

當街道轉變為賽道：台北馬拉松賽事交通管制對在地居民空間權力與溝通感受之初探

When Streets Become Race Tracks: An Exploratory Study on Residents' Spatial Power and Perceived Communication Strategies during the Taipei Marathon

報告人：韋佳旂

指導教授：朱文增博士

2026.04.09

目錄



第壹章 緒論

第貳章 文獻探討

第參章 研究方法

第肆章 研究結果

第五章 結論與建議

第壹章緒論

01

第一節 研究背景

「從『忍受』到『認同』：尋找賽事與生活的共好契機」

成功的賽事，不應止於跑者的榮耀，更需建構在居民的理解與支持之上。

01

現象：

賽事熱潮與空間的「暫時性置換」城市節慶化 (Festivalisation) 路跑賽事已超越體育競技範疇，轉型為都市行銷與城市節慶的治理顯學。

空間屬性改變：日常具備公共通行權的街道，被轉化為具備排他性的競賽賽道。

02

矛盾：

繁榮表象背後的平行時空
官方視角：聚焦於宏觀

效益：經濟產值、國際能見度、城市光榮感。

居民視角：面對生活動線中斷、交通擁塞、噪音干擾

03

實證證據：

學術實證確認「交通管制」為衝突核心

陳翎瑋 (2017) 研究證實：居民雖認同社會文化效益，但對實質環境衝擊滿意度最低。

交通管制是引發負面感受的最關鍵因子。

研究目的 (Objectives)

從滿意度調查轉向空間正義分析(Edward Soja , 2019)。

理論核心： 引用 (Edward Soja , 2019) 正義是有地理屬性的 (Justice has a geography) 空間正義的探討範圍極為廣泛，從微觀的街道使用到宏觀的跨國資源流動。

在 Soja 奠定基礎後，延伸出豐富的空間正義實證研究

公共空間的暫時性商品化 (Temporary Commodification of Public Space)：

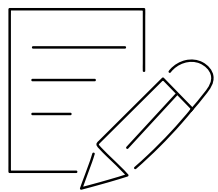
學者 Andrew Smith (2014) 在其研究中探討，城市公園與街道如何因舉辦大型活動而遭到「封閉與挪用」。資本與主辦方取得短期的空間排他權，迫使在地居民讓出日常休憩與通行的場域，形成暫時性的空間剝奪。

移動正義

Mimi Sheller (2018) 提出「移動正義」理論，探討城市中「誰有權移動、誰被迫停滯」。此理論常被應用於馬拉松或封街賽事的檢視：當跑者的移動權利被最大化、甚至被神聖化時，在地居民的日常通勤與移動權利則被迫邊緣化與犧牲。

第二節 研究目的與問題

在台灣，馬拉松主辦方與警方能合法限制居民通行，主要來自於以下兩大層級的法規護航



1. 警察強制管制的尚方寶劍：《**道路交通管理處罰條例**》**第 5 條**這是造成居民「不得不配合」的最核心中央法規。

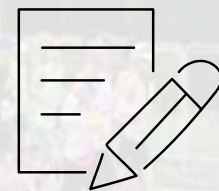
法規內容：「為維護道路交通安全與暢通，公路或警察機關於必要時，得就下列事項發布命令：

一、指定某線道路或某線道路區段禁止或限制車輛、行人通行，或禁止穿越道路，或禁止停車及臨時停車。」

第二節 研究目的與問題

2. 空間私有化的行政程序：《臺北市使用道路舉辦臨時活動管理辦法》
這是主辦單位能夠「合法圈地」的地方自治法規。

法規機制：依據此**辦法（特別是第3、5、7條等規定）**，主辦方只要在活動前提出申請、繳交「道路使用費」與保證金，並提交交通維持計畫，就能合法「借用」市區道路舉辦體育競賽。



空間正義剖析：從批判地理學的角度來看，這套行政程序實質上是一種「公共空間的短期私有化交易」。主辦單位透過繳交規費，買下了該路段的短期排他性使用權，將原本屬於全體市民的公共財，合法轉化為專屬跑者的封閉賽道。

