

國立臺灣大學共同教育中心
運動設施與健康管理碩士學位學程



碩士論文

Master Program of Sport Facility Management and Health Promotion
Center for General Education

National Taiwan University

Master's Thesis

2025 雙北世界壯年運動會居民城市認同、心理收入、
幸福感與賽會支持之研究

**City Identity, Psychic Income, Well-being, and Event
Support among Residents: The Case of the 2025 Taipei
and New Taipei World Masters Games**

張湘苙

Hsiang-Yi Chang

指導教授：林怡秀 博士

Advisor: Yi-Hsiu Lin, Ph.D.

中華民國 114 年 7 月

July 2025

國立臺灣大學碩士學位論文
口試委員會審定書

2025 雙北世界壯年運動會居民城市認同、心理
收入、幸福感與賽會支持之研究

**City Identity, Psychic Income, Well-being, and
Event Support among Residents:
The Case of the 2025 Taipei and New Taipei
World Masters Games**

本論文係張湘苙君（學號 R11H42003）在國立臺灣大學
運動設施與健康管理碩士學位學程完成之碩士學位論文，於
民國 114 年 06 月 13 日承下列考試委員審查通過及口試及
格，特此證明。

口試委員： 林和彥 (簽名)
(指導教授)

廖俊偉

楊志顯



謝辭

回首過去兩年重新回到校園的日子，謝謝自己當初做了這個決定，也謝謝不斷鼓勵我踏出去的婉茹老師，才讓我有機會能夠走到四處都是神人的這所學校。

非常榮幸能在學程遇見怡秀老師，感謝老師一路以來的提攜，不論是在課堂上給予的知識，還是課堂以外的實務經驗累積，都讓我在運動領域有更全面的瞭解；也非常感謝連玉輝老師的照顧，有幸在兩位老師的帶領下前往美國參訪頂尖運動場館與組織，是我求學生涯中最寶貴的經驗，不僅開拓視野，更加深我對運動產業運作模式的認識。謝謝志顯老師與俊儒老師擔任我的口試委員，給予論文撰寫內容實用且具啟發性的建議，讓細節更臻完善。謝謝司格特的 Paddy 姐在實習期間給予專業的指導與彈性，讓我更加熟悉實際工作場域並累積實務經驗，也很感謝公司的夥伴佩琦、育瑄、于哲、Jennis、瑞，及當時一起實習的學瀚，謝謝大家各種支援互助，讓我在實習的路上不僅充滿歡笑，更是收穫滿滿！

在研究所這段時光，最要感謝的是死線戰士戰友們，聖普、純昕、彥蓁、Leo，家眷組的阿管和以青，從各種報告與碩論的相互提醒到籌辦 CBL，還有幫忙發放我的世壯運問卷，謝謝在這裡遇見你們、一起並肩作戰，一起比 YA 快樂！

謝謝玫綺，在我迷惘的時候，帶我跑咖，梳理思緒，學術生活能有妳一起真是太好了！謝謝最給力也最有趣的朋，簡董、陳董，以及地獄嘴田董，總是帶著我、陪著我、看著我，發瘋；謝謝清流朋，小賴、太太、傑森、男神、Eleen，外加健友李洋，總是給予滿滿的情緒價值；謝謝在身後給予無限支持的林先生，陪我度過這時期的各種喜怒哀樂，讓我有更多勇氣前行；謝謝我的父母、親妹和家人，因為有你們一直以來的包容與鼓勵，讓我能夠放心地做自己和追求碩士學位，愛你們！

最後想對自己說：Everyone has their own time zone. Just go at your own pace!
繼續成為自己想成為的大人，走自己的花路吧！

張湘苡 謹誌

114 年 7 月



摘要

緒論：本研究以 2025 雙北世界壯年運動會為例，探討賽會舉辦期間，臺北市與新北市的主辦城市居民之城市認同、心理收入、幸福感與賽會支持之關聯性。本研究以社會認同理論與社會交換理論為基礎，建構包含四個研究變項的結構模型：城市認同、心理收入、幸福感與賽會支持。方法：研究採用問卷調查法，針對現居臺北市與新北市且知悉賽會舉辦的居民進行資料蒐集，共獲得 280 份有效樣本。資料分析則採用 SPSS 29.0 與 SmartPLS 4 進行信效度檢驗與結構方程模式分析。結果：城市認同能顯著正向預測心理收入與幸福感；心理收入能顯著正向預測幸福感與賽會支持；城市認同與幸福感對於賽會支持的預測則未達顯著，顯示居民對城市的認同與生活感受未能有效地轉化為對賽會的支持態度或行為。結論：本研究結果可作為主辦城市推動未來賽會規劃與城市行銷策略之參考，建議透過提升居民情感認同、心理收入、幸福感等正向心理感受，強化賽會所帶來的社會效益與居民支持態度。

關鍵詞：城市認同、心理收入、幸福感、賽會支持、社會認同理論、社會交換理論

Abstract



Introduction: This study aimed to explore the direct relationships among city identity, psychic income, well-being, and event support among residents during World Masters Games 2025 Taipei and New Taipei City. Based on Social Identity Theory and Social Exchange Theory, a structural model was developed incorporating four variables: city identity, psychic income, well-being, and event support. **Methods:** A questionnaire survey was conducted targeting residents currently living in Taipei City or New Taipei City who were aware of the event. A total of 280 valid responses were collected. Data were analyzed using SPSS 29.0 and SmartPLS 4, with reliability, validity testing, and structural equation modeling. **Results:** City identity significantly and positively predicted both psychic income and well-being. Psychic income significantly and positively predicted both well-being and event support. However, city identity and well-being did not significantly predict event support, indicating that residents' identification with the city and their perceived well-being may not directly transform into actual supportive attitudes or behaviors toward the event. **Conclusion:** The findings of this study offer valuable implications for future event planning and city marketing strategies. It is recommended to enhance residents' emotional identification, psychic income, and well-being to strengthen the social benefits generated by the event and residents' supportive attitudes.

Keywords: City Identity, Psychic Income, Well-Being, Event Support, Social Identity Theory, Social Exchange Theory

目次



謝辭	I
摘要	II
ABSTRACT	III
目次	IV
圖次	VI
表次	VII
第壹章 緒論	1
第一節 研究背景與動機	1
第二節 研究目的	6
第三節 研究問題	6
第四節 研究範圍與限制	7
第五節 操作型名詞定義	7
第貳章 文獻回顧	10
第一節 城市認同	10
第二節 心理收入	13
第三節 幸福感	17
第四節 賽會支持	19
第五節 各變項之相關研究	21
第六節 總結	25
第參章 研究方法	26
第一節 研究架構與假說	26
第二節 研究流程	28



第三節 研究對象	29
第四節 研究調查與實施方式	29
第五節 研究工具	29
第六節 資料分析	35
第四章 結果與討論	43
第一節 樣本背景變項分析	43
第二節 城市認同、心理收入、幸福感、賽會支持之現況分析	46
第三節 研究假說模型驗證與討論	53
第五章 結論與建議	62
第一節 結論	62
第二節 建議	64
參考文獻	66
附錄一 問卷內容	83

圖次

圖 1	心理收入原始模型	14
圖 2	五構面心理收入模型	15
圖 3	研究架構圖	26
圖 4	研究流程圖	28
圖 5	迴歸路徑係數與研究結構模型圖	55



表次



表 1	城市認同量表題目	31
表 2	心理收入量表題目	31
表 3	幸福感量表題目	33
表 4	賽會支持量表題目	34
表 5	城市認同量表信效度分析之結果	36
表 6	心理收入量表信效度分析之結果	36
表 7	幸福感量表信效度分析之結果	37
表 8	賽會支持量表信效度分析之結果	38
表 9	刪題後之量表信效度分析	38
表 10	交叉負荷量	39
表 11	Fornell-Larcker 區別效度分析結果	41
表 12	樣本背景變項分析	44
表 13	城市認同各題項之描述統計	46
表 14	心理收入各題項之描述統計	47
表 15	幸福感各題項之描述統計	50
表 16	賽會支持各題項之描述統計	51
表 17	多元共線性檢定結果	53
表 18	模型適配度檢驗結果	54
表 19	研究假說模型驗證分析結果	54
表 20	假說驗證檢測結果	55
表 21	城市認同透過心理收入對於賽會支持之中介效果檢驗	58

第壹章 緒論

本章為闡述本研究背景、動機及目的，並提出研究問題，接著敘明本研究範圍與限制，最後對研究測量變項進行操作型名詞定義之說明。



第一節 研究背景與動機

隨著全球運動產業的蓬勃發展，國際間有越來越多國家或城市申辦國際性大型運動賽會，例如，奧運、世大運、世壯運、世運會等 (黃煜等, 2015)，不僅僅是期冀能夠促進菁英選手在運動競技層面的交流，同時，以主辦國或主辦城市的角度來看，大型運動賽會不僅是一場運動盛事，更是能帶動多方發展的重要契機。相關研究指出，賽會可促進城市的經濟發展 (Caiazza & Audretsch, 2015)、帶動城市的觀光發展 (陳湘鈺、黃彥翔, 2018)，甚至提高城市在國際間的能見度 (陳信中等, 2015)，有助於提升城市的品牌形象 (Berkowitz et al., 2007; Matsuoka et al., 2024) 等，顯示大型國際運動賽會已成為推動城市發展最強而有力的推手 (Rijina & Sujith, 2019)。

過去臺灣曾成功舉辦 2009 年聽障奧林匹克運動會 (簡稱為 2009 聽障奧運)、2009 年高雄世界運動會 (簡稱為 2009 高雄世運會) 與 2017 年臺北市世界大學運動會 (簡稱為 2017 臺北世大運)，展現臺灣舉辦大型國際賽會的實力，並累積寶貴的辦賽經驗，而這次臺北市與新北市攜手合作，成功獲得 2025 年夏季世界壯年運動會的主辦權 (李再立、簡鈺蓉, 2022)。2025 年雙北世界壯年運動會 (World Masters Games 2025 Taipei & New Taipei City) 是一項結合運動與觀光，並以中壯年及銀髮族為主體的國際綜合性運動賽會，且該賽會不同於以競技為導向的奧運或世大運，更強調全民參與、終身運動及健康促進的理念 (教育部體育署, 2020、2024)，然而，本屆賽會共有 2.5 萬國內外選手報名，參賽總人次高達 48,164 人次 (臺北市府體育局, 2025)。此一類型的大型國際運動賽會的舉辦，不僅有助於推廣運動風氣 (Xiang et al., 2023)，還能對居民的心理層面帶來潛在的正面影響

(Chen & Lin, 2021)。因此，此次賽會的舉辦將對提升臺灣、臺北市政府，及新北市政府的國際地位、促進觀光發展及居民心理層面帶來深遠影響。

在前述所提及之臺灣舉辦過的大型國際賽會當中，有較多國內學者針對經濟影響 (林惠文、呂惠富，2023；詹耀華，2010)、選手運動表現 (吳燕妮、邱炳坤，2020；張凱隆等，2019；蕭敬衡等，2020)、永續評估 (李佳倩、馬上鈞，2014；馬上鈞、馬上閔，2010)、賽會行銷 (林秉毅、鄭志富，2010；曾慧青，2018) 等內容進行探討，針對居民角度的討論則是有關場館設施對效益認知 (劉照金、張伊蓉，2010)、影響認知與支持程度 (陳信中等，2015)、賽會利益與成本及價值對支持之影響 (楊子孟、林東興，2013) 等研究。在大型賽會的籌辦過程中，不只需要探討這些面向，居民的支持態度對於賽會也有至關重要的影響 (Gursoy et al., 2017)，而國內外學者皆指出，居民的支持態度與參與程度是賽會成功的重要因素 (廖俊儒、程紹同，2012；Xiang et al., 2023)。然而，近年來，國內以國際運動賽會探討其對居民帶來心理層面影響的研究較少，僅 Chen 與 Lin (2021) 以 2017 臺北世大運為例，探討居民心理收入 (Psychic income) 對行為意圖、購買意願及生活滿意度之影響。而心理收入係為一種無形的社會效益，顯示居民因運動賽會的舉辦，而產生情感與心理上之正向效益 (Crompton, 2004)。Chen 與 Lin (2021) 參考 Kim 與 Walker (2012) 歸納的五構面心理收入量表，包含因形象提升而帶來的社區自豪感、因賽會有更多社交互動而產生的社會依附感、因賽會舉辦而引發興趣的興奮感、因基礎設施改善或某地區復甦而產生的自豪感、因賽會而為社區注入活力所產生的愉悅興奮感。儘管如此，國內尚有學者針對臺灣相對熱門的路跑賽會與泳渡日月潭及單項運動賽會等運動賽會為例，探討當地居民對賽會的支持態度 (楊子孟，2013；劉照金等，2015；Huang & Hsu, 2022)，顯示運動賽會的舉辦，將當地居民的態度和看法納入評估，亦是至關重要的環節 (Xiang et al., 2023)。

過去對大型運動賽會的研究多集中於經濟效益的探討 (Ferreira et al., 2018; Li et al., 2013; Lintumaki et al., 2020; Overmyer, 2017; Preuss, 2004; Scandizzo & Pierleoni, 2018)，直到近年已有許多國外學者開始對於運動賽會之居民城市認同



(Cai, 2022; Oja et al., 2018) 、心理收入 (Chen & Lin, 2021; Gibson et al., 2014; Ishac, 2024; Ishac & Swart, 2022; Liu, 2017; Mourão et al., 2022; Zhang et al., 2022) 、幸福感 (Chen et al., 2023; Kinoshita et al., 2024; Ramchandani et al., 2022; Sato et al., 2022; Taks & Rocha, 2022) 、賽會支持 (Gursoy & Kendall, 2006; Helsen et al., 2022; Kaplanidou et al., 2013; Parra-Camacho et al., 2023; Prayag et al., 2013; Sato et al., 2024; Yamashita & Hallmann, 2024) 等概念進行討論。與社會認同相關之研究有 Cai (2022) 與 Oja 等 (2018) 探討社會資本、社會認同及心理收入之關聯。而與心理收入相關的討論有 Chen 與 Lin (2021) 探討居民心理收入對參與意圖與賽會授權商品購買意願及生活滿意度之影響；Gibson (2014) 探討運動賽會的賽前三個月與賽後八個月，居民的心理收入與社會資本之差異；Ishac (2024) 透過 2015、2019、2022 舉辦的三項單項運動賽會，瞭解居民對賽會所帶來的心理收入感知變化；Ishac 與 Swart (2022) 以五構面心理收入量表評估居民於賽後的心理收入；Liu (2017) 探討北京奧運為當地居民帶來的心理收入效益；Mourão 等 (2022) 則探討里約奧運賽前與賽後的居民心理收入差異；Zhang 等 (2022) 以單項運動賽會探究心理收入對當地居民態度之影響。與幸福感相關的研究有 Chen 等 (2023) 探討賽會帶來的正面經濟文化影響與負面社會影響等感知，能夠有效預測居民的主觀幸福感；Kinoshita 等 (2024) 以 2020 東京奧運為例，探討居民在賽會前後對事件影響的感知變化，並進一步瞭解正面與負面事件如何影響居民的心理幸福感；Ramchandani 等 (2022) 探討大型運動賽會對觀眾主觀幸福感的影響，以縱貫性研究，透過三場不同的賽事，分析觀眾在賽前賽後的幸福感；Sato 等 (2022) 以橄欖球世界盃為例探討居民對活動的正面影響感知能透過心理資本作為中介，進一步提升幸福感；Taks 與 Rocha (2022) 以 2016 年里約奧運與帕運為例，採用縱貫性研究探討巴西居民的主觀幸福感與社會影響之間的關係。賽會支持的研究則有 Gursoy & Kendall (2006) 探討居民感知賽會帶來的正負面影響對於支持程度的影響；Helsen 等 (2022) 探討單項運動賽會對當地居民的社會效益及其對活動支持的影響；Kaplanidou 等 (2013) 探討賽會對當地居民生活品質和居民對大型活動支持度的



影響，並比較賽會前後的感知差異；Parra-Camacho 等 (2023) 探討運動賽會如何透過其社會影響，促進城市的永續發展，並分析居民對賽會的支持度及影響因素；Prayag 等 (2013) 探討居民對舉辦倫敦奧運而感知到的社會文化、經濟及環境之正負面影響與賽會支持的關係；Sato 等 (2024) 以賽前、賽會剛結束、賽後之三個時間點調查探討東京奧運對居民支持未來舉辦大型運動賽會的態度，並瞭解社會幸福感 (Social well-being) 的中介效果；Yamashita 與 Hallmann (2024) 探討居民對東京奧運與帕運的信任、感知的社會與個人利益，以及支持意圖之間的關聯，並於賽會剛結束與賽會結束一年後進行兩階段的調查，瞭解大型運動賽會對於居民支持態度的長期影響。綜上所述，可看出同時著重探討居民城市認同、心理收入、幸福感與賽會支持的關聯性，則缺乏深入的研究。

Preuss 與 Arne Solberg (2006) 指出賽會舉辦城市的居民態度對賽會的成功與影響力發揮具有關鍵性。而目前國內對於賽會舉辦的相關研究中，針對居民態度的討論較少，因此，構成本研究重要的學術切入點，而本文以 2025 雙北世壯運為例，故將以賽會主辦城市的臺北市與新北市居民作為研究對象，瞭解賽會帶來的心理層面影響。尤其，雙北作為臺灣人口密集且經濟發展的核心地區 (研之有物, 2023)，此一特殊性將使得居民對於這次大型賽會的態度與看法具有代表性與參考價值。然而，針對世界壯年運動會，係為以中壯年及銀髮族為主體的運動觀光賽會，居民是否能透過城市認同、心理收入、幸福感等概念，進一步轉化為對於賽會的支持，是個值得深入探討的議題。因此，本研究基於社會認同理論 (Social identity theory, SIT) 與社會交換理論 (Social exchange theory, SET)，解釋主辦城市居民如何透過城市認同與心理收入及幸福感來決定是否支持賽會舉辦，這樣的研究不僅能補足學術上的缺口，也能闡述大型賽會如何促進居民正向感受的非經濟效益。

此外，以實務面來看，瞭解居民心理收入，如自豪感與興奮感，甚至是幸福感等感受，將會如何影響其對賽會的支持態度，對賽會主辦方在未來規劃或執行大型賽會的過程，更具有應用價值。透過瞭解居民感受，將有助於主辦方採取符合居民

期待的策略，提升賽會成功舉辦的機率，並讓居民從中獲得正面體驗與價值。同時，這些研究結果也可為其他城市舉辦大型運動賽會提供重要的參考依據。

最後，2025 雙北世界壯年運動會於臺灣舉辦，使本研究具有高度的時效性，由於在賽會舉辦期間進行調查，可以蒐集到最貼近實際情況的資料，並有效地反映當下的真實情況，讓本研究具有代表性。因此，本研究以 2025 雙北世壯運為例，探討居民城市認同、心理收入、幸福感及賽會支持之間的關係，期冀協助地方政府從居民的角度出發，打造更具自豪感的賽會體驗，有助於提升主辦城市的內部社區凝聚力與外部國際形象，及整體的長期發展潛力，為大型賽會的規劃與執行提供更有效的建議。



第二節 研究目的

臺灣近二十年舉辦大型國際綜合性運動賽會之經驗包含 2009 年聽障奧林匹克運動會、2009 年世界運動會、2017 年世界大學運動會，而在這些賽會之舉辦過程或結束過後，國內較少針對居民的態度或其心理層面進行探討，因此，有其研究的必要性。故本研究欲了解 2025 雙北世界壯年運動會（簡稱為 2025 雙北世壯運）之主辦城市居民，其城市認同、心理收入、幸福感及賽會支持態度之現況進行探究，並提出以下研究目的：

- 一、了解 2025 雙北世壯運主辦城市居民的城市認同、心理收入、幸福感、賽會支持之現況。
- 二、探討 2025 雙北世壯運主辦城市居民，城市認同對心理收入之預測情形。
- 三、探討 2025 雙北世壯運主辦城市居民，城市認同對幸福感之預測情形。
- 四、探討 2025 雙北世壯運主辦城市居民，城市認同對賽會支持之預測情形。
- 五、探討 2025 雙北世壯運主辦城市居民，心理收入對幸福感之預測情形。
- 六、探討 2025 雙北世壯運主辦城市居民，心理收入對賽會支持之預測情形。
- 七、探討 2025 雙北世壯運主辦城市居民，幸福感對賽會支持之預測情形。

第三節 研究問題

根據上述研究目的，本研究提出之研究問題如下：

- 一、2025 雙北世壯運主辦城市居民的城市認同、心理收入、幸福感、賽會支持之現況為何？
- 二、2025 雙北世壯運主辦城市居民的城市認同對於心理收入之預測力為何？
- 三、2025 雙北世壯運主辦城市居民的城市認同對於幸福感之預測力為何？
- 四、2025 雙北世壯運主辦城市居民的城市認同對於賽會支持之預測力為何？
- 五、2025 雙北世壯運主辦城市居民的心理收入對於幸福感之預測力為何？
- 六、2025 雙北世壯運主辦城市居民的心理收入對於賽會支持之預測力為何？
- 七、2025 雙北世壯運主辦城市居民的幸福感對於賽會支持之預測力為何？



