

，拉低農民收益，特此向行政院提出質詢。

說明：

- 一、台北市長柯文哲今年四月在宜蘭的考察中，曾經問過青年農民「收入可以平衡嗎？售價是不是要拉高？」，事實上，即使政府對於農作物的品項進行輔導，農民一窩蜂對於當紅商品栽種的結果，也是會因為供過於求，造成低價廝殺最後認賠出場的情形。
- 二、以近年許多農民投入的玉女番茄為例，從五六年前開始大受歡迎，2011 年更曾經有在拍賣市場賣出一公斤 700 元的天價，吸引許多農民搶種，但最後除了少數能夠做出差異化、特殊品質的農民之外，很多農民砸錢設置溫室、購買器材，培養不出忠實客群的結果，造成許多老農甚至是下鄉務農的青年，血本無歸。
- 三、農委會在推廣青年務農和精緻農業的時候，除了宣揚百大青農光鮮亮麗的成果之外，是否應該提供實質的技術輔導和經驗傳承，以免只充實了青年務農的帳面數字，反而因此打亂市場，拉低農民收益，更使有心務農的人士受害。

（四十二）本院丁委員守中，因經濟部積極發展國家品牌政策，但 MIT 微笑產品標章遭仿冒情況層出不窮，不論在台灣或是中國大陸皆有非 MIT 產品造假情況發生。為避免因不肖廠商仿冒標章，傷害台灣品牌形象，經濟部應盡速在 MIT 微笑產品標章中加入防偽識別，或參考農產品的「TAP 產銷履歷」標示，加入 QR Code 以供消費者即時查驗，特此向行政院提出質詢。

說明：

- 一、經濟部報告中提到 MIT 微笑產品驗證制度部分，根據資料，至民國 99 年創辦至今，共有 2,401 家廠商之 132,292 款產品通過驗證，可見國家品牌推廣成效。
- 二、MIT 微笑產品標章的仿冒情況卻層出不窮，不僅國內造假情況嚴重，甚至在中國都曾發現偽造的吊牌或貼紙，嚴重傷害台灣品牌形象。
- 三、專用於農產品的「吉園圃」標章就曾因為遭到大量仿製，改為可以用 QR Code 即時查驗的「TAP 產銷履歷」標示，大幅改善商標偽造的現象，經濟部應循此方式，以加標防偽標示或是加註 QR Code 以供追查的方式，確保政府推廣台灣品牌的美意不遭到濫用。

（四十三）本院丁委員守中，因台灣當前食安風暴，消費者對許多食品供應商失去信心，但義美食品卻因身為「食安模範生」，反而逆風高飛，廣受消費者支持。對比台糖，雖然同樣極少發