

國立臺灣大學法律學院法律學研究所



碩士論文

Department of Law

College of Law

National Taiwan University

Master Thesis

商品召回之研究——論消費者保護法第十條

A Study of Product Recall – Article 10 of Consumer

Protection Act

蔡佳蓁

Chia-Chen Tsai

指導教授：詹森林 博士

Advisor: Sheng-Lin Jan, Ph.D.

中華民國 105 年 8 月

August 2016



感 謝



還記得當初動筆時心中的忐忑不安，懷疑自己是否真的能夠完成這本論文，幸好過程雖然有些漫長，最終還是達成了目標。

能夠完成論文，首先要謝謝詹森林老師的指導，從論文題目、大綱到內容等各部分都給予我許多幫助，每月一次的聚會及討論也總能燃起我的論文魂，加強完成論文的決心。另外也要謝謝口試委員郭麗珍老師及吳瑾瑜老師，老師們的指導讓我認知到自己論文的不足之處，讓我獲益良多。

除此之外，一路走來也是因為有家人的陪伴與支持，我才能夠走到最後，所以我想謝謝外公、外婆的支持，也謝謝祖母及父親的鼓勵，謝謝小妹三不五時搞笑，讓我得以在埋首打字中調劑心情，還有可愛的蔡卡卡、蔡米茶、蔡巧虎及黃小黑，每每在我感到煩躁的時候無奈地承受我的騷擾，尤其必須感謝母親及大姐，她們在各方面都給予我極大的幫助，母親總是在我沮喪的時候幫我加油打氣，而大姊不只給予過來人的經驗，還用各種方式威脅利誘我來完成論文，如果沒有她們，我鐵定不可能完成這本論文。

此外也要謝謝聖平、佳伶跟則雅，雖然工作之後相聚的時間少了，但是每次聚會都讓人覺得好開心，謝謝你們給予的建議及陪伴。還有論文促進小組的慧娘、慧怡、佩吟、簡婕及致睿，和你們一起討論論文讓我得以發現自己的盲點，帶來極大的幫助，大家走在前頭的身影也是我不斷前進的動力。另外也要謝謝姿羽的鼓勵，也謝謝你願意來幫忙口試，能夠一起畢業，真的太好了！

當我把這本論文交出去後，代表人生中的一個階段正式結束，除了前面提到的師長、家人及朋友外，在這個階段我也獲得其他許多人的幫助，即使大部分的人都不會看到這篇謝辭，而且在現實中採取行動會比書面表達更加具有意義，但還是得在這裡說聲「謝謝」。



中文摘要



本文所探討者，乃商品召回之相關議題，係以消費者保護法第 10 條為研究之重心，研究其於理論及實務上可能產生之問題。

本文之研究內容，包含商品召回之理論、民法有關商品召回之規定，以及依消費者保護法第 10 條負商品召回義務之企業經營者之類型、消費者之意義、保護主體、危害消費者安全與健康之虞之判斷標準、消費者保護法第 10 條第 1 項及第 2 項之適用關係、消費者或第三人是否具有商品召回請求權等問題之探討，此外亦就企業經營者負有商品召回義務時，對其原本所負之民法契約、侵權責任之影響為何，亦有所研究。又因我國學說及實務就此一議題討論不多，因此另外整理外國立法例有關商品召回之重要法規，期能作為解決我國相關問題之參考依據。

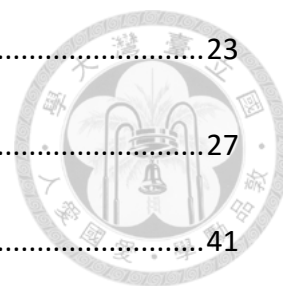


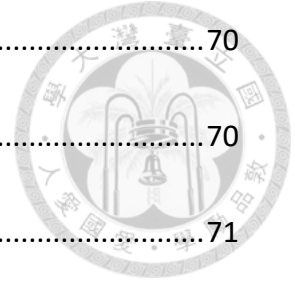
目 錄



感 謝.....	i
中文摘要.....	iii
第一章 緒論.....	1
第一節 研究動機和研究目的.....	1
壹、 研究動機.....	1
貳、 研究目的.....	2
第二節 研究範圍、研究架構和研究方法.....	2
壹、 研究範圍.....	2
貳、 研究架構.....	3
參、 研究方法.....	8
第二章 消費者保護法第十條之理論基礎.....	9
第一節 民法之交易安全注意義務.....	9
壹、 德國法之發展.....	9
貳、 我國法之發展.....	13
參、 義務之類型.....	15
第二節 消費者保護法之預防損害發生義務.....	21
壹、 預防損害發生義務.....	21
貳、 與民法交易安全注意義務之不同.....	21

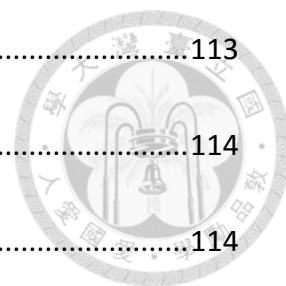
參、 預防損害發生義務之範圍.....	23
肆、 預防損害發生之措施.....	27
第三章 我國現行法之分析.....	41
第一節 消費者保護法.....	41
壹、 法規簡介.....	41
貳、 監督管理機制.....	41
第二節 其他法規.....	45
壹、 一般消費商品安全法草案.....	45
貳、 商品檢驗法.....	48
參、 商品標示法.....	51
肆、 食品安全衛生管理法.....	54
伍、 食品及其相關產品回收銷毀處理辦法.....	58
陸、 空氣污染防制法.....	60
柒、 使用中汽車召回改正方法.....	61
捌、 公路法.....	62
玖、 汽車安全性調查召回改正及監督管理辦法.....	63
第四章 比較法之觀察.....	68
第一節 澳洲：二零一零年競爭與消費者法.....	68
壹、 法規簡介.....	68





貳、 定義釐清.....	70
參、 主管機關.....	70
肆、 監督管理機制.....	71
第二節 歐盟.....	76
壹、 一般產品安全指令.....	77
貳、 新方案指令.....	81
參、 新法規架構.....	82
第三節 英國.....	84
壹、 一九八七年消費者保護法.....	84
貳、 二零零五年一般產品安全法.....	87
第四節 美國：消費產品安全法.....	98
壹、 法規簡介.....	98
貳、 主管機關.....	99
參、 監督管理機制.....	100
第五節 中國大陸.....	104
壹、 侵權責任法.....	105
貳、 消費者權益保護法.....	106
參、 產品品質法.....	107
第五章 消費者保護法第十條之分析.....	113

第一節 消費者保護法立法目的.....	113
第二節 名詞概念釐清.....	114
壹、 產品責任和商品責任.....	114
貳、 召回與回收.....	116
第三節 消費者保護法第十條之分析.....	120
壹、 主體.....	120
貳、 客體.....	134
參、 召回事由.....	136
肆、 保護法益.....	157
伍、 法律效果.....	158
陸、 毋須召回之情事.....	164
柒、 消費者和第三人之召回請求權.....	165
第六章 消費者保護法第十條對民事法律關係之影響.....	171
第一節 企業經營者之債務不履行責任.....	172
壹、 債務不履行責任.....	173
貳、 消費者保護法第十條之召回事由和債務不履行責任之關聯	175
第二節 買賣瑕疵擔保責任.....	181
壹、 類型.....	182



貳、 法律效力.....	184
參、 消費者保護法第十條之召回事由和買賣瑕疵擔保責任之關聯	189
第三節 商品召回和服務停止對民事法律關係之影響.....	193
壹、 措施之效力.....	193
貳、 企業經營者和消費者關係之類型.....	195
參、 其他問題.....	201
第七章 結論.....	208
參考文獻.....	219
壹、 中文文獻.....	219
貳、 英文文獻.....	222
參、 德文文獻.....	222
肆、 網頁資料.....	223





第一章 緒論



第一節 研究動機和研究目的

壹、研究動機

隨著科技逐漸發展，距離對於商品流通之限制逐漸縮小，過去商品流通速度受限於製造技術、交通工具和保存技術等因素，可能僅能流通於特定地區，或流通速度緩慢，然而現在一隻新款手機上市，一天之內世界各地之消費者皆有可能使用該款手機。

然而科技並非萬能，受到人類本身之限制，縱然設計、製造或生產之企業經營者盡其努力降低商品之危險性，商品仍可能存在當下科技或專業水準無法發現之危險，遑論部分不肖業者為牟取利益，使問題商品流通進入市場之中，對民眾安全造成危險。

近年食安事件頻傳，例如三聚氰胺奶粉、手搖飲料店之茶葉被發現含有超過法定標準之殺蟲劑、餽水油等事件，又或者較早期的豆干含肉毒桿菌、鴨蛋受戴奧辛污染、鎊米等事件，大量食品受到召回。除食品之外，隨處可見之汽車亦經常因各類問題而召回，例如最近三菱油耗事件造假事件、福斯汽車排氣造假事件或豐田汽車因安全帶問題而召回汽車等，少則數萬台，多則數百萬台汽車召回，而這些僅係商品召回事件之冰山一角。事實上，不僅食品和汽車，各類型之商品召回一直不斷進行中，點開經濟部標準檢驗局商品安全資訊網之商品召回訊息，會發現召回之商品各類型皆有，有些乃由主管機關令企業經營者為之，有些則是企業經營者主動為之。

不論商品召回係由主管機關下令企業經營者為之，或企業經營者主動為之，商品召回對於企業經營者、消費者和市場皆具有重大影響，且為確保商品安全所

不可或缺，因此不論是消費者保護法或就特定類型商品所訂定之特別法，皆有關於商品召回之規定，其中消費者保護法之規範範圍最為廣泛，適用於未有其他特別法規範之所有商品，因此消費者保護法有關商品召回之規定，其要件、效果和適用上可能面臨之問題，對於消費者保護極為重要。

貳、研究目的

消費者保護法第 10 條第 1 項規定：「企業經營者於有事實足認其提供之商品或服務有危害消費者安全與健康之虞時，應即回收該批商品或停止其服務。但企業經營者所為必要之處理，足以除去其危害者，不在此限。」第 2 項規定：「商品或服務有危害消費者生命、身體、健康或財產之虞，而未於明顯處為警告標示，並附載危險之緊急處理方法者，準用前項規定。」其中負有商品召回義務之企業經營者為何，消費者之意義為何，保護主體是否限於消費者，危害消費者安全與健康之虞之判斷標準，消費者保護法第 10 條第 1 項和第 2 項之適用關係，消費者或第三人是否具有商品召回請求權等問題皆有探討餘地。

惟商品召回縱然對於消費者保護十分重要，且現實中亦經常發生，然我國法院涉及消費者保護法第 10 條之判決不多，學說上相關討論亦為數甚少，前述有關消費者保護法第 10 條之問題亦有待釐清。故本文研究目的，在於解決消費者保護法第 10 條之適用上問題，作為商品召回之理論和實務操作之參考。

第二節 研究範圍、研究架構和研究方法

壹、研究範圍

本文所探討者，乃商品召回之相關議題。

為保護消費者或達到其他目的（例如：降低空氣污染），我國眾多針對商品之法規皆訂有召回之規定，例如消費者保護法、商品檢驗法、食品安全衛生管理

法、公路法、空氣污染防制法、藥事法、化妝品衛生管理條例等，其中消費者保護法為我國保障消費者權益之重要法規，其並非針對特定類型之商品所為，而係適用於所有類型之商品，而消費者保護法第 10 條則為企業經營者商品召回義務之明文規定，因此本文將以消費者保護法第 10 條作為重點，探討商品召回相關議題。

又消費者保護法第 10 條之規範客體除商品之外，尚包括服務。因本文主要係探討商品召回之議題，故有關服務之討論較為簡略。

此外企業經營者基於消費者保護法第 10 條而負有商品召回義務或服務停止義務時，亦可能同時因民法而負有其他義務，例如在企業經營者和消費者間原本已因商品或服務而成立契約，企業經營者召回商品或停止服務時，對雙方原本成立之契約有何影響，又消費者若對企業經營者具有民法上或消費者保護法上之損害賠償請求權又有何影響，亦為本文所欲探討。

貳、研究架構

消費者保護法第 10 條之議題，包含其理論基礎為何、法規本身之爭議，以及法規和民法適用上之問題。

一、商品召回義務之理論基礎

消費者保護法第 10 條乃企業經營者商品召回義務之明文規定，惟商品召回義務之理論為何，乃探討法規本身爭議前應先解決之問題。

商品召回義務乃後續觀察義務所衍生，而後續觀察義務則係交易安全注意義務之一種。因我國民法上商品製造人之交易安全注意義務源自於德國，故本文首先將介紹德國法上交易安全注意義務之發展過程，尤其實務上是如何藉交易安全注意義務導出商品製造人之召回義務，接著介紹我國法上交易安全注意義務之發

展，再介紹交易安全注意義務之類型。

於商品或服務進入市場後，基於後續觀察義務，企業經營者於商品或服務具有危險性時負有商品召回義務，此亦為我國消費者保護法第 10 條所採，然消費者保護法第 10 條和民法第 191 條之 1 架構上有所不同，因此本文將比較消費者保護法第 10 條和民法第 191 條之 1 不同之處，再簡單分析消費者保護法第 10 條之義務，其範圍為何，最後則說明幾種常見之預防損害發生措施。

二、我國現行法之分析

消費者保護法第 10 條僅規定於商品或服務具有危害消費者安全與健康之虞，或商品或服務有危害消費者生命、身體、健康或財產之虞，而未於明顯處為警告標示，並附載危險之緊急處理方法時，企業經營者負有召回商品或停止服務之義務，而未就商品召回或服務停止有更為具體之規範，例如商品召回應如何實施、應如何通知消費者、通知應記載之內容等事項皆付之闕如。

除消費者保護法外，我國尚有其他有關商品召回之規範，部分係針對所有類型之商品，部分則係針對特定類型之商品所訂，惟縱然係針對特定類型之商品所訂，其中關於召回之具體措施應可作為消費者保護法第 10 條之參考，故本文將整理部份法規，介紹法規中和商品召回有關之規定，例如負責之主管機關、應負責之人和召回之措施等，所介紹之法規，包括一般消費商品安全法草案，商品檢驗法，食品安全衛生管理法，食品及其相關產品回收銷毀處理辦法，空氣污染防治法，使用中汽車召回改正方法，公路法，汽車安全性調查召回改正及監督管理辦法。

三、比較法之觀察

因商品召回乃消費者權益保護上具有重要性且不可或缺之措施，故許多國家就商品召回皆設有規範，惟其採取之制度和方法皆有不同之處，因此本文將整理

澳洲、歐盟、英國、美國和中國大陸有關商品召回之主要法規，期能作為處理我國消費者保護法第 10 條問題之參考。

於澳洲之部分，將介紹澳洲 2010 年競爭與消費者法（Competition and Consumer Act 2010），其前身為 1974 年貿易業務法（Trade Practices Act 1974），為澳洲第一個規範消費安全而具有全國性性質之法規；於歐盟，則係介紹一般產品安全指令（General Product Safety）、新方案指令（New Approach）和新法規架構（New Legislative Framework），其為歐盟產品安全法規之主要架構；於英國，則係介紹 1987 年消費者保護法（Consumer Protection Act 1987）和 2005 年一般產品安全法（The General Product Safety Regulations 2005）。1984 年消費者保護法落實歐洲共同體指令 85/374/EEC，並給予政府規範消費產品安全之權力，而 2005 年一般產品安全法，則落實指令 2001/95/EC，取代 1987 年消費者保護法，成為英國消費者權益保護最主要之法規範；於美國，則係介紹消費產品安全法（The Consumer Product Safety Act），其賦予消費產品安全委員會（Consumer Product Safety Commission，可簡稱為 CPSC）處理消費者產品安全問題之權力；於中國大陸，則將介紹侵權責任法、消費者權益保護法和產品品質法等三部有關商品召回之規範。

四、名詞概念之釐清

本文所探討之重點乃消費者保護法第 10 條之企業經營者召回義務，惟在分析消費者保護法第 10 條前，需先釐清名詞概念上之爭議。

就企業經營者根據消費者保護法第 7 條至第 10 條所負之責任，有稱為產品責任者，有稱為商品責任者，二者涵義是否不同，即為本文所欲釐清之部分；此外和比較法一般皆使用“recall”不同，我國法中有法規使用「召回」，有法規使用「回收」，二者涵義是否不同，又消費者保護法第 10 條使用「回收」一詞是否妥適，亦為本文所欲釐清之問題。



五、消費者保護法第十條之分析

於釐清前述之問題後，即進入本文研究之重點，即消費者保護法第 10 條之分析，可分為以下幾點：

(一) 保護主體

企業經營者根據消費者保護法第 10 條所負之責任，保護主體應係消費者，惟消費者保護法上之消費者，實務和學說就其範圍有不同見解，消費者保護法第 10 條之消費者，應採何種見解為佳，有探討之空間。又消費者保護法第 10 條之保護主體，是否限於消費者，而不包括第三人，亦具有爭議。

(二) 責任主體

消費者保護法第 10 條之責任主體為企業經營者，惟企業經營者之範圍為何，又是否所有類型之企業經營者皆應負有相同程度之義務，此一設計是否妥適，值得研究。

(三) 客體

消費者保護法第 10 條之客體為商品和服務，惟何種商品和服務始屬於消費者保護法第 10 所稱之商品和服務，乃分析消費者保護法第 10 條所面臨之問題之一。

(四) 召回事由

消費者保護法第 10 條之召回事由可分為兩類：商品或服務有危害消費者安全與健康之虞，和商品或服務有危害消費者生命、身體、健康或財產之虞，而未於明顯處為警告標示，並附載危險之緊急處理方法。

上述之內容為何，應如何適用，又消費者保護法第 10 條和同法第 7 條之規定極為相似，二者適用上亦有爭議，應如何處理，皆為探討消費者保護法第 10 條之重要議題。

（五）保護法益

消費者保護法第 10 條之保護法益為何，第 1 項和第 2 項是否不同，尤其第 1 項未如同第 2 項提到「財產」，是否代表第 1 項之保護法益不包含財產法益，值得探討。

（六）法律效果

於有消費者保護法第 10 條之事由發生時，企業經營者負有召回商品或停止服務之義務。此時，企業經營者採取召回措施，措施本身之法律效果為何，又企業經營者採取召回措施和未採取召回措施之法律效果為何，消費者保護法第 10 條就此未有規定，故有探討之必要。

（七）毋須召回之情事

消費者保護法第 10 條第 1 項但書規定：「但企業經營者所為必要之處理，足以除去其危害者，不在此限。」此乃免除企業經營者召回義務之規定，意義為何，應有說明之必要。

（八）消費者和第三人之召回請求權

消費者保護法第 10 條是否得作為消費者之請求權基礎，使其得主動請求企業經營者召回商品、停止服務，若得作為請求權基礎，是否有所限制，乃消費者保護法第 10 條之重要議題，實務就此並未有判決提到，學說上則有不同看法，應有研究之必要。

六、消費者保護法第十條對民事法律關係之影響

企業經營者根據消費者保護法第 10 條負有商品召回義務或服務停止義務時，可能同時負有民事上之契約責任、侵權責任或消費者保護法上之侵權責任。

若消費者選擇參與企業經營者採取之商品召回措施或服務停止措施，其對企業經營者基於民法上契約之請求權或侵權損害賠償請求權，或基於消費者保護法

之損害賠償請求權是否受到影響，有探討之必要。此外消費者可能非直接由企業經營者處取得商品，而係由其他消費者處取得，例如於網路拍賣購買二手商品等，當企業經營者召回商品時，消費者和其前手之消費者法律關係是否受到影響，亦值得探討。

參、研究方法

就上開議題，本文整理實務判決和學說見解，以了解我國實務和學說對此等議題之看法，惟有關消費者保護法第 10 條極少，故主要為學說見解之整理。

又因我國學說就此等議題之討論亦不多，因此另外整理外國立法例有關商品召回之重要法規，期能作為解決前開議題之參考。



第二章 消費者保護法第十條之理論基礎

消費者保護法為規範企業經營者商品責任之重要法規，其中消費者保護法第 10 條被認為乃企業經營者商品召回義務之明文規定，惟本文認為，消費者保護法第 10 條並非僅規範企業經營者之商品召回義務，而係更為廣泛地規範企業經營者之預防損害發生義務，而商品召回義務則係為達成預防損害發生之目的極為重要之下位義務，因此本文除探討企業經營者之商品召回義務外，亦會介紹部分常見之預防損害發生措施。

針對消費者保護法第 10 條之企業經營者商品召回義務，我國實務和學說就其理論著墨不多，惟就民法侵權行為體系中商品製造人之召回義務，實務和學說已建立理論架構。

我國民法中商品製造人之商品召回義務和德國民法具有密切關聯。德國實務藉由交易安全注意義務理論之發展，於德國民法中建立商品製造人之商品召回義務，我國民法之制訂亦納入交易安全注意義務，並為實務和學說所肯認，民法第 191 條之 1 即為商品製造人交易安全注意義務於我國民法之明文規定，並可作為民法侵權責任體系中，商品製造人負有商品召回義務之法規基礎。

據此，本文將先介紹民法商品製造人交易安全注意義務和商品召回義務於德國法和我國法上之發展，再就民法上商品製造人之商品召回義務和消費者保護法第 10 條企業經營者之商品召回義務進行比較，並介紹企業經營者於現實中經常採取之預防損害發生措施，包括商品召回和其他類型之措施。

第一節 民法之交易安全注意義務

壹、德國法之發展

一、從交通安全注意義務至交易安全注意義務

我國民法上商品製造人交易安全注意義務，源自於德國民法交易安全注意義務，德國法上交易安全注意義務理論則係類推適用德國民法第 836 條而來¹。

德國法之交易安全注意義務（Verkehrspflichten）一詞，係來自於交通安全注意義務（Verkehrssicherungspflichten）一詞。交通安全注意義務乃判斷用路人於使用國家或私人所提供之供公眾往來道路交通設備時，若發生事故，責任應由何者負擔之問題，後為德國實務發展為交易安全注意義務，用以判斷加害人是否成立侵權行為損害賠償責任²。

國家或私人提供供公眾往來之道路交通設備，其之所以負有道路交通安全注意義務，乃因其提供供公眾往來之道路之行為，係開創或持續一定之危險源，因此根據當時具體情況，若國家或私人可被期待採取特定措施以避免損害發生，則在此一期待範圍內，國家或私人應採取特定措施避免損害發生³。若國家或私人違反此一作為義務，根據德國民法第 836 條，其對因此受有損害之人負侵權行為損害賠償責任。

交通安全注意義務後經德國實務發展成為交易安全注意義務，並以德國民法第 823 條第 1 項作為交易安全注意義務之法規依據。所謂「交易安全注意義務」，指任何人均有避免他人交易上須注意之權益遭受危險之照顧保護義務⁴，其精神乃行為人就其所開創或持續之危險源，應負有預防損害發生之義務，在此一精神下，因商品製造人製造商品乃開創或持續一定危險源，故其就自身所製造之商品，

¹ 郭麗珍（2001），《產品瑕疵與製造人行為之研究：客觀典型之產品瑕疵概念與產品安全注意義務》，頁 80，台北：神州圖書。

² 施昱廷（2008），《從交易安全義務論我國民法上侵權行為之責任》，頁 13，私立輔仁大學法律學研究所碩士論文。

³ 施昱廷（2008），前揭註 2，頁 17。

⁴ 郭麗珍（2001），前揭註 1，頁 75。

於製造並使之流通進入市場後，對民眾負有交易安全注意義務⁵。若商品製造人違反交易安全注意義務，根據德國民法第 823 條第 1 項，其對因此受有損害之人負損害賠償責任。



二、交易安全注意義務下之商品召回義務

若以行為人採取之行為對危險源之影響作為義務類型之區分標準，可將行為人之義務分為兩種：

一、使潛在受到威脅之人可自行對危險採取因應措施之交易義務，例如指示說明義務和警告義務；

二、直接影響危險源之交易義務，例如危險控制義務⁶。

危險控制義務由德國民法第 836 條而來，後已成為交易安全注意義務之重要類型，商品召回義務即屬於危險控制義務之一種。因危險控制義務屬交易安全注意義務之重要類型，召回義務又屬於危險控制義務之一種，故商品製造人之交易安全注意義務即應包含商品召回義務。

除此之外，商品製造人之交易安全注意義務可分為商品設計、製造、指示說明和後續觀察之交易安全注意義務等四種類型。其中商品後續觀察義務乃商品製造人於商品流通進入市場後仍應防免商品危險發生之義務⁷。為防免危險發生，商品製造人可能因此負有商品召回和警告等義務，因而商品召回義務和警告義務可說是由商品後續觀察交易之安全注意義務所衍生。惟商品召回義務和警告義務雖同屬商品後續觀察之交易安全注意義務衍生之義務，於德國學說和實務判決上

⁵ 郭麗珍（1997），〈產品製造人指示說明義務判決二則評釋〉，《政大法學評論》，57 期，頁 163。

⁶ Christian von Bar, Verkehrspflichten: Richterliche Gefahrsteuerungsgebote im deutschen Deliktsrecht, 1980, S.92. 轉引自郭麗珍（2001），前揭註 1，頁 186。

⁷ Detlef Koch, Produkthaftung zur Konkurrenz von Kaufrecht und Deliktsrecht, 1990, S.287. 轉引自郭麗珍（2000），〈論產品之召回與警告責任〉，蘇永欽（等著），《民法七十年之回顧與展望紀念論文集（一）》，頁 184，台北：元照。

之討論程度卻有所不同，其就警告義務之必要程度有眾多論述，就商品召回義務之內容則仍有待補充⁸。



三、德國產品安全法中之產品召回義務

除德國民法外，德國產品責任法亦就產品製造人之產品責任有所規範。於德國產品責任法中，產品製造人承擔責任之要件為產品具有瑕疵，此和德國民法之侵權責任係以製造人義務之違反作為責任依據有所不同⁹，惟產品責任法因責任判斷時點為產品流通進入市場之時，故並不存在民法侵權責任體系中交易安全注意義務所衍生之產品後續觀察義務¹⁰，需待德國產品安全法通過後始對產品後續觀察義務具有明文規範。

德國產品安全法¹¹於1997年4月22日經聯邦議會通過，1997年8月1日生效，所規範者，乃產品之安全和對行政機關之授權，目的為預防產品損害之發生¹²。其中德國產品安全法第4條第2項被認為係產品後續觀察義務之明文規定¹³，同法第9條並課予產品製造商和經銷商自行負擔費用以召回產品之義務。

就產品安全法之產品責任是否屬於侵權行為法上之交易安全注意義務，有學者持否定看法¹⁴，認為由德國產品安全法之發展歷程觀之，德國產品安全法之產品責任於德國學說和實務上已為獨立之責任體系。除此之外，因德國產品安全法就產品製造商和經銷商之產品召回義務已有明文規範，故亦無需如同德國民法般

⁸ 郭麗珍（2001），前揭註1，頁184-185。

⁹ MünchKomm/Cahn, §3 ProdHaftG Rz. 3; Graf von Westphalen (Hrsg.), ProdKhaftungshandbuch, 2. Aufl., §74 Rz.3。轉引自郭麗珍（2001），前揭註1，頁181。

¹⁰ 郭麗珍（2001），前揭註1，頁183。

¹¹ 德國產品安全法之全名，為產品安全要求規制及CE歐洲合格標章保護法（Gesetz zur Regelung der Sicherheitsforderungen an Produkte und zum Schutz der CE-Kennzeichnung；Produktsicherheitsgesetz - ProdSG）。參閱郭麗珍（2001），前揭註1，頁154。

¹² 郭麗珍（2001），前揭註1，頁188。

¹³ Gerald Spindler, Das Jahr 2000-Problem in der Produkthaftung: Pflichten der Hersteller und der Softwarenutzer, NJW, 1999, S.3741。轉引自郭麗珍（2001），前揭註1，頁185。

¹⁴ 郭麗珍（2001），前揭註1，頁74。

藉由發展商品製造人交易安全注意義務以推演出商品製造人之召回義務。



貳、我國法之發展

一、我國民法和德國民法之關聯

我國民法關於侵權行為之規定和德國民法有諸多相似之處，其中民法第 184 條第 1 項本文規定：「因故意或過失，不法侵害他人之權利者，負損害賠償責任。」此為我國民法一般侵權行為責任之規定，相當於德國民法第 823 條第 1 項¹⁵。此外我國民法第 191 條第 1 項本文規定：「土地上之建築物或其他工作物所致他人權利之損害，由工作物之所有人負賠償責任。」此為我國民法工作物所有人責任之規定，亦相當於德國民法第 836 條工作物倒塌責任。

德國民法交易安全注意義務理論源自於德國民法第 836 條，並以德國民法第 823 條第 1 項作為法規依據。有鑑於我國民法第 184 條第 1 項本文和德國民法第 823 條之關聯，民法第 191 條第 1 項本文和德國民法第 836 條之關聯，且民法第 191 條立法理由中之「交通上之安全」即為德國法上交通安全義務¹⁶，可看出我國民法交易安全注意義務和德國法之關聯，德國實務就德國民法商品製造人交易安全注意義務理論之論述，亦可作為我國民法商品製造人交易安全注意義務理論建構之參考。

二、民法第一百九十一條之一

立法上，我國民法就商品製造人交易安全注意義務有具體化規定¹⁷。民法第 191 條之 1 第 1 項本文規定：「商品製造人因其商品之通常使用或消費所致他人

¹⁵ BGB§823:“(1) Wer vorsätzlich oder fahrlässig das Leben, den Körper, die Gesundheit, die Freiheit, das Eigentum oder ein sonstiges Recht eines anderen widerrechtlich verletzt, ist dem anderen zum Ersatz des daraus entstehenden Schadens verpflichtet.“

¹⁶ 王澤鑑 (2015)，《侵權行為法》，增訂新版，頁 635-636，台北：自刊。

¹⁷ 郭麗珍 (2001)，前揭註 1，頁 80。

之損害，負賠償責任。」即為商品製造人交易安全注意義務之明文規範。

如介紹德國法上交易安全注意義務之發展時所述，商品製造人之交易安全注意義務乃德國實務由德國民法第 836 條建築物倒塌責任發展而來，而我國民法第 191 條工作物所有人責任則和德國民法第 836 條之責任相當，因我國民法第 191 條之 1 商品製造人責任乃延續民法第 191 條所訂，民法第 191 條之 1 之商品製造人責任應含括交易安全注意義務，理論上應無可議之處。又危險控制義務乃交易安全義務重要類型之一，商品召回義務既屬於危險控制義務之一種，民法第 191 條之 1 之商品製造人責任應含括商品召回義務，亦無庸置疑¹⁸。

除學說之外，我國實務判決亦有肯認商品製造人負交易安全注意義務之見解。最高法院 78 年度台上字第 200 號判決即明白指出商品製造人負有交易安全注意義務，其指出：「商品製作人生產具有瑕疵之商品，流入市場，成為交易客體，顯已違反交易安全義務，苟因此致消費者受有損害，自應負侵權行為之損害賠償責任¹⁹。」由此可知，我國學說和實務均有見解肯認民法第 191 條之 1 之商品製造人，於商品流通進入市場後，負有交易安全注意義務。

至於何者為民法第 191 條之 1 之「商品製造人」，其應包含商品之生產、製造和加工業者。此外根據同條第 2 項，在商品上附加標章或其他文字、符號，足以表彰係自己所生產、製造和加工者，視為商品製造人。又根據同條第 4 項，商品輸入業者和商品製造人負同一責任。據此，我國民法第 191 條之 1 之責任主體，應為商品製造人，在商品上附加標章或其他文字、符號足以表彰係自己生產、製造和加工者，以及商品輸入業者等三種類型。根據民法第 191 條第 1 項本文，前述之人於商品流通進入市場後對一般大眾負有交易安全注意義務。

¹⁸ 郭麗珍（2001），前揭註 1，頁 186-187。

¹⁹ 王澤鑑（2009），〈商品製造者責任與純粹經濟上損失〉，《民法學說與判例研究（八）》，頁 248，台北：自刊。



三、消費者保護法第十條

關於商品製造人之召回義務，除民法第 191 條之 1 有所規定外，我國消費者保護法針對企業經營者之召回義務亦有規定，即消費者保護法第 10 條，而其和民法第 191 條之 1 在責任成立要件和責任主體之部份有不同之處，此部分容後補充。

消費者保護法第 10 條乃企業經營者商品召回制度之明文規定，性質為侵權行為責任，不因企業經營者和消費者有無契約而受影響。因消費者保護法並未就違反消費者保護法第 10 條之法律效果有所規定，故有學者認為應回歸民法侵權行為規定之法律效果，因消費者保護法第 10 條為民法第 184 條第 2 項所定之「保護他人之法律」，故企業經營者違反之，對因此受有損害之人負推定過失責任²⁰。

參、義務之類型

商品交易安全注意義務可分為設計、製造、指示說明和後續觀察之交易安全注意義務等四種類型²¹，以下分別說明之。

一、類型介紹

(一) 商品設計之交易安全注意義務

商品製造人之交易安全注意義務，在商品設計上，乃商品就其設計或組成，須確保平均一般之消費者能無危險地加以使用商品，因此商品製造人負有正確且合目的性設計商品之義務²²。

商品製造人設計商品時，應於可能和可期待之範圍內，使該商品在通常合理

²⁰ 郭麗珍（2000），前揭註 7，頁 183 頁以下。

²¹ 郭麗珍（2001），前揭註 1，頁 85。

²² 郭麗珍（2001），前揭註 1，頁 86。

使用或消費之情況下不具有安全上欠缺²³，始不違反其所負之設計上交易安全注意義務。

若商品之設計不具有安全上欠缺，可謂商品製造人已盡其設計之交易安全注意義務，縱然商品安全性仍有提升可能性，且製造人投注更多資源即可達成該可能性，其不為之，亦不違反設計上之交易安全注意義務，因要求所有商品皆應具備最高規格之安全性，乃現實上不可能，且和自由市場運作亦有不合，因成本之增加將反映在售價之上，不同成本之商品在品質上即有高下之分，在售價上亦有高低之別，消費者對於售價不同之商品，亦無具有相同品質之期待可能性。

以汽車為例，車輛電子穩定性控制系統（Electronic Stability Control，簡稱為ESC）可提升車輛操控性和安全性，於車輛處於失控狀態時可達到穩定行車之作用²⁴。因其牽涉之電腦線路範圍廣泛，幾乎不可能於事後安裝，故欲於汽車上裝有車輛穩定性電子控制系統，於設計時即應將此系統納入考量。國外已有將此系統列為汽車進入市場時應具備之標準配備，惟我國至 2018 年始將其列入²⁵，故在此之前難謂無裝設車輛穩定性電子控制系統之車輛具有安全性欠缺。此外若車輛之設計符合設計當時科技或專業水準可合理期待之安全性，縱使用更厚之鋼板可減輕汽車受撞擊之損害程度，進而減輕駕駛人和乘客因撞擊可能受到之傷害，仍不可因製造人於設計時不選擇厚度較厚之鋼板，而認其未盡設計上交易安全注意義務。

（二）商品製造之交易安全注意義務

商品製造之交易安全注意義務，乃商品製造人須使商品製造過程和製造流程

²³ 郭麗珍（2001），前揭註 1，頁 86。

²⁴ 葉重宇（2015），《車身動態穩定系統評價方法概述》，http://www.artc.org.tw/%5C/chinese/03_service/03_02detail.aspx?pid=2867&nPage=1&year=&skind1=&skind2=&keyword=（最後瀏覽日：6/5/2016）。

²⁵ 汽車線上（10/7/2014），〈車輛穩定系統 ESC 民國 107 年強制標配〉，<http://www.auto-online.com.tw/news/25733?f=275>（最後瀏覽日：6/5/2016）。

在人為、技術兩方面皆達到最佳狀態，使商品不致欠缺安全性之義務²⁶。

判斷商品製造人之製造過程是否符合交易安全注意義務，須依據當時和所製造之商品相關之技術水準或其他發展可能之製造程序為判斷²⁷。以鮮乳為例，生乳²⁸因富含營養，可能受環境、乳牛體表、擠乳器具等處之微生物污染，致微生物滋生繁殖而影響牛乳品質和加工，故生乳需經「熱處理」始為現今市場上所見之鮮乳²⁹。符合現今技術水準且在世界各國廣為使用之熱處理有三種，分別為低溫長時間殺菌（low temperature and long time，簡稱為 LTLT）、高溫短時間殺菌（high temperature and short time，簡稱為 HTST）和超高溫滅菌（ultra-high temperature，簡稱為 UHT）³⁰。此三種方式係以加熱條件作為區別，各具有不同之加熱標準，若商品製造人使用符合高溫短時間殺菌標準之熱處理為生乳殺菌，即符合生乳殺菌之流程，若加熱條件不符合高溫短時間殺菌方法之加熱條件，則屬未盡製造上交易安全注意義務。

（三）商品指示說明之交易安全注意義務

縱然於設計和製造上不具有安全性欠缺，某些種類之商品在本質上即具有危險性，例如液態瓦斯、微波爐和殺蟲劑等，消費者於使用時仍可能引發危險，造成損害。針對此類商品，商品製造人在商品流通進入市場前，應於商品或其包裝上附有指示說明或警告標示，對潛在之消費者說明使用商品之正確方法、使用時可預見之危險、顯而易見之濫用時可預見之危險和危險發生時之緊急處理方法等

²⁶ 郭麗珍（2001），前揭註 1，頁 98-99。

²⁷ 郭麗珍（2001），前揭註 1，頁 98-99。

²⁸ 根據中華民國國家標準（Chinese National Standards，以下簡稱 CNS）之定義，生乳乃從健康乳牛、乳羊擠出，經冷卻且未經其他處理之生乳汁。參閱國家標準（CNS）網路服務系統：

http://www.cnsonline.com.tw/?node=detail&generalno=3055&locale=zh_TW（最後瀏覽日：6/4/2016）。

²⁹ 根據 CNS 之定義，鮮乳乃以生乳為原料，經殺菌包裝後，須全程冷藏供飲用之乳汁。參閱國家標準（CNS）網路服務系統：

http://www.cnsonline.com.tw/?node=detail&generalno=3056&locale=zh_TW（最後瀏覽日：6/4/2016）。

³⁰ 吳藝璐（2015），《為什麼台灣的牛奶比國外的還濃醇香（下）》，載於：

<http://asweknow.tw/archives/217>（最後瀏覽日：6/4/2016）。

事項³¹，此即為指示說明之交易安全注意義務。

商品製造人指示說明之內容，應包括商品按照一般使用方法使用時可能產生之危險，和商品在顯而易見之濫用時可能引發之危險³²。其指示說明之內容是否達到應有之注意義務標準，應將商品之危險程度納入考量，商品危險之程度越高，危險發生對於使用者造成之損害越大，商品製造人之指示說明內容應越詳盡³³。

除指示說明內容之詳盡程度外，商品製造人指示說明之位置亦應參考商品之危險程度，若危險發生有極大可能會造成使用者身體、健康受到影響，甚至對生命造成危險，則製造人應將其指示說明附於商品本體之上，而非僅附於商品包裝上。至於商品製造人指示說明之內容是否達到應有之注意義務標準，判斷時點應為商品流通進入市場之時。因此製造人縱然已於商品或商品包裝上為指示說明，惟不符合商品流通進入市場時所要求之注意義務標準，例如指示說明之內容詳盡程度和商品危險性不符，或應於商品本體上為指示說明卻僅於商品包裝上為之，仍屬未盡指示說明之交易安全注意義務。

然商品製造人之指示說明義務內容並非固定不變。製造人之注意義務標準會隨科技或專業水準發展而發展，在商品流通進入市場後，若商品製造人發現商品具有原流通進入市場時無法期待其發現之危險，即必須就該危險進行指示說明。因此縱然商品流通進入市場時，商品製造人已盡其指示說明義務，日後若因科技或專業水準之發展而發現原本無法發現之危險，製造人於發現該危險之時點起，就新發現之危險，對潛在之消費者負有指示說明義務³⁴。此一部分尚涉及商品製造人於商品流通進入市場後，仍應持續關注和商品相關之科技或專業水準發展之義務，和商品製造人之商品後續觀察義務有所關聯，本文將於介紹商品後續觀察

³¹ 郭麗珍（2001），前揭註1，頁102。

³² 郭麗珍（2001），前揭註1，頁103。

³³ 郭麗珍（2001），前揭註1，頁103。

³⁴ 郭麗珍（2001），前揭註1，頁103。

之交易安全注意義務時一併討論，此處即不再多談。

(四) 商品後續觀察之交易安全注意義務

商品製造人不僅在產品流通進入市場時，就商品設計、製造和指示說明等方面負有交易安全注意義務，在商品流通進入市場之後，仍負有後續觀察之交易安全注意義務。

商品製造人之商品後續觀察義務，指不論為新設計之商品或已流通進入市場許久之商品，商品製造人皆應持續觀察該商品以避免危險發生之義務³⁵。若製造人對商品具有觀察上之欠缺，可能違反商品後續觀察之交易安全注意義務，對因此受有損害之人負損害賠償責任。

商品後續觀察義務又可分為兩個面向：積極面向和消極面向。積極面向之商品後續觀察義務，指製造人應主動持續觀察商品在實務上之影響、競爭者之發展和科學技術之進步；消極面向之商品後續觀察義務，指製造人應掌握和商品有關之負面訊息³⁶，例如蒐集消費者於網路上發布之負面評語，據以觀察商品是否有其所未發現之危險。因此商品製造人之後續觀察義務非僅消極等待消費者使用商品之評價，尚包括積極觀察和商品有關之科技或專業之發展以察覺商品是否存有危險。

和其他交易安全注意義務相同，商品後續觀察之交易安全注意義務亦為預防損害發生所不可或缺。縱使商品設計、製造具有瑕疵，或指示說明不足甚至有所欠缺，於商品流通進入市場時，可能因種種因素此等問題未被發現，即有賴商品製造人之後續觀察以發現危險，進而採取預防損害發生措施，以避免危險發生造成損害。

商品後續觀察義務成立時點乃商品流通進入市場之時，惟觀察之時間長短須

³⁵ 郭麗珍（2001），前揭註1，頁111。

³⁶ 郭麗珍（2001），前揭註1，頁112。

依個案認定³⁷。理論上，凡商品繼續流通於市場之中，商品製造人之後續觀察義務即不會消滅，然商品製造人之後續觀察義務程度會隨時間經過而變化。一般而言，商品經觀察無危險之時間持續越長，商品製造人對商品之後續觀察義務程度越低，因商品可能對消費者造成損害之機率越低。除流通進入市場之時間長短以外，另一影響商品製造人後續觀察義務程度之因素，乃商品之危險性，若一商品一旦被發現具有瑕疵，該瑕疵可能引發之危險對消費者造成之損害越嚴重，製造人之觀察時間應越長。以汽車為例，汽車剎車系統對駕駛人、乘客和其他用路人之安全極為重要，一旦其具有瑕疵，引發之危險可能造成嚴重之人身傷亡和財產損失，故汽車製造人對汽車剎車系統之後續觀察義務即為時甚長。

一旦商品製造人觀察到某類商品具有瑕疵，應立即採取行動避免危險發生，或避免已經發生之危險再次發生。對於同種類而尚未進入生產或市場之商品，應立即採取改善措施；對於已進入市場之商品，應立即發出警告或召回商品進行改善，甚至回收商品³⁸，否則即違反其所負之交易安全注意義務。

此外商品製造人之後續觀察義務並不因商品移轉與他人而消滅³⁹，此乃理所當然。在侵權責任體系下，不論商品製造人和消費者間是否具有契約關係，製造人對消費者皆負有交易安全注意義務，故不論商品移轉與何人，商品製造人對該人皆負有交易安全注意義務。

二、類型之時間性

交易安全注意義務之四種類型，在成立時點上具有時間上之連續性，涵蓋商品從設計至流通進入市場後之過程，惟其在時間線中無法截然劃分，可能具有互相重疊之部分。

³⁷ 郭麗珍（2001），前揭註1，頁113。

³⁸ 郭麗珍（2001），前揭註1，頁111。

³⁹ 郭麗珍（2001），前揭註1，頁111。

一般而言，設計之交易安全注意義務最先，其次為製造之交易安全注意義務，再來為指示說明之交易安全注意義務，最後則是後續觀察之交易安全注意義務，然以指示說明之交易安全注意義務和後續觀察之交易安全注意義務為例，商品流通進入市場後，商品製造人仍應持續關注商品之相關資訊，若日後因科技發展，使商品製造人得以發現原無可能期待發現之危險，而該危險可藉由商品製造人之指示說明即可避免，商品製造人就該危險即負有指示說明之義務，此時即為指示說明和後續觀察之交易安全注意義務於時間上彼此重疊。

第二節 消費者保護法之預防損害發生義務

壹、預防損害發生義務

消費者保護法第 10 條第 1 項但書規定：「但企業經營者所為必要之處理，足以除去其危害者，不在此限。」據此，若企業經營者有事實足認其提供之商品或服務有危害消費者安全與健康之虞，或商品或服務有危害消費者生命、身體、健康或財產之虞，而未於明顯處為警告標示，並附載危險之緊急處理方法，若企業經營者所為之必要處理足以除去商品或服務之危害，則企業經營者得不召回商品或停止服務。

由此可知，消費者保護法第 10 條之重點，乃企業經營者是否採取措施以避免危險發生，其中商品召回措施則為最後手段，若無其他措施足以達成避免損害發生之目的，則企業經營者必須召回商品、停止服務。因此企業經營者根據消費者保護法第 10 條所負之義務，可稱之為預防損害發生義務，而商品召回義務，則為預防損害發生義務中極為重要之一類。

貳、與民法交易安全注意義務之不同

消費者保護法第 10 條企業經營者預防損害發生義務和民法第 191 條之 1 商

品製造人交易安全注意義務，目的皆係為預防危險發生，避免造成他人損害，惟二者亦有不同之處。

首先，消費者保護法第 10 條為無過失責任，民法第 191 條之 1 則為推定過失責任；其次，消費者保護法第 10 條之責任主體較消費者保護法第 191 條之 1 為廣。以下分別說明之。

一、無過失責任

我國民法第 191 條之 1 之商品製造人責任屬推定過失責任⁴⁰，消費者保護法則以無過失責任為原則。

消費者保護法第 7 條規定企業經營者，就其設計、生產、製造之商品或提供之服務，不具有符合當時科技或專業可合理期待之安全性，因而致生損害於消費者或第三人時，負有無過失之損害賠償責任，商品或服務經知悉或可能知悉具有危害消費者生命、身體、健康、財產之可能者，應於明顯處為警告標示及緊急處理危險之方法而未為之，亦同⁴¹。其所著重者，乃商品或服務是否於客觀事實上存有危險，消費者保護法第 10 條亦為如此，

消費者保護法第 10 條之責任成立，以有客觀事實足認商品或服務存在危險即可，而不以企業經營者具有故意或過失為必要⁴²，因此為無過失責任，和民法第 191 條之 1 顯有不同。

二、責任主體之擴張

民法第 191 之 1 條乃商品製造人交易安全注意義務之明文規定。根據該條第 2 項和第 4 項，負有交易安全注意義務者，共有三類：

⁴⁰ 郭麗珍（2000），前揭註 7，頁 192-193。

⁴¹ 朱柏松（1999），《消費者保護法論》，增訂版，頁 15，台北：自刊。

⁴² 郭麗珍（2000），前揭註 7，頁 195-196。



1、商品之生產、製造、加工業者；

2、在商品上附加標章或其他文字、符號，足以表彰係自己所生產、製造和加工者；

3、商品輸入業者。

過去商品製造人可能同時身負設計、生產、製造、加工和銷售之角色，惟於現今社會中，產業分工越加細緻，為更為妥善保護消費者，消費者保護法之責任主體範圍較民法第 191 條之 1 為廣，涵蓋各種類型之企業經營者。

根據消費者保護法第 7 條，負有損害賠償責任者乃商品之設計、生產、製造商品或提供服務之企業經營者。同法第 8 條將損害賠償責任之責任主體，擴張至從事經銷之企業經營者，同條第 2 項並將從事經銷而改裝、分裝或變更服務內容之企業經營者，視為消費者保護法第 7 條之企業經營者。同法第 9 條則將輸入商品或服務之企業經營者，視為該商品之設計、生產、製造者或服務之提供者，負消費者保護法第 7 條之商品製造人責任。由此可看出負消費者保護法第 7 條第 3 項損害賠償責任之企業經營者，範圍較民法第 191 條之 1 為廣。

消費者保護法第 10 條未如同消費者保護法第 7 條至第 9 條規範不同類型之企業經營者而賦予不同程度之責任，而單純使用「企業經營者」一詞涵蓋所有類型之企業經營者。據此，消費者保護法第 10 條之責任主體，依消費者保護法第 2 條第 2 款，包括商品設計、生產、製造、經銷、輸入商品或提供服務等所有類型企業經營者，範圍和消費者保護法第 7 條至第 9 條之責任主體相同，較民法第 191 條之 1 更為廣泛。

參、預防損害發生義務之範圍

消費者保護法上企業經營者之責任重要問題之一，乃企業經營者責任之範圍。消費者保護法第 7 條至第 9 條中，企業經營者就何種商品危險造成之損害負有損

害賠償責任，即係探討企業經營者侵權行為損害賠償責任之範圍。類似問題亦存在於消費者保護法第 10 條，企業經營者就何種商品危險負有預防損害發生之義務。

企業經營者縱然負有預防損害發生義務，然若要求其預防之商品危險範圍漫無邊際，顯然過於苛刻，且對於消費者和市場運作亦非必然有利。若不論商品危險是否為當時科技或專業水準得以察覺，皆一律要求企業經營者應避免商品危險發生，可能將使企業經營者失去創新之動力，進而阻礙科技和專業之發展，對社會和消費者反造成不利影響。因此企業經營者之預防損害發生義務，預防之危險範圍應有其界限，不可漫無邊際，而應以當下科技和專業水準是否可合理期待企業經營者發現商品之危險作為論斷標準，若屬當下科技或專業水準可合理期待企業經營者發現之商品危險，則屬於消費者保護法第 10 條之範疇，企業經營者就該危險負有預防發生義務，須採取商品召回措施或其他足以預防損害發生之措施。

若以商品流通進入市場時，其危險是否為當時科技或專業水準可得發現，可將商品危險可分為具有預見可能性之危險和無預見可能性之危險兩類。具有預見可能性之危險，又可根據是否具有排除可能性，而可分為有排除可能性之危險和無排除可能性之危險，企業經營者就不同類型之危險，或負有預防發生之義務，或不負有預防發生之義務，以下分別說明之。

一、無預見可能性之危險

無預見可能性之商品危險，指依照商品流通進入市場時之最新科技和專業水準，經過所有可能的檢查測試程序，仍然無法發現商品在客觀上存在有害之特質⁴³。若商品存在此一類型之危險，企業經營者往往受限於商品流通進入市場當時

⁴³ 郭麗珍（2001），前揭註 1，頁 115。

之科技或專業水準無預見可能性，故通常於商品流通進入市場之後，因新研究方法發明而得以查出。其之所以被發現，乃歸因於科技之進步，故此一類型之商品危險又被稱為「發展上之欠缺」或「發展上之危險」⁴⁴。



若商品危險乃發展上之危險所致，且危險發生致消費者或第三人受有損害，根據我國消費者保護法第 7 條第 1 項和第 3 項，企業經營者原則上不負有損害賠償責任，然針對此類危險，若商品流通進入市場後因科技或專業之發展致企業經營者得以發現該危險，企業經營者則負有預防損害發生義務，應採取商品召回措施或其他預防損害發生措施，避免危險發生，造成損害⁴⁵。

二、具有預見可能性之危險

(一) 具排除可能性

企業經營者應確保商品流通進入市場時，具有符合當時科技或專業水準可合理期待之安全性（消費者保護法第 7 條第 1 項）。一商品流通進入市場時，若具有企業經營者可預見且有排除可能性之危險，而企業經營者未排除，則該商品顯不符合流通進入市場時科技或專業水準可合理期待之安全性，若因此致生損害於消費者或第三人，則企業經營者對受損害之人，根據消費者保護法第 7 條第 3 項，應負有侵權行為損害賠償責任。

此類危險是否屬於消費者保護法第 10 條第 1 項所規範之危險，本文認為解釋上應屬之。消費者保護法第 10 條第 1 項本文規定：「企業經營者於有事實足認其提供之商品或服務有危害消費者安全與健康之虞時，應即回收該批商品或停止其服務。」若商品流通進入市場時，不符合當科技或專業水準可合理期待之安全性，即有危害消費者安全與健康之虞，因此企業經營者自負有消費者保護法第 10 條第 1 項之預防損害發生義務，須召回商品或採取其他預防損害發生之措施。

⁴⁴ 郭麗珍（2001），前揭註 1，頁 115。

⁴⁵ 朱柏松（1999），前揭註 41，頁 96。

(二) 無排除可能性

某些情況下，商品會具有流通進入市場時之科技或專業水準得以發覺，卻無法排除之危險，此即商品發展上之漏洞⁴⁶，藥品之副作用即屬之。

有學者認為，商品製造人就商品發展上漏洞之危險所造成之損害是否負損害賠償責任，應依個案認定。若商品之發展上漏洞乃欠缺一般平均消費者期待之基本安全性，此項商品即不應流通進入市場；若商品具有發展上漏洞，惟仍符合一般平均消費者期待之基本安全性，且該漏洞所產生之危險乃眾所皆知使用該項商品即會具有之風險，並受消費者廣泛接受，則因消費者購買此項商品時已降低對其安全性之期待，且基於當下科技和專業水準對具備更高安全性之商品無期待可能性，故商品製造人就此種商品之發展上漏洞所造成之損害，並不負有損害賠償責任⁴⁷。

