



产品质量责任

法律风险与对策

张庆 刘宁 乔栋 著

Products Liability
Legal Risks and Solution



法律出版社
LAW PRESS CHINA



LEGAL SERIES

产品质量责任

法律风险与对策

张庆 刘宁 乔栋 著

 法律出版社
LAW PRESS CHINA

图书在版编目(CIP)数据

产品质量责任:法律风险与对策/张庆,刘宁,乔栋
著. —北京:法律出版社,2005.3
ISBN 7-5036-5428-7

I. 产… II. ①张…②刘…③乔… III. 产品质
量—质量管理—法规—研究—中国 IV. D923.84

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 017163 号
©法律出版社·中国

责任编辑/王 坚 何 敏

装帧设计/瀚 达

出版/法律出版社

编辑统筹/对外合作出版分社

总发行/中国法律图书有限公司

经销/新华书店

印刷/北京中科印刷有限公司

责任印制/张宇东

开本/787×960 1/16 毫米

印张/20.75 字数/307 千

版本/2005 年 4 月第 1 版

印次/2005 年 4 月第 1 次印刷

法律出版社/北京市丰台区莲花池西里 7 号(100073)

电子邮件/info@lawpress.com.cn

电话/010-63939796

网址/www.lawpress.com.cn

传真/010-63939622

对外合作出版分社/北京市丰台区莲花池西里 7 号(100073)

电子邮件/copyright@lawpress.com.cn

读者热线/010-63939821

传真/010-63939701

中国法律图书有限公司/北京市丰台区莲花池西里 7 号(100073)

传真/010-63939777

客服热线/010-63939792

网址/www.chinalawbook.com

电子邮件/service@chinalawbook.com

中法图第一法律书店/010-63939781/9782

中法图北京分公司/010-62534456

中法图上海公司/021-62071010/1636

中法图苏州公司/0512-65193110

中法图深圳公司/0755-83072995

中法图重庆公司/023-65382816/2908

中法图西安分公司/029-85388843

书号:ISBN 7-5036-5428-7/D·5145 定价:60.00 元

前 言

综观当前市场中的产品质量类书籍,大体可以分为三类:一类是解释和阐述《中华人民共和国产品质量法》法条含义的注释类书籍;一类是介绍企业如何实施各项产品质量标准和质量认证制度的操作规程类书籍;还有一类是引导消费者在遇到产品质量侵权事件后,如何通过合法手段寻求法律救济的书籍。而在如何帮助和指导产品生产制造者正确认识、理性分析并有效化解产品质量风险方面,还鲜有专业书籍资料可资借鉴。本书的创作宗旨,就在于为中国的产品生产者和销售者提供一个全面洞悉、理性审视、有效规制并成功化解产品质量风险的分析路径、研究视角和操作指引。从总体上看,本书的核心在于提出了一个概念、一种观念和一套方法。

一个概念,是指产品质量风险。本书所指提出的产品质量风险,既可能来源于产品的缺陷或瑕疵,也可能来源于产品的检验标准或评价方法,但都会对产品生产者带来经济利益上的负面效应和消极影响。产品质量风险既有别于着眼生产管理层面的产品质量控制,也不同于落脚救济的产品质量责任。本书对产品质量风险的研究,是一项着眼于国内和国际两重视野对产品质量问题所进行的立体化实务分析,也是一项围绕着产品的生产和销售过程所进行的专业化法律预防和诊断。企业对于产品质量风险问题的认知水平、重视程度和应对能力,不仅决定了企业产品在当前激烈市场竞争中的市场认知度、品牌美誉度和消费者长久忠诚度,而且直接关系到企业的长远发展战略目标的实现。

一种观念,即产品质量风险既可以有效预防也可以平稳化解。只要通过周密的制度安排、严谨的体制设计和合理的资源调配,就可以在很大程度上避免产品质量风险的发生,而且即使发生产品质量风险,因为有系统成熟和务实高效的应对方案,也能将可能造成的损失和不利影响降到最低,避免给企业带来连锁式阵痛,甚至毁灭性打击。

一套方法,即生产制造者如何预防、应对和化解产品质量风险的一套

立体化和动态化解决方法。在产品质量风险发生后,有的企业选择了闭目塞听、视而不见;有的企业选择了移花接木、瞒天过海;还有的企业选择了放任自流、听之任之,任由风险事态的发生而被牵着鼻子走,最终放弃了对风险事件把握的主动权。这些做法可能在短期内会起到“麻醉止痛”的作用,但由此给企业带来的影响有百害而无一利。可以说,企业的产品质量瑕疵隐藏得越久,其一旦爆发给企业带来的损失就越大;越是对产品质量问题漠然视之或刻意掩盖,日后为消除产品质量风险给企业带来的负面影响的成本也越高。

