

产品质量法概论

主编：刘定华
湖南出版社

产品质量法概论

主编 刘定华

湖 南 出 版 社

〔湘〕新登字 001 号

产品质量法概论

主编：刘定华

责任编辑：李沛诚

*

湖南出版社出版、发行

(长沙市河西银盆南路 67 号)

湖南省新华书店经销 湖南湘潭县印刷厂印刷

*

1992 年 10 月第 1 版第 1 次印刷

开本：850×1168 1/32 印张：11.25 插页：2

字数：258 000 印数：1—3000

ISBN7—5438—0380—1

D·71 定价：5.40 元

認真學習產品質量法規

增強產品質量意識

劉夫生

一九九二年二月

前 言

产品质量问题是人们普遍关注、党和政府极为重视的社会问题。为了切实保障产品质量,提高对产品质量的依法监督管理水平,维护国家和人民的利益,加强对产品质量法的学习、研究和宣传,提高公民的质量法律意识是完全必要的。《产品质量法概论》的编写,就是力图在学习、研究和宣传产品质量法方面起到一定的作用。

本书由十一章构成。第一章和第二章属于总论部分,主要阐述产品质量与我国经济发展战略的关系和对产品质量关系进行法律调整的重要意义,我国产品质量法的发展、基本原则和特征;第三章产品质量的国家管理,实质上是对产品质量法律关系管理主体的概述;第四章至第七章阐述国家对产品质量从宏观到微观,从生产领域到流通领域进行管理的主要形式和内容;第八章是非国家机关对产品质量的社会监督;第九、十章是对产品质量的奖励制度和法律责任制度的阐述;第十一章是产品质量纠纷的解决方式,即产品质量仲裁和产品质量诉讼。

全书力求做到理论与实践相结合,尽量顾及产品质量法的系统性和完整性,以期对学习经济法的同志有所帮助,对质量管理人員也有所裨益。但由于作者水平所限,书中难免存在缺点错误,诚恳欢迎读者批评指正。

本书撰稿人为:刘定华(第一章、第二章、第六章、第七章、第八

章第一节、第十章第二节),李利君(第三章、第四章、第五章),叶向荣(第八章第二节、第十一章),刘绘(第九章、第十章第一、三节),全书由主编修改定稿。

在本书出版过程中,湖南出版社给予了积极支持,湖南省人大常委会刘夫生主任为本书题词,在此表示衷心感谢。

作者

1991年9月

目 录

前 言	(1)
第一章 产品质量关系的法律调整	(1)
第一节 产品质量与我国的经济发展战略	(1)
第二节 法律调整产品质量关系的意义	(9)
第二章 我国产品质量法的历史发展和基本 原则	(18)
第一节 产品质量立法的一般历史发展	(18)
第二节 我国产品质量法的渊源和体系	(25)
第三节 我国产品质量法的基本原则和特征	(30)
第三章 产品质量的国家管理	(36)
第一节 国家管理产品质量的本质	(36)
第二节 国家质量管理机关的职能	(41)
第三节 国家管理产品质量的机构	(43)
第四章 标准化管理和产品质量认证制度	(54)
第一节 标准化管理	(54)
第二节 产品质量认证管理	(69)
第五章 计量生产许可证和生产过程中的产品 质量管理	(81)
第一节 计量管理	(81)

第二节	生产许可证管理	(95)
第三节	生产过程的产品质量管理	(101)
第六章	商标、广告管理和产品质量监督抽查	
	公布制度	(111)
第一节	商标管理	(111)
第二节	广告管理	(119)
第三节	产品质量监督抽查公布制度	(127)
第七章	流通领域中的商品质量管理	(132)
第一节	合同质量管理	(132)
第二节	进口商品的质量管理	(138)
第三节	出口商品的质量管理	(145)
第八章	产品质量的社会监督	(154)
第一节	社会组织对产品质量的监督	(155)
第二节	产品质量的舆论监督	(162)
第三节	产品质量保险	(175)
第九章	产品质量奖励制度	(180)
第一节	产品质量奖励制度的作用	(180)
第二节	优质产品奖励制度	(182)
第三节	科技进步和发明创造奖励保护制度	(185)
第四节	引进技术消化、合理化建议和技术改进 奖励制度	(189)
第五节	质量管理奖励制度	(191)
第十章	产品质量法律责任制度	(194)
第一节	行政法律责任	(194)
第二节	民事法律责任	(202)

