

武绍智律师谈汽车召回制度 PDF转换可能丢失图片或格式，
建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/479/2021_2022__E6_AD_A6_E7_BB_8D_E6_99_BA_E5_c122_479768.htm 2005年4月1日，梅赛德斯 - 奔驰（中国）有限公司按照《缺陷汽车产品召回管理规定》的要求，向国家质量监督检验检疫总局递交了召回报告，拟召回在2001年6月至2005年3月期间生产的E级、SL级和CLS级轿车，在中国相关涉及车辆为5345辆。据中国汽车召回网所载，自2004年6月4日至今，已经有16次国外厂家对进口或在我国生产的产品实施了召回，其中丰田4次，奔驰3次，三菱2次，日产、富士重工、保时捷、现代、福特、沃尔沃、五十铃各1次；同期国内车厂实施召回的仅有7家，一汽大众、一汽轿车、上海通用、神龙汽车、长安铃木、广州本田各1次。在召回的汽车数量中，最多的是广州本田，有70240辆，最少的是保时捷，仅有2辆。至于召回的原因，则多种多样，有的是涉及到制动、有的是涉及到输油管、有的是涉及到空调、加热座椅等，虽然一些召回，例如一汽马自达于2004年6月18日实施的油对于马自达六“燃油箱隔热装置与排气管之间的间隙不够大，有可能导致燃油箱局部变形，甚至出现局部熔解”问题的召回，被一些媒体认为有“作秀”之嫌，但是还是受到了消费者的欢迎，认为汽车消费环境得到了一定的改善，而且厂家的信誉也并未因此次召回而受到影响。什么是汽车召回？汽车召回，指按照《缺陷汽车产品召回管理规定》要求的程序，由缺陷汽车产品制造商进行的消除其产品可能引起人身伤害、财产损失的缺陷的过程，包括制造商以有效方式通知销售商、修理商、车主等有关方

面关于缺陷的具体情况及消除缺陷的方法等事项，并由制造商组织销售商、修理商等通过修理、更换、收回等具体措施有效消除其汽车产品缺陷的过程。召回的条件：一是与安全有关；二是普遍存在的同一性缺陷；三是因设计或制造引起的，而不是使用或维护不当引起的。汽车召回不等于“换新车”根据《缺陷汽车产品召回管理规定》，汽车召回是指按照《规定》要求的程序，由缺陷汽车产品制造商选择修理、更换、收回等方式消除其产品可能引起人身伤害、财产损失的缺陷的过程。因此，汽车召回不等于换新车。恰恰相反，从国外的经验来看，绝大多数召回通过免费修理或零件更换的方式就能解决，汽车生产商承担的费用并不是很高。一旦发现产品需要召回，厂家将根据缺陷的具体情况制订消除缺陷的技术方案，一般情况下通过修理或换件都能解决问题，很少有整车收回的情况。为了鼓励厂家积极主动地消除安全缺陷，保障全社会的安全，广大车主应当客观理性地对待每次召回，在接到通知或看到公告后尽快到厂家指定的维修站点进行免费修复。

汽车召回的发展历程 美国早在1966年就开始对有缺陷的汽车进行召回了（主管部门为美国“国家高速公路交通安全局”（NHTSA），参见美国“国家交通和机动车辆安全法”和美国法典第49条第301章），至今美国已总计召回了2亿多辆整车，2400多万条轮胎。涉及的车型有轿车、卡车、大客车、摩托车等多种，全球几乎所有汽车制造厂在美国都曾经历过召回案例。在这些召回案例中，大多数是由厂家主动召回的，但也有一些是因NHTSA的影响或NHTSA通过法院强制厂家召回的。美国法律规定，如果汽车厂家发现某个安全缺陷，必须通知NHTSA以及车主、销售商和代理商，然

后再进行免费修复。NHTSA负责监督厂家的修复措施和召回过程，以保证修复后的车辆能够满足法定要求。日本从1969年开始实施汽车召回制度，1994年将召回写进《公路运输车辆法》，并在2002年做了进一步修改和完善。截至2001年日本共召回缺陷车辆3483万辆，仅2001年就召回329万辆。其中，大多数是由企业依法自主召回。法国实行汽车召回制度也有了相当长的时间，对缺陷汽车召回已经形成了比较成熟的管理制度。在法国，汽车召回属于各种商品召回的一部分，其法律依据是法国消费法的L221-5条款。这一条款授权政府部门针对可能对消费者造成直接和严重伤害的产品发出产品强制召回令。在实际操作过程中，政府很少通过发布政令的方式来进行强制性的商品召回，而是鼓励生产厂商自行进行商品召回。只有当问题商品对消费者构成严重威胁，或生产厂商对存在的安全问题没有给予应有的重视时，才会通过法律手段强制生产厂商实行召回。韩国从1992年开始进行汽车召回，当年只召回了1100辆，无论是汽车厂家还是车主对召回的认识都不十分清楚。但随着政府对汽车安全的要求更加严格，车主权利意识的不断提高，召回数量在不断增加。到2000年，召回数量增加到56万辆，2001年57万辆，2002年129万辆。这并不是说汽车质量下降了，而是说明公众的质量意识提高了。中国2004年3月15日《缺陷汽车产品召回管理规定》出台，同年10月1日正式实施至今，国内各大汽车厂商针对中国境内的汽车共有22次召回，包括国产、进口、SUV、轿车、卡客车等各种车型，总数达347276辆。创造了中国汽车史上的一大纪录。目前，实行汽车召回制度的有美国、英国、德国、法国、日本、韩国、加拿大、澳大利亚、中国等国