第三節 名詞釋義

(Edward W. Soja)空間正義一書指出

【空間正義Spatial Justice】主張「正義是有地理的」，空間配置反映並再生產了社會不平等。

本研究：交通管制不只是「行政措施」，而是一場關於道路使用權分配的空間政治。

(Joe Painter) 空間與權力政治地理學新風貌一書指出

【領域性(Territoriality)】

指的是權力透過劃定物理邊界（如圍籬、路障）來行使，將公共空間轉為排他性領域。

【排除效應】透過空間重組，將人區分為「內部參與者」與「被排除的局外人」。

本研究：檢視馬拉松圍籬如何切斷居民的生活動線，將原本熟悉的街道「領域化」為排他的賽道。

第三節 名詞釋義

(Manuel Castells) 憤怒與希望-網際網路時代的社會運動一書指出

【流動空間 (Space of Flows)】此流動空間代表追求全球連結與城市形象的邏輯
本研究：台北馬拉松賽事。

【地方空間 (Space of Places)】代表在地居民、歷史記憶與日常作息的生活邏輯

本研究：探討當「流動賽事」入侵「地方生活」時，居民如何將焦慮感轉化為憤怒與反彈情緒。

(Frank Vanclay)社會影響評估 (SIA)一書指出

【社會許可 (Social License, SLO)】
主張活動需取得社區的心理認同與信任，而非僅有官方核准的行政許可

本研究：分析交通管制如何使賽事失去居民的社會許可，並探討未來如何走向友善協商。

台北馬拉松 (Taipei Marathon)

起源與宗旨：始於 1986 年，以推廣全民運動及提升台北國際能見度為目標。

轉型發展：歷經路線優化與專業化改革，並結合企業冠名資源（如富邦金控、ING等），終點設於指標性的台北田徑場。

國際地位：獲 WA 菁英標籤認證，為全台唯一市區型國際賽事；路線結合城市地標，是年度規模最大的體育盛會。

城市名片：賽事固定在每年 12 月底舉行，路線串聯台北的重要地標（如台北101、總統府、古城門及基隆河岸景觀），已成為台灣規模最大、最具代表性的國際馬拉松盛會。

台北馬管制規模概況：六大行政區

管制範圍：

中正、中山、松山、大安、
內湖、南港

關鍵時段：

04:00 - 09:00：核心幹道管制

07:30 - 12:30：東西向交通阻斷



台北馬管制規模概況

中山南北路(歷中核心區)·清晨影響教會與晨運民眾，視覺隔閡感強烈。



- 一、各路口管制時間請參照交通管制時間表
- 二、重要管制措施：
- (1) 禁止南北向車輛穿越仁愛路
 - (2) 禁止車輛穿越忠孝東西路往南行駛
 - (3) 禁止東西向車輛穿越中山南北路行駛
 - (4) 禁止車輛穿越新生北路往西行駛
 - (5) 禁止車輛穿越承德路往東行駛
- 三、替代道路：
- (1) 穿越仁愛路往北車輛：
 - A 08:00前汽機車請由基隆路地下道往北續行
 - B 汽機車請由信義路匝道上建國高架往北行駛
 - (2) 穿越仁愛路往南車輛：
 - C 汽車請由長安東路匝道上建國高架道往南續行
 - D 汽機車請由忠孝東路車行地下道左轉中華路往南續行
 - (3) 穿越中山南北路往東車輛：
 - E 汽車請由忠孝西路車行地下道往東續行
 - F 機車請由承德路>市民大道>重慶南路>左轉忠孝西路車行地下道往東續行
 - G 機車往東請改由民族西路左轉中山北路調撥車道往北
 - H 汽車請由中山北路上新生高架往南下匝道轉東續行
 - I 往東車輛：請改由承德橋往北至通河街右轉，接中山北路上新生高架下濱江匝道往東續行。
 - (4) 穿越中山南北路往西車輛：
 - D 汽車請由忠孝西路車行地下道往西續行或由新生高架>中山北路>左轉劍潭路>左轉承德路往西續行
 - D 機車請由忠孝西路車行地下道往西續行或可利用復興北路地下道往北轉西續行
 - E 機車往西請改由民族東路>右轉中山北路至中山橋下迴轉道>右轉民族西路續行

