

第七章 产品质量法

第一节 产品质量法概述

产品是指经过加工、制作，用于销售的产品。

1. 产品质量法调整的产品，是经过加工、制作的物质产品。
2. 经过加工、制作的物质产品必须以用于销售为目的。
3. 经过加工、制作用于销售的产品仅限于动产。

第二节 产品质量监督管理制度

企业产品质量认证制度

产品质量认证，是依据产品标准和相应的技术要求，经认证机构确认并通过颁发认证证书和认证标志来证明某产品符合相应标准和相应技术要求的活动。产品质量认证分为安全认证和合格认证。产品质量认证采用自愿原则。

第三节 产品责任

一、产品责任制度的内涵

产品责任，又称产品缺陷责任，是指产品的生产者、销售者因其生产或销售的产品有缺陷，造成消费者、使用者或其他人人身、财产的损害而应承担的一种民事赔偿责任。产品责任的成立，须同时具备以下条件：(1)产品存在质量缺陷；(2)缺陷在生产或销售环节已经存在；(3)损害事实客观存在，即已经造成了他人人身或财产上的损害；(4)产品缺陷是损害发生的原因。

二、生产者的产品质量义务

(一) 生产者保证产品内在质量的义务

产品的内在质量应当符合下列要求：

1. 不存在危及人身、财产安全的不合理危险，有保障人体健康、人身、财产安全的国家标准、行业标准的应当符合该标准。
2. 具备产品应当具备的使用性能，但是，对产品存在使用性能的瑕疵作出说明的除外。产品存在使用性能的瑕疵，是指达不到质量标准的要求，但仍具有一定的使用价值，而又不至于危害他人人身、财产安全的产品。
3. 符合在产品或者包装上注明采用的产品标准，符合以产品说明、实物样品等方式表明的质量状况。

(二) 生产者的产品标识应当符合法律要求

产品标识是表明产品的名称、产地、质量状况等信息的表述和标示。生产者应当在其生产的产品或产品包装上附加产品标识，产品标识必须真实，并符合下列要求：

1. 有产品质量检验合格证明。未经检验合格的产品，不得进入流通领域。
2. 有中文标明的产品名称、生产厂厂名和厂址。
3. 根据产品的特点和使用要求，需要标明产品规格、等级、所含主要成分名称和含量的，用中文相应予以标明；需要事先让消费者知晓的，应当在外包装上标明，或者预先向消费者提供有关资料。
4. 限期使用的产品，应当在显著位置清晰地标明生产日期和安全使用期或者失效日期。
5. 使用不当，容易造成产品本身损坏或者可能危及人身、财产安全的产品，应当有警示标志或中文警示说明。警示标志是一种易为大众所识别的图案或符号。警示说明是以文字形式提出警告。

(三) 特定产品的包装质量符合要求

易碎、易燃、有毒、有腐蚀性、有放射性等危险物品以及在储运中不能倒置和其他有特殊要

求的产品,其包装质量必须符合相应要求,依据国家有关规定作出警示标志或者中文警示说明,标明储运注意事项。

(四) 产品生产的禁止性规定

生产者不得生产国家明令淘汰的产品;不得伪造产地,不得伪造或者冒用他人的厂名、厂址;不得伪造或者冒用认证标志等质量标志;不得掺杂、掺假,不得以假充真、以次充好,不得以不合格产品冒充合格产品。

三、销售者的产品质量义务

(一) 进货检查验收义务

销售者应当建立并执行进货检查验收制度,验明产品合格证明和其他标识。必要时,销售者应当对产品的内在质量进行检验。

(二) 保持产品质量的义务

当产品为销售者占有时,销售者应采取必要的措施,保持产品的质量,防止产品变质、腐烂;防止产品丧失或降低使用性能;防止产品产生危害他人人身、财产的缺陷。

(三) 有关产品标识的义务

销售者进货时,应当检验产品标识;在销售时,应当保证产品标识符合产品质量法的要求。这种要求,与对生产者在产品或者其包装上的要求是相同的。另外,销售者不得更改生产者标注的合格产品标识,以保证产品标识的真实性。

(四) 产品销售的禁止性规定

销售者不得销售国家明令淘汰并停止销售的产品和失效、变质的产品;不得伪造产地,不得伪造或者冒用他人的厂名、厂址;不得伪造或者冒用认证标志等质量标志;不得掺杂、掺假,不得以假充真、以次充好,不得以不合格产品冒充合格产品。

