

經濟部標準檢驗局委託計畫

商品事故通報與矯正制度改革之探討

期末成果報告書

委託單位：經濟部標準檢驗局

研究單位：中華經濟研究院

民國 101 年 12 月

經濟部標準檢驗局委託計畫

商品事故通報與矯正制度改革之探討

計畫主持人：顏慧欣

協同主持人：陳孟君

研究顧問：李淳

研究人員：王煜翔、李韋廷
林長慶、李欣蓁

委託單位：經濟部標準檢驗局

研究單位：中華經濟研究院

民國 101 年 12 月

目次

目次	i
表次	iii
圖次	iv
第一章 緒論	1
第一節 研究緣起與目的	1
第二節 研究內容與方法	3
第二章 我國商品事故之規範制度分析	7
第一節 概論	7
第二節 現行消費商品安全之規範制度	9
第三節 其它配套措施	20
第三章 日本消費商品事故規範制度	27
第一節 消費商品安全體系	27
第二節 通報制度	36
第三節 矯正措施制度	47
第四章 美國消費商品事故規範制度	85
第一節 消費商品安全體系	85
第二節 通報制度	91
第三節 矯正措施制度	99
第五章 英國消費商品事故規範制度	109
第一節 消費商品安全體系	109
第二節 通報制度	120
第三節 矯正措施制度	123

第六章 新加坡消費商品事故規範制度.....	131
第一節 消費產品安全體系.....	131
第二節 通報制度.....	140
第三節 矯正措施制度.....	144
第四節 小結.....	147
第七章 澳洲消費商品事故規範制度.....	151
第一節 商品安全體系.....	151
第二節 通報制度.....	159
第三節 矯正措施制度.....	166
第四節 小結.....	180
第八章 建立我國一般消費商品通報與矯正制度之可行性研析.....	183
第一節 國際經驗對我國之政策意涵.....	183
第二節 建立我國一般消費商品之可能方向探討.....	196
第三節 其他配套措施之探討.....	203
第九章 結論與建議.....	229
第一節 結論.....	229
第二節 政策建議.....	233
附件一 執行進度表.....	237
附件二 計畫執行經費使用表.....	239
附件三 經濟部標準檢驗局 101 年度商品事故調查及廉政滿意度問卷.....	241
附錄一 101 年度「商品事故通報與矯正制度改革之探討」 評審會議審查意見與回覆彙整表.....	247
附錄二 101 年度「商品事故通報與矯正制度改革之探討」 期中報告審查意見與回覆彙整表.....	251
附錄三 101 年度「商品事故通報與矯正制度改革之探討」 期末報告審查意見與回覆彙整表.....	253

表次

表 2-1 消保法與專法之管轄與分工.....	9
表 3-1 日本商品事故通報義務與對象歸納表	47
表 5-1 英國《一般消費商品安全法》商品製造人與經銷商之義務	119
表 5-2 英國《一般消費商品安全法》商品製造人與經銷商之通報義務	122
表 5-3 英國《一般消費商品安全法》地方執行機關各類「矯正措施」 之要件與內容	127
表 6-1 其他專法規範之消費產品	135
表 6-2 受管制產品清單.....	137
表 6-3 CGSR 與 CPS 制度比較表.....	149
表 7-1 強制通報－兩天期限之說明	162
表 8-1 各國事故商品通報與矯正制度之比較歸納表	192

圖次

圖 2-1 我國不安全消費性商品規範體系圖.....	8
圖 3-1 日本商品安全規範架構.....	28
圖 3-2 日本不安全商品通報後處理與調查流程架構.....	42
圖 3-3 日本矯正措施之主要流程圖.....	62
圖 3-4 日本召回制度「一望即知」之範例.....	66
圖 3-5 網站超連結之適例與不適例.....	67
圖 3-6 日本近 3 年曾實施召回的企業告知消費者之途徑.....	75
圖 3-7 日本企業運用各種告知途徑之情形.....	76
圖 3-8 實施召回是否設定目標實施率.....	82
圖 3-9 日本企業召回實施率之目標設定比率.....	82
圖 6-1 受管制產品註冊流程圖.....	133
圖 6-2 受管制產品之安全標章.....	134
圖 7-1 澳洲商品安全體系之概況.....	152
圖 7-2 澳洲消費者商品安全執法架構圖.....	154
圖 7-3 召回通知樣版.....	177

圖 8-1	問卷填寫者之性別	204
圖 8-2	問卷填寫者之年齡	204
圖 8-3	問卷填寫者之教育程度	205
圖 8-4	問卷填寫者之身份類別	205
圖 8-5	回覆問卷廠商之商品主要種類	206
圖 8-6	回覆問卷廠商填選「其他」商品之種類	206
圖 8-7	向問卷回收廠商執行商品事故調查之機關	207
圖 8-8	標檢局調查人員是否告知身份及說明後續調查流程	208
圖 8-9	標檢局調查人員接洽次數.....	208
圖 8-10	標檢局調查人員進行商品事故調查之專業程度	209
圖 8-11	標檢局調查人員進行商品事故調查之態度與立場.....	209
圖 8-12	調查商品事故至作出事故原因初步判斷之時間	210
圖 8-13	對商品事故調查處理速度之看法	210
圖 8-14	標檢局調查人員進行事故商品取樣作業之情形	211
圖 8-15	標檢局對商品事故調查完成後樣品之處理情形	212
圖 8-16	標檢局是否有主動通知商品事故調查結果.....	212
圖 8-17	廠商對商品事故原因判斷結果之意見.....	213

圖 8-18	廠商對矯正措施之意見	214
圖 8-19	廠商對申訴/複查管道之瞭解	214
圖 8-20	廠商對商品事故通報調查程序之瞭解	215
圖 8-21	廠商不瞭解商品事故通報調查程序之因素	215
圖 8-22	廠商對商品事故通報流程透明度之看法	216
圖 8-23	廠商認為商品事故通報流程不透明之因素	216
圖 8-24	廠商對「商品事故調查」感到滿意之項目	217
圖 8-25	廠商對「商品事故調查」感到不滿意之項目	218
圖 8-26	廠商對標檢局調查人員品德操守（清廉度）之看法	219

第一章 緒論

第一節 研究緣起與目的

一、研究緣起

隨著消費者時代之來臨，以及基於強化消費者保護之觀點，國際間對於商品安全之要求越發重視，產品安全亦成為政府推動消費者保護政策之一環。從過去經驗顯示，產品安全之體系，基本上係透過消費商品事故資訊蒐集系統之建立、資訊統計分析並歸納，再據以展開後續不安全商品之矯正，以及中長期的後市場監督乃至於產品技術性法規之修正等相關措施，方可達到確實落實消費商品安全之目的。

我國現行對於消費商品之規範與矯正制度，分為兩種商品範疇而有不同運作機制，一係「商品檢驗法」所適用之應施檢驗商品，二則「消費者保護法」（以下簡稱消保法）所管轄範疇之其他非應施檢驗商品。對於屬前者商品檢驗法適用範圍之消費商品，復依據商品檢驗法第 49 條各項之授權，訂有「商品市場檢查辦法」與「應施檢驗商品發生事故通報辦法」，同時亦已針對不安全消費商品制訂通報制度以及商品安全資訊網，從而應施檢驗商品在現行法律規範與矯正制度下，我國已建置相當具有成效之商品安全系統。至於屬於消保法所管轄之非應施檢驗商品，消保法第 33、36 與第 38 條為該等商品發生事故時之規範基礎。

又對於「非應施檢驗商品」方面，雖另訂有「不安全商品處理原則」（以

下簡稱處理原則)¹，惟「處理原則」並無事故通報機制之規定，僅針對事故發生之後續處理有所規範。其中「處理原則」第 6 條，規定檢驗結果認定確有危害消費者生命、身體、健康或財產之虞者，應依消費者保護法第 36 條及第 38 條規定及相關之處置方式，令生產者或進口商限期改善、回收或銷燬及令經銷商停售下架或採取其他必要措施。換言之，在非應施檢驗商品之事故通報與矯正制度上，仍有進一步強化使制度更臻完備之空間。

有鑑於一般消費商品種類繁多，因此如何有效利用有限行政與社會資源，對不安全消費商品進行有效的管理與矯正，確保消費者權益，已成為各國政府重要之課題。於此一背景下，本研究主旨將從兩個層面出發，第一層面係於我國現行應施檢驗商品事故通報與矯正制度之良好基礎上，再行檢視我國可能不足之處與改善之方向，包括探討納入其他配套措施之需求性。第二層面則是針對非應施檢驗商品之範疇，探討建立一般消費商品建立事故通報與矯正措施制度之可能性，同時透過對日本、美國、英國及澳洲、新加坡等國家在一般消費商品安全機制運作經驗與一般國際趨勢作法研析下，作為我國相關制度改革之參考基礎，俾以徹底落實完善我國商品安全制度。

二、研究目的

在上述研究背景下，本研究擬達成之目標如下：

1. 歸納我國現行商品事故通報與矯正措施之體系與運作情形。
2. 透過利害關係人問卷調查，瞭解我國商品事故通報與矯正制度之執行情形(如流程透明化與調查清廉度)及配套措施需求。
3. 掌握日本、美國、英國、澳洲、新加坡等國家，對於一般消費商品事故通報與矯正措施機制之國際趨勢。

¹ 中華民國 96 年 12 月 07 日經濟部標準檢驗局經標五字第 09650027310 號令修正發布全文 8 點

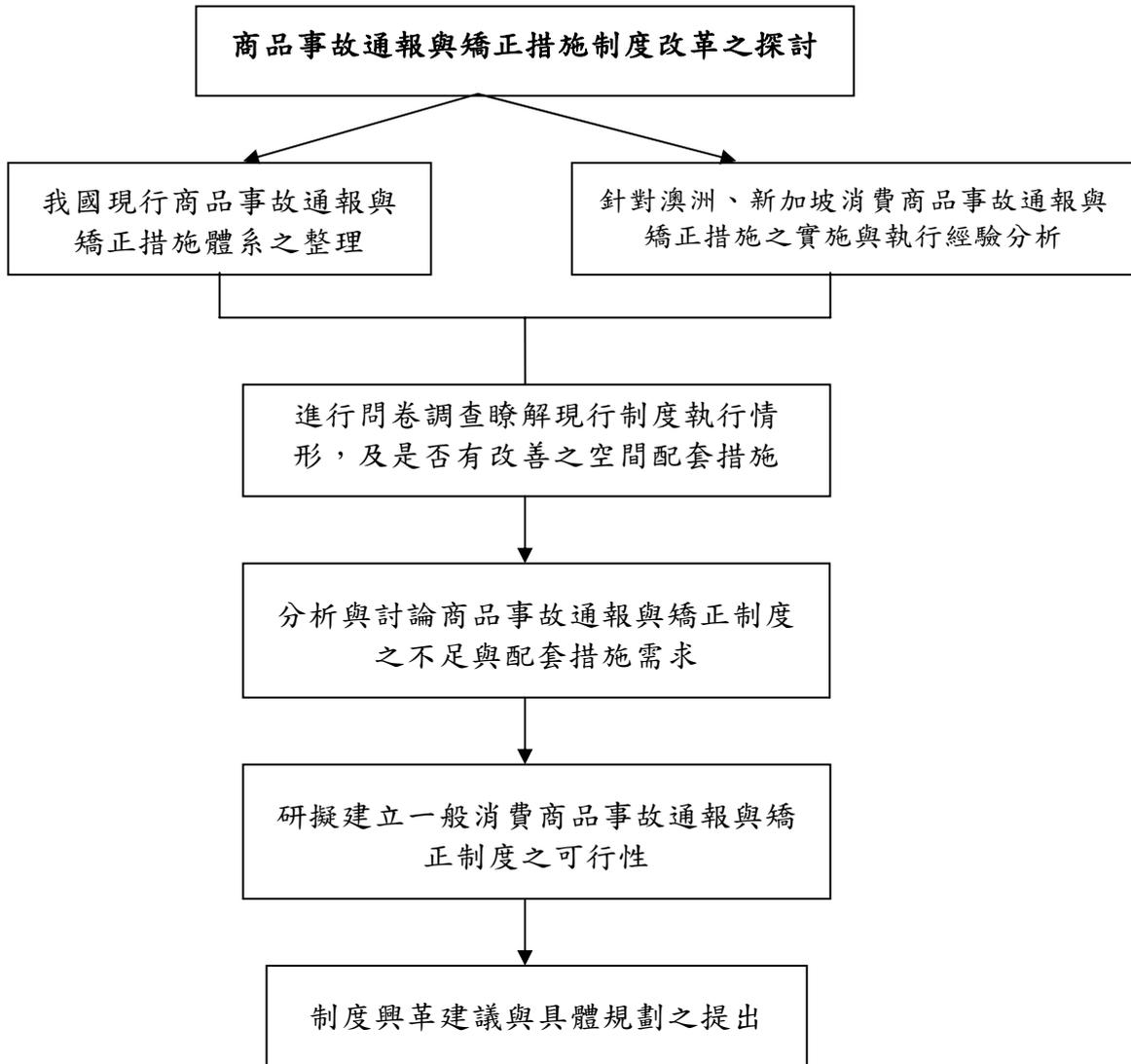
4. 瞭解建立我國一般消費商品事故通報與矯正措施制度之可行性，與可能面臨之法規衝突與調和模式。
5. 根據上述研究結果據以針對現行商品事故通報與矯正制度方式之不足，提出政策建議。

第二節 研究內容與方法

一、研究內容

本研究之工作內容主要包括三大部分，其一為歸納我國現行商品事故通報與矯正措施之體系與運作情形；其二為進行問卷調查，蒐集利害關係人有關受理商品事故通報稽核流程機制不足之意見，以分析歸納我國商品事故通報與矯正制度之配套措施與需求；其三為針對澳洲、新加坡等國家實施消費商品事故通報與矯正制度措施之規範與經驗，研析建立一般消費商品事故通報與矯正措施制度之可行性與調和方式，同時就我國現行商品事故通報與矯正制度之興革，提出具體規劃與政策建議。

基此，本報告之研究架構如下圖所示：



二、研究方法

為達成本研究之目標，分析歸納我國現行商品事故通報與矯正措施之體系與運作情形，同時研擬建立一般消費商品事故通報與矯正措施制度，以及針對商品事故通報與矯正制度提出興革建議與具體規劃，本研究將以文獻歸納分析法與比較制度分析法，作為主要之研究方法，並輔以問卷調查法。

（一）文獻歸納分析法

在文獻歸納分析法部分，主要包括我國現行商品事故通報與矯正措施之資料蒐集與運作情形之分析，以及日本、美國、英國、澳洲及新加坡等先進國家就消費性商品通報與矯正措施資料之經驗蒐集與分析。在比較制度分析上，將以前述三個國家之商品通報與矯正措施等制度與實務經驗為分析對象，分別探討其相關法令依據、通報準則與程序、通報內容之制度、矯正制度，以做為我國研析建立一般消費商品事故通報與矯正措施機制，以及強化我國現行商品事故通報與矯正制度不足之參考基礎。

（二）問卷調查法

「問卷調查法」方面，主要將利用受理商品事故通報稽核流程透明化分析等質、量化之問卷調查方式，瞭解歸納現行商品事故通報與矯正制度不足之處，以及執行後續調查時之清廉度等相關議題，以探討相關之配套措施需求。又問卷之設計與名單之擬定，亦需考量「個人資訊保護法」之規範，因此，問卷之設計與名單之擬定將與委託機關舉行工作會議為進一步之確認後實施。

第二章 我國商品事故之規範制度分析

第一節 概論

一、前言

誠如前章所述，我國現行對於消費商品區分為應施檢驗商品與非應施檢驗商品，基本上對於由經濟部標準檢驗局所主管之應施檢驗商品，則以商品檢驗法為其基本法；但於此外，我國另外針對汽車、自行車、藥品、化妝品、醫療器材與通訊器材等對較易發生消費事故之商品，其個別主管機關亦均訂有檢驗標準、事故發生通報機制與事故矯正措施的制度，因此這些個別產品則另外適用其他的相關法律規定。最後在這些應施檢驗產品以外之非應施檢驗產品，方回歸一般消保法所提供之規範基準。

本報告雖係以經濟部標準檢驗局所主管之應施檢驗商品與非應施檢驗商品，作為探討建立一般性消費商品安體系為範疇，惟本節仍就整體性消費商品之規範體系，包括由經濟部（標準檢驗局）、交通部、衛生署與國家通訊傳播委員會個別主管應施檢驗商品範圍間之分工，進行整體規範架構之說明，俾以呈現我國目前制度之概況。

二、消保法與個別專法之關係

就消費商品安全與矯正的管轄與分工歸屬來說，主要係以消保法以及商品檢驗法（應施檢驗商品）作為消費者保護之核心規範，而以其他專門性法規作為個別商品之特別法，並行適用進行處理。在此一架構下，舉凡個別專法未盡之規定或未涵蓋之範圍，則仍應回歸適用消保法之規定。例如關於手機等射頻器材之標準與檢驗，固然依據電信法屬於國家通傳會（NCC）之職權範圍，

但由於電信法並無關於事故商品之矯正規定，則對於射頻器材之事故與矯正，便必須回歸消保法之規定。

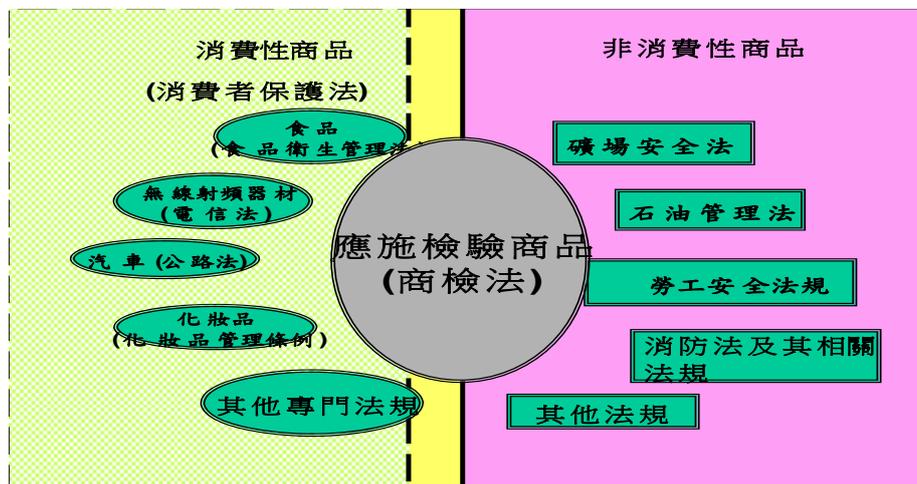


圖 2-1 我國不安全消費性商品規範體系圖

至於行政院消費者保護處（以下簡稱行政院消保處），其功能主要為協調各部會關於消費者保護政策、措施及主管機關之事項，以及監督消費者保護主管機關及指揮消費者保護官行使職權。換言之，行政院消保處並非消保法所稱之中央目的事業主管機關，而是基於保護消費者權益之目的，負責監督各專法授權之主管機關執行商品安全規範，並就保護消費者事項協調各主管機關。然而消保會的協調權限並不限於消費商品安全，更包括其他與消費者權益有關之事項，諸如金融服務或定型化契約等事項。

例如在如(藥用)牙膏、餐具、食物器皿、水杯、瘦身器材等個別屬性較為模糊之商品安全性的管轄分工案件中，行政院消保會便曾召開跨部會協調會議，以確定其主管機關之歸屬。按照目前我國現行消費商品安全的分工體制，原則上所有非屬其他中央目的事業主管機關管轄之商品，均歸經濟部標準檢驗局管轄。茲歸納本報告分析涉及之消保法、商檢法與其他專法之管轄分工如下表。

表 2-1 消保法與專法之管轄與分工

商品	主管機關	適用法規(包含行政命令)	範圍
一般消費商品	標檢局	消費者保護法、不安全商品處理原則	除商檢法與其他目的事業主管機關管理之商品
應檢驗商品	標檢局	商品檢驗法	經標檢局指定公告之應施檢驗商品
汽車	交通部	公路法 汽車安全性調查召回改正及 監督管理辦法	汽車及零組件 ² 自行車 ³
藥物	衛生署藥政處	藥事法	第 4 條 本法所稱藥物，係指藥品及醫療器材
化妝品	衛生署藥政處	化粧品衛生管理條例	第 3 條 本條例所稱化粧品，係指施於人體外部，以潤澤髮膚，刺激嗅覺，掩飾體臭或修飾容貌之物品；其範圍及種類，由中央衛生主管機關公告之。
食品	衛生署食品衛生處	食品衛生管理法 輸入食品查驗作業要點 食品回收指引	第 2 條 本法所稱食品，係指供人飲食或咀嚼之物品及其原料。
電信管制射頻器材	國家通訊傳播委員會	電信法、消保法	第四十九條 製造、輸入、設置或持有電信管制射頻器材者，須經交通部（通傳會）許可；其所製造、輸入之電信管制射頻器材型號及數量，須報請交通部備查。 第一項電信管制射頻器材應經許可之項目，由交通部（通傳會）公告之。

第二節 現行消費商品安全之規範制度

經濟部標準檢驗局依法為掌理我國「標準」、「商品檢驗」與「度量衡」等業務的權責機關，其中關於商品檢驗與商品事故之通報與矯正業務，又區分依據商品檢驗法之授權，針對應施檢驗商品之事故案件進行通報與矯正，以及依據消保法針對非應施檢驗商品進行矯正二種類型。以下分別從現行規範架構、事故商品通報制度與矯正制度說明。

² 經行政院消費者保護委員會開會協調作成決議，車輛之輪胎、輪圈與安全帶之安全性歸屬標準檢驗局管轄。

³ 自行車未有專門法規授權交通部管理其消費性市場端之安全性，同樣經行政院消費者保護

一、規範架構

在現行制度下，標準檢驗局執行涉及商品安全之業務，主要法源依據為商品檢驗法與消費者保護法，以下分別說明。

（一）商品檢驗法

《商品檢驗法》乃經濟部標準檢驗局規範應施檢驗商品通報與矯正等措施的主要法律依據。著眼於維護市售商品之消費安全，《商品檢驗法》規範重點在於商品上市前（前端）的安全性，而上市後（後端）之安全性，則集中在安全性的維持與事故發生的防範兩個層面。

《商品檢驗法》所規範之「應施檢驗商品」，係標準檢驗局經一定程序規劃、評估、訂定檢驗條件，最後列入並公告檢驗項目之商品。為確保消費商品中應施檢驗商品之安全性，標準檢驗局依據《商品檢驗法》相關規定，將其商品範圍劃分為農畜水產品、化工產品、機械產品、電機產品與電子產品。亦即，應施檢驗商品同時包含消費為目的之商品以及非消費性商品，而排除依其他專法授予其他主管機關管轄之商品類型，例如食品、藥品、醫療器材、化妝品等。

在商品未發生事故，或尚未發現商品違規情況之前，標準檢驗局即可事前依法進行一般性的市場檢查，此在確保商品上市後，仍應依循商品檢驗與符合性相關要求。又為有效避免商品事故之發生，乃於民國 96 年增訂「報驗義務人」強制性通報事故商品資訊義務，以及報驗義務人的矯正義務（限期回收、改正、停止輸出入、生產、製造、陳列或銷售商品），並明確授權標準檢驗局得實施沒入、銷燬或採取其他必要之措施。

《商品檢驗法》對於不安全商品通報與矯正措施的相關規定，均以報驗義

委員會開會協調作成決議，由交通部管轄之。

務人作為義務主體，並對於違反通報義務、規避調查與商品產生不當風險⁴等情事，分別訂有罰鍰、限期改善、強制執行等相關罰則⁵。

（二）消費者保護法

標準檢驗局屬於消保法第 6 條所稱之中央目的事業主管機關之一。就適用範圍上，該法所列之商品範圍以消費商品為限，包括交易之最終產品、半成品、原料或零組件⁶。因此，消保法所關注的是商品上市後的安全性及商品危險防範與免除。

法律位階上，消保法與商品檢驗法均屬普通法，標準檢驗局在有關商品安全的事物上並未被要求應優先適用何法，應視商品性質適用，兩法可並行適用。目前應施檢驗的消費商品應適用商品檢驗法相關規定，至於非應施檢驗商品，則適用消費者保護法之相關規定。

消費者保護法以企業經營者為義務主體，當企業經營者之商品經該法第 33 條之調查，認為確有損害消費者生命、身體、健康或財產，或確有損害之虞時，消費者保護法授權標準檢驗局應命其限期改善、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。

目前現行法規範下，應施檢驗商品之安全性依商品檢驗法由標準檢驗局作為中央目的事業主管機關，這部分較為明確。然目前針對非應施檢驗商品之安全性，則欠缺專門法授權給標準檢驗局管轄，目前實務上逕由標準檢驗局作為中央目的事業主管機關，等於將標準檢驗局視為最後義務承擔者，於

⁴ 違反《商品檢驗法》相關規定致損害消費者生命、身體、健康或有重大損害之虞者（《商品檢驗法》第 61 條）

⁵ 《商品檢驗法》第 61 條至第 64 條之 1。

⁶ 我國消費者保護法並未就商品明文定義，而是在消費者保護法施行細則第四條特別參照歐洲共同市場產品責任法指令，規定：「本法第七條所稱商品，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。」

法尚有缺漏⁷。

二、現行事故商品通報制度

過去國內相關法制上對於消費商品的事故通報，均無具體規範，僅於消費者保護法第 4 條與第 5 條言及，政府與企業經營者應致力於充實消費資訊。後來基於消費者保護意識之提升，經濟部於 96 年完成《商品檢驗法》之修訂，於第 49 條第 4 項增訂業者強制性通報責任。

此外，經濟部並著手建立商品事故通報機制，由標準檢驗局負責架設『商品安全資訊網(<http://safety.bsmi.gov.tw>)』網站，作為消費商品事故通報窗口及通報案件處理機制。透過網際網路的管道，掌握其主管之消費商品事故資訊，以及公開消費商品的安全資訊供一般民眾知悉。

(一) 強制性事故商品通報制度

《商品檢驗法》第 49 條第 4 項前段規定：『應施檢驗商品發生事故致損害消費者生命、身體、健康或財產，或確有損害之虞者，報驗義務人應向標準檢驗局提出通報』，故於現行強制性不安全商品通報制度上，其責任要件僅限於應施檢驗商品，並以報驗義務人為通報責任主體。至於有關強制性通報義務之細部內容，依同條第 4 項後段之規定，授權標準檢驗局制訂法規命令加以規範。基此，標準檢驗局後於民國 97 年制訂『應施檢驗商品發生事故通報辦法』，針對通報責任之要件、時點、方式、內容及其他應遵行事項加以規範。

對此，標準檢驗局於民國 97 年制訂了『應施檢驗商品發生事故通報辦法』，針對通報責任之要件、時點、方式、內容及其他應遵行事項加以規範：

⁷ 目前經濟部正在研擬中的『《消費商品安全法》草案』即針對非應施檢驗消費商品進行規範，言明主管機關為經濟部。

1. 責任要件

該辦法第 2 條規定消費商品有下列情事之一即應依法通報：

- (1) 商品發生燃燒、爆裂或燒熔，致損害消費者生命、身體、健康或財產，或確有損害之虞。
- (2) 因使用商品造成人員死亡或須住院治療之傷害。

2. 時限規定

報驗義務人應於獲知上述應通報情事之日起算 3 個工作天內，應向標準檢驗局通報，並在 15 個工作天內補齊下列資訊：

- (1) 商品名稱、廠牌、型號、事故情形說明與事故原因初步判斷、已知消費者受害狀況、商品事故危害形式及通報者基本資料。
- (2) 商品序號、產地、銷售地區、數量、銷售通路、獲知事故方式、擬訂採取之矯正措施及其他有助於蒐集商品事故、提醒消費者注意或降低危害風險之資訊。

3. 通報方式

通報人得以標準檢驗局『商品安全資訊網』進行線上通報，或填寫應施檢驗商品事故通報表，再以郵寄、電子郵件、傳真或其他能正確傳遞之方式，傳送標準檢驗局第五組或分局。

4. 罰則

在增訂強制性通報責任之同時，亦增訂違反強制性通報責任之罰則，當報驗義務人違反強制性通報責任，依商品檢驗法第 63 條第一項標準檢驗局得對

報驗義務人處以處新臺幣一萬元以上十萬元以下之罰鍰。

（二）通報方式實務作法

標準檢驗局為商品安全資訊網掌握所需事故資訊，在該網站上提供『商品事故通報表』供事故通報者填寫。鑒於業者通報與消費者通報的屬性不同，標準檢驗局分別設計有供業者與消費者專用之通報表單。

針對通報管道獲取的商品安全資訊，我國相關法規並未設有保密規定，但目前透過商品安全資訊網取得知通報資訊均以機密方式處理。通報內容包括商品名稱、廠牌、型號、序號、產地、銷售地區、銷售通路、事故情形說明、獲知事故方式、已知受害狀況、事故商品危害形式等。此外，業者在通報時，並應提出預計採行之矯正措施計畫。

三、矯正措施

經通報之商品事故案件，主管機關如認有進一步蒐集事故資訊之必要，得依法展開調查。根據通報與調查所掌握之事故資訊，報驗義務人若未提出相關矯正措施，或矯正措施不足，在《商品檢驗法》第 63 條授權下，主管機關得命相關義務人實施特定矯正措施。

（一）矯正措施實施之調查程序

《商品檢驗法》針對應施檢驗商品的後端安全性，訂有市場監督與違規調查、商品發生事故之調查等相關規定，分別為第 49 條第 3 項(市場調查)、第 49 條第 4 項(事故調查)、第 50 條(違規調查)、第 51 條(受調查義務)之相關規定。根據這些規定，標準檢驗局具有對商品取樣檢驗或要求送驗的權力。在調查過程中，同時也針對業者自行提出之矯正計畫進行評估。

針對實施調查的細部規範，商品檢驗法授權制訂的『商品市場檢查辦法』允許調查進行時應作成檢查紀錄表，為必要採證（第 5 條第 7 條），以及取得

產銷資料（第 8 條）。此外。消費者保護法第 33 條以下規定有主管機關實施商品安全調查之權力，包括：聲請檢察官扣押證據、委託檢驗並得公開其調查經過及結果。

（二）令採取矯正措施

針對商品違反商品標示、符合性聲明等商品檢驗法相關規定而致損害消費者生命、身體、健康或有重大損害之虞時，依商品檢驗法第 61 條以及第 63 條之規定，標準檢驗局除了可以裁處新臺幣七十五萬元以上七百五十萬元以下罰鍰，並得通知報驗義務人限期回收或改正，並得限期停止輸出入、生產、製造、陳列或銷售。除此之外，行政機關依法可將事故商品沒入、銷燬或採取其他必要之措施。報驗義務人若未依規定限期實施回收或改正等矯正措施時，主管機關可以依第 63 條第 3 項與第 4 項之規定，處以罰鍰。

此外，由於現行商品檢驗法對於事故商品之通報與矯正規定，僅適用於「應施檢驗商品」有違反商品檢驗標準與標示等規定之場合，故對於「非應施檢驗商品」或是未違反商品檢驗法相關規定之應施檢驗商品，其法律依據便須回歸消保法之規定。對於此類事故商品，經前述消保法第 33 條之調查程序，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，依同法第 36 條之規定，行政機關應命其限期改善、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。又依據目前分工架構，非應施檢驗商品以及未違反商品檢驗法相關規定之應施檢驗商品之調查與矯正措施，原則上屬於標準檢驗局管轄，而該局訂有『不安全商品處理原則』⁸，作為處理之依據。

值得注意的是，我國對於廠商自願主動採取矯正措施，目前並無法律上之義務。對於主動採取矯正措施之誘因，僅有維護企業經營者其商譽之效果，以

⁸ 中華民國 96 年 12 月 07 日經濟部標準檢驗局經標五字第 09650027310 號令修正發布全文 8 點

及避免商品事故擴大伴隨而來之損害賠償問題。

（三）商品不安全資訊之公開

依消費者保護法第 38 條準用第 37 條之規定，中央目的事業主管機關與直轄市或縣（市）政府於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，主管機關除了可以命令企業經營者實施矯正措施之外，應即在大眾傳播媒體公告企業經營者之名稱、地址、商品、服務等資訊。

然而，《商品檢驗法》雖賦予標準檢驗局實施矯正措施的權力，但未明確規定關於公開商品不安全資訊或調查結果之權限。因此實務上，標準檢驗局在商品不安全資訊之公開上，多係以行政指導或政府資訊公開法之規定為之。

四、矯正措施之執行

我國對於應施檢驗商品之規範制度與矯正機制，主要依據《商品檢驗法》，以及該法授權訂定之《商品市場檢查辦法》與《應施檢驗商品發生事故通報辦法》。透過這些法律規範之實踐，已初步建立一套商品安全資訊與事故通報機制。目前標準檢驗局針對事故商品之矯正措施，依據商品檢驗法之規定，係以限期回收與改正為主。

而主管機關後續的作為，則透過要求業者每月提報之方式進行追蹤，包括要求業者提出『商品回收/召回及矯正措施實施情形月報表統計報告』，以供標準檢驗局掌握事故商品之回收召回及矯正措施實施進度。如同上述案例，若同類型商品事故再度發生，則標準檢驗局將會召集報驗義務人(矯正措施義務人)、賣場、經銷商、消費者團體與其他相關單位開會，研商如何再加強事故商品之回收召回及矯正措施。

現行法規下，對於如何進行召回的標準程序，如何認定事故商品已經完成回收召回及矯正措施之程序，均未有明確之認定標準，則此認定標準之欠缺，

可能導致政府之管制成本、業者(製造商、品牌商與通路商)商品責任與保護消費者利益之各項政策間，無法取得有效平衡之問題。換言之，訂定標準召回流程與作業程序即有其必要性，俾使主管機關與不同性質之業者於事故商品之召回程序上，能各司其職並明確劃分責任範圍，在召回成效能有效提升下，亦避免給予業者過多之負擔。

五、現行商品事故通報與矯正措施不足之歸納

在現行制度下，雖然我國對於事故商品之通報與矯正措施實施程序有所規範，但按上述對於我國現行規定下之商品事故通報與矯正措施之機制與實務運作情形，仍有若干面向值得進一步強化，並作為本報告後續研擬一般消費商品安全體系之考量基礎。

(一) 報驗義務人與通報義務人責任歸屬之檢討

依據《商品檢驗法》第 49 條第 4 項前段規定：『應施檢驗商品發生事故致損害消費者生命、身體、健康或財產，或確有損害之虞者，報驗義務人應向標準檢驗局提出通報』，因此，在現行通報制度的強制性通報責任要件上，是以報驗義務人為通報責任的主體。復依同法第 8 條之規定，報驗義務人為商品之產製者或輸出者，但商品委託他人產製，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，則為委託者。綜上，在目前的規範下，通報義務人即報驗義務人，而商品之產製者或輸出者，以及品牌商均為通報義務人。

然而，將應施檢驗商品之通報義務人與報驗義務人相結合，可能發生之潛在問題，即報驗義務人在「事前」存在於事後（事故發生時）不存在而無人通報的潛在問題。畢竟商檢法訂定報驗義務人之目的，在於確保一項產品在「上市前」必須符合若干強制性技術標準，然而一旦進入市場後，報驗義務人或因破產或停止生產等種種因素，於事故發生時可能即已不存在。於是當有事故發生時，則因當初送檢商品之報驗義務人已不存在，而無人認為其有義務進行通報事故。換言之，基於報驗義務人與事故通報義務人之性質與負擔責任目標不

同，兩者身分與範圍宜朝向脫鉤處理之方式，或能在實際運作上達到提高消費消費安全之目的。

（二）通報義務人之認定仍有灰色空間

依據商檢法第 8 條規定，「報驗義務人為商品之產製者或輸出者，但商品委託他人產製，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，則為委託者」。換言之，目前規範原則上，報驗義務人主要包含產品製造商與委託他人製造之品牌商。基此，原則上品牌商應基於委託契約之方式委託製造商生產商品然後銷售，依據《商品檢驗法》之規定，凡此報驗義務人即為該委託者(即品牌商)。

然而，於廠商實際交易與運作上，品牌商可能透過買賣契約與製造商購賣商品，而非以委託契約之方式以其品牌名義製造，則此等情況下報驗義務人則為製造商，並非品牌商。進一步而言，某些品牌商或自創品牌之通路商，可能基於規避《商品檢驗法》以及《消費者保護法》之事前檢驗、後市場監督與事後召回與補償責任之規定，改以一般買賣契約方式向製造商買斷產品的成品，之後再貼上本身品牌之標籤，作為規避成為應施檢驗商品之報驗義務人；在此情形下，製造商通常成為應施檢驗商品之唯一報驗義務人。因此，倘若該項商品發生事故，此時品牌商係以契約買賣該項商品，即非屬於《商品檢驗法》中所規定，為商品委託他人產製並於國內銷售或輸出之委託者，從而該品牌商則非屬報驗義務人範圍，亦不屬通報義務人。對此，亦再次顯示通報義務人係以報驗義務人為同一主體之另一潛在問題所在。

（三）通路商非屬法定通報義務人

呈上所述，我國目前應施檢驗商品之通報義務人在目前的規範原則上，報驗義務人主要僅包含產品製造商與委託他人製造之品牌商，並不包括通路商在內。由於通報義務人並不包含通路商，在台灣現行銷售結構下，除了少數製造商/品牌商擁有直營或加盟之銷售管道外，其於製造商/品牌商多數均透過通路

商做為銷售管道，因此當商品發生事故時，在通路商並非規範中的強制報驗義務人，則可能導致部分通路商對於事故商品之通報或矯正機制之運作，並非均有積極主動配合之意願，因此造成我國主管機關無法確實完整掌握所有事故商品之資訊。

特別是當事故商品後續矯正措施若涉及召回措施時，通路商是否配合品牌商與製造商之召回行動，從過去國內相關召回案件經驗顯示確有其影響，畢竟召回成效提升之關鍵問題，在於消費者聯絡資訊之掌握程度，而通路商則為該等資訊之主要掌握者。然而在現行法規下，於涉及事故商品召回程序上，通路商對於其相關義務或有不清楚之處，致使製造商、品牌商與通路商間，無法落實相互協助召回工作之功效。換言之，倘若能透過將通路商納入事故商品的強制通報義務人之範疇，藉此進一步強化通路商在事故商品後續處理流程之法律責任與定位，則對於消費安全制度之強化亦屬相當重要之一環。

（四）矯正措施判定仍未有明確之風險評估標準

雖然我國自 97 年 7 月 1 日起便開始實施「應施檢驗商品發生事故通報辦法」，但針對事故商品所採取之矯正措施，均由主管機關標檢局及報驗義務人依個案來決定，從過去案件經驗尚未明確顯示，主管機關係以客觀之風險評估標準作為判斷基礎之作法。然而，如欲徹底貫徹商品安全政策，如何評估每一事故發生之嚴重程度、頻率等因素，藉以判斷採取何種應變措施、決定矯正措施之適用範圍與強度，實屬至關重要之問題，而此即須仰賴建立一套風險分級模式之機制。換言之，建構符合我國國情之事故商品風險評估標準，亦屬完整建置事故商品矯正機制必要之一環。

（五）非應施檢驗商品缺乏完整安全通報機制

目前《商品檢驗法》僅適用於應施檢驗商品，因此在非應施檢驗商品部份，通常主管機關係依據消費者保護法，惟該消保法並非僅針對商品本身之規範，若干規定亦不夠具體，因此在實施上亦有許多不確定性，對於主管機關或

業者均非有效率之規範依據。

然而，本於消費商品之安全體系建構，實不應區分應施檢驗或非應施檢驗商品之不安全消費事故，畢竟《商品檢驗法》對於應施檢驗商品之規定，目的僅在確保一項產品在「事前」必須符合若干強制性技術標準，然而一旦進入市場後，應施檢驗商品與一般非應施檢驗商品的性質應已無異，而對於商品事故此一「事後」機制而言，應施檢驗與非應施檢驗之區別並無實益，而均應採取一體適用之後續處理流程與方法，如此才能真正達到確保消費者之權益，並對不安全商品進行有效之管理與矯正。故非應施檢驗商品之消費安全之強化，將有賴於一般性消費產品安全機制之建立。

第三節 其它配套措施

誠如前述對於現行制度之說明，主管機關標準檢驗局在獲得事故商品之通報訊息後，經受理後調查人員如認有進一步蒐集事故資訊之必要，得依法展開調查。之後再根據通報與調查所掌握之事故資訊，來做成事故原因之結論及廠商可能應採取之矯正措施。為使此一調查流程與作成最終事故原因認定乃至矯正措施之判斷，更具合理性且符合比例原則，及避免加諸配合調查的廠商有不合理負擔義務，本報告將以迄今事故商品中已配合完成調查之相關廠商業者為對象，透過問卷調查方式來瞭解其配合調查過程中之作法與可能問題。藉由廠商之親身經驗與建議，使事故商品通報機制所涉及之事後調查與公權力與民間之溝通機制，能更具透明性及合理性。

基此，以下就事故商品之調查流程，以及本報告擬進行之問卷調查設計原則與方向，為進一步之分析說明。

一、事故商品之調查流程

為促進報驗義務人與消費者瞭解標檢局就應施檢驗商品發生事故之通報流

程，以及使標檢局及所有標檢局分局辦理商品事故通報受理與處理有一致之作法與流程，標檢局於 98 年 8 月 26 日訂定「應施檢驗商品發生事故通報與處理作業程序」辦法，並於同日實施。

(一) 商品事故通報方式

當商品發生事故後，可依下列方式擇一向標檢局進行通報：(1) 至標檢局之商品安全資訊網，以線上登錄方式進行通報;或者(2) 填寫應施檢驗商品事故通報表，以郵寄、電子郵件、傳真或其他可能正確傳遞之方式傳送至標檢局總局第五組或標檢局之分局。第五組在接獲通報表之後，將登錄於商品安全資訊網。若標檢局之分局接獲通報表，則會將該通報表傳送於總局第五組，由第五組登錄於商品安全資訊網。

(二) 案件分派與調查承辦人員選任

事故商品通報之窗口主要由標檢局總局第五組負責。在接獲事故商品通報後，標檢局總局第五組人員將會進行案件分派之工作。若事故發生地點為標檢局總局所主管之管轄區，則案件即交由標檢局總局第六組進行後續調查工作。倘若商品事故發生地點為標檢局在其他各縣市分局轄區，則案件將由總局第五組分派至事故發生地點之所在轄區分局，展開調查程序。

在後續案件分派與選任調查人員流程上，以標檢局總局而言，第五組於接獲通報案件後，案件將交由第六組之管制科管控所有事故商品案件，後由管制科人員依據商品與事故型態之不同，進一步建議遴派合適之承辦人員，再經由副組長透過遴派單來最後指定確定的承辦人員。

每一商品事故案件通常會選任 2 至 3 位承辦人員組成「商品事故安全調查小組」，展開事故商品之調查。另外，為確保調查程序之公平公正，原則上，案件調查人員一經確定即不可更換，倘若承辦人員自認有不適合情形或其他重大理由者，則須獲得副組長之同意才可更換案件承辦人員。

(三) 調查程序

在確認案件調查小組成員後，承辦人員將會針對事故商品之報驗義務人與消費者，分別依據標檢局制式之「商品事故訪查紀錄表－報驗義務人端」與「商品事故訪查紀錄表－消費者端」表上之問題，逐一詢問報驗義務人與消費者與商品事故案件相關之問題。

報驗義務人方面，主要詢問問題包括獲知事故情形之時間、向標檢局辦理通報之日期、事故商品之委託/產製關係、商品是否符合檢驗程序之證明、是否曾發生其他事故之案例、商品之產地、批號、進口貨出廠之日期，報驗義務人自行研判事故之原因、以及其他與事故商品原因有關之資訊等。消費者端方面，承辦人員主要詢問之問題則為商品之基本資料與規格等、購買商品之時間地點、商品之使用記錄與情形、是否有異常情況、事故發生之過程與時間、使用環境、毀損情形、與當地警消等聯繫情形、以及其他有助於釐清商品事故原因之資訊等。

於承辦人員展開正式調查前，必須確認事故商品之報驗義務人與消費者。在確認事故商品消費者方面較無問題，真正困難者為判定事故商品之報驗義務人為何者。原則上，倘若事故商品未達燒毀難辨，則第 5 組同仁在接獲案件通報時，即可判定報驗義務人為誰，後由承辦人員向該報驗義務人展開調查程序。然而，倘若事故商品燒毀難辨，此時欲判斷報驗義務人即有一定困難。通常，消費者會出具保證書證明該商品之報驗義務人，而廠商也會自行比對事故商品以證明該商品是否為其製造，不過上該證明僅為佐證。因此，為確保事故調查之正確完整性，在無法確定辨別報驗義務人之情況下，承辦人員除訪查初步判定之報驗義務人外，亦會自行增加訪查其他可能之廠商。

除了向報驗義務人與消費者訊問填寫表格外，承辦人員尚須進行現場研判之動作。然而，由於目前現行通報辦法並無明確法律授權依據，得使標檢局承辦人員有權進行現場採樣(僅警消人員可進行採樣)，抑或亦不得在未獲當事人(廠商與消費者)之同意下帶回事故商品進行檢驗，從而承辦人員只能就事故商

品進行現場研判事故發生之原因，部分事故商品並未能經實際檢驗結果之科學方式，來進行鑑定調查與判定結果。

(四) 調查報告與最終研判

承辦之調查人員經完成報驗義務人與消費者之調查、以及現場研判之後，承辦人員依據「第六組(XX 分局)商品事故通報調查報告書」表列問題與格式填寫調查報告書。調查報告書之內容包含事故發生之概要、消費者與報驗義務人之陳述內容、承辦人員對事故原因與矯正措施等之建議、以及佐證之資料、照片與說明等。依據目前調查實務，對於電器類事故商品之調查期間較長，大多需要三至六個月期間，至於其他非電器類商品，大約在二個月即可完成調查。

第六組完成調查後則將調查報告初稿與資料送交第五組，第五組通常會再轉送第二組或第三組尋求其提供評論及意見，由第二組與第三組作再次之研判，以確認是否仍須第六組再進行其他補充調查或說明。第二組或第三組在審查調查資料與報告時，主要係針對是否辦理資訊揭露、實施矯正措施及應續辦等事項，提出建議予第五組，並得視需要成立「商品事故通報審查小組」。最終確定的調查報告書，將提供第五組研判後續可能採行矯正措施類型之參考依據。此外，「商品事故通報審查小組」之召集人由第二組組長(副組長)或第三組組長(副組長)及第五組組長(副組長)共同擔任。其中成員可包括第二組、第三組、第五組、第六組、法務室及分局等相關單位，並可視需要邀請報驗義務人、驗證登錄廠商、消費者保護官、技術專家或其他相關人員列席。商品事故通報審查小組之任務為審查調查資料、資訊揭露、實施矯正措施及應續辦事項等之妥適性。

最後，於目前現行調查實務作法，調查報告之最終鑑定結果並不對外公開，此外，對於調查過程中所涉及之調查詢問對象，包括消費者與廠商，標檢局並未有主動通知或告知最終調查結果之制度化流程。

二、調查程序之可能調整方向

本報告依據主管機關所提供之法規資料，以及經與相關負責人員訪談的結果，歸納出現行規定及調查實務流程上，有以下事項可作為後續討論修正之方向：

1. 總局及各分局調查人員之遴派，多係由主管直接指派。為強化其客觀性與避免利益衝突，未來宜加入確定是否有利益衝突等情事存在之初步瞭解程序（如由被指派人員填具聲明書）等輔助機制。本報告將於後續研究中加以進一步討論。
2. 總局及各分局調查人員進行實地事故商品調查時，目前欠缺得在廠商或消費者拒絕提供商品樣本時，強制取樣進行試驗室調查之法律授權，從而常無法以科學方式鑑定商品事故原因，影響第五組最終判斷之基礎，甚至無法以科學方式證明其因果關係及應負責之環節。
3. 總局及各分局調查人員之指派及人力分配不一，且對於調查人員之訓練亦有落差，因此總局與分局在執行調查程序中，對於「標準作業流程」之落實程度可能有落差，故應考量強化 SOP 流程之教育訓練，供所有調查人員依循。
4. 總局（第六組）將最終調查報告提交總局第五組時，亦會一併提出矯正措施建議。惟是否採行該建議，以及採取矯正措施之程度，仍由第五組為最終判斷。當兩者間有不同判斷結果時，則宜透過客觀的風險評估標準來決定，以避免爭議。然目前似乎尚未建有明確之風險評估規則。
5. 目前事故商品調查案件之結案程序尚有待建立。總局及分局等調查單位，對於相關案件案件最終研判結果、是否有採行矯正或其

他措施等，均無法獲知其內容。再者，對於調查過程所涉及之調查對象，包含廠商與消費者，亦欠缺主動告知個案處理結果之機制，有損於行政透明化以及廠商/消費者之信任度。對此，宜思考建立告知結果之制度化流程。

三、問卷設計原則與方向

在初步瞭解標檢局之事故商品調查流程程序後，為強化事故商品調查流程之透明化，以及確保事故調查過程之公正性，因此本報告目前擬定之問卷題綱，主要針對若干面向加以規劃。問卷之設計方向與主要內容，包括主管機關調查程序時日之長短、要求提供證據與資訊之合理與必要性、與廠商溝通管道之暢通與否、調查結果與最終判斷之客觀與否、調查人員對於廠商是否有不當行為或要求、矯正措施判斷是否合理等（問卷詳細內容與題綱參見本報告附件二）。

第三章 日本消費商品事故規範制度⁹

第一節 消費商品安全體系

一、消費商品安全架構概述

日本經濟產業省依據消費生活用製品安全法(以下簡稱「消安法」)、電氣用品安全法、瓦斯事業法、液化石油氣安全維護及交易合理化相關法律等規範，進行與製品安全相關的驗證與管理。其中，消安法屬於一般法，適用於一般消費者生活中使用之產品，其他三者則為特別法，驗證對象包括電氣用品、液化石油器具、瓦斯器具等。而產品應符合之技術標準，係交由職掌產品驗證業務的各主管機關訂定，以政令、省令或規則公布，至於產品相關技術制訂及推動業務，則主要是由獨立行政法人製品評價技術基盤機構(以下簡稱 NITE)負責。¹⁰

目前消安法規範圍涵蓋¹¹國家制定之「消費生活用製品安全規則」(即 PSC 標章制度，對象又分為「特定製品」與「特別特定製品」)、「製品事故情報報告・公表制度」及「長期使用製品安全点檢・表示制度」，次者為本文討論的產品事故通報制度，將於第二節詳述。日本目前的產品安全法令體系，大致得以下圖表示之¹²：

⁹ 本章研究內容為本報告之研究團隊於 2009 年執行經濟部標準檢驗局「不安全消費商品矯正措施實施」委託計畫已完成之研究成果。基於本報告於第八章進行跨國制度比較之需求，業經原委託單位同意摘錄相關適當研究內容於本報告中。

¹⁰ 台灣經濟研究院，規劃建構我國消費商品安全調查機制之研究，2008 年，33 頁。

¹¹ 消費生活用製品安全法の概要，

http://www.meti.go.jp/policy/consumer/seian/shouan/contents/shouan_gaiyo.htm

¹² 製品安全法令体系図，http://www.meti.go.jp/product_safety/producer/system/03.html

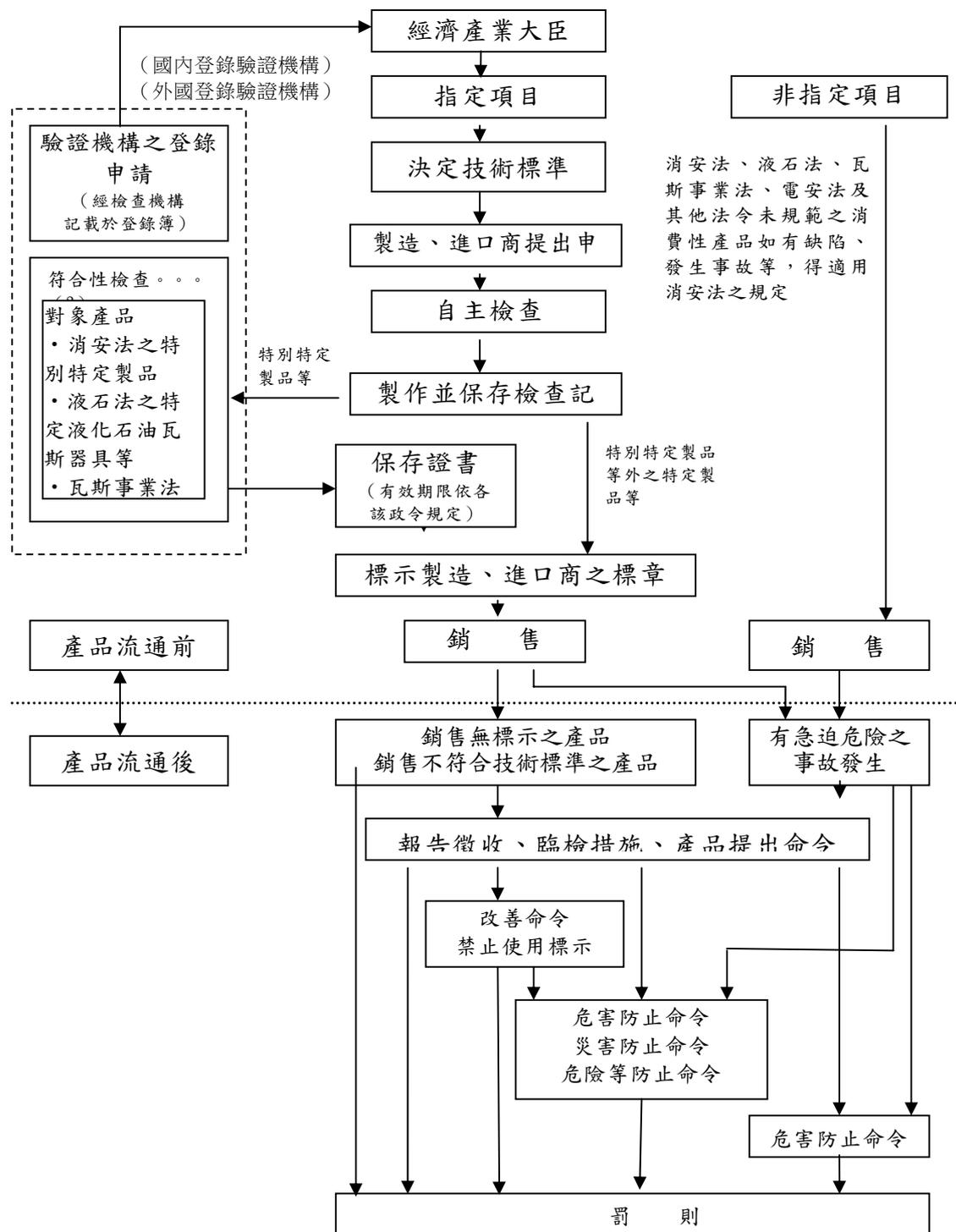


圖 3-1 日本商品安全規範架構

二、法源依據

(一) 消費生活用製品安全法

1. 2006 年修法：建立「製品事故情報報告、公表制度」

在 2006 年之前的產品事故資訊蒐集及公告制度，法律並未明訂企業有協力之義務，因此如瞬間熱水器一氧化碳中毒、家用碎紙機切斷幼兒手指等同種事故情形不斷發生時，政府實難以迅速採取矯正措施防止事故再發生。職是之故，消安法於該年 12 月 6 日修正公布，並於次年 5 月 14 日施行。主要修正內容包括「事故情報收集及公表」與「事故再發生防止對策」兩部分¹³：

