

国际商法经典案例系列丛书



美国产品责任法 案例选评

李俊 主编



对外经济贸易大学出版社

University of International Business and Economics Press

国家“211工程”课题项目
国际商法经典案例系列丛书

美国产品责任法 案例选评

主 编 李 俊

撰稿人 李 俊 许光红 钱 冲

对外经济贸易大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

美国产品责任法案例选评/李俊主编. —北京: 对外经济贸易大学出版社, 2007

(国际商法经典案例系列丛书)

ISBN 978-7-81078-844-1

I. 美… II. 李… III. 产品-责任制-法规-案例-分析-美国 IV. D971.23

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 053138 号

© 2007 年 对外经济贸易大学出版社出版发行

版权所有 翻印必究

美国产品责任法案例选评

李 俊 主编

责任编辑: 汪友年

对外经济贸易大学出版社

北京市朝阳区惠新东街 10 号 邮政编码: 100029

邮购电话: 010-64492338 发行部 010-64492342

网址: <http://www.uibep.com> E-mail: uibep@126.com

北京市山华苑印刷有限责任公司印装 新华书店北京发行所发行

成品尺寸: 157mm×230mm 18 印张 303 千字

2007 年 6 月北京第 1 版 2007 年 6 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-81078-844-1

印数: 0 001 - 3 000 册 定价: 29.00 元

总 序

我们对外经济贸易大学法学院，作为财经类院校中的法学院，其主要任务就是为两个市场，即国内市场和国际市场培养高级实用性法律人才。市场和社会的需要就是我们教学的目标。财经类院校的法学专业，历史短，经验少，但专业对口，置身于市场经济之中，社会需要量大，就业率高，容易办出特色，能满足市场和社会的需要，这是办好此类院校法学教学的强大动力。他们将在建立我们社会主义市场经济的过程中，在建立社会主义的法治过程中起着重要的生力军作用。

为了达此目的，即为了使该类院校的法学教学能担负起上述任务，其教学内容和教学方法都应具有自身特点。

我们经贸大学法学院，自建立国际法专业以来（1984年）就长期坚持具有特色的教学方向和教学方法。经过近二十年的努力，已经取得了一些成果，尤其在培养适应市场要求的三会人才方面，即培养我们的学生既懂法律，又懂经贸，还能熟练运用外语（英语）的综合性人才方面，积累了一些经验，经住了社会 and 市场的验证，本院的毕业生，特别是硕士生的就业率一直居高不下。2002年我院的这一专业被评为全国重点学科；经过激烈的招投标竞争，该专业也荣幸地承担了欧盟法律专业人士的法律培训任务。在该专业的博士生中，来自美国、英国、法国、韩国、日本等国及香港、台湾地区的学生正在日益扩大。

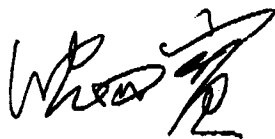
实践证明，在法学教学中实行案例教学，对于培养学生的综合分析问题能力，分清主次和识别真伪能力以及理论联系实际的能力方面起着直接的促进作用。通过案例教学，力求使在校的学生能有更多机会贴近社会，接触实践，使我们的教学能够达到下述宗旨，即研究理论为了解决实际问题，研究外国经验是为了解决中国问题。

我们法学院的国际法专业有两个教学和研究方向：一个是以WTO为主的国际经济法（公法）方向；另一个是以比较商法为主的国际商法（私法）方向。我们现在出版的系列案例教材，主要就是这两个教学方向上的研究成果。

在我们编写的系列案例评析中也包括相对成熟的英语案例，目的是为在本院的双语教学中有所依托。

最后要说明的是，本系列案例教材是对外经贸大学法学院“211工程”建设的一个组成部分，这里不仅凝结了法学院广大师生的心血，也包含了整个对外经贸大学从事“211工程”建设工作的教职员和领导们的心血，作为现任法学院院长的我，在此向所有支持我院发展的同仁们表示最衷心的感谢。