中正區-古城門周邊路線06:30-08:30交通管制，建議搭乘捷運通行，或於管制時間前通過，感謝您的配合！

台北馬管制規模概況

南京東路四段 - 六段：影響最深遠，管制持續至中午。

凌晨00:00至12:30 南京東路四段(133巷至敦化北路)東往西交通管制

凌晨00:00至14:00 南京東路四段(敦化北路至北寧路)西往東交通管制

上午07:30至12:30 南京東路四至六段(北寧路至舊宗路)東西向交通管制



研究問題 (Research Questions)

Q1：台北馬拉松交通管制對在地居民造成哪些具體的空間剝奪體驗？

Q2：居民面對生活空間被介入時，產生哪些反彈情緒？其因素與轉化歷程為何？

Q3：在空間權力不對等下，居民採取了哪些抗爭或適應策略（消極不配合）？



第貳章 文獻探討

02

作者	論文題目	研究方法	結論
陳翎璋 (2017)	居民對路跑賽事衝擊認知與態度之研究 - 以集集鎮為例	量化研究 有效樣本 486 份	居民雖認同賽事帶來的社會效益，但對於 交通阻塞與環境干擾 的負面感受最強烈且滿意度最低。
洪祥哲 (2016)	路跑賽會外溢效應對於居民支持觀光的影响—以田中馬拉松為例	量化研究 有效樣本 289 份	單純的經濟外溢效益不足以換取支持， 社區依附感 才是居民願意支持賽事觀光的關鍵中介因素。
周佳瑩 (2020)	以計畫行為理論探討田中馬拉松居民行為意圖之研究	量化研究 有效樣本 229 份	在緊密的鄉鎮社群中，居民對賽事的支持意圖顯著受到社會壓力的影響，而非僅基於個人好惡。
林姍君 (2025)	馬拉松參與者對綠色賽事行動涉入、滿意度與再參與意願之研究	量化研究 有效樣本 293 份。	跑者高度認同並滿意賽事的 綠色永續措施 ，顯示「使用者（覺得環保）」與「居民（覺得髒亂）」在環境感知上存在巨大落差。
Okayasu et al. (2016)	Recreational sports event participants' attitudes and satisfaction: cross-cultural comparisons.	量化研究 (跨文化比較、資源理論)	【跨文化比較】提供美日兩國在運動參與態度上的比較數據。論文比較台日法規對參與者的影響，此篇提供很好的跨國比較方法論與觀點。
Dragin-Jensen et al. (2016)	More options do not always create perceived variety in life	實證研究(比較分析)	【賽事政策建議】支持相撲協會應集中資源舉辦「高品質/國際級」賽事(如世錦賽)，而非濫辦活動，以有效提升城市形象與吸引力。

實質生活衝擊與感知落差

雖然大型賽事（如路跑、馬拉松）能帶來整體社會效益，但伴隨而來的交通管制、道路阻塞與環境干擾，往往是居民反彈最強烈、滿意度最低的痛點。值得注意的是，賽事參與者與在地居民對環境的感知存在巨大落差——跑者可能高度認同主辦方宣傳的「綠色永續」美名，但在地居民卻是實際承受交通癱瘓與賽後髒亂的受害者。

社區依附與社會壓力

面對賽事帶來的交通與生活衝擊，單靠「經濟外溢效應（賺觀光財）」已不足以換取在地居民的無條件支持。在緊密的鄉鎮網絡中，居民是否願意包容不便並支持賽事，關鍵在於深層的**社區依附感**；此外，居民的行為意圖也常受到在地**社會壓力**的牽制，而非僅取決於個人的好惡或利益計算。

