

說明：

- 一、臺鐵局 105 年度預算案於「維持費用」下編列交通及運輸設備修護費 4 億 6,375 萬 9 千元，另編列「行車費用」63 億 7,483 萬元。依鐵路運送規則第 8 條第 1 項：「鐵路機構應依旅客列車時刻表運轉列車。但因天災、事故或其他不可抗力之事由，不在此限。」且鐵路法第 56 條之 1 第 1 項及第 56 條之 2 第 1 項亦規定，鐵路機構應負責鐵路相關設施、車輛及設備之檢修維護，復據同法第 56 條之 3 第 1 項：「鐵路機構應確保鐵路行車之安全。」
- 二、臺鐵局應妥為檢修維護並使車輛及運轉裝置正常運作，以確保行車安全及列車通行暢順，將旅客安全準時送達。按臺鐵局 101 年度至 104 年 8 月間行車異常事件，除 103 年度略減 26 件外，其餘年度均較前一年度增加，且遠高於台灣高速鐵路股份有限公司（下稱高鐵公司）行車異常件數。究其原因，多為車輛故障及運轉保安裝置故障所致，以 104 年度截至 8 月之行車異常事件為例，車輛故障件數占 49.59%，運轉保安裝置故障件數占 18.36%，合計約 67.95%，顯示臺鐵局內部因素導致行車異常事件比率頗高，容有檢討之必要。
- 三、為期將旅客安全準時送達，臺鐵局應妥為檢修並運作相關設備（施），以維護旅客權益。邇來行車異常事件逐年遞增，究其原因，多屬車輛及運轉保安裝置故障等內部因素所致，容有檢討之必要，應研謀改善，俾使行車安全及通行暢順。

（四）本院許委員淑華，鑒於高等研究園區主要引進領域為高科技研發及文化創意產業，惟進駐情形均欠佳。以文創業為例，依高等研究園區文創產業引進原則，申請進駐之文創相關產業應符合「科學工業園區設置管理條例」第 3 條或第 4 條之科學工業或園區事業，且須依科學園區入區程序申請入區，進駐資格較為嚴格，致迄無文化創意產業廠商進駐，相關配套措施應儘早檢討。爰此，特向行政院提出質詢。

說明：

- 一、高等研究園區籌設計畫原規劃引進具有前瞻性且無製造污染之科技研究機構，惟因原預計財務自償率僅 7.93%，100 年 10 月經行政院核定修正計畫，財務自償率調高至 25.9%，並調整為引進文化創意、行政辦公及高科技研發等 3 類別之單位或機構進駐，除文化創意外其餘均不得從事製造量產。
- 二、高等研究園區因有大部分面積屬既有建成區，且園區有 9 成土地因南投縣政府劃設為文化景觀區，是以僅能在現有之框架下進行極有限度之調整，致發展受限。行政院於 102 年 7 月 17 日召開中興新村發展規劃與檢討專案會議，指示「請國科會以南核心區為優先開發方案進行規劃」，中科管理局爰延後北核心區及生活區部分工程開發期程，及配合文資保存議題減少宿舍新建面積，修正「中興新村高等研究園區財務計畫（第二次修正）」，於 104

年 8 月 12 日函請科技部核轉行政院，迄 104 年 9 月底未經行政院核定。截至 104 年 9 月底，高等研究園區業引進資策會新興智慧技術研究中心、經濟部中台灣創新園區進駐營運，及核准 8 家高科技廠商進駐，惟實際進駐營運者僅有 3 家，且迄無文創業者進駐，顯與規劃目標有所差距。

三、高等研究園區規劃主要引進領域為高科技研發及文化創意產業，惟園區之開發有其先天限制，財務自償率低，廠商進駐情形亦欠佳，文創產業甚至迄無廠商進駐，相關開發計畫或配套措施要求檢討改善。

（五）本院許委員淑華，鑒於臺灣網購節展開，點出了網路及電子商務的影響與未來。我國原本就以高科技產業見長，以臺灣的優異科技水準、民眾很容易接受新科技；行政院應積極推動，以達到以新科技強化產業體質、提振經濟以及提升生活品質的目標。爰此，特向行政院提出質詢。

說明：

- 一、多數臺灣民眾今日的日常生活，幾乎都離不開網路。但許多人可能不了解，網路帶來的，不僅是個人的方便，更能提升產業體質、刺激消費與經濟；同時提高國家競爭力與民眾生產品質，而這也是當前政府施政的重點。
- 二、回顧網際網路初問世時，當時的英特爾總裁葛洛夫曾說，未來每家企業都是網路企業，因為不成為網路企業者，都會被淘汰。這句話於今天看來，顯得特別真切。能夠上網、在網路上擁有自己企業介紹與資料者，早已不是大企業的專利，一般的餐廳、商家、小型甚至是微型企業、個體戶，都必須在網路上擁有其網絡與通道，否則，根本難以發展與生存。
- 三、不過，這種在網路上置放各種資料性的「靜態」作法，已完全不足以因應今日的科技新世界。由美國蘋果公司帶動的智慧手機與平板電腦普及化，讓全球進入一個全新的「行動裝置世代」。全球每年智慧手機的銷售量，已達 12 億支以上，平板電腦亦超過 2 億台；手機與平板可使用的各種 APP（應用程式）有數百萬個，這些行動裝置可以化身為許多不同的工具，能完成的工作也更多元而複雜。
- 四、而臺灣網購節的推動，則是行政院提振消費措施中的政策重點之一。近年網路購物幾乎已成許多人日常生活的一部分，根據資策會 7 月公布的一份最新調查顯示，國內智慧型手機普及率達 73.4%、平板普及率也有 32%。使用智慧型手機或平板電腦人口，估計突破 1,600 萬人，差不多是每 4 人中就有 3 人在使用行動裝置，顯然擁有很好的發展網路購物條件。
- 五、另一份尼爾森調查也指出，全球平均大概有 1/4 的受訪者，會在線上購買日常用品；其中，臺灣的比率更超過 1/3。臺灣的網路購物量占零售銷量的 11%，與世界各國相較，比率之高算是前段班。大陸電子商務龍頭阿里巴巴舉辦在全球引發熱潮的「11 月 11 日光棍節」購物節，今年在短短 24 小時內，就創造了 5,000 億元臺幣左右的銷售量，顯示網購電子商務的