

# 論產品責任與國際貿易

蔡 孟 佳 \*

## 摘 要

由於天然條件及地理環境之故，使得台灣之對外貿（商務）成為維繫整體經濟發展之主要命脈。因此，國際經營環境之變遷屢屢牽動著台灣之經濟發展前途；尤其是近年來，國際間對於日益升高之環保與消費者保護要求，對於國際企業之經營者造成極大之衝擊；其中以要求產品製造人須得對消費者負擔無過失責任之規定，影響尤為深遠。故本研究乃先就「產品責任」之定義、認定基礎、構成要件等加以說明，並就國際間較先進國家之產品責任立法與執行之情形做探討，指出其對國際商業往來所造成之影響。並於最後提出企業在面對此一經營環境之改變時應有之對策：(一)建立產品安全管理機制，(二)依照 ISO 系列標準確立品質保證體制，(三)強化產品責任防禦機制，(四)產品責任保險，冀期能提供給企業在處理、面對此一課題時之參考。

## 壹、前言

自工業革命以降，科技的進步不僅帶動工商業成長、改變社會結構、製造之商品多樣化、新穎化、大量銷售及功能複雜化，同時亦造成消費者面臨在對於商品使用或安全性之資訊來源不易、消費者保護組織不夠、消費者無法抗拒生產者免責條款，一些不肖廠商提供不

---

\* 作者為本校國際貿易學系專任講師

安全之商品、不實廣告或標示，不公平的契約條款等等之窘境，結果使得消費者權益遭到不小的侵害。是故，各國基於消費者選擇自由理論之「消費者主權」(sovereignty of consumer)紛紛制訂各種保護消費者利益之法令。特別是自一九六二年美國總統甘迺迪在向國會所提出之消費者權利諮文中所明確揭櫫，消費者有四項基本權利：(一)追求安全的權利(the right to be safe)；(二)明瞭真相的權利(the right to be informed)；(三)選擇的權利(the right to choose)；(四)表達意見的權利(the right to be heard)，公開宣示保障消費者權利之基本政策後，保護消費者之觀念已蔚為世界之風潮，各國為建立消費者保護之體系，紛紛透過立法，為消費大眾訂定相關法規予以實際保護。如英、日及歐洲共同體之產品責任立法即於一九七〇年後相繼制訂。而聯合國則基於為建立消費安全之更長遠利益考量，以確實保護消費者利益，乃於一九八四年通過「消費者保護綱領」(United Nations Guidelines for Consumer Protection)，使消費者保護之理念成為全人類之使命與宣言。至於我國亦在各方關切下於民國八十三年一月十一日完成「消費者保護法」之立法(註一)，為我國在提昇國民消費生活品質、保障消費者權益之作法上，樹立一個新的里程碑。然在上述各種消費者保護之立法中，「產品責任」(註二)可說是整個消費者保護制度的核心，各國之立法不僅針對「商品製造人責任」制訂專章規範，對於攸關消費者健康及安全保障之商品消費，科以商品製造人相當嚴格之責任，同時更有以擴大其適用範圍，使經銷人及服務業亦列為應負擔產品責任之對象，期使消費者權益能獲得更大保障。如此一來，使得商品銷售過程中不僅製造人需要對消費者負責任，連帶地參與銷售環節之每一成員(如經銷商、代理商、運輸商、倉儲業者、包裝業者等)皆需對消費者負責，其雖對於消費者之保障固然是增加了，然卻大幅提昇了企業經營者之經營成本及風險。尤其是對於國際貿易之經營業者言，其所面對之困難與挑戰尤倍甚於僅單純從事國內交易之業者。故本文擬就消費者保護法中有關產品責任部份出發，探討其在國際商業往來中所造成之影響，而國際貿易廠商如何因應此一潮流之變化，

---

註一：該法於同年一月十三日由總統公佈正式施行。而「消費者保護法施行細則」，則於同年十一月二日發佈。

註二：產品責任，係由英文直譯之名詞，並無統一之名稱；故亦有稱為「產品責任」、「製品責任」、及「商品製作人責任」等，不一而足。有關之「product liability」一詞之中文名稱何者較為適當？可參閱焦仁和著「商品責任之比較研究」一書，第二章，頁三九～五六。

期使國際貿易之經營能在遵循消費者保護之前提下，檢討現有之生產、銷售及應變之策略，為日後之國際競爭厚植競爭實力。

## 貳、產品責任的基本概念

### 一、產品責任之意義

所謂「產品責任」又有稱為係「商品責任」、「製品責任」、「商品製造人責任」，然不論其稱謂為何？其主要係謂，基於供他人使用之目的，以科學、技術，為物品之生產或加工，並於物品交付市場銷售，為他人使用後，因該物品具有缺陷，致他人發生人格或財產上之損害，應由其生產或行銷體系之諸關連者，對受害人所負之損害賠償責任（註三）。亦即是，商品製造人或販賣者，因其商品瑕疵，致生損害於持有人或使用該商品之消費者或第三人，應負損害賠償責任。

產品責任之所以會成為民法體系上之一重要課題，主要係因科學技術之不斷突破，帶動了工商業的成長，致帶來社會結構持續變革、以及產品的不斷推陳出新。而大量生產以及企業化的結果，打破傳統自產自銷之產銷方式，使得社會之分工越精細，消費者與製造商之距離就越遙遠，產品之複雜性與危險性亦隨之日增，加以一般消費者對於其所消費之商品很少係購自於製造者之手，大多係購自於中介之廠商（如進口商、代理商、經銷商、批發商或零售商等），其本身又欠缺專門知識與技術，無從辨認商品是否有瑕疵（defect），以為預防措施，有時非經指示說明不能知悉商品之正確使用方法，非經警告不能避免商品之潛在危險，無形中更增加商品之危險性。因此，一旦所購之商品包含有瑕疵（或缺陷）極可能造成消費者、使用人（如買賣人之家屬、親友）或第三人之生命身體財產或其他權利有所損失；故對因使用有瑕疵商品而受有傷害者，應給予商當之賠償以保障之。

---

註三：朱柏松，商品製造人侵權行為責任法之比較研究，國立台灣大學法學叢書（五七），民國八十年五月初版，頁一五。

## 二、產品責任發展緣起

有關產品責任發展之歷史，最遠可溯至一八四二年英國法院所審理之 Winterbottom v. Wright 案件（註四）。然一般學者皆以產品責任之創始判例為美國之 Macpherson v. Buick Motor Inc.（註五），以及德國之合成鹽事件之判決（註六）。事實上人類社會對於商品可能引致傷害之注意，其實要比上述之時間要早。只不過起初之相關法律多係用以規範或禁止某些特定種類食品摻假或減低品質 (adulteration)，像英國亨利三世在一二六六年為管制不純商品 (impure food) 所訂立之「麵包及啤酒條例」(Assize of Bread and Ale)（註七），可說是其中最早之相關立法；直到一八六〇年之「食品及飲料摻假法案」(the Adulteration of Food and Drink Act)（註八）通過後方才出現針對一般性商品之立法。而且在一九六八年通過「製藥法案」(the Pharmacy Act)（註九），使法律規範之範圍擴大至藥品，不過此時法律所規範者主要係針對商品之摻假，而非係針對有瑕疵或具有危險性之商品。究其原因，殆與當時環境底下所交易之商品多屬一些比較不具傷害性的單調商品，如家具、衣服、烹飪器皿等，至於一般較具危險性之商品，如刀子、槍砲（尤其是手槍）等持有的情況並不普遍，且縱萬一發生傷害情事，亦泰半係因錯誤使用所引致。

直到近一百年來，因商品製造隨著科技文明的進步發展日趨精密，產品責任的糾紛訴訟才開始增加。由於商品的構造複雜，若非經指示則恐難以知悉正確之使用方法，是故，使得商品之危險常是屬於隱藏性、不易察覺的；不若以往之商品，消費者或使用者可以很容易地發現、察覺商品之危險。因此，消費者對於安全之預期及要求乃與此一時期發生之產品傷害一起增加，對於製造廠商所產製之商品要求其需符合一定之安全標準之呼聲甚囂塵上。因為

---

註四：1842,10,M &W 109, 152 Eng. Rep.402 本案係純粹自契約法觀點所為之判決。

註五：1916, 217 N.Y. 382, 111 N.E. 1050。

註六：係指德國帝國法院判例 RGZ 87,1。參照朱柏松教授著，商品製造人侵權行為責任法之比較研究一書第一章註二：本案法律事實為，某婦人自藥局購買由某製藥公司所製造的人工鹽 (kunstlich Satz)（係供藥用），結果因為鹽中含有玻璃碎片 (Glassplitter)，以致該婦女服用後受有損害，被害婦人直接以製藥工廠為被告訴請損害賠償，帝國法院本於侵權行為之理由，承認原告之所謂。

註七：Geraint Howells, Comparative Product Liability, Dartmouth, 1993, pp.3。

註八：同上註。

註九：同上註。

社會分工越精細，各人對於他人所精熟之部分往往即無從置喙，因此以往信賴機靈之消費者得以如銷售者一般具有判斷某一商品品質、效能及安全能力之「貨既出門，概不退還」原則（Maxim Caveat Emptor），已無法再繼續適用；消費者此時必須承認並接受其在此方面能力不足的事實，並依賴法律之保障以及期待製造商遵守相關標準要求了！

所以，隨著消費者對商品安全日益強烈的預期，使得產品責任之立法就格外地受到重視。

### 三、產品責任理論之演進

由於就產品責任與理論之發展而言，當推美國為最迅速、先進（註十）。因此底下乃以美國有關產品責任發展演進歷史中，其理論推演之過程作一說明，藉以瞭解各個不同時空情境下對於產品責任考量之影響因素。

依美國之產品責任歷史發展之過程，自工業革命開始以迄於今，殆可將其粗分為下列四個階段：

#### （一）第一個階段（十九世紀中期至二十世紀初期）

第一個階段係指十九世紀中期至二十世紀初期，在這個階段判定產品責任歸屬之最主要依據，乃是是否具有「契約相對性原則」（Privity of Contract）的問題。因此，非與販售者具有直接買賣契約關係之第三人若因使用該瑕疵商品致生身體或財產上之傷害時，則將因契約關係之阻絕，而使其將無法獲得損害之賠償。同時，此一理論亦造成受傷害之消費者或使用者僅得以向其直接之出售人（immediate vendor）求償，而無法向遙遠（remote）之出售人提出訴訟。此一時期之代表案例即為 Winterbottom v. Wright 一案，其影響極為深遠，幾乎可說是十九世紀有關產品責任訟案之權威判決。

#### （二）第二個階段

此階段是開始於紐約州法院在著名的 MacPherson v. Buick Motor Co.，一案中完全地

---

註十：徐當仁，梁愛雲，產品責任在美國兼論無過失責任，責任保險論文輯第一輯，財團法人中華民國責任保險研究基金會編印，民國七十三年九月，頁二八九。

推翻契約相對性原則的限制，而主張遙遠之販售人應負擔「過失責任」(Liability of Negligence)；亦即是消費者或使用人雖與該販售人間並無直接之契約關係存在時，若可證明該販售人就該瑕疵商品之販售有過失時，其即需對受傷害之消費者或使用人負賠償責任。在此一時期，販售人是否有過失已超越當事人間是否具有契約關係之考量。

### (三)第三個階段

第三階段是在 Traynor 法官針對 *Escola v. Coca-Cola Bottling Co.*, (註十一)一案提出之意見書 (concurring) 的情況下揭開序幕。Traynor 主張商品製造商對消費者或使用人所負擔之產品責任，應非僅係前述之過失責任，而應是嚴格責任 (Strict Liability)。其之該項主張不僅得到廣泛之認同與支持，同時亦影響一九六〇代初期之法院判決。特別是美國法律協會 (the American Law Institute) 在一九六五年之侵權行為法整編 (the Restatement (Second) Torts) 中納入其產品嚴格責任之精神成為其第四〇二 A 條之規定，使製造商不論本身有無疏忽，均需對產品瑕疵所造成之損害負擔賠償責任，以保護消費者的權益。因此一時期之考量癥結，即在商品大量生產以後，商品製造商在角色之扮演上具有下列之特質：(1)製造商具有較優於消費者之市場力量 (Market power)；(2)製造商要較一般消費者更有能力將其可能負擔之產品責任風險透過投保來進行轉嫁；(3)製造商要較一般消費者更有能力將商品有關之意外成本加以內化 (Internalize the costs of accidents associated with products)。

### (四)第四個階段

本階段係自一九六五年侵權行為法整編制訂後以迄於今，亦即是開始於將設計瑕疵 (defective design) 及警告義務 (duty to warn) 等觀念導入產品責任之案例中。然出人意外地其竟又回到傳統之過失責任之法律架構中。由於實施嚴格責任以後，製造商之責任加重，商品製造人爲求自何不得不在其生產及研發方面採取保守作法，並在行銷方面藉投保產品責任保險之方式來轉嫁風險，結果使得整個營運成本較以往大幅提昇，不僅造成投資的萎縮、經濟的蕭條，同時亦使得七〇年代後半期之產品責任保險的索賠案件大增，保險績效惡化，

---

註十一：24 Cal. 2d 453, 150 p.2d 436 (1944)。

保險公司乃紛紛禁止承保產品責任保險，縱或有承保亦大幅地提高保險費率，導致若干問題：(一)造成消費性產品及工業產品之價格上漲。(二)阻礙了新的有益的但具危險性產品的發展。(三)由於保費過高，使少有廠商甘冒鉅額賠償的危險。(四)對產品責任的過度反應，可能造成消費者權益不合理的減損。美國政府深感事態嚴重，為挽救此一頹勢，乃由美國總統福特下令組織「產品責任聯邦工作小組」(Federal Interagency Task Force on Product Liability) 研究產品責任之相關問題。根據這個小組的報告，商務部於一九七九年頒佈「統一產品責任法」(Model Uniform Product Liability Act)，供各州法院在進行產品責任訴訟裁判時之參考；該法案基本上是採取過失責任之法律架構，以認定商品製造人之責任，亦即僅就製造瑕疵，不問有無過失均需負責，但對於設計或及指示方面之瑕疵，只就可預見者負其責任。不過，該法案僅為一範例法，並不具強制拘束力，故美國大多數州迄今仍恪守「無過失責任」，以為商品製造人責任歸責之基礎，範例法中僅有若干個別條文為不同州所接納。