对外经济贸易大学
法学院



前 言

随着科学技术的快速进步和工业化生产的长足发展，产品已成为与现代社会人们的生产和生活密不可分重要组成部分。当产品给人们带来诸多便利之时，因产品缺陷造成损害的事故不断发生，由此引发的社会矛盾和纠纷日益凸显，社会的经济、政治秩序受到极大危害。产品责任法这一立足于保护消费者权益的法律领域，正是在这样的背景下应时而生，并在保护消费者权益和平衡消费者、生产商、销售商利益的环境中不断发展。

美国是近现代工业化发展最为快速的国家，经济成就引人注目，其产品责任法的发展也十分迅速，其归责理论在不太长的时间内经历了合同责任、过失责任、担保责任、严格责任等多次变革，日渐走向成熟和完善，被誉为“世界上最先进的和最精致的消费者保护制度”。溯源于美国的判例法传统，美国产品责任法的发展历程，主要是通过一系列司法判例，在产品责任法的调整范围、产品缺陷的认定、归责原则、产品责任的抗辩、损害赔偿的范围与数额等方面，确立起了较为系统的规则和原则，形成了以判例法为主体的内容丰富而完善的法律制度。与此同时，进入现代以来，美国法律也开始借鉴大陆法系以制定法规范社会关系的做法。在产品责任领域中，尽管从1982年起美国国会制定联邦统一的产品责任立法的数次努力均未成功，但美国法学会1965年制定公布的《第二次侵权法重述》第402A条、1997年制定公布的《第三次侵权法重述：产品责任》，以及1979年美国商务部公布的《统一产品责任示范法》专家文本，都对美国各州乃至国际产品责任法的立法和司法实践产生了重要的影响。

当然，从整体上看，美国产品责任法中诸多规则、原则的形成和变化，主要是通过各级法院的判例创设而成的。因此，对美国产品责任法发展过程中的案例进行梳理，对重大和典型案例进行研究，无疑是把握美国产品责任法理论与司法实践的重要方法。本书正是以美国产品责任法的主体内容为框架，从其一百多年的发展历程中，挑选出五十多个具

有代表性的案例，逐一对案情、审理经过、判决意见进行了介绍，并附加作者的评述，以期使读者对美国产品责任法的基本理论和实践状况有一个全面的把握。同时，本书以附录的形式收录和翻译了对美国产品责任法的发展产生了重要作用却又查阅不便的美国《统一产品责任示范法》(Model Uniform Product Liability Act)、《第三次侵权法重述：产品责任》(Restatement of the Law, Third, Torts: Products Liability)，希望对读者深入了解美国产品责任法有所帮助。

本书由李俊主编，李俊、许光红、钱冲共同编著完成，最后由主编统稿、定稿。我的研究生、现任教于廊坊师范学院法律系的许光红讲师协助主编做了大量资料收集和提纲推敲等工作，付出了辛勤劳动，05级研究生吴雪迎同学翻译了美国《统一产品责任示范法》，04级研究生冯世超、时扬、肖荣盛同学承担了文稿的部分校对工作，法学院林其敏博士协助查找了部分英文文献，在此谨致谢意。

作为对外经济贸易大学法学院“211工程”子课题之一，本书得以编成出版，应当感谢沈四宝院长和王军教授的大力支持，是他们的鼓励和慷慨资助使本书能及时完稿成书。

本书从立项到最终完成书稿，历时两年。尽管编者从选择案例、翻译资料、整理思路、语言表达等环节均力求完善，但由于编者水平有限，也少有类似书籍可供参考，书中错漏在所难免。不足之处，敬请读者不吝指正。

