

# 產品責任保險對企業風險管理 重要性之研究

The Importance of Product Liability Insurance  
to Enterprise Risk Management

撰稿人：劉政明

Cheng-Ming Liu

吳尚恆

Shang-Heng Wu



# 產品責任保險對企業風險管理重要性之研究

## 摘要

大部分的中小企業對於產品之責任多為不了解或僅是一知半解，如此一來容易造成一旦發生風險時，潛藏了過多的不確定風險，除了可能造成消費者的損傷外，還有可能產生其他的成本，如產品回收所產生的相關通知費用、修復置換費用、廣告費用等。因此企業風險管理工具之一——保險，就顯得相當的重要且便於做成本控制，但是保險費用對於企業來說也是一筆支出，所以該如何訂立合適的保險條件並且支付合理的保險費用亦為一門必須要了解的課題。

本文將藉由國內外法令的差異以及保險公司產品責任保險費率定價分析與企業合理的保險成本，以說明產品責任保險在企業風險管理中是一項較合適且相對較為廉價的工具，並且成為企業永續經營目標中不可或缺的元素。

關鍵詞：產品責任、產品回收、風險管理

---

劉政明先生：銘傳大學風險管理與保險學系兼任副教授

吳尚恆先生：臺灣產物保險(股)公司經紀業務部營業襄理

## 壹、前言

臺灣一直以來都是以製造業以及國際貿易作為國家經濟發展之基礎，而當經濟成長到二者必須結合時，就開始產生了許多因國際交易合約所引起的法律問題，尤其隨著臺灣進入已開發國家之列並且在國際間有一席之地後，因產品瑕疵而引起之責任紛爭，遭到歐美地區求償的案件就開始層出不窮，而臺灣企業對於「責任」之認知又不如其他已開發國家明確。因此連大企業在跨國交易中吃虧的案例也不在少數，其中最著名的莫過於1999年盛香珍果凍案在矽谷的聖塔克拉拉縣高等法院裁定敗訴，須賠償一千六百七十萬美元，而在這之後又發生兩件噎死孩童的案件，針對此二案法院則因為同樣的案件一再發生而各判賠五千萬美元(包含懲罰性賠償金)，如此高額的賠償金非一般企業所能負擔，因此盛香珍食品也只能在美國聲請破產。而近十年來聽聞臺灣企業在美國遭到一千萬美金以上高額求償的案例亦屢見不鮮。

目前臺灣正進入傳統產業科技化的轉型期，當年白手起家的製造業也都進入第二代甚至第三代接手，這些中小企業的接班人為了拓張事業版圖，無不往國際間發展，但是每每到國際參展時，總是會遇到外國客戶提出產品責任保險的要求，很多不了解國際交易合約的企業，認為自己的產品品質很好，不會遇到產品發生風險的問題，因此多不願意花成本來購買保險商品，並因此經常無法取得國外訂單，卻不知道問題並非出在產品上，而是國外廠商了解產品到消費者手上之後所潛在的龐大未知風險。尤其歐美地區的消費者意識相當強烈，再加上該地區的訴訟制度是採「原告律師勝訴報酬制度」，因此許多企業在美加地區經常都受其所害，付出了相當高的成本在律師以及抗辯費用上，最終也因為這些充滿不確定性的高成本支出，讓企業對美加市場望之卻步，營業額越做越小，如此也凸顯了許多企業一直以來只考量到營業獲利，卻未計入以投保保險降低風險管理成本，以至於陷入了不知該如何拓展市場的循環之中。

因此本文整理了部分保險先進國家對於產品責任的相關規範以及要求，以及臺灣企業經常遇到的產品責任問題提出初步的見解，並且對於其所應支付的保費組成做初步的說明，以解釋為何利用保險可以達到較有效的風險成本抑制。

## 貳、各國產品責任律法之比較

目前世界各國對於產品責任所適用之制定法律原則大致分為三種：

1. 擴大解釋：適用原合同法/契約法、侵權行為法中的相關規則，如法國、荷蘭等。
2. 在相關的立法中，獨立對產品責任作出相關規定，如英國、中國、臺灣等頒布的「消費者保護法」。

3.制定專門的產品責任法，如德國、義大利、丹麥、挪威、日本等國，而美國則相對以上原則外，另外加進其他做法，包括判例法和成文法，而以下將針對美國、歐盟各國、日本以及臺灣對於產品責任的相關法源以及案例作分述。

## 一、歐盟

### (一) 歐洲產品責任法的發展

歐洲除了英國以外，大部分國家屬於大陸法系，即係以成文法為主的國家。一般認為 1842 年英國的溫特伯頓訴萊特案不僅是英國，也是世界產品責任制度的開端。不過在 20 世紀中期以前歐洲並無專門的產品責任法，法院處理產品責任案件時，主要多是透過引申民法有關規定做解釋。

自 70 年代初開始，在歐洲經濟共同體的推動下，歐盟各國對於產品責任的研究和立法日趨重視。1976 年歐洲委員會通過了世界上第一個有關產品責任的實體法規範國際公約「關於人身傷亡的產品責任公約」；1985 年歐洲經濟共同體發佈了「產品責任指令」，此指令之目的是提供歐盟成員國其國內產品之消費者因產品缺陷導致受到身體傷害或財物損害提供統一之保護，係採「無過失責任」。按照歐盟的要求，各成員國應於 3 年內使其國內法符合指令的有關規定，以推動產品責任法的建立和完善。於是英國在 1987 年發佈「消費者保護法」，該法第一章「產品責任」實際上就是英國的產品責任法。希臘、義大利在 1988 年，盧森堡、丹麥、葡萄牙、德國在 1989 年，荷蘭在 1990 年，比利時、愛爾蘭在 1991 年分別制定了各自國家的產品責任法，顯著表現出歐洲對於產品責任法的成文化、專門化趨勢。

### (二) 歐洲產品責任法之責任主體

#### 1. 權利主體

歐盟各國對產品責任法之責任主體之認定有著明顯的差異，在「歐洲經濟共同體產品責任指令」的第 9 條所載「本法第一條所稱損害係指：(a) 因死亡或人身傷害造成的損害；(b) 除了具有瑕疵之產品本身以外之財產，其損害或滅失超過 500 歐洲貨幣單位，該財產並合乎：① 其類型通常係預定供個人使用或消費，以及② 被害人主要係為其個人使用或消費而使用。」，另「德國瑕疵產品責任法」第 1 條第 1 款規定：「因產品之瑕疵致他人死亡，或致他人之身體、健康受傷害，或損害他人之物者，該產品之製造人應對被害人因此所受之損害負賠償之義務。本項規定於物之損害之情形，唯當瑕疵產品以外之物受有損害，而該他物依其類型通常係預定供私人使用或消費，且被害人亦主要為此等使用者，方適用之。」而「英國消費者保護法」之第 5 條與「挪威產品責任法」之第 8 條也有著相似的

規定。由此可見，若在歐盟各國因產品瑕疵致人遭受損害，如為人身傷害，則任何受害者均可要求賠償，但若為財產損害，則僅能針對為維持被害人一般生活所產生之損害方能夠依產品責任法獲得賠償。

## 2. 義務主體

「歐洲經濟共同體產品責任指令」第 1 條所述「製造人對於因其產品之瑕疵所造成的損害，應負責任。」另該指令第 3 條則明確定義了對產品瑕疵須承擔責任的三種角色，包括 -

- (1) 製造人：「係指成品之製造人、原料之製造人、零件之製造人，以及任何將其姓名、商標或其他具有區別性特徵標示於產品上，表明其本身為製造人者。」；
- (2) 進口商：「凡進口產品至共同體以供銷售、出租、租賃或其營業上之任何形式分銷者，均視為本指令所稱之製造人，並負製造人的責任。上開情事，對於製造人之責任，不生影響。」；
- (3) 供應商：「如產品之製造人無法辨認時，該產品之每一個供應人均視為係製造人，但其中之供應人如能於合理適當時間內將產品之正確製造人或供應產品給他之人，通知被害人者，不在此限。進口之產品並未指明第二項所定之進口人時，即使已標示製造人之姓名，其情形亦同。」