#### 四、產品責任之認定基礎

基本上認定產品之基準從上述之產品責任之演進來看，有下列四種：(一)擔保責任，(二)過失責任，(三)嚴格責任，(四)絕對責任。試分述如次：

##### (一)擔保責任 (Warranty)

「擔保責任」理論乃係由契約責任而來，商品買賣是屬於一種契約行為，出賣人必須保證其出賣之商品係符合雙方當事人在契約中所訂定之標準，亦即是對買受人負擔明示擔保 (express warranty) 責任 (註十二) 及默示擔保 (implied warranty) (註十三) 責任。只要是擔保義務違反，無論是明示或默示擔保責任，同時亦無論出賣人是否有過失，出賣人皆應對

---

註十二：依照美國統一商法之規定，所謂明示擔保，係指出賣人就買賣之商品為事實之確認 (affirmation of fact)、允諾 (promise)、或對商品描述 (description of goods)、或以樣品或模型 (sample or model) 表示買賣之商品，使成為交易基礎之一部份者，則出賣人應擔保其商品與所確認、允諾、描述、樣品或模型相符。此外，有關「額外書面保證」，亦屬於一種特別形式之明示擔保。

註十三：所謂默示擔保，乃係基於法律明文或默認所生之擔保責任。其與明示擔保所課予出賣人之責任雖無差異，然默示擔保責任並未具絕對性，出賣人仍得以特約免除之，而明示擔保責任則不可；故其對買受人之保護，實不及明示擔保責任。

買受人負責賠償。因此，若買受人因使用或消費該商品而受有損害時，即得依契約主張不完全給付或瑕疵擔保責任。此一制度最大之優點在於出賣人應負無過失責任（物之瑕疵擔保責任）或對於不完全給付之不可歸責事由，原則上應負舉證責任。但卻也存在了下列二項重要缺點，使得消費者無法獲致真正的保障：(一)由於廠商（或出賣人）經常濫用契約自由，利用定型化契約免除或限制其在法律上所應付之責任，剝奪買受人請求救濟之權利。(二)對於因使用商品而受有傷害之人若非屬契約之當事人，則其將無法主張契約法上之救濟。此一結果將使消費者在商品之設計製造愈趨機密專業、產銷通路愈趨綿長的今天，無法對真正之商品製造商（亦即遙遠之出賣人）求償，且又面臨直接之販售人利用契約條款排除其擔保責任之窘境。是故，為解決此一問題，目前各國改進之道有：

(1)免責條款之限制

關於定型化契約條款之規範，除於司法審判上予以控制外，參諸各國法制，其大多立有明文加以規範，藉以保護市場談判力量 (market power) 較處弱勢之消費者，如德國有一般交易條款規制法 (AGBG)；英國有不公平條款法 (Unfair Terms Act, 1978)；美國有統一商法典 (U.C.C. 2-302) (註十四)。而我國之消費者保護法亦立有專章（第十一條至第十七條），對定型化契約之條款加以適當之規範，同時更於施行細則第七條規定，企業經營者之無過失責任，不得預先約定限制或拋棄，以落實對消費者之保護。

(2)契約關係外第三人保護制度之建立

由於大量消費之市場行銷，消費者欲舉證製造廠商在商品之設計生產包裝或行銷過程中違反所謂之注意義務，常常是有困難的。故美國法院為保障大多數消費者之權益，乃於一九三二年華盛頓州最高法院之 *Baxter v. Ford Motor co.*, (註十五)一案中將「擔保責任」法律關係排除「契約當事人原則」之適用。其後更於一

---

註十四：王澤鑑，商品製造人責任與消費者之保護，正中書局，民國七十一年二版，頁一四四。

註十五：168, Wash. 456. 12 p. 2d, 409. 1932。



九六〇年紐澤西州最高法院之 *Henningsen v. Bloomfield Motors Inc.* (註十六) 一案中以「默示擔保責任」之法理，擴張對消費者之保護。主張商品由製造商推銷至消費市場後，商品製造人之擔保責任是跟隨商品而存在的，亦即銷售過程中最後購買的消費者仍可向製造人主張默示擔保責任，要求該商品應具有：一為該商品品質於適用通常之用途時，應具備安全性，即有一定之功能性 (fitness) 及商銷性 (merchantability)；二為適於特別目的用途之默示擔保責任。同時，此一擔保責任不僅適用於買受人，更擴大適用於買受人之家屬、朋友、訪客之身體或財產；並進一步免除消費者對商品製造人過失行為之舉證責任，消費者僅需證明商品製造人違反義務之事實即可。

#### (二)過失責任 (negligence)

在英美法律中，一般以為「產品責任」係從傳統的侵權行為理論所延伸出來，若商品之危險導致他人或第三人之損害，則應以「侵權行為責任」規範之，就製造商之行為是否故意或過失造成消費者損害，來認定損害賠償之問題。至若因商品本身所生之損害則應屬「契約關係」範疇中「瑕疵擔保責任」之規範範圍。早期有關產品責任之案例，大多是以契約關係作為認定之論據。然此一觀點卻使得製造商縱使有過失致商品含有瑕疵，造成契約當事人以外之第三人受有損害時，製造商對於該第三人可不負賠償責任(註十七)，對於契約關係以外之消費者而言，顯然不足以保障其利益。故其後在一九五二年 *Thomas v. Winchester* (註十八) 一案中紐約最高法院認為，只要製造商因其過失而致使消費者有固有危險 (inherently danger) 或急迫危險 (imminent danger) 者，契約關係人以外之第三人仍得向製造商請求賠償；亦即商品製造人若違反注意義務致其產品對消費者造成傷害時，對於非直接買受人亦負過失責任，排除契約責任中規定之「契約當事人原則」。因此，商品製造人、零售商或商品提供者，因商品之瑕疵對於無契約關係之第三人造成傷害，亦可依「產品責任」課予責任。其後在一九一六年 *MacPherson v. Buick Motor Co.*，一案中，紐約州法院更進一步將產品

---

註十六：32 N.J. 358,161 A. 2d 69, 1960。

註十七：Prosser & Keeton, Torts, at 681. (1984)。

註十八：6 N.Y. 397, 408, 57 Am. Dec. 455 (1852)。

責任課予所有提供商品之人，對於合理預見之第三人所受損害負責；雖然貨品本身並不具有固有的危險性，亦會對消費者造成身體或生命危險時，商品製造人對其過失行為亦需負擔賠償責任；亦即是將商品之範圍擴大，不再侷限於有危險性之毒物或爆炸物，而製造人對於第三人應負高度之注意義務，任何有瑕疵之商品，如係因過失所致者，製造商不得免除其過失責任（註十九）。此種以過失要件為前提，使製造商必須對買受人以外之第三人負賠償責任之見解，即為製造商之過失侵權責任理論。

基本上，商品製造人對商品之過失行為大致可分類如次（註二十）：一因製造過程之過失；二因設計上之過失；三因檢驗上之過失；四未給予警告之過失。然不管製造商之過失係屬何一種類，一般消費者若欲主張「過失責任」，就必須對製造商之過失負舉證責任；亦即消費者必須對於商品之設計、製造過程、檢驗程序是否未盡相當注意義務，參考當時社會之科技水準、經濟成本等影響商品製造人注意義務的重要因素，並透過學者專家或專業人士之證詞，如此法院亦才有充分理由判決商品製造人應負賠償責任。惟此在商品複雜的產銷過程中，消費者欲證明商品製造人於製造過程中有過失，實有困難。是故，美國法院為避免消費者舉證之困難，於是創立了「事實本身證明過失」（*res ipsa loquitur*）之原則，只要具備下列三要件即可適用該原則：(1)被告對於造成損害之貨品有絕對之控制；(2)若無被告之過失，意外事故通常不致發生；(3)被害人本身並無任何過失（註二十一）。此一法則雖對於修正商品過失責任理論之缺點，甚有助益，可避免消費者因舉證困難而敗訴；然商品製造人在「事實本身證明過失」之原則下，只要能夠舉反證證明自己並無過失，不符過失責任之要件，其即可不需對於受害者負責。是故，對於商品受害者而言，其仍有可能無法獲得賠償。

### (三)嚴格責任 (strict liability)

「過失責任」之理論基礎，主要係在社會常態下，若能盡相當之注意即足以防止損害之發生。故對於不盡其注意義務（如過失）者，應負擔賠償責任。至於「擔保責任」則是當製造商將商品置於市場銷售而商品瑕疵造成消費者生命財產危險時，不論製造商是否有故意或

註十九：Prosser & Wade & Schwartz, Cases and Materials on Torts, at 738。

註二十：劉文琦，商品製造人責任之研究，東吳法研所碩士論文，民國八十四年六月，頁二四至二六。

註二十一：Epstein, Modern Products Liability Law, p.31(1980)。

過失，均需對其所造成之損害責任。然在此科技文明進步之社會環境中，產品之生產愈來愈趨多元化複雜化，使得不可預料或不可控制之危險日益增加。因此就商品使用所造成之危險，使消費者在舉證上亦可能將因多數加害人共同造成一個損害或說定損害是否確實因加害行為所致等產生困難（註二十二）。是故，法院基於社會衡平責任，要求製造商應負「無過失責任」。

基本上，在「嚴格責任」下，有關損害之發生並不得逕以認定係屬企業經營者之過失以致之。因為在目前之經濟社會中，因產銷分工之故，商品在工廠製造完成後，交由大盤商、中盤商、零售商再送到消費者手中，其若因瑕疵而造成消費者之損害，此時製造商之行為並非直接造成損害之原因。若果真是屬製造商之過失所造成，但新產品在開發過程中，往往利用高科技之儀器設備，生產過程由設計到成品提供為消費者使用，其間涉及許多之關係人參與，故商品之瑕疵究係在產銷過程中哪一階段所造成，以一般之技術認知是很難確實地驗證，更遑論由受害人來舉證造成損害之人的行為係屬故意或過失。更何況，若干商品，尤其是科技性產品，其本身即存有科技上所無法克服或控制之危險，然衡諸社會利益之考量，確有對該商品之需要時，若仍囿於「過失責任」之認定以規定企業經營者，則恐無法確實反應現實社會之需要。因此，「嚴格責任」乃跳脫以往之框架，認為危險物之所有人或管理人應對於危險所生之損害負擔賠償之責任，不以其是否有違反義務為必要，亦不囿於當事人間是否存有「契約信賴關係」。

#### (四)絕對責任 (absolute liability)

基本上產品責任之歸責之基礎，是製造商之商品有瑕疵致使用者造成傷害。然在很多之意外事件中，商品本身雖無瑕疵，但卻無辜地成為意外事故之代罪者 (innocent agents)。舉菜刀為例，其可能在烹飪切菜時因菜刀之瑕疵造成一家庭主婦之受傷，亦有可能菜刀本身並無瑕疵但卻在謀殺過程中造成該婦人之受傷害。其間不管婦人受傷之原因為何？只要婦人遭受傷害即應給予補償，商品（亦即此例中之菜刀）是否有瑕疵，在所不問，此即所謂之「絕對責任」。像紐西蘭的產品責任制度就非常接近絕對責任之概念（註二十三）。事實上在

註二十二：同註二十，頁三三。

註二十三：同註七，pp.13。

美國，某些州之法律就某些特殊商品已有自「嚴格責任」轉為「絕對責任」之傾向，最有名之案例即為 DES 案，一九五六至一九七二年間，美國有至少二十四家藥廠生產一種防止流產之藥物，名為 Diethylstilbestrol 簡稱 DES。在一九七二年，醫學界發現母親曾於懷孕期間服用該藥之婦女，有罹患「陰道癌」之傾向，而是否患有此癌症需俟該女子長成後方能確定。因此服用該藥物至損害之確定至少間隔十五年左右，目前美國仍有許多為 DES 而纏訟之案件。惟受害人於提出訴訟時，多已無法確切指認當初所服藥物之廠牌，以致不得不以所有生產該藥物之製造商列為共同被告。其間雖有若干州法院拒絕審理此類案件，然亦有如紐約州上訴法院及加州最高法院等支持此類案件之法院，主張某些廠商必須就與其商品無關之損害負責（註二十四）。是故，此一歸責論據之基礎主要係基於福利法制之觀點出發，不管損害發生之原因為何？皆應對受到損害者補償。

## 五、產品責任之構成要件

對於產品責任歸責之基礎一如前述，然各國為有效解決消費者因使用商品所可能造成之損害問題，擴大對消費者權益之保護，乃紛紛對商品製造人課以無過失責任。在無過失責任之基礎下，基本上具請求權人需符合下列要件方得對商品製造人主張產品責任：(一)具有瑕疵之商品；(二)瑕疵商品造成消費者或第三人生命、身體、健康、財產之損害；(三)瑕疵商品與損害間需有相當之因果關係。茲詳述各要件如后：

### (一)具有瑕疵之商品

首先有關「商品」其範圍如何？有規定凡屬自然產物、工業產品、新製品或加工產品，不論係屬動產或不動產均在包括之範圍內（註二十五）。然亦有對其中之第一次農產品及畜產物（註二十六）以及包括血液等之人類器官加以排除者（註二十七）。至若根據最廣泛之範圍來

註二十四：同註十，頁二九三、二九四。

註二十五：依 Convention on the Law Application to Products Liability 1973 第二條，及 Strasbourg Convention on Products Liability in regard to Personal Injuriey and Death 第二條之規定均屬之。

註二十六：依 Richtlinie des Rates vom 25 Juli 1985 zur Angleichung des Rechts und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Haftung für Fehlerhafte Produkte（「關於瑕疵產品之加盟國法律調整之 EG 關係理事會指針」）第二條規定。但該指針第十五條第一項亦規定，關於第一次農產品及畜產物，加盟國得以其國內法規定將其視為「製造品」。

註二十七：Model Uniform Product Liability Act § 100-C。

加以界定的話，則連一般出版品所致之損害，亦應可當為商品製造人責任之對象（註二十八）。而我國之消費者保護法，對於商品並無如外國之立法例有明確定義，為避免引起適用上之爭議，於是乃特別參照日本製造物責任法案，將動產與不動產一併納入商品之範圍，於消費者保護法施行細則第四條規定：「本法第七條所稱商品，指交易客體之不動產或動產，包括最終產品、半製品、原料或零組件。」由此可見，國際間對於產品責任所適用之「商品」範圍，並不相同。