(1) 事故情報之收集及公表

消費性產品之製造商或進口商，一旦獲悉重大產品事故發生，應向主管機關報告該產品名稱、事故內容等資訊；主管機關接受事故報告後，應公告前述相關資訊。如是產品之零售商、維修業者或安裝工程業者知悉重大產品事故時，也應盡力向產品製造商或進口商為通知。

(2) 事故之再發防止對策

消費性產品之製造商或進口商於調查事故原因後，認為有必要時，應盡力採取產品回收等矯正措施；而產品之零售商對於前述矯正措施也應盡力協助之。

¹³ 製品事故情報の報告・公表制度，
http://www.meti.go.jp/product_safety/consumer/lecture.html

2. 2007 年修法：建立「長期使用製品安全檢查、標示制度」

為彌補老化產品在產品安全管理制度上之缺口，經濟產業省於 2007 年修正消安法時，訂定長期使用製品安全檢修制度，以及長期使用製品安全標示制度，於 2009 年 4 月 1 日開始施行。依消安法第 2 條規定¹⁴，消費性產品內部因長期使用導致劣化(日文稱為「經年劣化」)，無法安全使用，特別可能使消費大眾生命或身體遭受重大危害者，稱為「特定保守製品」，應視其使用狀況，以內閣命令明文規定應適時增進其妥善維護者而言。

安全檢修制度主要是針對因長期使用造成重大事故機率偏高的 9 種產品，包括：室內廚房用瓦斯熱水器、室內浴室用瓦斯熱水器、廚房用煤油熱水器、浴室用煤油熱水器、密閉燃燒式煤油暖氣機、嵌入式電氣洗碗機、浴室用電氣除濕機等，要求業者定期檢查以確保安全。而安全標示制度則是針對電風扇、冷氣機、抽風機、洗衣機、真空管電視機等 5 種商品，要求產品出廠前必須標示製造日期及標準之使用期限，並且說明如超過使用期限可能發生何種事故等資訊，籲請民眾多加注意。¹⁵

3. 消費生活用製品安全規則(PSC 標章制度)

日本 PSC 標章制度自 2001 年 10 月開始施行¹⁶，其法律依據消費生活用製品安全法第 3 條至第 32 條。該制度內容概述如下：

¹⁴ 第二條 この法律において「消費生活用製品」とは、主として一般消費者の生活の用に供される製品（別表に掲げるものを除く。）をいう。

4 この法律において「特定保守製品」とは、消費生活用製品のうち、長期間の使用に伴い生ずる劣化（以下「経年劣化」という。）により安全上支障が生じ、一般消費者の生命又は身体に対して特に重大な危害を及ぼすおそれが多いと認められる製品であつて、使用状況等からみてその適切な保守を促進することが適当なものとして政令で定めるものをいう。

¹⁵ 台灣經濟研究院，規劃建構我國消費商品安全調查機制之研究，2008 年，55 頁。

¹⁶ 「長期使用製品安全点検・表示制度」が始まります～平成 21 年 4 月 1 日以降に製造・輸入された製品が対象です～、<http://www.gov-online.go.jp/useful/article/200812/5.html>

(1) 適用範圍

特定製品(第 2 條第 2 項)一係指由於製品構造、材質、使用狀況等，極可能危及一般消費者生命或身體安全，而經內閣命令指定之消費生活用製品項目而言。包括登山用繩、家用壓力鍋具類、機車及電動自行車用安全帽、石油熱水設備、石油浴缸加熱器及石油暖爐。

標章為：



檢查機關：

* 家用壓力鍋具類→(財)日本文化用品安全試驗所、(財)電氣安全環境研究所

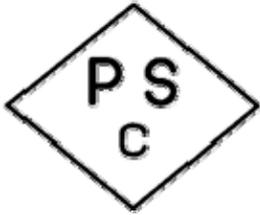
* 機車及電動自行車用安全帽→(財)日本車兩檢查協會

* 登山用繩→(独)製品評価技術基盤機構北関東支所

* 石油熱水設備、石油浴缸加熱器及石油暖爐→(財)日本燃燒機器檢查協會

特別特定製品(第 2 條第 3 項)一係指製造商或進口商無法確保製品品質，足以避免一般消費者生命或身體危害發生，而經內閣命令指定之消費生活用製品項目而言。包括嬰幼兒用床、攜帶型雷射應用裝置及浴缸用溫水循環設備。

標章為：



登錄檢查機關：

* 嬰幼兒用床→(財)日本文化用品安全試験所

* 攜帶型雷射應用裝置→(財)日本品質保証機構、(株)UL Japan、(株)コスモス・コーポレーション

* 浴缸用温水循環設備→(財)電気安全環境研究所、(財)日本ガス機器検査協会、(株)UL Japan、(財)日本燃焼機器検査協会、(株)コスモス・コーポレーション

(2) 規範内容

特別可能危害一般消費者生命或身體安全的製品，若未標貼表示符合國家制定技術標準之標章，禁止其販售，如無標貼者已進入市場流通，國家得命令製造商、進口商等進行回收之類防止危害措施。在內閣命令指定之製品項目中，特定製品得由業者自行確認檢驗，而特別特定製品則必須經由第三者符合性評估機關檢驗。(PSC 制度是 Product Safety of Consumer Products 之縮寫)

4. 長期使用製品安全點檢・表示制度

此制度自 2009 年 4 月開始施行¹⁷，主要依據消費生活用製品安全法第 32-2 條至第 32-22 條。

(1) 適用範圍

所謂「點檢制度」，在**特定保守製品**(第 2 條第 4 項)係指，製品內部因長期使用導致劣化(稱為「經年劣化」)而無法安全使用，極可能嚴重危及一般消費者生命或身體安全，應視其使用狀況，以內閣命令指定適時增進其妥善維護之消費生活用製品項目而言。包括室內燃氣瞬間熱水器(天然氣用及液化石油氣用)、室內燃氣浴缸加熱器(天然氣用及液化石油氣用)、石油熱水設備、石油浴缸加熱器、密閉燃燒式石油暖房機、內建式電氣洗碗機及浴室用電氣乾燥機。

而日本規定安全檢修流程為：銷售者向消費者說明點檢制度⇒消費者在銷售者提供之顧客卡上填具相關資料(如製品持有者、設置場所等)寄回⇒定期點檢屆至前通知消費者，或請求製造商點檢⇒接受點檢(並請留心點檢詐欺！)

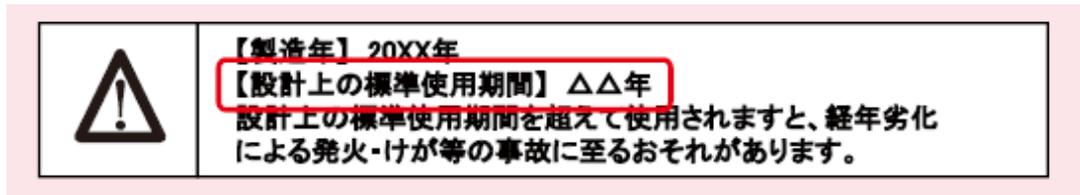
至於「表示制度」，適用於包括電風扇、抽風機、洗衣機(洗衣乾衣機除外)、冷氣機及映像管電視機。而安全標示方式為：

【製造年份】20XX 年

【設計上之標準使用期間】△△年

如超過設計上之標準使用期間仍繼續使用，因經年劣化可能導致著火、受傷等事故。

¹⁷長期使用製品安全點檢・表示制度のリーフレット、
http://www.meti.go.jp/product_safety/consumer/system/gaiyou2009.pdf



(2) 規範内容

安全檢修制度要求，特定保守製品之製造商或進口商應於製品上標示設計上之標準使用期間(即使用不損及安全的標準期間)、點檢期間、請求點檢之聯繫方式等事項。製造商或進口商對於消費者提供之資訊，應注意是否有發生危害可能，進行點檢之類維護措施。

而安全標示制度則要求，前述五項製品出廠前必須標示製造日期及標準使用期限，並說明如超過使用期限可能發生何種事故等資訊，籲請民眾多加注意。

三、主管機關

(一) 經濟產業省

日本經濟產業省與內閣府分別於 1974 年、1975 年建立事故情報收集制度，以提供事故資訊並防止危害擴大，其區別在於前者體系著重於消費性產品事故，而後者體系適用範圍廣泛，除產品外，尚涵蓋及於服務、建物等。¹⁸本文主要以經濟產業省之事故情報收集制度為研究核心，其監督及管理的相關規範內容，將於後兩節適當處說明之。

(二) 獨立行政法人國民生活中心

國民生活中心法於 1970 年 10 月成立，並於 2003 年成為獨立行政法人，於

¹⁸ 台灣經濟研究院，規劃建構我國消費商品安全資訊網方向研究，2007 年，35 頁。

內閣府之下負責執行消費者保護業務。其中設有資訊分析部，負責研究、調查各地通報的消費資訊與事故，並建置全國消費生活資訊網路系統(PIO-NET)，與各地都、道、府、縣等連線，以及與多家醫院進行資訊合作，以迅速掌握事故訊息。PIO-NET 資料庫原則僅提供予各地國民生活中心或政府相關單位參考，不直接對外開放。此外，還設有諮商調查部，其下之申訴處理委員會負責消費者申訴業務，而 2006 年 10 月成立之危害情報室則是負責收集、匯整及分析消費事故相關資訊。¹⁹

(三) 獨立行政法人製品評價技術基盤機構

獨立行政法人製品評價技術基盤機構(NITE)業務涵蓋及四大領域，包括生活安全部門、符合性認定部門、化學物質管理部門及生物科技部門，分別由製品安全中心²⁰、認定中心、化學物質管理中心及生物科技本部掌管。其不僅是消安法規範之事故通報對象(主要是製品安全中心負責)，在事故資訊公告及後續召回措施、技術調查中，扮演極重要的角色，相關內容將於後兩節詳細說明。

四、規範對象

以消安法「製品事故情報報告・公表制度」為例，「事故情報收集及公表」與「事故再發防止對策」兩大機制所規範之對象廣泛涵蓋製造商、進口商、零售商(或銷售業者)、維修業者、安裝工程業者等，為維護產品安全制度有效運行，需要多方協力乃是當然。其規範內容將分別於以下第二節、第三節詳述。

¹⁹ 台灣經濟研究院，規劃建構我國消費商品安全資訊網方向研究，2007 年，36-37、40 頁。

²⁰ 製品安全中心是由原本的「生活・福祉技術中心」，於 2009 年 4 月 1 日更名而成，同時並在其下增設「經年劣化對策室」。http://www.nite.go.jp/jiko/press/prs09033102.pdf

第二節 通報制度

日本之商品通報制度可分為兩個層次說明，其一為強制商品事故通報制度，另一為鼓勵性(自願)性之通報機制。

一、強制商品事故通報制度

(一) 法源依據

根據消安法之規定，消安法明訂業者通報產品事故之義務區分為兩類，分別為重大產品事故與重大產品事故以外之事故，其中僅就重大產品事故才有強制通報之責任義務。所謂「重大產品事故」，有以下幾種事故類型：

1. 瓦斯器具、石油器具重大商品事故

瓦斯器具、石油器具與業務用電氣用品相同，根據消安法第 2 條第 1 項規定均不屬於消費性產品，目前以 NITE 作為通報窗口，僅是為便宜行事²¹。而此處特別以瓦斯器具、石油器具之重大製品事故為標題，是為呼應經濟產業省在重大製品事故處理上，因應瓦斯器具、石油器具性質而略有不同處置；對於「事故情報公表」之說明，本節後段有進一步說明。

2. 其他消費生活用商品重大製品事故

依消安法第 2 條第 6 項規定²²，「重大商品事故」是指在製品事故中，實際

²¹ 製品事故情報報告・公表制度～事業者用ハンドブック～、44-45 頁。

²² 消安法第 2 条第 6 項：

6 この法律において「重大製品事故」とは、製品事故のうち、発生し、又は発生するおそれがある危害が重大であるものとして、当該危害の内容又は事故の態様に関し政令で定める要件に該当するものをいう。

發生或可能發生之危害重大，其危害情節或事故樣態符合相關政令所定之要件者。具體而言，如發生以下所示兩種危害之製品事故，便被判定屬於重大製品事故²³：

- (1) 對於一般消費者生命或身體造成危害之事故中，危害重大者，包括死亡事故、重傷與疾病事故(指需要治療期間 30 日以上者而言)、後遺失能事故及一氧化碳中毒事故；或
- (2) 消費性產品滅失、毀損事故發生時，可能對於一般消費者生命或身體造成重大危害，例如經消防單位確認為火災者。

(二) 通報義務主體

1. 製造商、進口商

關於產品事故資訊之蒐集、提供與通報，消安法第 34 條²⁴揭示了企業的基本責任：在製造商、進口商部分，就其製造、進口之消費性產品所生製品事故，應盡力蒐集相關資訊並以適切之方式提供予一般消費者。至於如為重大製品事故，依消安法第 35 條及其施行規則第 3 條²⁵，製造商、進口商則應於知悉時起 10 日內，將該產品之名稱、型式、事故內容以及其製造、進口與銷售數量

²³ 「重大製品事故」の定義，http://www.meti.go.jp/product_safety/producer/point/03-2.html

²⁴ 第三十四条 消費生活用製品の製造、輸入又は小売販売の事業を行う者は、その製造、輸入又は小売販売に係る消費生活用製品について生じた製品事故に関する情報を収集し、当該情報を一般消費者に対し適切に提供するよう努めなければならない。

²⁵ 第三十五条 消費生活用製品の製造又は輸入の事業を行う者は、その製造又は輸入に係る消費生活用製品について重大製品事故が生じたことを知ったときは、当該消費生活用製品の名称及び型式、事故の内容並びに当該消費生活用製品を製造し、又は輸入した数量及び販売した数量を主務大臣に報告しなければならない。

2 前項の規定による報告の期限及び様式は、主務省令で定める。

消費生活用製品安全法施行規則第三条 法第三十五条第一項の規定による報告をしようとする者は、その製造又は輸入に係る消費生活用製品について重大製品事故が生じたことを知った日から起算して十日以内に、様式第一の報告書を主務大臣に提出しなければならない。

等細節向主管機關通報。不論企業規模或型態為何，只要是日本國內的製造商與進口商，均負有本條規定之重大製品事故報告義務。

此處稱之「製造商」，是指實際上反覆持續製造消費性產品者而言，包括組裝製造商在內。若是 OEM 的情形，由委託客戶自行設計並負責檢查完成品、單純只將製造外包時，原則上委託客戶被視為製造商。其次，「進口商」則指實際上反覆持續進口消費性產品者而言，如果是進口代理，雖然必須根據具體個案情形判斷何者為進口商，但為明確起見，進口時即應於委託契約中清楚訂定。²⁶

2. 零售商

根據消安法第 34 條²⁷，零售商的基本責任與製造商、進口商相同，應就其銷售之產品所生製品事故，盡力蒐集資訊並提供一般消費者，此外，於獲知前述產品發生重大製品事故時，還必須盡力通知該產品之製造商、進口商此等情事。

3. 維修業者、安裝工程業者

維修業者與安裝工程業者的基本責任僅止於其維修、安裝之消費性產品發生重大製品事故時，應向該產品之製造商、進口商盡力通知此等情事。²⁸

（三）通報執行方法

依據消安法目前制度，製造商、進口商除自己主動蒐集外，產品事故資訊

²⁶ 重大製品事故の報告義務，http://www.meti.go.jp/product_safety/producer/point/04-1.html

²⁷ 消安法第 34 条。其中第 2 項：

- 2 消費生活用製品の小売販売、修理又は設置工事の事業を行う者は、その小売販売、修理又は設置工事に係る消費生活用製品について重大製品事故が生じたことを知つたときは、その旨を当該消費生活用製品の製造又は輸入の事業を行う者に通知するよう努めなければならない。

來源至少還包括消費者與零售商²⁹。但匯整所得的資訊並非一律向主關機關通報，必須經過篩選、判斷是否屬於重大製品事故通報範圍；而為協助企業進行通報流程，經濟產業省編製「製品事故情報報告・公表制度解説之企業用指導手冊」³⁰，其中建議製造商、進口商獲悉製品事故資訊時，遵循以下三個步驟踐行報告義務³¹：

1. 事實確認

在接獲產品事故資訊之初，能否迅速、確實地掌握事故內容是相當重要的，尤其在重大製品事故處理更是如此。

(1) 應掌握之事故內容

- A. 資訊來源(聯絡人名稱、業者名稱、聯絡方式等)
- B. 發生事故之產品(名稱、商標、機種與型式名稱等)
- C. 事故發生情形(發生日期、場所、事故內容等)
- D. 人之傷害情形(死亡人數、受傷人數等)

(2) 自企業內部調查所得之產品、機種與型式等相關資訊

- A. 事故產品及其模型之製造、進口及銷售期間與數量
- B. 同一或類似產品曾經發生之事故、缺陷、請求救濟之資訊等

²⁸ 同前註。

²⁹ 重大製品事故の報告義務，http://www.meti.go.jp/product_safety/producer/point/04-1.html。

³⁰ 製品事故情報報告・公表制度の解説，
http://www.meti.go.jp/product_safety/producer/guideline/download.html

³¹ 製品事故情報報告・公表制度～事業者用ハンドブック～、14-17、27 頁。

C. 企業內部負責人員之確認(單位、職務、姓名、聯絡方式等)

2. 是否為重大製品事故之判斷

就蒐集所得之事實並依據消安法，判斷該事故是否屬於重大製品事故。其具體判斷方式有三：

- (1) 該事故產品是否屬於消安法規範之消費性產品？
- (2) 事故發生是否百分之百確定與產品瑕疵無關？
- (3) 危害結果是否造成死亡、重傷疾病、後遺失能、一氧化碳中毒或造成火災等事故？

3. 通報管道

經上步驟，確認該事故屬於重大製品事故之後，製造商、進口商應於 10 日內向主管機關³²為通報，並由經濟產業省商務情報政策局商務流通組製品安全課製品事故對策室擔任通報窗口。10 日期間是以企業內部任一單位(例如，客服中心職員)獲悉事故資訊時起算，同時，企業應於此期間內盡最大努力蒐集事故相關資訊，以向主管機關通報。

事故通報訂有統一型式，不過考量到報告之迅速性及企業之便利性，另外可以郵寄、傳真、電子郵件、甚至是透過網路等方式進行通報。

³² 此處所稱之「主管機關」，依據消安法施行令第 9 條第 2 項是指監督管理消費性產品之製造商或進口商的機關而言，即經濟產業省。雖然大多數消費性產品之製造商或進口商都是向經濟產業省通報事故，但若是產品主管機關為其他機關，如犁具鋤頭製造商的主管機關為農林水產省，便應向該機關為通報。不過，為便利起見，在此情形下，如製造商或進口商先向經濟產業省通報，經濟產業省也會將該資訊轉知其他合適之主管機關。
http://www.meti.go.jp/product_safety/producer/point/04-1.html

(四) 事故情報公表

主管機關於接受企業通報或自其他管道獲悉重大製品事故發生時，依據消安法第 36 條³³，認為有防止一般消費者生命或身體之重大危害發生及擴大之必要時，應將事故產品名稱、型式、事故內容及其他有助於避免使用過程中所生危險之事項等相關資訊，向一般消費者為公告；如有必要，得指示 NITE 針對產品安全性進行技術上調查。準此，茲歸納經濟產業省對於重大製品事故公告之基本流程如下圖³⁴：

³³ 第三十六条 主務大臣は、前条第一項の規定による報告を受けた場合その他重大製品事故が生じたことを知つた場合において、当該重大製品事故に係る消費生活用製品による一般消費者の生命又は身体に対する重大な危害の発生及び拡大を防止するため必要があると認めるときは、同条第三項の規定による通知をした場合を除き、当該重大製品事故に係る消費生活用製品の名称及び型式、事故の内容その他当該消費生活用製品の使用に伴う危険の回避に資する事項を公表するものとする。

2 主務大臣は、前項の規定による公表につき、必要があると認めるときは、機構に、消費生活用製品の安全性に関する技術上の調査を行わせることができる。

³⁴ 事故情報公表の基本的な流れ，http://118.155.220.112/product_safety/producer/point/05-1.html

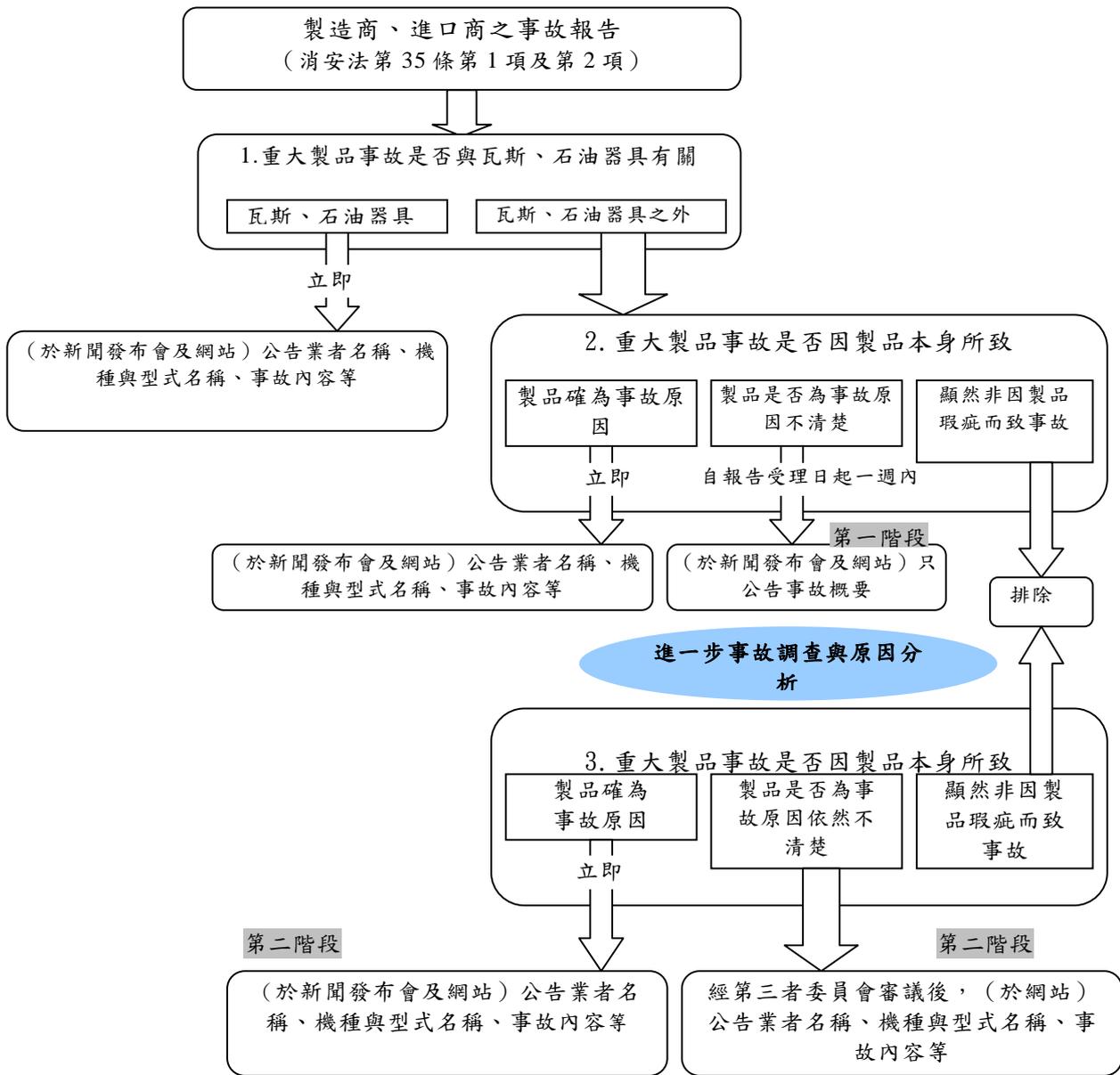


圖 3-2 日本不安全商品通報後處理與調查流程架構

具體而言，事故資訊之公告方式可區分為「瓦斯器具、石油器具重大製品事故」與「其他消費生活用製品重大製品事故」³⁵：

1. 瓦斯器具、石油器具重大商品事故

經濟產業省在獲悉瓦斯器具、石油器具之重大事故通報後，應立即於新聞發布會或網站上向消費大眾為公告，內容包括通報受理之日期、產品名稱、業者名稱、機種與型式名稱、事故內容(包括事故發生日期、發生地點、傷害情形等)、事故發生可能原因及防範對策等資訊。

2. 其他消費生活用製品重大商品事故

至於瓦斯器具、石油器具以外之重大製品事故，則依產品本身是否為事故發生原因而區別以不同途徑處理：

(1) 產品確實為事故發生原因時

事故資訊公告方式與瓦斯器具、石油器具重大製品事故情形相同，經濟產業省應立即於新聞發布會或網站上，公告通報受理之日期、產品名稱、業者名稱、機種與型式名稱、事故內容(包括事故發生日期、發生地點、傷害情形等)、事故發生可能原因及防範對策等資訊。

(2) 產品是否為事故發生原因尚不清楚時

此時分為兩個階段進行公告：

第一階段：在接受通報後一週內，經濟產業省於新聞發布會或網站上向消費大眾公告相關資訊，包括通報受理之日期、產品名稱、事故

³⁵ 製品事故情報報告・公表制度～事業者用ハンドブック～、33-35 頁。

內容(包括事故發生日期、發生地點、傷害情形等)。須注意的是，在本階段暫不公告業者名稱、機種與型式名稱等資料。

第二階段：第一階段之後，經過 NITE 進一步調查分析而確定產品實為事故發生原因時，經濟產業省應立即於新聞發布會或網站上向消費大眾公告，其相關資訊包括業者名稱、機種與型式名稱、事故內容、事故原因及防範對策等。

如依舊無法判斷產品本身是否即為事故原因時，則交由消費經濟審議會製品安全部會製品事故判定第三者委員會審議，基於「俾於產品安全之資訊提供」之觀點，附加適當理由後，將業者名稱、機種與型式名稱、事故內容等資訊公告於網站。要是，無論如何都無法完全消除非因產品導致事故之疑慮，主管機關採取的作法是：附加適當理由，將業者名稱、事故概要等資訊以某種形式進行公告。

二、自願性通報制度

(一) 法源依據

在上述事故類型以外之其他事故類型，則歸類屬於消安法第 2 條第 5 項所界定之「商品事故」，此定義為在消費性產品使用過程中產生之事故，如有：

(1) 事故發生對於一般消費者生命或身體造成危害；或(2) 消費性產品滅失、毀損事故發生時，有危害一般消費者生命或身體之可能，而不是明顯非因該產品瑕疵引起者，即為「製品事故」³⁶，惟這類產品事故並未要求有強制性通報

³⁶ 第二条 …

5 この法律において「製品事故」とは、消費生活用製品の使用に伴い生じた事故のうち、次のいずれかに該当するものであつて、消費生活用製品の欠陥によつて生じたものではないことが明らかな事故以外のもの（他の法律の規定によつて危害の発生及び拡大を防止することができると思はれる事故として政令で定めるものを除く。）をいう。

義務。

上述所謂非「明顯」基於產品瑕疵所引起，係指任何人都能明白該事故並非因瑕疵所引起的，像是故意以消費性產品傷害人體(如菜刀)、非因產品機能不健全而發生之事故(如騎乘單車因後車追撞而跌倒負傷)、偶然或因不可抗力而明顯非因產品所致之事故(如化妝用凹面鏡反射日光後造成火災)、因消費者誤用或不注意而明顯非因產品所致之事故(如在鐵橋旁釣魚，因魚竿誤觸高壓電而觸電死亡)等情形；但需注意的是，如事故是否因產品瑕疵所致尚不明確時，解釋上仍應屬於消安法之製品事故範圍內。至於「明顯非因該產品瑕疵引起」判斷有困難時，應就個案事實審慎考量，切勿輕易做出係因消費者過失之結論。而經消費經濟審議會安全部會製品事故判定第三者委員會審議決定非屬於製品事故之事例也會陸續在網頁公告，可茲實際判斷參考。³⁷

(二) 通報義務主體

為促進企業從自身努力以確保產品安全，因此，日本經濟產業省於 2007 年「製品安全自主行動計畫策定指導方針」中，分別針對製造商、進口商、維修業者、安裝工程業者、銷售業者等擬定自主行動指針，指出企業管理階層意識明確化、產品事故因應等機制。期盼企業能夠參考此份指導方針，制定有關產品安全之自主行動計畫，以建立完備的內部產品安全體制架構³⁸，茲說明內容如下。

-
- 一 一般消費者の生命又は身体に対する危害が発生した事故
 - 二 消費生活用製品が滅失し、又はき損した事故であつて、一般消費者の生命又は身体に対する危害が発生するおそれのあるもの

³⁷ 「製品事故」の定義，http://www.meti.go.jp/product_safety/producer/point/03-1.html；製品事故に該当しない事例について，

http://www.meti.go.jp/product_safety/producer/point/09.html

³⁸ 販売事業者、修理事業者、又は設置工事事業者の責

http://www.meti.go.jp/product_safety/producer/point/07-1.html

1. 通報主體為製造商、進口商

除消安法第 35 條規定於發生重大製品事故時，製造商、進口商負有通報義務外，其餘製品事故之資訊通報，僅是鼓勵企業自願性地向 NITE 為之。

2. 通報主體為零售商、維修業者、安裝工程業者

依據消安法規定，零售商、維修業者及安裝工程業者並無通報義務，因此不論是一般製品事故或是重大製品事故，僅期望該等業者能積極地向 NITE 通報。

3. 通報主體為消費者、任何團體

當任何人或團體發現並無任何必要措施以防止一般消費者生命或身體之危害發生，而認為該等危害有發生之虞時，得依消安法第 52 條提出³⁹，請求主管機關採取適當之措施。主管機關於接受此項請求後，應進行必要之調查，認為所提出內容確屬事實時，必須依據消安法為適當處置或採取其他合理措施。

總結前述義務性及自願性通報的規範說明，並結合後述之 NITE 事故情報收集制度，得將通報主體、對象及事故種類匯整成下表⁴⁰。

³⁹ 第五十二条 何人も、消費生活用製品による一般消費者の生命又は身体に対する危害の発生を防止するために必要な措置がとられていないため一般消費者の生命又は身体について危害が発生するおそれがあると認めるときは、主務大臣に対し、その旨を申し出て、適当な措置をとるべきことを求めることができる。

2 主務大臣は、前項の規定による申出があつたときは、必要な調査を行ない、その申出の内容が事実であると認めるときは、この法律に基づく措置その他適当な措置をとらなければならない。

⁴⁰ 事故情報収集制度の概要，<http://www.nite.go.jp/jiko/index10.html>

表 3-1 日本商品事故通報義務與對象歸納表

義務人類型	製造商、進口商	消費者、銷售業者、租賃業者、安裝工程業者、維修業者、相關團體、地方公共團體（包括消費者生活中心等）
關於消費性產品事故資訊之通報		
重大製品事故	基於消安法，負有向國家通報之義務	向 NITE 通報 (消費者用樣式-3 連絡票；其餘用樣式-2 通知書)
非重大製品事故	向 NITE 通報(樣式-1 報告書)	向 NITE 通報 (消費者用樣式-3 連絡票；其餘用樣式-2 通知書)
關於業務用電氣用品及業務用液化瓦斯器具事故資訊之通報		
重大製品事故	向 NITE 通報(樣式-1 報告書)	—
非重大製品事故	向 NITE 通報(樣式-1 報告書)	—

第三節 矯正措施制度

一、法源依據

「製品事故情報報告、公表制度」中之「事故再發防止對策」部分，即指矯正措施(日本稱為リコール，譯為「召回」)而言。根據消安法規定，召回之實施主體包括製造商、進口商及零售商等，而於特定情形下，主管機關亦得以命令補充制度功能，相關規範內容如下所述。

(一) 製造商、進口商

消安法第 38 條第 1 項規定⁴¹，消費性產品之製造商或進口商於其製造或進口之產品發生製品事故，進行事故發生原因之相關調查後，認為有防止危害發生及擴大之必要時，應盡力採取回收產品及其他得為防範危害之措施；換言之，一旦發生產品事故，迅速實施召回是製造商與進口商的基本責任⁴²，同時，應儘早掌握消費者取得產品的通路來源，並事先確認得以掌握的範圍如何⁴³。

(二) 銷售業者⁴⁴

根據消安法第 38 條第 2 項及第 3 項⁴⁵，事故產品之銷售業者應盡力協助製造商或進口商實施防止危害發生及擴大之召回措施；若是於製造商或進口商因危害防止命令而採取召回措施時，銷售業者則負有協力義務。具體而言，銷售業者的協力行動包括產品停止販售、向製造商、進口商提供庫存資訊與消費者資料、在店面向一般消費者提供召回資訊等。應注意的是，在自願性回收情形，如事故有危害消費者生命或身體之急迫情形，根據個人情報保護法第 16 條

⁴¹ 第三十八条 消費生活用製品の製造又は輸入の事業を行う者は、その製造又は輸入に係る消費生活用製品について製品事故が生じた場合には、当該製品事故が発生した原因に関する調査を行い、危害の発生及び拡大を防止するため必要があると認めるときは、当該消費生活用製品の回収その他の危害の発生及び拡大を防止するための措置をとるよう努めなければならない。

⁴² 再発防止対策について、http://www.meti.go.jp/product_safety/producer/point/08-1.html

⁴³ 製品事故情報報告・公表制度～事業者用ハンドブック～、35 頁。

⁴⁴ 應注意的是，此處條文原文使用「販売の事業」，與第 34 條使用「小売販売の事業」有所不同。

⁴⁵ 第三十八条 …

2 消費生活用製品の販売の事業を行う者は、製造又は輸入の事業を行う者がとろうとする前項の回収その他の危害の発生及び拡大を防止するための措置に協力するよう努めなければならない。

3 消費生活用製品の販売の事業を行う者は、製造又は輸入の事業を行う者が次条第一項の規定による命令を受けてとる措置に協力しなければならない。

第 3 項第 2 款規定⁴⁶，為協助召回，允許銷售業者、維修業者、安裝工程業者等提供消費者資料而不構成違法；至於發動危害防止命令情形，提供消費者資料屬於依法行為，為同條項第 1 款例外規定，亦不違反個人資料保護⁴⁷。

（三）主管機關之命令

1. 體制整備命令⁴⁸

製造商或進口商有怠於報告、或為虛偽報告而違反消安法第 35 條第 1 項義務時，主管機關如認為有確保該項製造或進口產品安全性之需要，得依同法第 37 條發動體制整備命令，要求製造商或進口商建立一完備的企業內部機制，以收集、適當管理並公告其製造或進口產品所生之重大製品事故相關資訊。至於命令內容，則隨各個企業具體情形而有不同，譬如設置專責窗口，以處理消費者告知的製品事故資訊；或是制定關於事故資訊處理的內部規章、流程等。企業如有檢視內部機制完備與否之需要，可參酌前述「製品安全自主行動計畫策定指導方針」以改善缺失⁴⁹。除發動命令外，主管機關也會在新聞發布會或網站上公告重大製品事故資訊細節，包括產品名稱、業者名稱、機種與型式名稱、事故內容(如事故發生日期、地點、被害情形等)、事故原因等⁵⁰。

⁴⁶ 第十六条 …

3 前二項の規定は、次に掲げる場合については、適用しない。

一 法令に基づく場合

二 人の生命、身体又は財産の保護のために必要がある場合であつて、本人の同意を得ることが困難であるとき。

⁴⁷ 製品事故情報報告・公表制度～事業者用ハンドブック～、39 頁。

⁴⁸ 第三十七条 主務大臣は、消費生活用製品の製造又は輸入の事業を行う者が第三十五条第一項の規定に違反して報告を怠り、又は虚偽の報告をした場合において、その製造又は輸入に係る消費生活用製品の安全性を確保するため必要があると認めるときは、当該消費生活用製品の製造又は輸入の事業を行う者に対し、その製造又は輸入に係る消費生活用製品について生じた重大製品事故に関する情報を収集し、かつ、これを適切に管理し、及び提供するために必要な体制の整備を命ずることができる。

⁴⁹ 製品事故情報報告・公表制度～事業者用ハンドブック～、41 頁。

⁵⁰ 体制整備命令と罰則，http://www.meti.go.jp/product_safety/producer/point/06.html

假使製造商或進口商自行判斷對於事故不具通報義務，日後，經濟產業省復認定實有通報義務，此時是否會以違反報告義務為由而處以刑罰？經濟產業省表示，本制度並不因未踐行報告義務逕予處罰，必須先查明企業未確實履行的理由何在，再發動體制整備命令或採取其他適當措施。⁵¹同理，製造商或進口商如怠於或虛偽報告，必須待體制整備命令發動而企業不遵從後，方能按消安法第 58 條處罰⁵²。

2. 危害防止命令

消安法第 39 條規定⁵³，由於消費性產品瑕疵而發生重大製品事故，對於一般消費者生命或身體造成重大危害、或危害發生有急迫之危險時，主管機關認為有防止危害發生及擴大之特殊需要，得於必要範圍內，命令事故製品之製造商或進口商計畫回收產品，或採取必要措施以防止造成一般消費者生命或身體重大危害之情形發生及擴大。而主管機關發動此項命令時，應予以公告。

3. 違反命令之罰則

製造商或進口商如違反前述之體制整備命令或危害防止命令時，依消安法第 58 條第 4 款及第 5 款⁵⁴規定，得處以一年以下懲役或 100 萬日幣以下罰金，

⁵¹ 製品事故情報報告・公表制度～事業者用ハンドブック～、41 頁。

⁵² 消費生活用製品のリコールハンドブック 2007、61 頁。

⁵³ 第三十九条 主務大臣は、消費生活用製品の欠陥により、重大製品事故が生じた場合その他一般消費者の生命又は身体について重大な危害が発生し、又は発生する急迫した危険がある場合において、当該危害の発生及び拡大を防止するため特に必要があると認めるときは、第三十二条の規定又は政令で定める他の法律の規定に基づき必要な措置をとるべきことを命ずることができる場合を除き、必要な限度において、当該消費生活用製品の製造又は輸入の事業を行う者に対し、その製造又は輸入に係る当該消費生活用製品の回収を図ることその他当該消費生活用製品による一般消費者の生命又は身体に対する重大な危害の発生及び拡大を防止するために必要な措置をとるべきことを命ずることができる。

2 主務大臣は、前項の規定による命令をしたときは、その旨を公表しなければならない。

⁵⁴ 第五十八条 次の各号のいずれかに該当する者は、一年以下の懲役若しくは百万円以下の罰金に処し、又はこれを併科する。…

或兩者併科。

二、矯正措施之類型

(一) 召回之定義

除行之有年的電氣用品自願回收制度外，經濟產業省自 2002 年起，將回收對象擴大至全部的消費性產品⁵⁵。雖然提供消費者安全產品是企業的基本責任，然而即使是履行完善的產品安全管理，也不可能完全不發生產品事故，基於「事故可能發生」之前提，在事故發生或有所徵兆時，企業便能夠迅速、自主地採取召回措施是相當重要的。因此，經濟產業省於 2007 年「消費生活用製品召回手冊」(以下簡稱「召回手冊」)中⁵⁶，指出防止消費者生命或身體之危害擴大是召回的第一要務，並針對製造商、進口商、流通業者、販售業者等設計召回實施流程。

廣義來說，「召回」是指企業為將消費性產品之事故發生及擴大可能性降到最低，所為的因應措施而言。具體情形包括：

1. 向消費者提供有關產品風險之適當資訊
2. 為預先防範類似事故發生，提供必要之使用注意訊息，例如籲請消費者注意
3. 自流通與銷售階段進行回收

四 第三十二条又は第三十九条第一項の規定による命令に違反した者

五 第三十二条の十六、第三十二条の二十第三項又は第三十七条の規定による命令に違反した者

⁵⁵ 台灣經濟研究院，規劃建構我國消費商品安全資訊網方向研究，2007 年，44 頁。

⁵⁶ 消費生活用製品のリコールハンドブック 2007、3-5 頁。

4. 消費者持有的產品得以更換、維修(如檢查、修理、零件替換等)或退款

(二) 召回措施之類型

根據召回手冊，召回計畫中採取之召回措施分為四類⁵⁷：

1. 自流通與銷售階段進行回收(從賣場下架)
2. 消費者持有的產品得以更換、維修(如零件替換、修理、直接訪問時予以修理或檢查等)或退款
3. 停止製造、流通與銷售
4. 進行安全檢查

在採取前述四種召回措施之際，也必須適當地提供消費者資訊或籲請注意。此外，如其他企業也有使用共同零件、材料等情形，應與其聯絡以決定採取之召回措施類型。而有些情形也需要同時採取暫時應變方案及召回措施加以處理，例如：設計、製造或銷售方法改變；相關零件、材料供應管道改變等。

三、矯正措施之風險分級

面對產品事故，是應該立即實施召回、抑或是只需採取暫時應變方案？企業經營高層可依據以下所列因素進行判斷。

(一) 決定召回之判斷因素⁵⁸

召回決策之判斷因素類型化如下表所示，其後分別說明之。

⁵⁷ 消費生活用製品のリコールハンドブック 2007、33 頁。

損害性質重大與否	(1) 人之傷害有無及可能性 或 (2) 輕微物之損害
事故(損害)本質	(3) 多次發生及擴大可能性 或 (4) 單一產品不良
事故原因與關係	(5) 產品瑕疵 (6) 消費者之誤用 (7) 因改造導致事故 (8) 安裝工程失誤 (9) 長期使用導致劣化

1. 損害性質重大與否

(1) 是否造成人之傷害、或並無傷害可能性？

人之傷害有無或程度輕重是首要判斷的項目，而該傷害是否有擴大可能性或多次發生性，也應一併檢討。其次，事故結果造成物之損害也應予檢視，特別是可能間接造成人之傷害時，必須視為傷害之虞者處理。

(2) 輕微物之損害之處理

依召回手冊之目的，不會造成人之傷害、或與安全無直接關聯的產品品質或性能缺陷，並不屬於召回措施的對象。但是，在事故被判斷為具多次發生性或有擴大可能性之情形下，企業也必須積極實施召回並向消費者提供情報，因為縱使只有輕微物之損害發生，但為防範事態惡化，仍以實施召回措施為宜。

⁵⁸ 消費生活用製品のリコールハンドブック 2007、25-28 頁。

2. 事故(損害)本質

(3) 是否有多次發生及擴大之可能

有多次發生性或擴大可能性的事故可分為以下三種類型，其中事故資訊常有共用之需要：

相同型號產品	相同型號產品可能發生同樣事故
不同型號產品	事故發生若是因為不同型號產品使用造成事故之共用零件、材料、或來自共通設計或工程，同一企業的其他型號產品也可能發生類似事故
包含其他企業之產品	事故發生若是因為其他企業產品使用造成事故之共用零件、材料、或共通設計、工程中製造的中間零組件，則多數相關企業的產品也可能發生類似事故

(4) 單一產品不良之個別處理

假使發生人之傷害或有傷害之虞、但無多次發生可能性時，應個別向受害者提供改造、修理等補救方法。

3. 事故原因與關係

(5) 是否有產品瑕疵

「有無瑕疵」並非是判斷召回實施與否之必要條件，換言之，實施召回不一定是因為產品有瑕疵，基於「有懷疑時，以消費者利益為優先」之社會責任觀點，優先確保消費者安全並防止事故再發生或擴大等即刻處置，比事故產品瑕疵有無確認更為要緊。

(6) 是否為消費者誤用

經詳細分析、檢視事故內容後，發現消費者誤用情形不單純是消費者方的問題，產品(及企業)方同樣需要負起責任。為防止因誤用、不注意導致事故發生，於檢討事故再發生可能性時，應考量下列事項：A. 是否屬於容易因誤用、不注意而發生事故之構造；B. 設計上已經採取充足之措施以防止誤用；及 C. 警告標示等注意事項說明是否完備。

(7) 安裝工程失誤等事故之處理

因安裝工程失誤導致事故時，製造商、進口商應確認產品結構與安裝有無說明手冊、失誤警告標示是否充分等細節。如特定失誤發生情形集中，安裝工程業者、製造商及進口商應採取必要之公告、改造等措施，以防止事故再發生。

(8) 因改造導致事故之處理

因改造導致事故也並非是改造業者單方面的責任問題。有鑑於容易發生產品改造之情事，產品上應標示禁止改造等警語，並於產品開發時施以防止改造設計。

(9) 長期使用導致劣化之問題

長期使用導致劣化仍是屬於產品問題，企業應於接受事故情報後，迅速作出必要應變處置；即使所製造、進口之產品已經針對劣化事故進行防護設計，企業仍必須在產品上附加警告標示，說明老化時之可能情形。

(二) 暫時應變方案之必要性⁵⁹

在某些情況下，已經決定的應變措施未必能夠立即處理事態，基於確保消費者安全之立場，特別是事故多次發生且有擴大可能時，應迅速採行暫時應變方案。其方式包括暫時停止製造、流通及銷售、透過企業公告呼籲停止使用、籲請注意等。同時，召回手冊中也建議向產品安全專業第三者機關(如 NITE)、經濟產業省諮詢其意見。

為籲請注意，如使用者可以特定，郵寄便能產生效果；但如仍存在少數無法特定之使用者時，除郵寄以外，還必須併用企業公告、報紙廣告、傳單、在電視廣告中插入跑馬燈字幕等能夠引起廣泛注意的方式。此外，其他企業之產品如有類似事故，也可以在業界當中發起防止誤用的安全運動，以提醒消費者。

(三) 涉及召回判斷風險分級之實務經驗

1. 危險程度分級

在一份由日本內閣府國民生活局作成關於食品、產品召回之研究調查報告⁶⁰中，將危險程度劃分為兩級：

A 級：危及生命(重度)及重大傷害情形有擴大之虞時

B 級：輕微傷害情形有擴大之虞時

如何判斷事故屬於何種危險程度，可參酌「事故發生場合」、「綜合情事判斷」、「相關資訊來源」等三面向而定：

⁵⁹ 消費生活用製品のリコールハンドブック 2007、28-29 頁。

⁶⁰ 內閣府国民生活局、食品・製品等のリコールに関する分野横断的指針についての調査研究報告書、平成 20 年 6 月、13-14 頁。

(1) 事故發生場合

- 產品明顯具有危險性、且已經發生事故時：應綜合事故傷害程度、事故發生頻率、未來傷害擴大之可能性等資訊，判定受調查產品之危險程度。
- 產品本身可能導致事故發生時：由於並無實際事故發生，因此是依據預期發生之傷害程度、事故頻率、傷害擴大可能性等資訊為判斷。
- 不符合其他安全性規範或安全標準時

(2) 綜合情事判斷

如嬰幼兒、兒童、銀髮族等年齡層的消費者，較難採取迴避危險的自保行為，所產生之傷害程度往往較一般成人來得嚴重，故在判斷受調查產品之危險程度時，應衡酌產品使用者或接觸者之特性後而決定。例如，使用對象為嬰幼兒或兒童，認為有必要時即應調高危險層級。再者，在嬰幼兒、兒童、銀髮族、身心障礙者、懷孕女性等對象受到傷害、或是傷害情形有頻繁發生可能之情形下，如產品的危險性是來自於本身構造特徵，那麼對於具有同類構造之其他產品，也必須特別注意。

(3) 相關資訊來源

為了準確判斷產品危險程度，平日即應收集、並分析事故相關資訊。而資訊來源包括：

- 產品危險性造成實害之事故資訊
- 瀕臨事故(ヒヤリハット)之資訊
- 醫療機構、公立研究機構、私立非營利法人、大學、媒體等收集、分

析或公告之資訊

- 有關出口產品在國外之事故資訊與召回資訊
- 有關進口產品之國外事故資訊與召回資訊
- 平日管理受調查產品之企業所擁有之資訊

2. 召回判斷之實例

是否實施召回，企業必須斟酌「是否發生人之傷害或有發生之虞」、「有無重複發生之虞」、「何種應變措施最為合適」等因素加以判斷，召回手冊中提供之參考例如下⁶¹。

(1) 實例一：有致死、且重複發生及擴大之虞者

- 產品名稱：石油空氣加熱器(石油溫風暖房機)
- 所生問題：因送風管長期使用老化等事由導致燃燒不完全，在一年內發生 5 件一氧化碳中毒事故。
- 召回判斷：發現送風管的材質容易老化、產品設計容易使軟管安裝時產生壓力等缺陷，故決定實施產品回收及檢查、維修等召回措施。

(2) 實例二：有致重傷、且重複發生之虞者

- 產品名稱：嬰兒揹帶(子守帶)
- 所生問題：根據顧客申訴，因布料強度不足，極輕的力道即可將揹帶

⁶¹ 經濟產業省、消費生活用製品のリコールハンドブック 2007、48-51 頁。

布料撕壞，而確認之不良品在店販售有 1 件，庫存有 58 件。

- 召回判斷：經詳細調查產品後發現，特定顏色產品的染料成分有問題，可能造成布料老化，導致布料強度不足。因為有發生幼兒摔落等人之事故之可能，故決定召回產品、進行更換。

(3) 實例三：有致輕傷、且重複發生之虞者

- 產品名稱：液化石油、瓦斯用調節閥(液化石油ガス用ガス栓（フレキガス栓）)
- 所生問題：曾經發生瓦斯自浴室裝置的鋅合金壓鑄調節閥外洩，使密閉式浴缸發生引火爆炸，而爆炸氣流造成一人燒傷之事件。而針對同一公司生產之該項調節閥產品，統計申訴案件已達 127 件。
- 召回判斷：經過詳細調查後，由於調節閥是裝置在浴室這類潮濕的場所，因水滲入閥內部後會發生腐蝕，可能因此導致瓦斯外洩。通常在爆炸發生前，測微計(マイコンメータ)會偵測到微量瓦斯外洩，而該類產品又大多裝置在浴室、營業用廚房等地方，發生瓦斯外洩事故的可能性極高，故決定實施召回。(替換成耐水性的球閥式(ボール弁タイプ)調節閥)

四、矯正措施實施之流程

根據召回手冊，與矯正措施相關之主要流程可歸結為以下圖 3-3：

(一) 擬定召回計畫

1. 平日準備

為確保消費者安全，並於事故發生或出現徵兆時迅速不亂地實施召回措施，企業平日的內部準備至關重要⁶²。召回手冊中針對迅速應變設計多項準備工作，其綱要如前述流程圖中所示。

2. 設置應變總部等機構

由於召回是整個企業的行動，故一旦決定召回，應以經營高層、各相關部門主管為中心成立應變總部或其他相當機構，具體擬定召回計畫並據以實施。該等機構可能是從平日為確保品質所設置之危機管理組織轉變而來，也可能是由理事會、董事會、經營高層底下臨時組織的團隊形成。召回手冊中針對大型製造商(設置應變總部)、中小型製造商(不設置應變總部)、進口商、流通業者等情形，也分別規劃不同組織架構⁶³。

3. 召回計畫擬定內容

擬定召回計畫是為決定實施召回之應變方針，企業對內或對外的態度均必須明確。召回計畫之內容包括下列幾個要點⁶⁴：

⁶² 消費生活用製品のリコールハンドブック 2007、9 頁。

⁶³ 消費生活用製品のリコールハンドブック 2007、30-31 頁。

⁶⁴ 消費生活用製品のリコールハンドブック 2007、32-34 頁。

- (1) 召回目的：以預防事故及防止再發生為主要目標
- (2) 召回種類：決定實施之召回措施類型
- (3) 召回對象：清楚說明是何種產品(產品名、型號、批號、序列號等)、位於何處(流通業、銷售業、消費者等)
- (4) 具體目標：決定召回數量、實施期間等事項。

在設定召回數量時，應秉持著冀望將事故發生可能性減少、逼近於零的態度，因此，原則上最好能以產品的流通總數當作為召回數量。

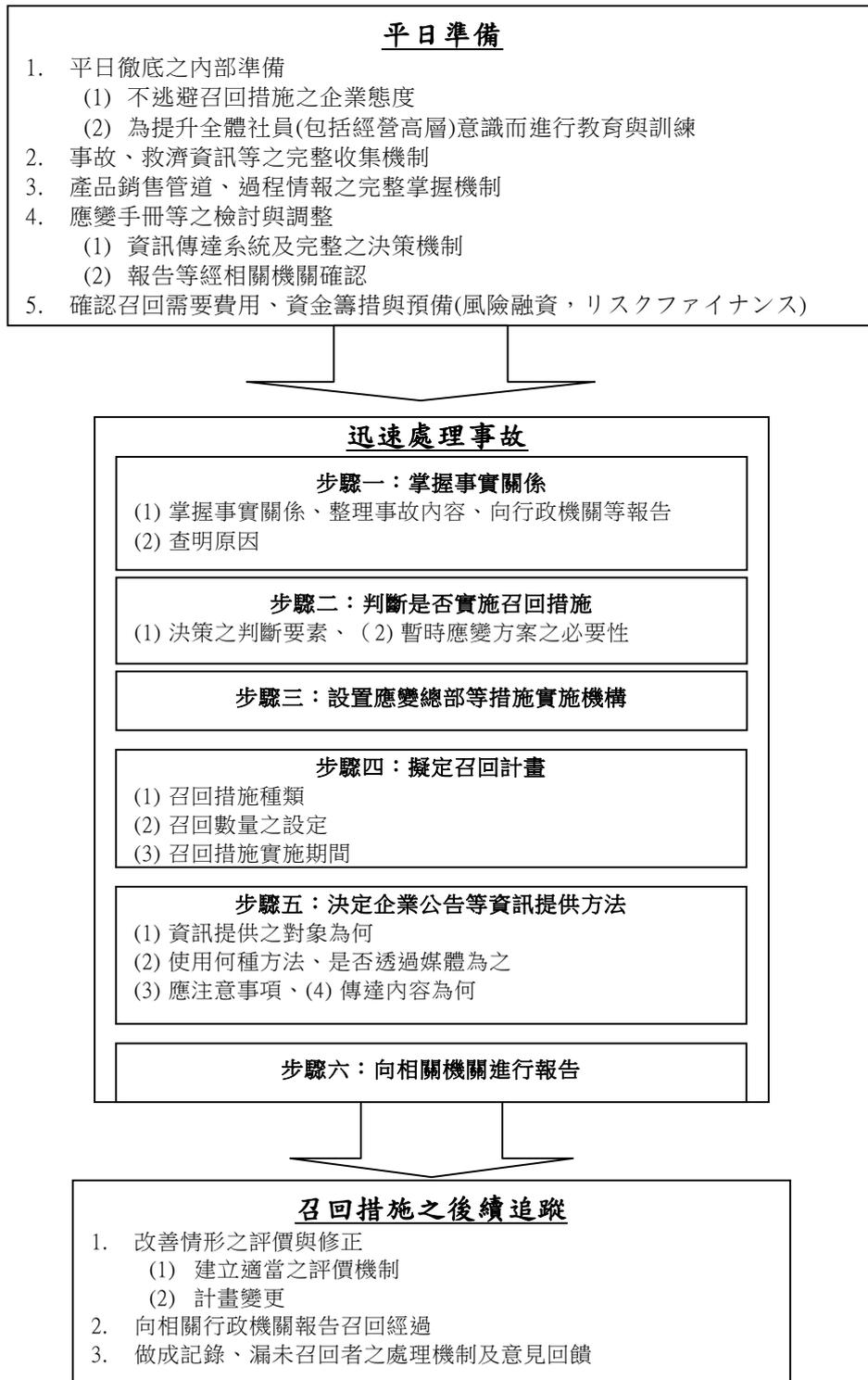


圖 3-3 日本矯正措施之主要流程圖

至於在消費者不特定、流通數量龐大的情形下，不論決定多長的召回期間，仍時常無法處理到消費者持有的全部產品；如遇召回措施無法處理時(即漏未召回者)，應繼續維持處理召回之窗口機制、於網頁持續發布資訊等必要處置。

- (5) **負責機構**：說明責任者身分、屬於何種組織型態以及決定採取何種行動
- (6) **資訊提供方法**：決定是否召開緊急記者招待會、企業公告等資訊提供方法(決定媒體、日期、內容等)、向企業內外公開改善情形資訊之方式等
- (7) **針對受害者之應變方針**：於傷害已發生時，迅速決定包含救濟途徑在內之應變對策與措施；而如傷害尚未發生，則進行損害預測，以檢討應變對策與措施
- (8) **向相關機關為報告或調整**
- (9) **企業內部之資訊傳達**：決定能使企業全體人員對於產品事故持有共通認識之資訊傳達方式
- (10) **查明原因**：包括原因調查之結果、實施情形(實施機關、時間目標等)等，假使事故原因是出自相關零件供應廠商的產品時，決定深入調查之範圍與界線。
- (11) **聽取相關人員之意見**：就法律責任有無、對業界之影響、未來信用及謠言之處理等情形，聽取律師等專家意見，明確作出積極反應。
- (12) **擬定防止再發生之對策**：明確訂定設計、生產計畫檢討、實施措施等計畫
- (13) **召回實施情形之評價以及明確訂定檢討機制**

(二) 發布企業公告

根據召回手冊⁶⁵，決定企業公告(日本稱為社告)等資訊提供方式的細節時，建議考量下列四個重要事項：

1. 資訊提供之對象為何

確定資訊提供對象是誰，是購買者、使用者、持有者、使用者之監護人或使用管理者，都有不同處置。

2. 使用何種方法、是否透過媒體為之

(1) 資訊提供對象特定且得直接接觸時

可利用郵寄、電話、傳真、電子郵件、直接訪問、透過流通業者或銷售業者通知等途徑提供資訊。

(2) 資訊提供對象中有無法特定者時

要想在一般消費者購買產品的地方，讓所有資訊提供對象均獲悉召回訊息是不太可能。故建議針對不同產品與業別，在向新聞媒體發布、於報紙登載企業公告、企業網頁、公家機關(如消費生活中心、健康中心之公佈欄；或NITE、國民生活中心之網頁等)或民間之公告設施、雜誌、傳單、目錄等管道中，選擇最適合提供資訊的媒介物，並且以複數方式併行，提高召回效能。

⁶⁵ 消費生活用製品のリコールハンドブック 2007、35-39、55-60 頁。

3. 應注意事項

- (1) 於必要時，與專業機構、諮詢機構等保持密切聯繫
- (2) 以較大字體、易懂的表現方式，方便年老者理解
- (3) 使用不會被誤解為宣傳的外觀
- (4) 不可能僅提供一次資訊便有好的效果，應持續實施公告至目標達成為止
- (5) 建議持續摸索最適切的資訊提供方式，以實現企業公告目標

4. 傳達內容為何

- (1) 以在報紙登載為例(資訊提供對象不特定且屬於使用者)

企業公告的基本事項包括下列幾點：

- **企業名稱－產品－召回措施類型**
- **召回經過及危險性有無**：包括發生危險之種類、性質、及傷害程度
- **召回措施內容**：包括召回類型、使用中止、向消費者請求的事項、及簡潔的歉辭
- **產品之識別方法**：包括產品名稱、型號、序號(批號)等及其標示方式、及其他限定產品之資訊(製造或進口時期、銷售期間、地域性及銷售通路等)
- **聯絡方式**：包括聯絡窗口、電話號碼、聯絡時間、及其他必要的聯絡或詢問方式

- 日期
- 地址
- 企業名稱

(2) 以在網路公告為例

於網頁登載時，應符合「一望即知」、「簡單引導」、「廣泛連結」等公告技巧，以利消費者理解。達成「一望即知」之效果適例包含：在頁面上運用顏色(如黑白反轉)、字體(如粗體字)或產品圖樣等技巧，讓消費者第一眼即能辨識資訊重點(如下圖 3-4)。

仮想電機株式会社 Kaso denki electric co.,Ltd.