作者	論文題目	研究方法	結論
黃喆亮(2023)	社群發行中：編輯地方與引促公共行動	質性研究	當在地社群透過自主行動（如發刊、封街）奪回空間編輯權時，空間便能從「被觀光剝奪」轉化為「社區賦權」的場域。
曾琬純(2024)	以居民觀點探討師大夜市爭議後之觀光衝擊與居住品質關係之研究	質性研究	觀光人潮（錢潮）無法彌補居民因 噪音、交通與髒亂 而嚴重受損的居住品質，居民期待公權力介入執法以捍衛生活權。
蘇清文(2020)	正興街區之觀光吸引力、遊客旅遊體驗與重遊意願之相關研究	量化研究 有效樣本315份	遊客認為正興街獨特的文創氛圍極具吸引力，顯示 觀光凝視 下的美好體驗，往往與居民的生活困擾形成強烈對比。
呂芳儀(2025)	推動綠色賽事環境永續之研究-以新北市萬金石馬拉松為例	質性訪談	主辦方自認透過減塑與無紙化成功建立了綠色賽事典範，此官方論述卻忽略了封路交通對在地居民造成的環境與生活衝擊。
Ramer et al. (2020)	Effects of pre-existing family dynamics on emerging adult college students' emotions	量化研究(重複測量設計、mDES情緒量表)	【觀光心理參考】研究涉及相撲觀賽旅遊 (Sport Tourism)，此篇可作為分析觀眾/遊客心理與社會互動(如家庭觀賽)如何影響滿意度的參考。
Akhoondnejad (2018)	Loyalty formation process of tourists in sporting event: The case of Turkmen horse races	量化研究 (結構方程模型 SEM)	【傳統競技模型】土庫曼賽馬與日本相撲同屬「傳統文化競技」，此研究模型非常適合用來分析如何建立相撲觀眾的忠誠度與重遊意願。

空間主導權

空間的控制權常在在地居民與外來遊客或官方之間產生拉扯。當觀光人潮（**資本流入**）或大型節慶活動介入時，往往會剝奪居民原本的日常空間使用權（**引發噪音、交通阻塞與髒亂**），導致居民亟需公權力介入以捍衛生活領域。

空間論述權

空間論述權官方與主辦方往往掌握空間的論述建構權，傾向以迎合外來遊客的視角來定義空間（如：**標榜無紙化與減塑的「綠色賽事」、強調科技無人機的「創新節慶」**）。然而，這種官方論述經常刻意忽略或掩蓋了活動對在地居民造成的真實環境與生活衝擊。

作者	論文題目	研究方法	結論
黃賜二 (2013)	以居民觀點探討文化觀光對農業聚落發展影響-以臺南市菁寮聚落為例	質性研究	農村居民認為觀光帶來的社會文化衝擊（如隱私侵犯、生活干擾）遠大於經濟效益，顯示傳統生活空間與外來觀光活動存在本質衝突。
曹亦佳 (2023)	陰性抵抗：南鐵抗爭中的性別、身體與情感	質性研究	居民將失去家園的恐懼與憤怒轉化為 情感動員 ，透過「守護日常」的柔性抵抗，對抗國家機器對居住空間的強制剝奪。
陳佩君 (2006)	居民對觀光發展態度之研究-以台南市為例	量化研究 有效樣本 239份	居民對觀光的支持度主要取決於 正面經濟衝擊 的感知，且對觀光產業有經濟依賴的居民，傾向忽視環境與交通的負面影響。
鄭瑋婷 (2023)	從公私協力探討地方活動對城市行銷之影響 - 以田中馬拉松為例	質性研究	賽事成功的關鍵在於建立緊密的 公私協力 (PPP) 夥伴關係，透過全鎮總動員將地方活動升級為具備品牌效益的城市行銷。
任宜芬 (2023)	臺灣米倉田中馬拉松地方創生之研究	質性研究	田中居民高度肯定賽事提升了生活品質（特別是心理榮譽感），甚至願意支付實質金錢（ 願付價值 ）來維繫這份屬於全鎮的集體榮耀。