儘管各國對於商品範圍之定義不盡相同，然對於產品責任歸責要件卻是一致的，亦即要求商品需存有瑕疵。所謂「瑕疵」(defect)，乃考量產品之特性、通常可預見之使用型態、及製造業者等交付該產品時其他產品之情事，在(1)產品之展示；(2)依公平方式可期待之產品使用；(3)產品上市之時點；若產品未提供可合理期待之安全或不符合消費者之預期，對於最後使用者或消費者之人身、財產具有不合理危險(unreasonably dangerous)者，謂之。至於瑕疵之種類如下：

#### 1. 製造上之瑕疵(Manufacturing defect)

所謂製造上之瑕疵，係指造成傷害之商品並無設計上之錯誤，但卻因製造或生產過程中之因素（如品質管制或檢查上產生錯誤），使該商品不符合製造商原先所預定之品質與規格（註二十九）。此種瑕疵，主要係因為生產或製造過程中之問題，使得造成傷害之產品與其他同類之產品有所不同，故只要與同類產品加以比較，便可以很容易發現其瑕疵之存在。例如發生爆炸之香檳酒或是汽水瓶，在外觀上與其他同類型之瓶子完全相同，其所不同者，僅在於發生爆炸之瓶子可能在製造過程中發生疏失，又未能於品管檢查時予以剔除，以致於使得這些製造或生產過程中之瑕疵造成消費者之損害（註三十）。

基本上，對於造成危險的產品，製造人負有義務作適當的檢查或測試工作。製

---

註二十八：同註三，頁一六。

註二十九：施柏宏，論消費者保護法之商品無過失責任，東海大學法研所碩士論文，八十四年六月，頁七六。

註三十：詹森林，馮震宇，林明珠，認識消費者保護法，行政院消費者保護委員會編印消費者保護叢書之一，民國八十四年二月，頁四二。

造人之義務視該產品可能發生危險之高低而定，危險發生可能越高則所負責任就越重，而且對於使用該產品可能造成損害之任何人，均要求製造人有注意義務。特別是商品製造人將產品置於市場上，因消費者之使用而獲利時，自當對於最後使用之消費者因產品在製造過程中未盡合理之注意義務所生瑕疵、負損害賠償責任。

## 2. 設計上之瑕疵 (design defect)

所謂設計上之瑕疵，係指造成傷害的產品與其他同類產品完全一致，並未有因為生產製造而發生之差異存在，而其之所以發生損害，乃是因為商品設計不良所致。其中又可以分為商品有結構上（或根本上）之瑕疵與缺乏安全裝置。前者如小孩之衣服未做防火處理、椅子設計不足以支持重物、舞臺設計不當而倒塌、汽車油箱設計不當，致撞擊就會導致油箱失火等。後者如車床未裝置自動停止裝置以防止意外發生（註三十一）。

基本上，製造商應製造合理安全而具有目的功能的產品，故其對於商品之設計（包括對於商品安全性）應負注意之義務。然此亦非要求製造商需設計完美且絕對安全之產品；產品是否具安全性？係以同類產品之安全產品作為設計標準。亦即製造商之產品設計注意義務標準端視該產品是否已具備相當之安全措施而定。若產品本身之危險已非常明確，一般人皆知曉者，製造人即不需負設計更安全的措施之義務。但對於產品之安全設計未盡合理之注意義務，導致使用人發生損害時，製造人對於可以預見之使用人應負賠償責任。是故，就商品製造人之設計注意義務言，其乃以產品設計上「預定之使用範圍」（intended use）為限，超過目的性使用時製造人即不需負責任（註三十二）。

## 3. 指示上之瑕疵 (failure to warn)

所謂指示上之瑕疵，或稱為缺乏警告標示，係指商品雖然並無設計上或製造上之瑕疵，但是卻因為商品具有特殊性質或特別之使用方法，若不遵照特定之方式加

---

註三十一：同上註，頁四一。

註三十二：同註二十，頁二四、二五。

以使用，即易造成傷害，但是商品製造人卻未為適當之警告，亦未為適當之指示或說明，而使消費者因為未符合該商品之使用方式而加以利用，致遭受損害（註三十三）。雖然指示上之瑕疵並非產品之製造過程或設計本身有瑕疵，但一般普遍認為製造人對不合理危險之產品有警告義務，若違反此一義務，即認係該產品具有瑕疵。例如，對於具有揮發性特質之溶液，如酒精、油品等，並未在包裝上標明勿近火源，致消費者在使用時因接近火源而被灼傷；未在清潔劑上標明遠離兒童，而被小孩子飲用造成傷害；未在藥品上說明使用方法，而使消費者服用過量造成副作用等（註三十四），皆為適例。此外，須特加注意者，一般皆視產品與包裝為一體，所以包裝不良所致之危害即等於產品之瑕疵，是故，警告義務亦應慮及因包裝不良所可能致生之危險上。例如，碳酸飲料（如汽水）裝於玻璃瓶中，於一定低溫下易產生爆炸之傷害，此常識並非一般人所熟知，故企業經營者亦應對此提出警告，否則即屬產品有指示上瑕疵（註三十五）。

商品製造人對於其所產製商品已知悉或應知悉對使用之消費者存有不合理之危險，而卻未予適當之警告或使用上之說明，致造成消費者損害時，就製造商怠於給予警告或說明之行為即為過失行為，其應對其過失負責。然若產品本身或產生之危險係眾所皆知者，製造人可以不為警告（註三十六）。

#### 4. 科學上尚不能發現之瑕疵 (defect scientifically undiscoverable)

所謂科學上尚不能發現之瑕疵（註三十七），亦有稱為發展上之瑕疵，係指商品之製造雖以符合當時之科技狀況 (art of state) 與水準，但日後仍不免發生瑕疵，或該商品雖對於常人並無危險，但對於某些特殊人卻可置於死地者，稱之（註三十八）。例如疫苗或藥品即為適例。此種瑕疵在人類步入科技社會之際，尤顯重要。

---

註三十三：同註三十，頁四二。

註三十四：同註三十，頁四三。

註三十五：同註二十九，頁七八。

註三十六：see Gibson v. Torbest, 88 N.W. 443(1901)。

註三十七：王澤鑑，商品製作人責任，民法學說與判例研究，第一冊，頁三六四。

註三十八：林益山，商品責任及保險與消費者保護，六國出版社印行，民國七十六年八月，頁一七九。

因為許多科技性產品對於人類之影響，並不是立即可以得知，而係需俟若干年後方得發現其所造成之影響。例如，美國有關石棉會致癌症之案例，經過十年方始獲得醫學證實；美國婦女使用避孕裝置銅七 (Cooper 7) 造成傷害之案件，也是歷經一段時期方始獲得證實（註三十九）。然對於此種瑕疵所造成之損害，製造商是否需負賠償之責？國際間並未有一定論。有基於公共政策之理由，期使消費者權益獲得較大之確保而認為製造商應負責，因製造商可透過責任保險與價格機能將風險分散出去；亦有謂製造人僅就其可預見之發展危險未為適當之警告時，始對因之而生之損害負責；然為基於鼓勵科技發展及產品開發之立場，使科技發展與新產品之開發能得到積極之鼓勵，同時對於消費者之權利亦能妥善加以保障，只要產品已符合當時科技與專業水準者，即不認係具有安全或衛生上之危險，期能透過更多、更新之開發與發現以促進社會更大之福祉，乃由國家透過立法之方式，將製造商對此一瑕疵之責任明文加以排除，例如歐洲共同市場之產品責任指令即是一例；另如我國之消費者保護法，則是於施行細則中予以排除。

#### (二)瑕疵商品造成消費者或第三人生命、身體、健康、財產之損害

產品責任發生之第二個要件，即瑕疵商品造成消費者或第三人生命、身體、健康、財產之損害。製造人對於其所產製之商品，因其瑕疵致造成他人之損害，不論是否為與其有契約關係之當事人，即便是非產品購買者或使用之第三人，一般認為只要其之出現係製造商能合理預見者，都可以要求製造商負「嚴格責任」（註四十）。

歐市準則第一條規定，「產品製造人就因其產品之瑕疵所引起之損害，應負賠償之責。」同時第九條規定，「第一條所稱損害，包括：(1)因死亡或傷害所引起之損害。(2)瑕疵產品以外之物之毀損滅失。」德產品責任法第一條第一項規定：「如因產品之瑕疵致人於死、傷害其身體或健康，或物之損害時，產品之製造人有義務，賠償受害人因此所生之損害。於物之損害，僅於瑕疵產品以外之物受損害，而此其他物依其種類，通常係供私人使用消費，並主要係由受害人使用者，始適用之。」日本製造物責任法第三條規定，「製造業者等所為製

註三十九：同註三十，頁四三。

註四十：see *Elmore v. American Motors Corp.*, 451 p.2d 84 Cal.1969。



造、加工、輸入或前條第三項第二款第三款之姓名等記載之製造物，因交付物之瑕疵而侵害他人之生命、身體、財產時，應負損害賠償責任。但此項損害僅發生於製造物時，不在此限。」至於我國之消費者保護法第七條亦規定，從事設計、生產、製造商品或提供服務之企業經營者應確保其提供之商品或服務，無安全或衛生上之危險；若其所提供之商品或服務具有危害消費者生命、身體、健康、財產之可能，致生損害於消費者或第三人時，應負連帶賠償責任。由上述各國法之規定可知，欲對責任製造人主張產品責任的話，除需證明其所產製或提供之貨品有瑕疵之外，尚需證明該產品瑕疵造成原告生命、身體、健康或財產方面之損害才可。

損害賠償之類型，一般分為財產上損害、非財產上損害與經濟上損失等三類。然在此一情況下，因使用瑕疵產品致造成損害之原告，其所得主張損害賠償之範圍究為何？傳統上習慣法故意或過失責任之請求損害賠償範圍，僅限於人身傷害與財產上損害。非財產上損害，必須法律有明文規定時才能請求，此一部份在各國之立法例上，並不一致。美國法院通說認為，在商品事故所引起身體傷害之情形，被害人自可請求精神上之損害，惟對於單純精神上之痛苦，則不可請非財產上之損害賠償（註四十一）。至依歐市準則之規定，則委由各會員國自行斟酌是否准予精神賠償；故在德國即明確規定產品無過失責任對於死亡及傷害之賠償範圍，被害人不得請求非財產上之損害，故其若欲請求精神慰撫金，則只能依其契約責任或一般侵權責任求償。至於所謂之「純粹經濟上損失」，係指對於被害人之人格財產並未必然現實地造成傷害，但因為有缺陷之物存在，以致對於被害人之財產狀況造成損害的情形（註四十二），如物體本身之修繕費、更換瑕疵品之成本等費用皆屬之。此種純粹經濟上之損失，一般多只有在契約上明示或默示擔保時，方得請求（註四十三），其是否得依無過失責任請求損害賠償？依美國實務通說見解認為，產品責任係在保護消費者之人身及所有權不受侵害，然就純粹經濟上之損失言，其並非所有權被侵害，故不得依無過失侵權責任請求損害賠償，其僅

---

註四十一：同註二十九，頁一一二。

註四十二：朱柏松，消費者保護法商品製造商人責任規定之適用與解釋，台大法學論叢，第二十四卷一期，頁三九五。

註四十三：同註二十，頁九六。

得依契約關係尋求救濟（註四十四）。至於歐市準則中，對此並未明文規定，惟從其第九條以明白對於損害有嚴格界定之立場以觀，似應被認為係加以排除（註四十五）。

（三）瑕疵商品與損害間需有相當之因果關係

構成產品責任之要件除須商品有瑕疵及須發生損害外，尚須商品瑕疵與損害間具有相當之因果關係方可。所謂相當因果關係，係指無此行為，雖必不生此損害，有此行為，通常即足生此種損害者，是為有因果關係。無此行為，必不生此種損害，有此行為，通常亦不生此種損害，即無因果關係。一般若欲判斷被告是否需負故意過失行為下之損害賠償責任，除需證明被告之行為可歸責外，尚需視被告之加害行為與損害之結果是否存有因果關係，才能認定被告損害賠償之範圍。而就大部份案件之因果關係言，多可由案例事實很清楚地加以判斷，藉此法院即可以直接進行判決，此亦即所謂之「明顯證據案例」（*prima facie case*）。但在認定產品責任之因果關係時，卻常因科技水準之進步及行銷之多元化，致製造商之行為與損害間是否存有因果關係？有時係相當模糊。故在產品責任訴訟中，消費者是否能成功地舉證因果關係，即往往成為消費者是否能獲得勝訴判決之重要關鍵！

理論上，有關產品責任中過失責任之部分，其因果關係判斷之重點，在於決定被告對於損害結果之預見可能性；至於其中有關嚴格責任之部分，因果關係之認定，則傾向於以政策之考量來決定被告是否應對損害結果負責。然在實際運作上，法院即常利用本益分析（*cost-benefit analysis*）理論來判斷「產品設計瑕疵」與損害結果間是否有因果關係。亦即透過下列六個判斷因素<sup>(1)</sup>產品之用途及對社會大眾之功能。<sup>(2)</sup>產品造成傷害之可能程度。<sup>(3)</sup>是否有其他可替代之更安全物品。<sup>(4)</sup>製造商是否能以合理之費用排除危險且不減少物之品質。<sup>(5)</sup>使用者能對顯而易見之行為顯有避免之能力。<sup>(6)</sup>製造商能藉由價格或保險分擔損失之可能性（註四十六）。若一旦法院認為製造商防止損害發生之成本小於產品造成傷害之可能性與嚴重性時，則認為商品製造人之設計有瑕疵，與損害之結果存有「因果關係」，故應負產品責任。至於就產品製造上瑕疵之因果關係之判斷，法院多係由同種類之產品相比較，若製造產

---

註四十四：王澤鑑，商品製造者責任與純粹經濟上損失（下），法學叢刊第一五七期，頁一六。

註四十五：同註二十九，頁一一〇。

註四十六：see *Brien v. Muskir Corp.* 94 n. j. 169; 463 A.2d, 298, 1983.