。汽车主动召回体现企业诚信 国家质检总局法规司司长刘兆彬说，缺陷汽车召回不但能够保护消费者的权益，还可以促使汽车制造企业的经营行为更为规范，从而维护正当的竞争和市场秩序。从已实施召回制度多年的欧、美等国家和地区的实际情况看，汽车企业对缺陷产品召回，特别是企业对有缺陷的汽车产品的主动召回行动，不但不会影响企业在公众中的信誉，反而还会提升企业的信誉，给消费者和全社会留下负责守信的美名。汽车召回与品牌形象维护 实行汽车召回制度，也是汽车售后服务的一种行为，它使用户对实行汽车召回制度的汽车制造商有一种信任感，反过来也是汽车制造商对市场的一种自我保护。象通用、福特、戴姆勒?克莱斯勒、丰田等等大公司都召回过有问题的汽车，实际上也是向公众显示一种自我完善的形象。因此，对于世界名车也要召回的讯息，把它看成是不正常的事情或者认为这些车辆的质量不可靠是完全错误的，恰恰相反，这是厂家对自家产品一种信心的表现。汽车召回对于一些大品牌是锦上添花的事情，发达国家的做法已经证明，召回制度的成功实施不仅可以最大程度地消除数量庞大的缺陷汽车存在的安全隐患，避免人身财产损害，维护公众利益，还可同时避免或减少由此带给厂商的更大赔偿损失，赢得消费者的信任，提高其安全感和对制造商及其产品的满意度。汽车召回对于一些民族品牌来说，近些看，有较大的品牌与资金压力，远些看，是建立完善的客户体系、质量体系、服务体系的过程，而这个过程，恰恰能提升品牌的任知度与美誉度，从而缩短走向世界品牌的距离。一次成功的召回丝毫不会对厂商及其产品的形象造成危害，相反，将有利于增强人们对厂商的信任度和忠诚度

。去年的11月25-27日，第二届现代企业危机管理国际论坛在北京西苑饭店举办，谈论到汽车召回制度时，一个嘉宾表示了召回制度对民族汽车品牌的忧虑，另一个嘉宾却说，他们召回车的数量7000多台，整个的费用加起来还不到2万元，却得到了媒体、公众部门的大力支持，不但品牌形象提升，还对公司的内部管理程序包括维修力量进行了一次检验，效果非常好，包括那些被召回车的用户反映，都可以证明，召回行动提高了公司的诚信度和美誉度。一次召回行动仅仅花了2万元，不但没有降低品牌形象，却大大提升了品牌的美誉度，从这不难看出，诸如奔驰、宝马、福特、通用等世界品牌为何频频发布召回公告而不怕自损形象了。所以，经济学界认为汽车召回是商家意图通过市场诚信获取消费者的支持，占领市场的一种手段，是一种销售策略。汽车召回避免企业隐患 统计表明，约有15%的交通事故是由汽车自身的质量问题引起的。在召回制度下，保险公司在完成对上路的缺陷车的事故理赔之后，可以向实行汽车召回的汽车厂商追偿部分损失。据统计，目前我国每年因交通事故死亡的人数多达10.5万人，其中因车辆本身故障原因造成的事故约占7-10%。众所周知，国内汽车出现发动机突然熄火、转向和制动失控的情况并不鲜见。汽车作为复杂的机电一体化产品，在设计和制造过程中出现缺陷可以理解，但是出问题后，厂家及时公告并承担相应的维修和赔偿责任也是责无旁贷的。《中华人民共和国消费者权益保护法》第十八条规定：“经营者应当保证其提供的商品或者服务符合保障人身、财产安全的要求。对可能危及人身、财产安全的商品和服务，应当向消费者作出真实的说明和明确的警示，并说明和标明正确使用