第四節 研究範圍與限制

- 一、本研究對象為 2025 雙北世壯運主辦城市之居民，為目前居住於臺北市或新北市之居民，雖該賽會競賽場館位置包含臺灣北部的臺北市、新北市、宜蘭縣、桃園市、新竹市，及新竹縣等 6 座城市，但本研究著重探討城市認同，因此未居住於臺北市與新北市之居民，將不列入本研究範圍之中。
- 二、本研究於 2025 年 5 月 17 日至 30 日，雙北世界壯年運動會之賽會進行期間，至開幕式場館、臺北市政府轉運站、國民運動中心、百貨公司等人潮眾多之處，招募網路問卷填答者。
- 三、研究限制可能受到賽會舉行期間的相關重大事件，如：政治活動或自然災害等外部因素干擾，間接影響居民對賽會的態度，從而造成研究結果偏誤；亦可能受到新聞或社群媒體提供之有關賽會的正面、負面報導，影響居民態度。

第五節 操作型名詞定義

一、城市認同 (City identity)

城市認同是指個人身為當地市民與城市之間的情感連結感受，並對他人展現自我身份時的評價 (Luhtanen & Crocker, 1992; Marcouyeux & Fleury-Bahi, 2011)。而當個體認同度高時，對於當地事務的投入程度則會隨之增加 (鹿雅軒, 2021)。故本研究將城市認同定義為居民將自身與城市產生情感連結之感受，不僅是地理上的歸屬，更是一種與當地的情感與文化連結，影響個體的自我認知與社會互動。

本研究採用 Su 等 (2018) 設計之量表進行居民城市認同的測量，並採用李克特式 (Likert) 七點同意量尺進行測量，最低 1 分到最高 7 分，分別為非常不同意、不同意、有點不同意、普通、有點同意、同意、非常同意。

二、心理收入 (Psychic income)

心理收入是一種個人因賽會舉辦而產生的內在感受，因運動賽會舉辦帶來的情感利益，也是種無形的社會效益，能促進居民的情感滿足、集體歸屬感與自豪感

(Crompton, 2004)。本研究參考 Kim 與 Walker (2012) 所歸納的心理收入五個構面，並將其定義闡述如下：

(一) 賽會興奮感：對於大型運動賽會舉辦所產生的情感投入，增強社區成員認知到賽會重要性、對於賽會的興趣和賽會帶來的樂趣等感受。

(二) 社區興奮感：因主辦城市舉辦大型運動賽會，多數遊客湧入，感到城市被注入活力所產生之興奮感受。

(三) 社區依附感：大型運動賽會增加當地居民之個人在不同群體之間的社會互動，包含友誼與情感交流，及社會參與。而這種正向增強的社會互動能改善社會關係，產生社區成員之間的團隊合作，促進成員對於社區之依附感。

(四) 社區自豪感：因主辦城市舉辦大型運動賽會，展現籌辦賽會的能力、獲得國際認可與提升國際能見度與知名度等正向社區形象，而產生之自尊感。

(五) 基礎建設改善自豪感：因運動賽會帶動的城市建設、環境、服務等，感受明顯改善且有正向變化而感到的驕傲與滿足感。

本研究採用 Chen 與 Lin (2021) 修改自 Kim 與 Walker (2012) 之心理收入量表，並以李克特式 (Likert) 七點同意量尺進行測量，最低 1 分到最高 7 分，分別為非常不同意、不同意、有點不同意、普通、有點同意、同意、非常同意。

三、幸福感 (Well-being)

本研究所指之幸福感為一種主觀心理狀態，反映個體對生活條件的滿意程度，以及在與他人互動中所感受到的和諧與幸福，特別是在亞洲文化的群體互動關係，強調人際和諧、群體歸屬感和社會支持的重要性，故可定義為結合個人取向和社會取向的幸福感 (Maricchiolo et al., 2021)。

本研究採用 Maricchiolo 等 (2021) 所使用之幸福感概念，並據其採用的兩個量表，Diener 等 (1985) 發展之生活滿意度量表 (Satisfaction with life scale) 與 Hitokoto 與 Uchida (2015) 編製之相互依賴幸福感量表 (Interdependent happiness scale)，以李克特式 (Likert) 七點同意量尺測量，最低 1 分到最高 7 分，分別為非常不同意、不同意、有點不同意、普通、有點同意、同意、非常同意。

四、賽會支持 (Event support)

本研究所指之賽會支持為居民對於運動賽會的正向情感、行為意圖以及支持程度 (Zhang et al., 2022)。這種態度反映居民對賽會舉辦的整體看法與態度，包括是否支持賽會未來持續舉辦或支持舉辦類似賽會、是否願意參與相關活動，例如，擔任志工或觀賞賽會、以及是否認同政府為籌辦賽會提供公共資源或補助等行為。

本研究使用之量表為 Zhang 等 (2022) 進行居民賽會支持程度測量之題項，並採用李克特式 (Likert) 七點同意量尺進行測量，最低 1 分到最高 7 分，分別為非常不同意、不同意、有點不同意、普通、有點同意、同意、非常同意。

五、世界壯年運動會 (World Masters Games)

本研究所探究之賽會為由臺北市政府與新北市政府共同主辦之 2025 夏季世界壯年運動會，是一項結合運動與觀光的大型國際綜合性運動賽會，並於 2025 年 5 月 17 日至 30 日舉行，競賽場館包含臺灣北部的臺北市、新北市、宜蘭縣、桃園市、新竹市及新竹縣等六個城市 (教育部體育署，2024)。

第貳章 文獻回顧

近二十年來，臺灣積極爭取並舉辦多項大型國際運動賽會，如 2009 年高雄世運、2009 年臺北聽奧與 2017 年臺北世大運等，累積豐富的賽會主辦經驗。但國內相關研究多聚焦於選手、觀眾與志工等角色 (吳慧卿，2019；林東興等，2011；高立學，2011；曹校章、林聯喜，2012；郭正德，2012；曾瑞程等，2010；湯寶玉等，2018；詹鈞智、葉公鼎，2014)，針對當地居民態度的實證探討相對較少。然而，居民支持被視為賽會成功的重要關鍵，居民正面態度不僅有助於賽會推廣，更影響其永續發展 (廖俊儒、程紹同，2012；Gursoy et al., 2017; Vij et al., 2019)。因此，本研究將以 2025 年雙北世界壯年運動會為研究標的，聚焦主辦城市居民的感受與對於賽會的態度，期補足現有研究缺口，並為未來承辦國際賽會提供規劃參考。

本章欲透過文獻回顧瞭解各測量變項之意涵與相關研究討論，第一節為城市認同、第二節為心理收入、第三節為幸福感、第四節為賽會支持、第五節為各變項之相關研究、第六節為本章總結。

第一節 城市認同

本節敘明城市認同所代表之意涵，並解釋社會認同理論，且進一步提出與城市認同之相關研究介紹。

一、社會認同理論

基於 Tajfel 與 Turner (1979) 所提出的社會認同理論 (Social identity theory)，指個體根據所屬的社會群體來定義自己的身份，並可透過這種身分來保護和增強自我認同。意即人們的自我概念不僅來自於個人特徵，還來自於其所屬的群體，故個體自我認同包含個人身份 (Private identity) 和社會身份 (Social identity)，這種認同感將會影響其態度、自尊和行為表現。然而當一個人在形成對自身的概念，並評價這些特質時，往往會超越個人身份，尋求一種社會身份 (Brewer, 1991; Tajfel & Turner, 1986)。Ashforth 與 Mael (1989) 指出個人可以透過組織認同 (Organizational

identification) 來獲得這種社會身份，而組織認同是個體對某個組織的歸屬感，且該組織會被個體視為擁有重要的共同特徵或品質，進而產生與組織之間的聯繫感 (Dutton et al., 1994)，從而形成一種社會身份 (Mael & Ashforth, 1992)。而這樣的認同亦涉及到個體對於內群體與外群體的分類，意即相較於外群體，個體將會更傾向以正面且積極的態度看待自己所屬的內群體 (Reicher et al., 2010)。

二、社會認同理論之相關研究

社會認同理論應用於觀光產業，並討論居民認同態度之相關研究，有國外學者 McCabe (2006) 指出大型活動可以增加一個人對於社區的認同感，因為活動將吸引遊客的到來，將會使得當地居民將自身與外來的他人做區分，與地方產生更強烈的連結感。根據胡育寧 (2008) 研究指出，地方節慶活動對地方有正向影響，而居民對地方的認同感也會跟著提升，並將可以延續活動所帶來的正面影響，發揮良好的社會效益。黃仁宗 (2016) 研究發現地方認同是居民支持節慶活動的關鍵因素，而居民對活動的支持主要來自於對地方的情感歸屬，顯示地方認同對節慶活動支持具有正向影響。Yi 等 (2024) 指出，當居民對地方產生本土認同時，能夠進一步提升對當地文化的自豪感。這種本土認同讓居民更能體會到地方文化的價值，並產生情感上的依附，同時也將文化遺產視為地方與自我身份的象徵來源，增強自豪感。隨著本土認同與文化自豪感的提升，居民對文化遺產保護便會展現更高的責任感與實際行動的意願。換言之，居民在認同地方的基礎上，不僅感受到地方文化帶來的情感依附與自豪感，也更有動力投入文化保存與傳承的行動之中。

將社會認同理論應用於運動產業，則有學者發現，基於社會認同理論，球迷會因球隊戰績或球員表現而認同球隊，並進一步產生情感連結，產生實際行動的支持 (戴佑宏、鄭志富，2013)。然而，許建民等 (2022) 透過社會認同理論，探討 2017 臺北世大運期間對賽會的認同程度，對授權商品店面購物的消費者之購買意願，並發現其對於賽會所產生的心理情感連結，如榮耀感、歸屬感等，對購買意願有正向顯著影響，且會產生支持與參與行為。Magno 與 Dossena (2020) 以社會認同理論為基礎，發現個體自我認知有部分來自所屬社會群體，如社區或國家等，且這種

群體的歸屬感會對個體的心理和社會行為帶來重要影響，故該研究將居民視為是居住在同一區域的人們所組成之團體，具有共同的身份認同，並透過這份認同感來解釋運動賽會期間被增強的自尊與自豪感等個體心理感受，會對其生活品質產生正向且持久的影響。

本研究所指之城市認同意涵為個體如何向他人表達自己所居住城市的評價，同時表達對所居住城市的歸屬感與自我認同，而此概念是由集體自尊 (Collective self-esteem) 所衍生之意涵 (Luhtanen & Crocker, 1992)。若以地方認同 (Place identity) 的概念解釋，這種認同感則代表個體如何透過與城市或地方的連結來建構自我形象 (Marcouyeux & Fleury-Bahi, 2011)。Lewicka (2011) 指出地方認同是個體對特定地理空間的情感連結與歸屬感，城市認同往往建立在居民對其居住環境的情感投入與文化歸屬之上。Proshansky 等 (1983) 的研究則進一步強調，地方認同是個人自我身份的一部分，透過日常生活中的地方經驗與記憶，逐步擴展到對整個城市的認同感，而城市作為一個集體空間，代表居民的歷史、文化與價值觀。Knez 與 Eliasson (2017) 則提出，個人認同與地方認同經由持續的互動與認同建立，會逐漸擴展到對整個城市的歸屬感與自豪感，形成完整的城市認同。意即居民在日常生活中，透過與特定地點的情感連結、文化記憶與身份認同，逐步建立起對該地區的歸屬感，進而擴展到對整個城市的認同。

綜上所述，Proshansky (1978) 提出地方認同理論，指出地方認同作為自我認同的延伸，透過認知、情感與行為三個面向的互動機制，為城市認同奠定基礎，因此，本研究據此觀點，以城市認同來探究賽會舉辦如何影響城市居民的感受或態度，並根據 Su 等 (2018) 源於社會認同理論 (Social identity theory) 的地方認同概念，係指個人對組織或目的地所產生的歸屬感，來瞭解居民對居住城市的城市認同，接著進一步探究其認同感是否有助於其產生對地方或社區的連結、情感依附與自豪感，並將自身歸類為內群體，瞭解城市認同所帶來的正面效益。



第二節 心理收入

本節將說明心理收入的概念模型，並探究國內外將心理收入應用於運動賽會討論之研究，最後說明本研究欲將此變項納入討論其原因。

一、心理收入之概念模型

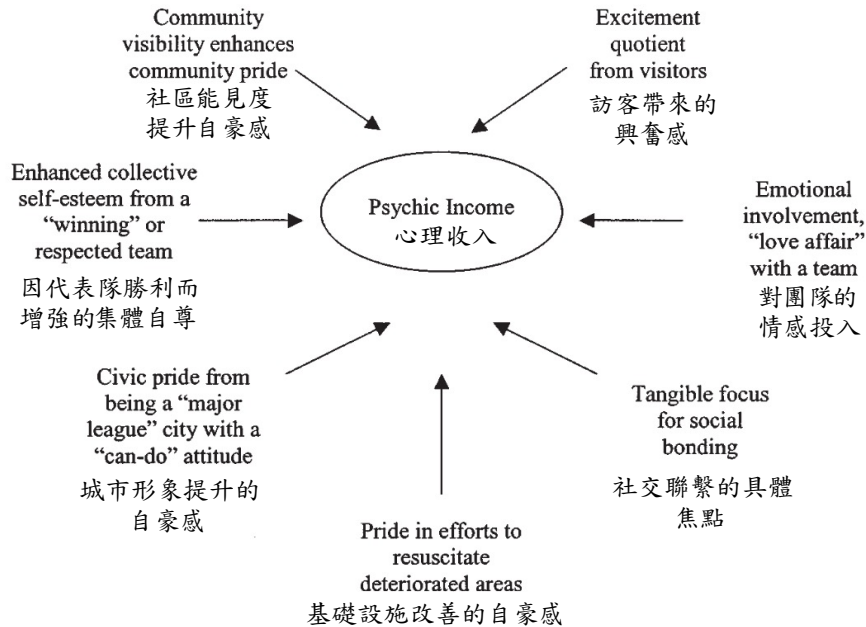
Crompton (2004) 提出心理收入 (Psychic income) 的概念，此概念意涵為當地居民因為賽會活動舉辦而感到情感與心理上的滿足，雖然這些居民可能沒有實際參與或觀看賽會，但心理收入是一種個人內在感受，指出賽會能夠促進居民的情感滿足、社區認同、集體歸屬感與自豪感，更能進一步增強社區凝聚力，因此，心理收入可視為一種無形的社會效益，並多用於討論賽會期間的社區居民態度。

原先由 Crompton (2004) 所提出的心理收入，係由於政策補助大型運動設施的傳統經濟理由往往不足支撐其正當性。過去學者主張，這些設施能帶來顯著的經濟效益，例如吸引遊客、增加稅收及創造就業機會等，但 Crompton (2004) 指出應有更多的實證研究表明，這些經濟收益的實際影響有限，故提出心理收入的概念，並參考 Johnson 等 (2001) 的條件評估法 (Contingent valuation method, CVM) 證實了居民的心理價值可被量化，並能有效反映居民對運動賽會或運動設施的情感價值。此一發現有助於補足公部門在提供補助時的評估，且反映其對於社會價值的重要指標。而 Crompton (2004) 的研究結果發現，心理收入的核心構面包括：社區能見度提升自豪感 (Community pride resulting from increased visibility)、城市形象提升的自豪感 (Civic pride from being a sport event host city)、基礎設施改善的自豪感 (Pride in efforts to resuscitate deteriorated areas)、因代表隊勝利而增強的集體自尊 (Enhanced collective self-esteem from a “winning” or respected team)、社交聯繫的具體焦點 (Tangible focus for social bonding)、訪客帶來的興奮感 (Excitement quotient from visitors)、對團隊的情感投入 (Emotional involvement “love affair” with a team) 七項無形社會效益，如圖 1 所示，並認為這些無形效益無需仰賴直接的經濟活動

即可實現，且對於居民具有長期的正向影響。

圖 1

心理收入原始模型



資料來源：Crompton (2004)

然而，Kim 與 Walker (2012) 基於 Crompton (2004) 的心理收入架構，以美國超級盃 (Super Bowl XLIII) 為例，探討該運動賽會對當地居民的心理層面之影響，並為減少重疊或相似的概念，將原先七個構面聚合為五個構面，如圖 2 所示，提升問卷填答者對題項的理解，更有效地解釋研究結果，其構面與意涵如下：

(一) 社區自豪感 (Community pride)：運動賽會作為城市的象徵，城市知名度的提升有助於提升居民對地方的情感歸屬，並以身為該社區的一員感到自豪。

(二) 社區依附感 (Community attachment)：結合原先集體自尊與社會連結的概念，指出運動賽會增強居民的社會互動，並產生情感的滿足。

(三) 賽會興奮感 (Event excitement)：指對於特定賽會舉辦所感受的情感投入，但可能受到自身興趣而有所影響。

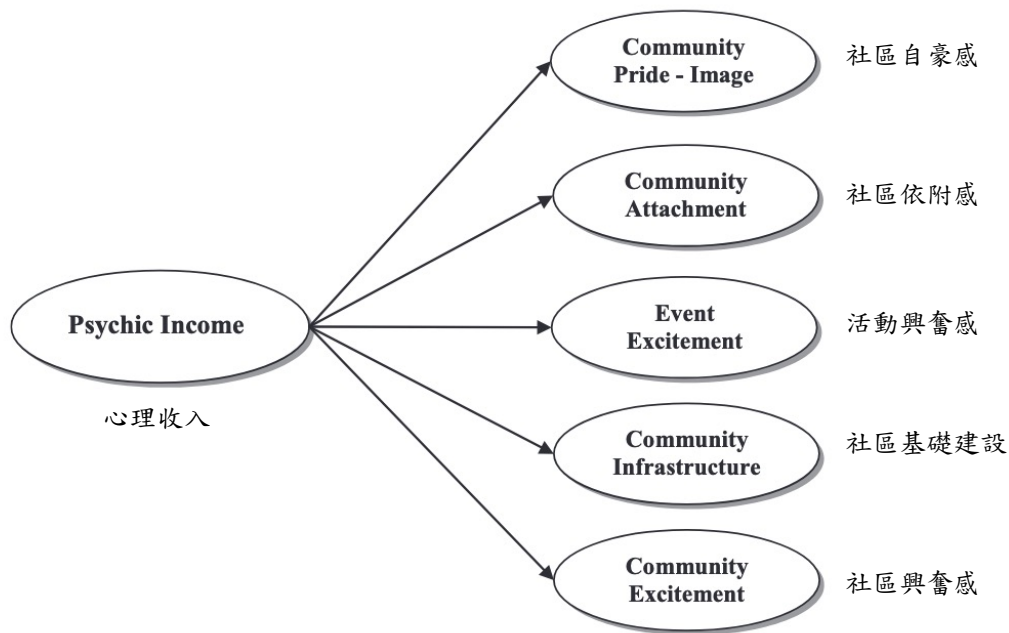
(四) 基礎設施自豪感 (Infrastructure pride)：對於改善社區基礎設施或重新振興某些區域的努力而感到自豪。

(五) 社區興奮感 (Community excitement)：感受到社區因為舉辦運動賽會，為城市帶來有別以往的社會氣氛，提升對於運動賽會的愉悅感。



圖 2

五構面心理收入模型



資料來源：Kim & Walker (2012)

二、心理收入應用於賽會之討論

近年來，已有越來越多學者將居民的心理收入應用於大型運動賽會的研究中，評估賽會帶來的非經濟影響 (Chen & Lin, 2021; Liu, 2017; Mourão et al., 2022)。例如 Liu (2017) 將 Crompton (2004) 所提出的心理收入概念，應用於 2008 北京奧運，並嘗試發展適用於大型國際綜合性運動賽會的心理收入量表，研究發現透過國際形象提升的自豪感 (Pride in enhanced international image)、增強社區歸屬感與社會連結 (Enhanced community attachment and social bonding)、賽會興奮感 (Event excitement)、對基礎建設改善的自豪感 (Pride in improved infrastructure)、作為奧運主辦城市的自豪感 (Pride in being an Olympic Host city)、對國家隊表現的自豪感 (Pride in the national team performance)、增加的文化自信 (Increased culture confidence) 等七個構面，相較於其原本提出的構面，更有助於衡量奧運所帶來的



非經濟效益，並提供主辦城市測量心理收入的評估標準。同時，Liu (2017) 亦指出賽會主辦城市與主辦單位應將居民的心理收入納入考量，才能將運動賽會帶來的正面影響最大化。Mourão 等 (2022) 亦將心理收入的概念應用於 2016 里約奧運，探討奧運的賽前與賽後，其前後時間點對於當地居民心理收入的差異，以評估賽會所帶來的影響，並以七個研究構面進行探究，包括：社區自豪感 (Community pride)、居民自豪感 (Civic pride)、集體自尊 (Collective self-esteem)、社會連結 (Social bonding)、基礎設施重建的自豪感 (Resuscitate deteriorated areas)、賽會所帶來的興奮感 (Excitement)，及情感投入 (Emotional involvement)。其研究結果顯示，所有構面的心理收入感知在賽後均有顯著提升，特別是居民對城市在國際舞台的曝光而感到自豪、因城市基礎設施改善之自豪感，及賽會帶來的社會互動與情感參與度等方面，皆為該賽會所帶來的正向影響；同時，亦發現，居民對於奧運賽會的整體心理收入感知在賽後有顯著地提升，更加凸顯心理收入是瞭解居民態度重要指標之一。然而，國內學者 Chen 與 Lin (2021) 針對臺灣於 2017 年舉辦的臺北世大運此一大型國際運動賽會為例，並以當地居民作為研究對象，透過 Kim 與 Walker (2012) 歸納出的心理收入量表，以心理收入的五構面：社區自豪感、社區依附感、社區興奮感、賽會興奮感、基礎建設改善自豪感等，探討其對居民行為意圖的影響。結果顯示，心理收入不僅能夠提升居民參與賽會與購買授權商品的意願，還能增強居民的生活滿意度，此結果更加顯示心理收入能作為賽會無形效益評估的重要性。前述提及之應用皆為大型運動賽會，而亦有國外學者 Ghaderi 等 (2021) 提出有關小型運動賽會 (Small-Scale Sports Events, SSSE) 對主辦社區心理收入影響的研究，其研究包含五個構面，分別是社區自豪感與形象、社區依附感、賽會興奮感、文化自信，及社區興奮感，研究發現雖然小型運動賽會帶來的經濟效益有限，但其帶來的非經濟效益，包含心理收入的社區自豪感與文化自信等構面，對於主辦社區具有正向顯著的影響。

