

丁守中 蔡錦隆 廖正井 蔣乃辛 詹凱臣
羅淑薈 鄭汝芬 王育敏 盧秀燕 江啟臣
孫大千 陳淑慧 陳根德

主席：本案作如下決定：「函請行政院研處。」請問院會，有無異議？（無）無異議，通過。

現在進行第四案，請提案人李委員貴敏說明提案旨趣。

李委員貴敏：（17 時 6 分）主席、各位同仁。本席等 20 人鑑於近年網路蓬勃發展，電子商務、社群網站或網路雲端等，均利用網路流通資訊及進行交易，讓資訊快速且大量傳遞。又駭客入侵網路資料庫與個資外洩事件層出不窮，導致詐騙事件頻傳，嚴重影響國人權益。目前機關、產業及大型企業雖多已建構線上資訊平台系統，惟中小企業及一般商號與個人未必設置防範設施。何況國內廠商之規模有限，又資安廠商多僅有單一產品且知名度不足，難以獲得市場認同。茲為確保國人之隱私及資訊安全，急需建立健全之資安機制。爰建請行政院儘快規劃、扶植並完成資訊防衛機制之建構，以保障國人之權益，並增強國家之資訊安全。是否有當，敬請公決。

第四案：

本院委員李貴敏等 20 人，鑑於近年網路蓬勃發展，電子商務、社群網站或網路雲端等，均利用網路流通資訊及進行交易，讓資訊快速且大量傳遞。又駭客入侵網路資料庫與個資外洩事件層出不窮，導致詐騙事件頻傳，嚴重影響國人權益。目前機關、產業及大型企業雖多已建構線上資訊平台系統，惟中小企業及一般商號與個人未必設置防範設施。何況國內廠商之規模有限，又資安廠商多僅有單一產品且知名度不足，難以獲得市場認同。茲為確保國人之隱私及資訊安全，急需健全之資安機制。爰建請行政院儘快規劃、扶植並完成資訊防衛機制之建構，以保障國人之權益，並增強國家之資訊安全。是否有當，請公決案。

說明：

一、近年網路蓬勃發展，電子商務、社群網站或網路雲端等，均利用網路流通資訊及進行交易，讓資訊快速且大量傳遞。又駭客入侵網路資料庫與個資外洩事件層出不窮，導致詐騙事件頻傳，嚴重影響國人權益。

二、目前機關、產業及大型企業雖均已建構線上資訊平台系統，惟中小企業及一般商號與個人未必設置防範設施。何況國內廠商之規模有限，又資安廠商多僅有單一產品且知名度不足，難以獲得市場認同。

三、建請行政院儘快規劃、扶植並完成資訊防衛機制之建構，以協助資安產業發展，保障國人之權益並增強國家之資訊安全。

提案人：李貴敏

連署人：陳鎮湘 陳碧涵 王惠美 張嘉郡 徐少萍

王育敏 陳淑慧 馬文君 詹凱臣 江惠貞

廖正井 楊玉欣 蔣乃辛 李桐豪 林鴻池

吳育仁 楊應雄 蔡正元 羅明才

主席：本案作如下決定：「函請行政院研處。」請問院會，有無異議？（無）無異議，通過。

現在進行第五案，請提案人葉委員津鈴說明提案旨趣。

葉委員津鈴：（17 時 8 分）主席、各位同仁。本席等 13 人，為台灣中小企業達到 133 萬家，提供就業人數有 858.8 萬，是臺灣的經濟根本。但中小企業融資來源的中小企業信用保證基金，政府的捐助卻是一年不如一年，98 年、99 年、100 年為 60 億、101 年 56.95 億，102 年減為 40.8 億，今年 103 年 38.76 億，明年 104 年更只剩 16.04 億。政府捐助減少，對於中小企業之融資貸款已產生縮減貸款成數的負面影響。毛治國院長提出 4 支柱的施政方針，其中有「為企業找機會」，因此行政院應於 104 年動用第二預備金增加對中小企業信用保證基金的補助，恢復到往年每年 60 億捐助水準。是否有當，請公決案。

第五案：

本院委員葉津鈴等 13 人，為台灣中小企業達到 133 萬家，提供就業人數有 858.8 萬，是臺灣的經濟根本。但中小企業融資來源的中小企業信用保證基金，政府的捐助卻是一年不如一年，98 年、99 年、100 年為 60 億、101 年 56.95 億，102 年減為 40.8 億，今年 103 年 38.76 億，明年 104 年更只剩 16.04 億。政府捐助減少，對於中小企業之融資貸款已產生縮減貸款成數的負面影響。毛治國院長提出 4 支柱的施政方針，其中有「為企業找機會」，因此行政院應於 104 年動用第二預備金增加對中小企業信用保證基金的補助，恢復到往年每年 60 億捐助水準。是否有當，請公決案。

提案人：葉津鈴

連署人：周倪安 許添財 賴振昌 黃偉哲 吳宜臻

陳唐山 邱志偉 陳歐珀 段宜康 邱議瑩

蘇震清 李桐豪

主席：本案作如下決定：「函請行政院研處。」請問院會，有無異議？（無）無異議，通過。

現在進行第六案，請提案人陳委員淑慧說明提案旨趣。（不在場）陳委員不在場，本案暫不予處理

現在進行第七案，請提案人江委員惠貞說明提案旨趣。

江委員惠貞：（17 時 9 分）主席、各位同仁。本院委員江惠貞、吳育昇、徐欣瑩等 18 人，鑑於近日有民眾發現家中知名廠牌電器故障，需要找店家維修，在網路上以品牌關鍵字搜尋維修店家，並送到標榜「某某品牌維修站」的電器維修公司，結果送修後卻發現在網路上以品牌關鍵字找到的，竟然是非原廠品牌的維修站，令消費者有「上了賊船」的質疑。這些非原廠維修站在網路搜尋引擎上購買關鍵字廣告，有引人錯誤的疑慮，若要讓結果不誤導民眾，應該在民眾以網路搜尋關鍵字的時候，於網路搜索結果以及維修公司網站上標註「非原廠合作廠商」這樣清晰、可資辨認的字眼。鑑此，建請行政院消保處、公平會及相關單位於兩周內積極針對此類造成消費者誤導的網站就法規面與行政面提出可行的解決手段，不讓消費者誤踩消費陷阱。是否有當，敬請公決。

第七案：