

第八章 产品责任法

第五十课时

美国的产品责任法主要是州法，而不是联邦统一的立法。各州都有自己的产品责任法，而且各有差异，为了统一各州的产品责任法，美国商务部在 1979 年 1 月提出了一项《统一产品责任法(草案)》(Draft Uniform Product Liability Law)，供各州采用，但至今尚未被各州采纳。

一、产品责任的诉讼依据

美国产品责任法是以下列几种法学理论为依据的：疏忽说(theory of negligence)；违反担保说(breach of warranty)；严格责任说(strict liability)。凡原告由于使用有缺陷的产品遭受损害向法院起诉要求赔偿损失时，他必须基于上述三种理由之一，作为要求该产品的生产者或销售者承担责任的依据。

1. 疏忽

所谓疏忽是指产品的生产者或销售者有疏忽之处，致使产品有缺陷，而且由于这种缺陷使消费者的人身或财产遭到损害，对此，该产品的生产者和销售者应承担责任的。但是，当原告以疏忽为理由向法院起诉要求被告赔偿其损失时，原告必须提出证据证明：被告没有做到“合理的注意”(reasonable care)，即被告有疏忽之处；由于被告的疏忽直接造成了原告的损失，仅凭原告使用产品造成了损失这一事实的本身一般并不能推定被告有疏忽。另外，如果由于原告自己的疏忽造成了损失，原告也不能要求被告赔偿损失。疏忽在英美法上是一种侵权行为。在以疏忽为理由提起诉讼时，原告与被告之间不需要有直接的合同关系(privacy of contract)，因为这不是根据合同提起的诉讼。所以，作为原告的一方就不仅限于买方，而且扩及到其他有关的人，如买方的家属、亲友、来访者以至过路的行人或旁观者，只要他们是由于该产品的缺陷而受到损害，都可以对该产品的生产者和销售者提起疏忽之诉。

原告在以疏忽为理由对被告起诉时，可以从各个不同的方面证明被告有疏忽。例如，原告可以证明产品的设计有缺点，从而说明生产者在设计产品时没有尽到“合理注意”的义务；原告也可以证明被告对产品的危险性没有作出充分的说明，以提醒消费者或使用者的注意，从而构成疏忽；此外，原告还可以证明被告在生产或经销该产品时，违反了联邦或州的有关这种产品的质量、检验、广告或推销方面的规章、法令，而违反这种规章法令的本身就是一种疏忽行为。但实际上，在现代化大生产的条件下，要证明某种产品有缺陷往往是很困难的，有时甚至是不可能的。这是原告在以疏忽为理由控告生产者和销售者时所遇到的一个难题。

2. 违反担保

所谓违反担保是指产品存在某种缺陷或瑕疵，卖方违反了对货物的明示或默示担保，例如违反了产品应具有商销性的默示担保，或违反了产品必须适合一般用途或特定用途的默示担保等。如果原告由于产品的缺陷遭受损害，原告可以以违反担保为理由对被告起诉，要求其赔偿损失。违反担保之诉是根据买卖合同提起的诉讼。按照美国普通法的原则，凡依合同提起的诉讼，原告与被告之间必须要有直接的合同关系。具体到买卖合同来说，只有买卖双方才存在直接的合同关

系，所以，如果卖方违反担保义务，原则上只有买方才能对卖方起诉，买方以外的任何人都无权对卖方起诉；另一方面，买方只能对其卖方起诉，而不能对卖方以外的其他人(如货物供应商或制造商)起诉。这一原则对于买卖合同所引起的一般性的货物品质、规格、数量等问题的诉讼无疑是适宜的，但对于涉及产品责任的诉讼就显得不合适了。因为产品责任法的目的是保护消费者。一种有缺陷的产品，例如，某种含有有害成份的食品，不仅会使直接购买这种食品的买方身受其害，买方的家属、亲友乃至客人都可能因食用这种食品而受害。另一方面，出售这种产品的卖方往往是一般的零售商，如果只要求零售商对有缺陷的产品负责而不追究生产者的责任，那显然是不合理的。而且，零售商的财力有限，往往无力承担赔偿责任受害者的损失的责任。所以，如果在产品责任的诉讼中仍然固守双方当事人必须要有直接的合同关系的原则，就不可能达到保护消费者的目的。有鉴于此，美国法院在审判实践中，对以违反担保为理由提起的产品责任的诉讼，逐步从纵横两个方面放宽和取消了对双方当事人要有直接合同关系的要求。从纵的方面来说，原告不仅可以对卖方起诉，而且可以对生产或销售这种有缺陷的产品的各有关责任方起诉，其中包括零售商、批发商、进口商、出口商，一直到制造厂商。从横的方面来说，有权提起产品责任诉讼的人不仅包括买方，而且包括一切因使用有缺陷的产品而蒙受损失的人，如买方的家属、亲友、客人，甚至包括被伤害的过路人。但必须注意的是，在这个问题上，美国各州的判例和法律并不完全一致，有些州放得比较宽，有些州还有一些保留或限制。因此，在遇到具体案件时，还必须注意有关州的法律和判例。