品具有「危險性」，即認係有瑕疵。至所謂「危險性」之定義，乃係法院在考慮產品設計當時環境與知識水準下，合理之人若知其危險，將不會將物品放置於交易之市場。所以，商品製造人製造之商品若具有「危險性」而導致損害時，商品製造人之行為即與損害間就存在有「因果關係」。而指示上瑕疵之因果關係之判斷，法院通常係依當時之知識水準來認定製造商是否知悉其商品所具有之危險，若製造商已知悉危險，怠於警告（或指示），致生消費者損害，即可認定製造商之行為與損害間存有「因果關係」，商品製造人應對消費者負擔賠償責任。然依現行之產銷方式，特別是在大量消費的市場，產品責任損害原因之造成往往非係由商品製造人所單獨造成，產品在經由批發商及零售商之後置於市場供消費者選購，其間若生損害，則往往很難去斷定係哪一環節導致損害之發生，以及究應由誰負責任？是故，欲處理此種由多數原因介入所致生損害之問題時，有關「因果關係」之認定，即成為斷定誰應為損害賠償人及損害賠償範圍之依據。目前對於此種多數因果關係之判斷 (concurrance cause) 有下列幾種理論：

1. 可預見性 (foreseeability)

所謂可預見性，係指行為人對於損害或損害發生之方式，行為人有預見之可能。至於如何判斷該行為人係具有預見之可能性，則可依美國侵權行為法整編第四三五條之規定，對於損害或其發生之方法，於下列二種情形有預見可能性 (1)如果行為人之行為係造成損害之重要因素，雖然行為人對於損害程序或發生損害之方法不能預見，行為人不能因而免責；(2)當損害發生後，由事實判斷，行為人過失行為雖非損害之法律上原因，但法院認為係行為人致生之損害超越常理，行為人仍須負責（註四十七）。

2. 替代原因 (intervening cause)

所謂「替代原因」，係指第三人之行為或其他外力介入，使得代表先前產生損害重要因素的過失行為被這些外力取代，而不須不負責。故一旦消費者之生損害，

---

註四十七：see Restatement of the Law, Second Torts § 435. "Foreseeability of Harm or Manner of Its Occurrence"。

係由除製造商以外之第三人行爲或其他外力等二個以上原因所共同造成之結果時，就須依替代原因理論來判斷真正損害發生之原因。基本上，製造商是否須對消費者之損害負責，可由上述之可預見性理論來加以判斷；然若有其他因素介入時，該因素可否成爲替代原因，而使製造商爲主張免責之依據，可依美國侵權行爲法整編第四四二條規定作爲判斷參考之標準，(1)介入者造成損害之事實與行爲人原來過失行爲所致之損害事實種類不同；(2)發生之事實或損害之結果係與正常環境產生的結果非常不同；(3)介入之外力與行爲人過失行爲所致之結果不同，另一方面外力產生之事實非正常情形下產生之事實結果；(4)外力介入是由於第三人之行爲或不作爲所引起；(5)介入之事實爲第三人該向損害人賠償之事實；(6)第三人錯誤之行爲產生介入之原因，而該行爲已經達到可罰之程度（註四十八）。

### 3. 市場佔有率 (market share)

由於消費者對於若遭遲延性之損害時，往往會出現舉證困難之問題。尤其是某些特定商品之製造如有許多之製造商在從事時，消費者除非固定消費某一廠牌之商品，否則常在相當期間過後即無法確認其購買之商品究係由哪一廠商所產製？因此即很難確定損害之肇因人。故乃有以市場佔有率做爲致生消費者損害因果關係認定之理論依據。因爲此一現象乃係複雜工業社會之後果，配合社會現實，而對不敷需要之過失責任補充之嚴格責任，亦需調整其因果關係規則；亦即認爲製造商較消費者有能力發現及防止瑕疵且較有機會將風險分散，基於賠償義務乃係安全性提高之刺激，而要求被告應負舉證之責任，只要原告所控訴之廠商，其市場佔有率佔有重要之比例，個別製造商即依其市場佔有率負責；亦即是以市場佔有率爲個別廠商負責之指標，以認定其產品造成消費者損害之可能性。一九八〇之 *Sindell v. Abbott Laboratories*（註四十九）可說是首開市場佔有率理論之先例，美國加州法院放棄原有之因果關係認定規則，而以製造商在市場上販售藥品之佔有率，認定製造商之行

---

註四十八：see Restatement of the Law, Second Torts § 422.

註四十九：26 Cal.3d 588,607 p.2d 924, 163 Cal.Rptr.132(1980)。

為與原告損害之結果有因果關係，而為原告勝訴之判決。其間雖有學者對其因果關係之論證方法有所批評（註五十），然在美國其他法院同採市場佔有率責任之判決卻是不斷出現。可見此種依據服藥當時之市場佔有率，製造人依比例分擔賠償金額之判決，推翻了原告必須對因果關係為舉證之傳統理論，實屬為保護消費者權益而為之歷史性創舉。

## 參、國際產品責任立法之調和

### 一、涉外產品責任之法律適用

產品製造人因產品瑕疵，致加損害於買受人或第三人時，受害人究應依據何種法理以請求損害賠償，契約債務不履行？抑侵權行為？更有進者，倘此種依同一法律事實，於同一當事人間具備二個以上之法律要件，成立有同一目的之二個以上請求權狀態，其究應解釋為法條競合，而認為債務不履行責任具有特殊性，應排除侵權行為法之適用；抑解釋為請求權競合，而認為如無特別規定，有請求權之當事人得擇一行使之？此乃係屬於法律關係之定性問題，依通說應採法庭定法以解決之（註五十一）。然法庭地之相關規定如何？因各國法制未盡相同，故一旦在產品責任之訟案中有涉外之因素介入時，勢必使整個問題益形複雜。因此對於在國際間若生產品責任糾紛時，準據法之選定即是一個首先須要解決之問題，以下乃就美國國際私法、一九七二年海牙商品責任準據法公約以及國內之國際私法中有關對產品責任準據法之相關規定作一探討。

#### （一）美國之法制

美國係一聯邦國家，各州之法權自主，不僅各州之實體法規定不同，同時其國際私法之規範亦殊異。然就產品責任言，其在無過失責任開始發生以前，關於責任之準據法，各州在

---

註五十：黃立，論產品責任，政大法學評論第四十三期，頁二三六。

註五十一：劉鐵錚，論產品責任之準據法，新編國際貿易與司法實務，司法通訊雜誌社印行，民國六十八年七月，頁一五八。

適用時，尙未出現太多之問題。蓋當受害人係買受人時，則其得依契約債務不履行之法理，依契約對出賣人請求損害賠償，而此時所應適用之法律，一般多係以契約之訂約地法為準據法；致若受害人並非係直接之買受人時，則其可依據過失主義之原則，向商品製造人請求損害賠償。因過失行爲係一侵權行爲，故美國大多數州所適用之準據法爲侵權行爲地法。

然自產品責任改採無過失主義以後，就處理此類案件即趨於複雜。因無過失責任究應視爲屬於侵權行爲抑屬於契約之範圍，並不明確；如將產品製造人所負之無過失責任定性（註五十二）爲侵權行爲，則法院當然適用損害發生地法（即侵權行爲地法）；但若將其定性爲契約，則應適用締約地法。此一法律適用原則，雖有易於適用、簡單與便利之優點。然其可能出現，依此一原則所決定適用之法律，有時與當事人間之法律關係並無實質重大牽連，其乃是偶然所出現之結果。因此不論是以侵權行爲地法或契約締約地法為準據法，其不僅不能促進該州立法之目的，且有時常損及有更重要牽連法域之正當立法政策（註五十三）。是故，美國一些州乃試圖以法庭地法代替行爲地法之適用，努力避免不合理結果之產生。因此，在一九七二年美國法學會（American Law Institute）所編訂之第二次國際私法新編（Restatement, Conflict of Laws Second, 1972）中，原則上廢棄了行爲地法主義，而改採一種較具彈性之彈際私法原則—最重要牽連（the most significant relationship）說，亦即以與事件及當事人最具關連關係之州決定侵權行爲當事人之權利義務（註五十四）。此種新的國際私法規則，以較具彈性之最重要牽連主義取代剛性之行爲地主義，似更符合國際私法上選擇案件準據法之原則，使得關係最密切國家之法律得以做爲裁判案件之準據法律。基本上，依此一方式所確之之準據法可以避免以前在選法時所產生適用偶然無關係法域之法律的窘境。此外，在適用最重要牽連主義以確定準據法時，法院不僅應考慮與案件有關之各種牽連因素，同時亦應慮及每一牽連因素之重要性，俾以決定孰爲最重要牽連之法域。雖然其間不免發現有關係國利益衝突之問題，但在經利害（或功能）分析之後，不僅該一棘手問題迎刃而解，同時亦較以往更能避免剛性法理所出現過於武斷之現象，而更能符合公平正義以及當事人之

---

註五十二：所謂定性，即關於法律關係之性質，及其法律名詞之命意，究應依何種法律而確定之謂。

註五十三：同註五十一，頁一五八。

註五十四：see American Law Institute's Restatement of Conflict of Laws § 379(1972).

合理期待。因此，採取最重要牽連主義對解決產品責任訟案之準據法問題，不僅有效地越過產品責任之定性爭論問題，同時在經關係國利害分析之後，就準據法律之適用上所呈現之結果亦較以往來得公平、合理。

## (二)我國之法制

我國就有關涉外案件準據法之決定，係規定在涉外民事法律適用法中，由於該法自民國四十二年公佈施行以來，實例並不多，故在適用上仍存有相當大之空間，猶有待學者及判例加以研究闡發及解釋補充。

因為商品製造人所負之損害賠償責任，除每因請求人（受害人）之不同而異外，亦因各國法律規定而有別；是故法院在受理相關案件時，每每須得先確定其性質而劃歸於適當的法類，亦即先解決訟爭問題之定性問題，否則該案件所應適用之法則，將無由確定。我國對於定性問題之解決，基本上係依循國際上所普遍採行之法庭地法主義，法院受理之案件，係依本國法確定其法律關係，亦即依法庭地法確定其性質之所屬（註五十五）。因此，如涉外之產品責任糾紛在我國發生，而我國法院又有管轄權時，即應以我國民法之有關規定以為判斷損害賠償請求權性質之歸屬。惟我國法院於認定當事人請求權時，似尚不須就當事人以訴主張之權利或法律關係，依我國民法之各種請求權成立要件為詳細之裁判，因為此時我國法尚非準據法，而僅係作為確定當事人間法律關係之性質所應適用之法律。至於就有關產品責任準據法之適用，要不出契約準據法或侵權行為準據法之範疇：

### 1. 契約準據法

依我國涉外民事法律適用法第六條之規定：

「法律行為發生債之關係者，其成立要件及效力，依當事人意思定其應適用之法律。當事人意思不明時，同國籍者依其本國法，國籍不同者依行地法，行為地不同者以發要約通知地為行為地，如相對人於承諾時不知其發要約通知地者，以要約人之住所地視為行為地。前項行為地如兼跨二國以上或不屬於任何國家時，依履行地法。」

---

註五十五：同註五十一，頁一六一。

因此，涉外契約之準據法，基本上係依當事人意思自治原則來加以決定；依雙方在契約中所明示約定之法律做為裁判契約所生糾紛之依據法律，然若雙方於契約中並無明示意思時，尚不得視為意思不明，仍應由法院適用最重要牽連主義，審查一切與契約有關之各種牽連事實，包括契約之條款、用語，以及各種契約有關之連結因素，就面對締約時周遭環境，以一個合理商人所應選擇適用法律之意思，做為當事人之意思，以決定契約之準據法。若當事人意思不明時，依第二項之規定，應儘先適用本國法，萬一當事人國籍不同，各該當事人之本國法可能發生差異時，方始適用行為地法。避免於當事人意思不明時，即單純地欲以行為地法作為準據法律；因為就國際間商人法律行為所發生債之關係，常因旅經某地，在其主觀上尚不知行為地法為何物，故若欲強行以行為地法與準據，實難期公允。至若因交通發達舟車迅捷，使當事人之法律行為可能兼跨數國地區或可能發生於無主之地域，其結果將使得何為行為地法？變得難以確定。故依第三項規定，乃以債務履行地法以為準據法，以濟其窮。

## 2. 侵權行為準據法

依我國之涉外民事法律適用法第九條之規定：「關於由侵權行為而生之債，依侵權行為地法。但中華民國法律不認為侵權行為者，不適用之。侵權行為之損害賠償及其他處分之請求，以中華民國法律認許為限。」因此，依此一規定，固係以侵權行為地法作為準據法，但仍須受法庭地法之限制。亦即關於涉外侵權行為之成立及其效力，固以侵權行為地之法律做為裁判之準據法，但也只於法庭地法所認許之限度內始適用之。所以，必須是兩地（侵權行為地及法庭地）法律均認為係侵權行為者，侵權行為始得依侵權行為地法認為成立。若依侵權行為地法，認定非屬侵權行為者，固非侵權行為；然依侵權行為地法，認係屬侵權行為，但依我國法認定卻非屬侵權行為者，侵權行為也不成立。至有關侵權行為之效力亦然。是故，凡逾越我國法所認許損害賠償及其他處分之請求，如其請求權之當事人、請求權之範圍、損害賠償之方法及金額等一切有關侵權行為效力之規定，皆均將不為我國法所承認



(註五十六)。

### 3. 一九七二年海牙產品責任準據法公約

由於國際私法亦屬內國法，如果各國並不採用同一之法律適用原則以規定，則縱係同一案件，亦將因受訴法院之不同，而得不同之判決。如此一來，不僅影響當事人權益，同時亦將產生原告任擇法庭之弊端。是故，海牙國際私法會議乃於一九七二年通過產品責任準據法公約 (Convention on the Law Applicable to Products Liability)，期能透過此一努力以統一國際間有關產品責任所應適用法律之規定，基本上，該公約並非是規定產品製造人權利義務之實體法上規定，而係一規範國際間有關產品責任案件應適用法律之準據法公約。依照此一公約以解決法律適用之問題，不僅可省卻受訴法院初步定性之困擾，同時對於以法庭地以為訟爭問題定性準則之弊端亦得藉此迴避。因為依照該公約第一條第三項之規定：「本公約於適用之際，不考慮訴訟程序之性質。」(註五十七)，所以原告不論係以侵權行為抑契約債務不履行為依據，所為之損害賠償請求，只須其符合公約適用條件，即有該公約之適用。

