 5-19 漢神巨蛋與世運同慶

2. 民間企業搭世運熱潮便車：除了官方所主導的活動熱鬧滾滾之外，有一些商家雖然沒有加入前述的「挺企業聯盟」或是「購物美食節」，但是他們同樣不會願意錯過世運商機，因此許多獨立商店也趁勢推出許多優惠來搶攻世運商機，並在店外掛上招牌或海報吸引顧客。

其促銷商品與手法可說是千奇百怪，例如推出高雄知名麵包店小王子推出「世運新品」的蛋糕；光華夜市、瑞豐夜市懸吊「xx 夜市與您一起為世運加油」的布條；火鍋店或餐廳推出世運票根優惠活動或是套餐優惠活動；一亨運動用品特定商品折扣；健身房麗吉雅運動世界推出加入會員季繳 3500 元的優惠；婚紗業者與高雄「一同辦喜事」推出結婚包套優惠…等等，可說是花招盡出，其中最引人注目的就是北京全聚德藉高雄世運期間在高雄舉行試賣，北京全聚德烤鴨在奧運期間大出風頭，搶搭二〇〇九高雄世界運動會商機，世運開幕前夕在高雄舉辦「烤鴨美食節」，一桌九千八百元烤鴨全席，每天限量卅桌、六天共一百八十桌，全部被預訂一空。



圖 5-20 OSIM



圖 5-21 婚紗業



圖 5-22 小王子蛋糕店



圖 5-23 Nike



5.5 市民社會：世運最大的後盾

5.5-1 世運志工

市民社會在世運籌辦及賽事期間參與最多、貢獻最大的部分就是志工了。根據 KOC 的統計，世運會賽會期間計有 4,443 位志工提供服務，其中廿到廿五歲者占百分之六十，是志工主力。以職業看，學生占百分之六十，社會人士百分之四十；女性更占百分之七十五；高雄市民占百分之五十，也有來自海外的人士。總服務時數達 270,206 小時，轉換為人力資源經濟產值達 25,669,570 元（以每小時 95 元計算），每位世運志工投入世運相關服務平均時數達 60 小時，其中服務達 120 小時以上者更有 413 人（聯合報，2009/07/29）。



志工的任務包括隨隊翻譯、賽場服務、認證服務、各項行政支援等；KOC 提供志工的，只有保險、衣服和午餐。至於交通費則由志工自理。曾有志工被分配服務的場館離世運主場館較遠，竟自付上千元計程車費，更顯出世運志工的全心投入。高雄世運中志工的表現也令世界運動總會主席朗·佛契刮目相看，在公開場合中頻頻提到志工的表現，並給予及大的讚揚，他並以「感激他們的表現」來形容志工，並形容這些志工的表現已「不只將它當工作而已」，簡直超水準（聯合報，2009/07/29）。甚至說往後的世界運動會，需要像高雄世運一樣高素質的志工服務，像高雄世運志工的表現。

為了感謝並突出這一群無名英雄的辛勞，國際世運總會長朗·佛契特別要求在閉幕典禮將保留給志工的一千四百席貴賓席，增加到兩千席，以象徵榮譽的方式鼓勵這群幕後推手；KOC 也安排志工在最後進場接收全場歡呼，表揚這些來自全台各地的無名英雄。

5.5-2 財團法人高雄世運體育基金會

另外一個民間對世運重要的推手是一個 NGO 組織，名為「財團法人高雄世運體育基金會」。是由一群熱心世運的地方人士所組成的全民間組織，以一功營造董事長林中進為首，經費來源完全來自民間募款，就是要支援世運，支援體育活動的。此基金會與高雄市政府、KOC 以及國際運動總會的關係良好，因此可作為 KOC 與國際運動總會中間的橋梁或潤滑劑。根據受訪者 K1 及 K3 表示，此基金會可以做一些「KOC 無法做到的事」，因為 KOC 經費有限又受市議會監督，一些招待外賓時「較昂貴的花費」便會請此民間基金會幫忙。例如：送外賓較昂貴的禮物、宴請外賓較精緻的餐飲、全程陪伴外賓在高雄的行程。或是市府與 IWGA 總會間的有一些爭執時，此基金會可在非正式場合代表市府先與 IWGA 進行協商，做為 KOC 與 IWGA 總會間的潤滑劑。



5.5-3 教育體制中的人力資源

世運的賽事共 31 項，比賽場地共 23 個，散布在高雄縣市各處，為了使每項賽事在每個比賽場地都能完美運作，KOC 又沒有多餘人力可以負責此工作的情況下，KOC 中負責場館設備的教育局決定動用高雄市地區的教育資源，特別挑選 31 位平日熱心公共事務且具有責任感的國小、國中或高中校長來負責掌管比賽場管準備與配置工作，例如場地佈置、器材與設備安排等，這些校長們稱為賽場經理。另外因校長對於運動賽事較為陌生，因此請中華民國各項單項運動協會的專業人才來擔任賽事經理（例如體操協會），負責裁判、賽程、成績發布等工作，另外每一樣賽事在市府都有一個認養機關，例如原野射箭認養機關是都發局，他們從幾年前就開始參與，對於賽事非常了解，所以通常會派一個股長來當這個賽事副經理，負責整合這個周邊的服務，例如供膳組、藥物組、接待組、志工組等等。賽

場經理、賽事經理以及賽事副經理三人所組成的鐵三角，搭配嚴謹的 sop 標準化作業流程，可以說是這次世運各項賽事運作順利的關鍵。

另外，像是在開幕表演中所動員的約 3000 名表演者中，包括約 40 個表演團體，以及大部分都是學生，很多都是無酬的志願者。而開閉幕舉牌守、開幕表演中的樂儀隊表演、各場地頒獎志工、迎賓大使等，因為需要「青春活力」的少男、少女來擔綱，所以 KOC 也特別與某些高中職或大學合作挑選適當的志工來幫忙，在此次世運中可以說是把所有的教育資源都動用上了。

5.5-4 其他市民



高雄世運最特別的地方在於高雄市民以及台灣人民對於世運狂熱的認同與支持，在數據上可以門票銷售上很明顯的看出來。世運門票的開賣從 2009 年 2 月開始，KOC 考量大環境經濟不景氣以及國人對世運比賽的陌生，決定所有票價以原定價的五折出售，來刺激票房。一直到 5 月初，世運各項活動共 35 萬張票，僅賣出 2 萬三千多張，高雄市議會也針對此事質疑市政府的世運行銷策略失敗，期間市府也開始藉由各局處的員工向外界廣泛推銷世運門票。5 月 26 日，高雄市政府所舉辦的世運主場館落成演奏會，請來匹茲堡交響樂團與維也納國家歌劇院合唱團表演，國際級的樂團演出以及國際級的建築，引起極大的迴響，致使一天之內賣出 1 萬多張世運開幕門票，5 月 27 日開幕門票宣告售罄。但一直到 7 月初，唯一賣的比較好的門票還是只有開幕典禮，7 月初時根據 KOC 統計，世運總售票數 7 萬多張，約占總票數兩成，此時高雄市政府觀光局為推銷世運祭出百萬華廈及名車給民眾抽獎，只要保留票根即可參加，並廣邀企業團體踴躍認購世運賽事門票。經過高雄市政府的「催票」，世運票房漸漸起色，至 7 月 10 日除了開幕門票售罄外，閉幕門票也只剩下 3 千多張，另有 10 項、11 類比賽（包括原野射箭、滾球、

輕艇水球、龍舟、合球、水上救生、定向越野、攀登、巧固球及女子拔河等）門票銷售一空。

7月16晚上世運開幕，開幕式上台灣在地文化藝術的展現以及台灣站上國際舞台的喜悅與驕傲感動了許多人，17日以後隨著賽事開始，中華隊滑冰選手首日便先奪下兩面金牌，亮眼的成績開始帶動門票銷售熱潮，17-18日兩天新購票數超過1.2萬張，31項賽事中，除了世運主場館的飛盤及七人制橄欖球賽門票銷售未達3成，其餘29項賽事平均已售出7成門票；到了20日，總共已賣出14萬4千多張門票，甚至因為閉幕典禮一票難求，應熱情觀眾要求，21日中午緊急加賣1000張閉幕門票，開賣6分鐘即搶購一空。23日世運各項運動售票總計近二十萬張，票房收入突破5000萬，僅剩運動舞蹈、水上救生，直排輪曲棍球、七人制橄欖球等門票尚未受罄。最終，世運門票總計共售出27萬4769張，總銷售金額為6334萬2970元，世運各項賽事的門票收入開低走高，從原本賽前擔心賣不出去，到最後瘋狂熱賣，這麼好的成績連國際運動總會都大感意外。另外世運商品也隨世運熱潮而大賣，至世運閉幕為止總銷售金額超過1350萬元，而世運期間的銷售額就有1000萬元。

世運門票開高走低的魔力是什麼？根據受訪者L1的觀察，他認為運動員頻頻得獎、以及志工的服務贏得大眾好評是兩大關鍵。但安益集團總裁涂建國認為開幕典禮的大成功也是重要關鍵⁷。伊東豐雄所設計的世運主場館的設計新潮、氣勢宏偉，一開始就讓觀眾眼睛一亮；開幕典禮中現任國家元首馬英九總統應邀以中英文宣告世運開幕：「二〇〇九年第屆高雄世界運動會開始！」這是世運舉辦二十八年來破天荒由承辦國家的元首宣布開幕，對於長期在國際上受到中共打壓的台灣來說，別具不同意義；開幕典禮的表演以草根性較強的台灣特色的表演為主，例如：海洋元素、布袋戲、電音三太子、宋江陣、原住民文化、LED燈、腳踏車...