### (三) 歐洲的產品責任歸責原則

由於 80 年代以前國際間尚未產生完整的產品責任法，因此歐洲各國間並無統一的法律歸屬原則。而在當時法國僅能依「法國民法典」(又稱為拿破崙法典)第 1384 條第 1 款：「任何人不僅對其自己的行為所造成的損害，並且對於應由其負責他人的行為或在其管理下的物件所造成的損害，均應負賠償的責任。」透過此法條來擴大解釋對於物的監護人之責任包括產品製造人的責任，使生產者承擔嚴格責任。在德國依民法典有關規定，產品所致之損害原係採過失責任原則，後才改為舉證責任倒置以實行過失推定。另外英國則是在 1987 年以前堅持過失侵權責任，製造商必須因其違反注意義務才需承擔產品責任。

歐洲的產品責任歸屬原則分歧的狀態一直持續到 80 年代中期，直至 1985 年頒布「歐洲經濟共同體產品責任指令」其第 1 條即規定：「製造人對於因其產品之瑕疵所造成的損害，應負責任。」該指令正式奠定了日後各國針對產品責任法令訂定時多以保護消費者為主，並且明確規定製造人應對產品缺陷所產生之損失承擔嚴格責任，不僅使得受害者無須針對加害人所造成的過失負舉證責任，更不允許加害人用已盡注意義務進行抗辯。指令公佈後，不僅歐洲共同體各成員國，包括其他許多歐洲國家，如挪威、奧地利等都

跟進確立了嚴格產品責任。

#### (四) 歐洲產品責任法之損害賠償範圍

依據上述所提「歐洲經濟共同體產品責任指令」第9條所定義之損害賠償範圍外，其第16條第1款亦特別規範「會員國可規定製造人對於因同類產品之同一瑕疵所引起之死亡或人身傷害所肇致損害之全部責任，以不少於7千萬 ECU 之數額為其責任限額。」，本條法令如同現行產品責任保險附加條款 - Claim Series Clause 中，亦明確規範若事故發生係因同一產品瑕疵所致之者，視為同一事故。而「德國瑕疵產品責任法」則更進一步規定了若是製造商未盡其職責時，則得依其第19節所規定輕微侵權行為可處以最高3,000 歐元之罰款，如情節重大或重複違法之行為，則可處以最高30,000 歐元之罰款，並依據第20節之規定，若製造商蓄意疏忽其職責造成消費者之傷害時，最高得處以一年以下徒刑。此外，歐盟還允許各成員國在國內法上規定非物質損害的賠償問題。

## 二、美國

美國的產品責任法在世界各國中最具代表性，甚至對全世界的產品責任立法產生了重大影響，而其法源依據最早係依法院的判例所發展起來，至今判例法仍在法院佔有極大的重要性。適用產品責任之相關法令形式多樣，屬其規範的法律除判例法與成文法外，另尚有聯邦產品責任法以及各州對於產品責任立法、判例與產品責任相關規定，也包括對司法實踐有指導作用的產品責任的示範法。

### (一) 美國產品責任法的發展

美國產品責任法的發展大致分為三個階段：第一階段 - 1842 年溫特伯頓訴萊特案，此案雖為英國判例，但由於美國獨立後仍沿用英國的法律制度，故該判例建立了一個原則 - 無契約則無責任，亦為美國所接受，直至 1916 年 麥克弗森訴別克汽車公司 (MacPherson V. Buick Motor Company) 案發生前，為契約責任階段；第二階段 - 從 1916 年到 1963 年格林曼訴尤巴電力產品 (Greenman V. Yuba Power Products) 案前，為過失侵權責任階段；第三階段 - 自 1963 至今為嚴格責任階段，亦顯示美國產品責任法一直多以判例法為主。

另一方面，因美國係一聯邦制國家，各州對於產品責任的立法並不統一，雖然目前大多數州採取嚴格責任原則，但仍有少數州採用疏忽責任或擔保責任(過失責任)。為了克服因為法律規範造成訴訟結果的不確定性，70 年代以來，美國加強了產品責任的聯邦立法工作，主要包括：1972 年發佈的「消費產品安全法」、美國法律協會 1972 修訂「統一商法典」時，所制定的“產品責任 - 擔保責任”部分，另美國商務部 1979 年 1 月公佈了可供各州自願採用的「統一產品責任示範法」作為專家建議範本，供各州在立法及司

法中參考適用，但「統一產品責任示範法」並未在美國所有州全部採納，而是僅在部分幾個州被通過，因此美國參議院商業科學和運輸委員會所設的消費特別委員會亦於 1982 年公布「產品責任法草案」，儘管至今仍未成為聯邦正式法律文件，但對各州的司法判決仍有一定程度的參考。而「統一產品責任示範法」現已為大多數州所接受，且該示範法由於其系統性和完備性，亦為其他國家提供了相當的啟發。而後美國法學會編撰的「第二次侵權法重述」在統一各州的产品責任法方面亦起了重要作用。

而至 1997 年 5 月 2 日，美國法學會通過了新的產品責任法重述 - 「法律重述、侵權：產品責任」，象徵著美國產品責任法的發展進入了一個新階段。除此之外，聯邦政府還通過了「聯邦食品、藥品、化妝品法」以及「消費品安全法」等單行法，這表現出美國產品責任法逐漸呈現出判例法與成文法相互結合、互為補充的態勢。

## (二) 美國產品責任法之責任主體

產品責任的主體分為權利主體和義務主體，權利主體係為法律關係中依法取得損害賠償請求權的當事人，義務主體則是依法應負損害賠償義務的當事人。

### 1. 權利主體

美國產品責任法的保護對象極為廣泛，依「統一產品責任示範法」第 102 條，「索賠人」係指「因產品責任所致之損害而提出索賠的自然人或實體」。而「損害」之定義包括：(1) 財產損害；(2) 人身傷害、疾病和死亡；(3) 由人身傷害、疾病和死亡引起的精神痛苦或情感傷害；(4) 因索賠人處於直接人身危險的境地而引起表現為實際存在的他覺症狀的精神痛苦或情感傷害。

由上述所見，美國法律並未對「財產損害」作任何文字上之限制，又索賠主體並未限制於「私人消費者」而是以「自然人」做更廣泛的解釋，更將「實體」明確列為產品責任的權利主體，顯見其保護範圍的廣泛性。

### 2. 義務主體

產品責任的義務主體，也稱為責任主體，係指責任的承擔者。美國產品責任法將產品的製造者和銷售者作為責任主體，其中製造者係指「在產品出售給使用者或消費者之前，設計、生產、製作、組裝、建造或者加工相關產品」，包含「實際不是但自稱是製造者」，如產品委外加工等；而銷售者除包括批發商、出租人、經紀人等，亦包括產品製造商，並由此可見其責任義務主體之範圍相當廣泛。

## (三) 美國的產品責任歸責原則

美國產品責任之責任歸屬原則之確立係根據 19 世紀普通法的原則，生產者對消費者所承擔之責任只能產生於雙方的契約關係，無契約就無責任。「『契約關係』是消費者對



因產品缺陷所致之損害進行索賠的有效障礙」，此障礙直到 1916 年，紐約州最高法院在麥克弗森訴別克汽車公司(MacPherson V. Buick Motor Company)乙案中，起始了產品製造者所應承擔的「過失責任原則」。當時麥克弗森購買了別克汽車公司的汽車，由於該車輪胎有嚴重的品質瑕疵，因此造成了該駕駛在行駛的過程中發生交通事故而造成人身傷害，而後便將別克汽車公司告上法庭，根據其過失責任原則，產品提供者因過失造成他人損失，便應承擔其賠償責任。雖然別克汽車主張其將車子售予經銷商，再由經銷商賣給麥克弗森，主張無直接契約則不需負擔責任，但並不為紐約州法院所接受。此一判決跨越了無契約就無責任的普通法原則，並開始將產品責任納入侵權法系之中，從而確立了美國產品責任法上的過失責任原則。