綜上所述，可以看出心理收入無論是應用於大型運動賽會或中小型運動賽會，皆能夠有效評估運動賽會帶來的非經濟效益，包含對於當地居民情感與心理層面

的正面影響，除了能補充過去僅針對賽會經濟效益評估的不足，心理收入能夠提供更加全面的賽會影響分析，並為主辦城市或主辦單位在規劃與執行過程中，需列入考量的正面效益提供重要的參考依據。故本研究將以 Chen 與 Lin (2021) 使用於 2017 臺北世大運，旨在探討臺灣舉辦之大型運動賽會的心理收入量表，包含社區自豪感、社區依附感、社區興奮感、賽會興奮感、基礎建設改善自豪感等五個構面，進一步探究其與城市認同、幸福感、賽會支持之關聯。

第三節 幸福感

本節將說明幸福感之意涵，並說明幸福感應用於賽會之討論，接著敘明本研究所採用之幸福感概念。

一、幸福感之意涵

幸福感為個體如何感受與社會互動與運作，以及對整體生活的評價 (Michaelson et al., 2012)。然而，有學者指出，幸福感作為社會科學的核心構念，而現代社會科學的根基即在致力於提升人類福祉，雖然幸福感的重要性正被廣泛地討論，但不同學科對幸福感的定義仍存在差異，甚至有些學科並未明確定義 (Jarden & Roache, 2023)。因此，本研究以 Diener (1984) 所提出之主觀幸福感 (Subjective well-being)，係為個體對於生命中的事件經驗所產生的正面認知判斷及情緒反應，並可從正向情緒 (Positive affects)、負向情緒 (Negative affects)，及生活滿意 (Life satisfaction) 評估一個人的主觀幸福感。然而，有學者指出幸福感大多以西方文化進行探究，故發展出互依幸福感 (Interdependent happiness) 的理論觀點，該概念強調幸福感來自於個體與他人的和諧關係、平靜穩定的心態，以及普通的生活方式 (Hitokoto & Uchida, 2015)，將能更有效地解釋跨文化的幸福感差異。

二、幸福感應用於賽會之討論

根據 Yu 等 (2022) 以主觀幸福感應用於運動賽會之回顧性研究，可將幸福感歸納為三個面向，第一為活動帶來的效益與影響，指居民透過參與活動可提升個人



幸福感，包含情感滿足、社交互動、生活滿意度等，但也可能因交通擁堵、噪音等負面因素對居民幸福感產生不利影響；第二為參與動機與賽會滿意度的關聯，認為參與者的動機與對賽會活動的滿意度會影響幸福感，例如：活動品質、環境氛圍與社交體驗等因素；第三為活動體驗與幸福感之間的關係，特定元素如：音樂、文化氛圍及社區參與，能透過滿足歸屬感與成就感等心理需求，提升居民幸福感。根據以上三個面向可知，主觀幸福感並非僅侷限於參與當下的情緒反應，更涵蓋個人對賽會活動整體效益的評價、參與動機與滿意度的交互影響，以及觸發的心理與社會需求滿足。此一多層次的觀點有助於深化賽會如何促進居民幸福感之理解。

據上述觀點，進一步瞭解近五年探討運動賽會對幸福感之影響。Wang 等 (2025) 以杭州亞運會為研究背景，探討大型運動賽會對居民國家認同感的影響，並結合主觀幸福感與城市形象，以結構方程模式進行實證研究。Kinoshita 等 (2024) 探討 2020 東京奧運對日本居民意義式幸福感 (Eudaimonic well-being) 的影響，並以縱貫性研究分析居民在賽會前後對事件影響的感知變化，探討正面與負面事件如何影響居民的心理幸福感，以及這些影響是否具有持續性。Sato 等 (2022) 探討 2019 年橄欖球世界盃對於主辦城市居民心理幸福感 (Psychological well-being) 的影響，並強調心理資本在此一過程的中介作用，且採用縱貫性研究來分析居民賽會前後對於活動影響的感知，如經濟、文化興趣與新機會、社區自豪感以及環境影響等四個構面，進一步瞭解其如何影響心理資本，進而提升居民心理幸福感。Doyle 等 (2021) 以正向心理學的 PERMA 框架探討賽會對居民幸福感的影響，採縱貫研究與質性方法分析居民在賽會前後的心理變化，研究結果顯示，賽會舉辦能有效提升居民的正向情緒、強化社會關係、賦予意義感等，並在賽會結束後產生成就感，而幸福感的提升來自於直接參與，如：擔任志工或觀賽民眾；或是間接體驗，如：社區氛圍與宣傳，為大型賽會如何促進居民幸福感提供實證結果。

綜上所述，近五年有學者持續探討運動賽會對居民幸福感的影響，顯示學術界對此議題的關注。然而，幸福感的定義與測量經常受到文化差異影響，若僅以西方個人主義為基礎的幸福感測量，如：生活滿意度，可能無法完整反映東方文化強調

人際關係與群體連結的幸福經驗 (Krys et al., 2023)。因此，本研究參考 Krys 等 (2023) 的幸福感測量方式，將相互依賴幸福感 (Interdependent happiness) 納入，以提升在華人文化脈絡測量幸福感的準確性與文化適切性。故本研究將著重於探討幸福感的兩個面向，並採用 Maricchiolo 等 (2021) 研究中同時測量幸福感概念的生活滿意度量表 (Diener et al., 1985) 與 Hitokoto 與 Uchida (2015) 編製之相互依賴幸福感量表，評估幸福感與城市認同、心理收入、賽會支持之關聯。

第四節 賽會支持

本節首先介紹社會交換理論的核心概念，接著闡述其在賽會支持的相關研究中之應用脈絡與實證證據，進而說明本研究納入賽會支持的理由。

一、社會交換理論

社會交換理論 (Social Exchange Theory) 主張，個體在社會互動當中，會基於對效益與成本的評估來決定其行為意圖。因此，當居民感知到活動帶來的預期效益超過預期成本時，就會更傾向支持活動的舉辦 (Ap, 1992; Gursoy & Kendall, 2006)。此理論最早由 Homans (1958) 提出，強調人際互動是一種交換關係，當個人在進行交換時，會考量付出的成本與獲得的回報，進而形成特定的行為意圖。Homans 的觀點主要著重於小群體層次的人際互動與交換，而 Blau (1964) 進一步擴展此理論，納入信任與互惠的概念，主張只有在信任和互惠的基礎上，交換關係才能夠深化並延續，並將社會交換理論從個人層次拓展到社會層次，用以解釋個體在社會脈絡中的互動行為。此觀點為解釋居民對大型活動的支持態度提供理論基礎，因大型運動賽會牽涉的不僅是個體利益評估，也包含居民對社會整體利益和社區發展的集體評估，正是一種社會層次的交換關係。

二、社會交換理論應用於賽會支持

賽會支持係指居民對賽會或活動的正面態度與參與意願，包含支持活動籌辦與願意實際參與賽會活動 (Gursoy & Kendall, 2006)。Williams 與 Lawson (2001)



以居民與旅遊業發展的觀點，發現當地居民的支持態度會正向影響社區發展。根據過去研究顯示，在國外大型國際賽會探討居民支持態度的研究，多以社會交換理論 (Social exchange theory) 解釋賽會帶來的利益或成本對賽會支持的影響，而其前置因素包含社會影響 (Sato et al., 2024)、利益感知 (Gursoy & Kendall, 2006) 等。有國外學者 Oshimi 等 (2021) 驗證社會交換理論用於大型運動賽會研究的適切性，透過探究 2019 橄欖球世界盃對於東京居民的影響，發現社區愉悅感與運動參與等正向社會效益，不僅有助於提升居民的觀賽行為，亦能增強其對賽會的支持意圖。該研究結果凸顯賽會所帶來的情感價值，並指出透過強化居民與賽會之間的情感連結，以及促進社區參與感，可提升居民對賽會的支持程度與社會影響力。Parra-Camacho 等 (2023) 亦以社會交換理論為理論基礎，探討運動賽會的社會影響對於城市永續發展貢獻之關聯，進而分析其對居民賽會支持程度的影響。該研究以小型與中型運動賽會為標的，強調居民所感知到的正面與負面社會影響為影響其支持意圖的關鍵因素。研究指出，居民感知之正面影響，如基礎設施改善、經濟效益等，有助於提升對賽會永續發展的正向評價；而此種正向感知會顯著強化居民對賽會舉辦的支持程度。而 Zhang 等 (2022) 同樣根據社會交換理論，以上海網球大師賽 (Tennis Masters) 為例，探討大型運動賽會的心理收入對當地居民態度的影響，其研究結果發現，居民因感知賽事所帶來的心理收入正向效益，有效提升居民的支持態度，表示透過感知到正向的非經濟效益亦能有效提升居民對賽事的支持態度。

國內亦有學者以社會交換理論，探討居民的支持態度。如楊子孟與林東興 (2013) 以社會交換理論探討 2009 年高雄世運會結束兩年後，舉辦地的當地居民對賽會利益、成本、價值與支持之間的關係。楊子孟 (2013) 以 2011 亞洲女子壘球錦標賽為例，同樣基於社會交換理論，探討南投縣居民之地方依附、運動觀光利益與成本對支持意圖的影響，研究結果發現，運動觀光利益的正向影響力遠高於成本的負向影響力，且觀光利益對居民的支持意圖具有明顯的正向預測力。綜合上述的文獻內容，可看出國內外研究皆指出居民感知到的正面利益是強化其支持態度與參與意願的重要因素之一，顯示社會交換理論為能有效解釋賽會支持的形成機制。



三、賽會支持的重要性

Gursoy 等 (2017) 指出，居民對於賽會舉辦的支持態度，不僅可以增加對未來賽會的支持程度，同時也能夠有效減少抗議或負面的行為，創造和諧的社會氛圍。廖俊儒與程紹同 (2012) 的研究更發現大型國際賽會的申辦成功因素，包含友好的國際關係、完善的申辦計畫、民間與企業及政府的全力支持、關鍵決策者的支持、展現城市的發展潛力與綜合實力；其中亦提到 2010 年廣州亞洲運動會舉辦時，有政府與全民的支持，也是賽會能夠成功舉辦的原因之一。因此，更加凸顯居民支持態度對於賽會舉辦的重要性。

綜上所述，可以看出多數學者引用社會交換理論的概念，解釋個體感受到賽會活動帶來的效益，作為交換，轉化為對賽會活動的支持行為。根據過去文獻的研究結果顯示，居民的支持態度是賽會舉辦的重要因素之一，故有其研究探討必要性。因此，本研究以社會交換理論為基礎，將賽會支持納入研究變項，並探討心理收入與幸福感的無形社會效益感知對支持態度行為產生之影響。為此，本研究採用 Zhang 等 (2022) 的賽會支持量表，評估居民對於大型運動賽會的情感、參與行為意願與支持程度之整體態度，進一步理解居民對賽事舉辦的整體看法。

第五節 各變項之相關研究

一、城市認同與心理收入、幸福感、賽會支持之相關研究

Oja 等 (2018) 透過美國職棒大聯盟的明星賽，發現大型運動賽會對主辦城市居民的心理收入、社會資本 (Social capital) 和社會認同 (Social identity) 具有短期的正面影響，並提出居民需認同其所在的社區或城市，以建立社會連結，才會產生心理收入。而社會認同對心理收入的影響是具有時間性和條件性的，賽前的認同能顯著促進心理收入，但這種關係在賽後將難以延續，可能受到賽會本身的短暫性、居民參與度的限制。Cai (2022) 則以青島馬拉松為例，探討運動賽會、社會資本、社會認同對居民心理收入之影響，研究結果顯示，運動賽會對社會資本有顯著正向



影響，而社會資本會進一步增強居民的社會認同，包括城市認同與團隊認同。社會認同對心理收入具有顯著正向影響，其中城市認同對心理收入也具有重要影響，能顯著提升居民對城市的情感依附與自豪感，並會增加對賽會的興奮感，故此一研究證實運動賽會能促進居民間的社會互動，還能提升對城市的歸屬感與自豪感，帶來心理層面的正向效益。Kerr 與 Morgan(2022) 以 2014 巴西 FIFA 世界盃為例，基於社會認同理論來探討球迷與居民透過認同球隊與國家隊從而獲得的自尊與歸屬感等個體感受，並發現無論是主辦國的居民或球迷，都表現出高度認同，並增進更多的情感滿足。

綜上所述，運動賽會對城市居民的認同感和心理收入之內在感受有多方面的影響，而國內針對賽會相關研究多從賽會形象 (李岳修等，2012)、居民涉入程度 (李韋慶，2010)、志工參與 (李建輝，2022)、觀眾滿意度 (吳濟華，2014) 等角度進行探討。因此，根據上述文獻討論，本研究基於社會認同理論，提出居民對城市的認同能夠增強居民心理收入之觀點，並提出假說：

H1：城市認同正向顯著預測心理收入。

Maricchiolo 等 (2021) 探討地方認同對於個體幸福感的影響，並進一步探究地方依附的中介作用，結果發現，地方認同透過增強歸屬感、提供社會支持等多種機制，會對幸福感產生正向影響。同時，指出在集體主義文化當中，地方認同對於幸福感的影響更為顯著，因為這樣的社會文化更加強調群體和諧歸屬感的重要性。根據此一概念，提出假說：

H2：城市認同正向顯著預測幸福感。

黃仁宗 (2016) 透過地方活動角度來看，以臺南西港刈香活動為例，探討地方認同、節慶體驗、效益認知、節慶認同與節慶支持度之關聯性，以檢驗遊客對大型地方廟會節慶活動之感受。研究結果顯示，地方認同是參與廟會節慶遊客對於節慶支持態度的主要影響因素，意即地方認同是參與者產生支持態度的主要影響因素。



根據上述研究，提出假說：

H3：城市認同正向顯著預測賽會支持。

二、心理收入與幸福感、賽會支持之相關研究

Maricchiolo 等 (2021) 針對地方居民的研究指出，地方依附能夠有效預測生活滿意度與相互依賴幸福感之幸福感，而地方依附之意涵指的是個體對家鄉或社區所產生的情感連結與歸屬感，以及個體在地方中與他人建立的社會連結，與本研究心理收入所提及的社區依附感之意涵為居民之個人與群體的社會互動，意義相同。同時，Baade 與 Matheson (2016) 指出舉辦奧運所帶來的遺產中，賽會帶來的無形效益，如：增強市民的自豪感或愉悅感等，會為主辦城市帶來正面的外溢效應，亦有助於促使當地市民產生幸福感。而又根據 Chen 與 Lin (2021) 的發現，五構面的心理收入，包含：社區自豪感、社區依附感、社區興奮感、賽會興奮感、基礎建設改善自豪感，能夠有效正向預測居民的生活滿意度。綜上所述，提出假說：

H4：心理收入正向顯著預測幸福感。

Zhang 等 (2022) 針對大型運動賽會對居民心理收入、運動涉入程度與居民的支持態度進行探究，並以上海網球大師賽為例，發現心理收入對於居民支持態度有正向顯著的影響。居民因賽會帶來的自豪感、社會互動的增強、比賽的愉悅感以及對城市活力的感知，均能促進其對賽會的支持態度。Solberg 與 Denstadli (2025) 以 2017 年挪威舉辦的世界公路自行車錦標賽為例，探討對當地居民心理收入、未來國際運動賽事的支付意願 (Willingness to Pay, WTP)，以及賽事價值的評估，對於居民支持態度的影響，並透過賽前、賽後 3 週及賽後 13 個月的數據，深入分析賽會對居民情感與經濟支持的長期影響。Ishac 與 Swart (2022) 以 2019 年 IAAF 世界田徑錦標賽為例，基於社會交換理論，認為居民對賽會活動的支持是對效益與成本的感知平衡，因此透過 Kim 與 Walker (2012) 的五構面心理收入量表，蒐集居住於卡達當地但不同國籍的青年居民對於該大型運動賽會所獲得的情感與心理收入



之正面影響，並進一步預測居民對於賽會的支持程度。研究結果發現，心理收入的五個構面對整體心理收入，皆有顯著正向影響，其中以社區依附感和賽會興奮感的影響最大。這表示即使居民沒有實際參與活動，仍能受到心理收入的正向影響，且研究發現卡達當地青年的感受，相較於非阿拉伯國籍的青年來說，更為顯著。此一結果也顯示將當地居民心理收入列為賽會影響之評估，更有其重要性。故本研究欲透過社會交換理論，將居民的心理收入視為對賽會效益的感知之無形社會效益，是否會透過外溢效應 (Spillover effect)，與賽會支持態度產生交換關係，並提出假說：

H5：心理收入正向顯著預測賽會支持。

三、幸福感與賽會支持之相關研究

Tang 與 Wang (2021) 以澳門舉辦的 Grand Prix 一級方程式賽車賽會為例進行研究，並以認知幸福感 (Cognitive well-being) 與情感幸福感 (Affective well-being) 探討居民感知社區發展利益、文化教育利益、生活品質、資源分配等的主觀幸福感對於此一賽會舉辦的旅遊業支持態度之影響。其研究結果發現，當整體幸福感有所提升時，對於支持態度具有正向預測力。Sato 等 (2024) 基於社會交換理論解釋 2020 東京奧運帶來的影響與居民支持之間的關係，並以社會幸福感作為心理機制，其結果顯示，賽會的正面經濟效益與環境影響透過提升居民的社會幸福感，促進對於未來賽事舉辦的支持度，而社會幸福感指為個體在所處的社會文化背景中，對自身生活的主觀評價與心理狀態，這種幸福感強調個體與社會之間的關係，特別是個體在社會中的角色、貢獻以及與他人的連結感。

綜上所述，本研究欲將居民的整體幸福感作為無形社會效益，並瞭解其帶來的外溢效應，是否會與賽會支持態度產生交換關係，並提出假說如下：

H6：幸福感正向顯著預測賽會支持。

第六節 總結

從臺灣過去大型國際運動賽會的相關研究可見，已有諸多針對賽會選手、觀眾與志工之探討，若以當地居民為研究對象，瞭解其對賽會態度或影響之研究仍相對有限。然而，居民支持又被視為賽會成功舉辦的關鍵因素之一，故深入了解居民的態度與觀感，將有助於未來更全面地規劃與執行國際運動賽會。本研究採社會認同理論與社會交換理論之觀點，認為透過居民對於城市的認同、因賽會舉辦而產生的心理收入之愉悅感與自豪感，以及生活整體幸福感，能有效強化其對於賽會的支持意圖。故本研究將進一步探討城市認同、心理收入、幸福感對居民賽會支持之影響，以補足過去文獻中對居民感受或態度之不足。

根據上述文獻回顧的結果，有鑒於現階段對於上述變項應用於各運動賽會的討論有限，故有其研究必要性。因此，本研究將以 2025 年雙北世界壯年運動會為研究標的，以主辦城市的臺北市與新北市居民，探討城市認同、心理收入、幸福感及賽會支持之間的關係，期望填補國內相關研究的空白，並為未來大型國際性運動賽會的籌備與推廣提供實務建議。

第參章 研究方法

透過上述文獻回顧，本研究旨在探究城市認同、心理收入、幸福感及賽會支持之關聯性，並將透過問卷調查作為本研究之研究方法。本章將以分為五個節次闡述研究方法，第一節為研究架構與假說、第二節為研究流程、第三節為研究調查與實施方式、第四節為研究工具、第五節為資料分析。

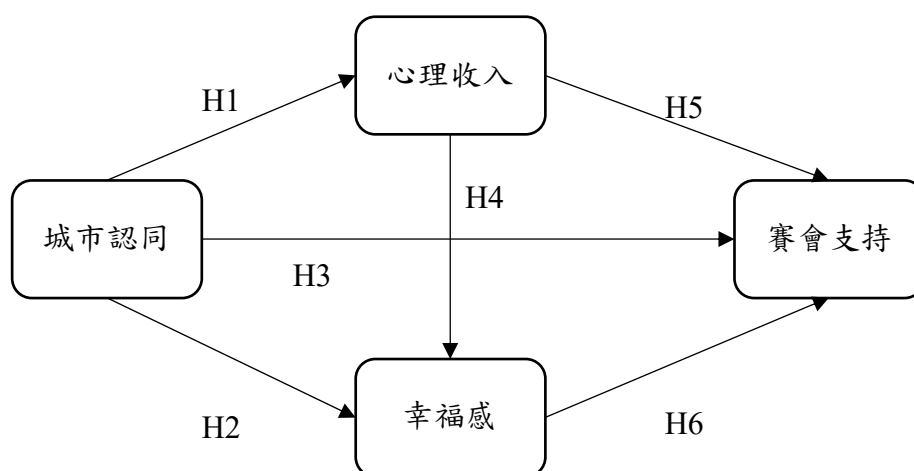
第一節 研究架構與假說

一、研究架構

本研究根據文獻回顧內容，發展出本研究架構，如圖 3。本研究欲探討主辦城市居民之城市認同對心理收入、幸福感、賽會支持是否具有正向預測力，接著探討心理收入是否會對於對幸福感與賽會支持具有正向預測力，最後，探討幸福感對於賽會支持是否具有正向預測力。