⁷ 資料來源：同註8。

等以及國內外巨星的聯合演唱，呈現了台灣多元、獨特、深厚的文化主體性。而高雄市長陳菊在開幕致詞時甚至有一段是以「台語」演講，凡此種種皆激起了許多台灣人的愛國心；另外對於長期存在「南北情結」的高雄市民來說，能夠親眼看到台灣第一個國際運動賽事在自己家鄉的土地風光盛大的開幕，那種光榮感與驕傲感更是無法用言語形容的！在這些多重因素的發酵之下，把世運結合了台灣的國族主義、甚至是高雄市民的市民主義，把世運推上了高潮，也反映在門票的銷售、世運紀念商品熱賣上，除了到現場觀賽、不論在家中看轉播、或是網路上的部落格、國內最大 BBS 站 PPT 的討論、買世運紀念品…等，都有許許多多的人用不同形式參與世運，賽事期間短短 11 天每天都有百篇以上於世運的新聞關，在那 11 天之中世運成為全台灣最重要的事，也把台灣人的愛國心激發至最高點，參與世運就是愛台灣、愛高雄的表現。



最明顯的例子是高雄在地廠商飛信半導體公司贊助世運閉幕晚會的故事⁸，世運閉幕經費因僅有 400 萬，為了提升精彩度，市府與 KOC 直到閉幕前都還在絞盡腦汁，此時製作開幕時所使用的 LED 燈的廠商飛信公司主動致電 KOC 詢問閉幕時是否需要幫助，KOC 臨機一動想出「世運星河」的創意，希望飛信公司能夠提供 4 萬套 LED 軟性線燈給進場的四萬名觀眾使用，要營造出點點星河的意境，於是飛信公司在 72 小時內趕製出 5 萬條 LED 燈，成本總計約 500 萬元，全部都由飛信半導體贊助。為何要趕工做這種「賠本生意」？飛信半導體總經理何志文強調：「工程團隊無法決定是否接下此任務，向他呈報時，他心想這是高雄的驕傲，在地產業當然要力挺到底，就算量再多也要趕製出來。」從飛信和總經理的發言，很明顯的反映了世運與「愛台灣」、「愛高雄」的情感連結，實實在在是世運門票大賣、全民瘋世運的最重要因素。

⁸ 資料來源：筆者在高雄實習期間，同事與高雄在地記者聊天時所得知。

5.6 從公私合夥關係討論高雄世運的特殊性

回到高雄企業型城市中都市政治過程，如同本章一開始所述，公私合夥的關係與型態可以說是展現一企業型政府都市治理內涵最具體的表現，也最能從經驗研究上回答高雄企業型城市特殊脈絡，因此以世運為核心的大型事件與大型計劃中所牽涉到的各行動者間的關係，值得更進一步地檢視與反思，以釐清高雄企業化轉型過程中的特殊性，以下分成五個方面來討論。

首先，從高雄巨蛋 BOT 此世運中民間投資最多的大型開發案來反省。BOT 是典型的公私合夥的方式，但張儀君（2006）在以高雄捷運 BOT 的大型都市建設做為分析高雄都市政治切入點的分析中談到，高雄捷運雖以 BOT 的模式興建完工，但並不代表其為一符合企業型都市之「公私合夥、多元治理」的新治理型態的轉變，整體的都市治理形式仍傾向於舊有恩庇侍從關係的威權統治邏輯。高雄捷運 BOT 政策以其大型工程利益為核心，成為地方政府攏絡新政權聯盟的工具。但張儀君並進一步點出許多相關研究也指稱，台灣的 BOT 或民營政策具有國家角色高度介入藉以維繫政權正當性的特質；以及對於民營化制度本質認知不清，以至於產生金錢與權力互相掛勾的普遍性問題（張儀君，2006）。

筆者在張儀君的研究基礎之上來檢視高雄巨蛋 BOT 的案例。發現高雄巨蛋於 2003 年 1 月招標時，得標的承包廠商原為達欣工程公司，6 月時達欣公司提出籌組新公司的要求，所以 2004 年 1 月高市府才與新公司-漢威巨蛋開發公司簽約。而漢威公司的董監事成員背景，包括達欣工程、漢神百貨、漢來飯店、凱賢投資、上揚國際資產管理、漢欣國際開發…等，幾乎是由漢來幫⁹所組成（中國時報，

⁹ 根據張儀君整理，高雄漢來幫最早見於 2003 年，主要是指一群高雄地方產業的大資本家、中央部會官員以及高雄當地國營企業董事長，會定期在高雄漢來聚會，主導高雄市重大市政建設。成員包括前市長謝長廷、前總統府副秘書長陳哲男、陳哲男之子立委陳其邁、陳其堯、台糖董事長余政

2005)。中鋼並在董事長林文淵主導之下投資巨蛋開發公司 18%的股份，對高雄巨蛋鋼材供應打了一劑強心針，有中鋼背書加入股東成員，才順利推動高雄巨蛋的工程施工及運作(台灣時報，2008)。換言之，中鋼以其強大的資本額以及穩定的企業經營狀況，推動工程順利運作，也是另外一種國家資本移轉，變成地方派系可用資源的形式(張儀君，2006)。從這些資料可以推論，高雄巨蛋 BOT 如同其他在台灣脈絡下的其他民營化政策，只是另外一個地方政府攏絡地方政治勢力、形塑政商網絡的重要手段，而非企業型都市所指涉多元、民主的治理政策型態。

其次，其他企業參與世運的形式相對單一，大部分企業參與是以簽約外包來分擔高市府與 KOC 的業務。一般來說，在其他國際運動賽事常見的企業贊助在這次世運籌備過程中並不踴躍，企業贊助廠僅約 40 間左右，其中並包含了中鋼、台電、中郵、中華郵政、中華電信等國營企業。另外，雖也有企業與市府合作共同推動都市行銷，但僅以食宿業者為主，其他產業在世運中的參與並不明顯。這些證據顯示了高雄都市政治過程中企業參與的形式還是以高雄市政府將業務委外給民間單位承包為主，簽約外包是以地方政府為出發點的政府業務民營化最常見之工具，但企業型都市多元治理中企業參與地方治理的方式不應只有此一途，例如更多不同產業的企業也能廣泛參與世運中的城市行銷活動，不僅能動員更多資源炒熱世運氣氛，也將與市府建立合作的網路與基礎。

第三，世運的經費絕大多數還是來自政府資金，更準確的說大部分來自中央政府，顯示台灣地方政府在發展型國家的脈絡中，地方政府在市長民選後增加了治理的能動性，但並沒有相對充分的地方分權與財政自主性的配合，經濟發展所需的資源的主導權還是握在中央政府手上，若中央政府不願意支持世運在高雄舉

憲、漢來幫發起人侯西鋒(國揚實業、漢來飯店、漢神百貨董事長)、東南水泥董事長陳敏賢、高興昌鋼鐵廠董事長呂泰榮、皇昌營造董事長江程金、岡聯事業公司董事長楊慶祥、中鋼董事長林文淵、中信造船董事長韓碧祥等人。而在張儀君的訪談也指出，此利益結盟成員有增加的趨勢，包括達欣工程、漢威開發公司等負責人也加入此一聯盟中。

辦，可以說高雄市政府是絕對沒有能力獨力承辦，也限制了地方政府轉型為更具侵略性企業型政府的能力。

第四，高雄市政府與世運承辦單位 KOC 在處理世運各項業務時，不論是在行政組織架構、行政流程及用人等方面都延續了原本舊有的市政運作方式與思惟，也因此僵化的行政組織與流程在處理世運龐大、複雜、多元的業務時顯得過度限制、無效率與人手、資源不足。雖然在收到 IWGA 的不滿之後有做了些許調整，但在大架構已經決定的情況下，高雄市政府似乎無法在此過程中轉型成一個真正具有較大彈性與能動性的企業型政府。

第五，都市企業主義中所強調的公私合夥指的是公部門與私人企業間的夥伴關係，較忽略市民參與在企業型政府中所能扮演的角色，而高雄世運最大的特殊性在於市民社會在這次世運中可說是貢獻良多，大量的市民社會參與，或者說大量的市民被動員，展現高雄有別於其他企業型城市的特殊性。

藉由上述五點筆者試圖點出企業型政府的複雜性與高雄的特殊性。企業型政府的基本精神是公私合夥的都市治理型態，但在真實的操作中-如高雄世運的例子，我們可以觀察到此公私合夥是一個模糊或彈性的概念，高雄世運確是一個最好的觀察高雄企業型政府如何展現的切入點，而其公私合夥的夥伴關係在台灣的脈絡下也有別於 Harvey 等人所提出的都市企業主義的「原型」。

5.7 小結

如同文獻回顧中所提到的，大型運動賽事所需要動員的資源龐大且涉及許多層面，絕非一個城市地方政府可以負擔，因此常會需要廣泛的公私合夥的關係與形式，也是檢視企業型城市的具體表現之一。由高雄市政府舉辦世運的過程中來看，KOC 的成立完全來自官方資金且由市府指揮，等於市府只是增加了一個精簡的、臨時編制的組織來承辦所有相關業務，此一臨時組織雖與市府機關受相同法令規章規範，但在與國際接觸的過程中（IWGA），僵化的法令規定也得到了某種程度的彈性。就一個「企業型政府」所追求的「地方政府的效能」來說，高雄市政府以最少的人力和資源來承辦世運，的確發揮了極大的效能。

因此，在賽事的規劃與籌備上高雄市政府擁有絕對的主導權，並以資源管理與協調的角色居中，以最精簡的經費、組織、人力，爭取各方資源挹注以完成世運。中央政府為此次世運最大的資金來源，可以說沒有中央政府的經費挹注，高市不可能有能力舉辦世運，市府與中央在經費上的爭執，凸顯了在地方政府資源極度缺乏的情況下，中央政府的確還是有不能抹滅的重要性；而民間企業則是另一條地方政府必須拉攏的資源，與一般國際運動賽事不同的地方是，企業贊助並不是企業挹注世運的主要方式，而是藉由廣泛且大量的市府與 KOC 業務委外的採購案來參與世運，以專業來分擔世運的業務，並在此機會中獲得大量商機與專業技術上的突破，但也增加了市府的財政負擔；另外，市府觀光局則是大量與高雄地區的食宿業者合作，炒熱世運氣氛，並連結高雄市內的觀光資源，吸引觀光客，並試圖把世運轉換成長遠的觀光資源；最特別的是，市民社會也在此次世運中扮演了高雄市政府很大的後盾，不論是志工無私的奉獻或是整個教育體制從校長到學生人力資源的動員，都為世運運作過程貢獻良多。

綜觀世運籌備中的高雄市都市治理過程，高雄市政府正逐漸轉往企業型政府的型態，以最精簡的人力和組織擔任居中協調的角色，不再把所有業務都攬在身上，而是引入各方資源來協力完成。中央政府的財源補足了地方政府最欠缺的資源，龐大的業務量則利用原本與企業界、NGOs 就已存在的廣泛合作網絡大量降業務釋出。在此過程中，高雄市政府成功的將世運連結上「愛國心」以及「光榮感」，受強大「愛台灣」的使命感驅使市民社會成功的被動員，也在世運過程中貢獻了非常重要的資源挹注，並正式連結進入高雄企業化政府的治理網絡之中。可以說藉著世運的舉辦，更加深化、廣化高雄市政府的企業化程度。另一方面，高雄市政府也成功的連結參與世運與「愛台灣」的國族主義，進而運用民參與世運的過程，塑造人們對高雄市國際化的實現的想像，進行對政權的肯定。所以對高雄市政府來說，世運的舉辦可說是非常成功，一方面藉由世運有了正當理由加速了其企業化的進程，以世運為都市發展的中程目標得到民間資本的支持，另一方面把世運連結國族主義、南北差距的對內行銷也非常成功地得到市民社會的認同。