須注意的是，商品之危險若為其本質使然，而被公認會發現危險者，和商品之設計無關，例如煙或酒，有認為屬於發展上之漏洞，消費者因此受有損害，若損害可能性乃眾所皆知，或製造人已於商品之包裝、使用說明或以其他方式告知，此時製造人就消費者所受損害不負賠償責任⁴⁸；亦有認為此時製造人原則上無避免平均消費者免於危險之交易義務，例外對未成年或已無法自我決定者等因煙毒、酒精對身體自傷未能自主負責者，仍負有交易上必要之注意義務⁴⁹。

企業經營者是否就商品之發展上漏洞負有預防損害發生義務，本文認為可參

⁴⁶ 郭麗珍（2001），前揭註1，頁116。亦有不同見解認為，發展上之危險（又稱為發展上瑕疵）可分為商品危險尚未為科技現狀所發現，和商品危險已為科技現狀所知悉，惟依當時科技水準尚無法克服兩種。因此此處所述之情況亦屬於發展上危險之一種。參閱李英正（2007），〈論消保法上商品責任之危險議題〉，收錄於行政院消費者保護委員會，《消費者保護研究（十）》，頁211，台北：行政院消費者保護委員會。針對發展上漏洞及發展上危險，後續將有更為詳盡之介紹（詳第三節，參，三，（一），頁153）。

⁴⁷ 郭麗珍（2001），前揭註1，頁116-117。

⁴⁸ 詹森林（2003），〈消保法有關商品責任之規定在實務上之適用與評析〉，《民事法理與判決研究（三）》，頁213，台北：元照。

⁴⁹ 郭麗珍（2001），前揭註1，頁117。

考前述之標準判斷之。若商品雖具有發展上漏洞，惟仍符合一般平均消費者期待之基本安全性，且所產生之危險乃眾所皆知使用該項商品即會具有之風險，並為消費者廣泛接受，此時因消費者購買商品時已降低對商品之安全性期待，且基於當下科技和專業水準對具備更高安全性之商品無期待可能性，又商品發展上漏洞所產生之危險乃眾所皆知，亦無令企業經營者另行警告之必要，則企業經營者自不負有預防損害發生之義務，毋須因此一商品之發展上漏洞而採取商品召回或其他預防損害發生之措施。以汽機車排放廢氣為例，汽機車所排放之廢氣對人體可能有害，惟此乃目前科技或專業水準所無法排除之危險，且眾所皆知汽機車會排放廢氣，則汽機車之廢氣排放量若符合法定標準，則企業經營者毋須就汽機車排放廢氣可能對人體有害，或其未於汽機車上為警告標示而須採取商品召回或其他預防損害發生之措施。

肆、預防損害發生之措施

根據消費者保護法第 10 條，於特定情況下，企業經營者負有預防損害發生義務，須採取適當之預防損害發生措施以避免危險發生，造成損害。

預防損害發生之措施類型眾多，凡可預防損害發生或可預防已發生之損害繼續擴大之措施皆屬之。實務和法規上常見者有標示、警告、下架、召回和銷燬等措施，本文將分別介紹之。

一、標示措施

商品標示可使消費者知悉該商品之資訊，以避免商品之危險發生，因此各國法規多明文要求商品製造人負有標示商品資訊之義務，商品製造人應採取標示措施，於商品或商品之包裝上，標示商品名稱、商品製造人相關訊息、商品成分、使用時應注意之事項、商品所具有之危險和危險發生時之緊急處理方法等資訊。

歐盟課與產品製造人 (Producer) 和經銷商 (Distributors) 提供消費者有關

產品風險評估資訊之義務，除此之外，在某些情況下會造成危險之產品，產品製造人和經銷商應以適當、清楚之文字，以容易理解之方式標示之⁵⁰。

英國要求產品製造人（Producer）應採取適當措施以預防損害發生，包括在產品或產品之包裝上，標示製造人之姓名、地址和該批產品之產地⁵¹。除此之外，主管機關在有合理理由相信產品為危險產品，在特定情況下會帶來風險時，可發出要求標示之通知，要求通知之相對人確保產品標示乃根據通知所特定之要求，警告使用者有關產品可能存在之風險，或要求通知之相對人確保產品標示符合通知所特定之先決條件，以確保該產品為安全產品⁵²。

中華人民共和國就產品製造人之標示義務，係要求產品製造人應標示該項產品遵守所有與該產品有關之安全規定之保證，並應詳細說明該等安全規定適用之標準，且賦予消費產品安全委員會權限，可透過規定要求產品標示之內容，例如須標示產品製造地、製造日期、便於消費者辨認產品製造人之適當標示，以及產品符合應遵守之產品安全規定之證明等事項⁵³。

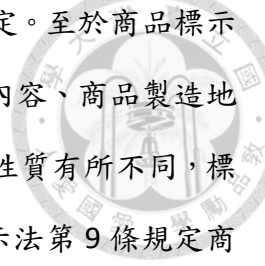
我國就商品之標示，於消費者保護法中，係規定商品或服務具有危害消費者生命、身體、健康、財產之可能者，應於明顯處為警告標示及緊急處理危險之方法（消費者保護法第 7 條第 2 項），並要求企業經營者應依商品標示法等法令為商品或服務之標示（消費者保護法第 24 條第 1 項）。又針對輸入之商品或服務，則應附有中文標示及說明書，其內容不得較原產地之標示及說明書簡略（消費者保護法第 24 條第 2 項）。若輸入之商品或服務在原產地附有警告標示者，應附中文之警告標示，且其內容不得較原產地之警告標示簡略（消費者保護法第 24 條第 3 項）。

⁵⁰ 參閱歐盟一般產品安全指令（第 2011/95/EC 號指令）第 5 條第 1 項。

⁵¹ 參閱英國 2005 年一般產品安全法第 6 條第 3 項、第 4 項。

⁵² 參閱英國 2005 年一般產品安全法第 12 條第 1 項。

⁵³ 參閱中華人民共和國消費者產品安全法第 14 條。



綜上所述，各國對於企業經營者之商品標示義務多有所規定。至於商品標示之內容，原則上包含商品名稱、商品製造人之相關資訊、商品內容、商品製造地和製造日期或保存期限等必要資訊，惟不同種類之商品因本身性質有所不同，標示之內容亦應根據其性質而個案認定。舉例而言，我國商品標示法第 9 條規定商品流通進入市場時，生產、製造或進口商應標示有關商品、商品製造商或進口商、商品成分、製造日期、有效日期或有效期間等訊息，若有其他依據中央主管機關規定應行標示之事項，亦應標示之。由此一規定可看出，除商品標示法外，商品標示尚須根據中央主管機關之規定為之。各中央主管機關針對不同種類之商品，亦設有不同之標示內容標準，例如電器商品標示基準第 3 條規定電器之標示內容，除商品名稱及型號外，尚須標示額定電壓及額定頻率和總額定消耗電功率或額定輸入電流等電器商品特有之事項，又例如食品衛生安全衛生管理法第 22 條有關食品 and 食品原料之標示規定，除要求標示食品製造人、製造地和製造日期、內容物名稱、重量、食品添加物名稱、有效日期外，尚要求若含基因改造食品原料亦應標示之。

須注意的是，企業經營者已就商品進行商品標示，並不同於其所採取之標示措施即無問題。企業經營者所採取之商品標示措施，可能產生之問題大致可分為三種情況：應標示而未標示，已標示惟標示內容不足，和已標示惟其標示內容不正確。前述三種情況皆會對消費者或第三人造成風險，因此企業經營者應立即採取適當之措施以預防損害發生。若為未標示之情況，則應標示之；若為已標示惟標示內容不足之情況，則應補充其內容；若為已標示惟標示內容錯誤之情況，則應修正標示之內容。除此之外，若企業經營者於商品流通進入市場時已盡其標示義務，惟嗣後發現該商品在某些情況下可能會對消費者造成損害，此時企業經營者應將該危險補充標示於商品上。

若企業經營者未採取適當之商品標示措施，致生損害於消費者或第三人，根據消費者保護法第 7 條第 2 項和第 3 項規定，企業經營者即負有損害賠償義務。

又我國之商標標示法除就商品標示應有之內容和不應有之情況設有規定外，對於違反法規之企業經營者亦設有罰鍰、令其停止營業、令其停止陳列和販賣等規定。例如商品標示若有虛偽不實或引人錯誤，違反法律強制或禁止規定，或有背公共秩序或善良風俗之情事，直轄市或縣市主管機關應通知生產、製造或進口商限期改正，屆期不改正者，處新臺幣 3 萬元以上 30 萬元以下罰鍰，並得按次連續處罰至改正為止（商品標示法第 6 條）。其情節重大者，主管機關並得令其停止營業 6 個月以下或歇業（商品標示法第 14 條）。若流通進入市場之商品，有違反商品標示法第 7 條第 1 項、第 8 條第 1 項、第 9 條、第 10 條和第 11 條規定之情事，直轄市或縣市主管機關應通知生產、製造或進口商限期改正，屆期而不改正者，處新臺幣 2 萬元以上 20 萬元以下罰鍰，並得按次連續處罰至改正為止（商品標示法第 15 條）。若販賣業者違反商品標示法第 12 條規定，販賣或意圖販賣而陳列未依商品標示法規定標示之商品，則依商品標示法第 16 條規定，直轄市或縣市主管機關得通知其限期停止陳列、販賣，若該商品對身體或健康具有立即危害，得逕令立即停止陳列、販賣。販賣業者拒不遵行，得處新臺幣 2 萬元以上 20 萬元以下罰鍰，並得按次連續處罰至停止陳列、販賣為止。

二、警告措施

為避免商品之風險發生，企業經營者可採取警告措施，警告消費者商品具有危險性，各國法規就此亦多有相關規定。

英國 2005 年一般產品安全法第 13 條規定，主管機關得以通知要求企業經營者採取警告措施之情況。

我國消費者保護法第 37 條則要求主管機關在企業經營者提供之商品或服務，對消費者已發生重大損害或有發生重大損害之虞，而情況危急時，應立即在大眾傳播媒體公告企業經營者之名稱、地址、商品、服務、或為其他必要之處置。於大眾傳播媒體公告企業經營者和商品之相關資訊，此即為警告措施之一種，又此

一規定僅係賦予主管機關令企業經營者採取警告措施之權限，企業經營者毋須法規規定，即可採取任何措施以避免危險發生(消費者保護法第10條第1項但書)。

警告措施和標示措施之目的皆在於使消費者獲得商品之相關資訊，以避免危險發生，惟二者仍有些微不同。警告措施和標示措施之區別，可由措施所針對之對象和採取之時點觀察。

標示措施乃針對商品所為之措施，企業經營者須在商品本身或商品之內外包裝上進行標示，或使用商品說明書以達到使消費者獲得相關訊息之目的，而採取之時點，包括商品流通進入市場之前、進入市場當時和進入市場之後。

警告措施之採取，則係針對消費者所採取之措施，採取之時點乃在商品流通進入市場之後。在商品流通進入市場後，企業經營者可採取一定方法警告可能受有損害之人和取得商品之人，亦可向公眾發布警告訊息，使一般民眾得以注意到此一危險。相較於標示措施，警告措施更重視迅速、有效地將訊息傳達給消費者或可能受有損害之人，然此二種措施有時難以截然劃分，因標示之行為本身亦帶有警告之意味，且實際運用上警告措施和標示措施亦常互相配合實施，在商品本身之危險可以標示措施避免損害發生時，因標示措施之採取較為耗時，此時可同時採取警告措施警告公眾關於商品之風險，以避免損害在標示措施完成前發生。

三、 下架措施

下架措施乃將商品撤出市場之措施之一種，係將已陳列架上之商品下架並停止有關該商品之交易和廣告活動，以避免商品為消費者所取得。


相較於標示措施和警告措施，下架措施耗費之成本較高，對市場和企業經營者之影響亦較大，因此法規在賦予主管機關得命企業經營者採取下架措施之權力之同時，對其之限制亦較為嚴格。根據英國2005年一般產品安全法第14條第3項和第4項，主管機關發出下架通知之要件，乃製造人或經銷商之義務履行無法

讓人滿意，或其履行不足以預防對人之健康和安​​全風險，又或者商品構成嚴重風險，主管機關認為應立即採取行動之時。我國消費者保護法則無明文規定下架措施之內容，僅在消費者保護法第 36 條中規定，主管機關得命企業經營者立即停止該商品之設計、生產、製造、加工、輸入、經銷或服務之提供或採取其他必要措施之情況，此處之「停止該商品輸入、經銷或服務之提供」即為下架措施之一種。

近來因食安問題頻傳，預防性下架措施開始獲得重視。預防性下架措施乃基於預防原則所生之措施，乃為避免公共​​利益遭受危害，於商品是否造成損害尚無定論時，給予主管機關介入之權力，使主管機關得在情事尚未明朗時，命企業經營者採取下架措施⁵⁴。我國衛生福利部於 2014 年 12 月 30 日制定之食品衛生安全預防性下架原則中提到，預防性下架措施之採取，目的係為確保消費者健康，降低其對於產品之疑慮。為達成此一目的，在疑似發生重大或突發性食品衛生安全事件，或接獲訊息可能有非食品物質混入食品時，中央、直轄市或縣市主管機關依現有資料研判有傷害民眾健康之可能性時，縱使證據未明，在等待查驗結果以完成事證蒐集程序前，為有效、即時提供食品安全保障，可採取預防性措施，要求企業經營者將有疑慮之產品下架。事後主管機關調查確認產品安全無虞，或檢驗結果確認不存有傷害人體健康之物質時，主管機關即可撤銷下架處分。

在食品安全上，歐盟則於 2002 年 1 月 28 日第 178 號規章第 7 條對預防原則有所規定，規定在特定情況下，根據現有資料所進行評估，一食品得以確定對人類健康具有有害影響之可能性，惟科學上仍存有不確定性，則為確保高層級之健康保護，可採取臨時性風險管理措施，等待更進一步之科學資訊進行更全面之風險評估。又此處所指之臨時性風險管理措施，其採取應適度且無過多之貿易限制，並考量科技和經濟上之可行性和其他因素。除此之外，因該措施僅為臨時性措施，

⁵⁴ 李介民（2015），〈從危害防止法理探討預防性措施的合法性〉，《靜宜法學》，第 4 期，頁 179。



故食品應在合理期間內受到檢驗，以澄清科學不確定性之部分和進行更全面之風險評估。我國主管機關得要求企業經營者採取預防性下架措施之法律上依據，則為食品安全衛生管理法第 4 條第 1 項所提及之事先預防原則和同條第 5 項規定，中央主管機關針對重大或突發性食品衛生安全事件，必要時得依風險評估或流行病學調查結果，公告對特定產品或特定地區之產品採取限制或停止輸入查驗、製造及加工之方式或條件，以及下架、封存、限期回收、限期改製、沒入銷毀等措施。除主管機關令企業經營者採取預防性下架措施外，企業經營者自身亦得主動採取預防性下架措施，自不待言。

由此可知，就食品安全方面，相關法規中不乏預防性下架措施之規定，我國針對預防性下架措施之討論亦常見於食品安全議題中，惟如前介紹預防性下架措施時所述，預防性措施之目的，在於商品是否造成損害尚無定論之時，為避免風險發生造成無法回復或難以回復之損害所採取下架措施，故不僅食品，各種類型之商品皆有採取預防性下架措施之可能性。

我國法上，主管機關得要求企業經營者採取下架措施之根據，為消費者保護法第 36 條規定。消費者保護法第 36 條規定：「直轄市或縣（市）政府對於企業經營者提供之商品或服務，經第 33 條之調查，認為確有損害消費者生命、身體、健康或財產，或確有損害之虞者，應命其限期改善、回收或銷燬，必要時並得命企業經營者立即停止該商品之設計、生產、製造、加工、輸入、經銷或服務之提供，或採取其他必要措施。」此處之「其他必要措施」應包含下架措施，因此在企業經營者提供之商品或服務，經調查確有損害消費者生命、身體、健康或財產時，主管機關可要求企業經營者採取下架措施。惟適用消費者保護法第 36 條之前提乃已為消費者保護法第 33 條所規定之調查，若尚未進行調查，或於調查進行中，惟尚無科學證據支持商品具有危險性時，主管機關可否要求企業經營者採取下架措施，消費者保護法第 36 條顯無處理此一部份之問題，因此消費者保護法中並無就預防性下架措施有所規範，而須視商品之種類是否另設有特別法且特

別法中是否有預防性下架措施規定而定，此一情況對消費者之保護顯然有不足之處，應於消費者保護法中訂立相關規範，以完善消費者之保護。



四、召回措施

召回措施之定義，在不同國家、法規和學者之間各有不同，一些國家之法規甚至未就召回措施進行定義，而僅規範企業經營者於召回時應採取何種行動。

英國 2005 年一般安全法乃針對召回有所定義之法規。根據該法第 2 條，召回，係指達成回收已被提供於消費者，或消費者已取得之危險產品之所有措施。

未就召回進行定義之法規，有我國之消費者保護法、澳洲消費者保護法、美國消費產品安全法和中華人民共和國侵權責任法及消費者權益保護法。

我國消費者保護法第 10 條規定：「企業經營者於有事實足認其提供之商品或服務有危害消費者安全與健康之虞時，應即回收該批商品或停止其服務。但企業經營者所為必要之處理，足以除去其危害者，不在此限。商品或服務有危害消費者生命、身體、健康或財產之虞，而未於明顯處為警告標示，並附載危險之緊急處理方法者，準用前項規定。」法規中所稱之「回收」，即為召回之意思。

澳洲消費者保護法第 122 條則係列出強制召回之事由⁵⁵，並於同法第 128 條第 1 項規定自願召回之事由⁵⁶，惟並未就召回措施本身有所定義。

⁵⁵ 澳洲消費者保護法第 122 條列出之強制召回事由，包括：

- 1、消費性商品將會或可能會造成任何人受到傷害；
- 2、該商品之合理可預見的使用（包括誤用）將會或可能會導致任何一人受到傷害；
- 3、針對該商品設有有效之安全性標準，而該商品不符合該標準；
- 4、該商品為已發布之臨時禁令或永久禁令的禁止標的，而供應商未就此採取令人滿意的行為以預防該商品對人造成傷害。

⁵⁶ 澳洲消費者保護法第 128 條第 1 項列出之自願召回事由，包括：

- 1、消費商品將會或可能導致任何一人受到傷害；
- 2、合理可預見的使用（包含誤用）將會或可能會導致任何一人受到傷害；
- 3、商品不符合應符合之安全性標準；
- 4、澳洲競爭與消費委員會部長發布臨時禁令或永久禁令。

美國消費產品安全法雖未提及召回措施，惟該法第 15 條第 4 項提到消費產品安全委員會得以命令要求該產品之製造商、經銷商和零售商所採取之補救措施，縱未提到「召回」一詞，惟「修補該產品之瑕疵以使其符合相關產品安全規定，提供符合安全規定之相似或同等產品使消費者得以更換，以及返還購買該產品時之金額」實際上皆需召回產品始可能為之，故可將其看作美國消費產品安全法中有關召回之規定。

中華人民共和國侵權責任法和消費者權益保護法，亦皆有提及召回措施，惟未就其定義有所規範。中華人民共和國侵權責任法第 46 條規定，若產品進入市場之後被發現存在缺陷，則產品之生產者和銷售者應及時採取警示或召回等補救措施，若其未及時採取補救措施或者補救措施不力而造成損害，應對該受有損害之人負有侵權責任。消費者權益保護法則於第 19 條要求經營者發現其所提供之產品或服務存在缺陷，具危害人身、財產安全之危險時，應立即向有關行政部門報告並告知消費者，同時採取停止銷售、警示、召回、無害化處理、銷毀、停止生產或服務等措施，且應承擔消費者因商品召回所支出之必要費用。

由上述各國法規可看出，針對召回之定義在不同國家和法規之間有不同之立法方式，即使未就召回有所定義，往往亦設有法規規定召回措施之內容或有下位之規範制定召回程序，故召回措施仍可順利實施。

召回措施可分為強制召回和自願召回。強制召回，乃有權之主管機關在符合法定要件之情況時，得命企業經營者召回商品或應命企業經營者召回商品，我國消費者保護法第 36 條規定屬之；自願召回，則係指企業經營者主動召回商品，我國消費者保護法第 10 條規定屬之。

召回措施因對消費者、企業經營者和市場皆影響重大，故其具有最後手段性。我國消費者保護法第 10 條第 1 項但書規定，若企業經營者所為之必要處理足以去除其提供之商品或服務之危害時，其可不採取召回措施，此即彰顯了召回措施

之最後手段性。歐盟則要求措施之採取須符合比例原則，和產品不符規範之程度相當⁵⁷。英國 2005 年一般產品安全法就執行機關發出召回通知之要件亦設有嚴格規定，其規定執行機關須有合理理由相信產品為危險產品，且已被供應於消費者或已為消費者取得，始可發出召回通知，要求通知之相對人盡合理之努力，向通知所特定之消費者回收該產品⁵⁸，且僅可在其他預防措施皆不足以預防商品對人健康和 safety 危險，或製造人、經銷商採取之行動無法使人滿意或不足以預防對人之健康和 safety 危險，又或者特許仲裁人協會認定採取召回符合比例原則時，始可發出⁵⁹。

關於召回措施之程序，我國消費者保護法就此並未規定。參考我國汽車安全性調查召回改正及監督管理辦法⁶⁰、澳洲消費者保護法⁶¹和英國 2005 年一般產品安全法⁶²等規定，可看出召回措施之實施，不論係由企業經營者自願採取，或受主管機關要求而必須採取，皆係於一定期限內，應通知公眾或特定範圍內之人有關商品召回之消息。至於應通知公眾或僅通知特定範圍內之人，即召回之通知範圍應如何劃定，則應視召回之商品流通範圍而定，若商品之性質使企業經營者可掌握持有商品之消費者身份，則無必定向公眾發出召回通知之理由，然企業經營者若無法具體掌握商品之流向，則應向公眾發出召回通知，使可能取得商品之人得已知悉商品召回之訊息。

⁵⁷ 顏慧欣、李淳（2011），〈歐盟消費性商品安全監管機制之探討〉，《貿易政策論叢》，15 期，頁 36。

⁵⁸ 參閱英國 2005 年一般產品安全法第 15 條第 1 項。

⁵⁹ 根據 2005 年一般產品安全法第 4 條，執行機關可發出召回通知之要件如下：

- 1、2005 年一般產品安全法規定之其他措施不足以預防對人之健康和 safety 風險；
- 2、製造人或經銷商履行 2005 年一般產品安全法課與之義務時，採取之行為讓人無法滿意或不足以預防對人之健康和 safety 風險；
- 3、執行機關在發出召回通知前，應於至少七日前告知召回通知之相對人其欲發出召回通知，且當該相對人在通知之期限屆滿前，已要求執行機關尋求特許仲裁人協會之人士意見時，應向該協會人士徵詢意見，決定該產品是否為危險產品。召回通知之發出是否和風險之嚴重性符合比例原則，且以該協會人士之權威，是否已將召回納入考量。

⁶⁰ 參閱汽車安全性調查召回改正及監督管理辦法第 13 條至第 18 條。

⁶¹ 參閱澳洲消費者保護法第 123 條。

⁶² 參閱英國 2005 年一般產品安全法第 15 條第 3 項。

企業經營者採取召回措施召回商品時，除須負擔消費者因響應商品召回所支出之費用（例如將商品寄送至企業經營者之費用）之外，若可去除商品之危險並決定去除之，則應在去除後將商品返還與消費者並負擔返還之費用。若商品之危險屬無法去除，或企業經營者決定不去除之，則應提供消費者品質相當之同類型商品替換，或返還消費者購買該商品之價額。

五、銷燬措施

銷燬乃將商品毀滅使其不存在之措施。其並非針對消費者所為，而係企業經營者或主管機關或於商品流通進入市場前或於商品召回後所採取，將商品現實上永久排除於市場之措施⁶³。我國法除消費者保護法⁶⁴有提及外，眾多規範不同類型商品之特別法亦有提及，例如藥事法⁶⁵、食品安全衛生管理法⁶⁶、化妝品衛生管理條例⁶⁷等。

部分法規使用「銷燬」一詞，例如消費者保護法⁶⁸和藥事法⁶⁹；部分使用「銷

⁶³ 商品召回係將商品排除於市場之措施，至於排除係暫時或永久，須視個案而定，可能企業經營者將商品危險排除後將還給消費者，亦可能無法排除危險或排除不符合經濟效益，企業經營者因而不返還商品予消費者，而係給予相當之替代商品或退款。相較於召回措施之彈性，一旦商品銷燬即無回復之可能，乃現實上將商品永久排除於市場之措施。

⁶⁴ 參閱消費者保護法第 36 條。

⁶⁵ 參閱藥事法第 76 條、第 77 條、第 79 條和第 91 條等。

⁶⁶ 參閱食品安全衛生管理法第 4 條、第 36 條、第 44 條、第 51 條、第 52 條和第 53 條等。

⁶⁷ 參閱化妝品衛生管理條例第 28 條。

⁶⁸ 消費者保護法第 36 條規定：「消費者保護法第直轄市或縣（市）政府對於企業經營者提供之商品或服務，經第 33 條之調查，認為確有損害消費者生命、身體、健康或財產，或確有損害之虞者，應命其限期改善、回收或銷燬，必要時並得命企業經營者立即停止該商品之設計、生產、製造、加工、輸入、經銷或服務之提供，或採取其他必要措施。」

⁶⁹ 藥事法第 76 條規定：「經許可製造、輸入之藥物，經發現有重大危害時，中央衛生主管機關除應隨時公告禁止其製造、輸入外，並撤銷其藥物許可證；其已製造或輸入者，應限期禁止其輸出、調劑、販賣、供應、運送、寄藏、牙保、轉讓或意圖販賣而陳列，必要時並得沒入銷燬之。」第 77 條規定：「直轄市或縣（市）衛生主管機關，對於涉嫌之偽藥、劣藥、禁藥或不良醫療器材，得先行就地封存，並抽取樣品予以檢驗後，再行處理；其對衛生有重大危害者，於報請中央衛生主管機關核准後，得沒入銷燬之。」第 79 條規定：「查獲之偽藥或禁藥，沒入銷燬之。查獲之劣藥或不良醫療器材，如係本國製造，經檢驗後仍可改製使用者，應由直轄市或縣（市）衛生主管機關，派員監督原製造廠商限期改製；其不能改製或屆期未改製者，沒入銷燬之；如係核准輸入者，應即封存，並由直轄市或縣（市）衛生主管機關責令原進口商限期退運出口，屆期未能退貨者，沒入銷燬之。前項規定於經依法認定為未經核准而製造、輸入之醫療器材，準用之。」第 91 條規定：「違反第 60 條第 2 項、第 63 條、第 65 條、第 69 條、第 80 條第 1 項第 1 款至第 3

毀」一詞，例如食品安全衛生管理法⁷⁰和化妝品衛生管理條例⁷¹。探究詞語用法，「銷燬」採取之手段和火有關，「銷毀」則不限於此，惟我國法使用此二詞彙似無手段上之區分，皆係指毀滅商品之意思，否則以消費者保護法和藥事法皆使用「銷燬」一詞，而僅能以和火有關之手段銷毀商品，顯與現實不合。

銷燬措施乃避免商品危險發生，造成損害之方法之一，企業經營者可考量整

款規定之一，或調劑、供應管制藥品違反第 60 條第 1 項規定者，處新台幣 6 萬元以上 30 萬元以下罰鍰。違反第 60 條第 2 項或調劑、供應管制藥品違反同條第一項規定者，對其藥品管理人，亦處以前項之罰鍰。違反第 69 條規定者，其標示醫療效能之物品沒入銷燬之。」

⁷⁰ 食品安全衛生管理法第 4 條規定：「中央主管機關對重大或突發性食品衛生安全事件，必要時得依風險評估或流行病學調查結果，公告對特定產品或特定地區之產品採取下列管理措施：一、限制或停止輸入查驗、製造及加工之方式或條件。二、下架、封存、限期回收、限期改製、沒入銷毀。」第 36 條規定：「違反前項規定之產品，不問屬於何人所有，沒入銷毀之。」第 44 條規定：「有下列行為之一者，處新台幣 6 萬元以上 2 億元以下罰鍰；情節重大者，並得命其歇業、停業一定期間、廢止其公司、商業、工廠之全部或部分登記事項，或食品業者之登錄；經廢止登錄者，一年內不得再申請重新登錄：一、違反第 8 條第 1 項或第 2 項規定，經命其限期改正，屆期不改正。二、違反第 15 條第 1 項、第 4 項或第 16 條規定。三、經主管機關依第 52 條第 2 項規定，命其回收、銷毀而不遵行。四、違反中央主管機關依第 54 條第 1 項所為禁止其製造、販賣、輸入或輸出之公告。前項罰鍰之裁罰標準，由中央主管機關定之。」第 51 條規定：「有下列情形之一者，主管機關得為處分如下：一、有第 47 條第 13 款規定情形者，得暫停受理食品業者或其代理人依第 30 條第 1 項規定所為之查驗申請；產品已放行者，得視違規之情形，命食品業者回收、銷毀或辦理退運。」第 52 條規定：「二、不符合中央主管機關依第 17 條、第 18 條所定標準，或違反第 21 條第 1 項及第 2 項規定者，其產品及其為原料之產品，應予沒入銷毀。但實施消毒或採行適當安全措施後，仍可供食用、使用或不影響國人健康者，應通知限期消毒、改製或採行適當安全措施；屆期未遵行者，沒入銷毀之。三、標示違反第 22 條第 1 項或依第 2 項及第 3 項公告之事項、第 24 條第 1 項或依第 2 項公告之事項、第 26 條、第 27 條或第 28 條第 1 項規定者，應通知限期回收改正，改正前不得繼續販賣；屆期未遵行或違反第 28 條第 2 項規定者，沒入銷毀之。四、依第 41 條第 1 項規定命暫停作業及停止販賣並封存之產品，如經查無前三款之情形者，應撤銷原處分，並予啟封。前項第 1 款至第 3 款應予沒入之產品，應先命製造、販賣或輸入者立即公告停止使用或食用，並予回收、銷毀。必要時，當地直轄市、縣（市）主管機關得代為回收、銷毀，並收取必要之費用。前項應回收、銷毀之產品，其回收、銷毀處理辦法，由中央主管機關定之。製造、加工、調配、包裝、運送、販賣、輸入、輸出第 1 項第 1 款或第 2 款產品之食品業者，由當地直轄市、縣（市）主管機關公布其商號、地址、負責人姓名、商品名稱及違法情節。輸入第 1 項產品經通關查驗不符合規定者，中央主管機關應管制其輸入，並得為第 1 項各款、第 2 項及前項之處分。」第 53 條規定：「直轄市、縣（市）主管機關經依前條第 1 項規定，命限期回收銷毀產品或為其他必要之處置後，食品業者應依所定期限將處理過程、結果及改善情形等資料，報直轄市、縣（市）主管機關備查。」

⁷¹ 化妝品衛生管理條例第 27 條規定：「違反第 7 條第 1 項、第 8 條第 1 項、第 11 條、第 15 條第 1 項、第 16 條第 1 項、第 17 條第 1 項、第 18 條第 1 項、或第 23 條第 1 項禁止規定之一者，處 1 年以下有期徒刑、拘役或科或併科新台幣 15 萬元以下罰金；其妨害衛生之物品沒收銷燬之。違反第 23 條第 1 項禁止規定情節重大或再次違反者，並得由各該主管機關撤銷其有關營業或設廠之許可證照。法人或非法人之工廠有第一項情事者，除處罰其行為人外，並對該法人或工廠之負責人處以該項之罰金。」第 28 條規定：「違反第 6 條、第 7 條第 2 項、第 9 條、第 10 條、第 12 條、第 13 條、第 16 條第 2 項、第 19 條、第 21 條、第 23 條第 2 項、第 3 項或第 23 條之 1 規定之一者，處新台幣 10 萬元以下罰鍰；其妨害衛生之物品沒入銷燬之。」

體情況判斷是否採取之，惟部分情況下，企業經營者之決策權受到法規限制，不論是否具有其他減輕或排除危險之方法，企業經營者皆須銷燬商品，此類情況多為商品危險對人體具有嚴重危害或對公眾安全具有重大影響，例如食用煮熟之受禽流感感染之家禽並不會感染禽流感，為防疫之必要，仍須將受感染之家禽撲殺和銷毀。又例如發生於 2005 年間，台中市多家便利超商內陳列販售之蠻牛、保力達 B 飲料遭人摻入氰化物，造成一死四傷之事件，於事件發生後，保力達公司於第一時間承諾生產線停工，召回產品，並在主管機關監督下銷燬所有召回之產品⁷²⁷³。國外亦不時聽聞商品召回銷毀之事件，以 2012 年加拿大 XL 食品公司牛肉受大腸桿菌污染之事件為例，超過 500 萬公斤之牛肉遭到銷燬⁷⁴。

除企業經營者自行、依法規或依主管機關命令銷燬商品外，於符合法定要件時，主管機關亦得沒入商品並銷燬之，例如藥事法第 77 條就涉嫌之偽藥、劣藥、禁藥或不良醫療器材，在其對衛生具有重大危害時，規定直轄市或縣（市）主管機關得於報請中央衛生主管機關核准後，沒入銷燬之。


六、小結

上述介紹之各類預防損害發生措施，於實務上經常互相搭配實施。舉例而言，若商品標示有不足或不實之情況，企業經營者應採取商品標示措施以預防損害發生，而為採取標示措施，企業經營者可能須將商品先下架，或向公眾或消費者發布警告，警告消費者商品可能造成之損害和預防損害發生之方法。又例如企業經營者若發現商品具有其應採取預防損害發生措施之情事，惟尚無法確認商品之危

⁷² 陳玉玲（2005），《千面人勒索事件之影響與因應（二）：毒蠻牛事件之市場影響》，載於：http://fkb.firdi.org.tw/firdi_news/common/FileDownload.aspx?Fid=572（最後瀏覽日：4/13/2016）

⁷³ 蘋果日報（3/19/2010），〈毒蠻牛奪命 千面人改囚終身〉，載於：<http://www.appledaily.com.tw/appledaily/article/headline/20100319/32371986/>（最後瀏覽日：4/13/2016）

⁷⁴ XL foods to destroy all meat from E.coli recall, CBCnews, 10/20/2012, <http://www.cbc.ca/news/canada/xl-foods-to-destroy-all-meat-from-e-coli-recall-1.1273629>（Last browsed: 4/12/2016）



險性高低，因而無法決定應採取何種類型之預防損害發生措施，此時企業經營者可能會先採取警告措施，警告消費者該商品可能造成之損害和避免損害發生之方法。此外若企業經營者決定採取召回措施，則除通知消費者召回之相關訊息，召回流通於市面上之商品外，亦同時須採取下架措施以避免商品再為消費者取得。於企業經營者召回商品後，銷燬措施亦常為最終處理商品之手段。

前述之預防損害發生措施，僅為實務上常見之類型，而非預防損害發生措施之全部。所有得以預防損害發生之措施，不論法規是否有明文規定，皆屬預防損害發生措施，原則上企業經營者得自行評估應採取何種措施。

第三章 我國現行法之分析



除消費者保護法外，我國亦有其他法規就不同類型之商品課與不同類型之企業經營者商品召回義務。因此本章將介紹我國幾部有規範企業經營者商品召回義務之法規，包括消費者保護法、一般消費商品安全法草案、商品檢驗法、商品標示法、食品安全衛生管理法、空氣污染防制法和公路法等，另外亦會介紹根據食品安全衛生管理法所訂定之食品及其相關產品回收銷毀處理辦法，根據空氣污染防制法所訂定之使用中汽車召回改正方法，和根據公路法所訂定之汽車安全性調查召回改正及監督管理辦法。

因本文研究之重點在企業經營者商品召回義務和企業經營者因此所採取之措施，故介紹前述法律時，將省略法規中和此部分無關之規定，僅介紹和商品召回義務有關之部分。

第一節 消費者保護法

壹、法規簡介

消費者保護法之立法目的，乃保護消費者權益，促進國民消費生活安全，提昇國民消費生活品質（消費者保護法第 1 條）。其於 1994 年 1 月 13 日起生效，發生於該日以後之消費爭議應適用消費者保護法，而於該日前發生之消費爭議，並無消費者保護法適用，而應回歸適用民法關於瑕疵擔保或債務不履行之規定。

貳、監督管理機制

一、企業經營者之責任

消費者保護法之責任主體，為企業經營者。企業經營者，根據消費者保護法第 2 條第 2 款，為以設計、生產、製造、輸入、經銷商品或提供服務為營業者。

企業經營者在消費者保護法中所負之義務，若以損害是否發生作為區分標準，可劃分為損害賠償義務和預防損害發生義務兩種，而不同類型之企業經營者，所負之義務類型亦有不同。



(一) 損害賠償責任

消費者保護法第7條至第9條，乃企業經營者之損害賠償責任義務相關規定。依消費者保護法第7條第1項規定，從事設計、生產、製造商品或提供服務之企業經營者，應確保所提供之商品進入市場時，或提供服務時，商品或服務符合當時科技或專業水準可合理期待之安全性⁷⁵。此外其亦負有警告標示之義務，若商品或服務具有危害消費者生命、身體、健康、財產之可能時，應於明顯處為警告標示和緊急處理危險方法（消費者保護法第7條第2項）。違反前述之義務而致生損害於消費者或第三人時，從事設計、生產、製造商品或提供服務之企業經營者負有連帶賠償責任（消費者保護法第7條第3項）。

從事經銷之企業經營者，就商品或服務所生之損害，與設計、生產、製造商品或提供服務之企業經營者連帶負賠償責任（消費者保護法第8條第1項），惟從事經銷之企業經營者若改裝⁷⁶、分裝商品或變更服務內容，則視為從事設計、生產、製造商品或提供服務之企業經營者（消費者保護法第8條第2項）。除此之外，輸入商品或服務之企業經營者亦被視為該商品之設計、生產、製造者或服務之提供者，而應負消費者保護法第7條之製造者責任（消費者保護法第9條）。

由消費者保護法第7條至第9條可看出，從事設計、生產、製造商品或提供服務之企業經營者，從事經銷而分裝商品或變更服務內容之企業經營者，以及輸

⁷⁵ 此外根據消費者保護法施行細則第5條，此處所定商品或服務符合當時科技或專業水準可合理期待之安全性，應就下列情事認定之：

- 1、商品或服務之標示說明；
- 2、商品或服務可期待之合理使用或接受；
- 3、商品或服務流通進入市場或提供之時期。

⁷⁶ 依消費者保護法施行細則第8條，此處所稱之改裝，係指變更、減少或增加商品原設計、生產或製造之內容或包裝。

入商品或服務之企業經營者，負有提供符合當時科技或專業水準可合理期待之安全性的商品或服務之義務，以及負有警告標示之義務，違反而致生消費者或第三人損害時，對該消費者或第三人負有連帶損害賠償責任。



(二) 商品召回義務

消費者保護法第 10 條則係有關企業經營者商品召回義務之規定。

根據消費者保護法第 10 條第 1 項規定，企業經營者於有事實足認其提供之商品或服務有危害消費者安全與健康之虞時，應即回收該批商品或停止其服務。但企業經營者所為必要之處理，足以除去其危害者，不在此限。同條第 2 項則規定，商品或服務有危害消費者生命、身體、健康或財產之虞，而未於明顯處為警告標示，並附載危險之緊急處理方法者，準用前項規定。

從消費者保護法第 10 條使用「企業經營者」可看出，其所規定之企業經營者責任並未如同消費者保護法第 7 至 9 條規定之損害賠償責任，區分不同種類之企業經營者而負有不同程度之責任，故不論是從事設計、生產、製造之企業經營者還是從事經銷之企業經營者，抑或是從事輸入之企業經營者，為避免損害之發生，皆應採取商品召回措施或其他足以預防損害發生之措施。

根據消費者保護法第 10 條，企業經營者應採取商品召回措施之事由有兩個：一、有事實足認其提供之商品或服務有危害消費者安全與健康之虞；二、商品或服務有危害消費者生命、身體、健康或財產之虞，而未於明顯處為警告標示，並附載危險之緊急處理方法。因此若企業經營者有事實足認其提供之商品或服務有危害消費者安全與健康之虞時，須採取一定措施以預防損害之發生。

須注意的是，消費者保護法第 10 條並未規定企業經營者在何種情況下應採取何種類型之措施，因此企業經營者可視具體情況，採取任何足以預防損害發生之措施。若屬商品或服務具有危害消費者生命、身體、健康或財產之虞，而未於明顯處為警告標示，並附載危險之緊急處理方法之情況，則企業經營者於明顯處

為警告標示並附載危險之緊急處理方法即可；若屬有事實足認商品或服務有危害消費者安全與健康之虞的情況，則應採取足以去除危害之必要措施。企業經營者僅在其未採取措施，或採取之措施不足以去除危害、預防損害發生時，負有召回商品、停止服務之義務。

二、違反義務之罰則

為保護消費者安全，主管機關具有調查商品和服務之權力和責任。原則上，調查和措施之採取乃直轄市或縣(市)政府之權責，惟中央主管機關認為必要時，亦得為之（消費者保護法第 38 條）。若企業經營者拒絕、規避或阻撓主管機關進行調查，依消費者保護法第 57 條規定，主管機關可處企業經營者新臺幣 3 萬元以上，30 萬元以下之罰鍰，並得連續處罰。

根據調查之結果，若直轄市或縣(市)政府認為企業經營者提供之商品或服務，確有損害消費者生命、身體、健康或財產，或確有損害之虞時，應立即命企業經營者限期改善、回收或銷燬。必要時，得命企業經營者立即停止該商品之設計、生產、製造、加工、輸入、經銷或服務之提供，或採取其他必要措施（消費者保護法第 36 條）。有關限期改善、回收或銷燬之期限，根據消費者保護法施行細則第 33 條規定，除其他法令有特別規定，該期間應由主管機關依個案性質決定。又主管機關為前述隻處分時，應以書面為之（消費者保護法施行細則第 32 條）。企業經營者經主管機關命其就商品或服務限期改善、回收或銷燬之後，應將處理過程和結果報主管機關備查（消費者保護法施行細則第 34 條）。

除此之外，若情況危急，除為前述之處置外，直轄市或縣(市)政府應立即在大眾傳播媒體公告企業經營者之名稱、地址、商品、服務、或為其他必要之處置（消費者保護法第 37 條）。意即情況危急時，直轄市或縣(市)政府得直接採取預防損害發生之措施。在此種情況下，主管機關並得對企業經營者處新臺幣 15 萬元以上 150 萬元以下之罰鍰（消費者保護法第 59 條）。

須注意的是，因公開調查經過和結果可能對於企業經營者之商譽有所影響，尤其在結果顯示企業經營者提供之商品或服務有損害消費者生命、身體、健康或財產之虞時，對其商譽將有重大損害，為保障企業經營者，主管機關應在公開調查經過和結果之前給予其說明機會。我國消費者保護法施行細則第 31 條第 2 項，即要求主管機關依消費者保護法第 33 條和第 38 條規定公開調查經過和結果前，應先就調查經過及結果讓企業經營者有說明或申訴之機會。

若中央主管機關根據消費者保護法第 38 條規定，直轄市主管機關或縣(市)政府主管機關根據消費者保護法第 36 條規定，命令企業經營者就其所提供之商品或服務限期改善、回收、銷燬，或命其立即停止該商品之設計、生產、製造、加工、輸入、經銷或服務之提供，抑或命其採取其他必要措施，而企業經營者違反之，則根據消費者保護法第 58 條規定，將被處新臺幣 6 萬元以上 150 萬元以下之罰鍰，並得連續處罰。

前述企業經營者違反消費者保護法規定之處罰雖以罰鍰為主，惟企業經營者若違反消費者保護法規定且情節重大時，依消費者保護法第 60 條規定，主管機關亦可命其停止營業或勒令其歇業。

第二節 其他法規

壹、一般消費商品安全法草案

一、法規簡介

一般消費商品安全法之立法目的，根據草案第 1 條和其立法理由，乃為促使商品符合安全要求，以同時達到保護消費者權益和促進經濟正常發展之效益。

二、適用客體

一般消費商品安全法草案所稱之商品，根據草案第 4 條，指供消費者以最終消費使用為目的之動產。但依商品檢驗法公告應施檢驗及有其他中央目的事業主管機關管理之商品，不在此限。



三、企業經營者

一般消費商品安全法草案和消費者保護法相同之處，在於其皆以企業經營者為規範之責任主體。

根據一般消費商品安全法草案第 5 條第 1 款，該法所稱之企業經營者，乃以商品之生產、製造、輸入、銷售為營業者；其非商品之產製、輸入、銷售者，然其因所營事業提供商品予消費者使用之營業者，亦視為企業經營者。

四、監督管理機制

一般消費商品安全法草案可分為兩個部份：一、對商品安全之監督管理，包含企業經營者防止危險發生或擴大之義務，主管機關針對商品安全之監督、資訊之通報、商品之檢查和公開等；二、商品安全管理自律和商品第三人責任保險制度之推廣。有關商品安全之監督管理機制，可分為企業經營者之責任和主管機關之責任，以下分別說明之。

(二) 企業經營者之責任

1、確保商品安全性之義務

一般消費商品安全法草案第 3 條第 1 項，明訂企業經營者應確保其提供流通進入市場之商品安全性和符合主管機關（或專責機關）指定之基本安全要求。此處所指之「確保商品之安全性」，根據草案第 3 條第 2 項，乃企業經營者須採取措施，除一般消費商品安全法另有規定而須符合該規定外，須使商品不致產生危害，或降低商品可能產生之危害至當時科技或專業可合理期待之安全性水準。

2、進行商品自主性安全監督之義務

商品產製及輸入之企業經營者，根據一般消費商品安全法草案第 6 條第 1 項，為確認商品之安全性，商品產製及輸入者應建立客戶抱怨資料、商品銷售流向、庫存資料及辦理相關商品自主性安全監督。根據同條第 2 項規定，商品經銷商應配合商品產製及輸入者辦理商品自主性安全監督，建立客戶抱怨資料及提供必要之協助。

3、預防損害發生之義務

若商品經發現有損害消費者生命、身體、健康或財產，或有損害之虞者，根據一般消費商品安全法草案第 7 條第 1 項，企業經營者應採取防止危害事故發生、擴大，或足以除去危害之必要因應措施。

4、通報之義務

於國內流通之商品，若於國內或國外發生事故致有損害消費者生命、身體、健康或財產，或確有損害之虞者，其產製及輸入者應向專責機關提出通報（一般消費商品安全法草案第 12 條第 1 項）；未於國內流通之商品，若有前述事故者，其產製或輸入者，應於輸入或復（退）運進口前，向專責機關提出通報（一般消費商品安全法草案第 12 條第 2 項）。

前述通報之商品資訊，若經專責機關認為商品確有損害消費者生命、身體、健康或財產，或確有損害之虞者，則應公開之（一般消費商品安全法草案第 12 條第 4 項）。

5、負擔費用之義務

根據一般消費商品安全法草案第 13 條規定，因執行本法規定事項所生之倉儲、搬運及其他相關費用，應由企業經營者負擔。

（三）主管機關之責任

若專責機關認為企業經營者提供之商品有損害消費者生命、身體、健康或財產之虞者，根據一般消費商品安全法草案第 8 條第 1 項，其應即進行調查。於調查完成後，得公開其經過及結果。除此之外，為防止商品對消費者發生重大損害或避免急迫之危險而有必要時，專責機關得就地封存商品，或命企業經營者將商品運存指定處所封存（一般消費商品安全法草案第 8 條第 3 項）。

若經調查發現商品確有損害消費者生命、身體、健康或財產，或確有損害之虞者，專責機關應命企業經營者限期改善、召回或銷燬；必要時並得命其立即停止該商品之產製、加工、輸入、陳列、銷售，或採取其他必要措施（一般消費商品安全法草案第 8 條第 3 項、第 11 條第 1 項）。企業經營者進行商品召回時，由直轄市政府及縣（市）政府辦理監督管理（一般消費商品安全法草案第 11 條第 2 項）。

貳、商品檢驗法

一、法規簡介

商品檢驗法於 1932 年 12 月 14 日即已公布，至今經歷多次修正，最近一次修正為 2007 年 7 月 1 日。立法目的，在於促使商品符合安全、衛生及其他技術法規或標準，以保護消費者權益，促進經濟正常發展（商品檢驗法第 1 條）。

二、適用客體

商品檢驗法之適用客體，根據商品檢驗法第 3 條規定，乃經標準檢驗局指定公告種類、品目或輸往地區之在國內生產、製造或加工，向國外輸出，以及向國

內輸入之農工礦商品⁷⁷。



三、監督管理制度

(一) 報驗義務人責任

商品檢驗法以商品之產製地點作為區分標準，將報驗義務人分為三種類型（商品檢驗法第 8 條第 1 項）：

1、商品在國內產製時，報驗義務人為商品之產製者或輸出者。惟商品若係委託他人產製，並以在國內有住所或營業所之委託者名義，於國內銷售或輸出時，報驗義務人為委託者。

2、商品在國外產製時，報驗義務人為商品輸入者。惟商品若係委託他人輸入，並以在國內有住所或營業所之委託者名義，於國內銷售時，報驗義務人為委託者。

3、商品之產製者、輸出者、委託產製或委託輸出入者不明或無法追查時，報驗義務人為銷售者。

此處所稱之產製者，除生產者外，商品之組裝者和修改者亦包括其中。組裝者，係指將商品由個別零組件予以組裝銷售之人；修改者，則係將符合檢驗規定之商品，於進入市場前為銷售目的而修改之人（商品檢驗法第 8 條第 2 項）。

原則上，除非為商品檢驗法第 9 條所規定之得免檢驗之商品⁷⁸，報驗義務人

⁷⁷ 不同項目之檢驗標準，可參閱標準檢驗局應施檢驗商品檢索網：
<http://www.bsmi.gov.tw/wSite/mp?mp=82#>（最後瀏覽日：6/4/2016）。

⁷⁸ 根據商品檢驗法第 9 條，得免檢驗之應施檢驗商品情況如下：

- 1、輸入商品經有互惠免驗優待原產國政府發給檢驗合格證書；
- 2、各國駐華使領館或享有外交豁免權之人員，為自用而輸出入；
- 3、輸出入非銷售之自用品、商業樣品、展覽品或研發測試用物品；
- 4、輸入或國內產製之商品供加工、組裝後輸出或原件再輸出；
- 5、輸入或國內產製應施檢驗商品之零組件，供加工、組裝用，其檢驗須以加工組裝後成品執行，且檢驗標準與其成品之檢驗標準相同；
- 6、輸入或國內產製之商品供軍用，並附有國防部各直屬機關公函證明；

應將應施檢驗之商品送檢，經檢驗並符合規定始可運出廠場或輸出、輸入，商品檢驗局認定為危害風險較低之商品則例外不在此限，然在進入市場前，危害風險較低之商品仍須符合檢驗規定（商品檢驗法第 6 條第 1 項及第 2 項）。又應施檢驗之商品縱經檢驗合格，若有商品檢驗法第 27 條各款所列之情事，則應重行報驗⁷⁹。

除負有將應經檢驗之商品送檢之義務外，報驗義務人亦負通報義務。在應施檢驗商品發生事故，致生損害消費者生命、身體、健康或財產，或確有損害之虞者，其應通報主管機關（商品檢驗法第 49 條第 4 項）。

（二）商品銷售者之責任

根據商品檢驗法第 6 條第 4 項，若應經檢驗之商品未送檢驗，或檢驗不合格，則商品銷售者不得陳列或銷售該等商品。

（三）主管機關之責任

商品檢驗之主管機關乃標準檢驗局。為確保商品符合商品檢驗法之規定，根據商品檢驗法第 49 條規定，標準檢驗局具有執行檢查之權力，得派員至一定場所檢查應施檢驗之商品是否符合法規規定，並得要求場所負責人和報驗義務人之協助。

若標準檢驗局因執行檢查或其他情事，發現有違反商品檢驗法規定之虞者，應立即進行調查（商品檢驗法第 50 條）。受檢查、調查、檢驗或封存者，無正當理由，不得規避、妨礙或拒絕標準檢驗局之調查（商品檢驗法第 51 條第 2 項）。

7、輸入或國內產製之商品供緊急人道救援物資用，並取得相關政府機關證明文件。

⁷⁹ 根據商品檢驗法第 27 條，經檢驗合格之商品應重行報驗之情事如下：

- 1、證書已逾有效期間者；
- 2、包裝改變或包裝腐損，足致影響商品品質者；
- 3、受水漬、火損或有顯著之毀損形跡者；
- 4、標示不符或混雜零亂者；
- 5、產品經加工處理者；
- 6、其他應受檢驗事項有變更情事者。