生活領域的侵犯與本質衝突

傳統的日常起居空間與外來活動（如觀光客湧入、大型賽事舉辦）往往存在著本質上的衝突。當外來干擾造成居民隱私被侵犯、生活節奏被迫改變時，居民所感受到的社會文化衝擊與「空間剝奪感」，往往會遠大於帳面上的經濟效益。

情感動員與日常抵抗

面對外部力量（如國家機器、大型開發或強勢主辦方）對居住空間的強制剝奪與支配，居民的反彈情緒（如失去家園的恐懼與憤怒）容易轉化為強大的情感動員力量。在地社群常以「守護日常」為核心訴求，展現出柔性卻堅定的抵抗姿態，以此抗衡空間主導權的傾斜。

第參章研究方法

03

研究設計與取向

從「滿意度數據」轉向深究「空間權力結構」

突破量化限制：

現有文獻多以量化證明衝擊存在，但容易陷入化約主義。
本研究旨在打開數據背後的黑盒子，探究深層的空間剝奪感。

質性深描策略：

不只記錄交管帶來的不便，更著重剖析空間阻隔如何經由心理機制，發酵為居民的反彈情緒與抵抗。

資料分析策略

主題分析法：

將龐雜的訪談文本進行編碼，歸納並對應至領域排除、空間抵抗等核心理論概念。

還原脈絡：

拒絕將居民在交管路口的不配合行為（按喇叭、對峙）簡化為素質問題，而是脈絡化地詮釋為弱勢者捍衛居住正義的微觀抗爭

資料蒐集方法

系統性文獻回顧與內容分析法作法：

針對篩選出的數十篇國內外大型賽事、觀光衝擊與空間正義的相關文獻，進行系統性的內容分析。將文獻中的結論拆解，提取出空間爭議中最核心的衝突構面

透過回顧，能客觀證實**官方/參與者的正面凝視與在地居民的生活剝奪之間確實存在巨大的認知落差**。這不僅確立了本研究的切入點，也為後續的訪談大綱奠定基礎

半結構式深度訪談對象：

針對台北馬拉松交管熱區（如：中山南北路、南京東路等），遭受實質動線阻斷衝擊的在地居民。

核心題綱：

緊扣三大研究問題（空間移動受阻體驗、情緒轉化歷程、對官方溝通機制的真實感受）。

本章總結

立基於文獻回顧，旨在拓展賽事評估的多元視角：

透過質性研究的深描策略，僅具體呈現了居民在交通管制期間，因日常生活節奏受阻而產生的實質不便，更進一步剖析了此類空間阻隔如何經由心理中介機制，轉化為對主辦單位的負面評價或反彈情緒。

能藉此補充現有文獻在『居民主體性』與微觀互動論述上的不足，指出賽事成效不應僅止於外部產值，更應重視內部的社會溝通。

以臺灣最具代表性的**台北馬拉松**為例，過去管理重心多聚焦於追求『金標籤認證』與『觀光經濟產值』等**外部成效**，這雖然成功建立了國際品牌，卻也因首都圈高密度的交通管制，長期面臨在地居民的投訴壓力，形成潛在的經營風險。