在以违反担保为理由提起诉讼时，对原告的有利之处在于，他毋需证明被告有疏忽，而只须证明产品确有缺陷，而且由于这种缺陷使他遭受损失，他就可以要求被告赔偿其损失。根据美国的判例，广告也有可能构成卖方的明示担保。因此，如果被告在电台、电视、报纸上对其产品做了广告，但广告的内容与实际不符，结果使原告因产品的缺陷遭受损失，原告也可以以违反担保为理由要求被告赔偿损失。

3. 严格责任

严格责任又称侵权法上的“无过错责任”，是最近发展起来的一种产品责任理论。按照严格责任的原则，只要产品存在缺陷，对使用者或消费者具有不合理的危险(unreasonable dangerous)，并因此而使他们的人身或财产遭受损失，该产品的生产者和销售者都应承担赔偿责任。美国法学会在1965年出版的《侵权行为重述》中确认了这一来自判例法的原则。该重述第402A条和第402B条对此作了规定。其主要内容是：凡出售任何有缺陷的产品对使用者或消费者或其财产带来不合理危险的人，对于由此而造成使用者或消费者的人身伤害或财产损失应承担责任，只要销售者是从事经营出售此种产品的人，而且当产品到达使用者或消费者手中时，对该产品在出售时的条件并没有重大的改变。尽管出售者在准备和出售其产品时已经尽一切可能予以注意，而且使用者或消费者并没有从出售者手中购买该产品。即同出售者之间并无任何合同关系，上述原则仍应适用，出售者仍须承担责任。

对原告来说，以严格责任为依据对被告起诉是最为有利的，因为严格责任原则消除了以违反担保或以疏忽为理由提出损害赔偿时所遇到的种种困难：第一，严格责任是一种侵权行为之诉(a form of tort action)，它不用于以合同为依据的违反担保之诉，不要求双方当事人之间要有直接的合同关系；第二，在以严格责任为理由起诉时，原告毋需承担证明被告有疏忽的举证责任，因为它要求卖

方承担无过失责任。在这种情况下，原告的举证责任仅限于：证明产品确实存在缺陷或不合理的危险；正是由于产品的缺陷给使用者或消费者造成了损害；产品所存在的缺陷是在生产者或销售者把该产品投入市场时就有的。只要原告能证明以上三点，被告就要承担赔偿责任。但是，如果使用者或消费者在拿到产品之后，擅自改变了产品的性能，因而造成了人身伤害或财产上的损失，他就不能要求生产者或销售者赔偿损失。

所谓产品的缺陷不仅包括设计和生产上的缺陷，而且包括为使产品安全使用所必需的各种因素，如包装、标签、提醒用户注意的事项、安全使用说明书，等等。如果由于没有做到上述要求，致使使用者或消费者遭到损失，卖方和制造者亦应承担赔偿责任。

以严格责任为理由起诉和以疏忽为理由起诉的主要区别在于，疏忽是以卖方有无疏忽，即卖方是否尽到“适当注意”的义务作为确定其应对原告承担赔偿责任的依据；而严格责任则不必考虑买方是否已做到“适当注意”的问题，即使卖方在制造或销售产品时已经做到了一切可能做到的注意，但如果产品有缺陷并且使原告遭到损失，卖方仍须对此负责。这里所说的卖方不仅包括同买方直接订立合同的卖方，还包括生产者、批发商、经销商、零售商以及为制造该项产品提供零部件的供应商。所谓买方也不仅包括直接买主，还包括买方的家属、亲友客人乃至过路人。所以，严格责任原则对消费者的保护是最为充分的。

二、被告可以提出的抗辩

在产品责任诉讼中，被告可以提出某些抗辩，要求减轻或免除其责任。被告可以提出的抗辩依随原告起诉的诉因之不同而有所不同。被告的抗辩主要有以下几种：

1. 担保的排除或限制(disclaimer or limitation of warranties)

《美国统一商法典》允许卖方排除其对货物的明示担保和默示担保(如商销性的担保和适合特定用途的担保等)。在产品责任诉讼中，如果原告以被告“违反担保”为理由对其起诉，被告如果已经在合同中排除了各种明示或默示担保，他就可以提出担保已被排除作为抗辩。但是，按照美国 1974 年法律(Magnuson-Moss Warranty Act)的规定，为了保护消费者的利益，在消费交易中，卖方如有书面担保就不得排除各种默示担保。此外，这项抗辩仅能对抗以“违反担保”为理由起诉的原告，而不能用来对抗以“疏忽”为理由起诉的原告，因为后者是属于侵权之诉，不受合同中关于排除明示或默示担保义务的制约。

2. 承担疏忽(contributory negligence)或相对疏忽(comparative negligence)