(四) 違反義務之罰則

因商品檢驗法而負有行為義務和不行為義務之人，包括報驗義務人、銷售者、應配合標準檢驗局調查之人、應配合預防損害措施之人等，若其違反其因商品檢驗法所負之義務，商品檢驗法針對不同情況設有不同之處罰規定（商品檢驗法第 59 條至第 64 條之 1）。

藉由罰鍰促使負有行為或不行為義務之人改正不合法規之情事，乃商品檢驗法最常採取之預防損害發生方法。除此之外，在一定之情況下，標準檢驗局得通知報驗義務人限期回收或改正，並得限期停止輸出、輸入、生產、製造、陳列和銷售（商品檢驗法第 63 條第 2 項）。

經檢驗合格之商品，若經市場監督發現有不合檢驗標準之情形者，標準檢驗局得通知報驗義務人限期回收或改正（商品檢驗法第 63 條之 1）。

參、商品標示法

一、法規簡介

商品標示法於 1982 年 1 月 22 日公布，並於公布後一年施行。其立法目的在於促進商品正確標示，維護企業經營者信譽，並保障消費者權益，建立良好商業規範（商品標示法第 1 條）。

二、適用客體

商品標示法之適用客體為商品。除特定種類之商品因有特別法規範，而該特別法針對該種類商品之標示有特別規定，例如食品、食品容器及食品添加物等商品之標示受食品安全衛生管理法規範外，其他所有種類之商品皆適用商品標示法之規定。



三、企業經營者

商品標示法所稱之企業經營者，為以生產、製造、進口或販賣商品為營業者（商品標示法第 4 條第 2 款）。

四、監督管理制度

（一）企業經營者之責任

商品標示法第 5 條至第 10 條規定對商品標示有諸多規範，課與商品生產、製造、進口和銷售商下述義務：

1、標示義務

商品標示法課與商品之生產、製造或進口商標示之義務，並對於標示之形式和內容皆有規範。

針對標示之形式，商品標示法第 5 條第 1 項規定，商品標示應具顯著性及標示內容之一致性。縱使商品因體積過小、散裝出售或其他因性質特殊，不適宜於商品本身或其包裝為商品標示者，根據同條第 2 項規定，亦應以其他足以引起消費者認識之顯著方式代替之。

針對標示之內容，首先須注意的是，不論應為商品標示之人之身分，其所為之標示不得有虛偽不實或引人錯誤、違反法律強制或禁止規定和有背公共秩序或善良風俗之情事（商品標示法第 6 條）。

其次，針對進口商品，商品標示法第 8 條第 1 項規定進口商在進口商品流通進入國內市場時，應加註中文標示及說明書，且其內容不得較原產地之標示及說明書簡略。

再者根據商品標示法第 9 條規定，商品之生產、製造或進口商於商品流通進

入市場時，應確保商品標示具有該條規定之事項⁸⁰。

最後針對具有危險性、與衛生有關和具有特殊性質或需特別處理之商品，商品標示法第 10 條規定企業經營者應標示其用途、使用和保存方法及其他應注意事項。

若生產、製造或進口商違反上述之義務，可能受有罰鍰，情節重大者甚至可能被勒令停止營業或歇業（商品標示法第 14 條及第 15 條）。

2、不得販賣、陳列之義務

販賣業者不得販賣或意圖販賣而陳列未依本法規定標示之商品，違反者可能受有處罰（商品標示法第 12 條及第 16 條）。

3、配合抽查之義務

直轄市或縣市主管機關對於流通進入市場之商品，得不定期進行抽查，此時販賣業者負有配合義務，違反者可能受有罰鍰（商品標示法第 13 條第 1 項及第 17 條）。

（二）主管機關之責任

商品標示法第 13 條至第 18 條規定，賦予主管機關抽查，要求生產、製造或進口商採取預防損害發生措施以及處罰之權力：

1、抽查

⁸⁰ 根據商品標示法第 9 條，商品所須標示之事項為：

- 1、商品名稱。
- 2、生產、製造商名稱、電話、地址及商品原產地。屬進口商品者，並應標示進口商名稱、電話及地址。
- 3、商品內容：(1)、主要成分或材料；(2)、淨重、容量、數量或度量等；其淨重、容量或度量應標示法定度量衡單位，必要時，得加註其他單位。
- 4、國曆或西曆製造日期。但有時效性者，應加註有效日期或有效期間。
- 5、其他依中央主管機關規定，應行標示之事項。

根據商品標示法第 13 條規定，直轄市或縣（市）主管機關得不定期對流通進入市場之商品進行抽查。販賣業者若規避、妨礙或拒絕抽查，或不提供供貨商相關資料時，根據商品標示法第 17 條規定，主管機關得處以其罰鍰。



2、限期改正

若商品之標示有不合法規規定之情事，直轄市或縣（市）主管機關應通知生產、製造或進口商限期改正，屆期而不改正則處以罰鍰，情節重大者，甚至得令其停止營業六個月以下或歇業（商品標示法第 14 條及第 15 條）。

3、限期或立即要求停止陳列、販賣

若販賣業者販賣或意圖販賣未依商品標示法規定標示之商品，直轄市或縣（市）主管機關得通知其限期停止陳列、販賣。若該商品對身體或健康具有立即危害者，則得立即令其停止陳列、販賣。拒不遵行者得處以罰鍰（商品標示法第 16 條）。

肆、食品安全衛生管理法

一、法規簡介

食品安全衛生管理法原名為食品衛生管理法，於 2014 年 2 月 5 日公布修正為食品安全衛生管理法並於同日施行。

二、適用客體

食品安全衛生管理法適用之客體，包括食品⁸¹、食品添加物⁸²、食品器具⁸³、

⁸¹ 參閱食品安全衛生管理法第 3 條第 1 款，食品之定義，為供人飲食或咀嚼之產品及其原料；參閱食品安全衛生管理法第 3 條第 2 款，特殊營養食品之定義，為嬰兒與較大嬰兒配方食品、特定疾病配方食品及其他經中央主管機關許可得供特殊營養需求者使用之配方食品。

⁸² 參閱食品安全衛生管理法第 3 條第 3 款，食品添加物之定義，為食品著色、調味、防腐、漂白、乳化、增加香味、安定品質、促進發酵、增加稠度、強化營養、防止氧化或其他必要目的，

食品容器或包裝⁸⁴以及食品用洗潔劑⁸⁵。



三、食品業者

食品安全衛生管理法所稱之食品業者，凡從事食品或食品添加物之製造、加工、調配、包裝、運送、貯存、販賣、輸入、輸出或從事食品器具、食品容器或包裝、食品用洗潔劑之製造、加工、輸入、輸出或販賣之業者，皆屬之（食品安全衛生管理法第 3 條第 7 款）。

四、監督管理機制

（一）食品業者之責任

1、不得為一定行為之義務

針對食品 and 食品添加物，食品安全衛生管理法第 15 條列出不得製造、加工、調配、包裝、運送、貯存、販賣、輸入、輸出、作為贈品或公開陳列之情事⁸⁶；針對食品器具、容器、包裝 and 食品用洗潔劑，食品安全衛生管理法第 16 條亦設

加入、接觸於食品之單方或複方物質。複方食品添加物使用之添加物僅限由中央主管機關准用之食品添加物組成，前述准用之單方食品添加物皆應有中央主管機關之准用許可字號。

⁸³ 參閱食品安全衛生管理法第 3 條第 4 款，食品器具之定義，為與食品或食品添加物直接接觸之器械、工具或器皿。

⁸⁴ 參閱食品安全衛生管理法第 3 條第 5 款，食品容器或包裝之定義，為與食品或食品添加物直接接觸之容器或包裹物。

⁸⁵ 參閱食品安全衛生管理法第 3 條第 6 款，食品用洗潔劑之定義，為用於消毒或洗滌食品、食品器具、食品容器或包裝之物質。

⁸⁶ 參閱食品安全衛生管理法第 15 條第 1 項規定，此等情事為：

- 1、變質或腐敗；
- 2、未成熟而有害人體健康；
- 3、有毒或含有有害人體健康之物質或異物；
- 4、染有病原性生物，或經流行病學調查認定屬造成食品中毒之病因；
- 5、殘留農藥或動物用藥含量超過安全容許量；
- 6、受原子塵或放射能污染，其含量超過安全容許量；
- 7、攙偽或假冒；
- 8、逾有效日期；
- 9、從未於國內供作飲食且未經證明為無害人體健康；
- 10、添加未經中央主管機關許可之添加物。

有規範規定，列出不得製造、販賣、輸入、輸出或使用之情事⁸⁷。食品業者若有上述情事，可能受有罰鍰，情節重大者，甚至可能被勒令停業或歇業，或被廢止其登記事項或登錄（食品安全衛生管理法第 44 條第 2 款）。



2、預防損害發生義務

食品業者負有預防損害發生之義務。其提供之產品若有危害衛生安全之虞，在發現此一狀況時，其應停止製造、加工和販賣之行為，並採取回收措施（食品安全衛生管理法第 7 條第 4 項）。

3、通報義務

食品業者提供之產品若有危害衛生安全之虞，除應採取預防損害發生之措施，同時尚負有通報主管機關之義務，應將該產品有危害安全衛生之虞之情事，以及其所採取預防損害發生之措施通報直轄市、縣（市）主管機關（食品安全衛生管理法第 7 條第 4 項）。

除此之外，若發生直轄市、縣（市）主管機關依食品安全衛生管理法第 52 條規定，命食品業者限期回收銷毀產品或為其他必要處置之情況，食品業者在所定期限內處理產品之後，應將處理過程、結果和改善情形報直轄市、縣（市）主管機關備查（食品安全衛生管理法第 53 條）。

4、標示義務

食品業者負有標示義務，對於食品及食品原料之容器或外包裝，食品添加物及其原料之容器或外包裝，應分別依據食品安全衛生管理法第 22 條和第 24 條規

⁸⁷ 參閱食品安全衛生管理法第 16 條規定，此等情事為：

- 1、有毒者；
- 2、易生不良化學作用者；
- 3、足以危害健康者；
- 4、其他經風險評估有危害健康之虞者。

定之內容為標示。

經中央主管機關公告之食品器具、食品容器或包裝、食品用洗潔劑之容器或外包裝，根據食品安全衛生管理法第 26 條和第 27 條規定，食品業者亦負有依照法規內容標示之義務。



5、紀錄、追蹤義務

經中央主管機關公告類別和規模之食品業者，負有紀錄和追蹤之義務，應依其產業模式，建立產品原材料、半成品和成品供應來源和流向之追溯或追蹤系統（食品安全衛生管理法第 9 條第 1 項）。

（二）主管機關之責任

主管機關之責任，於發生危害食品衛生安全事件前，乃監督管理流通進入市場之食品、食品添加物、食品器具、食品容器和食品用洗潔劑，確保其不具危害衛生安全之虞並符合法規或標準；於危害食品安全事件發生後，則為預防損害發生或擴大。

不同層級之主管機關，就監督管理和預防損害發生或擴大所負之責任和可採取之措施各有不同，以下分別介紹之。

1、中央主管機關

為預防食品衛生安全事件發生，中央主管機關應以風險評估為基礎，制定主管機關可採取之安全管理措施（食品安全衛生管理法第 4 條第 1 項至第 4 項）。

於發生重大或突發性食品衛生安全事件時，中央主管機關必要時，得依風險評估或流行病學調查結果，公告對於特定產品或特定地區之產品採取管制措施，包括限制或停止輸入查驗、製造及加工之方式或條件，或者採取下架、封存、限期回收、限期改製、沒入銷毀等措施（食品安全衛生管理法第 4 條第 5 項）。

2、直轄市、縣（市）主管機關

各地直轄市、縣（市）主管機關得採取一定措施，確保食品安全衛生管理法所規範之各項物品符合食品安全衛生管理法之要求，業者不得規避、妨礙或拒絕（食品安全衛生管理法第 41 條）。

為監督管理產品是否合法規規定，各地直轄市、縣（市）主管機關得採取之措施，包括現場查核、抽樣檢驗和要求食品業者提供原料或產品相關資訊等（食品安全衛生管理法第 41 條第 1 項第 1 款及第 2 款）。

若確認產品有不合法規之情事，各地直轄市、縣（市）主管機關依據不同情況得採取不同之措施，包括封存、命食品業者暫停作業和停止販賣或命食品業者限期改善等（食品安全衛生管理法第 41 條第 1 項第 3 款至第 5 款）。

原則上，上述措施之實施乃各地直轄市、縣（市）主管機關之權責，中央主管機關僅於必要時，始得為之（食品安全衛生管理法第 41 條第 2 項）。

又各地直轄市、縣（市）主管機關針對食品、食品添加物、食品器具、食品容器或包裝及食品用洗潔劑，根據食品安全衛生管理法第 41 條規定查核或檢驗後，根據同法第 52 條規定，依查核或檢驗結果採取不同措施，包括沒入銷毀和限期回收改正等。

3、各級主管機關

各級主管機關皆應依據科學實證，建立食品衛生安全監測體系，並於監測發現有危害食品衛生安全之虞之事件發生時主動查驗，並發布預警或採取必要管制措施，包括抽樣檢驗、追查原料來源、產品流向、公布檢驗結果和資訊之揭露，以及令食品業者自主檢驗等（食品安全衛生管理法第 5 條）。

伍、食品及其相關產品回收銷毀處理辦法



一、法規簡介

食品及其相關產品回收銷毀處理辦法乃行政院衛生署（已於 2013 年 7 月 23 日改組為行政院衛生福利部）於 2012 年 2 月 16 日公布，依據食品衛生管理法（已於 2014 年 2 月 5 日公布修正為食品安全衛生管理法並於同日施行）第 52 條第 3 項規定所訂定之法規命令，規範和食品及其相關產品回收時有關之事項，包括應負責回收之人、回收方式和監督機關等。

二、適用客體

食品及其相關產品回收銷毀處理辦法之適用客體，為食品安全衛生管理法所規範之食品及其相關產品。

三、責任廠商

進行食品及相關產品之回收作業時，食品及其相關產品回收銷毀處理辦法不僅將食品或相關產品之製造、加工、調配、販賣、輸入和輸出業者列為應負責之人，亦將運送和貯存業者納入（食品及其相關產品回收銷毀處理辦法第 2 條），此部分較消費者保護法第 10 條所稱之企業經營者之範圍為廣。

四、監督管理機制

（一）責任廠商之責任

在執行層面，責任廠商執行回收銷毀作業時，須依照食品及其相關產品回收銷毀處理辦法執行。其應自行回收違反食品安全衛生管理法或其他相關規定之食品或相關產品，若其不自行回收，則主管機關應限期命其回收（食品及其相關產品回收銷毀處理辦法第 5 條）。

除此之外，食品及其相關產品回收銷毀處理辦法第 8 條就食品及其相關產品，

依其對民眾健康可能造成之危害程度分為三個等級，分別為：

第一級：食品及其相關產品對民眾可能造成死亡或健康之重大危害，或主管機關命其應回收者；

第二級：物品對民眾可能造成健康之危害者。

第三級：食品及其相關產品對民眾雖然不致造成健康危害，但其品質不符合規定者。

同條並規定業者應據此自訂回收級別辦理回收，惟主管機關有權變更級別。

(二) 主管機關之責任

業者執行回收銷毀作業時，負責監督之機關，根據食品及其相關產品回收銷毀處理辦法第 4 條規定，乃當地直轄市、縣（市）主管機關。除監督業者之執行外，若主管機關發現食品或其相關產品有違反食品安全衛生管理法第 52 條第 1 項第 3 款規定之情形，經通知業者限期改善而屆期未改善，以及依食品安全衛生管理法第 52 條規定應予沒入銷毀者，應予沒入銷毀（食品及其相關產品回收銷毀處理辦法第 6 條）。

陸、空氣污染防治法

一、法規簡介

空氣污染防治法立法目的，係為防制空氣污染，維護國民健康和生活環境以提高生活品質（空氣污染防治法第 1 條）。

二、監督管理機制

空氣污染防制法和商品召回有關之部分，乃空氣污染防制法第 37 條之汽車召回規定。根據該條規定，若汽車因設計或裝置不良致排放污染物不符合法定標

準，中央主管機關應責令汽車製造者或進口商將已出售之車輛限期召回改正。召回改正辦法則由中央主管機關會商有關機關定之，此即為使用中汽車召回改正方法之法源。



柒、使用中汽車召回改正方法

一、法規簡介

根據空氣污染防制法第 37 條第 2 項，行政院環保署於 2003 年 2 月 12 日行政院環境保護署環署空字第 0920009175 號令發布制定使用中汽車召回改正辦法，針對已流通進入市場，而排放空氣污染物不符排放標準之汽車，規範其召回改正之相關事項。

二、主管機關

使用中汽車召回改正方法所稱之中央主管機關，根據空氣污染防制法第 3 條，乃行政院環保署。

三、適用客體

根據使用中汽車召回改正方法第 3 條，本辦法實施對象為取得中央主管機關核發汽車車型排氣審驗合格證明之使用中汽車。

四、監督管理機制

使用中汽車召回改正辦法之召回改正，分為自行召回改正與強制召回改正兩種。自行召回改正，係指汽車製造者或進口商於初步調查之測試過程中，研判受測汽車排放空氣污染物有不符合排放標準之虞或採用之污染物相關元件為造成不符合排放標準之原因，而直接通知使用中之汽車所有人，進行不符合排放標準之改正（空氣污染防制法第 2 條第 4 款）；強制召回改正，則係指汽車製造者或

進口商因確認調查之測試，確認汽車不符合排放標準或未依規定提報自行召回改正，而由中央主管機關責令其通知使用中汽車所有人，進行不符合排放標準之改正（空氣污染防制法第 2 條第 5 款）。

前述所稱之初步調查和確認調查，係指中央主管機關針對汽車所為之測試。根據使用中汽車召回改正辦法第 4 條，中央主管機關得選擇符合法定條件之汽車，測試汽車排放之污染物是否符合標準。若初步調查測試之結果不符合排放標準，或中央主管機關認定有不符合排放標準之虞時，中央主管機關應進行確認調查測試（空氣污染防制法第 8 條第 1 項）。

汽車製造者或進口商於初步調查之測試過程中，若研判汽車排放空氣污染物有不符合排放標準之虞，或採用之污染元件功能失效，造成不符合排放標準之原因時，得向中央主管機關提報自行召回改正計畫，於中央主管機關審查認可後，於認可之通知送達翌日起一百五十日內依其召回計畫執行（空氣污染防制法第 11 條第 1 款、第 2 款及第 12 條）。除上述之情事外，若汽車引擎或車型有國外主管機關或原製造廠已公告進行召回改正之情事，汽車製造者或進口商亦得向中央主管機關提報自行召回改正計畫（空氣污染防制法第 11 條第 3 款）。

強制召回改正則發生於確認調查之結果證實汽車排放之污染物不符合排放標準之情況（空氣污染防制法第 13 條），此時中央主管機關應責令汽車製造商或進口商限期召回改正。若汽車製造者或進口商違反中央主管機關之命令，使用中汽車召回改正辦法第 17 條規定重申空氣污染防制法第 37 條第 1 項和第 65 條之規定內容，若係未依中央主管機關規定通知召回者，則依空氣污染防制法第 65 條規定處罰，按每輛車處新臺幣 10 萬元罰鍰；若係未遵行中央主管機關於限期內召回改正者，依空氣污染防制法第 37 條第 1 項規定停止其製造、進口及銷售。

捌、公路法



一、法規簡介

公路法之立法目的，係為加強公路規劃、修建、養護，健全公路營運制度，發展公路運輸事業，以增進公共福利與交通安全（公路法第 1 條），其中亦有涉及電車和汽車之安全性問題之規範。

二、監督管理機制

公路法中有關商品召回之規定，乃公路法第 63 條。

公路法第 63 條之 1 第 1 項規定電車或汽車、車身製造廠及電車或汽車進口商、進口人，若有事實足認已出售之電車或汽車有重大危害行車安全之虞時，應召回電車或汽車進行改正。同條第 2 項並規定中央公路主管機關認為電車或汽車、車身製造廠及電車或汽車進口商、進口人提供之電車或汽車有重大危害行車安全之虞時，經進行調查及確認後，應責令製造廠、進口商或進口人將已出售之電車或汽車限期召回改正。相關之電車、汽車安全性調查、召回、改正、監督及管理等事項之辦法，同條第 3 項規定由交通部會商行政院消費者保護委員會及有關機關定之。此即為汽車安全性調查召回改正及監督管理辦法之法源。

玖、汽車安全性調查召回改正及監督管理辦法

一、法規簡介

根據公路法第 63 條第 3 項，交通部於 2004 年 11 月 10 日交通部交路發字第 093B000079 號令訂定汽車安全性調查召回改正及監督管理辦法，並於同日實施。

二、適用客體

汽車安全性調查召回改正及監督管理辦法之適用客體為汽車。



三、 監督管理機制

汽車安全性調查召回改正及監督管理辦法之汽車召回可分為兩種，一種乃由汽車、車身製造廠或汽車進口商、進口人主動為之；另一種則由主管機關責令汽車、車身製造廠或汽車進口商、進口人為之。

汽車、車身製造廠或汽車進口商、進口人，根據公路法第 63 條之 1 第 1 項和汽車安全性調查召回改正及監督管理辦法第 2 條規定，在有事實足認已出售之車輛有重大危害行車安全之虞的情況時負有召回義務（公路法及汽車安全性調查召回改正及監督管理辦法第 2 條）。外國政府或廠商若採取召回行動，我國之製造廠或進口商、進口人是否亦應召回，公路法並無相關規定，在汽車安全性調查召回改正及監督管理辦法制定以前，根據 86 年交路字第 004477-2 號函，汽車製造者或進口商同款車型在他國有召回行動時，應同樣於國內辦理召回行動⁸⁸。汽車安全性調查召回改正及監督管理辦法則將此一事由納入召回事由，於該辦法第 14 條明訂外國政府或廠商因汽車安全性問題而宣布召回時，同一批號進口至我國之汽車，汽車、車身製造廠或汽車進口商、進口人亦負有召回義務。

汽車、車身製造廠或汽車進口商、進口人除負有前述之汽車召回義務外，亦負有配合交通部調查之義務。其於交通部依汽車安全性調查召回改正及監督管理辦法第 2 條或第 6 條，通知其被列為汽車安全性調查對象或被通知要求提供說明資料時，應配合依限期提供說明資料或調查，不得拒絕、規避或阻撓（汽車安全性調查召回改正及監督管理辦法第 12 條），若其拒絕、規避或阻撓交通部所為之安全性調查，則將依消費者保護法相關規定處罰之（汽車安全性調查召回改正及監督管理辦法第 21 條）。

⁸⁸ 參閱 86 年交路字第 00447712 號函主旨：「為維國人行車安全及消費者權益，請轉轉所屬汽車製造商、經銷商或代理商當其銷售之同款車型在他國有召回行動時，應明確告知國內消費者並應依據消費者保護法第十條規定及比照國際處理慣例辦理召回行動……」

至於主管機關責令召回之部分，若交通部認為汽車、車身製造廠及汽車進口商、進口人提供之汽車有重大危害行車安全之虞時，則應立即進行安全性調查(汽車安全性調查召回改正及監督管理辦法第 2 條第 2 項)。



根據汽車安全性調查召回改正及監督管理辦法第 3 條規定，此時交通部得委託具備汽車安全性調查能力及設有檢驗設備之車輛專業技術機構進行安全性調查。若安全性調查之結果確認汽車、車身製造廠或汽車進口商、進口人提供之汽車有重大危害行車安全之虞，交通部應責令其將已出售之汽車召回改正(汽車安全性調查召回改正及監督管理辦法第 11 條第 1 項)。此外製造廠、進口商或進口人所製造、銷售或進口之汽車，若因汽車安全性問題，已發生重大行車安全事故或有發生重大損害之虞而情況危急時，交通部除責令汽車製造廠、進口商或進口人召回改正外，亦應立即在大眾傳播媒體公告汽車製造廠、進口商或進口人之名稱、地址、汽車廠牌、車型及汽車安全性警訊等，或為其他必要之處置。

前述之專業機構，交通部除得委託其進行安全性調查外，亦得委託其進行召回改正成效查核事宜。又若交通部認為有調查汽車安全性之需要，得要求直轄市、縣市政府、消費者保護團體、汽車製造廠、進口商或進口人提供有關汽車安全性申訴案件資料(汽車安全性調查召回改正及監督管理辦法第 4 條)，此時前述之專業機構於接獲汽車安全性申訴案件資料後，應於收取後進行登錄、彙整及判斷分析等作業，並適時向交通部提出汽車安全性分析報告(汽車安全性調查召回改正及監督管理辦法第 6 條)。

專業機構提供之汽車安全性分析報告，根據汽車安全性調查召回改正及監督管理辦法第 7 條前段規定，應就下列情形分析汽車之安全性：

1、未具符合當時科技或專業水準可合理期待之安全性，危害消費者生命、身體和健康者。

2、違反汽車安全相關法令規定者。

3、同一批號汽車經製造廠、進口商或進口人或國外政府、廠商宣布召回或發布警告通知者。

4、其他安全瑕疵，足以影響行車安全者。

若安全性分析報告經交通部認為汽車安全性案件有重大危害行車安全之虞時，應立即委託專業機構進行汽車安全性調查（汽車安全性調查召回改正及監督管理辦法第 8 條）。

至於汽車之召回程序，不論係汽車製造廠或進口商、進口人主動召回，或者乃交通部責令汽車製造廠或進口商、進口人召回，皆係根據汽車安全性調查召回改正及監督管理辦法第 13 條規定進行。製造廠或進口商、進口人應於大眾媒體公告，除此之外尚須以其他有效方式通知車主，且在公告或通知後 15 日內，須向專業機構提出其汽車安全性召回改正計畫。提出之汽車安全性召回改正計畫經專業機構報請交通部核可後，製造廠、進口商或進口人即應按核可之計畫及期限執行召回改正作業（汽車安全性調查召回改正及監督管理辦法第 16 條）。

關於製造廠、進口商或進口人實施召回改正時之公告和通知書內容，汽車安全性調查召回改正及監督管理辦法第 18 條第 1 項規定其應於公告及通知書內容明顯處，以顯著字體註明「安全性召回改正」之文字，並載明同條項規定之事項，包括召回改正之製造廠、進口商或進口人資料、汽車廠牌、車型、召回改正項目、安全影響說明、召回費用由製造廠、進口商或進口人負擔等。

原則上汽車製造廠、進口商或進口人應按照召回改正計畫之預定日期完成召回改正作業，惟召回作業可能於實際執行時，因各項現實上因素致無法如期完成作業，此時製造廠、進口商或進口人得於期限屆至前三十日內提出具體改善計畫，向專業機構申請延長，由專業機構審查後報請交通部同意，然以延長一次為限（汽車安全性調查召回改正及監督管理辦法第 19 條）。



若製造廠、進口商或進口人應按汽車安全性調查召回改正及監督管理辦法第15條規定採取行動而未採取，經交通部限期辦理，屆期仍未為之，或者未依交通部核可之召回改正計畫和期限執行，屆期仍未為之，根據汽車安全性調查召回改正及監督管理辦法第22條規定，應依公路法第77條之1第5項規定處以罰鍰，必要時，得停止其製造、進口或銷售。

第四章 比較法之觀察



第一節 澳洲：二零一零年競爭與消費者法

壹、法規簡介

1974 年貿易業務法 (Trade Practices Act 1974, 可簡稱為 TPA)⁸⁹ 為澳洲規範消費安全相關法規中, 第一個具有全國性性質之法律。該法於 2010 年被重新命名為 2010 年競爭與消費者法 (Competition and Consumer Act 2010), 並於 2011 年 1 月 1 日生效, 法規內容與 1974 年貿易業務法並無二致。

由 2010 年競爭與消費者法之法規名稱即可看出, 該法所規範之領域, 除消費安全外, 亦包括其他競爭行為, 因此其非專門保護消費安全所制定之法規。須注意的是, 該法附表二所列之澳洲消費者保護法 (The Australian Consumer Law, 可簡稱 ACL), 乃於 2011 年新訂之專門保障消費安全之法律。

澳洲消費者保護法生效後取代原先之國家、各州和各領地法規。其與原有之國家、各州和各領地法規, 以交易發生之時間點作為適用之劃分標準, 於 2010 年 12 月 31 日以前發生之交易, 適用原本的國家、各州和各領地法規, 並由相關之消費者保護機構繼續執行和管理; 於 2011 年 1 月 1 日起發生之交易, 則應適用澳洲消費者保護法⁹⁰, 並由澳洲消費者保護法規定之消費者保護機構執行和管理。

因本文探討之重點乃企業經營者預防損害發生之義務, 故以下僅大略介紹澳

⁸⁹ 本文採消保會於 2007 年 8 月 6 日公告之《外國消費者保護法第 13 輯-中文》之翻譯, 參閱消保會網站:

http://www.cpc.ey.gov.tw/News_Content.aspx?n=B0678B15D68E262D&sms=D0E7C7246B38677C&s=43416F400DA97983 (最後瀏覽日: 6/4/2016)。

⁹⁰ 參閱澳洲消費者保護法網站: <http://consumerlaw.gov.au/the-australian-consumer-law/> (最後瀏覽日: 6/4/2016)。

洲消費者保護法之架構，再進一步說明其中有關企業經營者預防損害發生義務之法規。



澳洲消費者保護法目前分為五章，澳洲消費者保護法網站對於各章內容有簡略之介紹：

一、第一章乃有關消費者法的定義和解釋。

二、第二章乃設立市場中商業行為標準之一般性保護措施（general protections），包括：

（一）、針對貿易和商業中之誤導或欺騙行為設有一般性禁令。

（二）、針對貿易和商業中之不合理行為設有一般性禁令，並對於消費者之不合理行為和一些商業交易設有特定性禁令。

（三）、消費者契約中不公平條款無效之規定。

三、第三章乃對於商業行為特定類型之特別性保護，包括規範：

（一）、禁止貿易或商業中特定之不公平做法。

（二）、處理消費者之商品或服務交易。

（三）、與消費性商品和產品有關之服務的安全性。

（四）、制定和執行資訊標準。

（五）、製造人對具安全性缺陷之商品所負的責任。

四、第四章乃規範和第三章所列之特定行為有關的刑事犯罪。

五、第五章乃和消費者保護法有關之國家強制執行權和補償措施⁹¹。

⁹¹ 參閱澳洲消費者保護法網址：



貳、定義釐清

一、消費者

根據澳洲消費者保護法第 3 條，凡取得商品，所付金額或應付款項不超過規定之金額，或商品乃為個人或家庭日常使用、消費，又或者商品乃主要利用於公共道路上商品運輸之車輛或拖車者，為澳洲消費者保護法所稱之消費者。然上述之人若取得或自認取得商品之目的乃為再供應，在商業或貿易中利用、轉變商品，在生產或製造過程中之使用，或於修理、治療其他商品或固定裝置時使用，則非澳洲消費者保護法所稱之消費者。

二、商品

澳洲消費者保護法規範之客體乃消費性商品。

根據澳洲消費者保護法第 2 條，消費性商品乃意在為個人或家庭使用或消費之商品。在商品召回通知被發布或者個人自願召回商品時，亦包含任何自供應時起即固定於地面之裝置⁹²。

參、主管機關

澳洲將消費商品分為一般性消費商品（general consumer products）和特定性商品（specific products）兩種類別，不同類別之消費商品，主管機關亦有不同。

<http://consumerlaw.gov.au/the-australian-consumer-law/legislation/>（最後瀏覽日：6/4/2016）。

⁹² “Definitions (1) In this Schedule:consumer goods means goods that are intended to be used, or are of a kind likely to be used, for personal, domestic or household use or consumption, and includes any such goods that have become fixtures since the time they were supplied if: (a) a recall notice for the goods has been issued; or (b) a person has voluntarily taken action to recall the goods.”

凡不屬於特定性商品類別之商品，為一般性消費商品，主要為一般人日常生活之所用⁹³，其主管機關為聯邦之澳洲競爭與消費委員會（The Australian Competition and Consumer Commission,可簡稱為 ACCC）和各州、各領地之消費者保護機關。

特定類型之商品，例如農業、船隻和海上安全、建築和建材、化學品、藥物和治療用品、電器、食品、燃氣用具、獸醫產品，機動車輛和道路交通安全等，則依其類別而分屬不同主管機關，例如澳洲農藥及動物用藥管理局、澳洲海事安全局、澳洲建築規範委員會、澳洲與紐西蘭食品標準局、天然氣技術監管委員會、醫療用品管理局、電氣管理委員會、澳洲能源監管機構等。

肆、 監督管理機制

一、 問題商品之通報

根據澳洲消費者保護法第 131 條和第 132 條，在商業或貿易中供應商品之人，若察覺其供應之商品或與該商品相關之服務，在使用或可預見之誤用下可能致人死亡、受到嚴重傷害或疾病，則該供應商品之人應在兩天內以書面通報聯邦部長，即澳洲競爭與消費委員會部長。

不論基於何種目的，該通報皆不能看作供應該商品之人就該消費商品或任何人之死亡、嚴重傷害或疾病負有任何責任之承認。除此之外，根據澳洲消費者保護法第 132 條第 1 項，供應者依規定所為之通報應保密，澳洲競爭與消費委員會和其他人皆不得洩漏該通知、通知所包含之任何資訊和資訊之部分內容，例外在經通報人同意或通報、通報內容包含之資訊或資訊之一部不具有機密性質時始可

⁹³ 參閱澳洲競爭與消費委員會之澳洲產品安全性網站：

http://www.productsafety.gov.au/content/index.phtml/tag/ProductSafetySystem#h3_53（最後瀏覽日：6/4/2016）。

公開，或在符合澳洲消費者保護法第 132 條第 1 項第 2 款所描述之情況，例如澳洲競爭與消費委員會部長在符合特定條件下始可揭露⁹⁴。

目前澳洲消費者保護法並未就自願性通報有所規定，惟使用一般性消費商品之人若認為該商品不安全，仍可向主管該商品之主管機關提出通報。此時乃採取於網路上填寫表格進行通報之方式⁹⁵，接獲該通報之主管機關必須就通報所指之商品進行調查，且主管機關之部長於調查期間，可在網路上發布警告通知⁹⁶，以保障消費者安全。

二、預防損害發生之措施

對於將會或可能會致人受傷之商品，澳洲消費者保護法設有禁令和召回兩種預防損害發生之措施，以下分別介紹之。

(一) 禁令

禁令可再區分為臨時禁令 (Interim bans) 和永久禁令 (Permanent bans)，二者在期限、可發布之主管機關、發布範圍和是否須事先通知供應商品之人有所不同。

1、臨時禁令

(1) 得發布之主管機關

負責消費事務之主管機關部長皆可發布臨時禁令，不論其層級為聯邦、州或者領地⁹⁷。

⁹⁴ 參閱澳洲消費者保護法第 132 條第 1 項。

⁹⁵ 參閱澳洲競爭與消費委員會之澳洲產品安全性網站：
<https://www.productsafety.gov.au/content/index.phtml/tag/ReportAnUnsafeProduct> (最後瀏覽日：6/4/2016)。

⁹⁶ 參閱澳洲消費者保護法第 129 條第 1 項。

⁹⁷ 參閱澳洲消費者保護法第 109 條。



(2) 臨時禁令之期限

臨時禁令之有效期限為六十日，最多可再延長六十日⁹⁸。

(3) 臨時禁令適用之範圍

由各州或各領地部長發布之臨時禁令僅適用於該主管機關管轄之範圍；由澳洲競爭與消費委員會部長發布之臨時禁令，其適用範圍則及於全國⁹⁹。

(4) 是否須事先通知供應商品之人

原則上由各州或各領地部長發布之臨時禁令毋須事先通知供應者，惟除非情況緊急，否則亦得在發布禁令前舉行會議並通知供應者參加¹⁰⁰。

由澳洲競爭與消費委員會部長發布之臨時禁令，部長除須將建議發布禁令之通知公布於網路上之外，尚須以書面通知供應商品之人，且除非對公眾具有立即危險，皆應在發布禁令前給予供應商品之人和澳洲競爭與消費委員會開會進行討論之機會¹⁰¹。

2、永久禁令

(1) 得發布之主管機關

永久禁令僅澳洲競爭與消費委員會部長可發布¹⁰²。

(2) 永久禁令之期限

永久禁令之期限並無限制¹⁰³。

⁹⁸ 參閱澳洲消費者保護法第 111 條。

⁹⁹ 參閱澳洲消費者保護法第 110 條。

¹⁰⁰ 參閱澳洲消費者保護法第 112 條。

¹⁰¹ 參閱澳洲消費者保護法第 113 條。

¹⁰² 參閱澳洲消費者保護法第 114 條。

¹⁰³ 參閱澳洲消費者保護法第 116 條。



(3) 永久禁令適用之範圍

永久禁令之適用範圍及於全國¹⁰⁴。

(4) 是否須事先通知供應商品之人

澳洲競爭與消費委員會部長發布永久禁令前，除須將建議發布禁令之通知公布於網路上之外，亦須以書面通知供應商品之人，且除非對公眾具有立即危險，皆應在發布禁令前給與供應商品之人和澳洲競爭與消費委員會開會進行討論之機會¹⁰⁵。

3、 禁令之效果

不論為臨時禁令抑或永久禁令，禁令一旦發布，供應商品之人即不能基於貿易或商業目的，就禁令所指之消費商品為製造、持有、控制或出口行為，僅在得到澳洲競爭與消費委員會部長批准時，出口行為可不受限制¹⁰⁶。

(二) 召回

澳洲消費者保護法之商品召回，可分為強制商品召回（Compulsory recall of consumer goods）和自願商品召回（Voluntary recall of consumer goods）兩種，以下分別說明之。

1、 強制商品召回

(1) 得發動之主管機關

強制召回得由澳洲競爭與消費委員會部長、各州和各領地部長所發動¹⁰⁷。

(2) 負召回義務之人

¹⁰⁴ 參閱澳洲消費者保護法第 115 條。

¹⁰⁵ 參閱澳洲消費者保護法第 117 條。

¹⁰⁶ 參閱澳洲消費者保護法第 118 條和第 119 條。

¹⁰⁷ 參閱澳洲消費者保護法第 122 條第 1 項。

根據澳洲消費者保護法第 122 條規定，凡在貿易或商業過程中提供消費商品之人，即為強制召回發動時負有召回義務之人¹⁰⁸。



(3) 要件

強制召回之要件，分別為：

A、消費性商品將會，或可能會造成任何人（不限於消費者）受到傷害；

B、該商品之合理可預見的使用（包括誤用）將會，或可能會導致任何一人受到傷害；

C、針對該商品設有有效之安全性標準，而該商品不符合該標準；

D、該商品為已發布之臨時禁令或永久禁令的禁止標的，而供應商未就此採取令人滿意的行為以預防該商品對人造成傷害¹⁰⁹。

(4) 程序

召回通知發布之具體措施，根據澳洲消費者保護法第 123 條，澳洲競爭與消費委員會部長、各州和各領地部長可要求供應商品之人或監督管理之機關（若發布召回通知之主管機關不知供應商品之人）採取特定行為，進行召回，例如可指定處理商品之程序，亦可指定召回方式和必須採取行動之期限，或要求供應商品之人向公眾或通知所指定的特定範圍之人，揭露該商品之瑕疵性質或危險特徵，以及在何種情況下合理可預見的使用或誤用會造成危險。

強制召回通知被發布時，除非召回之方式已被指定，否則供應通知所指定商品之人，可採取其認為適當之措施進行召回，例如修復商品、提供替代品或退回商品之款項與被提供該商品之人。

¹⁰⁸ 參閱澳洲消費者保護法第 122 條第 1 項第 1 款。

¹⁰⁹ 參閱澳洲消費者保護法第 122 條第 1 項第 2 款。



2、自願商品召回

(1) 事由

自願召回係指商品之提供者於特定情況發生時，主動自願召回該商品。根據澳洲消費者保護法第 128 條第 1 項，此類情況包括：

- A、消費商品將會，或可能導致任何一人受到傷害；
- B、合理可預見的使用（包含誤用）將會，或可能會導致任何一人受到傷害；
- C、商品不符合應符合之安全性標準；
- D、澳洲競爭與消費委員會部長發布臨時禁令或永久禁令。

(2) 程序

依據澳洲消費者保護法第 128 條第 2 項，發動自願召回之人必須在採取召回行為兩天內通知澳洲競爭與消費委員會部長。依據同條第 3 項規定，澳洲競爭與消費委員會部長可在網路上發布通知之副本。此外若該受召回之商品曾經或正在被提供與位於澳洲以外之人，發動自願召回之人亦必須以符合澳洲消費者保護法第 128 條第 7 項要求之書面通知，通知該人¹¹⁰。

第二節 歐盟

歐盟之商品安全監督管理，主要為後市場監督（post-market surveillance），其對於國內和進口之消費性產品事前檢驗及邊境查驗制度較為簡便，而將監管重點置於產品進入市場後之監督管理¹¹¹。

¹¹⁰ 根據澳洲消費者保護法第 128 條第 7 項，該通知必須陳述受召回之商品，列出可能造成危險之合理可預見的使用或誤用之情形；若商品不符合或可能不符合安全性標準，則須列出不符合或可能不符合之性質或特徵；若商品係被發布臨時禁令或永久禁令，則須說明情況。

¹¹¹ 顏慧欣、李淳（2011），前揭註 57，頁 30。

有關產品安全規範，主要有一般產品安全指令（General Product Safety Directive）、新方案指令（New Approach）和新法規架構（New Legislative Framework）三項。

除此之外，歐盟執行委員會之程序決定（Comitology Decisions）¹¹²、各成員國轉化此類指令之內國法、歐盟標準和一般產品安全指令指引手冊等各種強制性或無約束性文件亦有相關規範¹¹³。

因前述之規範數量眾多，故本文在此僅介紹產品安全相關法規之主要架構，即一般產品安全指令、新方案指令和新法規架構三者。其中一般產品安全指令乃產品安全法規之主要規範，近年來不少歐盟成員國皆將其轉化成為內國法，並針對細節和執行部分具有更加詳盡之規範，此一部分本文將於介紹英國法時詳細說明。

壹、一般產品安全指令

一、法規簡介

一般產品安全指令（General Product Safety Directive, Directive 2001/95/EC）於 2002 年 1 月 15 日生效，乃歐盟有關產品安全之主要規範。

一般產品安全指令對於產品安全方面經常使用之名詞訂有通用定義，包括產品、安全產品、危險產品、嚴重風險和製造者等¹¹⁴，而其適用範圍，原則上及於所有類別之產品，惟某些特定種類產品，例如玩具、電子設備、化學物品和化妝

¹¹² 歐盟執行委員會之程序決定，乃依據歐洲共同體條約（The Treaty on European Union）第 24 條和第 26 條給予執行委員會之立法權限，目的在於使法律可在成員國內統一被執行，當執行委員會依據一定程序而發布決定時，該決定被稱為程序決定。參閱歐盟網站：

http://europa.eu/legislation_summaries/glossary/comitology_en.htm（最後瀏覽日：6/4/2016）。

¹¹³ 顏慧欣、李淳（2011），前揭註 57，頁 31。

¹¹⁴ 參閱一般產品安全指令第 2 條。

品，因屬於特別法規範範圍而排除一般產品安全指令適用¹¹⁵。



二、定義釐清

(一) 產品

根據一般產品安全指令第 2 條第 1 款，一般產品安全指令中所稱之「產品」，係指包含服務之提供在內，以予消費者使用為目的，或非予消費者使用為目的，惟在合理可預見之情況下可能被消費者所使用，而不論是否具有對價，於商業活動之過程中被提供予消費者或消費者可取得之。新品、舊品或經修理後之產品均屬之。又此一定義不適用於供應者已明確告知其提供產品之人，該產品乃作為古董之二手商品或須在使用前修復、翻新¹¹⁶。

(二) 安全產品

一般產品安全指令所稱之「安全產品」，係指於正常或合理可預見之使用下，不存在任何風險，或僅存在產品使用所生之最小風險之產品。正常或合理可預見之使用，考量因素包括使用時間長短、使用場所、交付使用、安裝和保固等¹¹⁷。

產品成分、包裝、使用說明、使用場所、安裝、維護、和其他產品一起使用時可預見之效果、因使用產品產生風險之消費者類型等，乃考慮商品是否可被接受、是否符合使用者安全和健康之高標準保護尤須注意之事項¹¹⁸。

除此之外，產品是否符合一般產品安全指令之安全性，根據一般產品安全指令第 3 條規定，判斷標準乃歐盟有關該產品安全之具體規定；若無前述之規定，則判斷依據為相關之國內法。除此之外，若產品符合轉化自歐盟之國家標準，則

¹¹⁵ 顏慧欣、李淳（2011），前揭註 57，頁 31。

¹¹⁶ 另有譯者譯為：「『產品』係指包含服務之提供在內，以故意使消費者，或未必有明顯故意，但合理可預見消費者利用，及無論是否有上述情形，但基於商業目的被提供或可取得，以及無論為嶄新、曾使用過或修理後之商品均屬之。」參閱行政院消費者保護委員會（2008），《外國消費者保護法：第十五輯》，頁 316，台北：行政院消費者保護委員會。

¹¹⁷ 參閱一般產品安全指令第 2 條第 2 款。

¹¹⁸ 參閱一般產品安全指令第 2 條第 2 款。

推定該產品為安全產品¹¹⁹。

(三) 危險產品

無法符合「安全產品」定義之商品，即為一般產品安全指令所稱之「危險產品」¹²⁰。



三、 監督管理機制

一般產品安全指令就產品製造者、產品經銷者和主管機關課與不同責任，以下分別介紹之。

(一) 製造者責任

在製造者責任部分，一般產品安全指令第3條第1項要求產品製造者負有提供市場安全產品之義務。產品製造者須對產品進行符合性評估，以確保產品符合歐盟相關規定。

產品製造者進行符合性評估時，以產品是否上市作為評估內容之區分標準，在產品上市以前，製造者進行之符合性評估包含風險評估；在產品上市之後，製造者進行之符合性評估，則為生產控管及後續預防損害發生措施。

除此之外，產品製造者對於消費者亦負有提供其相關風險評估資訊之義務¹²¹，對於主管機關，則負有通報義務和配合主管機關採取之預防風險發生措施之義務¹²²。

(二) 經銷者責任

除產品製造者外，在一般產品安全指令中，產品經銷者亦負有一定之義務。

¹¹⁹ 參閱一般產品安全指令第3條第2項。

¹²⁰ 參閱一般產品安全指令第2條第3款。

¹²¹ 參閱一般產品安全指令第5條第1項。

¹²² 參閱一般產品安全指令第5條第3項。

產品經銷者應採取適當措施協助製造人確保產品之安全性。若其基於所掌握之產品資訊，或身為專業人員所知之產品資訊，知曉或可得而知該產品不合法規之要求，則不得供應該產品。除此之外，若其基於其所掌握或身為專業人員所知有關其上市產品之資訊，該產品不符合一般安全要求而對消費者造成風險，則應立即通報成員國主管機關，並配合主管機關和製造人所採取之預防風險發生措施¹²³。

(三) 主管機關責任

一般產品安全指令，課與各成員國主管機關之責任，為確保製造者和經銷者履行一般產品安全指令要求，使進入市場之產品為安全產品¹²⁴。

除此之外，就產品監督和發現風險後所應採取之措施等事項，一般產品安全指令亦要求各成員國應依據不同情況採取不同措施，以確保進入市場之產品為安全產品或預防風險發生。在監督管理之部分，例如對於將上市或已上市之產品進行檢驗，對於在特定情況會造成危險之產品要求須以適當清楚之文字以容易理解之方式標示；在發現風險後應採取之措施部分，例如以危險之程度和範圍、情況是否緊急和產品是否已經上市等作為區別標準，若發現一已上市之產品為危險產品，則立即命令產品下架並提醒消費者該產品具有危險¹²⁵。

除此之外，因歐盟成員國數量龐大，各國產品往往於歐盟各成員國之間互相流通，因此一般產品安全指令亦相當重視各成員國間之訊息交換，對各成員國互相通報和對歐盟執委會之通報亦有所規範¹²⁶。須注意的是，在歐盟體制下，縱使各成員國應確保流通產品之安全性，並且有權就危險產品採取任何適當之措施，然其必須對於被要求實施預防措施之相對人提供充足之法律保障，例如給予其事

¹²³ 參閱一般產品安全指令第 5 條第 2 項和第 3 項。

¹²⁴ 參閱一般產品安全指令第 6 條。

¹²⁵ 參閱一般產品安全指令第 8 條。

¹²⁶ 參閱一般產品安全指令第五章。

前或事後陳述意見之機會，並且給予司法審查之救濟途徑。



貳、新方案指令

一、法規簡介

1985 年歐盟執委會通過 85/C 136/01 決議以調和各成員國之技術和標準。基於此一架構所為之各項指令，被稱為新方案指令（New Approach Directives）。

二、監督管理機制

1985 年至 2008 年間，歐盟所採取之新方案系統，其範圍涵蓋眾多產品類別，目的乃為減化和加速各國規範之調和¹²⁷，包括調和各種產品所採行之技術並將其標準化，以利推行歐洲共同市場。

為透過歐盟立法以加速整合之過程，新方案指令有兩項政策上之變革。首先，設立機制預防成員國在未事先通知之情況下，實施技術貿易壁壘，並根據互相承認原則，加強產品在成員國上市後可在歐盟區域內自由流通。其次，在新方案指令下，技術性指令僅設置必要之要求，而給予個別製造人決定採取何種方法以符合要求之權力¹²⁸，惟歐盟亦設有細部技術方法之標準，若製造人選擇適用該標準，則可被推定產品符合與該標準相關之要求¹²⁹。

除此之外，新方案要求各成員國必須確保領土內之人民、內國動物或商品安全，故各項新方案指令大綱皆包含其所規範之產品上市時，不應對領土內之人民、內國之動物或商品造成危害，意即惟有在產品符合規範時始得進入市場。

為處理已進入市場之不符規範產品，新方案訂有防衛條款（The Safeguard

¹²⁷ Christopher Hodges, *European Regulation of Consumer Product Safety*, New York: Oxford University Press, 53 (2005).

¹²⁸ See Christopher Hodges, *Supra* note 127, 53.

¹²⁹ See Christopher Hodges, *Supra* note 127, 53-54.

Clause)，給予成員國主管此項事務之機關根據各項指令中之防衛條款，採取管制行動以回收產品之權力¹³⁰。

防衛條款適用之要件，乃該產品為新方案各項指令所包括之類別並具有 CE 標示（CE Marking）¹³¹，而經成員國認定其具有危險性。此時各成員國應採取措施限制或禁止該產品上市，若產品已上市則須採取回收措施。至於該等限制、禁止或回收之措施執行範圍，應及於同批次或同系列所有產品。在援引防衛條款時，各成員國應通知歐盟執委會，告知其援引之理由，而歐盟執委會具有審查各成員國措施是否具備正當理由之權力¹³²。

參、新法規架構

一、法規簡介

新方案指令之目的在於調和各國和產品有關之技術和標準，惟亦衍生出管制和產品符合性之問題，除此之外，亦非所有類別之產品皆為新方案所涵蓋，故經過修正，歐盟於 2008 年公布新法規架構，並於 2010 年 1 月實行。

新法規架構乃一系列配套之措施，目的在於幫助國內市場之運作更為良好，以及強化和現代化產品進入歐盟市場之條件¹³³。該架構下有三項規則和決議，分別是歐盟執委會 2008 年第 765 條規定（Regulation（EC）No 765/2008）、歐盟執委會 2008 年第 768 號決議（Decision No 768/2008/EC）和歐盟執委會 2008

¹³⁰ See Christopher Hodges, *Supra* note 127, 58.