第三节 刑事法律责任	(213)
第十一章 产品质量纠纷的处理	(222)
第一节 产品质量仲裁	(222)
第二节 产品质量诉讼	(235)

附录:

一、中华人民共和国标准化法	(247)
二、中华人民共和国标准化法实施条例	(252)
三、中华人民共和国计量法	(263)
四、中华人民共和国计量法实施细则	(269)
五、中华人民共和国食品卫生法(试行)	(282)
六、中华人民共和国药品管理法	(293)
七、中华人民共和国药品管理法实施办法 ...	(304)
八、中华人民共和国进出口商品检验法	(316)
九、工业产品质量责任条例	(322)
十、乡镇企业工业产品质量管理办法	(330)
十一、国家优质产品评选条例	(335)
十二、关于产品责任适用法律的公约	(339)
十三、欧洲共同体 1976 年产品责任指令 草案	(344)
十四、[欧洲经济共同体]关于造成人身伤害与死亡 的产品责任的欧洲公约	(347)

第一章 产品质量关系的法律调整

第一节 产品质量与我国的经济发展战略

提高产品质量是党和国家经济战略的指导思想,也是国家经济管理机关、经济组织活动的出发点。1985年9月18日国务院《关于制定七五计划建议的说明》论及我国产品质量现状与经济效益的关系时指出:“产品质量差,物质消耗高是我国的致命弱点,也是今后发展的巨大潜力所在。”因此,提高经济效益,特别是提高产品质量,正确处理好效益和速度,质量和数量的关系,被确定为第七个五年计划必须遵循的原则。举世瞩目的党的十三大又极其明确地把“注重效益,提高质量,协调发展,稳定增长”作为我国经济发展的战略。尽管近几年在产品质量方面采取了一系列措施,但正如江泽民总书记和李鹏总理在全国推行全面质量管理十年总结大会的贺信中所指出的:“产品质量低,企业效益差仍然是我国经济发展中的一个严重问题”。为了推动我国经济从数量效益型向质量效益型的转变,走投入少、产出多、质量好、效益高的发展道路,国务院决定,1991年在全国范围内开展“质量、品种、效益年”活动。可见,产品质量已成为关系我国经济发展全局而为党和政府极为关注的问题。

一、产品质量的概念。

产品质量在经济学上是指产品能够满足人们某种需要所具备的特性,它以有用性为前提,一般表现为产品的适用性、可靠性、安全性和使用寿命。它与使用价值有着紧密的联系。马克思指出,“物的有用性使物成为使用价值。但这种有用性不是悬在空中的。它决定于商品本身的属性,离开了商品体,就不存在。因此,商品体本身就是使用价值,或财物。”^① 产品的使用价值是能够满足人们某种需要的效用。质量与使用价值的共同点都是反映满足人们的某种需要。商品的使用价值量总以一定质为前提。同种商品相比,质量高的,满足人们某种需要的效用程度就高,商品的使用价值量就大。有人便从这一意义上把产品的质量视为产品的使用价值。当然产品质量与使用价值可以从质和量的角度进行考察,不同的商品有不同的使用属性,有不同的效用,从而在质上构成不同的使用价值。同种使用价值的多少则构成使用价值量;而产品的质量则是表明产品能够满足人们某种需要的特性程度,同种产品的这种特性的程度不同,则质量不同。可以说,产品的质量是产品的使用价值构成要素,它直接决定产品使用价值的质,也间接决定产品使用价值的量。随着科学技术的进步,物的新的属性被发现,就会产生新的使用价值。因此,产品的使用价值和质量不仅由物的自然因素,即物理的、化学的和其他本质属性所决定,而且也取决于人们生产和科学实践活动的发展水平。商品的使用价值具有有用性的特点,商品的质量决定了有用性的优劣程度,但有用性又只有在特定物的消费过程中才能反映出来。“一件衣服由于穿的行为才现实地成为衣服,一间房屋无人居住,事实上就不成其为现实的房屋;因