李 俊

2007年3月于对外经济贸易大学法学院

目 录

第一章 产品责任法概述	(1)
第一节 早期产品责任法	(1)
案例 1 巴纳德诉凯洛格公司	(2)
案例 2 温特博特姆诉赖特	(5)
第二节 现代产品责任法	(6)
第三节 产品责任立法概况	(7)
第二章 产品责任的归责理论	(9)
第一节 过失责任	(9)
案例 3 麦克弗森诉别克汽车公司	(10)
案例 4 詹金斯诉通用汽车公司	(14)
案例 5 福特汽车公司诉扎恩	(17)
案例 6 梅茨格诉普雷斯库尔有限公司	(19)
案例 7 博伊尔诉加利福尼亚化工公司	(22)
第二节 担保责任	(26)
案例 8 莱恩诉 C·A·斯旺逊父子公司	(27)
案例 9 梅班克诉克雷吉公司	(30)
案例 10 巴布诉华莱士	(32)
案例 11 惠特克诉联风机械公司	(34)
案例 12 亨宁森诉布鲁姆菲尔德汽车公司	(38)
第三节 严格责任	(42)
案例 13 埃斯卡勒诉可口可乐瓶装公司	(43)
案例 14 格林曼诉尤巴电器公司	(46)
案例 15 菲普斯诉通用汽车公司	(48)
案例 16 克罗宁诉奥尔森有限公司	(53)
第三章 产品	(59)
案例 17 乔丹诉阳光丙烷器具供应公司	(60)
案例 18 基恩诉多米尼克精细食品有限公司	(65)

案例 19	梅嫩德斯诉帕多克游泳池建筑公司	(68)
案例 20	温特诉帕特南父子公司	(73)
第四章	产品缺陷	(78)
第一节	产品缺陷的认定标准	(78)
案例 21	文斯诉埃斯特·威廉斯全铝游泳池公司	(79)
案例 22	尼科尔诉联合衬衫公司	(81)
案例 23	斯佩里 - 新荷兰诉普雷斯蒂奇	(83)
案例 24	巴克诉勒尔工程有限公司	(86)
案例 25	马格努森诉凯尔西 - 海斯公司	(89)
案例 26	波特诉芝加哥气动工具公司	(91)
案例 27	奥尔森诉普罗索科公司	(97)
第二节	产品缺陷的类型	(99)
案例 28	杜克诉克莱斯勒汽车公司	(101)
案例 29	迈拉凯诉纽约和新泽西港务局	(104)
案例 30	杰克逊诉雀巢 - 贝科公司	(111)
案例 31	麦科马克诉汉克斯工艺公司	(116)
案例 32	弗奇诉福特汽车公司	(119)
案例 33	迈克尔诉华纳/齐沃科特	(121)
案例 34	罗梅罗诉国际收割机公司	(124)
第五章	产品缺陷与损害间因果关系	(129)
案例 35	辛黛尔诉阿博特化学厂	(130)
案例 36	亨德森诉阳光公司	(133)
案例 37	克兰克肖诉皮德蒙特驾车俱乐部	(135)
案例 38	温尼特诉温尼特	(136)
案例 39	杜根诉西尔斯百货公司	(138)
第六章	产品责任的损害赔偿	(142)
案例 40	安德森诉西尔斯百货公司	(143)
案例 41	克罗格公司诉贝克	(147)
案例 42	合作动力协会诉西屋电动机械公司	(150)
案例 43	沃斯勒诉理查德制造公司	(154)
第七章	产品责任的责任主体	(161)
案例 44	扎莫拉诉美孚公司	(162)
案例 45	弗兰克林自治市诉巴杰福特卡车销售公司	(166)
案例 46	阿珀森诉杜邦公司	(167)

案例 47	汉伯里诉赫斯特公司	(172)
案例 48	卡法佐诉中央医疗健康服务有限公司	(174)
案例 49	古兹曼诉 MRM/埃尔金	(181)
第八章	产品责任的抗辩事由	(185)
案例 50	里德诉卡莱尔和马丁有限公司	(186)
案例 51	麦考恩诉国际收割机公司	(188)
案例 52	戴利诉通用汽车公司	(191)
案例 53	莫兰诉雷蒙德公司	(196)
案例 54	埃尔斯沃斯诉舍妮内衣公司	(200)
案例 55	休斯顿船陆公司诉贝利	(202)
案例 56	安德森诉欧文斯-科宁玻璃纤维公司	(207)
第九章	产品责任的“危机”与改革	(212)
第一节	产品责任的“危机”	(212)
第二节	产品责任的改革	(213)
附录一		(216)
1. (美国)《统一产品责任示范法》		(216)
2. Model Uniform Product Liability Act		(236)
附录二		(262)
1. 《第三次侵权法重述：产品责任》		(262)
2. Restatement of the Law, Third, Torts: Products Liability		(268)

