

四、交通部一直以來皆表示支持隨油徵收的政策構想，但相關配套措施繁雜、政策影響面廣，需要通盤考量妥適的政策。然而，自第六屆至今，本院相關修法討論已經進行超過五年，交通部雖一再表示要妥善考量，但至今仍未有具體結果。交通部無視本院及社會對公平性及環保目標的追求，對相關政策規劃卻不積極研擬，遇到修法便重複表示要審慎，實非負責任的作法。

(六十四) 本院黃委員昭順，針對電視頻道之不實廣告裁處效果不彰、部分電視購物業者，一再違規受罰，裁處效果不彰，未達嚇阻效果。為保障消費者權益，特向行政院提出質詢。

說明：

- 一、公平會為調查處理仿冒他人商品服務表徵之行為、不實廣告或引人錯誤之廣告行為、損害他人營業信譽等違法情事，近幾年度於「不公平競爭行為調查處理」計畫均編列調查處理相關費用。101 年度編列 544 萬 3 千元。隨著國內有線電視之發展，依賴電視而興起電視購物市場亦逐漸成長，不論是為專屬電視購物頻道或向頻道業者購買時段之製播電視購物廣告，電視購物業者掌握了比消費者更多產品相關資訊，形成買賣雙方資訊不對稱，倘若業者播放不實電視購物廣告，從事不公平競爭行為，不但影響市場秩序，更損及廣大消費者權益。
- 二、依公平會資料顯示，96 年度至 99 年度該會針對電視購物業者不實廣告案件處分件數計 39 件（各年度分別為 11 件、10 件、10 件及 8 件），惟查其中主要以東森得易購股份有限公司（下稱東森）計 17 件、富邦媒體科技股份有限公司計 7 件、英屬維京群島商中購媒體科技股份有限公司台灣分公司計 5 件、都會新貴購物網股份有限公司計 2 件、長鶴健康事業有限公司計 2 件等，故部分電視購物業者一再以不實廣告而違規受罰，公平會裁處效果並未彰顯，顯無法達到嚇阻效果。
- 三、隨著國內有線電視之發展，依賴電視而興起電視購物市場亦逐漸發展，近年來因電視購物廣告不實致消費者受害之事件層出不窮，部分電視購物業者一再以不實廣告違規受罰，公平會之裁處機制效果顯未彰顯，無法達到遏阻功效，該會實應研謀改善現行之裁處機制，以阻絕不肖業者之違規動機與誘因，確保消費者權益暨市場公平交易秩序。

(六十五) 本院黃委員昭順，針對日本 NHK 電視台與三菱綜合研究所合作，針對一萬名日本卅五歲世代（卅五到四十歲），進行問卷調查與訪談，發現現今日本卅五歲世代可能的生活圖像：擁有十五張證照也找不到好工作、四十歲結婚成家是常態、

雙薪家庭也只敢生一胎、房貸要背到七十歲…。這些狀況目前台灣並沒有這麼嚴重，但是也需引以為鑑，如果無法提早因應，台灣的問題將比日本更加嚴重。本席要求政府需針對現在的體制愈來愈對年輕人不利，改進以下問題：貧富差距拉大，結構性失業問題根深柢固，通貨膨脹的威脅愈來愈大，靠自身努力獲致成就的機會卻愈來愈少。並積極輔導年輕一代接受更換新工作的挑戰，時時進修充實，為未來遭遇的困境預做準備，才能逆轉最壞的世代，特向行政院提出質詢。

說明：

- 一、日本 NHK 與三菱總合研究所進行的全國性調查顯示，三十五歲世代是現有人口最多的世代，但是受到延後退休及經濟不景氣的影響，這個「悲慘世代」可能身擁十張專業證照仍一職難求，甚至只能做派遣或短期打工工作，因收入不穩定，四十歲仍單身不婚。
- 二、日本調查呈現出三十五歲這個生不逢時、承擔全球經濟不景氣苦果的世代樣貌，日本建議提供這些有能力的年輕世代，另一個謀生的機會及發展的舞台，例如投入地方振興產業方案等，顯示需有創新作法來改善悲慘世代的處境。
- 三、中研院社會學研究所助理研究員林宗弘指出，根據平均國民所得的成長數據，台灣跟日本的距離是十三到十五年；這代表十五年之內，台灣可能就得面臨與日本類似的嚴重問題。如果我們不能從現在開始認真面對、改變惡化的社會趨勢，「『明天的台灣』可能比『明天的日本』更悲慘！」
- 四、悲慘的 35 歲，影響的不只是 35 歲這一代的人。看到青壯輩在邁入中年之前即遭遇的艱難辛苦，更年輕的下一代恐怕都心懷疑懼，要如何懷抱著熱情與憧憬過每天的日子呢？年輕人失去了熱情與憧憬，也就不易有創意與革新的力量，這樣的社會多麼可悲。到處是有形無形的壁壘，讓年輕人感受的不是探索未來的迷人吸引力，而是身為一個弱勢者的無奈。
- 五、和日本一樣，台灣現在的體制愈來愈對年輕人不利。貧富差距拉大，結構性失業問題根深柢固，通貨膨脹的威脅愈來愈大，靠自身努力獲致成就的機會卻愈來愈少，階級流動和「窮人翻身」的夢想更加遙不可及。

(六十六) 本院黃委員昭順，針對環保署擬將各縣市的垃圾焚化廠輔導轉型為「地區生質能源中心」，利用燃燒垃圾的熱能，供應鄰近地區建築物廉價的冷氣及蒸氣，既節能減碳，也有助於改善夏季尖峰用電吃緊狀況。餘熱再利用可把進口能源效益