因此本研究將運用質性深描策略，深入剖析『空間阻隔』如何經由心理機制轉化為居民的反彈情緒

第肆章 研究結果

04

透過系統文獻回顧，從空間正義的視角，解析賽事微觀空間中的移動權利落差與在地抵抗機制。

移動權利的極端落差

在賽事的微觀空間中，參賽跑者在公權力護航下，被賦予了動力菁英的特權地位，其移動暢通無阻且備受推崇。

移動正義的嚴重失衡

相對地，在地居民的日常通勤與微觀移動需求被次等化，面臨強迫停滯的困境，這正是引發無奈、焦慮與相對剝奪感的核心根源。

奪回空間的微觀抗爭

處於弱勢的居民，透過在交管路口的消極不配合（如按喇叭、對峙），來抵抗結構性壓迫與空間邊界劃分，試圖奪回日常空間的控制權

透過系統文獻回顧，探討台北馬拉松中流動霸權的強勢介入與地方空間的微觀抵抗。

建構流動空間霸權

台北馬拉松賽道是由資本與行銷建構的流動空間。主辦方透過法規護航取得短暫霸權，將多功能的公共街道，強制且單一化為專屬跑者的排他性賽道。

割裂地方空間網絡

相對於賽道，周邊社區是承載居民日常與記憶的地方空間。強勢介入的交管路障化為無情的利刃，割裂社區網絡，使居民在熟悉的家園中面臨生活節奏被迫停滯的困境。

捍衛日常空間控制權

弱勢的地方空間面對霸權壓迫時，為了捍衛居住正義所發起的微觀防禦與空間抗爭

透過系統文獻回顧，探討交通路障背後的政治地理學與空間排除效應。

空間權力的政治工具

賽事沿線架設的交通路障，不應僅被視為單純的安全防護設施；它們本質上是主辦單位用來行使空間權力的政治地理學工具。

領域化與空間排除機制

主辦方透過強制性路障，將市民共享的公共街道瞬間領域化為單一賽道。居民被強制剝奪熟悉的街道並降級為局外人，此空間排除機制正是引爆在地衝突的核心。

對抗排除與社會網絡撕裂

居民的憤怒與抗拒，並非單純源於時間延宕，而是自身生活領域遭外來權力剝奪。這種對抗領域排除效應的行為，凸顯了賽事追求空間控制時，對在地社會網絡造成的深刻撕裂

透過系統文獻回顧，探討賽事治理中行政許可與社會許可的斷裂危機。

社會許可的核心主張

Vanclay 提出社會許可 (SLO)，主張大型活動的順利推行不能僅仰賴官方核准的行政許可，更需要取得在地社區的心理認同與信任。

合法卻不正當的認知錯置

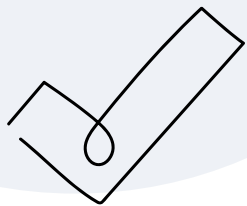
台北馬拉松主辦方過度依賴法規（如交管權與路權）賦予的行政強制力，將政府的核准令視為理所當然，產生了行政許可與社會許可斷裂的現象。

失去社會正當性的危機

這種以行政許可直接輾壓社區意見的作法，忽視了在地居民作為核心利害關係人的感受，導致賽事在具備絕對合法性的同時，卻完全失去了在地的社會正當性

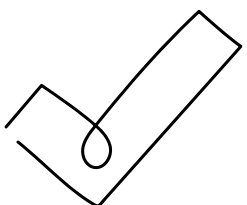
第五章 結論與建議

05



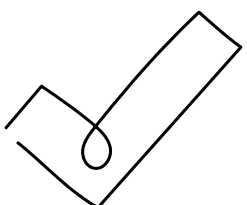
實證發現：在地居民的空間與情緒抗拒機制

透過文獻梳理與深度訪談，本研究明確點出大型賽事交通管制下，在地居民的真實處境。研究具體歸納出居民在「空間移動受阻」、「情緒轉折歷程」以及對「治理溝通失效」這三個核心面向的微觀反應與抗爭行為，真實呈現了賽事期間的在地社會衝擊



理論貢獻：深化 Lefebvre 空間理論於賽事治理之應用

將 Lefebvre 的空間理論引入大型賽事衝擊分析，證實了該理論在解釋空間權力重構與日常空間剝奪上的高度適用性。透過深究，能有效突破了過往量化滿意度調查僅能觸及表層數據的限制，補足了探討深層社會結構與權力不對等機制的理論缺口。