第一章 ■ ■ ■ ■

产品责任法概述

美国的产品责任法自沿袭 1842 年英国法院对温特博特姆诉赖特案判决所确立的规则而产生以来,经历了一百多年的发展,至今已形成了较为成熟的产品责任法体系。本章从历史发展的角度,以代表性的判例,对美国产品责任法的起源、发展及现状作一简要的介绍。

第一节 早期产品责任法

虽然在 19 世纪后期以前,有关产品责任的判例很少,但其根源仍可追溯到古罗马法时代,其大部分存在于侵权和合同混和的明示或默示的品质担保之中。在古罗马时期,侵权法很不发达,对缺陷产品造成消费者身体或财产的损害缺少保障,即使是买卖法也不能给失望的买主更多的保护,“市民法的基本原则是‘买主当心’,除非出卖人欺诈或经口头契约明示担保,否则出卖人并不对物件瑕疵承担任何责任”^[1]。早期的美国法遵循罗马法和英国法的“买主当心”法则,直到 19 世纪末,才有一些法院开始要求制造者承担品质默示担保的责任,但是在涉及零售商责任的判例中,大多数州仍然坚持“买主当心”法则。

伴随着 19 世纪工业化的发展,生产与销售的逐渐分离,诞生于英国 1842 年的“契约当事人原则”成为“买主当心”法则的延续,也成为消费者利益保护的另一障碍。美国早期的法律制度和原则很多沿袭了英国的法律传统,在产品责任领域也不例外。在很长一段时期里,美国产品责任亦受英国所创设的“契约当事人原则”的影响。“契约当事人原则”

[1] B Nicholas. An Introduction to Roman Law. Oxford: Oxford University Press, 1962: 181

在美国一直持续到 20 世纪初。^{〔1〕}美国早期的产品责任法中坚持“契约当事人原则”，是由其特定的社会历史条件所决定的。首先，在 19 世纪处于主导地位的理论是“契约自由”理论。在那个时代，合同在缔约当事人之间具有相当于法律的效力。这种效力几乎是绝对的，是合同仅在缔约当事人间生效，非合同当事人不能根据合同取得利益或者负任何义务。^{〔2〕}其次，这一原则适应了 19 世纪中后期美国工业革命发展的需要。它通过限制产品致害的索赔主体，保护了生产者的利益，有利于资本的积累和工业的发展。最后，坚持“契约当事人原则”，可以阻却无合同关系当事人的诉讼，从而减少诉讼。

案例 1 和案例 2 分别论述了“买主当心”法则和“契约当事人原则”。

案例 1 ● ●

巴纳德诉凯洛格公司

联邦最高法院，1870 年^{〔3〕}

【案由】

巴纳德是波士顿的一名经销商，在 1864 年夏天，他接收了许多来自外国的毛料。巴纳德在这些毛料的销售推广中明确指出：除非购买者亲自来检查货物，否则不予销售。在康涅狄格州首府哈特福德从事毛料批发和零售的凯洛格公司，在得知上述不同毛料的样品和价格信息后，通过书信和电报与巴纳德在货物销售价格方面达成了一致。随后，巴纳德提出由凯洛格公司在紧接的下一周的周一对货物进行检验以最终决定其是否要购买。凯洛格公司同意上述条件并派公司高级管理人员到波士顿检验货物，凯洛格公司的人员只检查了四包货物，当时巴纳德向其提供了检查所有货物的机会，但是他们拒绝进行全部检查。几个月以后，当凯洛格公司打开所有包装时发现存在一部分虚假和欺骗性的包装，里面有损坏和腐烂的毛料。上述情况卖方巴纳德以前也是不知情的。