除過失責任原則外，美國法院在產品責任判例中還經常適用擔保責任，擔保責任包括「明示擔保」和「默示擔保」，由契約責任擴大到侵權責任。60 年代以來，美國產品責任法的發展趨勢是對於生產者嚴格責任的要求越來越嚴謹。一般認為 1963 年的格林曼訴尤巴電力產品(Greenman V. Yuba Power Products)案是第一例嚴格產品責任案件，並確立了嚴格責任原則。該案原告之妻購買了尤巴電器公司生產的電鋸機，而原告在按說明書鋸木時，一小木塊從機器中飛出砸中前額造成重傷。當時法院在判決中所確立之原則即為現在一般所稱為的「格林曼規則」，在該案中，崔諾(Traynor)法官明確指出：「當一個製造商將一件產品在市場上流通，並且明知其在使用前未曾經過檢驗時，則只需證明該產品存在缺陷並對人造成傷害，而製造者便對其損害負有侵權方面的嚴格責任。」當然嚴格責任的出現並未排除過失責任與擔保責任的適用，而是由原告根據實際情況進行選擇而提起訴訟。

另外 80 年代後，美國法院提出一種「市場份額責任」原則，即數家製造商依其市場占有率向受害者共同承擔產品責任。主要係因 1982 年的辛德爾訴阿爾伯特藥廠案(Sindell V. Albott Laboratories)。原告控訴五家有生產 DES(Diethylstilbestrol) 預防流產的藥物，因其母親懷她時曾服用此藥，可能是導致她後來得癌症的原因，而這種責任實際上是嚴格責任的因果關係或然化。

#### (四) 美國產品責任法之損害賠償範圍

在美國產品責任損害賠償範圍可分為物質損害賠償、精神損害賠償和懲罰性損害賠償。

物質損害賠償 - 包括財產損害以及因人身傷害、疾病或死亡所帶來的財產上的損失。

精神損害賠償 - 屬於非金錢性損害賠償，包括「因身傷害、疾病或死亡所引起的精神痛苦或情感傷害」，以及「因索賠人身處直接人身危險的境地而產生並表現為實際存在

的他覺症狀的精神痛苦或情感傷害」。

懲罰性損害賠償 – 以懲罰為由使加害人補償受害人超過其實際損失的賠償金額。透過原告所表示之顯著且具公信力的證據佐證，並且因產品售出者對於其產品使用者、消費者或有可能因為產品而造成損害之其他第三人之安全採取輕藐的態度，當致使消費者遭受損害時，則受害人可藉由法院之判決獲得加害人所需支付的懲罰性損害賠償。

美國產品責任法最具特色的即是制定懲罰性賠償，使得製造商或經銷零售商在對於產品瑕疵的惡意、輕率行為具有相當的威嚇效果，並也對預防類似行為發生產生重要作用。另外，美國與歐洲在損害補償上最大的差異為美國並未對於損害賠償金額訂定最高或最低金額。

### 三、日本

#### (一) 日本產品責任法的發展

日本的產品責任法以 1995 年 7 月 1 日頒佈實施的「製造物責任法」為標誌劃分為兩個發展階段，在此之前產品責任案件係由民法典中的「疏忽」理論來規範，而在該法頒佈後，係改由以「無過失」責任理論的產品責任法來規範。該法規定，若證明消費者因產品缺陷而導致生命、身體及財產的損害，受害者可以對生產商要求損害賠償。這是一部公平合理的消費者被害救濟法律，在此也表明了，生產商於製造、加工、進口，並進行品質管理、檢測後所推向市場之產品，仍產生產品缺陷並對他人的生命、身體及財產造成損害時，無論其是否有過失都應賠償因此造成的損失，並對生產商的免責理由和期限也做了規定。該法律由目的、定義、製造物責任、免責事由、期間之限制及民法的適用等六條組成。

#### (二) 日本產品責任法之責任主體

日本「民法」第八十五條規定，產品係指實質之物體，或解釋為物質上佔據一定空間而有形的存在。所有固體、氣體、液體均為物，均可構成產品。對於缺陷之定義，「製造物責任法」中載明「係指考慮該當製造物之特性、其通常可預見之使用型態、其製造業者等交付該當製造物之時期、以及其他與該當製造物有關之情事，該當製造物欠缺通常應有之安全性而言。」包括設計缺陷、製造缺陷、指示缺陷和發展缺陷等。

#### (三) 日本的產品責任歸責原則

傳統上日本法對於產品責任的歸責基礎建立在契約和侵權關係之上。契約關係的產品責任主要依據日本「民法典」第 570 條的規定，即購買了具有隱蔽瑕疵產品的買方可以向直接賣方提出損害賠償的請求。另一個建立在侵權關係之上的歸責基礎，同樣源於日本「民法典」的規定，該法第 709 條確立了產品責任的過失責任原則，規定產品的生

產者和銷售者所應承擔的產品責任必須以其對產品缺陷的存在具有過失為前提，由受害者對於產品缺陷造成的損害、缺陷與損害之間的因果關係、以及生產者或銷售者對於缺陷的存在具有過失承擔舉證責任。

但新的「製造物責任法」則放棄了過失責任的理論，要求產品生產者或銷售者必須承擔嚴格責任。作為被告的生產者或銷售者的抗辯事由除了證明原告賴以勝訴的三個構成要件「產品存在缺陷」、「原告受有損害」、「缺陷與損害之間有因果關係」不成立外，否則就應承擔其損害賠償責任。

#### (四) 日本產品責任法之損害賠償範圍

日本法對於產品責任主體的規定與美國及歐洲一些國家的認知較為一致。認為產品的製造者(包括零部件的製造者、原材料的提供者以及將自己標識為製造者的人)、中間商(包括進口商、批發商、零售商)以及其他在產品流通過程中從事過商業行為的人，都應對消費者有關產品責任的請求承擔責任。

2000年時，日本發生了二戰以後最大規模的食物中毒事件，1.4萬人因食用雪印牛奶而發病。危機發生後，受害者依據「製造物責任法」對生產問題牛奶的企業提出索賠，並贏得訴訟。這是日本二戰後第一次依據「製造物責任」提出的食物中毒訴訟案，對於這起案子，地方法院異常重視。儘管2001年雪印牛奶工廠已經倒閉，但雪印乳製食品公司還在，按規定雪印乳製食品公司應負責對受害者進行一切賠償。

### 四、臺灣

#### (一) 臺灣產品責任法的發展

我國有關產品責任的規範是藉由1994年1月11日公佈的「消費者保護法」(簡稱「消保法」)第7條至第10條之1等規定，以構成產品責任的規範基礎。

另於1999年4月21日公佈並於5月5日正式施行的「民法」債篇第191條之1「商品製造人之責任」，明確表述了產品責任的範圍，除此條外，尚有其他與產品責任有關之法令條文分散於民法之中。

#### (二) 臺灣產品責任法之責任主體

我國對於產品責任主體之認定，主要規範於「民法」債篇第191條之1及「消保法」第7條、第8條、第9條，「民法」所定義之產品責任主體包括：商品製造人、準商品製造人及商品輸入業者；而「消保法」所規定之產品責任主體則實為各產業(包含農林漁牧業、工業、服務業等)，亦即因消費關係所致損害賠償之應負賠償責任之主體為「企業經營者」，而其損害賠償之對象為最終消費者，而「企業經營者」有五種類型：