Home > お知らせ > 緊急のお知らせ > 電気掃除機(SZK-001T)の回収・点検修理のお知らせ

電気掃除機(SZK-001T)の回収・点検修理を行います

平素は、当社製品をご利用頂きまして誠に有り難うございます。当社の右の製品(電気掃除機)につきましては、通常の使用におきましても、十年を超えた段階で、一部製品の経年変化により、モーター部分から、発火・発煙する現象が確認されました。

当該製品をお持ちのお客様は直ちに使用を中止し、専用コールセンターまでご連絡ください。

お客様にはご迷惑お掛けして誠に申し訳ございません。

専用コールセンター電話番号 (24時間)
0120-123-XXXX

対象製品の確認方法
本体裏のラベルの下部分にある、製造年月をご確認ください。以下のものが対象です。
'96年 4~10月期
'97年 4~10月期

事故商品外観

製品写真(SZK-001T)

本来裏ラベル例

家庭用電気掃除機(コニャクター) 型名: SZK-001T型
家庭用品品質表示法に基づき表示
製造元(社名): 350W
質量: 5.7kg

使用上の注意
電気掃除機は必ず正しい使用方法で使用する。必ず電源を切ってから掃除機を分解してください。分解後は必ず電源を切ってから掃除機を組み立ててください。掃除機を分解した後は必ず電源を切ってから掃除機を組み立ててください。掃除機を分解した後は必ず電源を切ってから掃除機を組み立ててください。

製造番号: AL-123-9610001-234
製造年月: '96年 4-10月期

圖 3-4 日本召回制度「一望即知」之範例

另外，如有使用超連結之需要，建議置於網站首頁之頂處，該連結上應清楚表示召回意旨(如回收)，並附註召回對象可茲辨識的相關描述(範例參見下圖 3-5)。利用網路的連結特性，針對不同產品消費者性質設計資訊連結網絡，匯整標示消費者可能觀看的網站頁面，以提高消費者接觸公告之機會。

！緊急のお知らせ 電気掃除機(SZK-001T)の回収・点検修理を行います

仮想電機の「コンテンツポラライズ」サポートコンセプト

日常の便利さを、もっとスムーズに。仮想電機が提唱する「コンテンツポラライズ」新しいコンセプトで設計された数々の製品で、もっとスムーズな日常を。

■製品情報 ■法人のお客様 ■技術開発情報 ■株主・投資家の皆様(IRコーナー) ■仮想電機の取り組み ■リンク

新製品情報 New

10/1: 電気炊飯器 SH-530

9/14: 寝室ライト "In-Shade" 空気清浄機 "Clean-Stage"

9/2: 石油床暖房 "レクト オンドル" コンパクトデジタルカメラ "Cosmic AJ-640"

過去の製品情報は [こちら](#)

新着情報 一覧はこちら

10/20 緊急のお知らせ 電気掃除機(SZK-001T)の回収・点検修理を行います。

10/15 コンパクトデジタルカメラAJシリーズ写真コンテストの結果発表について

10/11 室内暖房新シリーズを「SlowLife Conference 2006」(11/2~4)で発表します。

9/29 第1回主催の業績及び、第三者對当社による増資計画について (IRのコーナー)

9/25 当社中国重慶第2工場の稼働及び生産力強化について

9/24 ノートパソコン"Wistaria II"の秋バージョン製品に新色追加(Violet、Brown) 通販限定！

製品情報 パソコンのダイレクトShop "LR"はこちら

○生活家電 ○情報家電 ○その他

- ・季節家電
- ・キッチン家電
- ・アメニティ家電
- ・照明製品
- ・PC、ノートPC
- ・液晶プラズマテレビ
- ・DVDプレイヤー
- ・携帯電話
- ・業務用照明機器
- ・工作器具
- ・その他

適例

！緊急のお知らせ 電気掃除機(SZK-001T)の回収・点検修理を行います

仮想電機の「コンテンツポラライズ」サポートコンセプト

日常の便利さを、もっとスムーズに。仮想電機が提唱する「コンテンツポラライズ」新しいコンセプトで設計された数々の製品で、もっとスムーズな日常を。

■製品情報 ■法人のお客様 ■技術開発情報 ■株主・投資家の皆様(IRコーナー) ■仮想電機の取り組み ■リンク

新製品情報 New

10/1: 電気炊飯器 "ライスライズ"

9/14: 寝室ライト "on Stella" 空気清浄機 "Clean Stage"

9/2: 石油床暖房 "レクト オンドル" コンパクトデジタルカメラ "Cosmic AJ-640"

過去の製品情報は [こちら](#)

新着情報 一覧はこちら

10/15 コンパクトデジタルカメラAJシリーズ写真コンテストの結果発表について

10/11 室内暖房新シリーズを「SlowLife Conference 2006」(11/2~4)で発表します。

09/29 第1回主催の業績及び、第三者對当社による増資計画について (IRのコーナー)

9/25 当社中国重慶第2工場の稼働及び生産力強化について

9/24 ノートパソコン"Wistaria II"の秋バージョン製品に新色追加(Violet、Brown) 通販限定！

製品情報 パソコンのダイレクトShop "LR"はこちら

○生活家電 ○情報家電 ○その他

- ・季節家電
- ・キッチン家電
- ・アメニティ家電
- ・照明製品
- ・PC、ノートPC
- ・液晶プラズマテレビ
- ・DVDプレイヤー
- ・携帯電話
- ・業務用照明機器
- ・工作器具
- ・その他
- ・商品回収のお知らせ

不適例

圖 3-5 網站超連結之適例與不適例

(三) 提出報告

在召回手冊中⁶⁶，將向相關機關提出之報告分為三個階段：事故發生情形報告、召回計畫內容報告以及召回經過報告。第一階段報告已經於前述事故通報制度中詳述，此處僅說明第二階段及第三階段報告之架構內容。

1. 召回計畫內容報告

決定實施召回並擬定召回計畫、於公告該計畫之前，應先向相關行政機關報告計畫內容。該等行政機關包括經濟產業省(如商務情報政策局製品安全課)、其他相關部會、各自治團體(依召回對象之地域決定)、其他相關機關(如NITE)等。其報告內容要點分述如下：(製品召回開始報告書格式請參照附件三)

- (1) **關於召回對象之產品**：包括召回對象之產品(機種名稱、型式、產品目錄等)、生產期間、銷售期間、產品數量(每次出貨量)等
- (2) **關於事故發生情形**：包括事故發生件數、事故內容(發生日、發生情形、傷害情形等)、事故原因等
- (3) **關於再發生防止之對策**：分別就市場流通產品、庫存產品及未來事故預先防範等三個層面擬定對策。而在市場流通產品部分，應指出召回措施之具體內容(回收、更換、修理、檢查等)與修理、檢查之詳細作業內容，以及其具體目標(召回對象數量、實施期間等)
- (4) **關於公告方式**：包括公告使用之媒體(報紙、網頁、郵寄等)、登載日期、登載內容等

⁶⁶ 消費生活用製品のリコールハンドブック 2007、61-82 頁。

2. 召回經過報告

企業應定期向相關行政機關報告召回之實際情形，而報告頻率則視危害之嚴重程度彈性決定。在召回實施過程中，可能會發生召回實施率無法提升、無法於實施期間內達成目標等情形，此時，企業應逐一檢討召回計畫中有關消費者之因應措施、資訊提供方法、對象及次數、召回對象數量等項目，努力尋求最適切的執行方式。如因檢討結果而使計畫內容有所變更，應向前述機關進行報告。

至於決定結束召回，同樣必須提出報告。雖然企業是在評價召回實施率、並考量預定之實施期間後才決定終止召回，仍然應就為何已無事故發生之可能此點進行說明。總結而言，召回經過報告包括以下幾個要點：

(1) 關於召回之實施情形：

建議以表例方式說明召回實施率。應注意的是，召回對象數量是指，以產品總出貨量扣除尚未進入流通與銷售階段之部分，並將產品生命週期納入考量後，消費者仍可能持有的產品總數而言；但是，如果無法確定消費者持有之產品總數時，企業得以能正確掌握的數量代替之。

召回對象數量	召回實施數量	召回實施率(%)
A	B	$C = B / A * 100$

(2) 關於目前召回之問題

(3) 關於提升召回率之未來具體對策

(4) 召回實施後是否有發生事故(如有，應記載事故內容)

(四) 召回措施之後續追蹤

1. 改善情形之評價與修正

除持續追蹤召回之進展情形並為評價外，如有附加其他必要措施時，也必須定期檢視其效果。假使經過一定時間後，召回率仍舊無法提升，便有必要檢討召回開始時採取之公告方式是否適切，譬如在報紙上登載企業公告、召回率卻不盡理想時，即應採取不同的公告方法如地方性期刊、報紙傳單等。

召回開始後才獲得的事故資訊也是相當重要。該事故發生究竟是因漏未召回的產品所致、抑或是修理後的產品所致？必須進行分析瞭解。如是修理後產品所生之事故，便應針對召回內容本身進行檢討。

而在不特定多數產品廣泛流通、難以徹底實施召回的情形，由於消費者生命、身體或財產仍暴露在高度風險中，故必須維持長期的後續追蹤，如此才能向相關行政機關、業務上有關聯者、消費者等定期報告或公布資訊。總結而言，根據召回進展之評價結果而隨時修正，是關乎召回效能至為重要的工作。

(1) 建立適當之評價機制

應建立一完備制度以評估是否依據召回計畫實施召回，特別是要瞭解設定目標、實施率、實施期間之間的關連性，並評價其與召回進展間的關係如何。而評價機制可能是由應變總部等實施機構執行，或是由外部審查者進行評估後給予適當指示。

(2) 計畫變更

根據召回進展情形之評價結果，逐步檢討、修正以找出最適切的應變方法。如無法按照計畫如期召回時，應反覆以企業公告等方式提供資訊，並重新思考、檢視召回計畫。

2. 向相關行政機關報告召回經過

應定期向相關行政機關報告根據召回計畫之實施情形(實施率)、有無追加事故發生情形、計畫之修正狀況等進度。決定終止召回措施時，應報告其判斷依據為何，且如前所述，必須對於「認定事故發生之可能性趨近於零」此點作出合理說明。

3. 做成記錄、漏未召回者之處理機制及意見回饋

(1) 做成記錄

由於可能未曾有類似事故發生、或為確認事故發生原因、或為確實改善聯繫狀況等需要，故記錄事故發生經過是相當重要的工作。

(2) 漏未召回者之處理機制

如情報提供對象無法特定(如使用者)，此時召回實施率很難達到 100%，而常有漏未處理的情形。因此，為防止事故再發生，即使實施期間已經屆滿，仍應持續在網頁上發布資訊並維持處理窗口之機制。

(3) 意見回饋

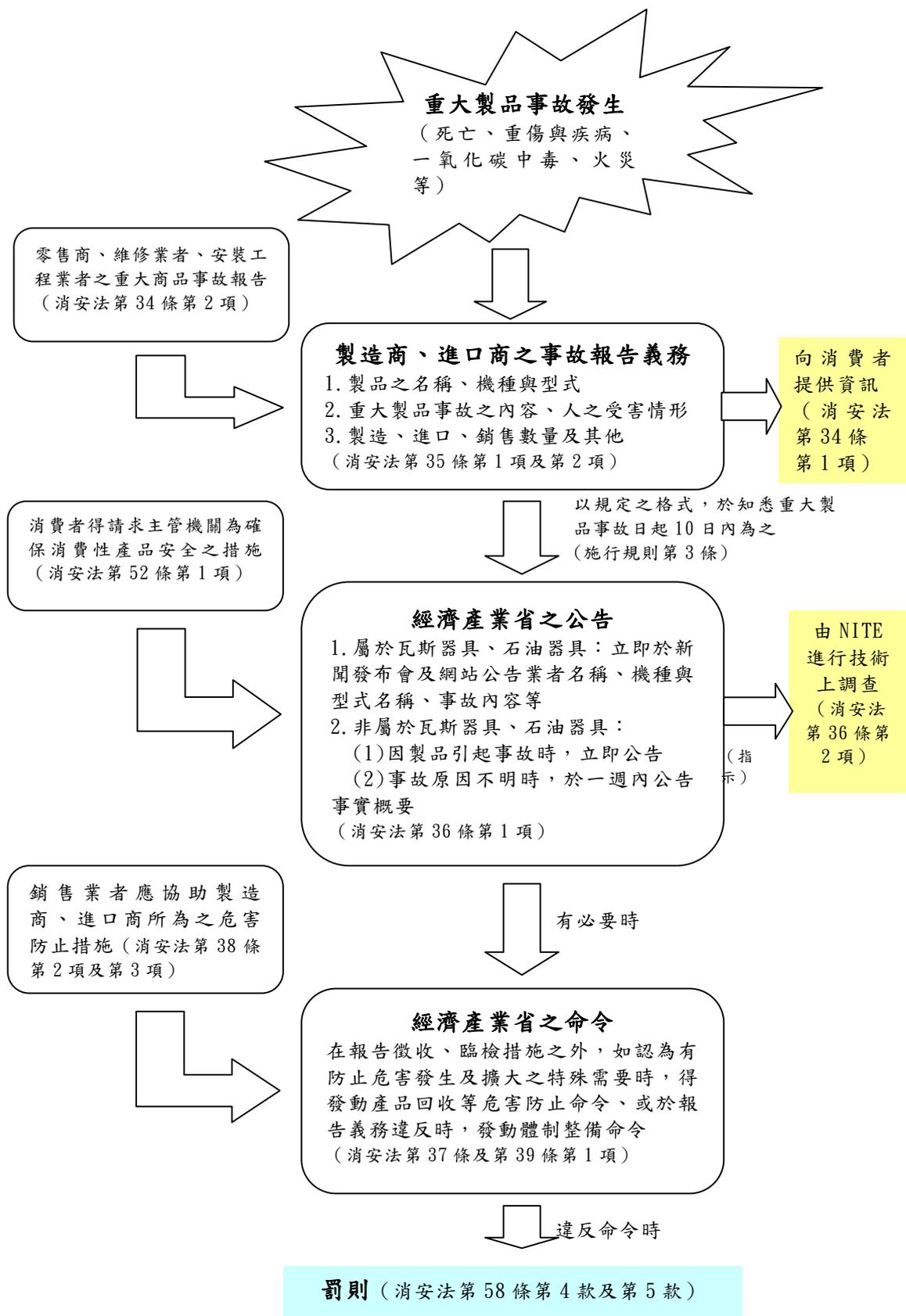
以檢討產品安全管理機制及召回實施之判斷基準而言，實施召回措施所得之經驗是相當有用的資訊，遇有類似事故發生時，能夠藉此迅速進行檢討並為改善。

此外，進行召回之原因其實也與企業基本態度、經營者、員工的倫理面問題有關。如果是秉持著「不允許同樣問題再次發生」理念的企業，便會積極檢視經營方針，教育經營者與員工以建立意識，發展出根本且具體的應變機制。不過，相同的召回行動也可能在母公司、附屬公司、子公司、其他業務單位等

地方反覆發生，此時如已經獲得實際經驗，則應回饋予母公司等組織、單位，其也必須確實地在業務上反映出回饋行動帶來的有用資訊。

綜合前述第二節及第三節，按照消安法目前制度架構，「製品事故情報報告・公表制度」（實際是指「重大製品事故」）涵蓋了從事故發生、歷經公告、至違反時課以罰則為止之整個流程，兼及「事故情報收集及公表」與「事故再發防止對策」兩大部分，可以簡圖表示如下⁶⁷：

⁶⁷ 制度の流れ（製品事故発生から報告、公表、罰則まで），
http://www.meti.go.jp/product_safety/producer/point/01.html



（五）提升召回實施率之實務經驗

1. 選擇企業公告方式

（1）採取適當之公告途徑

為使召回公告能達到預期效果，企業應考量到召回實施之必要性、程度、緊急性、甚至是消費者特性等情勢，以決定採取何種媒體或結合多種媒體使用。調查報告書中提到常用之媒體包括(1) 電話、直郵廣告(ダイレクトメール)、電子郵件等直接傳達方式；(2) 新聞刊登之企業公告；(3) 企業首頁之召回公告；(4) 廣播廣告、電視廣告等。⁶⁸而針對近 3 年召回實施情形進行調查⁶⁹，受訪企業大多選擇在企業首頁公告召回資訊，占 73.4%，於新聞刊載企業公告者占 58.8%，於店面告知者占 41.7%，以電話、直郵廣告直接聯絡者則占 38.2%。其中，採取新聞登載企業公告方式者，多同時於五大全國性報紙(指朝日、產經、日經、每日及読売)上刊登召回資訊，占 60.7%，至於地方性報紙，則以未登載者居多，占 45.3%，原因譬如「於全國性早報登載，原則上主要的地方性報紙也會登載」。

⁶⁸ 内閣府国民生活局、食品・製品等のリコールに関する分野横断的指針についての調査研究報告書、平成 20 年 6 月、18 頁。

⁶⁹ 内閣府国民生活局、食品・製品等のリコールに関する分野横断的指針についての調査研究報告書、平成 20 年 6 月、56-59 頁。

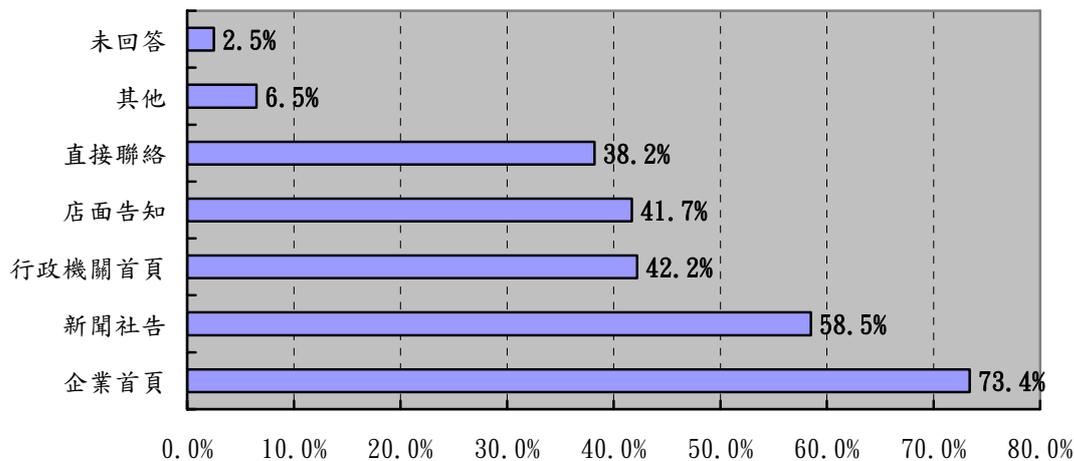


圖 3-6 日本近 3 年曾實施召回的企業告知消費者之途徑

又如深究選擇特定公告途徑之理由，根據調查⁷⁰，在選擇透過新聞登載召回公告的企業中，有 54% 是出於「事故危險性或嚴重性較高」之考量，49.6% 是基於「預測有傷害發生或擴大情形」，40.3% 則是基於「事故緊急性較高」之原因；而採取首頁公告方式的企業中，有 38.1% 是認為在首頁中更能詳細登載召回相關資訊。不過，不同業別也會影響召回公告方式之選擇：例如受訪之 11 家電機、精密儀器業者中有 7 家，與受訪之 6 家建築、住宅設施業中有 4 家，認為首頁利於揭露召回詳細資訊，來外，有 9 家電機、精密儀器業者與 5 家建築、住宅設施業者為引導消費者閱讀首頁資訊，均在企業公告中刊載首頁網址。

⁷⁰ 內閣府国民生活局、食品・製品等のリコールに関する分野横断的指針についての調査研究報告書、平成 20 年 6 月、90-91 頁。

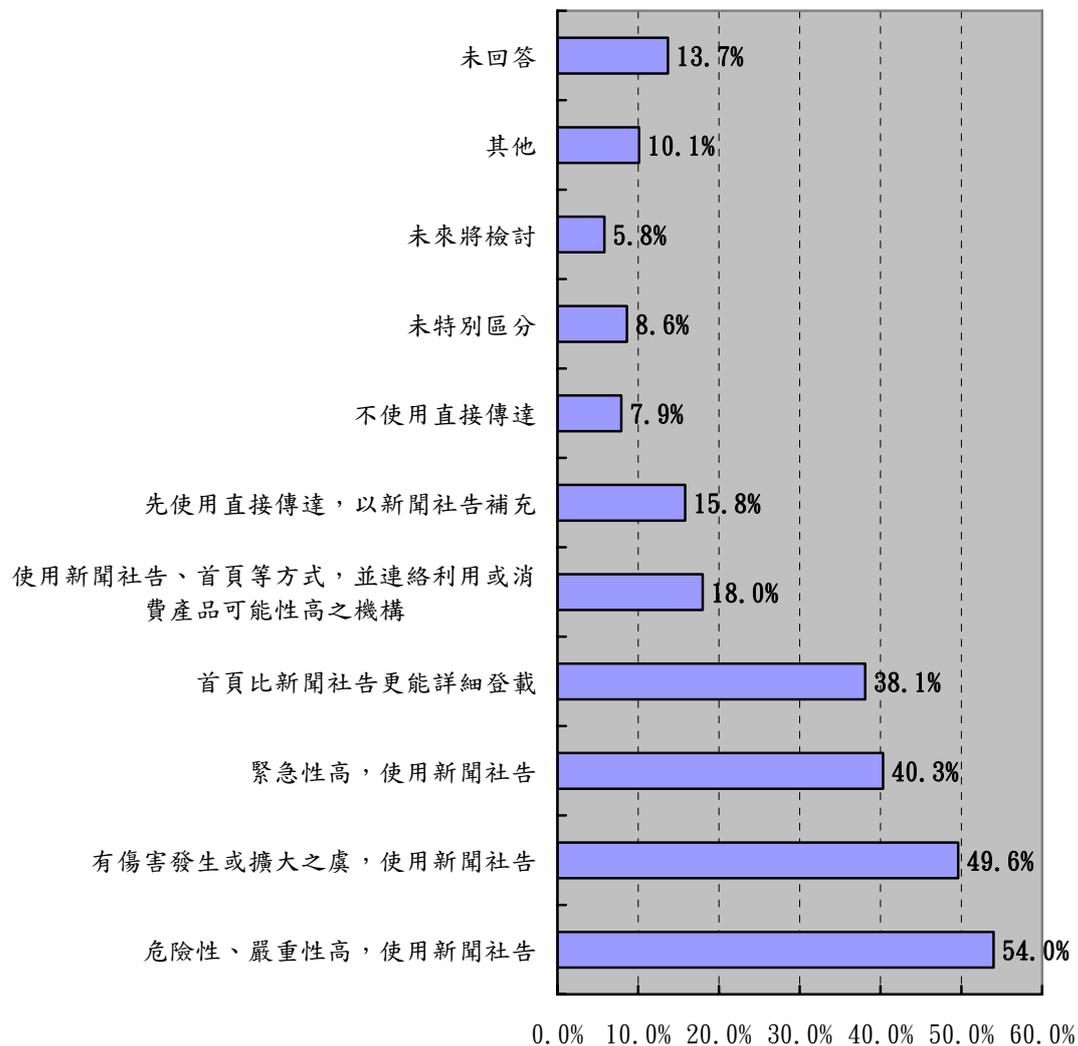


圖 3-7 日本企業運用各種告知途徑之情形

(2) 媒體混用(メディアミックス)之重要性

依據成本效益考量，企業會採取不同的公告策略。譬如，化學、石化品業者認為，電視廣告雖然有效，惟其成本高且不易充分運用；同業也有認為新聞登載成本過高，不如善用 IT 以提供召回資訊。建築、住宅設施業者則表示，在消費者對於產品品牌認知較低的情形，新聞登載效果實在有限。而混用媒體的

實例有如：流通、服務業者表示，一般是透過店面進行回收，但遇具危險性及緊急性之情形，同時會在市佔率高之地方性報紙登載企業公告，採取有線廣播、發送傳單等措施。⁷¹

（3）採用新聞稿或報紙要聞(新聞記事)型態

部分企業會在以報紙要聞型式揭露召回實施後，利用記者招待會發布與產品回收資訊相關之新聞稿，認為不僅確實能夠吸引消費者目光、或成本較企業公告為低，更能積極正面回應新聞報導。然而，亦有企業指出，只透過報紙要聞登載召回實施而不利用企業公告，其資訊傳達效果並不充分。⁷²

（4）根據危險程度及緊急程度決定途徑

誠如前述，事故之危險性、緊急性、嚴重性等情勢如何，是企業選擇公告途徑之重要考量。從實務訪談中也可發現⁷³，緊急、重要性高、與生命攸關之產品事故案件，企業傾向選擇於報紙登載公告或是收視率高之電視台揭露資訊，另可能併用企業首頁公告、直郵廣告、記者招待會等方式加強傳達效果。此外，流通、服務業者表示，如產品召回原因與過敏相關，情況最危急時，直接在媒體上登載過敏症患者相關組織首頁網址及電子信箱，會比單純企業公告更為有效且臨機應變。

（5）根據告知對象決定途徑

依據召回公告之對象特定與否，告知也有所不同，而各個受訪業別也提出

⁷¹ 內閣府国民生活局、食品・製品等のリコールに関する分野横断的指針についての調査研究報告書、平成20年6月、91-92頁。

⁷² 內閣府国民生活局、食品・製品等のリコールに関する分野横断的指針についての調査研究報告書、平成20年6月、92頁。

⁷³ 內閣府国民生活局、食品・製品等のリコールに関する分野横断的指針についての調査研究報告書、平成20年6月、93頁。

其實務作法如下⁷⁴：

- 對象特定時

利用直郵廣告、於店面告知、使用者資訊網絡中公告、電話等方式，皆能使特定消費者獲悉召回資訊。由於告知對象可得掌握，訊息傳達自較對象不特定時來得單純而有效。

- 對象為不特定多數時

受訪之業別多指出，當告知對象不特定、甚至也無法限定區域時，應利用報紙登載企業公告，傳達召回資訊。但也有如其他製造業者(その他製造業)，認為不論是企業公告或其他告知手段，只要產品銷售量大且種類繁多，即不可能達到廣泛告知的效果。或如建築、住宅設施業者，其選擇在加油站附近發送傳單，認為透過草根型的宣達方式，便可一點一滴地回收產品。

2. 實施召回之協力網絡

為使召回資訊能廣被消費者知悉，除在各式各樣媒體上揭露企業公告之召回內容外，獲得相關業者或機關之合作與協力也是極為重要。譬如，在決定召回檢查、維修之場合，若能向有關業者說明如何決定召回、是否查明召回原因、召回實施計畫及其情形等資訊，將有助於提高業者協力之意願。以下區分為三類團體，進行說明。⁷⁵又如前述，消安法第 38 條第 2 項及第 3 項也明訂銷售業者於召回措施實施時，得自願性協力或負有一定協力義務。

⁷⁴ 內閣府国民生活局、食品・製品等のリコールに関する分野横断的指針についての調査研究報告書、平成 20 年 6 月、94 頁。

⁷⁵ 內閣府国民生活局、食品・製品等のリコールに関する分野横断的指針についての調査研究報告書、平成 20 年 6 月、21-22 頁。

(1) 銷售業者之協力

如果能預先請求握有顧客資料之銷售業者(特別是大型家電量販店)協力實施召回，便能根據產品所在地、消費者聯絡方法等資訊迅速聯繫消費者，以有效、確實地回收產品。此外，在協力之銷售業者店面張貼海報或口頭告知，也能有效地傳達召回資訊。

(2) 檢查、維修業者之協力

同樣地，預先請求擁有顧客資料的檢查、維修業者協力，也能提高召回實施之效率。

(3) 地方消費者團體、自治團體等之協力

透過國民生活中心、地方消費生活中心、消費者團體等管道提供召回資訊，或是利用地方自治團體公告、住民自治組織網絡等平台傳達，不僅能快速、廣泛地通知消費者，也可以促成較大範圍之合作與協力。

在調查報告書中指出⁷⁶，有高達 87.9% 之企業會與國家或地方自治團體之行政機關協力實施召回，依據企業產業別及召回產品種類，協力對象涵蓋了主管機關、地方自治團體、消費生活中心、公共衛生中心、獨立行政法人製品評價技術基盤機構(NITE)、獨立行政法人國民生活中心等機構。

3. 公告召回實施率

另一個持續喚請消費者注意召回產品資訊的方法是：公告召回實施率。可於報紙上之召回再度公告中、或企業網站首頁等地方登載召回實施率。如果是

⁷⁶ 內閣府国民生活局、食品・製品等のリコールに関する分野横断的指針についての調査研究報告書、平成 20 年 6 月、66 頁。

由協會針對同一產品實施召回，也應一併公開各企業會員之實施率，有助於比較、觀察各企業的召回情形；不過應注意的是，因為通路性質迥異，經過數年後市場上的存留數量也大不相同，故前述僅是單就數字進行比較，仍然無法藉此比較召回實施情形、漏未召回數預估等資訊。總而言之，企業公告其召回實施率值得稱許，但仍必須依具體情形而決定是否有公告之必要。⁷⁷根據調查，在企業發布之訊息外公告召回實施率，多選擇在呈交予相關行政機關之報告中揭露，占 60.6%，以一般方式公告占 3.2%，而不另公告者也有 24.5%⁷⁸。

值得注意的是，從問卷調查結果可以得知⁷⁹，實施召回之企業並非能完全掌握其實施率：有 68.1% 表示在所有案件中均能掌握，僅在部分案件能掌握者有 12.8%，均無法掌握者有 12.8%。無法掌握實施率之原因多在於計算困難，例如：

- 因為是一般家庭使用的消費性產品，早已拋棄的數量極多而無法確定。(化學、石油業者)
- 食物類產品之數量無法確認。(食品業者)
- 因為是從許多銷售點進行回收，而各點未分別報告回收數量，故無法確定。(流通、服務業者)

同樣地，實施率之計算方式也有所差異：企業雖多回答以「出貨量」、「召回產品量」、「流通及庫存量」、「製造量」等數值作為計算分母，但細查後發現，如「實際銷售量」、「店舖下架數量」、「工廠出貨前之生產

⁷⁷ 內閣府国民生活局、食品・製品等のリコールに関する分野横断的指針についての調査研究報告書、平成 20 年 6 月、23-24 頁。

⁷⁸ 內閣府国民生活局、食品・製品等のリコールに関する分野横断的指針についての調査研究報告書、平成 20 年 6 月、65 頁。

⁷⁹ 內閣府国民生活局、食品・製品等のリコールに関する分野横断的指針についての調査研究

量」、「工廠總生產量」等數值都可能被計入實施率；而在分子部分，則包括「從消費者手中召回之數量」、「召回數加上已確認之廢棄數量」、「召回數加上需修理之庫存數量」等數值，以致實際上無法以同一基礎比較、對照所得之實施率。

4. 召回實施率設定與危險程度之關係

就召回實施率之設定與危險程度高低關聯性如何一事，看法各異：有認為召回產品危險程度高時，應設定較高之目標實施率；亦有認為，目標實施率原則上應該都是設定成 100%，不過如果擔心有漏未召回者，其實實施率設定便會低於 100%；但也有表示除特殊情形外，實施召回幾乎是不可能達到 100%，因此並無刻意設定目標實施率之必要。概言之，此問題仍有繼續研究之餘地。⁸⁰ 同樣地，研究上也顯示⁸¹，企業並非針對所有案件均設有目標實施率：所有案件均設定實施率者占 22.3%，部分案件有設定者，占 12.8%，然而，均未設定目標實施率者比例卻達 51.1%。而在設有目標實施率的企業中，將比率設定為 100%者占 78.7%，設定 95%及 90%者也各占 6.4%及 8.5%。

報告書、平成 20 年 6 月、62-63 頁。

⁸⁰ 內閣府国民生活局、食品・製品等のリコールに関する分野横断的指針についての調査研究報告書、平成 20 年 6 月、23 頁。

⁸¹ 內閣府国民生活局、食品・製品等のリコールに関する分野横断的指針についての調査研究報告書、平成 20 年 6 月、64 頁。

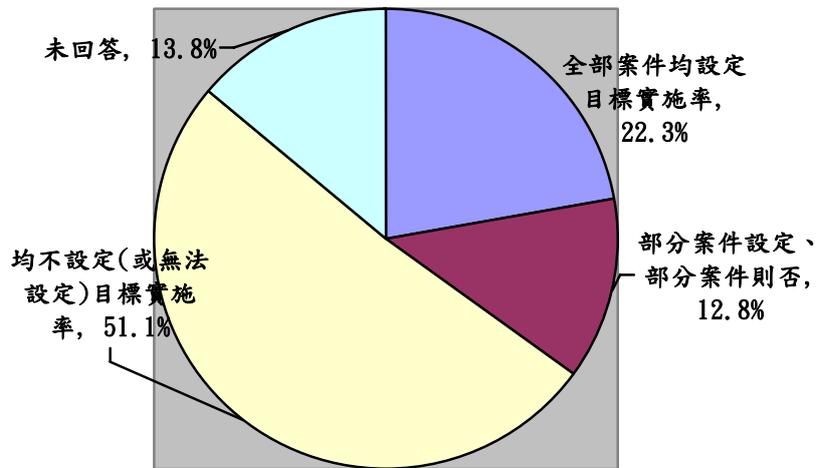


圖 3-8 實施召回是否設定目標實施率

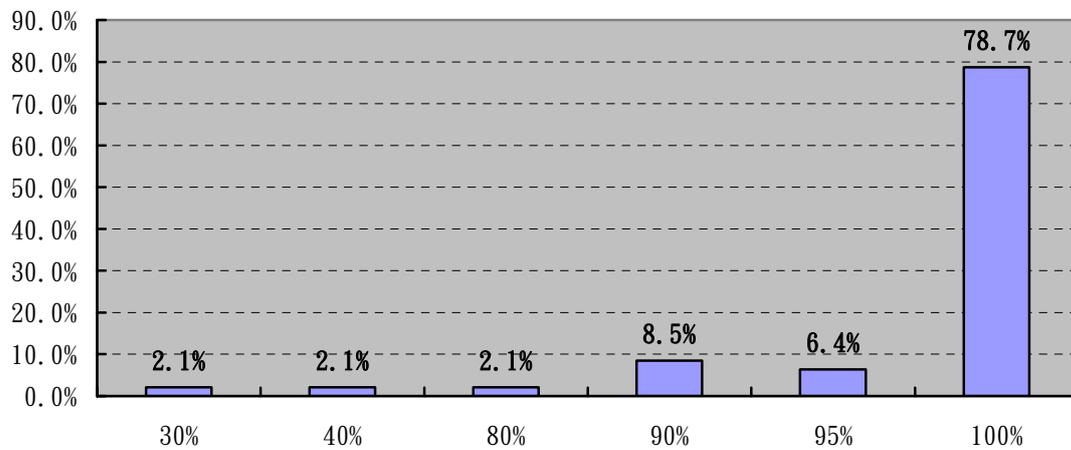


圖 3-9 日本企業召回實施率之目標設定比率

其次，實際訪問結果也說明，日本企業設定召回實施率時，未必會考量到危險程度高低。理由包括⁸²：

- 以 100% 回收為原則，故不因危險程度高低而調整實施率。(電機、精密儀器業者)
- 以全數回收為目標，但遇有發生危險之可能時，會加快回收速度並加強向公眾宣達、籲請注意等工作。(運輸設備業者)
- 以盡速完成回收為目標，如有發生危險之虞，會提高實施率，並向使用者再為通知，同時加強公告。(運輸設備業者)
- 確定不會傷害人體健康。(食品業者)

⁸² 内閣府国民生活局、食品・製品等のリコールに関する分野横断的指針についての調査研究報告書、平成 20 年 6 月、65 頁。

第四章 美國消費商品事故規範制度⁸³

第一節 消費商品安全體系

一、法源依據

美國消費性產品安全委員會(Consumer Product Safety Commission，以下簡稱 CPSC)為美國消費性產品安全之主管機關，主要任務有蒐集、調查、分析及提供消費商品的不安全資訊及進行消費商品安全性研究；協助民間擬訂自願性商品安全標準；鼓勵業者實施不安全商品回收計畫，或自願性實施商品缺陷之改正計畫；與各州及地方政府合作推動消費商品安全計畫；提供消費者相關資訊，強化不安全商品資訊之各種流通管道。在消費性產品安全法源依據有以下來源：

(一) 《消費商品安全法》⁸⁴

《消費商品安全法》(Consumer Product Safety Act, 以下簡稱 CPSA)規範之內容主要有幾個部分，包括：消費商品安全委員會(CPSC)的組織規範、消費商品的涵蓋範圍、消費商品的危害與風險處理機制、消費商品製造商的民刑事責任、法院司法審查權限、暫時性處分、禁止行為與罰則、以及若干特定商品的個別商品安全標準。

⁸³本章研究內容為本報告之研究團隊於 2009 年執行經濟部標準檢驗局「不安全消費商品矯正措施實施」委託計畫已完成之研究成果。基於本報告於第八章進行跨國制度比較之需求，業經原委託單位同意摘錄相關適當研究內容於本報告中。

⁸⁴ Consumer Product Safety Act (amended), legal text from :

關於程序方面之規定，《消費商品安全法》對於消費商品危害與風險處理，又設有多項預防與處置的機制，包括：

- 商品安全資訊、管理資料庫、研究、與公開商品安全資訊 (section 5,6,6A) ;
- 消費商品安全標準、安全標準的制定程序與司法審查(section 7,9,11);
- 商品認證與標籤(section 14); 以及
- 商品產生實質危害風險的通報召回機制(section 15)⁸⁵。

因此，CPSC 執行消費商品之通報召回機制以《消費商品安全法》第 15 節之規定為主要法律依據。

(二) 2008 年《消費性產品安全促進法案》

由於進口產品安全問題日漸成為美國重要議題之一，因此除了 CPSA 的基本規定外，2008 年 8 月美國頒布「消費性產品安全促進法案」(the Consumer Product Safety Improvement Act of 2008，以下簡稱 2008 CPSIA)⁸⁶。2008 CPSIA 並未完全取代前項 CPSA 法案之全部規定，僅修訂取代若干條文或增訂部份規定。基本上 2008 年 CPSIA 的修法方向大幅修訂與生產商、進口商等相關的測試和認證規定，並特別針對供兒童使用之玩具等產品有更完整的產品標準與檢測等規範，包括有含鉛量的新增限制、油漆和表面塗層含鉛量的更低要求、禁止使用某類鄰苯二甲酸鹽 (phthalates)、強制要求由認可實驗室進行第三

<http://www.cpsc.gov/businfo/cpsa.pdf>

⁸⁵ CPSC 同時依據 Sec. 102 of the Child Safety Protection Act (Public Law 103-267)執行類似之報告機制---兒童物品零件引發危害事件報告機制(*Small parts incident reporting*)。

⁸⁶ Consumer Product Safety Improvement Act Of 2008, Public Law 110-314, legal text from: <http://www.cpsc.gov/cpsia.pdf>

方測試和發出文件等規定。除此之外，更要求絕大多數消費產品不論為進口或在美國境內製造者，均須取得基本符合性證書 (General Conformity Certificates, GCC)；而兒童用品則是需取得兒童產品證書 (a Children's Product Certificate, CPC)，並且，這些證書若是進口產品，僅限於進口商來簽發該等證書，並且每一批產品均需簽發 GCC 或 CPC 證書；若為美國境內生產者，僅限於製造商可簽發證書。又這些進口或美國本地產品若再分銷給批發商或零售商，則進口商與本地製造商應出具相關證書⁸⁷。

歸納 CPSIA 主要修訂或增訂之規定如下：

1. 測試與認證部份：（1）調降兒童用品、油漆及表面塗料含鉛量容許值；（2）針對兒童用品實施永久性追蹤標籤；（3）實施幼兒室耐久產品之登錄制度；（4）玩具及遊戲廣告之警示標貼要求；（5）強制規定玩具安全標準；（6）禁止銷售含鄰苯二甲酸鹽之兒童用品；（7）增訂違法之民刑事責任規定。
2. 第三方實驗測試報告證書要求(compliance certificate)：所有適用於 12 歲以下兒童之玩具與消費產品需經第三方實驗室測試：為確保兒童安全，至於產品測試則應由獲認可之獨立實驗室進行，業者必須根據測試結果，出具產品符合 CPSC 要求之證書。
3. 進口商品檢符合性證書要求(conformity certificate)：製造商、進口商均應提供每一批消費性商品之符合性證書文件，商品範圍包括 CPSA 所管理之所有商品，商品需經認證才可准予進口。
4. 銷毀處分：基於違反商品安全標準（包括認證規定）而禁止進口的商品應予銷毀，CPSC 可要求海關代為處理。

⁸⁷ CPSIA, <http://www.cpsc.gov/about/cpsia/cpsia.html>

5. 實質危害清單 (substantial Product hazard list) :CPSC 按照相關規定，訂定出所謂的「實質危害清單」的商品，一旦符合清單中的進口商品即可拒絕其輸入至美國。
6. 發展風險評估方法：CPSIA 要求 CPSC 應在該法生效 2 年內研擬出判斷進口品是否有消費安全疑慮之風險評估方法。⁸⁸

(三) 其它聯邦法律

CPSC 之管轄權限尚來自於另外 4 個國會通過的聯邦法律之授權，包括：

- 聯邦危險物質法(the Federal Hazardous Substances Act, 15 U.S.C. §§ 1261-1278 , 簡稱 FHSA) ;
- 易燃纖維法 the Flammable Fabrics Act, 15 U.S.C. §§ 1191-1204 , 簡稱 FFA) ;
- 防止毒性物質包裝法(the Poison Prevention Packaging Act, 15 U.S.C. §§ 1471-1476 , 簡稱 PPPA) ;
- 電冰箱/冷凍櫃安全法(the Refrigerator Safety Act, 15 U.S.C. §§ 1211-1214 , 簡稱 RSA)

⁸⁸ CPSIA 雖要求 CPSC 應於 2 年內發展出風險評估方法，不過經查 CPSC 對風險評估方法迄今仍在研究階段，最新進展為 2011 年 CPSC 向美國國會提出一份針對「風險評估方法」的研究報告 (Staff Report to Congress Pursuant to Section 222 of the Consumer Product Safety Improvement Act of 2008 --- Risk Assessment Methodology) , from: <http://www.cpsc.gov/cpsc/pub/pubs/reports/cpsia222.pdf>.

(四) 商品實質危險報告規則

商品實質危險報告規則(Substantial Product Hazard Reports---16 C.F.R. PART 1115)係根據前述《消費商品安全法》所授權訂定者，係基於該法第 15 節有關消費商品的通報規定，所制訂之聯邦行政規則，本規則之主要係對於發生重大危險的商品，實施通報與矯正程序的技術性規定。

二、主管機關

依《消費商品安全法》規定，CPSC 係隸屬於美國聯邦政府，於 1973 年成立的 CPSC 至今具有二十餘年歷史之聯邦政府部門。依《消費商品安全法》有關組織架構之規定，CPSC 得設委員五人，且同一黨派之委員不得超過三人。除首屆任命之委員在三年至七年定其任期外，第二屆以後之委員，任期均為七年。三位委員中，由一人出任主任委員 (Chairman)，一人為副主任委員 (Vice Chairman)，副主任委員之任期為一年。主任委員該行政組織之最高行政長官，依《消費商品安全法》之規定，委員會主任委員有權任命執行長 (Executive Director) 及助理執行長 (Associate Executive Director)。委員會下設各行政性與功能性處室，包括主要負責監督執行矯正機制的執行運作處 (Office of Compliance and Field Operations)。

CPSC 之任務包括：1. 蒐集、調查、分析及提供消費商品的不安全資訊以及進行消費商品安全性研究。2. 協助民間擬訂自願性的商品安全標準。3. 鼓勵業者實施不安全商品的回收計畫，或自願性實施商品缺陷之改正計畫。4. 與各州及地方政府合作推動消費商品的安全計畫。5. 提供消費者相關資訊，強化這類不安全商品資訊的各種流通管道。

CPSC 在執行消費商品安全的規範上，主要透過下列兩個途徑：

- 實施國內市場上的監控稽查，或是與美國關稅邊境保護署合作實施進口商品的監管；
- 透過傷害報告、消費者申訴、交易糾紛或其他業者製造或經銷不合法的指控予以追蹤改正。

CPSC 在美國各地另設有分支單位多達 37 個，負責執行委員會之各項工作計畫，包括：1.對使用消費商品造成的傷害或死亡的事故案件進行調查。2.協調地區醫療機構加入 CPSC 管理的全國電器傷害監視系統（National Electronic Injury Surveillance System, 簡稱 NEISS），並提供各醫院相關之技術支援。3.蒐集與消費商品事故相關資料並提出報告。4.透過對製造商、進口商、經銷商以及零售商的調查，收集可能造成商品事故（product hazard）的樣本。5.對違法業者實施適當的行政措施。6.監督並追蹤業者自行收回具有危害消費者安全健康的商品，並提供業者回收建議與指引。7.實施地區性的商品安全教育活動。8.提供消費者詢問事項，並與當地媒體及地區性團體合作，以提供有關消費商品的正確資訊。9.與地方州政府或民間團體合作，提供社會大眾有關各類消費品的安全標準資訊。

在美國的規範體系中，前述法規下所涵蓋之消費商品，均歸屬於 CPSC 管轄範圍之內。而其他專法涵蓋之消費商品，則依其法令訂有各自所屬之管轄機關，例如食品與藥品均由聯邦食品藥物管理局所管轄。在規範層面上，雖然各個行政機關之授權法規，對於其職掌範圍之消費商品均訂有要件性描述，但實務上在個別商品事故案件中，仍有部分模糊地帶易致生混淆。以 CPSC 和 FDA(美國食品藥物管理局)之間的管轄衝突為例，按《消費商品安全法》規定，食品、化妝品、醫療器材等商品通常不屬於「消費品」的範疇，屬於 FDA 管轄範圍。惟實務上嬰兒奶嘴或杯子這類商品同時受到 CPSC 和 FDA 的管轄，不過兩個主管機關之管理層面不同，聯邦食品、藥物及化妝品法案（Federal

Food, Drug and Cosmetics Act) 授權 FDA 管制之重點為間接加入食品的添加物，例如可能從容器釋放至食物或飲料的化學物質；而 CPSC 管制的是商品的物理外部，也就是直接和消費者接觸的物體部份。

三、規範對象

依據《消費商品安全法》第 4 節之規定，該法所涵蓋的消費商品泛指販售給消費者於住家、學校或娛樂時使用之消費商品，但排除菸品、動力車輛、食品、藥物、化妝品、醫療器材、航空器、船舶等由其他法規所管理之商品。通報與召回的資訊收集上，將管轄範圍內之商品區分為九大類別：(1)設備、(2)衣物、(3)電子電器商品、(4)家具、(5)家用商品、(6)兒童用品、(7)照明設備、(8)戶外用品、以及(9)運動用品等九類商品。

第二節 通報制度

美國消費商品的事務通報來源主體包括醫院、業者(製造商、經銷商、進口商與零售商)、消費者與新聞資訊媒體(新聞報章雜誌)等。CPSC 於 1973 年成立後，才轉由 CPSC 接手運作。首先醫院向 CPSC 提出通報的系統稱為國家電子傷害監視系統(National Electronic Injury Surveillance System，以下簡稱 NEISS)。在現行的 NEISS 系統底下，CPSC 接受其他政府部門的委託，蒐集之資訊範圍涵蓋所有類型事故，不侷限於 CPSC 管轄的消費商品事故。CPSC 會預先擬定已知悉的事故資訊事項，以便個別事故發生時，可以從醫院急診室快速蒐集患者就診資訊。而另一個常見的管道，則是消費者或是業者透過通報網站『美國召回網』⁸⁹向 CPSC 提出通報。最後，CPSC 也可能透過資訊媒體來主動蒐羅不安全消費商品的相關資訊。

⁸⁹ 網址為 <http://www.recalls.gov/cpsc.html>

一、法源依據

對於不安全消費商品負有法律通報義務之主體，主要依據美國《消費商品安全法》的規定，在 CPSC 主管商品範圍內之製造業者、進口業者、經銷商以及零售業者，皆須負有向 CPSC 通報的義務。通報制度的法律依據主要訂於《消費商品安全法》第 15 節。第 15 節涵括整個實質危險事故(SUBSTANTIAL PRODUCT HAZARDS)的全部流程，除了授予主管機關立即掌握不安全商品的事務資訊與動向之外，更進一步要求業者採取防範措施、後續矯正措施、以及監督業者確實執行等事項⁹⁰。

《消費商品安全法》第 15 節規定對於消費商品之製造商、進口商、批發商與零售商，在發現在市面上流通之商品具有以下的情形，就應立即向 CPSC 通報：(1)不符合消費商品安全標準；(2)對於消費者可能會引起實質風險的商品瑕疵；(3)可能造成嚴重傷害與死亡風險；(4)不遵守《消費商品安全法》自願性標準時。此外，根據《消費商品安全法》第 15 節所授權所制訂之聯邦行政規則---「商品實質危險報告規則」，關於通報之規範架構大致可分為：通報義務的構成要件、通報的方式、通報的內容、零售商與批發商的特殊義務、通報的時點與通報內容的保密性。

二、通報義務主體

《消費商品安全法》第 15 節主要以製造業者、進口業者、經銷商以及零售業者，為法定通報義務之主體。自願性通報部分，CPSC 針對其他不同通報對象尚提供專用通報格式供其使用。

⁹⁰ CPSA 第 15 節舊稱為 Sec. 15. Notification and repair, replacement, or refund，因此第 15 節本來就同時涵括矯正相關規定。

(一) 商品瑕疵通報(Section 15)

當 CPSC 依據 FHSA，FFA，PPPA，或是 RSA 發布相關商品的標準時，這些標準即是建立在避免商品產生對人體的傷害，因此，從業者的角度來說，《消費商品安全法》第 15 節規定業者必須在通報內容中說明商品是否違反 CPSC 公布的標準或是強制性標準(或規範)，若是違反 CPSC 依據 FHSA，FFA，PPPA，或是 RSA 發布的強制性標準時，業者必須在報告同時判斷其商品的瑕疵是否 (1) 可能導致重大商品事故，或者 (2) 商品瑕疵導致人體受傷或死亡之機率異常增加。由於 CPSC 在設立之初，就希望對於商品可能存在的風險，能有較為廣泛的通報制度來加以蒐集安全上的相關資訊。因此，上述的法定通報義務人必須協助 CPSC 發現重大商品事故發生的可能性，在通報內容上必須詳細說明其商品瑕疵可能造成傷害的風險。

(二) 訴訟通報(Section 37)

《消費商品安全法》第 37 節要求製造商所生產的商品在 24 個月內，在民事損害賠償案件中敗訴或和解累積達三件時，應作成報告通報 CPSC。

(三) 自願性通報

『CPSC 不安全商品通報系統』提供五種通報對象的窗口，不同通報對象 CPSC 在其網站上均提供有專用通報格式，供其使用⁹¹。故自願性通報主體包括下列 5 種分類：