〔1〕 *Loose v. Clute*, 51 N. Y. 494 (1873), *Field v. Empire Case Goods Co.*, 179 App. Div. 253, 166 N. Y. S. 509 (1917)

〔2〕 何美欢：《香港合同法》，北京：北京大学出版社，1995：456

〔3〕 *Barnard v. Kellogg*, U. S. Supreme Court, 77 U. S. 383 (1870)

【审理】

买方要求卖方巴纳德赔偿损失，卖方拒绝赔偿。买方提起诉讼。康涅狄格州巡回法院进行了审理，认为在美国涉及毛料销售的主要市场里存在一种交易习惯，即卖方向买方负有默示的担保，担保其各包是一致的，不存在虚假和欺骗性的包装，并且认为这种习惯是有效的并对合同双方有约束力，因而支持了买方的请求。

联邦最高法院对该案发出了推翻原判错误的再审令，戴维斯法官先生发表了法庭判决意见。

【判决意见】

无论是这个国家还是在英国，除了以下之普通法原则外，没有其他更好的原则被确立，即：于动产买卖，若无明示担保，而买受人有机会检查商品，出卖人既非商品之制造人又非种植者，且出卖人并无欺诈，则适用“买主当心”法则。该法则要求买方关心自身利益，这种方式被认为能最好地适应日常交易的需要。该法则在适用中并无困难，因为如果买方不相信自己的判断时，他可以要求卖方对其购买的所有商品与样品的一致性提供担保。如果买方愿意购买没有担保的商品，而当时其有机会检查商品但是拒绝这样做的话，他就得自己承担商品适销性的风险。他不能以对商品的检查将费时、费力、不方便为由，开脱自己而使卖方承担责任。在交易中，如果检查是可行的，不管多么不方便，“买主当心”法则均适用。在凭样品买卖中不适用上述法则的一个主要原因就是在凭样品买卖中没有机会由个人亲自对大量的商品进行检查，这些商品往往由样品所代表。在这个国家广泛接受的原则是“买主当心”，除了南卡罗来纳州之外，所有其他适用普通法的州，均奉行该法则。

将上述既定法则运用于本案，我们就很容易确定合同双方的权利义务并对双方签订的合同进行解释。很显然，本案不属于凭样品的买卖，因为双方的共识是：买方需要凭借自己的检查来判断产品的品质。卖方巴纳德明确地向买方凯洛格告知，买方须亲自检查货物。如果买方认为是凭样品买卖，他为什么还要到波士顿检查货物？他的行为与凭样品买卖的交易理论完全相悖。如果他想避免可能的损失，就应该要求卖方给予担保或者不厌其烦地对货物进行全面检查。没有按照上述行事，他不能要求卖方弥补其因自身原因造成的损失。巴纳德是善意的，他不知道也没有理由认为包装中存在欺诈。本案的事实与索尔兹贝里诉斯坦案相类似，在索尔兹贝里诉斯坦案中法院适用的是“买主当心”法则。……

然而下级法院认为，在纽约和波士顿从事毛料生意的商人中，存在一种交易习惯，即卖方向买方负有默示的担保，担保其各包是一致的，不存在虚假和欺骗性的包装，并据此认为卖方要受到上述交易习惯的约束。然而问题在于交易习惯是否能够支配与动产买卖相关的法律规则。

遗憾的是在法院的判决中，对这一支配作用产生与否的认定是不一致的。有的判决倾向于减小对这类证据的适用，而另一些则试图扩大这种适用，因而判决中出现了冲突。如果很难统一所有的判例，至少在大原则上，如在法律的适用上，它们应具有一致性。交易中的习惯和做法可以作为旁证用来确定和解释书面合同或口头合同中双方的意思或意图。它的作用仅此而已。这一解释方法的理论依据在于，合同双方知道这种解释方法的存在，在签订合同时会参考它。它经常被用来解释合同中双方有疑义的词汇和术语。但是，如果它明示或暗示地与合同本身规定不一致时，它就无法作为证据影响合同。在布莱克特诉伦敦交易所案中，林德亨利爵士指出：“习惯，可以用来解释异议，但是不能用来否定合同明示的规定。”习惯不被容许来改变确定的法律规则更是确定无疑的。

.....