圖 3

研究架構圖



二、研究假說

本研究根據第貳章文獻回顧內容，針對城市認同、心理收入、幸福感、賽會支持等四個研究變項，提出以下六個假說：

H1：城市認同正向顯著預測心理收入。

H2：城市認同正向顯著預測幸福感。

H3：城市認同正向顯著預測賽會支持。

H4：心理收入正向顯著預測幸福感。

H5：心理收入正向顯著預測賽會支持。

H6：幸福感正向顯著預測賽會支持。

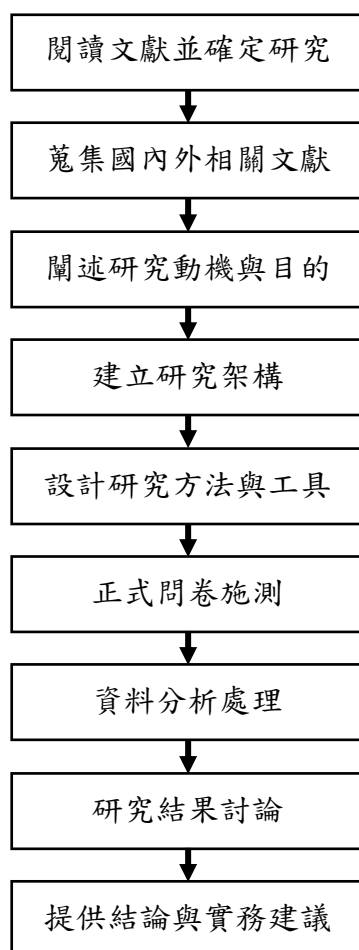


第二節 研究流程

本研究經閱讀文獻確定研究主題，接著蒐集國內外相關文獻進行研讀，並闡述本研究之背景、動機、目的及問題。接著，參考相關文獻建立研究架構，隨後查找專家學者發展之相關變項量表，設計研究方法與工具，進行正式問卷施測。最後，以統計軟體分析結果，並提出結論與建議。本次研究流程圖，請見圖 4。

圖 4

研究流程圖





第三節 研究對象

本研究以現居於臺北市與新北市的居民作為主要研究對象，為提升樣本的多樣性與代表性，故不限定參與者居住年份。同時，為確保樣本與本次研究主題具有相關性，避免資料偏誤，問卷首頁設計兩道篩選題，分別詢問填答者是否知悉 2025 雙北世界壯年運動會在臺灣舉辦，以及是否現居於臺北市或新北市。若不符合上述任一條件，系統將自動排除填答者進入正式問卷，以提升樣本的有效性與研究結果的準確性。

第四節 研究調查與實施方式

本研究調查採便利抽樣法 (Convenience sampling) 進行問卷蒐集，並透過 SurveyCake 網路問卷平台施測。資料蒐集期間為 2025 年 5 月 17 日至 30 日，亦即 2025 雙北世界壯年運動會賽會期間，調查地點包含開幕式場館、臺北市政府轉運站、國民運動中心、百貨公司等人潮集中處，以提高樣本涵蓋廣度。

有鑑於 2025 雙北世壯運於 2025 年 5 月 17 日至 30 日舉行，且本研究的調查對象為現居雙北並知悉賽會舉辦之居民，為確保樣本同質性與研究結果的時效性，正式問卷施測選擇於賽會期間進行。問卷回收後，進行描述性統計與信效度檢驗，以確認量表的測量品質。

本次問卷調查總計回收 348 份問卷，經篩選後，扣除「不知道雙北舉辦世壯運」與「非雙北居民」等資格不符者，亦刪除一致性填答等無效樣本，最終共有 280 筆有效問卷，有效問卷回收率為 80.46%。

第五節 研究工具

本研究採問卷調查法，參考相關文獻後，選出最合適的量表作為研究工具。此問卷共有五部分，分別為城市認同量表、心理收入量表、幸福感量表、賽會支持量表及個人背景資料。本研究所採用之量表題目皆引用自既有文獻，為確保量表內容

與原意一致，以回譯 (back translation) 的方式，先將原始量表翻譯為中文題目，並潤飾後，再由其他翻譯者將題目翻譯回英文，接著比對原始量表與中譯英的題目，確保語意合乎原始題目內容後，最後確定欲使用的量表題目 (Brislin, 1970)。

本研究量表的評分方式採用李克特式 (Likert) 七點同意尺度進行測量，最低程度 (1 分) 到最高程度 (7 分) 分別為非常不同意、不同意、有點不同意、普通、有點同意、同意、非常同意。樣本個人背景資料與各研究變項量表，統一說明如下：

一、個人背景資料：

瞭解性別、年齡、教育程度、現居地、現居地的居住年份、職業等參與者背景資料，並將各題的選項內容詳述如下：

(一) 性別：生理男、生理女。

(二) 年齡：18-25 歲、26-35 歲、36-45 歲、46-55 歲、56-65 歲、66 歲以上。

(三) 教育程度：高中(含)以下、專科、大學、研究所(含)以上。

(四) 現居地：臺北市、新北市、其他。

(五) 現居地居住年份：1 年以下、1-5 年、6-10 年、11-15 年、15 年以上。

(六) 職業：軍公教人員、專業人員(醫師、律師、會計師、建築師等)、民營企業工作者、技術勞力工作者、農漁牧業工作者、自由業、退休人員、家庭主婦、學生、其他。

二、城市認同量表

選用 Su 等 (2018) 改編自 Maricchiolo 與 Ashforth(1992) 的認同量表，並將題項內容改為與臺北市政府或新北市政府等論述以符合題意，共 3 題，題項內容如表 1 所示。



表 1

城市認同量表題目

構面	編碼	題項
城市認同	CI1	(臺北市/新北市)的成功就是我的成功。
	CI2	當有人稱讚(臺北市/新北市)時，我感覺像是對我的稱讚。
	CI3	當有人批評(臺北市/新北市)時，我感到尷尬。

三、心理收入量表

本研究選用 Chen 與 Lin (2021) 改編自 Kim 與 Walker (2012) 的五構面心理收入量表，包含社區自豪感、社區依附感、社區興奮感、賽會興奮感，及基礎設施改善自豪感等，分別為 5 題、4 題、3 題、6 題、4 題，共 22 題。本研究亦將題項內容調整至符合 2025 雙北世壯運之描述，題項內容如表 2 所示。

表 2

心理收入量表題目

構面	編碼	題項
社區自豪感	CP1	2025 雙北世壯運的舉辦，讓我覺得(臺北市/新北市)能夠舉辦其他大型運動賽事。
	CP2	2025 雙北世壯運的舉辦，讓我覺得(臺北市/新北市)展現舉辦大型運動賽事的能力。
	CP3	2025 雙北世壯運的舉辦，讓我覺得(臺北市/新北市)獲得正面的城市形象。
	CP4	2025 雙北世壯運的舉辦，讓我覺得(臺北市/新北市)獲得正面的認可度。
	CP5	2025 雙北世壯運的舉辦，讓我覺得外界更加認識我居住的城市。



構面	編碼	題項
社區依附感	CA1	舉辦 2025 雙北世壯運，增加我對居住城市的自尊。
	CA2	舉辦 2025 雙北世壯運，增加我的幸福感。
	CA3	舉辦 2025 雙北世壯運，增加我在社區中的社交互動。
	CA4	舉辦 2025 雙北世壯運，強化我在社區中的友誼。
社區興奮感	CE1	舉辦 2025 雙北世壯運為社區帶來了興奮感。
	CE2	舉辦 2025 雙北世壯運為社區提供了娛樂感。
	CE3	舉辦 2025 雙北世壯運為社區提供了新的活動。
賽會興奮感	EE1	2025 雙北世壯運讓我享受與國內外遊客互動。
	EE2	2025 雙北世壯運讓我對國內外遊客感到興奮。
	EE3	2025 雙北世壯運讓我享受觀看更多的運動賽事。
	EE4	2025 雙北世壯運讓我喜歡觀看世壯運的賽事。
	EE5	2025 雙北世壯運讓我增加對這項賽事的參與感。
	EE6	2025 雙北世壯運讓我增加對這項賽事的興趣。
基礎設施	CIP1	2025 雙北世壯運的舉辦，幫助城市再生。
改善自豪感	CIP2	2025 雙北世壯運的舉辦，改善社區公共服務的品質。
	CIP3	2025 雙北世壯運的舉辦，改善警消服務的品質。
	CIP4	2025 雙北世壯運的舉辦，促進社區復甦的機會。

四、幸福感量表

本研究採用 Maricchiolo 等 (2021) 測量幸福感之量表，包含：生活滿意度與相互依賴幸福感兩個構面，分別為 5 題與 9 題，共有 14 題，題項內容如表 3 所示。



表 3

幸福感量表題目

構面	編碼	題項
生活滿意度	SWLS1	在多數時候，我的生活接近我理想的樣子。
	SWLS2	我的生活條件非常好。
	SWLS3	我對我的生活感到滿意。
	SWLS4	到目前為止，我已經得到人生中最想要的重要事物。
	SWLS5	如果可以重來，我幾乎不會改變我的人生。
相互依賴 幸福感	IHS1	我相信我和我周圍的人都很幸福。
	IHS2	我感覺到自己被周圍的人正面評價。
	IHS3	我讓重要的人感到快樂。
	IHS4	我沒有任何主要的擔憂或焦慮。
	IHS5	我能夠做我想做的事，而不給他人帶來麻煩。
	IHS6	雖然我的生活很普通，但我過得很穩定。
	IHS7	我相信自己的生活 and 身邊的其他人一樣幸福。
	IHS8	我相信自己的生活條件和身邊的其他人是差不多的。
	IHS9	我相信我的生活以某種適合我的方式順利發展，如同我身邊的其他人一樣。

五、賽會支持量表

本研究採用 Zhang 等 (2022) 改編自黃海燕等 (2016) 與 Lian 與 Huang (2017) 之賽會支持量表，本研究將題項內容分別修改為臺北市政府或新北市政府以符合研究內容，共 5 題，題項內容如表 4 所示。

表 4

賽會支持量表題目



構面	編碼	題項
賽會支持	SP1	我希望(臺北市/新北市)政府未來還能繼續舉辦這項賽事。
	SP2	我希望(臺北市/新北市)政府能舉辦更多類似的運動賽事。
	SP3	我希望能有更多機會參與這類賽事(直接參與、觀看比賽、參加其他相關活動)。
	SP4	我願意為這項賽事作出貢獻(如志工服務、宣傳與推薦、自律與理性參與等)。
	SP5	我同意中央政府應該使用公家經費給(臺北市/新北市)政府為這項賽事提供一定的補助。

第六節 資料分析

本研究採用統計軟體 SPSS 29.0 與 SmartPLS4 進行資料分析，統計方法包含描述性統計 (Descriptive statistics)、信度分析 (Reliability analysis)、效度分析 (Validity Analysis)、驗證式因素分析 (Confirmatory factor analysis, CFA)，以及結構方程模式 (Structural equation modeling, SEM)，統計考驗顯著水準為 $\alpha=.05$ ，使用之統計方法說明如下：

一、描述性統計

使用 SPSS 29.0 計算不同背景變項之平均數、標準差及百分比，以確認資料分布與各個測量變項集中與離散情形，瞭解各個測量變項的現況。

二、信效度分析與驗證式因素分析

使用 SPSS 29.0 進行信度分析，並以 Cronbach's Alpha (α) 係數進行檢驗，並以 0.7 為衡量指標，若 α 係數達 0.7 以上，表示具有良好內部一致性 (Nunnally & Bernstein, 1994)。接著，使用 SmartPLS4 計算收斂效度 (Convergent validity)，其中包含組成信度 (Composite reliability, CR) 與平均變異萃取量 (Average variance extracted, AVE)。同時，進行因素負荷量檢測，檢驗各變項間的區辨性。

然而，在本研究之信度方面，透過組成信度 (Composite reliability, CR) 與 Cronbach's Alpha 檢驗各潛在變項的內部一致性。而本研究各構面的 Cronbach's Alpha 值皆高於 .70 (Hee, 2014)，表示各構面具有良好的信度；組成信度大於 .70，則表示各構面具有良好的內部一致性 (Hair et al., 1998)。在效度方面，本研究檢驗收斂效度與區別效度。就收斂效度而言，題項因素負荷量需大於 .70，表示各測量題項與潛在構面具高度相關性，才能有效反映測量的構面 (Hair et al., 2012, 2017)。此外，平均變異萃取量 (AVE) 需大於 .50，即表示各構面能解釋其潛在變項百分之五十以上的變異，才具備良好的收斂效度 (Hair et al., 2017)。本研究量表之信度與收斂效度分析結果，如表 5 至表 8 所示。

表 5

城市認同量表信效度分析之結果

構面	題項	因素負荷量	CR	Cronbach's α	AVE
城市認同	CI1	.89	.87	.77	.69
	CI2	.93			
	CI3	.65			

表 6

心理收入量表信效度分析之結果

構面	題項	因素負荷量	CR	Cronbach's α	AVE
社區自豪感	CP1	.76	.97	.96	.86
	CP2	.78			
	CP3	.81			
	CP4	.82			
	CP5	.79			
社區依附感	CA1	.87	.96	.94	.86
	CA2	.88			
	CA3	.83			
	CA4	.83			
社區興奮感	CE1	.86	.96	.94	.89
	CE2	.76			
	CE3	.80			
賽會興奮感	EE1	.78	.96	.95	.79
	EE2	.80			
	EE3	.81			
	EE4	.86			



構面	題項	因素負荷量	CR	Cronbach's α	AVE
	EE5	.78			
	EE6	.83			
	CIP1	.86			
基礎設施	CIP2	.83	.96	.94	.85
改善自 豪感	CIP3	.77			
	CIP4	.85			

表 7

幸福感量表信效度分析之結果

構面	題項	因素負荷量	CR	Cronbach's α	AVE
	SWLS1	.77			
	SWLS2	.77			
生活滿意度	SWLS3	.85	.91	.88	.68
	SWLS4	.73			
	SWLS5	.65			
	IHS1	.76			
	IHS2	.81			
	IHS3	.73			
	IHS4	.69			
相互依賴	IHS5	.71	.94	.92	.62
幸福感	IHS6	.73			
	IHS7	.85			
	IHS8	.78			
	IHS9	.80			

表 8

賽會支持量表信效度分析之結果

構面	題項	因素負荷量	CR	Cronbach's α	AVE
賽會支持	SP1	.88	.94	.91	.74
	SP2	.92			
	SP3	.88			
	SP4	.81			
	SP5	.84			

根據上表結果，學者 Hair 等 (2017) 建議，若因素負荷量介於.40 至.70 間，但經刪除能夠改善組成信度 (CR)，則可刪題。經檢驗後，共有三題小於.70，分別為因素負荷量為.65 之城市認同第三題 (CI3)「當有人批評臺北市/新北市時，我感到尷尬。」、因素負荷量為.65 之生活滿意度第五題 (SWLS5)「如果可以重來，我幾乎不會改變我的人生。」、因素負荷量為.69 之相互依賴幸福感第四題 (IHS4)「我沒有任何主要的擔憂或焦慮。」若根據.70 的標準將以上三題刪除後，可看出 CR 值與 AVE 值有明顯增加，詳如表 9 所示。

表 9

刪題後之量表信效度分析

構面	題項	因素負荷量	CR	Cronbach's α	AVE
城市認同	CI1	.92	.93	.86	.87
	CI2	.95			
生活滿意度	SWLS1	.77	.92	.89	.75
	SWLS2	.78			
	SWLS3	.85			
	SWLS4	.72			



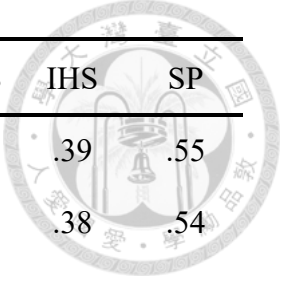
構面	題項	因素負荷量	CR	Cronbach's α	AVE
相互依賴 幸福感	IHS1	.76	.94	.92	.65
	IHS2	.82			
	IHS3	.75			
	IHS5	.71			
	IHS6	.74			
	IHS7	.85			
	IHS8	.77			
	IHS9	.81			

經刪題後，區別效度採用交叉負荷量與 Fornell-Larcker 準則進行檢驗，各題項在所屬構面上的因素負荷量皆高於其在其他構面上的負荷量，即符合交叉負荷的基本要求，如表 10 所示。

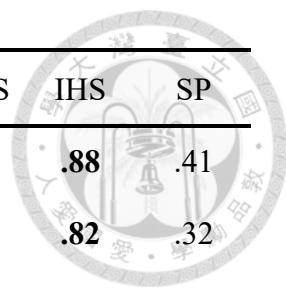
表 10

交叉負荷量

	CI	CP	CA	CE	EE	CIP	SWLS	IHS	SP
CI1	.92	.44	.53	.38	.49	.37	.34	.31	.39
CI2	.95	.51	.61	.46	.53	.50	.49	.41	.47
CP1	.49	.93	.63	.51	.60	.65	.34	.37	.64
CP2	.47	.95	.66	.53	.60	.67	.36	.38	.63
CP3	.44	.95	.68	.54	.64	.71	.33	.33	.63
CP4	.44	.95	.70	.57	.64	.73	.37	.37	.65
CP5	.52	.84	.69	.62	.66	.68	.40	.43	.70
CA1	.63	.76	.90	.68	.76	.76	.48	.44	.65
CA2	.57	.70	.94	.73	.77	.81	.47	.45	.60



	CI	CP	CA	CE	EE	CIP	SWLS	IHS	SP
CA3	.56	.62	.93	.72	.73	.72	.45	.39	.55
CA4	.52	.61	.93	.73	.72	.75	.43	.38	.54
CE1	.49	.63	.80	.93	.81	.73	.36	.35	.63
CE2	.38	.50	.68	.95	.71	.67	.33	.37	.53
CE3	.41	.55	.69	.95	.73	.72	.28	.34	.60
EE1	.47	.55	.73	.65	.85	.67	.40	.36	.53
EE2	.48	.58	.74	.67	.87	.64	.39	.36	.60
EE3	.44	.65	.69	.68	.89	.63	.29	.33	.62
EE4	.52	.68	.76	.77	.92	.69	.38	.38	.65
EE5	.48	.53	.68	.73	.89	.62	.37	.32	.62
EE6	.52	.62	.70	.76	.91	.66	.40	.40	.69
CIP1	.47	.73	.78	.69	.71	.92	.42	.45	.66
CIP2	.44	.67	.78	.69	.67	.95	.43	.42	.58
CIP3	.39	.62	.70	.65	.65	.88	.42	.39	.52
CIP4	.42	.71	.77	.75	.70	.93	.38	.40	.61
SWLS1	.38	.38	.47	.35	.39	.44	.85	.65	.41
SWLS2	.43	.32	.42	.30	.36	.38	.89	.64	.34
SWLS3	.38	.32	.42	.31	.38	.38	.92	.74	.37
SWLS4	.38	.34	.40	.24	.31	.34	.80	.61	.28
IHS1	.33	.41	.40	.35	.40	.44	.58	.78	.37
IHS2	.38	.36	.38	.32	.36	.39	.67	.83	.42
IHS3	.24	.30	.30	.29	.32	.34	.59	.77	.38
IHS5	.33	.32	.34	.28	.34	.35	.58	.73	.30
IHS6	.31	.24	.33	.23	.22	.28	.58	.78	.25



	CI	CP	CA	CE	EE	CIP	SWLS	IHS	SP
IHS7	.33	.37	.43	.33	.34	.43	.68	.88	.41
IHS8	.28	.31	.36	.28	.29	.34	.59	.82	.32
IHS9	.31	.29	.32	.31	.33	.32	.64	.84	.39
SP1	.42	.73	.62	.58	.64	.63	.32	.36	.88
SP2	.40	.65	.54	.52	.58	.54	.33	.40	.92
SP3	.38	.51	.50	.54	.61	.51	.37	.41	.88
SP4	.41	.52	.57	.59	.66	.54	.35	.34	.81
SP5	.37	.61	.50	.46	.52	.55	.40	.42	.84

註 1：粗體為該構面之因素負荷量。

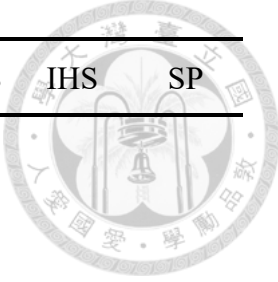
註 2：CI 為城市認同、CP 為社區自豪感、CA 為社區依附感、CE 為社區興奮感、EE 為賽會興奮感、CIP 為基礎建設改善自豪感、SWLS 為生活滿意度、IHS 為相互依賴幸福感、SP 為賽會支持。