1. 消費者通報
2. 檢察官、醫療單位、消防、警察 體系以及保險調查人員之通報

⁹¹ 參照 CPSC 網站之通報項目 <http://www.cpsc.gov/talk.html>

3. 醫事專業人員通報(發生傷亡之商品事故)
4. 製造商、進口商、經銷商以及零售商通報
5. 驗屍官或醫檢師通報

三、通報義務與執行方法

(一) 通報義務發生

通報義務發生要件---當前述業者得知市面上流通之商品具有以下商品不安全資訊者，即應立刻通知 CPSC 的召回執行小組：

- 不符合消費商品所適用之安全標準(包括自願性標準)；
- 違反其它法律規範或是本法所禁止之事項；
- 商品出現瑕疵對於消費者產生實質危險；或是
- 該商品可能導致嚴重傷害與死亡的不合理危險⁹²。

從通報義務的發生要件規定來看，強制性標準與自願性標準的違反在通報機制中並沒有太大的區分，關鍵在於業者倘若取得上開應通報資訊，即負有通知之義務。依據「商品實質危險報告規則」§ 1115.14 有關通報時點之規定，顯示業者取得不符合標準的資訊、商品瑕疵的資訊或是商品不合理危險異常增加的資訊，無論是來自消費者申訴、傷害事故資訊或是內部商品控管資訊，知悉時起即有通報之義務。但實際上，該規則允許業者判斷這些資訊的充足與否 (reportable)，給予業者自知悉時起為期 10 天的調查評估期間

⁹² 指商品雖不具瑕疵，但業者發現該商品有著不應存在之危險。

(§ 1115.14(d))。

無論上述的時點是否屆至，一旦業者取得的資訊足以構成上述要件，應該「立即」向 CPSC 進行通報，所謂「立即」就是要求業者在接獲到商品不安全的訊息之後，應在 24 小時之內向 CPSC 進行通報 (§ 1115.14(e))。儘管業者對於商品所可能產生的風險尚未做成最後的判斷，仍需向 CPSC 進行通報。而通報的形式分為初步通報(Initial report)與完整通報(Full report)兩種，兩者之差異於後說明。

(二) 指定通報負責人

依規定業者的通報負責人為總經理，除非個案中業者依法以書面授權方式指定他人作為通報負責人，且必須將通報負責人之指定告知 CPSC。

(三) 作成初步通報

業者倘若取得商品之不安全資訊，且足以認為商品瑕疵有產生實質危險或可能導致消費者嚴重傷害與死亡，則應立即以書面的方式向 CPSC 進行初步通報，依「商品實質危險報告規則」§ 1115.13(c) (1)到(6)款之規定，初步通報必須包括以下的內容：

- (1) 對商品的描述與可供辨認資訊；
- (2) 業者名稱與地址，以及通報人身分為製造商、進口商、經銷商或零售商；
- (3) 說明商品瑕疵，或是不合理的風險所可能造成的嚴重危害或死亡的程度及情形；
- (4) 說明危害的程度，或所可能的造成的危害與商品之間關聯性；

(5) 通報人之姓名、地址與電話號碼；

(6) 盡可能根據規則§1115.13(d)各款(完整通報)所提到的相關資訊。

若業者未能以書面方式向 CPSC 進行初步通報，也必須在 48 小時之內向 CPSC 提交書面形式的初步報告。在業者向 CPSC 遞交初步報告之後，若 CPSC 人員針對該商品進行初步判斷發現此商品並無存在實質危險，此時業者對於 CPSC 通報的責任已經完成。但若提交初步報告之後，業者取得更新的商品不安全資訊時，則必須再向 CPSC 提出完整通報。

(四) 完整通報

在業者初步通報後，CPSC 的人員可以進一步要求提供其他不安全商品資訊，或作出初步判斷，認為該商品是否存在實質危險，根據規則§1115.13(d)完整通報的內容必須包括有：

(1) 通報人之姓名、地址與職稱；

(2) 商品的製造商或進口商的名稱及廠址；

(3) 商品的描述、零售價格、商品型號、序號與商品樣本的照片；

(4) 商品的瑕疵、不符合規定的情形、風險的描述，以及測試報告、藍圖等；

(5) 因為商品的瑕疵或不符合規定而可能造成的傷害；

(6) 接獲商品不安全訊息之後所採取的措施；

(7) 商品的數量；

(8) 商品製造、輸入或零售的期間；

- (9) 商品分別在製造商或進口商、經銷商、零售商以及消費者手上的數量；
- (10) 對於有關設計、調整以及增加零件、品管、測試等任何更動，而可能使商品產生瑕疵或不符合規定或風險性的情形的相關資訊；
- (11) 必須告知購買者的商品瑕疵或不符合規定或風險性的相關資訊，包括任何信件、公告、警告標示等等的初稿；
- (12) 關於退費、替換或修理的計畫；
- (13) 自製造商或進口商行銷至消費者流程的詳細描述；
- (14) 所有經銷商、零售商或是購買人的姓名與地址；
- (15) 其他必須提供給 CPSC 人員更進一步瞭解之資訊。

(五) 風險等級判斷

商品不符合消費商品安全的相關規則或標準，僅係 CPSC 介入判斷其潛藏實質風險高低的其中一個因素。CPSC 對通報資訊之處理，一般會評估引起事故之商品是否有瑕疵？是否具有實質風險？然後進行初步判斷商品是否具有實質風險。商品是否具有實質風險之判斷，則是從瑕疵的型態、瑕疵商品流通之數量、風險嚴重程度及傷害之可能性等層面來進行評估。

當召回執行小組取得第 15 節(b)報告時，將針對此報告當中商品安全資訊依據進行評估實質危險是否存在，該小組實施評估上以第 15 節中所列之各項評估要素為考量，作成一份初步認定(Preliminary determination)，這份認定書中包括：(1) 商品瑕疵的態樣、(2)商品流通數量、(3)若發生危險的嚴重程度、以及

(4)發生危害之可能性⁹³。

CPSC 在其發布的召回手冊中說明⁹⁴，CPSC 人員作成初步認定中，將會依據前開評估要素將商品實質危險由最危險依序評定為等級 A、等級 B 或等級 C。風險等級高低將作為是否要求業者進一步提供更多資訊、是否採取進一步矯正措施，以及採取矯正措施強度的基礎：

等級 A：包括存在死亡風險；可能或非常可能引起嚴重傷害或疾病；非常可能引起嚴重傷害或疾病。

等級 B：包括存在可能引起死亡、嚴重傷害或疾病之風險，不過此種情形可能發生卻不一定會發生；可能引起嚴重傷害或疾病；非常可能引起中等傷害或疾病。

等級 C：包括存在可能引起嚴重傷害或疾病之風險，不過此種情形可能發生卻不一定會發生；可能引起中等傷害或疾病但不必然發生。

召回執行小組人員作成之初步認定屬於暫時性認定，依《消費商品安全法》第 15 節(c)款與(d)款之規定，採取後續矯正措施(續行補救程序)必須基於商品存在著實質危險，實質危險的認定必須經過聽證程序，並給予利害關係人陳述等正當程序後，再由委員會作最後認定。委員會認定實質危險是否存在的標準同樣是依據前述第 15 節所列之各項評估要素，與初步認定依據之要件相同。

⁹³ CPSC 發給業者的手冊中指出，多數情況下 CPSC 是以通知書(letter of advice)的形式告知業者其決定。

⁹⁴ 參考<http://www.cpsc.gov/businfo/8002.html#Evaluation>

四、違反通報義務之罰則

由於《消費商品安全法》所架構的通報義務機制，其目的在於協助 CPSC 早期發現可能存在之商品實質危險，故對於業者所負擔的通知義務做前述詳細的劃分。除此之外，在《消費商品安全法》第 19(a)節更訂有業者違反法定通知義務時，會分別處以民事罰款(civil penalties)以及刑事處罰(criminal penalties)的罰則。

- 民事罰款---可連續裁罰達 182.5 萬元美金。
- 刑事處罰---50 萬元以下罰鍰或一年以下有期徒刑。

第三節 矯正措施制度

一、法源依據

在規範體系上，矯正制度與通報制度均一併在 CPSC 第 15 節商品實質危險機制中作規範，有關強制性矯正措施的實施則規範於第 15 節的(c)款與(d)款。強制性矯正措施依規定係基於公共利益的考量，CPSC 可以發出命令業者採取必要的強制性補救措施⁹⁵，包括命令業者停止生產該商品、通知利害關係人(包括銷售運輸、消費者、政府衛生部門等)、公告給大眾知悉、或是採取召回(Recall)該商品的行動(修理、替換或退款之機制)。

根據「商品實質危險報告規則」§ 1115.21 從 CPSC 基於保護公眾免於商品危險之侵害，法律授權 CPSC 可以實施的強制性命令有：

⁹⁵ 參考商品實質危險報告規則§ 1115.21---Adjudicated Commission Order

- 矯正命令：依據上述第 15 節的(c)款與(d)款之授權，在經過聽證程序後，修改業者的召回計畫強制實施一至數種矯正措施。
- 禁止令：依據《消費商品安全法》第 15 節(g)的規定，CPSC 可以向地方法院申請禁止流通販售的禁止令。
- 迫近危險判決：CPSC 可以根據《消費商品安全法》第 12 節之規定，請求地方法院認定商品是否構成迫切之危險(imminent hazard)。

至於業者違反第 15 節的(c)款與(d)款有關矯正措施之強制義務時，係屬《消費商品安全法》第 19 節所列禁止行為之一⁹⁶，同樣會受到民事與刑事上之處罰。

二、矯正措施之類型

基於公共利益的考量，CPSC 可以發出命令業者採取必要的強制性補救措施⁹⁷，包括命令業者停止生產該商品、通知利害關係人(包括銷售運輸、消費者、政府衛生部門等)、公告給大眾知悉、或是採取召回(Recall)該商品的行動(修理、替換或退款之機制)。另一方面，業者亦得在召回執行小組完成初步認定後，針對消除商品存在之實質危險向 CPSC 提出矯正行動計畫(Corrective action plans)，經 CPSC 核准後依計畫實施矯正行動。換言之，即以業者主動自願性的召回措施，代替 CPSC 對業者之命令措施。

無論是強制性補救程序、自願性補救程序、抑或透過商品快速召回機制實施矯正措施，矯正措施的類型包括透過通知方式告知消費者，或是進一步啟動

⁹⁶ SEC. 19. [15 U.S.C. § 2068] (a) (5)

⁹⁷ 參考商品實質危險報告規則§ 1115.21---Adjudicated Commission Order

召回程序⁹⁸。

(一) 停止製造與公告實質危險商品

當 CPSC 經過一定程序認定流通中的商品具有實質危險時，第 15 節(c)款授權 CPSC 基於保護公眾之目的，可以實施下列措施：

1. 停止生產該商品(通知製造商)。

2. 通知---

(1) 通知所有商品流通的經手人(包括運送人、經銷商、零售商)，停止販售或運送。

(2) 通知州政府或地方機關相關的公共衛生安全單位⁹⁹。

(3) 知悉商品之買受人或持有人資訊的情況下，要求業者通知商品之買受人或持有人資訊。

3. 公告---透過一定方式公告大眾(視商品流通數目)。

(二) 召回矯正措施

當 CPSC 經過一定程序認定流通中的商品具有實質危險時，第 15 節(d)款授權 CPSC 基於公眾之利益實施第 15 節(c)款通知與公告時，可同時一併責成業者採取下列措施：

⁹⁸ 參考 CPSA 第 15 節 (C)款與(D)款

⁹⁹ CPSA 第 29 節授權 CPSC 僱用或訓練地方政府之職員，負責 CPSC 之聯繫、實施調查、檢視召回成效 (recall check)等。

1. **修理**該商品之瑕疵使其符合相關安全規定
2. 提供符合消費者商品安全規定之相似或等同之商品讓消費者**更換**。
3. **返還**該商品購買時之**金額**（若已由消費者持有一年以上時，得合理扣除使用折舊之費用）。

同條文規定採行這些召回矯正措施時，可一併要求業者停止繼續製造與銷售問題商品。

此外，《消費商品安全法》明確規定執行矯正措施時的費用負擔，基於公益目的應歸屬於執行義務人，分屬下列兩種情形：

1. 針對消費者之保護---任何受補償之民眾（除了製造商、經銷商與零售商外），依第(d)款之命令獲得補償時，應毋須花費任何費用。而且命令中之負有義務之業者，應補償具有受補償資格之人（除了製造商、經銷商與零售商外）在獲取該項補償時所發生之任何合理且可預見的費用。
2. 若 CPSC 認定該補償係基於公共利益，依第(c)項與第(d)項對問題商品發出之命令，CPSC 得要求商品製造商、經銷商或零售商補償任何其他製造商、經銷商或零售商因執行本命令時所負擔之費用。

簡言之，CPSC 可以在要求執行上開矯正措施的命令中，明定矯正措施的相對人(如消費者)，且《消費商品安全法》保障這些相對人無須負擔額外費用。同時，執行矯正措施上所生之費用，CPSC 可以依職權要求義務人(業者)分擔。

三、矯正措施之要件

一旦 CPSC 判斷認定商品違反規定，具有實質危險時，會通知業者採取矯正措施來處理此一違規情事。承前所述，通報的資訊中本即含有業者預計後續

可能採行的矯正措施，但一般正常程序中，在 CPSC 經過聽證程序做成風險等級判定後，CPSC 會通知業者其認為適當之補救措施(corrective actions)。依商品所涉及之危險的性質與發生機率，CPSC 必須決定是否要求業者從市面上召回其問題商品(包括以精油消費者持有之問題商品)，如果認為召回確係必要，則 CPSC 會要求業者提出召回計畫，計畫通常包含：修理商品、替換商品或退款三者其一或並行之計畫，這三者與危險的性質間的關係如下：

1. 修理商品---修理商品之瑕疵或將商品調整到符合相關安全標準(瑕疵可以修理改正之情況)。
2. 替換商品---以其他相似或同等級之商品(符合安全法規)替換瑕疵商品(瑕疵無法修理之情況)。
3. 退款---以買價退還消費者(無法透過修理或替換消除商品帶來的實質危險)

(一) 召回商品之準備階段¹⁰⁰---在召回商品之準備階段，業者應檢視下列問題以預先作出適當處置或了解：

- 導致實質危險的瑕疵為何。
- 瑕疵存在之原因。
- 問題商品的數量與所在地。
- 問題商品是否同時違反政府之安全規範(government safety regulations)。
- 政府機關是否已經告知業者問題商品的瑕疵或是商品不符合規範。

- 業者是否有停止商品之生產與運送。
- 業者是否有通知零售商停止，以及請求其協助確認商品之買受人。
- 業者是否有透過資料庫來確認商品的持有人。
- 是否有擬妥召回公告之內容，以及必須實施的召回公告形式。
- 估計實施召回措施之費用
- 業者是否能夠準備人力或資金，支應修理商品或商品替換之所需。
- 是否計畫要將替換零件分送到經銷商手中，或其他召回計畫的參與者。
- 業者是否能夠監控商品的召回，並準時提供進度報告。
- 業者是否提升品質管理與風險分析以避免類似情事再度發生。

(二) 召回計畫之內容

CPSC 對於業者的召回計畫具有審核權限，對於業者之召回計畫做出適當修正，或擬定召回計畫責成業者實施之。業者的召回計畫應具備全面性，應涵蓋整個銷售體系以及消費端兩個層面。針對消費端的召回，業者的召回計畫應能使消費者知悉並採取相應的行動。一旦 CPSC 與業者就問題商品的補救措施達成協議，CPSC 的人員便會與業者協力執行通知、公告與召回這些計畫。

¹⁰⁰ 參考 CPSC recall handbook (A)(V)

執行召回計畫應包括之要素---

- 盡快確認商品之所在地。
- 將商品從產銷鏈與消費者手中取回。
- 將正確清楚的矯正資訊傳遞給社會大眾，包括商品的瑕疵、危險與矯正方式。
- 採取符合比例的召回方式。
- 必要時與其他單位或廠商合作完成召回措施。

(三) 公告不安全商品召回訊息

矯正措施中通常會訂有適當的矯正資訊傳遞途徑，CPSC 發給業者的召回指引中列舉之傳遞途徑包括有：與 CPSC 共同發表新聞稿、透過網路或是登報等適當途徑。

CPSC 的召回執行小組必須了解並檢視業者要公告與散佈的訊息內容，換言之，業者實施矯正措施所涉及之訊息內容，應在發出前先提交給 CPSC 人員來審核。在公告、通知與聯繫的事項上召回執行小組會與 CPSC 的公眾資訊辦公室共同處理，而針對各種聯繫管道 CPSC 在指引手冊中作下列建議¹⁰¹：

1. 發布新聞

除非業者可以直接追蹤到所有購買該不安全商品的買受人，否則一般情況下 CPSC 會責成業者共同發布不安全商品的新聞。CPSC 不鼓勵使用單方發布

¹⁰¹ CPSC “REGULATED PRODUCTS HANDBOOK” 3rd Edition 2005 第 7 頁以下

新聞的方式，認為這種方式容易造成消費者乃至於公眾對不安全商品事件的混淆。此外，在內容上應使用「與 CPSC 合作實施」以及「召回」等字樣。新聞內容應包含下列訊息：

- 召回業者的名稱與地址
- 召回商品名稱
- 召回數量
- 可能產生危險之描述
- 該商品引起之意外、傷害與死亡件數
- 詳細商品描述，包括型號、顏色、尺寸與標示
- 商品的描圖或圖片
- 主要經銷商
- 完整說明消費者應採取何種行動加以配合

2. 召回警示(Recall Alert)

在召回業者可以透過通知聯繫所有不安全商品持有人的情況，例如會員訊息、郵購目錄、保固等管道。此時 CPSC 仍須在官方網站上刊登召回警示供消費者確認 CPSC 有參與此一召回措施。

3. 發布影像新聞

錄製召回計畫的影像新聞在全國性電視台發佈是較為有效的公布訊息途徑。即使影像新聞的散佈能力較強，但內容上也需要更精確清楚來突顯基本訊息，並且影像新聞的基本訊息與上述所列新聞應包含之內容相同。

4. 海報

以張貼不安全商品資訊的海報的特點，是可以提供一個有持續性效果的通知，通常係針對一定區域內不特定人，主要張貼在消費者(特別是購買該商品的消費者)會到訪的地點，例如賣場。

CPSC 對海報資訊的建議如下：

- 海報形式上應簡明且引人注目
- 說明危險與消費者應採取之作為
- 顏色醒目
- 字體大小顏色應與背景顏色形成強烈對比
- 用“安全性”與“召回”字眼
- 使用商品的描圖或圖片，加註型號與出廠日期
- 底部應註明免付費專線號碼
- 註明張貼日期(自發佈召回訊息起 120 日以上)
- 視情況可使用可供取用的傳單

一般而言，海報尺寸 CPSC 建議在 11x17 英吋，不得小於 8.5x11 英吋。由於多數情況下會張貼於經銷地點，CPSC 建議業者應與經銷商協調格式上的需求。

5. 其他形式之通知

其它形式的通知包括：信件、廣告、告示、新聞報等。如果是信函方式應於封面載明「重要安全資訊通知」。這類形式的通知多數可以涵蓋較詳細的內容，包括召回的原因，詳細的傷害資訊，以及提供消費者完整的行動指引。

6. 免付費專線

業者執行商品召回時應提供免付費專線，按照 CPSC 的經驗，實施召回應在業者原有的消費者服務專線外另闢免付費專線，因為既有的消費者服務能量根本無法負荷召回行動的業務。

7. 網路資訊

業者應在本身的網站上醒目處張貼不安全商品召回資訊。位置的選取上，不安全商品資訊應與其他公告資訊有所區隔。除此之外，業者應提供曾實施召回的歷史紀錄，考量到不是全部商品都可以在預定的期間內完成召回。必要時，業者也應該提供消費者能夠在網站上登錄召回補償。

第五章 英國消費商品事故規範制度¹⁰²

第一節 消費商品安全體系

一、法源依據

在不安全消費商品規範上，基於英國為歐盟會員國之一，因此主要仍遵循歐盟所發布之相關指令。歐盟的《一般商品安全指令》（The General Product Safety Directive, 以下簡稱 GPSD）¹⁰³，則為英國之《一般消費商品安全法》（The General Product Safety Regulations 2005, 以下簡稱 GPSR 2005）的主要依歸¹⁰⁴，該法已於 2005 年 10 月 1 日實施¹⁰⁵。以下則分別簡要說明歐盟《一般商品安全指令》與英國《一般消費商品安全法》之主要內涵。

（一）歐盟《一般商品安全指令》

歐盟《一般商品安全指令》的功能在於執行《歐盟條約》兩條文的目標：《歐盟條約》第 100 條第 a 項，在使歐洲產品服務市場能夠提供製造商與消費者享有規模經濟的利益；《歐盟條約》第 129 條第 a 項確保消費者保護。簡言

¹⁰²本章研究內容為本報告之研究團隊於 2009 年執行經濟部標準檢驗局「不安全消費商品矯正措施實施」委託計畫已完成之研究成果。基於本報告於第八章進行跨國制度比較之需求，業經原委託單位同意摘錄相關適當研究內容於本報告中。

¹⁰³ Directive 2001/95/EC of the European Parliament and the Council of 3 December 2001 on general product safety. OJ L 11, 15.1.2002, p. 4–17. available at http://eur-lex.europa.eu/smartapi/cgi/sga_doc?smartapi!celexplus!prod!DocNumber&lg=en&type_doc=Directive&an_doc=2001&nu_doc=95

¹⁰⁴ 歐盟《一般產品安全指令》第 21 條規定，歐盟成員國有立法義務，以執行指令內容。

¹⁰⁵ Statutory Instrument 2005 No. 1803, The General Product Safety Regulations 2005. available at <http://www.opsi.gov.uk/si/si2005/20051803.htm#1>

之，該指令之目的即於歐洲經濟區域中各國創立一個統一的消費產品安全要求。為執行該指令，英國則以法規命令（Statutory Instruments）的方式將《一般商品安全指令》納入英國法當中，即《一般商品安全規則》（GPSR 2005）¹⁰⁶。

歐盟的《一般商品安全指令》（GPSD）於2001年12月3日制定完成，其旨在建立一個歐盟內部統一的產品安全體系。該指令適用於所有供消費者個人使用的新產品或二手產品。¹⁰⁷

《一般商品安全指令》指明產品安全標準的認定依據，原則上以「歐洲標準」為認定依據；倘若該產品安全標準尚未制定「歐洲標準」，則依歐盟成員國之國內法所制定的國家標準為準，商品一旦符合該自願性國家標準，即推定該商品具有安全性；又，如果不存在國家標準，則應依「自其他相關歐洲標準轉化的自願性國家標準、市場所在地成員國起草制定的標準、執委會所提供產品安全評估準則、個別部門產品安全準則、當時科學與技術發展的程度，以及消費者合理可期待的安全性」，加以判斷¹⁰⁸。至於通過符合性評估的效力，指令規定，一旦主管機關認定產品屬於危險商品，即使通過安全性的符合性評估，仍不影響成員國主管機關就其所認為的危險商品採取合理的措施，包括產品流通的限制、下架或召回。¹⁰⁹

《一般商品安全指令》規定「商品製造人」（producers）¹¹⁰，對於消費者

¹⁰⁶ Statutory Instrument 2005 No. 1803, The General Product Safety Regulations 2005. available at <http://www.opsi.gov.uk/si/si2005/20051803.htm#1>

¹⁰⁷ GPSD. Art. 2 (a)

¹⁰⁸ GPSD. Art. 3, ¶ 3

¹⁰⁹ GPSD. Art. 3, ¶ 4

¹¹⁰ 於歐盟境內成立之製造商（manufacturer），或在商品上附加姓名、商標或其他標誌而以商品製造商自居者，或維修產品之人均屬之；若製造商不在歐盟境內設立，則以製造商在歐盟境內之代表人（the manufacturer's representative）為商品製造人，倘製造商於歐盟境內無代表人時，則該商品進口商視為商品製造人；另外，在產品供應鏈中之專業人員，其從事業務對於商品安全性具有影響力者，亦屬商品製造人。See GPSD. Art. 2(e)

與成員國主管機關分別負有兩大義務：

1. 商品製造人對於消費者：

- (1) 提供消費者相關的風險評估資訊義務¹¹¹；
- (2) 確保流通於市場上的產品安全義務¹¹²（依產品危險程度自行採取適合的矯正措施，如產品標示、警示、下架或召回）。

2. 商品製造人對於成員國主管機關：

- (1) 有向主管機關通報危險商品之義務¹¹³；
- (2) 有配合成員國主管機關措施之義務。

《一般商品安全指令》對於「經銷商」（distributors）要求盡善良管理人的注意義務，應採取措施以協助商品製造人確保商品之安全性¹¹⁴、危險商品通報義務¹¹⁵，並配合主管機關措施，以預防商品危害人體健康安全之義務¹¹⁶。

而成員國亦有義務確保流通產品的安全性，且有權就危險產品採取任何適當的措施，並且有透過 RAPEX 系統¹¹⁷向歐盟執委會通報之義務¹¹⁸。成員國與歐

¹¹¹ GSPD. Art. 5, ¶ 1

¹¹² GSPD. Art. 3, ¶ 1, Art. 5, ¶ 1

¹¹³ GSPD. Art. 5, ¶ 3

¹¹⁴ GSPD. Art. 5, ¶ 2

¹¹⁵ GSPD. Art. 5, ¶ 3

¹¹⁶ GSPD. Art. 5, ¶ 4

¹¹⁷ 其乃隸屬於歐盟健康與消費者保護理事會（Health and Consumer Protection Directorate General）的非食品類消費商品快速警示系統（Rapid Alert System for non-food consumer products, RAPEX）。

¹¹⁸ GSPD. Art. 10-12

盟執委會皆有義務將相關產品風險的資訊向大眾揭露¹¹⁹。

成員國對於矯正相對人應提供正當法律程序的保障，例如矯正附理由後向相對人通知、提供事前或事後的陳述意見機會，給予司法審查的救濟機會等¹²⁰。最後，成員國有立法的義務¹²¹，以執行指令的要求。

3. 歐盟成員國有制定罰則條款之義務：

《一般商品安全指令》第 7 條則規定，歐盟成員國應制定罰則條款，以確保指令所欲追求的目的。惟罰則中所採用的手段必須符合比例原則，並且具有一定的嚇阻效果。

(二) 英國《一般消費商品安全法》

英國《一般消費商品安全法》的絕大部分內容，仍以歐盟《一般商品安全指令》作為規範架構，除了部分條文有較詳細的規範外，其他條文內容與歐盟指令條文內容相同。英國《一般消費商品安全法》的規範架構如下：

第一章 總則

第二章 製造商與經銷商的義務

1. 一般的產品安全義務
2. 產品安全的判斷標準與符合性
3. 製造商的其他義務

¹¹⁹ GSPD. Art. 16

¹²⁰ GSPD. Art. 18

¹²¹ GSPD. Art. 21

4. 經銷商的其他義務

5. 製造商與經銷商的共通義務

第三章 執行

1. 執行

2. 暫停通知

3. 標示要求

4. 警示要求

5. 下架通知

6. 罰則

7. 產品測試

8. 搜索調查權

第四章 其他

以下則依據英國《一般消費商品安全法》內容，詳細說明英國不安全消費商品規範體系架構與各項主題內涵。

二、主管機關

目前英國《一般消費商品安全法》係由英國「商業、創新及技術部」

(Department for Business, Innovation and Skills, 以下簡稱「BIS」)¹²²為主管機關，並以地方機關 (local authority) 為執行機關 (enforcement)。地方執行機關於接獲通報之後，得視商品製造人所採取的矯正措施是否足以預防商品風險，有權採取強制性或自願性矯正措施，並向進行 BIS 通報，以利 BIS 向歐盟執委會通報 (如商品風險等級已達「嚴重危險」時，則 BIS 須透過 RAPEX 系統向歐盟執委會迅速通報)。

三、規範對象

(一) 適用客體

1. 「商品」 (product) 之定義範圍

英國《一般消費商品安全法》中的「商品」，係指有意販售予消費者，或者在合理可期待的情況下可能被視為有意販售予消費者，或雖非有意販售予消費者，但已為消費者所使用之產品，以及在商業活動中已向消費者供應或供其取得，不論是否有前述情況亦不論商品是否為全新或經使用或經維修之產品。

「商品」尚包括於提供服務範圍內，所提供予消費者或供其取得以使用之產品，亦屬於「商品」。惟「商品」並不包括服務提供者向消費者提供服務時所使用之產品，特別是由服務提供者操作，而供消費者運輸交通之設備。¹²³

¹²² 英國商業、創新和技術部 (the Department for Business, Innovation and Skills, BIS) 是由成立不到兩年的創新、大學、技術部 (the Department for Innovation, Universities and Skills, DIUS) 與商業、企業與管制改革部 (the Department for Business, Enterprise and Regulatory Reform, BERR) 於 2009 年 6 月因英國政府大動作內閣改組而合併，並於由原本商業、企業與管制改革部部長 Peter Mandelson 續任成為新部門部長。參照駐英國台北代表處科技組，英國內閣改組 新成立商業、創新和技術部 引發學界激烈討論，2009 年 07 月 13 日，資料來源：<http://uk.nsc.gov.tw/ct.asp?xItem=0980702026&ctNode=618&lang=C>

¹²³ GPSR 2005 regulation 2

2. 排除二手商品與送修產品

另外，倘供應商已明確告知販售產品為二手商品（a second-hand product），或為待維修、翻修而尚未提供使用之產品，則不適用英國《一般消費商品安全法》¹²⁴。

（二）適用主體

英國《一般消費商品安全法》規定，主要規範對象為「商品製造人」（producer）¹²⁵與「經銷商」（distributor）。以下分別敘述兩者所涵蓋之範圍。

1. 商品製造人（producer）

「商品製造人」，原則上係指在歐盟成員國境內所成立之製造商（manufacturer），或在商品上附加姓名、商標或其他標誌而以商品製造商自居者，或維修產品之人均屬之；若製造商不在歐盟境內設立，則以製造商在歐盟境內之代表人（the manufacturer's representative）為商品製造人，倘製造商於歐盟境內無代表人時，則該商品進口商視為商品製造人；另外，在產品供應鏈中的專業人員，而其從事業務對於商品安全性具有影響力者，亦屬商品製造人¹²⁶。

¹²⁴ GPSR 2005 regulation 4

¹²⁵ 在此，須說明的是，英國《一般消費商品安全法》的規範義務主體，用字為「producer」與「distributor」，兩者的內涵與歐盟《一般商品安全指令》的用字與定義相同。然而前者「producer」與美國《消費商品安全法》中所使用的「manufacturer（including importer）」用字並不相同，惟內涵上皆包含了「製造商」、「進口商」，在此合先敘明。本研究中，英國法中的「producer」，本研究譯為「商品製造人」，而美國中的「manufacturer（including importer）」，本研究譯為「製造商」，而兩者的內涵皆包含「從事商品製造、進口之人」。

¹²⁶ GPSR 2005 regulation 2

“(e) ‘producer’ shall mean:

- (i) the manufacturer of the product, when he is established in the Community, and any other person presenting himself as the manufacturer by affixing to the product his name, trade mark or other distinctive mark, or the person who reconditions the product;
- (ii) the manufacturer's representative, when the manufacturer is not established in the

《一般消費商品安全法》對於商品製造人課予商品安全性「一般安全性要求」（general safety requirement）之義務¹²⁷，包括不得向消費者陳列、販售，以及向消費者要約為陳列販售或受承諾陳列或販售不具有安全性之商品。而關於商品之安全性，必須符合歐洲標準或英國國家標準或「自其他相關歐洲標準轉化的自願性國家標準、市場所在地成員國起草制定的標準、執委會所提供產品安全評估準則、個別部門產品安全準則、當時科學與技術發展的程度，以及消費者合理可期待的安全性」¹²⁸。

至於商品製造人應負擔之「一般安全性要求」義務，有如下四項：

（1）向消費者提供商品風險資訊義務：

商品製造人於其能力範圍內，應向消費者提供相關商品資訊，以供消費者評估在合理可預見的使用期間內，必須透過充分告知始得知悉之商品風險，並且足以採取預防措施。又，儘管商品製造人提供商品風險資訊，仍不免除其於《一般消費商品安全法》中各項要求所負之義務。¹²⁹

（2）向消費者採取適當之商品矯正措施：

商品製造人於其能力範圍內，應依據其所供應之商品特性採取適當矯正措施，使產品可能產生之風險得以被知悉，並且基於預防風險實現之必要，而採取適當措施，如下架（withdrawal）、對消費者進行充分且有效之警告（adequately and effective warning），以及最後不得已採取的手段－召回

Community or, if there is no representative established in the Community, the importer of the product;

(iii) other professionals in the supply chain, insofar as their activities may affect the safety properties of a product;

(f) ‘distributor’ shall mean any professional in the supply chain whose activity does not affect the safety properties of a product;”

¹²⁷ GPSR 2005 regulation 5

¹²⁸ GPSR 2005 regulation 6, GPS Directive Article 4

(recall)¹³⁰。商品製造人，在合理可期待的情況下，應提供商品製造人姓名與地址、商品標籤與成分；並且在合理可期待的情況下，應進行市售商品測試與調查，如有必要，應保存有關商品安全性之不良反應記錄，以及當商品事故已發生或有損害消費者之虞時，應持續告知消費者有關商品監督的結果。¹³¹

(3) 向執行機關通報之義務：

商品製造人於知悉其所陳列或供應之產品對於消費者有危害之虞，而該風險已逾越一般商品安全要求時，應「立即」(forthwith)向執行機關以書面通報(notify)該情事，採取預防消費者遭受損害之矯正措施，以及商品之流向(就其所知範圍內，商品所陳列或販售處，包括於其他歐盟成員國境內販售或供應地點)¹³²。

如該「危險商品」之風險等級已達「嚴重風險」(serious risk)，則商品製造人通報內容則必須更為詳盡，包括提供確切的商品辨識資訊與商品標籤(batch)、完整的描述該商品所具有的風險內涵、所有已知的產品流向資訊，以及當下已經採取的預防風險矯正措施¹³³。

(4) 與執行機關配合之義務：

商品製造人在商品矯正措施的程序當中，在其能力範圍內，有義務配合執行機關的要求¹³⁴。

¹²⁹ GPSR 2005 regulation 7(1), (2)

¹³⁰ GPSR 2005 regulation 7(3)

¹³¹ GPSR 2005 regulation 7(4)

¹³² GPSR 2005 regulation 9(1)

¹³³ GPSR 2005 regulation 9(3)

¹³⁴ GPSR 2005 regulation 9(4)

2. 經銷商 (distributor)

「經銷商」，係指在商品供應鏈中的專業人員，而其所從事業務對於商品安全性並不具影響性者，均屬於之。然而由於其本身在產品的配銷體系中，扮演重要的角色，因此，一旦發現危險產品時，除與商品製造人同樣負有「通報義務」與「配合義務」外，尚有「確保商品流通安全之義務」，說明如下：

(1) 為確保商品流通安全之協助義務

經銷商關於商品流通安全之協助，應負善良管理人的注意義務，包括：

- a. 經銷商於知悉或可得而之該商品為危險商品時，有不為供應該商品或要約、承諾販售之義；
- b. 經銷商在其能力範圍內，應參與市售商品之安全監督，特別商品風險訊息之傳遞、為追蹤商品來源所應保存或製作相關文件；
- c. 配合商品製造人或執行機關之矯正措施¹³⁵。

(2) 向執行機關通報之義務

經銷商與商品製造人相同，亦負有向執行機關通報之義務。而對於消費大眾而言，商品從經銷商處流向消費者的情況，並不亞於商品製造人直接販售或供應予消費者的情況。因此，針對經銷商課予通報義務具有必要性，且能大幅提昇預防的效果。

經銷商於知悉其所陳列或供應之產品對於消費者有危害之虞，而該風險已逾越一般商品安全要求時，應「立即」(forthwith)向執行機關以書面通報

¹³⁵ GPSR 2005 regulation 8

(notify) 該情事、已採取防免消費者遭受損害之預防措施，以及商品之流向（就其所知範圍內，商品所陳列或販售處，包括於其他歐盟成員國境內販售或供應地點）¹³⁶。

如該「危險商品」之風險等級已達「嚴重風險」(serious risk)，則商品製造人通報內容則必須更為詳盡，包括提供確切的商品辨識資訊與商品標籤 (batch)、完整的描述該商品所具有的風險內涵、所有已知的產品流向資訊，以及當下已經採取的預防風險矯正措施。

(3) 與執行機關配合之義務

商品製造人在商品矯正措施的程序當中，在其能力範圍內，有義務配合執行機關的要求¹³⁷。

上述關於「商品製造人」與「經銷商」在英國《一般消費商品安全法》中所負有相關義務體系如下表：

表 5-1 英國《一般消費商品安全法》商品製造人與經銷商之義務

	對於消費者所負義務		對於執行機關所負義務	
商品製造人義務	提供商品風險資訊之義務	採取矯正措施之義務	通報義務	配合義務
經銷商義務	協助義務（以確保流通商品具有安全性）： 不供應、販售危險商品之義務； 保存或製作追蹤商品來源文件之義務； 配合商品製造人或執行機關矯正措施之義務。		通報義務	配合義務

¹³⁶ GPSR 2005 regulation 9

¹³⁷ GPSR 2005 regulation 9(4)

3. 地方機關 (local authority)

地方機關有向內閣主管部長 (Secretary of State)¹³⁸ 通報的義務。地方機關於收到商品製造人或經銷商有關危險產品之通報時，應立即向內閣部長通報，其通報內容包括，以利內閣主管部長得以向其他歐盟成員國之主管機關進行通報。又，如果地方機關已採取矯正措施，亦須將矯正措施內容、發動矯正措施之原因向內閣主管部長通報，如果矯正措施事後經修改，亦須更新通報資訊¹³⁹。如果地方機關認為其所接獲通報案件之商品危險程度已達「危險風險」 (serious risk)，則不論地方機關所採取強制性或自願性措施，皆應立即向內閣主管部長通報。

另外，英國為遵守歐盟《一般商品安全指令》之要求，另於英國《一般消費商品安全法》中規定，內閣主管部長於接獲地方機關通報後，應於一定期間內向歐盟執委會通報¹⁴⁰。

第二節 通報制度

一、法源依據

依據英國《一般消費商品安全法》，除地方執行機關於接獲通報後，有向 BIS 通報之義務，關於於商品製造人與經銷商之通報義務，則規定於《一般消費商品安全法》第 9 條第 1 項、第 9 條第 3 項，依據危險產品的風險等級區分為「非嚴重風險」與「嚴重風險」兩種情況，分別負有程度不同的通報義務。

¹³⁸ 目前主管機關為英國商業、創新及技術部 (Department for Business, Innovation and Skills, BIS)。

¹³⁹ GPSR 2005 regulation 33

¹⁴⁰ GPSR 2005 regulation 33(3), (5), (7), (8), (9)

二、通報義務主體

英國《一般消費商品安全法》第 9 條通報義務主體為「商品製造人」(producer)、經銷商(distributor)。

「商品製造人」，包括於歐盟成員國境內所成立之製造商(manufacturer)，或在商品上附加姓名、商標或其他標誌而以商品製造商自居者，或維修產品者；或代表於歐盟境外設立之製造商而於歐盟境內之代表人(the manufacturer's representative)，以及「商品進口商」；另外，在產品供應鏈中的專業人員，而其從事業務對於商品安全性具有影響力者，亦屬商品製造人¹⁴¹。

「經銷商」，則係指在商品供應鏈中的專業人員，而其所從事業務對於商品安全性並不具有影響性者，均屬於之。

三、通報義務與執行方法

商品製造人或經銷商於知悉其所陳列或供應之產品對於消費者有危害之虞，而該風險已逾越一般商品安全要求時，應「立即」(forthwith)向執行機關以書面通報(notify)該情事、已採取預防消費者遭受損害之矯正措施，以及商品之流向(就其所知範圍內，商品所陳列或販售處，包括於其他歐盟成員國境內販售或供應地點)¹⁴²。

如該「危險商品」之風險等級已達「嚴重風險」(serious risk)，則商品製造人通報內容則必須更為詳盡，包括提供確切的商品辨識資訊與商品標籤(batch)、完整的描述該商品所具有的風險內涵、所有已知的產品流向資訊，

¹⁴¹ GPSR 2005 regulation 2

¹⁴² GPSR 2005 regulation 9(1)

以及當下已經採取的預防風險矯正措施¹⁴³。

表 5-2 英國《一般消費商品安全法》商品製造人與經銷商之通報義務

	通報義務	
義務主體	商品製造人 經銷商	
要件	於知悉其所陳列或供應之商品對於消費者有危害之虞； 而該風險已逾越一般商品安全要求。	
通報方式	應「立即」向執行機關以書面通報	
商品風險等級	非嚴重風險	嚴重風險
通報內容	發現危險商品情事； 已採取預防消費者遭受損害之 矯正措施； 商品之流向（就其所知範圍 內，商品所陳列或販售處，包 括於其他歐盟成員國境內販售 或供應地點） ¹⁴⁴ 。	除「危險商品情事」、「矯正 措施」外，尚須包括下列詳細 資訊： 提供確切的商品辨識資訊與商 品標籤（batch）； 完整的描述該商品所具有的風 險內涵； 所有已知的產品流向資訊； 當下已經採取的預防風險矯正 措施 ¹⁴⁵ 。

如果通報義務人違反通報義務時，主管機關得處三個月以下拘役或罰鍰，必要時可以併罰之¹⁴⁶。

四、鼓勵性通報

英國《一般消費商品安全法》中，並未規定「鼓勵性通報」。

¹⁴³ GPSR 2005 regulation 9(3)

¹⁴⁴ GPSR 2005 regulation 9(1)

¹⁴⁵ GPSR 2005 regulation 9(3)

第三節 矯正措施制度

一、法源依據

歐盟《一般商品安全指令》中明確規定產品危險在各種情況下，成員國得採取不同的措施加以因應。例如針對所有產品，成員國得採取產品樣本以確認產品的安全性、要求相關當事人提供所有相關的產品資訊；或是在產品可能在某些情況下有風險時，成員國得規定產品上架的要件；或是產品可能為危險產品時，成員國得於產品安全性檢測的期間內禁止產品上架等。成員國也應鼓勵製造商或經銷商主動採取矯正措施。成員國所採取的矯正措施必須合乎比例原則，其矯正的相對人依情況可以是製造商、經銷商，必要時得對其他人採取矯正措施¹⁴⁷。英國《一般消費商品安全法》則規定於第 7 條、第 10 條至第 16 條中。

二、矯正措施之要件、類型與內容

英國《一般消費商品安全法》中關於商品製造人的矯正措施，僅規定業者得採取「必要」（足以防止風險）的矯正措施，但未針對何種措施制定詳細的要件；又，如果商品製造人未履行矯正該條規定的矯正措施義務時，主管機關得裁處拘役或罰鍰，並得併罰之¹⁴⁸。

另外，如果義務人未能夠遵守矯正義務時，主管機關得對義務人命為強制性矯正措施，英國《一般消費商品安全法》在「執行」專章（第 10 條至第 16 條）的部份，有較歐盟《一般商品安全指令》所規定的「矯正措施」有更為詳盡的分類與規定，以下各種強制性矯正措施的內容與要件：

¹⁴⁶ GPSR 2005 regulation 20(2)

¹⁴⁷ GSPD. Art. 8

¹⁴⁸ GPSR 2005 regulation 20(2)

（一）暫停通知（suspension notices）

當地方執行機關有正當理由（reasonable grounds）質疑「某項特定產品不符合『一般安全要求』時」，執行機關得發出暫停通知，在未經機關同意以前，禁止商品上架或供應一段期間以供商品安全進行評估、確認與控制。執行機關亦可要求矯正處分相對人隨時通報系爭商品的流向。於地方執行機關認為適當時，得同意商品恢復上架¹⁴⁹。

（二）標示要求（requirements to mark）

當地方執行機關有正當理由認為某項特定商品在「特定情況下會產生風險而屬於危險商品時」，執行機關得發出要求標示之通知，要求相對人依通知內容於商品外觀加註標示，且標示位置必須適當、文字大小合適、字體清晰、容易理解。加註標示的成本亦由通知相對人自行負擔¹⁵⁰。

（三）警示要求（requirements to warn）

當地方執行機關有正當理由認為某項特定商品「對於特定人會產生風險而屬於危險商品時」，執行機關得發出要求警示之通知，要求相對人依據警示要求的通知內容，向任何可能受到項商品風險危害之人於合理期間內進行告知、或發出公告、或確認該項商品載附風險警告標示。告知、公告或加註標示的成本亦由通知相對人自行負擔¹⁵¹。

（四）下架通知（withdrawal notices）

當地方執行機關有正當理由認為某項特定商品為「危險商品時」，地方執

¹⁴⁹ GPSR 2005 regulation 11

¹⁵⁰ GPSR 2005 regulation 12

行機關得發出下架通知，在未經地方執行機關同意以前，禁止商品上架或上架之要約與承諾，以及禁止商品供應或供應之要約與承諾。下架通知亦可要求相對人採取措施向消費者警告商品現時存在的風險。

採取發出下架通知之方式係屬非為必要，儘量不予採用的矯正措施。亦即，商品如果已經上架，原則上執行機關僅得於已採用前述幾種矯正措施，但製造商或經銷商仍無法符合「一般商品安全性要求」時，則為了確保人體健康安全時，執行機關始得發出下架通知。不過，若有嚴重風險的情況下，執行機關得逕行發出下架通知。執行機關亦可要求矯正處分相對人隨時通報系爭商品的流向。於地方執行機關認為適當時，得同意商品恢復上架¹⁵²。

（五）召回通知（recall notices）

1. 定義

當地方執行機關有正當理由認為某項特定商品「為危險商品且商品已經由消費者取得時」，執行機關得發出召回通知，要求相對人竭盡所能向消費者或通知內容所指明之人回收該商品。

2. 內容

召回通知得要求相對人於指明範圍或程度內，個別通知購買商品消費者召回之訊息，或依據召回內容以可行的方式向購買商品之消費者，公告關於商品所具之風險以及召回訊息、或直接向消費者進行商品回收處理的計畫。在決定召回通知的具體處分內容時，為達到鼓勵經銷商、使用者或消費者協助該處分之執行，執行機關應考量於召回通知中，納入可達前述鼓勵效果之要件。

¹⁵¹ GPSR 2005 regulation 13

¹⁵² GPSR 2005 regulation 14

3. 要件

召回通知必須符合下列要件：

- (1) 其他矯正措施無法預防人體衛生與安全的風險。
- (2) 原則上，僅在製造商或經銷商本身未能滿足 **GPSR** 所規定確保商品安全義務時，始得發出通知。惟於嚴重風險的情況下，執行機關得逕行發出召回通知。
- (3) 原則上，執行機關於發出召回通知前，須先給予相對人七天以上的時間為陳述意見之機會，而相對人得於期限內要求執行機關指定研究機構，諮詢關於「商品是否為危險商品」或「召回通知是否符合危險的嚴重程度」的意見。研究機構出示意見的費用成本由相對人自行負擔。

惟於嚴重風險的情況下，執行機關得不予相對人陳述意見之機會，逕行發出召回通知。

4. 相對人持續告知義務

執行機關亦可要求召回通知相對人隨時通報系爭商品的流向以及召回的情形。

5. 代為履行

如執行機關無法通知相對人或相對人怠於履行召回義務時，執行機關得於符合召回通知要件的情況下，代為履行實施召回措施。代為履行之費用仍由相

對人負擔¹⁵³。

最新的商品安全通報與召回的清單則公布在英國貿易標準中心網站 (Trading Standards Central web site)。

歸納前述英國《一般消費商品安全法》授權地方執行機關得採取之各種矯正措施，相關之要件與內容整理如下表：

表 5-3 英國《一般消費商品安全法》地方執行機關各類「矯正措施」之要件與內容

矯正措施類型	暫停通知	標示通知	警示通知	下架通知		召回通知	
要件	當地方執行機關有正當理由質疑某項特定商品不符合「一般安全要求」時	當地方執行機關有正當理由認為某項特定商品在特定情況下會產生風險而屬於危險商品時	當地方執行機關有正當理由認為某項特定商品對於特定人會產生風險而屬於危險商品時	當地方執行機關有正當理由認為某項特定商品為危險商品，而商品已經上架時		當地方執行機關有正當理由認為某項特定商品為危險商品且商品已經由消費者取得時，且其他矯正措施無法預防人體衛生與安全的風險。	
				非嚴重風險 僅在商品製造人或經銷商未能滿足「一般商品安全性要求」時，始得發出通知	嚴重風險 執行機關得逕行發出下架通知。	非嚴重風險 僅在商品製造人或經銷商未能滿足「一般商品安全性要求」時，始得發出通知	嚴重風險 執行機關得逕行發出召回通知。
內容	執行機關得發出暫停通知，在未經機關同意以前，禁止商品上架或供應一段期間以供商品安全進行評估、確認與控制。 執行機關亦可要求矯正處分相對人隨時通報系爭商品的流向。 於地方執行機關認為適當時，得同意商品恢復上架 ¹⁵⁴	執行機關得發出通知（標示要求），要求相對人依通知內容於商品外觀加註標示，且標示位置必須適當、文字大小合適、字體清晰、容易理解。 加註標示的成本亦由通知相對人自行負擔 ¹⁵⁵ 。	執行機關得發出通知（警示要求），要求通知相對人依據警示要求的通知內容，向任何可能受到項商品風險危害之人於合理期間內進行告知、或發出公告、或確認該項商品載附風險警告標示。 告知、公告或加註標示的成本亦由通知相對人自行負擔 ¹⁵⁶ 。	執行機關得發出通知（下架通知），在未經機關同意以前，禁止商品上架或上架之要約與承諾，以及禁止商品供應或供應之要約與承諾。 下架通知亦可要求相對人採取措施向消費者警告商品現時存在的風險。 執行機關亦可要求矯正處分相對人隨時通報系爭商品的流向。 於地方執行機關認為適當時，得同意商品恢復上架 ¹⁵⁷ 。		執行機關得發出通知（召回通知），要求相對人竭盡所能向消費者或通知內容所指明之人回收該商品。 召回通知得要求相對人於指明範圍或程度內個別通知購買商品消費者召回之訊息，或依據召回內容以可行的方式向商品購買消費者公告關於商品所具有之風險以及召回之訊息、或直接向消費者進行商品回收處理的計畫。	

¹⁵³ GPSR 2005 regulation 15

¹⁵⁴ GPSR 2005 regulation 11

¹⁵⁵ GPSR 2005 regulation 12

三、矯正措施之補充規定

(一) 陳述意見機會

執行機關在發出各類矯正通知以前，如果可行，應事先給予通知相對人陳述意見的機會。如果不可行，執行機關應事後給予通知相對人陳述意見的機會¹⁵⁸。

此陳述意見制度，類似於我國《行政程序法》第 102 條、第 103 條規定¹⁵⁹。例如，我國直轄市或縣（市）政府或中央執行機關依據《消費者保護法》第 36 條，對於企業經營者提供之商品或服務，命其限期改善、回收、銷燬、停止商品之設計、生產、製造、加工、輸入、經銷或服務之提供等矯正措施，或標準檢驗局依據《商品檢驗法》第 63 條針對應施檢驗商品之報驗義務人，限期停止輸出入、生產、製造、陳列、銷售或得沒入、銷燬或採取其他必要之措施，處分機關須依《行政程序法》第 102 條、第 103 條規定，提供處分相對人陳述意見之機會。

¹⁵⁶ GPSR 2005 regulation 13

¹⁵⁷ GPSR 2005 regulation 14

¹⁵⁸ GPSR 2005 regulation 16(1)

¹⁵⁹ 《行政程序法》第 102 條

行政機關作成限制或剝奪人民自由或權利之行政處分前，除已依第三十九條規定，通知處分相對人陳述意見，或決定舉行聽證者外，應給予該處分相對人陳述意見之機會。但法規另有規定者，從其規定。

第 103 條

有下列各款情形之一者行政機關得不給予陳述意見之機會：

- 一、大量作成同種類之處分。
- 二、情況急迫，如予陳述意見之機會，顯然違背公益者。
- 三、受法定期間之限制，如予陳述意見之機會，顯然不能遵行者。
- 四、行政強制執行時所採取之各種處置。
- 五、行政處分所根據之事實，客觀上明白足以確認者。
- 六、限制自由或權利之內容及程度，顯屬輕微，而無事先聽取相對人意見之必要者。
- 七、相對人於提起訴願前依法應向行政機關聲請再審查、異議、復查、重審或其他先行程序者。
- 八、為避免處分相對人隱匿、移轉財產或潛逃出境，依法律所為保全或限制出境之處分。

（二）矯正通知內容

執行機關應於矯正通知內容提供足夠的商品辨識，並敘明矯正通知的理由，以及教示救濟途徑與救濟期間¹⁶⁰。

（三）補償責任

執行機關所發出的「暫停通知」後，倘矯正通知相對人事實上並未違反《一般商品安全法》所課予相關義務，且執行機關所誤發矯正通知不可歸責於相對人時，則執行機關應對相對人負損失補償責任。又，在「下架通知」或「召回通知」之情形，倘系爭商品實際上並非危險商品，且執行機關所誤發矯正通知不可歸責於相對人時，則執行機關亦應對相對人負損失補償責任。¹⁶¹

¹⁶⁰ GPSR 2005 regulation 16(2)

¹⁶¹ GPSR 2005 regulation 16(4)-(6)

第六章 新加坡消費商品事故規範制度

第一節 消費產品安全體系

一、法源依據

新加坡確保消費產品安全性的基本法規分為兩大區塊，一是類似我國應施檢驗產品制度的『消費者保護（產品說明及安全要求）法』（Consumer Protection (Trade Descriptions and Safety Requirements) Act，簡稱 CPA）。CPA 下進一步制定有兩項以安全標準為主要內容之規範，分別為《消費者保護（安全要求）條例》¹⁶²（Consumer Protection (Safety Requirements) Regulations），以及《消費者保護（安全要求）註冊計畫》（Consumer Protection (Safety Requirements) Registration Scheme，簡稱 CPS 計畫）。CPS 計畫賦予新加坡貿易及工業部（Ministry of Trade and Industry，MTI）所屬之『標準、生產力暨創新局』（Standards、Productivity and Innovation Board，簡稱 SPRING）為安全主管機關，以確保 45 類家用電器、電子產品和瓦斯器具之安全，這些產品為受管制產品，供應商在販售前需向 SPRING 註冊。本項計畫之制度目的係透過確保受管制的家用產品符合相應的安全標準，以保護消費者的利益。

另一為適用一般性消費性產品之『消費者保護（消費品安全要求）條例 2011 年』（Consumer Protection (Consumer Goods Safety Requirements) Regulations 2011，簡稱 CGSR），同樣是以 SPRING 為主管機關，其法規目的在於授權 SPRING 針對一般消費性產品之安全進行監督工作。相對於 CPS

¹⁶² 法規內容參照[http://www.mti.gov.sg/legislation/Pages/Consumer-Protection-\(Safety-](http://www.mti.gov.sg/legislation/Pages/Consumer-Protection-(Safety-)