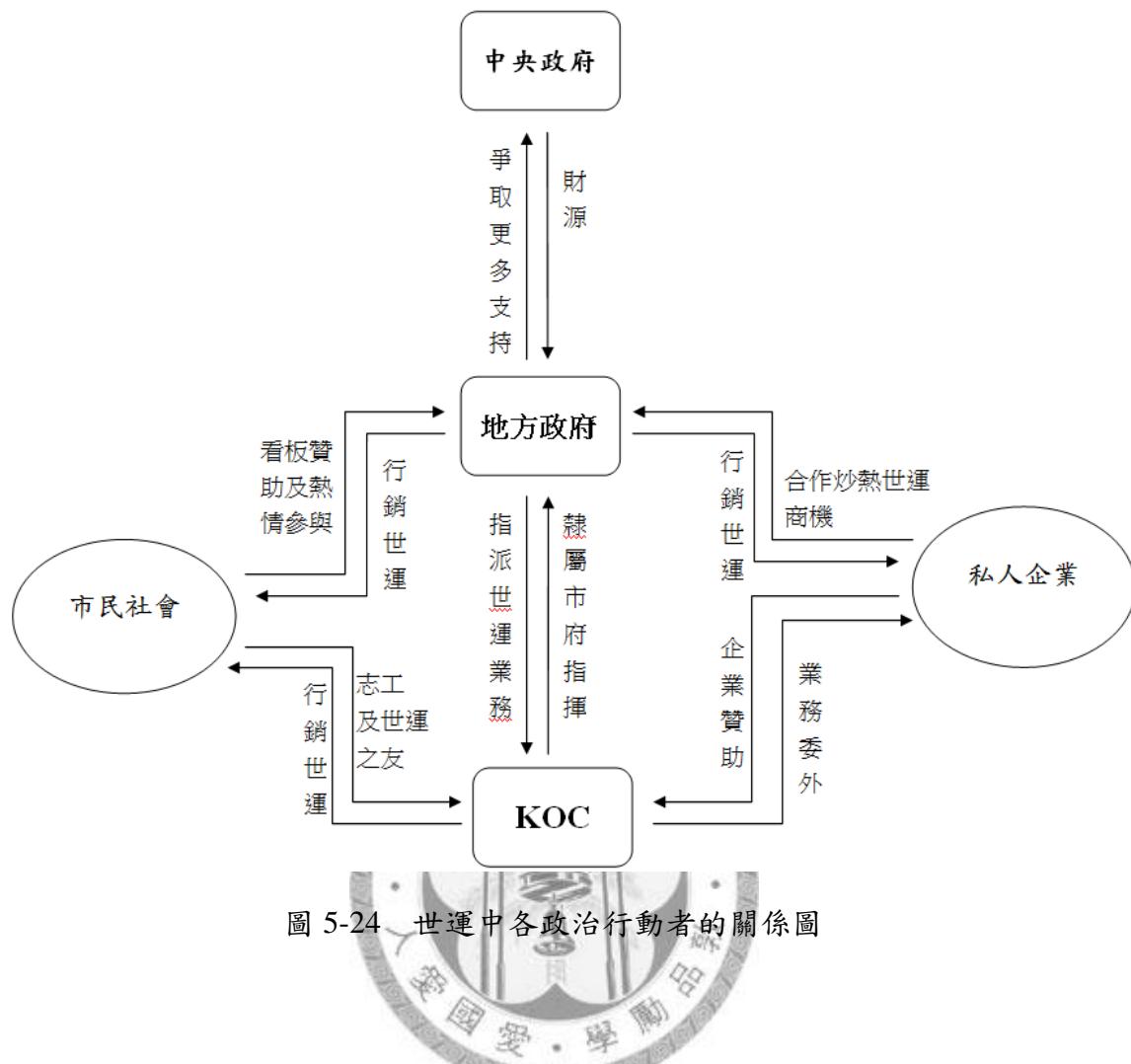


圖 5-24 世運中各政治行動者的關係圖

高雄市政府之所以可以成功爭取到這麼廣泛與大量的支援，與其將世運當作城市發展的中程目標有絕對關係。正因為市府將世運作為城市發展現階段的目標，除了所有發展策略皆是以世運為核心外，更重要的是必須極力的行銷世運，世運行銷代表的是政績的行銷，因此如何讓市民認同並參與世運是市府最重要的工作。一開始高雄市政府原本試圖利用新的城市定位的想像，例如；健康城市、運動城市，大量的使用「運動」、「生態」、「健康」等修辭，再加上此類空間發展計畫的配合，來拉攏市民社會對於世運及其企業化策略的認同，就如同本文第三、四章所論述的。但實際上，這樣的作法並沒有得到市民社會的普遍支持與認同，這一點反映在世運各項賽事門票一開始的銷售並不如預期之上，意味著原先高雄市民對於世運可以說是興致缺缺及置身事外的。而世運開幕後成功激起市民參與

的熱情，前述運動員頻得獎、志工服務廣受好評以及世運開幕典禮大成功等原因也催化了高雄市政府近幾年來積極強化世運作為「國際」運動賽事的特殊性的論述的發酵，不論是政治人物在公開場合的發言，各式平面電視媒體廣告、文宣、海報，都十分強調世運對於台灣站上國際舞台的重要性，身為台灣人、高雄人都應支持世運、參與世運、以世運為榮。這個發酵成功的激起台灣人的「愛國心」與「光榮感」，甚至是翻轉高雄市民長期在「南北差距」心態下的自卑感，才世運銷售門票最後能夠開低走高的重要原因。

而這種受到「愛國心」與「光榮感」所驅使強大的民氣，也成為高雄市政府在籌辦過程中最大的籌碼，有利於其在爭取各方資源時爭取到更多的支持。例如：2009 年的中央與地方經費之爭、或是世運主場館命名之爭，作為「下層機關」的高雄市有能力與中央爭取更多的經費，或是站在「平等」的位置上與中央討論完全由中央出錢的世運主場館如何命名，即是因為世運為師出有名的國際運動賽事。又如與民間資本或市民社會交涉的過程中，許多企業與市民也因位受到「愛國心」與「光榮感」的召喚，自願無酬的給予是政府最大的協助。例如：閉幕總製作人史擷詠曾說：「一年前，多數高雄市民未必看好，也搞不懂什麼是世運。為邀請當地演出團體(開閉幕式)，不管是學校或業餘舞者，幾乎是連哄帶騙，才把出場的團體湊齊。執行團隊在演出上，花最多時間的，不是走位彩排，而是反覆進行洗腦，灌輸世運是爭取城市驕傲的觀念。但到了七月初開幕前十天，世運氣氛不斷加溫，整個城市動起來，演出者情緒開始出現化學變化，從被動參與轉為積極主動（尤子彥，2009）。」。安益集團總裁涂建國也提到：「安益集團承辦世運開閉幕的案子，雖然經費有限，但並不僅是把它當成是單純商業行為來操作。不論標案或執行階段，因為這是台灣的第一次，我們希望能有所貢獻。也因此，在資源有限的情況下，安益國際展覽集團仍盡其可能地不計成本，鼓勵藝術家、創意

團隊投入各種想法與資源¹⁰。」我們可以說，雖然在世運中企業贊助並不踴躍，讓高雄市政府只能完全仰賴官方經費，但龐大的民氣可用成為市府爭取各方支援的後盾。但是相對於市民社會在世運中的貢獻度，其在此過程中的發言權相對極為壓抑，僅能扮演被動配合與支援市府與 KOC 的角色，在筆者所回顧一連串市府的種種政策與施為中，市府皆僅按照自身想像中的藍圖來規劃，鮮少傾聽市民社會的聲音與需求。簡旭伸（Chien & Wu, forthcoming）在檢視高雄市民社會參與都市治理時也曾提到，雖然從謝長廷時代開始為了樹立不同於以往的治理風格，即開始試圖推動各項市民參與都市發展的機制，但市民參與的方式基本上還是相對被動，而在高雄市許多大型計劃中地方政府與地方企業家雖組成很緊密的聯盟，但市民參與的部份可說是非常有限。在世運這個大型事件與大型計劃的案例中，進一步反映了縱使市民對世運有非常多的參與與貢獻，但還是一缺少市民發聲、市民參與的都市治理，這也是為什麼原先世運並未受到太多市民社會的支持，後來才需要藉由「愛台灣」與「愛高雄」的情感召喚來翻轉市民對其支持度的原因。



¹⁰ 資料來源，同註 8。

第六章 結論

6.1 高雄世運與都市企業主義的生產

6.1-1 從高雄世運剖析高雄企業型政府

過去的研究對於都市企業主義已經討論甚多，但對於都市企業主義如何真實的運作在在地政府的政策實踐卻缺乏細緻的描述，都市企業主義是一個彈性的概念，在不同地方因地制宜的會產生獨特的運作模式。過去對於大型運動賽事的研究中大部分文獻著墨於大型運動賽事對於都市發展所造成的影響。都市企業主義為後工業化時代城市都市治理轉向的主要精神內涵，舉辦大型運動賽事則是城市增強自身競爭力的策略工具。過去研究都市企業主義的實踐也鮮少以大型運動賽事作為主要策略，但實際上大型運動賽事所牽涉的層面甚廣，也必須投入巨大的資源來推動，城市發展的現在與未來都會受到結構性的改變，在這個假設的前提下，筆者看到了都市企業主義與大型運動賽事連結的可能。因此本文以高雄世運作為分析高雄近年來都市發展變遷的過程，以一個國際性運動賽事的籌備過程作為切入點，來細緻分析都市企業主義生產的三個面向過程-政策與論述過程、空間發展計畫過程以及都市政治過程。在本節，筆者將以較鉅觀的視野來探討最初的问题意識：在去工業化的過程中，高雄的都市治理如何轉換？都市企業主義在高雄特殊的地方性之下如何被生產與操作？本節將重新回顧之前幾章的陳述，試圖重新洗鍊出值得分析的事件，從不同的面向中拼湊出回答問題的可能。

