

- 一、自里約奧運舉行以來，屢傳我國體育協會管理不公引發選手抗議事件。如網球選手謝淑薇不滿網球協會選拔積分計算、教練分配不公，憤而拒絕國家徵召，間接影響雙打搭配選派出賽權益；又如羽球選手戴資穎因尺寸不合受傷無法穿戴協會贊助之球鞋上場比賽，竟遭協會警告違反合約考慮懲處，無視選手賽前已遞交陳情說明無法穿戴原因，令選手及家屬蒙受委屈，引發各界嘩然。
- 二、體育協會雖屬於人民團體，其業務範圍卻屬於教育部體育署所轄。體育署應善盡管理之責，積極輔導體育單項協會作為選手與國家、奧會溝通中介。善用國家補助經費，協助發展基層體育人才育成，並透過公正選拔機制選拔人才，讓我國體育永續經營，避免運動協會淪為黨國體制的延續，被作為政治酬庸的肥缺，斷送國家體育事業的公信力。
- 三、為國家體育運動長遠計，建議行政院應通盤考量，重新規劃整體競技人才育成機制，重視體育基礎建設，提供基層訓練站、教練培育等資源協助。尤其選手與教練育成，更應配套規劃，慎重檢討現行基層教練大多兼任教職，無法同時陪伴選手進入左營新訓中心進行賽前訓練，導致選手因教練不同適應磨合問題，反而新訓表現不如預期。
- 四、另外，應導正現行由體育協會主導經費分配的不合理模式。發展體育事業不能便宜行事，若任由體育協會向政府申請經費，扣除行政手續費，由協會主導經費分配，自然引發金額分配不均、基層設施仍未改善爭議，嚴重影響國家體育事業發展。
- 五、綜上，建議行政院應參酌其他開發國家體育事業經營模式，重新規劃體育基礎建設、經費分配制度、完善人才育成機制，讓國家競技體育回歸專業，重建政府體育事業威望。

（三十二）本院林委員俊憲，針對陸客來台情況在火燒遊覽車後事件後進一步嚴重縮減，觀光局表示，8 月底團客將從每日 5,000 人的配額少三分之一擴增至每日少一半，而且連穩定的自由行陸客，申請數也從 7 月底開始日減 1,000 人，預估到 8 月底來台人數就會首度出現縮減。對於陸客團、自由行陸客將於 8 月底出現「雙雙衰退」的情況，本席建議政府有關單位，除儘速建立通暢的溝通管道之外，交通部觀光局更是責無旁貸，應著手研擬各項因應方案，讓國內旅遊業者可以加快轉型成功，拓展成為具有文化特色、深度旅遊景點之處，同時建議應拓展其他國家市場的旅客，降低對國內觀光業的衝擊，特向行政院提出質詢。

說明：

- 一、據交通部調查統計，去年每位陸客平均每日消費 122.2 美元，團客平均停留時間為七天，若一個月縮減 7.5 萬人，就會減少 20.4 億元的觀光商機。自由行陸客一天少 1,000 人，平均停

留五天計算，一個月就會少 5.8 億餘元的商機，對國內的航空、飯店、餐飲、遊覽車、各式賣店、交通運輸業，甚至連夜市攤販生計都受衝擊。

- 二、因陸客團持續縮減，8 月初有四家專做陸客團的旅行社，向觀光局申請停止接待陸團營業項目，取回防止陸團旅客脫團不歸繳交的 100 萬元保證金，觀光局官員證實此消息，並坦言這是開放陸客團來台八年以來，首度出現有旅行社退出接待陸團市場的情況。
- 三、今年 5 月開始，陸客團如傳言每日縮減三分之一，約少了 1,500~1,650 人左右，但自由行旅客因為從去年 11 月底開始每日配額增加 1,000 人，今年來台的自由行旅客量平均有 4,000 餘人，重大節日還超過 5,000 人，稍微彌補縮減的陸客團人數，使得上半年整個陸客來台人數，還較去年同期微幅成長 3%。
- 四、本席以為，從旅遊業和申請來台旅遊證件統計資料來看，8 月底開始縮減幅度恐會擴增到配額的一半，而且一向穩定的自由行陸客，從 7 月底開始申請量也出現減少狀況，預估 8 月底來台人數就會日減大約 1,000 人。若 8 月底開始自由行陸客也縮減，全年陸客來台人數勢必會較去年衰退。
- 五、對於陸客團、自由行陸客將於 8 月底出現「雙雙衰退」的情況，本席建議政府有關單位，除儘速建立通暢的溝通管道之外，交通部觀光局更是責無旁貸，應著手研擬各項因應方案，讓國內旅遊業者可以加快轉型成功，拓展成為具有文化特色、深度旅遊景點之處，同時建議應拓展其他國家市場的旅客，降低對國內觀光業的衝擊。

（三十三）本院林委員俊憲，建議我國應持續深化兩岸產業的合作，讓兩岸間找出符合彼此利益的合作項目，使得雙方的產業優勢可以充分發揮，進而共同開發、開拓新興市場，方能符合企業界對政府的期待。本席以為對台灣而言，兩岸產業競爭性加強的趨勢，尤其需要政府對兩岸產業技術的互補或競爭關係有可觀的評估，同時對兩岸產業合作的目標與策略，以及共同開發與開拓新興市場的可行模式，建議行政院應舉行跨部會討論，統籌提出完整的規劃，方能有助於台灣國際競爭力提升，特向行政院提出質詢。

說明：

- 一、根據過去七年間所舉辦的近七十場次的產業搭橋會議觀察，參與活動的業者表示參與搭橋會議的效益包括：(1)獲得商情掌握產業發展動向，(2)透過平臺認識大陸產業的重要關鍵人物並厚植人脈基礎，(3)增加與大陸業者合作的機會，(4)提升公司品牌知名度，(5)加速拓展中國大陸內銷市場以及(6)提升中國大陸地區營收之成長率。其中，網訊電通公司藉由與大陸華為公司合作進軍國際市場，目前全球營運基地涵蓋上海、南京、馬尼拉、吉隆坡