計畫，供應商在販售前不需預先向 SPRING 註冊，惟其所販售之產品經查出有安全性方面之問題時，SPRING 可以根據 CGSR 之規定命令供應商進行通報與矯正，措施內容可包括如須告知用戶相關的危險，以及將不安全產品從市場上召回等。以下茲分別就 CPS 計畫及 CGSR 進行說明。

（一）《消費者保護（安全要求）註冊計畫》概述

《新加坡消費者保護（安全要求）註冊計畫》明確公告 45 種受管制產品，其中有 41 種是電機電子類設備，4 種是瓦斯器具與相關產品。受管制產品須由新加坡指定之試驗室或指定之符合性評鑑機構（Conformity assessment body，簡稱 CAB）所接受之試驗室，依據產品安全標準及安全主管機關之要求進行測試，再經由指定之 CAB 完成驗證與發證作業。完成驗證及發證作業後，受管制產品在新加坡市場銷售前，還須由已註冊之供應商向安全主管機關辦理註冊，且必須由註冊供應商在產品上黏貼安全標誌。受管制產品註冊之流程如圖 6-1。

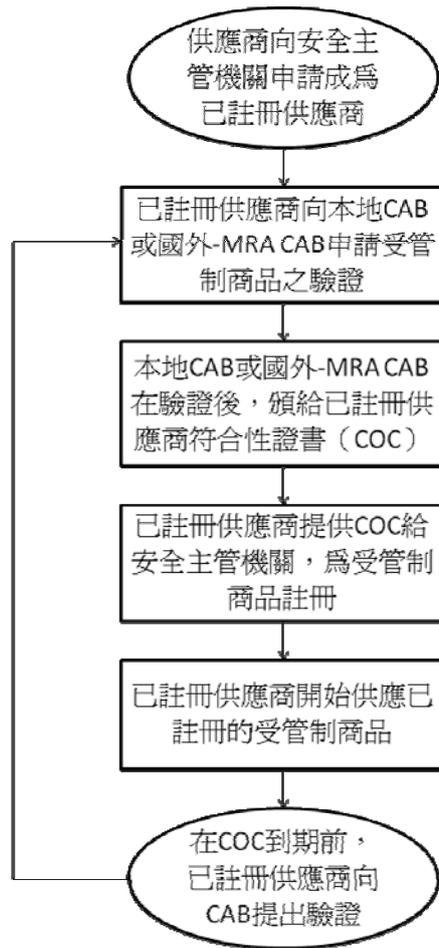


圖 6-1 受管制產品註冊流程圖

根據 CPS 第 5 條至第 7 條之規定，管制產品之製造商或進口商為註冊義務人，製造商與進口商必須依法向 SPRING 提出註冊申請，申請時必須附上產品安全標準之符合性評鑑證書以及其他產品資訊，完成註冊申請後方可取得張貼安全標誌並上市的資格。安全標誌之設計(如圖 6-2)係為幫助消費者及貿易商辨識需註冊的受管制產品，所有已註冊的受管制產品無論在產品或包裝上，皆須標記安全標誌。每一個安全標誌均附有一個 8 位驗證號碼，此驗證號碼可作為追溯已註冊之供應商及被驗證之管制產品。此驗證號碼之內涵意義如下：

1 2 = 驗證年份

3 4 5 6 = 管制產品之流水號

0 0 = CAB 之鑑別碼



圖 6-2 受管制產品之安全標章

SPRING 已開放由驗證機構代辦登錄作業，以完成「一站式」（one-stop）服務之模式。CPS 計畫所要求技術文件，可以用書面或電子媒體式做保存，寄送 SPRING 亦可使用電子式辦理。當產品進行更新作業時，須以新測試報告做依據，因此由 CAB 決定是否重新測試，再出具符合性證明書，以供業者辦理展延註冊，技術文件之保存期限為 10 年。

（二）《消費者保護（消費品安全要求）條例 2011 年》概述

《消費者保護（消費品安全要求）條例 2011 年》之立法目的，是為了防止不安全消費產品導致消費者安全受到危害。CGSR 將消費產品所適用的標準分類如下：

1. 第一類產品

指由以下機構制定、批准及公布了安全標準的消費產品：

- （ 1 ） 國 際 標 準 化 組 織 （ The International Organisation for Standardisation ， 簡稱 ISO ） ；

(2) 國際電工委員會 (The International Electrotechnical Commission , 簡稱 IEC) ;

(3) 歐盟標準化委員會 (The European Committee for Standardisation , 簡稱 CEN)

(4) 美國材料試驗協會 (American Society of Testing and Materials , 簡稱 ASTM)

2. 第二類產品

指除 1 類產品以外的消費品，第 2 類產品應遵守由地區或國家標準機構制定、批准及公布的此類產品安全標準。

3. 排除範圍

部分消費產品由專門法規加以規範者，舉凡食品、化妝品、醫療器材、機動車與行車用品等，則不屬於 CGSR 之適用範圍。專法規範之消費產品及其主管機關如表 6-1 所示。

表 6-1 其他專法規範之消費產品

編號	產品類別	主管機關
1.	食品與餐具	農糧食品和獸醫局 (Agri-Food & Veterinary Authority,AVA)
2.	化妝品、醫療器材、藥品與中藥	新加坡衛生科學局 (Health Sciences Authority, HSA)
3.	機動車輛	陸路交通管理局 (Land Transport Authority, LTA)
4.	機車安全帽與嬰幼兒汽車安全座椅	新加坡交通警察署(Traffic Police ,TP)
5.	45 種管制類家用電子電機與天然氣產品	標準、生產力暨創新局 (Standards、Productivity and Innovation Board, SPRING)

二、主管機關

新加坡『標準、生產力與創新局』的前身為『生產力暨標準局』（**SPRING**）（**Productivity and Standards Board**，簡稱**PSB**）。新加坡國會於2002年7月8日三讀通過生產力與標準局（修正）法案，將『生產力與標準局』易名為現行的『標準、生產力與創新局』，並由新加坡貿易及工業部任命**SPRING**為**CPS**及**CGSR**的安全主管機關。援此，**SPRING**的權限、任務和權力將比前身的生產力與標準局更廣泛，包括通過創新提高公司生產力、推動國內企業的發展、成為新加坡的全國鑑定機構等。

SPRING 作為安全主管機關，有權力進行調查、停止銷售、或從市場上禁止不安全的消費品。**SRPING** 透過不同方法進行消費產品安全之市場監督，這些方法包括將來自於消費者、供應商、消費者協會及其他新加坡的監管機構所提供的安全訊息及警報，與本地及海外的合作伙伴共享，而除了監管之外，**SPRING** 也透過各種宣傳活動教育一般大眾有關產品安全的知識。

此外，**SPRING** 在 **CPS** 計畫中主要工作內容為：

1. 受管制產品之註冊。
2. 受管制產品供應商之註冊。
3. 教育消費者及貿易商有關安全標章及 **CPS** 計畫。
4. 根據 **CPS** 計畫指定第三方符合性評鑑機構及認可的測試實驗室。
5. 進行受管制產品之市場監督及事件/事故/抱怨相關之調查。

SPRING 完全負責後市場監督作業，所認可之驗證機構無須執行其發證產品之後市場監督作業；且 **SPRING** 須將已註冊之產品載入其資料庫中供消費者上網查詢。當意外發生時，針對調查作業之產品測試費用係由 **SPRING** 協

調廠商支付，如廠商不原意，則由 SPRING 負擔費用。

三、規範對象

(一) CPS 計畫規範之產品

CPS 計畫管制產品包括家用電器、電視音響、家用電腦、固定照明電器、插頭插座以及瓦斯器具等 45 種產品，具體清單詳見表 6-2。清單內的產品必須要符合新加坡國家標準，或相對應的國際電工委員會（The International Electrotechnical Commission，簡稱 IEC）標準，主要為 SS 146、SS 143 標準和 IEC 60035、IEC 60335、IEC 60065、IEC 61347 和 IEC 61558 等標準。

表 6-2 受管制產品清單

編號	受管制產品名稱	新加坡標準 (SS)	國際標準
1	冷氣機		IEC 60335-2-98: 2002
2	轉接器		IEC 61558-2-6: 1997 或 IEC 61558-2-16: 2009 (適用於電器) IEC 60065: 2001 (適用於電器) IEC 60950-1: 2001 (適用於電腦/電話) IEC 60335-2-8: 2002 (適用於刮鬍刀) IEC 60335-2-29: 2004 (適用於電池充電器) IEC 61347-2-13: 2006 (適用於 LED 燈) IEC 60598-2-4: 1997 (適用於桌燈/立燈)
3	其他影音產品		IEC 60065: 2001
4	固定式電烤爐		IEC 60335-2-6: 2002
5	咖啡機、燉鍋、電火鍋		IEC 60335-2-15: 2002
6	聖誕用或裝飾用燈串		IEC 60598-2-20: 1996 或 IEC 60598-2-20: 2002
7	吹風機		IEC 60335-2-23: 2003
8	家用資訊設備		IEC 60950-1: 2001
9	音響設備		IEC 60065: 2001
10	電髮斗		IEC 60335-2-3: 2002
11	浸入式加熱器 (電湯匙)		IEC 60335-2-74: 2002
12	電茶壺		IEC 60335-2-15: 2002
13	雷射光碟播放器		IEC 60065: 2001
14	微波爐		IEC 60335-2-25: 2002
15	可移動型室內空器調節器		IEC 60335-2-40: 2002
16	攪拌器、果汁機、切碎機及其他類似電器		IEC 60335-2-14: 2002
17	電冰箱		IEC 60335-2-24: 2000

編號	受管制產品名稱	新加坡標準 (SS)	國際標準
18	電鍋		IEC 60335-2-15: 2002
19	室內空氣調節器		IEC 60335-2-40: 2002
20	電視/影響顯示器		IEC 60065: 2001
21	桌扇/立扇		IEC 60335-2-80: 2002
22	桌燈/立燈		IEC 60598-2-4: 1997
23	烤麵包機、烤肉架、烘烤器、電爐		IEC 60335-2-9: 2002 (適用於烤麵包機、熱盤 (包括感應型)、烤肉架、烤箱及類似器具) IEC 60335-2-13: 2002 (適用於油炸鍋、電鐵鍋及類似器具) IEC 60335-2-78: 2005 (適用於戶外電烤肉架)
24	錄放影機		IEC 60065: 2001
25	吸塵器		IEC 60335-2-2: 2002
26	洗衣機		IEC 60335-2-7: 2000
27	壁扇/頂吸扇	SS 360: 1992 (僅適用 5.7 & 5.8 條) (適用於吊扇)	IEC 60335-2-80: 2002
28	桶裝瓦斯零件-軟管	SS 233: 1996	
29	桶裝瓦斯零件-調整器	SS 281: 1984	
30	桶裝瓦斯零件-安全閥	SS 294: 1998	
31	卡式爐		EN 30-1-1: 1998 或 AG 101: 1998
32	瓦斯罐	SS 400: 1997	
33	攜帶式瓦斯烹飪器具	SS 401: 1997	
34	3 極方形刀片 13A 插頭	SS 145: Part 1: 1997	
35	插頭用保險絲 (≤13 amp)	SS 167: 1977	
36	3 極圓形刀片 15A 插頭	SS 472: 1999	
37	多極型轉接器	SS 246: 2004	
38	攜帶式 3 極刀片插座	SS145: Part 2: 1997	
39	攜帶式轉盤型電源線組	SS 307: 1996	
40	即熱式電熱水器	SS 146: Part 2: 5: 2007	
41	儲存式電熱水器	SS 146: Part 2: 8: 2007	
42	漏電斷路器	SS 97: Part 1: 2005	
43	3 極刀片 13A 插座	SS 145: Part 2: 1997	BS 4177: 1992 (電爐控制設備) BS 7288: 1990 (RCD 插座)
44	3 極刀片 15A 插座	SS 472: 1999	
45	家用牆上開關	SS 227: Part 1: 2000	IEC 60669-1: 1998
46	螢光燈管安定器		IEC 61347-2-8: 2000 (電磁式) IEC 61347-2-3: 2000 (電子式)
47	投射燈用隔離變壓器		IEC 61558-2-6: 1997 (電磁式) IEC 61347-2-2: 2000 (電子式) IEC 61347-2-13: 2006 (LED 燈)

資料來源：SPRING 網站，新加坡受管制產品清單，

http://www.spring.gov.sg/QualityStandards/CPS/Documents/List_of_controlled_goods.pdf。

SPRING 透過調查客戶投訴、事件和事故來監控在新加坡銷售的受管制產品的安全性，將獲得的實踐經驗轉變為對受管制產品的具體要求，因此，受管制產品除了要符合相關的安全標準外，也要符合 SPRING 對受管制產品的要求。

（二）CGSR 規範之產品

CGSR 旨在提高未受規範的一般消費品安全，所謂的一般消費產品包括玩具、兒童用品、成衣、運動及休閒產品、家具、床墊、寢具及 DIY 工具等。CGSR 有明訂一些產品不在其管轄範圍，包括：

1. 受《消費者保護（安全要求）條例》管轄的產品；
2. 舊貨或二手貨，供應商在供應產品前，明確通知接收人，產品是舊貨或二手貨；
3. 為出口到新加坡以外的地方而生產的產品或為再出口而進口的產品；
4. 隸屬於或受新加坡明文法律規定管轄的產品；
5. 受《管制害蟲與殺蟲劑法》（Control of Vectors and Pesticides Act）管轄的殺蟲劑和驅蟲劑；
6. 受《醫藥法》（Medicines Act）管轄的藥品；
7. 受《道路交通法》（Road Traffic Act）管轄的機車、機車安全帽和兒童固定裝置；
8. 受《藥品銷售法》（Sale of Drugs Act）管制的藥品；
9. 受《衛生肉類和魚類法》（Wholesome Meat and Fish Act）管轄的肉類和魚類。

第二節 通報制度

《消費者保護（安全要求）條例》與《消費者保護（消費品安全要求）條例 2011 年(CGSR 2011)》均未納入強制性通報義務之規定，此外，兩者間僅《消費者保護（安全要求）條例》訂有授予主管機關 SPRING 針對消費產品事故進行調查之權力，CGSR 2011 對於消費產品事故之調查則未有規定。由此觀之，無論 CPS 註冊管制產品或是 CGSR 其他一般消費產品，SPRING 獲知不安全消費產品之資訊，現行制度仍以市場監督與自願性通報來源為主¹⁶³。

一、CPS 產品事故調查

根據《消費者保護（安全要求）條例》第 19 條之規定，SPRING 應根據其所收到之任何投訴或掌握之資訊，針對註冊管制產品發生之事故案件展開調查，須以事故中存在以下一種或數種情況：a) 導致註冊管制產品發生毀損；b) 導致其他財產毀損；或 c) 導致其他人員受傷或死亡。

同條進一步要求 SPRING 必須在 60 天內完成調查報告，說明事件發生的原因。調查程序中，管制產品供應商應提供受管制產品技術文件給安全主管機關。

此外，該條例將事故調查之結論分為三種情況，主管機關 SPRING 必須依據不同情況分別處理：

1. 若事故是註冊管制產品使用不當所導致，則根據條例第 20 條之規定，主管機關應以結案處理；
2. 若事故是產品符合性問題，包括未經驗證之修正或是測試與驗證環節之錯誤所導致者，SPRING 應要求產品提供商提出說明。經產品提供

¹⁶³ SPRING Singapore (2011), Consumer Protection (Consumer Goods Safety Requirements) Regulations 2011 (CGSR) Information Booklet, Edition 1.3. page21

商提出資料說明後，**SPRING** 必須進一步決定認定該產品對於公共安全是否有可能產生危害，而做成禁止管制產品流通或是協調修正錯誤避免事故發生之決定；

3. 若事故原因不明，但事故涉及人員死亡或重大傷害者，**SPRING** 得延長調查期間，以三十天為限，亦得決定禁止管制產品之流通。

二、CGSR 通報執行方法

根據 **CGSR** 第 3 條之規定，**CGSR** 並未設計強制性通報義務，亦未訂有任何關於產品安全事故調查程序之規定。相對地，**CGSR** 僅明訂遇到產品不符合安全標準的情況時，安全主管機關得採取的措施包括：a) 針對不安全消費性產品發布公告；b) 要求經銷通路與供應商等相關業者配合採取必要措施，將不安全產品資訊通知其使用者。細部執行規定應參考 **SPRING** 製作之 **CGSR** 宣導手冊之說明¹⁶⁴，宣導手冊進一步說明消費者、供應商及安全主管機關所要採取的行動，通報主體及執行方法，以及不安全消費產品通報格式。

(一) 標準、生產力與創新局 (SPRING)

「標準、生產力與創新局」為安全主管機關，平時會定期展開日常市場監督，此為其執法工作的一部份。如果一個產品被通報為不安全產品，**SPRING** 將調查該產品是否確實是不安全的；倘若一項產品已被發現係為不安全者，**SPRING** 將通知供應商（包含製造商、批發商及零售商）及大眾，並指示供應商停止銷售不安全產品給消費者，並要求供應商告知用戶產品的潛在危險。在通知大眾的部分，需在新加坡的報紙至少刊登 4 天，並分別使用英語、馬來西亞語、中文及印度泰米爾語。

¹⁶⁴ **SPRING** Singapore (2011), **CONSUMER PROTECTION (CONSUMER GOODS SAFETY REQUIREMENTS) REGULATIONS 2011 (CGSR) Information Booklet, Edition 1.3.**

(二) 供應商

供應商包括製造商、批發商及零售商，其角色是提供安全的產品，如果任何貨物被發現是不安全的，他們應該通知「標準、生產力與創新局」及消費者，並停止銷售不安全的產品。

(三) 消費者

消費者要確保自己所購買的產品是安全的，在購買及使用產品時，要注意不安全產品的召回通知。如果消費者懷疑任何產品是不安全的，應立即停止使用該產品，並主動通知「標準、生產力與創新局」及供應商。

(四) 通報格式

根據 CGSR 宣導手冊之說明，有意將不安全消費產品資訊向 SPRING 通報者，可以透過郵寄、專線電話、電子郵件與傳真等管道提出通報，其通報格式如下：

安全問題通報表

公司名稱

地址

通報人

職稱

連絡電話

傳真

電子郵件

產品類型

品牌與型號

編號

產品瑕疵問題

安全問題發現時點與經過

產生危害型態: (火災危險、機械性危險、化學危險、電子危險、其他類型)

意外事件數量: (包括簡述意外日期、相關人年齡、傷害資訊等)

產品經銷資訊: (全國/特定地區)

問題產品總數

1. 其他廠商資訊(進口商、經銷商、零售商等):

2. 已採取矯正措施:

已採取矯正措施之檢視:

已停止製造 / 已停止分銷 / 已停止零售

已通知問題產品持有人 / 已通知分銷管道 / 已通知其他流通點

採取通知之時點與方式描述:

簽名 (日期)

聲明:

依本人之所知及所信，於本文件內之陳述及資料乃屬真確與詳盡

第三節 矯正措施制度

一、CPS 管制產品之矯正規定

根據《消費者保護（安全要求）條例》第 18 條至第 25 條之規定，CPS 計畫下之矯正措施以暫停或禁止流通命令為基礎，另根據主管機關之判斷可進一步發動召回與通知使用者兩項要求。此外，安全主管機關 SPRING 可以在兩種情況下針對管制產品與註冊供應商發出暫停或禁止流通命令，一是違反 CPS 註冊資格、驗證等要求時，二是產品涉及安全事故且與產品符合性問題有關，包括未經驗證之修正或是測試與驗證環節之錯誤所導致者。

1. 暫停或禁止供應命令之要件

根據第 18 條之規定，當發生下列情況時，安全主管機關可以命令暫停或禁止受管制產品之供應：

1. 註冊產品不再符合安全主管機關的要求；
2. 註冊供應商出具不實的符合性證明書；
3. 註冊供應商已經違反、正在違反或可能違反任何安全主管機關在受管制產品註冊上所施加的條件；
4. 註冊供應商已經違反、正在違反或可能違反任何《消費者保護（安全要求）條例》中有關安全標誌及註冊供應商義務之條款。

另根據第 21 條規定，經安全主管機關確認產品安全事故係因未經驗證之修正或是測試與驗證之錯誤所導致者，安全主管機關應根據錯誤情況判斷是否命註冊供應商改正(fix)或暫停或禁止受管制產品之供應。

2. 暫停或禁止命令之程序規定

當安全主管機關要暫停或禁止任何註冊產品的供應之前，應通知註冊供應商，在通知書上註明安全主管機關擬暫停或禁止註冊產品供應的原因，並給予供應商一段提供解釋的時間，此期間不得少於 14 天。

在給予供應商合理的解釋機會，且考量了供應商所提供的理由後，安全主管機關可以根據不同的情況，採取下列的行動：

- (1) 安全主管機關認為情況合理，而停止對已註冊之受管制產品採取暫停或禁止供應之行動；
- (2) 暫停供應已註冊之受管制產品，直到安全主管機關認為暫停情況已經可以解除；
- (3) 禁止供應已註冊之受管制產品，同時安全主管機關應將此決定行文通知註冊供應商。

3. 註冊管制產品之調查

安全主管機關應該調查任何涉及已註冊受管制產品事故之投訴或資訊，查明受管制產品受到的損害、其他財產受到的損害，或者是否有人因而受傷，甚至死亡。受管制產品供應商根據《消費者保護（安全要求）條例》第 16（3）條，應提供受管制產品技術文件給安全主管機關，由安全主管機關在 60 天內完成調查報告，說明事件發生的原因。

若安全主管機關調查結果顯示，事件的發生是由於濫用受管制產品所導致的結果，安全主管機關應駁回收到的申訴或資訊。若安全主管機關調查結果顯示，事件的發生導因於受管制產品未符合安全主管機關之規定，安全主管機關需行文通知供應商調查結果，並應暫停受管制產品之供應。

註冊供應商接到調查結果通知後的 30 天內，可向安全主管機關提出證據加以解釋。安全主管機關在考量註冊供應商之解釋及證據後，若認為考慮到公眾安全應該停止，則應禁止該註冊產品之供應；若認為不會損害公眾安全，安全主管機關可以解除對受管制產品之暫停供應命令，但要確保類似的意外不會再次的發生。

4. 不安全產品之召回

根據《消費者保護（安全要求）條例》第 24 條之規定，禁止或暫停命令之效力包括：1) 暫停或撤銷管制產品之註冊資格；2) 得要求註冊供應商實施召回；以及 3) 得要求註冊供應商通知產品使用者。

- (1) 暫停或撤銷管制產品之註冊資格---任何註冊產品如被安全主管機關命令暫停供應，管制產品之註冊資格亦被視為暫停；另一方面，註冊產品如被安全主管機關命令禁止供應者，則管制產品之註冊資格即被撤回；
- (2) 實施召回---若主管機關認有永久停止流通而給予禁止供應之通知時，安全主管機關應要求註冊供應商必須針對產品實施有效的召回措施，且註冊供應商要持續向安全主管機關通報召回的進度；
- (3) 通知產品使用者---同時要向使用者告知這些產品的潛在危險。此外，註冊供應商亦應將禁止或暫停命令通知直接或間接使用不安全受管制產品的下游供應商。

二、CGSR 公告、通知與矯正規定

根據 CGSR 第 3 條之規定，在產品與 CGSR 要求符合之安全標準不一致的情況，主管機關 SPRING 得以採取公告、通知與管制流通等三項措施：

- (1) 發布警示公告---在產品與 CGSR 要求符合之安全標準不一致的情況，主管機關 SPRING 得公告該項產品為不安全產品；
- (2) 管制流通---SPRING 得命產品供應鏈與交易過程中相關人等，在新加坡境內停止或管制該項產品之流通；
- (3) 通知---SPRING 得命產品供應鏈與交易過程中相關人等，通知產品使用者該項產品存在之潛在危險性。

三、罰則

CPS 計畫針對問題產品之召回訂有罰則，以確保召回措施之落實執行。根據《消費者保護（安全要求）條例》第 24 條之規定，經 SPRING 依法要求註冊供應商實施召回與停止流通的情況，未依規定實施召回或違反規定繼續供應產品，均可處以可處以 12 個月以下有期徒刑，得併科 2000 元（新加坡幣）以下罰金。

另根據 CGSR 之規定，在產品不安全公告公布後，「任何」繼續銷售該產品，或不遵守 SPRING 的指示之人，即屬於犯罪。第一次違反者一經定罪，違法者可處以 12 個月以下有期徒刑，得併科 2000 元（新加坡幣）以下罰金。；在第二次以後定罪的情況下，違法者可處以兩年以下有期徒刑，得併科 10,000 元（新加坡幣）以下罰金。

第四節 小結

綜合本章整體介紹可知，新加坡消費產品安全制度係由消費者保護註冊計畫(CPS)與 2011 年消費品安全要求(CGSR 2011)所架構而成，再分別比較兩者制度間之規範異同後，可以歸納出下列特點：

- 適用產品之涵蓋範圍並不互相重疊---CPS 計畫與我國應施檢驗產品制度較為相近，針對公告納入清單之產品實施強制檢驗與安全標誌規定。相對於此，CGSR 則是針對未實施強制檢驗之一般消費產品適用，已經依 CPS 計畫納入註冊管制之 45 類家用電器、電子產品和瓦斯器具及不在適用之列。
- 新加坡並未設置強制性通報義務---根據 CPS 與 CGSR 相關規範與指引手冊之內容，新加坡並未將強制性通報義務納入其消費產品安全制度中，即便是屬於 CPS 計畫所管制之註冊產品，其註冊供應商並未被賦予強制性通報義務，主管機關 SPRING 仍以其所收到之任何投訴或掌握之資訊為監督消費產品安全之資訊主要來源。
- 一般消費產品安全性之規範方法---針對產品安全性問題，CGSR 僅要求主管機關判斷「產品與 CGSR 要求符合之安全標準是否一致」，該法並未具體規範調查程序，亦未進一步將安全性之判斷與商品事故之發生做連結。
- 一般消費產品之矯正著重事故防免---比較 CPS 與 CGSR 兩項制度矯正措施相對人、涉及矯正措施類型以及罰則可知，兩項制度具備的矯正措施大致相同，但矯正措施相管人的範圍則大不相同。管制產品之安全問題主要繫責於註冊供應商，但另一方面，一般消費產品之相對人則遍及產品供應鏈與交易過程中任何相關人，相關人等若是繼續銷售該產品，或不遵守 SPRING 關於管制流通與通知使用者之指示，可能面臨有期徒刑與罰金之處罰。CGSR 之規範設計使得主管機關在一般消費產品安全性問題之處理取代業者，居於主動性地位，包括:其必須承擔矯正措施判斷之角色，以及選取有效之矯正方式。

表 6-3 CGSR 與 CPS 制度比較表

項目	消費者保護註冊計畫(CPS)	2011 年消費品安全要求 (CGSR 2011)
規範架構	根據消費者保護（產品說明及安全要求）法訂定之 《消費者保護（安全要求）條例》；以及 《消費者保護（安全要求）註冊計畫》	根據消費者保護（產品說明及安全要求）法訂定之 《消費者保護（消費品安全要求）條例 2011 年》
主管機關	標準、生產力暨創新局	標準、生產力暨創新局
產品範圍	包括家用電器、電視音響、家用電腦、固定照明電器、插頭插座以及瓦斯器具等，依法管制 45 類家用電器、電子產品和瓦斯器具	第一類---國際標準機構公布安全標準的消費產品 第二類---地區或國家標準機構制定、批准及公布安全標準的消費產品 排除其他專法管轄產品(亦排除適用 CPS 之消費產品)
通報義務	未制定強制通報義務	未制定強制通報義務
調查程序	主管機關必須依據調查結果採取後續行動	未規定
發布問題 產品公告 之要件	註冊管制產品發生事故: a) 導致註冊管制產品發生毀損； b) 導致其他財產毀損；或 c) 導致其他人員受傷或死亡	產品與 CGSR 要求符合之安全標準不一致的情況，主管機關得公告該項產品為不安全產品
矯正措施 相對人	註冊供應商(註冊義務人)	產品供應鏈與交易過程中任何相關人等
涉及矯正 措施類型	召回 暫停或禁止流通 通知使用者	發布警示公告 管制流通 通知使用者
罰則	未依規定實施召回或違反規定繼續供應產品，可處以有期徒刑與罰金。	繼續銷售該產品，或不遵守 SPRING 關於管制流通與通知使用者之指示，可處以有期徒刑與罰金。

第七章 澳洲消費商品事故規範制度

第一節 商品安全體系

一、商品安全體系

在澳洲的商品安全體系下，又可將商品區分為一般消費商品與特定商品，而不同類型的商品則由不同的政府機關負責監管。一般消費商品方面，只要不屬於特定商品類別者，主要為個人於日常生活中所使用者即屬一般消費商品，其主要由「澳洲競爭與消費委員會」(The Australian Competition and Consumer Commission，以下簡稱 ACCC)及其各洲與各領地之保護機關負責監控。特定商品方面，主要包括農業、船隻與海上安全、建築與建築材料、食品、藥品、燃氣用具、電子產品、獸醫產品、汽車與道路交通安全、化學品等，則由不同的特定主管機關加以監管。換言之，ACCC 並不負責監管特定商品之安全運作。

整體而言，澳洲商品安全體系之運作主要是依靠消費者、供應商以及政府機關三者共同合作，以確保現存商品或新型態商品之運作安全。為確保商品之運作安全，澳洲所採取之方法主要來自於下列四項：（1）供應商之自願行動；（2）於政府法令中提供誘因鼓勵以確保安全商品之製造；（3）限制銷售不安全之商品；（4）透過資訊公告與教育宣導，促使消費者能選擇安全之商品以及安全使用商品。有關澳洲整體之商品安全運作與架構可以下圖表示。

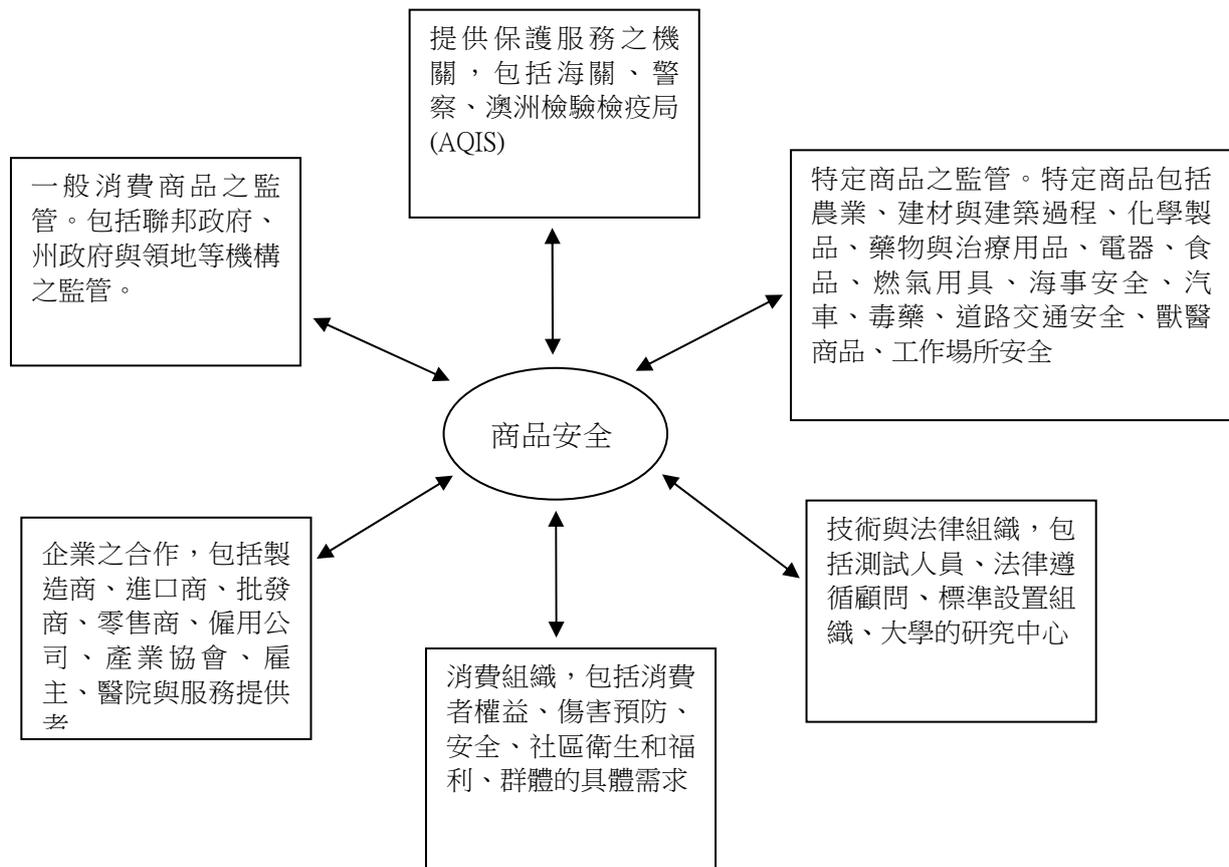


圖 7-1 澳洲商品安全體系之概況¹⁶⁵

二、法源依據

(一) 澳洲消費者保護相關法令之沿革

2011 年之前，第一個全國性用以管理澳洲消費安全之法令主要為 1974 年所制定之《貿易行為法》(Trade Practices Act)。然而，貿易行為法並非僅專屬於管理消費安全而用，其同時涵蓋多項行為。2010 年澳洲正式將《貿易行為法》更名為《2010 年競爭及消費者法》(Competition and Consumer Act

2010，以下簡稱 CCA），並將 2011 年新制定的《澳洲消費者保護法》(the Australian Consumer Law, 簡稱 ACL)以附表二之方式置於《2010 年競爭及消費者法》中列出。於此之後，澳洲才有一部正式專為消費者保護之全國性法規。

由於 ACL 的引入，澳洲有了一個全新的國家統一制度，以規範消費商品和相關服務商品的安全性，過去澳洲各州及領地均各自有其對消費者保護之相關規範，如今適用統一之架構，對澳洲而言，也減少了許多繁文縟節，更強化消費商品安全之保護。然而，由於 ACL 之實施日期為 2011 年 1 月 1 日，因此在該日期前發生之所有交易，仍可繼續延用各州與領地原先之相關消費者保護法規；之後所發生之交易則適用 ACL 之規定。

（二）澳洲消費者保護法

《澳洲消費者保護法》整部規範主要可分為五章¹⁶⁶（共計 287 條），第一章為簡介（Introduction），主要闡述該法係為單一一套有關消費者保護法的法律概念之定義與解釋性規定。第二章為一般保護（General Protections）條款，包括（1）全面禁止具有誤導與欺騙之貿易或商業行為；（2）全面禁止貿易與商業不公正之行為，以及消費者與某些商業交易不公正行為之特別禁令；（3）可就消費者合約中關於不公平合約條款裁定無效之規定。

第三章部分，有別於第二章之規範，為確保消費者不會受到不公正商業行為之對待，因此，第三章針對可能造成重大損害之特定市場行為，例如作出關於商品、服務或土地交易之虛假或誤導性陳述、餌誘式廣告宣傳、威嚇或強迫消費者、金字塔式銷售(俗稱之老鼠會)、供應非訂購貨品或服務、推薦式銷售及虛假提供贈品等行為，加以規範並提供特定保護（Specific

¹⁶⁵ 澳洲商品安全，<http://www.productsafety.gov.au/content/index.phtml/itemId/972808>

¹⁶⁶ 澳洲消費者保護法，

http://www.comlaw.gov.au/Details/C2011C00003/Html/Volume_3#param46

Protections)。整體而言，第三章之內容主要包括（1）禁止在貿易或商業中採行特定不公平之措施；（2）消費商品之安全與產品相關服務；（3）處理消費者對商品或服務之交易；（4）資訊標準之制定與執行；（5）製造商對瑕疵商品之責任。

第四章則為犯罪行為（Offences）之相關規定，主要與第三章所涵蓋某些事項相關之刑事罪行。第五章為執法與矯正措施（Enforcement and Remedies），主要適用於消費者保護法有關之國家執法權力與矯正措施。

在 ACL 下，有關澳洲消費者商品安全執法之架構¹⁶⁷可參照下圖：

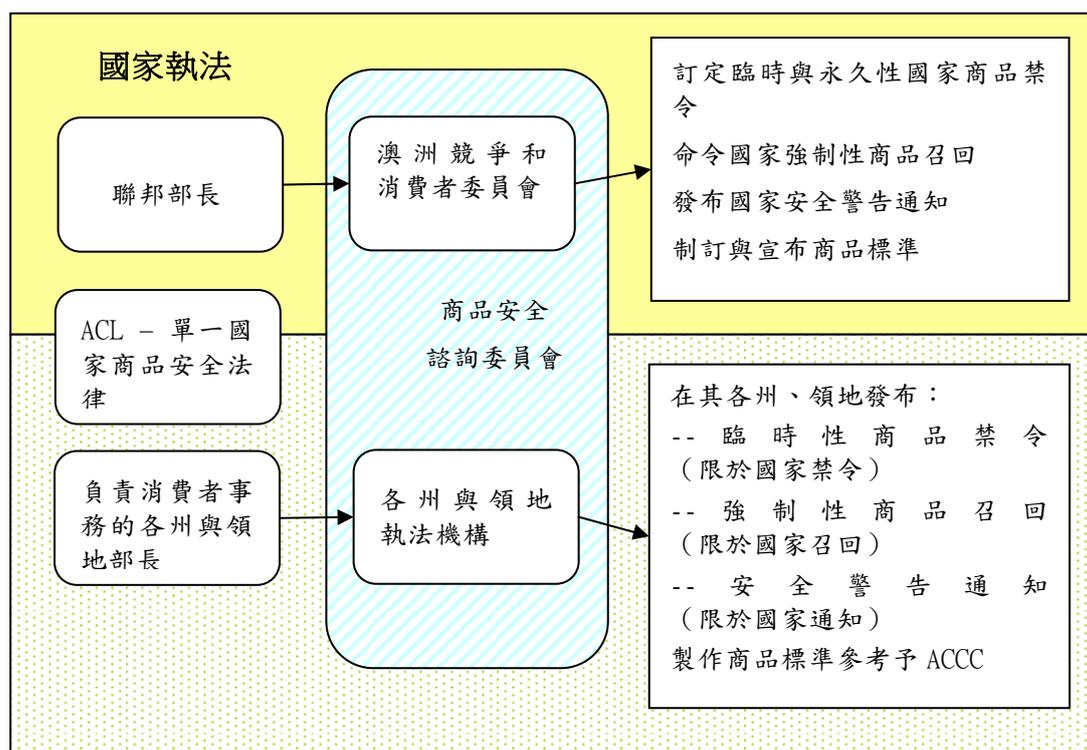


圖 7-2 澳洲消費者商品安全執法架構圖

¹⁶⁷ The Australian Consumer Law – An introduction, November 2010, Page 9.

三、主管機關

由於澳洲將消費商品區分為一般消費商品與特定商品，因此主管機關並不相同。主管一般消費商品之機關為澳洲競爭與消費者委員會與各州、領地消費者保護機構，主管特定商品之機關則因商品之不同又各有其不同之主管機關。

(一) 一般消費商品之主管機關

有關《澳洲消費者保護法》的管理與實施係由澳洲競爭與消費者委員會與州、領地消費者保護機構來負責，ACCC 亦為澳洲整體聯邦之競爭法之執法機構，即負責執行《2010 年競爭及消費者法》，其僅受理重大違法案件，其餘則由受害人循民事途徑解決或向各州、領地之公平交易局提出申訴。

澳洲競爭與消費者委員會之目的主要為促進市場競爭和公平貿易，以有利於消費者、企業與社會之保護。同時，其亦就國家基礎設施服務訂定相關規定。整體而言，ACCC 主要責任為確保個人與企業都能遵守聯邦競爭、公平貿易與消費者保護法。

ACCC 會為一獨立的法定機構，其成立於 1995 年。成員包括主席一人、副主席、專職委員、當然成員與準成員，指定參與者包括聯邦、州與領地之政府。另設有 6 個諮詢委員會¹⁶⁸，包括消費者諮詢委員會（Consumer Consultative Committee）、衛生部門諮詢委員會（Health Sector Consultative Committee, HSCC）、基礎建設諮詢委員會（Infrastructure Consultative Committee）、燃料諮詢委員會（Fuel Consultative Committee, FuelCC）、小型商業諮詢委員會（Small Business Consultative Committee）、以及特許經營諮詢委員會（Franchising Consultative Committee, FCC）。

ACCC 之成員通常於每週定期舉行會議，並對 ACCC 所進行之調查事項

¹⁶⁸ ACCC 諮詢委員會，<http://www.accc.gov.au/content/index.phtml/itemId/868033>

作出決定，會議通常是主席主持，且必須有至少兩位以上的全職成員參與，討論事項包括合併、授權與通知該案件是否進入法院程序，以及進行有關進入基礎設施之決定。

除了成員結構外，在組織結構方面涵蓋 15 個部門與 1 個外部機構¹⁶⁹，包括（1）首席執行官（Chief Executive Officer）、（2）副主席執行官規範（Deputy Chief Executive Officer Regulation）、（3）副主席執行官競爭與消費者（Deputy Chief Executive Officer Competition and Consumer）、（4）企業處（Corporate Division）、（5）執行與遵法處（Enforcement and Compliance Division）、（6）遵法、行動組（Compliance, Operations Group）、（7）執法行動組（Enforcement Operations Group）、（8）法律組（Legal Group）、（9）合併與判決組（Mergers and Adjudication Group）、（10）競爭與消費者經濟組（Competition and Consumer Economic Unit）、（11）通信組（Communications Group）、（12）燃料組（Fuel Group）、（13）監管發展分部（Regulatory Development Branch）、（14）運輸及一般價格監督分部（Transport and General Prices Oversight Branch）、（15）水上分部（Water Branch）。

外部機構則為澳洲能源局（Australian Energy Regulator, AER），其功能為制定國家能源市場相關規範與立法，亦為一獨立的法定機構。雖然澳洲能源局為一外部機關，但仍受 ACCC 之監督管制。目前 ACCC 總部設於坎培拉，於各主要城市共設有 9 個辦事處，並設有資訊中心與熱線¹⁷⁰。

ACCC 所執行的公平貿易與消費者保護角色之作用，係為輔助州與領地消費者事務機構管理其管轄範圍與聯邦財政部競爭與消費者政策處（the Competition and Consumer Policy Division of the Commonwealth Treasury）之相關立法，若是 ACCC 所提出之爭端解決的建議可能作為替代訴訟時，將可

¹⁶⁹ ACCC 組織結構，<http://www.accc.gov.au/content/index.phtml/itemId/54174>

授權一些反競爭行為，並在必要時採取法律行動。因此 ACCC 所提出之倡議包括促進鄉村地區及未開發社區之消費教育。

除此之外，ACCC 為達成完善消費者保護之目的，其運用三項靈活與整合之策略，包括¹⁷¹（1）執行法律，包括透過行政手段或提起訴訟之方式來處理可能之違法行為；（2）透過教育與提供消費者及企業關於其在競爭與消費者法案下之權利義務等資訊，以鼓勵其遵守法律之規定；（3）與其他機構一起共同合作。

（二）特定商品之主管機關

只要被歸類於特定類別之特定商品，將由不同之主管機關予以規範，而這些特定商品之主管機關¹⁷²包括澳洲海事安全局（Australian Maritime Safety Authority, AMSA）、澳洲農藥及動物用藥管理局（Australian Pesticides and Veterinary Medicines Authority, APVMA）、基礎建設、交通、區域發展及地方政府部（Department of Infrastructure, Transport, Regional Development and Local Government）、澳洲與紐西蘭食品標準局（Food Standards Australia & New Zealand, FSANZ）、燃氣技術監管委員會（Gas Technical Regulators Committee, GTRC）、澳洲國家工業化學品評估管理機構（National Industry Chemicals Notification & Assessment, NICNAS）、藥物管理局（Therapeutic Goods Administration, TGA）、澳洲建築規範委員會（Australian Building Codes Board, ABCB）、電器法規主管機關委員會（Electrical Regulatory Authority Council, ERAC）、農牧業安全署（PrimeSafe）、澳洲能源管理局（Australian Energy Regulator）、維多利亞

¹⁷⁰ ACCC 辦事處，<http://www.accc.gov.au/content/index.phtml/itemId/54229>

¹⁷¹ Compliance and Enforcement Policy, Commonwealth of Australia 2012.
<http://www.accc.gov.au/content/item.phtml?itemId=867964&nodeId=8030de4e19e03d3ddcd a05774cfb789d&fn=Compliance%20and%20enforcement%20policy.pdf>

¹⁷² 特定商品之主管機關（規範者），
<http://www.productsafety.gov.au/content/index.phtml/itemId/977632>

州能源安全局（Energy Safe Victoria）、澳洲海關總署（Australian Customs & Border Protection Service）等。

四、規範對象

整體而言，澳洲商品安全之規範對象包括特定商品與一般消費商品，特定商品由特定主管機關監管，一般消費商品則由 ACCC 主管。

澳洲對於商品的分類上，共有 19 個類別¹⁷³，包括（1）動物與農業、（2）嬰幼兒、（3）自行車、（4）船舶與海上安全、（5）消費商品中之化學製品、（6）服飾與配件、（7）火與可燃物、（8）食品及雜貨、（9）傢俱、居家用品及窗戶設備、（10）燃氣及電器、（11）五金及建材、（12）衛生與化妝品、（13）新穎商品、（14）水療、游泳池及游泳、（15）體育與娛樂、（16）煙草與吸煙配件、（17）玩具、（18）汽車及配件、（19）武器。在上述 19 類商品中，只要是排除特定商之類別，其他所有商品即為一般消費商品。

在上述各類別產品中，只要非屬特定商品類別之任何商品，即為一般消費商品範疇。一般消費商品之項目通常以家用個人商品居多，而 ACCC、各州與領地之消費者機構皆負責一般消費商品之監管與安全。若是這些機構並無規管理這些消費商品，則一定會有某些自願性與強制性原則之運作機制，使其盡量減少事故風險。而這些原則包括（1）自願性標準（voluntary standards）、（2）禁止與強制標準（bans and mandatory standards）、（3）召回（recalls）、（4）商品責任（product liability）。

至於特定商品部分，則為上述 19 個類別品中，屬於農業、船舶與海上安全、建築與建材、化學製品、藥物與治療用品、電器、食品、燃氣用具、汽車與道路交通安全、毒藥、獸醫商品者，並有個別特定政府主管機關加以監管與

¹⁷³ 澳洲商品分類，<http://www.productsafety.gov.au/content/index.phtml/itemId/970796>

規範。

第二節 通報制度

在澳洲消費商品安全架構下，澳洲之通報制度又可分為強制性通報（mandatory reporting）與自願性通報兩種。強制性通報方面，澳洲規定所有消費產品供應鏈(supply chain)中之參與者，只要發現消費性商品有造成死亡、嚴重傷害或疾病之情事或可能性者，供應商對 ACCC 皆負有強制性通報責任。自願性通報方面，由於係為自願通報之措施，目前仍未有相關法律規範，惟若有使用該消費商品之任何人，認為該消費商品有不安全之情況，即可對其提出不安全通報。以下針對強制通報制度與自願性通報制度為進一步之說明。

一、強制性通報

（一）法源依據

有關強制通報制度之規範，主要規定於《澳洲消費者保護法》第 131 與第 132 條。第 131 條為消費商品應進行強制通報之規範，第 132 條則是針對與產品相關服務應進行通報之規定。依據此兩條之規定，所有消費產品供應鏈中之參與者，在貿易或商業行為中所提供之消費商品或與產品相關之服務，如已察覺在合理預期使用（含誤用）下會對任何人造成死亡、嚴重傷害、或疾病者，則供應商必須在兩天內提出書面通知通報 ACCC 部長。

除此之外，該法尚要求供應商不可洩漏相關通報之機密內容。第 132A 條¹⁷⁴規定，所有消費產品供應鏈中之參與者不能洩露依規定所通報之內容，或是將資訊部分內容給與其他任何人，除非其已同意通報，或部分內容不涉及機密資訊。

¹⁷⁴ 132A Confidentiality of notices given under this Division in ACL.

（二）通報義務主體

強制通報義務主體方面，依據「消費商品強制通報指引」（A guide to the mandatory reporting law in relation to consumer goods）之說明，消費商品供應鏈中所有參與者對於察知消費商品引起如死亡或嚴重傷害或疾病等事件，都必須提出通報。所謂的供應鏈中所有參與者，包括消費商品之零售商、經銷商、分銷商、安裝人員、維修人員、進口商、製造商與出口商等¹⁷⁵。

對於通報之要求，關於消費商品造成任何人死亡或嚴重傷害或疾病之訊息只須通報一次，無須從不同來源重複通報，惟若是每當獲取更多訊息時，則應再提供給 ACCC。另外，若是消費產品供應鏈參與者已知道消費商品的同樣型態另有新事實存在，應以新事件向 ACCC 提出通報。

雖然強制通報之義務主體為供應鏈中之所有參與者，但供應鏈參與者可授權代理人（agent）代表其提交強制通報報告書。此外，代理人不限於僅代理一位供應鍊參與者，其可共同代理多位或所有供應鏈參與者來提交強制通報報告書。代理人之責任，包括有：（1）以書面向 ACCC 進行通報，並於同日代表一個或數個經確認（identified）之供應鏈參與者提交報告；（2）保證其將提供給所有經確認之供應鏈參與者關於代理人提交給 ACCC 通報報告之影本；（3）向 ACCC 提交本來應由供應鏈參與者應提交有關資訊揭露之書面同意書。在代理人向 ACCC 進行強制通報後，則供應鏈參與者即無須再就同一事件進行強制通報。¹⁷⁶

¹⁷⁵ A guide to the mandatory reporting law in relation to consumer goods, December 2010, Page 4.

¹⁷⁶ Same.

(三) 通報義務與執行方法

1. 通報義務

供應商對於消費商品造成任何人的死亡或嚴重傷與疾病事件負有強制通報義務。亦即在 ACL 之規定下，強制通報義務之要件有二：（1）有問題之商品為消費商品；（2）提供該類消費商品之供應商已察知有任何人遭受死亡或嚴重傷害或疾病等。又此處所指嚴重傷害或疾病係指在合格醫生或護士監督下，必須對嚴重人體傷害或疾病進行醫療或手術治療之程度。

然而，在某些案件下，若有其他法律或命令規定要求供應商應向其他不同政府機關，就死亡、嚴重傷害或疾病等事件進行通報，此時供應商即不需向 ACCC 負強制通報義務。供應商無須向 ACCC 負強制通報義務之相關事項規定於《2010 年競爭及消費者法》第 92 號規則(regulation)中。¹⁷⁷

2. 通報期限

依據 ACL 之規定，若供應商察知所提供之消費商品造成任何人死亡或嚴重傷害或疾病時，則供應商必須在兩天內提出書面通知，將必要資訊通報聯邦部長。兩天之通報期間係從供應商察知事件之第二天起算，若到期日適逢星期六、星期日、或是國定假定，則通報日期之期限則可延至下一營業日。計算期間方式可參見下表說明：

¹⁷⁷ A guide to the mandatory reporting law in relation to consumer goods, December 2010, Page 2.

表 7-1 強制通報一兩天期限之說明

供應商察知通報事件之日	強制通報給 ACCC 之到期日（下一營業日的午夜）*
星期一	星期三
星期二	星期四
星期三	星期五
星期四	星期一
星期五	星期一
星期六	星期一
星期日	星期二

*註 1：若於供應商所在地午夜之後通報，則為過期通報。

*註 2：若到期日適逢供應商所在地之國定假日，則強制通報之期限可延至下一營業日。

3. 通報執行方法

為符合強制通報之要件，供應鏈參與者須有適當之內部政策、流程與程序，以確保組織內有適當人員可儘速接收有關消費商品相關事件之資訊。然而，供應鏈參與者無論如何都須對通報負責，並且應鼓勵供應鏈參與者適當提交通報，即使時間已耽擱，但亦不應延遲通報。在強制通報架構中，供應鏈參與者必須提供事件之書面通知給部長，其須經由 ACCC 線上表格（www.productsafety.gov.au/mandatoryreporting）填妥相關資料，以完成與提交強制通報之報告。若是供應鏈參與者不能使用線上表格來提交報告，即必須聯絡 ACCC。而線上表格也允許供應鏈參與者提供電子郵件，以利 ACCC 可自動發送確認回條，表示 ACCC 已收到報告，以作為未來之參考。

有關線上表格之實際填寫內容¹⁷⁸，其說明使用該表格之對象包括零售商、供應商、批發商或分銷商、進口商或製造商、商品相關服務的提供者。填寫內容包括：

¹⁷⁸ 強制通報線上表格，

<https://www.productsafety.gov.au/content/maintain/create/index.phtml?contentTypeName=o>

- (1) 事件發生的具體詳細情況，包括該事件發生地點、該事件如何發生等。
- (2) 受害人資訊，包括死亡、嚴重傷害或疾病之描述等。
- (3) 商品資訊，包括商品名稱、商品說明、商品出售地等。
- (4) 通報者是否已有採取或打算採取任何之行動。
- (5) 額外資訊或評論，指對於該事件是否有補充之說明。
- (6) 通報人之具體詳細情況，包括企業名稱、聯絡人、企業地點、企業電話與傳真等。
- (7) 電子郵件，輸入電子郵件將可以獲取該次通報之回條。
- (8) 隱私與保密，依據《澳洲消費者保護法》第 132A 條規定，強制通報之所有內容，ACCC 將不會未經同意而洩露給任何人，除非為第 132A 條第 1 項之例外條款。
- (9) 同意揭露條款，是否同意將該通報告知澳洲其他監管機構，這些機構也將以機密性質來處理。

4. ACCC 之通報回覆

由於強制通報之主要目的係為強化監管制度之完整性，以及擴大主管機關對於認定案件與評估風險之能力。因此，ACCC 在接獲每一強制通報後皆會儘快審核案件。另外，對於死亡之通報，ACCC 會列為優先事件加以處理。

接獲通報後，首先，ACCC 將會調查整個事件之起因，包括所有細節，再決定是否要採取進一步之行動。除此之外，ACCC 亦會調查該事故之發生是否

次是因為商品直接導致，或是因為設計或製造錯誤等問題而產生。

其次，ACCC 將會要求通報者提供對該事故案件發生緣由之意見，此外，由於 ACCC 必須藉由通報人之調查與分析結果，以及其他相關資訊，才能決定是否須做出進一步之行動。因此，若有須要，ACCC 將持續與通報人接觸，以獲取通報人調查與分析之結果。基此，綜合上述資訊與調查結果，強制通報後 ACCC 可能採取之進一步行動，包括：

- (1) 無進一步採取行動；
- (2) 一項詳細的危險評估計畫 (detailed hazard assessment project) ；
- (3) 商品的自願或強制召回；
- (4) 非監管行動，如教育或警告；
- (5) 建立禁令或強制標準的監管行動；
- (6) 若違反規範，採取執法行動。

在 ACCC 決定進一步之行動後，ACCC 將立即告知通報人，使其採取因應行動。除此之外，ACCC 並將這些強制通報所累積之資訊匯集成資料庫 (database)，該資料庫將用於評估商品相關之可能危害風險，以建議必要的商品安全標準或禁令之修正方向。

(四) 違反通報義務之罰則

在罰則方面，依據《澳洲消費者保護法》第 202 條¹⁷⁹，若具有強制通報義務之供應商違反第 131 條與 132 條之規定，即沒有在供應商察知事件後的兩天

¹⁷⁹ 202 Suppliers to report consumer goods etc. associated with the death or serious injury or illness of any person in ACL.

