

正中實用法律講座

王澤鑑著

商品製造人責任與消費者之保護



D92

正中書局印行



版權所有

翻印必究

中華民國六十八年九月臺初版

中華民國七十一年元月臺二版

正中實用商品製造人責任與消費者之保護
法律講座

全一册 基本定價 一元四角

(外埠酌加運費滙費)

著	者	王	澤	鑑
發	行	蔣	廉	備
發	行	正	中	書
印	刷			局

新聞局出版事業登記證 局版臺業字第〇一九九號(7564)續
分類號碼：584.15 (1000)

正 中 書 局

CHENG CHUNG BOOK COMPANY

地址：中華民國臺灣臺北市衡陽路二十號

Address: 20 Heng Yang Road Taipei, Taiwan, Republic of China

經理室電話：3321145 編審部電話：3821147

業務部電話：3321153 門市部電話：3822214

郵政劃撥：九九一四號

海 外 總 經 銷

OVERSEAS AGENCIES

香港總經銷：集成圖書公司

總辦事處：香港九龍油蔴地北海街七號

電話：3-886172-4

日本總經銷：海風書店

地址：東京都千代田區神田神保町一丁目五六番地

電話：291-4345

東海書店

地址：京都市左京區田中門前町九八番地

電話：791-6592

泰國總經銷：集成圖書公司

地址：泰國曼谷耀華力路233號

美國總經銷：雅強圖書公司

Address: 41 Division St., New York, N.Y. 10002 U.S.A.

歐洲總經銷：英華圖書公司

Address: 14 Gerrard Street London W.I., England

加拿大總經銷：嘉華圖書公司

Address: China Court, Suite 212, 208 Spadina Avenue Toronto

Ontario, CANADA M5T 2C2

序

年來國內工商發達，社會進步，凡百行業無不蒸蒸日上，出版事業，尤爲蓬勃，大小書局多至一千數百家，每年出版書籍萬餘種，新舊並陳，令人有目不暇給之感。

二年前，本人承乏正中書局董事會職務，因感於知識爆炸時代，出版事業爲滿足社會大眾求知慾望，所負責任較前更爲重大；多出新書，介紹新知識，固然重要；而發行整體性、系統性的叢書，以介紹一系列知識，尤爲重要。編印叢書一事因而定爲本書局編審部門今後出版方針之一，當時所擬計劃，計有叢書多種，分別約稿，陸續發行。今茲所出，爲「實用法律講座」。

本叢書稱「實用法律講座」者，係以日常生活經常觸及的法律問題爲中心，釐訂科目二十種，每一科目以十萬字爲原則，分別約請學有專精而又富有實務經驗之法學教授、司法官及律師撰寫，理論與實用兼顧，尤重實用，此爲本叢書之特色，而不同於坊間其他法律著作。

工商時代人與人之間接觸頻繁，社會交往，個人處事，類多涉及法律問題。身處法治國家，解

紛止爭，惟法律是賴。多一分法律知識，即多一分維護自己權益的力量。本叢書針對日常生活可能發生的法律問題，以簡明筆法予以敘述，並提供解決之道，使讀者一目了然，斯爲本叢書編輯之旨趣。是則本叢書之發行，非但可以減少社會無謂紛擾，抑且可以增進國民法律知識。

本叢書籌編之初，承楊崇森教授共同策劃，提供寶貴意見，併此致謝。

朱 建 民 謹 識

民國六十五年八月

著者簡介

王澤鑑

台灣省台北市人

民國二十七年生。

國立台灣大學法律學系畢業，德國慕尼黑大學法學博士，英國劍橋大學研究。曾任台大法律學系教授系主任，司法行政部民法研究修正委員會委員。現任台大法律學系教授。著有民法學說與判例研究。

HW 201/03

正中實用法律講座：

婚姻與家庭

財產之繼承

金錢借貸

分期付款買賣

消費者權益之保障

人格權之侵害與救濟

公司之設立與管理

票據之利用與流通

證券買賣

商標之保護

林菊枝著

戴東雄著

鄭玉波著

劉得寬著

王澤鑑著

王澤鑑著

柯芳枝著

陳世榮著

施智謀著

曹鴻蘭著

著作權之保護

信託與投資

人身與財產之保險

勞資關係

信用狀與其他國際貿易付款問題

契約的訂定與履行

房屋買賣委建合建與承攬

所得稅之報繳

行政執行

訴願及行政訴訟

楊崇森著

楊崇森著

施文森著

陳繼盛著

王仁宏著

施啟揚著

楊與齡著

王建煊著

張劍寒著

林紀東著

目次

第一章 緒論	一
第一節 消費者保護之基本問題	一
第一項 消費者保護之必要性	一
第二項 消費者保護之基本目的	三
第三項 消費者保護之方法	四
第二節 商品之瑕疵與損害事故	五
第一項 現代消費社會與商品之特色	六
第二項 商品瑕疵之基本類型	七
第三項 損害事故	七
第四項 各國共同關切之問題	八
第三節 商品製造人責任	九
第一項 基本法律關係	九
第二項 概念用語	一〇

