

。

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、