依照該公約之規定，產品責任案件適用法律之優先順序如次(註五十八)：

#### 1. 第一優先適用之準據法

關於產品責任之準據法，依公約第五條以適用直接受害人習慣住所地國法為第一優先順序。惟該國尚須符合下列兩要件之一(註五十九)：

- (1)該國亦為應負損害賠償責任者之主要營業地；或
- (2)該國亦為瑕疵商品之取得地。

由於直接受害人與其習慣住所地法之關係最為密切，且通常即受該法之適用與保障，故關於產品責任法之準據法，亦以適用該法最為適當。然此種考慮對於產品

---

註五十六：同註五十一，頁一六三。

註五十七：see "Convention on the Law Applicable to Products Liability" Art. 1.3。

註五十八：同註五十一，頁一六五。

註五十九：see "Convention on the Law Applicable to Products Liability" Art. 5。

製造人言，則有失公平之處，故公約乃規定該國亦必須是被請求負擔賠償責任者之主要營業所在地國或直接受害人所取得瑕疵商品之所在地國方可，如此法律之適用，方才不致有失公平。

## 2. 第二優先適用之法律

至若不具備適用直接被害人習慣住所地法之條件，則依公約第四條之規定，應適用之法律為損害發生地國法。惟該國尚須符合下列條件之一（註六十）

- (1) 損害發生地係直接被害人之習慣住所地。
- (2) 損害發生地係被告之主要營業地。
- (3) 損害發生地係直接被害人取得瑕疵商品之地。

一般言，損害之發生地與直接被害人間往往有著極其密切之關係，因為當損害發生時，被害人可能就在損害發生地接受醫療，其是否應受賠償，俾有力量支付醫療費用，對該地之公安影響自鉅。故此時即以損害之發生地法為準據法。另公約亦考慮到，僅因一種牽連關係即遽以決定準據法，恐不無忽略其他法域之嫌，故乃於條文中明訂，損害發生地必須同時具備有上述三種情形之一者，始得適用損害發生地法之規定具備兩種牽連關係，在基礎上較合理且堅強。

## 3. 第三及第四順序之準據法適用

關於產品責任之準據法，如因不具備公約第四條、第五條之要件，致不能適用直接被害人習慣住所地法或損害發生地法時，依公約第六條之規定（註六十一），被害人得主張適用損害發生地法—第三順序之準據法；惟若被害人不做如是主張時，則應適用被請求負擔損害賠償責任者（即被告）之主要營業所在地國法—第四順序之準據法。亦即在沒有任何一個國家具備二種牽連關係時，法院在不能不確定應適用法律之情形下，只得就損害發生地法及被請求負擔損害賠償責任者（即被告）之主要營業地法中，委諸被害人加以選擇，俾以符合一般國家有關產品責任之法律，

---

註六十：see "Convention on the Law Applicable to Products Liability" Art. 4。

註六十一：see "Convention on the Law Applicable to Products Liability" Art. 6。

強調保護消費者之意旨。故除在被害人不選擇損害發生地法作為準據法之情況下，方才有以被告之主要營業所在地法之適用。但若被告能證明其不能合理預見涉案商品或其所製造之其他同類型商品會於損害發生地或直接被害人之習慣住所地出現，則為保護被告免適用不能預見之法律，故不得依第四、五、六條之規定，以損害發生地法或被害人之習慣住所地法作為準據法（註六十二），此時唯一應適用之法律即為第四順序之準據法一被告之主要營業所在地國法（註六十三）。

不過，在適用該公約以作為選定準據法依據時，尚須注意下列事項：

1. 不論應適用之準據法為何國家之法律，均應考慮商品進入市場地國之有關處理與安全流通（註六十四）。
2. 依該公約所決定應適用之法律，如明顯違反法庭地國之公共政策者，得拒絕其適用（註六十五）。
3. 該公約之適用，並不以互惠為條件，故縱依公約而決定之準據法為非該公約締約國之法律者，亦不妨礙其適用（註六十六），俾以擴大該公約之適用機會。
4. 依該公約所決定應適用之法律，係指一國之實體法而言，是故明確排除反致之適用（註六十七）。

## 二、國際產品責任立法之調和

由於國際貿易之發展，使得一國所產製之商品得以進行跨國性的行銷，供世界各地的消費者使用及消費。然在此過程中難免會因各國對於安全性之期待不同或因產品製造人之過失而發生商品之製造或設計或標示上出現瑕疵情事，故一旦發生此種問題，則其所造成之傷害以及所衍生的問題，恐將要比在純粹做內國行銷時嚴重且複雜。一如上述所探討者，法律之定性問題以及準據法之選定問題等，恐係當事人遇此一國際糾紛時所須面對及解決之第一個

註六十二：see "Convention on the Law Applicable to Products Liability" Art. 7。

註六十三：同註五十一，頁一六五。

註六十四：see "Convention on the Law Applicable to Products Liability" Art. 9。

註六十五：see "Convention on the Law Applicable to Products Liability" Art. 10。

註六十六：see "Convention on the Law Applicable to Products Liability" Art. 11。

註六十七：同註五十一，頁一六六。

難題。是故，在此一情況下所衍生之跨國性產品責任問題，如何使其能在既有之法律體系底下獲致令人滿意之解決，恐非易事。因為各國有關產品責任之法律規範並不盡相同，加以各國用作選擇準據法之國際私法規則又彼此歧異，故如何使既以發生之國際產品責任訴訟能在統一之國際產品責任規範底下獲得解決，使內外國人均能得到平等之保護，乃成為各國在面對消費者保護主義高漲以及整體市場發展邁向一注重消費需求之環境底下所需迫切面對之課題。

國際間對於統一產品責任規範之認知，事實上早在一九六〇年代間即已開始。其中如海牙國際私法會議於一九七二年所通過之第一件有關產品責任之國際立法—「海牙產品責任準據法公約」；歐洲共同組織鑑於其會員國間關於規範瑕疵商品責任法律之不一，不僅消費者之利益無法確保，同時使得競爭秩序亦遭妨害，故乃於一九七六年通過「歐洲經濟共同體產品責任指示」(The EEC Directive on Products Liability)；而歐洲理事會為調和大量生產時代中消費者與商品製造商雙方之利益，於一九七五年通過「歐洲關於人身傷害及死亡之產品責任公約」(European Convention on Products Liability in Regard to Personal Injury and Death)；另聯合國之國際貿易法委員會(UNCITRAL)亦曾針就國際貿易商品肇致損害之民事責任統一規則之妥當性及可行性作成研究報告，即 Liability for Damage Caused by Products Intended for or Involved in International Trade (註六十八)。

至若從上項之立法旨趣以觀，其主要乃欲藉由國際立法之方式以調和或解決各國因產品責任規範歧異所造成日益嚴重之產品責任問題；特別是就針對產品責任問題對消費者保護以及國際貿易等二個層面上之影響。是故，由此即不難發現，一旦國際產品責任立法能夠成功達成其調和各國之產品責任規範之目標的話，其將產生下列之效益：

(一)將使國際間之交易環境更公平、更合理，而各國廠商亦將居於公平之地位上以進行競爭。因為若各國有關產品責任之規範不一致時，則將會使各國廠商之所展現之競爭力出現不平等之情況；如產品責任規範較嚴格之國家的廠商，其勢必要較規範較寬鬆國家之廠商要付出更多之預防成本(precaution cost)，如此一來，其國際競爭能力勢將受到影響，是故，國

---

註六十八：參閱 UNCITRAL Yearbook Vol. VI:1975, Part two, V.

際產品責任立法之統一，可以去除此種不公平之現象，進而維持國際市場之競爭秩序。

(二)可促進國際貿易之發展。因為國際立法之結果，從貿易商之觀點言，將使得交易過程可能妨害貿易進行之變數較以往簡化、減少，不僅縮短交易時間、交易流程，同時發生貿易糾紛之可能性亦大大減少；若從消費者之觀點言，由於國際間對於消費者保護之規範趨於一致，故其不論於何處進行消費都將受到相同程度之保障，故將有助於商品之國際流通以及全球貿易之增進。

(三)消費者權益將可獲致同等之保障。由於消費者在整個消費活動中係處於一弱勢之地位，再加上通常並未有嚴謹之組織為其代言、主持正義，故法律即成為其最主要之保障，然各國有關產品責任之規範卻有時相去甚遠，有採無過失責任主義者，有在某種程度上採過失推定主義者，甚者仍有採過失責任主義者，故一旦消費者因瑕疵商品致發生損害時，則消費者所能獲致之保障，將因其所在法域之不同，而大異其趣。因此，透過產品責任之國際立法，統一各國間之歧異，則消費者之權益才會獲得同等之保障。

儘管統一國際間有關產品責任規範可發生上項所述之效益，然在實際運作上卻存有若干之困難有待進一步克服，如：

(一)各國間對於產品責任規範之重視程度不一。像歐盟近來有關產品責任立法方面之改革，主要係在消費者之運作壓力下所展開的，其透過在歐洲委員會中之代言人將統一產品責任立法融入整合工作中，同時並用以建構歐洲之社會福利體制（註六十九）。而相反地，美國則是在被告廠商之壓力下所進行之改革；由於以往之產品責任規定嚴重地影響到廠商在營運上之風險及成本，故其乃透過遊說之方式，爭取國會議員以及商務行政部門之支持，要求對現行之產品責任規範進行改革。因此，美國國內即在此一政治壓力下準備針對既有之規範進行檢討，就連美國法律協會亦在此一壓力下準備針對影響無過失責任發展至深之侵權行為法整編重新進行評估。至於像加拿大，則極不願意碰觸到此一課題，特別是就廠商（或產業）之立場；因為美、歐之產品責任規範要較加拿大嚴格，故若欲進行統合，其可預見之結果，即是使現有之規範更趨嚴苛，當然此乃非加拿大國內產業所樂見。然就消費者之立場言，組

---

註六十九：同註七，頁三〇九。

織鬆散固係其不積極要求改革原因之一，本身國內優越之健康社福體制方才是其不主動要求改革之主因。

(二)牽涉之層面甚廣。基本上，若欲就各國間之規範加以調和，其乃必須就其間之相關環節做一整體之規畫整合才可。例如有關因果關係、損害、社會安全以及各種可供使用之保險等等之考慮，其重要性往往不下於單純產品責任內容之考量。舉例以言，就一受損害者影響其尋求產品責任救濟之最大障礙，有時往往不是舉證製造商責任之樣態（究係契約責任？過失責任？抑無過失責任？）之問題，而是因果關係之舉證；由於時間以及資源上之限制使無法進行一徹底之因果關係評估，而各國（或地區）間亦常有以不同之標準以認定因果關係之情況。

(三)如何統一詮釋的問題。就以歐盟體系裡面所進行之產品責任統一立法為例，其在產品責任指示第九條 A 項對於瑕疵所造成財產方面之損害設 500 ECU 之門檻限制，然由於各國版本所使用之文字不同，結果即出現法語、德語版本與英語對於其是否可從法院裁定額中扣除有著不同之詮釋，故在適用上出現各國各自為政之情況，抹煞了原先統一立法之美意。另外，對於若干名詞之定義或詮釋亦往往是在進行法律調和時之問題癥結，如該指示中對於商品「瑕疵」之定義，係公一般人所期待之安全性 (the safety which a person is entitled to expect)（註七十）作為判斷之標準，然實際上各會員國間對於安全性之期待往往出現不同之標準，如消費者對於安全性之期待而言，南歐與北歐往往就有很大之不同。因此，各國在進行產品責任統一立法時應確實考慮有關版本以及統一解釋等實際運作上之問題。

雖然在整個產品責任立法調和之過程中不斷有新的問題出現，但是其仍是一兼顧各方利益之世界潮流所趨，同時亦為各國主政當局所不能漠視之重要課題。在各國不能自外於此一地球村之經社結構底下，各國唯有配合、因應整個潮流之脈動，作為整體施政之重要前提。是故，各國不得不密切注意整個國際間有關產品責任立法之發展，主動因應配合，或是研究、修訂國內相關規範，或是進行產業改進營運策略之輔導，以提昇整體經營之體質與競爭力，提前準備迎接消費者時代的來臨！

---

註七十：see "EC Products Liability Directive"(1991)Art. 6(1)。

## 肆、產品責任對國際貿易之影響

由於消費者意識的漸漸抬頭，消費者在從事消費行為時對其支付相當對價之後所購進商品之要求態度與重點已不同於以往；除了要求品質要好、要精美之外，更重要的是要能確保消費的安全。是故，從相關的消費爭議或糾紛中即不難發現其主要出現的問題型態殆可歸納為下列幾類：

### (一)製造瑕疵

商品製造人在製造過程中使用了不符規定或標準之原物料、零組件，或是在品管方面出現管理之過失，導致產品無法達到契約中有關品質之要求，或是無法達到一般消費者所期待之安全性之要求。

### (二)不符法令標準要求

為確保消費者身體財產之安全，國家或是若干之團體常會制訂一些安全標準，藉供廠商在生產製造過程中之依循或準據；例如對若干之電器產品常要求其須符合 UL(Underwriters' Laboratories) 之安全標準。然卻有若干廠商在生產製造時卻有意 (intentionally) 或無意地 (unintentionally) 忽視此一要求，甚或有廠商為求節省成本，故意地以未符合該標準之配件進行裝配，然後再於整件產品上使用符合安全標準之戳記。

### (三)不符合環保之考量

製造廠商在整個製造以及研發過程中，往往多係以產品之新穎性、人性化或是以如何提高品質來刺激消費者之需求，然對於是否因著科技之進步發展卻對於環境造成污染或負面影響之環保問題，則往往是被忽略了。例如，在汽車或電冰箱等產品中大量使用冷煤，致使大氣中之臭氧層遭到嚴重之破壞；另於商品包裝上做過度包裝或是包裝材質之使用上不符合可回收及可循環使用之環保要求。

### (四)疏於為商品使用危險之必要警告

商品雖然沒有設計上或是製造上之瑕疵，但是商品若是具有特殊性質或特別之使用方

法，則製造廠商即有義務對商品做適當之警告或指示，其一旦疏於為此項警告即可能導致消費者之身體、生命、健康或財產造成危害。例如，在藥品上未明確說明其使用方法，在清潔劑上未標明遠離兒童，或未在具揮發性之溶液包裝上標明勿近火源等等以警告消費者使用之說明以及緊急處理危險之方法，藉以指示消費者確保消費者使用之安全。

#### (五)廣告不實

商品廣告藉由聲、光、字、圖等種種方式與消費者進行頻繁之接觸，藉以影響其消費行為。若從好的一面言，廣告可說是商品製造商與消費者間之一重要橋樑，藉由廣告之推介可使消費者對於商品之認識能更深入透切，進而做出最佳之消費決策。然事實上卻常發現有商品之廣告浮誇不同的現象，而造成誤導消費者，使消費者誤信其廣告為真實，直至買到商品以後方才發現其在功能上、品質上或樣式上都與廣告有相當之出入，而有上當受騙的感覺。