为了帮助读者深入了解当前产品质量管理和产品责任领域中的一些新问题和现象,我们将当前一些在国际产品领域中得以广泛适用的企业产品标准予以采撷和摘列,并以中国产品质量法的产品质量义务为分析视角,详细阐述了产品质量法定义务与责任的操作流程。尤其是本书并不拘泥于传统产品质量责任的研究视角,以当今全球经济一体化的大背景为出发点,结合当今时代新的商业现象如企业并购、OEM贴牌生产等,对这些超出了原有产品质量控制领域中的新现象和新问题进行了探索式研究,并针对目前我国法律的具体规定和企业的实际情况,提出了相应的商事预防方法。最后在案例分析一章中选取了近期发生的一些受到舆论和公众广泛关注的典型产品质量风险案例,并从司法实务的角度进行了深入剖析,希望能为广大读者提供借鉴和启发。

由于本书体例设计尚无先例可循,而且创作时间仓促,不足之处在所难免,恳请业内同仁和社会各界不吝指教。

目 录

前言	(1)
第一章 产品质量风险概述	(1)
第一节 产品	(3)
第二节 产品质量	(4)
一、产品质量的含义	(4)
二、我国产品质量法律体系	(6)
三、当前我国与产品质量相关的法律法规体系	(10)
第三节 产品质量风险	(11)
一、产品质量风险的含义	(11)
二、产品质量风险的产生原因	(12)
第四节 产品质量风险的法律后果	(14)
一、产品质量风险的国内法视野——产品责任	(14)
二、产品质量风险的国际法视野——贸易壁垒	(18)
第二章 产品质量风险之制度保证——质量保障制度的实施	(31)
第一节 国际通行质量认证标准	(33)
一、质量管理体系标准	(33)
二、环境管理体系标准	(40)
三、职业安全与卫生管理体系	(44)
四、社会责任管理体系标准 SA 8000	(47)
五、信息技术管理标准	(48)
第二节 我国当前的质量认证认可体制	(51)
一、中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局	(51)
二、中国国家认证认可监督管理委员会	(51)
三、中国认证机构国家认可委员会	(52)
四、当前我国评价产品质量的主要标准	(55)
第三章 产品质量风险之责任规避——产品质量义务的履行	(57)

第一节 生产者的产品质量义务	(59)
一、产品内在质量要求及其判定依据	(60)
二、产品标识	(61)
三、特殊产品包装	(62)
四、明令淘汰的产品生产的禁止	(63)
五、伪造的禁止性规定	(63)
六、质量标志的伪造和冒用	(64)
七、生产者生产产品的三项禁止性规定	(64)
第二节 销售者的产品质量义务	(65)
一、进货检查验收制度	(66)
二、销售者保持产品质量的义务	(66)
三、销售者不得销售失效、变质产品的义务	(67)
四、销售的产品标识必须符合法律规定	(67)
五、销售者不得伪造产品来源	(68)
六、不得伪造或者冒用质量标志	(68)
七、销售产品的其他禁止	(69)
第三节 生产者和销售者产品责任的构成与免除	(69)
一、生产者和销售者的民事责任	(69)
二、生产者和销售者的行政和刑事责任	(78)
第四章 产品质量风险之商事预防——交易流程的控制	(85)
第一节 产品质量危机事件的预警方案	(87)
一、产品质量危机事件的种类	(87)
二、产品质量风险的形成与发展	(88)
三、产品质量危机事件的应对	(89)
四、危机的事后法律解决方案	(92)
第二节 产品广告宣传中的质量风险防范	(93)
一、国际上对虚假广告的管制规定	(94)
二、当前中国法律对于虚假广告的法律 responsibility 规定	(96)
三、产品广告宣传和避免承担虚假广告责任的实务操作	(97)
第三节 产品侵权责任之免责抗辩	(103)
第四节 产品警示缺陷风险的规避	(110)
一、产品警示义务的含义	(110)