內以書面通知通報聯邦部長，則供應商如為個人者，最高可罰 3,330 元美元；企業最高可罰 16,650 元美元。

二、自願性通報

自願性通報方面，如前所述，目前雖未有相關法律規範，惟若有使用該消費商品之任何人，認為該消費商品有不安全之情況，即仍可提出不安全之通報。在通報方式上，若消費者欲進行不安全一般消費商品之通報，其可透過線上填寫表格方式進行通報¹⁸⁰，以利建立一個新的不安全商品通報投訴。至於表格需填寫之內容包括以下六項：

- (1) 個人詳細資料，包括姓名、地址、住址、郵遞區號、上班電話、電子郵件等；
- (2) 不安全商品報告，包括為何要通報該商品、個人所採取之行動等；
- (3) 商品詳細資料，包括名稱、型號、品牌等；
- (4) 購買地點，包括商家名稱、地址、電話、購買日期等；
- (5) 商品安全描述，針對問題點進行敘述；
- (6) 協議條款，是否同意將該資訊給澳洲其他政府單位的消費者保護機構。

在填寫完成後，消費者必須選擇主管該商品安全之主管機關予以通報，無論是 ACCC 或是消費者所在區域之主管機關。上該可能之主管機關包括維多利亞州消費者事務（司法部）（Consumer Affairs Victoria (Department of Justice)）、新南威爾斯州公平交易（New South Wales Fair Trading）、北領

¹⁸⁰ 不安全一般消費商品通報之線上表格，

<http://www.productsafety.gov.au/content/maintain/create/index.phtml?contentTypeName=ossComplaint&informationSpaceItemId=tag.OssPublicContent&inPop=1&returnUrl=.%amp;type=Ot>

地消費者事務部（司法部）（Northern Territory Consumer Affairs (Department of Justice)）、昆士蘭公平交易（Queensland Fair Trading）、南澳消費者和商業事務辦公室（South Australia Office of Consumer and Business Affairs）、塔斯馬尼亞州公平交易（司法部）（Tasmania Fair Trading (Department of Justice)）、西澳州消費者保護（商務部）（Western Australia Consumer Protection (Department of Commerce)）。

第三節 矯正措施制度

在 ACL 規範架構下，除實施事故通報後所採行之矯正措施制度外，對於商品事故調查階段，ACL 亦有預先提出警告之因應制度，即安全警告通知制度(safety warning notices)，以徹底強化完善澳洲整體消費保護制度。以下分別就安全警告通知制度與矯正措施制度為進一步之說明。

一、安全警告通知

（一）法源依據

安全警告通知為正式之警示公告，相關規定訂於 ACL 第 129 與第 130 條中。ACL 第 129 條與第 130 條¹⁸¹，主要分別針對消費商品與產品相關服務之安全警告通知，發布通知之主體、以及公佈調查結果等相關事項加以規定。

（二）發布安全警告通知之主體

安全警告通知主要由 ACL 部長，或各地負責消費者事務之各州與領地部長進行公告通知。發布安全警告通知之作用在於通知消費者以及供應鏈中之所

her

¹⁸¹ 129 Safety warning notices about consumer goods and product related services, 130 Announcement of the results of an investigation etc. in ACL.

有參與者，特定之消費產品或與產品相關之服務可能會引起傷害，且該特定消費產品或與產品相關之服務正處於調查階段中。

依據 ACL 第 129 條第 1 項之規定，負責之部長可於網路上發布安全警告之書面通知。書面通知之內容包含在調查中發現將或可能會對任何人造成傷害，或是在合理預期使用下（含誤用）將或可能對任何人造成傷害之消費商品之聲明，以及使用書面通知中所指定消費產品或與產品相關之服務可能發生之風險警告。負責之部長於網路公告安全警告通知後，供應鏈之參與者不須立即停止提供該消費商品，但其必須對該消費商品之狀態持續關注。然而，若依規定已完成該項消費商品或服務之調查，則負責之部長必須儘快在網路上公布調查結果。另一方面，若 ACCC 部長已發布調查結果，則各州或領地之部長即不須再公布。

（三）矯正措施之採行

完成調查後，負責之部長必須發布調查結果，而發布之調查結果內容可納入建議採取之後續措施，包括：（1）對消費商品採取禁令或強制召回，並給與供應鏈參與者與 ACCC 召開會議討論之機會；（2）對消費商品實施緊急臨時禁令或強制召回。倘若部長認為該消費商品有可能引起死亡、嚴重疾病或傷害等立即風險，則部長必須立刻實施緊急臨時禁令¹⁸²。

二、矯正措施制度

在 ACL 規範架構中，矯正措施主要可分為兩種類型：（1）發布禁令（ban）；以及（2）召回制度。由於 ACL 並未針對矯正措施制度設有特定專章規範，而是於不同條文中就上該矯正措施加以規範，以下就上該兩種矯正措施之規範與要件等為進一步之說明。

¹⁸² Product safety – A guide for businesses and legal practitioners, 2010, Page 9.

（一）發布禁令

1. 法律依據

於某些情況下，ACCC 可針對消費商品或與產品相關服務採取禁令措施，目前澳洲之禁令措施共有兩種，即臨時禁令（Interim bans）與永久禁令（Permanent bans）。禁令之規定主要規範於 ACL 第 109 至 119 條中，其內容共包含三部分：臨時禁令之規定；永久禁令之規定；以及臨時禁令與永久禁令之效果與撤銷。

2. 禁令實施之主體

如前所述，澳洲之禁令又分為臨時禁令與永久禁令兩種，而有權限發動採取臨時禁令與永久禁令之主體並不相同。臨時禁令方面，任何負責消費事務之部長（包括聯邦部長或是各州、領地之部長）均可對不安全消費商品採取禁令措施，而一項臨時禁令之有效期限為 60 天，最多可再延長 60 天。各地或各州部長採行之臨時禁令，儘適用其管轄範圍。原則上，各州與領地之部長所採行之臨時禁令不須通知供應商，或是在採行禁令前給供應商機會召開會議。然而在緊急情況下則視情況而定。

永久禁令僅能由 ACCC 部長採行。ACCC 部長依法可對不安全之消費商品採取永久禁令或臨時禁令。若採取永久禁令，則該禁令並無到期日。由部長所採取之禁令，不論是永久或臨時禁令都適用於整個澳洲。若部長建議對該消費商品採行任何禁令（含臨時禁令與永久禁令），則部長必須以書面形式來通知供應商，該建議禁令通知（proposed ban notice）也必須以書面形式公布於網路上。除非對公眾有立即之危險，否則部長應給與供應商機會，在採行禁令措施前能與 ACCC 召開會議進行討論。

3. 發動禁令之要件

欲發動禁令必須符合些許要件。臨時禁令方面，依據 ACL 第 109 條之規定，聯邦、各州或領地之部長如欲發動臨時禁令必須符合以下要件之一：

(1) 該消費商品包括提供與產品相關之服務將或可能會對任何人引起傷害；
(2) 在合理預期下使用或誤用該消費商品，包括與其相關之服務將或可能導致傷害任何人；
(3) 其他部長已對同類產品發布禁令，或某消費商品中含有已被發布禁令之同類產品，且該禁令仍有效存續中。

永久禁令之發動要件則規定於 ACL 第 114 條，該條規定，ACCC 部長如欲發動永久禁令則必須符合以下要件之一：(1) 該項消費商品已被下達一項或多項臨時禁令，或者該項商品含有已被下達禁令之內容物，且禁令皆有效存續中
(2) 該消費商品包括提供與產品相關之服務將或可能會對任何人引起傷害；
(3) 在合理預期下使用或誤用該消費商品，包括與其相關之服務將或可能導致傷害任何人。

另一方面，倘若各州或領地之部長已對特定消費商品發布禁令，而 ACCC 部長也對相同消費商品採行禁令，則在 ACCC 部長禁令生效前，應立即停止各州或領地部長之禁令。

4. 發動禁令之效果

根據 ACL 第 118 條之規定，凡屬於禁令之消費商品，供應商皆不能提供已被發布禁令之消費商品。換言之，當禁令適用某項消費商品時，原則上供應商也不能基於貿易或商業之目的，針對該消費商品進行製造、持有、控制或出口之行為。不過，出口方面，若供應商得到 ACCC 部長之批准者則不在此限。

5. 禁令之撤銷

不論是臨時禁令或永久禁令，雖然經主管機關發動後，仍有可能被撤銷。

依據 ACL 第 113 條與第 117 條之規定，發布禁令之部長隨時可於網路以書面通知公告撤銷臨時禁令與永久禁令，以及公告禁令自此失效。

6. 違反禁令之罰則

罰則方面，依據 ACL 第 197 條之規定，若供應商未確實遵守消費商品之禁令，違法提供、製造、持有、控制或出口該消費商品，個人最高可罰款 22 萬美元；企業最高則可罰款 110 萬美元。不過，供應商出口該消費商品若是經 ACCC 部長同意者，不在此限。

(二) 召回制度

召回制度為澳洲另一種針對不安全消費商品所採行之矯正措施機制。澳洲之召回制度又可分為強制召回與自願召回兩種，以下就此兩種召回措施相關規範與發動要件等為進一步說明。

1. 強制召回 (Compulsory recall)

(1) 法律依據

強制召回主要規定於 ACL 第 122 條至 127 條之中。ACL 針對消費商品之強制召回要件、召回通知之內容與採行之措施、供應商之召回義務、針對將消費商品供應給澳洲境外其他人之召回通知、召回通知之競合、以及遵守召回通知等皆有詳細之規定。

(2) 實施強制召回之要件

依據 ACL 第 122 條之規定，實施強制召回之要件有三：(1) 該項商品必須為消費性商品；(2) 具有下列情形之一：該特定商品將或可能導致任何人受傷、或合理預期使用（含誤用）該特定商品將或可能導致傷害、或該項商品未能遵守商品之安全標準、或該項商品已被發佈臨時或永久禁令，且禁令有效

存續中；（3）供應商並未採取令人滿意之行動來預防該項商品所導致之傷害，則 ACCC 部長或各州、領地之部長即可要求相關之供應商強制召回消費商品。

除此之外，依據 ACL 第 128 條第 2 款規定，供應商在採取消費商品召回行動的兩天內必須須通知 ACCC 部長，而 ACCC 會隨即展開監管與審核一般消費商品召回之效果。被強制召回之商品，若有必要，亦須通知特定聯邦主管機關（specialist Commonwealth regulator）或各州、領地之電器與燃具召回之安全主管機關（a state or territory electrical/gas safety authority of the recall）。

（3）強制召回通知書之必要內容

強制召回通知書之內容方面，必須涵蓋四大部分，包括：

- （1）對於消費商品的召回通知必須要求提供該消費商品之一個或多個供應商（若無明確供應商時）或主管機關，採取以下之措施：（i）召回該項消費商品；（ii）公開揭露以下訊息，包括：商品瑕疵與危險特性之性質、合理預期使用或誤用商品的危險情況、以及商品處理程序；（iii）若有明確供應商時，除公開通知外，也須要維修商品，除非該商品是因危險特性所召回；或更換商品；或退還買方購買之價格。
- （2）召回通知書應具體說明供應商如何採取行動，以及供應商採取行動之期限。
- （3）若召回通知必須由主管機關來採取行動以進行強制召回時，則部長可於通報中闡明須保留、銷毀或以其他方式處理該消費商品。
- （4）若召回通知書要求供應商除公開通知外，必須要採取維修商品、更換商品、或退還買方購買之價格之行動，則負責之部長可將以下項

目列入通報中，包括：供應商應承諾退還商品之價格，以及超過 12 個月的商品仍應退款，惟應扣除折舊費用。

2. 供應商之義務

一但實施強制召回措施，則供應商即必須遵守 ACL 第 124 條之規定，該條規定：

- (1) 若召回通知要求供應商必須根據 ACL 第 123 條第 1 項第 c 款採取行動者，即供應商除公開通知外，也須要維修商品、更換商品、及退還買方購買之價格，方有本條規定之適用。
- (2) 若供應商承諾維修消費商品，該消費商品應符合：(a) 商品瑕疵係被明確規定在召回通知中且須進行矯正者；(b) 若商品之安全標準仍有效存續中，則該商品必須符合安全標準。
- (3) 若供應商承諾更換消費商品，其必須更換類似的消費商品，惟 (a) 該商品瑕疵或危險特性必須是召回通知中所規範定義者；(b) 若商品之安全標準已被取代且有效存續者，則應遵守該安全標準。
- (4) 若供應商承諾 (a) 維修消費商品；或 (b) 更換消費商品時，有關維修或更換的成本，包括任何必要運輸成本，均須由供應商負擔。

除此之外，若供應商提供消費商品給予澳洲境外之消費者，而該消費商品被強制召回時，則供應商必須以書面通知澳洲境外之消費者。該通知必須載明以下內容：(a) 說明該消費商品已被下令強制召回；(b) 若產品含有瑕疵或具危險特徵，應載明消費商品之瑕疵或危險之性質；(c) 說明商品在合理預期使用或誤用下會造成危險之情況；(d) 若消費商品未遵守已生效之安全標準，說明未遵守之性質；(e) 若消費商品已被臨時或永久性禁止時，應闡述事實。

除要求通知之內容外，ACL 亦要求供應商必須盡速將該通知告知位於澳洲境外之所有人。最後，供應商必須在通知澳洲境外所有人後的 10 天內，提交通知複本給予負責發布召回通知之部長。

(1) 召回通知之競合

召回通知競合方面，依據 ACL 第 126 條之規定，若 (a) 消費商品的召回通知已由負責之部長發布（除非是 ACCC 部長發布）；(b) 當最初之召回通知已生效，而 ACCC 部長仍對該項召回商品發出召回通知，於 ACCC 部長公告發布召回通知前，原先之召回通知應立即停止。

(2) 強制召回之效果

在召回通知效果方面，依據 ACL 第 127 條之規定，一但採取強制召回時，若 (a) 該消費商品之召回通知已生效；(b) 該通知要求供商必須採取一項或多項行動時，則供應商必須遵守召回通知之要求。除此之外，供應商不能基於貿易或商業基礎上進行以下交易，包括 (a) 銷售召回通知中所規範定義具有瑕疵或具危險特性之消費商品；(b) 在任何情況下，銷售與召回通知相關之消費商品。

若供應商違反上該規定，且因該項具有瑕疵或危險之消費商品、或因合理可預見之使用或誤用該項消費商品、或違背召回通知未提供有關該項特定商品之資訊，而致使他人遭受損害或危險者，將受相關罰則之處分。

(3) 違反強制召回義務之罰則

違反強制召回義務罰則方面，依據 ACL 第 199 條之規定，供應商若未遵守召回指令，個人最高罰 22 萬美元；企業最高罰 110 萬美元。除此之外，ACL 第 200 條規定，若未遵守第 125 條第 4 項之規定，即針對澳洲境外消費者需發佈強制召回公告之供應商，於發布公告後 10 天內，如未提交通知複本給予負責之部長，個人最高可罰 3,330 元美元；企業最高罰 16,650 元美元。

3. 自願召回 (Voluntary recall)

(1) 自願召回之要件

相對而言，自願召回之規定較強制召回之規定簡略，ACL 於第 128 條僅針對可實施自願召回之要件、流程、以及自願召回書應填寫之內容略為規範。第 128 條第 1 項規定，若消費商品具有以下情況之一者，則供應商可實施自願召回：(a) 該消費商品將或可能導致任何人受傷；(b) 合理預期使用（包括誤用）該消費商品將或可能導致任何人受傷；(c) 供應商未遵守，或可能未遵守該消費商品之有效安全標準；(d) 該消費商品已被發布臨時或永久禁令，且該禁令有效存續中。

與強制召回相同的，供應商於採取自願召回行動後兩天內，供應商必須提交書面通知給予 ACCC 部長。而 ACCC 部長必須於網路上公佈供應商之通知複本。除此之外，倘若供應商亦提供該消費商品給予澳洲境外之人，其亦必須盡速發布書面通知，且須於發布書面通知後 10 天內向 ACCC 部長提交該項書面通知之複本。

(2) 自願召回書之必要內容

自願召回書之內容必須包含以下事項：(a) 說明該消費商品為受到召回之商品；(b) 若該消費商品具有瑕疵或危險特性時，須說明其瑕疵或危險特性性質；(c) 若是合理預期使用（含誤用）該消費商品是危險的，須說明使用（含誤用）之情況；(d) 若未能遵守該消費商品之安全，或供應商可能未遵守安全標準，須說明不遵守與可能不遵守之性質；(e) 若是該消費商品有臨時或永久性禁令，須闡明事實。

(3) 違反自願召回之罰則

在罰則方面，依據 ACL 第 201 條之規定，若供應商實施自願召回，但未依據第 128 條第 2 項與第 6 項通報 ACCC 部長者，依法將受罰款處分，個人

最高可罰 3,330 元美元；企業最高罰 16,650 元美元。換言之，在自願召回下，供應商僅負有通報 ACCC 部長之義務責任。

4. 召回實施流程

依據消費者商品安全召回指引¹⁸³，供應商於實施召回時，應根據其召回政策並與 ACCC 進行諮商後，展開召回程序，此一流程包括（1）通報政府機關；（2）擬定召回策略；（3）進行商品矯正與補償；（4）提交召回報告。

（1）通報政府機關

通報政府機關方面，供應商必須在採取召回行動後的兩天內向負責之部長進行通報。於行政程序上，若召回供應商欲展開下列措施之一時，ACCC 建議召回供應商應再向 ACCC 進行通知，上該措施包括：（1）欲從市場上或配銷供應鍊中召回或下架該消費商品；（2）要求消費者或其他供應鍊參與者回收產品以退款、更換商品或維修；（3）派遣服務人員至消費者家中或銷售點進行產品之維修等。

除此之外，供應商必須透過 ACCC 之線上表格¹⁸⁴填寫提交其召回通知或以電話方式向 ACCC 進行通知，如此才算完成通報之義務。至於通報填寫知內容包括公開資訊（含商品資訊、商品瑕疵資訊及圖片與附件等）、私人資訊（含商品資訊、供應鍊、傷害情況、召回廣告、供應商資訊、指定聯絡人等）及電子郵件等。然而，必須注意的是，若召回涉及其他特定產品，則亦必須向該特定產品之主管機關進行通知。最後，ACCC 亦會要求實施召回之供應商也必須通知國內其他與該消費商品有關供應鍊之參與者。

¹⁸³ Consumer Product Safety Recall Guidelines – What a supplier is required to do when conducting a product safety recall, July 2010.

¹⁸⁴ 提交召回通知表格之格式，

<https://www.recalls.gov.au/content/maintain/create/index.phtml?contentTypeItemId=tag.RecallContentType&informationSpaceItemId=tag.InformationSpacePrivateRecalls&inPop=1&returnUrl=>

(2) 召回策略

召回策略方面，供應商必須提交一份召回策略給 ACCC，以確保有效確保商品安全與降低其風險。除此之外，在提交前召回策略前，供應商必須與 ACCC 事先協商有關召回策略之內容。由於召回策略是最終召回報告之第一階段，因此，召回策略之提出事實上可協助 ACCC 評估商品之安全疑慮與不安全商品之風險是否能被適當提出解決。

供應商所提出之召回策略內容必須包括下列要素：（1）造成商品發生問題之解釋與說明，包括產品之危害程度，以及供應商評估認為該項商品具有之風險程度；（2）供應之數量；（3）有關已知傷害或商品事件之資訊；（4）商品生命週期之資訊；（5）關於傳達建議消費者之資訊，包括傳達之方式、頻率、以及傳達內容之細節；（6）召回商品管理方法之資訊；（7）召回商品之蒐集、銷毀與矯正之資訊；（8）製造商與進口商之聯絡資訊；（9）該項商品供應鏈中其他相關實體之聯絡資訊；（10）國際商品接受者之聯絡資訊；（11）供應商為確認事故發生危險原因所採取之行動。

另一方面，在召回策略內容中的「傳達建議消費者資訊」部分，雖然供應商可選擇其欲使用之傳達方式，但為藉由商品召回之訊息傳達，確保消費者能遵守召回之通知，因此，ACCC 對傳達給消費者之召回資訊有較細緻之要求，亦即供應商之書面通知內容必須包含數項要素：（1）商品描述；（2）商品照片；（3）商品瑕疵描述；（4）事故風險說明；（5）必須要做的事；（6）聯絡資訊。除此之外，更為重要的是，該書面訊息中不可出現「自願召回」之字樣。有關召回訊息通知之樣版可參見下圖。



圖 7-3 召回通知樣版

對於向消費者傳達召回之資訊內容有所要求外，ACCC 針對召回訊息通知樣版之設計亦有相當要求。召回訊息通知樣版之設計必須符合：（1）最小尺寸為 12 X 3 英吋；（2）必須使用紅色邊框，並於左上角使用紅色的安全三角標誌，而此為國際上所公認之安全標誌；（3）「商品安全召回」(Product Safety Recall)此一標題必須以紅色且為 16 點之字體；（4）在章節標題內使用

黑體字，且字體為 10 點的無襯線字體；（5）須包含「請參閱澳洲商品召回資訊，網址為www.recalls.gov.au」等字眼，並以字體為 14 點的黑體字置於該通知底部。此外，供應商應須將與商品召回有關之資訊顯著放置其網站中。

（3）商品矯正與補償

實施召回之目的在於從消費者手上召回商品以進行商品矯正，並預防市場存在更多不安全之消費商品。因此，為確實達到召回之目的，因此針對商品矯正與補償，ACCC 要求供應商必須：（1）在整體配銷網絡中建立事故商品蒐集點；（2）通知所有相關的人，包括供應鏈中其他單位與消費者，使其瞭解召回商品之矯正與補償方式；（3）必須安排被退回商品之處理模式，包含扣留被退回之商品並予以隔離，直至矯正完成或安全銷毀為止。

另一方面，召回之商品若是針對價值較高之消費商品，通常消費者多較有意願配合。因此，針對廉價消費商品之召回，ACCC 亦提出建議。ACCC 認為供應商若能提出誘因機制，將可提高廉價消費商品之召回率。

（4）召回報告

召回報告為召回流程之最後階段，而召回報告又分為「進度報告」（Progress reports）與「最後報告」（Final report）。對於進度報告與最後報告，ACCC 皆有不同之要求。

（a）進度報告

為確實掌握供應商實施召回程序，以及提高召回之效率，因此 ACCC 要求供應商必須提供進度報告。為此，ACCC 於供應商實施召回之初，即會給予供應商一進度報告計畫表，至於進度報告必須納入之資訊與內容，ACCC 亦會逐一決定。通常，進度報告之內容，ACCC 會要求下列資訊之提供：

- (i) 從供應鏈或消費者中被退回商品之數量；
- (ii) 有關已收到商品控訴與詢問之數量，以及控訴之內容；
- (iii) 接獲來自消費者關於召回需求之數量，以及召回需求之性質；
- (iv) 對於原先之處理計畫，包括資訊傳達策略或其他策略等，供應商是否有偏離之情形。若有，則原因為何。

(b) 最後報告

當供應商已採取並完成所有的合理步驟以減緩不安全消費商品之風險後，原則上召回措施即屬完畢，但供應商必須向 ACCC 提交最後報告，召回程序才算真正結束。然而，召回措施之完畢並不影響消費者與公眾繼續獲取後續召回相關資訊。對於最後報告內容，ACCC 要求應包括下列事項：

- (i) 確認提供商品之全部數量，以及從消費者及供應鏈中回收之最後數量。
- (ii) 須有證據顯示已確實通知國內供應鏈中所有單位關於召回之訊息。
- (iii) 關於資訊傳達策略之資訊，包括任何有效性之資訊副本。
- (iv) 供應商為識別與矯正該商品事故危險原因所採取之行動，包含任何根本原因分析之結果，以及是否該瑕疵是因為製造或設計過程所導致，以及供應商已對這些瑕疵所採行矯正之步驟為何。
- (v) 關於已知造成傷害與商品相關事件之資訊。
- (vi) 已經收到關於商品與召回之控訴與需求之最後數量。
- (vii) 有關召回商品已經被銷毀或矯正方式之資訊，包括對不安全商品銷毀與矯正之證據。

第四節 小結

綜合本章之說明，可發現澳洲之消費商品通報與矯正制度與我國有相當之差異，經本報告歸納後，澳洲之消費商品通報與矯正制度具有下列數項特色：

1. 商品事故通報與矯正制度適用 ACCC 管轄之所有消費性商品

與我國制度相比，澳洲針對消費商品之通報制度並未如我國區分應施檢驗商品與非應施檢驗商品，凡屬 ACCC 所主管之消費商品，只要符合必須通報之要件，則該項商品供應鏈中之所有參與者皆負有通報之義務。

2. 管轄範圍及於與產品相關之服務

我國標檢局所主管之範圍僅止於應施或非應施檢驗商品，不過澳洲之規定則係不論通報、安全警告通知、或發布禁令之制度上，其管轄範圍包括消費商品以及與產品相關之服務。

3. 通報義務人及於該消費商品供應鏈中之所有參與者

在我國通報制度架構下，當一項屬於標檢局所主管之應施檢驗商品如發生重大事故必須進行通報時，其通報義務人為報驗義務人，亦即僅製造商與品牌商有向主管機關進行通報之強制性義務。然而，澳洲則規定凡與該項事故消費商品相關之供應鏈中所有參與者，皆負有通報義務。換言之，從販售產品相關廠商包括有零售商、經銷商、分銷商、進口商、製造商與出口商，乃至僅為產品的安裝人員、維修人員等，均屬與澳洲所界定之通報義務人範圍。

4. 需採行矯正措施義務人之範圍大於我國

於我國制度下，當事故商品必須採取矯正措施時，此時限於報驗義務人才負有採取矯正措施之義務，亦即製造商與品牌商才負有主要實施矯正措施之責

任。然而，在澳洲矯正措施制度下，包括製造商、進口商、配銷商與零售商等供應商在內，均同時負有採行矯正措施之義務。

第八章 建立我國一般消費商品通報與矯正制度之可行性研析

第一節 國際經驗對我國之政策意涵

以上各章節係針對我國、日本、美國與歐盟（英國）、新加坡、澳洲等國為處理不安全商品事故，分別歸納分析各國在不安全消費商品通報與矯正措施之規範制度。為了能進一步瞭解各國間的制度差異，本章第一節將逐項比較各國不安全商品事故的通報產品範圍、強制與自願通報制度之區分（通報義務主體、通報對象、通報要件、相關罰則等）、以及矯正措施制度。

一、事故通報義務主體與通報對象

（一）台灣

我國的不安全商品事故係依據各種不同的商品類型而分屬不同的主管機關管轄，且各有不同的商品通報機制。目前除了如藥品、汽車等產品有其他專門法規與主管機關管轄之商品，倘若發生事故則向各該主管機關通報外；至於無專門法規管理之其他消費性商品，事故通報的主管機關均為經濟部標準檢驗局。不過目前有強制性通報義務之消費性商品，則僅有應施檢驗商品，依商品檢驗法第 49 條第 4 項前段規定，應施檢驗商品發生事故而致損害或確有損害之虞時，明文規定應由報驗義務人向標準檢驗局提出通報，因此「報驗義務人」則成為應施檢驗商品在市場流通時發生事故的「通報義務人」，而按商檢法第 8 條規定，所謂「報驗義務人」，係指生產製造(包含組裝、修改)者、進口者，或前述對象均不確定時則為銷售人。

（二）日本

日本一般不安全商品事故規定於《消費生活用製品安全法》，消安法規範之消費性產品事故包括「一般商品事故」與「重大商品事故」兩者。而商品事故通報管道可依強制性與自願性，分為「向國家報告之義務」及「NITE 事故情報收集制度」兩種。「向國家報告之義務」係指消安法第 35 條的重大製品事故發生時，製造商、進口商應於知悉時起 10 日內，將該產品之名稱、型式、事故內容以及其製造、進口與銷售數量等細節向主管機關通報。而依據消安法施行令第 9 條第 2 項，主管機關係指監督管理消費性商品之製造商或進口商的經濟產業省，而若該特定商品主管機關為其他機關時，在制度上便應向該機關為通報。然為求便利起見，在實務上均由製造商或進口商先向經濟產業省通報，其後經濟產業省再將該資訊轉知其他合適之主管機關，並在經濟產業省成立商品安全事故統一通報窗口。至於「NITE 事故情報收集制度」，則適用於一般商品事故的通報，此部份目前並無強制性通報主體與義務，均由製造商、進口商、消費者、零售商等自主性通報 NITE。

（三）美國

美國《消費商品安全法》規定，在 CPSC 主管商品範圍內之製造業者、進口業者、經銷商以及零售業者，皆須負有向 CPSC 通報的義務。美國的商品安全通報機制大致上可分為「商品瑕疵通報」與「訴訟通報」，商品瑕疵通報規定於《消費商品安全法》第 15 節，訴訟通報規定於《消費商品安全法》第 37 節，要求若商品在 24 個月內，民事損害賠償案件敗訴或和解累積達三件時，商品製造商應通報 CPSC。然而一般商品事故通報係指《消費商品安全法》第 15 節所規定之商品瑕疵通報，以製造業者、進口業者、經銷商及零售業者，為法定通報義務人。通報義務人必須協助 CPSC 發現重大商品事故發生的可能性，並詳細說明其商品瑕疵可能造成傷害的風險。

（四）歐盟

依據歐盟《一般消費商品安全指令》規定，通報義務主體為「商品製造人」與經銷商。其中「商品製造人」的範圍相當廣泛，包括於歐盟成員國境內所成立之製造商，或

在商品上附加姓名、商標或其他標誌而以商品製造商自居者，或維修產品者；或代表於歐盟境外設立之製造商而於歐盟境內之代表人，以及「商品進口商」；另外，在產品供應鏈中的專業人員，而其從事業務對於商品安全性具有影響力者，亦屬商品製造人。

「經銷商」，則係指在商品供應鏈中的專業人員，而其所從事業務對於商品安全性並不具有影響性者，均屬於之。而其通報對象則為各成員國之執行機關。

（五）新加坡

新加坡並未將強制性通報義務納入其消費產品安全制度中，即便是屬於 CPS 計畫所管制之註冊產品，其註冊供應商僅被賦予在變更商品設計時必須提出通知的義務，並未被賦予商品事故強制性通報義務。新加坡主管機關標準、生產力與創新局 (SPRING)，仍以其所收到之任何投訴或掌握之資訊，為監督消費產品安全之資訊主要來源。

（六）澳洲

在澳洲消費商品安全架構下，澳洲通報制度又可分為強制性通報與自願性通報兩種。強制性通報方面，依據「消費商品強制通報指引」之說明，所有消費產品供應鏈中之參與者對 ACCC 皆負有強制性通報責任。所謂的供應鏈中之參與者，包括消費商品之零售商、經銷商、分銷商、安裝人員、維修人員、進口商、製造商與出口商等。至於自願通報部分，目前未有相關規定，惟若有使用該消費商品之任何人，認為該消費商品有不安全之情況，亦可提出不安全通報。

二、自願性/鼓勵性通報

自願性通報制度除了本報告研究範圍之新加坡（其僅有自願型通報制度），對於發生事故之消費商品僅要求自願性通報外，其餘國家包括台灣、美國日本等均於強制性通報義務外，另鼓勵自願性通報義務。以日本為例。其對於屬於重大商品事故，製造商與進口商外，其他如零售商、維修業者與安裝業者、消費者等，按日本消安法規定，並無強制通報義務，僅有盡力蒐集相關資訊並以適切提供消費者，或自願通知之要求；至於

非屬重大商品事故，則不論是製造商、進口商、零售商或維修業者與安裝工程業者，均由各企業、團體或消費者自主向 NITE 通報。此外，日本經濟產業省為促進企業從自身努力以確保產品安全，於 2007 年「製品安全自主行動計畫策定指導方針」中，分別針對製造商、進口商、維修業者、安裝工程業者、銷售業者等擬定自主行動指針，指出企業管理階層意識明確化、產品事故因應等機制。期盼企業能夠參考此份指導方針，制定有關產品安全之自主行動計畫，以建立完備的內部產品安全體制架構。¹⁸⁵

相對於日本，其他國家如台灣、美國等，並無法定明文或具體的自願性通報制度。不過台灣與美國則是在商品通報的網站上，分別針對不同通報主體，設計有不同的通報表格以供填寫，就某個程度而言，此等設計也反映出主管機關對於通報義務人以外之主體，鼓勵使用該通報體系之目的。

三、通報要件

(一) 台灣

我國的消費商品事故通報要件規定在《應施檢驗商品發生事故通報辦法》，可區分為兩種情況，當（1）商品發生燃燒、爆裂或燒熔，致損害消費者生命、身體、健康或財產，或確有損害之虞；或（2）因使用商品造成人員死亡或須住院治療之傷害，即應依法通報。

(二) 日本

日本《消安法》第 35 條針對發生重大製品事故時，才有強制性通報義務，製造商、進口商應於知悉時起 10 日內，將該產品之名稱、型式、事故內容以及其製造、進口與銷售數量等細節向主管機關通報。而所謂重大製品事故，其判斷要件有下列區分：

¹⁸⁵ 販売事業者、修理事業者、又は設置工事事業者の責務，
http://www.meti.go.jp/product_safety/producer/point/07-1.html

1. 瓦斯器具、石油器具重大商品事故

瓦斯器具、石油器具與業務用電氣用品相同，根據消安法第 2 條第 1 項規定均不屬於消費性產品，目前以 NITE 作為通報窗口。

2. 其他消費生活用商品重大製品事故

依日本消安法第 2 條第 6 項規定，消費產品如發生以下所示兩種危害之製品事故，便被判定屬於重大製品事故：

- (1) 對於一般消費者生命或身體造成危害之事故中，危害重大者，包括死亡事故、重傷與疾病事故(指需要治療期間 30 日以上者而言)、後遺失能事故及一氧化碳中毒事故；或
- (2) 消費性產品滅失、毀損事故發生時，可能對於一般消費者生命或身體造成重大危害，例如經消防單位確認為火災者。

簡言之，除上述事項會構成強制性通報事由外，其他消費商品事故是否構成重大製品事故從而需進行通報，則以下列標準為之：

- 該事故產品是否屬於消安法規範之消費性產品？
- 事故發生是否百分之百確定與產品瑕疵無關？
- 危害結果是否造成死亡、重傷疾病、後遺失能、一氧化碳中毒或造成火災等事故？

(三) 美國

美國的不安全商品事故通報要件，當業者得知市面上流通之商品具有以下商品不安全資訊者，即應立刻通知 CPSC 的召回執行小組：

- 不符合消費商品所適用之安全標準(包括自願性標準)；
- 違反其它法律規範或是本法所禁止之事項；
- 商品出現瑕疵對於消費者產生實質危險；或是
- 該商品可能導致嚴重傷害與死亡的不合理危險。

依上述規定，若業者取得應通報資訊，即負有通知之義務。無論業者取得不符合標準的資訊、商品瑕疵的資訊或是商品不合理危險異常增加的資訊，是來自消費者申訴、傷害事故資訊或是內部商品控管資訊，均自其知悉時起即有通報之義務。但實際上，該規則允許業者判斷這些資訊的充足與否，給予業者自知悉時起為期 10 天的調查評估期間 (§ 1115.14(d))。

(四) 歐盟

歐盟《一般消費商品安全指令》規定，商品製造人或經銷商於知悉其所陳列或供應之產品對於消費者有危害之虞，而該風險已逾越一般商品安全要求時，應「立即」向執行機關以書面通報該情事、已採取預防消費者遭受損害之矯正措施，以及商品之流向（就其所知範圍內，商品所陳列或販售處，包括於其他歐盟成員國境內販售或供應地點）。故其通報要件為商品風險對消費者造成危害而逾越一般商品安全要求。

(五) 新加坡

新加坡主管機關標準、生產力與創新局(SPRING)製作之 CGSR 宣導手冊之說明，自願性通報在供應商端包括製造商、批發商及零售商，其角色是提供安全的產品，如果任何貨物被發現是不安全的，他們應該通知「標準、生產力與創新局」及消費者，並停止銷售不安全的產品。另外，在消費者端，消費者應注意所購買的產品安全性，在購買及使用產品時，應注意相關召回通知資訊。如果消費者懷疑任何產品是不安全的，應立即停止使用該產品，並主動通知「標準、生產力與創新局」及供應商。

（六）澳洲

根據 ACL 之規定，供應商對於消費商品造成任何人的死亡或嚴重傷與疾病事件負有強制通報義務，而強制通報義務之要件有二：（1）有問題之商品為消費商品；（2）提供該類消費商品之供應商已察知有任何人遭受死亡或嚴重傷害或疾病等。又此處所指嚴重傷害或疾病係指在合格醫生或護士監督下，必須對嚴重人體傷害或疾病進行醫療或手術治療之程度。

四、實施矯正措施之義務主體

（一）台灣

我國對不安全商品所採取的矯正措施可分為針對「應施檢驗商品」與「非應施檢驗商品」兩種不同處理方式，且各有不同的法律依據。「應施檢驗商品」係依據《商品檢驗法》第 61 與第 63 條之規定，裁處新臺幣七十五萬元以上七百五十萬元以下罰鍰，並得通知報驗義務人限期回收或改正，並得限期停止輸出入、生產、製造、陳列或銷售。此外，行政機關另可依法將事故商品予以沒入、銷燬或採取其他必要之措施。以上係屬法律上被動採取矯正措施之義務，《商品檢驗法》中並未明文要求報驗義務人應先行主動進行矯正措施。不過「應施檢驗商品發生事故通報辦法」第 6 條，其要求報驗義務人通報時應提出擬採行之矯正措施，否則可能構成未通報之結果，則該項規定則對於報驗義務人應主動提出矯正措施，形成具體之法規依據。

對於「非應施檢驗商品」或其他未違反《商品檢驗法》之應施檢驗商品，則回歸到《消保法》之規定，經調查程序後，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，可依《消保法》第 36 條，由行政機關應命其限期改善、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。而此類商品目前原則上由標準檢驗局所管轄，並訂定『不安全商品處理原則』。由此可見，《消保法》成為報驗義務人以外之業者須配合進行矯正措施的重要依據。

（二）日本

日本的不安全商品矯正措施乃規範於其《消安法》，矯正措施之實施主體包括製造商、進口商及銷售業者等，在特定情形下，主管機關另得以命令直接要求義務人進行必要的處理。《消安法》第 38 條第 1 項規定，消費性產品之製造商或進口商於其製造或進口之產品發生製品事故，進行事故發生原因之相關調查後，認為有防止危害發生及擴大之必要時，應迅速採取回收產品及其他得為防範危害之措施。

而根據《消安法》第 38 條第 2 項及第 3 項，銷售業者對於製造商或進口商因命令而實施矯正措施時，銷售業者負有協力義務，應盡力協助製造商或進口商採取相關必要的召回措施。銷售業者協力義務的具體落實行動包括產品停止販售、向製造商、進口商提供庫存資訊與消費者資料、在店面面向一般消費者提供召回資訊等。

（三）美國

美國的矯正措施乃規範於 CPSC 第 15 節商品實質危險機制，基於公共利益的考量，CPSC 可以發出命令業者（製造商、進口商、經銷商以及零售商）採取必要的強制性補救措施，包括命令製造商、進口商停止生產、進口該商品；通知利害關係人（包括銷售運輸、消費者、政府衛生部門等）；公告給大眾知悉；或是採取召回該商品的行動（修理、替換或退款之機制）。在要求執行矯正措施的命令中，CPSC 有權明定矯正措施的相對人，且《消費商品安全法》保障相對人無須負擔額外費用，執行矯正措施上所生之費用，乃由義務人（業者）分擔。

（四）歐盟

歐盟《一般商品安全指令》中規定各成員國在不同的商品風險情況下，得採取不同的因應措施，並鼓勵製造商或經銷商主動採取矯正措施。英國《一般消費商品安全法》便規定，商品製造人應預防商品事故風險的發生，因此在其能力範圍內，應依據其所供應之商品特性採取適當矯正措施，如下架、向消費者提出有效的警告，以及最後的召回相關措施。而「經銷商」在產品的配銷體系中，扮演重要的角色，因此，一旦發現危險

產品時，除與商品製造人同樣負有「通報義務」與「配合義務」外，亦有「確保商品流通安全之義務」。

（五）新加坡

新加坡消費產品安全制度係由消費者保護註冊計畫(CPS)與 2011 年消費品安全要求 (CGSR 2011)所架構而成，比較兩項制度矯正措施相對人、涉及矯正措施類型以及罰則可知，兩者制度所具備的矯正措施大致相同，包括:發布警戒資訊、公告召回、管制流通，以及通知使用者等措施類型。但矯正措施相對人的範圍則大不相同，商品事故如係涉及 CPS 計畫所管制之註冊產品，管制產品之安全問題主要繫責於註冊供應商，主管機關除了暫停或撤銷管制產品之註冊資格，尚可要求供應商禁止流通、實施召回、通知使用者。但另一方面，CGSR 的規範方式使得主管機關在一般消費產品安全性問題之處理取代業者，居於主動性地位，包括:其必須承擔矯正措施判斷之角色，以及選取有效之矯正方式。

（六）澳洲

在 ACL 規範架構下，除實施事故通報後採行之矯正措施外，對於商品事故調查階段，ACL 對於可能引起傷害之消費產品或與產品相關之服務亦有預先提出之安全警告通知制度。不論是矯正措施或安全警告制度，兩者於實質上均屬矯正措施制度之一環。至於實施事故通報後可採行之矯正措施則有發布臨時或永久禁令以及強制召回等手段。不論是何種矯正措施態樣，澳洲均規定必須採取矯正措施之主體為產品之供應商，包括製造商、進口商、經銷商與零售商。

表 8-1 各國事故商品通報與矯正制度之比較歸納表

	台灣	日本	美國	歐盟（英國）	新加坡	澳洲
國內法律規章依據	<ul style="list-style-type: none"> 商品檢驗法 消費者保護法 不安全商品處理原則 	消費生活用製品安全法	<ul style="list-style-type: none"> 《消費商品安全法》(CPSA) 《消費性產品安全促進法案》(CPSIA) 	《一般消費商品安全法》(GPSD)	<ul style="list-style-type: none"> 《消費者保護（消費品安全要求）條例 2011 年》(CGSR) 消費者保護（產品說明及安全要求）法(CPA) 	《澳洲消費者保護法》(ACL)
有區分強制性與自願性通報制度	有	有	有	僅有強制性通報義務	僅有自願性通報義務	有
強制通報義務適用產品範圍	<ul style="list-style-type: none"> 僅適用於應施檢驗商品 	<ul style="list-style-type: none"> 瓦斯器具、石油器具與業務用電氣用品及所有消費生活商品 	<ul style="list-style-type: none"> 所涵蓋的消費商品泛指販售給消費者於住家、學校或娛樂時使用之消費商品，但排除菸品、動力車輛、食品、藥物、化妝品、醫療器材、航空器、船舶等由其他法規所管理之商品。通報與召回的資訊收集上，將管轄範圍內之商品區分為九大類別：(1)設備、(2)衣物、(3)電子電器商品、(4)家具、(5)家用商品、(6)兒童用品、(7)照明設備、(8)戶外用品、以及(9)運動用品等九類商品。 	<ul style="list-style-type: none"> 有意販售予消費者，或者在合理可期待的情況下可能被視為有意販售予消費者，或雖非有意販售予消費者，但已為消費者所使用之產品，以及在商業活動中已向消費者供應或供其取得，不過排除具有古董價值的二手商品與送修產品 	<ul style="list-style-type: none"> 無 	<ul style="list-style-type: none"> 僅適用一般消費商品。澳洲將商品分為 19 類，排除屬於農業、船舶與海上安全、建築與建材、化學製品、藥物與治療用品、電器、食品、燃氣用具、汽車與道路交通安全、毒藥、獸醫等有特定主管機關管轄之特定商品。

	台灣	日本	美國	歐盟（英國）	新加坡	澳洲
強制性通報義務之事故類型	<ul style="list-style-type: none"> • (1)商品發生燃燒、爆裂或燒熔，致損害消費者生命、身體、健康或財產，或確有損害之虞； • (2)因使用商品造成人員死亡或須住院治療之傷害 	<ul style="list-style-type: none"> • (1)瓦斯器具、石油器具之重大製品事故 • (2)其他消費生活用品之重大製品事故，包括： • 對於一般消費者生命或身體造成危害之事故中，危害重大者，包括死亡事故、重傷與疾病事故(指需要治療期間30日以上者而言)、後遺失能事故及一氧化碳中毒事故；或 • 消費性產品滅失、毀損事故發生時，可能對於一般消費者生命或身體造成重大危害，例如經消防單位確認為火災 	<ul style="list-style-type: none"> • (1)不符合消費商品所適用之安全標準(包括自願性標準)； • (2)違反其它法律規範或是本法所禁止之事項； • (3)商品出現瑕疵對於消費者產生實質危險；或是 • (4)該商品可能導致嚴重傷害與死亡的不合理危險。 • (5)以及製造商在24個月內在民事損害賠償中敗訴或和解達三件者 	<ul style="list-style-type: none"> • 於知悉其所陳列或供應之商品對於消費者有危害之虞； • 而該風險已逾越一般商品安全要求。 	無	<ul style="list-style-type: none"> • 消費商品造成任何人死亡、嚴重傷害或疾病。

	台灣	日本	美國	歐盟（英國）	新加坡	澳洲
強制通報義務主體	<ul style="list-style-type: none"> 報驗義務人（應施檢驗商品） 	者。 <ul style="list-style-type: none"> 製造商 進口商（重大製品事故） 	<ul style="list-style-type: none"> 製造商 進口商 經銷商 零售商 	<ul style="list-style-type: none"> 商品製造人（包括：歐盟境內製造商、在商品附加標誌之商品製造商或維修產品者、境外製造商在歐盟境內之代表人、商品進口商、或其他在商品生產過程對於產品安全性有影響力者） 經銷商 	無	<ul style="list-style-type: none"> 商品供應鏈中之所有參與者包括：零售商、經銷商、分銷商、安裝人員、維修人員、進口商、製造商與出口商等
通報對象	標準檢驗局	經濟產業省 NITE	消費商品安全委員會	執行機關	標準、生產力暨創新局	澳洲競爭與消費委員會 ACCC
自願性或鼓勵通報	『商品事故通報系統』 提供兩種通報管道，包括： 業者通報 消費者通報	重大與非重大製品事故—零售商、維修業者、安裝工程業者、消費者與其他團體 其他非重大商品事故--製造商、進口商	『CPSC 不安全商品通報系統』 提供五種通報對象的窗口，包括： 消費者通報 檢察官、醫療單位、消防、警察 體系以及保險調查人員之通報 醫事專業人員通報(發生傷亡之商品事故) 製造商、進口商、經銷商以及零售商通報 驗屍官或醫檢師通報	無	消費者、供應商、消費者協會及其他新加坡的監管機構	無相關法律規範，但使用消費商品之任何人，如認為消費商品有不安全之情況，均可提出不安全通報。
實施矯正措施之義務主體	應施檢驗商品：報驗義務人 非應施檢驗商品：企業經營者	製造商、進口商及銷售業者	業者（製造商、進口商、經銷商以及零售商）	商品製造人與經銷商	CPA 註冊管制產品：註冊供應商(註冊義務人) CGSR 一般消費品：產品供應鏈與交易過程	製造商、進口商、經銷商與零售商

	台灣	日本	美國	歐盟（英國）	新加坡	澳洲
					中任何相關人	
矯正措施類型	<p>通知報驗義務人限期回收或改正</p> <p>限期停止輸出入、生產、製造、陳列或銷售。</p> <p>行政機關依法可以將事故商品予以沒入、銷燬或採取其他必要之措施</p> <p>公開商品資訊</p>	<p>自流通與銷售階段進行回收（從賣場下架）</p> <p>消費者持有的產品得以更換、維修（如零件替換、修理、直接訪問時予以修理或檢查等）或退款</p> <p>停止製造、流通與銷售</p> <p>進行安全檢查</p>	<p>停止製造與公告實質危險商品</p> <p>召回矯正措施：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 修理商品 2. 替換商品 3. 退款 	<p>針對矯正義務人所應主動實施的矯正措施僅規定「應為必要之矯正措施」（包括下架、召回等）；</p> <p>另外主管機關得為以下強制性矯正措施：</p> <p>暫停通知</p> <p>標示通知</p> <p>警示通知</p> <p>下架通知</p> <p>召回通知</p>	<p>CPA 註冊管制產品：主管機關可要求供應商採取：1. 召回；2. 暫停或禁止流通；3. 通知使用者</p> <p>CGSR 一般消費品：主管機關可發布警示公告，並要求相關人採取：1. 管制流通 2. 通知使用者等措施。</p>	<p>對可能引起傷害之特定消費產品或服務發出安全警告通知；</p> <p>發佈臨時禁令；</p> <p>發佈永久禁令；</p> <p>強制召回：</p> <p>維修商品</p> <p>更換商品</p> <p>退還價格</p> <p>自願召回</p>

第二節 建立我國一般消費商品之可能方向探討

一、國際消費商品安全架構之發展

(一) 消費安全適用產品範圍之類型歸納

觀諸各國消費性商品安全制度之發展，可以歸納出有兩個主要兩種規範類型，一係對於所有消費性產品，均訂有確保安全性之一般性基本義務規定，二則僅針對特定商品之安全性要求加以規定。在第一種規範類型下，其在作法上多透過訂定一般消費性商品之基本法，且納入「一般性產品安全條款」(General Safety Provision, GSP)之方式為之，此種規範方式意謂著所有企業（包括生產者乃至零售業者）負有一般性義務，必須確保市面上僅販售安全產品。若企業販售不安全產品，則不論該不安全產品是否已對消費者造成特定意外或傷害，政府均可依法加以介入並處罰。採取這種規範類式者，包括有歐盟、美國、日本等。

至於第二種規範類型，則僅針對特定商品之安全，透過特定產品專法或以特定產品清單方式，來規範其安全性，而此種作法除了常見於各國通常會在一般消費性產品外另行規定之汽車、藥品或食品等產品外，對於一般性消費產品亦採此作法者，亦可見於日本對於瓦斯器材、電器用品制訂專法、或台灣商品檢驗法針對應施檢驗商品等例。值得注意者，前述兩種模式並非僅能擇一而行，如日本、美國等可能在一般性消費產品與特定產品上，即採兩種規範制度併行之制度。

又從 OECD 對於消費安全制度之觀點來看，其認為對於一般消費產品有納入 GSP 概念者，即屬於對於消費商品安全有廣義的「一般性事前義務」(general *ex-ante* obligation)¹⁸⁶。具體而言，即便此類規範並不要求產品上市前，須先提交試驗室報告並取得主管機關之驗證證書，但產品上市前仍須自我確保其符合 GSP 之要求。換言之，

¹⁸⁶ OECD, Analytical Report on Consumer Product Safety, DSTI/CP(2008)18/Final, July, 24, 2009.

並非以需要事前強制檢驗作為產品上市之要求者，方屬於「事前義務」；訂有 GSP 要求者，亦屬之。相對而言，若政府所採取之規範架構，並未納入 GSP 條款者，則原則上屬於後市場監督機制，亦即對於產品安全，係採取事後責任追究方式(ex-post responsibility)。此種制度設計通常係某一不安全產品對消費者已經或可能造成傷害時，製造商才需負擔相關義務，如澳洲即採行此等作法。

（二）事故通報機制之類型歸納

在上述基本商品安全規範架構之差異運作下，進一步影響所及者，為對於事故商品之通報範圍之規範架構。在屬於上述第一種規範類型下，由於其要求企業對於產品應符合 GSP 之義務，從而當產品有任何不安全情事或企業知悉任何可能潛在之不安全情事時，均有對國內主管機關通報之責任。換言之，企業對於通報義務所適用之產品範圍，係及於所有一般消費性商品。相對於此，在屬於上述第二種規範制度下，若其係以特定產品專法或產品清單方式來規範產品安全性者，則通常只有該等受規範產品發生事故時，企業方有通報主管機關之責任。

其次，各國對企業加諸之通報義務要求範圍，雖與其所實施之消費商品安全基本規範架構有關，不過對於適用強制通報之企業主體上亦有差異；若干國家並納入自願性通報義務之規定。舉例來說，歐盟、美國與日本雖然對其企業均有納入 GSP 之義務要求，不過對於強制通報所適用之企業主體範圍亦有不同。歐盟所要求之企業主體最廣，包括歐盟境內的製造商、在商品附加標誌之商品製造商或維修產品者、境外製造商在歐盟境內之代表人、商品進口商，以及其他在商品生產過程對於產品安全性有影響力者。又如美國則具體要求製造商、進口商、經銷商及零售商為強制通報義務之主體。不過在日本制度下，其僅要求製造商與進口商為強制通報之義務主體。此外，部分國家為提升社會各界對於消費安全之認知，故更明訂自願性通報之適用主體，如美國對於消費者、檢察官、醫療單位等鼓勵其進行通報，又於日本則對於零售商、消費者、維修業者與安裝工程業者，鼓勵此等業者可對於不安全商品等問題進行自願性通報。

（三）分析與檢討

總結上述對於各國消費性商品安全規範之實施經驗上可以發現，即便在基本規範架構上有類似之概念(如均納入一般性安全義務)者，仍有諸多不同之實施方式。不過，經由本報告之分析觀察，在各國之消費產品安全制度中納入 GSP 條款者，似乎已成為先進國家之普遍趨勢，而 OECD 報告亦顯示，多數 OECD 國家已於其國內法規中納入相關規定¹⁸⁷，而最近才修訂其基本消費安全法制之澳洲，就某一程度亦於其國內制度反映出此等概念。

對此，我國消費者保護法第七條第一項規定：「從事設計、生產、製造商品或提供服務之企業經營者，於提供商品流通進入市場，或提供服務時，應確保該商品或服務，符合當時科技或專業水準、可合理期待之安全性」。此項規定實質內涵上已接近其他國家之 GSP 條款之要求。然而在他國經驗中，在納入一般性產品安全義務要求時，多會包含相關產品安全標準等配套作法，以作為企業在遵循確保產品安全之一般性義務之參考。就此部分，我國消保法規內容較顯寬鬆，且未明訂企業在確保產品安全之最低要求，僅要求「符合當時科技或專業水準、可合理期待之安全性」。此一不確定法律概念必須待不安全事件發生後（無論是否造成傷害或損失），方能針對個案進行解釋；在事前廠商並無法確知其具體要求內涵，故並無法發揮「事前一般性義務」之效果，與上述國家之 GSP 條款之作法仍有相當距離。

其次，通常納入 GSP 條款規定者，會將企業確保產品安全之義務與通報義務加以連結，亦即基於法制上要求企業應負擔普遍性確保產品安全之義務，故一旦有產品可能不安全之疑慮時，企業即有通報主管機關之義務，而此部分目前在我國消保法中並未有明確要求，目前對於有不安全或產品事故發生時，消保法第十條要求企業之回收等義務、以及主管機關可依消保法第三十六條命令業者對不安全產品應予改善、回收或銷燬等必要措施。基此，我國在消保法之實際運作上，仍有其侷限性。

¹⁸⁷ OECD, *Compilation of Responses to the OECD 2008 Questionnaire on Consumer Product Safety*, DSTI/CP(2008)18/Add/Final, May 29, 2009.