#### (六)設計不當

基本上，商品之設計應依安全之觀點，使適於其所設想或規定之使用目的，同時能確保操作時之安全，並不得低於依科技現狀最低之安全要求。若產品所生之危險與有害之副作用，於可能之範圍內，新產品應做廣泛之測試，使其能供一般使用人在依規定使用之範圍內作無危險之使用。故商品製造人若在商品之設計上或根本結構上缺乏必要之注意致出現不符安全設計之要求，或為求節省成本而缺乏安全裝置，致使消費者在使用時發生生命、身體、健康或財產之損害，謂之。

由此即不難發現，因著消費保護意識之抬頭，所衍生出對於產品責任之重視，已使企業經營者在營運上出現了前所未有之挑戰；其中特別是從事國際貿易（或企業）之經營者，其所面臨之衝擊猶倍甚於僅是國內業務之企業經營者。因此就一從事跨國業務經營者言，因著國際間對於產品責任之重視，對於其在營運上所造成之影響，舉其綦綦大端分析如下：

### 一、法律風險的增加

本來在進行國際商務行為時，即不免須得面臨各國法令規制歧異，所造成法律適用以及因著不諳他國法制致誤觸法令之風險。然現在又再加上各國為保護消費者之消費安全對於製



造商或銷售商所課加之產品責任規範，使得廠商在從事國際商務往來時所須承擔之風險，較以往倍增；特別是各國間對於產品責任之規範並未統一，各國對於產品責任之法律定性亦未見一致，各國對於產品責任之執法態度嚴苛不一，而國際間又缺乏一套有效之機制或立法以統合其間之法律差異。故乃有若干廠商基於保守之觀點，為求規避此種風險，甚有做出放棄市場、放棄交易之決策；結果使得全球之國際貿易發展遭到嚴重的打擊及阻滯。然其間雖或有廠商在交易過程中於契約之處理上尋求因應解決之道，惟其舉措亦非完全可行；

(一)要求契約之準據法為本國法

為避免使做為裁判交易雙方間糾紛之準據法律因涉外因素之介入，而變得不確定。於是乃有先於契約中依照「當事人意思自治原則」之運用，由雙方事先約定有關契約之準據法，藉以排除上項可能產生之法律適用之不確定性。是故，我國廠商固可依照上項原則，於契約中預作處理安排；然所謂契約者，乃依訂約雙方當事人之合意，我國廠商如此一廂情願之作法未必能取得交易對手之首肯與認同。因為要在對於對方國家相關法令不嫻熟或茫然無知的情況下，欲適用對方國家法令勿寧是一件極其危險的事，所以一般在國際談判過程中除非是對於對方國家之相關法制或法令有相當地認識，否則接受對方國家法律做為裁判準據法之可能性並不高。不過此亦非定則，若干廠商常囿於現實之情勢，譬如一出口商在面對其銷售商品之國際市場係一買方市場 (buyer's market) 時，則往往為了能達到爭取訂單之目的，只好委曲求全地接受對方所提出來之條件，而以對方國家之法律作為準據法。是故，若是我國之廠商在整個交易過程中之談判能力 (bargain power) 或態勢夠強的話，其乃可藉由此種契約安排方式，來規避可能發生適用對方國家法律以處理所衍生產品責任問題之情況。但若我廠商之談判能力並不具優勢時，則欲藉此方式以規避法律適用之風險之可能性並不高。

(二)契約特約排除產品責任

在實務上，商品製造人為規避產品責任法下沉重之經營壓力，乃常藉由在交易契約中以特約排除產品責任之方式來規避可能因商品瑕疵所造成之賠償責任。然製造商此種契約安排之合法性卻常遭到質疑，因為一旦發現契約在形式上不符合 conspicuousness and clarity 原則，亦即欲免除或限制責任之一方應以書面醒目明確之方式來告知對方其所欲免除或限制之

責任，否則縱使記載於契約當中，欲因字體、印刷或其他情事致使難以注意其存在或辨識者（註七十一），該條款將不構成契約內容，其自然不會對當事人產生拘束力。此外，就契約之實質內容言，若該項責任之排除係有違反誠信及平等互惠原則，或契約內容顯失公平者，則該項約定將被認定無效。是故，製造商此種排除以契約條款排除產品責任之作法，雖亦係「當事人意思自治」原則之運用，然其可能牽涉到相關國家法令對契約雙方談判地位之對等問題以及契約內容是否有違強制法中責任不得放棄（或排除）之規定之認定問題，致使該契約之約款效力受到質疑。所以，此一規避之作法亦未必完全可行。

## 二、研發、製造的成本增加

由於現代之商品製造越來越技術化、複雜化，故製造商在將商品置於市場流通時，應負有交易安全注意之義務以使其商品具有消費者可期待之安全性，否則對於消費者因此所受傷害，不論是身體、生命抑或是財產，製造商都將對其負擔損害賠償責任。是故，面對此一經營風險，製造商不得不在製造以及研發設計上花上更多之經費及心思。如在生產製造之過程中，提昇對於產品品質管制之要求，加強對於瑕疵及不良品之淘汰，以美國之製藥業為例，為加強對品質管制之要求，其品管人員就佔全體員工的百分之二十，使人事費用因此大幅增加。並在產品上做必要之警告與標示，確保整體產品之提供更能符合產品使用安全之要求。至在產品之設計及研發部份，則以更審慎之態度以從事之；從產品之開發至整個產品全面推出市場銷售，中間過程除須仰賴精密之科技技術，尚須經過無數次之實驗、測試以及檢討，俟一切皆已發展成熟，確保安全無虞，方才展開銷售規畫事實宜，將商品推出上市。不過，由於若干國家對於當時科技所尚無法發現之瑕疵（亦即發展上之瑕疵），仍要求製造商負擔無過失責任，致使製造商對於繼續研究發展推出新產品意願遭受相當程度之影響，是故，乃有很多廠商對於研發工作即採取消極之態度，或是等到他人產品或技術研發成熟後再來進行技術移轉或授權，或乾脆就等該項技術專利過期後，一切安全無虞後，再來進行生產製造。因此，產品責任之發展，雖使社會對於消費者應有權益受到重視，但就產業之觀點，卻使其

---

註七十一：see Uniform Commercial Code § 1-201(10)。

在生產製造方面之成本較以往大幅提昇，且在新產品之設計研發方面易受到相當程度之衝擊與影響。

### 三、行銷、管理的成本增加

廠商一旦因產品責任而發生賠償情事時，其所受到之傷害可能不僅止於所賠償之金額以及有關之法律費用等有形成本，對於公司本身以及其所生產商品的聲譽受損所付出的無形成本有時可能要遠大於前者之支出；因為當公司之聲譽因產品責任而受而損傷時，其影響面除了原有之商品銷路及市場佔有率外，甚至尚必須將某一有瑕疵之商品整個地撤出市場或將已售出之商品收回修補，其所將造成之損失可謂是非同小可。因此，對於產品在行銷以及管理之過程，除了須確實瞭解本身產品之危險性，提供消費者在進行消費時必要之警告及標示說明，同時亦要加強改進產品設計以及品質管制工作，提供消費者應有之品質保證。然此並不足以使一企業之經營得以完全免受產品責任之影響；廠商尚須將有關產品安全之資訊，在產品之行銷過程中利用各種行銷溝通工具，如廣告、人員推銷、促銷或公共報導等，有效地傳達給消費者或使用者。並於必要時，投保適當之產品責任保險以分散及轉嫁風險。是故，一企業之管理當局在進行商品之生產管理以及行銷管理時，在現實對於產品責任要求日熾的情況下，其所強調之重點、訴求之內容以及擔負之責任，都將有別於以往，且是有過之而無不及。因此，在有形、無形成本方面之支出，亦較以前要多出甚多。

### 四、營運策略的改變

由於以往企業之經營對於產品責任之漠視所嚐到之苦果，如今在痛定思痛之後，無不在其營運之策略上尋求因應（註七十二），例如：

(一)在總體經營策略上，採取：

1. 以透過遊說之方式，影響或干預有關消費者保護之相關立法。
2. 設立製造商專用之檢驗機構或組織，以執行獨立之品質檢驗或保證工作。

---

註七十二：see Irwin Gray, Product Liability: A Management Response, AMACOM, 1975, pp. 6~8

3. 與相關之研究機構密切合作，透過其所出版之刊物、專家證詞以及其為業界所收集、建立之資料庫，以做為產品責任糾紛時之抗辯參考。
4. 採取聯邦、國家或若干團體所制訂之產品相關標準，以為生產製造時品質管理之最低標準。
5. 增加使用獨立檢驗機構所發給之證明書或是相關執照，如美國 UL 於檢定合格時所發給之證照。

(二)在個體經營策略上，採取：

1. 縮減新的產品開發設計案件，儘量以原有之產品設計為生產製造之主軸。
2. 節制廣告行銷活動，避免做不必要與無意義之廣告，而廣告之內容亦應符合相關法令之規定。
3. 提高對於生產之方法、技術及人員之監控管理，並加強品質管制。
4. 提昇對於產品責任之認識，增加對於相關危機管理之應變能力。
5. 增加對於產品責任保險之投保。
6. 擴編或是改善原有公司法務人員之編制以及素質，專業處理因產品使用糾紛所生之法律問題。

## 五、新的貿易障礙的形成

各國要求商品製造人負擔產品責任之規定，寬嚴不一，對於製造商或貿易商之拓展海外市場往往產生極大不便之處。因此其乃須於進入市場之先花費極大成本與心思，先對目標市場做一徹底之市場調查，特別是針對當地之法律環境作一詳細分析，確實瞭解其法令規定以及相關執法之態度，然後再研擬具體可行之產品策略及行銷策略。實務中，即常發現若干國家其所規定之產品責任法規過於嚴苛，已嚴重地阻滯國際貿易的進行，儼然形成另一種新的貿易障礙。廠商為規避此一過高之經營風險或選擇退出（或迴避）市場或選擇增加營運成本以因應之，不一而足；然不論其結果為何，其總非係促進國際貿易自由化主義者所樂見。惟在此欲釐清者，即消費者保護乃係國際之潮流所趨，國家立法以保護消費者權益原係無可厚

非，只要其並未違反國民待遇原則，歧視外國之製造廠商，對於外國製造廠商所產製之商品採取較嚴格之歸責責任，影響其在市場上之公平競爭地位，進口國之此項立法猶可為出口國廠商所接受。否則，其只不過係藉消費者保護之名以遂行限制貿易之實，將為國際社會所詬病。此外，由於各國間之產品責任規定及執法不一，將會出現製造商或貿易商為求節省成本，而將其商品市場集中於那些產品責任要求較為寬鬆之國家或地區，導致沒有廠商願意為進入一個對於產品責任要求嚴格之市場甘心投入更多的人力資金來做品質管理使產品更符合安全標準，故其所造成之結果就全球經濟與福利之觀點言，予人一種好似貨幣理論中之「劣幣驅逐良幣」的感覺。因此，在現階段統合（或調和）各國間產品責任法規之歧異工作，即突顯出其重要性與迫切性。

## 伍、企業之產品責任因應對策

企業欲因應產品責任所可能帶來之經營風險，最基本之作法乃是生產具安全性之商品，然生產完全安全之商品使得產品責任完全不發生，則在現實世界恐難以實現，若果真有實現之可能，其成本亦恐非一企業所能負荷。是故，如何針對此一經營風險，積極尋求因應對策，或許要更切合實察。

廠商在面對此一問題時，或可以管理之角度來思考整個營運過程中的幾個介面，如生產、銷售、避險以及糾紛調解等，就各個不同的介面（或階段）採取適當之對策以因應之。底下乃就此一構想提出企業對於產品責任管理之對策：

### 一、建立產品安全管理機制

產品應具備一般消費者可期待之安全性，係乃廠商生產之最重要義務，否則即應負擔對消費者所生損害之賠償責任。故廠商解決此一問題之根本辦法，即是建立產品安全管理之機制；使產品之生產能在此一機制下確保其安全性。其在作法上殆可區分成二大部份：

(一)工作文件(或手冊)之建立

文件的欠缺，常常是發產品責任的主要原因，其間不管是生產操作手冊、品管稽核抑或是消費者使用手冊之欠缺，都有可能因而衍生成極其嚴重的產品責任案件，而且在產品責任之訴訟案件中，製造商若無法提出生產、品管或銷售過程中之必要文件以證明其責任，則往往將增加其敗訴之可能性。是故，工作文件之建立實有其必要性；廠商為了表明其產品沒有瑕疵，故不須負賠償責任，就必須將相關資料記錄保存起來，以便屆時做為證據之用，故美國保險協會即曾列舉三項產品責任之對策作法：1. 產品安全，2. 警告，3. 記錄的保存（註七十三）。由此可見，積極地建立資料以為生產品管以及消費使用之資料或文件，實係廠商管理產品責任之一不可或缺的基本工作。

然而，廠商若欲建立一完整之資料記錄，基本上須具備以下幾類之文件資料：

1. 執行文件 (performance documents)

(1) 行動準則文件 (guideline documents)

\* 規格內容及格式準則指南 (a specification content and format guideline manual)：此乃一企業用以控制如何對其產品進行完整敘述之一份基本文件；包括從產品的設計成型、銷售、售後服務以及最後之廢棄處理等相關術語之定義及說明，期使各部門在其作業過程中知道該如何進行設計以及測試等執行工作，讓一切工作流程及細節皆能依此指南而有統一之作業準則，而不致出現對較受青睞產品有大量且詳盡之產品說明，較不受重視之產品則可能僅有三言兩語之簡略說明之現象。因為此一現象之存在，會使得各部門在產製之相關作業上但憑己意地去揣摩認定，其結果不僅各部門之產品概念不易統一，且易衍生產品設計不當或製造瑕疵等問題。

\* 設計標準指南 (a drafting-standards manual)：當設計人員將工程師之產品構想製作成圖樣或書面設計時，該設計即須符合安全上之要求，因為其後之生產即完全依此一設計藍圖來進行。故一企業在將產品概念變成具體之產品設計

---

註七十三：林正明編譯，產品責任 (PL) 對策，超越企管顧問公司發行，民國八四年十月，頁六十。

時，即須建立有一依循之設計標準指南；該指南基本上應以揉合當時貿易所採行國家標準、專業團體標準以及企業為應個別特殊經營需要所建構之標準。故其在功能上，不僅係在確保一企業避免因不高明之設計所造成之製造上的浪費，同時亦可作為在產品責任相關控訴中一非常重要之抗辯防禦憑藉。