- 1.從事設計、生產、製造商品之企業經營者。
- 2.提供服務之企業經營者
- 3.從事經銷之企業經營者。
- 4.輸入商品或服務之企業經營者。
- 5.廣告商。

「民法」中所規範之產品責任，分為契約責任及侵權行為責任，前者含瑕疵擔保責任及債務不履行責任；後者則包括一般侵權責任及特殊侵權責任。「民法」第 191 條之 1 之立法理由係為了規範商品製造人所需承擔之責任，使商品製造人對其所生產之商品造成之損害負擔賠償責任，以維護消費者權益。

另在民法內侵權行為之「推定過失責任」，原為被害人須負擔舉證責任，亦改由商品製造人負擔舉證責任。而「消保法」之內容則採「無過失責任」，其中第 7 條第 1 項，明確定義「凡從事設計、生產、製造商品或提供服務之企業經營者應確保其提供之商品或服務，無安全或衛生上的危險，且有懲罰性賠償之規定。」雖然該條法令之第三項有表示若是企業經營者能證明無過失，亦只能夠降低其所需承擔責任，並不能因此而免去其過失責任。另同法第 8 條則定義了經銷商品之企業經營者責任，其原則上則是以「推定過失責任」；而同法第 9 條則是表示了進口商等企業經營者責任，係等同於商品製造人之責任，亦為「無過失責任」。

「消保法」立法採無過失責任制度之目的係因消費者無論如何謹慎注意，也無法完全防止損害之發生，於是利用較嚴格的無過失責任制度，使製造商必須承擔較重之責任，並使製造商對於商品要求較高的品質，以維護消費者之權益。

### (三) 臺灣的產品責任歸責原則

我國「消保法」雖然對於產品責任之責任歸屬係採「無過失責任」，但若企業經營者舉證無過失時，法院則得減輕其賠償責任。而經銷商部分則能依「消保法」第 8 條第 2 項規定，經銷商若對於損害之防止已盡相當之注意，或縱加以相當之注意而仍不免發生損害者，經銷商應可主張免責。

免責事由之規定係依據「民法」第 191 條之 1 第 1 項。按其規定，商品製造人主張之免責的理由可為：商品製造人對於商品之生產、製造或加工，或對防止損害之發生已盡相當之注意而免責。凡商品製造人，對其商品之通常使用或消費所生之損害，應負賠償責任，以保護消費者之利益。商品製造人欲免除其責任，則須證明其對商品之生產、製造、設計、加工並無計有瑕疵存在或其損害原因非為該瑕疵所致使或其對防止損害之發生已盡相當之注意。

#### (四) 臺灣產品責任法之損害賠償範圍

##### 1. 「民法」的規定

侵權行為之損害賠償範圍包含財產上及非財產上損害之填補；前者規範於「民法」第 192 條至第 193 條，而非財產上損害則規範於「民法」第 18 條第 2 項及第 194 條、第 195 條。

在財產上損害與非財產上損害之填補方面，「民法」第 191 條之 1 的保護利益，除實際人身或財產損害外，原則上不擴及其他利益，故在因果關係之要件具備下，財產上之損害賠償範圍得以確定。受害人如欲主張非財產上之損害賠償，則須依「民法」第 191 之 1 條、第 194 條、第 195 條提起訴訟。按「民法」第 18 條第 2 項規定「前項情形(人格權受侵害時)，以法律有特別規定者為限，得請求損害賠償或慰撫金。」

而受害損害與所失利益上，依「民法」第 216 條規定「損害賠償，除法律另有規定或契約另有訂定外，應以填補債權人所受損害及所失利益為限。依通常情形，或依明訂之計畫、設備或其他特別事情，可得預期之利益，視為所失利益。」

本條所謂「所受損害」，係指被害人既存在財產減少而受之損失。如身體受傷在治療，所支出之醫藥費，貨車被撞而減損之價值，締約費用，準備履行所需費用，被害人就其給付之金錢，得請求自受領時之利息。

所謂「所失利益」，係指現存財產應增加而不增加而受之損失。如身體受傷不能工作因而減少之工資，貨車被撞不能營業而減少之收入。

##### 2. 「消費者保護法」第 7 條至第 10 條

現行「消保法」對於民事侵權損害賠償的操作模式，除第 51 條規定懲罰性賠償制度外，其餘條文並未提及。所以被害人欲主張產品責任的民事侵權損害賠償請求權，依「消保法」第 1 條第 2 項「有關消費者之保護，依本法之規定，本法未規定者，適用其他法律。」故仍須回歸至「民法」有關損害賠償的規範。又「消保法」上的商品責任本質上為侵權行為，故損害賠償範圍應依「民法」第 216 條規定界定之，惟適用上應參酌「消保法」之立法本質與特殊性而為調整之解釋。

綜觀從各國對產品缺陷的立法原則，發現有兩點是共同的：

- (1) 將產品缺陷界定為「不合理危險」或「不能提供人們有權期待的安全」，無論其稱謂如何，但基本含義是相同的，無實質上的差別，即都指缺乏合理的安全性。

(2) 明確規定了產品缺陷的判別標準，而且採取的標準日益呈現客觀化趨勢。

而在補償的依據，則各國多不相同，除歐盟諸國有明確訂定賠償的上下限外，其他國家都僅對於賠償的範圍做訂定，不對賠償金額做白紙黑字的說明，因此對於該國家的法令執行程度便攸關屬於義務主體的企業經營者所需評估之潛在風險，如美國雖為訂定賠償金額上下限，但是一旦發生事故，其相關的義務主體都須負擔一定程度的責任，大多無一倖免，甚至可能因為承擔責任者眾，造成法院以及陪審團面對受害人的悲慘情形時，對眾承擔責任之義務主體提出極高額的賠償金，一方面為同情被害人，另一方面也盡到威嚇及懲罰之作用，能使產品在品質的要求上更加嚴格。

另在臺灣對於相關法令的認定上雖有民法以及消費者保護法二者以保護，一為推定過失責任，一為無過失責任，但實際上製造商皆須因此二法以承擔其損失侵害責任，即便是目前臺灣的消費者意識仍未像歐美或其他已開發國家來的抬頭，但未來朝這個方向進步是必然會發生的，若日後政府為此修法為嚴格責任時，對於製造商或是其他相關企業經營者勢必會帶來更多的風險管理成本，更不用說原本產品就已經在國際間流通的企業，萬萬不可使自身早已暴露於風險之中而不自知。

## 參、產品責任在企業風險管理上之比重

產品責任在企業經營上已經是一道無法忽視的重要課題，除了金融業以及服務業外，其他產業只要有牽涉到產品的設計、製造、銷售等，就必須把產品責任計入風險管理成本之一，至於要用何種工具做避險，企業經營者則各有選擇，有的企業經營者選擇在產品售出後提撥固定成本做為基金，有的選擇在同業間共同提撥基金，依照營業額的大小分別提撥，係一類似互助會的概念，有的則為供應鏈之上中下游分別依照其佔最終成品的比例來提撥基金，而最常用的即為投保產品責任保險，雖然保費每年都需繳交至保險公司，且滿期無法領回亦無利息產生，並且費用須視產品的風險以及銷售量的不同而有所差異，但其花費的金額跟所承擔的風險槓桿相較於前述其他幾項避險工具來說，其效益則是高了許多，而本節僅先針對外銷之產品責任來說明相關的風險成本，內銷產品責任之風險因僅對於國內，風險較單純，所以在此暫不討論。