四、产品缺陷

(一) 产品缺陷的含义与判断标准

我国产品质量法规定的缺陷,是指产品存在危及人身、他人财产安全的不合理的危险;产品有保障人体健康和人身、财产安全的国家标准、行业标准的,是指不符合该标准。

(二) 产品缺陷的类型

1. 制造缺陷,是产品在生产环节中因工艺、质量管理不善等原因而产生的不合理危险性。
2. 设计缺陷,是指产品设计未能充分考虑未来产品的安全性致使其存在不合理的危险。
3. 警示缺陷,是生产者疏于以适当方式向消费者说明产品在使用方法及危险防止方面应注意的事项,导致产品产生不合理的危险性。警示缺陷主要表现为以下情况:
(1)警示时间不当。生产者将产品投入流通领域时,就应当对产品可能发生的危险及其预防方法予以警告和说明。同时,还应对产品投入流通后发现的危险负担持续性警示义务。
(2)警示内容不当。生产者应当对产品所具有的性质和特殊使用方法,可预见的使用危险,包括可预见的误用导致的危险及预防方法等予以指示。
(3)警示方法不当。生产者应当在产品的合适位置,以醒目的字体或标志揭示产品的特殊使用方法、特殊危险及其预防方法。

五、产品责任的责任主体

(一) 生产者

因产品存在缺陷造成人身、缺陷产品以外的其他财产损害的,生产者应当承担赔偿责任。生产者能够证明有下列情形之一的,不承担赔偿责任:

1. 未将产品投入流通的。
2. 产品投入流通时,引起损害的缺陷尚不存在的。
3. 将产品投入流通时的科学技术水平尚不能发现缺陷的存在的。

(二) 销售者

由于销售者的过错使产品存在缺陷,造成人身、他人,财产损害的,销售者应当承担赔偿责

任。销售者不能指明缺陷产品的生产者也不能指明缺陷产品的供货者的,销售者应当承担赔偿责任。

因产品存在缺陷造成人身、他人财产损害的,受害人可以向产品的生产者要求赔偿,也可以向产品的销售者要求赔偿。属于产品的生产者的责任,产品的销售者赔偿的,产品的销售者有权向产品的生产者追偿。属于产品的销售者的责任,产品的生产者赔偿的,产品的生产者有权向产品的销售者追偿。

六、产品责任的损害赔偿

因产品存在缺陷造成损害要求赔偿的诉讼时效期间为 2 年,自当事人知道或者应当知道其权益受到损害时起计算。

因产品存在缺陷造成损害要求赔偿的请求权,在造成损害的缺陷产品交付最初消费者满 10 年丧失;但是,尚未超过明示的安全使用期的除外。

第八章 消费者权益保护法

第一节 消费者权益保护法概述

一、消费者的概念

我国《消费者权益保护法》所称的消费者是指为生活消费需要而购买、使用商品或者接受服务的个人。

二、消费者权益保护法的适用范围

消费者为生活消费需要购买、使用商品或者接受服务,其权益受该法保护;经营者为消费者提供其生产、销售的商品或者提供服务,应当遵守该法;对于上述具体情况该法未作规定的,应当适用其他法律法规的规定。另外,农民购买、使用直接用于农业生产的生产资料,亦参照该法执行。

第二节 消费者的权利

一、我国消费者权益保护法规定的消费者权利

(一) 保障安全权

保障安全权是指消费者在购买、使用商品和接受服务时所享有的人身、财产安全不受损害的权利。包括人身安全权和财产安全权。

(二) 知悉真情权

知悉真情权,又称知情权、获取信息权,是消费者享有的知悉其购买、使用的商品或者接受的服务的真实情况的权利。消费者有权根据商品或者服务的不同情况,要求经营者提供商品的价格、产地、生产者、用途、性能、规格、等级、主要成分、生产日期、有效期限、检验合格证明、使用方法说明书、售后服务,或者服务的内容、规格、费用等有关情况。

(三) 自主选择权

自主选择权是指消费者享有的自主选择商品或者服务的权利。该权利包括以下几个方面:自主选择提供商品或服务的经营者的权利;自主选择商品品种或者服务方式的权利;自主选择购买或者不购买任何一种商品、接受或者不接受任何一项服务的权利;消费者在自主选择商品或者服务时,有权进行比较、鉴别和挑选。