再者，目前有強制性通報義務之產品範圍，主要為《商品檢驗法》所規範之「應施檢驗商品」，商品範圍有農畜水產品、化工產品、機械產品、電機產品與電子產品，排除依其他專法授予其他主管機關管轄之商品類型，例如食品、藥品、醫療器材、化妝品等。換言之，對於企業通報義務之要求，僅在商品檢驗法規範之產品範圍下，方有在構成『應施檢驗商品發生事故通報辦法』第 2 條之不安全情事時，應主動通報主管機關之要求。故相對於各國不論是否採行「一般性產品安全條款」規定，皆要求企業應對所有產品負有對於不安全產品進行通報，並未侷限於特定產品之作法，我國確保消費產品安全之強制通報範圍在現行法制下較小，在考量國際為強化消費安全之普遍性趨勢下，我國確有進一步思考擴大產品範圍之必要。

二、我國強化商品安全及擴大通報範圍之可能策略

(一) 長期目標：建立「一般性產品安全」條款之可能性探討

基於各國越來越強調確保消費者產品使用安全之趨勢下，對於與產品有關之企業廠商課以一般性的確保產品安全的義務，逐漸成為各國消費安全法制上之作法，歐盟 GPSD 之規定為最具示範性的模式，不過並非每個國家均能達到歐盟模式之作法，因為歐盟係採取最廣泛之要求，其 GPSD 第 3 條規定「製造商有義務僅於市面上銷售安全之產品」(producers should be obliged to place only safe products on the market)。

不過參考其他國家經驗，澳洲在 2010 年實施新的消費法規前，即曾討論在其法制下納入 GSP 條款之利弊分析¹⁸⁸，其認為 GSP 條款能有效運作應考量三個核心要素，包含「企業責任之本質」、「對於產品安全之要求」、以及「有效評估產品是否符合產品安全要求之機制」。而這些要素本身即需要對於很多議題加以進一步界定，包括如何定義「企業」、「安全標準」、「產品」及「市面銷售」等。同時的，澳洲進行利弊分析時，亦有意見認為要求 GSP 條款，因適用所有產品之普遍性要求，故或者可能無法凸顯出對於特定產品安全要求之重要性。

¹⁸⁸ Australia Ministerial Council on Consumer Affairs, Review of the Australian Consumer Product Safety System, August 2005.

從其他國家經驗來看，對於消費安全法制是否納入 GSP 條款之探討，或者作為長期之制度改革方向。惟對我國現有制度來看，不論在消保法或商品檢驗法明確與具體納入此等概念，均對於現有制度影響過大，且需著手界定上述所涉議題，因此不宜一步到位。然而，誠如前述我國目前對於確保消費產品安全程度上，因受限於產品通報範圍之限制，亦有進一步討論檢討現有制度，擴大事前安全性義務及通報範圍之空間。

（二）中短期作法：修正我國現有機制之探討

1. 優先以「商品檢驗法」作為安全性機制之基礎

誠如前述，在我國現制下，消保法及商品檢驗法均可能作為擴大事前安全性義務及通報範圍之基礎。然而前者之問題，在於其欠缺具體之安全義務規定及相關安全標準規定，無法提供廠商及主管機關有效評估產品是否符合產品安全要求之機制，故無法發揮「事前一般性義務」之效果。再者，消保法亦無有關不安全通報之具體規定及運作規則。至於商品檢驗法，則有事前安全義務及通報範圍失之以狹的問題。

對此，由於消保法之立法意旨，並非建立商品一般性安全義務為主要目的，且其規範對象尚及於服務、食品、藥品等所有商品，乃至於定型化契約、郵購及消費者團體等規定，且欠缺對於不安全事件之具體規則。若欲將消保法作為主要修正平台，便需納入相關安全檢測標準、符合性評鑑之一般規定，以及具體之通報義務規則等事項，非但與其原始立法目的不一致，且立法技術之難度亦較高。再者，消保法之實施主要仰賴地方主管機關，然而地方消保主管機關過去並無檢測檢驗，甚至於不安全事件之通報及調查之經驗，在落實上將可能受到限制。

反觀商品檢驗法，其已包含安全義務規定及相關安全標準規定、符合性評鑑程序機制及通報規則等條款，同時主管機關亦有檢測檢驗能量以及不安全事件通報及調查經驗。故以修正商品檢驗法，擴大「一般性事前安全義務」之適用範圍，較為符合我國現狀，且有助於未來之實施。且由前述 OECD 研究報告亦可得知，凡是納入安全標準及義務範圍之商品，均屬於「事前安全義務」之一種，並不以是否需要事前送檢為限，故即使未來擴大商檢法適用範圍後，部分商品未要求於事前送檢，亦不影響其強化商品安

全維護之功能。

2. 現行商檢法之限制

由於我國目前對於不安全消費商品之強制通報義務，係以「商品檢驗法」所規定之範圍為準，《商品檢驗法》僅適用於應施檢驗商品，因此在非應施檢驗商品部份，通常主管機關係依據消費者保護法，惟該消保法並非僅針對商品本身之規範，若干規定亦不夠具體，因此在實施上亦有許多不確定性。惟本於消費商品之安全體系建構，實不應區分應施檢驗或非應施檢驗商品之不安全消費事故，畢竟《商品檢驗法》對於應施檢驗商品之規定，目的僅在確保一項產品在「事前」必須符合若干強制性技術標準，然而一旦進入市場後，應施檢驗商品與一般非應施檢驗商品的性質應已無異，而對於商品事故此一「事後」機制而言，應施檢驗與非應施檢驗之區別並無實益，而均應採一體適用的後續處理流程與方法。基此，如何強化非應施檢驗商品之消費安全，則是在現行制度下應進行修正的首要目標。

其次，我國目前應施檢驗商品之通報義務人，僅限於商品送檢之報驗義務人，對於應施檢驗商品之通報義務人與報驗義務人相結合，亦可能發生在報驗義務人在「事前」存在，但於事後（事故發生時）卻不存在而無人通報的潛在問題。

最後，對於現行通報要件中有關「燃燒、爆裂或燒熔」之定義，有相當程度之不明確性，因此有造成業者與主管機關對要件認定不同，而業者亦無法確定到底是否應向主管機關通報事故之潛在爭議。對此，本報告建議首先可透過宣導解釋通報要件之定義。其次，亦可參考日本、美國、澳洲等國家經驗，將燃燒、爆裂或燒熔等要件改為較無爭議之客觀要件，例如商品之毀損或滅失，或對人體造成受傷、死亡等。

2. 可能修正方式

(1) 擴大商品檢驗範圍，擴大至一般消費性商品

對此，需要比照現行之應施檢驗商品作法，訂有相關安全標準及檢驗方式。然而考量執法能量擴充之限制，可依據分階段到位之原則，透過適用商品清單之擴充，逐步擴大屬於應符合「事前安全標準」範圍之消費商品範圍。

(2) 擴大強制通報義務之範圍

除現有應施檢驗商品為基礎外，擴大至納入商檢法適用範圍之一般性消費商品。蓋在上述背景下，本報告建議對於要求企業強制通報不安全情事之產品範圍應予擴大，而現行作法則可思考透過修訂商品檢驗法所適用之商品清單，逐步納入目前僅受消保法所規範之一般消費商品，使企業應主動負擔相關產品之安全責任及盡早使主管機關知悉有不安全問題之發生，為能達到更為強化我國消費商品安全體系，又對於現有制度變動影響程度較低之可行作法。

(3) 擴大通報義務人範圍

呈上所述，由於現行商品檢驗法規定之通報義務人，為原本送檢商品之報驗義務人，則有可能發生在送檢產品時存在之報驗義務人，於事後（事故發生時）卻不存在而無人通報的潛在問題。特別是若未來擴大通報產品範疇至非應施檢驗商品者，則就此部分商品更不存在所謂之報驗義務人，故本報告建議在擴大通報產品適用範圍時，宜一併檢視報驗義務人與通報義務人脫勾處理之可行性，。並且，在定義通報義務人的範圍上，欲使主管機關能更為即時瞭解與掌握商品事故的發生並有所因應，則可參考其他國家作法，將通報義務人之企業範疇擴大至經銷商、零售商等對象。

(4) 修正通報事故之要件

目前對於現行通報要件係依『應施檢驗商品發生事故通報辦法』第 2 條，其中一項要件為「商品發生燃燒、爆裂或燒熔，致損害消費者生命、身體、健康或財產，或確有

損害之虞」，則相關人員即應依法通報，不過有關「燃燒、爆裂或燒熔」之定義，有相當程度之不明確性，因此有造成業者與主管機關對要件認定不同，而業者亦無法確定到底是否應向主管機關通報事故之潛在爭議。對此，本報告建議可參考日本等國家經驗，將燃燒、爆裂或燒熔等要件改為較無爭議之客觀要件，例如商品之毀損或滅失，或者僅維持該辦法第 2 條第二項原本之要件「商品造成人員死亡或須住院治療之傷害」，即需依法通報之規定即可。

第三節 其他配套措施之探討

一、前言

為強化事故商品調查流程之透明化，以及確保事故調查過程之公正性，因此經由委辦單位之協助，本報告向曾參與商品事故調查過程之廠商寄發問卷，總共 58 位，希冀透過不記名問卷調查方式，蒐集廠商對於商品事故調查流程之經驗與建議。58 份寄發問卷中廠商回應寄回問卷結果者共 20 份，回收率為 34.48%。20 份回收問卷中無空白無效問卷，故 20 份問卷均可作為分析對象。不過廠商填答問卷時，並非每一題目都填寫，且部分題目為複選題，因此彙整的問卷雖為 20 份，但針對不同問題所做的整理結果，並非一定為 20 個答案，在此合先敘明。問卷的分析結果茲分別說明如下。

二、基本背景分析

1. 問卷填寫者之性別

在 20 家廠商中，有 19 家廠商填寫此題，其中 14 位為男性，5 位為女性，問卷填寫者以男性為主。

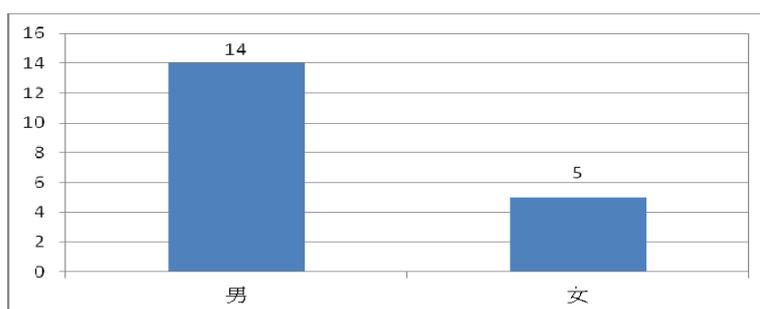


圖 8-1 問卷填寫者之性別

2. 問卷填寫者之年齡

在 20 家廠商中，有 19 家廠商填寫此題，其中問卷填寫者年齡介於 30~39 歲之間有 8 位，介於 40~49 歲之間有 6 位，介於 50~59 歲之間有 4 位，而年齡在 60 歲以上者有 1 位，問卷填寫者以中壯年為主。

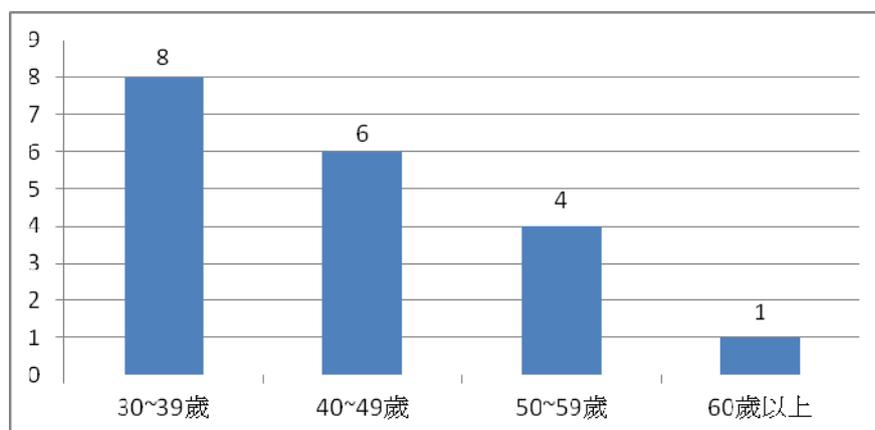


圖 8-2 問卷填寫者之年齡

3. 問卷填寫者之教育程度

在 20 家廠商中，有 19 家廠商填寫此題，問卷填寫者中有 15 位為大學、大專學歷，4 位為高中、高職學歷，問卷填寫者之教育程度，以大學、大專學歷為主。

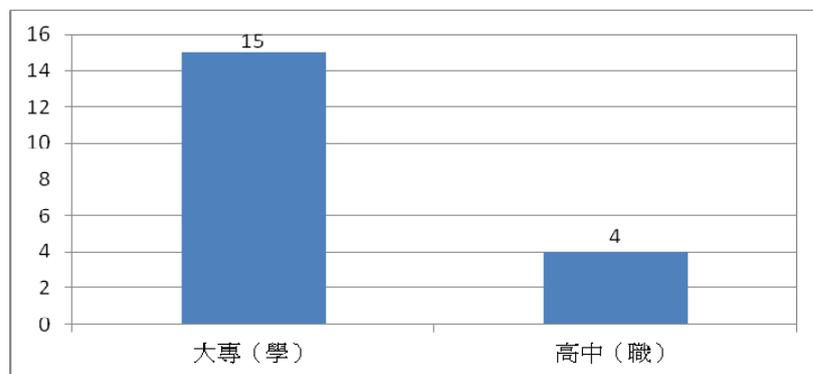


圖 8-3 問卷填寫者之教育程度

4. 問卷填寫者之身份類別

在 20 家廠商中，有 19 家廠商填寫此題，其中問卷填寫者為公司負責人有 3 位，公司商品檢驗業務承辦人員有 13 位，公司其他人員有 3 位，問卷填寫者以商品檢驗業務承辦人員為主。

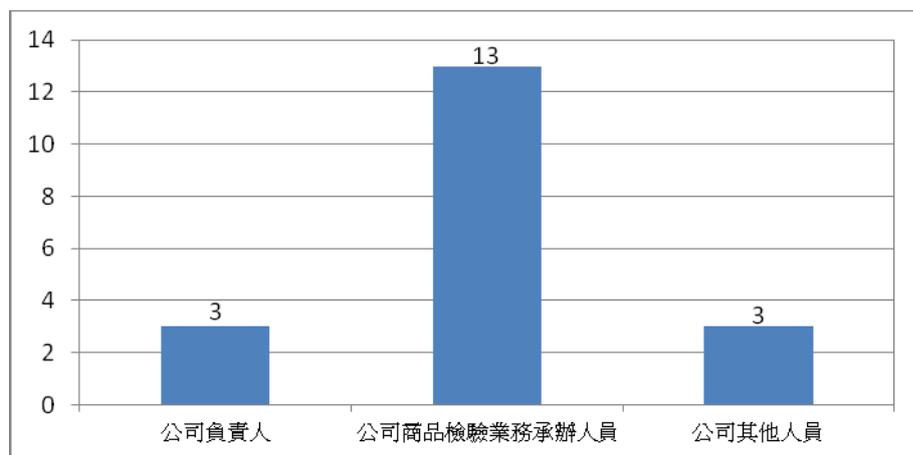


圖 8-4 問卷填寫者之身份類別

5. 回覆問卷廠商之商品主要種類

本題為複選題，部分廠商填答時，不只勾選一個項目，因此加總起來的數字超過 20。統計結果，生產機械類及電機類商品的廠商各有 6 家，生產電子類商品有 3 家，生產食品類商品有 1 家，勾選其他選項的廠商有 8 家，並由廠商自行填寫商品項目。8 家勾選其他選項的廠商中，有 5 家填寫家電類、1 家填寫五金類、1 家填寫陶瓷業、1 家填寫安全帽。

綜合來說，問卷回收廠商所製造之主要商品以機械、電機及家電類產品為主。

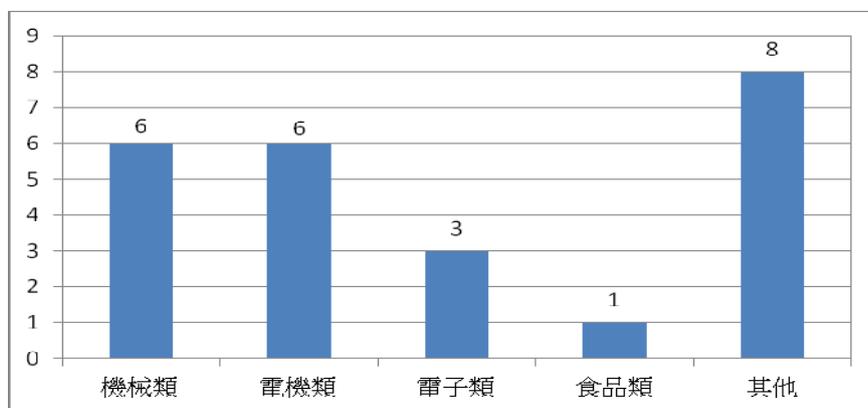


圖 8-5 回覆問卷廠商之商品主要種類

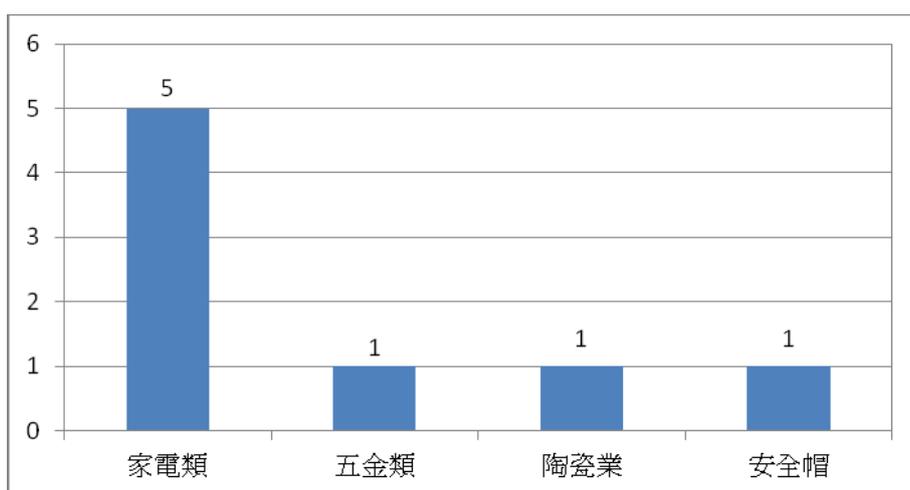


圖 8-6 回覆問卷廠商填選「其他」商品之種類

6. 向問卷回收廠商執行商品事故調查之機關

本題為複選題，部分廠商填答時，不只勾選一個項目，因此加總起來的數字超過 20。統計結果，有 6 家廠商曾接受總局第六組調查，各有 2 家廠商曾接受基隆分局及新竹分局的調查，有 4 家廠商曾接受台中分局的調查，有 7 家廠商曾接受台南分局調查，有 3 家廠商曾接受高雄分局的調查。大致而言，以接受過中南部分局調查的廠商回覆數量較多。

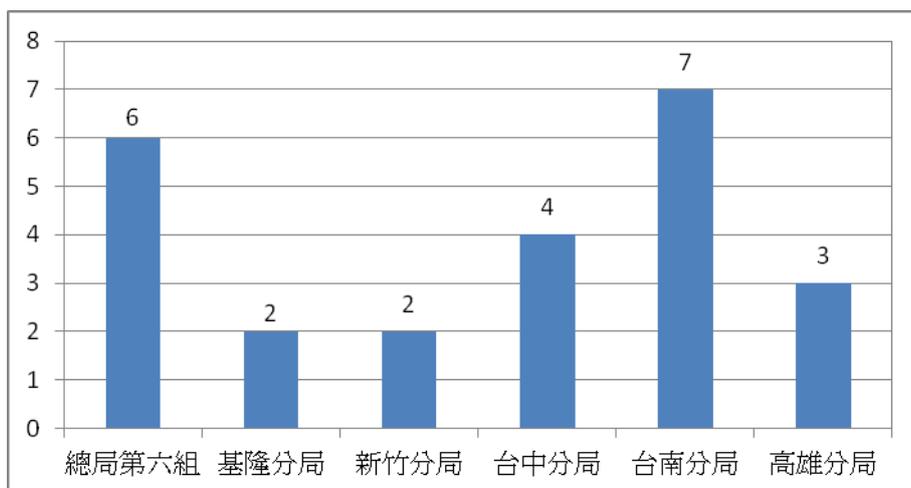


圖 8-7 向問卷回收廠商執行商品事故調查之機關

三、問卷調查結果分析

(一) 基礎問題分析

1. 請問標檢局人員與您就商品事故調查進行首次接洽時，是否有告知調查人員之身份與說明後續調查流程等訊息？

回覆問卷的 20 家廠商中，有 19 家廠商認為標檢局調查人員進行首次接洽時有告知身份及說明後續調查流程，僅有 1 家認為標檢局人員沒有告知身份及後續相關資訊。

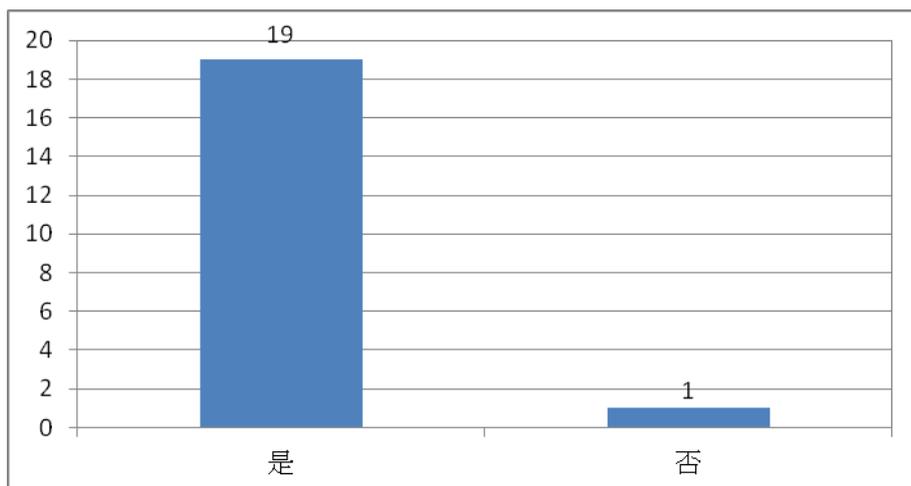


圖 8-8 標檢局調查人員是否告知身份及說明後續調查流程

2. 請問在您的經驗中，標檢局調查人員就商品事故調查，大概與您進行幾次接洽（包括電訪與面談）？

有關標檢局調查人員就商品事故調查與廠商接洽的次數，回覆問卷的 20 家廠商中，有 6 家接觸一至二次，10 家接觸三至五次，4 家接觸六次以上，調查局人員與廠商接洽的次數，平均以三至五次居多。

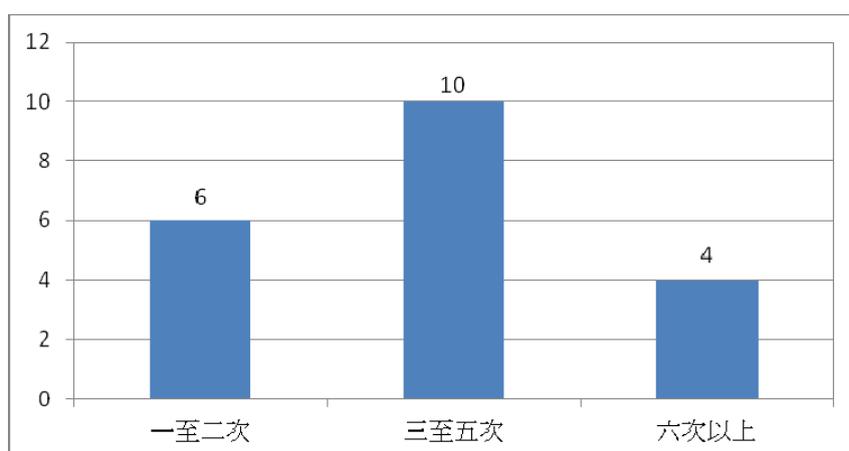


圖 8-9 標檢局調查人員接洽次數

3. 請問標檢局調查人員進行商品事故調查之專業程度？

針對標檢局調查人員進行商品事故調查之專業程度，回覆問卷的 20 家廠商中，有 8 家覺得非常滿意，9 家覺得滿意，2 家覺得尚可，僅有 1 家感到非常不滿意，接受商品事故調查的廠商對於標檢局的專業程度大多數是認可的。

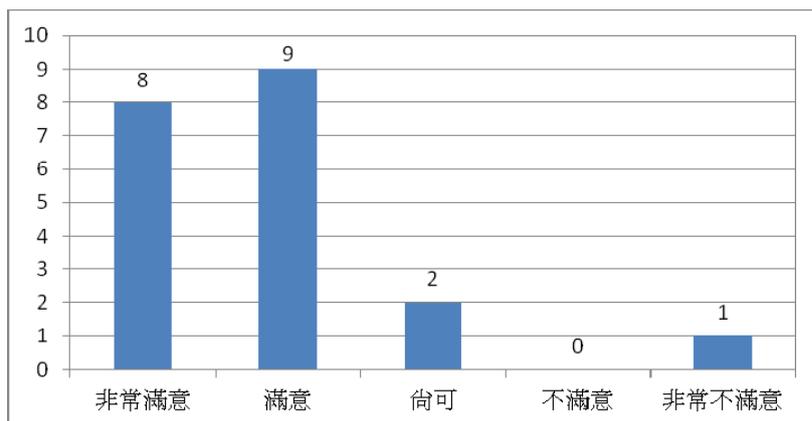


圖 8-10 標檢局調查人員進行商品事故調查之專業程度

4. 請問標檢局調查人員進行商品事故調查之態度與立場？

針對標檢局調查人員進行商品事故調查之態度與立場，回覆問卷的 20 家廠商中，有 19 家覺得調查人員中立，無明顯立場，僅有 1 家覺得調查人員同情業者。

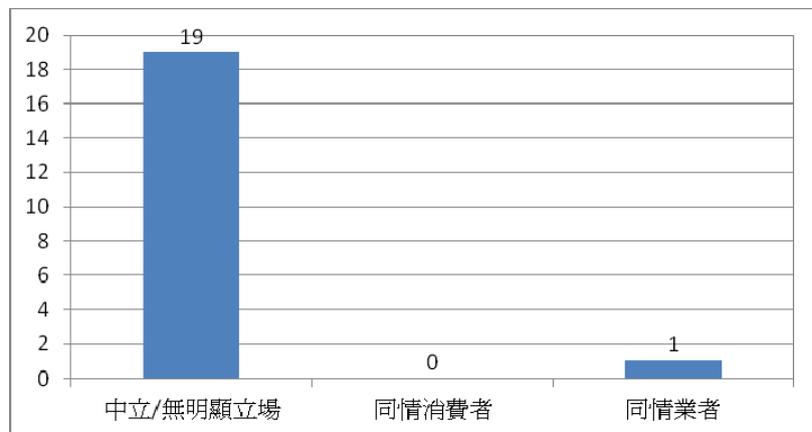


圖 8-11 標檢局調查人員進行商品事故調查之態度與立場

5. 請問標檢局調查商品事故至作出事故原因之初步判斷，約有多久時間？

有關標檢局調查商品事故至作出事故原因初步判斷所歷經的時間，回覆問卷的 20 家廠商中，有 16 家在二個月以下，3 家廠商介於二至四個月之間，1 家廠商介於四至六個月之間，大多數的調查在二個月以內即可作出初步判斷。

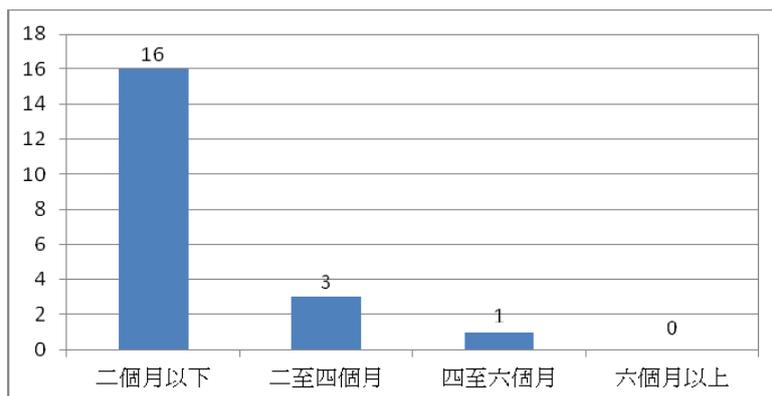


圖 8-12 調查商品事故至作出事故原因初步判斷之時間

6. 請問您對前一項問題有關商品事故調查處理速度之看法？

延續前一個問題，針對標檢局進行商品事故調查處理速度，回覆問卷的 20 家廠商中，有各有 8 家感到非常滿意及滿意，有 4 家覺得尚可，多數廠商對於商品事故調查之處理速度都有至少滿意以上之看法。

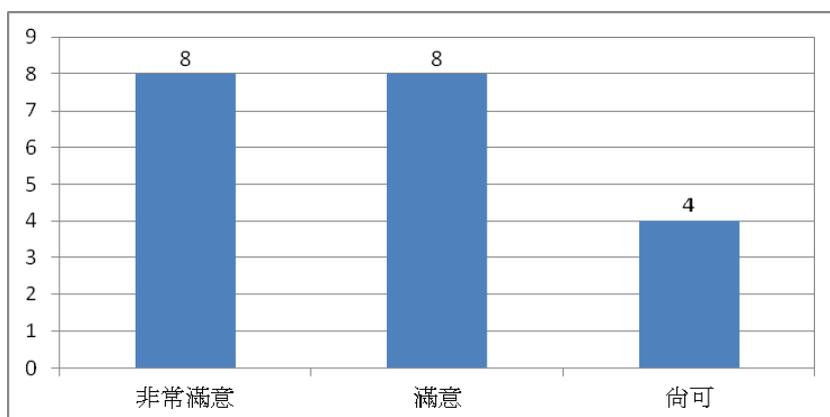


圖 8-13 對商品事故調查處理速度之看法

7. 標檢局調查人員進行事故商品取樣作業時，您觀察其辦理情形為何？

本題為複選題，部分廠商填答時，不只勾選一個項目，因此加總起來的數字超過 20。統計結果，有 19 家廠商認為標檢局調查人員進行事故商品取樣作業時，依規定程序辦理，有 1 家廠商認為調查人員多取樣品，此外還有 1 家廠商填寫了「其他」意見，認為調查人員「只想完成法定程序，草草了事」。

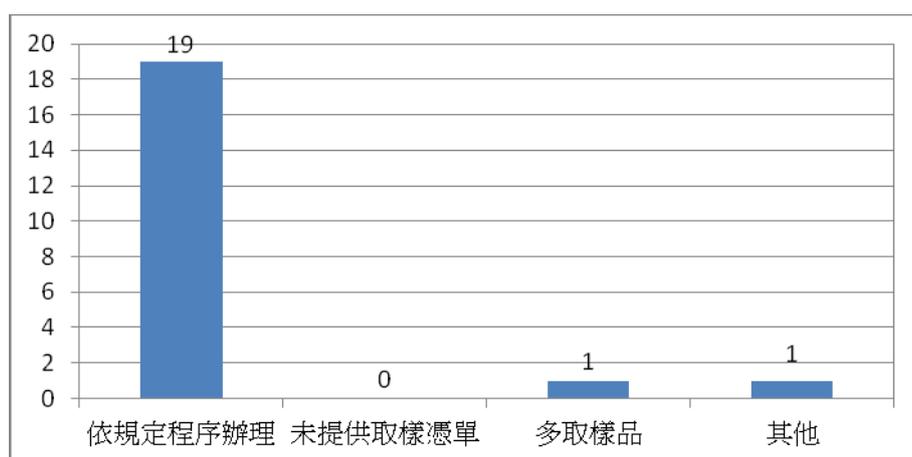


圖 8-14 標檢局調查人員進行事故商品取樣作業之情形

8. 標檢局對商品事故調查完成後樣品之處理情形？

有關調查局對商品事故調查完成後樣品之處理情形，回覆問卷的 20 家廠商中，有 14 家是通知領回，2 家是消耗品不需要退回，2 家未被通知領回，也沒有退回。另外有 2 家填寫了「其他」意見，分別是「屬消費者財產需通知消費者」、「只有上級關注時，才會依流程通知」。綜合而言，商品事故在調查完成後，其樣品以通知領回居多。

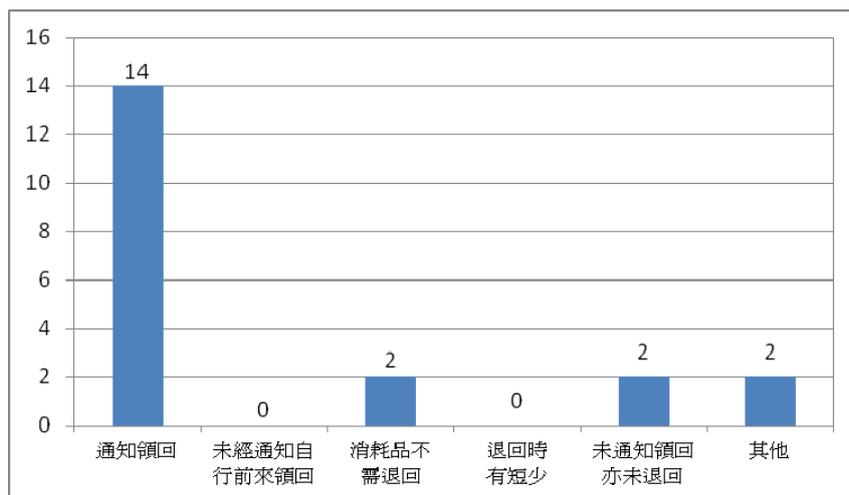


圖 8-15 標檢局對商品事故調查完成後樣品之處理情形

9. 在您的經驗中，標檢局是否有主動通知商品事故調查結果？

針對商品事故調查結果之通知，回覆問卷的 20 家廠商中，有 17 家廠商認為標檢局有主動通知，4 家認為沒有主動通知，有 3 家勾選不確定，半數以上的廠商都有接獲標檢局主動通知調查結果。

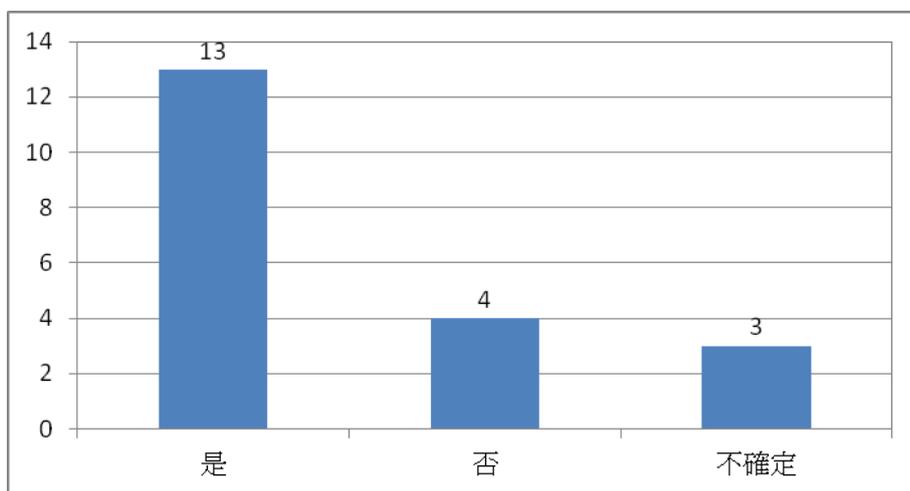


圖 8-16 標檢局是否有主動通知商品事故調查結果

10. 對於標檢局針對商品事故調查後之事故原因判斷結果，您的意見為何？

對於商品事故調查後之事故原因判斷結果，回覆問卷的 20 家廠商中，有 15 家可以接受，1 家不同意事故判斷原因。另外有 4 家填寫了「其他」意見，分別是「結果有判跟無判一樣」、「毫無專業可言，只依法定程序，匠氣十足」、「部分接受」、「故障問題無法重現」。綜合而言，多數廠商對於事故原因之判斷都是可以接受的。

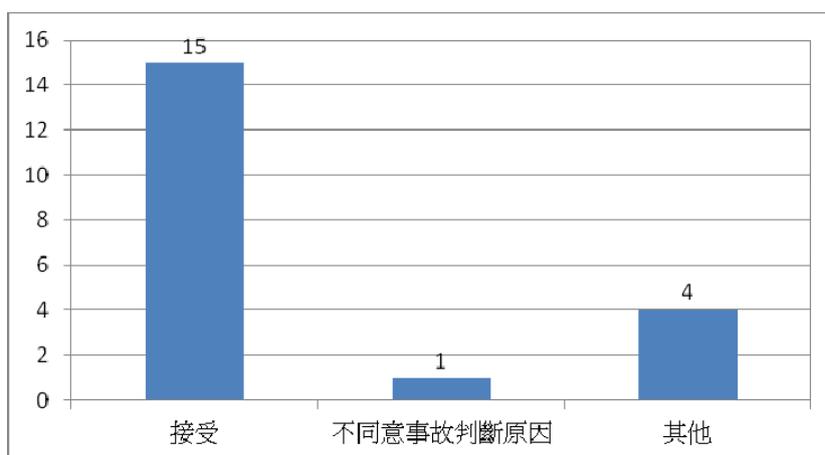


圖 8-17 廠商對商品事故原因判斷結果之意見

11. 對於標檢局商品事故調查後，要求您配合採行之因應矯正措施，您的意見為何？

針對商品事故調查後，標檢局要求廠商配合採行之因應矯正措施，回覆問卷的 20 家廠商中，有 16 家認為矯正措施之程度合理，有 3 家認為矯正措施之程度過重，有 1 家問卷的填寫者勾選無經驗或未被要求。對於矯正措施，多數廠商都認為其程度是合理的。

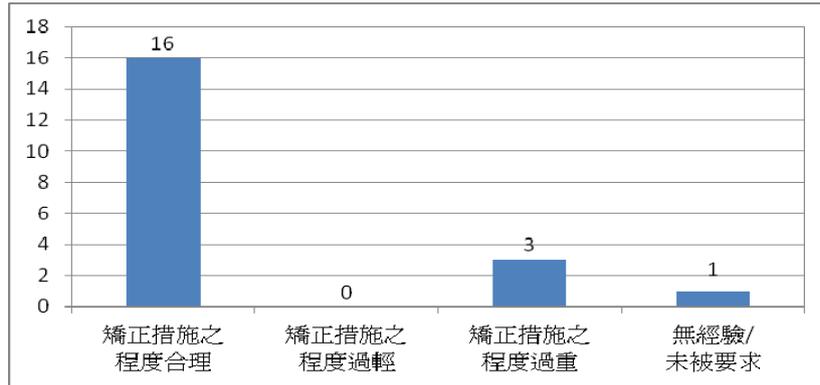


圖 8-18 廠商對矯正措施之意見

12. 若您曾有不接受也不同意調查及結果之經驗，標檢局是否有提供充分的申訴/複查管道？

有關廠商不接受也不同意調查及結果時，標檢局是否有提供充分的申訴或複查管道，回覆問卷的 20 家廠商中，有 19 家廠商答覆此題，其中有 7 家回答「是」，1 家回答「否」，11 家回答「不知道」。延續第 10 題及第 11 題，由於多數廠商對於商品事故原因之判斷結果及矯正措施皆認為滿意及合理，廠商可能未有申訴或複查之經驗，因此半數以上的廠商對於申訴或複查管道是否充分並不清楚。

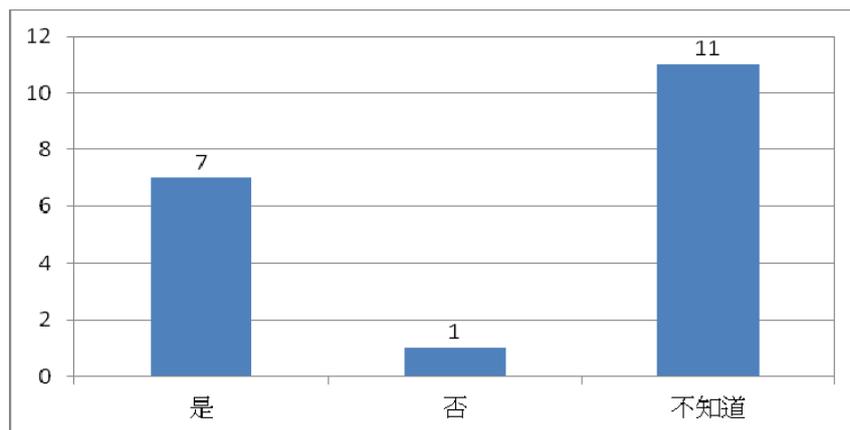


圖 8-19 廠商對申訴/複查管道之瞭解

13. 整體而言，請問您是否瞭解標檢局處理商品事故通報之調查程序？

對於廠商是否瞭解標檢局處理商品事故通報之調查程序，回覆問卷的 20 家廠商中，有 14 家勾選「瞭解」，6 家勾選「不瞭解」。之所以不清楚調查程序，有 1 家廠商表示標檢局人員未說明，有 2 家廠商表示標檢局人員有說明但不清楚，有 1 家廠商表示標檢局人員未說明，且網路及其他資訊也欠缺。另外有 2 家廠商填寫了「其他」因素，分別是「原負責人離職，目前尚未遇到」、「只有文到時，行政法直接罰款，根本無說明機會，且根本不論是非，依違法通報制度罰款」。

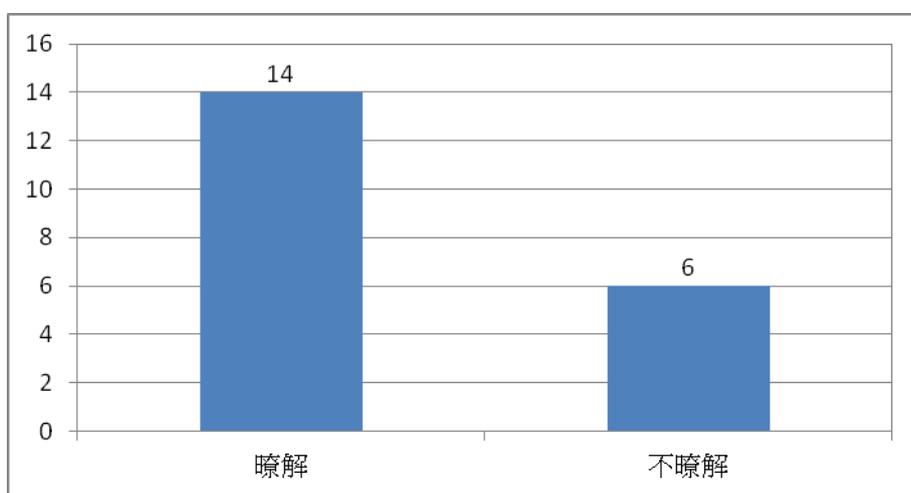


圖 8-20 廠商對商品事故通報調查程序之瞭解

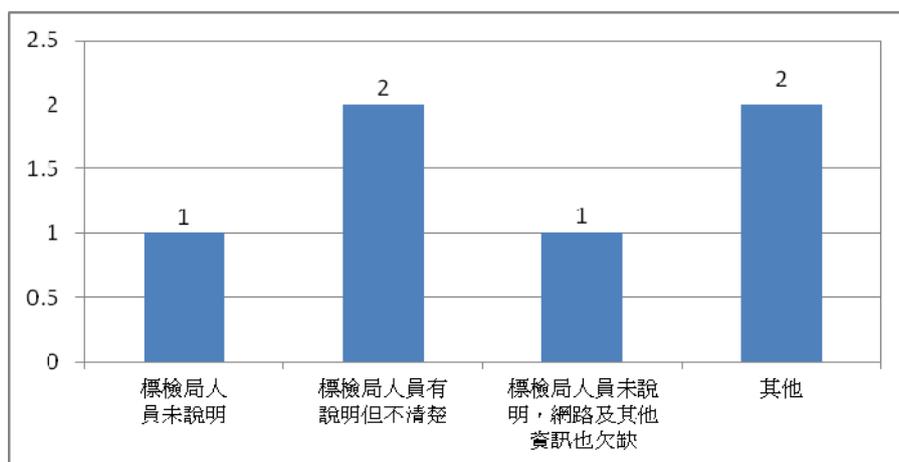


圖 8-21 廠商不瞭解商品事故通報調查程序之因素

14. 從您的經驗，標檢局在處理商品事故通報之整體流程上是否透明？

廠商對於標檢局處理商品事故通報流程是否透明之看法，回覆問卷的 20 家廠商中，有 16 家勾選「透明」，4 家勾選「不透明」。針對廠商認為整體流程不透明之因素，由於有多重勾選的情況，因此認為不透明之因素超過 4 個。其中有 3 家廠商表示不清楚標檢局人員與其他單位（消防隊、警察、保險公司等）彼此間的角色及關係，有 1 家廠商表示不清楚標檢局人員後續處理方式及結果。另外有 1 家廠商填寫了「其他」因素，其原因為「每個人只想安逸過日子，事情能少盡量少，不敢勇於任事，苟且偷生，官威很大」。

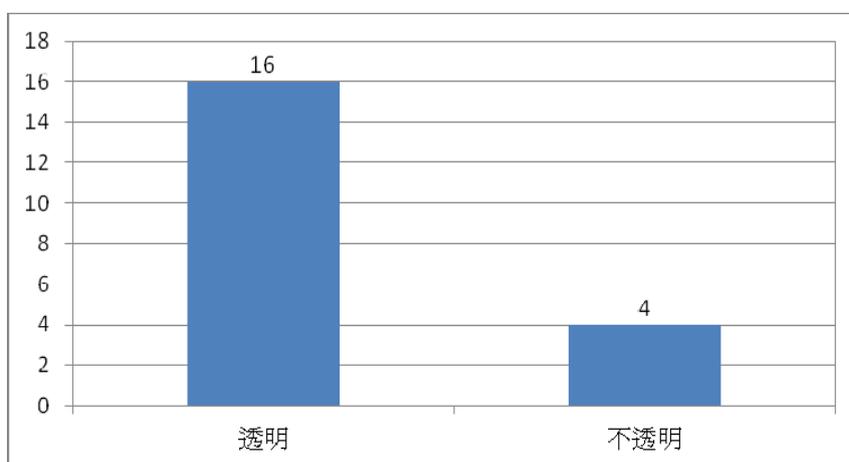


圖 8-22 廠商對商品事故通報流程透明度之看法

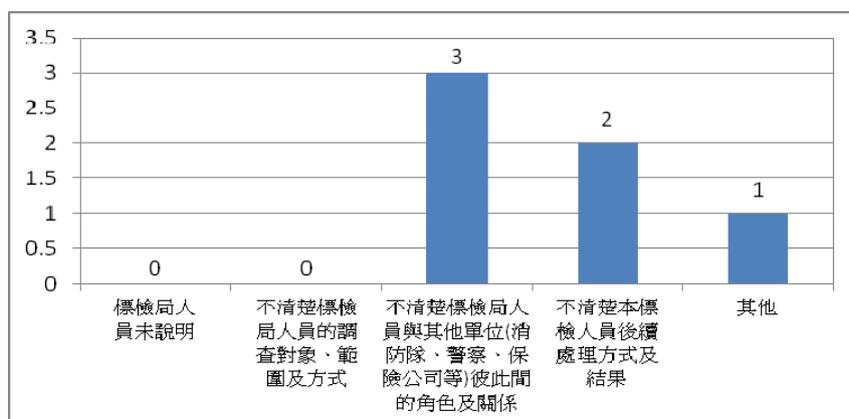


圖 8-23 廠商認為商品事故通報流程不透明之因素

15. 就您所知，標檢局人員在調查及判斷責任過程中，有無不當行為？

針對標檢局人員在調查及判斷責任過程中，是否有不當行為，由於多數廠商皆認為調查人員沒有不當行為，因此有 19 家廠商未填寫此題，僅有 1 家廠商填寫此題，並認為調查人員「要求接送」屬不當行為。

16. 請問您對標檢局哪些「商品事故調查」項目感到滿意？

有關廠商對「商品事故調查」感到滿意之項目，由於為複選題，部分廠商針對滿意項目有多重勾選，因此統計數字較其他題目高。其中滿意度最高的項目為「調查人員訪談態度中立客觀，說明清楚」，有 15 家廠商勾選；其次依序為「調查人員無不合理要求」，有 11 家廠商勾選；「調查人員對於法令與業務熟悉」，有 8 家廠商勾選；「工作效率」有 4 家廠商勾選；「事故判斷結果無不合理」有 2 家廠商勾選。另外有 2 家勾選「其他」，其理由分別是「不清楚」、「無法溝通，個個推諉卸責，非常官僚」，屬於較不正面的意見。

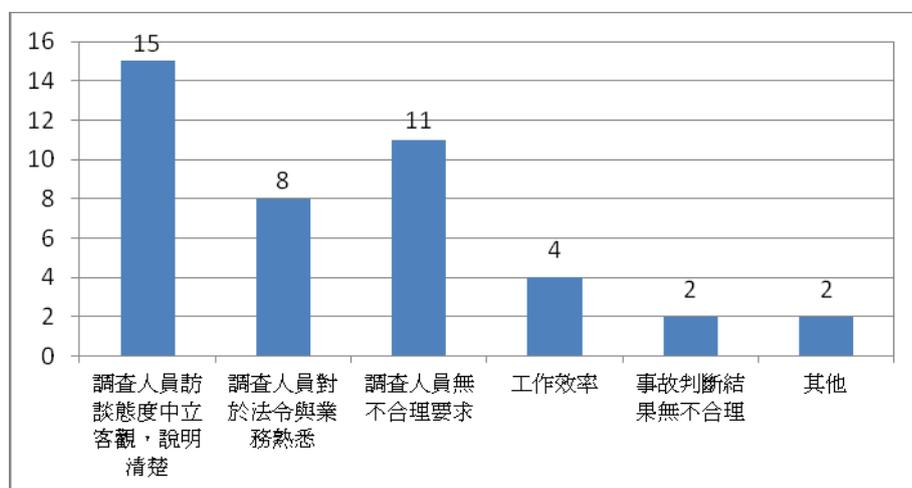


圖 8-24 廠商對「商品事故調查」感到滿意之項目

17. 請問您對標檢局哪些「商品事故調查」項目感到不滿意？

廠商對標檢局進行「商品事故調查」時感到不滿意的項目，由於多數廠商對於調查結果感到滿意，因此有 17 家廠商未填寫此題，僅有 3 家廠商填寫。這 3 家廠商對於不滿意項目有多重勾選，其中不滿意度最高的項目為「事故判斷結果不合理」，有 4 家廠商勾選；其餘的選項各有 1 家廠商勾選，分別是「調查人員訪談態度不佳」、「調查人員法令與業務熟悉度不足」、「調查人員有不合理要求」、「工作效率不佳」等。另外有 1 家勾選「其他」，其理由為「動輒拿法規出來嚇人，以罰款為手段，以完成程序為目的」。

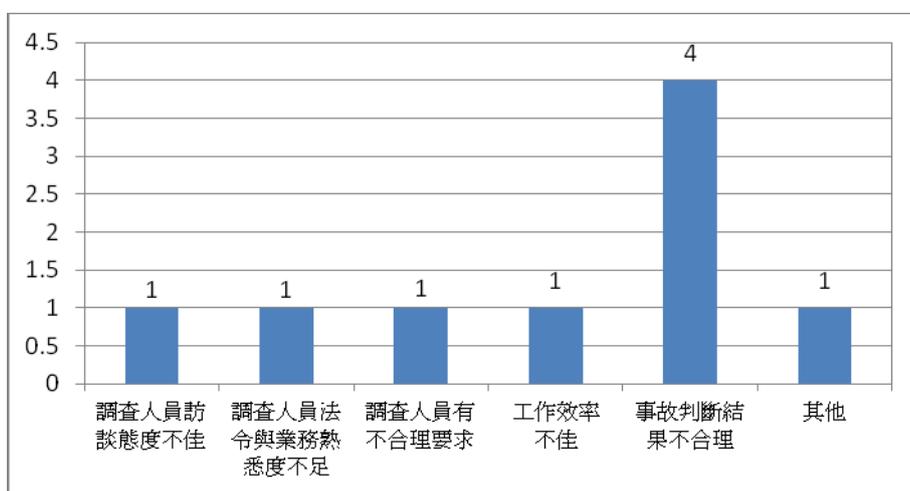


圖 8-25 廠商對「商品事故調查」感到不滿意之項目

18. 整體而言，您認為標檢局人員品德操守（清廉度）如何？

有關廠商對標檢局調查人員品德操守（清廉度）之看法，回覆問卷的 20 家廠商中，有 11 家覺得非常良好，7 家覺得良好，僅有 1 家覺得非常不好，另外有 1 家廠商之問卷填寫人，尚未有商品事故調查之經驗，因此勾選「不知道/沒意見」。接受商品事故調查的廠商大多數認為標檢局調查人員的品德操守（清廉度）是良好的。

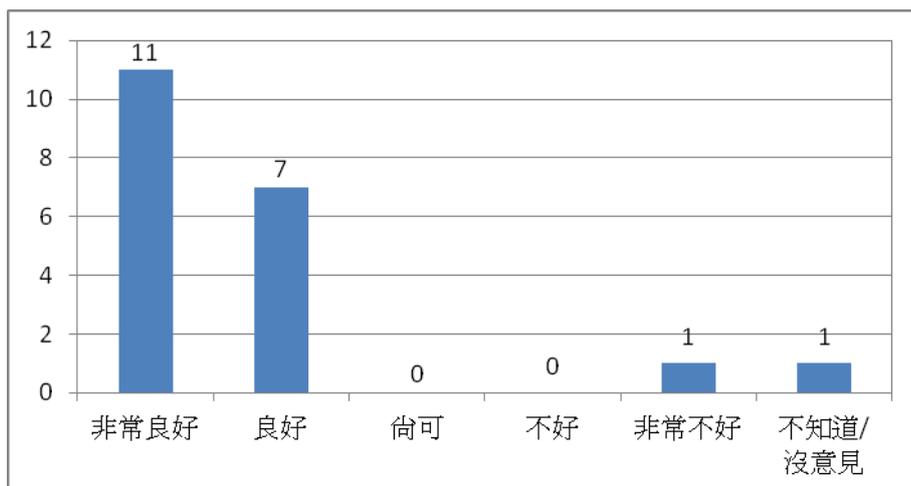


圖 8-26 廠商對標檢局調查人員品德操守（清廉度）之看法

19. 對於標檢局商品事故調查，在法規、作業流程或實際執行上有需要改善或強化之處，您的具體建議事項。

有關標檢局商品事故調查，在法規、作業流程或實際執行上之建議事項，回覆問卷的 20 家廠商中，有 4 家填寫，茲將廠商意見，完全依照原文列出如下：

- (1) 調查報告毫無公信力（在法院裡）。
- (2) 業者提出對其他廠商商品之疑問時，無管道可直接受理。
- (3) 第一次發生事故之時，需給改善的機會，動不動拿行政法出來罰款是差勁的，官僚態度也是差勁的，還有很多根本非正式的公務員，例如僱員身份，為什麼可以執行「公務」，尤其可惡，真不知道這些人員可有合法調查權力，行政調查不能逾司法。還有部分分局，從我眼中看來，根本不需要存在，根本就是在浪費百姓血汗錢，還有每次標檢局拿來問卷表格，都是具名的，請問一下有誰或廠商敢寫出實在的感受，而且「人」還在旁邊看著，眼睛亮亮的，有哪一個人會寫出真實的想法，官是很大的，誰會拿自己的案件開玩笑，況且到時候秋