第一章先以高雄都市發展的特殊性出發，高雄是台灣第二大都市，過去以重

工業與港口做為經濟發展的動力，是台灣經濟發展的要角之一。1990 年代以後卻在去工業化的過程中面臨產業結構轉型升級的困境，失去舞台的二級產業就業人口無法順利轉移到三級產業，不僅失業率居高不下，新的經濟發展政策-亞太營運中心或是多功能經貿園區等規劃，都受限於兩岸關係的大環境限制下而停滯不前，台灣經濟發展的重心隨著竹科的崛起轉移到北部，高雄整體都市發展陷入危機，甚至新竹到台北的台灣北部區域因著竹科已經連結上全球城市的生產網絡，而高雄以港口機能作為對外連結的優勢卻是逐年降低；另一方面高雄過去發展重化工業所付出的環境代價也逐漸浮現，汙染灰敗的生活環境與城市意象成為高雄的印記。在政治上，國民政府來台以後，首都設在台北，台北市作為中央政府的所在地理所當然的擁有得天獨厚的發展資源，在資源長期分配不均的情況下，兩大都市的發展經過 40、50 年的拉出巨大的鴻溝，反映在家戶收入所得、就業結構、教育程度等多方面，直轄市長民選以後，市長候選人為尋求政權的正當性，「市港合一」、「南北差距」遂成為高雄都市發展的重要議題。

在理解高雄特殊的發展脈絡後，為了能夠有系統地分析高雄在回應這些都市危機之下所產生的改變，第二章拋出了本研究的研究架構-都市企業主義。在全球化的過程中，面對資本、人才、企業、資訊的可快速流動，地方政府被迫挺身而出以自身的優勢留住這些競爭力，也引導了地方政府的性質從官僚的和階層的決策模式轉變為更有主動的、企業化的和商業導向的路徑，即所謂都市企業主義的興起。而大型運動賽事為何成為城際競爭中激烈爭奪的戰場之一，即是因為它符合都市企業主義策略的本質，可作為增強都市競爭力的工具之一。因此筆者以都市企業主義以及高雄世運間的連結來作為案例分析，透過此案例來理解都市企業主義如何真正實踐在都市發展變遷的過程中，因為都市企業主義具有因地制宜的彈性，因此將都市企業主義分成三個面向的生產過程-政策與論述過程、空間發展計畫過程以及都市政治過程，以求更全面、更細緻的案例分析（可配合圖 6-1）。

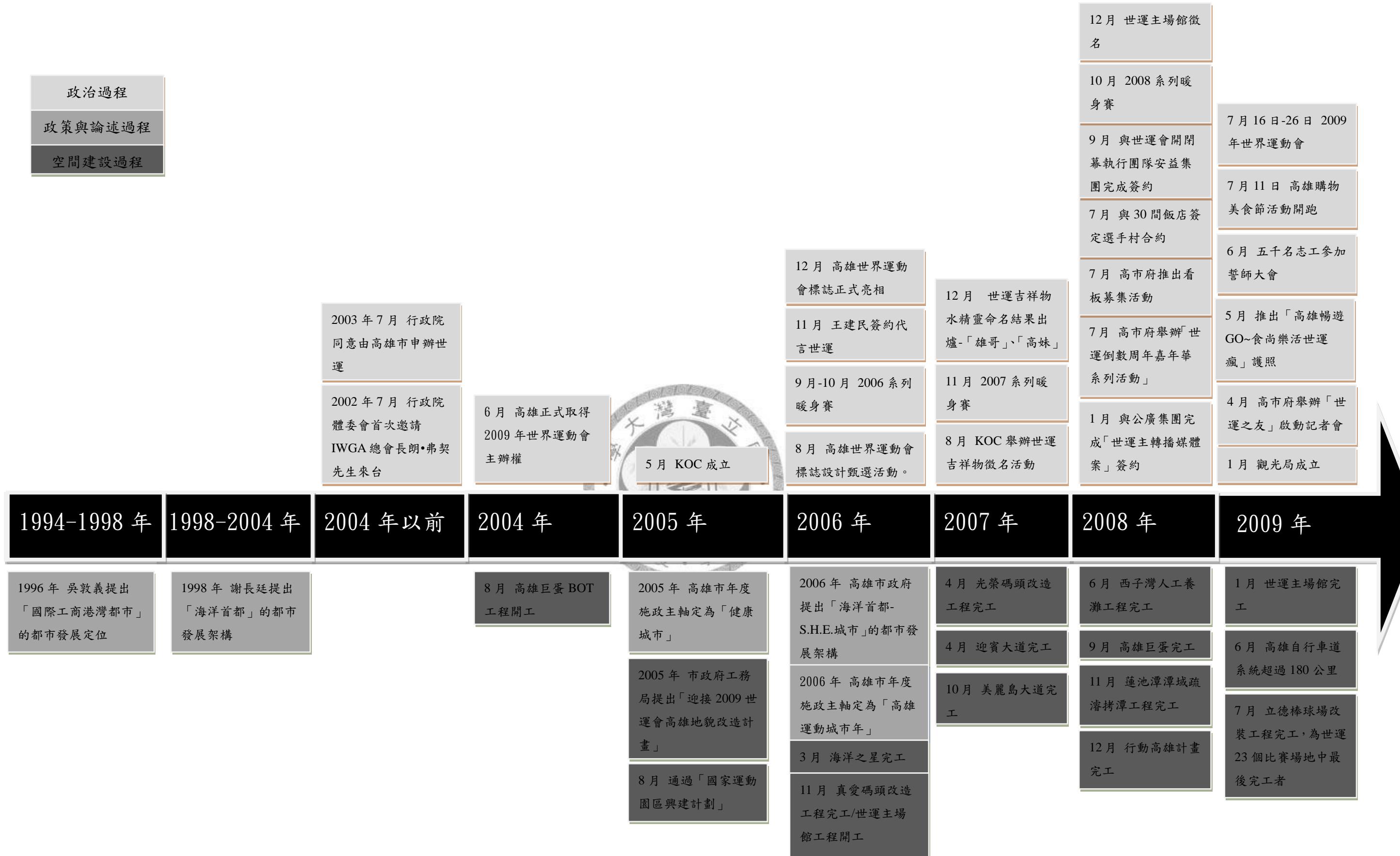


圖 6-1 高雄世運中的都市企業化過程

第三章，筆者先從政策與論述過程出發，檢視高雄世運的籌備對於高雄市都市發展政策與論述面向所產生的轉變。研究結果發現，從 1994 年第一次市長民選開啟了高雄市面向都市企業城市的轉向，1998 年謝長廷市長當選之後，以「海洋首都」作為召喚市民認同的文化治理策略，城市形象的打造成為政策焦點，巨大的改變了過往高雄頹敗工業城的意像，一連串消費地景的打造成為高雄都市企業主義轉向的核心積累策略。2004 年正式取得世運主辦權以後，2009 年的世運被視為都市發展的中程目標，「運動」與「生態」等元素加入了原本「海洋首都」的架構，豐富了高雄企業化轉型的論述內涵，伴隨運動而來同時符合世界潮流的「安全」、「健康」、「生態」成為新的政策論述說辭，勾勒高雄市「宜居的」、「樂活的」、「永續的」美好生活環境的願景，「運動城市」、「健康城市」是高雄市新的城市定位；另外，高雄站上國際舞台的機會就在眼前，需要打造符合國際城市形象；優質的生活空間的創造被提升到前所未有的高度，創造休閒、娛樂、觀光或運動空間的土地開發被放在施政的核心，預先宣告了下一波新的空間建設。再者，世運所帶給高雄治理能量的提升也反映在世運的官方標語上，高雄代表台灣站上國際舞台，不僅象徵長期在國際上受到打壓的台灣有了揚眉吐氣的機會，對高雄來說更有著平衡南北差距的象徵作用。

但是在新的以世運為企業化策略軸心的海洋首都-S.H.E.的發展架構中，經濟或產業發展正式從政策綱領中消失，巧妙的以運動城市、健康城市等新的城市發展定位以及想像讓市民「遺忘」經濟發展積弱不振的事實，其企業化策略以城市形象、城市行銷為主，而非正面回應高雄的經濟發展危機，因此我們或可預見即使經歷了世運與企業化轉型的過程，高雄的經濟發展危機還是無法得到解答。

都市發展政策需要落實到實質的都市空間，大型運動賽事也通常被隨著大興開發計畫，而土地開發一向是地方「成長聯盟」所關懷的核心，也是地方政府建

構政權正當性的重要工具，第四章回顧高雄世運相關的空間發展計畫過程，研究結果發現，自市長民選後，不但都市企業主義日漸成為都市治理的重點思維，且伴隨產生大量引用都市行銷手法來塑造流動資本重新定著的地方重建形象或都市再生策略。取得世運主辦權後世運，伴隨著政策論述的轉變，以生活品質或環境寧適性等地方永續性為主題的提法，開始成為新的企業主義取向下的都市行銷重點及資本積累策略。其空間建設計畫包括三大核心：基礎建設的再提升、休閒消費空間的打造、全球城市形象地景改造。在建構政權正當性的前提下，公部門在創造高品質都市形象與都市空間的過程中，透過新的地景和景觀的塑造，一方面吸引資本和消費，釋放商機給予民間資本，另一方面優質都市空間的創造也成為房地產業者炒作土地的潛在利基。並給予市民社會一個好的都市必須是健康、安全、生態的空間的想像，正當化政府走向企業化經營的政策，並建立政權的穩固性。



高雄市的空間發展計畫基本上是其政策與論述過程的具體實踐，因此其企業化的策略同樣忽略了高雄市近年來所面對的經濟發展危機。更有甚者，以空間改造與城市美化為主軸的空間發展計畫基本上鎖定的是中產階級的顧客群，這種新都市地景的打造，往往具有刻意簡化或忽略某些既有地方紋理的傾向，造成了某些內在都市紋理的抹除。此外，雖然使用了大量「生態」元素的展現，但需要注意的是，高雄並沒有因此變成一個真正的生態城市或永續城市。

第五章的都市政治過程中所要觀察的是都市治理中各行動者間的關係，由於都市企業主義是一種公私合夥的治理概念，公部門藉由廣泛的與私部門及第三部門間的合作，彌補公部門資源與人力不足的困境。高雄市政府作為主辦城市，並以世運作為都市發展的中程目標，行銷世運是高雄市政府最重要的工作，因此除了成立了一個虛擬政府組織的 KOC 來籌辦世運相關各項業務，另外還在 2009 年成立了觀光局加強世運行銷；而中央政府則是扮演最大的財力支援的角色，對於

已經很久未受到中央重視的高雄市來說，這些投資對高雄市都市發展確實十分關鍵；在民間企業方面，企業贊助不如預期的是國際性運動賽事的重要資金來源，但世運龐雜的業務量還是藉由簽約外包的方式，大量釋出商機給私部門或 NGOs；特別值得注意的是高雄市政府把世運連結國族主義、南北差距的對內行銷非常成功，得到市民非常熱烈的認同與支持，市民社會也因此成為世運過程中不可或缺的角色，納入了都市企業主義的治理的一環。就一個「企業型政府」所追求的「地方政府的效能」來說，高雄市政府以最少的人力和資源來承辦世運，的確發揮了極大的效能。

