

美國法上之商品製造人責任

黃宏全* 著

壹、概說

肆、嚴格責任

貳、過失責任

伍、結論

參、瑕疵擔保責任

壹、概說

有關商品製造人責任之發展，美國法之發展甚早，不僅在英美法系國家中居領導地位，同時也相當程度的引導大陸法系國家之發展，英美法上商品製造人責任，主要有以下三種：過失責任、嚴格瑕疵擔保責任、及無過失侵權行為責任或嚴格責任¹。

昔日之英美法視過失僅為行為人之內心之狀態而已。過失與故意，均為侵權行為責任成立之要件，行為人之須負責與否，均視其行為之際有無故意或過失以為判斷。惟自英國一九三二年之 *Donoghue v. Stevenson* 一案判決²後，即不再視「過失」僅是行為人內心之狀態而已，而將「過失」視為獨立侵權行為之一種類型，即只要有違反注意之義務情事，並因而使他人蒙受損害者，即應構成過失侵權行為，即已以客觀上判斷行為人之有無過失，而再非係以行為人之主觀過失作為過失侵權行為責任成立之要件，是過失已朝客觀化認定。而在 *Birmingham Waterworks Co.* 一案判決中³，更進而認為過失乃是一般具有理性之人認為應為之行為而不為，或一般具有理性之人認為不應為之行為而為之謂。此外，在一九三

* 作者為輔仁大學法學博士，現任行政院消費者保護委員會法制組組長。

¹ 英美法之 *Strict Liability*，有譯之為嚴格責任者，亦有直譯稱為無過失責任者。本文以為 *Strict Liability* 與大陸法系國家之無過失責任，差相一致，惟自文義言之 *Strict Liability* 尚無法直譯為無過失責任，故行文上乃使用「嚴格責任」之譯稱，應特先誌明。

² *Donoghue v. Stevenson*, 1932, A.C. 562.

³ *Blyth V. Birmingham Waterworks Co.*, 1856 II EX. 781.

四年之 *Loohgelly Iron and Coal Co., v. M'mullan* 一案判決中⁴，更明白闡明過失之意義，不僅為不注意之作為或不作為而已，其乃係違反對於他人應盡之義務而使他人受其損害之行為。由上述判例觀之，過失之本質已由行為人之主觀狀態，演變為行為人之客觀狀態，即由主觀過失演進至客觀過失之理論。

早期英美法上，商品製造人之過失侵權行為責任，甚受漠視，論究其原因，乃係當時盛行「契約自由」(Freedom of Contract)及「契約關係」(Privity of Contract)之思想或理論，強調商品製造人僅對與其間具有直接契約關係之買受人負責，對於與其間未有直接契約關係之消費者或商品使用人，雖因瑕疵產品而受有損害，亦不負賠償責任。另一方面，商品製造人並挾其經濟上之優勢地位，利用預先訂立好之條款及定型化契約書(Contracts of Adhesion)，插入諸多不公平之契約條款，如所謂之棄權條款或限制責任條款，以規避脫卸其責任，故商品製造人之過失侵權行為責任理論，一直無法確實建立，判決例上著名之例，得以一八四二年 *Winterbottom v. Wright* 一案判決⁵為代表見解，即法院即認為原告與被告間，因未具有直接契約關係，而判令被告不必負賠償責任。直到一八五二年紐約州最高法院於 *Thomas v. Winchester* 一案判決⁶，始突破直接契約關係原則之拘束。本案係由於被告過失之行為，致毒藥摻入其所製造之其他藥品中，並經由零售商出售予給原告，致原告食用後遭受身體上之損害，該案判決之法庭意見認為，若一商品在性質上，對於人類之生命或健康，具有「急迫或固有之危險者」(Imminently or Inherently dangerous to life or health)，則雖商品製造人與被害人之間無直接契約關係存在，就所生損害仍應負賠償責任。惟因急迫或固有危險產品之範圍及解釋不一，法院之判決亦為迥異，而產生甚多爭論。此一爭執直到美國紐約州最高法院一九一六年 *Macpherson v. Buick Motor Co.*，一案判決作成⁷，始告平息。

Macpherson v. Buick Motor Co.，一案，乃原告向零售商購買一部由被告製造之汽車車，在行駛中因車輪破裂致車體翻覆，致使原告身受重傷，乃起訴主張汽車製造商之被告應負損害賠償責任，但被告主張，製造商對於未具有直接契約關係之第三人之責任，僅限於對於人類具有急迫或固有危險之產品，例如，毒藥、食品、飲料及爆炸物等，而汽車不屬於上述危險產品之範圍，故不應負責。但承

⁴ *Loohgelly Iron and Coal Co., v. M'mullan* (1934) A.C.1a,25.

⁵ *Winterbottom v. Wright*, 152 Eng. Rep. 402.

⁶ *Thomas v. Winchester* 1852, 6 N.Y.397.

⁷ *Macpherson v. Buick Motor Co.*, 217 N.Y. 382, 11 N.E. 1050 (1916).

審本件之 Cardozo 氏法官則以為，汽車本身雖非性質上具有「急迫或固有之危險」之商品，但汽車製造商如因製造不當致汽車具有瑕疵時，其對人體侵害之危險性則實與毒藥無異，故所謂危險商品者，應包括一切不當製造之商品，因此任何之產品，如因製造商之過失行為而具有瑕疵，致生損害於第三人時，雖製造商與消費者或商品使用人未具有直接契約關係存在，亦應負過失之侵權行為損害賠償責任。此一判決奠定了商品製造人過失侵權行為責任之理論，具有重大之意義及深遠之影響。