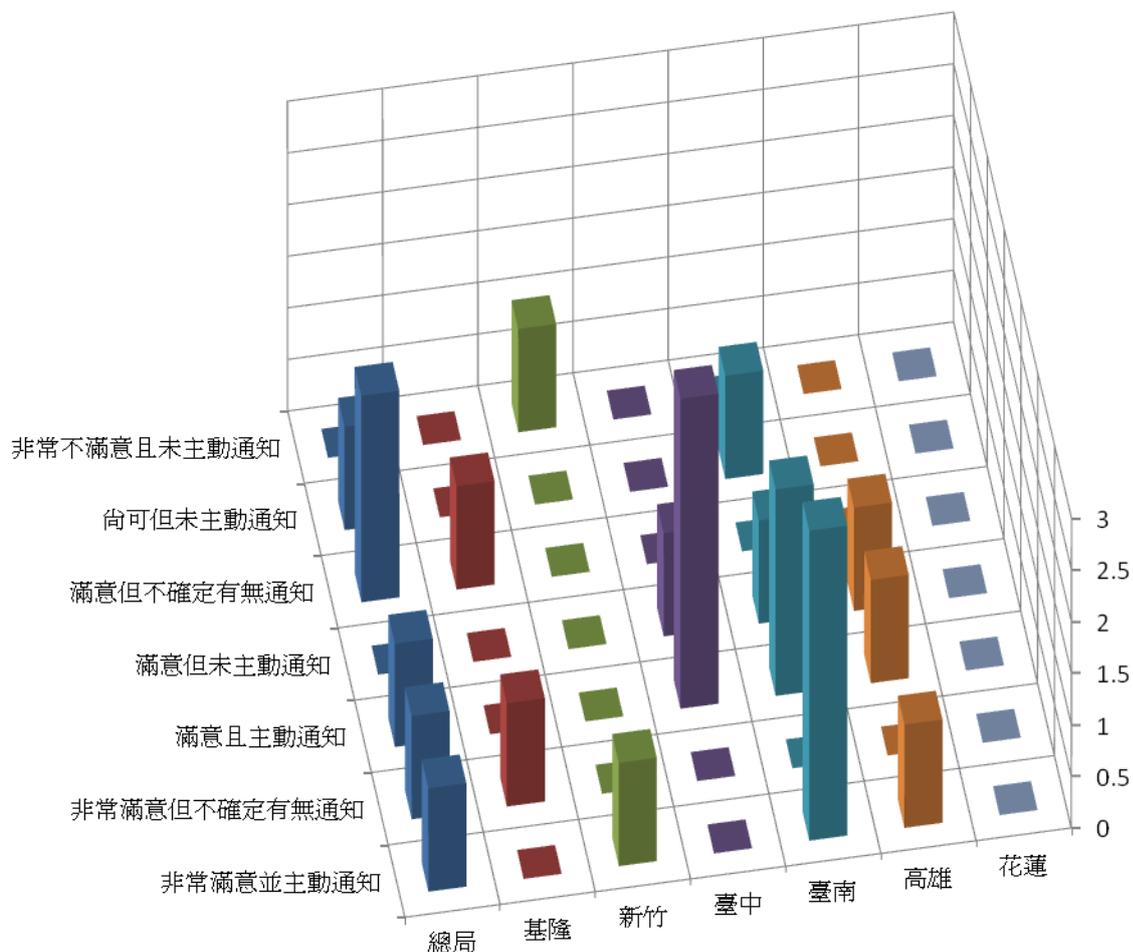
後算帳，只會更慘。

- (4) 事故通報辦法第 13 條第 1 項，3 日內通報。3 日內對業者而言太過緊迫，希望能延緩幾天，建議「7 日」內。

(二) 交叉問題分析

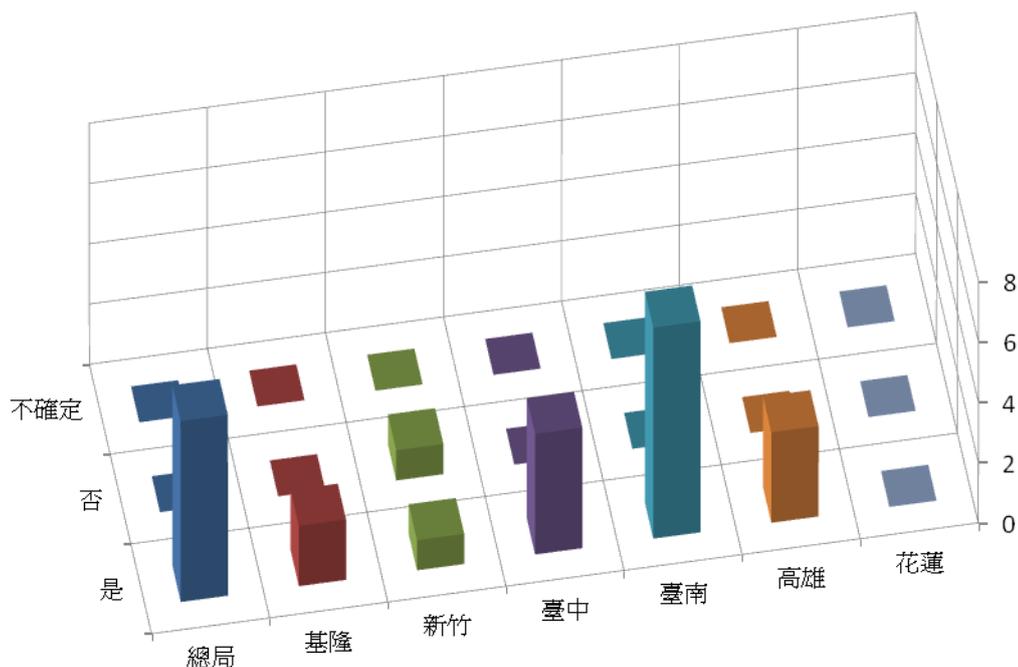
1. 專業程度與是否通知之統計

整體而言，以「滿意且主動通知」比重最高，其次是「非常滿意並主動通知」。勾選「滿意且主動通知」的廠商主要是來自臺中及臺南分局之調查，而勾選「非常滿意並主動通知」的廠商主要來自臺南分局之調查。至於選取「非常不滿意且未主動通知」的廠商僅一家，為來自新竹分局之調查。



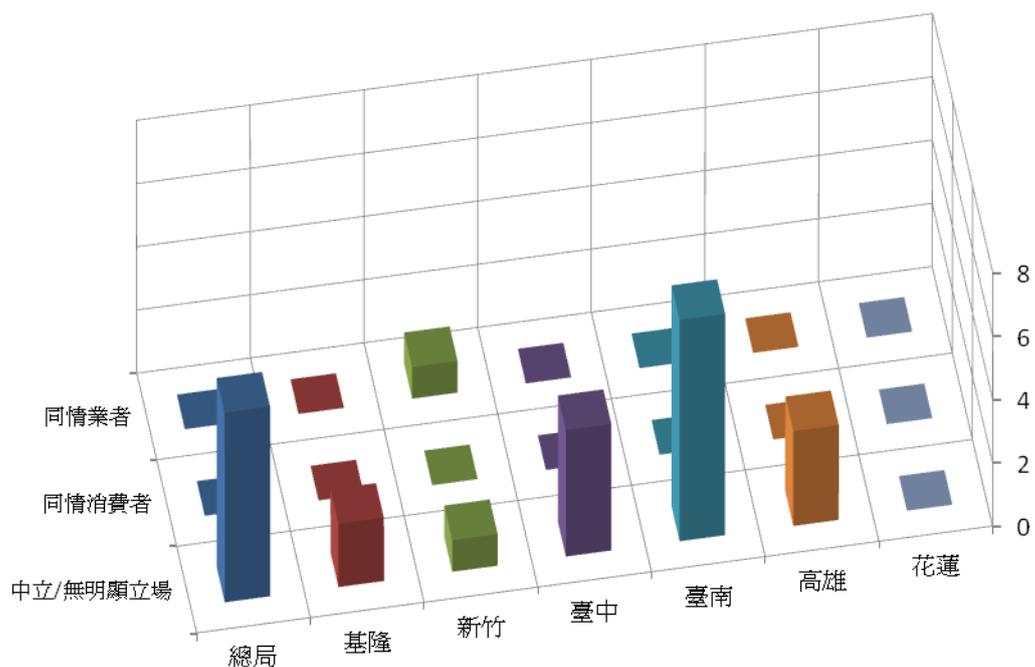
2. 是否告知調查人員身份與說明後續流程

回覆問卷的廠商絕大部均認為標檢局調查人員有告知身份，並說明後續流程，又以臺南分局及總局人員比重較高。至於調查人員未告知身份及說明後續流程者，回覆廠商只有一家，是來自新竹分局的調查。



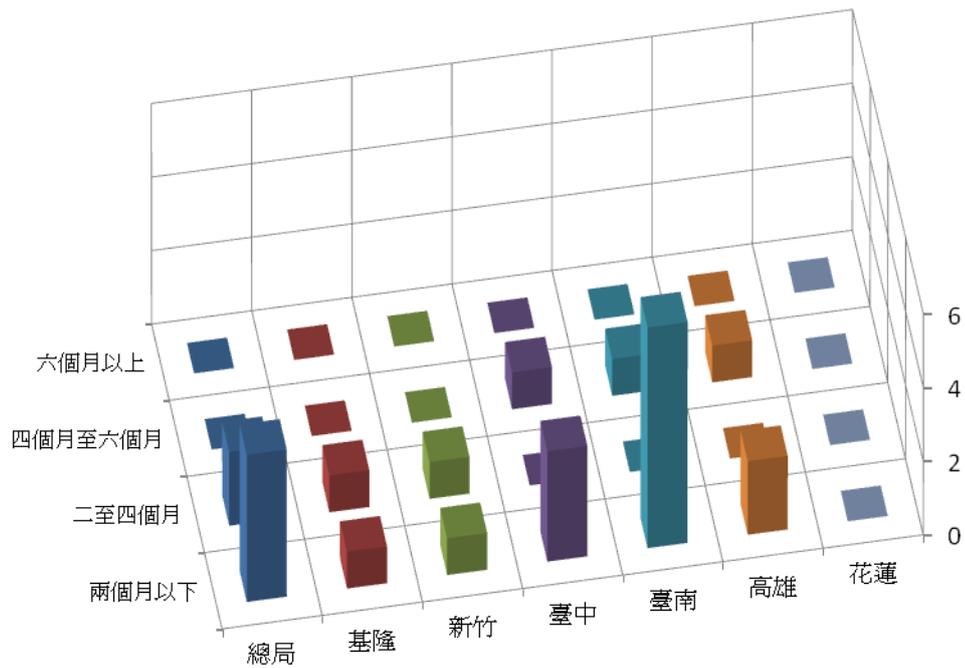
3. 調查人員之態度與立場

回覆問卷的廠商大多數皆認為標檢局調查人員在案件調查中，採行中立/無明顯立場，且回覆案件中以臺南分局及總局的比重較高。又認為調查人員同情業者的廠商只有一家，係關於自新竹分局的調查案件。



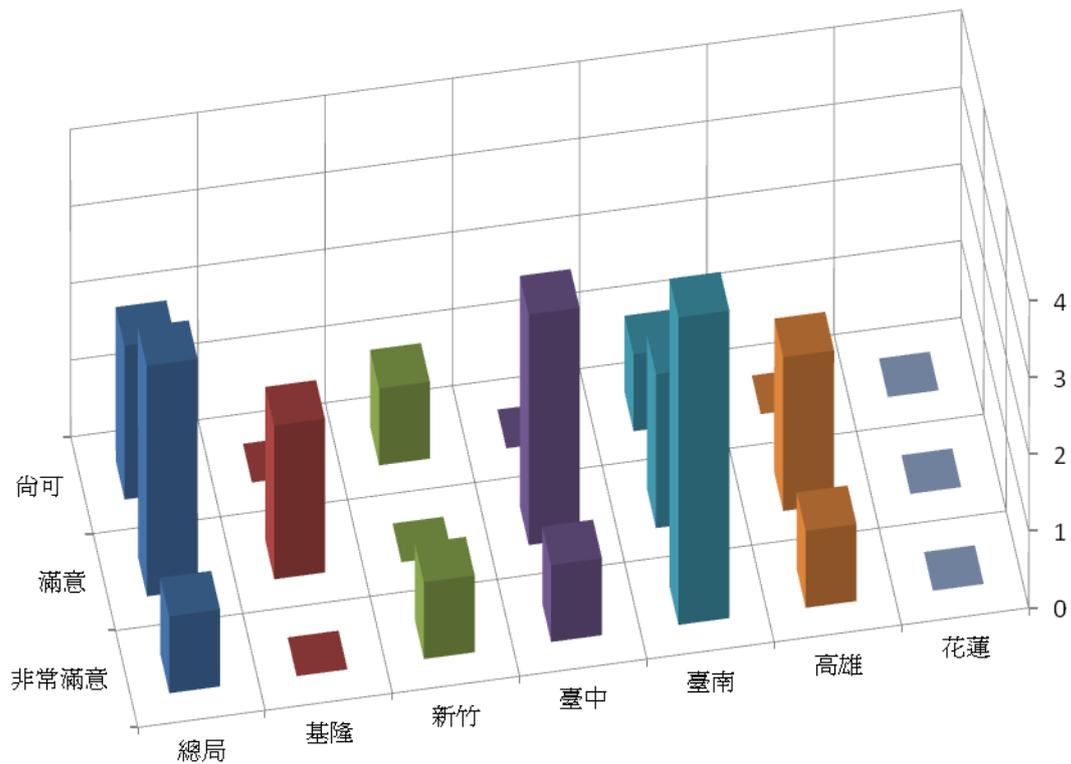
4. 調查事故原因初步判斷約有多久時間

調查事故原因初步判斷，多數回覆問卷的廠商認為在兩個月以下，以接受過臺南分局及總局調查的比重最高，其次是二至四個月。認為四至六個月的廠商有 3 家，分別接受過臺中、臺南及高雄分局之調查。



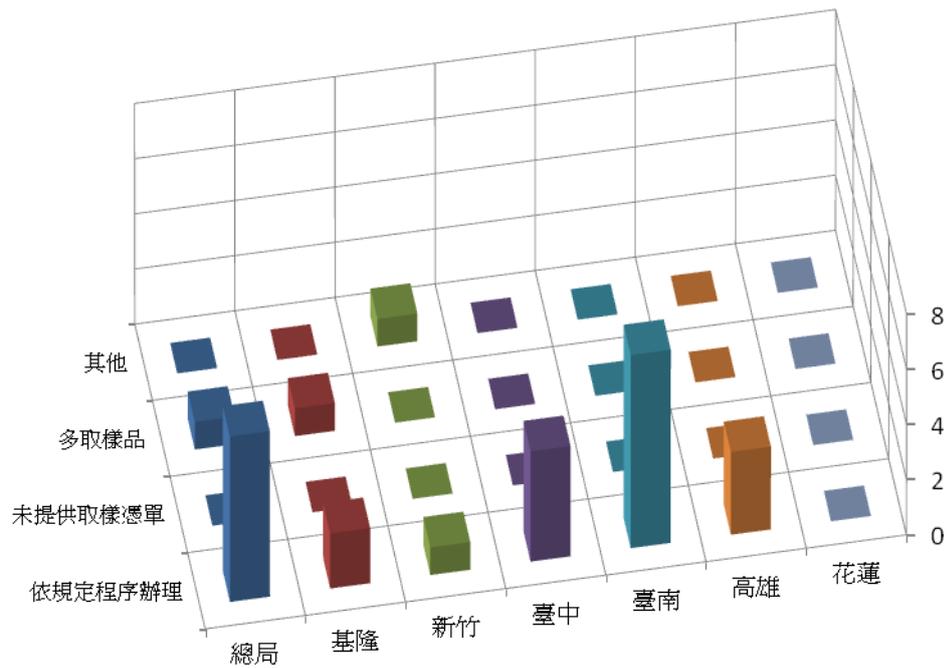
5. 對前一項問題之商品事故調查處理速度

對於商品事故調查處理速度，多數廠商皆表示「滿意」或「非常滿意」。表示「非常滿意」的廠商，以接受過臺南分局調查的比重為最高；表示「滿意」的廠商，以接受過總局及臺中分局調查的比重為最高。少數認為商品事故處理速度「尚可」，主要來自接受過總局調查的廠商。



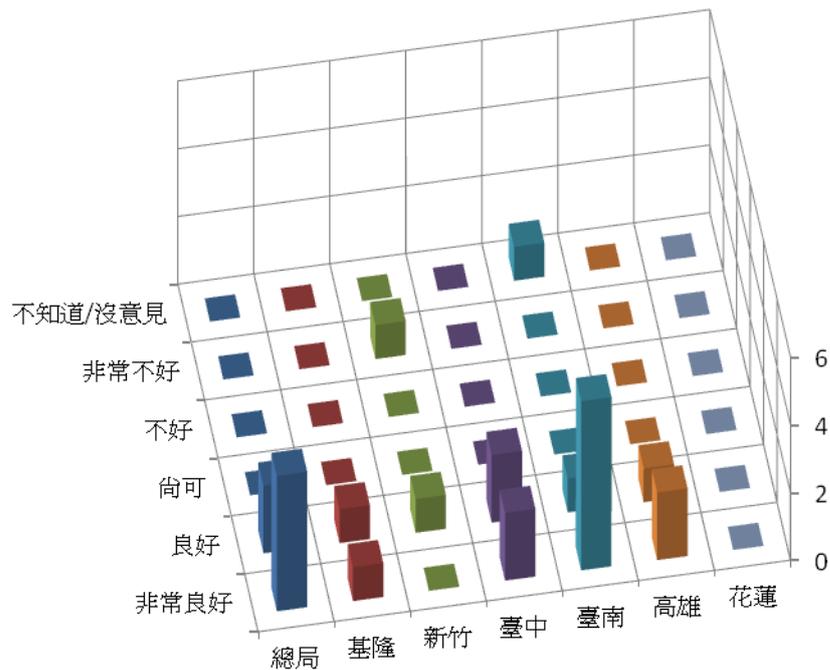
6. 調查人員進行商品取樣作業，觀察辦理之情形

有關調查人員進行商品取樣作業之情形，多數廠商都認為有依規定辦理，以曾受過臺南分局及總局調查的比重為最高；有兩家廠商認為有多取樣品，主要來自接受過總局及基隆分局調查的廠商；有一家曾經接受過新竹分局調查的廠商勾選「其他」，並認為調查人員只想完成法定程序，草草了事。



7. 本局人員品德操守

多數廠商都認為標檢局人員品德操守「非常良好」或「良好」，其中認為「非常良好」的廠商，以接受過臺南分局及總局調查的比重為最高，而表示「良好」的廠商，以接過總局及臺中分局調查的比重為最高。表示「非常不好」的廠商僅有一家，是來自新竹分局的調查，表示「不知道/沒意見」的廠商亦僅有一家，是來自臺南分局的調查。



四、綜合分析

綜合上述問卷分析結果，對於標檢局事故商品調查流程上，本報告有以下觀察與建議：

1. 基本而言，受訪廠商對於標檢局之調查人員滿意度極高，而其中有一家表達「非常不滿意」之廠商，在統計上屬於可排除之極端值，且因本次問卷以不記名方式進行，故亦無法得知其資訊。又在調查流程上，廠商均認為標檢局均可以中立方式進行調查，並無預設之立場，此對於取得受調查之廠商而言，可有助於增加調查結果之公信力。
2. 在做出初步判斷之所需時間上，絕大部分之案件均可在二個月內完成，但亦有部分案件超過二個月。此等案件之時間問題亦反映於廠商對處理時間之滿意度上：共有四件超過二個月，表達滿意度為「尚可」者，亦正好為四件。
3. 又在清廉度與操守上之調查意見中，排除極端值外，絕大部分廠商均表示並無重大瑕疵，調查人員並未於調查過程中濫用公權力來索取不當利益，對此

絕大部分廠商均給予正面之肯定。

4. 然而由調查結果亦可得知，在樣品之後續處理(是否歸還)部分，有部分廠商表示未通知領回亦未退回。而在是否主動通知調查結果部分，亦有相當數量之廠商表示未通知或不確定是否有通知。最後絕大部分之廠商均表示不知道對調查結果之申訴或複查管道。
5. 為使事故商品調查流程更順暢，同時提升透明性，本報告建議應從幾個方面著手強化相關配套流程：
 - (1) 應檢視標檢局總局與各分局調查人員在展開調查與受調查者訪查之標準作業程序，由於總局及各分局調查人員之指派及人力分配不一，且對於調查人員之訓練亦有落差，因此有若干廠商反映對於商品事故調查流程，標檢局人員可能未說明抑或有說明但不清楚，同時多數廠商均表示不知道對調查結果之事後申訴或複查之管道。換言之，不同調查人員之溝通方式可能有異，導致「標準作業流程」之落實程度可能有落差。為強化調查程序之透明化及一致性作法，並提升受調查廠商對於調查程序之可能發展有所預期與配合，故建議考量強化對於調查人員 SOP 流程之教育訓練，供所有調查人員依循。
 - (2) 目前事故商品調查案件之結案程序似未有明確的一致性作法。從本報告與標檢局調查單位之訪談瞭解，總局及分局等調查單位，對於相關案件案件最終研判結果、是否有採行矯正或其他措施等，均無法獲知其內容。從廠商問卷結果顯示，雖然多數廠商有接獲標檢局之主動通知調查結果，惟仍有部分廠商表示標檢局並未通知，換言之，調查結果之結案方式因尚未有明確的一致性機制，使得於少數案件中廠商未獲得個案處理結果，此有損於行政透明化以及廠商，乃至於包括消費者之信任度。對此，宜思考建立標檢局內部與外部之告知調查結果之制度化流程。

- (3) 總局及各分局調查人員進行實地事故商品調查時，目前欠缺得在廠商或消費者拒絕提供商品樣本時，強制取樣進行試驗室調查之法律授權，從而常無法以科學方式鑑定商品事故原因，影響第五組最終判斷之基礎，甚至無法以科學方式證明其因果關係及應負責之環節。就長遠而言，宜思考在法制層面給予調查人員更完整之調查取樣權限，使較複雜之商品事故原因能透過科學方式之確認與鑑定結果。

第九章 結論與建議

第一節 結論

本報告透過對於日本、美國、英國及澳洲、新加坡等國家，在一般消費商品安全機制運作經驗與一般國際趨勢作法之研析，探討我國現行關於消費性商品之安全及事故通報與矯正制度之可能修正方向，同時藉由問卷調查之方式，了解我國廠商對於現行事故調查之意見。並在上述研究基礎上，探討建立我國一般消費商品建立事故通報與矯正措施制度之可能性，作為我國相關制度改革之參考基礎，俾以徹底落實完善我國商品安全制度。依據研究成果，本報告獲致以下之結論：

一、各國制度歸納

1. 觀諸各國消費性商品安全制度之發展，可以歸納出有兩個主要兩種規範類型，一係對於所有消費性產品，均訂有確保安全性之一般性基本義務規定，二則僅針對特定商品之安全性要求加以規定。在第一種規範類型下，其在作法上多透過訂定一般消費性商品之基本法，且納入「一般性產品安全條款」(General Safety Provision, GSP)之方式為之，此種規範方式意謂著所有企業（包括生產者乃至零售業者）負有一般性義務，必須確保市面上僅販售安全產品。若企業販售不安全產品，則不論該不安全產品是否已對消費者造成特定意外或傷害，政府均可依法加以介入並處罰。採取這種規範類式者，包括有歐盟、美國、日本等。第二種規範類型，則僅針對特定商品之安全，透過特定產品專法或以特定產品清單方式，來規範其安全性，而此種作法除了常見於各國通常會在一般消費性產品外另行規定之汽車、藥品或食品等產品外，對於一般性消費產品亦採此作法者，亦可以日本對於瓦斯器材、電器用品制訂專法、台灣商品檢驗法針對應施檢驗商品等例。值得注意者為，前述

兩種模式並非僅能擇一而行，如日本、美國等可能在一般性消費產品與特定產品上兩種規範制度併行。

2. 從 OECD 對於消費安全制度之觀點來看，其認為對於一般消費產品有納入 GSP（「一般性產品安全條款」）概念者，即屬於廣義的「一般性事前義務」（*general ex-ante obligation*）¹⁸⁹。具體而言，即便此類規範並不要求產品上市前，須先提交試驗室報告並取得主管機關之驗證證書，但產品上市前仍須自我確保其符合 GSP 之要求。換言之，並非需要事前強制檢驗以作為產品上市之要求者，方屬於「事前義務」；訂有 GSP 要求者，亦屬之。相對而言，若政府所採取之規範架構，並未納入 GSP 條款者，則原則上屬於後市場監督機制，亦即對於產品安全，係採取事後責任追究方式(*ex-post responsibility*)。此種制度設計通常係某一不安全產品對消費者已經或可能造成傷害時，製造商才需負擔相關義務，如澳洲即採行此等作法。
3. 對事故商品之通報範圍之規範架構部分，在屬於上述第一種規範類型下，由於其要求企業對於產品應符合 GSP 之義務，從而當產品有任何不安全情事或企業知悉任何可能潛在之不安全情事時，均有對國內主管機關通報之責任。換言之，企業對於通報義務所適用之產品範圍，係及於所有一般消費性商品。相對於此，在屬於上述第二種規範制度下，若其係以特定產品專法或產品清單方式來規範產品安全性者，則通常只有該等受規範產品發生事故時，企業方有通報主管機關之責任。
4. 其次，各國對企業加諸之通報義務要求範圍，雖與其所實施之消費商品安全基本規範架構有關，不過對於適用強制通報之企業主體上亦有差異；若干國家並納入自願性通報義務之規定。舉例來說，歐盟、美國與日本雖然對其企業均有納入「一般性產品安全條款」之義務要求，不過對於強制通報所適用之企業主體範圍亦有不同。歐盟所要求之企業主體最廣，包括歐盟境內的製

¹⁸⁹ OECD, Analytical Report on Consumer Product Safety, DSTI/CP(2008)18/Final, July, 24, 2009.

造商、在商品附加標誌之商品製造商或維修產品者、境外製造商在歐盟境內之代表人、商品進口商，以及其他在商品生產過程對於產品安全性有影響力者。又如美國則具體要求製造商、進口商、經銷商及零售商為強制通報義務之主體。不過在日本制度下，其僅要求製造商與進口商為強制通報之義務主體。此外，部分國家為提升事社會各界對於消費安全之認知，故更明訂自願性通報之適用主體，如美國對於消費者、檢察官、醫療單位等鼓勵其進行通報，又於日本則對於零售商、消費者、維修業者與安裝工程業者，鼓勵此等業者可對於不安全商品等問題進行自願性通報。

5. 總結上述對於各國消費性商品安全規範之實施經驗上可以發現，即便在基本規範架構上有類似之概念(如均納入一般性安全義務)者，仍有諸多不同之實施方式。不過，經由本報告之分析觀察，在各國之消費產品安全制度中納入 GSP 條款者，似乎已成為先進國家之普遍趨勢，而 OECD 報告亦顯示，多數 OECD 國家已於其國內法規中納入相關規定¹⁹⁰，而最近才修訂其基本消費安全法制之澳洲，就某一程度也於其國內制度反映出此等概念。

二、我國制度檢討

1. 觀諸我國消費者保護法第七條第一項實質內涵上，已接近其他國家 GSP 條款之要求。然而在他國經驗中，在納入一般性產品安全義務要求時，多會包含相關產品安全標準等配套作法，以作為企業在遵循確保產品安全之一般性義務之參考。就此部分，我國消保法規內容較顯寬鬆，且未明訂企業在確保產品安全之最低要求，僅要求「符合當時科技或專業水準、可合理期待之安全性」。此一不確定法律概念必須待不安全事件發生後（無論是否造成傷害或損失），方能針對個案進行解釋；在事前廠商並無法確知其具體要求內涵，故並無法發揮「事前一般性義務」之效果，與上述國家之 GSP 條款之作法仍有相當距離。其次，通常納入 GSP 條款規定者，會將企業確保產品安全之義務與通報義務加以

¹⁹⁰ OECD, *Compliance of Responses to the OECD 2008 Questionnaire on Consumer Product Safety*,

連結，而我國在消保法之實際運作上，仍有其侷限性。

2. 又目前有強制性通報義務之產品範圍，侷限於特定產品之作法，消費產品安全之強制通報範圍在現行法制下較小，在考量國際為強化消費安全之普遍性趨勢下，我國確有進一步思考擴大產品範圍之必要。

三、調查程序之廠商意見

1. 基本而言，受訪廠商對於標檢局調查人員之普遍程度滿意度極高，而其中有一家表達「非常不滿意」之廠商，在統計上屬於可排除之極端值。又在調查流程上，廠商均認為標檢局均以中立方式進行調查，並無預設之立場，此對於取得受調查之廠商而言，可有助於增加調查結果之公信力。在做出初步判斷之所需時間上，絕大部分之案件均可在二個月內完成，但亦有部分案件超過二個月。此等案件之時間問題亦反映於廠商對處理時間之滿意度上：共有四件超過二個月，表達滿意度為「尚可」者，亦正好為四件。
2. 又在清廉度與操守上之調查意見中，排除極端值外，絕大部分廠商均表示並無重大瑕疵，調查人員並未於調查過程中濫用公權力來索取不當利益，對此絕大部分廠商均給予正面之肯定。
3. 然而由調查結果亦可得知，在樣品之後續處理(是否歸還)部分，有部分廠商表示未通知領回亦未退回。而在是否主動通知調查結果部分，亦有相當數量之廠商表示未通知或不確定是否有通知。最後絕大部分之廠商均表示不知道對調查結果之申訴或複查管道。

第二節 政策建議

一、我國強化商品安全及擴大通報範圍之可能策略

1. 基於各國越來越強調確保消費者產品使用安全之趨勢下，對於與產品有關之企業廠商課以一般性的確保產品安全的義務，逐漸成為各國消費安全法制上之作法。然而納入 GSP 條款欲有效運作，應考量三個核心要素，包含「企業責任之本質」、「對於產品安全之要求」、以及「有效評估產品是否符合產品安全要求之機制」。而這些要素本身即需要對於很多議題加以進一步界定，包括如何定義「企業」、「安全標準」、「產品」及「市面銷售」等。
2. 從其他國家經驗來看，對於消費安全法制是否納入 GSP 條款之探討，或可作為長期之制度改革方向。惟對我國現有制度來看，不論在消保法或商品檢驗法明確與具體納入此等概念，均對於現有制度影響過大，且需著手界定上述所涉議題，因此不宜一步到位。然而，誠如前述我國目前對於確保消費產品安全程度上，因受限於產品通報範圍之限制，亦有進一步討論檢討現有制度，擴大事前安全性義務及通報範圍之空間。
3. 於中短期內，固然在我國現制下，消保法及商品檢驗法皆可能作為擴大事前安全性義務及通報範圍之基礎。然而由於消保法欠缺具體之安全義務規定及相關安全標準規定，無法提供廠商及主管機關有效評估產品是否符合產品安全要求之機制，故無法發揮「事前一般性義務」之效果，故本報告建議 優先以「商品檢驗法」作為安全性機制之基礎。
4. 在具體推動策略上，考量執法能量擴充之限制，可依據分階段到位之原則，透過適用商品清單之擴充，並定期修正清單涵蓋項目，逐步擴大屬於應符合「事前安全標準」範圍之消費商品範圍，納入商檢法適用範圍之一般性消費商品。同時，為有效推動此項工作又不致增加主管機關過多工作負擔，商品清單之定期檢視，建議亦可考量透過成立專家委員會或小組會議進行。

5. 其次，可思考擴大通報義務人範圍，參考其他國家作法，將通報義務人之企業範疇擴大至經銷商、零售商等對象。
6. 再者，通報事故之要件亦有修正之需要。蓋目前通報要件為「商品發生燃燒、爆裂或燒熔，致損害消費者生命、身體、健康或財產，或確有損害之虞」。不過有關「燃燒、爆裂或燒熔」之定義，有相當程度之不明確性。本報告建議可參考日本等國家經驗，將燃燒、爆裂或燒熔等要件改為較無爭議之客觀要件，例如商品之毀損或滅失，或者僅維持該辦法第 2 條第二項原本之要件「商品造成人員死亡或須住院治療之傷害」，即需依法通報之規定即可。
7. 最後，有鑑於我國目前對於上述之通報事故要件規定，僅適用原本商檢法規定之應施檢驗商品範圍。然而，倘若我國將擴大商檢法商品適用範圍至其他一般消費性商品，未來事故通報資訊將會大幅提高，為有效篩選不必要訊息及考量執法能量擴充之限制，本報告建議在擴大商檢法商品適用範圍之同時，對於前項通報事故要件規定，除有關「燃燒、爆裂或燒熔」之問題如前述外，對於我國相對於部分國家事故通報要件較為寬鬆之部分，如日本對於住院應通報之情況有 30 日以上治療之要求，我國則無此時間規定。對此，屆時亦應一併探討給予更精確限縮要件規定之必要性。

二、事故調查程序之調整建議

1. 由於總局及各分局調查人員之指派及人力分配不一，且對於調查人員之訓練亦有落差，因此有若干廠商反映對於商品事故調查流程，標檢局人員可能未說明抑或有說明但不清楚，同時多數廠商均表示不知道對調查結果之事後申訴或複查之管道。為強化調查程序之透明化及一致性作法，並提升受調查廠商對於調查程序之可能發展有所預期與配合，故建議考量強化對於調查人員 SOP 流程之教育訓練，供所有調查人員依循。
2. 從廠商問卷結果顯示，雖然多數廠商有接獲標檢局之主動通知調查結果，惟仍有部分廠商表示標檢局並未通知，換言之，調查結果之結案方式因尚未有明確

的一致性機制，使得於少數案件中廠商未獲得個案處理結果，此有損於行政透明化以及廠商，乃至於包括消費者之信任度。對此，宜思考建立標檢局內部與外部之告知調查結果之制度化流程。

3. 總局及各分局調查人員進行實地事故商品調查時，目前欠缺得在廠商或消費者拒絕提供商品樣本時，強制取樣進行試驗室調查之法律授權，從而常無法以科學方式鑑定商品事故原因，影響第五組最終判斷之基礎，甚至無法以科學方式證明其因果關係及應負責之環節。就長遠而言，宜思考在法制層面給予調查人員更完整之調查取樣權限，使較複雜之商品事故原因能透過科學方式之確認與鑑定結果。

附件一 執行進度表

工作項目	月份										比重
	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月		
回顧我國現行商品事故通報與矯正措施之體系與運作情形	6	6									12
新加坡與澳洲之一般消費商品事故通報與矯正制度之實施與執行分析		7	7	7							21
就我國商品事故通報與矯正制度配套措施需求進行問卷調查			7	7	6	5					25
我國一般消費商品事故通報與矯正措施制度之可行性與適法性分析						4	7	7			18
提出商品事故通報與矯正制度之興革建議與具體規劃								6	6		12
結論與政策建議									6	6	12
預定進度百分比(%)	6	13	14	14	10	12	13	12	6		100
累積百分比(%)	6	19	33	47	57	69	82	94	100		

附件二 計畫執行經費使用表

項 目	預算金額	本期(次) 實支經費	經費實支 累計數	未報支經費	備 註
人事費	545,653	35,000	547,976	(2,323)	
主持人	112,500	15,000	112,500	0	
協同主持人	75,000	10,000	75,000	0	
研究員	75,000	10,000	75,000	0	
研究助理(碩士級, 含勞健保儲金)	158,925	0	158,924	1	
資深研究助理(學士級, 含勞健保儲金)	124,228	0	126,552	(2,324)	
業務費	231,620	178,967	233,898	(2,278)	
問卷調查費	8,000	0	0	8,000	
印刷費及影印費	25,000	10,938	26,886	(1,886)	
差旅費	25,000	0	180	24,820	
資料蒐集費及資料檢索費	50,000	54,900	54,900	(4,900)	
電腦設備使用	64,200	79,125	79,125	(14,925)	
雜支費(文具紙張、耗材、碳粉、會場佈置等)	59,420	34,004	72,807	(13,387)	
管理費	77,727	77,727	77,727	0	
合 計	855,000	291,694	859,601	(4,601)	超支數由本院自行吸收

附件三 經濟部標準檢驗局 101 年度商品事故 調查及廉政滿意度問卷

經濟部標準檢驗局 101 年度商品事故調查流程 及廉政滿意度問卷

親愛的女士、先生您好：

為瞭解您對經濟部標準檢驗局（以下簡稱本局）商品事故調查之滿意度與興革意見，委託中華經濟研究院辦理本次問卷調查，做為本局商品事故調查改進之參考。本問卷採不具名方式，您的意見僅作學術研究分析使用。

懇請您撥冗填答後於 **101 年 10 月 15 日** 前寄回，謝謝您的協助！

順頌

鴻圖大展 萬事如意

局長 陳介山敬啟
廉政專線：0800868090

填卷說明：請選擇適當選項打“V”，若需填寫文字，請簡明扼要具體。

一、請問本局人員與您就商品事故調查進行首次接洽時，是否有告知標檢局調查人員之身份與說明後續調查流程等訊息？

- 1. 是
- 2. 否
- 3. 不確定

二、請問在您的經驗中，本局調查人員就商品事故調查，大概與您進行幾次接洽（包括電訪與面談）？

- 1. 一至二次
- 2. 三至五次
- 3. 六次以上

三、請問您對本局調查進行商品事故調查之專業程度？

- 1. 非常滿意
- 2. 滿意
- 3. 尚可
- 4. 不滿意
- 5. 非常不滿意
- 6. 不知道/沒意見

四、 請問本局調查人員進行商品事故調查之態度與立場？

- 1. 中立/無明顯立場
- 2. 同情消費者
- 3. 同情業者

五、 請問本局調查商品事故至作出事故原因之初步判斷，約有多久時間？

- 1. 二個月以下
- 2. 二至四個月
- 3. 四個月至六個月
- 4. 六個月以上

六、 請問您對前一項問題有關之商品事故調查處理速度？

- 1. 非常滿意
- 2. 滿意
- 3. 尚可

七、 本局調查人員進行事故商品取樣作業時，您觀察其辦理情形為何？

(可複選)

- 1. 依規定程序辦理
- 2. 未提供取樣憑單
- 3. 多取樣品
- 4. 其他【請說明】：_____

八、 本局對商品事故調查完成後樣品之處理情形？

- 1. 通知領回
- 2. 未經通知自行前來領回
- 3. 消耗品不需退回
- 4. 退回時有短少
- 5. 未通知領回亦未退回
- 6. 其他【請說明】：_____

九、 在您的經驗中，本局是否有主動通知商品事故調查結果？

- 1. 是
- 2. 否
- 3. 不確定

十、對於本局針對商品事故調查後之事故原因判斷結果，您的意見為何？

- 1. 接受
- 2. 不同意事故判斷原因
- 3. 其他【請說明】：_____

十一、對於本局商品事故調查後，要求您配合採行之因應矯正措施，您的意見為何？

- 1. 矯正措施之程度合理
- 2. 矯正措施之程度過輕
- 3. 矯正措施之程度過重
- 4. 無經驗/未被要求

十二、若您曾有不接受也不同意調查及結果之經驗，本局是否有提供充分的申訴
/複查管道？

- 1. 是
- 2. 否
- 3. 不知道

十三、整體而言，請問您是否瞭解本局處理商品事故通報之調查程序？

- 1. 瞭解
- 2. 不瞭解；原因為：
 - A. 本局人員未說明
 - B. 本局人員有說明但不清楚
 - C. 本局人員未說明，網路及其他資訊也欠缺
 - D. 其他【請說明】：_____

十四、從您的經驗，本局在處理商品事故通報之整體流程上是否透明？

- 1. 透明
- 2. 不透明，因為：
 - A. 本局人員未說明到訪目的
 - B. 不清楚本局人員的調查對象、範圍及方式
 - C. 不清楚本局人員與其他單位（消防隊、警察、保險公司等）彼此間的角色及關係
 - D. 不清楚本局人員後續處理方式及結果
 - E. 其他【請說明】：_____

十五、就您所知，本局人員在調查及判斷責任過程中，有無以下不當行為？(可複選)

- 1. 要求或收受金錢
- 2. 要求或接受飲宴、招待
- 3. 要求或收受餽贈 (包含不合理索取額外樣本)
- 4. 要求或收受上述以外之其他利益
- 5. 與貴公司人員有借貸情形

如有上述各款情事，請惠予說明時間、地點等：_____

十六、請問您對本局那些「商品事故調查」項目感到滿意？(可複選)

- 1. 調查人員訪談態度中立客觀，說明清楚
- 2. 調查人員對於法令與業務熟悉
- 3. 調查人員無不合理要求
- 4. 工作效率
- 5. 事故判斷結果不合理
- 6. 其他【請說明】：_____

十七、請問您對本局哪些「商品事故調查」項目感到不滿意？(可複選)

- 1. 調查人員訪談態度不佳
- 2. 調查人員法令與業務熟悉度不足
- 3. 調查人員有不合理要求
- 4. 工作效率不佳
- 5. 事故判斷結果不合理
- 6. 其他【請說明】：_____

十八、整體而言，您認為本局人員品德操守(清廉度)如何？

- 1. 非常良好
- 2. 良好
- 3. 尚可
- 4. 不好
- 5. 非常不好
- 6. 不知道/沒意見

十九、請問對於本局商品事故調查，在法規、作業流程或實際執行上有需要改善或強化之處，您具體建議事項【請說明】：

二十、請問您的基本資料：

- (一) 性別 1. 男 2. 女
- (二) 年齡 1. 19 歲以下 2. 20~29 歲 3. 30~39 歲
4. 40~49 歲 5. 50~59 歲 6. 60 歲以上
- (三) 教育程度 1. 研究所以上 2. 大專(學) 3. 高中(職)
4. 國(初)中 5. 國小以下
- (四) 身分類別 1. 公司負責人 2. 公司商品檢驗業務承辦人員
3. 公司其他人員
- (五) 請問貴公司(廠)商品主要種類為：(可複選)
1. 化工類 2. 機械類 3. 電機類
4. 電子類 5. 食品類
6. 其它【請說明】：_____.
- (六) 請問向貴公司執行商品事故調查之機關為：(可複選)
1. 總局第六組 2. 基隆分局 3. 新竹分局
4. 台中分局 5. 台南分局 6. 高雄分局
7. 花蓮分局

填答後，請您將本問卷對折裝訂，直接投郵寄回(郵資已付)，謝謝您！

(經濟部標準檢驗局 101 年商品事故調查問卷)

親愛的女士、先生您好：

本調查統計結果採不具名方式，尚請您撥冗填寫後於 101 年 10 月 15 日前寄回。

如果您有任何關於問卷的疑問，請洽 02-27356006 分機 330 陳孟君小姐。

順頌

鴻圖大展 萬事如意

委辦機關：經濟部標準檢驗局
承辦單位：中華經濟研究院

附錄一 101 年度「商品事故通報與矯正 制度改革之探討」 評審會議審查意見與回覆彙整表

審查委員意見		回覆或修正情形
委員 A	一、研究團隊已有多年多次的相關研究經驗與成果。	感謝委員意見。
	二、請說明第 2 項預期效益中所提調查運作之主體為何機關或組織。	感謝委員意見。第 2 項預期效益所提及之調查運作之主體，為我國經濟部標準檢驗局之相關人員。
	三、上項研究內容也請再詳細說明。	感謝委員意見。第 2 項預期效益之研究內容，係指透過向事故商品之相關廠商以問卷調查方式，歸納廠商親身經驗與建議，以瞭解我國現行商品事故通報與矯正制度上，其調查流程程序是否有不足之處，與調查人員是否有不當行為等情形。
	四、除應施/非應施項目之分類外，可否就災例之經驗歸納後列舉具體之執行策略。	感謝委員意見。不過本計畫目的在檢視標檢局所主管之消費商品現行法規制度，探討建立應施與非應施商品一併適用之消費安全體系的整體性問題，故本計畫將不涉及個別災例或商品類型之事故與矯正執行問題的討論。
	五、為防止執行之公務員不當之行為而為問卷設計之目的，在執行上較不妥，是否站在保護執行人員執勤安全的立場出發，再配合其他相關公、私部門(如消基會/消保處/同業公會/其他如消費者)共同派遣勤務或藉重有效的科技化作業方式(如拍照、回傳、紀錄)等就積極面正向提出有效、確實之運作流程建議案。	感謝委員意見。本研究團隊將與標檢局討論問卷調查之方向，並就委員建議之積極面向與考量適時納入調查範圍。
委員 B	六、問卷調查可考量納入「通路商/經銷商」。	感謝委員意見。問卷調查之對象將納入「通路商/經銷商」。
	七、可考量研究「通路商/經銷商」對事故商品通報制度之責任義務及國外制度之借鏡。	感謝委員意見。將在研究報告納入此部分內容。
	八、問卷內容發送前應與委託單位業務組洽商後再訂。	感謝委員意見。問卷之內容與設計，將會與委託單位進行討論與溝通。
委員	九、其他國家作法方面，建議增列研析與我國經濟規模、制度較相近之國家，例如新加坡。	感謝委員意見。若可蒐集到充分資料，本計畫關於其他國家作法之研究內容上，將以澳洲、新加坡制度為分析對象。

審查委員意見		回覆或修正情形
C	十、一般消費商品安全制度之架構探討部分，本局原草擬「消費商品安全法」部分之資料已有一段時間，近期已就商品檢驗法修正進行研擬中，建議應參考最新資料。	感謝委員意見。關於一般消費商品安全制度之架構探討方面，相關內容與法規等，將向標檢局取得最新資料後進行。
	十一、本研究案宜就商品事故原因及對應矯正措施可能類型進行歸納整理，俾供執行之參考。	感謝委員意見。研究報告將針對我國過去已發生之商品事故之原因與最終對應矯正措施，進行初步歸納整理，予以類型化。
委員 D	十二、計畫書及簡報內容已對研究計畫有個明確完整的規劃，加上近年承辦類似之委辦計畫，可期待計畫執行順遂。	感謝委員意見。
	十三、能否進一步說明問卷調查之標的物，規劃之問卷內容。	感謝委員意見。問卷所欲調查主體為標檢局公務人員，問卷內容規劃包括事故調查時間與流程之適當性、證據與資訊提供之必要性與正當性、矯正措施判斷之合理性等。問卷係由事故商品之相關廠商填寫，歸納廠商之經驗與建議，以提升我國商品事故通報與矯正制度流程之透明性與合理性。
	十四、請說明經費配置中人事費及雜支費的問題。包括：洪姓研究助理是否無需提供資歷表，...雜支費請確認需否列入訓練費、會場布置...等。	1. 一般而言，行政助理不涉及實質研究，故依往例並不會提供資歷表。 2. 就雜資費部分：所謂訓練費為如因應計畫所需，需參加要付費之研討會時，支應款項的會計科目。因不確定是否未來是否有此需要，故於雜支費中編列此會計科目，以因應未來可能所需。其二，會場佈置方面，為因應未來如於執行計畫中，需舉辦座談會以進一步瞭解問卷調查相關事項時所需之會計科目。
委員 E	十五、建請本案研究能兼重下列幾點： 1. 提升相關制度(運作流程)之透明化。 2. 了解業者及民眾對相關公部門執行人員廉能形象之觀感。 3. 避免公部門執行人員衍生不當行為或遭受民眾及業者不必要誤解，提出有效的防範機制或可行措施。	感謝委員意見。針對委員所提出之三點，研究報告將適當納入一併考量研析。
委員 F	十六、本計畫主要針對現行商品事故通報及一般消費性商品(即非應施檢驗商品)之事故通報就制度上、程序上及法規面部分作探討，並將參考美國、日本等國家商品事故通報之機制及處理方式，研提商品事故通報與矯正制度上之建議與規劃。 惟現行商品事故通報機制上，常遇到的是事故發生原因判定上的困難，多半依相關事證、廠商分析報告及事故發生實際情形	感謝委員意見。鑒於時間之限制，以及本計畫目的在檢視標檢局所主管之消費商品現行法規制度，探討建立應施與非應施商品一併適用之消費安全體系的整體性問題，故本研究報告僅將針對過去我國已發生之商品事故原因與最終對應矯正措施進行初步類型化之歸納整理。至於有關美歐等國對於商品事故原因與矯正措施之判定方法，研究團隊過去已進行過相關研析，詳細內容委員可參考 99 年 11 月經濟部標

審查委員意見	回覆或修正情形
<p>等資訊，仍無法明確判定事故發生原因，因此較難以決定其矯正措施。若投標廠商順利得標，建議可研析美國、日本及歐盟等國家，針對判定事故發生原因之辦理方式或調查程序，亦或是否委由官方或非官方之第三者單位或機構作技術上之判定，提供我國參考，希望能針對事故發生原因提出適切且有效之矯正措施。</p>	<p>準檢驗局之委託報告「規劃建構我國事故商品風險分級及處理模式」。</p>

附錄二 101 年度「商品事故通報與矯正 制度改革之探討」 期中報告審查意見與回覆彙整表

審查委員意見	回復或修正情形
委員 A	<p>一、其中有論及「行政院消費者保會委員會」似應更改為「行政院消費者保護處」。</p> <p>二、應施檢驗商品適用法律是否只限「商品檢驗法」，是否仍有其他法律可以適用，例如：消費者保護法是否完全不適用。</p> <p>三、第二節標題「應施檢驗商品事故現行制度概述」建議是否以「商品事故現行制度概述」，宜將「應施」，及「非應施」均納入。</p> <p>四、無法強制取樣，如商品檢驗法並未規範，是否可適用消保法，行政罰法或行政程序法相關規範加以使用。</p> <p>五、欠缺告知結果制度化之流程部分，行政程序法中有關行政處分之理由，即可建立制度化。</p>
委員 B	<p>感謝委員意見，已將「行政院消費者保會委員會」更改為「行政院消費者保護處」。</p> <p>商品檢驗法與消費者保護法均適用應施檢驗商品。惟「商品檢驗法」乃特別針對應施檢驗商品制定之規範，因此，在「商品檢驗法」有明確規範時，應施檢驗商品應優先適用該法，而商檢法無明確規範時，則回歸適用「消費者保護法」。</p> <p>感謝委員意見，已將第二節標題修正為「現行消費商品安全之規範制度」。</p> <p>因為主管機關無法律授權可強制取樣，至於消保法是否有適用餘地，將於後續研究中加以檢視。</p> <p>感謝委員意見。行政程序法中有關行政處分之相關規範，將於期末報告中一併納入討論。</p> <p>一、可否將歷年來的文獻整理出(日、美、歐、澳、新加坡……)等跨國比較相關面向(如系統完整性、分工明確性、調查技術科學性、判斷標準明確性、應變機動性與有效性、改善或矯治的有效性…等)。</p> <p>二、現階段的執行效果?</p> <p>三、現存問題的解決方案?(如短、中、長程的推動目標等)。</p> <p>四、制度與執行能力的搭配。</p> <p>感謝委員意見。關於此處之跨國比較將於期末報告中納入討論。</p> <p>感謝委員意見。現階段的執行效果，將於期末報告以商品安全資訊網之事故通報資料，分析其執行成效。</p> <p>感謝委員意見。關於現存問題之解決方案，會在研究可能範圍內將於期末報告提出建議。</p> <p>感謝委員意見。關於制度與執行能力之搭配考量，在研究可行範圍內提出建議。</p>

附錄三 101 年度「商品事故通報與矯正 制度改革之探討」 期末報告審查意見與回覆彙整表

審查委員意見	回覆或修正情形
委員 A	<p>一、感謝團隊對於期中簡報的回應。</p> <p>二、第 8 頁「我國不安全消費性商品規範體系圖」請納入消防相關法規。</p> <p>三、第 14 頁中有關取樣或要求送驗之權力和口頭報告之無權採樣請再具體說明澄清。</p> <p>四、建議參考第 123 業管制產品清單成立委員會或小組會議，逐年定期修正清單。</p> <p>五、請補充說明召回之標準和停召之外國經驗供委託單位作參考。</p>
	<p>感謝委員意見。</p> <p>感謝委員意見，已於「我國不安全消費性商品規範體系圖」納入消防相關法規。</p> <p>感謝委員意見。報告第 14 頁所指之取樣係指主管機關標準檢驗局於進行市場檢查範圍內，針對商品檢驗具有取樣之權力。至於口頭報告之無權採樣，則係指於商品事故發生現場，由於欠缺可強制帶走事故商品以進行試驗室調查之法律授權（如消防人員或警察之權限），因此對於事故商品若由消防人員帶走，抑或消費者拒絕提供時，標準檢驗局之調查人員對於事故商品便無法進行取樣或採樣。</p> <p>感謝委員意見。逐步擴大商檢法適用商品清單範圍之概念，本報告原已有提出相關建議，不過委員提出以委員會或小組會議對該清單進行定期檢視之建議，應值得委託單位參考，故本報告參酌委員意見後，納入期末報告修正版之政策建議第 4 點內容（第 237 頁）。</p> <p>感謝委員意見。經主席裁示及委託單位同意，本期末報告修正版本將本研究團隊於 2009 年執行經濟部標準檢驗局「不安全消費商品矯正措施實施」委託計畫中，關於日本召回標準之實務經驗判斷、以及召回率提升之實務經驗等分析內容，補充於本報告 58-61 頁及 77-87 頁之適當段落中。</p> <p>另補充說明者，對於召回之結案基準，與日本 NITE 訪談所得知之經驗，日本 NITE 對於某項產品前後實施召回期間已長達 20 年左右，但至今為止仍不敢斷然宣布結案。因於此 20 年期間，該項產品仍存有黑數且仍不定期發生零星事故，故至今仍未結案。此外，若經結案後之該項產品又傳出事故者，則結案後發生之事故究應以舊案重開或新案再開之原則加以辦理，日本 NITE 亦無確切答案。基此，目前關於召回結案之基準與事故產品之等待期間，仍需由主管機關對於個案逐一認定與判斷為宜。</p>
委員 B	<p>一、期中審查相關意見均有完整的提出。</p> <p>二、整體研究成果給予肯定。</p>
	<p>感謝委員意見。</p> <p>感謝委員意見。</p>

審查委員意見		回覆或修正情形
委員 C	一、感謝團隊研究及比較各國通報及矯正制度，並分析及提出各項建議。	感謝委員意見。
	二、在強制通報義務主體部分，美國及澳洲均除了製造商/進口商外，尚包括經銷商、零售商、安裝人員、維修人員等，惟實務上係均要通報或擇一(者)通報？未通報時罰誰？	感謝委員意見。關於美國與澳洲之強制通報義務主體部分，只要屬於 CPSA(消費商品安全法)與 ACL(澳洲消費者保護法)規範中之強制通報義務主體者，於實務上均負有強制通報義務，故只要該義務主體知悉有必須通報之情事者，即須行通報，若未通報將受有罰則，故並非由任一義務主體擇一通報。