

或加工必須時使用。

四、食品加工過程中為達成產品保存之目的，可透過如加熱、低溫、調整產品酸鹼度、氣體調整、包裝等柵欄技術，以多重方式達到控制微生物生長之效果，例如米飯添加微量酸，亦有相似效果。至於，即煮即食之米飯、菜餚製作及食品添加物之使用，本部食品藥物管理署預計於 104 年 10 月 19 日邀集教育部、食品專家、風險評估專家、消保團體、餐盒業相關公（工）會等進行討論，以維護國人飲食健康安全。

（三十）行政院函送楊委員麗環就交通部觀光局東北角暨宜蘭海岸國家風景區管理處主管的宜蘭外澳沙灘，維護管理包商相關缺失應立即檢討改善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 10 月 23 日院臺專字第 1040058104 號）
（立法院函 編號：8-8-5-204）

楊委員就交通部觀光局東北角暨宜蘭海岸國家風景區管理處主管的宜蘭外澳沙灘，維護管理包商相關缺失應立即檢討改善所提質詢，經交據交通部查復如下：

- 一、有關包商未經許可，將觀景台圍起做為販賣部，私設投幣式沖洗設備及陽傘設施問題，經本部觀光局東北角管理處查處後，廠商已於本（104）年 9 月 20 日拆除販賣部及投幣式沖洗設備，水電費並於本（104）年 10 月 6 日繳交完畢。
- 二、本案後續處理，觀光局東北角管理處已於 104 年 6 月 16 日函復廠商所送之經營計畫書，該案契約自 103 年 7 月 7 日至 106 年 7 月 6 日，東北角管理處將建立督導考核機制，依所核定之經營計畫書確實督導廠商履行契約，如有違規情事，予以解約。另有關全面清查其他委託合約是否有按契約執行及是否有無違規裁罰條款的合約，立即檢討改善一節，經查該處尚無其他委託合約有類似情形，觀光局未來將督導各國家風景區管理處，確實將違規裁罰條款納入合約內。

（三十一）行政院函送孫委員大千就知名大廠台灣優生、台灣培寶兩大廠奶瓶竟檢驗出違規殘留 26 至 165ppb 的雙酚 A，外包裝卻標榜「不含雙酚 A」字樣，奶瓶材料成分明顯與外包裝不符，業者卻標示不明。主管機關除了應儘速要求業者改善此一問題，進而不再發生類似事件，同時應增加檢驗次數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 10 月 23 日院臺專字第 1040058125 號）
（立法院函 編號：8-8-5-225）

孫委員就知名大廠台灣優生、台灣培寶兩大廠 4 件奶瓶竟檢驗出違規殘留 26 至 165ppb 的雙酚 A，外包裝卻標榜「不含雙酚 A」字樣，奶瓶材料成分明顯與外包裝不符，業者卻標示不明。主

管機關除了應儘速要求業者改善此一問題，進而不再發生類似事件，同時，應增加檢驗次數所提質詢，經交據衛生福利部查復如下：

- 一、本部為保障嬰幼兒食用器具衛生安全，爰積極規劃「市售塑膠類奶瓶及奶嘴稽查專案計畫」，除動員食品藥物管理署及全國 22 縣市衛生局稽查人員高達 151 人次，稽查 120 家賣場、超市、超商、藥粧店或婦幼用品專賣店，針對市售品全面性稽查抽驗，總計查核 350 件奶瓶標示，並抽驗涵蓋 36 家廠商所生產之奶瓶 129 件；專案計畫於 8 月執行完畢，並儘速於 9 月公布稽查檢驗結果，即希冀藉此掃蕩違規與不法產品，以維嬰幼兒食用安全。
- 二、經檢驗不合格產品，係違反食安法第 17 條，已依食安法相關規定令業者回收、銷毀，並提出改善計畫，預防再發生。業者亦啟動全面預防性下架全部 PP 及 PES 等材質奶瓶，並自行銷毀。本次違規產品其材料為 PP 或 PES，並未使用含雙酚 A 材質，經衛生局調查其原因疑似汙染並複查抽驗該 4 項產品，結果雙酚 A 皆未檢出。另為預防再發生業者擬改生產販售其他材質之奶瓶例如玻璃奶瓶、PPSU 奶瓶，並要求原料廠商提供包材、原料及製成品等檢驗合格報告，成品入庫後亦抽樣送驗。
- 三、本部針對食品業者進行之抽查及檢驗，係為強化對食品業者衛生安全之管理監督，使業者知法守法，擔負食品安全的企業責任，以對國內食品安全進行周延把關。惟依據國內食品衛生安全「業者自律、機構驗證、政府稽查」三級品管原則，食品業者產製販售食品，首應自主確認原料、製程、產品標示等皆符合食安法相關規定，並針對風險性較高之原材料、半成品及成品進行檢驗（自行檢驗或委外檢驗），提高檢驗量能，於源頭落實一級品管，始能確保品質及民眾食用安全。
- 四、未來本部將對此次違規業者之產品列入高風險重點稽查對象，並持續督導業者自主品管，依風險評估針對市售品持續進行全面性稽查抽驗。

（三十二）行政院函送丁委員守中就近年臺灣 20 大國際品牌價值逐年下滑，政府應檢討強化「品牌臺灣發展計畫」績效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 10 月 23 日院臺專字第 1040058159 號）

（立法院函 編號：8-8-5-259）

丁委員就近年臺灣 20 大國際品牌價值逐年下滑，政府應檢討強化「品牌臺灣發展計畫」績效等問題所提質詢，經交據經濟部查復如下：

- 一、近年全球百大品牌企業均面臨挑戰，全球消費需求型態變革，其中以 PC 為主的消費性電子產業品牌總價值，自 2011 年的 2,135 億美元大幅縮減至 2014 年的 405 億美元，衰退幅度高達 81%。而臺灣前二十大品牌中，PC 為主的消費性電子產業占比大，同樣面臨市場需求型態改變，品牌價值亦大幅縮減。
- 二、臺灣品牌總價值扣除 PC 為主的消費性電子產業，2014 年實質成長 2%，其中非以 PC 為主的科技業者（如研華、台達電）成長幅度達 26%，自行車產業（如巨大、美利達）成長 11%，