同時，各構面 AVE 的平方根皆需大於其與其他構面間的相關係數，才滿足 Fornell-Larcker 的判斷標準 (Fornell & Larcker, 1981)，如表 11 所示。綜合以上分析結果，可確認本研究所使用的量表在信、效度方面均達標準，適合進行後續的結構方程模式分析。

表 11

Fornell-Larcker 區別效度分析結果

	CI	CP	CA	CE	EE	CIP	SWLS	IHS	SP
CI	.94								
CP	.51	.93							
CA	.62	.73	.93						
CE	.45	.60	.77	.94					



	CI	CP	CA	CE	EE	CIP	SWLS	IHS	SP
EE	.55	.68	.81	.80	.89				
CIP	.47	.74	.82	.75	.74	.92			
SWLS	.45	.39	.50	.35	.42	.45	.86		
IHS	.39	.40	.44	.37	.40	.45	.77	.80	
SP	.46	.70	.63	.62	.70	.64	.41	.45	.86

註 1：對角線之粗體字為 AVE 開根號值，非對角線為各構面間的相關係數。

註 2：CI 為城市認同、CP 為社區自豪感、CA 為社區依附感、CE 為社區興奮感、EE 為賽會興奮感、CIP 為基礎建設改善自豪感、SWLS 為生活滿意度、IHS 為相互依賴幸福感、SP 為賽會支持。

三、結構方程模式

採用 SmartPLS4 的偏最小平方結構方程模式 (Partial Least Squares - Structural Equation Modeling, PLS-SEM)，以檢驗理論模型的關係，並測量自變數與依變數之關係，再進行假說檢測、路徑分析、模型解釋力等結果分析。

第肆章 結果與討論



本研究於 2025 年 5 月 17 日至 5 月 30 日之 2025 雙北世壯運舉辦期間，實施線上問卷調查，總計回收問卷 348 份，其中有效問卷為 280 份，有效問卷回收率為 80.46%。本章將根據有效問卷的樣本進行資料處理與結果討論，內容共分為三節：第一節說明樣本背景變項之分析結果；第二節針對城市認同、心理收入、幸福感與賽會支持等主要研究變項進行現況分析；第三節則針對研究假說與模型驗證進行分析與探討。

第一節 樣本背景變項分析

本研究調查以居住於臺北市與新北市的居民作為研究對象，並針對參與者之基本背景資料，透過 SPSS 29.0 進行描述性統計分析，涵蓋性別、年齡、教育程度、現居地、現居地居住年數與職業別等六項背景變項，樣本背景變項分析結果整理如表 12 所示，並說明如下：

在性別部分，參與者整體以生理女居多，共 191 人，佔 68.21%；生理男則為 89 人，佔 31.79%。在年齡部分，以 26–35 歲族群為主，共 132 人，佔 47.14%；其次為 18–25 歲，共 50 人，佔 17.86%；36–45 歲共 35 人，佔 12.50%；46–55 歲為 17 人，佔 6.07%；56–65 歲為 20 人，佔 7.14%；而 66 歲以上則有 26 人，佔 9.29%。教育程度以大專院校為主，共 151 人，佔 53.93%；其次為碩士含以上者，共 100 人，佔 35.71%；高中含以下則有 29 人，佔 10.36%。在現居地部分，居住於新北市者最多，共 168 人，佔 60.00%；臺北市為 112 人，佔 40.00%。現居地居住年數部分，以居住 15 年以上居多，共 164 人，佔 58.57%；其次為 1–5 年 57 人，佔 20.36%；6–10 年 28 人，佔 10.00%；1 年以下 16 人，佔 5.71%；11–15 年則有 15 人，佔 5.36%。在職業別部分，民營企業工作者最多，共 68 人，佔 24.29%；其次為學生 41 人，佔 14.64%；專業人員（如醫師、律師、會計師、建築師等）共 35 人，佔 12.50%；自由業與其他類別各為 32 人，各佔 11.43%；軍公教人員 29 人，佔

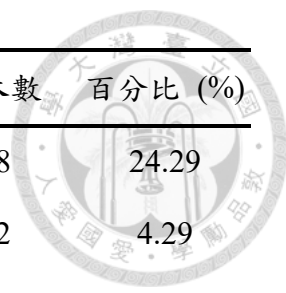
10.36%；退休人員 17 人，佔 6.07%；家庭主婦 14 人，佔 5.00%；技術勞力工作者 12 人，佔 4.29%。



表 12

樣本背景變項分析

題項	分類	樣本數	百分比 (%)
性別	生理男	89	31.79
	生理女	191	68.21
年齡	18-25 歲	50	17.86
	26-35 歲	132	47.14
	36-45 歲	35	12.50
	46-55 歲	17	6.07
	56-65 歲	20	7.14
	66 歲以上	26	9.29
教育程度	高中含以下	29	10.36
	大專院校	151	53.93
	碩士含以上	100	35.71
現居地	臺北市	112	40.00
	新北市	168	60.00
現居地	1 年以下	16	5.71
居住年份	1-5 年	57	20.36
	6-10 年	28	10.00
	11-15 年	15	5.36
	15 年以上	164	58.57
職業別	軍公教人員	29	10.36
	專業人員 (醫師、律師、會計師、建築師等)	35	12.50



題項	分類	樣本數	百分比 (%)
	民營企業工作者	68	24.29
	技術勞力工作者	12	4.29
	自由業	32	11.43
	退休人員	17	6.07
	家庭主婦	14	5.00
	學生	41	14.64
	其他	32	11.43

註：N = 280。

第二節 城市認同、心理收入、幸福感、賽會支持之現況分析

本節根據各研究變項與其題項進行描述性統計分析，包含各構面之平均值與各題項之平均值 (M) 與標準差 (SD)，進一步闡述城市認同、心理收入、幸福感、賽會支持等研究變項現況，並說明如下：

一、城市認同之現況分析

本研究之城市認同構面，經刪題後共有兩題，其題項平均值與標準差，及構面平均值，整理如表 13。

表 13

城市認同各題項之描述統計

題項	平均值	標準差
城市認同	4.60	
1. (臺北市/新北市)的成功就是我的成功。	4.59	1.62
2. 當有人稱讚(臺北市/新北市)時，我感覺像是對我的稱讚。	4.60	1.65

如表 13 所示，城市認同構面的整體平均為 4.60，顯示居民對於所居住城市具中高程度的心理認同。其中，「當有人稱讚臺北市時，我感覺像是對我的稱讚」($M=4.60$, $SD=1.65$) 與「臺北市的成功就是我的成功」($M=4.59$, $SD=1.62$) 兩題平均數相近，顯示臺北市或新北市的居民均展現正面的城市認同，將自身的身份與城市連結，並將居住城市內化為自我認同的一部分。此結果反映居民為居住的城市賦予意義，並與個人身份連結，為地方認同的心理機制 (Proshansky et al., 1983)。此外，居民認同城市的成就，亦可能來自於其長期生活於城市所建立的情感連結與歸屬感 (Lewicka, 2011)。

二、心理收入之現況分析

本研究之心理收入共有五構面，分別為社區自豪感、社區依附感、社區興奮感、

賽事興奮感、基礎建設改善自豪感。各題項平均值與標準差，及構面平均值，整理如表 14。



表 14

心理收入各題項之描述統計

題項	平均值	標準差
社區自豪感	5.10	
1. 2025 雙北世壯運的舉辦，讓我覺得(臺北市/新北市)能夠舉辦其他大型運動賽事。	5.11	1.63
2. 2025 雙北世壯運的舉辦，讓我覺得(臺北市/新北市)展現舉辦大型運動賽事的能力。	4.95	1.71
3. 2025 雙北世壯運的舉辦，讓我覺得(臺北市/新北市)獲得正面的城市形象。	5.11	1.72
4. 2025 雙北世壯運的舉辦，讓我覺得(臺北市/新北市)獲得正面的認可度。	5.04	1.69
5. 2025 雙北世壯運的舉辦，讓我覺得外界更加認識我居住的城市。	5.27	1.47
社區依附感	4.30	
1. 舉辦 2025 雙北世壯運，增加我對居住城市的自尊。	4.63	1.62
2. 舉辦 2025 雙北世壯運，增加我的幸福感。	4.46	1.68
3. 舉辦 2025 雙北世壯運，增加我在社區中的社交互動。	4.15	1.73
4. 舉辦 2025 雙北世壯運，強化我在社區中的友誼。	3.96	1.75
社區興奮感	4.82	
1. 舉辦 2025 雙北世壯運為社區帶來了興奮感。	4.64	1.65
2. 舉辦 2025 雙北世壯運為社區提供了娛樂感。	4.93	1.55
3. 舉辦 2025 雙北世壯運為社區提供了新的活動。	4.90	1.60

題項	平均值	標準差
賽會興奮感	4.76	
1. 2025 雙北世壯運讓我享受與國內外遊客互動。	4.40	1.60
2. 2025 雙北世壯運讓我對國內外遊客感到興奮。	4.52	1.64
3. 2025 雙北世壯運讓我享受觀看更多的運動賽事。	5.07	1.58
4. 2025 雙北世壯運讓我喜歡觀看世壯運的賽事。	4.80	1.60
5. 2025 雙北世壯運讓我增加對這項賽事的參與感。	4.84	1.63
6. 2025 雙北世壯運讓我增加對這項賽事的興趣。	4.93	1.58
基礎設施改善自豪感	4.68	
1. 2025 雙北世壯運的舉辦，幫助城市再生。	4.83	1.54
2. 2025 雙北世壯運的舉辦，改善社區公共服務的品質。	4.60	1.68
3. 2025 雙北世壯運的舉辦，改善警消服務的品質。	4.47	1.67
4. 2025 雙北世壯運的舉辦，促進社區復甦的機會。	4.81	1.58

主辦城市居民在社區自豪感的構面之整體平均為 5.10，為五個構面中平均值最高者，而在該構面中平均數最高的題項為：「2025 雙北世壯運的舉辦，讓我覺得外界更加認識我居住的城市」($M=5.27$, $SD=1.47$)，顯示居民普遍認為大型賽會能夠有效提升城市能見度與外部認可，與 Kaplanidou 與 Vogt (2007) 的研究發現，大型賽會的舉辦有助於強化舉辦城市形象之研究結果相符；而平均數最低的題項為：「2025 雙北世壯運的舉辦，讓我覺得臺北市展現舉辦大型運動賽事的能力」($M=4.95$, $SD=1.71$)，顯示整體居民對於雙北主辦賽會的能力認可相較於城市曝光所帶來的感受略低。

社區依附感構面之整體平均為 4.30，在五個構面中之最低。其中，得分最高者為「舉辦 2025 雙北世壯運，增加我對居住城市的自尊」($M=4.63$, $SD=1.62$)，顯示賽事能促使居民獲得正向自我價值。然而，「舉辦 2025 雙北世壯運，強化我在社區中的友誼」則為本構面中平均最低之題項 ($M=3.96$, $SD=1.75$)，反映出賽事

對於促進社區間人際互動關係的影響有限。Baqain (2024) 曾指出，賽會有助於促進居民之間的互動與聯繫，增強社區凝聚力，但亦可能受到城市規模較大、人口流動性高或社區原有互動基礎薄弱等因素影響，使得賽會難以有效強化居民之間的情感連結。

社區興奮感之整體平均為 4.82，為五個構面中第二高。平均值最高題項為「舉辦 2025 雙北世壯運為社區提供了娛樂感」($M=4.93$, $SD=1.55$)，而最低為「舉辦 2025 雙北世壯運為社區帶來了興奮感」($M=4.64$, $SD=1.65$)，顯示民眾普遍對賽事所帶來的情緒感受抱持正向態度。Fredline 與 Faulkner (2000) 曾指出，運動賽會所營造之氛圍與非日常體驗，有助於提升居民正向情緒。

賽會興奮感整體平均為 4.76，為第三高。其中，平均值最高的題項為「2025 雙北世壯運讓我享受觀看更多的運動賽事」($M=5.07$, $SD=1.58$)，顯示此一賽會為居民帶來更多的觀看體驗。最低題項則為「2025 雙北世壯運讓我享受與國內外遊客互動」($M=4.40$, $SD=1.60$)，顯示居民與國內外遊客互動的感受相對較低。

基礎設施改善自豪感構面之整體平均為 4.68，反映出賽會在基礎建設方面的正向效益獲得一定程度認可。平均最高題項為「2025 雙北世壯運的舉辦，幫助城市再生」($M=4.83$, $SD=1.54$)，顯示居民對於城市機能的提升有正向感受。平均最低者為「2025 雙北世壯運的舉辦，改善警消服務的品質」($M=4.47$, $SD=1.67$)，顯示本次賽會居民對於警消服務品質改善之感受相對較低。國外學者 Waitt (2003) 曾指出，居民對基礎建設改善，如交通動線規劃與場館修繕建設等，較容易察覺。然而，雖然臺北市政府警察局為提升賽會與市民安全，已有舉行反恐演練 (臺北市政府警察局，2025)，但可能未實際發生重大事件，而使得居民的感受相對較低。

三、幸福感之現況分析

本研究之幸福感包含生活滿意度與相互依賴幸福感等兩個構面，經兩構面皆各刪除一題後，其題項平均值與標準差，及構面平均值，整理如表 15。



表 15

幸福感各題項之描述統計

題項	平均值	標準差
生活滿意度	4.57	
1. 在多數時候，我的生活接近我理想的樣子。	4.81	1.34
2. 我的生活條件非常好。	4.56	1.35
3. 我對我的生活感到滿意。	4.82	1.33
4. 到目前為止，我已經得到人生中最想要的重要事物。	4.10	1.66
相互依賴幸福感	4.98	
1. 我相信我和我周圍的人都很幸福。	4.71	1.38
2. 我感覺到自己被周圍的人正面評價。	5.08	1.18
3. 我讓重要的人感到快樂。	5.18	1.15
4. 我能夠做我想做的事，而不給他人帶來麻煩。	5.13	1.33
5. 雖然我的生活很普通，但我過得很穩定。	5.30	1.27
6. 我相信自己的生活和身邊的其他人一樣幸福。	4.86	1.35
7. 我相信自己的生活條件和身邊的其他人是差不多的。	4.60	1.36
8. 我相信我的生活以某種適合我的方式順利發展，如同我 身邊的其他人一樣。	5.00	1.24

生活滿意度構面的整體平均為 4.57，其中，得分最高的題項為「我對我的生活感到滿意」($M=4.82$ ， $SD=1.33$) 與次高的題項「在多數時候，我的生活接近我理想的樣子」($M=4.81$ ， $SD=1.34$)，反映居民對於目前生活整體現況的正向評價。然而，「到目前為止，我已經得到人生中最想要的重要事物」($M=4.10$ ， $SD=1.66$) 為最低分題項，顯示在達成人生目標或獲得重要事物的感受上，尚有落差。

相互依賴幸福感構面整體平均為 4.98。其中，平均值最高題項為「雖然我的生活很普通，但我過得很穩定」($M=5.30$ ， $SD=1.27$)，反映出居民對穩定樸實生活

的價值偏好；平均值次高者包含「我讓重要的人感到快樂」($M = 5.18$, $SD = 1.15$)與「我能夠做我想做的事，而不給他人帶來麻煩」($M = 5.13$, $SD = 1.33$)，顯示居民傾向在不干擾他人的前提下實現自我。相較之下，得分最低的題項為「我相信自己的生活條件和身邊的其他人是差不多的」($M = 4.60$, $SD = 1.36$)，反映出居民在社會比較上有感受到一定程度的落差。

整體而言，居民普遍呈現對幸福感的正向評價，尤其相互依賴幸福感的平均值高於生活滿意度，由此可知，居民在與他人互動中所獲得的幸福感較為顯著。顯示本研究探討的主辦城市居民透過人際關係獲得的幸福感較為深刻，這可能與亞洲文化相對重視關係取向的特性有關 (Uchida & Kitayama, 2009)。

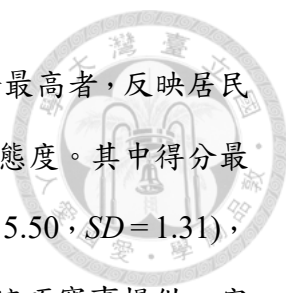
四、賽會支持之現況分析

賽會支持構面共有五題，其題項平均值與標準差及構面平均值，整理如表 16。

表 16

賽會支持各題項之描述統計

題項	平均值	標準差
賽會支持	5.28	
1. 我希望(臺北市/新北市)政府未來還能繼續舉辦這項賽事。	5.22	1.49
2. 我希望(臺北市/新北市)政府能舉辦更多類似的運動賽事。	5.50	1.31
3. 我希望能有更多機會參與這類賽事(直接參與、觀看比賽、參加相關活動)。	5.40	1.34
4. 我願意為這項賽事作出貢獻(如志工服務、宣傳與推薦、自律與理性參與等)。	4.81	1.52
5. 我同意中央政府應該使用公家經費給(臺北市/新北市)政府為這項賽事提供一定的補助。	5.46	1.36



賽會支持構面的整體平均為 5.28，為本研究所有變項中得分最高者，反映居民對於 2025 雙北世壯運與未來舉辦相關賽會呈現相對正向的支持態度。其中得分最高題項為「我希望臺北市政府能舉辦更多類似的運動賽事」($M=5.50, SD=1.31$)，次高者為「我同意中央政府應該使用公家經費給臺北市政府為這項賽事提供一定的補助」($M=5.46, SD=1.36$) 與「我希望能有更多機會參與這類賽事 (直接參與、觀看比賽、參加相關活動)」($M=5.40, SD=1.34$)，顯示居民對於賽會的未來發展和政府支持普遍持正面看法。相對而言，分數最低題項為「我願意為這項賽事作出貢獻 (如志工服務、宣傳與推薦、自律與理性參與等)」($M=4.81, SD=1.52$)，顯示民眾在實際行動參與的意願相對較低，可能反映出居民的賽會支持偏向於態度表達層面，而在付出時間或服務貢獻等則態度相對保留。此現象與 Kim 等 (2006) 指出居民的支持態度與實際行為有差異之觀點相呼應，即居民雖對賽會表示高度支持，但在付出時間、勞力或金錢等實際行為層面則較為保留。此外，賽會若具備公共性、正向形象與社會效益，則更易促使居民表現出長期支持意願 (Gursoy & Kendall, 2006)。整體而言，2025 雙北世壯運獲得居民的正面支持態度，特別是對未來賽會持續舉辦的期待，或對政府公共資源投入的認同均顯示出正向的評價。

第三節 研究假說模型驗證與討論



一、多元共線性檢定

為檢驗本研究模型中是否存在多重共線性 (Multicollinearity) 問題，本研究採用變異數膨脹係數 (Variance Inflation Factor, VIF) 作為評估指標。根據 Hair 等 (2019) 建議，當 VIF 值低於 3 時，可視為變項之間不具有顯著共線性，顯示模型結構穩定。本研究針對所有潛在變項進行 VIF 檢驗，結果顯示 VIF 值介於 1.00 至 1.73 之間，皆低於建議之臨界值 3，如表 17 所示，表示各變數間相關性適中，並無多重共線性問題，測量模型具有良好的統計適切性。

表 17

多元共線性檢定結果

變數			VIF
城市認同	→	心理收入	1.00
城市認同	→	幸福感	1.53
城市認同	→	賽會支持	1.60
心理收入	→	幸福感	1.53
心理收入	→	賽會支持	1.73
幸福感	→	賽會支持	1.40

二、研究假說驗證

本研究採用偏最小平方法 (Partial Least Squares Structural Equation Modeling, PLS-SEM) 進行模型驗證與假說檢定，並針對研究架構進行模型適配度 (Model Fit) 檢驗，結果整理如表 18 所示，研究顯示 SRMR 值為.07，根據學者提出的標準，該值越小越好，而小於.08 為可接受範圍 (Hu & Bentler, 1999)，顯示模型適配度尚可；NFI 值為.68，學者建議一般標準為.95 以上 (Hu & Bentler, 1999)，但可能因為受到樣本量不足的影響，因此不能單獨考慮此一數值 (Dash & Paul, 2021)。

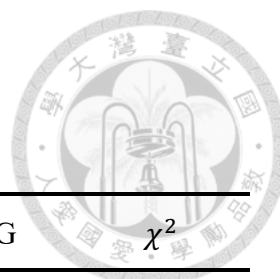


表 18

模型適配度檢驗結果

模型	SRMR	NFI	d_ULS	d_G	χ^2
四構面模型	.07	.68	3.88	3.32	4302.27

註：N = 280。

接者，以路徑係數 (Path coefficient, β) 作為衡量變項之間影響關係的主要指標，其正負值分別代表正向與負向的預測效果，而其數值大小則代表預測力強弱。同時，透過 R square (R^2) 評估模型中自變項對依變項的整體解釋力， R^2 值越高，代表模型對該變項的預測能力越強。此外，為檢驗各路徑係數之統計顯著性，運用拔靴法 (Bootstrapping) 進行 5000 次重複抽樣，取得 t 值及其對應之 p 值，進行假說檢定，檢驗是否達顯著水準。PLS-SEM 之假說檢定分析整理如表 19 所示，以下將依據各構面之路徑係數、顯著性與模型解釋力進行闡述。各假說檢定結果，如表 20 所示；而假說路徑分析結果與檢定結果統整如圖 5 所示。