### 一、可能產生之風險成本

企業在面對產品責任的課題時，所需要考慮到的風險成本種類相當多，一旦發生風險時所產生的種種費用類別都會讓企業經營者在面對風險時手足無措，而相關的費用則包括調查費用、專家鑑識費用、律師費用、抗辯訴訟費用、和解金額或是判決金額以及未知的懲罰性賠償金等，若是牽涉到產品必須回收，則還必須增加相關的廣告費用、通

知費用、收回費用、零件置換費用、維修費用、因回收事件而產生的相關人工費用等，上述也僅列出部分，其他所衍生的費用族繁不及備載，也表示企業經營者在面對自家的優質產品時，依然不得不考量這些潛在的風險，以下將用數個美國 CPSC 與歐盟的回收實際案例以及保險公司實際所處理的理賠案件來顯示國際間層出不窮的產品責任案件，許多發生的原因是企業經營者期初未能想像以及預知的，但是一旦發生了卻又不得不謹慎積極的面對。

#### (一) 美國 CPSC(美國消費品安全委員會)回收案件

美國 CPSC 公布，瑕疵商品名稱：Samsung Galaxy Note7 Smartphones 三星 Note7 智慧型手機。

1. 資料來源：美國 CPSC
2. 資料類別：商品瑕疵訊息
3. CPSC 出刊日期：20160915 00:00
4. 商品名稱：Samsung Galaxy Note7 Smartphones 三星 Note7 智慧型手機
5. 型號：Galaxy Note7
6. 廠商：Samsung Electronics America Inc., of Ridgefield Park, N.J.
7. 數量：約 1,000,000 個
8. 瑕疵情形：智慧型手機內的鋰電池。
9. 造成損傷：Samsung 已在美國境內接獲 92 起電池過熱通報，包括 26 起電池燃燒以及造成 55 起的財物損失事件，包含引燃車輛以及車庫。
10. 商品銷售範圍與時間：電信廠商以及全球電子商店，包括 AT&T、Best Buy、Sprint、T-Mobile、US Cellular、Verizon，網站：[www.samsung.com](http://www.samsung.com) 以及其他網站。銷售時間 2016 年 8 月至 2017 年 9 月。
11. 矯正措施：消費者應立即停止使用此智慧型手機並關閉電源，並聯繫電信廠商、零售店、賣場或是 Samsung 網站，更換全新以更換電池模組之智慧型手機或直接進行退款。
12. 產地：南韓、中國大陸

本案例則為 2016 年最知名的回收案例，其對於一間全球智慧型手機市占率 20% 的指標性大型公司而言，此次無疑對該公司之聲譽造成重創，而上述資訊僅針對美國以及加拿大地區，但三星產品銷售至全球，所造成影響之鉅，本研究整理相關事件時間表以及影響如下：

表 1 三星 Note7 手機回收事件時間表

時間	事件說明	影響
2016/8/19	三星 Galaxy Note7 首批發售	首批預購反應熱烈，全球熱銷，迅速銷售一空
2016/8/24	韓國發生首宗充電爆炸事件	8/24-9/3 間在韓國因此瑕疵之回收統計已 35 起
2016/9/15	美國消費產品安全委員會發表聲明，由於 Galaxy Note 7 電池存在嚴重安全隱患	三星電子決定在美國召回約 100 萬部 Galaxy Note 7 手機，此為第一次大規模召回手機
2016/9/16	美國佛羅里達州一男子稱其 Note7 在褲子口袋中爆炸，造成嚴重燒傷，因此控告三星	全球開始正視三星手機問題，且新聞媒體開始大肆報導，航空公司因此禁止 Note7 手機託運或是在飛機上使用
2016/10/7	已更換新版本的 Note7 在美國又發生爆炸事件，且發生地點為飛機上同日臺灣也發生新版 Note7 爆炸事件	因已嚴重影響飛航安全，三星面臨更大規模的二次回收，且多家航空公司開始禁止攜帶 Note7 上機
2016/10/9	美國的電信業者 AT&T 和 T-Mobile 先後宣布將停售新版三星 Galaxy Note 7，並開始著手用戶的退款和補償事宜，次日 Verizon 也宣布將停止 Note7 的更換	已嚴重影響電信商以及消費者對於三星的信心，電信商亦不願為三星背書，選擇暫停銷售 Note7
2016/10/11	三星發布聲明，終止 Galaxy Note 7 手機的生產，並要求所有合作運營商和經銷商停止銷售和置換 Galaxy Note 7 手機，亦呼籲用戶關機停止使用	三星電子股價出現了 8.04% 的暴跌，創下 2008 年以來的單日最大跌幅。當日韓國股市也下跌 1.21%，此外韓元對美元匯率也下跌 0.34%。因停售停產 Note7，將帶來超過 170 億美元的經濟損失。
2016/10/13	三星電子宣布，將在調查報告出爐後銷毀全球所有的 Note 7 以對廣大三星產品使用者和消費者負責，並呼籲全球 Note 7 用戶到任何一家三星官方服務中心退款或替換到其他三星產品	三星表示將採用減少造成環境污染的特殊流程徹底銷毀掉所有 Note 7，這流程將會讓三星電子消耗大量資金。
2016/10/14	美國運輸部發布緊急命令，要求美國各大航空公司禁止運輸所有三星 Galaxy Note 7 手機，聲明中稱該手機在美國屬於「被禁止的有害材料」	任何旅客試圖攜帶，輕則手機將被沒收並處以罰款，重則將面臨刑事起訴

資料來源：本研究整理



透過上表之整理，可以明確地發現，韓國三星電子在這次單一型號的手機事故中，前後在全球回收了數百萬支手機除耗費大量金錢外，其商譽損失更是無法估計，包括股價的損失、產品回收後的檢驗調查並確認發生原因、瑕疵產品的銷毀等，還要擔心仍有瑕疵產品流落在消費者手中，因此必須想方設法請各國的電信商或是電信管理單位配合，以期望可以達到接近 100% 的召回，而上述之種種情況至少為韓國三星電子帶來 200 億美元以上的損失，甚至在後續出新型號之手機時，必須要花更多的廣告來重新進行形象建立，以挽回消費者的信心。

## (二) 歐盟回收通報案件

【20170203 22:27】 歐盟 2017 年第 5 週通報公布，商品名稱：童服。

(1)資料來源：RAPEX(歐盟非食品快速預警系統通報)

(2)RAPEX 公布週別：5

(3)RAPEX 出刊日期：20170203 22:27

(4)編號：A12/0111/17

(5)通報國：保加利亞

(6)商品：商品類別：成衣、織品及流行商品

商品名稱：童服

品牌：SETTY KOOP

型號/規格：AP-15018

生產國：中國大陸

(7)危險：風險 - 窒息

(8)風險情形：不符合標準：不符合相關歐標 EN 14682，供 0-7 歲幼兒使用之衣物，不得在風帽或頸部設計、製造或供應有拉繩、功能線或裝飾繩。

(9)因應措施：強制自市面上回收

附圖：



上列資料來源主要係 RAPEX，但是國內的經濟部標準檢驗局則定期會整理相關資訊後翻譯成中文以供國內相關產業的企業主做為參考，而本節特別將兒童衣服此一範例提出，主要係無論是美國 CPSC 或是歐盟的 RAPEX 通報系統，兒童服飾出現的機率總是相當高，歐美地區對於兒童服飾的安全要求極高，本文也在此整理針對此範例在國際間相關規範，以供過去曾被稱為紡織大國的臺灣企業做為參考。

### (三) 產險公司實際理賠案例

被保險人：藍 X 有限公司

承保產品：Christmas Light (聖誕燈飾)

承保地區：Worldwide including USA/Canada

保險金額：US\$5,000,000.-

自負額：US\$50,000.-

事故發生時間：2015.01

事故發生地點：美國

事故發生原因：因一起住宅火災事故造成豪宅燒毀以及屋內祖父母及四位孫子喪生，其住宅火災保險之保險公司 AIG 在進行賠償理算時，向被保險人與 Wal-Mart 以及起火點周遭所有的電器產品的廠商進行追償，至今仍未確定起火點為何，因此向法院請求將可能引起火災的所有產品廠商都列為被告。