^① 马克思:《资本论》第一卷,第48页。

此,产品不同于单纯的自然对象,它在消费中才证实自己是产品,才成为产品。消费是在把产品消灭的时候,才使产品最后完成。”^①这就是说,产品的完成与否,应该以它在使用过程中所体现出来的实际效用为准,并且在它被消灭的时候,才能肯定它的全部使用价值。所以,产品质量也就是产品满足人们需要所具备的那些自然属性,即产品的性能、寿命、可靠性、安全性和经济性的综合。所谓可靠性,是指产品在规定的时间内,规定条件下,完成规定功能的能力;安全性是指产品在流通和使用过程中保证安全的程度;经济性是指产品寿命周期总费用(包括使用成本)的大小,产品应当有优化成本。除自然因素之外,社会因素,即心理的、民族的、风俗的、宗教的、伦理的、经济和政治的因素也影响人们对产品的质量评价。使用价值和美学价值的高度统一,也往往成为人们评判产品质量的一个标准。由于不同的产品具有不同的质量特性,因而满足人们需要的程度也不同。即使是同一标准的产品,由于技术、经济、环境、心理因素等原因,对某一用户是适宜的,则表现出高的质量,而对另外的用户则不一定完全适用,则表现出较低的质量。我们这样确定产品的质量概念,就同那种只限于是否符合设计文件的质量概念不同,它不仅包括设计质量、加工制造质量,而且包括实际使用质量。这样就为满足人们日益增长的物质文化需求,对不断地提高产品质量提出了更高的要求,也给评判产品质量提供了全面标准。

二、产品质量与经济发展战略的关系。

从产品质量的性能出发,我们不难发现,产品质量的情况与国民经济的发展和整个经济战略的实现有着紧密的联系。

^① 马克思:《〈政治经济学批判〉导言》,《马克思恩格斯选集》第2卷,第94页。

(1)提高产品质量,有助于为社会提供一个良好的生活环境和
工作环境,有利于发挥人们建设社会主义的积极性。

提高产品质量是人们历来的基本愿望。人总是希望吃到较好的食物,用到称心如意的用品,有一个美好的生活环境和
工作环境。尽管在不同的社会中,由于生产力水平和该社会生产目的的限制,其实现的程度有所区别,但人们的这种愿望和要求,始终是推动科技进步、生产发展和产品质量提高的动力。尤其在社会主义国家,实现了生产资料公有制,劳动者成了生产资料的主人,在生产过程中,劳动力的所有者同时也是生产资料的所有者。劳动者与生产资料在公有制基础上的直接结合,就使生产高质量的产品用来满足广大人民群众日益增长的物质文化生活的需要成为可能。这是社会主义生产的本质,也是社会主义制度区别于资本主义制度以及一切剥削制度的一个根本特征。提高产品质量是社会主义基本经济规律的要求,也是我们一切经济工作都要对国家和人民负责的显著表现。试想,如果人们处在一个质量事故不断、生命财产毫无安全的环境中,哪里会有安定的心情进行工作?假如人们在生活和工作中经常遇到使用故障,哪能加快生活节奏,提高工作效率?德国企业家格里希说过:“人生处处要注意质量,没有质量就没有生活”。是的,人人都想要提高生活质量,而我们生活的环境是人创造的,如果是低质量的劳动,就不可能创造高质量的产品,因而也就不可能创造高质量的生活环境。当我们向社会提供不合格产品时,就是在破坏自己的生活环境,破坏自己的生活。所以,一个国家产品质量的好坏,有无促进产品质量的措施和环境,直接关系到人们社会主义积极性的发挥和社会稳定的大局。