貳、過失責任

侵權行為損害賠償請求權之發生，以行為人具有故意或過失為要件，學理上稱之為過失責任原則或主義。惟依此項過失責任之原則，被告之過失行為，應由原告負舉證責任，即應由原告證明商品之具有欠缺或瑕疵，係因被告之過失行為所致，始足當之。惟時至二十一世紀之後現代社會，科學技術之發展，可謂日新月異，一日千里，時有創新，企業生產設備越見精密與複雜，產品或商品之生產製造均具有極高度之秘密與技術性，有時，即使係該行業之專家亦不易鑑定商品欠缺或瑕疵之發生原因為何，何況不具有專門知識一般消費者或商品使用者，故以侵權行為責任法則作為解決商品責任損害賠償問題之依據，雖已成為各國立法及司法之共同趨勢或潮流，惟過失侵權行為責任之不足保障消費者權益，則甚為明顯，其可達成之效果如何，亦有所疑問。是英美法系國家之法院，為保護被害人依侵權行為提起訴訟時，能獲得較多之勝訴機會，乃採取的下列具體之方法，以減輕被害人之舉證責任負擔，以盼達到保護消費者之目的：

(一)事實本身證明過失之原則（*res ipsa loquitur*）之適用

過失有時可以情況證據證明之，情況證據中，使用最廣者，莫過於「事實本身證明過失」，或稱「情事自明」之原則。此原則可避免原告舉證之困難，蓋過失事實之發生如由於被告所致者，則被告本身最為瞭解，原告無從得知，故法律於某種情形下，認為事實之本身，已足推定被告具有過失之可能，無庸要求原告再負舉證之責任。此一原則之濫觴頗早，英國一八六三年之 *Byrne v. Boadle* 一案判決中⁸，有一麵粉桶從被告倉庫二樓窗戶滾下，致傷及路過之原告，法院即已認為此項事實本身，已足以推定被

⁸ *Byrne v. Boadle* (1863) 2H C. 722

告具有過失，不必再要求原告負擔證明被告過失之舉證責任。此一原則發展結果亦被適用於商品責任之過失侵權行為責任理論中，並具有相當重要之地位。惟適用「事實本身證明過失」之原則時，必須具備下列三項要件：

1. 導致原告受損害之意外事件，除被告有過失者外，依其性質，在一般情形下不致發生。
2. 造成損害之工具或場所，必須在被告所控制之下。
3. 意外事件之發生，原告並無任何之過失行為。

根據上述適用「事實本身證明過失」原則第二點要件得知，造成損害之工具或場所，必須在被告所支配控制之下始足當之。惟此類案件發生損害時，商品往往在受害人之控制下，為補救此項缺憾，加州法院遂在 *Escola v. Coca Cola Bottling Co.*，一案中⁹指出：原告如能證明商品於出售後，其本身並無任何改變，且商品之缺陷或瑕疵，於脫離被告控制之時，即已存在者，則雖損害發生時，商品已不在被告之控制下，被告亦須負賠償責任，以期能減輕原告之舉證責任。而美國侵權行為法學泰斗 Page Ketton 教授，為了能對消費者提供更為完善之保護，而將上述要件修正如下¹⁰：

1. 造成原告損害之意外事件，係因商品之瑕疵所致者。
2. 商品之瑕疵於脫離製造商控制時即已經存在。
3. 除製造商有過失者外，否則在通常情形下，商品不會有瑕疵存在之可能。

(二) 違反法令規定之原則 (Violation of Statute) 之建立

在一般情形下，製造商若違反法令規定之義務，致他人受有損害時，即可推定其有過失。被害人可依據該法規，對於行為人請求損害賠償，而無須再負舉證責任。在美國威斯康辛州一九三八年 *Doherty v. S. S. Kresge Co.*，一案判決中¹¹，原告妻子在被告飲食店中，吃了一份三明治後，中毒身亡，在訴訟中雖無證明被告具有過失之證據，但法院認為依威斯康辛州清潔食品法之規定，任何人製造販賣有毒或不衛生之食品，均構成不法行為。故本案法官認為，法律係為保護公共安全及利益而設，任何人之行為

⁹ *Escola v. Coca Cola Bottling Co.*, 24 Cal. 2d 453, 461(1944)

¹⁰ *Southwestern Law Journal* Vol. 19, P. 36 (1965)

¹¹ *Doherty v. S. S. Kresge Co.*, Supreme Court of Wisconsin 227, Wis. 661. (1938)

違反法律規定，即屬過失而應負責。過失侵權行為責任之理論演變至此，則凡只要製造商之行為有違反法令之規定，不問事實上過失之有無，即可直接認定其具有過失，而應負損害賠償之責。

參、瑕疵擔保責任

美國法院首先創立了商品製造人嚴格責任之理論體系，惟論究其起源，即與所謂之「擔保責任」有關。擔保責任分為「明示擔保責任」(Express Warranty)與「默示擔保責任」(Implied Warranty)，前者係基於當事人之意思表示而產生，後者乃是基於法律規定而產生。

一、明示擔保責任

早期英美法系國家之買賣法 (Law of Sales)，對於瑕疵擔保責任之概念並不明確，其係適用「購者自慎」(Caveat Emptor)之交易原則，亦即買受人應注意自己所購買之商品，而對於所購買商品之瑕疵所致之損害，即應自負其責。直到一六八九年 Lord Holt 氏主張，出賣人對於買賣標之物之所有權如有陳述或保證時，即應負瑕疵擔保責任，自此奠定了明示擔保責任理論之基礎¹²。而依照美國統一商法典之規定，所謂明示擔保者，乃指出賣人就買賣之商品為事實上之確認、允諾、或對商品加以描述、或以樣品及模型表示買賣之商品，使其成為交易基礎之一部分者，則出賣人應擔保其所確認、允諾、描述或樣品及模型與商品相符¹³。

1. 出賣人之確認、允諾

明示擔保責任之成立，並無特定型式之要求，出賣人對於買受人無須以言詞或文字表示擔保之意思或保證其商品之符合性。只要出賣人對買賣標之物所為之確認或允諾，足以使買受人相信而購買其商品者，則出賣人對其確認或允諾之陳述，即應負明示擔保責任。惟關於出賣人之何種陳述，始應負明示擔保責任，美國法院判例上之見解不一，關於讚美、意見與吹噓之陳述，依照美國統一商法典 (Uniform Commercial Code)