¹³¹ 一產品貼有 CE 標示，意味其在進入市場前已經過評估，符合歐盟相關法規。惟並非所有產品皆須貼有 CE 標示始可進入市場，僅要求須有 CE 標示之特定指令所規範之產品種類須如此。須有 CE 標示之產品不僅包括給予專業人士之產品，例如醫學設備、升降機、機械測量設備等，亦包括一般消費者使用之產品，例如玩具、電腦、手機和燈泡等。參閱歐盟執委會網站：<http://ec.europa.eu/growth/single-market/ce-marking/>（最後瀏覽日 6/4/2016）。

¹³² 顏慧欣、李淳（2011），前揭註 57，頁 38。

¹³³ 參閱歐盟執委會網站：http://ec.europa.eu/growth/single-market/goods/new-legislative-framework/index_en.htm（最後瀏覽日：6/4/2016）。

年第 764 條規定 (Regulation (EC) No764/2008)。其中歐盟執委會 2008 年第 764 條規定加強了內國市場適用之產品範圍及於其他歐盟尚未統一之其他產品，擴張新方案各項指令適用範圍¹³⁴。



二、 監督管理機制

新法規架構之規範重點大致可分為下列幾類：改善市場監督機制、促進產品符合性評估之品質、明確 CE 標示之意義，和以措施工具箱 (toolbox) 之形式，為工業產品將來之立法建立一般法規架構¹³⁵。

在市場監督機制方面，為提供消費者和專業人員更充分的保護，使其不致因不安全產品——包括從第三國進口之產品——受有損害。新法規架構十分重視危險產品之回收，不僅加強查核從第三國輸入之產品是否符合歐盟規範，並要求各成員國應規劃、公開和實施市場監督，且因市場監督機制必須確保實踐公平無歧視原則，故應由政府負責監督工作。負責監督之主管機關必須具備獨立性，其雖可將技術性工作交由無利益衝突之機構負責，惟其自身必須保留決定權責之權力，而不得將此權力交由其他機構行使¹³⁶。

在新法規架構下，市場監督機制之執行可分為兩階段，第一階段乃監督機關須監督進入市場之產品是否符合規範，第二階段乃監督機關發現有產品不符規範時，應採取適當措施以使該產品符合規範。監督機關採取措施時，必須保障因措施而負有義務之人其權利，在採取措施前須給予該人陳述意見之機會，以及所採取之措施種類必須符合比例原則，與產品不符規範之成度相當¹³⁷，舉例而言，若產品僅係標示有部分不清楚，則採取召回之措施則可能不符比例原則。

¹³⁴ 顏慧欣、李淳 (2011)，前揭註 57，頁 39。

¹³⁵ 參閱歐盟執委會網站：

http://ec.europa.eu/growth/single-market/goods/new-legislative-framework/index_en.htm (最後瀏覽日：6/4/2016)。

¹³⁶ 顏慧欣、李淳 (2011)，前揭註 57，頁 36。

¹³⁷ 顏慧欣、李淳 (2011)，前揭註 57，頁 36。

在促進產品符合性評估之品質方面，新法規架構著重於對於合格評估機構之通報，設立更有力、更清楚之規則，所採取之方式包括增加認證之使用，以及創造一系統，確保評估機構提供製造者、消費者和政府當局所需之高品質服務。

在明確 CE 標示之意義方面，主要是藉由澄清其意義以增加 CE 標示之可信度。此外將 CE 標示作為商標而受到保護，可讓主管機關和競爭對手可採取更多法律手段對抗 CE 標示之濫用。

最後在以措施工具箱之形式，為工業產品未來立法之使用，而建立一般法規架構方面，其包含支持市場監督和 CE 標示申請之條款，定義於產品立法上普遍使用，有時卻使用於不同情況之術語，和訂定使未來立法更加一致且容易實現之程序等¹³⁸。

第三節 英國

壹、一九八七年消費者保護法

一、法規簡介

1987 年消費者保護法（Consumer Protection Act 1987）對英國之消費者保護乃重要變革。

在 1987 年消費者保護法施行以前，就缺陷產品之問題，英國係以契約之嚴格責任保護契約之一造，此時即生非契約當事人不受保護之問題，對消費者之保護有所不足¹³⁹。

¹³⁸ 參閱歐盟執委會網站：

http://ec.europa.eu/growth/single-market/goods/new-legislative-framework/index_en.htm（最後瀏覽日：6/4/2016）。

¹³⁹ Dennis Campbell, Christian T. Campbell, *International Product Liability*, Salzburg, Austria: Yorkhill Law Publishing, 1/183（2006）。

至於產品召回之部分，其理論基礎來自於經營者持續之注意義務。在 1987 消費者保護法施行以前，此一注意義務之形式如 Willis 法官在 1978 年 *Walton v British Leyland* 一案中所述，製造商在避免不必要地造成公眾恐慌和損害自身產品名聲時，亦應遵守其對公眾所負之注意義務，因僅製造商具有知道產品有問題之能力，而能夠採取行動保護人們免於僅製造商知道之風險。在 *Walton v British Leyland* 一案中，Leyland 對公眾所負之注意義務，乃告知公眾產品之問題並召回車輛安裝安全墊圈。若其出於商業考量而決定不採取行動，則係違反對該等被強制陷於風險中之人安全性之注意義務¹⁴⁰。由此可知，在英國法上，產品召回之原因在於缺陷產品將民眾之安全置於風險之中，召回產品則係限縮損害之方法，因而若受有損害之原告未回應產品召回，可能產生與有過失，導致損害增加¹⁴¹。

1987 年消費者保護法則藉由引入對缺陷產品所致損害之嚴格責任體制，落實歐洲共同體(European Community)之指令 85/374/EEC(Directive 85/374/EEC)，並給予政府規範消費產品安全之權力。

1987 年消費者保護法著重缺陷產品進入市場流通後，該產品所致之責任和對第三人之影響，而非僅限於契約兩造之關係。除此之外，其適用對契約之存在並不會造成影響，亦不影響契約當事人間之權利義務。1987 年消費者保護法第 2 條第 6 項即明確規定，適用該法不影響非該法所規定之其他責任，包括受害人在

¹⁴⁰“ In my view the duty of care owed by Leyland to the public was to make a clean breast of the problem and recall the cars which they could in order that the safety washers could be fitted. I accept, of course, that manufacturers have to steer a course between alarming the public unnecessarily and so damaging the reputation of their products, and observing their duty of care towards those whom they are in a position to protect from the dangers of which they and they alone are aware.....They knew the full facts; they saw to it that no-one else did. They seriously considered a recall and made an estimate of the cost at a figure which seems to me to have been in no way out of proportion to the risks involved. It was decided not to follow this course for commercial reasons. I think this involved a failure to observe their duty of care for the safety of many who were bound to remain at risk.....”

¹⁴¹ See Dennis Campbell, Christian T. Campbell, Editor, *supra* note 139, 192-193。

侵權行為法、契約法和其他法規下受到保障之權利。



二、缺陷產品

1987年消費者保護法於第3條就「缺陷」有所定義。

根據1987年消費者保護法第1項，於本條以下之限制下，產品之安全性未達到一般人通常所期待者，該產品具有缺陷，且關於產品之安全性，應包括關於被組合入該產品之產品安全性、關於對財產造成損害之危險的安全性，以及關於人身傷害之安全性¹⁴²。

根據同條第2項，判斷一般人對於產品通常期待之安全性，應將所有情況列入考慮，包括產品進入市場時，其流通方式、目的、裝備、有關該產品之任何商標使用和任何對於或有關產品一定使用或禁止使用之指示或警告，對於該產品或有關該產品得被合理預期為如何之處置，和產品經其製造人提供與他人之時間等皆應納入考量¹⁴³。

三、責任主體

根據1987年消保法第2條第1項，在1987年消保法第一章以下規定之情況，全部或一部因產品缺陷所致之任何損害，應由同條第2項之人，就該損害負損害賠償責任。該等人員包括：

(一)、產品製造者；

(二)、任何將其姓名標示於產品上者，或任何使用商標或其他區別性標誌標示於相關產品上者，顯示其自身為產品之製造者。

¹⁴² 參閱1987年消保法第3條第1項。

¹⁴³ 參閱1987年消保法第3條第2項。

(三)、任何進口會員國外之產品至會員國，在其營業過程中將之供應與他人者。

除此之外，全部或一部由產品之缺陷所致之損害，根據 1987 年消保法第 2 條第 3 項，凡供應該產品者，不論係對於受有損害者，對於產品中包括問題產品之產品製造者，或者對於其他任何人，在下述之情況應就該損害負責：

(一)、受有損害之人請求供應商確認一個或多個本條第 1 項所述者，不論該人存在與否；

(二)、該請求係於損害發生後之合理期間內為之，且在損害發生當下對於請求人而言，請求確認所有本條第 1 項所述者非屬合理可行；且

(三)、供應商在收到該請求後之合理期間內，未能符合該請求或未能確認供應產品與該請求人者¹⁴⁴。

須注意的是，1987 年消保法第 2 條第 4 項就提供狩獵物或農產品者設有例外規定，在其提供之狩獵物或農產品未經工業加工時，就該狩獵物或農產品之瑕疵，同條第 2 項和第 3 項規定不適用於該狩獵物或農產品之供應者¹⁴⁵。

四、召回責任

1987 年消費者保護法並未就產品製造者之召回義務有所規範，因此經營者之召回義務仍如 Willis 法官在 Walton v British Leyland 一案中之見解，來自於注意義務之違反，當使用商品將使民眾陷於風險之中時，產品製造人即負有商品召回義務。

貳、二零零五年一般產品安全法

¹⁴⁴ 參閱 1987 年消保法第 2 條第 3 項

¹⁴⁵ 參閱 1987 年消保法第 2 條第 4 項

因本文主要乃探討企業經營者之預防損害發生義務和措施，而缺陷產品之召回此一預防損害發生措施乃 2005 年一般產品安全法之重要規範，因此本文乃將重點置於召回相關規定，和此無關之部分僅大略介紹之。



一、法規簡介

2005 年 6 月 30 日英國制定 2005 年一般產品安全法（The General Product Safety Regulations 2005），並於同年 10 月 1 日起生效。

該法落實歐洲共同體 2001/95/EC 指令，並取代原有的 1994 年一般產品安全法，而 1987 年消費者保護法與之衝突之部分內容亦同時失效或修正¹⁴⁶。

2005 年一般產品安全法分為四章，缺陷產品之召回乃其規範重點之一。該法第一章乃基本概念之規範，包括名詞定義¹⁴⁷；第二章則和製造者、經銷者之義務有關，規定製造者應提供市場安全之產品¹⁴⁸。第三章乃強制執行之規範；最後一章則係非屬前三章範圍之其他條文。

二、定義釐清

（一）產品

2005 年一般產品安全法第 2 條就產品所為之定義，係指為供消費者使用，或非為供消費者使用，惟在合理可預見之情況下可能為消費者使用之產品。

產品提供與消費者或可供其使用，是否在商業活動過程中需要對價，是否全新、曾經使用或修理，在此皆不論之，且亦包含服務提供者於提供服務之範圍中，提供與消費者或可供其使用之產品。惟須注意的是，服務提供者提供服務與消費

¹⁴⁶ 參閱 2005 年一般產品安全法第 46 條，包括刪除 1987 年消保法第 10 條、刪除第 11 條部分文字、第 13 條增加部分文字等。

¹⁴⁷ 參閱 2005 年一般產品安全法第 2 條

¹⁴⁸ 參閱 2005 年一般產品安全法第 5 條

者時，其所使用之設備並未包含其中，尤其是由服務提供者操作供消費者搭乘之設備¹⁴⁹。



(二) 安全產品

安全產品，係指產品在通常或合理可預見之使用情況，包括使用期限下，在有應用、投入服務、組裝和維修要求時，不存在任何風險或僅存在與產品使用相容之最小風險，而被認為是可被接受的，且符合對人之安全和健康的高標準保護¹⁵⁰。在判斷產品是否符合上述事項時，應特別考慮以下幾點：

1、該產品的特性，包括其組合物、包裝、裝配之說明，以及在應用時安裝和維護之說明。

2、產品使用於合理可預見被使用之其他產品上時，在該產品上的效果。

3、產品有關使用和處置之呈現。包括產品上之標籤、警告和介紹，有關其使用和處置及其他任何有關產品之指示和訊息。

4、使用該產品時面臨風險之消費者類別，尤其是兒童跟老年人。

須注意的是，當供應者清楚告知其所提供產品之人，該產品係在使用之前維修或翻新之二手產品時，不適用 2005 年一般產品安全法之規定¹⁵¹。

(三) 危險產品

2005 年一般產品安全法所稱之危險產品，係指非安全產品之產品¹⁵²。

(四) 製造者

2005 年一般產品安全法所稱之製造者 (producer)，可分為下述四類：

¹⁴⁹ 參閱 2005 年一般產品安全法第 2 條。

¹⁵⁰ 參閱 2005 年一般產品安全法第 2 條。

¹⁵¹ 參閱 2005 年一般產品安全法第 4 條。

¹⁵² 參閱 2005 年一般產品安全法第 2 條。

(一)、歐盟成員國內所成立，藉由在產品上黏貼自身姓名、商標或其他具區別性之標誌，在他人面前呈現自己為製造人者。產品之維修者亦屬之。

(二)、若未在歐盟成員國內成立，但其在成員國內設有代表，則以該代表為製造者。

(三)、若未在歐盟成員國內成立，亦未在成員國內設有代表時，則以將產品由非歐盟成員國之國家進口至歐盟成員國之人為製造者。

(四)、在產品供應鏈中之專業人員，只要其行為可能影響產品之安全性能，亦為此處所稱之製造者¹⁵³。

(五) 經銷者

2005 年一般產品安全法所稱之經銷者 (distributor)，係指在產品供應鏈中，其所從事之業務對於產品安全不具影響力之專業人員¹⁵⁴。經銷者對於產品之安全雖不具有影響力，然其對於產品之銷售具有重要地位，故 2005 年一般產品安全法亦要求其必須負有特定義務以確保消費者之安全。

三、主管機關

2005 年一般產品安全法之主管機關為英國商業、創新及技術部 (Department for Business, Innovation and Skills)，執行部分則由地方機關負責。

四、監督管理機制

(一) 製造者責任

2005 年一般產品安全法課與製造者就產品必須符合一般安全性要求 (general safety requirement) 之義務。除非產品為安全產品，否則製造者不得將

¹⁵³ 參閱 2005 年一般產品安全法第 2 條。

¹⁵⁴ 參閱 2005 年一般產品安全法第 2 條。

其置於市場之中，不得要約、同意其置於市場中，不得為使其置於市場中而陳列或持有，不得要約、同意提供或為提供而陳列或持有，亦不應提供該產品¹⁵⁵。

至於是否符合一般安全性要求，2005年一般產品安全法規定在產品符合一定規定時，推定其具有符合之安全性。該等規定包括：

(一)、在無管轄產品安全性之具體歐盟法規之地，產品符合英國部分為健康和 safety 要求所制定之特別法規，因而得以進入英國市場時，在此等法規涵蓋之方面，該產品得視為具有安全性¹⁵⁶。

(二)、產品符合英國制定之自願性國家標準，而該標準根據一般產品安全指令 (General Product Safety Directive) 第 4 條已公佈於歐盟官方公報之歐盟標準得以生效，則涉及該國家標準涵蓋之風險和風險類別時，該產品得被推定為安全產品。又此等國家標準應以適當方式公佈之¹⁵⁷。

(三)、前述兩種情況以外之情形，評估產品是否符合一般安全性時，得將下列規範納入評估：任何非前述提及之以歐盟標準有效之英國自願性國家標準、其他英國制定之國家標準、歐盟委員會關於產品安全性評估準則之建議、相關部門實行良好之產品安全法規、技術和科技之狀態，和合理的消費者對於安全性之預期等¹⁵⁸。

須注意的是，即使產品之設計符合一般安全性要求之準則，包括符合前述提及之各項規定，若有證據顯示其具有危險性時，仍不得以此阻礙執行機關執行其在 2005 年一般產品安全法規定下所具有之權力¹⁵⁹。

¹⁵⁵ 參閱 2005 年一般產品安全法第 5 條。

¹⁵⁶ 參閱 2005 年一般產品安全法第 6 條第 1 項。

¹⁵⁷ 參考 2005 年一般產品安全法第 6 條第 2 項。

¹⁵⁸ 參閱 2005 年一般產品安全法第 6 條第 3 項。

¹⁵⁹ 參閱 2005 年一般產品安全法第 6 條第 4 項。

除此之外，製造者亦負有向消費者提供產品風險資訊¹⁶⁰、採取適當之預防損害發生措施¹⁶¹、向執行機關通報危險產品¹⁶²和與執行機關配合等義務¹⁶³。

採取適當之預防損害措施，乃製造者應在能力所及範圍內，採取和產品特性相當之措施。此處所稱之措施，包括經由產品之裝設或產品包裝標示製造者之姓名和地址、該批產品之產地等；在合理之範圍和區域內，進行產品上市之樣品測試，調查並於必要時保存產品安全之投訴紀錄，且使經銷者了解產品監測之結果等¹⁶⁴。

又向執行機關通報危險產品之義務，其內容並非僅要求製造者必須向執行機關通報危險產品，尚包括通報其採取何種措施以避免消費者受有損害¹⁶⁵。

（二）經銷者責任

因經銷者在產品流通上占有重要地位，故 2005 年一般產品安全法課與經銷商一定之義務。其部分義務和製造者相同，部分則否。

根據 2005 年一般產品安全法第 8 條規定，經銷者之行為應具備應有之注意，以幫助確保產品遵守適用之安全性要求，尤其不得在依其所掌握之資訊和作為一專業人員之基礎上，知悉或應知悉一產品為危險產品，而仍為供應而陳列、持有，或為要約、同意提供，或提供該產品與任何人。

除此之外，經銷者應在其能力所及之範圍內，參與監測上市產品之安全性，尤其係有關產品風險資訊之傳遞、保存追蹤產品原產地所必要之文件、製作追蹤產品原產地所必要之文件和配合製造人、執行機關為避免風險所採取之行動¹⁶⁶，

¹⁶⁰ 參閱 2005 年一般產品安全法第 7 條第 1 項。

¹⁶¹ 參閱 2005 年一般產品安全法第 7 條第 3 項。

¹⁶² 參閱 2005 年一般產品安全法第 9 條第 1 項。

¹⁶³ 參閱 2005 年一般產品安全法第 9 條第 4 項。

¹⁶⁴ 參閱 2005 年一般產品安全法第 7 條第 4 項。

¹⁶⁵ 參閱 2005 年一般產品安全法第 9 條第 1 項第 1 款。

¹⁶⁶ 參閱 2005 年一般產品安全法第 8 條第 1 項。

並且於能力所及範圍內，亦應採取相關措施，有效配合 2005 年一般產品安全法第 1 項第 2 款第 3 目所提及之製作追蹤產品原產地必要之文件，以及配合製造者和執行機關為避免風險所採取之行動此二類行為¹⁶⁷。



又經銷者和製造者同樣負有通報危險產品和配合執行機關措施之義務。其應通報之內容，除向地方執行機關通報危險產品之外，亦包括其係採取何種措施以預防產品造成消費者損害¹⁶⁸。

(三) 主管機關責任

根據 2005 年一般產品安全法第 33 條第 1 項，地方執行機關在接獲同法第 9 條第 1 項之通報時，應立即向主管之部長，在此為英國商業、創新及技術部部長通報。英國商業、創新及技術部部長接獲通報後，應立即通報歐盟成員國中該產品已上市或正準備上市之國家中相對應之機關。

除此之外，地方執行機關可視製造者和經銷者採取之措施是否適當，決定是否採取強制性之預防損害發生措施。不論地方執行機關係採用自願性或強制性之預防損害發生措施，例如限制產品之上市、要求產品下架或召回時，應立即通報英國商業、創新及技術部部長其採取之理由。若有修改或解除此類措施，亦必須立即通報¹⁶⁹。

(四) 預防損害發生措施

2005 年一般產品安全法要求產品製造者須採取適當措施以避免產品風險發生，包括下架、充分且有效之警告和召回等。惟該法並未就何種情況應採取何種措施設有明確規範，而係給予製造者決策之空間，僅在其未採取適當措施時，主

¹⁶⁷ 參閱 2005 年一般產品安全法第 8 條第 2 項。

¹⁶⁸ 參閱 2005 年一般產品安全法第 9 條第 1 項第 1 款。

¹⁶⁹ 參閱 2005 年一般產品安全法第 33 條第 2 項及第 4 項。

管機關可課與拘役或罰鍰¹⁷⁰。

2005 年一般產品安全法僅要求在特定情況下，地方執行機關必須採取一定之強制措施以避免損害發生，包括暫時停工通知、要求標示之通知、警告通知、下架通知以及召回通知。以下分別說明之。



1、暫時停工通知 (suspension notices)

暫時停工通知之發出要件，係執行機關有合理基礎懷疑一產品已違反 2005 年一般產品安全法之規定。此時該產品須進行適當之安全性評估，在完成此一評估前，執行機關可發出暫時停工通知，禁止通知相對人在未經執行機關同意前，進行下列行為：

(1)、使該產品進入市面、提供場所陳列該產品、承諾陳列該產品或為使其進入市面而曝光之。

(2)、供應該產品、向他人要約提供該產品、承諾他人提供該產品或為供應而曝光之¹⁷¹。

除禁止通知之相對人為特定行為外，執行機關所發出之產品暫時停工通知，亦可要求通知相對人持續告知執行機關產品之流向¹⁷²。又在執行機關認為適當時，可同意暫時停工通知之相對人為通知禁止之行為，且得以該相對人採取一定措施作為同意之條件¹⁷³。

2、要求標示之通知 (Requirements to mark)

要求標示之通知之發出要件，乃執行機關有合理理由相信產品為危險產品，在特定情況下會帶來風險，此時執行機關可發出要求標示之通知，要求通知之相

¹⁷⁰ 參閱 2005 年一般產品安全法第 7 條第 3 項及第 20 條第 2 項。

¹⁷¹ 參閱 2005 年一般產品安全法第 11 條第 1 項。

¹⁷² 參閱 2005 年一般產品安全法第 11 條第 2 項。

¹⁷³ 參閱 2005 年一般產品安全法第 11 條第 3 項。

對人自費採取下述一種或兩種通知所列之標示：

(1)、確保該產品之標示，係根據通知所特定之要求警告產品可能存在之風險。

(2)、使該產品之標示符合通知所特定之先決條件，以確保該產品為安全產品¹⁷⁴。

若通知之內容乃產品標示應根據通知所特定之要求，警告產品可能存在之風險，則通知相對人應確保該標示所為之警告乃適當、清楚且容易理解¹⁷⁵。

3、要求警告之通知 (Requirements to warn)

要求警告之通知，發出要件乃執行機關有合理之理由相信產品是危險產品，會對特定人帶來風險，此時執行機關可發出要求警告之通知，要求通知之相對人自費採取下述一種或多種通知所特定之措施：

(1)、在可行之範圍和程度內，確保凡可能受有此一風險之人和被供應此產品之人，皆可即時以通知所特定之形式，受到風險之警告。

(2)、向公眾發佈對於該產品之風險警告，因此種形式和方式很可能使人注意此一風險。

(3)、確保該產品設有通知所特定形式之風險警告¹⁷⁶。

4、下架通知 (Withdrawal notices)

相較於暫時停工、要求標示和要求警告，下架對於通知之相對人具有更為嚴重之影響，故針對已經進入市場的產品，其發出要件相對上亦較為嚴格。

¹⁷⁴ 參閱 2005 年一般產品安全法第 12 條第 1 項。

¹⁷⁵ 參閱 2005 年一般產品安全法第 12 條第 2 項。

¹⁷⁶ 參閱 2005 年一般產品安全法第 13 條。

下架通知之發出要件，乃執行機關有合理之理由相信一產品為危險產品。針對一已進入市場之產品，執行機關僅能在製造人或經銷商履行 2005 年一般產品安全法課與之義務所採取之行為，讓人無法滿意或不足以預防對人之健康和安
全風險¹⁷⁷。惟若產品構成嚴重風險，而以執行機關之觀點須立即採取行動時，不適用此一條件¹⁷⁸。

下架通知之法律效果，在於除非取得執行機關同意，否則通知之相對人禁止採取任何下述之行為：

(1)、於市面上陳列該產品、要約陳列該產品、承諾陳列該產品或為陳列該產品而曝光之。

(2)、提供該產品、要約提供該產品、承諾提供該產品或為提供而曝光之¹⁷⁹。

除此之外，下架通知亦可要求通知之相對人採取行動，以警示消費者該產品帶來之風險¹⁸⁰，亦可要求其持續告知執行機關任何此種產品之流向¹⁸¹。又在執行機關認為適當時，可同意通知之相對人為上述通知所禁止之行為，且可要求該人為一定之行為作為同意之條件¹⁸²。

5、召回通知 (Recall notices)

召回，乃目的在於達成已被提供於消費者，或消費者已取得之危險產品之回收的所有措施¹⁸³。

在所有預防風險發生之措施中，召回具有最為嚴重和廣泛之影響，須耗費巨大成本向消費者和市場回收該產品，故一般而言其乃最後之手段。執行機關若欲

¹⁷⁷ 參閱 2005 年一般產品安全法第 14 條第 3 項。

¹⁷⁸ 參閱 2005 年一般產品安全法第 14 條第 4 項。

¹⁷⁹ 參閱 2005 年一般產品安全法第 14 條第 1 項。

¹⁸⁰ 參閱 2005 年一般產品安全法第 14 條第 2 項。

¹⁸¹ 參閱 2005 年一般產品安全法第 14 條第 5 項。

¹⁸² 參閱 2005 年一般產品安全法第 14 條第 6 項。

¹⁸³ 參閱 2005 年一般產品安全法第 2 條。

發出召回通知，相較於其他措施，要件亦更為嚴格。

當執行機關有合理之理由相信產品為危險產品，且已被供應於消費者或已被消費者取得，此時執行機關可發出召回通知，要求通知之相對人盡合理之努力，安排向通知所特定之消費者處回收該產品¹⁸⁴。惟依據 2005 年一般產品安全法第 4 項規定，執行機關僅可在符合下列三項要件時，發出召回通知：

(1)、2005 年一般產品安全法所規定之其他預防措施，不足以預防對人之健康和安全風險。

(2)、製造者或經銷者在其履行 2005 年一般產品安全法所課與之義務時，其採取之行為讓人無法滿意或不足以預防對人之健康和安全風險。

(3)、執行機關在發出召回通知前，應於至少七日前告知召回通知之相對人其欲發出召回通知，且當該相對人在通知之期限屆滿前，已要求執行機關尋求協會，在此為特許仲裁人協會¹⁸⁵之人士意見時，應向該協會人士徵詢意見，決定該產品是否為危險產品，召回通知之發出是否和風險之嚴重性符合比例原則，且以該協會人士之權威，是否已將召回納入考量。

上述三點並非毫無例外。根據 2005 年一般產品安全法第 15 條第 5 項，前述第二點和第三點要件對於執行機關發出召回通知之限制，並不適用於產品構成嚴重風險，以執行機關之觀點須立即採取行動之情況。

在實施方法部分，召回通知可要求通知之相對人根據適用於相關產品之實務守則實施召回。此外亦可要求相對人在可行之範圍和程度內，連繫購買該產品之消費者以告知其產品之召回行動，或以一定之形式和方法公佈召回通知，使產品

¹⁸⁴ 參閱 2005 年一般產品安全法第 15 條第 1 項。

¹⁸⁵ 參閱 2005 年一般產品安全法第 15 條第 7 項。特許仲裁人協會乃編碼為 803725 之公益組織，根據 2005 年一般產品安全法第 15 條第 6 項，召回通知之相對人要求執行機關尋求特許仲裁人協會人士之意見時，該人應負擔協會和協會所指派之人員給予執行機關建議所需之費用。

購買人得以注意該產品帶來之風險和召回行動，又或者安排向購買該產品之消費者回收產品或就產品進行處置。為達到向通知所特定之消費者回收產品或進行產品處置之目的，執行機關可對通知之相對人附加合理可行之額外要求¹⁸⁶，在決定召回通知應包含何種要求時，亦可將鼓勵經銷者、使用者和消費者此類方法納入考量，以促進召回之實施¹⁸⁷。

除關於召回方法之要求外，執行機關在召回通知內，尚可要求召回通知之相對人，盡其所能持續告知執行機關任何涉及召回通知之產品其去向¹⁸⁸。

若情事已構成召回通知之發出要件，而執行機關一直無法找到通知之相對人，或已發出通知惟召回通知之相對人並未遵守該通知之要求，則為保護消費者，2005 年一般產品安全法第 15 條第 9 項規定執行機關自身可採取召回通知所要求之行動¹⁸⁹，且在執行機關遵守 2005 年一般產品安全法第 15 條第 4 項之要求，而依據同條第 9 項所賦予之權力實施召回時，若執行機關自身實施召回係源於召回通知之相對人未能遵守通知之要求，則執行機關得向該相對人請求實施召回之合理費用¹⁹⁰。

第四節 美國：消費產品安全法

壹、法規簡介

美國國會於 1972 年通過消費產品安全法(The Consumer Product Safety Act)以保護消費者，並賦予消費產品安全委員會(Consumer Product Safety Commission，可簡稱為 CPSC)處理消費者產品安全問題之權力。

¹⁸⁶ 參閱 2005 年一般產品安全法第 15 條第 2 項。

¹⁸⁷ 參閱 2005 年一般產品安全法第 15 條第 3 項。

¹⁸⁸ 參閱 2005 年一般產品安全法第 15 條第 8 項。

¹⁸⁹ 參閱 2005 年一般產品安全法第 15 條第 9 項。

¹⁹⁰ 參閱 2005 年一般產品安全法第 15 條第 10 項。



適用範圍上，消費產品安全法原則上適用於所有消費產品，惟仍有特定產品適用其他聯想法規而不適用於消費產品安全法，亦非屬消費產品安全委員會管轄，例如食品、藥品、化妝品、醫療器械、菸草產品、槍砲彈藥、汽車、農藥、飛機和船舶等產品分別由美國食品和藥物管理局（U.S. Food and Drug Administration）、美國菸酒與槍砲彈藥局（U.S. Bureau of Alcohol, Tobacco, Firearms and Explosives）、美國農業部（U.S. Department of Agriculture）、美國運輸部（U.S. Department of Transportation）、美國環境保護署（U.S. Environment Protection Agency）、美國聯邦航空管理局（U.S. Federal Aviation Administration）和美國海岸警備隊（U.S. Coast Guard）管轄。

貳、主管機關

美國消費產品安全法所稱之主管機關，為消費產品安全委員會。

依據消費產品安全法所設置之消費產品安全委員會，乃由總統直接管轄之聯邦機構。消費產品安全法給予消費產品安全委員會極為廣泛之權力處理產品安全相關問題，包括訂定產品安全標準之權力，亦賦予其權力召回對消費者有不合理風險之產品，例如對消費者具有實質傷害或死亡風險之產品，故消費產品安全委員會在產品安全之保障上具有重要地位。

為使消費產品安全委員會得以良好運作，消費產品安全法對於消費產品安全委員會之組成方式和權責設有詳盡規定，包括委員之產生方式、任期和資格等¹⁹¹，以及委員會應就美國境內自製或進口銷售之產品，進行產品安全相關之調查、研究和分析¹⁹²。

監督產品之安全時，若消費產品安全委員會發現消費產品具有立即或合理之

¹⁹¹ 參閱消費產品安全法第 4 條。

¹⁹² 參閱消費產品安全法第 5 條。

風險，將導致死亡、嚴重疾病或嚴重之個人傷害，依據消費產品安全法第 12 條，其得向地方法院提起訴訟，請求扣押該產品。此時法院得裁定為暫時性或長期性之補救措施，包括以強制命令透過對於該產品之通知，使購買該產品之消費者可得知召回、修補、替換或退款方式。須注意的是，法院為上述之裁定時，應判斷採取之措施是否確實具有必要性。

參、 監督管理機制

(一) 製造者責任

在消費產品安全法下，產品製造者所負有之義務，包括標示義務、通報義務和採取預防損害發生措施之義務。

根據消費產品安全法第 14 條第 1 項，產品製造者負有產品標示義務。其應標示遵守所有與該產品相關之安全規定的保證，並且應詳細說明規定適用之標準。

若產品無法符合消費產品安全規範或消費者安全委員會依法所採之自願性消費產品安全標準、具有實質產品危險¹⁹³之瑕疵或具有造成不當死亡或傷害之風險，根據消費產品安全法第 15 條第 2 項，產品製造者負有通報消費產品安全委員會之義務，惟其若知悉消費產品安全委員會已被告知該產品具有缺陷、違反規定或具有其他危險情事，則可免除此項義務。

根據消費產品安全法第 15 條第 3 項和第 4 項，產品製造者於通報消費產品安全委員會，而安全委員會在提供公聽會與相關利益之人後，若認定該於市場上販售之產品具有實質危險，且須以命令通知方足以保護民眾免受此一危險時，得以命令命令產品製造者採取一定之預防損害發生措施。

¹⁹³ 參閱消費產品安全法第 15 條第 1 項，實質產品危害 (substantial product hazard) 係指產品未能符合消費產品安全規範而對大眾造成之實質危險，或者產品瑕疵造成對大眾之實質危險。



(二) 經銷者責任

根據消費產品安全法第 15 條第 3 項和第 4 項，和產品製造者相同，產品經銷者亦負有通報義務和採取補救措施之義務。

(三) 零售者責任

根據消費產品安全法第 15 條第 3 項和第 4 項，和產品製造者相同，產品零售者亦負有通報義務和採取補救措施之義務。

(四) 主管機關責任

消費產品安全法第 14 條賦予消費產品安全委員會權限，其可規定產品製造者於產品標籤上，提供產品之製造地，製造日期，便於消費者辨別產品製造者之適當標示和產品符合應遵守之產品安全規定之證明等。

而根據消費產品安全法第 15 條第 3 項，消費產品安全委員會接獲產品製造者、經銷者或零售者通報，或受到告知後，應舉行公聽會，給予具有相關利益者，包括消費者和消費者團體參與之機會。若消費產品安全委員會最後認定該產品確實具有實質危險，且須以命令方式進行通知，始足以保護民眾免受該實質危險時，應以命令要求產品製造者、經銷者或零售者採取一定行為以預防損害發生，包括：

- 1、公開通知公眾該產品之缺陷或產品未符合規定之情事。
- 2、以郵件通知該產品所有製造者、經銷者和零售者。
- 3、以郵件通知知悉該產品被運送或販售，而應給予通知之人。

除此之外，根據消費產品安全法第 15 條第 4 項，消費產品安全委員會得以命令要求該產品之製造者、經銷者和零售者採取下列措施：

- 1、修補該產品之瑕疵，使其符合相關產品安全規定。

2、提供符合安全規定之相似或同等產品使消費者得以更換。

3、返還購買該產品時之金額。

當消費產品安全委員會對於該產品之製造者、經銷者或零售者為上述要求時，消費產品安全法給予產品製造者、經銷者和零售者選擇實施上述何種措施之權利，使其可評估情況後決定採取何種措施。無論如何，受補償之民眾在獲得補償時應毋須花費任何費用，甚至對於其獲取補償時所發生之任何合理可預見的費用，產品製造者、經銷者或零售者亦應一併補償¹⁹⁴。

除可採取上述之行動外，消費產品安全法第 15 條亦賦予消費產品安全委員會權力，在其有理由相信一產品具有實質產品危險而發布命令時，得向地方法院申請發布預先禁制令，禁止該受審查之產品銷售，並且得向該發布法院申請延長禁制令¹⁹⁵。

值得注意的是，消費產品安全法第 24 條就私人取得預先禁制令之規定，乃任何具有利害關係之人，包括個人、非營利團體、企業或其他個體，得向具有管轄權之法院提起訴訟，請求產品之製造者、經銷者或零售者執行消費產品安全法第 15 條所規定之命令，並且可取得禁制令。又為避免訴訟費用高昂形成起訴之障礙，亦規定法院得審酌是否符合司法利益，而補助依據本條規定提起訴訟之人其進行訴訟之成本，包括合理之律師費用和專家證人費用。

又消費產品安全法雖給予消費產品安全委員會在特定情況時，可主動採取行動之權力，例如前述向法院申請發布預先禁制令之權力，然要確保產品安全，仍須得到產品製造者、經銷者或零售者之配合，因此消費產品安全法就產品製造者、

¹⁹⁴ 參閱消費產品安全法第 15 條第 5 項。

¹⁹⁵ 參閱消費產品安全法第 15 條規定，除消費產品安全委員會外，檢察總署亦有申請發布預先禁制令之權限。

經銷者或零售者違反該法所規定之義務時，設有罰鍰規定¹⁹⁶。除此之外，因產品製造者、經銷者或零售者在產品可能造成公眾受傷或死亡時，應採取一定措施避免此種情況發生，其中影響最為嚴重、廣泛之措施乃產品召回，因此消費產品安全委員會對於召回商品之標準提出建議，其以風險之嚴重程度將情況分為三類，分別是 A 類危害、B 類危害和 C 類危害。

A 類危害，係指容易或非常容易發生有關死亡、慘重（grievous）傷害或疾病之風險，或者非常容易發生嚴重（serious）傷害或疾病。

B 類危害，係指不易發生有關死亡、慘重傷害或疾病之風險，但有可能會發生，或容易發生嚴重傷害或疾病之風險，又或者非常容易發生中度傷害或疾病之風險。

C 類危害，則係指不易發生但有可能會發生嚴重傷害或疾病之風險，或雖不易發生中度傷害或疾病，然仍有可能發生之風險¹⁹⁷。

提出此一分類之目的，在於幫助依法負有召回義務者判斷是否應實施召回行動，以及該如何實施召回行動，尤其是對於非製造產品者，因其對於產品掌握之資訊不似產品製造者充足，然有時其較產品製造者更須快速判斷是否應實施產品召回行動，此種分類方式有助於提高其決策效率。

在決策之判斷過程中，面對可能造成重大危害之產品，須先初步判定該產品之危害等級，進而決定產品召回之程序。A 類危害具有非常容易發生死亡、慘重傷害或災難性的（catastrophic）財產損害之風險；B 類危害則係可能容易發生死

¹⁹⁶ 參閱消費產品安全法第 19 條和第 20 條。

¹⁹⁷ “Class A Hazard: Exists when a risk of death or grievous injury or illness is likely or very likely, or serious injury or illness is very likely; Class B Hazard: Exists when a risk of death or grievous injury or illness is not likely to occur, but is possible, or when serious injury or illness is likely, or moderate injury or illness is very likely; Class C Hazard: Exists when a risk of serious injury or illness is not likely, but is possible, or when moderate injury or illness is not necessarily likely, but is possible.” U.S. Consumer Product Safety Commission, Recall Handbook, 14-15 (2012).

亡、慘重傷害或嚴重的財產損失，或非常容易發生從中度變成嚴重的傷害和財產損害；C類危害則指可能但不太容易發生中度傷害或對於財產之可觀損害損害之風險¹⁹⁸，因A類危害最具危險性，故需要最高程度之關注，此時負有召回義務者須採取立即且全面之補救措施，以查明並通知擁有缺陷產品之消費者、零售者和經銷者，並透過維修、更換產品、退款或其他措施以彌補該產品之缺陷；B類危害之嚴重程度較低，採取補救措施之急迫性亦較低；C類危害更為次之。須注意的是，不論產品之缺陷被判定會造成A類危害、B類危害或C類危害，皆代表該產品缺陷已創造一可觀之產品危害，故皆須採取補救措施以減少風險發生之機會。

第五節 中國大陸

中國大陸有關消費者保護和產品安全之法律，例如侵權責任法、消費者權益保護法、產品品質法等並未使用企業經營者一詞，而係在個別法規中，分別使用生產者和銷售者一詞。

有關生產者和銷售者之意義，本文將於介紹各法規時一併介紹之，然因中國並未使用企業經營者一詞，而企業經營者之範圍和生產者、銷售者可能存在落差，故本文說明、分析中國大陸有關消費者保護和產品之法律時，將避免使用企業經營者一詞，而依照討論之情況，僅使用法規使用之生產者和銷售者。

中國大陸之法律要求生產者和銷售者在特定情況下，應採取行動避免人身、財產損害發生之義務，此類義務之理論基礎，中國係採取德國法上社會交易安全義務（Verkehrspflicht）理論。根據該理論，商品進入市場後，生產者和銷售者發現商品具有瑕疵而對於他人之人身及財產安全造成危害時，應採取行動避免危

¹⁹⁸ Randall L. Goodden, *Preventing and Handling Product Liability*, New York: M. Dekker, 163 (1996).

害發生，例如召回該具有危害之商品¹⁹⁹。

關於生產者和銷售者對於可能造成危害之商品負有採取行動，避免危害發生之規定，侵權責任法、消費者權益保護法和產品品質法適用於所有類別之產品，本文將一一介紹。



壹、侵權責任法

一、法規簡介

侵權責任法於 2009 年 12 月 26 日通過，自 2010 年 7 月 1 日起施行。其所規範者，顧名思義，乃各種侵權責任之成立要件和法律效果，因此並非專門規範產品責任之法規。

二、生產者和消費者責任

侵權責任法中，與產品侵權責任有關之規定乃第 41 條至第 47 條共 7 條法規，規範在何種情況下，產品生產者和銷售者負有侵權責任，其中第 46 條即係規定生產者和銷售者對於缺陷產品負有採取行動，避免損害發生之義務。

根據侵權責任法第 46 條，若產品進入市場之後被發現存在缺陷，則產品之生產者和銷售者應及時採取警示或召回等補救措施，若其未及時採取措施或採取之措施不足而造成損害，應對該受有損害之人負有侵權責任。

據此可知，產品具有缺陷時，負有採取補救措施之義務者，乃產品之生產者和銷售者。而此義務之違反，不限於產品生產者和銷售者未採取補救措施之情況。若產品生產者和銷售者採取措施，惟非及時為之或採取之措施不力，仍屬義務之

¹⁹⁹ 李鳳翱（2011），《從消費者保護論兩岸企業經營者防止危害發生之義務》，頁 69，私立東吳大學法律學系中國大陸法律碩士在職專班碩士論文。

違反，就此所致之損害負有侵權責任。

有關預防損害發生措施之種類，侵權責任法第 46 條雖僅提及警示和召回兩種，然此為例示規定，因此非僅限此二種措施。若商品流通進入市場後被發現具有缺陷，產品生產者和銷售者即應視情況而決定採取警示、下架、召回檢修、召回更換零件、召回更換商品、召回返還購買時價額或其他補救措施，各種補救措施之採取應非互斥，且產品生產者和銷售者不因已採取一項補救措施即可被認為已履行其義務²⁰⁰。

貳、消費者權益保護法

一、法規簡介

消費者權益保護法於 1993 年 10 月 31 日通過，於 1994 年 1 月 1 日施行後，至今經歷過兩次修改，目前施行之版本乃 2013 年修正，於 2014 年 3 月 15 日施行之版本。

消費者權益保護法之規範，乃針對消費者之權利、經營者之義務、國家對消費者權益之保護責任、消費者組織、消費爭議發生時之解決方式以及經營者之法律責任等。

二、定義釐清

(一) 消費者

消費者權益保護法所稱之消費者，法規未有明文定義，惟根據消費者權益保護法第 2 條規定，消費者為生活消費需要而購買、使用商品或接受服務時，其權益受消費者權益保護法保護。據此可推知，消費者權益保護法保護之主體為消費

²⁰⁰ 李鳳翔（2011），前揭註 199，頁 71。

者，而消費者乃為生活需要而購買、使用商品或接受服務者。

(二) 經營者

消費者權益保護法亦未就經營者有明文定義，然根據該法第 3 條規定，經營者為消費者提供其生產、銷售的商品或者提供服務時，應遵守消費者權益保護法，若該法未有規定，則應遵守其他有關法律或法規。據此可推知，消費者權益保護法所稱之經營者，係提供其所生產之商品、銷售商品或提供服務與消費者之人。

三、 監督管理機制

(一) 經營者責任

經營者負有防止損害發生或預防損害擴大之義務。其發現所提供之產品或服務存在缺陷，具有危害人身、財產安全之危險時，應立即向有關行政部門報告並告知消費者，同時採取停止銷售、警示、召回、無害化處理、銷毀、停止生產或服務等措施，且應承擔消費者因商品召回所支出之必要費用²⁰¹。

(二) 國家機關責任

國家機關應在職責範圍內，定期或不定期對經營者提供之商品或服務進行抽查檢驗，並及時向公眾公布抽查檢驗之結果²⁰²。若發現並認定經營者提供之商品或服務存在缺陷，具有危及人身、財產安全之危險時，應令經營者採取停止銷售、警示、召回、無害化處理、銷毀、停止生產或服務等措施²⁰³。

參、 產品品質法

一、 法規簡介

²⁰¹ 參閱消費者權益保護法第 19 條。

²⁰² 參閱消費者權益保護法第 33 條第 1 項。

²⁰³ 參閱消費者權益保護法第 33 條第 2 項。

產品品質法係於 2000 年 7 月 8 日經全國人民代表大會常務委員會通過，2000 年 9 月 1 日實施。目前施行之版本，為 2009 年 8 月 27 日所修正之版本。

產品品質法適用範圍，及於所有於中國境內從事產品生產及銷售之人²⁰⁴，惟排除建設工程之適用，然若是建設工程使用之建築材料、配件和設備屬於產品品質法所稱之產品，仍適用產品品質法²⁰⁵。

二、主管機關

根據產品品質法第 8 條，主管全國產品品質監督之主管機關，為國務院產品品質監督部門。其有關部門於職責範圍內，負責產品之監督工作；縣級以上地方產品品質監督部門，主管本行政區域內之產品品質監督工作；縣級以上地方人民政府有關部門，則於各自職責範圍內負責產品品質監督工作。

三、定義釐清

(一) 產品

產品品質法所稱之產品，係指經過加工、製作而用於銷售之產品²⁰⁶。

(二) 缺陷

根據產品品質法第 46 條，產品品質法所指之「缺陷」，係指產品存在危及人身、他人財產安全之不合理危險，若產品有保障人體健康和人身、財產安全之國家標準或行業標準，則產品之缺陷係指不符合該標準。

四、監督管理機制

(一) 生產者責任

²⁰⁴ 參閱產品品質法第 2 條第 1 項。

²⁰⁵ 參閱產品品質法第 2 條第 3 項。

²⁰⁶ 參閱產品品質法第 2 條第 2 項。

產品生產者負有產品品質責任²⁰⁷。

根據產品品質法第 26 條，生產者應對其所生產之產品品質負責。其所生產之產品品質，須符合下述要求：

1、不存在危及人身、財產安全之不合理危險，若有保障人體健康和人身、財產安全之國家標準、行業標準，應符合該標準。

2、原則上應具備產品應當具備的使用性能，例外對產品存在使用性能之瑕疵已有所說明時可免除此一責任。

3、應符合產品或其包裝上註明採用之產品標準。

除提供符合標準或要求之產品外，生產者亦負有標示義務，必須確保其生產之產品或包裝上之標示真實且符合法規，例如須有中文標明產品名稱、生產廠之廠名和廠址，限期使用之產品應在顯著位置標示生產日期及安全使用日期，使用不當易造成產品本身損壞或可能危及人身安全、財產安全之產品，亦應有警示標誌或中文警示說明等²⁰⁸，違反亦有懲罰之規定²⁰⁹。

（二）銷售者責任

銷售者之義務，除不得銷售不符合保障人體健康、人身安全和財產安全標準或要求之工業產品²¹⁰外，亦負有標示之義務，須確保其銷售之產品，產品標示符合法規規定²¹¹。

此外其應採取措施確保所銷售之產品品質²¹²。若其銷售之產品有下述情況之任何一種，則應擔負修理、更換、退貨之責任；若購買產品之消費者因而受有損

²⁰⁷ 參閱產品品質法第 4 條。

²⁰⁸ 參閱產品品質法第 27 條。

²⁰⁹ 參閱產品品質法第 54 條。

²¹⁰ 參閱產品品質法第 13 條。

²¹¹ 參閱產品品質法第 36 條。

²¹² 參閱產品品質法第 34 條。

失，銷售者亦應賠償其損失：

- 1、產品不具備產品應當具備之使用性能而事先未有說明。
- 2、產品不符合產品或其包裝上註明採用之產品標準。
- 3、產品不符合以產品說明、實物樣品等方式表明之品質。



若生產者或其他向銷售者提供產品之人應為前述情況負責，銷售者得在修理、更換、退貨或賠償損失後，向生產者或其他提供產品之人請求賠償其所受之損失²¹³。

(三) 國家機關責任

產品品質法並未規定產品具有缺陷，而生產者和銷售者負有採取補救措施之義務時，國家機關於其中扮演何種角色，僅規定國家機關監督檢查制度主要實行方式。

根據產品品質法第 15 條第 1 項規定，國家機關之監督，主要為對產品進行抽樣調查，負責之主管機關乃國務院產品品質監督部門。除此之外，縣級以上之地方產品品質監督部門在其行政區域內亦可進行。

若國家機關抽查發現一產品之品質不符合前述標準或要求，則應令產品生產者、銷售者限期改正，逾期不改正，則予以公告，若公告後經複查仍不符合者，則令其停業，限期整頓，若期滿後仍不符合，吊銷營業執照²¹⁴。

²¹³ 參閱產品品質法第 40 條。

²¹⁴ 參閱產品品質法第 17 條。

以下表格內容乃就前述所介紹之各國立法例所為之整理。

各國立法例之介紹				
	商品	主管機關	責任主體	預防措施
澳洲	一般消費性商品	1.澳洲競爭與消費委員會 2.各州、各領地消費機關	商品提供者	禁令、召回
	特定性商品	視商品種類而定		
歐盟	為供消費者使用，或非為供消費者使用，然在合理可預見之情況下可能為消費者使用之產品		製造者、經銷者	上市前：風險評估； 上市後：生產控管、後續預防措施、提供資訊
英國	為供消費者使用，或非為供消費者使用，然在合理可預見之情況下可能為消費者使用之產品	1.英國商業、創新及技術部 2.執行：由地方機關負責	製造者、經銷者	暫時停工通知、要求標示之通知、警告通知、下架通知、召回通知
美國	消費產品	消費產品安全委員會	製造者、經銷者、零售者	標示義務、通報義務、補救措施
	特定產品	視商品種類而定		
中國大陸	商品	各級人民政府工商行政管理部門和其他有關行政部門	經營者	停止銷售、警示、召回、無害化處理、銷毀、停止生產

比較上述各國之立法例，可發現各國多將商品分為兩類，一類類似於和我國消費者保護法定義之「商品」，通常由各國一般之消費者保護法所規範，一類則

係種類較為特殊之商品，而另有其他特別法規之。主管機關亦會因商品種類是否由特別法規而有所不同。

至於責任主體之部分，各國立法係大同小異，多課予商品製造者或經銷者預防損害發生之義務，較為特別的係澳洲 2010 年競爭與消費者法中，凡提供商品者皆具有預防損害發生之義務。

就預防損害發生措施之部分，澳洲 2010 年競爭與消費者法主要為禁令及召回，歐盟一般產品安全指令於產品上市後就生產之控管、後續預防措施及提供資訊等部分有所規範，英國 2005 年一般產品安全法則有暫時停工通知、要求標示通知、警告通知、下架通知及召回通知，美國消費產品安全法則規範標示義務、通報義務及應採取補救措施等，而中國大陸之侵權責任法、消費者權益保護法及產品品質法則分別就停止銷售、警示、召回、無害化處理、銷毀、停止生產等措施有所規範。比較前述各國之立法例，各國就預防損害發生之措施細部處理可能有不同之處，且規範有較為具體者，亦有較為簡略者，然大致可分為禁止產品進入或繼續進入市場之措施及產品進入市場後之召回措施，若就召回產品後之措施有所規範，則可再分為徹底將產品排除於市場之外之措施，及去除產品危險後返還予消費者之措施。由此可知，各國為預防損害發生之發生所採取之手段有其相似之處，此應係不論各國體制如何，現實中欲有效預防損害發生之手段皆大同小異所致。

第五章 消費者保護法第十條之分析

消費者保護法第 10 條乃企業經營者負商品召回義務之明文規定。

根據消費者保護法第 10 條，企業經營者應召回商品、停止服務之情況有兩種：一、有事實足認其提供之商品或服務有危害消費者安全與健康之虞（消費者保護法第 10 條第 1 項）；二、商品或服務有危害消費者生命、身體、健康或財產之虞，而未於明顯處為警告標示，並附載危險之緊急處理方法者（消費者保護法第 10 條第 2 項）。上述二類情事發生時，企業經營者負有召回商品、停止服務之義務。須注意的是，消費者保護法第 10 條第 1 項但書設有排除前述義務之規定，即企業經營者之必要處理若已足以除去其危害，則其毋須召回商品或停止服務，由此可看出商品召回和服務停止之最後手段性。

本章之主要內容，即係就消費者保護法第 10 條規定說明並分析企業經營者預防損害發生之義務，並探討消費者保護法第 10 條中消費者之地位。惟在討論前述之問題前，將先簡單介紹消費者保護法之立法目的，並釐清產品責任和商品責任、召回和回收之概念，以利討論。

第一節 消費者保護法立法目的

消費者保護法第 1 條第 1 項規定：「保護消費者權益，促進國民消費生活安全，提昇國民消費生活品質。」據此，消費者保護法之立法目的乃消費者權益之保護。惟消費者保護法之立法目的除保障消費者之權利外，尚有提升商品和服務品質以促使企業良性發展，對經濟和社會造成良好影響²¹⁵。

綜上可知，消費者保護法一方面保障消費者之權益，一方面藉由提生商品和

²¹⁵ 參閱消保會網站：

http://www.cpc.ey.gov.tw/News_Content.aspx?n=C7CCFBC3A81035CF&sms=269B2A0B3B272499&s=07E35E0498963E7F（最後瀏覽日：6/5/2016）。

服務品質以促進企業良性發展，故在討論消費者保護法有關之問題時，除須注意到消費者保護外，亦須注意對企業之影響。

若以本文討論之企業經營者預防損害發生義務為例，企業經營者負有採取措施預防損害發生之義務，然非謂一發生商品或服務有危害消費者安全與健康之虞之情事。企業經營者即須採取商品召回或服務停止措施，若採取其他較輕微之手段，例如商品標示，即可避免損害之發生，則要求企業經營者應採取召回措施並銷毀商品或停止服務，顯不合理。企業經營者採取預防損害發生之措施須付出成本，採取之措施不同，花費之成本亦有不同，對於社會亦會產生不同影響，故應考量商品危險程度和情況緊急程度，給予企業經營者適當之決策空間，在消費者保護、對社會之影響和對企業經營者之影響間取得平衡。

