

文條件、地化條件、岩石特性等予以規定，供未來高放處置設施場址評選與管制作業依循，屬安全有關的技術性規範，條文內容請查詢本會網站（<<http://erss.aec.gov.tw/law/NewsContent.aspx?id=132>>）。

三、在最終處置計畫方面，台電公司目前正執行第一階段的潛在處置母岩特性調查評估（2006~2017 年），此階段不涉及場址評選工作，將於 2017 年提出技術可行性評估報告。2018 年進入第二階段工作後，才會開始進行選址的相關作業，未來第二階段的選址作業，將由經濟部及台電公司負責。本會為安全監督機關，對於選址程序並無預設立場。

（二〇五）行政院函送丁委員守中就為避免不肖廠商仿冒 MIT 微笑標章，傷害台灣形象，籲請於標章加標防偽方式或 QR Code，以供消費者即時查驗等問題所提質詢之書面答復，請查照案。

（行政院函 中華民國 104 年 6 月 1 日院臺專字第 1040029987 號）
（立法院函 編號：8-7-13-493）

丁委員就為避免不肖廠商仿冒 MIT 微笑標章，傷害台灣形象，籲請於標章加標防偽方式或 QR Code，以供消費者即時查驗等問題所提質詢，經交據經濟部查復答復如下：

一、經濟部自 99 年初推動 MIT 微笑標章，由廠商自願性參加，並委託第三專業公正驗證機構辦理驗證，確認產品符合原產地認定及產品品質驗證基準後，授予臺灣製產品 MIT 微笑標章，以區隔劣質進口產品。

二、MIT 微笑標章加入防偽設計：

為防範不肖廠商私自印製 MIT 微笑標章已加入防偽設計如下：

（一）提供消費者即時查詢機制：

1. 於吊牌及貼紙註明 MIT 官網網址及標章編碼，並已將獲證產品資訊（製造廠商、產品圖片、型號及標章編號等）登錄於 MIT 微笑標章官網，消費者可逕上官網查詢完整獲證產品資訊。
2. 另經濟部亦已開發「微笑 MIT」APP，消費者可於行動裝置即時查詢掛標產品是否為獲證產品。

（二）凸版印刷：將標章中紅色 mit 笑臉使用凸版印刷，增加廠商印製偽標成本。

（三）加註暗記：使用印製暗記技術，於各批印製之吊牌及貼紙上加註批號，以提供追蹤查核人員辨識標章真偽。

三、MIT 吊牌如增列 QR Code，確實有助標章防偽，惟考量現行弱勢傳統產業之吊牌，係由政府編列經費補助印製提供者免費使用（每年吊牌約 2,900 萬張），如於吊牌加註 QR Code，回收舊吊牌，則在一段期間內，市面上將同時流通兩種吊牌，恐將造成消費者混淆，亦不利資源有效利用。

四、為維護標章公信力及消費者權益，經濟部已建立 MIT 微笑標章之完整查核機制，其作法及成果如下：

(一)MIT 微笑標章追蹤查核作法：

1. 定期查核：驗證機構之追蹤管理：由「臺灣製 MIT 微笑產品驗證制度認證審議會」之秘書處辦理，每年對各驗證機構至少查核 1 次，另獲證產品進行隨機抽樣查核。
2. 不定期查核：建立 0800-777-088 檢舉專線，遇有民眾、團體或相關政府機關檢舉時，即時進行查核。

(二)追蹤查核執行成效（自 99 年至 104 年 4 月 30 日止）：

累計查核 65,212 案，共有 489 案不合格，其中 445 案經通知後已改善、38 案改善中、1 案處理中、5 案移送檢警偵辦（1 案有罪、2 案緩起訴、2 案偵結）。

(二〇六) 行政院函送丁委員守中就推廣青年農民務農和精緻農業之時，應提供實質的技術輔導和經驗傳承問題所提質詢之書面答復，請查照案。

（行政院函 中華民國 104 年 6 月 1 日院臺專字第 1040029986 號）

（立法院函 編號：8-7-13-492）

丁委員就推廣青年農民務農和精緻農業之時，應提供實質的技術輔導和經驗傳承問題所提質詢，經交據本院農業委員會查復如下：

一、本會基於健康、效率、永續經營的施政理念，以健康、卓越、樂活為三大主軸推動「精緻農業健康卓越方案」，其中包括：

- (一)健康農業：推動產銷履歷、有機農業、吉園圃、CAS 認證、生產追溯及安全用藥，建立安全農業生產體系，輔導農民提升栽培技術。
- (二)卓越農業：盤點具競爭力之農產業，全面推動石斑魚、觀賞魚、農業生物技術、蘭花、植物種苗、種畜禽等產業，整合國內農業科技研究，促進技術商品化、產業化、國際化及異業結合加值。
- (三)樂活農業：發展休閒農遊，讓農民可從觀摩體驗中學習；實施農村再生培根計畫，透過專案輔導社區成員，實踐社區發展願景，進而改善農村基礎生產條件。

二、另因應產業發展調整從農人力結構，培育青年農民從事農事產銷，摘要如下：

- (一)設立農民學院，提供專業、多元且系統性課程及實務訓練。
- (二)專案輔導青年農民，包含農業知能訓練、農地及資金、設施設備、產銷媒合、行政等協助。
- (三)與農學校院合作辦理見習訓練，提供學生至農業試驗改良場（所）、遴選之見習農場或農企業暑期見習。

三、有關為例之小果番茄搶種議題一節，因該品項甚受消費大眾喜愛且具有持續性市場，為避免量增價跌隱憂，本會已研究外銷貯運技術，並輔導小果番茄試銷新加坡等華人市場，去（103）年出口量 36,269 公斤，出口值 573.5 萬元，較 101 年出口量值分別增加 13 倍及 10 倍，有效解決產銷。