都市企業主義中的公私合夥關係需要更仔細的檢視，高雄企業化的型態確實存在一些特殊性，例如高雄巨蛋的BOT工程基本上是延續過去台灣恩庇侍從主義的地方政府與地方企業家的結盟關係，通常有著金錢與權力互相掛勾的普遍性問題，而非民營化制度的本質。又如：企業參與世運的形式相對單一；地方政府在經費上對中央政府的高度依賴；僵化無彈性的行政體制；市民社會在都市政治過程中的高度貢獻…等等，都顯見了高雄企業型政府的特殊性。

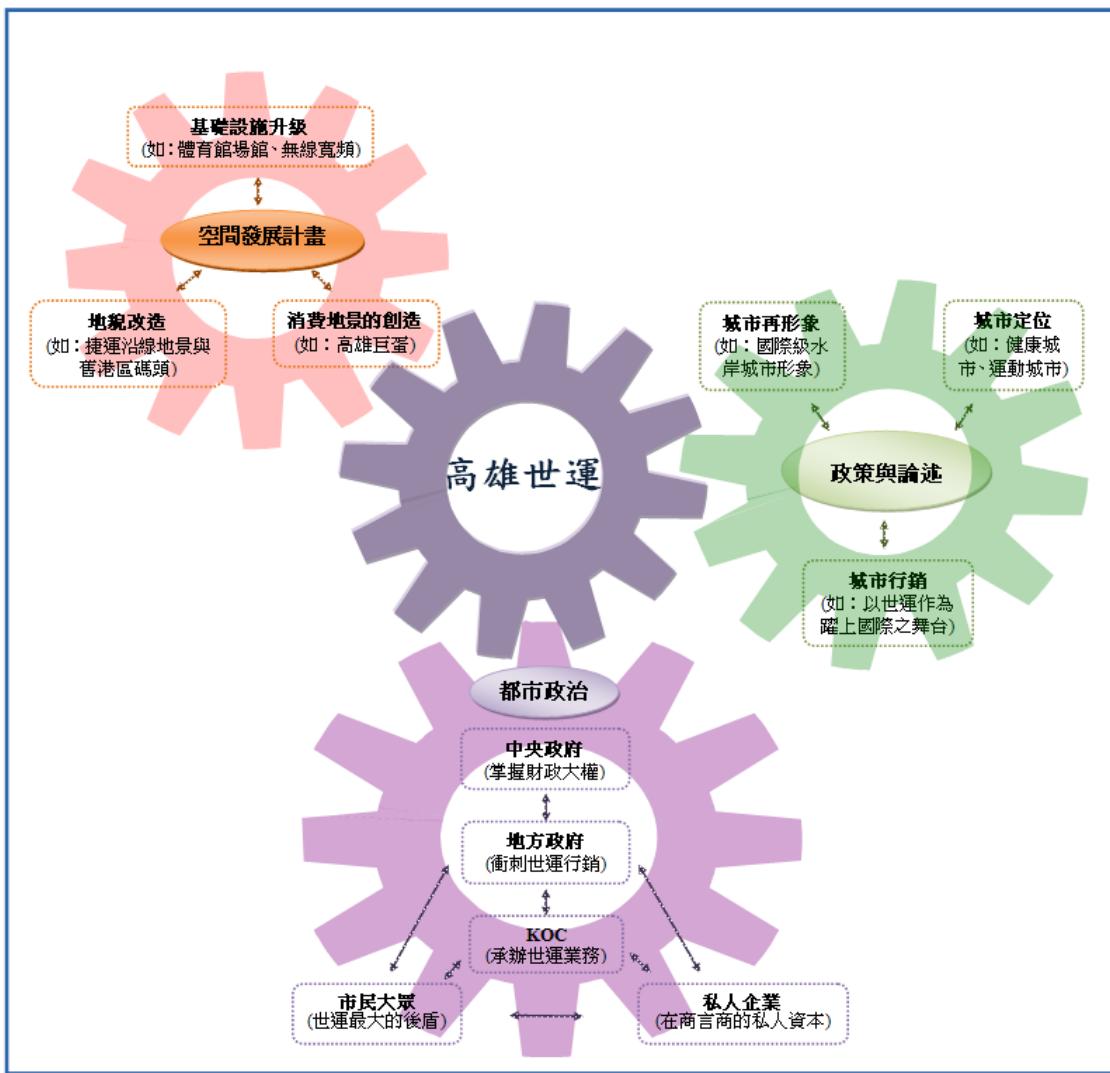
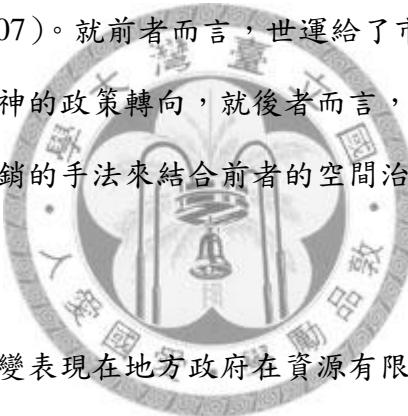


圖 6-2 高雄世運的企業化過程結構圖

綜觀以高雄世運作為高雄企業化過程的切入點，可以看出高雄最早從 1990 年代中期即開啟了轉向企業型城市的開端，地方政府運用許多創新議題、論述與計劃試圖製造更多的地方發展的可能性與能動性。2004 年世運的出現成為高雄新的企業化策略的軸心，帶動相關資源與經費的整備與轉動，又因為世運開幕的日子形同截止日，也加快了城市發展的進程。因此我們可以說，在市府將世運視為城市發展中程目標以後，世運便成為高雄近年來企業化策略的核心，為過去高雄的企業化策略注入了新的內容，並帶動新的高雄企業型都市的生產。雖然或許這些相關的政策、論述與計畫就算沒有世運也早已排定在高雄市政府都市發展的進程

表中，但因為世運的出現，才能使得政策與論述過程、空間發展計畫過程以及政治過程等三方面的資源都可以藉由世運整合在一起，並以世運為軸心帶動三個不同方面的齒輪加速運轉而達到相輔相成、互相加乘的效果。也呼應了研究發問中所言世運是一個觀察高雄企業型都市的生產與型態最佳的切入點（如圖 6-2）。

而高雄都市企業主義化的過程確實深深鑲嵌於特殊的地方脈絡之中。面對全球化的去領域化的挑戰，回應並治理日益激化的城際競爭成為當前都市發展必須面對的重要任務。都市為了強化其在城際競爭過程中的在地優勢，以獲取流動的資本於地方發展上進行空間定著，一方面透過都市企業主義來鬆綁計畫發展管制的制約以爭取回應時空壓縮的量能，另一方面則是強調地方形象的重新塑造來突顯地方特質（藍逸之，2007）。就前者而言，世運給了市府正大光明的理由進行一系列具有都市企業主義精神的政策轉向，就後者而言，高市府重點要項就是開創優質環境品質作為城市行銷的手法來結合前者的空間治理策略，並加入「永續性」的元素來建構地方特性。



企業型政府治理的轉變表現在地方政府在資源有限的條件下，各項政策的執行都需要與其他作用者協調合作，這些作用者也因此參與了都市發展政策與策略，並發揮一定的影響力。這些作用者包括了中央政府、民間企業、非政府組織、教育體制以及市民鄰里等，藉由這些資源的補助，地方政府更有能力去執行都市發展的政策，例如：經費、專業知識、技術、人力等等。且地方政府和這些不同作用者間的連結程度也有所不同，例如在台灣發展型國家的脈絡下，與中央政府有著最深程度的連結，中央政府對於都市發展還是具有非常大的主宰力；民間企業則是一直以來就與地方政府有著廣泛的合作形式，世運提供了更多民間企業參與都市發展的機會與形式。市民鄰里則是新興的作用者，世運成功將市民社會拉近治理的網絡。

最後，在高雄世運的案例中，也可以清楚看見企業化的三個面向過程-都市發展政策與論述過程、空間發展計劃過程、政治過程三者之間緊密結合的動態關係。若從都市發展政策與論述過程出發，2005年「健康城市」、2006年「海洋首都-S.H.E.」的城市新定位，也宣告了新一波空間建設將朝向與「健康」、「生態」、「安全」有關的優質居住環境的空間生產，帶動新一波以「綠建築」、「綠美化」為皮，休閒、娛樂、消費為骨的空間建設；空間建設的成果更進一步強化了「健康城市」與「運動城市」的論述說辭，看的見的城市形象與城市景觀改造的成果，成為高雄市政府行銷世運的最佳利器，藉此拉攏了私人資本與市民社會共同參與與認同。如火如荼的世運行銷，又強化了「健康城市」與「運動城市」的論述，以及正當化優質居住環境的空間生產。因此，新的城市定位，新的優質空間的生產以及世運行銷過程，三者緊密結合並互相加乘，成為高雄市「企業型都市」生產運作的機制。



6.1-2 高雄企業化轉型的特殊性

都市企業主義的理論源自於 Harvey 對於西方城市的觀察，本文中的圖 2-2 的企業化過程中的三個面向即是根據西方的理論原型而來，而圖 6-2 則是 2004 年以後高雄市政府以高雄世運為核心帶動一連串企業化策略過程的簡圖。

比較圖 2-2 與圖 6-2 可以發現，首先在圖 2-2 中筆者僅從文獻回顧中辨識了都市企業劃過程中通常會包含政策與論述過程面向、空間發展計劃過程面向以及都市政治過程面向，而三者之間是一種連動的動態關係。在經過仔細地檢視以高雄世運為核心的企業化策略過程以後，圖 6-2 顯示了大型事件或大型計畫的在都市企業化進程中的角色在於做為帶動此三個面向過程轉動的軸心，就像齒輪的軸心帶動三個不同的齒輪加速轉動，並使之能夠緊密結合，相輔相成，也加速都市發展的進程。