實務貢獻：建構具程序正義的賽事溝通與治理指引

基於上述實證與理論發現，本研究針對未來大型賽事的主辦方，提出具備程序正義的溝通與協商方向。

將過去「單向宣佈交管」的作法，轉變為「與社區雙向溝通」。能具體可執行的指南，能有效平息封路民怨，幫助賽事重新取得在地居民的認同。

01

建構具備**程序正義**的雙向溝通機制改變宣導模式：主辦方必須將過去單向宣佈交管（由上而下）的高壓作法，轉變為與社區雙向溝通的協商模式。提早介入協商：居民的困擾往往來自於**溝通不夠**或**太晚知道**。應提供具體可執行的友善溝通指南與協商機制，在賽前充分了解並回應居民的生活需求，以降低因資訊落差造成的不滿。

02

爭取**社會許可**，彌補居民的空間剝奪感賽事的成功不能僅看經濟產值或國際標籤，必須重視內部的社會溝通與在地衝擊。主辦方應正視官方**正面凝視**（榮耀、綠色永續）與居民**生活剝奪**之間的巨大認知落差，透過機制設計來彌補居民被迫讓出空間的失落感，重新取得在地的認同。

03

追求賽事與社區的**共好**，翻轉單向犧牲最終的治理目標應是搭起主辦方與居民間的溝通橋樑，讓官方看見並照顧到居民的實質需求。唯有將在地居民的生活品質納入考量，賽事才能從**擾民的外部干擾**昇華為**全體市民的慶典**，讓未來的台北馬拉松成為居民與跑者都能感到驕傲的活動，而非建立在居民單方面犧牲之上的榮耀

- 黃賜二 (2013)。以居民觀點探討文化觀光對農業聚落發展影響-以臺南市菁寮聚落為例。〔碩士論文。朝陽科技大學〕臺灣博碩士論文知識加值系統。 <https://hdl.handle.net/11296/nc34k8>。
- 曹亦佳 (2023)。陰性抵抗：南鐵抗爭中的性別、身體與情感。〔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/kr3t9z>。
- 陳佩君 (2006)。居民對觀光發展態度之研究-以台南市為例。〔碩士論文。南華大學〕臺灣博碩士論文知識加值系統。 <https://hdl.handle.net/11296/zhqg9v>。
- 鄭瑋婷 (2023)。從公私協力探討地方活動對城市行銷之影響 - 以田中馬拉松為例。〔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/b768nt>。
- 任宜芬 (2023)。臺灣米倉田中馬拉松地方創生之研究。〔碩士論文。國立臺灣師範大學〕臺灣博碩士論文知識加值系統。 <https://hdl.handle.net/11296/8d7n9p>。
- 林玉芬 (2019)。路跑參與動機與目的地意象影響關係研究 以金門馬拉松為例。〔碩士論文。國立嘉義大學〕臺灣博碩士論文知識加值系統。 <https://hdl.handle.net/11296/395q8e>。
- 任宜芬 (2023)。臺灣米倉田中馬拉松地方創生之研究。〔碩士論文。國立臺灣師範大學〕臺灣博碩士論文知識加值系統。 <https://hdl.handle.net/11296/8d7n9p>。
- 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，27-41。
<https://doi.org/10.6569/NTUJPE.2015.29.03>
- Lefebvre, H. (1991). *The production of space* (D. Nicholson-Smith, Trans.). Blackwell. (Original work published 1974)