第三項 請求救濟之法律依據	一一
第二章 我國現行制度	一三
第一節 契約責任	一三
第一項 概說	一三
第二項 物之瑕疵擔保責任	一四
第一款 意義及性質	一四
第二款 解約或減價	一五
第三款 另行交付無瑕疵之物	一二
第四款 不履行之損害賠償	一二
第三項 不完全給付（積極侵害債權）	一四
第一款 法律依據	一四
第二款 構成要件與法律效果	一六
第三款 不完全給付與商品製造人責任	一八
第四項 免責條款	二〇
第一款 問題之說明	二〇

第二款	免責條款之規律	三一
第三款	外國立法例	三二
第五項	契約關係外第三人之保護	三八
第一款	問題之說明	三八
第二款	第三人損害之賠償	三九
第三款	附有保護第三人作用之契約	四一
第四款	利益第三人擔保責任	四六
第二節	侵權責任	四八
第一項	概說	四八
第二項	最高法院判決與實務上之基本問題	五〇
第一款	訴訟外解決之二個模式	五〇
第二款	最高法院六〇年臺上字第一六一一號判決（蒸氣鍋爆炸案件）	五三
第三款	最高法院六三年臺上字第八〇六號判決（汽水瓶誤裝毒質鹼液案件）	五五
第四款	實務上四個基本問題	五七
第三項	直接侵權責任（民法第一八四條第一項之適用）	六〇

第一款 侵權行爲之基本類型	六〇
第二款 構成要件	六一
第三款 舉證問題之克服	六三
第四項 僱用人侵權責任（民法第一八八條之適用）	六五
第一款 現行制度	六五
第二款 僱用人無過失侵權責任之建立	六八
第五項 契約責任與侵權責任之競合	六九
第一款 基本理論	六九
第二款 最高法院判決之檢討	七四
第三節 保護消費者之法律與商品製造人責任	七六
第一項 基本法規概述	七七
第一款 食品、藥物、農藥及化粧品之管理	七八
第二款 商品檢驗制度與國家標準	八三
第二項 商品製造人之責任	八八
第一款 違反保護他人之法律（民法第一八四條第二項之適用）	八八

第二款	製造者之收回與警告義務	九一
第三章	外國法制之發展趨勢	九七
第一節	德國法——舉證責任再分配	九七
第一項	概說	九七
第二項	學說	九九
第三項	判例法上之突破	一〇二
第一款	一九六八年法學家會議之建議	一〇二
第二款	發展趨勢	一〇三
第二節	美國法——商品製造人無過失責任	一〇五
第一項	概況	一〇五
第二項	過失責任	一〇六
第三項	擔保責任	一〇八
第四項	無過失侵權責任	一一〇
第五項	商品製造人責任之危機	一一七
第三節	商品製造人無過失侵權責任之特別立法	一二〇

第一項	歐洲共同市場商品製造人責任法草案	一一〇
第二項	英國法制委員會之建議案	一二七
第三項	日本製造物責任法要綱試案	一二九
第四項	比較分析	一三五
第四章	檢討與建議	一四三
第一項	契約法上之救濟方法	一四三
第二項	侵權行為法上之救濟方法	一四五
第三項	商品製造人無過失責任	一四七
第四項	消費者保護制度	一四九

第一章 緒論

第一節 消費者保護之基本問題

第一項 消費者保護之必要性

近數年來，我國經濟成長快速，工商業發達，人民生活水準提高，商品種類增加，勞務供給亦日益豐富，逐漸成爲大量生產及大量消費之富裕社會。然而，在這個大量消費的社會，消費者的地位不但未獲改善，反而日趨式微，經濟學家所謂的「消費者主權」，已經名存實亡。商品製造廠商、

銷售者以及勞務供給者享有優越之地位。造成此種情勢之原因甚多，歸納言之，約有四項：

1. 企業者之聯營或合併，增強其在市場上之力量，進而破壞市場競爭秩序。
2. 商品種類繁多，有由國內製造者，有由國外輸出入者，構造複雜，性質互異。因此，品質與價格是否相當、是否具有危險性及副作用，一般消費者多無法判斷。