其次，這兩張圖中差異最多的在於都市政治的部份。首先在圖 2-2 的理論原型中，都市政治過程所包的行動者僅有中央政府、地方政府與私部門，而圖 6-2 中加入了市民大眾（市民社會）的參與，過去都市企業主義的文獻的確較少談到市民社會做為一行動者的角色與意義，也顯見了高雄的特殊性。正因世運作為一「國際運動賽事」的特殊事件，辦的成功與否代表的是一城或一國在國際上的實力，原本就非常容易激起人民的光榮感與愛國心。再加上台灣長期在國際上受到打壓與北高兩市發展不均的現實的長期以來在市民社會中所隱藏的悲情意識，以及高雄市政府從 1998 年以來即開始致力於城市形象與市民認同的打造，逐漸鼓舞起高雄市民意識與城市認同的歷史脈絡等種種複雜的情結，使得這次高雄市政府以世運做為號召，強力連結世運與台灣、高雄在國際舞台上站起來的象徵意義，才足以全面激發高雄市民或是台灣人民的愛國心，進而使市民社會成為都市治理中重要的一環。甚至在此過程中出現政治作用（以愛台灣與愛高雄的政治力）強於資

本作用（企業化城市的發展策略）的特殊性。

而高雄市政府以此特殊事件為令牌，更顯得師出有名，不管是在對上爭取中央政府的補助，在地方與私人企業的交涉合作，以及在動員市民社會資源的過程中，除了爭取合理的補助預算、在商言商的談判、號召市民踴躍參與世運外，其實更多了討價還價的空間，甚至有利於爭取到其他額外的支持。不管是中央政府對於補助經費上的支持，私人資本對於世運的支持（如：飛信半導體公司），或是市民社會各種形式的支持，都超乎高雄市政府原先所預期，而這些皆有利於市政府以世運為名，更順利的轉向企業化的軌道。

第三，除了從本文第五章政治過程的討論中也可以觀察到，高雄的政治過程顯示的則是以地方政府做為軸心，引入各行動者之資源匯聚，推動世運（與都市發展）進行，尤其是中央政府做為最大的經費支持者，是世運可以舉辦最重要的要素，亦即若無中央的經費支援，也無法帶動這一連串企業化過程的轉動。顯示了在台灣的發展脈絡中，地方分權的權力與資源皆有限的情況下，地方政府依然非常仰賴中央政府的支持。亦即在台灣的脈絡中，各地方政府面臨全球化下的國際壓力升高，紛紛提出各種企業化的策略積極的給予回應，但各種大型計畫的關鍵還是在於財源，因此在台灣地方政府財源有限的情況下，中央政府若不給予支持，縱使地方政府提出再多的企業化的策略，其能動性還是相當有限，而受到中央政府的箝制。相較於都市企業主義起源的西方城市普遍來說擁有較大的地方自治權力與財源自立性，在這種情況下也使得台灣地方政府的企業化模式可以說是一種迥異於歐美城市的高度中央主導的都市治理模式。

6.2 高雄都市企業策略對於都市發展危機的回應

最後，筆者把焦點更聚焦於高雄的都市發展，試圖說明高雄市政府在高雄世運中的種種企業化的策略與作為，如何回應高雄的都市發展脈絡與危機。並以此解釋都市企業主義中三個面向過程的動態關係。

筆者在第一章緒論時有提到，高雄市的都市發展危機可分成三個方面來看。第一，在政治地位方面，北高兩市長期以來南北發展不均的現實亟待突破；第二，在經濟產業方面，1990 年代以後產業升產業轉型失敗使得經濟發展遲緩停滯；第三，在環境景觀方面，傳統以重化工業為產業核心留下高度汙染的環境，加上集體消費供應不足所形成的汙染衰敗的工業都市景觀。2004 年高雄市申辦到世運之後，雖以舉辦世運作為都市發展的中程目標，但還是必須回到高雄市的都市發展脈絡，回應原本即存在的都市危機，意即在本質上還是必須回到思考如何將世運過程中所聚集的龐大資源與能量，轉換成治癒都市發展痼疾的良藥。

表 6-1 歸納了高雄市政府在世運過程中，運用了哪些企業化的策略來回應高雄的都市發展危機。如同表 6-1 所說明的高雄世運中的政策與論述過程、空間發展計劃過程與政治過程皆以特定的策略回應了高雄都市發展中政治地位方面、經濟產業方面與環境景觀方面的發展危機。

雖然高雄市政府在 2004 年以後以籌辦 2009 年世界運動會為目標的都市發展策略在某種程度上部分的回應了高雄都市發展危機的陳年痼疾，但實際上此種企業化的治理方式並無法完美的回應高雄都市發展的沉疴，因此，最後，筆者將試圖指出在此看似一致獲得好評的新治理邏輯下，哪些危機其實僅被片段的回應，在看似成功美好的世運背後有哪些被遺忘的陰影。

表 6-1 高雄企業化過程與都市發展危機的對應

都市發展危機	企業化生產過程	地方政府應對方式	內容
政治地位方面	政策與論述過程	城市定位	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 以「海洋首都」強調高雄特殊性，並賦予「健康城市」、「運動城市」新城市定位，以和台北區別。
	空間發展計劃過程	基礎設施升級	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 爭取大量建設經費補助，打造高雄成為全球城市的硬體實力。
	政治過程	國際城市想像之勾勒	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 透過勾勒高雄站上國際舞台的想像，向市民宣示高雄將成為國際級城市。 ◆ 以高雄舉辦台灣史上第一個國際運動賽事的歷史特殊地位，象徵高雄超越台北。並以此招喚市民參與世運，拉近與草根鄰里的關係。
經濟產業方面	政策與論述過程	城市行銷	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 藉此 Mega-event 成為高雄城市行銷的平台，在過程中展現城市競爭力與優質環境，以吸引更多外來投資與消費。
	空間發展計劃過程	消費地景的生產	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 休閒娛樂消費空間的生產成為資本積累的主要策略，改變都市空間結構。 ◆ 高雄市觀光資源藉此機會重新整頓與包裝。
	政治過程	與私人資本結盟	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 運用獎勵與放寬管制的方式吸引民間資本投入都市開發。 ◆ 世運大量業務以簽約委外方式釋放商機給民間，並與私人資本建立綿密而廣泛的網絡。 ◆ 結合私人資本一起宣傳世運，炒熱世運商機。
環境景觀方面	政策與論述過程	城市再形象	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 藉由「健康」、「生態」、「安全」的論述來建構城市優質生活空間與城市新的形象。
	空間發展計劃過程	地貌改造與城市美化	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 一連串地貌改造以及城市美化的空間建設來形塑城市的新形象。 ◆ 城市美化運動也彌補一部分集體消費之不足。
	政治過程	連結市民參與	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 號召市民與企業共同以「高雄辦喜事」的熱情維護環境品質。

雖然在表 6-1 中筆者指出高雄市政府在世運籌備過程中雖試圖回應高雄的都市發展危機，但從長遠的都市發展角度來分析，這些行動似乎僅是片段且淺薄的回應。例如，首先，政治地位方面，雖然在世運舉辦的 11 天中，高雄成為國際間注目台灣的焦點，雖然真正的提升了高雄的國際能見度，但一次的國際運動賽事畢竟能量有限，實際上南北不論是在政治上或是經濟上的實質差距並沒有因此而有顯著改變。如何打鐵趁熱延續世運後比以往較高的國際知名度，轉換成可與台北城一搏的競爭實力，還需更詳細的規畫。

第二，經濟產業方面，在面臨經濟發展困境以及建構政權正當性的雙重危機之中，高雄市政府被迫採取更具主動性的都市發展政策，本來是寄望藉由多功能經貿園區的規劃，利用高雄原有港口機能的優勢，帶動高雄市整體產業結構的轉型；另外則是藉由新的都市形象的打造吸引外資進入。但是多功能園區計畫停滯不前，高雄市政府只好將重心放在城市形象與城市景觀的改造上。2004 年申辦世運成功後，世運作為一個國際型運動賽事，最大的效益即為城市行銷，更加強化了城市形象與城市景觀的重要性，名正言順的被當作這幾年來高雄市政府施政核心以及空間建設之重點。但是沒有任何一個產業的發展是可以建立在城市形象之上的（就算是旅遊業也必須是其本身有豐富獨特的旅遊資源），產業發展還是建立在城市基本的競爭力，以及基礎建設的提供。亦即高雄市政府並未積極利用世運的舉辦作為提供高雄市未來任何產業發展的競爭力，高雄市的經濟發展依然疲軟。而華麗的空間建設掩蓋了經濟發展頽敗的事實，世運成功的招喚了市民的認同，展現在超高的市長民調以及市民光榮感之中，更使得經濟發展議題似乎已被遠遠拋在腦後，關於下一步高雄經濟發展該走向何方，產業轉型的方法與策略，失業率的降低，多功能經貿園區的推動，在光鮮亮麗的城市地景、震天乍響的「國際水岸城市」的口號中、世運所帶來的站上國際舞台的激情中，似乎已經被隱沒。

第三，在環境景觀方面，在籌辦高雄世運的過程中，市府非常強調「生態」、「永續」元素的展現，試圖以打造高雄成為綠色生態城市來改變高雄以往汙染衰敗的都市印象。舉凡體育場館皆以綠建築規範建造、節能減碳的自行車道、公園綠地的開闢擴張、城市綠美化等等施為皆頗受好評。但不能忽略的是，這些種種作為是因為：其一，後工業都市的轉型對於環境品質多半有較高的要求，高雄過去高污染的負面形象，更加深其對優質環境品質開創的需求；其二，新自由主義空間在治理內涵上重視的仍以短期強調經濟發展的報酬為主，就都市永續發展而言其實是「弱永續性」的發展模式。換言之，以永續、生態加以包裝的企業型都市治理，雖然大量地整合了各種環境及生態準則，但不必然表示這是新自由主義空間的邏輯大量轉型為「深綠」或「強永續」的理念；相反地，透過永續發展的論述，僅是一種「選擇性」的整合，以減少與經濟競賽矛盾對立的環保議題及社會不公，並成為新的資本積累策略（藍逸之，2007）。