¹² Williston on Sales, Vol. 1, p. 503, Sec. 196. 另 Nicholas, An Introduction to Roman Law 181 (1962)。國內亦有譯為：「買者當心」，請參見林世宗「消費者保護法之商品責任論」，師大書苑出版社，1996年8月初版，64頁。

¹³ U.C.C. S.2-313(1)

S. 2-313(1)(a)¹⁴之規定認為：僅是對產品讚美之詞句，並不當然即屬構成出賣人之明示擔保責任。而關於製造商之其他陳述，在早期之英美法上，認為商品製造人之明示擔保責任，僅限於有契約關係之當事人間，始有適用，直到一九四三年 *Baxter v. Ford Motor Co.*，一案判決¹⁵之作成，始有重大之突破。在本案中，被告福特汽車公司於廣告中表示其所製造汽車之擋風玻璃係由不破玻璃所製成，但原告於駕駛該汽車時，擋風玻璃卻被石子擊破而傷及原告，致使原告眼睛失明，原告因而提起被告違反明示擔保責任之訴訟。被告在訴訟上抗辯表示：原告與該公司間並未具有直接之契約關係，故無須對原告負責。而華盛頓州最高法院之判決則認為，汽車製造商福特汽車公司，應對消費者負「擋風玻璃具有防碎性」之明示擔保責任。蓋產品之製造商保證其產品具有某種品質，但事實上卻未具有，因而至消費者受到損害時，若僅因原告與製造商間並未具有直接之契約關係，故無須對原告負責，顯非公平，故允許消費者在此種情形下，得對製造商提起違反擔保責任之訴訟¹⁶。而在一九六四年之 *Randy Knitwear Inc. v. American Cyanamid Company* 一案判決中¹⁷，不僅採取了前述判決之見解，同時更擴大了擔保責任之適用射程範圍。本案之判決指出，買受人所得請求之救濟，除身體上之損害外，凡根據製造商之商品廣告、標籤或說明書上之陳述而購買商品者，因製造商陳述錯誤而遭經濟上之損失，雖消費者或商品使用者與製造商無直接之契約關係存在，但亦得請求損害賠償。此判決充分保護了消費者之權益，而在其後以明示擔保責任為訴因之相關案件中，法院亦著眼於公共政策及誠信原

¹⁴ *Id.* Note 255, U.C.C. s.2-313(1)(a)。該條條文規定，明示瑕疵擔保與產品有關，且成為交易基礎部分的事實之肯定，敘述或樣品之提供。

¹⁵ *Baxter v. Ford Motor Co.*, 168 Wash. 456, 12 p. 2d 409. (1934)。商品製造人之擔保責任，期發展過程，以該案最具代表性，並墊下該理論之基礎。

¹⁶ 法院認為，對此種消費者不易發現之瑕疵，消費者與製造者間雖無契約關係，製造者仍應對使用該商品而受到損害之消費者，負賠償責任 (the right of purchaser to a remedy against the manufacturer because of damages suffered by reason of a failure of goods to comply with manufacture's representations as to the existence of qualities which they did not in fact possess, when the absence of such qualities was not readily discoverable, even though there was no privity of contract between the purchaser and the manufacturer.)。

¹⁷ *Randy Knitwear Inc. v. American Cyanamid Company*, 11 N.Y. 2d 5.

則之觀點，使消費者在此類訴訟中，皆能獲得勝訴之判決。

此外，於美國侵權行為法第二次整編(*Restatement of the Law of Torts, Second, 1956*) 四百零二條 D 「出賣者對於消費者虛偽陳述其產品」之規定中，亦有關於瑕疵產品責任之規定：一個經營生意之商品出賣人，以廣告、標籤或其他方式虛偽地陳述其產品之品質或特性，致消費者遭受身體之傷害時，應對於信賴其虛偽陳述之消費者負賠償責任，而不問該廠商是否具有過失、詐欺或與消費者間是否具有契約關係。

2. 出賣人對商品之描述

美國統一買賣法僅規定出賣人對商品之描述應構成默示擔保責任，而美國統一商法典則認為，出賣人對商品之描述與出賣人對商品之確認並無不同，故將其列入明示擔保責任之範圍，並規定出賣人不得以免責條款限制其責任¹⁸，故對買受人之保護實較統一買賣法之規定為周延。

3. 樣品或模型買賣

依照美國統一買賣法之規定，出賣人如以樣品或模型表示，商品之特性或品質，買受人因信賴而購買者，出賣人應負默示擔保之責任¹⁹。而美國統一商法典則規定，出賣人如以樣品或模型表示買賣之商品，而成為交易基礎之一部分者，出賣人應負明示擔保之責任，在此方面，美國統一商法典對消費者之保護亦較為周全。

二、默示擔保責任

統一商法典第 2-314 條定有出賣人默示之瑕疵擔保，即其產品應合理地適合供一般用途使用。出賣人如明知買受人欲就特定目的使用產品，且買受人亦信賴出賣人提供適於該目的使用之產品，則出賣人就該產品負默示之瑕疵擔保責任。因科學之日新月異，產品日益精密複雜，而出賣人之明示擔保責任，僅限於其對買賣標的物有所陳述或保證時始負責任，若出賣人未為關於商品之描述或保證者，則當然不構成明示之擔保，但此顯然已無法對於一般消費者，提供周全之保護。故在一八一五年 *Gardiner v. Gray* 之著名判例中²⁰，因出賣人所出售之蠶絲，不符合契約所定之品質標準，而遭買受人拒

¹⁸ Ibid.

¹⁹ U.S.A. Sec. 16. 另外，*Mazetti v. Armour & Co.*, 75 Wash 622, 135 P633 (1931) 案及 *Henningsen v. Bloomfield Motors*, 32 NJ358, 161 A2rd 69 (1960) 案亦屬著例。

²⁰ *Gardiner v. Gray*, 4 Camp, 144.