很显然，在本案中，有争议的习惯与合同双方的选择不一致的，也与有关动产交易的法律规定不符。它给交易双方的合同引入了一个新的元素，即担保，这是法律所没有规定的，也超出了合同双方的意图。合同双方是依据“买主当心”协商和签订合同的。他们有权这样做，根据合同条款，法律将风险赋予了买方并将卖方对于货物的潜在缺陷的责任解除了。但是上述交易习惯却试图改变合同双方的地位，强加给卖方一项法律和合同中均没有的责任。通过这种方式，一份新的合同出现了，本质上改变了双方原有的权利和义务关系。在我们看来这是不被容许的。如果“买主当心”法则可以被波士顿毛料交易商的交易习惯改变的话，那么它也将会被其他的习惯所改变，继而整个法则将会崩溃。

在此需要说明的是，本案中双方的行为明显表明他们并不知道该交易习惯，因此也不可能以其作为参考。

撤销原判，该案根据法院重审令的指示进行重审。

【评述】

“买主当心”法则，是基于当时买卖双方实力基本相当，且双方对产品的瑕疵可以通过一般的检查而发现，不存在关于产品的信息以及技术严重不对称问题，所以对于消费者无须特别保护。

本案是一则著名的美国案例，它反映了当时“买主当心”法则是契约法的基本原则，除非出卖人欺诈或经口头或书面契约明示担保。

案例2 ● ●

温特博特姆诉赖特

(英) 理财法庭, 1842 年^[1]

【案由】

原告温特博特姆是受雇于驿站长的一名赶车夫，被告赖特曾与驿站长签订合同，为驿站长提供合格和安全的邮车来运送邮件，原告在驾驶马车时，马车的一个轮子崩垮致使原告受到伤害，为此原告向被告提出索赔之诉。被告提出抗辩，理由是原告与他无直接合同关系，其保证使马车处于良好状况的责任是向另一合同方——驿站长承担的合同责任，因此对原告其不负赔偿责任。

【审理】

法院认为，被告保证马车处于良好状况的责任是向另一合同方——驿站长承担的合同责任，被告对原告温特博特姆不负责任。法官阿宾格爵士代表全体法官发表了意见。

【判决意见】

我的意见很明确，就是被告胜诉。我们不应允许对此存有疑问，因为如果这么做将会给我们带来无穷的诉讼。这是一类新诉，尽管本院在利维诉兰里德案的判决中已经采取了措施来消除此类诉讼可以被坚持的观念，但它还是被提起了。我们不应试图扩展利维案判决中的原则，尽管这一原则被原告用以支持其诉讼请求，但就本案而言它是没有法律权威的。因为在利维案中，被告买来的枪是给原告的孩子用的，原告没有亲自进行交易，但却实实在在为合同的一方。而本案诉讼的提起仅仅基于被告是与第三人订立合同的一方，原告认为基于此被告应对每一个可能使用马车的人承担责任。如果有任何支持本案的理由，当然应当有先例，但是除了针对旅馆主人等很少的几类人的诉讼外，在实践中没有类

[1]: Winterbottom v. Wright, 10 M. & W. 109, 105 Eng. Rep. 402 (Ex. 1842)

似的案例。这是一个有力的事实，它本身即是反对这种诉讼被提起的一个证据。原告可能辩称，这个合同是代表公众利益的驿站长订立的，无法对其提起诉讼，因此原告必然要从被告处得到救济。但是，决不会有这样的必然结果。本案中的当事人之间没有直接合同关系，如果原告可以诉讼，那么每一位乘客和因马车损坏而受伤的路人均可能提起同样的诉讼。除非我们将合同的责任限于缔约当事人之间，否则最荒谬和最可悲的后果将会出现，而对此后果我尚看不到任何限制的可能。……在被告已经竭尽所能使雇主满意的情况下，在他们之间的所有事项已经协调好的情况下，在所有账目已依据合同进行结算的情况下，如果支持本案的诉讼，这将是作出作的不公正的裁决，即允许原告通过对被告提起侵权之诉从而撕裂合同双方的关系。

.....