引用文獻

中文文獻

- 2009 高雄世運組委會 (2008) 高雄世界運動會公報，第 2 期。
- 王俐容 (2006)，全球化下的都市文化政策與發展：以高雄市海洋城市的建構為例，
國家與社會，1: 125-166。
- 王冠棋 (2006) 科技治城—高雄市數位城市政策分析 1999-2005，輔仁大學大眾傳
播學研究所碩論。
- 尤子彥 (2009) 誰讓三太子站上國際舞台？世運大秀修改 47 次才敲定，商業周刊，
1132 期。
- 台北市主計處 (1970、1980、1990、1995、2000、2003~2009) 台北市統計要覽，
台北：台北市主計處。
- 台北市主計處 (2005、2006) 台北市統計年報，台北：台北市主計處。
- 田孝倫 (2002) 發展台灣申辦國際綜合運動賽會城市之參考條件研究，國立台灣師
範大學體育學系碩士論文。
- 行政院主計處 (1975、1980、1985、1986、1991、1996、2001) 台閩地區工商及服
務業普查報告，台北：行政院主計處。
- 吳文彥 (2002) 都市規劃調節範型變遷之研究—高雄市都市計畫個案變更分析
1955~2000，國立成功大學都市計劃研究所博論。
- 吳英明 (1996) 公私部門協力關係和公民參與之探討，行政管理論文選輯，第 10
輯。
- 吳瓊恩、李允傑、陳銘薰 (2001) 公共管理，台北：智勝文化。
- 呂振瑋 (2008) 資助商與賽事一致性在賽事認同對贊助效益影響之調節效果，國
立中央大學企業管理研究所碩士論文。
- 李永展 (1995) 百年來高雄市都市發展之變遷及未來展望，都市與計畫，22(1):
123-137。
- 李永展、藍逸之、莊翰華 (2005) 全球經濟變遷、發展型國家與台灣城鄉規劃之重
探-都市企業主義適用性的地理探查及其治理危機，地理學報，40: 69-97。

李玉芬 (2007) 運動設施與城市再發展之關係研究 一以 2009 高雄世運會運動設施規劃為例，國立台灣大學園藝所碩士論文。

汪明生、馬群傑 (2007) 地區行銷理論與實證-公共事務管理觀點，台北：巨流。

林世民 (2006) 東京巨蛋超級金雞母，職業棒球雜誌，293: 32-34。

洪士閔 (2003) 國族•神話•意識型態--高雄市立中正文化中心空間文化形式之分析，國立雲林科技大學空間設計研究所碩論。

倪在沁 (2005) 文化創意產業的認識與挑戰：高雄篇，韓必誠主編，高雄文化發聲，高雄：高雄市文化局，164-178。

高雄市工務局 (2006) 2005 工務建設-水岸花香真愛高雄，高雄：高雄市工務局。

高雄市工務局 (2009) 2008 工務建設-轉變迎向世界舞台，高雄：高雄市工務局。

高雄市文獻委員會 (1998) 改制後高雄市歷任市長對議會施政報告彙編，高雄市：高雄市文獻委員會。

高雄市文獻委員會 (2002) 改制後高雄市歷任市長對議會施政報告彙編續編-謝長廷市長施政報告專輯，高雄市：高雄市文獻委員會。

高雄市主計處 (1960、1965、1970、1975、1980、1985) 高雄市統計要覽，高雄：高雄市主計處。

高雄市主計處 (1990、1995、2000~2009) 高雄市統計年報，高雄：高雄市主計處。

高雄市政府 (2001-2009) 年度施政綱要，高雄：高雄市政府。市政資料中心網站。
<http://w4.kcg.gov.tw/~cadc01/web/construct.php>

高雄市發展史編纂小組 (1995) 高雄市發展史，二版，高雄市：高雄市文獻委員會。

高雄市研考會 (2009) 市民光榮感與市長施政滿意度高達 82.1% 與 77.6% 創陳菊市長上任以來新高。

<http://www.kcg.gov.tw/jsf/KcgNews.jsf;jsessionid=01C8B039FF3BF21F11A779F56972D595?unid=cee64285eddedc32caa3bd2d2b0ab2e831e96af6&orgId=38318000E>

高雄市新聞處 (2004) 迎接 2009 世界運動會，鼓聲市府月刊，6 月份。

高雄市新聞處 (2004) 高雄巨蛋體育場--為全民孵出世運夢，鼓聲市府月刊，8 月份。

高雄市新聞處 (2007) 主場館進度超前 高雄巨蛋 2008 年 9 月完工 暖身賽 11 月陸續登場—2009 世運會 造城新契機 市府團隊全體總動員，高雄畫刊，10 月份。

高雄市新聞處 (2008) 躍動 2009—2009 世運開閉幕典禮執行團隊評選出爐，河港快樂頌電子報第 26 期。

高雄市新聞處 (2009) 世運特刊-爲了您我們不一樣了，高雄畫刊，7 月份。

高雄市都發局 (2006) 高雄市綜合發展計畫-提升本市產業競爭力與經濟發展策略規劃簡報。

高雄市都市發展局 (2008) 高雄市發展願景及重大計畫推案簡報。

高雄市建設局 (1990、1995、2000、2004) 高雄市建設統計年報，高雄：高雄市建設局。

張儀君 (2006) 新瓶舊酒?從高雄捷運政策看都市大型計畫與都市政治變遷，國立台灣大學地理環境資源研究所碩論。

莊金國 (2005) 夢想無限延伸 陳其邁打造高雄傳奇，新台灣新聞週刊，488 期。

莊金國 (2005) 魔戒高雄 陳其邁：讓世界刮目相看，新台灣新聞週刊，489 期。

莊金國 (2006) 迎二〇〇九世運會 高雄展現國際格局，新台灣新聞週刊，527 期。

莊金國 (2006) 開放、歡迎、擁抱 世運主場館動土，新台灣新聞週刊，538 期。

陳亞甄 (2008) 承辦世運會對區域發展公共價值的分析研究，國立中山大學公共事務管理研究所。

郭芷余 (2005) 都市治理的情感政治：高雄火車站周邊暨願景館的社會分析，輔仁大學大眾傳播學研究所碩論。

程紹同 (2008) 運動行銷 全球聚焦，國際商情雙周刊，第 256 期。

經建會 (2008) 為建構新世紀國民健康運動休閒空間及文化、爭取舉辦國際運動賽會，行政院經濟建設委員會委員會議原則同意行政院體育委員會所提「國家運動設施整體興建計畫」。

<http://www.cepd.gov.tw/m1.aspx?sNo=0009791&key=&ex=%20&ic=&cd=>

劉麗蓉 (2006) 國際化、上海崛起與高雄城市發展之研究，國立中山大學大陸研究所碩論。

鄭勵君 (2007) 高雄市成功申辦世界運動會策略分析之研究—Porter 五力分析法之驗證，國立體育學院博士論文。

戴光全 (2006) 重大事件对城市发展及城市旅游的影响研究：以'99 昆明世界园艺博览会为例，北京：中國旅遊。

謝長廷 (2002) 日出南方，台北：新自然主義。

藍逸之 (2007) 評析高高屏都市區域治理策略中的在地永續性定著：一個新自由主義空間的視角，建築與規劃學報，8(2): 115-138。

2009 年 1 月 7 日「高雄舉辦 2009 世界運動會與城市行銷」公聽會記錄。

<http://alin.ar.com.tw/arpage.aspx?PageID=AR001075-CO198729>

英文文獻

Albrechts, L. (1991) New challenge for urban policy under a flexible regime of accumulation, *Landscape and Urban Planning*, 22: 189-203.

Bassett, K. (1996) Partnerships, business elites and urban politics: new forms of governance in an English city? *Urban Studies*, 33(3): 539-555.

Brenner, N. (1999) Globalisation as Reterritorialisation: The Re-scaling of Urban Governance in the European Union, *Urban Studies*, 36(3): 431-451.

Brenner, N. (2000) The Urban Question as a Scale Question: Reflection on Henri Lefebvre, Urban Theory and the Politics of Scale, *International Journal of Urban and Region Research*, 24(2): 361-378.

Burbank, M. J., Andranovich, G. and Heying, G. H. (2002) Mega-events, urban development, and public policy, *The Review of Policy Research*, 19(3): 179-196.

Burbank, M. J., Heying, C. H. and Andranovich, G. (2000) Antigrowth politics or piecemeal resistance? Citizen opposition to Olympic-related economic growth, *Urban Affairs Review*, 35(3): 334-357.

Chang, T. C. and Yeoh, B. S. A. (1999) New Asia-Singapore: communicating local cultures through global tourism, *Geoforum*, 30:101-115.

Chien, S. S. and WU, Y. I. (forthcoming) Urban Governances from Below- A Case Study of Kaohsiung, Taiwan, in Mo, K. H. and Ko, Y.W. (eds.) *Social Cohesion in Greater China: Challenges for Social Policy and Governance*, London: World Scientific and Imperial College Press.

Cochrane, A., Peck, J. & Tickell, A. (1996) Manchester plays games: exploring the local politics of globalization, *Urban Studies*, 33(8): 1319-1339.

Essex, S. & Chalkley, B. (2004) Mega-sporting events in urban and regional policy: a

- history of the winter Olympics, *Planning Perspectives*, 19: 201-232.
- Getz, D. (1991) *Festival, special event and tourism*, New York: Van Nostrand Reinhold.
- Getz, D. (2008) Event tourism: definition, evolution, and research, *Tourism Management*, 29(3): 403-428.
- Greene, S. J. (2002) Staged cities: mega-events, slum clearance, and global capital, *The Yale Human Rights & Development Law Journal*, 6: 161-187.
- Hall, P. (1989) The turbulent eighth decade: challenges to American city planning, *Journal of the American Planning Association*, 55(3): 275-282.
- Hall, T., and Hubbard, P. (1996) The entrepreneurial city: new urban politics, new urban geographies? *Progress in Human Geography*, 20(2): 153-174.
- Hannigan, J. (1998) *Fantasy city: Pleasure and profit in the postmodern metropolis*, New York: Routledge.
- Harvey, D. (1982) *Limits to Capital*, Chicago: University of Chicago Press.
- Harvey, D. (1989a) From managerialism to entrepreneurialism: the transformation in urban governance in late capitalism, *Geografiska Annaler*, 71B (1): 3-17.
- Harvey, D. (1989b) *The Condition of Postmodernity*, Oxford: Blackwell.
- Harvey, D. (1990) *The condition of postmodernity: an enquiry into the origins of cultural change*, Cambridge, MA: Blackwell.
- Hiller, H. H. (2000) Mega-events, urban boosterism and growth strategies: an analysis of the objectives and legitimations of the Cape Town 2004 Olympic bid, *International Journal of Urban and Regional Research*, 24 (2): 439-458.
- Horne, J. & Manzenreiter, W. (2006) An introduction to the sociology of sports mega-events, In: Horne, J. & Manzenreiter, W. (eds.) *Sports Mega-Events*, New York: Blackwell, 1-24.
- Jessop, B. and Sum, N.L. (2000) An entrepreneurial city in action: Hong Kong's emerging strategies in and for (inter)urban competition, *Urban Studies*, 37(12): 2287-2313.
- Leitner, H. and Garner, M. (1993) The limits of local initiatives: a reassessment of urban entrepreneurialism for urban development, *Urban Geography*, 14(1): 57-77.
- Logan, J. R. & Molotch, H. (1987) *Urban fortunes: The political economy of place*,

Berkeley, CA: University of California Press.