承担疏忽是指原告(受害者)在使用被告所提供的有缺陷的产品时也有疏忽之处，由于双方面的疏忽而使原告受到伤害。按照普通法早期所确立的原则，承担疏忽在侵权之诉中是一种充足的抗辩理由。因此，在以疏忽为依据提起的产品责任诉讼中，如果一旦确认原告有“承担疏忽”，原告就不能向被告要求任何损害赔偿。但是近年来，美国许多州已通过立法或判例放弃了承担疏忽原则而采用相对疏忽原则。

所谓相对疏忽是指尽管原告方面也有一定的疏忽，但法院只是按原告的疏忽在引起损害中所占的比重，相应减少其索赔的金额，而不是像承担疏忽那样使原告不能向被告请求任何损害赔偿。现在，美国许多州都把相对疏忽原则适用于严

格责任之诉。

应当指出的是,无论是承担疏忽还是相对疏忽都属于侵权范畴。被告只有在侵权之诉中才能提出这些抗辩,而不能在合同之诉(如违反担保之诉)中提出这种抗辩。

3. 自担风险(assumption of the risks)

自担风险是被告在产品责任诉讼中可以提出的另一种抗辩。所谓自担风险是指:原告已经知道产品有缺陷或带有危险性;尽管如此,原告也甘愿将自己置于这种危险或风险的境地;由于原告甘愿冒风险而使自己受到损害。按照美国法,无论原告是以被告违反担保为由起诉或以疏忽为由起诉或以严格责任为由起诉,被告都可以提出“自担风险”作为抗辩。根据美国《侵权行为重述》第402A条的注解,如果使用者或消费者已经发现,产品有缺陷,并且知道有危险,但他仍然不合理地使用该产品,并因此使自己受到损害,他就不能要求被告赔偿损失。但是,在采用前述“相对疏忽原则”的各州中,有些州已不再把自担风险作为完全阻止原告索取任何赔偿的抗辩,而只是把原告的疏忽作为减少其索赔金额的依据。

4. 非正常使用产品或误用、滥用产品(misuse or abuse of the product)
在产品责任诉讼中,如果原告由于非正常地使用产品或误用、滥用产品,使自己受到损害,被告可以以此为理由提出抗辩,要求免除责任。但是,当被告提出原告非正常使用产品或误用、滥用产品的抗辩时,法院往往对此加以某种限制,即要求被告证明原告对产品的误用或滥用已超出了被告可能合理预见的范围。如果这种对产品的误用或滥用是在被告可能合理预见的范围之内,被告就必须采取措施予以防范,否则就不能免除责任。

5. 擅自改动产品(subsequent alteration)

如果原告对产品或其中部分零部件擅自加以变动或改装,从而改变了该产品的状态或条件,因而使自己遭受损害,被告就可以以原告擅自改变产品的状态或条件为理由提出抗辩,要求免除责任。

6. 带有不可避免的不安全因素的产品

如果某种产品即使正常使用,也难以完全保证安全,而且权衡利弊,该产品对社会公众是有益的,是利大于弊的,则制造或销售这种产品的被告可以要求免除责任。其中,以药物最为典型。因为有些药物不可避免地含有某种对人体有害的副作用,但它又确能治疗某些疾病。在这种情况下,制造和销售这种产品的卖方只要能证明,该产品是适当加工和销售的,而且他已提醒使用者注意该产品的危险性(如药物的副作用),他就可以要求免责。即使在严格责任之诉中,被告也可以提出这一抗辩。

三、在产品责任诉讼中原告可以请求损害赔偿的范围

按照美国法院的判例,在产品责任诉讼中,原告可以提出的损害赔偿的请求范围相当广泛,判决的金额往往也相当可观,通常都在100万美元以上,有时甚至高达上亿美元。具体来说,原告可以提出的损害赔偿主要包括:

1. 对人身伤害的损害赔偿

如果原告由于产品的缺陷,遭受人身伤害,他可以向被告要求如下赔偿:痛苦与疼痛;精神上的痛苦和苦恼;收入的减少和挣钱能力的减弱;合理的医疗费用;身体残废。

美国法律不仅允许受害者要求被告赔偿其医疗费用,还允许他索赔肉体上和

精神上的痛苦，而且后者的金额在全部赔偿额中占很大的比重，这是美国产品法的一个重要特点。

2．财产损失的赔偿

财产损失的赔偿通常包括替换受损坏的财产或修复受损财产所支出的合理费用。

3．商业上的损害赔偿

商业上的损害赔偿通常是指有缺陷的产品的价值与完好、合格的产品的价值(合同价金)之间的差价。

4．惩罚性的损害赔偿

如果有过错的被告全然置公共政策于不顾，受损害的原告可以要求法院给予惩罚性的损害赔偿。惩罚性损害赔偿的金额一般很高，其目的是对有过错一方的恶意的、不负责任的行为施加惩罚，以遏止其他人重犯类似过错。至于是否判处惩罚性的损害赔偿以及其金额的大小，主要由陪审员根据案情事实酌情决定。

复习思考题

1．美国产品责任法的主要内容及特点有哪些？