二、产品警示义务的分类	(111)
三、产品警示缺陷的产生原因	(112)
四、产品警示义务的实务操作	(113)
第五节 OEM 框架下的产品责任转移问题	(115)
一、OEM 的含义及特征	(115)
二、OEM 得以广泛普及的原因	(116)
三、中国 OEM 的发展历程和特点	(118)
四、OEM 运营中的产品质量风险及防范	(119)
第六节 企业并购(M&A)背景下的产品质量风险问题	(120)
一、企业并购的含义	(120)
二、企业并购的法律性质和特征	(123)
三、企业进行并购的动因分析	(124)
四、企业并购中产品质量风险的来源分析	(126)
五、企业并购中产品质量风险的法律分析	(127)
六、企业并购中产品质量风险预防的实务操作	(129)
第七节 对外贸易中的产品责任风险防范	(131)
一、美国司法体系下产品责任风险的分析	(132)
二、对美贸易中产品责任风险的预防和应对	(136)
第八节 运用产品责任保险手段转移产品责任	(141)
一、产品责任保险的发展和现状	(141)
二、中国出口产品责任保险的现状	(142)
三、出口产品责任保险的实务操作	(144)
第五章 产品质量风险之争议化解——司法程序的操作	(147)
第一节 产品质量纠纷的解决途径	(149)
一、协商方式	(149)
二、调解方式	(150)
三、仲裁方式	(151)
四、诉讼方式	(154)
第二节 产品质量纠纷司法解决的实务操作	(155)
一、诉讼主体的确定	(155)
二、举证责任的承担	(160)
三、证据材料的审查	(164)

四、诉讼时效的计算	(169)
五、免除责任的抗辩	(170)
六、诉讼费用	(171)
第三节 国际产品责任的司法诉诸	(172)
一、国际产品质量案件的管辖权	(172)
二、国际产品质量案件的法律适用	(174)
第六章 案例解析	(179)
案例 1 两起事实类似但判决迥异的啤酒爆炸伤人案	(181)
案例 2 行业标准能否成为免责事由	(188)
案例 3 公捷诉云南盘龙云海药业有限公司“排毒养颜胶囊” 侵权案	(194)
案例 4 李玲就龙胆泻肝丸侵犯其知情权诉北京同仁堂(集 团)有限责任公司案	(203)
案例 5 朱燕翎诉雀巢公司未对产品进行转基因标识案	(208)
案例 6 戴尔台式电脑质量纠纷案	(213)
案例 7 索尼笔记本电脑召回案	(217)
案例 8 不合格奶粉对“大头娃娃”的产品侵权赔偿责任	(221)
案例 9 杜邦特富龙不粘锅遭遇危害健康指控案	(228)
案例 10 全国首例产品质量责任导致的精神损害赔偿案	(236)
案例 11 王英诉富平春酒厂白酒警示缺陷案	(240)
案例 12 中消协公布电脑公司产品质量检测结果被诉侵权案	(246)
案例 13 三菱越野车民事侵权损害赔偿案	(252)
案例 14 武汉森林动物园砸奔驰案与缺陷汽车产品召回管理 规定	(255)
第七章 法律法规	(261)
1.《中华人民共和国产品质量法》	(263)
2.《中华人民共和国标准化法》	(274)
3.《中华人民共和国消费者权益保护法》	(278)
4.《中华人民共和国认证认可条例》	(286)
5. 国家质量技术监督局关于实施《中华人民共和国产品质量 法》若干问题的意见	(298)

6.《产品标识标注规定》 (305)

7.《强制性产品认证管理规定》 (309)

8.《强制性产品认证标志管理办法》 (316)

第一章

产品质量风险概述

- 产品
- 产品质量
- 产品质量风险
- 产品质量风险的法律后果

第一节 产品

产品即劳动产品的简称,是在人们有目的的生产劳动中创造并能满足人们某种需要的物品。产品是一个永恒的经济范畴,存在于任何社会形态和一切社会形态的所有阶段。尤其在生产力高度发达、商品经济愈加繁荣的今天,产品在继续保持其价值和使用价值的属性的同时,对产品的法律含义界定也因国与国的社会制度、意识形态、价值观念和经济发展水平的不同而呈现出明显的地域差异。比如:

美国《统一产品责任示范法》指出:“产品是具有真正价值的、为进入市场而生产的,能够作为组装整件或者作为部件、零售交付的物品,但人体组织、器官、血液组成成分除外。”该定义用概括法和排除法的方式,界定了产品的内涵和外延。

日本《产品责任法》中的“产品”则指进入流通过程的一切物品,不论其为制成品和天然产品。

《海牙产品责任的法律适用公约》中,产品是指“天然产品和工业产品,无论是未加工的还是加工的,也无论是动产还是不动产。”

《欧盟产品责任指令》规定:“产品是指初级农产品和狩猎物以外的所有动产,即使已被组合在另一动产或不动产之内。初级农产品是指种植业、畜牧业、渔业产品,不包括经过加工的这类产品。”与美国法的定义相比,其所界定的产品范围略微狭窄。