被告胜诉。

【评述】

这是一则英国判例，由于美国早期的法律制度和原则很多沿袭了英国的法律传统，在产品责任领域也不例外，因此该判例所确立的原则为美国法院所遵循。在本案中，法院是依据合同相对性的传统规则作出判决的，该判决在产品责任领域中确立了“契约当事人原则”或称“无合同无责任”原则，即无合同关系的第三人因产品缺陷而受损害，产品生产者或销售者对其既无合同责任也无侵权责任。

第二节 现代产品责任法

在“契约当事人原则”适用后不久，一方面，伴随着工业革命，生产力迅猛发展，现实生活当中产品责任问题越来越多；另一方面，由于“契约当事人原则”明显对受害者不利，其局限性日益凸现：其一，依据该原则，因缺陷产品受到损害的受害者之中，能请求救济者仅以缔结合同的一方当事人——买受人为限，这对其他受害人显然是极不公平的；其二，依据该原则，买受人只能向与其有直接合同关系的出卖人求偿，随着生产与销售职能的日益分离，那些没有直接与消费者订立买卖合同的生产商则可以不承担损害赔偿责任，这显然有悖于法律的公平精神；其三，按照契约自由的原则，合同在不违反公序良俗的前提下，如何签

订由当事人自由决定，这就使生产经营者有机可乘：他们可以凭借自身的优势制定“格式合同”，规定不合理的免责条款，从而逃避责任。

为弥补“契约当事人原则”的不足和避免不公正，法官通过在判例中创设种种例外，来逐步突破合同关系的要求，使产品责任能适用到非合同关系的当事人之间。1852年托马斯诉温切斯特案^{〔1〕}即是这样的判例。该案中，批发商由于过失把颠茄错标成蒲公英制剂出售了，对消费者造成了损害，法院认为，虽然没有任何契约关系，但是由于被告所出售的商品对生命及健康具有危险性，因而被告应对最终消费者所受的损害负赔偿责任。基于上述判例，法院在司法实践中对“契约当事人原则”形成了两点例外：一是，固有危险品之责任；二是，非属固有危险品范畴，但由于某些瑕疵或其他任何缘故而制造商对此知晓的、事实上属危险品之责任。上述例外，在思想上突破了契约关系的束缚，为侵权理论进入产品责任领域开辟了道路。

在1916年3月14日美国纽约上诉法院审理的麦克弗森诉别克汽车公司案中，纽约最高法院的卡多佐（Cardozo）法官依据制造商的社会义务理论突破了过去案件中合同关系原则的“壁垒”，作出了具有里程碑意义的判决，在产品责任中确立了过失责任原则，这标志着现代意义上的产品责任法的确立。随后，产品责任在美国得到迅猛的发展，担保责任和严格责任在产品责任中相继确立，美国的产品责任法逐步完备。

与上述历史发展过程相关的案例，我们将在本书的第二章进行论述。

第三节 产品责任立法概况

美国产品责任法最初起源于判例法，但自20世纪以来，随着成文法典对英美判例法体系的影响，除原有判例法规范产品责任以外，渐渐有许多法典化的产品责任立法出现。由此，美国的产品责任法表现开始多样化，既有判例法，又有成文法。其中的主体部分是各州的产品责任立法和判例。美国法学会1972年修订的《统一商法典》（UCC）中专门规定了“产品责任——担保责任”部分，对司法实践产生了重要影响。为了统一各州产品责任法，美国商务部于1979年1月公布了《统一产品责任示范法》，作为专家建议文本，供各州在立法及司法中参考适用。此

〔1〕 Thomas v. Winchester, 6 N. Y. 397 (1852)