又消費者保護法第 10 條之規範客體，包含商品和服務兩者，因企業經營者之商品責任和服務責任各自牽涉之問題範圍有所不同，故本文在此僅討論商品之部分。

第二節 名詞概念釐清

壹、產品責任和商品責任

民法第 191 條之 1 之商品製造人所負之責任，和企業經營者根據消費者保護法所負之責任，有以產品責任稱之²¹⁶，有以商品無過失責任稱之²¹⁷，有以商品責任稱之²¹⁸，有以商品製造人責任稱之²¹⁹，有認為商品責任和產品責任無區別者²²⁰。

²¹⁶ 王澤鑑（2009），《民法學說與判例研究（三）》，頁 173；郭麗珍（2001），前揭註 1，頁 4 以下。

²¹⁷ 王澤鑑（2015），前接註 16，頁 721 以下，台北：自刊。

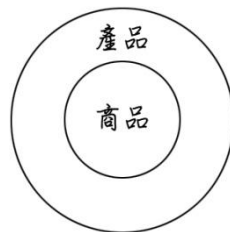
²¹⁸ 姚志明（2004），〈消費爭議與民法及消保法適用之問題：以商品買賣責任為例〉，《月旦法學雜誌》，第 110 期，頁 9。

²¹⁹ 王澤鑑（2009），〈商品製作人責任〉，《民法學說與判例研究（一）》，頁 357；朱柏松（1999），前揭註 41，頁 15 以下。

²²⁰ 詹森林（2003），前接註 48，頁 194 以下。

使用之名詞雖有不同，皆係指相同之責任，因此文獻上似未就二者有所區分。

若以文義論斷，產品一詞之範圍似較商品為廣泛。產品，凡生產之物品均屬之²²¹，例如農產品、畜產品、工業產品等；商品一詞則著重涉及買賣或其他交易活動之物品。一樣物品為商品，則必為產品，一樣物品為產品，卻可能非商品，例如蘋果仍長於樹上時，因尚未摘下可供買賣，可能僅係產品，而非商品，此時商品和產品即有不同，而商品責任和產品責任之意涵亦有不同，若以圖示呈現，二者應屬同心圓關係，如圖示一所示。



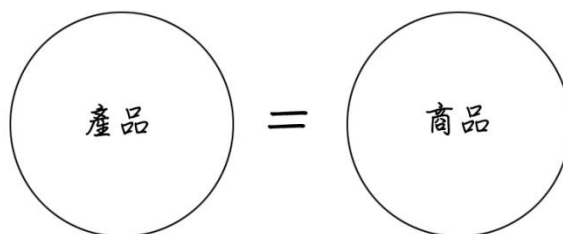
圖示一

惟產品和商品縱然文義有所不同，從法律之觀點，產品製造人若未將產品流通進入市場，即無造成損害之可能，不論民法、消費者保護法或其他法規，亦無另行規範產品製造人責任之必要，例如有人竊取尚處於實驗階段、未流通進入市場中之產品，不論其因自身使用產品導致自身損害，或將產品給予他人使用造成他人受有損害，產品製造人就該產品所造成之損害原則上皆不負有損害賠償責任。因此於探討產品製造人責任時，產品責任亦會限於探討產品流通進入市場後所生之責任歸屬問題，此時即無區分商品責任和產品責任之實益。

此外比較法上，歐盟一般產品安全指令中之“product”，一般皆翻譯為「產品」，惟歐盟一般產品安全指令所指之「產品」，指包含服務之提供在內，以予消費者

²²¹ 參閱教育部重編國語辭典修訂本網站：
<http://dict.revised.moe.edu.tw/cgi-bin/cbdic/gsweb.cgi?ccd=fPvUpp&o=e0&sec=sec1&op=v&view=0-1> (最後瀏覽日：6/5/2016)。

使用為目的，或非予消費者使用為目的，惟在合理可預見之情況下可能被消費者所使用，而不論是否具有對價，於商業活動之過程中被提供與消費者或消費者可取得之。新品、舊品或經修理後之產品均屬之。又此一定義不適用於供應者已明確告知其提供產品之人，該產品乃作為古董之二手商品或須在使用前修復、翻新之產品²²²；英國 2005 年一般產品安全法中之「產品」，和歐盟一般產品安全指令相類似，其所規範之「產品」亦近似於我國消費者保護法規範之「商品」，而非字面意義之「產品」。由此可知，「產品」和「商品」有時僅係翻譯之不同，所指之內容並無差別，此時二者關係如圖示二所示。



圖示二

綜上所述，產品和商品二詞用語不同，意涵亦有些許差別，惟商品責任和產品責任之內容似無不同之處，且亦無區分實益，因縱然使用產品責任一詞稱呼消費者保護法第 7 條至第 10 條之企業經營者責任，產品亦須流通進入市場始具有法律上之意義。又比較法上，歐盟一般產品責任安全指令中，“product”一詞，一般皆翻譯為「產品」，然探究其意義，亦接近於我國消費者保護法之「商品」，因而產品責任和商品責任可能僅係翻譯上之區別，二者實際上探討之問題並無不同。因消費者保護法使用「商品」一詞，故本文使用「商品責任」一詞稱呼企業經營者根據消費者保護法所負之責任。

貳、召回與回收

²²² 參閱一般產品安全指令第 2 條第 1 款。

參照國外立法例，企業經營者因商品具有危險而取回已流通進入市場中之商品，不論其採取之手段為何，亦不論商品取回之後其後續處理為何，皆使用“recall”一詞。

觀察我國消費者保護法和其他就特定種類商品所訂定之特別法，其針對企業經營者，在其設計、生展、製造、銷售或進口之商品具有危害消費者之安全與健康之虞時，所採取之將該商品由市場中取回之措施，並無統一用語。

部分法規使用「回收」一詞，例如消費者保護法第 10 條第 1 項規定：「企業經營者於有事實足認其提供之商品或服務有危害消費者安全與健康之虞時，應即回收該批商品或停止其服務……」同法第 36 條規定：「直轄市或縣（市）政府對於企業經營者提供之商品或服務，經第 33 條之調查，認為確有損害消費者生命、身體、健康或財產，或確有損害之虞者，應命其限期改善、回收或銷燬……」食品安全衛生管理法第 7 條第 4 項規定：「食品業者於發現產品有危害衛生安全之虞時，應即主動停止製造、加工、販賣及辦理回收，並通報直轄市、縣（市）主管機關。」同法第 51 條第 1 款規定：「有下列情形之一者，主管機關得為處分如下：一、有第 47 條第 13 款規定情形者，得暫停受理食品業者或其代理人依第 30 條第 1 項規定所為之查驗申請；產品已放行者，得視違規之情形，命食品業者回收、銷毀或辦理退運。」²²³。

部分法規則使用「召回」一詞，例如公路法第 63 條之 1 條第 1 項規定：「電車或汽車、車身製造廠及電車或汽車進口商、進口人，對其已出售之電車或汽車，於有事實足認有重大危害行車安全之虞時，應即召回改正。」同條第 2 項則規定：「中央公路主管機關認為電車或汽車、車身製造廠及電車或汽車進口商、進口人提供之電車或汽車有重大危害行車安全之虞時，經進行調查及確認後，應責令製

²²³ 除食品安全衛生管理法第 7 條第 4 項和第 51 條第 1 款規定外，同法第 4 條第 5 項第 2 款、第 44 條第 1 項第 3 款、第 52 條第 1 項第 3 款、第 52 條第 2 項和第 3 項和第 53 條等規定同樣皆使用「回收」一詞。

造廠、進口商或進口人將已出售之電車或汽車限期召回改正。」²²⁴

亦有法規使用「收回」一詞，例如藥事法第 80 條第 1 項規定：「藥物有下列情形之一，其製造或輸入之業者，應即通知醫療機構、藥局及藥商，並依規定期限收回市售品，連同庫存品一併依本法有關規定處理……」除此之外，同條第 2 項規定：「製造、輸入業者回收前項各款藥物時，醫療機構、藥局及藥商應予配合。」同條第 3 項規定：「第一項應回收之藥物，其分級、處置方法、回收作業實施方式及其他應遵循事項之辦法，由中央衛生福利主管機關定之。」則係使用「回收」一詞。

有論者認為，回收和召回為兩種不同概念，召回偏向企業經營者主動所為，回收則為企業經營者受到外在力量強制回收產品，主管機關和企業經營者各自之地位和職責在回收和召回之情況會有所不同。在召回之情況，企業經營者乃為維護企業商譽而主動採取召回措施，因主動召回乃企業之自律行為，此時主管機關僅從事立法和監督工作，僅在特定情況下對企業經營者予以處罰；在回收之情況，因企業經營者已缺乏誠信和自律，故由主管機關介入，要求企業經營者必須採取行動²²⁵。惟觀察我國法規，可看出我國法應非以企業主動採取或應主管機關要求採取措施作為召回和回收之區別標準，其中消費者保護法第 10 條、第 36 條和公路法第 63 條之 1 第 1 項和同條第 2 項，恰好可分別作為我國法上，「回收」和「召回」並非以企業經營者是否主動為之作為區分標準之例證。

消費者保護法第 10 條乃規定企業經營者應主動召回之情況；消費者保護法第 36 條則係規定主管機關得要求企業經營者回收商品或停止服務之情況。一為

²²⁴ 除此之外，公路法第 77 之 1 第 5 項規定亦使用「召回」一詞，根據公路法第 63 條之 1 第 3 項訂定之汽車安全性調查召回改正及監督管理辦法亦使用同一詞。

²²⁵ 呂翊丞（2006），《汽車產品責任及召回制度之研究》，頁 106-107，國立成功大學法律學系碩士論文。論者尚提及此種差別亦會造成企業經營者支出成本不同，召回僅係對特定產品之特定部份修理或更換，產品本身並未退出市場，故企業經營者之成本較少，而回收則是舊產品全部回收或銷毀，產品退出市場。惟本文認為此種說法尚有待商榷，按論者所述，召回係企業經營者自律之展現，故亦可能全面性召回並使產品退出市場。

企業經營者主動為之，一為企業經營者應主管機關要求為之，而皆使用「回收」一詞。公路法第 63 條之 1 第 1 項則規定電車或汽車、車身製造廠及電車或汽車進口商、進口人應主動召回汽車或電車之情況，同條第 2 項則係規定主管機關得要求電車或汽車、車身製造廠及電車或汽車進口商、進口人召回之情況。一為企業經營者主動為之，一為企業經營者應主管機關要求為之，而皆使用「召回」一詞。據此，我國法使用「回收」或「召回」一詞，似非以企業經營者主動實施或應主管機關要求被動實施為區別標準。

「回收」和「召回」之區別似在於「回收」，乃針對企業經營者徹底將商品排除於市場之情況，意即其取回商品後，不再就商品進行維修或補強後返還與消費者；「召回」，則包含所有企業經營者由市場中取回具有安全和健康疑慮之商品之措施，例如取回後銷毀並退還款項、取回後更換類相同種類和類似品質之商品、取回後就商品進行維修補強後返還等皆屬之，因此召回之意涵較回收廣泛。

以前述之法規為例，食品安全衛生管理法針對食品和食品包裝物乃使用回收一詞，應和現實中往往將具瑕疵之食品或其包裝物徹底排除於市場，而不再返還與消費者有關。公路法針對汽車係使用召回一詞，可能和現實中一旦汽車具有瑕疵，並非將其從此排除於市場之外，而係改善瑕疵，例如更換汽車之零件後，再將汽車返還與車主有關。

消費者保護法第 10 條使用之詞為「回收」，若按照前述之解釋，乃企業經營者徹底將具有健康和 safety 疑慮之商品徹底排除於市場之情形，然考量消費者保護法所稱之商品，除特別法另有規定，包含所有類型之商品，部分商品一旦具有危害消費者健康和 safety 之虞，即須將其徹底排除於市場，部分商品則無需如此，企業經營者由市場中取回商品修正或補強之後，即可將商品返還消費者，且召回商品進行維修或補強之措施若係屬於消費者保護法第 10 條第 1 項但書所稱之其他必要處理，則回收和召回之強度即有差別，然企業經營者不論最後是否將商品

銷燬，由市場上將商品取回之措施對其本身、消費者和市場之影響皆同等重大，亦同樣具有最後手段性，應無區分之理由。因此消費者保護法第 10 條使用「召回」一詞似較「回收」妥適，惟此有待立法者進行修正。於法規修正之前，消費者保護法第 10 條之「回收」，宜解釋為「召回」之意，本文在此亦使用「召回」一詞。

第三節 消費者保護法第十條之分析

壹、主體

一、保護主體

(一) 消費者

消費者乃消費者保護法之保護主體，從消費者保護法之立法目的和本法諸多規定²²⁶可得而知。而消費者保護法第 10 條第 1 項本文規定：「企業經營者於有事實足認其提供之商品或服務有危害消費者安全與健康之虞時，應即回收該批商品或停止其服務。但企業經營者所為必要之處理，足以除去其危害者，不在此限。」由此可知，本條規定之保護主體亦為消費者。

至於何者為消費者保護法所稱之「消費者」，此一問題涉及「消費」之認定。我國消費者保護法所稱之「消費者」，乃以消費為目的而為交易、使用商品或接受服務之人(消費者保護法第 2 條第 1 款)。根據前行政院消費者保護委員會(84)台消保法字第 00351 號解釋之內容，消費者保護法所稱之「消費」，原則上係指不再用於生產之情形下所為之最終消費，此項解釋為實務普遍採納²²⁷。然此一解

²²⁶ 參閱消費者保護法第 4 條、第 7 條、第 10 條之 1、第 11 條、第 11 條之 1、第 12 條、第 13 條、第 14 條、第 18 條、第 19 條、第 20 條、第 21 條、第 22 條、第 22 條之 1、第 23 條和第 25 條。

²²⁷ 詹森林(2014)，〈被害人濫用商品與企業經營者之消保法商品責任：最高法院 103 年度台上字第 244 號裁定之評釋〉，《月旦民商法雜誌》，第 45 期，頁 8。

釋適用時，可能發生同一商品於同一時間，對於某人乃用於生產，對於因該商品使用而受有損害之另外一人，究竟屬於用於生產或屬於最終消費具有爭議之情況²²⁸。例如火鍋店購買電磁爐供顧客煮食鍋物，電磁爐於店員幫顧客開啟時起火燃燒，造成店員手部灼傷，此時對火鍋店而言，電磁爐之使用係用於生產，對店員而言，其為火鍋店之受雇人，因職務而須使用該商品時，因商品缺陷而受有損害，此時其使用係用於生產，或最終消費，不無疑問。

有學者於探討消費者保護法第 7 條第 3 項之構成要件時，認為消費者保護法第 7 條第 3 項之消費，不應限於最終消費，消費者亦不應限於不再用於生產而最終消費商品或接受服務之人²²⁹。因消費者保護法所規定之商品責任，相較於民法，其特色在於改變責任主體歸責事由，將民法第 184 條之行為人過失責任和民法第 191 條 1 之商品製造人推定過失責任，轉變為企業經營者之無過失責任，而針對保護主體消費者保護法和民法並無不同，不以和行為人、商品製造人或企業經營者就商品訂有契約為必要，而應包含「一切因商品有消保法所定欠缺科技或專業水準可合理期待安全性，而受損害之任何人」²³⁰。至於前行政院消費者保護委員會（84）台消保法字第 00351 號解釋，其原則上雖認為「消費」係指不再用於生產之最終消費，其亦提到「此種見解是否得適用於消費者保護法所定之一切商品或服務之消費，仍應就實際個案認定之。」因此縱然前行政院消費者保護委員會就「消費」有所解釋，仍應就實際個案探討是否適用之，而於消費者保護法第 7 條第 3 項，此一解釋應不適用，因此若係因職務使用商品或接受服務，而因商品不符合流通進入市場當時可合理期待之安全性缺陷而受有損害之人，亦可根據消費者保護法第 7 條第 3 項向企業經營者請求損害賠償²³¹。

縱然消費者保護法第 7 條係規範企業經營者之損害賠償責任，而和消費者保

²²⁸ 詹森林（2014），前揭註 227，頁 9。

²²⁹ 詹森林（2014），前揭註 227，頁 11。

²³⁰ 詹森林（2014），前揭註 227，頁 10。

²³¹ 詹森林（2014），前揭註 227，頁 11。

護法第 10 條規範企業經營者之商品召回責任有所不同，惟消費者保護法第 10 條亦為侵權責任，消費者和企業經營者就商品或服務是否具有契約皆不影響企業經營者基於消費者保護法第 10 條所負之責任，因此前述關於「消費者」之解釋亦應可適用於消費者保護法第 10 條，則不論使用商品、接受服務是否屬於最終消費，凡因商品或服務具有危害健康和 safety 之虞而可能受有損害之人，皆屬消費者保護法第 10 條之保護主體。因企業經營者之商品召回責任乃全面性針對具有危害健康和 safety 之商品、服務所為，而未區分使用商品或服務是否屬非用於生產之最終消費，若以使用商品或接受服務之人係用於最終消費作為適用消費者保護法第 10 條之要件，則可能發生同一商品或服務，因使用商品或接受服務者使用之目的不同，而發生企業經營者對部分人負有消費者保護法第十條商品召回責任，對部分人不具有商品召回責任之矛盾，故消費者保護法第 10 條之「消費」，亦應不限於不再用於生產之最終消費，消費者，亦應不限於使用商品或接受服務係不再用於生產之最終消費之人，凡使用商品或接受服務之人皆屬之。

（二）第三人

消費者保護法就「第三人」之意義未有規範，實務和學說就此之定義則意見分歧。

實務上，最高法院 88 年台上字第 2842 號裁定指出：「按消費者保護法第七條第一項或第二項所規定之商品製造者侵權責任，須商品有安全或衛生上之危險，致生損害於消費者或第三人之生命、身體、健康、或財產。所謂消費者係指依消費目的而為交易、使用商品或接受服務之人；第三人則指製造者可預見因商品或服務不具安全性而受侵害之人。」其認為消費者保護法第 7 條第 3 項之「第三人」應以企業經營者有可預見性為限，因此系爭案例中，農場經營者購買水果選洗機置於工作場所中，幼童接近水果選洗機而因機械外露之鐵鏈齒盤絞斷，因幼童非製造者可預見商品不具安全性而受侵害之人，故無消費者保護法第 7 條適用餘地



學說上，學者有認同前述最高法院之見解，認為消費者保護法第 7 條第 3 項所稱之「第三人」，指「製造者可預見因商品或服務不具安全性而受侵害之人」²³³，惟其近來見解有所改變，認為我國消費者保護法就被害人保護範圍有所限制，比較法上並無類似立法例，立法政策容有疑問，為貫徹商品無過失責任之規範功能，解釋上應擴大消費者之範圍，及於法人和商品租用者，第三人亦應從寬認定，應包括凡消費者以外之被害人²³⁴。另有學者亦持相同見解，認為「凡商品已流通進入市場者，任何依該商品之標示說明，及該商品可期待之合理使用，而使用或消費該商品之人，即為消保法商品責任及服務責任規定所稱之『消費者』。」第三人，則係因商品欠缺可合理期待之安全性，於消費者使用或消費商品時造成損害時，消費者以外受有損害之被害人²³⁵。本文亦認為此一認定較為妥適，基於消費者保護法之立法目的，當商品欠缺可合理期待之安全性時，企業經營者本不應使其流通進入市場，若使其流通進入市場，就其所造成之損害，不論被害人是否為消費者，企業經營者對其皆應負損害賠償責任。

又消費者保護法中，將消費者以外之人明文列於保護主體之規定，僅消費者保護法第 7 條第 3 項，其規定：「企業經營者違反前二項規定，致生損害於消費者或第三人時，應負連帶賠償責任。但企業經營者能證明其無過失者，法院得減輕其賠償責任。」以汽車暴衝為例，若汽車流通進入市場時，具有不符合當時科技或專業水準可合理期待之安全性之缺陷，因而導致暴衝，致汽車駕駛、車上乘客和路上行人受傷，因駕駛和乘客乃使用汽車之人，其二人為消費者自無疑問，而路上行人雖非使用汽車之人，而非消費者保護法所稱之消費者，惟亦受消費者

²³² 另可參閱最高法院 98 年度台上字第 2273 號判決。

²³³ 王澤鑑（2009），前揭註 19，頁 258，台北：自刊。

²³⁴ 王澤鑑（2015），前接註 16，頁 732。

²³⁵ 詹森林（2007），〈消保法商品責任之消費者與第三人〉，《民事法理與判決研究（四）：消費者保護法專論（2）》，頁 41，台北：元照。

保護法第 7 條第 3 項保護，故和駕駛、乘客相同，皆可根據消費者保護法第 7 條第 3 項請求企業經營者負損害賠償責任。

消費者保護法第 10 條第 1 項規定：「有危害消費者安全與健康之虞」其僅提到消費者，未如同消費者保護法第 7 條第 3 項一般明文列出第三人，由法規文義來看，第三人似非消費者保護法第 10 條第 1 項保護主體。消費者保護法第 10 條第 1 項之所以未如同同法第 7 條第 3 項將第三人列為保護主體，立法理由未有說明，推測可能係因消費者保護法第 10 條乃商品召回之規定，目的在於預防損害之發生，和消費者保護法第 7 條第 3 項企業經營者損害賠償規定，目的在於填補損害有所不同。商品具有缺陷，可能僅對消費者造成損害，可能僅對第三人造成損害，亦可能同時對消費者和第三人皆造成損害，例如使用行動電源充電時，行動電源因缺陷而爆炸，可能僅炸傷使用行動電源之人，可能僅炸傷經過之路人，亦可能同時炸傷使用行動電源之人和經過之路人，因而使消費者和第三人皆得對企業經營者主張損害賠償請求權有其必要，惟於現實中，難以想像一商品或服務，會僅對第三人具有安全或健康危害之虞，而不對消費者有危害之虞，因而列出消費者即已足以達到目的，似無另外列出第三人之必要。

若係因此一緣由未將第三人列入，第三人是否非消費者保護法第 10 條之保護主體，即有疑問。

本文認為，第三人縱然非使用商品、接受服務之消費者，商品若具有危害健康和安​​全之虞，對其仍可能造成損害，若第三人觀察到商品或服務具有危害健康和安​​全之虞，若能使其無需被動等待企業經營者或消費者採取行動，對其本身和對消費者之保障都將更為完善。故基於消費者保護法第 10 條事前預防損害發生之目的，第三人應同為消費者保護法第 10 條之保護主體。

此外消費者保護法第 10 條第 2 項並未如同第 1 項般明文指出消費者為該項規定之保護主體，惟基於法規目的，仍可推知消費者為消費者保護法第 10 條第

2 項之保護主體，又既然第三人亦可能因商品或服務之危險而受有損害，基於消費者保護法第 10 條事前預防之目的，第三人亦應為消費者保護法第 10 條第 2 項之保護主體。若第三人為消費者保護法第 10 條第 2 項之保護主體，卻非消費者保護法第 10 條第 1 項之保護主體，體系上即有矛盾，且就企業經營者有警告即可流通於市場上之商品或服務危險，保護主體包括消費者和第三人，舉輕以明重，就應直接從市場上召回之商品或停止之服務，保護主體不應僅消費者而不包含第三人，因此解釋上，第三人亦應為消費者保護法第 10 條第 1 項和第 2 項之保護主體。

二、責任主體

消費者保護法第 10 條第 1 項本文規定：「企業經營者於有事實足認其提供之商品或服務有危害消費者安全與健康之虞時，應即回收該批商品或停止其服務。」

根據法條文義，於商品或服務有危害消費者安全之虞時，負有商品召回義務者，乃提供商品或服務之企業經營者，且因其未如同消費者保護法第 7 條至第 9 條區分企業經營者之類型課予損害賠償義務，故消費者保護法第 10 條之企業經營者涵蓋所有類型之企業經營者，根據消費者保護法第 2 條第 2 款，凡以設計、生產、製造、輸入、經銷商品或提供服務為營業者，均為此處負有商品召回義務之企業經營者，惟此一毫無區分企業經營者類型而課予商品召回義務之作法，於現實操作上是否可能因範圍過於廣泛而難以實行，而應有更為具體之判斷標準，尚有討論空間。又即使所有類型之企業經營者皆為消費者保護法第 10 條之責任主體，各類型之企業經營者之間於負責之順序上是否有先後之別，亦有討論空間。

(一) 比較法

觀察外國保護消費者之法規，就何者負有商品召回義務雖有些許差異，惟大

多規定商品之製造商和銷售商負此一義務。

澳洲法上，根據澳洲消費者保護法 122 條，凡在貿易或商業過程中提供消費商品之人，即為強制召回發動時負有召回義務之人²³⁶，則商品之製造商和經銷商即屬之

歐盟一般產品安全指令第 5 條第 2 項和第 3 項，產品之製造商負有採取預防損害發生措施之義務，經銷商負有配合之義務，且根據同指令第 8 條第 1 項第 6 款，成員國於危險產品於市場中流通時，得命令產品之製造商和經銷商採取產品召回行動。由此可知，於歐盟一般產品安全指令中，負有商品召回義務者，乃產品之製造商和經銷商。

英國法上，根據 2005 年一般產品安全法第 7 條第 3 項和第 8 條第 1 項，負有產品召回義務者，為產品製造商和產品經銷商。

美國法上，根據消費產品安全法第 15 條第 3 項和第 4 項，負有產品召回義務者，乃產品之製造商、經銷商和零售商。

中國大陸法上，根據侵權責任法第 46 條，負有採取補救措施義務者，為產品之生產者和銷售者。而根據消費者權益保護法第 19 條，負有停止銷售、警示、召回、無害化處理、銷毀、停止生產或服務等措施，且應承擔消費者因商品召回所支出之必要費用義務者，為商品之經營者，而此處所稱之經營者，根據同法第 3 條，應為供其所生產之商品、銷售商品或提供服務與消費者之人。

綜上所述，可知外國法上多以商品之製造商和經銷商作為負有商品召回義務之人。究其原因，應係商品製造商乃最有可能發現商品危險之人，且其對於商品危險之掌控可能性較高，亦為最有可能負最終責任之人，而商品之經銷商乃直接和消費者接觸之人，其對於流通進入市場之商品掌控能力亦最為強大，此二者乃

²³⁶ 參閱澳洲消費者保護法第 122 條第 1 項第 1 款。

現實中召回商品所不可或缺之人，故課予其商品召回之義務，以達到保護消費者之目的。

(二) 我國學說

我國法院有關商品召回之案件極少，亦無探討消費者保護法第 10 條責任主體之案例，僅我國學者就此有所論述。

有學者認為，根據消費者保護法第 10 條應採取商品召回措施或其他預防損害發生措施者，現實上應係商品之最終製造者和服務提供者，因此類企業經營者始有可能採取前述之措施，惟消費者保護法第 10 條使用「企業經營者」一詞，而未進一步區分其類型而課予不同義務，因此具體案例中各種類型之企業經營者皆負有消費者保護法第 10 條之義務²³⁷。

另有見解認為或許得以商品特性作為商品類型化之標準，以具體化負有商品召回義務之主體²³⁸。

其認為流通於市場上之商品乃企業經營者實施召回手段之核心，此時商品之特性和企業經營者之召回義務具有相當程度之關聯性，且企業經營者掌控商品之能力亦受商品特性影響，因此可將商品之特性類型化，以之作為具體化召回義務主體之標準²³⁹。

其將商品區分為進口品和國產品，國產品又可根據商品之組成方式，分為單一成分之商品、混合成份之商品、組裝商品和不動產，針對不同特性之商品，負有商品召回義務之企業經營者亦有不同²⁴⁰。

進口品之召回主體，乃商品之輸入商和經銷商。商品之輸入商雖非商品之設

²³⁷ 朱柏松（1999），前揭註 41，頁 140。

²³⁸ 吳宛亭（2013），《企業經營者召回義務之研究》，頁 46，國立臺灣大學法律學院法律學研究所碩士論文。

²³⁹ 吳宛亭（2013），前揭註 238，頁 46。

²⁴⁰ 吳宛亭（2013），前揭註 238，頁 47-56。

計、製造或生產之企業經營者，惟其乃該商品流通進入我國市場之源頭，且對於通進入我國市場之商品之危險具有控制可能性，自應負有商品召回義務。至於經銷商，因其最為貼近消費者，且位於商品銷售之第一線，對商品之掌控性較其他類型之企業經營者為高，由其採取商品召回措施更為有效，故亦應課予其商品召回之義務²⁴¹。

國產品中單一成份之商品，召回義務之主體乃最初之生產、製造商和經銷商。最初之生產、製造商乃商品流通進入市場之源頭，自應負有商品召回義務，而經銷商若負有商品召回義務，有助於商品召回措施實施之效率，故其認為列入商品召回義務之主體應較為妥當。

國產品中混合成份之商品，因多經過加工，故較為複雜，例如食品、化妝品和藥品等，其認為因我國已設有食品衛生管理法、化粧品衛生管理條例和藥事法，而法規中已明確規範負有召回義務之人，因而此一部分無召回義務主體不明確之情況，無庸再行討論²⁴²。

國產品中之組裝商品，商品之設計、生產、製造，和各零件之設計、生產、製造，可能分屬不同之企業經營者，此時何者負有商品召回義務，其認為可借用商品責任注意義務之類型作為區分之操作標準。商品責任注意義務可為設計、製造和指示之注意義務，因此可由商品產生危險之原因乃肇因於違反何種類型之商品責任注意義務，決定何者負有商品召回義務。若違反設計之注意義務，則設計商負有商品召回義務，若違反製造之注意義務，則製造商負有商品召回義務，此乃理所當然，至於脫線產品，縱商品之設計商和製造商皆無違反注意義務之情事，惟此一風險應由企業經營者承擔，故應由設計商和生產、製造商共同承擔。若屬違反指示之注意義務，因商品之裝配、生產之計畫、配方或內容乃基於商品設計

²⁴¹ 吳宛亭（2013），前揭註 238，頁 47-48。

²⁴² 吳宛亭（2013），前揭註 238，頁 50。

者之設計所為，因此設計之企業經營者應知悉或可得知悉商品於通常使用或消費時，對消費者可能造成之危險，故其亦負有指示之注意義務，若商品具有指示之缺陷，則其應負商品召回義務；除設計商外，製造商因對其組裝之商品須具備相當了解，且其於商品製造完成之後負有警告標示義務，故亦負有指示之注意義務，於商品具有指示之缺陷時，亦為負有商品召回義務之人。惟於商品之危險尚未發生實質危害時，判斷危險屬於何種類型之缺陷有其困難，因商品召回義務之目的為預防損害之發生，因此不應由消費者承擔無法分辨缺陷類型之風險，故解釋上若有明確界定之可能時，應依照不同缺陷認定召回義務之主體，若界定有困難時，基於商品召回義務之目的和確保召回實施之有效性，應使設計商和製造商均負商品召回義務。又商品經銷商因其對商品具有較高之掌控，且較為貼近消費者，因此無論如何皆應使其負有商品召回義務²⁴³。

至於不動產之部分，其認為設計、製造和經銷商皆負有商品召回義務。因建築之設計商、建造商至銷售商皆具有掌控房屋安全性之能力，故應一同承擔風險，且不動產之危險一旦發生，對消費者造成之損害往往較其他商品更為嚴重，應促使其更加重視不動產之安全性和消費者之保護，因此不動產若具有危害消費者人身安全之危險時，不動產之設計、製造和經銷商皆應負有商品召回義務²⁴⁴。

（三） 本文見解

1、 責任主體之判斷

就法條文義而言，消費者保護法第 10 條並未區分企業經營者之類型而課予不同義務，因此原則上商品之設計、生產、製造、經銷或輸入之企業經營者皆為消費者保護法第 10 條所規定之義務主體。惟不可否認的是，現今社會中商品之種類繁多，許多商品組成相當複雜，例如筆記型電腦，從主機板、硬碟、顯示卡、

²⁴³ 吳宛亭（2013），前揭註 238，頁 50-53。

²⁴⁴ 吳宛亭（2013），前揭註 238，頁 53-54。

風扇等可能皆由不同之企業經營者設計、生產、製造，此時和商品有關之企業經營者包括商品之設計、生產、製造和銷售之企業經營者，和內部零件之設計、生產、製造和銷售之企業經營者。若商品內部零件之一具有缺陷而對消費者之健康和 safety 有危害之虞，何者負有商品召回義務？商品之設計、生產、製造和銷售之企業經營者？具有缺陷之零件的設計、生產、製造和銷售之企業經營者？其他內部零件之設計、生產、製造和銷售之企業經營者？

本文認為，考慮到商品之設計、製造、生產之企業經營者對於商品危險具有較高之發現可能性，對於商品危險之掌控可能性亦較高，商品經銷商乃和消費者直接接觸之人，就流通進入市場之商品掌控能力亦最強，而商品之輸入業者則為商品流通進入我國市場之源頭，由此等企業經營者共同負有商品召回義務，應無不妥。

至於組成複雜之商品，例如組裝之商品、混裝之商品等，商品之零件或成分，可能來自於其他企業經營者，應由何者負有商品召回義務，本文認為解釋上或可由消費者之角度判斷負消費者保護法第 10 條商品召回義務之企業經營者，即根據商品之標示和外觀，消費者可得辨認之商品設計、製造、生產之企業經營者負有商品召回義務，此外商品之經銷商往往係消費者取得商品之來源，和消費者最為貼近，亦為消費者所熟悉，故亦應負商品召回義務。例如液晶電視內部零件可能來自不同之企業經營者，和液晶電視本身設計、生產、製造、銷售非屬同一企業經營者，若液晶電視面板具有危害消費者健康和 safety 之虞，因液晶電視之標示和外觀上可明顯辨認之企業經營者，乃液晶電視本身之設計、生產、製造、經銷之企業經營者，而非面板之設計、生產、製造和經銷之企業經營者，故此時負有液晶電視召回義務者，為液晶電視之設計、生產、製造和經銷之企業經營者。至於液晶電視之設計、生產、製造和經銷之企業經營者，得否向面板之設計、生產、製造和經銷之企業經營者有所主張，為其和面板之設計、生產、製造和經銷之企業經營者間之問題，和消費者無關，不影響消費者之權利。

此外消費者保護法第 10 條之商品召回雖未如同同法第 7 條及第 8 條明文規定企業經營者就消費者或第三人之損害負連帶責任，惟適用消費者保護法第 10 條之結果，各類型企業經營者就召回商品或採取其他預防損害發生措施之義務亦生連帶負擔義務之效力²⁴⁵，故負有商品召回義務之企業經營者，對消費者連帶負有商品召回義務。至於前述之企業經營者內部應由何者承擔最終責任，即與商品召回之原因無關、僅係為使商品召回制度得以運作、達成保護消費者目的而負有商品召回義務之企業經營者，因召回商品所支出之費用或所受之損害應由何者負責，前述以商品特性作為類型化標準之方法，似可作為判斷之重要依據。

若商品為進口品，負有商品召回義務者為商品之輸入商和經銷商，而我國境內負最終責任者，應係商品之輸入商，因其為商品流通進入我國市場之源頭。例如 1999 年比利時之肉、乳類製品受戴奧辛污染，我國因而管制比利時農畜產品、巧克力等多項產品之進口²⁴⁶，根據消費者保護法第 10 條，此時負有商品召回義務者為商品之進口商和經銷商，我國境內負有最終責任者則為商品之進口商。

若商品為單一成分之商品，負有商品召回義務者乃商品之設計、生產、製造和經銷商，負有最終責任者，應視商品危險肇因於違反商品設計、製造或標示之注意義務，而判斷應由設計、製造或經銷之企業經營者負商品召回義務。若商品缺陷肇因於違反設計之注意義務，負有最終責任者，為商品設計之企業經營者；若商品危險肇因於違反製造之注意義務，負有最終責任者，為商品製造之企業經營者；若商品危險肇因於違反標示之注意義務，而違反乃因商品設計之企業經營者所致，例如應告知商品製造之企業經營者根據此設計所製造之商品可能具有何種危險，而其未告知，負有最終責任者則為商品設計之企業經營者。若非商品設計之企業經營者所致，而係因商品製造之企業經營者違反商品標示義務，則負有


²⁴⁵ 朱柏松（1999），前揭註 41，頁 140。

²⁴⁶ 楊瑪利（2015），〈比利時一次就學乖 台灣為什麼不能〉，《遠見雜誌》，第 343 期，載於：http://www.gvm.com.tw/Boardcontent_26858.html（最後瀏覽日：6/4/2016）。

最終責任者為製造商品之企業經營者。若非商品設計或製造之企業經營者所致，而係因經銷之企業經營者所致，例如將尚未完成商品標示之商品陳列販售，則經銷之企業經營者乃最終負有責任者。若商品危險並非設計、製造或經銷之企業經營者違反注意義務所致，而係屬於商品發展上之危險，此時應視商品發展上之危險和設計或製造有關，而由設計或製造之企業經營者負最終責任，對其他企業經營者因召回商品所支出之費用或其他損害負責。

若商品為混合商品，根據商品之標示和外觀，消費者可得辨認之商品設計、製造、生產之企業經營者和商品之經銷商負有商品召回義務。例如寵物用之洗毛精，其中含有眾多成分，可能皆來自不同企業經營者，此時負有商品召回義務者，為洗毛精之設計、製造、生產和經銷之企業經營者。至於何者負最終責任，首先須視商品危險係來自於商品本身或商品成分，判斷應由商品本身之設計、製造或經銷之企業經營者負最終責任，或應由商品成分之設計、製造或經銷之企業經營者負最終責任。若商品危險來自商品本身，則和前述單一成分之商品判斷方式相同，視商品危險乃因違反設計、製造或標示之注意義務，而由商品之設計、製造或經銷之企業經營者負最終責任；若商品危險來自商品之成分，且可辨別為何種成分所致，則和前述單一成分之商品判斷方式相同，視成分之危險乃因違反設計、製造或標示之注意義務，而由成分之設計、製造或經銷之企業經營者負最終責任。若無法辨別為何種成分所致，則依個案判斷應由商品設計或製造之企業經營者負最終責任，因此時商品危險可能係因單一成分所致，可能係因數種成分混合所致，既然確切原因不明，而將成分混合製成商品者乃商品之設計和製造之企業經營者，自應由其承擔風險。

若商品為組成之商品，負有商品召回義務者，乃根據商品之標示或外觀，消費者可明顯辨認之商品設計、生產、製造、經銷或輸入之企業經營者。例如華碩之桌上型電腦主機，內部主機板、風扇、硬碟、光碟機等可能並非華碩自身製造，而係向其他企業經營者購買、組裝，若某款桌上型電腦主機有危害消費者健康和



安全之虞，不論係電腦本身之設計、生產、製造或經銷所致，或係內部零件之設計、生產、製造或經銷所致，對消費者負有商品召回義務者，乃華碩和電腦之經銷商。至於應由何者負最終責任，則和前述之混合商品判斷方式相同，首先須視商品危險係來自於商品本身或內部零件，判斷應由商品本身之設計、製造或經銷之企業經營者負最終責任，或應由內部零件設計、製造或經銷之企業經營者負最終責任。若商品危險來自商品本身，則視商品危險乃因違反設計、製造或標示之注意義務，而由商品之設計、製造或經銷之企業經營者負最終責任；若商品危險來自內部零件，則視零件之危險乃因違反設計、製造或標示之注意義務，而由零件之設計、製造或經銷之企業經營者負最終責任。例如前述之華碩桌上型電腦主機，若因風扇設計不良而有危害消費者健康和 safety 之虞，負有最終義務者，乃風扇設計之企業經營者。

若商品為不動產，負有商品召回義務者，為不動產之設計、製造或經銷之企業經營者，而負有最終責任者，則視商品危險乃因違反設計、製造或標示之注意義務，而由商品之設計、製造或經銷之企業經營者負最終責任。例如建築因設計不良而有倒塌之虞，負有召回義務者，乃建築之設計、製造和經銷之企業經營者，而負有最終責任者，應係設計建築之企業經營者。

2、現行法之疑慮

根據消費者保護法第 10 條，商品之設計、生產、製造、經銷或輸入之企業經營者和提供服務之企業經營者，於商品或服務有危害消費者安全與健康之虞，或商品或服務有危害消費者生命、身體、健康或財產之虞，而未於明顯處為警告標示，並附載危險之緊急處理方法時，應召回商品或停止服務。

商品之設計、生產、製造之企業經營者，往往為最終應負責者，而輸入之企業經營者，則為我國境內最終應負責者，且其往往僅一企業經營者，故較無爭議，然經銷之企業經營者，常常不只一家，例如同一商品，可能於家樂福、好市多、

大潤發、愛買、7-11 便利超商、全家便利超商、OK 便利超商、萊爾富便利超商或路邊的檳榔攤販售，根據消費者保護法第 10 條，前述之企業經營者皆負有召回義務，此時消費者應可請求前述之企業經營者召回商品，惟此時其是否可要求參與和其不具有契約之經銷之企業經營者採取之商品召回措施，例如好市多購買問題商品之消費者，可請求好市多或其他所有設計、生產、製造、經銷或輸入之企業經營者採取商品召回措施，惟其是否可要求參與 7-11 便利超商之商品召回措施？

若經銷之個別企業經營者於負有商品召回義務時，無論消費者是否和其具有契約，皆須讓消費者參與其所採取之商品召回措施，其因此所生之花費，固然可向最終應負責之企業經營者請求，惟如此一來，仍可能讓經銷之個別企業經營者承受過大負擔。相較之下，消費者縱然無法向其他經銷商品之個別企業經營者請求參與其所採取之商品召回措施，仍可參與和其就商品具有契約之經銷之企業經營者，和商品之設計、生產、製造或輸入之企業經營者所採取之商品召回措施，應足以保障其權利。故在經銷之個別企業經營者單純僅負責經銷商品時，縱然其亦負有商品召回義務，仍應限縮經銷之個別企業經營者之召回責任範圍，限於僅和其具有契約之消費者，始得參與其所採取之商品召回措施，較為妥當。

貳、客體

消費者保護法第 10 條之規範客體，為「商品」和「服務」，以下分別說明之。

(一) 商品

消費者保護法未就「商品」有所定義，消費者保護法施行細則亦未針對消費者保護法第 10 條之「商品」有進一步之說明。

消費者保護法施行細則第 4 條就消費者保護法第 7 條之「商品」，規定：「消

費者保護法第 7 條所稱商品，指交易客體之不動產或動產，包括最終產品、半成品、原料或零組件。」此一規定雖係針對消費者保護法第 7 條所稱之「商品」所為之補充，惟消費者保護法第 7 條和同法其他法規所稱之商品應為同一解釋，故消費者保護法第 10 條規定所稱之商品，應亦係指交易客體之不動產或動產，包括最終產品、半成品、原料或零組件。

(二) 服務

消費者保護法和消費者保護法施行細則皆未對「服務」有所定義，行政院消費者保護會認為參考歐洲共同市場 1990 年關於服務責任綱要建議案第 2 條，服務可大略定義為：「非直接以生產或製造商品或移轉物權或智慧財產權為客體之勞務。」惟此時仍須參考實務和學說見解依據社會經濟發展和保護消費者之需要而決定服務之概念²⁴⁷。

就消費者保護法所規範之「服務」，臺灣高等法院 92 年度上字第 596 號判決認為：「所謂『服務』之定義，依據我國消保法第 2 條第 2 款規定，凡以提供服務業為營業之人，均屬於『企業經營者』。又由第 3 條規定可知，在本法上係將商品與服務視為對等之規範標的。換言之，本法所稱服務並不以與商品有關連者（配銷服務業：如運輸、批發、零售，不過包裹旅遊與廢棄物品之服務，應出口貿易等）為限，與商品無關之服務業，如社會服務業（醫療、教育等）、生產者服務業（如：律師、會計師、通訊、金融、保險等）、個人服務業（如餐飲、旅館、修理等），均在本法規之範圍。」此可作為消費者保護法第 10 條所稱「服務」之範圍之參考，惟因服務之定義難以嚴謹界定，故仍有待更多實務和學說見解補充之。

²⁴⁷ 參閱行政院消費者保護會網站：

http://www.cpc.ey.gov.tw/News_Content.aspx?n=C7CCFBC3A81035CF&sms=269B2A0B3B272499&s=4660FE210818C1CB（最後瀏覽日：6/5/2016）。



參、召回事由

消費者保護法就企業經營者於何種情事發生時負有商品召回義務，分別規定於消費者保護法第 10 條第 1 項和第 2 項，以下分別說明之。

一、消費者保護法第十條第一項

(一) 召回事由

消費者保護法第 10 條第 1 項本文規定：「企業經營者於有事實足認其提供之商品或服務有危害消費者安全與健康之虞時，應即回收該批商品或停止其服務。」因此消費者保護法第 10 條第 1 項本文所規定之召回事由為：有事實足認企業經營者提供之商品或服務有危害消費者安全與健康之虞。

有學者認為，企業經營者負有商品召回義務，乃依各階段之科技或專業水準，其得以發現商品或服務具有危害消費者安全與健康之虞，故若僅屬於商品品質改良或效用提升，則和消費者保護法第 10 條第 1 項無關²⁴⁸。此乃理所當然，因品質改良或效用提升和商品或服務是否具有危險無關，自無從根據消費者保護法第 10 條第 1 項適用。因此若商品或服務於流通進入或被提供於市場時，符合當時科技或專業水準可合理期待安全性，惟日後因科技或專業水準之發展，得發現商品或服務具有危害消費者安全與健康之虞，雖無消費者保護法第 7 條第 3 項適用，仍有消費者保護法第 10 條第 1 項適用，企業經營者應召回商品或停止服務²⁴⁹，而若係因科技或專業水準之發展，使商品或服務得具有更好之品質或效用，例如電腦顯示卡因技術發展而推陳出新，最新推出之顯示卡效用較舊顯示卡為佳，企業經營者就舊顯示卡並不負有召回義務。

此外因消費者保護法第 10 條之目的乃預防損害之發生，故不以損害發生為

²⁴⁸ 朱柏松（1999），前揭註 41，頁 137。

²⁴⁹ 朱柏松（1999），前揭註 41，頁 96。

召回義務之成立要件，前行政院消費者保護委員會台 88 消保法字第 00433 號函亦指出：「消費者保護法（以下稱本法）第 7 條係就從事設計、生產、製造商品或提供服務之企業經營者之商品或服務之責任所為之規定。至於從事經銷或輸入之企業經營者之責任，則分別規定於本法第 8 條、第 9 條。此一商品或服務責任之性質，依通說見解，係一種侵權責任，故以損害之發生為其成立要件。而本法第 10 條則係規定企業經行者就危險商品或服務之回收義務，不以損害發生為必要。」由此可知，消費者保護法第 10 條和同法第 7 條不同，不以損害發生為義務成立之要件。

（二）「有危害消費者安全與健康之虞」？

消費者保護法第 10 條第 1 項本文規定：「企業經營者於有事實足認其提供之商品或服務有危害消費者安全與健康之虞時，應即回收該批商品或停止其服務。」其中「商品或服務有危害消費者安全與健康之虞」乃企業經營者是否應召回商品、停止服務之重要要件，惟其意義為何，不無爭議，尤其和消費者保護法第 7 條之「科技或專業水準可合理期待安全性」是否有所關聯，亦值得探討。

因此，本文將參考國外立法例類似規範和我國學說對於此一問題之看法，進而提出本文見解，期能作為判斷「商品或服務有危害消費者安全與健康之虞」之參考。

1、比較法

(1) 澳洲

澳洲消費者保護法就應強制召回之情況和自願召回之情況分別有所規定。

根據澳洲消費者保護法第 122 條第 1 項第 2 款，應強制召回之情況包括：

A、消費性商品將會或可能會造成任何人受到傷害；

B、該商品合理可預見之使用（包括誤用）將會或可能會導致任何人受到傷

害；

C、針對該商品設有有效之安全性標準，而該商品不符合該標準；

D、該商品為已發布之臨時禁令或永久禁令的禁止標的，而供應商未就此採取令人滿意的行為以預防該商品對人造成傷害。

而根據根據澳洲消費者保護法第 128 條第 1 項，自願召回之情況包括：

A、消費商品將會或可能導致任何一人受到傷害；

B、合理可預見的使用（包含誤用）將會或可能會導致任何人受到傷害；

C、商品不符合應符合之安全性標準；

D、澳洲競爭與消費委員會部長就該商品發布臨時禁令或永久禁令。

澳洲消費者保護法並未特別提及商品召回之判斷標準，惟從法規判斷，商品是否有傷人之虞、不合法規標準或為臨時、永久禁令之標的皆屬客觀情事，因此澳洲消費者保護法判斷是否應採取商品召回措施之標準，似以客觀情事判斷之。

(2) 歐盟

根據一般產品安全指令第 6 條，各成員國主管機關應確保產品製造商和經銷商履行一般產品安全指令要求，使進入市場之產品為安全產品。主管機關若發現已上市之產品為危險產品，應立即命令產品下架並提醒消費者該產品具有危險²⁵⁰，產品製造人和產品經銷商則應配合主管機關採取之預防風險發生措施²⁵¹。

所謂「危險產品」，乃無法符合「安全產品」定義之商品，而根據一般產品安全指令第 2 條第 2 款，「安全產品」乃正常或合理可預見使用下，不存在任何

²⁵⁰ 參閱一般產品安全指令第 8 條。

²⁵¹ 參閱一般產品安全指令第 5 條第 3 項。

風險，或僅存在產品使用所生最小風險之產品。判斷產品是否為安全產品，考量因素包括：產品成分、使用時間長短、使用場所、使用說明、安裝、保固、和其他產品一起使用時可預見之效果、因使用產品產生風險之消費者類型等²⁵²，判斷依據為歐盟相關具體規定或內國法相關規定²⁵³。

由上述法規可知，歐盟一般產品安全指令中，產品召回發生於已上市之產品不符合「正常或合理可預見之使用下，不存在任何風險，或僅存在產品使用所生之最小風險之產品」此一定義之情況，而由「正常或合理可預見」一詞，可看出判斷之標準乃消費者之主觀，惟法規同時將產品成分、使用時間長短、使用場所、使用說明、安裝、保固、和其他產品一起使用時可預見之效果、因使用產品產生風險之消費者類型等情事納入判斷因素，而此等因素和當時科技或專業水準有所關聯，因此縱然以消費者主觀作為判斷標準，現實運作之結果，可能和以科技或專業水準作為判斷標準極為接近。

(3) 英國

英國 2005 年一般產品安全法之內容由歐盟一般產品安全指令所轉化，因此眾多規範和歐盟一般產品安全指令極為類似。

一般產品安全法課予產品製造人就產品必須符合一般安全性要求之義務，除非產品為安全產品，否則製造人不得上市²⁵⁴，且製造人亦負有採取適當預防損害發生措施之義務²⁵⁵。除產品製造人外，根據一般產品安全法第 8 條，產品經銷商亦負有相似義務²⁵⁶。

所謂「安全產品」，指產品在通常或合理可預見之使用情況，在有應用、投

²⁵² 參閱一般產品安全指令第 2 條第 2 款。

²⁵³ 參閱一般產品安全指令第 3 條。

²⁵⁴ 參閱 2005 年一般產品安全法第 5 條。

²⁵⁵ 參閱 2005 年一般產品安全法第 7 條第 3 項。

²⁵⁶ 參閱 2005 年一般產品安全法第 8 條第 1 項。

入服務、組裝和維修要求時，不存在任何風險或僅存在與產品使用相容之最小風險，而被認為是可被接受的，且符合對人之安全和高標準保護²⁵⁷。



判斷產品是否為安全產品時，應特別考慮：

A、該產品的特性，包括其組合物、包裝、裝配之說明，以及在應用時安裝和維護之說明。

B、產品使用於合理可預見被使用之其他產品上時，在該產品上的效果。

C、產品有關使用和處置之呈現。包括產品上之標籤、警告和介紹，有關其使用和處置及其他任何有關產品之指示和訊息。

D、使用該產品時面臨風險之消費者類別，尤其是兒童跟老年人²⁵⁸。

在英國一般產品安全法中，產品召回之情況為產品不符合「在通常或合理可預見之使用情況，在有應用、投入服務、組裝和維修要求時，不存在任何風險或僅存在與產品使用相容之最小風險，而被認為是可被接受的，且符合對人之安全和高標準保護」之定義。其判斷標準和歐盟一般產品安全指令相同，皆為消費者主觀之標準，惟因將產品特性、產品使用於合理可預見被使用之其他產品上時之效果、產品有關使用和處置之呈現、使用該產品時面臨風險之消費者類別等情事納入參考，而此等因素和當時科技或專業水準有所關聯，因此現實運作之結果可能和以科技或專業水準作為判斷標準相似。

(4) 美國

在美國消費產品安全法中，若產品無法符合消費產品安全規範或消費產品安全委員會依法所採之自願性消費產品安全標準、具有實質產品危險之瑕疵或具有造成不當死亡或傷害之風險，產品製造人負有通報消費產品安全委員會之義務，

²⁵⁷ 參閱 2005 年一般產品安全法第 2 條。

²⁵⁸ 參閱 2005 年一般產品安全法第 4 條。

並負有採取一定措施以預防損害發生之義務，包括商品召回措施。產品經銷商和零售商亦負有相同義務²⁵⁹。

其中關於「實質產品危害」，根據消費產品安全法第 15 條第 1 項，係指產品未能符合消費產品安全規範而對大眾造成之實質危險，或者產品瑕疵造成對大眾之實質危險。

由此可知，美國消費產品安全法中，商品召回之認定，採取之標準應為客觀之標準，就產品是否符合消費產品安全規範、消費安全委員會依法所採之自願性消費產品安全標準、具有實質產品危險之瑕疵或具有造成不當死亡或傷害之風險等客觀情事判斷之。