《中华人民共和国产品质量法》(以下简称《产品质量法》)规定:“产品是指经过加工、制作,用于销售的产品。建设工程不适用本法规定。”这一规定采用的是概括式的方法,调节的适应性较强。按照这一规定,产品必须具备两个条件:首先,必须经过加工、制作。这就排除了未经过加工的天然品(如原煤、原矿、天然气、石油等)及初级农产品(如未经加工、制作的农、林、牧、渔业产品和猎物)。其次,用于销售。这是区分产品责任法意义上的产品与其他物品的又一重要特征。这样,非为销售而加工、制作的物品被排除在外,初级农产品和天然品不属于“产品”的范围。

《中华人民共和国消费者权益保护法》(以下简称《消费者权益保护法》)使用了“商品”一词。商品是用来交换的劳动产品,从这个角度看,“商品”与《产品质量法》中的“产品”在范围上应当一致,但事实并非如此。

《消费者权益保护法》第2条规定：“消费者为生活消费需要购买、使用商品或者接受服务，其权益受本法保护；本法未作规定的，受其他有关法律、法规保护。”第3条规定：“经营者为消费者提供其生产、销售的商品或者提供服务，应当遵守本法；本法未作规定的，应当遵守其他有关法律、法规。”由此可见，《消费者权益保护法》将产品界定为消费者为了生活需要购买、使用的商品，包括动产，如家用电器，也包括不动产，如商品住宅，甚至还包括初级农产品，如未经加工的蜂蜜。据此可以看出，《产品质量法》与《消费者权益保护法》关于产品范围的界定不统一，存在不协调之处。例如，根据产品质量法规定，商品住宅为不动产，不属于该法的调整范围，但商品住宅却受《消费者权益保护法》规范。再如，电力这种无体物是否属于产品的范围，两部法律也均未涉及，由于“电”这种无形物已经成为消费者普遍使用的能源之一，同时生活中由于供电不足或过高，造成消费者人身及财产损害的事件时有发生，为保护电力企业和消费者的合法权益，也应将生产者制造投入流通的“电”作为产品看待。

综上所述，各国法律关于产品的规定有以下共同特点：

1. 产品一般指动产；

2. 多数国家立法未将初级农产品列入产品责任法范围，原因在于农产品易受自然环境因素影响，其产生的潜在缺陷难以准确认定，而且农产品没有明确统一的质量标准；

3. 产品一般指有形物品。

在此更应该看到的是，各国法律对产品的界定范围正在呈现逐渐扩大的趋向。这一变化，一方面旨在适应私权勃兴下消费者权益本位的市场经济立法特点，另一方面也体现了国家对商品经济和市场秩序的主动式介入和立体化管理。

第二节 产品质量

一、产品质量的含义

产品质量(product quality)是指产品适合社会和人们需要所具备的特性。它包括产品结构、性能、精度、纯度、机械和物理性能以及化学成分等内在质量特性，亦包括外观、形状、手感、色泽、气味等外部质量特性。这

些质量特性包括了对产品结构、规格、质量和检验方法所作的技术规定，内容主要包括：

1. 产品的适用范围；
2. 产品的品种、规格和结构形式；
3. 产品的主要性能；
4. 产品的试验、检验和验收规则；
5. 产品的包装、储存和运输等方面的要求。

如果从产品质量的自然属性和社会属性来看，产品质量可以划分为下列几个层次：

1. 自然质量。产品的自然质量包括了产品的可用性，比如产品的外观形状、性能功效、使用寿命和型号包装等。

2. 体验质量。即通过消费者对产品的购买和使用所获得的对产品的感受，比如感觉产品使用安全、高效、便捷，或者觉得产品设计不合理、外形不美观等。

3. 公众质量。即由于产品为广大消费者的大量购买和使用，使得产品在消费者心目中形成的特有形象，如通过口碑效应所累积的产品知名度，以及通过对产品品牌认同所产生的忠诚度等。

4. 社会质量。处于社会质量阶段的产品，已经不仅仅是产品的标准，甚至成为消费者品位、身份、地位的象征，也代表了企业的形象甚至企业的文化。

国际标准化组织颁布的 ISO /DIS9000:2000 标准，将质量规定为：“产品、体系或过程的一组固有特性满足顾客和其他相关方面要求的能力。”该定义所称的“要求”往往随时间而变化，与科学技术的不断进步有着密切的关系。“要求”可转化成具有具体指标的特征和特性。“要求”可以包括使用性能、安全性、可用性、可靠性、可维修性、经济性等几个方面。