(2)提高产品质量是提高经济效益的重要保证。

经济效益一般是指对人们有目的的消耗和物质消耗与所取得

的劳动成果之间的对比。任何社会的生产经营者都不能不讲究经济效益,只不过目的不同罢了。资本主义提高经济效益的目的在于追求剩余价值。资本家总是把所得到的剩余价值与预付资本进行比较,从而力图“用最小的预付资本生产最大限度的剩余价值。”社会主义的经济效益是指在社会主义生产和经营过程中,对有目的的活劳动消耗和物质消耗或占用与所取得的符合社会需要的劳动成果之间的对比,即要以尽量少的活劳动消耗和物质消耗,生产出更多的符合社会需要的产品。我国实行的是有计划的商品经济。作为商品,即有价值,又有使用价值,是使用价值与价值的统一体。价值的实现有赖于使用价值的存在和完好。如果产品质量低劣,缺乏使用价值,就会卖不出去。如果经过辛勤劳动创造出来的机器质量不好,不能使用,那就成了一堆破铜烂铁,凝结在产品内的物化劳动和活劳动也就白费,不能形成效益。因此,社会主义的经济效益,必须看产品质量、品种、规格、花色是否符合社会需要。只有与社会需要相适应,使用价值才能得到“让渡”,价值才能得到实现,才有真正的经济效益。如果质量不合格,生产的数量越多,反而给社会造成的损失就越大。因为大量的产品被报废,或削价处理,或积压仓库,使原材料、能源、运力和资金等社会财富白白浪费。据一项调查推算,近几年因产品质量问题造成的损失,每年至少有一千几百亿元。仅由于煤炭中煤矸石和灰分的增加这一项,国家每年浪费的运力就达 3100 多万吨;直接损失达 6 亿余元。同时灰分、水分、硫含量超标,还会直接影响发电和冶金产品的质量。如 1989 年 1 月至 5 月,东北电网由于锅炉煤质不稳发生的 21 次灭火事故,其中 70% 的设备事故就是由于煤矸石磨损锅炉壁管泄漏所致。又如羊毛中污毛含量的增大,细羊毛的净毛率由 1984 年的 38.7% 下降到 1989 年的 30%,国家每年损失达 2 亿元。可见质量是经济效益

的关键和发展生产的基础,适当的生产速度和增加产量是必要的,但必须以保证质量为前提。只有这样才能真正提高社会主义的经济效益。如果不顾产品质量,再高的速度,再多数量,只能适得其反。

提高产品质量是提高经济效益的关键,还因为它是降低消耗的基本途径。产品质量的提高,无疑可以节约原材料和劳动量,从而可以节约成本。但近几年工业品的物质消耗却不能令人满意。1980年工业生产的物质消耗占工业总产值的比重为65%,而1986年上升到68.1%,1987年上升到69.1%。据有关部门统计,在工业产品的成本中,物质消耗一般占80%以上,工资部分只占10%多一些。从单位国民生产总值的消耗来看,我们比印度高1倍,比日本高3倍。如果采用新的技术,提高相关设备的质量和效能,那产值就会增加,效益就会提高。

我国经济发展的经验教训充分证明:以质量求效益是真正的效益。提高质量与增加效益同步进行,企业效益和社会效益才会统一。低质量的产品有时也许会给企业带来暂时的效益,但给社会带来的却是不安全因素和经济秩序的不稳定。因此,提高经济效益的有效途径只能走提高产品质量的道路。

(3)提高产品质量是发展外向型经济的需要。

发展外向型经济,积极参加国际经济合作和竞争,以沿海经济的繁荣带动整个国民经济的发展,是我国面临的重要任务。外向型经济就是使产品尽量出口,拓展世界市场,实行国际经济协作,把我国经济楔入世界市场体系,解决国内经济发展所需资金,有效地促进我国国民经济和科技文化的发展。

