

嚴重城鄉差距，北區有 19.77% 考生拿到 A 級，東區僅 9.97%，離島更只有 5.46%；北區考生成績集中在 B 級，東區及離島考生成績大多集中在 C 級。爰建請教育部檢討偏鄉地區英聽教育及教學硬體設備，以提昇偏鄉地區學生英文能力，消彌城鄉差距。是否有當，請公決案。

說明：

一、大學招生委員會聯合會決議，104 學年度起，由大考中心依課綱命題的高中英聽測驗將列為大學入學檢定項目，大學可自行決定是否採計。根據統計，約 1 成校系有規定英聽門檻，部分明星學校雖不訂定門檻，但列為「繁星推薦」、「個人申請」的備審資料。

二、104 學年度第一次高中英語聽力測驗成績，拿到 A 級考生比例分別是：北區 19.77%、中區 15.65%、南區 13.84%、東區僅 9.97%，離島更只有 5.46%。北區、中區、南區考生成績集中在 B 級，東區、離島考生成績大多集中在 C 級。

三、爰建請教育部檢討偏鄉地區英聽教育及教學硬體設備，以提昇偏鄉地區學生英文能力，消彌城鄉差距，增加偏鄉地區學生升學之競爭力。

提案人：李桐豪 李貴敏 周倪安 楊應雄
連署人：曾巨威 蘇清泉 陳鎮湘 江惠貞 楊玉欣
張嘉郡 吳育仁 馬文君 廖正井 王育敏
林國正 紀國棟

主席：本案作如下決定：「函請行政院研處。」請問院會，有無異議？（無）無異議，通過。

進行第三案，請提案人賴委員士葆說明提案旨趣。

賴委員士葆：（17 時 3 分）主席、各位同仁。本席等 12 人，因食藥署近來以鼓勵哺育母乳為名，擬禁奶粉折扣券、優待券、開罐價之促銷造成民眾強烈反彈，加上 10 年來嬰兒奶粉不斷上漲，政府卻始終未能提出有效抑制之措施，實顯政策失當、官員無心、業者無良。有鑑於此，為彌補政策之不周延，並督促嬰兒奶粉回歸合理價位，爰提案要求行政院及其有關單位，於一週內審慎權衡限制通路促銷與奶粉調漲是否確有對價之關係，否則應予刪除不合理之限制條例；並且應於一個月內研議協調由國營事業單位自行進口紐澳奶粉，以制衡不降價大廠；最後應就原物料漲跌幅和售價間關係作一評估報告，以做為未來施政之妥適性參考。是否有當，敬請公決。

第三案：

本院委員賴士葆等 12 人，觀食藥署近來以鼓勵哺育母乳為名，擬禁奶粉折扣券、優待券、開罐價之促銷造成民眾強烈反彈，加上 10 年來嬰兒奶粉從 2、300 元跳升到近千元，政府卻始終未能提出有效抑制之措施，實顯政策失當、官員無心、業者無良。有鑑於此，為彌補政策之不周延，並督促嬰兒奶粉回歸合理價位，爰提案要求行政院及其有關單位，於一週內審慎權衡限制通路促銷與奶粉調漲是否確有對價之關係，否則應予刪除不合理之限制條例；再者應於一個月內研議協調由國營事業單位自行進口紐澳奶粉制衡不降價大廠；最後就原物料漲跌幅和售價間關係定期作一評估報告，以做為未來施政之妥適性參考。是否有當，請公決案。

提案人：賴士葆
連署人：蘇清泉 鄭汝芬 王育敏 詹凱臣 林滄敏

潘維剛 邱文彥 楊玉欣 林德福 林郁方
陳鎮湘

主席：本案作如下決定：「函請行政院研處。」請問院會，有無異議？（無）無異議，通過。

進行第四案，請提案人周委員倪安說明提案旨趣。

周委員倪安：（17 時 5 分）主席、各位同仁。本院委員周倪安等 13 人，鑒於日本以「特攝電視劇」開拓東南亞市場，光在印尼創造的年銷售額即達 50 億日幣，大大挹注其文創產業。東南亞各國存在廣大的台語（福建話）和客語人口，長期以來台語歌曲和連續劇在東南亞也占有一席之地。文化部影視及流行音樂產業局 102 年編列 28 億元經費，進行為期三年的國際交流中程計劃「全球布局行政方案」，補助國內業者開拓海外市場，值得鼓勵。然而，要如何開拓海外市場，以及用甚麼產品來做行銷則需詳細評估。由於，東南亞國家未來經濟成長可觀，政府部門若能提供協助提升本國的母語影帶品質，必有助開拓東南亞市場，促進我國文創產業發展。是否有當，敬請公決。

第四案：

本院委員周倪安等 13 人，鑒於日本以「特攝電視劇」開拓東南亞市場，光在印尼創造的年銷售額即將達 50 億日幣，大大挹注其文創產業。東南亞各國存在廣大的台語（福建話）和客語人口，長久以來台語歌曲和連續劇在東南亞也占有一席之地。文化部影視及流行音樂產業局 102 年編列 28 億元經費，進行為期三年的國際交流中程計劃「全球布局行政方案」，補助國內業者開拓海外市場，值得鼓勵。然而，要如何開拓海外市場，以及用甚麼產品來做行銷則需仔細評估。由於，東南亞國家未來經濟成長可觀，政府部門若能提供協助提升本國的母語影音節目品質，必有助開拓東南亞，甚至其他海外市場，促進我國文創產業發展。爰建請行政院責成文化部，獎助創新的優質母語作品、研擬整合海外行銷手法，協助國內文創業者拓展海外市場，增加我國的國際能見度與競爭力。是否有當，請公決案。

說明：

一、日本「特攝電視劇」近年積極開拓東南亞市場，光在印尼靠著《神鷹騎士》（BIMAX）等節目的周邊商品販售和影像著作權的授權金等收入，創造的年營業額在 2015 年即將達 50 億日幣。目前，更計畫擴及泰國與馬來西亞等國。如此，不僅大大挹注其文創產業，更有助提升日本的國際形象和延伸日本的國力。

二、東南亞各國存在廣大的台語（福建話）和客語人口，全球說台語和客語人口更分別達 4 千 700 萬和 3 千 100 萬以上；他們對於台語、客語的接受度遠高於華語。我國母語流行音樂和戲劇等節目在東南亞市場向來占有一席之地，諸如民視、三立等電視台所製作之八點檔連續劇在東南亞便頗受歡迎。由於，東南亞各國未來經濟成長可觀，政府部門若能協助提升本國的母語影音節目品質，強化國際競爭力，必有助開拓東南亞及其他海外市場，推升我國的文創產業。

三、文化部影視及流行音樂產業局 102 年雖編列 28 億元經費，進行為期三年的國際交流中程計劃—「全球布局行動方案」，補助國內業者開拓海外市場。然而，如何提升我國影音節目之品質，並發揚台灣多元的文化特色才是重點。官方立場一向僅支持華語節目。但是，華語市場除了