\* 成品標準指南 (a workingmanship-standards manual)：成品標準指南係品管人員依每一產品之特質及情況設定其組合裝配流程，並以其為與技術及製造部門進行溝通協調之一種要文件。其目的乃是用以控制或指示製程中每一部門人員應有之注意事項；如指示負責包裝人員應注意在產品上市前，該產品包裝上是否已有完整之產品說明或警告等事項之標示。

\* 安全規則指南 (a safety code manual)：此乃基於產品安全標準、法規或實務之需要所制訂之指南。在制訂此一指南內容時，可參酌 (a) 政府相關部門所訂定之準則或規定，(b) 產業或貿易組織基於實務需要所建立之標準，(c) 企業為滿足買賣契約中所約定之標準。

\* 改正控制程序指南 (a manual of change-control procedures)：本指南係用於當式樣翻新或設計修改時，對於整個產品製程中涉有修改或未修改部份皆須有嚴密之追蹤及控制，以確保產品在出廠時不僅能達成翻新修改之目的，同時亦能兼顧安全方面之考慮。否則其所衍生之產品災難及產品回收問題，將會是相當嚴重。

\* 技術測試指南 (a manual of engineering test procedures)：係用以指示相關部門進行產品測試時，其測試之種類及內容，以確保產品能符合預期之性能要求且避免可預見之濫用情況。

## (2) 檢查表 (checklists)

檢查表是流程中之人員，包括工程、設計、裝配、包裝乃至於銷售服務部門之人員就其個人所負責工作部份劃分細項，以自我檢查方式來檢核工作進行成效之一種表格文件。此項文件除得用以檢核個人之工作績效表現外，同時亦是極佳

之訴訟抗辯資料。例如，銷售部門可用其所建立之檢查表資料來針對消費者有關錯誤標示之指控，進行抗辯；服務部門亦得藉由此種檢查資料之建立，以避免提供客戶未經正常安全檢測之服務。一企業基本上可就其營運流程來建立檢查表，如下列所提示，使整個的設計、製造、測試、檢驗及警告標示等工作都能在具體而微之監控下順利進行。

- \* 用於設計之檢查表。
- \* 用於製造之檢查表。
- \* 用於測試之檢查表。
- \* 用於檢驗之檢查表。
- \* 用於警告標示之檢查表。

(3)對外關係文件 (external-relations documents)

\* 公共關係程序 (public relations procedures)：一企業之公共關係除在營造企業之良好社會形象外，其更重要的是當遇到消費訴訟、消費糾紛或是若干團體濫用品質標準而對公司進行指控時，能有一套對外之因應措施。而非僅係一味地採取守口如瓶、保持緘默抑或是刻意掩飾真相的作法（此多係一般企業在遇到相關問題時之通常作法），因其之緘默反倒是更落人口實，無端引起更多之揣測；至若強言辯駁的話，則是予人一種企業欲顛倒黑白，缺乏責任擔當勇氣之拙略形象。是故，在管理高層須對此在因應對策及程序上建立一套周詳之設計，以應付營運上隨時可能發生之不幸事件。

\* 供應商指南 (supplier's manuals)：一般在進行採購時，為確保供應商之供貨品質及相關責任問題，通常須針對品質檢驗、運輸風險、自承風險以及契約擔保等相關問題作適當之處理。是故，供貨商指南即在對上述交易過程中應注意之事項作一明確之設定，俾使在對外之交易關係上能有所依循。

\* 客戶關係指南 (customers relations manuals)：本指南主要係用以建立與客戶間良好之互動關係。



#### (4)稽核 (audits)

在企企業經營過程中，最主要的稽核工作就是財務稽核。然除了財務稽核外，一企業為預防因產品責任所可能造成的有形或無形損失，其可透過建立下列程序之稽核予以實踐之。

\* 董事會的稽核 (board-of-directors audits)：由於產品若出現瑕疵的話，對於公司商譽及業績都將造成極其嚴重之影響，而且亦會連帶地影響到股東之股息、紅利分配。所以，董事會基於全體股東之所託，應針就產品行進第一層之稽核，即針對所有之工作指南進行稽核，指出可能被控訴的種種問題。

\* 工作人員的稽核 (staff audits)：此乃第二層之稽核，特別是指危險管理經理、產品安全工程師以及品質管制幹部所進行之稽核。

\* 外部的證明 (external certification)：第三層之稽核，乃是由獨立、公正之單位（如 UL、聯邦或國家之測試實驗室、或其他由消費者團體所進行之測試）所出具之測試證明，來表示產品係無瑕疵且符合安全標準之要求。外部之證明，對於企業經營言，雖可能會造成其不小之額外支出，然其在確保品質安全增加產品之市場信心方面之作用卻是不容小覷。

#### (5)產品系統追蹤文件 (gengealogy tracing document)

由於在產品責任訴訟時，廠商要進行有效抗辯，最重要的是要能提出有關個別產品的所有記錄資料以及在相同條件（或情況）下所產製產品的資料。故廠商是否建立有個別產品從開始製造以至於廢棄處理等整個可供追蹤之歷史資料檔案即變得相當重要。所以本文件即為因應此一目的，針對個別產品依其製程及模型給予不同之序號或編號並作成可追蹤之檔案。

### 2. 管理之規畫安排

欲使整個的產品責任預防工作能持續有效地執行，除了上述文件、指南之建立外，最重要的是管理方面之規畫安排，確使一群適任的人員依照預定規畫確實執行。

(1)就管理執行方面

就產品責任之預防工作言，高層管理部門是否能意識此一問題之嚴重性以及其是否能在決策過程中貫徹產品安全之決心與作法，常是攸關此工作成敗之重要因素。此外，企業亦須有一真正實際負責此一工作推展之管理者。由於危險管理、品質管制部門都有其業務處理上之重點，雖其在運作上是與產品責任之預防工作有一定程序之聯繫，然在管理強調的重點上卻又存有若干之差異，所以由該等人員來管理執行產品責任預防工作，恐未甚恰當。因此企業對此一工作之執行最好能融合及提昇現有產品安全及品質管制之位階，另外再設定一品保經理人來統一運籌管理下列事項（註七十四）：(a) 確保購進之原料及零組件符合一般標準，(b) 確保工作程序以書面記明或均能為工作人員所明確瞭解，(c) 確保機器的安裝和允許之公差均正確無誤，(d) 確保由製造過程製成之任何不一致或有缺陷之項目都不會被採用以製成最後成品。

(2)就設計審查方面

一企業為確保其產品設計之可行性及安全性，除設計人員運用所謂之「危險分析」，分從零組件及意外事故兩個介面去分析，並考慮誰將使用該產品或可能誤用該產品，並在成本之考量限制下，針對相關設計決定其應在什麼情況下進行什麼樣的設計審查。因為太過綿密的設計審查有時不僅是不必要的，而且也是浪費的。是故，如何進行有效的設計審查，則是管理當局首應決定的。基本上，若上述之文件、指南以及各種之檢查表能夠確實地執行的話，則每一工作人員對於產品在產製過程中都會有若干程度之涉入，而該種涉入就某種角度言亦是一種稽核，因此往往上一流程（或部門）人員之疏失即可能就被下一流程（或部門）人員之疏失即可能就被下一流程（或部門）之人員所發現。

(3)部門分工方面

基本上，除高層管理部門外，企業內之各功能部門都直接或間接地與產品責

---

註七十四：P. Kotler, Principles Marketing (Prentice-Hall,1980)p.368.

任預防工作有所關連：

\* 品質保證部門

品質保證部門基本上是負責使系列產品合於設計之水準與其所要求之規格。因此其品質管制之工作應不僅侷限於進料、生產與終端之管制，其實於發展階段時即應納入，儘可能不使有瑕疵之產品離開工廠。故其所扮演之角色在整個產品責任事故之防止上有著極其重要之地位。而欲圓滿達成該項目的，使產品責任之預防工作能夠順利，其除須尋求標準化品管作業模式以及產品生產檢驗記錄檔案之建立外，亦應積極主導整個企業產品責任預防工作之推展，使產品之設計檢查、各種工作指南與檢驗表之執行控制都能在其主導下確實執行；同時對於相關之索賠、顧客抱怨以及產品不當設計或被誤用等回饋資訊亦應保持高度之關切，將相關資料彙整，建立檔案，以作為日後工作之重要參考。

\* 研發設計部門

此部門對於產品之結構、特質之認識應要較企業中之其他部門來得深刻，因此，其主要之職責乃是 (a) 完全依照工作指南行事，(b) 遵循當時之科技標準 (state of art) 運作，(c) 熟捻法院對於產品設計、製造、檢驗、警告標示之各種檢測方法，(d) 決定何種危險係不可能避免，而須透過警告方式提醒使用者注意，(e) 符合安全標準之要求，(f) 瞭解並注意產品可能產生之危險以及可能遭誤用之情形。

\* 產品技術部門

產品技術部門則應依照工作指南之指示以及法院檢查之方法，從原料之選取決定至商品之可能被使用情形作測試檢驗，必要時就產品可能會被誤用之情況做好預先之標示或警告，以提醒使用者之注意。此外，對於產品所造成之危險是否屬於當時科技所無法避免者，做進一步之核對，於必要時做警告標示，提醒消費者注意。

\* 製造部門

由於製造部門係實際負責產品之製造，故其可針對某些不合時宜、不切實際之設計，提出修正之建議。此外，製造部門在產品責任之預防工作上，亦應針就其職責分工，依工作指南確實執行，特別是在有趕工交貨之壓力下時，更應注意產品之品質與安全之要求，對於生產流程進行嚴密之檢核，一發現有偏誤即應立予糾正，務使產品每一部份都是符合標準的。

\* 採購部門

就品質安全與管制工作言，對於外來供應零件之檢驗亦是重要的一環。因此，除了在終端製造人處所做之進料檢驗之外，原則上亦須於原料或零件供應人之工廠進行檢驗；因為終端製造人對於零件供應人之品質，不如其對自製零件有影響力，所有零件供應人必要之資訊與檢驗義務，皆應以契約確認之。所以企業之採購部門在依其他部門所設定之規格進行採購時，可透過下列事項協助產品責任預防工作之更臻完密：(a) 在採購契約中做謹慎之安排，預先處理可能產生之產品責任負擔問題，(b) 要求及促成供應商應取得品質認證，(c) 留心現有原料（或零組件）市場上新的安全設計或產品，並將該資訊迅速回饋給研發設計或其他部門，作為日後提昇安全品質或更新設計之參考。

\* 人事部門

人事部門平日除了職掌整個企業之人員招募訓練、工作分派、人事獎懲及晉陞外，其在產品責任之相關工作上，亦可扮演更為積極之角色，例如，鼓勵員工參與各種有關產品責任之研討會、規畫公司內之產品責任訓練課程、或支持員工（特別是技術部門員工）參與產品安全標準之設定工作等，使產品責任之觀念深植每一位員工身上，使其能確實體認到該課題之重要性，並藉以幫助企業達成預防產品責任之工作目標。

\* 行銷部門

行銷部門係一企業中直接與客戶接觸之部門，故其應發展有效之行銷溝通，儘量避免違反契約中之擔保責任（不論係明示擔保或默示擔保），亦即是在與客

戶接觸、推介產品時，應注意個別產品之差異並且給予客戶確實之產品說明，避免過度渲染吹噓（如保證本產品在任何情況下皆係安全無虞，完全不考慮產品被使用之時間及環境），而形成對於客戶之擔保責任，為日後之產品糾紛種下禍因。此外，行銷部門亦應扮演好企業眼目之角色，在做市場調查或進行市場拓銷時，對於目標市場之產品安全標準、消費者保護法令、以及產品責任規定，都應有確切之認識，務要在合於相關法令規定下，進行安全有效之行銷。

## 二、依照 ISO 系列標準確立品質保證體制

企業在產品責任之管理對策上，除依上述建立產品安全管理機制外，另一重點工作即係依照 ISO 系列標準確立品質保證之機制。

所謂 ISO(International Organization for Standard)，係一九四七年設立之一處理所有領域（除電氣領域以外）的標準化國際機構，其目的係在與知識、科學、技術、經濟相關的活動中，促進關於國際性之標準化，以進一步增進國際間之交易與國際的合作及發展。而為達成此一目的，ISO 乃於一九八〇年設置專門委員會 TC 176（品質管理和品質保證），依據英國的 BS 5750 和美國的 ANSI/ASQCZ 1.15 等標準，經過多年之研訂、檢討，終在一九八七年三月完成制訂 ISO 9000、9001、9002、9003、9004 等一連串系列標準，供各國制訂其品質保證之標準。因此，ISO 9000 系列標準，可說是國際性品質管理機制之保證標準。

ISO 9000 系列標準，有 9000 到 9004 共五種標準：

- \*ISO 9000 一品質管理與品質保證標準—選用之指導綱要
- \*ISO 9001 一品質系統—設計、發展、生產、安裝及使用之品質保證模式
- \*ISO 9002 一品質系統—生產與安裝之品質保證模式
- \*ISO 9003 一品質系統—最終檢驗與測試之品質保證模式
- \*ISO 9004 一品質管理與品質系統要素—指南

一企業欲取得 ISO 9000 系統之品保認證，需經過下列步驟（註七十五）：

- (1)由經營階層定下品質保證之方針（政策）。
- (2)將實現方針的管理方法，以「品質手冊（或指南）」加以明文化。
- (3)在現場必須按照「品質手冊（或指南）」所規定步驟來進行作業。
- (4)經過第三者認證機構之審查。

至於國內則依 ISO 所制訂之國際品質標準 ISO 9000 ~ ISO 9004，由中央標準局制訂成我國國家品質標準 CNS 12680 ~ CNS12684：