絕收受貨物。本案法官認為，出賣人之貨物有與契約所載品質相符之義務，此即契約中之默示擔保條款，若有違反即應負默示擔保責任，而不必更有明示擔保之存在，至此默示擔保責任之理論始為確立。所謂默示擔保責任，乃係基於法律明文或默認而發生之擔保責任，其與明示擔保所賦予出賣人之責任雖無差異，然因默示擔保責任未具有絕對性，出賣人仍得以特約免除之，其對消費者之保護，尚不及明示擔保責任。美國統一商法典將默示擔保分為「商品宜售性」(Merchantability)之默示擔保，及「特定目的」(Purpose)之默示擔保二種。而關於出賣人所有權之擔保，美國統一買賣法亦將其列入默示擔保中。茲分別析述如下：

1. 商品宜售性之擔保

(1) 商品宜售性之定義

出賣人如係專營某種商品買賣之商人時，除有排除或變更之情形外，應擔保買賣標的物具有宜售性之品質。何謂商品宜售性，依照美國統一商法典之規定，有六種可判斷商品宜售性之標準²¹：

- I 必須與契約所描述之情形相符。
- II 標的物為不特定物時，須具備一般平均之品質。
- III 須具備該種商品之一般目的。
- IV 在雙方同意之差距內，交易標的之各單位及單位與單位之間，應該具有相同之種類、數量及品質要求。
- V 必須依契約之規定，而為商品適當之安置、包裝及標示。
- VI 包裝或標籤上，若有所承諾或對事實之承認，須與標的物相符。

此外，美國統一商法典更進一步規定：旅社、飯店，或餐廳，若供給不潔之食品或飲料致傷害顧客時，亦屬於買賣行為，應負默示擔保之責任，但必須具備下列之要件²²：

- I 提供食品、飲料者必須由旅社，飯店，或餐廳等為之，易言之，服務者必須是以經營食品或飲料為業之商人為必要。
- II 服務者所提供之食品、飲料必須具有一定之價值，及購買者必須給付一定之價金才能享受該食品或飲料。

(2) 違背健康與安全標準之效力

²¹ U.C.C. S. 2-314(2)

²² Willian. L. Prosser, Handbook of the Law of Torts, 4th ed., 1965.

在 *Green v. American Tobacco Co.*, 一案判決中²³, 原告因抽被告廠牌之香煙, 致罹患肺癌死亡, 在死亡以前提起本訴訟, 主張被告應對其香煙負默示擔保責任。本案之陪審團下級法院認為, 直到目前為止, 依照人類的科技與知識, 尚無法精確合理的指出, 香菸到底會對人類產生何種真正的傷害於危險, 而判決被告勝訴, 不應負默示擔保責任。但上級法院多數意見卻認為, 原告是因完全信賴被告廠牌香煙之默示保證, 亦即保證其香菸適於吸食並對健康無害, 然而結果卻造成原告罹患肺癌而死亡。因此, 對原告之死亡, 製造商應負絕對的默示擔保責任, 而判決原告勝訴。

2. 適合特定目的之擔保

依照美國統一商法典之規定, 係指適合於買受人所指定之特種用途, 因此, 與該商品通常被使用之目的 (一般目的) 有所區別²⁴。又依照美國統一買賣法第十四節第一款之規定²⁵: 買受人明示或默示對出賣人表示其特定使用之目的時, 若出賣人依照一般交易過程而出售其貨物者, 則表示買受人係依賴出賣人之技術與判斷而購買其物, 此時出賣人, 對於該物品即負有符合特定使用目的之默示擔保責任, 若出賣人係基於商標或專利, 而出售特定貨物者, 則不負符合特定使用目的之默示擔保責任。此外, 美國統一商法典第二編第三一五條亦規定²⁶, 出賣人於訂立買賣契約當時, 若能合理預見買受人之特定使用目的, 且買受人又係信賴出賣人之技術與判斷而購買其物者, 出賣人對於該物負有符合特定使用目的之默示擔保責任, 但契約中附有免責或限制條款者, 不在此限。但基於商標或專利而購買商品部分, 美國統一商法典之規定則與美國統一買賣法之規定不同, 其認為基於商標或專利而購買商品者, 與其他之買賣並無不同, 出賣人是否須負特定目的之擔保責任, 應視買賣時之各種情況決定之。比較上而言, 美國統一商法典之規定較之美國統一買賣法之規定為進步, 對消費者, 提供較為有利之保護。

3. 所有權擔保

²³ *Green v. American Tobacco Co.*, United States Courts of Appeals, Fifth Circuit, 1968. 391 F. 2d 97. (106)

²⁴ *Supra*, fn. 316, Sec. 11.

²⁵ Sales of Goods Act, Sec. 14(1), 56 & 57 Vict. c. 71.

²⁶ U.C.C. S. 2-315.

依照美國統一商法典之規定，買賣契約中，出賣人對於買受人，須負擔保標之物之所有權完整且合法，而標的物上未為第三人設定非買受人訂約時所知悉之任何擔保利益。蓋買受人善意希望因買賣取得完整之所有權，出賣人即應為合理之移轉，並且使其不須因保護此項所有權而涉訟。

肆、嚴格責任

一、嚴格責任理論之演進

自十九世紀以來，各種大型企業相繼誕生，以致危險事業增加，相對者意外事故頻傳，例如鍋爐爆炸、飛機失事、船舶沈沒及礦坑塌陷等事件相繼發生。即使企業經營者已經為相當之注意，對於職工及第三人所生之危險，卻有逐漸增加之趨勢。在請求損害賠償之同時，倘嚴守過失責任主義之原則，則被害人請求權之行使，勢必頗為困難甚或無法受償，如此不僅有違公平正義之理念，同時對於社會之安寧、人類之幸福、亦有所妨害。因此，就在個人主義 (Individualism) 達到最高點，產生重重問題之時，社會主義乃孕育而生。法律之中心思想，亦由權利本位，進入到社會本位，由自由法時代進入到社會立法時代。而其中最重要者，乃是商品製造人之責任，由過失責任主義到嚴格責任主義之演變。