- 陳翎瑋 (2017)。居民對路跑賽事衝擊認知與態度之研究-以集集鎮為例。〔碩士論文。國立中正大學〕臺灣博碩士論文知識加值系統。 <https://hdl.handle.net/11296/66382k>。
- 洪祥哲 (2016)。路跑賽會外溢效應對於居民支持觀光的影響 - 以田中馬拉松為例。〔碩士論文。國立雲林科技大學〕臺灣博碩士論文知識加值系統。 <https://hdl.handle.net/11296/n7j9tc>。
- 周佳瑩 (2020)。以計畫行為理論探討田中馬拉松居民行為意圖之研究。〔碩士論文。國立臺北大學〕臺灣博碩士論文知識加值系統。 <https://hdl.handle.net/11296/63ystj>。
- 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，27-41。
<https://doi.org/10.6569/NTUJPE.2015.29.03>
- 林佩君 (2025)。馬拉松參與者對綠色賽事行動涉入、滿意度與再參與意願之研究〔碩士論文，國立臺灣師範大學〕。華藝線上圖書館。<https://doi.org/10.6345/NTNU202500282>
- 張湘苡 (2025)。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〔碩士論文，國立臺灣大學〕。華藝線上圖書館。<https://doi.org/10.6342/NTU202501670>
- 黃喆亮 (2023)。社群發行中：編輯地方與引促公共行動。〔碩士論文。國立臺灣大學〕臺灣博碩士論文知識加值系統。
<https://hdl.handle.net/11296/4wbp95>。
- 曾琬純 (2024)。以居民觀點探討師大夜市爭議後之觀光衝擊與居住品質關係之研究。〔碩士論文。開南大學〕臺灣博碩士論文知識加值系統。 <https://hdl.handle.net/11296/h3gdu6>。
- 黃喆亮 (2023)。社群發行中：編輯地方與引促公共行動。〔碩士論文。國立臺灣大學〕臺灣博碩士論文知識加值系統。
<https://hdl.handle.net/11296/4wbp95>。
- 蘇清文 (2020)。正興街區之觀光吸引力、遊客旅遊體驗與重遊意願之相關研究。〔碩士論文。南臺科技大學〕臺灣博碩士論文知識加值系統。 <https://hdl.handle.net/11296/sxg7ng>。

- 臺北馬拉松交通管制計畫與市民溝通說明。臺北市政府。 <https://sports.gov.taipei/>
- World Athletics. (n.d.). *World Athletics Label Road Races: Taipei Marathon status*. <https://www.google.com/search?q=https://worldathletics.org/stats-reports/label-road-races>
- 中華民國路跑協會。(2023)。臺北馬拉松歷史演進與國際認證歷程。 <https://www.sportsnet.org.tw/>
- 臺北馬拉松邁向永續：全球首獲 ISO 14067 碳足跡認證賽事[新聞稿]。 <https://www.gov.taipei/>
- 從 1986 到金標籤：台北馬拉松的進化之路。 <https://running.biji.co/>
- 徐義森 (2021)。2020 臺北馬拉松服務設計與體驗行銷之研究〔碩士論文，國立體育大學〕。台灣博碩士論文知識加值系統
- 勒費弗爾，H. (1991)。空間的生產 (D. Nicholson-Smith 譯)。布萊克威爾。(原文發表於 1974 年)
- Pearce, P. L. (2005). *Tourist behaviour: Themes and conceptual schemes*. Channel View Publications.
- 皮爾斯，P. L. (2005)。《觀光行為：主題與概念方案》。頻道視圖出版。
- Schmitt, B. H. (1999). *Experiential marketing: How to get customers to sense, feel, think, act, relate to your company and brands*. The Free Press.
- 施密特，B. H. (1999)。體驗行銷：如何讓顧客感知、感受、思考、行動並與你的公司及品牌產生連結。自由出版社。
- Tyler, T. R. (1990). *Why people obey the law*. Yale University Press.
- 泰勒，T. R. (1990)。為什麼人們會遵守法律。耶魯大學出版社。
- 黃平君 (2020)。大型節慶活動服務創新影響相關因素之研究-以2019臺灣燈會在屏東為例。〔碩士論文。國立屏東大學〕臺灣博碩士論文知識加值系統。 <https://hdl.handle.net/11296/cer2ek>。
- 呂芳儀 (2025)。推動綠色賽事環境永續之研究-以新北市萬金石馬拉松為例。〔碩士論文。輔仁大學〕臺灣博碩士論文知識加值系統。 <https://hdl.handle.net/11296/a3u8ex>。

謝謝聆聽 敬請指教