造成之損失：祖孫共六人喪生，豪宅幾乎全部損毀

損失評估：目前所分擔之責任賠償金額約 US\$450,000.-，金額仍持續增加，待責任釐清後尚能完整評估未來可能發生的和解金或判決金額。

已花費用：被保險人為了澄清自身之責任，必須聘請律師以及鑑識專家來判別火災發生原因與自身產品並無直接關聯，以及為了降低可能承擔的責任而提出抗辯。自事故發生遭求償至今，已有多次費用產生，每次與律師以及專家討論都必須花費數千到數萬美元不等，而至今已花費超過十萬美元。

由上述實例可以發現，有時並非自身產品有瑕疵或是直接發生意外造成他人損失才需承擔其法律責任，很多時候在這種未能判別真正的責任承擔者時，則所有可能的責任承擔者都必須出面承擔一部份的責任，以保護消費者之權利。但對於企業經營者來說，這就是一项無法預知的風險，甚至無關其產品風險之高低，也因為如此，企業經營者更應該將此類成本藉由風險管理工具轉嫁，以此案例而言，若無保險之承擔，其超過自負

額的部分亦已超過五萬美元，雖然金額並非大到會影響公司營運，但是其獲利卻很明顯會因此案件而減少，若日後此案最終判決藍 X 有限公司需承擔較大的責任時，則就有很大的可能會影響到公司的正常營運，甚至很多小企業會因此而退出美國市場，更甚者直接宣布破產以試圖結清其所有的責任。

## 二、各類別製造業之毛利

一直以來大多數的民眾都知道國內的傳統製造業相對於電子製造產業的毛利率來的高，但就單純產品風險而言二者卻不相上下，例如汽車周邊零件產品，除了傳統的機械零件外，現在還多了很多的電子零件產品裝設在車輛上，若是車輛發生零件異常而造成事故時，則二者所需承擔的風險與責任則差異無多，因此將風險事故加入企業營運成本之一已經是國際間較具制度與規模之企業必須考量到的部分，以下則針對毛利率的部分做說明。

### (一) 毛利率之計算

毛利率的計算公式如下：

出貨價格(零售價格) - 製造成本(進貨價格) = 毛利額

毛利額 ÷ 出貨價格(零售價格) = 毛利率

但依業別不同，其計算成本也有不同，大致歸納以下兩種並說明之：

1. 製造業：某廠商出貨某批商品，其出貨價格每件 1,000 元，而其製造成本 700 元，故可賺到毛利額 300 元，及毛利率為 30%，即三成毛利率之意。
2. 服務業：店頭標貼零售價格 1,200 元，而進貨價格 1,000 元，故每件可賺 200 元毛利額及毛利率為 20%，即二成毛利率之意。

### (二) 各製造業的毛利率

毛利率因各製造業之不同而有落差，例如：

#### 1. OEM 代工外銷資訊電腦業：低毛利率

一般而言約只有 5~10% 之間，遠低於一般行業的 30%。主要係因代工製造業(OEM)的接單金額累計很高，一年下來經常 1,000 億元、2,000 億元之多，因此，即便是只有 5% 的毛利率，但如果營業額達到 2,000 億元時，毛利仍有 2,000 億元 × 5% = 100 億元，高達 100 億元；再扣掉全年度公司營運的各種管銷費用，假設一年為 20 億元，仍獲利 80 億元，所以依然是賺錢的。這也是目前臺灣很多代工外銷業(OEM)毛利率的實際狀況。

## 2.一般行業：平均中等 30~40%毛利率

一般行業之毛利率，約落在 30~40%之間，為一個正常產業的合理毛利率。例如：傳統製造業的食品、飲料、服飾、汽車、出版品、鞋子、電腦等；或是大眾服務業，例如：速食餐飲、便利商店、大飯店、資訊 3C 連鎖店等均屬之。若平均毛利率皆能控制在 30%時，大約再扣除 15~25%的管銷費用，如此在不景氣下合理地的稅前獲利率應該落在 5~15%之間。

## 3.化妝保養品、保健食品行業：高毛利率

少數產品類別，其毛利率非常高，至少 50%以上到 100%，例如：化妝保養品或保健食品。一瓶保養乳液，假設售價 1,000 元，那麼其成本可能只有 300 元或 400 元甚至更低。不過，該類產品的管銷費用率比較高，因包含大量的電視、廣告費投資及銷售人員高比例的銷售獎金在內，扣除這些高比例的管銷費用率，其合理的獲利率，大約也僅落在 15~30%之內，亦無超額的高獲利率。

上述所概估的各個製造業之毛利率以及獲利率，若是事先針對其未知之法律責任提撥一個固定比例的風險管理成本，則能夠在成本確定的情況下訂定企業的經營方向以及成長率，而最容易估算的即為使用保險作為風險管理工具，因若是用產品責任保險作為工具時，呼應本文第二章第五節所提到的保費定價模式，產品責任保險之保費主要是以「銷售金額 x 保險費率 = 保險費」，因此對於企業營運來說，可以明確地提列一定比率的費用來做為風險管理費用時，是對企業永續經營的目標來說有正面影響的。

## 三、保險所應占的風險成本

保險可以提供一個固定比率使得企業在提撥風險成本時有明確的方向，至於究竟對於銷售金額應提撥多少比率對於保險公司以及企業來說才是一個合理的平衡點，本節以臺灣在國際上銷售的產品種類來結合保險公司實際案例來區其保險費率區間，以供企業經營者在購買保險時做為一定程度的參考。

由於臺灣的自行車產業相當成熟，因此自行車類各部位之產品風險評估相對於其他產品來的成熟許多，但是臺灣並非僅有自行車之品質聞名，其他包括工具類、汽車周邊類、電子類產品也都在國際間佔有一席之地，但由於風險範圍廣大，因此保險費率的差異也會相當大，下方為整理臺灣產物保險針對相關產業類別的保險條件整理，可以透過該表發現，非自行車業的保險費率明顯相較於自行車業的來的低，對於其他產品製造業來說，提撥營業額不到 1%的比例做為相關的風險管理費用，就能夠擁有美金 100 萬的保險金額來看，這是一筆相當值得的費用，尤其一旦有事故發生時，立刻能夠由保險公司來協助後續處理，其節省下來的時間甚至比金錢還來的寶貴。

表 2 各產品製造業保險條件比較表

幣別：USD

公司名稱	產業別	保險金額	年營業額	自負額	保險費率
L*** L**公司	電子產品	1,000,000	4,500,000	10,000	0.09%
Str***c 公司	自行車安全帽	1,000,000	2,000,000	50,000	1.7700%
Do***n 公司	自行車零配件	1,000,000	1,200,000	10,000	0.9732%
So*** **n 公司	自行車零配件	1,000,000	2,000,000	30,000	0.9976%
V* C***公司	自行車零配件	1,000,000	2,000,000	10,000	1.9775%
W** H**公司	自行車零配件	1,000,000	1,000,000	25,000	2.3000%
L*** B***公司	手工具產品	1,000,000	1,650,000	10,000	0.38%
昌**公司	車輛零組件	1,000,000	3,000,000	45,000	0.29%
A****公司	閥類	1,000,000	9,000,000	15,000	0.085%
Br****公司	電子零組件	1,000,000	1,400,000	10,000	0.410%
K*** C**公司	食品相關	1,000,000	26,000,000	1,500	0.15% for Alcohol drinks 0.034% for others