美國於 *Greenman v. Yuba Power Product*, 59 Cal 2d 57, 377 p 2d 897 (1963) 一案中，承審法官 Traynor 重申嚴格侵權責任之理論基礎，此原則在加州最高法院所採後，很快就影響其他各州之法院。當時美國法律學會正在草擬美國侵權行為法整編 (二)，有鑒於嚴格責任之風潮，故在草案中將嚴格責任適用之範圍，自原來的食品擴大到所有產品，並於 1965 年定案，是為現行法第 402A 條，自此有別於瑕疵擔保責任及過失責任之嚴格責任制度確定。此外，商品製造人，究應負過失責任或嚴格責任，其與商品欠缺或瑕疵之分類具有密切之關係，茲將商品之缺陷或瑕疵之分類及其內容，依序析述如下：

一般而言，商品之欠缺或瑕疵約可分為以下四類：

1. 製造上之瑕疵 (Manufacturing Defect)

亦即產品在設計上並無錯誤，但卻不符合製造商或出賣人之原預定結果或樣品，通常均因生產製造過程中或品質管制及檢查上發生錯誤，

導致商品具有欠缺或瑕疵為多。在 *Cronin v. J.B.E. Olsen Corp.* 一案判決中²⁷，原告運送麵包之卡車，在途中與他車相撞，導致車中扣住麵包盤之金屬鉤子折斷，麵包盤從原告身後壓過來，致使原告撞上車子擋風玻璃而受傷，原告因而控告被告之金屬鉤製造上具有瑕疵，故請求損害賠償。本案法官認為，原告只須證明產品製造上具有瑕疵，且原告之損害發生與商品之瑕疵間具有「相當因果關係」（proximate cause）即可，無須依美國侵權行為法整編第四百零二 A 條之規定，尚須證明因產品之瑕疵，而使產品具有「不合理之不完全性」（unreasonably unsafe）。因此，判決原告勝訴，被告應負無過失之賠償責任。

2. 設計上之瑕疵 (Design Defect)

係指製造商在設計過程中發生錯誤，致使生產之商品，具有欠缺或瑕疵而使消費者之生命、健康、財產，陷於不當之危險而言。關於設計瑕疵所發生損害之案件，通說均課以製造商嚴格責任，而對於意外雖非因欠缺或瑕疵所致，但卻因欠缺或瑕疵而發生或擴大損害時，製造商是否應負嚴格責任，學說上有不同見解，茲將相關案例析述如下：在 *Larsen v. General Motors Corp.* 一案判決中²⁸，原告駕駛被告製造之汽車，在一次車禍中，被方向盤傷及頭部，於是向原告訴請損害賠償。本案法官認為，製造商有責任將產品設計適合其原定用途（intended use），同時應該使其產品，不含有不安全之潛在危險與瑕疵，而汽車的原定用途，法院認為即是將人及貨物，安全的運送與在公路上安全的行駛。因此，製造商可明確預見汽車按其原定用途，行駛於公路上時，常會因意外事故之發生而造成傷害，故製造商設計產品時，應為合理之注意，以減少因任何可預見之不合理危險所產生之傷害，否則，即應就其過失負責。本案被告汽車製造商，雖非因汽車之瑕疵設計而造成意外事故，但卻因汽車之瑕疵設計而發生或擴大原告之傷害程度，故法院判決被告應負過失賠償責任。因此根據美國目前之判例，產品因設計瑕疵而造成意外及損害時，通說均認為，製造商應負無過失之責任，但若設計瑕疵之產品並未造成意外，僅致使損害之發生或擴大時，則學者及法院傾向於僅以過失責任為責任基礎。因此，目前美國法院及立法機關逐漸瞭解，設計瑕疵

²⁷ *Cronin v. J.B.E. Olsen Corp.* Law Rev., Vol. 11; 593, p.965, fn. 77.

²⁸ *Larsen v. General Motors Corp.* 391 F. 2d, 495 (1968).

之案件，不能如製造瑕疵之案件，全部適用美國侵權行為法整編第四百零二 A 條之規定，以嚴格責任主義判定商品製造人之責任，而應參考美國統一產品責任法之規定²⁹，就相關因素分析利弊之方式，以決定商品製造人之責任。美國統一商品責任法第 104 (B) 節規定，在決定產品有無瑕疵時，應依下列標準決定之：

- (1) 產品製造時產生傷害之可能性。
- (2) 產生傷害之嚴重性。
- (3) 製造可防止此種傷害之產品，其技術上之可行性。
- (4) 改變設計之相關費用，包括製造、分配及銷售該產品之費用。
- (5) 改變設計後，產品可能引起之傷害。

3. 指示上之瑕疵 (failure to warn)

係指商品之製造及設計雖無欠缺或瑕疵，但因某些商品具有特殊性質及使用方法，而製造商未為適當指示、警告或說明，致使消費者在使用之際，蒙受損害者之謂也。茲就相關判例，析述說明如下：

- (1) *Sterling Drug Inc. v. Cornisk* 一案判決中³⁰，被告是磷酸水 (Chloroquine Phosphate) 製造工廠，其所製造之藥品被廣泛且有效地使用於關節炎的治療上，然而經臨床治療結果卻發現，該藥品對於小部分的人會產生極嚴重破壞視網膜的細胞的副作用，而影響到病人的視力。本案原告，正好是使用該藥物而產生副作用影響之人，原告因服用該藥長達四年之久，導致視力受到嚴重的傷害。原告因此主張，被告既然知道小部分的人會受到副作用之影響，卻因過失而未能對於使用該藥物的醫生提出警告，致使原告遭受極大之傷害，故被告應負損害賠償之責任。本案法官認為，被告已經知道該藥物會對小部分的人造成嚴重的副作用，因此，有責任對於專業醫生提出警告，否則應對產生的後果即須負責，被告因過失而未能即時提出警告，故為被告敗訴之判決。
- (2) *Braun v. Roux Distrib Co.* 一案判決中³¹，原告因使用被告出產之染髮劑染髮，致使頭皮發癢及過敏，因而主張被告因過失未能對其具有危險性之產品提出警告，因此，被告應負損害賠償之責任。被告則抗辯主

²⁹ 同註 85。

³⁰ *Sterling Drug Inc. v. Cornisk*, United States Court of Appeals, 1996.370 F.3d.82.

