

之盤點，並進一步提出具體解決做法，完成「完善我國留才環境方案」，刻正陳報行政院核定實施中，以期吸引及留住外國優秀人才在臺工作及生活。但：

1.以外國人士填補人力空缺，只能是短期措施，就長遠來看應統合部會政策力量提高生育率及人才培育。

2.檢視完善我國留才環境方案【a.高薪族減稅方案，讓高薪族薪資所得與其他所得分開計稅，非薪資所得採累進 45%課稅，薪資所得採單一優惠稅率約在 25 至 30%之間。b.所得稅增訂外籍人士子女教育經費特別扣除額，上限由財政部訂定。c.金管會協調大型公股行庫及外商民營金融機構試辦，給予外籍人士在信用卡、貸款、網路銀行等金融業務上享便利應用措施。d.外籍人士在台新生兒申請健保卡免 6 個月等待期。同時取得永久居留權者，允參加勞退新制。e.解決居留證號碼與身分證號碼不同問題；並加速推動《移民法》修法，讓在台工作專業外籍人士配偶、子女可以來台依親，取得永居 f.將簡化在台工作簽證程序，若非首次來台，簽證不必赴外館面試，可採取線上簽核方式，簡化來台工作程序。g.教育部廣設雙語學校，而非增設外籍學校，減輕企業成本負擔；盼地方強化英文路標地圖，增加國際新聞等即時資訊。】多數財經媒體均表示，與其他國家人才優惠方案相比毫無競爭力，只是讓國人的相對剝奪感加深。

爰此，要求國發會應儘速參考其他亞洲國家具競爭力留才方案，再次提出修正案送行政院核定。

提案人：孔文吉 廖國棟 王惠美 黃偉哲 張麗善
江啟臣

9、

有鑑於小英政府拼裝車內閣的性格，到目前為止，多數施政引發人民的質疑和困擾，政策的制定給人的感受就是抄襲、誤用或憑空臆造，就以「亞洲矽谷」改為「亞洲。矽谷」，國發會首長政策計畫的誤解、幕僚人員的無奈，就赤裸裸呈現計畫內容的改變和唐突，茲因元智大學資訊管理學系教授周韻采，在媒體上的投書，一針見血的呈現對該計畫的觀察，值得主政單位引為針砭：

1.從簡報的格式、用語、推動項目到部會分工，無一不與過去 8 年政府推動類似產業的作法雷同，完全看不出「亞洲·矽谷」的創新與獨特性。馬政府也透過「智慧台灣」、「生產力 4.0」等計畫企圖翻轉台灣的產業結構，面向數位經濟，卻躊躇不前。其原因就在於以新竹科學園區成功的電子製造業思維，不論藍綠，一直框縮整個世代的思考，乃致缺乏對新經濟的洞察力。官僚所能做的就是不斷將網紅的名詞如雲端、大數據、物聯網等替換至已垂垂老朽的骨幹上。

2.«亞洲·矽谷»再一次地運用這樣修辭學的技巧，但令人驚訝的是，簡報中居然沒有指認任何一樣台灣可以發展的物聯網服務。物聯網的核心不是物件而是服務，就如同 IPHONE 賣的不是手機而是智慧生活。政府應該做的是深入研究未來 30 年人類生活的樣貌，從中釐清我們尚可發展什麼樣的服務以滿足人類需求。若連這點都沒有做，「亞洲·矽谷»註定是作文比賽。

3.其次，政府仍以專案辦公室方式推動此計畫。過去與產業推動相關的專案辦公室，從電動車到數位內容，不外乎由政府轄下的工研院、資策會承包。這些法人十數年來無役不與，用換湯不

換藥的 KPI，如補助幾家業者、舉辦幾場媒合會、輔導多少業者上櫃上市，把新媒體推展得只剩下電子閱讀器的代工。實在很難想像同一批人現在可以馬上轉換腦袋，從服務角度規劃推動方案。

4.同時，基於錯誤思維的產業補助，往往給業者扭曲的誘因從事創新，以致產業發展片片落落，更遑論以國家隊之姿進軍世界盃。目前台灣的新創產業已有這樣的隱憂，都還是包裹新創名詞的勞力密集產業，所有的人都做著以大量爆肝人力處理原本應以高技術含量解決的服務供給，而這問題亦無法從簡報中獲得解答。

5.最後，「亞洲·矽谷」不應為 VTAIWAN 而 VTAIWAN。VTAIWAN 在媒體塑造唐政委傳奇時被過度神化了。從過去的實踐中，我們發現 VTAIWAN 有其局限性：VTAIWAN 不適用於只集中於少數利害關係人及專業門檻高的議題，因為這些議題更需要利害關係人間的不斷折衝與專家的深入參與。

爰要求國發會針對上述觀察 5 項論點，逐項確實虛心檢討，並於三周內提出檢討報告送立法院經濟委員會。

提案人：孔文吉 廖國棟 張麗善 江啟臣 王惠美

10、

新南向政策口號喊得震天，大張旗鼓在總統府成立新南向辦公室，旋即又改以院經貿談判辦公室主導，加以這段期間，台塑越鋼 5 億美元賠償案、義聯焦團越南鋼鐵建廠撤出案，以及立法委員蘇治芬護照遭越南扣留等事件，接二連三的發生，鬧得沸沸揚揚，一時之間新南向政策的可執行性不由令人質疑，而相關部會發言人僅以單一個案不影響新南向政策的推動來回應，檯面上並不見政府採取任何明顯的積極作為，自不免要讓民眾感到失望與無奈。小英政府提倡的新南向「三新」政策（即新的範圍、新的方向以及新的支撐）並無太大的新意，與馬英九政府時代所倡議的新鄭和計畫、優質平價等計畫的內涵差異不大，僅換湯不換藥。目前新南向政策所揭示的，以及被批判最多的是，政策缺乏頂層設計的大戰略與創新運營模式。針對這點，引用學者建議意見供參考。

首先，三大市場區隔的新南向戰略布局：東協與南亞各國的經濟發展狀況與宗教文化差異頗大，台商必須針對各國的區域發展情況以及市場需求擬定不同的市場區隔策略，建議如下：

其一，以越南、緬甸，柬埔寨地區為主要生產基地，生產東協地區由脫貧至小康所需的居家生活、醫療保健，以及健康美麗等商機之產品，除外銷其他國家外亦可提供東協當地市場所需。

其二，以印尼為清真基地，行銷全世界穆斯林市場。印尼有 2 億 4 千萬人口，大部分信奉回教，是穆斯林的大本營，台商可考慮以印尼為清真基地，將清真產品行銷於占有全世界四分之一人口的穆斯林市場。

其三，以出口貿易模式搶攻印度內銷市場。印度共有 29 個邦，12.7 億人口，雖然每個邦的語言與宗教文化有所不同，市場潛力仍非常龐大。由於印度的產業基礎措施尚未健全，內銷市場卻是潛力無窮，因此，建議可先以出口貿易模式搶攻印度內銷市場。

此外，因為語言、宗教文化的不同，多年來台商開拓東協與南亞市場並不順利，應優先針對