(四) 公平交易权

公平交易权是指消费者在与经营者之间进行的消费交易中所享有的获得公平的交易条件的权利。该权利主要体现在两方面:一是消费者有权获得质量保障、价格合理、计量正确等公平交易条件。二是消费者有权拒绝经营者的强制交易行为。

（五）依法求偿权

依法求偿权，又称索赔权，是指消费者享有的因购买、使用商品或者接受服务过程中受到人身、财产损害时，依法获得赔偿的权利。

（六）依法结社权

依法结社权是指消费者享有的依法成立维护自身合法权益的社会团体的权利。在我国，依法成立的消费者组织有两种，一种是消费者协会，另一种是其他消费者组织。

（七）获取知识权

获取相关知识权，又称消费者受教育权，是指消费者享有的获得有关消费和消费者权益保护方面的知识的权利。

（八）获得尊重权

获得尊重权是消费者享有的在购买、使用商品和接受服务的过程中，人格尊严、民族风俗习惯受到尊重的权利。人格尊严是消费者人身权的重要组成部分，包括姓名权、肖像权、名誉权、荣誉权等。

（九）监督批评权

监督批评权是指消费者享有的对于商品和服务以及消费者保护工作进行监督的权利。监督批评权包括以下两个方面的内容：第一，消费者有权对经营者提供商品和服务的全过程进行监督，有权检举、控告其侵害消费者权益的行为。第二，消费者有权检举、控告国家机关及其工作人员在保护消费者权益工作中的违法失职行为，有权对保护消费者权益工作提出批评、建议。

第三节 经营者的义务

- 一、依法定或约定提供商品或者服务的义务
- 二、接受消费者监督的义务
- 三、安全保障义务
- 四、提供真实信息的义务
- 五、标明真实名称和标记的义务
- 六、出具购货凭证或者服务单据的义务
- 七、保证商品或服务符合要求的义务
- 八、履行“三包”或其他相应责任的义务
- 九、公平交易的义务
- 十、尊重消费者人身权的义务

第四节 消费者权益争议的解决途径和责任承担

一、消费者权益争议的解决途径

- 第一，与经营者协商和解。
- 第二，请求消费者协会调解。
- 第三，向有关行政部门申诉。
- 第四，提请仲裁机构仲裁。
- 第五，向人民法院提起诉讼。

二、消费者权益争议的损害责任承担

（一）消费者权益争议的损害责任承担者

1. 生产者、销售者。消费者或者其他受害人因商品缺陷造成人身、财产损害的，可以向销售者要求赔偿，也可以向生产者要求赔偿。销售者赔偿后，属于生产者的责任或者属于向销售者提供商品的其他销售者的责任的，销售者有权向生产者或者其他销售者追偿。
2. 展览会举办者、柜台出租者。消费者在展销会、租赁柜台购买商品或者接受服务，其合

法权益受到损害的,可以向销售者或者服务者要求赔偿。展销会结束或者柜台租赁期满后,也可以向展销会的举办者、柜台的出租者要求赔偿。展销会的举办者、柜台的出租者赔偿后,有权向销售者或者服务者追偿。

3. 提供服务者。消费者在接受服务时,其合法权益受到损害的,可以向服务者要求赔偿。

4. 承受原企业权利义务的企业。消费者在购买、使用商品或者接受服务时,其合法权益受到损害,因原企业分立、合并的,可以向变更后承受其权利义务的企业要求赔偿。

5. 营业执照的持有人和使用人。使用他人营业执照的违法经营者提供商品或者服务,损害消费者合法权益的,消费者可以要求其赔偿,也可以向营业执照的持有人要求赔偿。

6. 广告主和广告经营者。消费者因经营者利用虚假广告提供商品或者服务,其合法权益受到损害的,可以向经营者要求赔偿。广告经营者发布虚假广告的,消费者可以请求行政主管部门予以惩处。广告的经营者不能提供经营者真实名称、地址的,应当承担赔偿责任。

(二) 损害赔偿的范围

经营者提供商品或者服务有欺诈行为的,应当按照消费者的要求增加赔偿其受到的损失,增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或者接受服务的费用的一倍。