³¹ *Braun v. Roux Distrib Co.*, Supreme Court of Missouri, 1958. 312 s. w. 2d 758.

張，原告未能有力證明其頭皮發癢及過敏，與使用其染髮劑具有直接之因果關係，自不應負責。本案法官認為，從證據上顯示，被告推出其染髮劑產品後，雖然大部分的人使用其產品之後均屬安全，而沒有發生任何之不適與反應。但有一小部分之人，在使用過後，曾產生頭皮發癢及過敏之現象，且依證據調查所顯示者，被告可能知道或只要加以一般的注意即可知道，其染髮劑中含有會產生過敏及發癢之成分在內，因而被告有責任對於使用其產品之人，提出適當之警告，但被告卻因本身之過失而未提出，致使原告遭受身體上之傷害，被告應負損害賠償之責任，故為被告敗訴之判決。

4. 當時科技尚不能發現之瑕疵 (Defect Scientifically Undiscoverable)

商品之製造雖應符合當時之科技狀況 (state of art) 與水準，但日後仍然不免可能發生瑕疵；或該商品雖對一般人並無危險，但對於某些特殊之人，卻可能造成傷害。因此，對於此種商品欠缺或瑕疵所造成之損害，製造商應否負嚴格責任，即有探討之必要。在 Heck v. Beryllium Corp. 一案判決中³²，原告因吸入被告工廠所排出之有毒化學廢氣而產生身體上之疾病，因此向被告提出損害賠償之訴訟。從證據中顯示，被告在一九四七年左右，即知道其工廠所排放之有毒化學廢氣具有毒性，但卻尚不知道會對人之身體產生傷害。直到一九五〇年原子能委員會公布工廠排放此種廢氣之含量，每立方呎內不能超過〇·〇一毫克時，方才知道該化學廢氣會對人之身體產生傷害。本案法官認為，在一九五〇年以前，被告雖不知道其工廠所排放之化學廢氣，會對人體造成傷害，但卻經證明與原告之生病具有相當之因果關係，故判令被告應負損害賠償之責任，而為原告勝訴之判決。

二、嚴格責任之理論基礎

在複雜而危險之現代科技社會中，製造商對於其瑕疵產品，應負嚴格責任其理論之基礎與根據為何，茲就有關學說析述如下：

1. 危險分散說 (the policy of risk-spreading)

商品製造人從事經營具有危險性之工商企業，當可預期其產品可能發生危險與損害，故可將賠償費用預計於成本之中，以轉嫁於一般消費

³² Heck v. Beryllium Corp. Supreme Court of Pennsylvania, 1966. 424 Pa. 140, 226 A. 2d 87.

者身上，或可經由責任保險之方式，將損害賠償之責任，轉嫁給保險公司負擔，如此當可減輕其責任，況且，商品製造人財力上之雄厚，較有能力分散危險與轉嫁負擔，由其對自己所製造之瑕疵產品負無過失之賠償責任，自然較任由經濟上薄弱之受害者求償無門，而獨自承擔危險者佳。

2. 公共利益說

此說認為，製造商之利益，既然建立於消費者忍受一定程度之必然損害上，則基於公共政策與社會利益之前提下，由其收益中賠償消費者所受之損害，方屬公平。美國著名侵權行為法教授 Prosser 氏認為³³，人類之安全與生命，應受到最大之保護，因此，當欠缺或瑕疵商品對購買者造成身體之傷害或財產上之損失時，雖非直接之商品購買者或使用者亦得對於在交易過程中之所有出賣人請求損害賠償，且縱使出賣人對於其產品之出售與製造，已盡善良管理人之注意義務者，亦同。

3. 廣告與信賴說

在現代社會中，製造商為了促銷其產品，均利用報紙、期刊、收音機、電視機、網際網路等方式，將其產品之品質、特性等廣為向消費者宣傳介紹，並且大部分產品均經由密封式之貨櫃直接運送零售商，再轉賣至消費者手中。因此，消費者之所以購買某一產品，可謂係完全信賴製造商對其產品之廣告，並且，鮮少有檢查產品之機會，或亦有之，亦因缺乏專門知識與技術，而無從發現產品之欠缺或瑕疵。因此，若產品未具有廣告上所描述之品質與優點，而致消費者受損害時，製造商自應賠償消費者因信賴在其不實之廣告所受之損害。此外，在嚴格責任主義下，原告僅須證明產品具有欠缺或瑕疵，並且與其所受之損害間具有因果關係，即可獲得賠償，如此既可減輕被害人之舉證責任，並且得迫使製造商生產品質優良及更具安全性之產品，以減輕其責任。Traynor 法官在 Escola 一案中³⁴更指出，採用嚴格責任主義，產品之受害人可直接向商品製造人請求賠償，具有可節省法院及當事人間之勞力、時間、費用，避免迂迴訴訟之弊端。以上所述，均為美國法院責令商品製造人就產品瑕疵所致之損害，應負嚴格責任之理由。

³³ Willan. L. Prosser, Handbook of the Law of Torts, 4th ed. P. 651.

³⁴ Supra, fn. 409.