\*CNS 12680 一品質管理與品質保證標準—選用之指導綱要

\*CNS 12681 一品質系統—設計、發展、生產、安裝及使用之品質保證模式

\*CNS 12682 一品質系統—生產與安裝之品質保證模式

\*CNS 12683 一品質系統—最終檢驗與測試之品質保證模式

\*CNS 12684 一品質管理與品質系統要素—指南

基本上，ISO 並非品管的規格，且其中規定多係屬指導原則性質，故對於實際上需要執行之項目及相關要件之解釋並無統一明確之規定，其主要精神係在建立企業之「品質系統」。是故，企業必先對於 ISO 有一正確認知才行；特別是管理階層切勿將 ISO 或其他品管制度當成係「另一官僚作業」，或是抱著應付一下之敷衍心態，而是應確實地去瞭解 ISO 的內涵、重要性及所需要之支持，將準備 ISO 之工作當作是改善製程及品質的工具，透過規畫，建立適合整體企業組織運作之品質系統，並進一步地將此一品質系統深入公司各單位、階層人員，以凝聚組織全體之整合力量；亦即是藉由 ISO 此一品質策略，對內將經營理念、管理功能和現場作業結合起來，對外則明確釐清顧客需求和市場區隔，並以此一整體展現，作為對內部人員和外部顧客提供誠信保證之全面品質經營系統或制度。

企業若取得 ISO 之品保認證，不僅可使企業提昇「品質系統」之機能，減少品質瑕疵或產品責任發生之機率，同時亦在宣告企業之品質水準經過第三者機關之證明係維持在一定水準之上，亦即是具有下列之好處（註七十六）：

---

註七十五：同註七十三，頁六八。

註七十六：江行全，ISO 經驗談，品質管制月刊，第三十卷第一期，頁四七。

1. 在銷售產品上更具競爭力：雖然 ISO 資格並不代表產品品質優良與否，但在同業競爭激烈之情況下，仍是一有利條件。
2. 製程易於執行管理：當製程逐步描述建檔後，許多製程中之漏洞或效率極差之處立即顯出，對於製程之執行及日後之管理有相當之助益。
3. 對於系統整合之助益：ISO 要求整個公司之流程包括設計、製造、生產、市場、銷售等各部門均能貫徹，建立部門間之聯繫協調關係；如此一來，自然達成各部門之整合之目的，裨益於各部門間聯繫死角之消除。
4. 促成品質改善之延續：ISO 並非一次辦理及解決的事，而是一旦開始即須持續下去的工作，ISO 除了初次檢查外，至少每一年兩小檢，每兩年一大檢。此一作法與精神，與製程改進之須要持續進行之特性頗為相近，若能妥善運用，可使 ISO 之準備工作成為企業製程改進方式之一。

儘管 ISO 9000 系列標準只是一任意制度並不具強制性，而且國際標準組織亦未曾提供給經認證廠商任何獎勵，然由於國際間之逐漸普及採用，已使得取得 ISO 認證幾乎快成爲一種從事國際貿易的基本條件；例如，澳大利亞之政府採購即規定僅有獲得 ISO 認證之廠商才有參與投標之資格。因此，取得 ISO 之標準認證，不僅使企業之相關作業得以符合國際標準，省卻顧客對企業以及企業對企業之審查工作時間及經費，同時在參與國際競爭時自然要較未獲得認證之其他對手佔得更大之優勢。

不過，應注意的是企業獲得認證僅是取得與其他企業競爭的基本資格，認證只是企業生存的基本條件，真正能讓企業持續其市場競爭力的是優良的產品與服務品質；若是已獲得認證之企業無法提供顧客符合要求之產品或服務時，則認證對其可能就不具任何意義了。是故，要讓品質成爲競爭之利器，企業所要努力的顯然是要超過 ISO 標準之要求，亦即 ISO 只是品質管理的低標，TQM(Total Quality Management) 才是品質管理的高標；因爲 ISO 僅係屬於一封閉之系統，雖然其會自我循環與成長，但卻對於時下所強調之焦點如產品責任、企業形象、社會責任與勞資關係等較無涉及，不似 TQM 即屬強調系統與人之間之互動關係必須建立之一開放式系統。企業惟有推行全面品質管理，才能不斷地進行品質改善，追求、

保有最佳之競爭力。

### 三、強化產品責任防禦機制

由於消費者意識高漲，企業在營運過程中必須得有面臨隨時可能發生之產品責任指控的心理準備；亦即企業應有一套產品責任之防禦機制以應對之。

基本上，企業若欲建立此一防衛禦機制，其首要之工作即是要有相當完整之產品品質安全資料檔案的建立，此乃係一與產品相關之綜合性資料，包括產品從當初設計計畫、設計圖、試驗結果、上線測試檔案、生產過程方法、品管指示、實驗條件、檢查規定及為其基礎之技術修正之外形與資料、進貨與終端檢驗記錄、對索賠與瑕疵報告之評估、操作與使用說明等之相關記錄。當一旦不幸發生產品責任訴訟時，被告之企業即可依其所建立之檔案資料進行抗辯；證明其已履行其往來安全與組織之義務，且就個別產品之發展過程中，企業在所有之階段皆有正確適當之行爲。

企業在進行產品訴訟抗辯過程中，若欲取得優勢，除須依賴出色之辯護律師外，企業內部所組成之防禦小組 (defense team) 之密切配合運作亦是決勝之重要關鍵。基本上，企業在遭逢產品責任訴訟時，其內部品管人員、負責設計審查之工作人員當屬防禦小組之當然成員，甚至於連保險公司之代表都可以是該小組之成員，由該小組來提供辯護律師在技術上必要之支援，同時更可主動地提供辯護律師有利之產品資料，並配合辯護律師進行相關文件之整理及銷毀動作。其中特別是有關文件之銷毀，因為在產品製造過程中企業內部可能會出現類似備忘錄 (memoranda) 之文件，該項文件通常係用在非屬正規作業底下為提醒相關工作人員注意之書面，其若萬一為控方所取得，則將對於被告甚為不利；例如，企業有時為節省成本而變更原先之設計，於是乃以備忘書面之形式提醒相關人員注意配合。

此外，防禦小組之人員亦應對於產品責任之相關法規要有深切之認識。特別是企業在進行跨國業務營運時，亦不能不忽視產品責任之另一重要問題，亦即產品責任之域外適用問題，此一問題自一九七〇年代起即已發生。此一狀況之發生使得企業在面對各國不同之產品責任要求時，越來越難估算及掌握其前置成本；以我國為例，由於我國出口生產之項目屬於



零組件者甚多，隨著國際貿易使得該商品販售至世界各地，結果使得廠商應負責之型態益形複雜；以歐洲為例，雖其自一九九五年起已有共同之產品責任立法之標準，然其仍只是最低之標準，各國間仍有其自有之產品責任立法和損害賠償計算方式（註七十七）。

企業在進行產品責任抗辯時，其除可透過提供相關證據（文件、檔案或專家證詞）來證明自己已盡到相當之注意義務外，其尚可舉證證明受害人之所以產生損害之原因，係基於受害人本身之事由以致之，如：

1. 受害人對產品不正常或不正當的使用 (abnormal or misuse)

一般言，消費者或使用者若依正常之方式或商品原定用途以使用商品，當即不致發生損害，故若其因對於商品不正常或不適當之使用致發生損害者，製造商即無須負責。不過，須注意的是若消費者對於商品之不正常或不適當使用係製造商所可預見者，則製造商應提供指示或警告，否則其仍不得主張免責。

2. 受害人與有過失 (contributory negligence)

消費者或使用者因明知商品有缺陷而自動或故意不當使用或嘗試致受到傷害時，由於傷害造成之原因除製造商之過失（因其製品有缺陷）外，尚有被害人（消費者）對於自己利益保護之缺乏注意，因此法律對於被害人亦有過失之場合，不予救濟。不過，就被害人之過失部份，應由加害人（製造廠商）負舉證責任。

3. 受害人自甘冒險 (assumption of risks)

消費者或使用者發現商品有瑕疵並明知危險之存在而猶自願或故意使用或嘗試致受到傷害時，其責任由消費者自行承擔，製造商可不必負賠償責任。如藥品說明書上註明「多服用有副作用，使用時須經醫師指示」等警告文字，若消費者不依指示擅自服用致受損害時，其損害由本人自負其責。此時製造商即得以其已善盡警告提醒之義務，而以消費者自甘冒險作為抗辯，主張減免其產品責任。

由於各國之產品責任規定所謂予產品製造人之責任愈來愈重，加以消費者保護乃

---

註七十七：范建得，因應國際產品標準與產品責任規範之新趨勢，經濟部全國工業發展會議第六分組報告，頁四一五。

是全球之時勢所趨，國際間又缺乏一致之產品責任立法，各國之產品責任規定亦必定是愈來愈趨於嚴格，其所造成之損害賠償壓力將使企業日後之營運愈加困難，因此企業內部對於此一趨勢先有清楚之認知之後，針對本國以及主要之市場地區之產品責任法令（不論係程序抑或實體之規定）與案例，皆應加以深入收集以及研究探討，借他山之石以供鑄，並於平時作業時即遵照相關規定運作，建立必要記錄及檔案，以累積日後為抗辯之籌碼。

#### 四、產品責任保險

由於科技之發展，廠商之產品設計及品質管制作業無論再如何小心謹慎總難達到百分之百的滿意效果；加以產品日趨大量且繁複，分工日益精細，產品由設計、開發、製造至銷售之過程曲折漫長，使得因產品瑕疵所致生之意外事故難以絕對預防。是故，為避免因產品一旦發生意外事故而使購用者遭受身體傷害或財務損失而應負擔賠償責任時，影響到企業之營運或財務基礎，甚至因無力賠償而倒閉，企業於此時應積極尋求轉嫁或分散此一風險，亦即考慮投保產品責任保險以求轉嫁其對消費者或使用者可能須負擔之損害賠償責任。

產品責任保險 (product liability insurance)，係承保被保險人因製造、發售、處理或分配其產品或貨物，而使他人消費或使用該產品時遭到身體、生命或財產上之損害所應負擔損害賠償責任。根據我國之產品責任保險基本條款之規定，產品責任保險係「對於被保險人因被保險產品之缺陷在保險期間內發生意外事故，致第三人身體受有傷害或第三人財物受有損失，依法應由被保險人負損害賠償責任，而受賠償請求時，對於被保險人負賠償之責。」（註七十八）產品責任保險係屬於責任保險之一種，乃以填補被保險人以其投保產品之瑕疵致生損害於第三人，而應負擔損害賠償責任為標的。責任保險制度自十九世紀建立以來，在英、美、法、日、瑞士等國，已發展成為龐大之企業規模與組織，對於危險之分散、損害之分擔等方面提供了莫大之貢獻。

由於以產品事故為出發點之損害賠償措施，與設計、研究、開發、或製造階段之安全性

---

註七十八：參閱產品責任保險基本條款，第一章第一條。

對策有著極其密切之關係。因此，產品在產製完成以至於出貨以前，若有經嚴格徹底之產品安全監控的話，則其產生瑕疵或造成意外事故之可能性即能大大地降低。是故，當企業要進行產品責任保險之投保時，有必要將其可投保的產品範圍加以明確化；亦即考慮每一產品之情況，事先設定要加入產品責任投保產品之優先順序，如某些較易引起事故之產品，為了避免支付訴訟費用或賠償金之麻煩，則應優先投保產品責任保險；如此一來，企業不僅可獲得保障，同時亦可樽節保費之支出。

不過，產品責任保險雖然為企業解脫其沉重責任提供一個管道，然真正解決此一問題的根本之道 還是在企業產品安全管制、保證制度之建立。

## 陸、結論

今日，消費者保護已成時代潮流之所趨，各國對於保護消費者之立法亦日趨週嚴完備，自然形成對企業經營者極大之營運上風險與壓力。故對於此一經營環境，企業應有下列之認知：

### 一、確實掌握國際間有關產品責任立法之發展

在國際往來頻繁的今天，各國間之工商業發展大致有一定之運作模式，因此，各國對於產品責任所規範之內容，間或有些許之差異，但大致亦呈現有相同之傾向（註七十九）。所以，企業在進行國際貿易（或跨國商務）時，應確實掌握相關國家對於產品責任之規定以及其執行之情況，並妥採配合、因應之措施，以保持市場競爭力，同時減少糾紛或索賠發生之可能性。例如，歐盟為確保進入其市場之商品在品質上有一定水準、在安全上有一保證，並對企業在其一旦有違規事件發生時得以進行追訴，故乃要求進入歐洲市場之產品，須符合下列三項要求（註八十）：

---

註七十九：朱柏松，消費者保護法商品製造人責任規定之適用與解釋（下），台大法學論叢，第二十四卷第二期，民國八十四年六月，頁四九一。

註八十：賀力行、李友錚、沙永傑，國內 ISO 9000 系列之推廣與實施，品質管制月刊，第三十卷第三期，民國八十三年三月，頁三一。

1. 生產廠商之品質管制需符合 ISO 9000 之要求。
2. 產品需符合歐體市場對安全、環保及人體衛生之基本要求標準，並貼上 E MARK 。
3. 生產廠商於歐體市場需設有一代理商。

因此，我國企業若欲拓銷歐洲市場者，則應對類似之規定有所因應才是。

## 二、做好品質管理並尋求避險

企業真正能避免產品責任之積極作法，就是做好自身之品質管理工作；從 ISO 至 TQM，建立企業上下品質管理之共識，使品質管理不僅是企業經營的目標，同時更是每一位企業員工工作之信仰；一切皆依照作業規定運作，嚴密控管執行，絕不輕易放過任何一丁點瑕疵，務使呈現在消費者面前之商品，不單純僅係一安全無瑕疵之商品，同時更是企業品管績效、商業信譽之具體展現。此外，企業之安排投保產品責任保險，除可將企業之危險責任轉嫁及分散於社會大眾，達到損害賠償社會化目的，同時亦是對於消費者損害賠償資力的確保，可謂是就企業之避險以及消費者損害之救濟言，雙贏的一種安排。

## 三、勇於擔負社會責任

基本上，消費者權益以及企業利益間並非係相互對立的；亦即消費者權益與企業利益間並不是一種零和遊戲；只有在犧牲消費者利益之情況下，企業經營者之利益方才得以獲確保。二者間實可以並行不悖，相輔相成。因為唯有消費者享有適度之權利，對於企業有相當之監督能力，企業經營者才能期待其合理、健全之經營與永續發展。同時亦唯有企業經營者能穩定、健全的成長，消費者的生活品質亦才能日益提高（註八十一）。因此，企業經營者之經營理念應以消費者權益為導向，加強品質管制與售後服務工作，一旦發現不良產品流入市面，應主動盡速回收並銷毀，以避免造成消費者之傷害，確實擔負起社會責任，並顧及社會之福祉，使消費大眾均能分享其利，而不受其害。如此必能贏得消費者信賴，有助於提高企業之商譽，並強化其商品之競爭力，進而加速企業更健全之發展。

---

註八十一：同註七十九，頁四九二。