Molotch, H. (1976) The city as a growth machine: towards a political economy of place, *American Journal of Sociology*, 82: 309-332.

Mules, T. & Faulkner, B. (1996) An economic perspective on major events, *Tourism Economics*, 12(2): 107-117.

Oakley, S. (2009) Governing Urban Waterfront Renewal: the politics, opportunities and challenges for the inner harbour of Port Adelaide, Australia, *Australian Geographer*, 40(3): 297-317.

Pierre, J. and Peters, B.G. (2000) Governance, politics, and the state, New York: Macmillan.

Roche, M. (1994) Mega event and urban policy, *Annals of Tourism Research*, 21(1): 1-19.

Roche, M. (2000) *Mega-events and modernity*, London: Routledge.

Sola, F. E. (1998) The impact of mega-events, *Annals of Tourism Research*, 25(1): 241-245.

Stone, C. N. (1989) *Regimepolitics: Governing Atlanta, 1946-1988*, Lawrence, KS: University Press of Kansas.

Waitt, G. (1999) Playing games with Sydney: marketing Sydney for the 2000 Olympics, *Urban Studies*, 36(7): 1055-1077.

Zukin, S. (1991) *Landscapes of power: from Detroit to Disney world*, Berkeley, CA: University of California Press.

新聞剪報（依報紙筆畫排列）

高雄海洋之星國家門戶工程啓動 (2005) 大紀元，6月23日。

高雄地王地價 與去年相同-每坪約100萬 捷運高鐵站沿線房地產熱絡 SOGO商圈
依舊蟬連地王 (2006) 大紀元，12月14日。

高雄中油遷廠遲未定案 高市議員反彈 (2007) 大紀元，11月26日。

北高雄 80 萬人口無百貨 漢神巨蛋新館進駐 (2008) 大紀元，7月9日。

高市世運預算恢復 主媒體轉播刪 4700 萬元 (2009) 大紀元，3月31日。

- 陳菊:堅持 做對的事 (2008) 大華晚報, 12 月 25 日。
- 旅館、旅遊、百貨、餐飲業 卯足全力 (2009) 工商時報, 4 月 20 日。
- 高市辦世運 19 億 陳菊爭取中央補助款 (2009) 中央社, 2 月 6 日。
- 搶世運商機 高市飯店改頭換面迎賓 (2009) 中央社, 6 月 8 日。
- 世運預算被減 2.3 億 陳菊：高市孤軍奮鬥 (2009) 中央社, 6 月 17 日。
- 世運轉播 高雄名氣響 (2009) 中華日報, 7 月 31 日。
- 高雄巨蛋高捷翻版？立委指控林文淵卸任前五鬼搬運 (2005) 中國時報, 10 月 21 日。
- 高市府 KOC 總會主席認欠專業 (2007) 中國時報, 11 月 04 日。
- 世運進度落後 總會長憂心 (2007) 中國時報, 12 月 04 日。
- 高市自行車道 105 公里 追先進國 (2008) 中國時報, 4 月 27 日。
- 環局擬撤舊衣回收箱 社團反彈 (2008) 中國時報, 6 月 15 日。
- 港都迎世運 建構行動寬頻城 (2008) 中國時報, 7 月 17 日。
- 未來奧世運主辦城市 將派員觀摩高雄世運 (2009) 中國時報, 6 月 30 日。
- 高雄巨蛋幕後推手候西峰 (2008) 台灣時報, 4 月 29 日。
- 今日政黨協商 世運經費 補助總額可達 6 億 (2009) 自立晚報, 3 月 31 日。
- 《68 期重劃區》年底前要拆 300 多戶 地方砲轟 (2008) 自由電子報, 8 月 22 日。
- 獄中看世運 (2009) 自由電子報, 7 月 23 日。
- 紐時讚世運主場館 充滿人文魅力 (2009) 自由電子報, 7 月 17 日。
- 運動賽事吸金 企業形象加分多 (2009) 台灣醒報, 7 月 10 日。
- 世運館巨龍騰空 高雄動起來 (2008) 聯合報, 3 月 29 日。
- 斥資 79 億建 4 年高雄小巨蛋誕生 (2008) 聯合報, 9 月 28 日。
- 世運湧進 26 萬人次 帶 20 多億產值 (2009) 聯合報, 7 月 29 日。
- 無私付出 6 千志工超水準 (2009) 聯合報, 7 月 29 日。
- 漢神百貨有意北上擴點 (2009) 蘋果日報, 8 月 19 日。

網站資料

2009 世運在高雄網站 <http://www.worldgames2009.org.tw/>

Maps of world 網站 <http://www.mapsofworld.com/world-olympic-map.htm>

2009 世運會主場館新建工程網站 <http://stadium.worldgames2009.tw/>

高雄市現代化綜合體育館新建工程 http://pwbgis.kcg.gov.tw/gym/gym_index.htm

管碧玲新聞部落格：儘速公開世運主場館徵名展開國內外行銷

<http://blog.yam.com/kuan1/article/17452707>

台灣採購公報網 <http://www.taiwanbuying.com.tw/>



附錄一 高雄世運大事記

	2004 年以前	2005 年
發展政策與論述過程		<ul style="list-style-type: none"> ◆ 2005 年 高雄市年度施政主軸定為「健康城市」。
空間發展計畫過程	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 2004 年 8 月 高雄巨蛋 BOT 工程開工。 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 2005 年 市政府工務局提出「迎接 2009 世運會高雄地貌改造計畫」，以「捷運延路公園、廣場、地景改造」和「船渠、碼頭景觀改造」為兩大主軸。 ◆ 2005 年 8 月 行政院通過「國家運動園區興建計劃」，並以南部園區為優先推動區域。
都市政治過程	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 2002 年 7 月 行政院體委會首次邀請 IWGA 總會長朗•弗契先生來台。 ◆ 2003 年 7 月 行政院發文同意由高雄市代表台灣向 IWGA 提出申辦世運之申請。 ◆ 2004 年 6 月 高雄市長謝長廷在高雄海洋之星廣場與世運會委員會簽約，正式取得 2009 年第 8 屆世界運動會主辦權。 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 2005 年 5 月 KOC 正式成立。 ◆ 2005 年 7 月 高雄市長陳其邁赴上屆世運主辦城市德國杜依斯堡接下世運會旗。

	2006 年	2007 年
發展政策與論述過程	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 2006 年 高雄市政府提出「海洋首都—S.H.E. 城市」的都市發展架構。 ◆ 2006 年 高雄市年度施政主軸定為「高雄運動城市年」。 	
空間發展計畫過程	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 2006 年 3 月 被行政院核定為「二○○八年國家重點發展計畫」中的國家門戶計劃之一的新光碼頭「海洋之星」工程完工啟用。 ◆ 2006 年 11 月 真愛碼頭改造工程完工。 ◆ 2006 年 11 月 世運主場館工程開工。 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 2007 年 4 月 光榮碼頭改造工程完工。 ◆ 2007 年 4 月 迎賓大道完工。 ◆ 2007 年 10 月 美麗島大道完工。
都市政治過程	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 2006 年 高市府民政局推行「一區一運動」。 ◆ 2006 年 8 月 高雄世界運動會標誌設計甄選活動。 ◆ 2006 年 9 月 -10 月 KOC 舉辦 2009 世運會 2006 系列暖身賽。 ◆ 2006 年 11 月 KOC 與王建民簽約代言世運。 ◆ 2006 年 12 月 高雄世界運動會標誌正式亮相。 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 2007 年 8 月 KOC 舉辦世運吉祥物徵名活動。 ◆ 2007 年 11 月 KOC 舉辦 2009 世運會 2007 系列暖身賽。 ◆ 2007 年 12 月 世運吉祥物水精靈命名結果出爐 - 「雄哥」、「高妹」。

	2008 年	2009 年
發展政策與論述過程		
空間發展計畫過程	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 2008 年 4 月 高雄自行車道系統超過 100 公里。 ◆ 2008 年 6 月 西子灣人工養灘工程完工。 ◆ 2008 年 9 月 高雄巨蛋完工。 ◆ 2008 年 11 月 蓮池潭潭域疏濬挖潭工程完工。 ◆ 2008 年 12 月 行動高雄計畫完工。 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 2009 年 1 月 世運主場館工程完工。 ◆ 2009 年 1 月 完成世運 18 個場館整修事宜。 ◆ 2009 年 6 月 高雄自行車道系統超過 180 公里。 ◆ 2009 年 7 月 立德棒球場改裝工程完工，為世運 23 個比賽場地中最後完工者。
都市政治過程	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 2008 年 1 月 KOC 與公廣集團完成「世運主轉播媒體案」簽約事宜。 ◆ 2008 年 4 月 KOC 委託悍創運動行銷公司開始徵求贊助廠商的贊助。 ◆ 2008 年 7 月 高市府舉辦「世運倒數周年嘉年華系列活動」 ◆ 2008 年 7 月 高市府推出「點亮世運、大家加油」看板募集活動。 ◆ 2008 年 7 月 KOC 與高雄市約 30 間飯店簽定合約，作為賽事期間之選手村。 ◆ 2008 年 8 月 KOC 與台灣吉而好股份有限公司完成 2009 世界運動會商品授權簽約。 ◆ 2008 年 9 月 KOC 與世運會開閉幕執行團隊安益集團完成簽約。 ◆ 2008 年 10 月 KOC 舉辦 2009 世運會 2008 系列暖身賽。 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 2009 年 1 月 高雄市政府正式成立觀光局。 ◆ 2009 年 4 月 世運會各項賽事門票開始發售。 ◆ 2009 年 4 月 高市府舉辦「世運之友」啟動記者會。 ◆ 2009 年 5 月 高市觀光局與高雄當地業者合作推出「高雄暢遊 GO~ 食尚樂活世運瘋」護照。 ◆ 2009 年 6 月 KOC 辦理 2009 世界運動會志工誓師大會，近 5000 名志工參加。 ◆ 2009 年 6 月 「挺世運聯盟」成立。 ◆ 2009 年 7 月 11 日 高雄購物美食節活動開跑。 ◆ 2009 年 7 月 15 日 -7 月 26 日 高市府於光榮碼頭與真愛碼頭舉辦世運博覽會活動。 ◆ 2009 年 7 月 16 日 -26 日 台灣精品運動休閒展。 ◆ 2009 年 7 月 16 日 世運開幕。 ◆ 2009 年 7 月 26 日 世運閉幕。

- | | | |
|--|---|--|
| | <ul style="list-style-type: none">◆ 2008 年 10 月 高市府北上台北展開大規模徵求企業贊助的行動。◆ 2008 年 12 月 世運主場館徵名活動。 | |
|--|---|--|