3. 現代企業經營重視銷售技術，為推銷商品或勞務，無所不用其極，廣告富於暗示性，內容誇大虛偽者經常有之，其中以藥物及食品廣告最稱嚴重，容易引起消費者潛在慾望及動機。此外，各種「對價還本」、「贈獎」、「打折優待」亦常誘引經驗不足之消費者，作不利於其自己之消費行為。

4. 廠商互相結合成為商會，具有完善組織，形成壓力團體。消費者多屬零散羣衆，欠缺共同利益意識，顯然不足與企業者對抗，以維護自己之正當利益。

消費者地位的低落，除上述社會經濟原因外，尚有法律制度上之因素。現行法制是建立在個人主義及契約自由原則之上，企業者常假契約自由之名，行剝削之實。定型化契約（附合契約）免責條款，即其最著之例。又現行訴訟制度，程序繁雜，耗時費錢，亦不利於消費者，因商品瑕疵，遭受損失者，除非情形嚴重，一般消費者多自認倒霉，不願追究，不良廠商未受制裁，更是肆無顧忌。

第二項 消費者保護之基本目的

消費者利益之保護，牽涉甚廣，因時因地而不同，就直接重要問題而言，可分爲三項說明之：

1. 保護消費者之安全

爲保護消費者健康及生命，商品品質管制及衛生藥物食品管理法規最爲重要，可認爲是消費者保護之基本措施。我國近來制定商品檢驗法、藥商藥物管理法、食品衛生管理法，雖未盡完善，但體制粗備。其他關於營業設立及各種職業資格法令，亦可提高從業者之水準，對維護消費者安全，甚有助益。

2. 保護消費者免於遭受不當誘引、詐欺或剝削

此爲古老之問題，民法、刑法及行政法多設有規定。就民法言，有暴利行爲之禁止、高利貸之禁止；刑法上有處罰詐欺之規定等。然而近年來工商業發達，企業經營技術及花樣亦層出不窮，除誇大、虛偽、引誘性之宣傳廣告外，不正確之包裝或標示亦足使消費者遭受損害。在我國目前經濟體制下，爲保護消費者之利益，市場競爭秩序的維持，與價格、品質是否合理，具有極密切之關係。其他例如分期付款買賣，涉及消費者信用問題，由於一般消費者欠缺經驗，又屬經濟上弱者，如何加以保護，亦值重視。

3. 加強消費者選擇、判斷能力

爲維護消費者安全，使消費者不受損害，亦應加強消費者選擇商品之判斷能力。在法律上應規定企業經營者不但要注重品質管制，不得有詐欺脅迫情事，而且更應該積極提供資料，供給從事消費行爲所必要之智識，尤其是在商品上標示其成分、用途、使用方法及可能發生之副作用。此種商品內容「公開化」或「透明化」之政策，對於消費者，至有助益。爲提高消費者選擇、判斷能力，根本上必須加強消費者教育。此可依各種方法加以推行，其中以在各級學校教材中納入有關消費者經濟問題，效果最稱顯著。政府機關及消費者團體經常利用大眾傳播工具或雜誌書刊供給有關智識或消息，亦屬重要，不可忽視。

第三項 消費者保護之方法

1. 政府任務

爲保護消費者利益，有許多途徑可資採取。政府、消費者及企業皆負有責任，應協力從事。在政府方面，應從立法、行政、司法三方面著手，申言之，在立法方面，應建立保護消費者權益之基本法制體系。日本消費者保護基本法可供參考。其他重要法律之制定及定期檢討，亦屬重要。法制不備，一切工作難期推行。其次在行政方面，應確定行政主管機關及健全保

護消費者利益之行政組織；再就司法而言，法院於解釋適用法律之際，亦應考慮消費者利益。

消費者遭受損害時，法律上固然賦予請求損害賠償之權，然而此種權利之實現，在現行制度上非屬易事。若企業者不願賠償，則被害人只有採取訴訟途徑，而其程序之繁雜，足令一般消費者却步，非有特別情事，多不願從事。因此，設立簡易訴訟制度，使消費者權利易於實現，亦為政府之重要任務。

2. 消費者之團結

消費者在市場上所以處於劣勢，除了欠缺必要智識及判斷能力外，零散無組織，無法與企業者相抗衡，亦為主要原因；其情形猶如個別勞動者無法與資本家相對抗一般。為補救此項缺點，應促進消費者之團結，培養消費者共同利益意識，成立所謂消費者利益團體。

3. 企業者之自律與合作

企業者之自律與合作，對促進保證消費者利益亦屬重要。如何加強企業者之社會責任感，雖然是一件艱難工作，但為根本要圖，不容忽視，此在大眾傳播事業，已有顯著成效。①

第二節 商品之瑕疵與損害事故