表 19

研究假說模型驗證分析結果

假說	變數	路徑係數 β	t -value	R^2
H1	城市認同→心理收入	.59	11.84***	.35
H2	城市認同→幸福感	.23	3.11**	.29
H3	城市認同→賽會支持	.01	.21	.57
H4	心理收入→幸福感	.37	5.14***	.29
H5	心理收入→賽會支持	.69	13.54***	.57
H6	幸福感→賽會支持	.10	1.82	.57

註 1：N = 280。

註 2：* $p < .05$ ，** $p < .01$ ，*** $p < .001$ 。

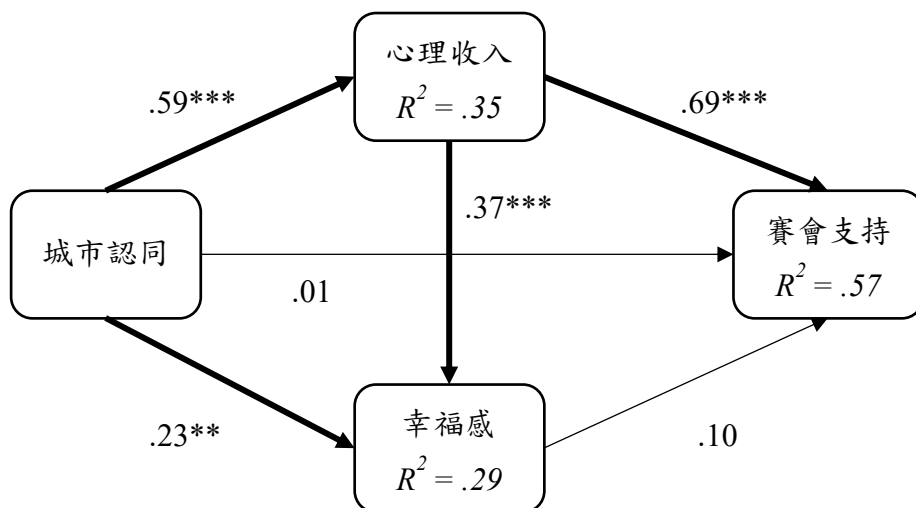
表 20

假說驗證檢測結果

假說	假說敘述	檢測結果
H1	城市認同正向顯著預測心理收入	成立
H2	城市認同正向顯著預測幸福感	成立
H3	城市認同正向顯著預測賽會支持	不成立
H4	心理收入正向顯著預測幸福感	成立
H5	心理收入正向顯著預測賽會支持	成立
H6	幸福感正向顯著預測賽會支持	不成立

圖 5

迴歸路徑係數與研究結構模型圖

註 1：* $p < .05$ ，** $p < .01$ ，*** $p < .001$ 。

註 2：粗體線段為假說成立。

(一) 城市認同對於心理收入之預測

H1：城市認同正向顯著預測心理收入。

此一假說檢驗結果顯示，城市認同對心理收入的路徑係數 $\beta = .59$ ，解釋力為 35% ($R^2 = .35$)， $t = 11.84$ ， $p < .001$ ，達顯著水準，表示城市認同對心理收入具有顯著且正向的預測力，故 H1 假說成立。

過去研究指出，居民對城市的認同感有助於增強其對舉辦大型運動賽會的正向情感和 psychological 收入 (Cai, 2022; Oja et al., 2018)。城市認同作為一種社會心理連結，代表個體將所居住的城市視為自我認同的延伸。雖然本研究並未透過賽前賽後的研究設計來檢驗賽會是否增強居民的城市認同，但本研究結果顯示，城市認同與心理收入之間存在顯著正向關聯，由此可知，居民的城市認同有助於在其面對賽會時產生更多正向心理感受。

綜上所述，強化居民的城市認同可能有助於提升其對賽會的關注及正向心理感受，包含興奮感、自豪感、依附感等，對於未來賽會的推廣與永續發展策略具有潛在的重要意涵。

(二) 城市認同對於幸福感之預測

H2：城市認同正向顯著預測幸福感。

此一假說檢驗結果顯示，城市認同對幸福感的路徑係數 $\beta = .23$ ，解釋力為 29% ($R^2 = .29$)， $t = 3.11$ ， $p < .01$ ，達顯著水準，表示城市認同對幸福感具有顯著且正向的預測力，故 H2 假說成立。

結果顯示，當居民對城市認同感越高，其所感受到的幸福感亦越強，而本研究所測量之幸福感包含生活滿意度與相互依賴幸福感等兩個面向，此一結果與過去研究觀點一致，認為東方文化的幸福感是一種嵌入於社會群體關係中的互動感受，來自於滿足社會期待與維持人際和諧，且通常涵蓋「與他人和諧共處」與「對群體的情感參與」等面向，而非僅是個人內在經驗 (Uchida & Kitayama, 2009)，因此，當個體對城市所產生較高的情感連結認同時，也可能會感受到更高的幸福感。國內研究亦指出，當社區居民參與社區活動時，居民的社區認同感有助於提升其幸福感 (簡郁諺, 2019)。

綜上所述，本研究驗證城市認同對幸福感具有正向且顯著的預測力，顯示當居民具有較高的城市認同時，其幸福感亦可能隨之提升。此一結果呼應了東方文化中幸福感的互依性，強調個體的幸福不僅源自個人內在滿足，更存在於與社會群體互動的和諧關係之中。

(三) 城市認同對於賽會支持之預測

H3：城市認同正向顯著預測賽會支持。

此一假說檢驗結果顯示，城市認同對賽會支持的路徑係數 $\beta = .01$ ，解釋力為 57% ($R^2 = .57$)， $t = 0.21$ ， $p > .05$ ，未達顯著水準，表示城市認同對賽會支持不具有預測力，故假說 H3 未成立。

過去研究指出，地方認同能促進居民對社區活動的支持態度 (黃仁宗, 2016)，但本研究結果未能證實此一關聯，顯示僅有城市認同並不足以直接推動居民對於賽會的支持。然而，本研究假說未成立的原因可能是因為本次 2025 雙北世壯運是由臺北市政府與新北市政府共同主辦，居民雖然對於居住城市具有認同感，可是對賽會實際舉辦的過程、產生的效益等，居民可能將其分為兩個市政府來看，導致其難以清楚辨識是哪個市政府的貢獻，使得其心理機制產生模糊性，弱化了城市認同影響賽會支持態度的心理機制。不過，根據本研究之假說 H1「城市認同正向顯著預測心理收入」與 H5「心理收入正向顯著預測賽會支持」皆成立的情況下，推測心理收入在城市認同與賽會支持之間可能扮演著關鍵的中介角色，故本研究進一步檢驗其中介效果，如表 21 所示，雖然城市認同對賽會支持不具有直接效果 (95% CI = [-.09, .12]，包含 0 即未達顯著水準)，但經本研究結果發現，心理收入具有間接效果 ($t = 8.97$ ， $p < .05$ ，95% CI = [.32, .50]，不包含 0 即達顯著水準)，顯示心理收入在城市認同對賽會支持之作用具有完全中介效果，也就是說，居民不會是單純認同城市就展現對賽會的支持態度，而可能是透過賽會提升心理收入，進而促發對賽會的支持態度。此外，國內外現有文獻針對城市認同、心理收入、賽會支持的中介效果討論相對有限，僅有黃煜與許建民 (2022) 以路跑賽事為例，指出賽會需與

當地居民產生深刻的連結，激發出居民的社區光榮感 (Pride)，才可能獲得當地的居民對賽事的支持與關心。本研究發現僅為初步證據，未來亦可進一步驗證心理收入的中介機制。

綜上所述，儘管過去研究指出地方認同能促進居民對社區活動的支持態度，但本研究結果發現城市認同對於賽會支持的影響可能並非直接發生，而是透過心理收入作為中介機制來間接發揮作用，對於促進居民的賽會支持具有參考意義。

表 21

城市認同透過心理收入對於賽會支持之中介效果檢驗

路徑	<i>t-value</i>	標準誤	95%信賴區間	
			下限	上限
直接效果：城市認同→賽會支持	.21	.05	-.09	.12
間接效果：城市認同→心理收入→賽會支持	8.97***	.05	.32	.50

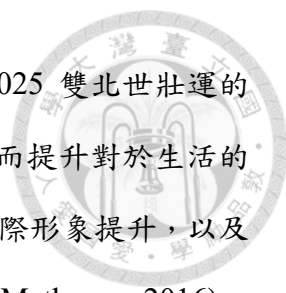
註：* $p < .05$ ，** $p < .01$ ，*** $p < .001$ 。

(四) 心理收入對於幸福感之預測

H4：心理收入正向顯著預測幸福感。

此一假說檢驗結果顯示，心理收入對幸福感的路徑係數 $\beta = .37$ ，解釋力為 29% ($R^2 = .29$)， $t = 5.14$ ， $p < .001$ ，達顯著水準，表示心理收入對幸福感具有顯著且正向的預測力，故 H4 假說成立。

本研究結果與過去研究發現一致，根據 Chen 與 Lin (2021) 針對 2017 臺北世大運的研究發現，賽會所產生的心理收入之社區依附感與賽會興奮感能有效提升居民的生活滿意度，顯示居民因社區凝聚力的增強以及活動帶來的興奮感，有助於提升幸福感層面當中的生活滿意度。此外，心理收入中的自豪感也可能因為賽會的成功舉辦而提升居民對生活滿意度的主觀評價。雖然該研究亦發現基礎建設改善自豪感對生活滿意度的影響不顯著，而學者則指出這可能與當時大巨蛋施工延誤



的實際問題有關，導致居民未能產生相對正向的感受。不過，2025 雙北世壯運的開幕式於大巨蛋舉辦，亦可能居民因為此一基礎建設的完工，進而提升對於生活的滿意度。此外，過去學者亦指出，賽會帶來的基礎建設改善、國際形象提升，以及吸引旅客觀光等正向效益，皆可能促進居民的幸福感 (Baade & Matheson, 2016)。然而，賽會舉辦有利於促進居民與參與選手之間的社會連結，及對地方形象的正向感受，有助於居民相互依賴幸福感的提升 (Maricchiolo et al., 2021)。

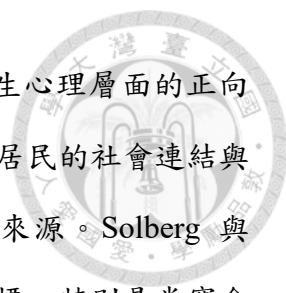
綜上所述，本研究結果顯示居民因大型運動賽會舉辦所帶來的心理收入對於幸福感具顯著且正向的預測效果，特別是透過依附感、興奮感、自豪感等心理機制，可能有助於提升居民的生活滿意度與相互依賴幸福感。由此可見，賽會能夠帶來的效益不限於經濟面向，非經濟正向效益的心理收入也有助於提升居民對於生活的整體評價，進而成為促進居民幸福感的潛在重要因素之一。

(五) 心理收入對於賽會支持之預測

H5：心理收入正向顯著預測賽會支持。

此一假說檢驗結果顯示，心理收入對賽會支持的路徑係數 $\beta = .69$ ，解釋力為 57% ($R^2 = .57$)， $t = 13.54$ ， $p < .001$ ，達顯著水準，表示心理收入對賽會支持具有顯著且正向的預測力，故 H5 假說成立。

過去研究以社會交換理論為基礎，指出運動賽會能提升當地居民的興奮感、依附感及自豪感等心理收入構面，進而與賽會支持態度產生正向關聯 (Gan & Dong, 2024; Solberg & Denstadli, 2025; Zhang et al., 2022)，與本研究結果一致。根據 Zhang 等 (2022) 的研究指出，心理收入作為賽會的非經濟效益，強調居民在情感與心理層面上所獲得的正向回饋，可能是賽會支持態度的前置因素之一。亦如同 Gan 與 Dong (2024) 的研究發現，當居民感知到賽會帶來的正面利益，其將正向影響居民對於賽會的支持態度；而當主辦城市的居民與賽會產生強烈的情感聯繫時，更可能展現主動且明顯的支持態度 (Finn et al., 2024)。Navitas 等 (2024) 針對雅加達電動方程式大獎賽 (Jakarta ePrix) 的研究指出，賽會活動有助於提升居民的社區自豪感與



社區依附感，表示居民可能因賽會所帶來的城市形象提升而產生心理層面的正向感受，而賽會期間所促進的社交互動與情感交流，也有助於強化居民的社會連結與歸屬感，顯示此一正向效益可能是促進居民支持賽會的重要來源。Solberg 與 Denstadli (2025) 則指出心理收入是影響賽會支持的重要預測指標，特別是當賽會可能帶來財務赤字的負面經濟效益，心理收入較高的居民仍可能較能展現相對高的賽會支持態度。

綜上所述，本研究結果支持居民心理收入對於賽會支持態度的正向預測效果，顯示心理收入當中的興奮感、依附感、自豪感等，可能是促進居民展現賽會支持態度的重要因素。此結果不僅呼應社會交換理論所強調的居民在感知正面效益後形成支持態度的心理機制，也突顯在大型運動賽會中，強化居民對賽會的情感連結與歸屬感的重要性。

(六) 幸福感對於賽會支持之預測

H6：幸福感正向顯著預測賽會支持。

此一假說檢驗結果顯示，幸福感對賽會支持的路徑係數 $\beta = .10$ ，解釋力為 57% ($R^2 = .57$)， $t = 1.82$ ， $p > .05$ ，未達顯著水準，表示幸福感對賽會支持不具有預測力，故假說 H6 未成立。

幸福感為反映個體對生活整體狀態的主觀評價，以社會交換理論的角度來看，雖然可視為一種正向的非經濟效益，但本研究結果不同於 Sato 等 (2024) 的研究發現，透過社會交換理論可以解釋居民的社會幸福感因感受到賽會的正面效益，故進而提升對未來賽事舉辦的支持程度。然而，本研究假說未成立的可能原因為居民對賽會舉辦的感知，雖然可以短暫促使幸福感提升，但隨後又迅速回復至基準值，無法長期延續 (Kinoshita et al., 2024)，因此無法有效轉換為對於賽會的支持。此外，亦可能因為本研究所採用的幸福感量表同時包含生活滿意度與相互依賴幸福感等面向，這樣的綜合指標可能不足以精確反映出幸福感與賽會支持態度之間的直接關聯性。

綜上所述，本研究結果顯示幸福感無法有效預測居民對賽會支持的影響，表示幸福感作為內在情緒感受，亦可能受到單一賽會的短暫性感受影響，而難以有效地轉化為對賽會的支持。



第五章 結論與建議

本研究旨在探究城市認同、心理收入、幸福感及賽會支持之關係，透過上述的研究結果歸納出以下結論，並提供學術與實務之建議，作為未來舉辦大型運動賽會之參考依據，第一節為結論、第二節為建議。

第一節 結論

本研究基於社會認同理論與社會交換理論，以 2025 雙北世界壯年運動會作為研究標的，以主辦城市的臺北市與新北市居民為研究對象，透過描述統計瞭解城市認同、心理收入、幸福感與賽會支持之現況，接著以結構方程模式探究四個變項間的關聯性。主要研究發現如下：

根據現況分析結果，本研究顯示主辦城市居民在四個研究變項中普遍皆展現相對正向的態度與感受。居民對城市具有相對正面的城市認同，在心理收入部分，則是在社區自豪感與興奮感有較為明顯的正向感受，反映居民展現對於賽會有效提升城市形象與帶動社區活力的正面態度。在幸福感部分，相互依賴幸福感的整體感受高於生活滿意度，顯示居民在與他人互動關係中獲得較深刻的幸福感。而賽會支持部分，以平均數來看為四個變項中最高，顯示居民對 2025 雙北世壯運及未來類似活動舉辦展現較為正面的支持態度。

根據結構方程模式的假說驗證結果，本研究發現城市認同對心理收入有顯著且正向的預測力（假說 H1 成立），顯示當居民對居住城市的情感認同越高時，越可能在賽會中感受到自豪感、興奮感與依附感等心理收入面向。此結果呼應過去研究指出，城市認同作為內在心理連結，能夠促使居民面對居住城市舉辦運動賽會時，產生更多正向心理感受。而城市認同對幸福感亦有顯著且正向的預測力（假說 H2 成立），表示當居民對城市的認同感越高，生活滿意度與相互依賴幸福感等面向的整體幸福感亦相對提升。不過，城市認同對於賽會支持卻不具有顯著正向的預測力（假說 H3 未成立），本研究推測，在賽會舉辦上有雙主辦的情形較為少見，此結果



可能受到本次賽會為臺北市政府與新北市政府共同主辦的影響，雖然居民對居住城市具有認同感，但在實際感知賽會的舉辦與效益時，難以歸類是哪一個市政府的貢獻，產生心理歸因上的模糊感，進而削弱城市認同對賽會支持態度的影響。然而，本研究則進一步發現，以心理收入作為中介機制的效果分析顯示，心理收入在城市認同與賽會支持間具有完全中介效果，說明居民不會僅因對城市的認同就產生對賽會的支持，而是需透過賽會所帶來的心理收入，促發對於賽會的支持態度。接著，以心理收入的影響進行討論，發現心理收入對幸福感具有顯著正向的預測力（假說 H4 成立），顯示心理收入的興奮感、依附感、自豪感等正向心理感受，能促進居民對生活的滿意度與相互依賴幸福感；研究亦發現心理收入對賽會支持具有顯著且正向的預測力（假說 H5 成立），顯示當主辦城市居民因賽會舉辦而產生興奮、歸屬與自豪等正向心理感受，有助於提升居民對賽會的支持，呼應了社會交換理論強調感知到正面效益會產生支持態度之觀點。最後，研究結果發現幸福感對於賽會支持不具有預測力（假說 H6 未成立），推測原因可能是賽會帶來的幸福感多為短期的情緒性提升，無法長期維持；同時，本研究所使用的幸福感量表包含個人與群體等兩個面向之綜合指標，可能較難以與賽會支持態度間產生直接的關聯性。

整體而言，本研究的理論貢獻在於整合社會認同理論與社會交換理論，為解釋居民對大型運動賽會的態度提供較完整的理論框架。其次，基於此框架，心理收入作為賽會影響評估的一種非經濟效益指標，本研究指出其前置因素與後續影響，並提出可能的中介機制，豐富賽會對於非經濟效益的理解。

第二節 建議



一、學術研究建議

由於本研究僅針對單一時間點的居民態度進行測量，建議未來的學術研究，可採用混合方法，透過縱貫性的量化研究或深度的質性訪談，瞭解居民在賽會前中後不同時間點的城市認同、心理收入、幸福感、賽會支持之變化。然而，本研究標的 2025 雙北世壯運是由兩個地方政府共同合作主辦，有別於以往賽會是由單一主辦單位舉行，具有其特殊性，故在城市認同的概念測量上可能有些模糊，因此，建議未來進行相關研究時，對單一主辦或雙主辦的概念需加以釐清。此外，本研究發現，國內較少學術研究以居民的心理收入 (Psychic income) 評估賽會的非經濟效益，因此，若未來要檢驗賽會帶來的效益評估時，除了常見的經濟效益之外，亦可探究非經濟效益的心理收入或幸福感，並可搭配支付意願 (Willingness to Pay, WTP) 的概念，將其影響量化，深入探討賽會的影響程度。同時，也能進一步驗證心理收入作為中介機制的效果，瞭解非經濟效益對於賽會舉辦的影響。在本研究中，幸福感的測量指標將亞洲文化的相互依賴幸福感之概念納入，有助於瞭解不同文化背景的差異，故建議未來對於賽會的研究亦可納入此一指標進行幸福感的測量，以建立跨文化的比較框架，提升研究的普遍性與適用性。最後，本研究雖以大型國際賽會作為研究標的，探討城市認同、心理收入、幸福感、賽會支持之關聯性，但未來亦能以地方或區域性的小型賽會活動為標的，進一步驗證此架構的類推性與適用性。

二、實務建議

為了促進學術研究與實務應用的落實，建議在強化城市認同方面，相關單位可透過城市文化特色的整合與推廣，設計相關宣傳素材，並邀請居民參與具有地方或城市特色的文創活動，藉此深化居民對城市的情感連結。同時，邀請有長期運作的居民組織，如社區發展協會或志工團隊等，讓當地居民能參與賽會活動籌備或執行等，形成具有情感連結的城市認同或地方認同。在心理收入的部分，經本研究結果發現 2025 雙北世壯運的舉辦，使得居民對心理收入的社區自豪感與社區興奮感之



感受較為強烈。然而在促進社區連結與人際互動、與遊客或選手互動，及感受基礎公共服務改善的層面則相對薄弱。因此，建議未來規劃大型賽會時，提供居民多元的參與方式與互動設計，例如提供賽會期間的在地居民專屬門票優惠、交通運輸或警消維安的公共服務改善，以及基礎建設修繕新建等，讓居民參與或觀賞賽會時，有實質效益的感受；同時，強化賽會對城市地方形象的正面宣傳，透過新聞媒體的報導與社群媒體的討論，傳遞城市或地方的正面形象，以提升居民的心理自豪感，擴大心理收入在賽會中的整體效益。最後，為瞭解賽會舉辦為城市或地方帶來的長遠效益與影響，建議建立完整的追蹤與評估機制，瞭解居民態度，並將該結果用於未來活動改進。整體而言，建議未來賽會的主辦單位或地方單位，除了經濟與社會效益外，也能夠著重於長期的非經濟效益發展與社會資本累積，以促使城市或地方持續受益於賽會的舉辦，達到賽會永續發展的目標。

參考文獻



- 吳慧卿 (2019)。桌球競賽現場觀眾觀賞動機與行為意圖關係之研究—以服務品質滿意度為中介。行銷評論, 16(2), 91-114。
- 吳燕妮、邱炳坤 (2020)。2017 年臺北世界大學運動會跆拳道金牌選手與臺灣選手技術分析。大專體育學刊, 22(3), 222-233。
[https://doi.org/10.5297/ser.202009_22\(3\).0003](https://doi.org/10.5297/ser.202009_22(3).0003)
- 吳濟華 (2014)。事件行銷觀眾參與滿意度及都市認同感之研究—以 2013 世界運動舞蹈大會為例 [碩士論文, 國立中山大學]。臺灣博碩士論文知識加值系統。 <https://hdl.handle.net/11296/jnfufb>。
- 李再立、簡鈺蓉 (2022)。臺北市×體育政策。臺灣運動管理評論, (2), 16-47。
<https://www.airitilibrary.com/Article/Detail?DocID=P20221229001-202212-202212290012-202212290012-16-47>
- 李佳倩、馬上鈞 (2014)。大型運動賽會永續評估之探討。運動管理, 5, 3-16。
<https://www.airitilibrary.com/Article/Detail?DocID=18148972-201407-201503110015-201503110015-3-16>
- 李岳修、古志銘、林宏恩 (2012)。2009 年高雄世界運動會之賽會形象、目的地形象與賽會忠誠度之研究。運動健康休閒學報, 3, 1-11。
<https://doi.org/10.29961/JSHL.201204.0001>
- 李建輝 (2022)。2020 臺南古都國際半程馬拉松運動賽會志工價值認同、心理契約與組織信任之研究。運動教練科學, 5, 1-13。
[https://doi.org/10.6194/SCS.202203_\(65\).0001](https://doi.org/10.6194/SCS.202203_(65).0001)
- 李韋慶 (2010)。居民對於 2009 世界運動會涉入、衝擊認知、與地方發展態度之關連性研究 [碩士論文, 國立高雄大學]。臺灣博碩士論文知識加值系統。
<https://hdl.handle.net/11296/unt2mp>。
- 林東興、楊子孟、陳培季、涂鵬斐 (2011)。2009 聽障奧運賽會服務品質研究—以



日本聽障奧運代表隊為例。《運動休閒管理學報》，8(1), 48–62.