三、嚴格責任之適用範圍

由於基於擔保責任為權利之主張，必須具有直接契約關係，製造商方須賠償，而若根據過失責任，則須證明被告有過失。然而，由於消費者證明製造商無過失不容易，且又不一定與出賣人有直接之契約關係之成立或存在，因此，美國法院乃逐漸放棄要求消費者證明製造商有過失的過失責任，也不再要求原告與被告之間必須具有直接的契約關係，而改採嚴格責任制度，以利原告能不需證明被告之過失即可獲得賠償。

所謂嚴格責任，論其性質，即為一種危險責任之立法，易言之，因為商品之瑕疵而造成消費者生命、身體、健康或財產上之損害，而由商品製造人就消費者所遭受之損害，負賠償責任之一種制度。原則上，是由消費者先就其使用企業經營者所提供之商品所遭受之損害事實加以證明，然後再由商品製造人舉證免責，立法目的則在於保護消費者，並使消費者能獲得適當之救濟。美國首件採取嚴格責任主義的案件，就是著名的 *Greenman v. Yuba Power Products, Inc.* 一案判決³⁵，在本案中原告看到 Yuba 公司所生產之木工機具十分心動，原告之太太於是向 Yuba 經銷商購買一套送給原告。原告於工作上使用時，一片卡在機器中的木片，不慎飛出打中原告之身體，致使原告受到傷害，於是向 Yuba 公司提起訴訟。本案法官鑑於原告並未直接向被告購買商品，因此擔保責任並無法保護原告，所以他乃另闢蹊徑，創造出無過失之嚴格責任，其在判決中明白表示：如果製造商所生產銷售之產品經過證明具有欠缺或瑕疵，而該廠商可得而知消費者不會檢查其欠缺或瑕疵即加以使用，且因該欠缺或瑕疵造成損害時，該製造商即應對其產品，依照侵權行為法負無過失之嚴格責任。

此種要求製造商應該對其產品依照侵權行為法負無過失的嚴格責任之判決，不但影響衝擊美國產業界與法律界，也將美國的產品責任之立法推向無過失的嚴格責任，造成美國企業界對產品責任之重視。而因為產品責任案件大增，也使得美國法律學會修改了其侵權行為整編，增加了第四百零二 A 條以明定此一嚴格責任³⁶，由於此項規定，迅速地為美國各級法院所接受，乃成為影響美國消費者與產業界的重大法律上變革，雖然美國採取無過失的嚴格責任已有三十餘年，但是迄今仍然只有侵權行為整編第四百零二 A 條

³⁵ *Greenman v. Yuba Power Products, Inc.* 377 P.2d 897 (Cal.1963)

³⁶ Restatement of Torts 402a (1977)

的明文規定，並廣為法院判決所引用。因此，欲了解美國無過失嚴格責任，就必須了解該法之規定，茲將其規定析述如下：

1. 任何物品因其瑕疵，對最後使用者或消費者之人身或其財產有不合理之危險時，於下述情形，出賣人對於使用人或消費者所遭受財產上之損害，應負賠償責任：
 - (1) 出賣人從事經營此種物品之買賣。
 - (2) 依所預期，商品到達使用人或消費者，仍保持出賣時之狀態，並無實質改變。
2. 前項規定，於下列情形亦適用之：
 - (1) 出賣人對商品製造及銷售，曾盡其可能之注意。
 - (2) 使用人或消費者與出賣人之間並無任何契約關係，亦未向出賣人購買該產品。

根據該條規定，如果消費者因所購買之商品而遭受損害，欲向企業經營者請求賠償時，則必須符合下列要件：

- (1) 原告必須證明該產品是由被告所製造或銷售。
- (2) 商品本身具有瑕疵，例如有設計上之瑕疵，製造上之瑕疵，或未為適當的警告標示等。
- (3) 依通常之情形，商品之瑕疵會致使商品產生不合理之危險。
- (4) 只有從事商業行為的供應商才負責任，一般偶發性買賣的出賣人，不負嚴格的產品責任。
- (5) 須有損害。
- (6) 產品與損害之間，必須有相當因果關係。
- (7) 產品瑕疵必須存在於離開被告控制之時。

由於這些條件的限制，若要直接參見無過失的嚴格責任，並不一定能夠獲得勝訴。美國法律學會在其所擬定的第四百零二 A 條評論中亦表示，無過失嚴格責任所可適用的商品並無任何限制，而包括任何商品，只要該商品在銷售時的情況與其到達最終消費者手中時，具有相同或是實質相同的情況即可。所以，美國的無過失嚴格責任，不但可以適用到日常生活中所接觸到或消費的商品，例如食品、化妝品、家具、汽車等，也可以涵蓋飛機、農藥、車床等一般人不一定會常常接觸到的物品。此外，如果產品本身的欠缺或瑕疵，對於使用者的動產或是不動產所造成的傷害，也適用嚴格責任之規定。

但是，此種嚴格責任之規定只適用於商品，並不適用於服務，僅有少數服務業者，因為法院認為與消費者健康安全關係重大，例如餐廳、出租業等，才例外的課以無過失嚴格責任。除此之外，雖然大多數須負嚴格責任的商品在上市銷售之前，都必須經過設計、生產、製造等階段，但是，這也並不意味所有要負嚴格責任的商品，一定要有此等生產製造的程序。不過，考慮到社會上仍然有許多商品可能不需經過此種程序，美國嚴格責任也將未經生產製造程序的商品，例如，販賣未經任何處理的有毒蘑菇，或是販賣其他會致使消費者傷害的初級農漁產品的商人，都課以嚴格責任³⁷。

至於，根據美國無過失嚴格責任，消費者可以向那些企業經營者請求損害賠償，原則上，任何從事對消費者銷售商品的人，都負嚴格責任。因此，在美國法上，依照嚴格責任應該負責的主體，包括了產品的製造商、經銷商、零售商以及屬於服務業的餐廳與出租業者，不過，應該負責的主體，並不一定要將所有的營業重心放在造成傷害的商品之上，只要其屬於該商品銷售管道中的一環，就須負責³⁸。其理由在於，凡是供應會傷害社會大眾生命、健康、財產之商品的商人，就必須就社會大眾對此種商品的信任，負起一種特殊的責任。相對的，如果是消費者偶爾為之的出賣行為，只要沒有故意或過失，就不必負起此種特殊的責任。此外，對於不是從正常商業管道所販賣出來的商品，例如，強制拍賣、破產拍賣，或是大宗買賣等管道所流出之商品，出賣人也不必負嚴格責任³⁹。

四、嚴格責任之免責抗辯

商品製造人對於瑕疵產品所生之損害，雖應負嚴格責任，但此種責任並非絕對，於具有下列數種原因時，亦得為免責之抗辯。

1. 消費者對產品不正常或不適當之使用

消費者如果依一般正常之方式或商品之原定用途使用商品，即不致發生損害者，即可認定該商品並無欠缺或瑕疵之存在。因此，損害之發生，如係因消費者對於商品之不正常或不適當之使用所造成者，製造商即無須負賠償責任；但是，若消費者對於商品之不正常或不適當之使用，為製造商所預見者，則應負提供適當之警告或提示之義務，否則製造商

³⁷ Restatement of Torts 402a Comment e (1977)

³⁸ Ibid.