資料來源：臺灣產物保險 本研究整理

#### 四、小結

綜觀大多數的案例，可以發現幾項很明顯造成成本差異的地方：

1. 產品風險：即便是同產業的相關產品，依然會照零部件風險的不同而有極大的費率差異，例如：汽車周邊產業的輪圈與內裝配件、自行車的前叉與坐墊、筆記型電腦的電池與螢幕等。
2. 銷售金額大小：銷售金額大小是最直接影響費率的原因，這部分有點類似批發的概念，同樣的風險下，銷售金額越大則其費率可能越低，相對的，當銷售金額越小的時候，會因為該風險的最低保費的關係，反而會造成費率換算回去後相對高出許多。
3. 保險金額高低：對於首次投保產品責任險之企業而言，除非因為國外廠商其特別要求保險金額，不然大多以美金一百萬為基準做投保，甚至為了節省保費選擇先投保美金五十萬，而保險金額的高低當然也直接影響了保險費率，由於保費計算並非按照保額等比例計算，所以保險金額越高時，因為小型事故發生的機率較高，所以其平均每層一百萬的費率則會由高逐漸遞減如圖 1。

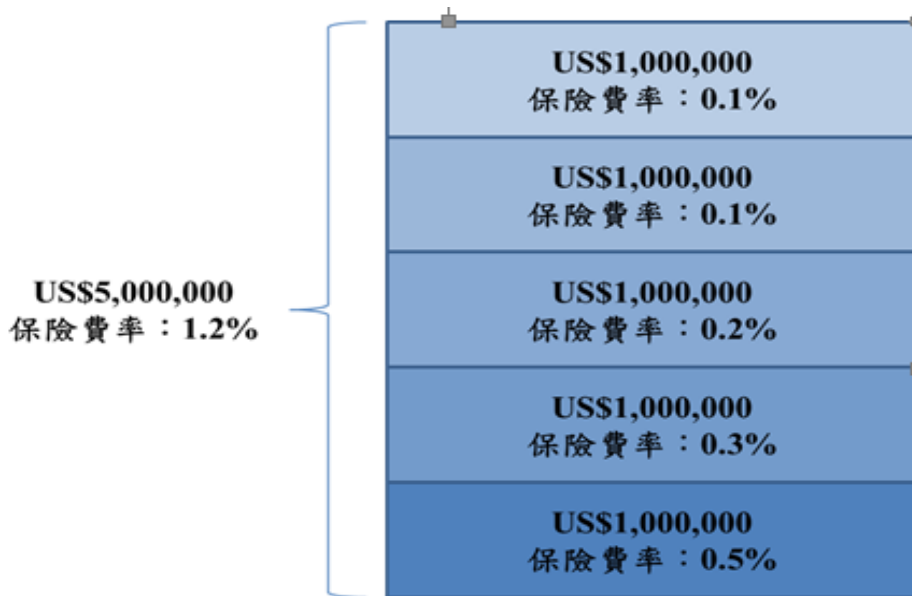


圖 1 保險費率組成示意圖

資料來源台灣產物保險公司、本研究整理

4. 自負額：在自行車的案例中，So\*\*\* \*\*n 公司與 V\* C\*\*\*公司之產品為類似的零配件，且銷售金額也相同，唯自負額前者為 US\$30,000，後者為 US\$10,000，表示前者所需自行承擔的風險較高，所以保險費率也因此較低，而自負額較低者則反之。

整合上述所整理之結果，可以發現一般非高風險之產品，正常來說保險成本大多佔營業額的 1% 以下，低風險的產品甚至可能低於 0.1%，但這並非是絕對值，因為除了前述幾項影響到保費的因素之外，尚有損失紀錄必須計入保費評估，即便如此，這樣的數據仍然足以讓企業主做為提撥風險管理成本的參考，而國內保險公司大多有透過國外再保險人做產品責任保險的風險轉嫁，因此這個費率參考亦與目前國際保險市場間的費率相近。

## 肆、結論與建議

本文透過相關的文獻資料以及保險公司的數據，來說明對於企業經營者來說，保險或許是一個較為簡單並且成本亦控制的風險管理工具，並且藉此讓企業主們了解產品在國際間流通時所會遇到的相關法律風險，而以下便就前面幾單元之重點做節錄。

## 一、 結論

### (一) 法令面

雖然各國對於產品責任之法令都有差異，但保障消費者權益的目標卻是都相同的。即便如此，每個國家的消費者意識以及法院對於產品責任之態度仍是有很大的差異，例如：臺灣法院在面對產品責任訴訟時其責任之認定不像歐美地區多是採嚴格責任，因此企業對於產品責任的處理都會格外審慎小心，以避免在法院上產生除了所需承擔之賠償以外的懲罰性賠償金。

另外由於美國是採陪審團制度，因此大企業在法庭上被視為深口袋是時有所見的，而除了陪審團制度外，還有律師制度的不同，在美加地區，其法令為了保障弱勢，因此聘請律師是採勝訴報酬制度，即是律師會為了自身的酬勞以及原告的權益而想方設法來贏得訴訟，但是在臺灣聘請律師是相當花費金錢的，尤其面對曠日廢時的訴訟，其時間與金錢成本並非一般消費者能夠負擔的起，所以很多企業經營者在臺灣甚至對於產品責任一事並不在乎，但是要前進國際市場則不得不對產品責任多做著墨，才能在國際間長遠經營。

### (二) 成本面

現今全球企業經營都把風險管理列為公司治理的重要一環，因此多數企業都會為了資產的風險而購買保險，但是卻忽略掉責任的風險，資產容易估計，但責任之承擔則是難以估計的，這也表示責任保險的保費較財產保險的難估計，但本文大致整理出目前企業在台灣投保產品責任保險(外銷)時所需負擔的成本，也很明顯並明確的顯示，一般非高風險的產品，其成本大多在產品年銷售金額的 1% 以下，雖然大部分相較於財產保險的費率來的高，但是不得不面對的，責任風險發生的機率較財產風險來的高出許多，而且損失金額跟規模並不容易估算，因此較適當的做法是產品在銷售時就先將風險成本計入，如此一來對於企業經營而言，固定成本的提撥對於風險管理是非常有效率的，並且能夠節省企業面對事故發生時所要耗費的時間成本。

### (三) 風險面

產品在國際間銷售時，所必須考慮的不單單只是產品的價格與創新，更需要注意的是，是否能夠完全符合各國對於產品規格的要求，若是不符合銷售當地國家的要求，就有可能面臨到遭對方的政府機關要求強制回收產品，甚至當產品發生風險事故時會被當地政府機關祭出懲處，嚴重者商品可能會在當地無法銷售，如此一來不止營運受到傷害，商譽的傷害更是無法估計。

因此企業不得不正視且重視這個問題，並且當產品欲銷往國際時，符合當地規格並且自我要求產品安全絕對是企業拓展的重點，因為保險大多會要求產品須符合銷售國家

的要求，所以一旦事故發生在未符合當地國家要求的產品時，保險亦無法啟動，如此一來企業便會直接面臨經營的困難，這絕對是企業欲永續經營時所不應該去面對的。

## 二、建議

本文的最後將參考多位在產品責任保險領域經營多年的專家意見以及自身在產險業界處理產品責任保險的經驗來對相關單位做建議。

### (一) 企業面

#### 1. 如何選擇適合的保險條件

##### (1) 首次投保：

實務上經常會遇到初次接獲國外要求而來投保的企業，因為無法明確地評估未來一年的銷售金額，而且通常首次合作的廠商第一筆訂單不會太大，所以來向保險公司詢價時所得到的報價以及保險費率總是會超乎企業主想像的來的高。此時可建議企業先確認以下資訊：