[https://doi.org/10.6214/JSRM.201106_8\(1\).0004](https://doi.org/10.6214/JSRM.201106_8(1).0004)

林秉毅、鄭志富 (2010)。2009 年高雄世界運動會城市行銷分析。《中華體育季刊》，

24(3)，33–42。 <https://doi.org/10.6223/qcpe.2403.201009.2004>

林惠文、呂惠富 (2023)。國際運動賽事的財經觀點：舉辦 2017 臺北世大運對臺

灣股市的效應。《體育學報》，56(1)，107–124。

[https://doi.org/10.6222/pej.202303_56\(1\).0007](https://doi.org/10.6222/pej.202303_56(1).0007)

研之有物 (2023，2 月 17 日)。台北為什麼能成為首都？都市的成長不只靠運氣。

天下雜誌。 <https://www.cw.com.tw/article/5124505>

胡育寧 (2008)。大甲媽祖遶境進香活動對居民地方認同之研究 [碩士論文，國立

臺北教育大學]。臺灣博碩士論文知識加值系統。

<https://hdl.handle.net/11296/kw9r5q>。

馬上鈞、馬上閔 (2010)。大型運動賽會與都市永續發展議題。《休閒事業研究》，

8(1)，35–49。 [https://doi.org/10.6746/LIR.201003_8\(1\).0003](https://doi.org/10.6746/LIR.201003_8(1).0003)

高立學 (2011)。觀賞運動活動吸引力和觀賞效益的非對稱性關係分析：以「高雄

世運」和「台北聽奧」為例。《運動休閒管理學報》，8(1)，1–17。

[https://doi.org/10.6214/JSRM.201106_8\(1\).0001](https://doi.org/10.6214/JSRM.201106_8(1).0001)

張凱隆、吳高讚、王清欉 (2019)。男子網球單打技術勝負之分析以 2017 年臺北

世界大學運動會為例。《臺中科大體育學刊》，5，39–50。

[https://doi.org/10.6980/NUTCPE.201905_\(15\).0003](https://doi.org/10.6980/NUTCPE.201905_(15).0003)

教育部體育署 (2020，10 月 22 日)。臺灣成功申辦 2025 世界壯年運動會 體育署

將全力協助雙北。教育部體育署公告專區。

<https://www.sa.gov.tw/News/NewsDetail?Type=3&id=2990&n=92>

教育部體育署 (2024，2 月 15 日)。2025 雙北世界壯年運動會 2 月 17 日啟動報

名。教育部體育署公告專區。

<https://www.sa.gov.tw/News/NewsDetail?Type=3&id=5735&n=92>



曹校章、林聯喜 (2012)。2009 年臺北聽障奧運觀賞者觀光意象、滿意度與重遊意願研究。《體育學報》，45(2)，127–143。

<https://doi.org/10.6222/pej.4502.201206.0705>

許建民、黃賢哲、黃煜、李建業 (2022)。賽事認同與商品屬性對授權商品購買意願的影響：知覺價值的中介效果。《體育學報》，55(3)，291–308。

[https://doi.org/10.6222/pej.202209_55\(3\).0005](https://doi.org/10.6222/pej.202209_55(3).0005)

郭正德 (2012)。2009 年聽障奧運志工訓練移轉模式之研究。《臺灣體育運動管理學報》，12(1)，25–50。 <https://doi.org/10.6547/tassm.2012.0002>

陳信中、林聯喜、洪乙人 (2015)。臺北市民對 2017 臺北世界大學運動會之認知與支持度研究。《臺大體育學報》，(29)，27–41。

<https://doi.org/10.6569/NTUJPE.2015.29.03>

陳湘鈺、黃彥翔 (2018)。2017 世界大學運動會對主辦城市影響之研究。《運動與遊憩研究》，12(4)，51–57。 [https://doi.org/10.29423/JSRR.201806_12\(4\).05](https://doi.org/10.29423/JSRR.201806_12(4).05)

鹿雅軒 (2021)。《屬地主義?職業棒球的在地化商業模式-以 Lamigo 桃猿棒球隊為例》[碩士論文，淡江大學]。臺灣博碩士論文知識加值系統。

<https://hdl.handle.net/11296/av4bh5>。

黃海燕、高含頤、周進、王湘涵 (2016)。居民對 F1 中國大獎賽社會影響的感知及態度調查。《體育科研》，37(5)，35–44。

<https://doi.org/10.3969/j.issn.1006-1207>

曾瑞程、李世昌、洪慧敏、鄭道隆 (2010)。2009 年高雄世界運動會體驗價值之研究。《運動休閒管理學報》，7(1)，92–106。

[https://doi.org/10.6214/JSRM.201006_7\(1\).0006](https://doi.org/10.6214/JSRM.201006_7(1).0006)

曾慧青 (2018)。大型國際運動賽會行銷活動之探討－以 2017 臺北世大運為例。《全球運動與休閒管理期刊》，1(1)，1–12。

[https://doi.org/10.6616/GSRM.201803_1\(1\).0001](https://doi.org/10.6616/GSRM.201803_1(1).0001)

湯寶玉、林國瑞、連冠昱 (2018)。2017 臺北世大運志工工作滿意度與再服務意願



之研究。金門體育學報，1(2)，27–39。

[https://doi.org/10.6855/JKS.201807_1\(2\).0003](https://doi.org/10.6855/JKS.201807_1(2).0003)

黃仁宗 (2016)。地方認同、節慶體驗對遊客的效益認知、節慶認同與節慶支持的影響：台南西港刈香的案例研究。首府休閒學報，2(1)，1–38。

[https://doi.org/10.6586/TJLS.2016.2\(1\)1](https://doi.org/10.6586/TJLS.2016.2(1)1)

黃煜、劉永元、許建民、陳伯儀 (2015)。國際運動賽事管理手冊。教育部。

楊子孟 (2013)。居民對運動賽會觀光發展支持意圖之研究—以 2011 年亞洲女子壘球錦標賽為例。運動休閒管理學報，10(1)，1–18。

[https://doi.org/10.6214/JSRM.201303_10\(1\).0001](https://doi.org/10.6214/JSRM.201303_10(1).0001)

楊子孟、林東興 (2013)。2009 高雄世運會賽後期居民對賽會利益、成本、價值與支持之研究。嘉大體育健康休閒期刊，12(1)，1–12。

<https://doi.org/10.6169/NCYUJPEHR.201304.12.1.01>

詹鈞智、葉公鼎 (2014)。大型國際運動賽會國際志工參與動機、阻礙、國際志工招募管理之研究。運動管理，5，48–67。

[https://www.airitilibrary.com/Article/Detail?DocID=18148972-201407-](https://www.airitilibrary.com/Article/Detail?DocID=18148972-201407-201503110015-201503110015-48-67)

[201503110015-201503110015-48-67](https://www.airitilibrary.com/Article/Detail?DocID=18148972-201407-201503110015-201503110015-48-67)

詹耀華 (2010)。探討高雄世界運動會之經濟效益-運動支出的改變 [碩士論文，國立暨南國際大學]。華藝線上圖書館。

<https://doi.org/10.6837/NCNU.2010.00302>

廖俊儒、程紹同 (2012)。申辦大型國際運動賽會成功與失敗因素之研究。臺灣體育學術研究，2，81–96. <https://doi.org/10.6590/TJSSR.2012.06.04>

臺北市政府警察局 (2025，4 月 22 日)。世壯運反恐演練逼真，維安人員破窗攻堅營救。臺北市政府警察局新聞稿。

[https://police.gov.taipei/News_Content.aspx?n=0B762199E50C4AB2&sms=72544](https://police.gov.taipei/News_Content.aspx?n=0B762199E50C4AB2&sms=72544237BBE4C5F6&s=6054FC911AD6AD25)
[237BBE4C5F6&s=6054FC911AD6AD25](https://police.gov.taipei/News_Content.aspx?n=0B762199E50C4AB2&sms=72544237BBE4C5F6&s=6054FC911AD6AD25)

臺北市政府體育局 (2025，10 月 18 日)。破臺灣歷年紀錄 世壯運狂吸 2.5 萬人

報名 規模超越世大運。臺北市政府體育局公告資訊。

https://sports.gov.taipei/News_Content.aspx?n=1FF3DE0605A74B47&sms=72544237BBE4C5F6&s=B25C78B0E678616E



劉照金、張伊蓉 (2010)。大型賽會場館設施之利益關係與衝擊認知對效益認知之影響研究—以 2009 年高雄世界運動會為例。《運動休閒管理學報》，7(2)，30–41。 [https://doi.org/10.6214/JSRM.201012_7\(2\).0003](https://doi.org/10.6214/JSRM.201012_7(2).0003)

劉照金、許玫琇、陳志明、莊哲仁 (2015)。臺灣路跑賽事參與者與當地居民對效益、衝擊、支持及永續發展認知之比較研究。《嘉大體育健康休閒期刊》，14(3)，1–15。 <https://doi.org/10.6169/NCYUJPEHR.14.3.01>

蕭敬衡、陳智郁、陳光輝 (2020)。男子競技體操整套動作實施難度與持續時間之探討。《臺灣體育學術研究》，9，69–82。
[https://doi.org/10.6590/TJSSR.202012_\(69\).05](https://doi.org/10.6590/TJSSR.202012_(69).05)

戴佑宏、鄭志富 (2013) 家的感覺—球隊認同與主場意識關係之探討。《休閒與社會研究》，103–115。 <https://www.airitilibrary.com/Article/Detail?DocID=22195777-201312-201401030003-201401030003-103-115>

簡郁諺 (2019)。《南投縣社區居民之社區參與對社區認同、幸福感及助人行為之研究》[碩士論文，國立暨南國際大學]。華藝線上圖書館。
<https://doi.org/10.6837/ncnu201900302>

Ap, J. (1992). Residents' Perceptions on Tourism Impacts. *Annals of Tourism Research*, 19(4), 665–690. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(92\)90060-3](https://doi.org/10.1016/0160-7383(92)90060-3)

Ashforth, B. E., & Mael, F. (1989). Social Identity Theory and the Organization. *The Academy of Management Review*, 14(1), 20–39. <https://doi.org/10.2307/258189>

Baade, R. A., & Matheson, V. A. (2016). Going for the Gold: The Economics of the Olympics. *Journal of Economic Perspectives*, 30(2), 201–218.
<https://doi.org/10.1257/jep.30.2.201>

Baqaa, J. B. (2024). *Residents' Perceptions Towards the Social Impacts of the*

Indianapolis 500 And factors Influencing Residents` Support of the Hallmark Event

[Master's Thesis, Indiana University]. IU Indianapolis ScholarWorks.

<https://hdl.handle.net/1805/44755>



Berkowitz, P., Gjermano, G., Gomez, L., & Schafer, G. (2007). Brand China: Using the 2008 Olympic Games to enhance China's image. *Place Branding and Public Diplomacy*, 3(2), 164–178. <https://doi.org/10.1057/palgrave.pb.6000059>

Blau, P. M. (1964). Justice in Social Exchange. *Sociological Inquiry*, 34(2), 193–206. <https://doi.org/10.1111/j.1475-682X.1964.tb00583.x>

Brewer, M. B. (1991). The Social Self: On Being the Same and Different at the Same Time. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 17(5), 475–482. <https://doi.org/10.1177/0146167291175001>

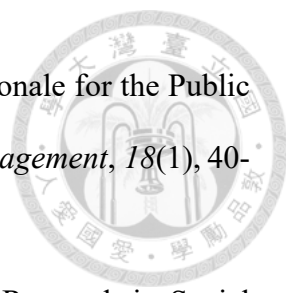
Brislin, R. W. (1970). Back-translation for cross-cultural research. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 1(3), 185–216. <https://doi.org/10.1177/135910457000100301>

Cai, J. (2022). Can sports events improve residents' psychic income? *Frontiers in Psychology*, 13, 938905. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.938905>

Caiazza, R., & Audretsch, D. (2015). Can a sport mega-event support hosting city's economic, socio-cultural and political development? *Tourism Management Perspectives*, 14, 1–2. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.01.001>

Chen, C.-Y., & Lin, Y.-H. (2021). Psychic Income and Intention to Attend Games, Intention to Purchase Licensed Merchandise, and Life Satisfaction: 2017 Taipei Universiade. *Sage Open*, 11(2), 21582440211023201. <https://doi.org/10.1177/21582440211023201>

Chen, N., Chen, X., Hall, C. M., Li, B., Wang, X., & Wang, L. (2023). The Beijing Winter Olympics is different! Or is it?: Integration and revalidation of residents' mega-event perceptions and support models. *International Journal of Tourism Cities*, 9(3), 534–551. <https://doi.org/10.1108/IJTC-06-2022-0153>

- 
- Crompton, J. (2004). Beyond Economic Impact: An Alternative Rationale for the Public Subsidy of Major League Sports Facilities. *Journal of Sport Management*, 18(1), 40-58. <https://doi.org/10.1123/jsm.18.1.40>
- Dash, G., & Paul, J. (2021). CB-SEM vs PLS-SEM Methods for Research in Social Sciences and Technology Forecasting. *Technological Forecasting and Social Change*, 173, 121092. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121092>
- Diener, E. (1984). Subjective well-being. *Psychological Bulletin*, 95(3), 542–575. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.95.3.542>
- Diener, E., Emmons, R. A., Larsen, R. J., & Griffin, S. (1985). The Satisfaction with Life Scale. *Journal of Personality Assessment*, 49(1), 71–75. https://doi.org/10.1207/s15327752jpa4901_13
- Doyle, J., Filo, K., Thomson, A., & Kunkel, T. (2021). Large-Scale Sport Events and Resident Well-Being: Examining PERMA and the Gold Coast 2018 Commonwealth Games. *Journal of Sport Management*, 35(6), 537-550. <https://doi.org/10.1123/jsm.2020-0258>
- Dutton, J. E., Dukerich, J. M., & Harquail, C. V. (1994). Organizational Images and Member Identification. *Administrative Science Quarterly*, 39(2), 239–263. <https://doi.org/10.2307/2393235>
- Ferreira, L. B., Lourenção, M. T. de A., Giralaldi, J. de M. E., & Oliveira, J. H. C. de. (2018). Economic and image impacts of summer Olympic games in tourist destinations: A literature review. *Tourism & Management Studies*, 14(3), 52–63. <https://doi.org/10.18089/tms.2018.14305>
- Finn, C., Liang, L. J., & Choi, H. S. C. (2024). The power of play: Uncovering the hidden impact of sport events on communities. *Journal of Sport & Tourism*, 28(3), 129–147. <https://doi.org/10.1080/14775085.2024.2414961>
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Structural Equation Models with Unobservable

- 
- Variables and Measurement Error: Algebra and Statistics. *Journal of Marketing Research*, 18(3), 382–388. <https://doi.org/10.2307/3150980>
- Fredline, E., & Faulkner, B. (2000). Host Community Reactions: A cluster analysis. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 763–784. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00103-6](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00103-6)
- Gan, W., & Dong, Q. (2024). Residents' Support for Major Sporting Events in the Postponement Context: A Case Study of the 31st Summer Universiade. *International Journal of Tourism Research*, 26(5), e2788. <https://doi.org/10.1002/jtr.2788>
- Ghaderi, Z., Rajabi, M., & Walker, M. (2021). Psychic Income Benefits of Small-Scale Sports Events: Host Community Perspectives. *European Sport Management Quarterly*, 23, 467–487. <https://doi.org/10.1080/16184742.2021.1882525>
- Gibson, H. J., Walker, M., Thapa, B., Kaplanidou, K., Geldenhuys, S., & Coetzee, W. (2014). Psychic income and social capital among host nation residents: A pre–post analysis of the 2010 FIFA World Cup in South Africa. *Tourism Management*, 44, 113–122. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.12.013>
- Gursoy, D., & Kendall, K. W. (2006). Hosting mega events: Modeling Locals' Support. *Annals of Tourism Research*, 33(3), 603–623. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2006.01.005>
- Gursoy, D., Milito, M. C., & Nunkoo, R. (2017). Residents' support for a mega-event: The case of the 2014 FIFA World Cup, Natal, Brazil. *Journal of Destination Marketing & Management*, 6(4), 344–352. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.09.003>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). SAGE.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24.

<https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>

Hair, J. F., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Mena, J. A. (2012). An Assessment of The Use of Partial Least Squares Structural Equation Modeling in Marketing Research. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40(3), 414–433.

<https://doi.org/10.1007/s11747-011-0261-6>

Hair, J., Anderson, R., Tatham, R., & Black, W. (1998). Multivariate Data Analysis (5th ed.). Prentice Hall.

Hee, O. C., D.B.A. (2014). Validity and Reliability of the Customer-Oriented Behaviour Scale in the Health Tourism Hospitals in Malaysia. *International Journal of Caring Sciences*, 7(3), 771-775. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/validity-reliability-customer-oriented-behaviour/docview/1612539309/se-2>

Helsen, K., Taks, M., & Scheerder, J. (2022). Involvement, Social Impact Experiences, and Event Support of Host Residents Before, during, and after the 2021 UCI Road World Championships. *Sustainability*, 14(15), 9509.

<https://doi.org/10.3390/su14159509>

Hitokoto, H., & Uchida, Y. (2015). Interdependent Happiness: Theoretical Importance and Measurement Validity. *Journal of Happiness Studies*, 16(1), 211–239.

<https://doi.org/10.1007/s10902-014-9505-8>

Homans, G. C. (1958). Social behavior as exchange. *American Journal of Sociology*, 63, 597–606. <https://doi.org/10.1086/222355>

Hu, L., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1–55.

<https://doi.org/10.1080/10705519909540118>

Huang, Y., & Hsu, C.-M. (2022). Social Benefits of the Running Event: Role of Community Cohesion and Pride. *Journal of Taiwan Society for Sport Management*,

- 22(1), 49–72. [https://doi.org/10.6547/tassm.202206_22\(1\).0003](https://doi.org/10.6547/tassm.202206_22(1).0003)
- Ishac, W. (2024). Examining sport tourism role in fostering social sustainability: Qatar youth perceptions. *Frontiers in Sports and Active Living*, 6, 1388123. <https://doi.org/10.3389/fspor.2024.1388123>
- Ishac, W., & Swart, K. (2022). Social impact projections for Qatar youth residents from 2022: The case of the IAAF 2019. *Frontiers in Sports and Active Living*, 4, 922997. <https://doi.org/10.3389/fspor.2022.922997>
- Jarden, A., & Roache, A. (2023). What Is Wellbeing? *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(6), 5006. <https://doi.org/10.3390/ijerph20065006>
- Johnson, B. K., Groothuis, P. A., & Whitehead, J. C. (2001). The Value of Public Goods Generated by a Major League Sports Team: The CVM Approach. *Journal of Sports Economics*, 2(1), 6–21. <https://doi.org/10.1177/152700250100200102>
- Kaplanidou, K., & Vogt, C. (2007). The Interrelationship Between Sport Event and Destination Image and Sport Tourists' Behaviours. *Journal of Sport and Tourism*, 12(3–4), 183–206. <https://doi.org/10.1080/14775080701736932>
- Kaplanidou, K., Karadakis, K., Gibson, H., Thapa, B., Walker, M., Geldenhuys, S., & Coetzee, W. (2013). Quality of Life, Event Impacts, and Mega-Event Support among South African Residents before and after the 2010 FIFA World Cup. *Journal of Travel Research*, 52(5), 631–645. <https://doi.org/10.1177/0047287513478501>
- Kerr, A. K., & Morgan, A. (2022). “All in One Rhythm”: Measuring the National Team Identification of Host Residents and Event Sport Tourists At the 2014 FIFA World Cup. *Event Management*, 26(3), 453–472. <https://doi.org/10.3727/152599521X16106577965233>
- Kim, H. J., Gursoy, D., & Lee, S. B. (2006). The impact of the 2002 World Cup on South Korea: Comparisons of pre- and post-games. *Tourism Management*, 27(1), 86–96.