³⁹ Ibid.

仍不得免責。例如對於藥品之使用方法與劑量未加以適當之說明與警告等是。

2. 消費者與有過失

與有過失 (contributory negligence) 者，乃加害人之過失與被害人對於自己利益之保護欠缺注意，共同構成損害之原因是。我國民法第二百一十七條規定：「損害之發生或擴大，被害人與有過失者，法院得減輕賠償金額，或免除之。重大之損害原因，為債務人所不及知，而被害人不預促其注意或怠於避免或減少損害者，為與有過失。前二項之規定，於被害人之代理人或使用人與有過失者，準用之。」即此之謂也。依照美國侵權行為法整編第四百零二 A 條之規定，所謂與有過失者，係指消費者未能發現產品之欠缺或瑕疵，或對於欠缺或瑕疵所可能造成之損害，未作適當之安全防護者而言。因此，製造商即得以與有過失，作為免責之抗辯。

3. 消費者自願承擔危險 (assumption of risk)

依照美國侵權行為法整編第四百零二 A 條之規定，所謂自願承擔危險係指消費者發現產品具有欠缺或瑕疵，並明知危險存在，仍然自願或不合理之繼續使用產品者之謂。而消費者因此所受之損害，製造商可以不必負賠償責任。與有過失與自願承擔危險，於訴訟法上皆可為過失行為之免責事由，但是，兩者之性質不同，與有過失概念上係被害人對損害之發生，亦因過失而共同促成，因而必須減少其損害賠償請求。亦即被害人雖承認其行為之不法，但因損害之發生，係由於被害人與有過失所致，故得以之為理由而要求免除責任。而自願承擔危險則為否認責任之抗辯，即被害人根本否認其過失責任，因損害之發生，係由於原告自願承擔危險所致，然而，有時被害人之行為可視為與有過失與自願承擔危險兼而有之者，例如，黑暗之夜被害人明知駕車者為醉漢，並且未開車燈，而仍搭乘其車，致遭損害者是。此時，被害人明知危險，而仍然搭乘該車，即屬「自願承擔危險」；而對於自己之保護，欠缺注意，則為「與有過失」，在此情形兩者應可以併存⁴⁰。

4. 商品出售時符合當時之科技與專業水準

在產品責任之訴訟中，製造商常主張其商品於出售時符合當時之科

⁴⁰ Ross v. Philip Morris & Co., 328 F.2d (1964)

技與專業水準，而要求免除責任。例如藥品、化學品或香煙等具有潛在性危險之商品中即為常見。在 *Ross v. Philip Morris & Co.*, 一案判決中⁴¹，原告因吸食被告所生產之香煙而導致喉癌，主張被告應負無過失之賠償責任，但本案法官認為，癌症之發生，非任何科技或知識所能預防，故被告對於此種不可避免之損害，不應負任何賠償責任。*Green v. American Tobacco Co.*, 一案判決中⁴²，原告因吸食被告廠牌之香菸，致罹患肺癌死亡，原告在死亡以前，提起本案訴訟，主張被告應對其香煙負默示擔保責任。陪審團及下級法院均認為，直到目前為止，依照人類的科技與知識，尚無法精確合理的指出香菸到底會對人類產生何種真正之傷害與危險，故判決被告勝訴，即不應負默示擔保責任。但是，上級法院多數意見以為，原告是完全信賴被告廠牌香煙之默示保證，即保證其香煙適合於吸食，並對健康無害，但結果卻造成原告死亡，故對原告之死亡死亡，被告應負絕對的嚴格責任，而為原告勝訴之判決。

伍、結論

美國並無統一之聯邦商品責任法，五十州各有其州法規範，是以各州法律之歧異，在所難免；企業經營者因商品瑕疵對消費者所負的責任，綜觀消費者保護思潮之演進，各國之中尤以美國為消費者保護主要之發原地，其商品責任制度之演變，甚具參考價值。在資本主義之社會下，隨著科技之進步與產業之發達，帶來了一個「大量生產、大量銷售以及大量消費」之消費時代，與過去傳統之直接銷售方式有著天壤之別。就產品之生產者與製造者而言，由於其擁有雄厚之人力、財力及資訊力，且生產之手段多具有高度技術與高度複雜之特性，對位處經濟上弱勢者之消費者而言，絕大多數之消費者只能居於被動之地位，而喪失原來在私法體系中所要求之當事人地位對等之本旨，一旦在消費過程中受有損害，即難循傳統之民事法律規範獲得有效之救濟。

因此，美國法院所創設之嚴格產品責任，可謂是私法體系中侵權行為法上之體系重造，從一八四二年 *Winterbottom v. Wright* 一案判決開始，至一九六三年

⁴¹ *Ibid.*

⁴² *Green v. American Tobacco Co.*, United States Court of Appeals, (1968), 391 F.2d 97,106.

Greenman v. Yuba Power Products, Inc.一案判決首度建立了嚴格責任為止，前後共歷經一百餘年，從上述所介紹之法院各項判決中，在在可見法院為保護經濟上之弱者所為之努力，希望就這些因為產品所引發損害之被害人而藉由法院對諸法律原則之建立，不僅有助於調和消費社會中生產者與消費者因人力、財力及資訊力之差距所產生之矛盾，同時更有助於早日建立一套完善與周延之商品責任制度。