(5) 中國大陸

根據侵權責任法第 46 條，若產品進入市場之後被發現存在缺陷，則產品之生產者和銷售者應及時採取警示或召回等措施。

此外根據消費者權益保護法第 19 條，經營者負有防止損害發生或預防損害擴大之義務，其發現所提供之產品或服務存在缺陷，具有危害人身、財產安全之危險時，應立即向有關行政部門報告並告知消費者，同時採取停止銷售、警示、召回、無害化處理、銷毀、停止生產或服務等措施，且應承擔消費者因商品召回所支出之必要費用。

又根據產品品質法第 40 條，若銷售者銷售之產品有下述情況之任何一種，其應擔負修理、更換、退貨之責任；若購買產品之消費者因而受有損失，亦應賠償其損失：

A、產品不具備產品應當具備之使用性能而事先未有說明。

²⁵⁹ 參閱消費產品安全法第 15 條第 2 項、第 3 項、第 4 項。

B、產品不符合產品或其包裝上註明採用之產品標準。

C、產品不符合以產品說明、實物樣品等方式表明之品質。

由此可知，在中國大陸法下，產品應召回之標準，應係以客觀情事判斷之，以產品是否具有缺陷，是否具有危害人身財產安全之危險，是否不具有其應有之性能，是否不符合產品標準或所表示之品質為判斷。

澳洲 2010 年競爭與消費者法之召回事由，包括商品有致人受傷之可能，商品不合法定標準，或企業經營者未就被下禁令之商品採取足以預防傷害發生之措施；歐盟一般產品安全指令與英國 2005 年一般產品安全法之商品召回事由，則係產品不符合一定標準或係危險產品（於正常或合理可預見使用下，仍然存在風險，或並非存在產品使用所生之最小風險）；美國消費產品安全法之召回事由，則係產品無法符合消費產品安全規範或消費產品安全委員會依法所採之自願性消費產品安全標準、具有實質產品危險之瑕疵或具有造成不當死亡或傷害之風險商品；中國大陸之召回事由，則包括產品具有缺陷、具有危害人身財產安全之危險、不具有其應有之性能、不符合產品標準或所表示之品質等。

比較上述之立法例，各國法規之用詞或有不同，然就商品召回之事由實則大同小異，通常商品若有致人受傷或死亡之可能，或商品不符合一定之標準，即課予企業經營者召回商品之義務。

2、我國學說見解

有見解認為，企業經營者所負之回收或排除危險義務，乃依各該階段之科學、技術或專業水準，發現商品或服務有該當於消費者保護法第 7 條第 1 項之危險之



情形²⁶⁰。

另有見解認為，認為消費者保護法第 10 條第 1 項所稱之危險，應具備「相當性」始構成召回之要件，其程度可參考美國消費產品安全法之規定，限於「重大危險」，避免召回之發動過於輕率²⁶¹。此外因消費者保護法第 10 條和第 7 條規範結構類似，雖用語有所不同，惟核心概念皆為要求企業經營者提供之商品須具備相當安全性²⁶²，縱然消費者保護法第 10 條第 1 項之安全性具有繼續性之概念，企業經營者本於後續觀察義務，在商品或服務進入市場後仍應不斷留意其是否對消費者產生相當危險性之可能，和消費者保護法第 7 條第 1 項重視商品或服務流通進入市場之時點有所不同，惟消費者保護法第 10 條第 1 項之危險性判斷，仍應以各時段科學、技術或專業水準判斷之，即是否具有該當於消費者保護法第 7 條第 1 項之危險情形²⁶³。此外有鑑於科技專業水準之觀點較為明確，且具有相當程度之公信力，故以此作為召回要件之判斷標準較為恰當²⁶⁴。

詳盡程度雖有不同，惟二者皆認為消費者保護法第 10 條第 1 項之危險性，應以各階段科技或專業水準判斷之，和消費者保護法第 7 條第 1 項標準相同，僅消費者第 10 條第 1 項不限於商品或服務進入市場此一時點，而是具有持續性，應視各階段之科技或專業水準而定，故符合商品或服務進入市場之科技或專業水準可合理期待之商品或服務，日後可能因發現消費者保護法第 10 條第 1 項所稱之危險性而應召回之。

3、本文見解

消費者保護法中，和消費者保護法第 10 條架構類似者乃消費者保護法第 7


²⁶⁰ 朱柏松（1999），前揭註 41，頁 137。

²⁶¹ 吳宛亭（2013），前揭註 238，頁 87。

²⁶² 吳宛亭（2013），前揭註 238，頁 86。

²⁶³ 吳宛亭（2013），前揭註 238，頁 87-88。

²⁶⁴ 吳宛亭（2013），前揭註 238，頁 94。



條。消費者保護法第 10 條第 1 項和第 7 條第 1 項用語雖有不同，惟皆課予企業經營者應確保商品或服務具有一定之安全性——從另一角度解釋，乃商品或服務不具有一定之危險性。消費者保護法第 10 條第 1 項要求企業經營者於商品或服務「有危害消費者安全與健康之虞」，應立即採取商品召回措施，此乃以負面陳述呈現，而消費者保護法第 7 條第 1 項要求商品或服務須具備「當時科技或專業水準可合理期待之安全性」則屬正面陳述呈現，陳述方式不同，惟意思相近。此外消費者保護法第 7 條和第 10 條同位於「消費者權益」章，「健康與安全保障」一節，法規編排上亦可看出二者之關聯性。因此以消費者保護法第 7 條之「科技或專業水準可合理期待之安全性」作為「有危害消費者安全與健康之虞」之判斷標準之參考，應屬恰當。

關於消費者保護法第 10 條第 1 項「有危害消費者安全與健康之虞」，本文和前述之我國學說見解相同，皆認為消費者保護法第 7 條第 1 項「科技或專業水準可合理期待之安全性」，可作為判斷商品或服務是否有消費者保護法第 10 條第 1 項「有危害消費者安全與健康之虞」之標準。

首先，就前述介紹之外國立法例，商品召回情事部分以客觀標準判斷之，部分則以消費者主觀標準判斷之，縱然以主觀標準作為判斷標準之法規，以歐盟一般產品安全指令為例，仍另外應參考品成分、使用時間長短、使用場所、使用說明、安裝、保固、和其他產品一起使用時可預見之效果、因使用產品產生風險之消費者類型等眾多因素。前述之因素，往往和當時科技或專業水準息息相關，因此現實運作上，可能和以科技或專業水準作為判斷標準之結果相近，故以「科技或專業水準可合理期待之安全性」作為消費者保護法第 10 條第 1 項是否構成「有危害消費者安全與健康之虞」之判斷標準，參照外國立法例，似無不妥之處。

其次，考慮到消費者保護法第 10 條第 1 項和消費者保護法第 7 條第 1 項之相似之處和其關聯性，商品或服務是否「有危害消費者安全與健康之虞」和商品

或服務應符合進入市場時「科技或專業水準可合理期待之安全性」，解釋上可認為乃一體兩面，前者可解釋為以反面方式陳述企業經營者應確保商品或服務應具有當下科技或專業水準可合理期待之安全性，此時，是否「有危害消費者安全與健康之虞」，判斷標準即為當下「科技或專業水準可合理期待之安全性」。

再者，以科技或專業水準作為判斷標準，較以企業經營者或消費者之主觀標準明確。此外科技或專業水準可合理期待之安全性，參考因素自應包括品成分、使用時間長短、使用場所、使用說明、安裝、保固、和其他產品一起使用時可預見之效果、因使用產品產生風險之消費者類型等前述外國立法例所列出之事項。

最後，消費者保護法第 10 條第 1 項之危險性，學說和實務上鮮少討論，惟有關消費者保護法第 7 條第 1 項之安全性，實務和學說已有眾多討論和判斷之參考，故以此作為消費者保護法第 10 條第 1 項之判斷標準，實際上亦較易運作。

綜上所述，以消費者保護法第 7 條第 1 項「科技或專業水準可合理期待之安全性」作為消費者保護法第 10 條第 1 項「有危害消費者安全與健康之虞」之判斷標準，應屬可採。

惟須注意的是，消費者保護法第 10 條和消費者保護法第 7 條不同之處，在於消費者保護法第 10 條乃預防損害發生之規定，其課予企業經營者持續觀察商品或服務是否有危害消費者安全與健康之虞之義務，因此不同於和消費者保護法第 7 條第 1 項以商品或服務進入市場之時點，作為企業經營者是否負有同條第 3 項規定之損害賠償義務之時點，消費者保護法第 10 條第 1 項之觀察具有持續性，即須依各階段之科技或專業水準，判斷商品是否不符合可期待之安全性，而具有危害消費者安全與健康之虞，因此縱然一商品或服務於進入市場時，符合當時科技或專業水準可合理期待之安全性，日後亦有可能因不具有當下科技或專業水準可合理期待之安全性，有危害消費者安全與健康之虞。

（三）和消費者保護法第七條第一項之適用爭議

商品或服務於流通進入或被提供於市場時，若不符合當時科技和專業水準可合理期待之安全性，對消費者之安全與健康自有危害之虞，根據消費者保護法第 10 條第 1 項之文義，企業經營者負有商品召回義務，惟消費者保護法第 7 條第 3 項就此亦規定企業經營者就消費者或第三人因此所受之損害負損害賠償責任。因此損害若尚未發生，企業經營者是否負有商品召回義務，或僅於損害發生後負損害賠償義務？若損害已經發生，企業經營者是否同時負有損害賠償義務和商品召回義務？

若損害尚未發生，根據消費者保護法第 10 條第 1 項，企業經營者即負有商品召回義務，而應召回商品、停止服務或採取其他預防損害發生之措施，縱然損害發生後有消費者保護法第 7 條第 3 項適用，亦不影響損害發生前企業經營者之商品召回義務。

首先，消費者保護法第 10 條第 1 項並未區分商品或服務流通進入或被提供於市場時，是否符合當時科技或專業水準可合理期待之安全性而區別企業經營者是否負有商品召回義務。

其次，消費者保護法第 10 條乃預防損害發生之規定，和消費者保護法第 7 條第 3 項乃填補損害之規定，二者功用不同，並無適用上之衝突。

最後，若僅因企業經營者根據消費者保護法第 7 條第 3 項，於損害發生後須就損害負損害賠償責任，即毋須於損害發生前負有商品召回義務，則於市場中之商品或被提供之服務，縱有危害消費者健康與安全之虞，於損害發生前卻可繼續流通於市場之中或繼續被提供，顯和消費者保護法保護消費者之目的有所違背。

綜上所述，商品或服務流通進入或被提供於市場時，若不符合當時科技或專業水準可合理期待之安全性，企業經營者根據消費者保護法第 7 條第 3 項，就消費者或第三人因此所受之損害負有損害賠償責任時，於損害發生前，企業經營者根據消費者保護法第 10 條第 1 項仍負有商品召回義務。

若損害業已發生，根據消費者保護法第 7 條第 3 項，企業經營者就消費者或第三人因此所受之損害須負損害賠償責任，此時根據消費者保護法第 10 條第 1 項，企業經營者仍負有商品召回義務。首先，縱然商品危險發生，造成損害，惟仍有其他具有危害消費者安全與健康之虞之商品仍流通於市場之中，若使其繼續流通，可能繼續造成其他損害，故有避免損害繼續發生之必要。其次，消費者保護法第 10 條第 1 項並未就企業經營者之商品召回義務限制於損害發生之前。再者，消費者保護法第 10 條第 1 項和消費者保護法第 7 條第 3 項之目的不同，功用不同，適用上亦無衝突，故縱然損害發生，企業經營者根據消費者保護法第 7 條第 3 項負有損害賠償責任，亦不影響其同時負有商品召回義務。綜上所述，商品或服務流通進入或被提供於市場時，若不符合當時科技或專業水準可合理期待之安全性，企業經營者根據消費者保護法第 7 條第 3 項，就消費者或第三人因此所受之損害負有損害賠償責任時，於損害發生後，企業經營者根據消費者保護法第 10 條第 1 項仍負有商品召回義務。

二、消費者保護法第十條第二項

(一) 召回事由

消費者保護法第 10 條第 2 項規定：「商品或服務有危害消費者生命、身體、健康或財產之虞，而未於明顯處為警告標示，並附載危險之緊急處理方法者，準用前項規定。」由此可知，消費者保護法第 10 條第 2 項所規定之召回情事為：商品或服務有危害消費者生命、身體、健康或財產之虞，而未於明顯處為警告標示並附載危險之緊急處理方法。

(二) 和消費者保護法第七條第二項之適用爭議

須注意的是，消費者保護法第 7 條第 2 項和消費者保護法第 10 條第 2 項高度相似，僅前者係規定企業經營者負警告標示義務，違反時，根據同條第 3 項負損害賠償義務，後者乃規定企業經營者若未盡其警告標示義務，負有商品召回義

務，此時即生消費者保護法第 7 條第 2 項和消費者保護法第 10 條第 2 項應如何適用之問題。

有學者認為消費者保護法第 10 條第 2 項之立法旨趣不明確，若商品或服務流通進入或被提供於市場時，依當時科技和專業水準企業經營者得知悉商品具有危害消費者生命、身體、健康或財產之危險，且該危險無法以當時科技和專業排除，根據消費者保護法第 7 條第 2 項，企業經營者應於明顯處為警告標示及緊急處理危險之方法，若未為之，根據同條第 3 項，應就消費者或第三人因此所受之損害負損害賠償義務，若同時適用消費者保護法第 10 條第 2 項，即發生既容許企業經營者未為警告標示而使商品或服務進入市場，嗣後再課予企業經營者商品召回義務之情況，此二規定即有矛盾。因此，消費者保護法第 10 條第 2 項適用之情況，應為商品或服務進入市場時，企業經營者未能認識商品或服務之危險性，於進入市場後始有所知悉，且該危險乃知悉當時之科技或專業水準所無法排除

265。

依此一解釋，若企業經營者於商品或服務進入市場前，已知悉或可得知悉商品或服務具有危害消費者生命、身體、健康、財產之可能，根據消費者保護法第 7 條第 2 項應為警告標示，若未為之，根據同條第 3 項，其應就消費者或第三人因此所受之損害負損害賠償責任；若企業經營者於商品或服務進入市場後始發現商品或服務之危險性，應盡速採取警告標示，否則根據消費者保護法第 10 條第 2 項，應負有商品召回義務。此時消費者保護法第 7 條第 2 項和消費者保護法第 10 條第 2 項適用上之區別，乃商品或服務之危險，企業經營者係於商品或服務進入市場前或進入市場後始知悉或可得而知，若係於進入市場前知悉或可得而知，則適用消費者保護法第 7 條第 2 項，否則即適用消費者保護法第 10 條第 2 項。

另有論者以適用時點作為消費者保護法第 7 條第 2 項和消費者保護法第 10

²⁶⁵ 朱柏松（1999），前揭註 41，頁 131-132。

條第 2 項警告標示義務之區分標準。其認為消費者保護法第 7 條第 2 項之適用時點，乃商品或服務進入市場時，企業經營者即須就商品或服務之危險為警告標示，而本法第 10 條第 2 項之適用時點，則為商品或服務進入市場之後，二者啟動時點不同，為不同之警告義務類型²⁶⁶。

就商品或服務進入市場後，企業經營者始發現商品或服務之危險，而就此一危險仍負有警告消費者之義務，美國法上亦有類似概念，即「出售後之危險警告義務」，又稱「繼續警告義務（the continuing duty to warn）」，指商品製造人於商品售出後，若發現原無法發現之危險，應警告消費者該商品之危險，且其基於售後警告義務，不僅須為合理警告，更須召回商品²⁶⁷。根據美國侵權行為法彙編第 3 版（Restatement of Torts 3rd）第 10 條，從事銷售或經銷產品之人於售出產品後，若知悉或得知悉商品之危險，卻未警告購買人，就因此所生之人身或財產損害應負損害賠償責任²⁶⁸。其和前述區分標準不同之處，在於係以售出前或售出後作為區分之標準，而前述之標準則以商品或服務進入市場前或進入市場後作為區分標準。

根據我國消費者保護法第 10 條第 2 項，企業經營者於商品或服務進入市場後，若發現商品或服務具有危險，而該危險乃當時科技或專業水準所無法排除，

²⁶⁶ 吳宛亭（2013），前揭註 238，頁 99-102。

²⁶⁷ 林世宗（1996），《消費者保護法之商品責任論》，頁 167，台北：師大書苑。

²⁶⁸ Restatement of Torts 3rd：

“Section 10. LIABILITY OF COMMERCIAL PRODUCT SELLER OR DISTRIBUTOR FOR HARM CAUSED BY POST-SALE FAILURE TO WARN

(a) One engaged in the business of selling or otherwise distributing products is subject to liability for harm to persons or property caused by the seller’s failure to provide a warning after the time of sale or distribution of a product if a reasonable person in the seller’s position would provide such a warning.

(b) A reasonable person in the seller’s position would provide a warning after the time of sale if:

- (1) the seller knows or reasonably should know that the product poses a substantial risk of harm to persons or property; and
- (2) those to whom a warning might be provided can be identified and can reasonably be assumed to be unaware of the risk of harm; and
- (3) a warning can be effectively communicated to and acted on by those to whom a warning might be provided; and
- (4) the risk of harm is sufficiently great to justify the burden of providing a warning.”

僅能依警告而減輕或迴避，其若未為警告，則負有商品召回之義務，應無疑問。有疑問者，乃企業經營者於商品或服務進入市場時，已知悉或可得而知商品具有前述之危險，是否有適用消費者保護法第 10 條第 2 項之餘地？

本文認為，消費者保護法第 7 條第 2 項和消費者保護法第 10 條第 2 項之適用要件固然有所不同，消費者保護法第 7 條第 2 項乃商品或服務進入市場時，企業經營者就當時科技或專業水準可得發現，惟尚未能以當時科技或專業水準排除，僅能以警告減輕或迴避之危險，應為警告標示²⁶⁹；消費者保護法第 10 條第 2 項適用之情況，邏輯上必為商品或服務進入市場之後，因若未進入市場，豈有召回之可能？然此非謂消費者保護法第 10 條第 2 項僅適用於企業經營者於商品或服務進入市場時，根據當時科技或專業水準未能發現商品危險，嗣後始因科技或專業水準發展而得以發現之情況，縱然商品或服務之危險於商品或服務進入市場時，就當時科技或專業水準企業經營者即得發現，亦有消費者保護法第 10 條第 2 項適用。

首先，消費者保護法第 10 條第 2 項並未就適用時點有所限制。

其次，就商品或服務進入市場前，根據當時科技或專業水準可發現而無法排除，僅能以警告減輕或迴避之危險，企業經營者可能因故意或過失而未為警告標示而使其進入市場，根據消費者保護法第 7 條第 3 條，此時企業經營者就消費者或第三人因此所受之損害負損害賠償義務，而若同時有消費者保護法第 10 條第 2 項適用，則可課予企業經營者積極召回商品之義務，對消費者之保障更為充分。

最後，縱然消費者保護法第 7 條第 2 項和第 10 條第 2 項同樣課予企業經營者商品標示之義務，惟消費者保護法第 7 條第 2 項之適用僅限於商品或服務進入

²⁶⁹ 朱柏松（1999），前揭註 41，頁 131。

市場時，企業經營者知悉或可得知悉之商品危險，違反之法律效果為損害賠償，後者之適用則包括商品或服務進入市場時和進入市場後，法律效果為商品召回，因此消費者保護法第 7 條第 2 項和消費者保護法第 10 條第 2 項，適用上並無衝突。

綜上所述，消費者保護法第 10 條第 2 項之適用，應不限於商品或服務之危險，乃商品或服務進入市場時企業經營者無從知悉，而於進入市場後始知悉之情況，而可和消費者保護法第 7 條第 2 項同時適用於商品或服務之危險，乃商品或服務進入市場時企業經營者所得知悉之情況，僅此時若有損害發生，企業經營者根據消費者保護法第 7 條第 3 項，對消費者或第三人因此所受之損害負損害賠償義務，而不論是否有損害發生，企業經營者根據消費者保護法第 10 條第 2 項，皆應召回商品或停止服務。

需另行說明的是，消費者保護法涉及企業經營者標示義務之規定，除消費者保護法第 10 條第 2 項外，尚有消費者保護法第 7 條第 2 項和第 24 條。消費者保護法第 24 條規定：「企業經營者應依商品標示法等法令為商品或服務之標示。輸入之商品或服務，應附中文標示及說明書，其內容不得較原產地之標示及說明書簡略。輸入之商品或服務在原產地附有警告標示者，準用前項之規定。」此一規定乃規範企業經營者標示義務之內容，若將其和消費者保護法第 10 條第 2 項比較，可看出企業經營者因違反標示義務而適用消費者保護法第 10 條第 2 項，負有商品召回義務之情況，僅商品或服務有危害消費者生命、身體、健康或財產之虞，而未於明顯處為警告標示，並附載危險之緊急處理方法。例如根據商品標示法第 9 條，於商品流通進入市場時，商品之進口商須於商品上標示生產、製造商之名稱，其未為之，乃違反標示義務，惟未標示商品之生產、製造商名稱，並無危害消費者生命、身體、健康或財產之虞，故此時無消費者保護法第 10 條第 2 項適用。

三、消費者保護法第十條第一項和第二項之區別

消費者保護法第 10 條第 1 項規定：「企業經營者於有事實足認其提供之商品或服務有危害消費者安全與健康之虞時，應即回收該批商品或停止其服務。但企業經營者所為必要之處理，足以除去其危害者，不在此限。」第 2 項規定：「商品或服務有危害消費者生命、身體、健康或財產之虞，而未於明顯處為警告標示，並附載危險之緊急處理方法者，準用前項規定。」就法條文義解釋，一商品或服務有危害消費者安全與健康之虞時，難謂其無危害消費者生命、身體、健康或財產之虞，反之亦然，而消費者保護法第 10 條卻區分為兩種情況，適用不同規範，此時即生適用上之疑義，即何種情況適用於消費者保護法第 10 條第 1 項，何種情況適用於消費者保護法第 10 條第 2 項。

(一) 學說見解

有學者認為，消費者保護法第 10 條第 1 項適用於商品具有發展中危險之情況，即商品或服務因上市時是否具有符合當時科技或專業水準可合理期待之安全性之情況有所不明，其後因新商品或服務上市，始發現舊商品或服務具有危險²⁷⁰；消費者保護法第 10 條第 2 項，則適用於商品或服務於上市時未能認識危險，但於上市後知悉，而依知悉時之科技或專業水準所無法排除之情況²⁷¹。因此消費者保護法第 10 條第 1 項應適用於商品或服務具有「發展上危險」之情況²⁷²，而消費者保護法第 10 條第 2 項則適用於商品或服務具有類似「發展上漏洞」之情況。之所以為類似「發展上漏洞」，乃因此時係以知悉時之科技或專業水準得否排除為判斷之標準，而非以商品或服務流通進入市場時之科技或專業水準，和一般對於發展上漏洞之定義有所不同。

²⁷⁰ 朱柏松（1999），前揭註 41，頁 96。

²⁷¹ 朱柏松（1999），前揭註 41，頁 133。

²⁷² 朱柏松（1999），前揭註 41，頁 147。

關於發展上危險（Entwicklungsrisiken）和發展上漏洞（Entwicklungslücken）之概念，學說於探討消費者保護法第 7 條第 1 項和第 2 項時有較為詳盡之討論。

發展上危險，指根據商品或服務流通進入市場當時之科技或專業水準，儘管通過所有可能之檢查測試，仍無法發現之客觀危險²⁷³。又可稱為發展上瑕疵（欠缺）（Entwicklungsgefahren/Entwicklungsfehler; Development Risks）²⁷⁴。

發展上漏洞，則係指某些狀況下會存在，而根據商品或服務流通進入市場時之科技或專業水準，已發現該商品或服務具有危險性，惟無法以當時科技或專業水準加以除去之危險²⁷⁵。具發展上漏洞之產品，又可稱為不可避免之危險產品（unavoidably dangerous products）或本質上即具危險性之產品（inherently dangerous products）²⁷⁶。

就商品或服務之發展上危險，學者有認為基於消費者保護法排除開發危險責任之立場，就因此所生之損害，企業經營者應可主張免責，惟此時其負有回收或其他排除危險之義務²⁷⁷。另有學者持不同看法，認為考量商品製造人可將成本轉嫁由消費者承擔，亦可就商品投保責任險，風險分散之能力較消費者強，故不應使商品製造人得就發展上危險免責，以促其注重商品之品質和安全性²⁷⁸。

就商品或服務之發展上漏洞，有學者認為若商品或服務仍符合一般平均消費者期待之基本安全性，且商品之危險已為公眾所週知，或企業經營者已於商品之包裝、使用說明或以其他方式告知，而消費者基於自主決定使用商品或接受服務，則因消費者已降低其對商品或服務安全性之期待，容忍商品或服務之危險，就因

²⁷³ 許玉珊（2007），《論我國消費者保護法上安全性欠缺》，頁 56，國立台灣大學法律學院法律學研究所碩士論文。

²⁷⁴ 詹森林（2003），前接註 48，頁 213。

²⁷⁵ 吳宛亭（2013），前揭註 238，頁 127；許玉珊（2007），前揭註 273，頁 56。

²⁷⁶ 詹森林（2003），前接註 48，頁 214。

²⁷⁷ 朱柏松（1999），前揭註 41，頁 147。

²⁷⁸ 黃立（2003），〈我國消費者保護法之商品與服務責任（一）〉，《月旦法學教室》，第 8 期，頁 73-74。

此而生之損害，企業經營者不負損害賠償義務²⁷⁹。亦有採類似見解者，認為商品危險若為科技現狀所得知悉，惟尚無法克服時，企業經營者應為適當之警告或指示標示²⁸⁰。



(二) 實務見解

實務上並未就消費者保護法第 10 條第 1 項和第 2 項之適用情況有所論述，僅針對消費者保護法第 7 條第 1 項和第 2 項之適用有判決說明之。

就消費者保護法第 7 條第 1 項，臺灣高等法院 84 年度上字第 1071 號判決認為：「所謂企業經營者，係指以設計、生產、製造、輸入、經銷商品或提供服務為營業者而言。消費者保護法第 7 條、第 2 條第 2 款分別定有明文。前揭第 7 條所規定之商品製造者責任須具備（一）、須為商品（二）、須侵害消費者或第三人之生命、身體、健康致生損害（三）、須有相當因果關係（四）、須商品有安全或衛生上之危險。然此之『危險』，應認不包括社會一般觀念許可存在之危險。例如因酒精、瓦斯、爐具、強酸、汽油等物品使用過量所造成之危險。蓋此等物品，功用所在即危險所在，本質上又含有現行科技智慧無法除去之危險，且為日常生活不可或缺之必需用品。若認上開第七條第一項之「危險」，包括此等社會一般觀念許可存在之危險，將導致此等物品企業經營者卻步，造成消費者生活上之不便，於保護消費者權益之立法目的有違。」反面解釋，即消費者保護法第 7 條第 1 項之危險，乃社會一般觀念所不許可存在之危險。

就消費者保護法第 7 條第 2 項，臺灣高等法院 90 年度上字第 44 號判決²⁸¹提到：「關於商品危險責任須以商品具有安全或衛生上之危險為要件，而依同法施行細則第五條之規定，容許性危險及發展上漏洞或危險均非商品危險責任所稱之危險，但商品警示說明責任並無相同於商品危險責任中之「危險」概念，舉凡具

²⁷⁹ 郭麗珍（2001），前揭註 1，頁 116-117；詹森林（2003），前揭註 48，頁 213-214；

²⁸⁰ 李英正（2007），前接註 46，頁 211。

²⁸¹ 臺南地方法院 100 年度訴字第 1433 號判決亦採取相同見解。

有危害生命、身體、健康、財產可能之商品，皆負有商品警示說明責任。因此消費者如因事實上有危險之商品受有損害，但該危險為消費者保護法施行細則第五條之容許性危險或發展上漏洞或危險，企業經營者雖不用因此而負商品危險責任，但如其有違反警示說明義務仍應依第二項負商品責任。」由此可知，商品或服務具有容許性危險、發展上漏洞和發展上危險時，雖無消費者保護法第 7 條第 1 項適用餘地，然企業經營者負有消費者保護法第 7 條第 2 項之警告標示義務。

綜上所述，實務上認為消費者保護法第 7 條第 1 項適用於商品或服務具有社會一般觀念所不許可存在之危險，而消費者保護法第 7 條第 2 項則適用於商品或服務具有容許性危險、發展上漏洞和發展上之危險。

(三) 本文見解

因消費者保護法第 10 條和消費者保護法第 7 條架構類似，法規編排上亦具有關聯，因此消費者保護法第 7 條第 1 項和第 2 項之適用標準應可作為消費者保護法第 10 條第 1 項和第 2 項適用上之參考。惟消費者保護法第 10 條之重點在於預防損害發生，企業經營者因此負有持續觀察商品或服務是否具有危害消費者安全與健康之虞之義務，因此消費者保護法第 7 條第 1 項和第 2 項適用上之標準，是否能完全套用於消費者保護法第 7 條第 1 項和第 2 項之上，不無疑問。

實務上有認為消費者保護法第 7 條第 1 項適用於商品或服務具有社會一般觀念所不許可存在危險之，而消費者保護法第 7 條第 2 項則適用於商品或服務具有容許性危險、發展上漏洞和發展上之危險之情況。此係同時以商品或服務之危險是否為社會一般觀念所許可，和是否為商品或服務流通進入市場時之當時科技或專業水準可得發現作為分野。惟實務上就消費者保護法第 10 條第 1 項和第 2 項之危險並無論述。

學說上則有認為消費者保護法第 10 條第 1 項所稱之危險，乃商品或服務具有發展上之危險，而消費者保護法第 10 條第 2 項之危險，乃商品或服務具有類

似於發展上之漏洞。二者之區別，在於是否為商品或服務流通進入市場時之科技或專業水準所得知悉和排除，若無從知悉，則屬消費者保護法第 10 條第 1 項所之危險，若得知悉惟根據知悉時之科技或專業水準所無法排除，則屬消費者保護法第 10 條第 2 項之危險。

本文認為，前述之區分標準皆有不足之處。首先，若以「危險是否為社會一般觀念許可」作為區分標準，仍無法解釋容許風險、發展上危險和發展上漏洞之區別。其次，「發展上危險」和「發展上漏洞」作為區別標準亦有不完整之處。發展上危險和發展上漏洞，皆係以商品或服務流通進入市場時之科技或專業水準得否發現作為判斷之標準。然不論危險是否為商品或服務流通進入市場時之科技或專業水準得以發現，基於消費者保護法第 10 條之重點為預防損害發生，就流通於市場上之商品或服務，縱然其具有商品或服務流通進入市場時，依據當時科技或專業水準可發現之危險，仍應適用消費者保護法第 10 條第 1 項。

據此，參考學說和實務見解有關消費者保護法第 7 條第 1 項、第 2 項和消費者保護法第 10 條第 1 項、第 2 項之區別，本文認為消費者保護法第 10 條第 1 項和第 2 項之適用，應以商品或服務之危險是否為其本質使然，若為其本質使然，是否為消費者廣泛知悉並接受作為區分標準。若商品或服務之危險若非其本質使然，則屬消費者保護法第 10 條第 1 項所稱之危險；若為其本質使然而非消費者廣泛知悉之危險，而企業經營者未為警告標示，則適用消費者保護法第 10 條第 2 項；若為其本質使然且為消費者廣泛知悉之危險，則企業經營者不負有消費者保護法第 10 條之責任。至於是否為商品或服務本質之危險，應視該危險是否為發現時之科技或專業水準所得去除和其和商品或服務本身功用之關聯性而定。

以菜刀為例，菜刀之刀刃可能造成消費者或第三人身體上之傷害，然菜刀之功用乃切割食材，鋒利之刀刃乃達其功用所不可或缺，且其危險為現今科技或專業水準所無法除去，刀刃鋒利可能致人受傷此一危險，即屬菜刀本質之危險，無

消費者保護法第 10 條第 1 項適用。又此一危險乃現今社會一般大眾廣泛知悉並接受，企業經營者不負有警告標示義務，故亦無消費者保護法第 10 條第 2 項適用。

又以犬貓食品為例，犬貓不可食用巧克力，食用對其生命和身體有所危害，此危險並非現今科技或專業水準所得去除，且造成之效果和犬貓食品本身之功用所欲達成之目的截然相反，因此含有巧克力之犬貓食品之危險，並非其本質使然，故有消費者保護法第 10 條第 1 項適用，若其流通進入市場，企業經營者應立即召回之。

肆、保護法益

消費者保護法第 10 條第 1 項之召回事由，乃「有事實足認商品或服務有危害消費者**安全與健康**之虞」；第 2 項之召回事由乃「商品或服務有危害消費者**生命、身體、健康或財產**之虞」因此有見解認為，消費者保護法第 10 條第 1 項之保護法益，為安全與健康，第 2 項則為生命、身體、健康或財產²⁸²。

消費者保護法第 10 條第 2 項已明確指出生命、身體、健康和財產乃其保護法益，自無疑問，惟消費者保護法第 10 條第 1 項之「安全與健康」尚有解釋空間。

現實中，若商品或服務有「商品或服務有危害消費者安全與健康之虞」，難以想像對消費者之生命、身體、健康或財產無危害之虞。

此外解釋上，「安全」得分為人身安全和財產安全，人身安全所保護者，為人之生命、身體和健康法益，財產安全所保護者，則為財產法益，因此消費者保護法第 10 條第 1 項將「安全」和「健康」並列，有重複規範之嫌，因立法理由

²⁸² 吳宛亭（2013），前揭註 238，頁 122。

未提及原因，故無從得知緣由，合理推測似因此一規定乃訂於消費者保護法「消費者權益」章，「健康與安全保障」一節，因此立法者即將「健康與安全」訂於消費者保護法第 10 條第 1 項中。

又消費者保護法第 10 條第 2 項之危險，乃企業經營者若採取適當之警告，即得讓商品或服務於市場中流通，毋須召回。消費者保護法第 10 條第 1 項之危險，則縱然企業經營者為警告，亦不得讓商品或服務流通於市場之內，而須將其排除於市場之外，可見消費者保護法第 10 條第 1 項之危險，較消費者保護法第 10 條第 1 項嚴重。消費者保護法第 10 條第 2 項之保護法益包括生命、身體、健康和財產，舉輕以明重，消費者保護法第 10 條第 1 項之保護法益範圍，自不應較第 2 項為窄，因此消費者保護法第 10 條第 1 項之「安全」若不解釋為包含人身安全和財產安全，財產法益即非消費者保護法第 10 條第 1 項之保護法益，體系上顯有失衡，故消費者保護法第 10 條第 1 項之「安全」，解釋為包含人身安全和財產安全，保護法益涵蓋生命、身體、健康和財產法益，應無疑問。

綜上所述，本文認為消費者保護法第 10 條第 1 項和第 2 項之保護法益，法規文字雖有不同，惟事實上皆為人之生命、身體、健康和財產法益。

伍、法律效果

一、採取召回措施之法律效果

(一) 措施本身之法律效果

有事實足認商品有危害消費者安全與健康之虞，或有危害消費者生命、身體、健康或財產之虞，而未於明顯處為警告標示，並附載危險之緊急處理方法時，根據消費者保護法第 10 條第 1 項，企業經營者負有召回商品之義務。

須注意的是，消費者保護法第 10 條並未要求企業經營者於消費者保護法第 10 條第 1 項或第 2 項規範之情事發生時一定必須採取召回措施，而係給予其決策空間。

根據消費者保護法第 10 條第 1 項但書，若企業經營者所為之必要處理足以去除危害，則其毋須召回商品。據此，企業經營者可採取之措施不僅限於商品召回措施，凡足以去除危害之措施皆可採取之。

此處所稱之去除危害之措施，其目的乃用以預防損害發生，本文稱其為預防損害發生措施。預防損害發生措施之種類眾多，例如補充或改善警告標示、商品下架、商品召回或其他任何用以防止損害發生或擴大之措施皆屬之。不同措施具有不同法律效果，因消費者保護法第 10 條第 1 項給予企業經營者決策空間，故無法一一列舉各項措施之法律效果，本文在此僅說明商品召回措施之法律效果。

消費者保護法並未就商品召回措施之內容有所規範，參考食品及其相關產品回收銷毀處理辦法，商品召回之內容可分為兩個層面，一為對主管機關之計畫提出，一為對消費者之商品召回²⁸³，因對主管機關之計畫提出並非此處所探討之對象，故此處僅討論對消費者之商品召回此一部分。

企業經營者欲採取商品召回措施，則須通知消費者商品召回之訊息，其視情況而可能採取公告或個別通知之方式。一旦企業經營者發布商品召回通知，其所生之法律效果，乃消費者可請求企業經營者根據商品召回通知之內容，召回商品並採取後續處理措施，例如返還價金或除去商品之危害後返還商品與消費者等。

（二）措施本身以外之法律效果

根據消費者保護法第 7 條第 3 項，企業經營者違反同條第 1 項和第 2 項，致生損害於消費者或第三人時，對消費者或第三人負有連帶損害賠償義務，此時即生下述問題：於消費者保護法第 10 條所規定之情事發生時，企業經營者若已發出商品召回通知，而於商品召回措施實施中或結束後，消費者因召回措施所欲預防之商品危險而受有損害，企業經營者是否負有消費者保護法第 7 條第 3 項之損

²⁸³ 參閱食品及其相關產品回收銷毀處理辦法第 3 條、第 4 條、第 8 條、第 10 條、第 11 條、第 12 條、第 13 條和第 14 條。

害賠償責任？



此時，應區分企業經營者提供之商品，是否具有消費者保護法第 7 條第 1 項或第 2 項情事而予以不同處理。

若商品不具有消費者保護法第 7 條第 1 項或第 2 項情事，自無消費者保護法第 7 條第 3 項適用。

若商品具有消費者保護法第 7 條第 1 項或第 2 項情事，縱然企業經營者採取預防損害發生措施，亦不影響其根據消費者保護法第 7 條第 3 項應負之損害賠償責任。由法規觀察，消費者保護法並未規定企業經營者採取商品召回措施即可免除損害賠償責任，故縱使企業經營者採取商品召回措施而消費者未參與之，不論未參與之理由為何，消費者保護法並未免除企業經營者之損害賠償責任。除此之外，根據消費者保護法第 7 條規定，企業經營者所負之損害賠償責任乃無過失責任，僅於消費者不當使用商品時不負有損害賠償責任，故消費者若非不當使用商品，則無論消費者基於何種原因而未參與商品召回，其因商品危險而受有損害，企業經營者即負有損害賠償責任，僅消費者若未理會企業經營者之召回，可能成立與有過失，法院可酌減或免除賠償金額，惟此須個案認定，視企業經營者召回措施實施之具體情況、消費者未參與召回措施之原因等具體情事認定。又此時企業經營者亦可能同時負有民法上侵權責任和契約責任，消費者與有過失亦同樣適用於此。

此外消費者保護法第 10 條應屬於民法第 184 條第 2 項所稱之「保護他人之法律」，故企業經營者若違反消費者保護法第 10 條，致生損害於他人者，應負賠償責任。然企業經營者若已採取商品召回措施，惟在召回進行中消費者因商品而受有損害，或未參與召回措施，而於事後因商品而受有損害，此時企業經營者是否仍負有民法第 184 條第 2 項之侵權責任？

民法第 184 條第 2 項規定：「違反保護他人之法律，致生損害於他人者，負

賠償責任。但能證明其行為無過失者，不在此限。」若企業經營者未採取商品召回措施，應屬於違反保護他人之法律，對因此受有損害之人負賠償責任。然企業經營者縱然採取商品召回措施，仍應視其採取之措施是否完備始能判斷其是否違反消費者保護法第 10 條。若企業經營者採取之召回措施並不完備，例如未通知應通知之消費者，若消費者因此受有損害，除非有民法第 184 條第 2 項但書適用，否則企業經營者根據民法第 184 條第 2 項本文，對該消費者應負有損害賠償義務；若企業經營者採取之召回措施無不足之處，此時應可認為企業經營者並未違反消費者保護法第 10 條，故無民法第 184 條第 2 項之適用。

又企業經營者對於消費者可能負民法上契約責任，消費者因商品而受有損害，視情況而可能有民法第 227 條第 2 項適用，而可向企業經營者主張損害賠償，然消費者若不理會企業經營者之召回措施而因此受有損害，可能構成與有過失，根據民法第 217 條第 1 項，法院得酌減或免除賠償金額，惟此須個案認定。

二、未採取預防損害發生措施之法律效果

若企業經營者於消費者保護法第 10 條第 1 項或第 2 項所述情事發生時，未採取預防損害發生之措施，則地方主管機關、中央主管機關或行政院有介入之權力，除此之外，消費者保護官和消費者保護團體亦可對企業經營者提起訴訟，若發生損害，受有損害之消費者或第三人，得對企業經營者請求損害賠償。以下分別介紹之。

（一）行政機關

1、地方主管機關

（1）應立即進行調查

根據消費者保護法第 33 條，直轄市或縣（市）政府若認為企業經營者提供之商品或服務，有損害消費者生命、身體、健康或財產之虞者，應立即進行調查。

調查完成後，得公開調查之經過和結果。

(2) 應令企業經營者限期採取預防損害發生措施

根據消費者保護法第 36 條，直轄市或縣（市）政府對於企業經營者提供之商品或服務，經消費者保護法第 33 條之調查，認為確有損害消費者生命、身體、健康或財產之情事，或確有損害之虞，應命令企業經營者限期改善、回收或銷毀。必要時，並得命企業經營者立即停止該商品之設計、生產、製造、加工、輸入、經銷或服務之提供，或採取其他必要措施。

此外若商品或服務對消費者已發生重大損害或有發生重大損害之虞，而情況危急時，直轄市或縣、市政府應立即在大眾傳播媒體公告企業經營者之名稱、地址、商品或服務，或為其他必要處置（消費者保護法第 37 條）。

2、中央主管機關或行政院

(1) 得令企業經營者停止營業

根據消費者保護法第 60 條，企業經營者違反消費者保護法之規定，生產商品或提供服務具有危害消費者生命、身體、健康之虞者，影響社會大眾，而經中央主管機關認定情節重大，則中央主管機關或行政院得令該企業經營者停止營業。

3、消費者保護法第 36 條和第 60 條之異同

消費者保護法第 36 條和第 60 條同為給予行政機關對企業經營者採取一定處置之權力，惟二者有其不同之處，以下分別說明之。

(2) 採取處置之行政機關

根據消費者保護法第 36 條，可採取處置之行政機關為直轄市政府或縣(市)政府；根據消費者保護法第 60 條，可採取處置之行政機關，為中央主管機關或



行政院。

(3) 得採取之處置

根據消費者保護法第 36 條，直轄市政府或縣（市）政府應命企業經營者限期改善、回收或銷燬，必要時並得命企業經營者立即停止該商品之設計、生產、製造、加工、輸入、經銷或服務之提供，或採取其他必要措施。

根據消費者保護法第 60 條，中央主管機關或行政院得命令企業經營者停止營業，並儘速協請消費者保護團體以其名義，提起消費者損害賠償訴訟。

須注意的是，消費者保護法第 36 條限縮直轄市政府和縣市政府之裁量權，規定直轄市政府或縣市政府在有消費者保護法第 36 條之情事發生時，「應」採取措施預防損害之發生；消費者保護法第 60 條則係使用「得」，給予中央主管機關和行政院較大之裁量空間。

(二) 消費者保護官或消費者保護團體

消費者保護法第 53 條第 1 項規定，若企業經營者有重大違反消費者保護法有關保護消費者之規定的行為，消費者保護官或消費者保護團體得向法院訴請停止或禁止之。

企業經營者負有提供符合當時科技或專業水準之商品，和於商品或服務具有危害消費者生命、身體、健康、財產之可能者，應於明顯處為警告標示及緊急處理危險之方法之義務（消費者保護法第 7 條第 1 項及第 2 項），因此企業經營者若提供不具當時科技或專業水準可合理期待安全性之商品，或提供之商品具有危害消費者生命、身體、健康、財產之可能者，而未於明顯處為警告標示及緊急處理危險之方法，根據消費者保護法第 53 條第 1 項，消費者保護官或消費者保護團體得向法院訴請停止或禁止企業經營者繼續提供該等商品。

(三) 消費者或第三人



若企業經營者於消費者保護法第 10 條第 1 項或第 2 項所述情事發生時，未採取預防損害發生之措施，消費者或第三人因此而受有損害時，其是否得依據消費者保護法第 7 條第 3 項向企業經營者請求損害賠償，須視商品是否具有消費者保護法第 7 條第 1 項或第 2 項情事而定。

若商品具有消費者保護法第 7 條第 1 項或第 2 項情事，消費者自得根據消費者保護法第 7 條第 3 項，向企業經營者請求損害賠償。此時亦有民法侵權責任和契約責任相關規定之適用；若商品不具有消費者保護法第 7 條第 1 項或第 2 項情事，消費者即無從主張消費者保護法第 7 條第 3 項，僅得根據民法侵權責任和契約責任相關規定向企業經營者主張。

因消費者保護法第 10 條應屬於民法第 184 條第 2 項所稱之「保護他人之法律」，企業經營者若違反消費者保護法第 10 條，致生損害於他人者，應負賠償責任，因此當企業經營者應採取召回措施而未採取時，其對因此受有損害之人，負損害賠償責任。

又除侵權責任外，企業經營者亦可能對消費者負民法上之契約責任，根據民法第 227 條第 2 項，企業經營者對和其具有契約之消費者，可能負有賠償責任。

陸、毋須召回之情事

企業經營者於有事實足認其所提供之商品或服務有危害消費者安全健康之虞時，和商品或服務有危害消費者生命、身體、健康或財產之虞，而未於明顯處為警告標示，並附載危險之緊急處理方法時，根據消費者保護法第 10 條第 1 條前段和第 2 條規定，企業經營者應召回商品、停止服務。

須注意的是，根據消費者保護法第 10 條第 1 項但書規定：「但企業經營者所為必要之處理，足以除去其危害者，不在此限。」即企業經營者若已為足以除去商品危害之處理，則免除其商品召回之義務。此乃因消費者保護法第 10 條之

規範目的為預防損害之發生，基於此一目的而課予企業經營者商品召回之義務，故企業經營者若已採取足以除去危害之必要處理，則無發生損害之虞，無課予企業經營者商品召回義務之必要。



柒、消費者和第三人之召回請求權

一、學說見解

有事實足認企業經營者提供之商品或服務有危害消費者安全與健康之虞時，根據消費者保護法第 10 條第 1 項，企業經營者應即回收該批商品或停止其服務，或採取足以預防損害發生之必要措施；根據同條第 2 項，商品或服務有危害消費者生命、身體、健康或財產之虞，而未於明顯處為警告標示，並附載危險之緊急處理方法者，企業經營者亦應回收該批商品，或採取足以預防損害發生之必要措施。據此，有消費者保護法第 10 條規定之情事發生時，企業經營者負有商品召回義務，惟企業經營者負有此一義務，是否即謂消費者具有主動請求企業經營者召回商品、停止服務之召回請求權，不無爭議。

在德國，產品所有權人、使用者或第三人得否向產品製造人請求為檢查產品瑕疵之目的而召回產品免費維修、更換無瑕疵之物或退還價款，即產品所有權人、使用者或第三人是否具有產品召回請求權（Rückrufanspruch），學說上有極大爭議，法院判決則較為保守²⁸⁴。

我國實務上，和商品責任有關之判決極少涉及消費者保護法第 10 條，因此實務對此一問題之見解未明，學說上對此則意見紛紜。

有持保留態度者，認為仍有待深入探究消費者保護法第 10 條之責任性質、

²⁸⁴ 郭麗珍（2000），前揭註 7，頁 209。

要件和違反之法律效果²⁸⁵。

亦有持否定見解者，認為消費者、消費者保護團體和消費者保護官之召回請求權，請求權基礎並非消費者保護法第 10 條，而係民法第 184 條第 1 項前段，因企業經營者應確保其提供之商品具有基本之安全性，故商品若有危害消費者安全與健康之虞，企業經營者應負採取適當措施以預防損害發生之義務，若違反之，其具有過失，成立不作為侵權責任。此外消費者保護法第 10 條應屬民法第 184 條第 2 項所稱「保護他人之法律」，故企業經營者違反之，亦應有民法第 184 條第 2 項適用²⁸⁶。

縱然持肯定見解者，對於請求權人或理由，亦有不同意見。

有論者直接肯認消費者保護法第 10 條可作為產品召回請求權之依據²⁸⁷。亦有論者認為，由我國消費者保護法第 10 條之條文字義，因係就企業經營者應召回之情事所為之規範，似無法直接導出消費者或第三人之召回請求權，然為發揮消費者保護法第 10 條預防性保護之目的，當損害之危險足夠具體，且將召回請求權限於請求排除妨害之目的，應肯認消費者於消費者保護法第 10 條第 1 項或第 2 項之情事發生時，得請求企業經營者召回商品、停止服務，或為足以除去危害之必要措施²⁸⁸。

另有論者認為，消費者保護團體和消費者保護官得依據消費者保護法第 10 條，請求企業經營者回收商品或停止提供服務。根據消費者保護法第 53 條，消費者保護團體和消費者保護官就企業經營者重大違反消費者保護法有關保護消費者規定之行為，得訴請法院停止或禁止之。停止提供服務屬不作為義務，自屬消費者保護法第 53 條規範之請求不作為訴訟，至於回收商品雖屬作為義務，然

²⁸⁵ 郭麗珍（2000），前揭註 7，頁 186

²⁸⁶ 李鳳翱（2011），前揭註 199，頁 47-48。

²⁸⁷ 呂翊丞（2006），前揭註 225，頁 130。

²⁸⁸ 郭麗珍（2000），前揭註 7，頁 219。

其目的在於防止商品造成消費者損害，和停止提供服務之目的並無不同，因此應目的性擴張消費者保護法第 53 條範圍，使消費者保護團體和消費者保護官亦得請求回收商品。至於個別消費者，其亦認為得以消費者保護法第 10 條作為請求權依據，於企業經營者提供之商品有危害其安全與健康之虞時，得依消費者保護法第 10 條請求企業經營者回收商品²⁸⁹。

又有論者認為，消費者保護法第 10 條之規範目的乃保障消費者免於遭受問題商品侵害之危險，若未賦予消費者主動之召回請求權，於企業經營者不願召回時，立法目的無從實現，又同屬商品責任體系之消費者保護法第 7 條第 3 項企業經營者損害賠償責任之規定，消費者亦得直接以其為請求權基礎，請求企業經營者負損害賠償責任，因而經由體系解釋，消費者保護法第 10 條亦得作為消費者直接請求召回之請求權基礎²⁹⁰。

二、本文見解

(一) 消費者

消費者保護法第 10 條乃規範於何種情事發生時，企業經營者負有何種義務，並未提及消費者具有主動請求之權利，乍看之下，消費者似無法以消費者保護法第 10 條為請求權基礎，向企業經營者請求召回商品或停止服務。惟參考民法第 184 條第 1 項，其規定：「因故意或過失，不法侵害他人之權利者，負損害賠償責任。故意以背於善良風俗之方法，加損害於他人者亦同。」僅規定行為人負有損害賠償責任，而未規定被害人具有損害賠償請求權，然從未妨礙被害人行使其損害賠償請求權，類似情況亦發生於消費者保護法第 7 條第 3 項本文，其規定：「企業經營者違反前二項規定，致生損害於消費者或第三人時，應負連帶賠償責任。」亦僅規定企業經營者負有損害賠償義務，而未規定消費者或第三人具有損

²⁸⁹ 詹森林（2003），前揭註 48，頁 202-203。

²⁹⁰ 吳宛亭（2013），前揭註 238，頁 60。

害賠償請求權，然消費者或第三人據此向企業經營者請求損害賠償時亦無爭議，此與公法之法規縱規定行政機關負有一定義務，並不代表人民即具有權利向行政機關為一定主張之情況有所不同，故消費者保護法第 10 條之法條文字應無法作為消費者是否具有召回請求權之判斷依據。

由體系觀察，消費者保護法第 7 條第 3 項係損害發生後關於損害賠償之規定，而消費者保護法第 10 條係損害發生前關於預防損害發生之規定，二者位於同一體系之中，同為規範企業經營者之商品責任。消費者保護法第 7 條第 3 項之立法型式既可作為消費者或第三人之請求權基礎，於企業經營者違反消費者保護法第 7 條第 1 項或第 2 項，致生其損害時，據以向企業經營者請求損害賠償，為避免損害之發生，消費者保護法第 10 條作為消費者之召回請求權基礎，體系上應無不妥。

又考慮到消費者保護法之立法目的係保障消費安全，若僅規定企業經營者負有商品召回義務，而消費者卻不具有主動請求召回之權利，僅能被動等待企業經營者自己採取行動或行政機關命令企業經營者採取行動，若企業經營者或行政機關無作為，消費者即無從主張商品召回，對消費者之保障顯有不足，故應使消費者得以消費者保護法第 10 條作為請求權基礎，請求企業經營者召回商品、停止服務。

（二）第三人

如本文於探討第三人是否為消費者保護法第 10 條之保護主體時所述，第三人和消費者同樣為消費者保護法第 10 條之保護主體，因此若消費者具有召回請求權，得依據消費者保護法第 10 條主動請求企業經營者召回商品、停止服務，則理論上第三人亦應具有召回請求權，然第三人若具有召回請求權，即意味社會上所有人皆具有召回請求權，因此處所指之第三人，凡消費者以外之人均屬之，如此一來是否範圍過廣，不無疑問。

有論者認為，欲達成消費者保護法第 10 條之規範目的，解釋上應將第三人納入保護，使其享有召回請求權，惟消費者保護法第 10 條之立法目的和法律效果和消費者保護法第 7 條至第 9 條有所不同，具有相當程度之獨特性，故就第三人之概念，不應和消費者保護法第 7 條至第 9 條為相同解釋，而應限縮解釋為至少必須與消費者相關之人，始足當之。因縱然召回費用應由企業經營者承擔，惟召回成本所費不貲，對市場安定性亦有影響，若使未直接接觸或使用商品之第三人亦得主張，等同無限上綱保護主體，易生權利濫用之風險，而使企業經營者承擔過重責任，增加社會成本。又消費者保護法第 36 條和第 38 條，賦予直轄市、縣（市）政府和中央主管機關命企業經營者召回商品之權限，縱然限縮第三人之概念，仍未過度妨礙消費者保護法第 10 條事前預防和排除危害之目的²⁹¹。

本文亦認為，召回成本所費不貲且對市場影響重大，若不論何人皆具有召回請求權，將讓市場和企業經營者長期處於極不穩定之狀態，亦提高權利濫用之風險，例如濫用召回制度使競爭之企業經營者疲於奔命，如此一來反而對消費安全之維護有不利影響，且對司法資源亦為一種浪費，因此第三人雖為消費者保護法第 10 條之保護主體，解釋上仍應限縮第三人得請求企業經營者召回商品、停止服務之範圍。

前述見解認為應限於「與消費者相關之人」，惟何謂「與消費者相關之人」，其未就此有進一步說明，因而產生諸多疑問，例如和消費者同住之人是否屬之消費者之鄰居呢？又每日消費者開車經過店家，可能因汽車暴衝而受有損害，是否亦為「與消費者相關之人」？

參考外國立法例，美國消費產品安全法有和第三人之召回請求權類似之規定。美國消費產品安全法第 24 條規定任何具有利害關係之人，於產品有消費產品安全法第 15 條規定之實質產品危害時，得向法院提起訴訟，要求被告執行依消費

²⁹¹ 吳宛亭（2013），前揭註 238，頁 62-63。

產品安全法第 15 條所定之規定或命令，並取得禁制令。此處具有利害關係之人，應指可能暴露於消費產品呈現之傷害或死亡之不合理風險之人²⁹²。

美國消費產品安全法之架構和我國消費者保護法雖有不同，惟縱然限縮解釋得請求企業經營者召回商品、停止服務之第三人之範圍，基於消費者保護法第 10 條事前預防損害發生之目的，仍應使可能因商品或服務危險而受有損害之人得據此主張召回請求權，因此應可借用美國消費產品安全法第 24 條具有利害關係之人之概念，將得根據我國消費者保護法第 10 條主張召回請求權之第三人，限於可能因暴露於商品危險而受有損害之人。此時第三人之召回請求權，受商品或服務之危險影響範圍，參考因素包括商品之種類和範圍、第三人和消費者之關係、和商品之接觸程度等，例如消費者使用之除濕機有起火燃燒之虞，和其同住之家人或許並未使用該除濕機，而非消費者保護法所稱之消費者，惟其暴露於除濕機之危險中，可能因除濕機起火燃燒而受有損害，因此應屬得根據消費者保護法第 10 條訴請企業經營者召回商品、停止服務之第三人。

²⁹² "The Senate subsequently adopted a version which limited private enforcement to persons "who may be exposed to unreasonable risk of injury or death presented by a consumer product," ...", Joseph A. Page, *Consumer Involvement and the Consumer Product Safety Act*, 2 Hofstra L. Law Review 610 (1974).