但是,一个国家的经济要想楔入世界市场体系,必须具备一定的条件。一是要以资本、技术和劳务的输出参与国际经济合作;二

是要以制成品或半制成品的出口贸易占领世界市场。根据我国的实际情况,我们要在发挥我国劳动力资源优势的同时,把主要精力放在扩大制成品、半制成品的出口上,扩大我国产品在世界市场上的拓展度和占有率。要使我国产品进入国际市场,无疑要经过激烈的国际竞争。在竞争中,质量是产品出口的“护照”和进入市场的“通行证”。因为国际市场竞争的趋势已从卖方市场转向买方市场,由消费者竞争转向了生产者的竞争。消费者和用户的商品自由选择权,对生产经营者的竞争命运具有举足轻重的作用。他们宁可购买较贵的高质量的商品,而不愿意购买低价质量差的商品。因此,质量不高的产品是很难进入国际市场的。即使进入了也会被挤出来。日本人之所以能从战后的破壁残垣、经济落后的状态中崛起,成为当今世界的经济巨人,就是因为他们实行了“质量型”的经济战略。

同时,产品质量也是一国科技进步和管理水平的重要标志,反映着一国的民族素质。低劣的产品一旦出国,不仅会出现摆地摊、被外商索赔等情况,而且会损坏一国的信誉和形象。须知,在国际经济交往中,一旦给人们造成了一国产品低劣的印象,就等于限制了该国在一定时期从事此种商品经销的权利。如果我们的产品质量不提高,缺乏竞争能力,就不能进入国际市场,创汇和引进先进技术的实力就会削弱,给产品的更新换代和整个国力的增强带来严重影响,沿海经济的繁荣难以促进,带动整个国家经济发展就只能成为一句空话。

由此可见,在竞争激烈、崇尚创新的现代经济生活中,对外经济发展成功的关键是产品质量。所以,生产适销对路、物美价廉、质量上等的产品是发展外向型经济,使我国经济腾飞,跻身世界经济大国的重要任务。

(4)产品质量关系企业存亡,四化成败。

产品质量与企业的兴衰存亡有着密切的关系。因为产品是企业生产经营活动的实体,又是企业与外部环境联系的结合点。企业的全部活动几乎都是围绕产品而进行:从产品决策开始,继而进行产品研制开发,形成批量,正式制造,然后通过市场活动实现其使用价值和价值,达到满足社会需要的目的。产品质量集中反映一个企业对社会的作用与贡献,也决定着企业的形象。一个长期保持生产优质产品的企业,对消费者就有强大的说服力,就会拥有长期稳定的消费者群体,可以吸引优秀人才,获得顺畅的原料供应和产品销售渠道,有利于获得舆论和社会各界的支持,吸引新的资本;还可以激发职工的自豪感,增强企业的向心力和凝聚力。这样的企业无疑具有旺盛的生命力而得到发展。相反,一个长期生产低质劣质产品,形象不佳的企业,即使一时逃避了国家主管部门的停业、撤销的惩罚,其生产经营活动也将寸步难行,免不了自然淘汰的命运。

企业是整个经济的基本单位,客观上构成社会经济力量的基础。社会生产力是所有企业生产力的总和。企业质量低劣,不仅使自己陷入困境,而且还影响整个生产力的发展水平,妨碍社会的进步。

产品质量既关系企业存亡,也关系到“四化”成败。因为提高产品质量是实现“四化”的目的,同时也是实现“四化”的途径。实现四个现代化,就是要用当代先进的科学技术武装我国国民经济各部门,彻底改变国民经济和技术落后的面貌,使我国的农业、工业、国防科学技术达到世界先进水平,使我国的社会生产力有一个巨大的发展,使人民生活水平有显著的提高。因此,四个现代化的实现离不开先进的机器和设备的装配。而先进的机器设备就是用较