

淺談外銷產品責任險

文◎編輯部

如果您**如**果您是製造商或出口商，並將產品銷售到國外市場的話，那您現在可能正坐在「定時炸彈」上。

台灣與大陸每年銷至海外的自行車產品相當多，相對的外銷產品責任的風險也跟著提高，尤其是歐美地區人民的消費意識高漲，無論是產品責任之索賠件數及求償金額，或是理賠相關處理費用，在先進國家常居高不下，無形地提高企業在管理產品責任風險時的成本。因此，企業若要有效分散產品責任風險，必須對這些地區之產品責任危機有相當的認識，才能防患未然並有效管理企業外銷產品責任之風險。

產品責任訴訟在美國十分普遍

以美國而言，為保護消費者，美國強制要求在當地銷售產品的廠商全部投保產品責任險。美國對產品責任管理已相當完善，在整個商業迴圈中任何一方，如：製造商、經銷商、出口商、進口商以至零售商，均可能牽涉產品責任的索賠。正確評估出口產品的責任風險，制定相關的出口對策，將成為企業在這些地區站穩腳跟、打開局面的重要條件。

美國聯邦法與州法雖然不同，但是對於侵權責任制、陪審員制度、被告負舉證責任等

制度皆十分注重，再加上美國人在兩百多年移民歷史中積累了較強的自我保護意識，以及美國政府重視健全的法律規章，對產品責任及其連帶責任的賠償都有很具體的規定，讓許多廠商很容易陷於美國所費不貲的訴訟糾纏之中，導致產品製造商、供應商甚至協力商必須支付巨額賠償金的案例越來越普遍，即使最後廠商勝訴，也會耗費許多的時間及訴訟抗辯費用。

產品責任保險 (Product Liability Insurance)

產品責任險就是保障產品因設計不當、製造錯誤或使用說明不妥，及包裝錯誤出現瑕疵，而造成對消費者的賠償責任，但該保險並不保障產品效果以及保固責任。因此，一般常出現的產品糾紛，例如產品未達預期功能、廠商提供錯誤產品，或廠商故意欺瞞等原因導致消費者的損失，都不在產品責任險的保障範圍內。

美國是法律及制度極為重視人權的國家，人民索賠意識強烈，律師廣告沿路可見，若您身為製造商或貿易商，並將產品輸出國外，相信您很可能被採購商要求購買產品責任險，作為對採購商及消費者的保障。產品責任的意義：廠商

可能因自己出售、供應、設計或製造的產品有瑕疵，而引起意外事故，造成第三人身體傷亡或財物損失，依法對第三人負有賠償責任。

產品具有「瑕疵」之原因可歸納為以下三項：設計錯誤 (Design Error)、製造錯誤 (Production Error)、使用說明不當。此外，商標也屬於產品責任範圍，若發生訴訟時，OEM廠商應對產品的生產與製造負責，而商標與說明書則歸屬於代理商。對於產品樣式、商標與專利，廠商必須養成建檔紀錄的習慣，一來防範被侵權行為，二來能將產品的歷史與顧客群統合，在責任訴訟時才能在品質與口碑上站得住腳。

無論是製造商、經銷商、分裝商、進口商，只要是產銷其中一環，均須對產品所致之損失負無過失至推定過失之賠償責任，嚴重的連帶責任或甚跨國的訴訟流程，及龐大的訴訟費用，都讓企業步步為營，尤以歐美市場為產品責任險的地雷區。如果不是單一產品的問題，當然要回收處理，為了預防產銷失序，通常會建議客戶針對回收費用，另外投保回收險，才能避免突發費用吞蝕利潤。業者若有相關問題可洽韋仁風險管理公司 Tel:02-25033466。