第六章 消費者保護法第十條對民事法律關係之影響

若企業經營者提供之內容為商品，因現今社會中，消費者有眾多取得商品之管道，不同類型之企業經營者和消費者之間，可能具有民事上契約關係，亦可能不具民事上契約關係。舉例而言，一製造商品之企業經營者，本身可能不負責商品之銷售，而將其所製造之商品交予另一負責銷售之企業經營者銷售，在此種情況中，製造商品之企業經營者和取得商品之消費者之間不存有商品買賣契約，買賣契約乃存在於負責銷售之企業經營者和向該企業經營者購買商品之消費者間。若企業經營者和消費者間具有契約，契約之定性因其取得方式不同，可能為買賣、贈與、租賃、使用借貸或其他性質，應依個案認定，惟買賣應屬現今社會中消費者最常取得商品之手段。

若企業經營者提供之內容為服務，其和消費者間可能存在服務提供契約，可能不存在服務提供契約，例如父母為年幼子女報名幼兒活動，此時子女雖係消費者，惟契約乃成立於父母和活動舉辦人或活動舉辦公司之間。若企業經營者和消費者間因服務之提供而成立契約，因服務之多樣性，例如旅遊服務、短期補習班服務、兒童課後照顧中心服務、生前殯葬服務、長期照護服務、產後護理機構及坐月子中心服務等，因各項服務提供之內容皆有不同，故契約定性亦應依個案認定。

當商品或服務有危害消費者之健康和 safety 之虞，或商品或服務有危害消費者生命、身體、健康或財產之虞，而企業經營者未於明顯處為警告標示，並附載危險之緊急處理方法，根據消費者保護法第 10 條，企業經營者應召回商品、停止服務或採取其他預防損害發生之必要措施，此時是否同時成立民法上債務不履行責任？又因現今消費者常經由買賣之手段取得商品，於商品具有消費者保護法第 10 條第 1 項或第 2 項事由時，消費者是否可同時主張買賣瑕疵擔保請求權？

此外企業經營者和消費者雙方若原本已因商品或服務而成立契約，於企業經

營者召回商品、停止服務時，對雙方原本之法律關係是否有所影響？若雙方之間並無因商品或服務而成立契約，除已發生損害而有民法第 191 條之 1 第 1 項和消費者保護法第 7 條第 3 項適用，消費者或第三人可據此請求企業經營者負損害賠償責任之外，企業經營者召回商品時，是否因而和消費者間成立任何民事上之法律關係？以製造和銷售商品之企業經營者分屬不同企業經營者為例，消費者乃向銷售商品之企業經營者購買商品，製造商品之企業經營者和消費者間不具有買賣契約，惟於商品召回時，不論製造商品或銷售商品之企業經營者皆負有商品召回責任，此時製造商品之企業經營者和消費者關係為何？

以上即為本章所欲探討之問題。本文首先將介紹債務不履行責任和買賣瑕疵擔保責任，再探討消費者保護法第 10 條之召回情事發生時，企業經營者是否同時構成債務不履行責任或買賣瑕疵擔保責任，最後再探討召回措施對企業經營者和消費者之民事法律關係有何影響。

第一節 企業經營者之債務不履行責任

消費者保護法第 10 條第 1 項本文規定：「企業經營者於有事實足認其提供之商品或服務有危害消費者安全與健康之虞時，應即回收該批商品或停止其服務。」根據此項規定應召回之商品或應停止之服務，本文將其簡稱為「危險商品」和「危險服務」。而消費者保護法第 10 條第 2 項規定：「商品或服務有危害消費者生命、身體、健康或財產之虞，而未於明顯處為警告標示，並附載危險之緊急處理方法者，準用前項規定。」根據此項規定應召回之商品或應停止之服務，本文將其簡稱為「未為警告標示之商品」和「未為警告標示之服務」，以利說明。

本節所欲討論之問題，為企業經營者和消費者間因商品或服務而具有契約時，若企業經營者提供之商品或服務具有消費者保護法第 10 條所規定之召回情事時，企業經營者是否同時構成債務不履行責任。

本文首先將簡單介紹民法上之債務不履行責任，再就消費者保護法第 10 條規定應召回之危險商品和未為警告標示之商品，應停止之危險服務和未為警告標示之服務，分別探討企業經營者是否同時成立民法債務不履行責任。



壹、債務不履行責任

一、定義

債務不履行，乃債務人未依債之本旨履行債務。

二、契約之義務類型

判斷企業經營者是否未依債之本旨履行債務，首先須判斷其違反契約之何種義務，而契約之義務可分為先契約義務、履行契約之義務和後契約義務。其中和商品具有瑕疵有關者，乃履行契約之義務。此一義務又可再區分為主給付義務、從給付義務和附隨義務三種類型。以下分別介紹之。

(一) 主給付義務

主給付義務，指債之關係上，固有、必備，並用以決定債之關係類型之基本義務²⁹³。以買賣契約為例，出賣人之主給付義務即為給付契約之標的物與買受人。

主給付義務得以訴請求之，且其得構成對待給付義務²⁹⁴。若因不可歸責於雙方當事人之事由，致一方之主給付一部或全部不能者，他方得免對待給付之義務。又若主給付不能、遲延或不完全給付之情事乃肇因於可歸責於債務人之事由，債權人得向債務人請求損害賠償或解除契約²⁹⁵。

²⁹³ 王澤鑑（2012），《債法原理：基本理論債之發生》，增訂3版，頁39，台北：自刊。

²⁹⁴ 參閱民法第264條第1項本文和第265條。

²⁹⁵ 參閱民法第266條、第227條、第231條、第254條和第256條。

(二) 從給付義務

從給付義務，乃基於法律明文規定、當事人約定或誠實信用原則及補充之契約解釋所生之義務。從給付義務之功能，非在於決定債之關係之類型，而係補助主給付義務，確保債權人之利益得獲得最大滿足²⁹⁶。以賣賣遊戲主機為例，主機廠商之主給付義務為給付遊戲主機與玩家，除給付遊戲主機外，廠商亦負有給付保證書之義務。給付遊戲主機乃主機廠商之主給付義務，給付保證書則為遊戲廠商之從給付義務。

從給付義務之債之效力和主給付部分相同者，在於同樣得依訴請求之。和主給付義務不同者，乃與他方之給付是否得為對待給付關係而可主張同時履行抗辯，應視該從給付義務對契約目的之達成是否必要而定。同一標準亦適用於債務人之從給付義務有給付不能、給付遲延或不完全給付之情事時，債權人得否解除契約之認定²⁹⁷。

(三) 附隨義務

附隨義務，乃隨債之關係發展，於個別情況要求當事人之一方有所作為或不作為，以維護相對人利益之義務²⁹⁸。附隨義務之功能可分為二類，一為與給付具有關連之附隨義務，乃為促進主給付義務之實現，使債權人之給付利益獲得最大可能之滿足，具輔助功能²⁹⁹，例如網路書店寄送書籍時，應包裝妥適避免書籍因運送碰撞而凹損；另一為與給付無關連之附隨義務，乃為維護他方當事人人身或財產上利益不因債務履行而受侵害³⁰⁰，具保護功能，例如承攬人和定作人間訂立房屋裝修之承攬契約，承攬人裝修時應避免造成定作人原有家具損害。附隨義務可能僅具上述兩種功能之一種，亦可能兩種兼具，例如傢俱行販售買受人須自行

²⁹⁶ 王澤鑑（2012），前揭註 293，頁 40。

²⁹⁷ 王澤鑑（2012），前揭註 293，頁 41。

²⁹⁸ 王澤鑑（2012），前揭註 293，頁 43。

²⁹⁹ 王澤鑑（2012），前揭註 293，頁 44。

³⁰⁰ 王澤鑑（2012），前揭註 293，頁 44。

組裝之傢俱時，應附組裝說明書說明如何正確組裝，除滿足買受人之給付利益外，亦避免買受人因組裝錯誤致受有人身或財產上之損害，故此類說明義務即兼具輔助和保護功能。又附隨義務中之保護義務，其性質應相當於侵權行為法上之社會安全義務，和給付義務之關連較小，乃債之關係當事人，依誠實信用原則，一方當事人應善盡必要注意，以保護相對人權益³⁰¹。

附隨義務之債之效力，因附隨義務原則上非屬對待給付，故不發生同時履行抗辯。又債務人不履行附隨義務，原則上債權人不得解除契約，僅得就其因此所受之損害，依債務不履行相關規定，請求損害賠償³⁰²。除此之外，德國通說亦認惟從給付義務和附隨義務之區別，即在於從給付義務得以訴獨立請求，而附隨義務不可³⁰³。

又須注意的是，民法第 227 條規定：「因可歸責於債務人之事由，致為不完全給付者，債權人得依關於給付遲延或給付不能之規定行使其權利。因不完全給付而生前項以外之損害者，債權人並得請求賠償。」此為我國民法就債務不履行有關不完全給付之規定，其中所謂不完全「給付」，除主給付義務外，解釋上亦應包含從給付義務，惟是否包含附隨義務，尚有爭議，我國學說有力見解採肯定說，認定因可歸責於債務人之事由，違反契約上之附隨義務，致債權人受有損害時，債權人得依不完全給付規定請求損害賠償³⁰⁴。

貳、消費者保護法第十條之召回事由和債務不履行責任之關聯

企業經營者和消費者因商品或服務而成立契約，若企業經營者提供之商品或服務嗣後被發現有危害消費者安全與健康之虞，企業經營者是否負有債務不履行責任，須視企業經營者之提供具有危害消費者安全與健康之虞之商品或服務，是

³⁰¹ 王澤鑑（2012），前揭註 293，頁 45。

³⁰² 王澤鑑（2012），前揭註 293，頁 43-44。

³⁰³ 王澤鑑（2012），前揭註 293，頁 44。

³⁰⁴ 王澤鑑（2012），前揭註 293，頁 46。

否屬未依債之本質履行債務而定。



一、危險商品

危險商品，乃有事實足認有危害消費者安全與健康之虞之商品。

一般而言，不論企業經營者和消費者因商品而成立何種契約，例如買賣契約、使用借貸契約、贈與契約或其他類型之契約，給付商品皆為企業經營者之主給付義務，惟非給付商品即屬履行主給付義務，若給付之商品具有危害消費者安全與健康之虞，應屬未依債之本旨履行債務，違反企業經營者所負之主給付義務，為不完全給付。若商品之危險乃可歸責於企業經營者，根據民法第 227 條第 1 項，消費者得依關於給付遲延或給付不能之規定行使其權利，因不完全給付而生履行利益以外之損害，並得根據民法第 227 條第 2 項，向企業經營者請求損害賠償；若商品之危險不可歸責於企業經營者，則無民法不完全給付規定之適用。

以消費者和企業經營者成立商品買賣契約為例，若一人在量販店購買非該量販店製造之狗罐頭，此時該人和量販店成立狗罐頭買賣契約。嗣後該款狗罐頭被發現食材受到污染，狗食用後可能造成腹瀉，量販店縱然給付狗罐頭，惟仍屬未依債之本旨履行債務，乃違反買賣契約之主給付義務。若狗罐頭之污染乃因可歸責於量販店之事由所致，根據民法第 227 條第 1 項規定，狗罐頭之買受人得依關於給付遲延或給付不能之規定行使其權利，若因不完全給付而生履行利益以外之損害，並得根據民法第 227 條第 2 項規定，向量販店請求賠償；若狗罐頭之污染不可歸責於量販店，則無民法不完全給付規定之適用。

二、危險服務

危險服務，乃有事實足認有危害消費者安全與健康之虞之服務。

不論服務之種類為何，若企業經營者提供之服務具有危害消費者安全與健康

之虞，應皆屬未依債之本旨履行債務，而屬債務不履行之不完全給付。若服務具有危險性乃可歸責於企業經營者，則消費者得根據民法第 227 條第 1 項規定，得依關於給付遲延或給付不能之規定行使其權利，若因不完全給付而生履行利益以外之損害，並得根據民法第 227 條第 2 項規定，向債權人請求損害賠償；若服務之危險性係不可歸責於企業經營者，則無民法不完全給付規定之適用。

例如旅行社應確保其所提供之遊覽車，遊覽車司機無疲勞駕駛之情況，若司機有疲勞駕駛之情況，此時旅行社應屬未依債之本旨履行債務，為不完全給付。若司機疲勞駕駛之情況乃可歸責於旅行社之事由所致，則消費者得根據民法第 227 條第 1 項規定，得依關於給付遲延或給付不能之規定行使其權利，若因不完全給付而生履行利益以外之損害，並得根據民法第 227 條第 2 項規定，向旅行社請求損害賠償；若司機疲勞駕駛之情況係不可歸責於企業經營者，則無民法不完全給付規定之適用。

三、未為警告標示之商品

未為警告標示之商品，乃有危害消費者生命、身體、健康或財產之虞，而未於明顯處為警告標示，並附載危險之緊急處理方法之商品。

根據消費者保護法第 7 條第 2 項，企業經營者就有危害消費者生命、身體、健康和財產可能之商品，應於明顯處為警告標示，並附載危險之緊急處理方法，此為企業經營者基於消費者保護法規定所負之警告標示義務。若企業經營者和消費者間具有契約，不論其和消費者成立之契約，乃商品買賣契約、使用借貸契約、贈與契約或其他類型之契約，基於契約，其亦負有說明義務，性質上為契約之附隨義務。

契約之附隨義務乃由誠實信用原則發展而來，指契約當事人應善盡必要注意，

以保護他方當事人之權益³⁰⁵。附隨義務可分為兩類，一類具有輔助功能，一類具有保護功能，一項附隨義務可能兼具兩種功能，說明義務即屬於兼具兩種功能之附隨義務，既可使契約之他方之給付利益獲得最大滿足，亦可保護他方之固有利益，例如出售 DIY 書櫃時，應說明書櫃應如何組裝，讓買受人得以順利組裝書櫃，並避免因組裝不當所生之危險。

因此企業經營者若就有危害消費者生命、身體、健康和財產可能之商品，未於商品明顯處為警告標示，並附載危險之緊急處理方法，乃違反其所負之說明義務。若企業經營者就說明義務之違反具可歸責事由，因說明義務性質上為契約之附隨義務，原則上消費者無法主張同時履行抗辯權，亦不得解除契約，僅得就其因此所受之損害，依債務不履行相關規定請求損害賠償³⁰⁶；若企業經營者違反說明義務不具可歸責事由，消費者亦無從就其所受之損害，依債務不履行規定向企業經營者請求損害賠償。

以消費者和企業經營者具有商品買賣契約為例，若一人在便利超商購買超商製造之鮭魚飯糰，該人和該超商成立鮭魚飯糰買賣契約。因鮭魚飯糰之內餡可能含有魚刺，食用時可能造成嘴巴或喉嚨刺傷，對消費者之身體有危害之可能，故超商應於飯糰之包裝明顯處為警告標示，並附載危險之緊急處理方法。若超商因過失而未為之，乃違反買賣契約之說明義務，且其違反具有可歸責事由，鮭魚飯糰之買受人若因此受有損害，得就其因此所受之損害依債務不履行相關規定請求損害賠償。

四、未為警告標示之服務

未為警告標示之服務，乃有危害消費者生命、身體、健康或財產之虞，而未於明顯處為警告標示，並附載危險之緊急處理方法之服務。

³⁰⁵ 王澤鑑（2012），前揭註 293，頁 45。

³⁰⁶ 王澤鑑（2012），前揭註 293，頁 43-44。

若企業經營者和消費者間具有服務提供契約，而企業經營者應於明顯處為警告標示，並附載危險之緊急處理方法而未為之時，和未為警告標示之商品相同，屬違反服務提供契約中之說明義務。

若企業經營者提供之服務具有危險性，企業經營者即負有說明義務，若企業經營者未為之，乃未履行說明義務，消費者得就其因此所受之損害，依債務不履行相關規定請求損害賠償³⁰⁷。

以潛水為例，潛水乃具危險性之活動，提供潛水服務之業者應說明潛水時應注意之事項，以避免危險發生，若其未為之，乃未履行說明義務，消費者得就其因此所受之損害，依債務不履行相關規定請求損害賠償。

五、其他種類：以福斯汽車排氣造假案為例

除消費者保護法外，我國就特定種類之商品另有特別法規定，而特別法之規定可能和消費者保護法有所不同，因而可能發生商品不具有消費者保護法第 10 條規定之召回事由，惟根據特別法而應召回之情況。本文在此舉福斯汽車排氣造假案為例進行說明。

（一）案例事實

福斯汽車（Volkswagen）於 2015 年 9 月證實，其在所生產之柴油車中安裝「減效裝置」（defeat devices）軟體，使實驗室檢測得到之排放量數據遠低於實際之排放量，影響車輛遍布全球，除福斯品牌汽車外，其他品牌車輛例如奧迪（Audi）、斯柯達（Skoda）亦受到影響，保時捷（Porsche）亦傳出裝有減效裝置，惟遭福斯汽車否認，故此部分尚有待釐清，然縱不包含保時捷，裝有減效裝置之車輛至今已超過八百萬台³⁰⁸。

³⁰⁷ 王澤鑑（2012），前揭註 293，頁 43-44。

³⁰⁸ 參閱中央通訊社（9/29/2015），〈2 分鐘看懂福私造假醜聞〉，

至今為止，德國當局和美國當局已強制召回受影響車輛，隨後福斯汽車亦自行召回歐洲受影響車輛。我國受影響之車輛約有一萬八千台，環保署亦強制召回受影響車輛。



(二) 強制召回之根據

我國消費者保護法第 10 條之商品召回事由，乃「企業經營者提供之商品，有危害消費者安全與健康之虞」（消費者保護法第 10 條第 1 項）與商品「有危害消費者生命、身體、健康或財產之虞，而未於明顯處為警告標示，並附載危險之緊急處理方法」（消費者保護法第 10 條第 2 項）兩種情況。福斯汽車之車輛排放廢氣數據造假，使實驗室測試時所得之廢氣排放量數據低於實際排放量，並非商品「有危害消費者生命、身體、健康或財產之虞，而未於明顯處為警告標示，並附載危險之緊急處理方法」，至於排放之廢氣是否有「企業經營者提供之商品，有危害消費者安全與健康之虞」此類情況，則有待探究。

汽機車排放之廢氣不僅對環境有所危害，對人體亦有不良影響，故各國皆訂有汽機車廢氣排放之標準。美國環保署經過調查，發現福斯汽車之柴油車在實驗室檢測時雖符合標準，然於道路駕駛中氮氧化合物之排放超過法定標準十到四十倍³⁰⁹。我國之檢測，進口車應採進口地之標準，故由歐盟進口之福斯汽車車輛應採歐盟標準。據此，福斯汽車進口之五期標準柴油小客車氮氧化合物管制定值根據歐盟標準乃 0.18g/km。受測車輛依標準法規檢驗方法測試均符合排放標準，惟部分受影響之柴油車款於道路實車測試中，測試結果較實驗室測試結果高出約 430 至 578%，平均排放值為 0.750g/km，超出歐盟標準 0.18g/km。惟目前道路實車測試目前尚非我國標準法規檢驗方法，而福斯汽車之氮氧化合物排放標準，根

<http://www.cna.com.tw/news/afe/201509290330-1.aspx>（最後瀏覽日：6/5/2016）；
中時電子報（11/3/2015），〈排氣造假車疑再增三車款 環署：台灣有 760 輛〉，
<http://www.chinatimes.com/realtimenews/20151103004796-260405>（最後瀏覽日：6/5/2016）。

³⁰⁹ 參閱環保署移動汙染管制網福斯汽車排氣案專區網站，
<https://mobile.epa.gov.tw/VW/VWqa.aspx>（最後瀏覽日：6/5/2016）。

據標準法規測試方法並未超出我國標準³¹⁰，且根據環保署意見：「依美國調查該等車行駛於道路氮氧化物（NOx）雖較排放標準值高約 10-40 倍，但排放值相較於老舊柴油車仍屬偏低，應不致對身體造成危害。³¹¹」因此福斯汽車雖使用減效裝置影響實驗室數據，是否即對消費者之健康和 safety 有危害之虞，而符合消費者保護法第 10 條第 1 項之召回事由，尚有爭議。

惟根據使用中汽車召回改正辦法第 11 條第 2 項，若國外主管機關或原製造廠已公告進行車輛召回改正者，汽車進口商應提報自行召回改正計畫，經主管機關核定後執行。因福斯汽車於國外已公告就受影響之車輛進行召回改正，故此時福斯汽車於我國亦應提報自行召回改正計畫。

（三）和債務不履行之關聯

此一案例中，福斯汽車於所售汽車中裝設減效裝置，影響實驗室檢測數據，使檢測數據符合法規標準，對於購買受影響車輛之消費者，應屬債務不履行，此係因其所給付之商品，不具有當時廣告所宣稱之功能，而該功能對於消費者決定是否購買該款車輛具有重要影響，故應屬給付不符債之本旨。

又因此一商品瑕疵乃可歸責於福斯汽車，根據民法第 227 條第 1 項規定，消費者得依關於給付遲延或給付不能之規定行使其權利，若因不完全給付而生履行利益以外之損害，並得根據民法第 227 條第 2 項規定，向福斯汽車請求損害賠償。

第二節 買賣瑕疵擔保責任

買賣瑕疵擔保責任乃出賣人就買賣標的之權利或其標的物本身之瑕疵所應

³¹⁰ 參閱環保署環保新聞專區，
http://enews.epa.gov.tw/enews/fact_Newsdetail.asp?InputTime=1041031122912（最後瀏覽日：6/5/2016）。

³¹¹ 參閱環保署移動汙染管制網福斯汽車排氣案專區網站，
<https://mobile.epa.gov.tw/VW/VWqa.aspx>（最後瀏覽日：6/5/2016）。

負之法定責任。於買賣契約中，瑕疵，即出賣人所為之給付不符債之本旨³¹²。

和債務不履行之不完全給付責任不同之處，在於買賣瑕疵擔保責任中，就買賣標的之權利或標的物之瑕疵，出賣人無論有無過失均負瑕疵擔保責任，而不完全給付則以債務人具有故意或過為前提。

壹、類型

瑕疵擔保責任之類型，以買賣標的之類型作為區分，可分為權利瑕疵擔保責任和物之瑕疵擔保責任兩種。

一、權利瑕疵擔保責任

權利瑕疵，乃出賣人移轉之權利不符合債之本旨³¹³。故權利瑕疵擔保責任，乃出賣人擔保其移轉之權利符合債之本旨，若不符合，則出賣人負有權利瑕疵擔保責任。

權利瑕疵擔保責任又可分為權利存在擔保責任和權利無缺擔保責任。權利存在擔保責任，係指出賣人應擔保買賣標的之權利存在；權利無缺擔保責任，則係指出賣人應擔保買賣標的之權利完整無缺。

民法第 349 條規定：「出賣人應擔保第三人就買賣之標的物，對於買受人不得主張任何權利。」此乃我國民法對於權利無缺擔保責任之明文。

民法第 350 條規定：「債權或其他權利之出賣人，應擔保其權利確係存在。有價證券之出賣人，並應擔保其證券未因公示催告而宣示無效。」則係我國民法對於權利存在擔保責任之明文。

權利瑕疵擔保之成立要件有三，分別為：瑕疵須於買賣契約成立時存在、買

³¹² 邱聰智（2008），《新訂債法各論（上）》，初版 2 刷，頁 91，台北：自刊。

³¹³ 邱聰智（2008），前揭註 312，頁 94。

受人善意和權利之瑕疵並未除去³¹⁴。

瑕疵須於買賣契約成立時存在，係指瑕疵須於買賣契約成立之前或成立之時即已存在，出賣人始須負權利瑕疵擔保責任。若瑕疵係在買賣契約成立之後始發生，則屬於嗣後不能或給付瑕疵問題，應視出賣人是否具有過失而定其是否負有債務不履行責任³¹⁵。

買受人善意，係指買受人不知瑕疵存在。若買受人於買賣契約成立時，已知悉權利存有瑕疵，除買賣契約另有訂定外，出賣人不負權利瑕疵擔保責任³¹⁶。

權利之瑕疵並未除去，乃權利瑕疵擔保責任成立之前提，此為理所當然，若買賣標的之權利雖於買賣契約成立時具有瑕疵，惟出賣人已於買受人行使權利時去除該瑕疵，則出賣人自無須負權利瑕疵擔保責任。

二、物之瑕疵擔保責任

物之瑕疵，係指出賣人交付之標的物不符債之本旨³¹⁷。故物之瑕疵擔保責任，乃出賣人擔保其移轉之標的物符合債之本旨，若不符合，則出賣人負有物之瑕疵擔保責任。

物之瑕疵擔保責任，可分為價值瑕疵擔保責任、效用瑕疵擔保責任和品質瑕疵擔保責任三種。我國民法第 354 條對物之瑕疵擔保責任之類型有所規定，價值瑕疵擔保責任，根據民法第 354 條第 1 項本文前段之規定，乃指出賣人應擔保買賣標的之物無滅失或減少價值之瑕疵；效用瑕疵擔保，根據民法第 354 條第 1 項本文後段之規定，乃指出賣人應擔保買賣標的之物應無滅失或減少其通常效用或契約預定效用之瑕疵；品質瑕疵擔保，根據民法第 354 條第 2 項之規定，乃指

³¹⁴ 邱聰智（2008），前揭註 312，頁 97。

³¹⁵ 邱聰智（2008），前揭註 312，頁 97。

³¹⁶ 參閱民法第 351 條。

³¹⁷ 邱聰智（2008），前揭註 312，頁 94。

出賣人應擔保買賣標的之物應具有出賣人保證之品質。

物之瑕疵擔保成立要件有四，分別為：物之瑕疵存在、物之瑕疵於危險移轉時存在、買受人善意並無重大過失和買受人須對受領物為檢查通知³¹⁸³¹⁹。

物之瑕疵存在，實務認為，係指依通常交易觀念或當事人決定，認為物不具備應具備之價值、效用或品質，且不以物質上應具備者為限，若出賣之特定物所含數量少，足使物之價值、效用或品質有欠缺者，亦屬存在物之瑕疵³²⁰。

物之瑕疵於危險移轉時存在，係指出賣人就危險移轉時已存在之物之瑕疵負有物之瑕疵擔保責任。不論該瑕疵係在買賣契約成立時已存在，亦或在買賣契約成立後、危險移轉前始存在，均不影響出賣人之物之瑕疵擔保責任，惟若物之瑕疵在危險移轉後始出現，則與出賣人無關，出賣人對此一瑕疵不負物之瑕疵擔保責任。

買受人善意並無重大過失，係指買受人不知物有瑕疵或非因重大過失而不知物有瑕疵而為買受。根據民法第 355 條第 1 項，若買受人於契約成立時知其物有瑕疵，出賣人不負擔保之責；根據同條第 2 項本文規定，若買受人於買賣成立時，因重大過失而不知標的物之瑕疵者，原則上出賣人亦不負擔保之責，惟根據同條項但書之規定，買受人雖因重大過失而不知物有瑕疵，惟出賣人保證無瑕疵或故意不告知瑕疵時，出賣人仍負有物知瑕疵擔保責任。

買受人須對受領物為檢查通知，乃民法第 356 條所訂之要件。根據民法第 356 條，若買受人違反檢查通知義務，則出賣人不負物之瑕疵擔保責任。

貳、法律效力

³¹⁸ 邱聰智（2008），前揭註 312，頁 110。

³¹⁹ 參閱民法第 354 條。

³²⁰ 參閱最高法院 73 台上字第 1173 號判例。



一、權利瑕疵擔保責任之效力

權利瑕疵擔保責任之效力，根據民法第 353 條規定，在出賣人不履行民法第 348 條至第 351 條所定之義務時，買受人得依關於債務不履行之規定行使權利。

買受人在權利之全部或一部被追奪時，依可歸責之給付不能相關規定行使權利；在權利受到第三人權利限制時，依不完全給付行使權利；在出賣人應負債務不履行責任時，買受人得行使同時履行抗辯權³²¹。

二、物之瑕疵擔保責任之效力

物之瑕疵擔保責任具有獨立之效力規範，原則上不適用債務不履行規定，其所具有之效力，部分和債務不履行共通，部分則屬於物之瑕疵擔保責任之特別效力。

(一) 物之瑕疵擔保責任和債務不履行責任之共通效力

物之瑕疵擔保和債務不履行皆具有之法律上效力共有兩種：減價請求權和契約解除權。物之瑕疵擔保責任之減價請求權和契約解除權，乃規定於民法第 359 條。

減價請求權，係指買賣之標的物有瑕疵時，買受人得請求減少相當之價金³²²。此一權利之性質，有請求權³²³和形成權³²⁴之不同見解，解釋上應認為屬形成權，一旦物有瑕疵，則不待買受人請求而出賣人同意，一經買受人行使即生減價之效力，至於減少之價額若有爭議，得訴請法院認定之³²⁵。

³²¹ 邱聰智（2008），前揭註 312，頁 106。

³²² 邱聰智（2008），前揭註 312，頁 121。

³²³ 梅仲協（1954），《民法要義》，修訂新版，頁 255，台北：自刊。

³²⁴ 史尚寬（1960），《債法各論》，初版，頁 35，台北：自刊；薛祀光（1960），《民法債編各論》，頁 14，台北：三民；鄭玉波（1990），《民法債篇各論（上）》，初版 13 刷，頁 53-54，台北：自刊；黃茂榮（2015），《買賣法》，增訂 7 版，頁 538-540，53-54，台北：植根法學叢書。

³²⁵ 邱聰智（2008），前揭註 312，頁 121。

契約解除權，則係指買賣標的物具有瑕疵時，買受人得解除買賣契約。須注意的是，買受人非於所有情況皆得解除買賣契約。根據民法第 359 條但書之規定，若解除契約顯失公平者，買受人不得解除契約。又因解除權之性質為形成權，為促使買賣契約關係及早確定，民法第 361 條規定：「買受人主張物有瑕疵者，出賣人得定相當期限，催告買受人於其期限內是否解除契約。買受人於前項期限內不解除契約者，喪失其解除權。」要求買受人須於出賣人所定相當期限內解除契約，否則喪失解除權。

（二）物之瑕疵擔保責任之特別效力

物之瑕疵擔保之特殊效力有兩種，分別為另行交付請求權和損害賠償請求權。

另行交付請求權發生於種類物買賣之情況。我國民法第 364 條規定：「買賣之物，僅指定種類者，如其物有瑕疵，買受人得不解除契約或請求減少價金，而即時請求另行交付無瑕疵之物。出賣人就前項另行交付之物，仍負擔保責任。」據此，在種類物買賣之情況下，若出賣人交付之物有瑕疵，買受人除行使前述之減價請求權或解除契約請求權外，亦得請求出賣人另行交付無瑕疵之物。

損害賠償請求權，發生於買賣標的物不具備出賣人所保證之品質和出賣人故意不告知瑕疵之情況。民法第 360 條規定：「買賣之物，缺少出賣人所保證之品質者，買受人得不解除契約或請求減少價金，而請求不履行之損害賠償；出賣人故意不告知物之瑕疵者亦同。」

（三）其他權利

權利瑕疵擔保責任和物之瑕疵擔保責任除上述之特別效力外，在債法相關規定中，買受人尚可主張拒絕受領權、同時履行抗辯權和修復請求權等三種權利。以下就此三種權利分別介紹之。

1、拒絕受領權

民法第 358 條第 1 項規定：「買受人對於由他地送到之物，主張有瑕疵，不願受領者，如出賣人於受領地無代理人，買受人有暫為保管之責。前項情形，如買受人不即依相當方法證明其瑕疵之存在者，推定於受領時為無瑕疵。送到之物易於敗壞者，買受人經依相當方法之證明，得照市價變賣之。如為出賣人之利益，有必要時，並有變賣之義務。買受人依前項規定為變賣者，應即通知出賣人。如怠於通知，應負損害賠償之責。」此一規定，應可解釋為異地買賣之情況，物具有瑕疵時，買受人有拒絕受領權。

因此規定所指之情況為異地買賣，故若非異地買賣之情況，是否仍有適用，不無疑問。除此之外，以文義觀之，本條規定適用之情況，買賣標的為有體物之情況，故若買賣標的為無體之權利，是否有適用餘地，亦有疑問。

有論者主張，此一規定特別指出異地買賣之情況，乃為創設出賣人暫為保管之責，非謂僅在異地買賣，買受人始具有拒絕受領權，故不論是否為異地買賣，為何種瑕疵擔保責任，為種類物買賣或特定物買賣，買受人皆可主張拒絕受領權³²⁶。

本文採此一見解。若買受人在受領前即發現買賣標的具有瑕疵，仍要求其必須受領，再於受領後向出賣人主張瑕疵擔保責任，實屬多餘。又是否為異地買賣，是否為物之瑕疵擔保責任，以此作為買受人是否有拒絕受領權，並無區別對待之理由，因如前所述，不論是否為異地買賣還是物之瑕疵擔保責任，皆有可能發生買受人取得權利或受領標的物前，發現權利或標的物具有瑕疵，若限制僅異地買賣或物之瑕疵擔保責任之情況，買受人始可主張拒絕受領權，顯有不當。據此，不論是否為異地買賣，不論為物之瑕疵擔保責任或權利瑕疵擔保責任，買受人皆可主張拒絕受領權。

³²⁶ 邱聰智（2008），前揭註 312，頁 128。

又須注意，買受人之拒絕受領權並非毫無限制。根據民法第 359 條，若物之瑕疵並非重大，則買受人僅有減價請求權，而無拒絕受領權。



2、同時履行抗辯權

同時履行抗辯權，根據民法第 264 條第 1 項本文，為因契約互負債務者，於他方當事人未為對待給付前，得拒絕自己之給付。

因契約互負債務者，若他方當事人未為給付時，其原則上可行使同時履行抗辯權，自無疑問，惟若他方當事人已為給付，僅給付有瑕疵時，其可否行使同時履行抗辯權？。

早期實務有認為買受人不得因出賣人給付之買賣標的物有瑕疵，而主張同時履行抗辯權³²⁷，惟最高法院 77 年第 7 次民事庭會議決議修正此一見解，而認為在出賣人應負物之瑕疵擔保責任之情況下，若買受人根據民法第 360 條規定要求出賣人負不履行之損害賠償責任，或根據民法第 364 條規定要求出賣人另行交付無瑕疵之物，出賣人為前述之給付前，買受人可主張同時履行抗辯權。

須留意的是，在買受人僅得行使減價請求權或者其行使減價請求權之情況，此時買受人應無主張同時履行抗辯權之餘地，因減價請求權和同時履行抗辯權處於互斥之地位。若買受人主張同時履行抗辯權，意味其要求出賣人給付債務不履行之損害賠償或者另行給付無瑕疵之物，而主張減價請求權，則意味買受人接受出賣人給付之有瑕疵之物，惟其要求出賣人減少買賣價金。

3、修復請求權

修復請求權又稱修補請求權，我國民法有關承攬之規定對其有所規範。民法第 943 條規定：「工作有瑕疵者，定作人得定相當期限，請求承攬人修補之。承

³²⁷ 參閱最高法院 59 年台上字第 2882 號判決：「買賣標的物因有瑕疵，買受人固得主張瑕疵擔保權，但無履行請求權，故不得為同時履行之抗辯。」

攬人不於前項期限內修補者，定作人得自行修補，並得向承攬人請求償還修補必要之費用。如修補所需費用過鉅者，承攬人得拒絕修補，前項規定，不適用之。」據此，工作有瑕疵時，原則上定作人得行使修補請求權，請求承攬人修補。至於在買賣契約中，若物有瑕疵，買受人得否請求出賣人修補之，民法有關買賣之規定並無明文，故買受人得否為之，不無疑問。

持否定見解者，主張之理由為民法就瑕疵擔保責任有具體詳盡之規定者，乃買賣和承攬。對與買賣和承攬之法律效果之規定，僅承攬有規定定作人具有瑕疵修補請求權（民法第 493 條），在買賣中並未規定買受人具有瑕疵修補請求權。從明示其一，排除其他之法律解釋觀之，可知立法者乃有意排除買賣之瑕疵修補請求權。又瑕疵修補請求權為不完全給付制度之內容，故須以債務不履行為前提，若於買賣之瑕疵擔保責任中肯認買受人有瑕疵修補請求權，將造成瑕疵擔保制度和債務不履行制度之混淆³²⁸。

針對否定者所主張之兩項理由，肯定見解者認為，民法之所以明訂承攬之瑕疵修補請求權，係因其為承攬瑕疵擔保責任之第一順位權利，在買賣則非重要之權利，因修補請求權對於承攬和買賣之重要性不同，故承攬有規定而買賣無規定，若以此作為立法有意排除之理由，立論似非充足。又肯認買賣之瑕疵擔保責任亦有修補請求權，並不會造成買賣中瑕疵擔保責任制度和債務不履行制度之混淆，因修補請求權僅係債務不履行制度下，不完全給付之權利內容之一，較修補請求權更能彰顯債務不履行制度者，乃損害賠償請求權，故縱使肯認買賣之瑕疵擔保制度中，買受人有瑕疵修補請求權，亦不至於混淆買賣瑕疵擔保責任制度和債務不履行制度³²⁹。

參、消費者保護法第十條之召回事由和買賣瑕疵擔保責任之關聯

³²⁸ 邱聰智（2008），前揭註 312，頁 131。

³²⁹ 邱聰智（2008），前揭註 312，頁 132。

市場上之「商品」，應包含「物」和「權利」兩種，然買賣標的若為「權利」，實難想像現實中會出現權利有危害消費者安全與健康之虞，而有消費者保護法第 10 條之適用餘地，故本文在此僅討論「物」之買賣，此部分所稱之「商品」，亦僅指稱「物」。

在討論消費者保護法第 10 條之召回事由和買賣瑕疵擔保責任之關聯前，須先說明的是買賣瑕疵擔保責任之「瑕疵」和消費者保護法之商品「瑕疵」，二者具有不同意義。

買賣瑕疵擔保責任之「瑕疵」，乃出賣人所為之給付不符債之本旨³³⁰，而所謂債之本旨，乃根據買賣契約雙方當事人之意思而訂，故若買賣標的物不符合基於所締結之契約，所得期待物通常效用或契約預定效用或其價值，則構成瑕疵擔保責任之「瑕疵」。瑕疵擔保之規定，在保護契約當事人經濟上之使用和相當性之利益，使標的物相對於對待給付無減失或減少其價值或通常效用或契約預定效用之瑕疵³³¹。

侵權行為法上之商品瑕疵概念，則係指商品不具備一般人所得期待之商品安全性³³²。商品責任保護者，乃商品須具備一般人通常合理可得期待對於其生命、身體和其他權益所應具有之安全性³³³，故不因企業經營者和消費者所訂立之個別買賣契約而有所不同。

據此，企業經營者給付或提供消費者保護法第 10 條中之危險商品和未為警告標示之商品與消費者，是否構成買賣瑕疵擔保責任，須視其「瑕疵」是否構成買賣瑕疵擔保責任之「瑕疵」而定。

³³⁰ 邱聰智（2008），前揭註 312，頁 90。

³³¹ 郭麗珍（2001），前揭註 1，頁 5。

³³² 郭麗珍（2001），前揭註 1，頁 5。

³³³ 郭麗珍（2001），前揭註 1，頁 5。



一、危險商品

如前所述，危險商品乃具有消費者保護法第 10 條所稱之危險，而該危險使危險商品具有消費者保護法中所稱之商品「瑕疵」，至於是否屬買賣瑕疵擔保中之「瑕疵」，本文認為應屬之。

買賣瑕疵擔保責任可分為三種：價值瑕疵擔保責任，效用瑕疵擔保責任，和品質瑕疵擔保責任。品質瑕疵擔保責任成立之前提，在於出賣人保證買賣標的物之品質，故並非所有物之買賣皆有其適用，而價值瑕疵擔保責任和效用瑕疵擔保責任，原則上適用於所有物之買賣。企業經營者和消費者間成立商品買賣契約，而該商品有危害消費者安全與健康之虞，一般而言皆會造成商品價值之減少，此外，亦會減失或減少商品通常效用或契約預定效用，故應屬價值瑕疵擔保責任和效用瑕疵擔保責任中所稱之瑕疵，企業經營者就此須負物之瑕疵擔保責任。

企業經營者應負物之瑕疵擔保責任時，根據民法第 359 條規定，買受人，在此即為與企業經營者訂有商品買賣契約之消費者，得解除契約或請求減少其價金，惟若解除契約顯失公平者，消費者僅得請求減少價金。

除此之外，若為種類物之買賣，根據我國民法第 364 條，買受人得不解除契約或請求減少價金，而係請求另行交負無瑕疵之物。然若商品具有消費者保護法第 10 條所稱之危險性，則商品之危險性應非存於單一商品，而可能存於企業經營者於特定時間內出產之特定商品，若係設計之問題，甚至可能存在於所有特定種類之商品，則買受人之另行交負請求權，於實際上是否有請求之可能，須視個案而定。

又損害賠償請求權，在物之瑕疵擔保責任中，根據民法第 360 條規定：「買賣之物，缺少出賣人所保證之品質者，買受人得不解除契約或請求減少價金，而請求不履行之損害賠償；出賣人故意不告知物之瑕疵者亦同。」故除非企業經營

者曾保證商品之品質，或訂立買賣契約時明知商品具有消費者保護法第 10 條之危險性而故意不告知消費者，否則一般而言無民法第 360 條規定之適用。

至於拒絕受領權（民法第 358 條第 1 項）和同時履行抗辯權（民法第 264 條第 1 項本文），於商品有危害消費者安全與健康之虞時，若企業經營者應負物之瑕疵擔保責任，消費者亦應得以主張，自不待言。

以前述量販店製造之狗罐頭受細菌污染為例，該款罐頭受細菌污染，不能給狗食用，即不具有價值，亦不具有效用，應構成價值瑕疵擔保責任和效用瑕疵擔保責任之瑕疵，量販店就此負有物之瑕疵擔保責任。根據民法第 359 條，狗罐頭之買受人得解除契約或請求減少其價金。又因狗罐頭為種類之物，若僅一定期間內製造之狗罐頭受細菌污染，根據民法第 364 條，狗罐頭之買受人，得不解除契約或請求減少價金，而請求另行交負未受細菌污染之狗罐頭。

二、未為警告標示之商品

未為警告標示之商品和危險商品之不同之處在於，未為警告標示之商品其危險性乃其本質使然，並非其具有「瑕疵」，之所以構成消費者保護法第 10 條第 2 項召回事由，乃企業經營者未為警告標示所致。

舉例而言，消費者向企業經營者購買食物調理機，而企業經營者於包裝內未附上使用手冊說明使用方式、使用時須注意之事項和不當使用可能造成之危險，即屬消費者保護法第 10 條第 2 項所指之情況。

因在此類狀況中非商品本身具有瑕疵，縱無警告指示標示，對商品價值、效用和品質亦無影響，難謂企業經營者應負物之瑕疵擔保責任。

三、其他種類：以福斯汽車排氣造假案為例

如前所述，買賣瑕疵擔保責任之買賣標的物「瑕疵」和消費者保護法中之商

品「瑕疵」意義不同，故可能商品之「瑕疵」同時構成消費者保護法第 10 條之召回事由和企業經營者之瑕疵擔保責任，可能僅構成企業經營者之瑕疵擔保責任而不構成召回事由，亦可能僅構成召回事由而不構成企業經營者之瑕疵擔保責任，故須視具體情況始能判斷。

以前述之福斯汽車排氣造假案為例，福斯汽車之柴油汽車排氣造假，可能不構成消費者保護法第 10 條之商品召回事由，然福斯汽車就其出產之柴油汽車，行銷重點之一即其較過去出產之柴油汽車環保，惟實際上其氮氧化物之排放量在美國卻遭檢測出超出美國之標準。排氣造假一事，對於汽車之效用而言尚不至於產生影響，然顯然造成其柴油汽車價值降低並缺乏其所保證之品質，構成買賣瑕疵擔保責任之價值瑕疵和品質瑕疵，故福斯汽車應負有價值瑕疵擔保責任和品質瑕疵擔保責任。

第三節 商品召回和服務停止對民事法律關係之影響

若企業經營者與消費者因商品或服務具有契約，和企業經營者與消費者若無因商品或服務而成立契約，企業經營者召回商品或停止服務時，對雙方之法律關係有何影響，即為本節探討之重點。

本文首先探討企業經營者所採取之召回措施對消費者是否具有任何法律上之效力；其次探討企業經營者和消費者間具有契約和不具有契約時，召回措施對雙方之影響；最後則探討前述情況所產生之其他問題。

壹、措施之效力

此處所稱措施之效力，係指企業經營者發布商品召回或服務停止通知時，消費者只能接受企業經營者提出之措施內容，而不得主張其他權利。

消費者保護法第 10 條未就企業經營者採取商品召回或服務停止措施時之具

體內容有所規範，然為使措施具體可行，企業經營者應發出召回商品或服務停止之通知。通知之內容，應包含召回之商品名稱或停止之服務內容、召回時間或停止時間、召回方式和補償方式等事項。就特定種類商品所訂之特別法，有關召回之規定中往往要求企業經營者須先向主管機關提出召回計畫書，惟根據不同特別法之規定，召回計畫書之性質又可分為報備和須經主管機關認可兩種³³⁴，而消費者保護法就此並無規定。惟不論是否須經主管機關審查認可，企業經營者之召回計畫原則上皆由企業經營者單方面訂定，而無消費者之參與，此時企業經營者之商品召回計畫或服務停止計畫，內容是否對消費者具有拘束力？企業經營者發出通知，若其和消費者原已存在因商品或服務而成立之契約，消費者是否仍得主張契約所生之請求權？若其和消費者未因商品或服務而成立契約，採取召回商品或停止服務措施後和消費者之法律關係為何？

本文認為，企業經營者採取商品召回或服務停止措施，不論是否送主管機關備查，亦不論是否需經主管機關認可始得為之，對消費者皆不具有拘束力，消費者可選擇是否參與商品召回或服務停止措施。

企業經營者所為之商品召回或服務停止通知，其性質有兩種可能：一、屬契約之要約，目的在與消費者成立以企業經營者所提供之商品召回或服務停止措施為內容之商品召回契約或服務停止契約；二、基於企業經營者和消費者間之契約所履行之契約義務。不論性質為何，皆為企業經營者單方面決定，不論計畫書是否須送主管機關備查或須經主管機關認可始得進行，自始至終消費者皆未參與企業經營者之決策過程，若使消費者受其拘束，顯有不公之虞。

此外消費者和企業經營者若因商品或服務而成立契約，當商品或服務具有召回事由或停止事由時，企業經營者可能負有債務不履行責任或其他契約責任。企

³³⁴ 例如食品及其相關產品回收銷毀處理辦法第 8 條第 2 項之計畫書即屬報備之性質，而使用中汽車召回改正辦法第 11 條之計畫則須經主管機關認可。

業經營者之召回責任屬侵權行為責任，消費者基於侵權責任而生之請求權，和基於契約責任而生之請求權，原則上應屬自由競合，若因企業經營者單方面決定之措施而使消費者無法主張其原本根據契約得以主張之權利，不僅對消費者有所不公，理論上亦和我國向來之請求權自由競合體系有所違背。又縱然企業經營者和消費者未因商品或服務而成立契約，消費者無從基於契約對企業經營者主張任何權利，商品召回措施仍係由企業經營者單方決策而定，若可拘束無契約關係之消費者，對其仍有不公之處，且企業經營者所採取之措施，以其和消費者間有無契約作為有無拘束力之區別標準，於論證上亦無依據，故不應區分二者而為不同對待。

貳、企業經營者和消費者關係之類型

因消費者保護法第 10 條並未特別指出負有召回義務之企業經營者之類型，根據消費者保護法第 2 條第 2 款，以設計、生產、製造、輸入、經銷商品或提供服務為營業者皆屬消費者保護法第 10 條之企業經營者。在現今工商業高度分工下，商品之設計、生產、製造和經銷之企業經營者，可能皆為不同企業經營者，商品輸入之情況更為如此，商品之設計、生產和製造之企業經營者，可能不在我國境內，此時各類型之企業經營者和消費者間，可能因商品之提供而具有契約，可能不具有契約，又提供服務之企業經營者和消費者間，可能因服務之提供而具有契約，亦可能不具有契約，則在商品召回或服務停止時，各種類型之企業經營者和消費者間之法律關係如何，不無疑問。

又就商品之部分，消費者可能係向非企業經營者之人取得商品，例如於拍賣網站上向他人購買二手商品，若該二手商品因有消費者保護法第 10 條事由而企業經營者採取商品召回措施時，持有二手商品之消費者應向何者主張權利，亦有探討空間。

因企業經營者根據消費者保護法第 10 條所採取之行動，會因其提供之內容

為商品或服務而有不同，若為商品，則採取商品召回措施，若為服務，則停止提供服務，和消費者之民事上法律關係亦有所不同，因此本文將區分企業經營者提供之內容為商品或服務，分別討論之。



一、企業經營者提供之內容為商品

若企業經營者提供之內容為商品，當商品具有消費者保護法第 10 條之召回事由時，設計、生產、製造、輸入或經銷商品之企業經營者，皆負有商品召回義務，此時企業經營者若和消費者因商品而具有契約，商品召回時，雙方之法律關係為何？又企業經營者若和消費者未因商品而具有契約，商品召回時，雙方之法律關係為何？

本文以消費者和設計、生產、製造、輸入或經銷之企業經營者是否具有契約，將消費者和企業經營者之關係，分為消費者與企業經營者具有契約和消費者與企業經營者不具有契約兩類，分別討論之。