商品或者接受服务的方法以及防止危害发生的方法。经营者发现其提供的商品或者服务存在严重缺陷，即使正确使用商品或者接受服务仍然可能对人身、财产安全造成危害的，应当立即向有关行政部门报告和告知消费者，并采取防止危害发生的措施。”消法第十一条规定：“消费者因购买、使用商品或者接受服务受到人身、财产损害的，享有依法获得赔偿的权利。”第四十二条规定：“经营者提供商品或者服务，造成消费者或者其他受害人死亡的，应当支付丧葬费、死亡赔偿金以及由死者生前扶养的人所必需的生活费等费用；构成犯罪的，依法追究刑事责任。”国家新交法出台以后，由于重大交通事故而引发的质量争议越来越多，新交法对用户是非常有利的，汽车的安全气囊没有打开，用户可以直接提起诉讼，赔偿100万，200万都有可能。各个汽车厂家都面临这个问题，而这个问题的处理又非常棘手，时间又长，耗费的人力、精力、物力都很大，召回不但能够保护消费者权益，还可以使厂商的生产与经营行为更加规范，从而维护正当的竞争和市场秩序，同时避免因此给厂商带来更大的经济赔偿损失，召回也是汽车质量预警机制的建立，从制度与法规上减少事故的发生，避免诸多隐患。美国一位开雪佛兰车的妇女，被一名醉汉开车撞上，汽车起火，车上3人烧伤。车主把通用公司告上了法庭，因为“汽车安全技术法”规定，汽车在受到一定强度范围内的撞击后，油箱不得出现泄漏，以防止起火。结果法院判决通用公司赔偿并交纳罚金总额近50亿美元所以，从法律角度来看汽车召回是商家为避免承担更大的法律责任而主动承担产品自损的责任，以避免承担他损的责任。汽车召回降低社会经济成本 1995年，一个5岁

的美国男孩在一起撞车事故中被车的气囊张开冲击，折断头颈。男孩家属与厂家打了几年官司后，1998年底，纽约曼哈顿地区法院以产品缺陷(起爆力过大)为由判罚厂家应赔付死者家属150万美元，由于死者在副驾驶座时不系安全带，应承担50%的责任，故减偿一半。但厂家一直全力申诉再审。在此期间，消费者保护组织也敦促安全机构应迫使厂家召回1994年生产的约为200万辆同型车，更换掉爆发力过大的气囊。谁料事隔一年，1999年11月厂家赢得“翻案”，获得免赔和免责。法官重新认定“与气囊相关的危险性能够被降低，但不会消除。”可见，打这类官司要耗上几年，消费者还得搭进大量的时间、精力和金钱，即使胜诉，很有可能随后又被“翻案”，全部努力都将付之东流。综观《缺欠汽车产品管理规定》未出台前无数起起汽车纠纷官司，商家、受害人、律师、法院都付出了大量的时间成本、经济成本、人力及物力成本，有些官司连律师与法官都深感疲惫，中国第一个打赢日本三菱帕杰罗汽车伤人案、导致日本三菱汽车公司首次在中国召回帕杰罗汽车的律师提起汽车纠纷官司至今还有伤痛，一个审理过几个热点汽车官司的法官提起马拉松式的汽车纠纷也感喟良久，无奈的对媒体说诉讼并不是最好的解决途径，而当事人无论是商家还是受害人更是吃尽了苦头。从经济学的规则来看，汽车召回的经济成本是理性的。人们的日常生活在自利本性驱使下，每个主体都在追求个人利益最大化，这样就形成交易制度，构成理性市场，进而达到社会均衡，这样，法律问题的经济学分析方法的理论基础，必然是建立在为促进高效率的社会资源配置所形成的符合经济效率的结果，这种结果，在法律上才是最公平、最正义的

，也应当是法律的目的所在，所以无论哪个法制国家建立汽车召回制度都成为一种必然。法律问题的经济学分析方法的基本假设，认为法律的目的在于降低交易成本，使社会资源达到更有效率的分配，从而实现法律的最终目的--达到社会的公平与正义。从经济学价值构成的角度讲，由汽车质量问题而引起的交通事故，导致直接结果是社会财物和福利的减少。小而言之，影响个人或家庭的市场竞争力；大而言之，是对整个国家竞争力的削弱，是一个负效于社会与国家的行为。从法律上讲，是对他人人身健康权和物的所有权的侵害，《合同法》第302条的法律性质，是对承运人科以保障乘客人身安全的法定义务，一旦违反该义务，即以违反保护他人权利的法律规定的形态为表现形式的侵权行为。作为受害人，从机会成本角度考虑请求权的行使，总是选择向求偿机会成本最小的主体主张权利，国家法律应当极力降低当事人选择求偿权的机会成本，只有这样，才能从立法上有效控制交通运输危险性的变现，实现社会财物和福利的增加，而汽车召回制度正是这种社会经济与法律发展态势的需要。编辑：汤昊 haot@acla.org.cn 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com