(i) 該廠商未來是否還會有其他訂單

(ii) 是否有明確的合約要求保險條件

(iii) 若合約有要求保險條件，其條件是否合理，如不合理大多能夠與對方協調一個雙方都能接受之條件；

(iv) 是否考慮將所有的同類型的產品都納入投保，以提高預估銷售金額的方式來降低保險費率。

##### (2) 已投保之企業：

若企業已有投保產品責任保險，則不能因為有保險便對品質管制有任何的鬆懈，並且每年續保前必須審視保險條件是否合宜，若是續保前三到五年內曾經發生過保險事故理賠，則保費勢必較其他同類型產品的同業來的高，因此維持良好的損失紀錄，讓保險能夠用在較複雜且較高額的事故上，才能使保險效益最大化，當然最重要的，還是要重視自身產品的品質，盡量避免事故的發生，才能真正降低成本，並且維護商譽。

##### (3) 保險條件設定：

一般而言，如同本文前段所述，保險金額、自負額、銷售區域、產品之預估銷售金額等，而其中企業最能夠控制的就是保險金額與自負額，若是保險費高出預算許多，是否需要降低保險金額或是提高自負額，但是企業在做此決定



之前提必須是產品之風險在有效的掌控之下，以避免企業本身承擔過多的風險。

#### (4) 為何需要投保

除本文不斷提到的保險為風險管理之一環外，更重要的是目前已經有太多的經驗顯示，臺灣的產品經常能在國際展覽中嶄露頭角，但是能夠有銷售佳績的卻都只是大企業，原因為何？因為在國際市場上，投保產品責任保險的紀錄有時已是一項產品品質的基本保證，因為在國際間若是產品能夠長期投保並得到保險公司的支持，表示該產品之品質有一定的程度，才會讓保險公司願意不斷的承接此風險，這對於在國外採購的經銷商來說是一個非常好的佐證，另一方面若是真的不幸遇到保險事故時，經銷商也知道他購買的商品有保險公司會出來處理相關的理賠事宜。

大多數臺灣的中小企業很樂於參加國際間的商品展覽，但是當被國外廠商詢問是否曾投保產品責任險時，若第一時間回覆對方目前沒有投保，或許就已經不會是國外廠商採購的第一選擇，因此擁有長期且良好的投保紀錄，也是拓展國外業務不得不重視的一環。

### (二) 保險產業面

國內發展產品責任保險已有數十年經驗，但至目前為止尚未有任何一家本土保險公司針對外銷的產品責任險訂定出一套合適的保險費率，但在國外的保險成熟國家，如美國、歐洲地區等，在產品之分類、損失紀錄、承保條件等都有著明確的費率參考依據，而目前臺灣卻僅針對內銷的產品責任保險有著一套已經沿用多年且不合時宜的費率參考依據，為與國際市場做連結，除了仰賴國外的再保險公司以外，國內應利用大數據來建構一套屬於臺灣的費率基準，並且在有效的風險控管下，將保費留在臺灣以助於保險業之成長。

### (三) 主管機關面

現今主管機關雖然在產品品質要求上有一套標準檢驗程序要求，但是對於產品進口卻僅針對食品類有強制要求投保保險，對於消費者來說，若是因使用產品造成事故以至於發生損失時，對於國外的出口商無法有效的要求使用保險來理賠，甚至不承認有產品責任，最後也只能由國內的進口商來承擔相關的損失賠償，而進口商的規模通常都不大，也因為如此，最終可能會造成消費者求償無門只好自行承擔損失，所以我國主管機關應該要對於產品之進出口訂定更嚴格的標準，一以維護我國消費者之權益，二能確保國內廠商在國際上保有更好的聲譽以及競爭力。

### (三) 再保險面

由於本險種在針對全球性銷售之商品之投保，主要仍是仰賴國外的再保險公司提供相關的保險費率報價，但是不同國家之再保險人對於產品的認知以及該再保險人所承接該類產品的損失紀錄並非臺灣本土的保險公司能夠控制，因此當保險公司在做臨分再保險洽詢之時，應多向不同國家以及不同之臨分再保人洽詢，如此一來，除了能夠多了解國際市場間的費率水準外，亦能夠整理出一套合理的標準以及產品風險判斷方式，來做為日後向各臨分再保人要求之保險費率依據。

### (四) 保險經紀人、代理人面

目前臺灣保險市場上產險較壽險之規模小，經紀人與代理人亦是如此，並且如同本文先前所提到，現今保險市場上，外銷產品責任保險大多透過經紀人、代理人向保險公司投保，但是真正專業的去了解產品責任險相關的承保條件、再保選擇、理賠處理的經紀人與代理人卻屈指可數，因此本文的最後，建議欲拓展此險種之相關保險仲介，務必強化自身專業，了解此保險之本質，以避免日後發生與客戶以及保險公司間的爭議，也讓自身能夠在客戶面前建立專業解決問題的形象，才能夠真正為客戶做到風險管理並降低其所需花費的成本。

## 參考文獻

中文文獻：

- 1.王澤鑑(2004)，民法學說與判例研究第一冊，自版
- 2.白滌清(2007)，消費者行為，華泰文化事業股份有限公司
- 3.何玉麗(1997)，我國產品責任制度對產業及消費者的影響，臺灣經濟研究月刊，第 20 卷，第 9 期
- 4.吳祚嘉(2010)，出口產品責任保險經營之研究，國立臺灣海洋大學航運管理學系碩士論文
- 5.宋明哲(2010)，現代風險管理，五南圖書出版股份有限公司
- 6.李欽賢、劉春堂(1998)，產品責任險與消費者保護法配合之研究，財團法人保險事業發展中心
- 7.邱太銘(2016)，我國市場監督及回收機制之研究，經濟部標準檢驗局委託研究
- 8.姚玉麟(1998)，產品責任保險，保險實務，三民書局
- 9.施文森(1999)，譯美國加州保險法，財團法人保險事業發展中心
- 10.柴松林、劉春堂等(2001)，消費者保護研究，行政院消保會編印
- 11.高學年(2010)，論企業產品責任風險及其因應之道，國立政治大學經營管理碩士學程風險管理組碩士論文
- 12.張慶、劉寧、喬棟(2005)，產品質量責任：法律風險與對策，法律出版社
- 13.郭麗珍(2001)，產品瑕疵與製造人行為之研究 - 產品責任與消費者保護(1)，神州圖書出版有限公司
- 14.陳彩稚、黃慧琳(2011)，產品責任保險與企業風險管理，臺大管理論叢第 21 卷第 2 期
- 15.陳雲中(2004)，保險學，五南圖書出版股份有限公司
- 16.馮大同(1992)，歐洲產品責任法的新發展，中國法學第一卷
- 17.楊誠對、陳燦煌等譯述(1996)，商業風險與管理，中華民國產物保險核保學會
- 18.蔡立群(2008)，論現代產品責任法抗辯事由 - 以美國法之瑕疵類型為中心，中國文化大學法律學研究所碩士論文

19.蕭鶴賢(1996)，美國責任保險契約內保險人之辯護責任，保險專刊第 44 輯

英文文獻：

1. Anne Beatty, Anne Gron, Bjorn Jorgensen(2004). Corporate risk management: evidence from product liability.

2. Haider, Mary W(2006), Product Liability: Retention and Risk Management Solutions

3. Hammer, W.(1993), Product Safety Management and Engineering

4. Kenneth S. Abraham(1990),Insurance Law and Regulation: Cases and Materials, westbury

5. Love, Robert L(2014) Canadian Product Liability Law - 2013 in Review

6. Michael Hoenig(1976), Product Designs and Strict Tort Liability: Is There a Better Approach?

7. Michel Crouhy, Robert Mark, Dan Gala(2003),Risk Management

8. Rowland H. Long, LL.M.,(1992), The Law of Liability Insurance

9. Ryan, Kenneth E(2003), Product liability risk control

10. Shaw, J. (2005), Managing all of your enterprise's risks

11. Sumsion, T. (1998), The Delphi technique: an adaptive research tool