- <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.07.010>
- Kim, W., & Walker, M. (2012). Measuring the social impacts associated with Super Bowl XLIII: Preliminary development of a psychic income scale. *Sport Management Review, 15*(1), 91–108. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2011.05.007>
- Kinoshita, K., Usami, S., & Matsuoka, H. (2024). Perceived Event Impacts of The Tokyo 2020 Olympic Games on Residents' Eudaimonic Well-Being: A Longitudinal Study of Within-Person Changes and Relationships. *Sport Management Review, 27*(3), 455–479. <https://doi.org/10.1080/14413523.2023.2300160>
- Knez, I., & Eliasson, I. (2017). Relationships between Personal and Collective Place Identity and Well-Being in Mountain Communities. *Frontiers in Psychology, 8*, 79. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00079>
- Krys, K., Haas, B. W., Igou, E. R., Kosiarczyk, A., Kocimska-Bortnowska, A., Kwiatkowska, A., Lun, V. M.-C., Maricchiolo, F., Park, J., Šolcová, I. P., Sirlopú, D., Uchida, Y., Vauclair, C.-M., Vignoles, V. L., Zelenski, J. M., Adamovic, M., Akotia, C. S., Albert, I., Appoh, L., ... Bond, M. H. (2023). Introduction to a Culturally Sensitive Measure of Well-Being: Combining Life Satisfaction and Interdependent Happiness Across 49 Different Cultures. *Journal of Happiness Studies, 24*(2), 607–627. <https://doi.org/10.1007/s10902-022-00588-1>
- Lewicka, M. (2011). Place attachment: How far have we come in the last 40 years? *Journal of Environmental Psychology, 31*(3), 207–230. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2010.10.001>
- Li, S., Blake, A., & Thomas, R. (2013). Modelling the economic impact of sports events: The case of the Beijing Olympics. *Economic Modelling, 30*, 235–244. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2012.09.013>
- Lian, T., & Huang, H. (2017). Factors of Host Residents' Attitude towards International Games. *China Sport Science and Technology, 53*, 17–27.

<https://doi.org/10.16470/j.cssc.201701003>

Lintumaki, P., Winner, H., Scheiber, S., Mederle, A., & Schnitzer, M. (2020). The Economic Impact of Participant Sports Events: A Case Study for the Winter World Masters Games 2020 in Tyrol, Austria. *Economies*, 8(4), 94.

<https://doi.org/10.3390/economies8040094>

Liu, D. (2017). Development of a scale measuring the psychic income associated with hosting the Olympic Games. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 18(3), 298–313. <https://doi.org/10.1108/IJSMS-08-2017-098>

Luhtanen, R., & Crocker, J. (1992). A collective self-esteem scale: Self-evaluation of one's social identity. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 18(3), 302–318. <https://doi.org/10.1177/0146167292183006>

Mael, F., & Ashforth, B. E. (1992). Alumni and their alma mater: A partial test of the reformulated model of organizational identification. *Journal of Organizational Behavior*, 13(2), 103–123. <https://doi.org/10.1002/job.4030130202>

Magno, F., & Dossena, G. (2020). Pride of being part of a host community? Medium-term effects of mega-events on citizen quality of life: The case of the World Expo 2015 in Milan. *Journal of Destination Marketing & Management*, 15, 100410. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100410>

Marcouyeux, A., & Fleury-Bahi, G. (2011). Place-Identity in a School Setting: Effects of the Place Image. *Environment and Behavior*, 43(3), 344–362. <https://doi.org/10.1177/0013916509352964>

Maricchiolo, F., Mosca, O., Paolini, D., & Fornara, F. (2021). The Mediating Role of Place Attachment Dimensions in the Relationship Between Local Social Identity and Well-Being. *Frontiers in Psychology*, 12, 645648. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.645648>

Matsuoka, H., Kang, T., Oshimi, D., & Hahm, J. (2024). What motivates residents'

- approval of hosting another winter mega-sporting events? *Current Issues in Tourism*, 1–17. <https://doi.org/10.1080/13683500.2024.2377399>
- McCabe, S. (2006). The Making of Community Identity through Historic Festive Practice: The Case of Ashbourne Royal Shrovetide Football. In D. Picard & M. Robinson (Eds.), *Festivals, Tourism and Social Change: Remaking Worlds* (pp. 99-118). Bristol, Blue Ridge Summit: Channel View Publications. <https://doi.org/10.21832/9781845410490-008>
- Michaelson, J., Mahony, S., & Schifferes, J. (2012). *Measuring Wellbeing A Guide for Practitioners*. New Economics Foundation. <https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=2051830>
- Mourão, T., Ribeiro, T., & Cunha de Almeida, V. M. (2022). Psychic income benefits of the Rio 2016 Olympic Games: Comparison of host community pre- and post-Games perceptions. *Journal of Sport & Tourism*, 26(1), 21–41. <https://doi.org/10.1080/14775085.2021.2023364>
- Navitas, P., Harun, I., & Hidayat, R. (2024). Assessing community spirit: The psychosocial impact of major sporting events - A case study of the Jakarta e-Prix. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1353(1), 012021. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1353/1/012021>
- Nicole Yu, N., Mair, J., Lee, A., & Ong, F. (2022). Subjective Well-being and Events. *Event Management*, 26(1), 7–24. <https://doi.org/10.3727/152599521X16192004803584>
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). The Assessment of Reliability. *Psychometric Theory*, 3, 248–292.
- Oja, B. D., Wear, H. T., & Clopton, A. W. (2018). Major Sport Events and Psychic Income: The Social Anchor Effect. *Journal of Sport Management*, 32(3), 257-271. <https://doi.org/10.1123/jsm.2016-0170>

Oshimi, D., Yamaguchi, S., Fukuhara, T., & Taks, M. (2021). Expected and Experienced Social Impact of Host Residents During Rugby World Cup 2019: A Panel Data Approach. *Frontiers in Sports and Active Living*, 3, 628153.

<https://doi.org/10.3389/fspor.2021.628153>

Overmyer, M. (2017). Economic Impact Analysis on Olympic Host-Cities. *Honors Projects*, 647. <https://scholarworks.gvsu.edu/honorsprojects/647>

Parra-Camacho, D., González-Serrano, M. H., Alguacil Jiménez, M., & Jiménez-Jiménez, P. (2023). Analysis of the contribution of sport events to sustainable development: Impacts, support and resident's perception. *Heliyon*, 9(11), e22033.

<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e22033>

Prayag, G., Hosany, S., Nunkoo, R., & Alders, T. (2013). London residents' support for the 2012 Olympic Games: The mediating effect of overall attitude. *Tourism Management*, 36, 629–640. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.08.003>

Preuss, H. (2004). Calculating the regional economic impact of the Olympic Games. *European Sport Management Quarterly*, 4(4), 234–253.

<https://doi.org/10.1080/16184740408737479>

Preuss, H., & Arne Solberg, H. (2006). Attracting major sporting events: The role of local residents. *European Sport Management Quarterly*, 6(4), 391–411.

<https://doi.org/10.1080/16184740601154524>

Proshansky, H. M. (1978). The City and Self-Identity. *Environment and Behavior*, 10(2), 147–169. <https://doi.org/10.1177/0013916578102002>

Proshansky, H. M., Fabian, A. K., & Kaminoff, R. (1983). Place-identity: Physical world socialization of the self. *Journal of Environmental Psychology*, 3(1), 57–83.

[https://doi.org/10.1016/S0272-4944\(83\)80021-8](https://doi.org/10.1016/S0272-4944(83)80021-8)



Ramchandani, G., Coleman, R., & Millar, R. (2019). The Perceived Influence of Sport Event Spectatorship on Subjective Wellbeing. *Journal of Global Sport Management*, 7(1), 226–241. <https://doi.org/10.1080/24704067.2019.1669066>

Reicher, S., Spears, R., & Haslam, S. A. (2010). The social identity approach in social psychology. In *The SAGE Handbook of Identities* (pp. 45–62). SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781446200889.n4>

Rijina, T., & Sujith, K. M. (2019). Role of mega-events in urban development. In *Recent Advances in Materials, Mechanics and Management*. CRC Press.

Sato, S., Kinoshita, K., Funahashi, H., Furukawa, T., Ma, S.-C., & Kaplanidou, K. (2024). A longitudinal study of the impact of the Tokyo 2020 Olympics on Japanese residents' support: The mediating role of social well-being. *Journal of Destination Marketing & Management*, 34, 100947. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2024.100947>

Sato, S., Kinoshita, K., Kim, M., Oshimi, D., & Harada, M. (2020). The effect of Rugby World Cup 2019 on residents' psychological well-being: A mediating role of psychological capital. *Current Issues in Tourism*, 25(5), 692–706. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1857713>

Scandizzo, P. L., & Pierleoni, M. R. (2018). Assessing the Olympic Games: The economic impact and beyond. *Journal of Economic Surveys*, 32(3), 649–682. <https://doi.org/10.1111/joes.12213>

Solberg, H. A., & Denstadli, J. M. (2025). Psychic income and monetary support for hosting major sport events. *Managing Sport and Leisure*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1080/23750472.2025.2451963>

Su, L., Swanson, S. R., & Chen, X. (2018). Reputation, subjective well-being, and environmental responsibility: The role of satisfaction and identification. *Journal of*



- Sustainable Tourism*, 26(8), 1344–1361.
<https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1443115>
- Tajfel, H., & Turner, J. (1979). The social psychology of inter-group relations. In *An integrative theory of inter-group conflict*. Monterey.
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1986). The Social Identity Theory of Intergroup Behavior. In S. Worchel & W. G. Austin (Eds.), *Psychology of intergroup relations* (pp. 6–24). Nelson-Hall.
- Taks, M., & Rocha, C. (2022). Involvement, social impacts and subjective well-being: Brazilians’ experiences from Rio 2016 Olympic and Paralympic Games. *World Leisure Journal*, 64(4), 361–382. <https://doi.org/10.1080/16078055.2022.2052951>
- Tang, J., & Wang, Y. (2021). Does Tourism Sports Event Make Residents Happier? — Exploring the SWB of Macau Residents in the Case of Macau Grand Prix. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 19(3), 403–421.
<https://doi.org/10.1080/14766825.2019.1711103>
- Uchida, Y., & Kitayama, S. (2009). Happiness and unhappiness in east and west: Themes and variations. *Emotion*, 9(4), 441–456. <https://doi.org/10.1037/a0015634>
- Vij, M., Upadhya, A., Vij, A., & Kumar, M. (2019). Exploring residents’ perceptions of mega event-Dubai Expo 2020: A pre-event perspective. *Sustainability*, 11(5), 1322.
<https://doi.org/10.3390/su11051322>
- Waite, G. (2003). Social impacts of the Sydney Olympics. *Annals of Tourism Research*, 30(1), 194–215. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(02\)00050-6](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(02)00050-6)
- Wang, J., He, Z., & Lu, Y. (2025). The impact of large-scale sports events on national identity: A structural equation model based on the residents’ perspective. *Frontiers in Sports and Active Living*, 6, 1479425.
<https://doi.org/10.3389/fspor.2024.1479425>

Williams, J., & Lawson, R. (2001). Community issues and resident opinions of tourism. *Annals of Tourism Research*, 28(2), 269–290. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(00\)00030-X](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(00)00030-X)

Xiang, C., Dong, W., Kamalden, T. F. binti T., Ismail, N., Zhao, J., Yang, X., & Luo, H. (2023). The role of sports mega-events in the sustainable development of cities: A systematic review. *Malaysian Journal of Sport Science and Recreation*, 19(1), 16–36. <https://doi.org/10.24191/mjssr.v19i1.21727>

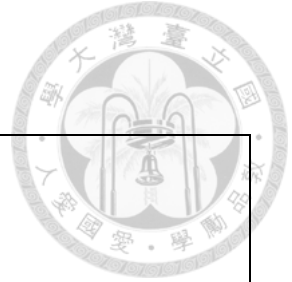
Yamashita, R., & Hallmann, K. (2024). Residents’ trust, perceived benefits and support for mega-sporting events: Insights from the Tokyo Olympic and Paralympic Games. *International Journal of Event and Festival Management*, 15(4), 575–589. <https://doi.org/10.1108/IJEFM-06-2024-0069>

Yi, X., Fu, X., Lin, B., & Sun, J. (2024). Authenticity, identity, self-improvement, and responsibility at heritage sites: The local residents’ perspective. *Tourism Management*, 102, 104875. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2023.104875>

Yu, N. N., Mair, J., Lee, A., & Ong, F. (2022). Subjective Well-Being and Events. *Event Management*, 26(1), 7–24. <https://doi.org/10.3727/152599521X16192004803584>

Zhang, F., Liu, D., Plumley, D., & Chai, M. (2022). Psychic income associated with Shanghai Tennis Masters and residents’ attitude. *Frontiers in Psychology*, 12, 666777. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.666777>

附錄一 問卷內容



您好：

此為學術研究問卷，主要目的為了解 2025 雙北世界壯年運動會（簡稱：2025 雙北世壯運）之主辦城市居民，其城市認同、心理收入、幸福感及賽會支持態度之現況進行探究。

本問卷分為五部分，填答時間約 3 至 5 分鐘：第一部分為城市認同量表，用以了解居民對城市的認同程度；第二部分為心理收入量表，用以了解居民對於賽事興奮感、社區興奮感、社區自豪感、社區依附感、社區基礎設施自豪感的感受；第三部分為幸福感量表，用以了解居民感受到的幸福程度；第四部分為賽會支持量表，用以了解居民對於未來賽會舉辦的支持程度；第五部分為個人背景資料。

本研究採匿名方式進行，您所填寫的資料僅供學術研究之用，研究者會遵守保密原則，絕不外流，懇請您依照個人感受或想法如實填寫。參與者可自由決定參加研究與否，研究過程及最後可以隨時撤銷或退出參與。若您欲撤銷或退出，僅需停止作答並關閉離開問卷問卷即可，絕不會損及參與者的任何權利。

敬祝 萬事如意

國立臺灣大學 運動設施與健康管理碩士學位學程

指導教授：林怡秀 博士

研究生：張湘苡 同學

填寫資格篩選	
請問您是否知道「2025 雙北世壯運」在臺灣舉辦？	☐ 知道 ☐ 不知道
請問您目前居住的城市？	☐ 臺北市 ☐ 新北市 ☐ 其他

第一部分：城市認同	非常不同意	不同意	有點不同意	普通	有點同意	同意	非常同意
此部分共有 3 題，請依照您真實的想法，針對每一項敘述的同意程度，選擇最符合自身的選項。							
(臺北市/新北市)的成功就是我的成功。	1	2	3	4	5	6	7
當有人稱讚(臺北市/新北市)時，我感覺像是對我的稱讚。	1	2	3	4	5	6	7
當有人批評(臺北市/新北市)時，我感到尷尬。	1	2	3	4	5	6	7

第二部分：心理收入	非常不同意	不同意	有點不同意	普通	有點同意	同意	非常同意
此部分共有 22 題，請依照您真實的想法，針對每一項敘述的同意程度，選擇最符合自身的選項。							
2025 雙北世壯運讓我享受與國內外遊客互動。	1	2	3	4	5	6	7
2025 雙北世壯運讓我對國內外遊客感到興奮。	1	2	3	4	5	6	7
2025 雙北世壯運讓我享受觀看更多的運動賽事。	1	2	3	4	5	6	7
2025 雙北世壯運讓我喜歡觀看世壯運的賽事。	1	2	3	4	5	6	7
2025 雙北世壯運讓我增加對這項賽事的參與感。	1	2	3	4	5	6	7
2025 雙北世壯運讓我增加對這項賽事的興趣。	1	2	3	4	5	6	7
舉辦 2025 雙北世壯運為社區帶來了興奮感。	1	2	3	4	5	6	7
舉辦 2025 雙北世壯運為社區提供了娛樂感。	1	2	3	4	5	6	7
舉辦 2025 雙北世壯運為社區提供了新的活動。	1	2	3	4	5	6	7

第二部分：心理收入 此部分共有 22 題，請依照您真實的想法，針對每一項敘述的同意程度，選擇最符合自身的選項。	非常不同意	不同意	有點不同意	普通	有點同意	同意	非常同意
2025 雙北世壯運的舉辦，讓我覺得(臺北市/新北市)能夠舉辦其他大型運動賽事。	1	2	3	4	5	6	7
2025 雙北世壯運的舉辦，讓我覺得(臺北市/新北市)展現舉辦大型運動賽事的能力。	1	2	3	4	5	6	7
2025 雙北世壯運的舉辦，讓我覺得(臺北市/新北市)獲得正面的城市形象。	1	2	3	4	5	6	7
2025 雙北世壯運的舉辦，讓我覺得(臺北市/新北市)獲得正面的認可度。	1	2	3	4	5	6	7
2025 雙北世壯運的舉辦，讓我覺得外界更加認識我居住的城市。	1	2	3	4	5	6	7
舉辦 2025 雙北世壯運，增加我對居住城市的自尊。	1	2	3	4	5	6	7
舉辦 2025 雙北世壯運，增加我的幸福感。	1	2	3	4	5	6	7
舉辦 2025 雙北世壯運，增加我在社區中的社交互動。	1	2	3	4	5	6	7
舉辦 2025 雙北世壯運，強化我在社區中的友誼。	1	2	3	4	5	6	7
2025 雙北世壯運的舉辦，幫助城市再生。	1	2	3	4	5	6	7
2025 雙北世壯運的舉辦，改善社區公共服務的品質。	1	2	3	4	5	6	7
2025 雙北世壯運的舉辦，改善警消服務的品質。	1	2	3	4	5	6	7
2025 雙北世壯運的舉辦，促進社區復甦的機會。	1	2	3	4	5	6	7

第三部分：幸福感 此部分共有 14 題，請依照您真實的想法，針對每一項敘述的同意程度，選擇最符合自身的選項。	非常不同意	不同意	有點不同意	普通	有點同意	同意	非常同意
在多數時候，我的生活接近我理想的樣子。	1	2	3	4	5	6	7
我的生活條件非常好。	1	2	3	4	5	6	7
我對我的生活感到滿意。	1	2	3	4	5	6	7
到目前為止，我已經得到人生中最想要的重要事物。	1	2	3	4	5	6	7
如果可以重來，我幾乎不會改變我的人生。	1	2	3	4	5	6	7
我相信我和我周圍的人都很幸福。	1	2	3	4	5	6	7
我感覺到自己被周圍的人正面評價。	1	2	3	4	5	6	7
我讓重要的人感到快樂。	1	2	3	4	5	6	7
我沒有任何主要的擔憂或焦慮。	1	2	3	4	5	6	7
我能夠做我想做的事，而不給他人帶來麻煩。	1	2	3	4	5	6	7
雖然我的生活很普通，但我過得很穩定。	1	2	3	4	5	6	7
我相信自己的生活和身邊的其他人一樣幸福。	1	2	3	4	5	6	7
我相信自己的生活條件和身邊的其他人是差不多的。	1	2	3	4	5	6	7
我相信我的生活以某種適合我的方式順利發展，如同我身邊的其他人一樣。	1	2	3	4	5	6	7

第四部分：賽會認同	非常不同意	不同意	有點不同意	普通	有點同意	同意	非常同意
此部分共有 5 題，請依照您真實的想法，針對每一項敘述的同意程度，選擇最符合自身的選項。							
我希望(臺北市/新北市)市政府未來還能繼續舉辦這項賽事。	1	2	3	4	5	6	7
我希望(臺北市/新北市)市政府能舉辦更多類似的運動賽事。	1	2	3	4	5	6	7
我希望能有更多機會參與這類賽事(直接參與、觀看比賽、參加其他相關活動)。	1	2	3	4	5	6	7
我願意為這項賽事作出貢獻(如志工服務、宣傳與推薦、自律與理性參與等)。	1	2	3	4	5	6	7
我同意中央政府應該使用公家經費給(臺北市/新北市)市政府為這項賽事提供一定的補助。	1	2	3	4	5	6	7

第五部分：個人背景資料	
性別	☐ 生理男 ☐ 生理女
年齡	☐ 18-25 歲 ☐ 26-35 歲 ☐ 36-45 歲 ☐ 46-55 歲 ☐ 56-65 歲 ☐ 一歲以上
教育程度	☐ 高中含以下 ☐ 大專院校 ☐ 碩士含以上
現居地居住年份	☐ 1 年以下 ☐ 1-5 年 ☐ 6-10 年 ☐ 11-15 年 ☐ 15 年以上
職業	☐ 軍公教人員 ☐ 專業人員(醫師、律師、會計師、建築師等) ☐ 民營企業工作者 ☐ 技術勞力工作者 ☐ 農漁牧業工作 ☐ 自由業 ☐ 退休人員 ☐ 家庭主婦 ☐ 學生 ☐ 其他

非常感謝您的協助，敬祝 萬事如意。