产品的使用性能是指产品在一定条件下，实现预定目的或者规定用途的能力。任何产品都具有其特定的使用目的。

产品的安全性是指产品在使用、储运、销售等过程中，保障人体健康和人身、财产安全免受侵害的能力。

产品的可靠性是指产品在规定条件下和规定的时间内，完成规定功能的程序或者能力。一般可用功能效率、平均寿命、失效率、平均故障时间、平均无故障工作时间等参量进行评定。

产品的可维修性是指产品在发生故障以后,能迅速维修,恢复功能的能力。通常采用平均修复时间等参量表示。

产品的经济性是指产品的设计、制造、使用等各方面所付出或所消耗成本的程度。同时,亦包含其可获得经济利益的程序,即投入与产出的效益能力。

按照中华人民共和国国家标准(GB3951.1—83)对质量的规定,产品质量就是指产品满足规定要求(或需要的)的特征或特征的总和。《中华人民共和国工业产品质量责任条例》(以下简称《工业产品质量责任条例》)第2条规定:“产品质量是指国家的有关法规、质量标准以及合同规定的对产品适用、安全和其他特性的要求。”简言之,产品质量就是我们通常所说的产品能够满足人们物质、文化生活需要的特性,这些特性概括起来有以下五个方面:

1. 性能 指产品为满足使用目的所具备的技术特征;
2. 寿命 指产品能够正常使用的期限;
3. 可靠性 指产品在规定时间和条件下,完成规定功能的能力;
4. 安全性 指产品在流通、操作、使用中保证安全的程度;
5. 经济性 指产品从设计、制造到产品使用寿命周期的成本大小。

二、我国产品质量法律体系

随着中国经济的逐步发展,人们认知水平的提高和自我保护意识的增强,对产品质量问题的关注日益增加,从以下法规的发展变化,我们不难看出这一点。

(一)改革开放初期的行政法规

1.《工业企业全面质量管理暂行办法》

1980年3月10日国家经济委员会公布《工业企业全面质量管理暂行办法》(以下简称《暂行办法》),包括总则、产品质量计划、设计试制过程的质量管理、生产过程的质量管理、使用过程的质量管理、质量管理体系、教育培训、奖惩、附则共10章33条。

《暂行办法》的制定者,企图通过实行产品质量计划和推行全面质量

管理,提高工业产品质量。规定对产品质量低劣的企业,采取限制改正、停产整顿、减发企业领导干部工资、停发职工奖金;对重大质量事故,要追究领导责任,对直接责任者,给予批评和处分。完全未涉及对因缺陷产品受害的消费者的救济问题。

由此可见,中国政府在推行改革开放政策的初期,突然面临产品质量问题,缺乏心理准备和理论准备,仍企图运用计划经济的老办法予以应付。而这些老办法,面对 80 年代中期假冒伪劣泛滥成灾的严重社会问题,很难发挥什么作用。

2.《工业产品质量责任条例》

《暂行办法》属于部委规章,其效力很低,作用有限。因此,国务院于 1986 年 4 月 5 日发布《工业产品质量责任条例》。包括:总则、产品生产企业的责任、产品储运企业的责任、产品经销企业的责任、产品质量的监督管理、产品质量责任争议的处理、罚则、附则共 8 章 31 条。

产品质量责任概念,是中国的创造,实际上包括三种法律责任:行政责任、民事责任和刑事责任。所谓行政责任,见《工业产品质量责任条例》罚则:对企业限期整顿、责令停产、转产、撤销生产许可证、吊销营业执照、扣发企业负责人和职工工资、奖金等行政处分。所谓刑事责任,指第 26 条规定:由于产品的质量责任,造成用户和消费者人身伤亡、财产损失,触犯刑律的,依法追究刑事责任。实际上当时的刑法,并未规定相应的刑事责任。所谓民事责任,指因产品缺陷造成人身财产损害的侵权责任,当时是指《民法通则》第 122 条。

《工业产品质量责任条例》明文规定以保护消费者合法权益为目的,这在中国是第一次,具有重大意义。它标志中国已经产生了消费者保护的法律思想。以后的消费者权益保护法,就是这一思想进一步完善和成熟的体现。

(二)《产品质量法》的制定

1986 年制定的《民法通则》第 122 条和《工业产品质量责任条例》的施行,并未达到预想的结果。至 20 世纪 80 年代末 90 年代初,产品质量问题日益严重,成为危害消费者人身财产安全、危害整个国民经济发展的公害。

1989 年 9 月 3 日国务院《关于严厉打击在商品中掺杂使假的通知》指