(一) 消費者和企業經營者具有契約

若消費者和供給其商品之企業經營者因商品而成立契約，不論為買賣契約、贈與契約、使用借貸契約或其他類型之契約，當商品具有消費者保護法第 10 條之召回事由時，供給其商品之企業經營者應負有商品召回義務。惟此時企業經營者提出商品召回措施並為消費者接受時，對於雙方原本法律關係有何影響？企業經營者所為之商品召回措施乃基於原契約所為，亦或企業經營者和消費者乃成立一新契約，而以商品召回措施為契約之內容？

以商品買賣契約為例，當商品具有危害消費者健康和 safety 之虞且同時構成買賣瑕疵擔保責任之瑕疵時，根據民法上有關買賣瑕疵擔保責任之規定（民法第 359 條、第 360 條及第 364 條），消費者得向企業經營者主張解除契約、減少價金、另行交付無瑕疵之物或不履行之損害賠償。若消費者主張解除契約，解除契


約後消費者和企業經營者雙方各負回復原狀之義務，企業經營者應返還價金，消費者應返還商品（民法第 259 條）；若主張減少價金，企業經營者即負有返還部分價金之義務（民法第 359 條）；若主張另行交付無瑕疵之物，企業經營者負有給付無瑕疵之物之義務（民法第 364 條第 1 項）；若主張不履行之損害賠償，則企業經營者負有損害賠償義務（民法第 360 條）。實務上企業經營者採取之商品召回措施亦不脫買賣瑕疵擔保責任之內容或其變形，然非謂企業經營者採取之商品召回措施，即係基於其和消費者間之契約而履行其買賣瑕疵擔保責任。

消費者保護法第 10 條之企業經營者商品召回義務，不以其和消費者具有契約為義務成立之要件，因此企業經營者對無契約之消費者，就應召回之商品亦負有商品召回義務，消費者可選擇參與何一企業經營者所採取之商品召回措施。又於現實中，企業經營者採取商品召回措施時，可能要求消費者須出示購買發票或購買證明始得參與商品召回措施³³⁵，可能不要求出示即可參與³³⁶。縱然企業經營者要求出示購買發票或購買證明，其用意往往在於證明消費者持有之商品確為其所生產、製造，或所持有之商品確為瑕疵商品。因此企業經營者採取商品召回措施，應非基於其和消費者間之契約所為，當企業經營者採取商品召回措施，而消費者選擇參與之，雙方應係成立一以商品召回措施為契約內容之契約，此時消費者基於原本和企業經營者之契約所生之請求權，會受到商品召回契約限制，關於商品召回契約更為詳盡之探討，本文將於下一部分討論，在此先不再多談。

須注意的是，因商品之設計、生產、製造之企業經營者往往乃商品召回最終

³³⁵ 2014 年間爆發強冠以俗稱之「餿水油」製成全統香豬油販售之食安事件，基隆李鵠餅店於 2014 年 3 月 1 日至同年 9 月 4 日所售出之綠豆沙餅和咖哩餅，因使用全統香豬油而採取商品召回措施，凡於前述日期內購買綠豆沙餅和咖哩餅之消費者可憑發票退貨。參閱中央通訊社（9/7/2014），〈餿水油退貨潮 李鵠退費逾百萬〉，<http://www.cna.com.tw/news/firstnews/201409070086-1.aspx>（最後瀏覽日：6/5/2016）；李鵠餅店網站，<http://www.lee-hu.com.tw/news-detail-808140.html>（最後瀏覽日：12/20/2015，網頁於 3/28/2016 年瀏覽時已被移除）。

³³⁶ 以 2013 年 4 月 17 日聲寶股份有限公司召回電冰箱檢修為例，乃使用型號 SR-50GM 及 SR-50GMD 電冰箱之消費者，聲寶股份有限公司將免費至府健檢和更換全新電容器，並未要求出示購買憑證。參閱經濟部標準檢驗局商品安全資訊網之商品召回訊息，<http://safety.bsmi.gov.tw/wSite/ct?xItem=46708&ctNode=4735&mp=65>（最後瀏覽日：6/5/2016）。



應負責者，而輸入商品之企業經營者，則係商品召回於我國境內最終應負責者，故不論消費者和其有無契約，向其請求參與其所採取之召回商品措施，應無太大爭議。然經銷商品之個別企業經營者，雖不論消費者之商品是否由其提供，仍和商品之設計、製造、生產和輸入之企業經營者同負有商品召回義務，惟商品召回時，消費者是否不論和銷售商品之個別企業經營者有無契約，皆可參與其所採取之商品召回措施，即有爭議。以量販店販售商品為例，一消費者前往好市多購買商品，其所購買之商品可能非好市多所設計、製造、生產或輸入，好市多僅負責經銷該商品，而買賣契約係成立於好事多和消費者間。若商品因具有危害消費者安全與健康之虞，根據消費者保護法第 10 條第 1 項，好市多亦負有商品召回義務，此時從其他處取得商品之消費者，是否能夠主張參與好市多之商品召回措施？

根據消費者保護法第 10 條，凡商品之設計、製造、生產、經銷或輸入之企業經營者皆負有商品召回義務，且此一義務不以企業經營者和消費者間具有契約為成立要件，故商品之設計、製造、生產、經銷或輸入之企業經營者，不論是否和消費者具有契約，皆同負商品召回義務，然就經銷之個別企業經營者，若其不涉其商品之設計、製造、生產或輸入，應限縮其商品召回責任之範圍。因在商品設計、生產、製造、經銷或輸入之企業經營者中，經銷之企業經營者往往為消費者最容易接觸到之企業經營者，若不論消費者就商品是否和其具有契約，消費者皆可參與其所採取之商品召回措施，縱然因此所生之花費可向最終應負責之企業經營者請求，仍會讓經銷之個別企業經營者承受極大負擔。相較之下，消費者縱然無法參與其他經銷商品之個別企業經營者採取之商品召回措施，其仍可參與和其就商品具有契約之經銷之企業經營者，和商品之設計、生產、製造或輸入之企業經營者所採取之措施，已足以保障其權利。因此在經銷之個別企業經營者單純僅負責經銷商品之情況中，消費者應僅能參與和其就商品具有契約之經銷之企業經營者或商品之設計、生產、製造或輸入之企業經營者所採取之商品召回措施。

若消費者選擇參與和其就商品具有契約之經銷之企業經營者採取之商品召回措施，雖經銷之企業經營者採取之商品召回措施並非所有消費者皆可參與，僅和其具有契約之消費者始能參與，惟此類企業經營者之所以採取商品召回措施，仍係基於消費者保護法第 10 條之理由，縱然基於其和消費者之契約，消費者無法基於契約而有所主張，其仍應召回，故和其具有契約之消費者參與其所採取之商品召回措施時，雙方仍係成立一商品召回契約。

(二) 消費者和企業經營者不具有契約

若消費者非從設計、製造、生產、輸入或經銷之企業經營者處取得商品，實務上常見之例子為向他人購買二手商品，則當上述之企業經營者採取商品召回措施，即生此等消費者是否可參與上述企業經營者之商品召回措施之問題。

根據消費者保護法第 10 條，商品之設計、生產、製造、經銷或輸入之企業經營者皆負有商品召回義務，此一義務，不以其和消費者因商品而具有契約為成立要件，因此，縱然和消費者不具有契約，商品之設計、生產、製造、經銷或輸入之企業經營者仍應讓其參與採取之商品召回措施。惟就單純經銷商品之企業經營者，若其不涉及商品之設計、生產、製造或輸入，消費者應僅能參與和其具有契約之個別企業經營者採取之商品召回措施，或商品之設計、生產、製造或輸入之企業經營者採取之措施，而因此處所討論之消費者和所有企業經營者皆不具有契約，此時其僅能參與商品之設計、生產、製造或輸入之企業經營者採取之商品召回措施，雙方成立一以商品召回措施為其契約內容之商品召回契約。

二、企業經營者提供之內容為服務

若企業經營者提供之內容為服務，開發、提供或輸入服務之企業經營者，消費者可能和其因服務而成立契約，可能不因服務而成立契約，例如前往美髮店剪髮之客人，乃消費者保護法所稱之消費者，其和美髮店因剪髮之服務而成立契約，而父母為就讀國小三年級之兒童報名才藝班，兒童乃接受服務之消費者，惟其跟

才藝班並無因服務而成立契約，至於父母雖非才藝班提供才藝學習課程之對象，然其為子女報名課程並和才藝班訂定服務提供契約，亦屬於接受才藝班所提供之服務，和其子女屬於同一服務提供關係中之消費者。

不論為開發、提供或輸入服務之企業經營者，於服務有消費者保護法第 10 條之事由時，同負停止服務之義務，消費者亦得主動請求開發、提供或輸入服務之企業經營者停止服務，且如同提供商品之企業經營者之商品召回義務，提供服務之企業經營者之服務停止義務，亦不以消費者和企業經營者因服務之提供而具有契約為成立要件，故此時不論消費者和企業經營者間是否因服務而具有契約，皆得請求企業經營者停止提供服務。

此時和經銷商品之企業經營者採取商品召回措施時所面臨之問題相同，即企業經營者若僅單純提供服務，不涉及服務之開發或輸入，此時消費者縱然得請求其停止服務，然後續之處理，例如退款或改提供其他具類似性質之服務等措施，消費者是否不論和提供服務之特定企業經營者有無契約，皆得請求參與？又若一服務提供之關係中，有和服務提供之企業經營者具有契約之消費者，有和服務提供之企業經營者無契約，而僅單純接受服務之消費者，例如父母為子女報名參加才藝班，父母和才藝班具有契約，子女和才藝班不具有契約，惟其皆為服務提供關係中之消費者，此時何者得參與服務提供之企業經營者所採取之後續處理措施？

就消費者和開發、提供或輸入服務之企業經營者具有契約，是否得不論和提供服務之特定企業經營者有無契約，皆得請求參與其所採取之停止提供服務後之後續處理措施，於企業經營者僅單純提供服務，而不涉及服務之開發或輸入時，為避免服務提供之個別企業經營者承受過大負擔，且縱然消費者無法參與和其無契約之服務提供之個別企業經營者採取之後續處理措施，亦得參與和其具有契約之服務提供之企業經營者、開發或輸入之企業經營者所採取之後續處理措施，對

其保障並無不足之虞，故此時消費者不得要求和其不具有契約之提供服務之企業經營者，須讓其參與該企業經營者所採取之後續處理措施。

至於同一服務提供之關係中，有和服務提供之企業經營者具有契約之消費者，有和服務提供之企業經營者無契約，而僅單純接受服務之消費者，此時雖然二者皆可請求企業經營者停止服務，然除非另有損害發生，否則就單純服務停止後之補償措施，因二者屬同一服務關係，若企業經營者已給予其中一人補償，應毋須再給予另一人補償，如同商品召回時，一商品之所有人跟使用人可能為不同消費者，甚至可能有數名使用者，然商品之退費乃根據商品所為，故僅退一商品之費用。又考慮到和企業經營者訂有契約之消費者，往往已因此一契約而付出對價，且其基於契約本可向企業經營者有所主張，若停止服務時其無法參與企業經營者採取之補償措施，顯不合理，而若使企業經營者須補償單純接受服務而其無契約關係之消費者，又須補償和其訂有契約之消費者，等同於要求企業經營者負出超過服務對價兩倍甚至數倍之費用，而單純接受服務之消費者未付出對價卻得到補償，顯有不公之處。故此時企業經營者若向和其訂有契約之消費者為補償，即毋須再向單純接受服務之消費者為補償。

若消費者參與企業經營者提供之服務停止後之補償措施，因企業經營者停止服務乃係基於消費者保護法第 10 條所為，故此時企業經營者和消費者間，成立一以服務停止後之補償措施為契約內容之服務停止契約，若消費者和企業經營者間原本具有契約，消費者原本基於契約所生之請求權，即會受服務停止契約影響，相關之問題將於下一部分討論，此處不再多談。

參、其他問題

除前述討論之問題外，在企業經營者召回商品、停止服務時，企業經營者和消費者間可能成立商品召回契約或服務停止契約，此一商品召回契約或服務停止契約，對消費者和企業經營者原有之契約關係之影響為何？

又不論消費者和企業經營者間是否具有契約，若消費者對於企業經營者具有民法侵權責任相關規定或消費者保護法相關規定所生之損害賠償請求權，而消費者參與企業經營者採取之商品召回措施或服務停止措施時，是否影響其前述之權利？

此外消費者若非由設計、生產、製造、輸入、經銷商品之企業經營者處取得商品，而係經由其他方式取得，例如於網路上購買他人使用過之二手商品，於企業經營者採取商品召回措施時，消費者和該他人間之法律關係該如何處理？

前述三個問題，以下本文將分別探討之。

一、商品召回契約和服務停止契約

企業經營者所提出之商品召回措施或服務停止措施對消費者既無拘束力，則消費者可選擇是否參與企業經營者所提出之商品召回措施或服務停止措施。若消費者和企業經營者間具有契約，而其選擇不參與企業經營者提出之商品召回措施或服務停止措施，其基於契約所生之請求權，包括債務不履行責任請求權或買賣瑕疵擔保責任請求權自不受影響。然消費者若選擇參與企業經營者提出之商品召回措施或服務停止措施，其和企業經營者間成立商品召回契約或服務停止契約，此時消費者基於和企業經營者原契約之請求權即受有限制。

此處所稱之限制，非謂消費者所有基於原契約而生之請求權皆不得主張，而係僅和企業經營者提出之措施有關之請求權將受有限制。一旦企業經營者和消費者間成立商品召回契約或服務停止措施，因此一契約之目的在於企業經營者履行原對消費者所負之給付義務和預防損害發生義務，故根據民法第 319 條和第 320 條規定，若企業經營者履行商品召回措施或服務停止措施，則在措施所涵蓋之範圍內，消費者基於原契約對企業經營者得主張之請求權消滅。

以商品買賣契約為例，若商品具有消費者保護法第 10 條第 1 項之召回事由，

視具體情況，消費者可能根據民法第 354 條、第 359 條、第 360 條及第 364 條而得對企業經營者主張解除契約、減少價金、不履行之損害賠償或另行交付請求權，此時企業經營者若提出商品召回措施，乃由企業經營者負擔召回費用，召回商品並提供消費者相似品質和功能之商品，消費者選擇參與此一商品召回措施，即不得再對企業經營者主張契約解除權、減少價金請求權、不履行之損害賠償請求權和另行交付請求權。

又須注意者，乃企業經營者所提出之商品召回契約或服務停止契約，應屬消費者保護法第 2 條第 9 款所稱之定型化契約³³⁷，而有消費者保護法相關規定之適用。

此外尚須注意商品召回契約及服務停止契約之補充性地位，尤其係商品具有消費者保護法第 10 條之召回事由，而企業經營者與消費者間就商品具有契約關係，消費者可對企業經營者主張消費者保護法第 10 條之權利或基於契約主張民法上之權利時，縱然消費者參與企業經營者採取之召回措施，若商品召回之事由並未因措施而被排除時，消費者應仍可基於契約有所請求，此係因商品召回之目的係保護消費者、避免損害發生，故不應使參與商品召回措施之消費者，其狀態較未參與商品召回措施更加不利。

以 2016 年本田汽車 (Honda) 之新車被發現極易鏽蝕之事件為例，本田汽車已召回出現鏽蝕之新車進行處理，惟其將汽車返還予車主後，短時間內車輛又發生鏽蝕之情況，則縱然本田汽車已採取召回措施處理相關問題，且車主已參與之，車主基於契約所生之權利 (例如：瑕疵擔保請求權) 仍不應其參與本田汽車之召回措施而消滅，因本田汽車之召回措施並未排除其車輛之所以召回之原因，若限制參加召回措施之車主基於買賣契約所得主張之權利，反而將使地位較不參

³³⁷ 消費者保護法第 2 條第 9 款規定：「定型化契約：指以企業經營者提出之定型化契約條款作為契約內容之全部或一部而訂立之契約。」。

加召回措施之車主更加不利，無法達到商品召回制度保障消費者之目的。



二、損害賠償請求權

不論消費者和企業經營者是否具有契約，於商品或服務致消費者受有損害時，根據民法³³⁸和消費者保護法³³⁹有關侵權行為責任之規定，企業經營者皆可能負損害賠償責任。若消費者和企業經營者具有契約，此時消費者基於契約之約定和民法相關規定³⁴⁰，亦可能得向企業經營者請求損害賠償。

有關損害賠償責任之規定，乃規範損害發生後，何者應負損害賠償責任，而消費者保護法第 10 條則係預防損害發生之規定，二者之目的和成立要件雖有不同，然成立之時期可能有所交集，因企業經營者發現商品或服務具有消費者保護法第 10 條之危險時，可能已有損害發生，而其召回商品或停止服務，係為避免損害繼續發生和擴大。以蘋果公司於 2015 年 7 月 6 日公告召回 BEATS by Dr Dre Pill XL 可攜式喇叭為例，該款喇叭因電池可能有過熱情形，具有可能造成起火之風險，並確認有一起因起火而生之財產損失和一起因起火而生之人員輕微傷害，雖目前接獲之通報皆位於北美洲，但為避免商品繼續造成損害，蘋果公司決定召回該款喇叭³⁴¹。由此可知，企業經營者召回商品或停止服務時可能損害已經發生，其可能同時負有預防損害發生之責任和損害賠償之責任。

於企業經營者召回商品、停止服務時，受有損害之消費者若選擇參與企業經營者之商品召回措施或服務停止措施，此時對於其基於民法、消費者保護法和契約所生之損害賠償請求權，是否有所影響，應視企業經營者採取之商品召回措施

³³⁸ 例如民法第 184 條以下。

³³⁹ 例如消費者保護法第 7 條以下。

³⁴⁰ 例如民法第 227 條第 2 項。此外民法於「各種之債」一章中，亦就不同種類之契約設有不同規定，例如民法第 466 條規定使用借貸之貸與人，若故意不告知借用物之瑕疵，致借用人受損害者，應負賠償責任。

³⁴¹ 參閱經濟部標準檢驗局商品安全資訊網之商品召回訊息：

<http://safety.bsmi.gov.tw/wSite/ct?xItem=57576&ctNode=4735&mp=65> (最後瀏覽日：6/5/2016)。

中，是否包括損害之填補而定。

企業經營者採取之商品召回措施或服務停止措施，若涉及損害之填補，當消費者之損害獲得填補時，其對企業經營者之損害賠償請求權消滅；若企業經營者採取之商品召回措施或服務停止措施不涉及損害之填補，則消費者之損害既未獲得填補，自得根據民法、消費者保護法相關規定或契約向企業經營者請求賠償損害。

除此之外，企業經營者採取之商品召回措施或服務停止措施，縱然涉及損害之填補，有關損害填補之部分，和其他商品召回、返還款項、減少價金、另行交付無瑕疵之物、提供類似性質之服務等部分應分別處理。消費者接受企業經營者提出之商品召回措施或服務停止措施中，有關商品如何處理和退款之部分，或有關服務停止後應如何補償之部份，非謂其即必須接受商品召回措施中有關損害填補之部分，前者之責任在於預防損害發生，後者之責任則在於填補已發生之損害，二者所欲達到之目的不同，縱然包裹置於企業經營者提出之商品召回措施或服務停止措施之中，仍應分別看待。若企業經營者提出之商品召回措施或服務停止措施中，要求消費者必須概括接受，則如前所述，因商品召回契約和服務停止契約乃定型化契約之一種，此時應有消費者保護法有關定型化契約規定之適用，因企業經營者此種做法乃嚴重剝奪消費者之權利，違反平等互惠原則，故根據消費者保護法第 12 條第 1 項和同條第 2 項第 1 款規定，該條款無效。

三、最終持有商品之消費者與其前手之關係

有時消費者持有商品，直接來源並非各種類型之企業經營者，而係來自於另一消費者，例如向他人購買二手商品，此時契約存在於該名最終持有商品之消費者（以下簡稱「最終持有商品之消費者」）和其前手之間。


於商品因有危害消費者安全與健康之虞，或有危害消費者生命、身體、健康

或財產之虞，而未於明顯處為警告標示，並附載危險之緊急處理方法，企業經營者根據消費者保護法第 10 條召回商品時，如前所述，此類和各類型企業經營者皆無契約關係之消費者，仍可參與企業經營者之商品召回措施，惟此時最終持有商品之消費者，對於前手之消費者基於契約是否有得主張之權利？若有，而其選擇參與企業經營者採取之召回措施，對基於契約所生之請求權是否有所影響？

最終持有商品之消費者和前手之消費者間，可能係成立買賣契約、使用借貸契約、贈與契約或其他類型之契約，不同之契約類型，其得向前手之消費者主張之權利，亦有不同。惟不論契約性質，給付符合債之本旨之物品，應皆為前手之消費者之主給付義務，若前手之消費者給付之物品有危害買受人安全與健康之虞，應係給付不符合債之本旨，違反其主給付義務，為不完全給付，惟除非前手之消費者明知商品有危害買受人安全與健康之虞或契約另有約定，否則因商品之危險不可歸責於前手之消費者，故無民法不完全給付規定之適用。

若係有危害消費者生命、身體、健康或財產之虞，而未於明顯處為警告標示，並附載危險之緊急處理方法之商品，因商品之警告標示義務乃商品設計、生產、製造或輸入之企業經營者所負之義務，非購買商品之消費者之義務，且一般消費者亦無能力判斷商品之標示是否完善，故除非前手之消費者明知企業經營者應為警告標示而未為之或契約另有訂定，否則此時前手之消費者基於契約對最終持有商品之消費者所負之說明義務，內容以企業經營者提供之說明為限，例如提供買受人其購買商品時所負操作手冊即已足，若企業經營者未就商品之危險有所說明，其不說明亦不違反所負說明義務，對最終持有商品之消費者，不負不完全給付責任。

由此可知，最終持有商品之消費者對於其前手之消費者，原則上無法基於契約而主張不完全給付責任。至於是否有其他契約上之權利得主張，若商品之召回事由，乃商品有危害消費者安全與健康之虞，此時須視契約性質和契約是否有所



約定而定；若商品之召回事由，乃商品有危害消費者生命、身體、健康或財產之虞，而未於明顯處為警告標示，並附載危險之緊急處理方法，除非前手之消費者明知企業經營者未為警告標示或契約另有約定，否則如前所述，其所負之說明義務內容以企業經營者提供之說明為限，若企業經營者未為警告標示，其未說明亦不違反所負之說明義務，故此時最終持有商品之消費者對其無民法上之權利得主張，僅能參與企業經營者所採取之商品召回措施。

以買賣契約為例，若企業經營者係因消費者保護法第 10 條第 1 項，商品具有危害消費者健康和 safety 之虞而召回商品，因商品欠缺安全性應構成買賣瑕疵擔保責任中之物之瑕疵，則前手之消費者對最終持有商品之消費者負有買賣瑕疵擔保責任。此時最終持有商品之消費者可選擇參與企業經營者採取之商品召回措施，亦可選擇向前手之消費者主張買賣瑕疵擔保責任。若最終持有商品之消費者選擇參與企業經營者之商品召回措施，則在商品召回措施涵蓋之範圍內，對前手之消費者基於買賣契約所生之請求權消滅，因此時商品之瑕疵已獲得彌補，處於不存有瑕疵之狀態；若其選擇向前手之消費者主張買賣瑕疵擔保責任，而前手之消費者亦履行其所負之瑕疵擔保責任，則最終持有商品之消費者自無從參與企業經營者提出之商品召回措施。

企業經營者若係因消費者保護法第 10 條第 2 項，商品有危害消費者生命、身體、健康或財產之虞，而未於明顯處為警告標示，並附載危險之緊急處理方法而召回商品，最終持有商品之消費者對於其前手之消費者，無從主張買賣瑕疵擔保請求權，亦無從主張其他契約上之權利。

第七章 結論



商品召回義務來自交易安全注意義務。交易安全注意義務乃德國實務所發展，後為我國實務和學說肯認。交易安全注意義務可分為設計、製造、指示說明和後續觀察之交易安全注意義務等四種類型，商品召回義務即為後續觀察之交易安全注意義務所衍生。我國民法第 191 條之 1 為交易安全注意義務之明文規定，並可作為民法上商品製造人召回義務之法規基礎。

我國訂定消費者保護法時，將企業經營者之商品召回義務明訂於消費者保護法第 10 條。其和民法第 191 條之 1 商品製造人責任不同之處，在於消費者保護法第 10 條之責任主體範圍較廣，且為無過失責任，企業經營者商品召回義務之成立，以客觀情事是否存在為要件，而不以其有過失為必要。

須注意的是，消費者保護法第 10 條之重點應在於預防損害發生，故應可將企業經營者根據消費者保護法第 10 條所負之義務稱為預防損害發生義務，商品召回義務則屬於預防損害發生義務中極為重要之一類。除商品召回外，標示、警告、下架和銷燬亦為常見之措施，實務上，各類措施亦經常互相搭配實施。至於企業經營者對何種危險負有預防損害發生義務，應視危險是否具有可預見性和是否可排除而定。若屬於可預見且可排除之危險，企業經營者應排除之；若屬於可預見而無法排除之危險，此類情況又可分為兩種，一為商品發展上之漏洞，一為商品危險乃其本質使然。若商品之發展上漏洞所產生之危險乃眾所皆知使用該項商品即會具有之風險，並為消費者廣泛接受，企業經營者就此類危險應不負預防損害發生義務；若該危險屬於商品本質使然，和其設計或使用無關，此時消費者保護法課予企業經營者警告之義務，而無須採取其他預防損害發生之措施。

除消費者保護法外，我國其他現行法規亦有關於召回之規定，就召回之具體方法有較為明確之規範，包括召回通知之內容應包含何種事項和召回計畫是否須提報主管機關取得許可或報備，皆可作為我國消費者保護法第 10 條之商品召回

實施之參考。

此外因商品召回乃消費者權益之保障所不可或缺之制度，因此各國亦多有關於召回之規定。各國召回制度或有不同之處，惟主管機關於商品召回中往往皆扮演重要角色，且產品之製造者和銷售者不是負有召回義務，就是負有協助召回之義務。至於消費者之召回請求權，則多未有明確規定，僅美國消費產品安全法訂有具利害關係者得向法院訴請發布預先禁制令之規定，惟得訴請預先禁制令和得請求召回仍有程度上差距。

又針對企業經營者因商品具有危險而取回已流通進入市場中之商品，不論其採取之手段為何，亦不論商品取回之後其後續處理為何，比較法一般皆使用“recall”一詞，我國法上用詞並不一致。消費者保護法第 10 條使用「回收」一詞，其他法規有使用「召回」，亦有使用「回收」。立法者並未明說，然觀察各法規規範之客體和用詞差異，「召回」和「回收」在我國法上似有不同意義，後者具有徹底將商品排除於市場之意。因消費者保護法規範之商品種類繁多，部分縱然具有危險性，召回後仍可採取適當方法排除危險性，毋須將商品徹底排除於市場之外，且召回商品進行維修或補強之措施若係屬於消費者保護法第 10 條第 1 項但書所稱之其他必要處理，則回收和召回之強度即有差別，然企業經營者不論最後是否將商品銷燬，由市場上將商品取回之措施對其本身、消費者和市場之影響皆同等重大，且皆具有最後手段性，應無區分之理由，故消費者保護法第 10 條使用「召回」一詞似較「回收」妥適，惟在立法者修改之前，此處之「回收」宜解釋為「召回」之意。

除「召回」和「回收」用詞之爭議外，學說上對企業經營者根據消費者保護法第 7 條至第 10 條所負之責任，有稱為商品責任者，有稱為產品責任者。產品和商品二詞用語不同，意涵亦有些許差別，惟商品責任和產品責任之內容似無不同之處，且亦無區分實益，因縱然使用產品責任一詞稱呼消費者保護法第 7 條至

第 10 條之企業經營者責任，產品亦須流通進入市場始有意義，且比較法上，歐盟一般產品責任安全指令中，“product”一詞，一般皆翻譯為「產品」，然究其意義，亦接近於我國消費者保護法之「商品」，因而產品責任和商品責任可能僅係翻譯上之區別，實際上探討之問題並無不同。

於釐清名詞概念上之爭議後，本文就消費者保護法第 10 條之分析，可分為可分為保護主體、責任主體、客體、召回事由、保護法益、法律效果、毋須召回之情事和召回請求權等部分。

消費者保護法第 10 條之保護主體為消費者，自無疑問，且基於預防損害發生之目的，此處之消費者，不論使用商品、接受服務是否屬於最終消費，凡因商品或服務具有危害健康和 safety 之虞而可能受有損害之人皆屬之。此外法規雖未明訂第三人亦為消費者保護法第 10 條之保護主體，然第三人亦可能因商品危險受有損害，有保護之必要，且若將其納入，使其得請求企業經營者召回商品、停止服務，對消費安全之保護將更為完善。又消費者保護法第 10 條第 2 項未明訂保護主體，從法規目的解釋，消費者和第三人皆為其保護主體，舉輕以明重，消費者保護法第 10 條第 1 項之保護主體亦應包括第三人，故消費者保護法第 10 條之保護主體，包含消費者和第三人。


至於消費者保護法第 10 條之責任主體，法規明訂為「企業經營者」。由法規文義觀之，所有類型之企業經營者皆屬之。考慮到商品之設計、製造、生產之企業經營者較可能發現商品危險，對商品危險之掌控可能性亦較高，經銷之企業經營者乃和消費者直接接觸者，就流通進入市場之商品掌控能力最強，商品之輸入業者則為商品流通進入我國市場之源頭，由此等企業經營者共同負有商品召回義務，並無不妥。惟經銷之企業經營者負有商品召回義務時，為避免個別之經銷之企業經營者承擔過大責任，且限制消費者不能參與和其無契約之經銷之個別企業經營者採取之措施，應不至於影響其權益，縱然影響，亦不至於太過嚴重，故

在經銷之個別企業經營者單純僅負責經銷商品時，應限縮其所負之召回責任範圍，限於僅和其具有契約之消費者始得參與其所採取之召回措施，較為妥當。

關於商品召回事由，則可分為消費者保護法第 10 條第 1 項之「商品或服務有危害消費者安全與健康之虞」，和第 2 項之「商品或服務有危害消費者生命、身體、健康或財產之虞，而未於明顯處為警告標示，並附載危險之緊急處理方法」。

消費者保護法第 10 條第 1 項之「有危害消費者安全與健康之虞」，其判斷標準應為「各階段科技或專業水準可合理期待之安全性」，因此不論商品流通進入市場時是否具備當時科技或專業水準可合理期待之安全性，企業經營者皆附有商品召回義務。消費者保護法第 2 項之事由，則不限於商品或服務之危險乃商品或服務進入市場時企業經營者無從知悉，而於進入市場後始知悉者，若商品或服務之危險乃商品或服務進入市場時企業經營者所得知悉，企業經營者亦負有召回商品或停止服務之義務。此外不論商品或服務存在消費者保護法第 10 條第 1 項或第 2 項之召回事由，即使損害已經發生，企業經營者對其他尚流通於市場中之商品仍應召回，繼續提供之服務亦應停止，以避免損害繼續發生，故企業經營者負有召回義務時，可能亦負有消費者保護法第 7 條第 3 項之損害賠償責任。


又有關消費者保護法第 10 條第 1 項和第 2 項之適用爭議，應以商品或服務之危險是否為其本質使然，若為商品本質使然，是否為消費者廣泛知悉並接受作為區分標準。若商品或服務之危險非其本質使然，則屬消費者保護法第 10 條第 1 項所稱之危險；若為本質使然而非消費者廣泛知悉之危險，而企業經營者未為警告標示，則適用消費者保護法第 10 條第 2 項；若為其本質使然且乃消費者廣泛知悉之危險，則企業經營者不負消費者保護法第 10 條之召回義務。至於是否為商品或服務本質之危險，應視該危險是否為發現時之科技或專業水準所得去除，以及該危險和商品或服務本身功用之關聯性而判斷。



另外關於消費者保護法第 10 條之保護法益，消費者保護法第 10 條第 1 項和第 2 項之法規文字雖有不同，保護法益皆係生命、身體、健康和財產。消費者保護法第 10 條第 2 項之保護法益由法規文字即可看出，自無疑問，然消費者保護法第 10 條第 1 項之「安全與健康」，則有爭議。解釋上，「安全」得分為人身安全和財產安全，因此「安全」可解釋為包含生命、身體、健康和財產法益，此外現實中若商品或服務有「商品或服務有危害消費者安全與健康之虞」，難以想像對消費者之生命、身體、健康或財產無危害之虞，又消費者保護法第 10 條第 2 項之保護法益包括生命、身體、健康和財產，舉輕以明重，消費者保護法第 10 條第 1 項之保護法益範圍，自不應較第 2 項為窄，若不將消費者保護法第 10 條第 1 項之「安全」解釋為包含人身安全和財產安全，財產法益即非消費者保護法第 10 條第 1 項之保護法益，體系上顯有失衡，故消費者保護法第 10 條第 1 項之「安全」解釋為包含人身安全和財產安全，保護法益涵蓋生命、身體、健康和財產法益，應無疑問。

此外關於商品召回措施之法律效果，就措施本身，企業經營者須通知消費者商品召回之訊息，視情況應採取公告或個別通知之方式。一旦企業經營者發布商品召回通知，其所生之法律效果乃消費者可請求企業經營者根據商品召回通知之內容，召回商品並採取後續處理措施，例如返還價金或除去商品危險後返還商品等。就措施本身外之法律效果，則和消費者在召回實施中因商品受有損害，或未理會企業經營者之商品召回措施而因商品受有損害有關。


若消費者在召回實施中因商品受有損害，或未理會企業經營者之商品召回措施而因商品受有損害，而企業經營者已採取商品召回措施，商品若不具有消費者保護法第 7 條第 1 項或第 2 項情事，企業經營者自不負消費者保護法第 7 條第 3 項之損害賠償義務；若商品具有消費者保護法第 7 條第 1 項或第 2 項情事，縱然企業經營者採取預防損害發生措施，亦不影響其根據消費者保護法第 7 條第 3 項應負之損害賠償責任，僅消費者若未理會企業經營者之召回，可能成立與有過



失，法院可酌減或免除賠償金額，惟此須視企業經營者召回措施實施之具體情況、消費者未參與召回措施之原因等具體情事個案認定。又消費者保護法第 10 條應屬於民法第 184 條第 2 項所稱之「保護他人之法律」，企業經營者縱有採取召回措施，若不完備，仍屬於違反保護他人之法律，消費者因此受有損害，除非有民法第 184 條第 2 項但書適用，否則企業經營者根據民法第 184 條第 2 項本文，應負損害賠償義務；若企業經營者採取之召回措施無不足之處，應可認為企業經營者並未違反消費者保護法第 10 條，無民法第 184 條第 2 項之適用。此外企業經營者對於消費者可能負民法上契約責任，消費者因商品而受有損害，視情況可能有民法第 227 條第 2 項適用，而可向企業經營者主張損害賠償，然消費者若不理會企業經營者之召回措施，可能構成與有過失，根據民法第 217 條第 1 項，法院得酌減或免除賠償金額，惟須個案認定。

若企業經營者未採取預防損害發生之措施，則地方主管機關、中央主管機關或行政院有介入之權力。除此之外，消費者保護官和消費者保護團體可對企業經營者提起訴訟。若發生損害，受有損害之消費者或第三人亦得對企業經營者請求損害賠償。若商品具有消費者保護法第 7 條第 1 項或第 2 項情事，消費者自得根據消費者保護法第 7 條第 3 項，向企業經營者請求損害賠償；若商品不具有消費者保護法第 7 條第 1 項或第 2 項情事，消費者即無從主張消費者保護法第 7 條第 3 項，僅得根據民法侵權責任和契約責任相關規定向企業經營者主張。因消費者保護法第 10 條屬於民法第 184 條第 2 項所稱之「保護他人之法律」，故企業經營者若應採取召回措施而未採取時，對因此受有損害之人，根據消費者保護法第 184 條第 2 項負損害賠償責任。又企業經營者亦可能根據民法第 227 條第 2 項，對具有契約之消費者負賠償責任。


至於消費者和第三人，得否根據消費者保護法第 10 條主動請求企業經營者召回商品、停止服務此一重要爭議，實務就此未有判決，學說上則有不同見解，本文則認為應肯認消費者和第三人具有召回請求權。縱然消費者保護法第 10 條



未提及消費者具有主動請求之權利，然由我國立法形式觀之，並不代表消費者不具請求權，尤其消費者保護法第 7 條第 3 項本文之立法形式亦未表明受有損害之消費者或第三人得請求企業經營者負連帶賠償責任，實務上亦未因此認定其無請求權。既然消費者保護法第 7 條第 3 項和第 10 條同為規範企業經營者之商品責任，二者位於同一體系，若消費者保護法第 7 條第 3 項之立法形式可作為消費者和第三人之請求權基礎，消費者保護法第 10 條亦應得作為消費者之請求權基礎，於消費者保護法第 10 條第 1 項或第 2 項規定之情事發生，而企業經營者未召回商品或停止服務時，據以向企業經營者請求召回商品、停止服務。至於第三人，其和消費者同為消費者保護法第 10 條之保護主體，因此理論上第三人亦應具有召回請求權，惟此處所指之第三人，凡消費者以外之人均屬之，因此第三人若具有召回請求權，意味社會上所有人皆具有召回請求權，如此一來範圍可能過於廣泛。因召回成本所費不貲，對企業經營者、消費者和市場穩定皆具重大影響，若不論何人皆可請求召回商品、停止服務，將讓市場和企業經營者長期處於極不穩定之狀態，亦提高權利濫用之風險，反而對消費安全之維護有不利影響，亦會造成司法資源之浪費，因此第三人雖為消費者保護法第 10 條之保護主體，解釋上仍應限縮第三人得請求企業經營者召回商品、停止服務之範圍，此處可借用美國消費產品安全法第 24 條具有利害關係之人之概念，將得根據我國消費者保護法第 10 條主張召回請求權之第三人，限於可能因暴露於商品危險而受有損害之人，參考因素包括商品之種類和範圍、第三人和消費者之關係、和商品之接觸程度等情事。

上述乃消費者保護法第 10 條法規本身可能產生之議題，接著則係探討消費者保護法第 10 條和民法之關係。

消費者保護法第 10 條所規定之情事發生時，企業經營者可能同時負有契約責任，例如債務不履行責任或買賣瑕疵擔保責任，此時應視商品之召回事由而判斷企業經營者可能成立之契約責任。若召回事由為商品或服務有事實足認有危害




消費者安全與健康之虞，可能成立不完全給付，若企業經營者和消費者成立買賣契約，則可能成立買賣瑕疵擔保責任；若召回事由為有危害消費者生命、身體、健康或財產之虞，而未於明顯處為警告標示，並附載危險之緊急處理方法，企業經營者應屬於違反其所負之說明義務，為違反附隨義務，若屬於可歸責於企業經營者之事由所致，原則上消費者雖無法主張同時履行抗辯權，亦不得解除契約，惟其得就因此所受之損害，依債務不履行相關規定請求損害賠償。

另外關於商品召回措施本身之效力，企業經營者採取商品召回或服務停止措施，不論是否送主管機關備查，亦不論是否需經主管機關認可始得為之，對消費者皆不具有拘束力，消費者可選擇是否參與商品召回或服務停止措施。

若消費者選擇參與企業經營者採取之措施，其和企業經營者成立以商品召回措施或服務停止措施內容為契約內容之商品召回契約或服務停止契約。惟和責任主體認定之問題相同，若使經銷之個別企業經營者採取之召回措施，任一消費者皆可參與，將使經銷之個別企業經營者承受極大負擔，相較之下，限制消費者不能參與和其無契約之經銷之企業經營者採取之召回措施，亦足以保障其權利。因此在經銷之企業經營者單純僅負責經銷商品之情況，消費者應僅能參與和其就商品具有契約之經銷之企業經營者，或商品之設計、生產、製造或輸入之企業經營者所採取之召回措施。


若消費者非從設計、製造、生產、輸入或經銷之企業經營者處取得商品，而係由其他消費者處取得，因企業經營者之商品召回義務不以其和消費者因商品而具有契約為成立要件，縱然消費者和其不具有契約，商品之設計、生產、製造、經銷或輸入之企業經營者仍應讓消費者參與召回措施。惟就單純經銷商品之企業經營者，因此類消費者和所有類型之企業經營者皆不具有契約，故其僅能參與商品之設計、生產、製造或輸入之企業經營者採取之召回措施，此時雙方成立一以商品召回措施為其契約內容之商品召回契約。



另外就服務之部份，亦為如此。不論是否具有契約，消費者皆得參與開發、提供或輸入服務之企業經營者所採取之措施，惟於企業經營者僅單純提供服務，而不涉及服務之開發或輸入時，消費者不得要求參與和其不具有契約之提供服務之企業經營者採取之後續處理措施。至於同一服務提供之關係中，若有和服務提供之企業經營者具有契約之消費者，有和服務提供之企業經營者無契約，而僅單純接受服務之消費者，雖然二者皆可請求企業經營者停止服務，然除非另有損害發生，否則就單純服務停止後之補償措施，因二者屬同一服務關係，且考慮到和企業經營者訂有契約之消費者，往往已因此一契約而付出對價，此外其基於契約本可向企業經營者有所主張，若停止服務時其無法參與企業經營者採取之補償措施，顯不合理，而若使企業經營者須補償單純接受服務而其無契約關係之消費者，又須補償和其訂有契約之消費者，等同於要求企業經營者負出超過服務對價兩倍甚至數倍之費用，而單純接受服務之消費者未付出對價卻得到補償，顯有不公之處。故此時企業經營者若向和其訂有契約之消費者為補償，即毋須再向單純接受服務之消費者為補償。

若消費者和企業經營者成立上述之商品召回契約或服務停止契約，消費者和企業經營者假使原本具有契約，消費者原本基於契約所生之請求權，和企業經營者提出之措施有關之部分將受到限制。因企業經營者和消費者間成立商品召回契約或服務停止措施，此一契約之目的在於企業經營者履行原對消費者所負之給付義務和預防損害發生義務，故根據民法第 319 條和第 320 條，若企業經營者履行商品召回措施或服務停止措施，則在措施所涵蓋範圍內，消費者基於原契約對企業經營者得主張之請求權消滅。又企業經營者提出之商品召回契約或服務停止契約，應屬消費者保護法第 2 條第 9 款所稱之定型化契約，而有消費者保護法相關規定之適用。

此外不論消費者和企業經營者是否具有契約，於商品或服務致消費者受有損害時，根據民法和消費者保護法有關侵權行為責任之規定，企業經營者皆可能負



損害賠償責任，此外消費者若和企業經營者具有契約，其基於契約之約定和民法相關規定，亦可能得向企業經營者請求損害賠償。受有損害之消費者若選擇參與企業經營者之商品召回措施或服務停止措施，對於其基於民法、消費者保護法和契約所生之損害賠償請求權是否有所影響，應視企業經營者採取之商品召回措施中，是否包括損害之填補而定。若措施涉及損害之填補，當消費者之損害獲得填補時，其對企業經營者之損害賠償請求權消滅；若措施不涉及損害之填補，則消費者之損害既未獲得填補，自得根據民法、消費者保護法相關規定或契約向企業經營者請求賠償損害。又措施縱然涉及損害之填補，有關損害填補之部分，和其他商品召回、返還款項、減少價金、另行交付無瑕疵之物、提供類似性質之服務等部分應分別處理，縱然包裹置於措施之中，仍應分別看待，消費者接受和損害填補無關之部份，例如返還款項，不等同於其必須接受損害填補之措施內容。若企業經營者提出之措施中要求消費者必須概括接受，如前所述，因商品召回契約和服務停止契約乃定型化契約之一種，應有消費者保護法有關定型化契約規定之適用，因企業經營者此種做法乃嚴重剝奪消費者之權利，違反平等互惠原則，故根據消費者保護法第 12 條第 1 項和同條第 2 項第 1 款規定，該條款無效。

又消費者持有商品，直接來源並非各種類型之企業經營者，而係來自於另一消費者，此時契約存在於該名最終持有商品之消費者和其前手之間。

最終持有商品之消費者和前手之消費者所成立之契約，類型不同，得主張之權利即有不同，然不論契約之性質為何，給付符合債之本旨之物品應皆為前手之消費者之主給付義務，因此若前手之消費者給付之物品有危害買受人安全與健康之虞，應屬給付不符合債之本旨，違反其主給付義務，為不完全給付，然除非前手之消費者明知商品有危害買受人安全與健康之虞，否則因商品之危險不可歸責於前手之消費者，故無民法不完全給付規定之適用；若給付之商品係有危害消費者生命、身體、健康或財產之虞，而未於明顯處為警告標示，並附載危險之緊急處理方法之商品，除非前手之消費者明知企業經營者應為警告標示而未為之或契

約另有約定，否則前手之消費者基於契約對最終持有商品之消費者所負之說明義務，內容以企業經營者提供之說明為限，若企業經營者未就商品之危險有所說明，其不說明亦不違反所負之說明義務。



由此可知，最終持有商品之消費者對於其前手之消費者，原則上無法基於契約而主張不完全給付責任。至於是否有其他契約上之權利得以主張，若商品之召回事由，乃商品有危害消費者安全與健康之虞，此時須視契約性質和契約是否有所約定而定；若商品之召回事由，乃商品有危害消費者生命、身體、健康或財產之虞，而未於明顯處為警告標示，並附載危險之緊急處理方法，除非前手之消費者明知企業經營者未為警告標示或契約另有約定，否則如前所述，前手之消費者所負之說明義務內容以企業經營者提供之說明為限，若企業經營者未為警告標示，其未說明亦不違反所負之說明義務，此時最終持有商品之消費者對其無民法上之權利得主張。

上述討論為本文就消費者保護法第 10 條相關議題所為之研究。由討論之內容可知，消費者保護法第 10 條之企業經營者商品召回義務具有相當多可探討之議題，其不僅涉及消費者保護法本身之問題，亦涉及民法侵權責任和契約責任之問題。本文就消費者保護法第 10 條相關議題進行探討，並提供解決之方法，期能作為實務運作之參考，讓我國消費者保護法之召回制度更為完善，能更加發揮其預防損害發生之作用，達到保護消費安全之目的。

參考文獻



壹、中文文獻

一、書籍

- 王澤鑑（2009）。《民法學說與判例研究（一）》，。台北：自刊。
- 王澤鑑（2009）。《民法學說與判例研究（三）》。台北：自刊。
- 王澤鑑（2009）。《民法學說與判例研究（八）》。台北：自刊。
- 王澤鑑（2012）。《債法原理：基本理論債之發生》，增訂3板。台北：自刊。
- 王澤鑑（2015）。《侵權行為法》，增訂新版。台北：自刊。
- 史尚寬（1960）。《債法各論》，初版。台北：自刊。
- 朱柏松（1999）。《消費者保護法論》。台北：自刊。
- 行政院消費者保護委員會（2008）。《外國消費者保護法：第十五輯》。台北：行政院消費者保護委員會。
- 林世宗（1996）。《消費者保護法之商品責任論》。台北：師大書苑。
- 邱聰智（2008）。《新訂債法各論（上）》，初版2刷。台北：自刊。
- 郭麗珍（2001）。《產品瑕疵與製造人行為之研究—客觀典型之產品瑕疵概念與產品安全注意義務》。台北：神州圖書。
- 梅仲協（1954）。《民法要義》，修訂新版。台北：自刊。
- 黃茂榮（2015）。《買賣法》，增訂7版。台北：植根法學叢書。

詹森林（2003）。《民事法理與判決研究（三）》。台北：元照。

詹森林（2007）。《民事法理與判決研究（四）：消費者保護法專論（2）》。
台北：元照。

鄭玉波（1990）。《民法債篇各論（上）》，初版 13 刷。台北：自刊。

薛祀光（1960）。《民法債編各論》，台北：三民。

二、書之篇章

李英正（2007）。〈論消保法上商品責任之危險議題〉，收於：行政院消費者保護委員會（編），《消費者保護研究（十）》。台北：行政院消費者保護委員會（現行政院消費者保護會）。

郭麗珍（2000）。〈論產品之召回與警告責任〉，收於：蘇永欽、黃立、王千維、郭麗珍、楊秀儀、謝哲勝、陳聰富、姚志明、林誠二（著），《民法七十年之回顧與展望紀念論文集（一）》。台北：元照。

三、期刊論文

李介民（2015）。〈從危害防止法理探討預防性措施的合法性〉，《靜宜法學》，第 4 期，頁 167-191。

姚志明（2004）。〈消費爭議與民法及消保法適用之問題：以商品買賣責任為例〉，《月旦法學雜誌》，第 110 期，頁 9-26。

郭麗珍（1997）。〈產品製造人指示說明義務判決二則評釋〉，《政大法學評論》，第 57 期，頁 163-186。

黃立（2003）。〈我國消費者保護法之商品與服務責任（一）〉，《月旦法學教室》，第 8 期，頁 68-78。

詹森林（2014），〈被害人濫用商品與企業經營者之消保法商品責任：最高法院 103 年度台上字第 244 號裁定之評釋〉，《月旦民商法雜誌》，第 45 期，頁 5-16。

顏慧欣、李淳（2011）。〈歐盟消費性商品安全監管機制之探討〉，《貿易政策論叢》，第 15 期，頁 29-71。

四、學位論文

呂翊丞（2006）。《汽車產品責任及召回制度之研究》，國立成功大學法律學系碩士班碩士論文，台南。

李鳳翔（2011）。《從消費者保護論兩岸企業經營者防止危害發生之義務》，私立東吳大學法律學系中國大陸法律碩士在職專班碩士論文，台北。

吳宛亭（2013）。《企業經營者召回義務之研究》，國立台灣大學法律學院法律學研究所碩士論文，台北。

施昱廷（2008）。《從交易安全義務論我國民法上侵權行為之責任》，私立輔仁大學法律學研究所碩士論文，新北。

許玉珊（2007）。《論我國消費者保護法上安全性欠缺》，國立台灣大學法律學院法律學研究所碩士論文，台北。

五、期刊文章

楊瑪利（2015），〈比利時一次就學乖 台灣為什麼不能〉，《遠見雜誌》，第 343 期，載於：http://www.gvm.com.tw/Boardcontent_26858.html。

六、網路文獻

吳藝璐（2015），《為什麼台灣的牛奶比國外的還濃醇香（下）》。載於：

<http://asweknow.tw/archives/217>。



貳、英文文獻

一、書籍

Dennis Campbell & Christian T. Campbell (2006). *International Product Liability*. Salzburg, Austria: Yorkhill Law Publishing.

Randall L. Goodden (1996). *Preventing and Handling Product Liability*. New York: M. Dekker.

Christopher Hodges (2005). *European Regulation of Consumer Product Safety*. New York: Oxford University Press.

二、期刊論文

Joseph A. Page (1974). Consumer Involvement and the Consumer Product Safety Act. *Hofstra Law Review*, 2, 605-618.

三、網路文獻

U.S. Consumer Product Safety Commission (2012). *Recall Handbook*.
<http://www.cpsc.gov/PageFiles/106141/8002.pdf>

參、德文文獻

一、書籍

Christian von Bar (1980). *Verkehrspflichten: Richterliche Gefahrsteuerungsgebote im deutschen Deliktsrecht*. Köln: Heymanns, Carl.

Detlef Koch (1990) . *Produkthaftung zur Konkurrenz von Kaufrecht und Deliktsrecht*. Berlin: Duncker & Humblot.



二、期刊論文

Gerald Spindler (1999) . Das Jahr 2000-Problem in der Produkthaftung: Pflichten der Hersteller und der Softwarenutzer. *Neue Juristische Wochschrift*, 51/1999, 3737-3744.

Graf von Westphalen (Hrsg.) . *Produkthaftungshandbuch*, 2. Aufl., München: C.H.Beck.

肆、網頁資料

一、中文網站

國家標準 (CNS) 網路服務系統 http://www.cnsonline.com.tw/?locale=zh_TW

經濟部標準檢驗局應施檢驗商品檢索網
<http://www.bsmi.gov.tw/wSite/mp?mp=82#>

行政院消費者保護會網站
<http://www.cpc.ey.gov.tw/Default.html?t=672BCA8CD93FB3D000C0294DC6AFB9E6>

教育部重編國語辭典修訂本 <http://dict.revised.moe.edu.tw/cbdic/index.html>

立法院法院系統 <http://lis.ly.gov.tw/lglawc/lglawkm>

行政院環境保護署移動污染管制網 <https://mobile.epa.gov.tw/index.asp>

行政院環境保護署環保新聞專區
http://enews.epa.gov.tw/enews/fact_index.asp

經濟部標準檢驗局商品安全資訊網
<http://safety.bsmi.gov.tw/wSite/dp?mp=65>

中央通訊社 <http://www.cna.com.tw/>

中時電子報 <http://www.chinatimes.com/>



二、外文網站

加拿大廣播公司新聞 <http://www.cbc.ca/news>

歐洲聯盟網站 <http://eur-lex.europa.eu/homepage.html>

歐洲聯盟執行委員會網站 http://ec.europa.eu/index_en.htm

澳洲消費者保護法網站 <http://consumerlaw.gov.au/>

澳洲競爭與消費委員會之澳洲產品安全性網站
<http://www.productsafety.gov.au/content/index.phtml/itemId/970225>