

許委員建議「教育部應落實公民教育」案所提質詢，經交據教育部查復如下：

- 一、大學課程因屬學術自治事項，由各校依其發展特色及師資資源進行規劃，應予尊重，爰為兼顧學術自主，並增進青年學子對公民與道德觀念，本部過去曾推動公民素養陶成計畫、現代公民核心能力養成計畫，協助大學推動公民教育；未來本部除持續於相關會議中向各校宣導，鼓勵各大學開設與公民教育、品德教育議題相關通識課程或融入專業課程教學內涵，亦將提供大學更充分的通識教育資源，並以競爭型補助計畫，引導大學開設公民教育相關課程，建立教師研究社群、研發教學方法。
- 二、另考量十二年國民基本教育課程係以「核心素養」作為課程發展之主軸，培養適應現今生活及面對未來挑戰所應具備的知識、能力與態度，不以學科知識及技能為限，關注學習與生活的結合，朝向全人發展，爰有關增進國民教育及高中階段公民教育一節，本部將透過核心素養之理念與目標結合其具體內涵之方式，以社會參與—道德實踐與公民意識：型塑民主素養、法制觀念，使學子具備良好品德、公民意識，養成具備心理、社會、文化、政治、道德、法律、經濟、永續發展等多面向公民基本知識；增進自我與成長意義，發展出能欣賞他人、關懷社區、尊重社會文化差異、認同民主國家、培養珍視法治與普世人權以及追求經濟永續發展等相關的價值觀念；增進參與公共生活所需要的思考、判斷、選擇、反省、溝通、解決問題、創新與前瞻等行動能力，使相關學習融入於十二年國民基本教育課程規劃中。

(十八) 行政院函送許委員淑華就我國出口衰退，應責成所屬儘速研擬因應對策問題所提質詢之書面答復，請查照案。

(行政院函 中華民國 104 年 10 月 1 日院臺專字第 1040052331 號)
(立法院函 編號：8-8-1-64)

許委員就我國出口衰退，行政院應責成所屬儘速研擬因應對策問題所提質詢，經交據經濟部查復如下：

- 一、今年以來全球主要貿易國家出口表現皆不理想，今年 1 至 8 月我國出口下降 8.8%，中國大陸減少 1.4%，韓國減少 6.1%，日本減少 8.6%（1 至 7 月），新加坡減少 13.0%（1 至 7 月），美國減少 5.5%（1 至 7 月），歐盟減少 12.9%（1 至 6 月），顯示出口成長不振係因全球經濟成長減緩所致。此外，國際油品價格下跌、中國大陸等新興市場自給率提高及我部分出口產品遭受貿易救濟措施，以及區域整合進度落後緩慢等亦是我國出口衰減之原因。
- 二、為因應出口不佳之情勢，經濟部除強化既有作法外，新增以下因應措施：
 - (一) 針對我主要出口衰退之市場（如中國大陸、東協、歐洲、中東、南亞）、主要出口衰退且拓銷可著力產品（如電子產品、機械、金屬及資通訊產品）及出口潛力產品（如汽車零配件等），加強作法如下：
 1. 走出去（籌組海外展團拓銷）：104 年下半年除原已規劃籌組之 72 項海外參展團及拓銷團外，另再新增辦理 20 項展團活動，協助廠商爭取海外市場商機。
 2. 拉進來（廣邀買主來臺採購）：除自 104 年 7 月起原規劃依市場別及產業別每月舉辦

2-4 場外商來臺採購洽談會總計 15 項活動外，另規劃再新增辦理 4 場採購日，並放寬補助買主來臺條件，擴大吸引專業買主來臺採購。

3. 中小企業融資：挹注新臺幣 60 億元與輸銀合作辦理「強化貿易金融貸款方案」。

4. 利用歐洲經貿網（EEN）拓銷歐洲市場：我國已於 104 年 5 月 28 日正式加入 EEN，未來我廣大中小企業可利用 EEN 在歐盟及各國之綿密網絡，拓銷歐盟 5 億人口市場。

（二）強化系統整合，帶動出口模式由「中間財商品出口」轉為「系統化商品與服務」雙驅動，主要作法包括：

1. 推動產業鏈智慧化（生產力 4.0）：挑選領航產業如電子資訊、精密機械、紡織、零售、物流、生技及精緻農業等，推動產業數位化及智慧生產，協助產業創新。

2. 鞏固主力產業競爭優勢：選定具國際競爭力及受中國大陸自主供應鏈威脅的五大主力產業（半導體、面板、車輛、機械、紡織）全力輔導。

3. 打造整廠/系統整合出口旗艦：短期積極推動 10 個整廠（案）輸出（如 ETC、LED、智慧校園等）/系統整合（如 Ubike、物流、醫療管理系統等）出口旗艦，全力提高輸出效益。中長期將建置孵育機制，培育新興系統整合產業輸出。

三、臺灣整體經濟基本面仍處於淨出超的穩健狀態，然從中長期觀點來看，仍須從加速產業升級、加強投資力道以及提升出口競爭力等方面努力，透過產業結構的轉型，以改善我國產品競爭力，提升我國出口動能。

（十九）行政院函送許委員淑華就各縣市的多樣歷史文化、融合中西美食、在地城鄉風貌與特殊地理與氣候條件做最好的搭配，形成全球最佳的自行車旅遊王國問題所提質詢之書面答復，請查照案。

（行政院函 中華民國 104 年 10 月 1 日院臺專字第 1040052357 號）

（立法院函 編號：8-8-1-90）

許委員就各縣市的多樣歷史文化、融合中西美食、在地城鄉風貌與特殊地理與氣候條件做最好的搭配，形成全球最佳的自行車旅遊王國所提質詢，經交據交通部查復如下：

一、本部觀光局為結合自行車旅遊相關公、私部門及民間產業共同推廣自行車旅遊，於民國 100 年起每年辦理「臺灣自行車節活動」，至 103 年參與活動人數已達 10 萬人次，活動產值達新臺幣 2 億元；並持續以創新思維帶領自行車龍頭產業年年推出新的活動亮點。經過 4 年的努力，臺灣自行車節在國際上漸漸展現了成果。法國銷售量最大的自行車雜誌 Le Cycle 將臺灣自行車登山王挑戰列為與歐洲阿爾卑斯山同等級的經典活動，成為我國向歐洲人行銷臺灣觀光新亮點；2014 年澳洲 SBS 電台報導，將臺灣自行車登山王挑戰（KOM）的路線列為全球前 6 大自行車越嶺騎乘路線。

二、「2015 年臺灣自行車節活動」最新辦理內容：

（一）臺灣自行車登山王挑戰：最大特色為邀請專業車手挑戰全球唯一海拔 0→3,275M 距離 105 公里 6 小時內完成比賽（由花蓮七星潭→南投武嶺），第 1 名獎金新臺幣（以下同）100