

# 我国缺陷产品召回制度研究

周静巧

宁波大学, 浙江 宁波  
Email: 1121906423@qq.com

收稿日期: 2021年5月19日; 录用日期: 2021年6月18日; 发布日期: 2021年6月25日

## 摘要

我国自从2004年建立缺陷产品召回制度以来,相继出台了一系列配套的法律文件,产品召回制度经历了从部门规章上升到法律法规,从特别产品普及至普通产品的发展进程,制度体系逐渐完善。尤其是针对汽车产品、消费品等召回管理办法的陆续出台,使产品召回的数量和次数大幅提升。但是在实践中仍暴露出许多问题,说明我国的产品召回制度还有许多不足,亟待进一步在法律上加以完善。为了能更好地保护我国消费者的人身和财产安全,本文以缺陷产品召回制度为研究对象,结合两则案例分析其不足,试图提出可行建议,以期进一步完善我国缺陷产品召回制度。

## 关键词

缺陷产品, 产品召回, 消费者权益

# Research on the Defective Product Recall System in China

Jingqiao Zhou

Ningbo University, Ningbo Zhejiang  
Email: 1121906423@qq.com

Received: May 19<sup>th</sup>, 2021; accepted: Jun. 18<sup>th</sup>, 2021; published: Jun. 25<sup>th</sup>, 2021

## Abstract

Since 2004 China has established defective product recall system, a series of supporting legal documents have been issued successively. The product recall system has experienced the development process from departmental regulations to laws and regulations, from special products to ordinary products, and the system has been gradually improved, especially for automobile products, consumer goods and other recall management measures, so that the quantity and number of

product recalls significantly increased. However, many problems are still exposed in practice, which indicates that there are still many deficiencies in the product recall system of our country, which need to be further improved in law. In order to better protect the personal and property safety of Chinese consumers, this paper attempts to take the defective product recall system as the research object. Based on the analysis of the theoretical basis and the current situation of the system in China, this paper points out the problems of the system in our country. Finally, suggestions are put forward to improve relevant laws and regulations, establish supporting systems, establish a sound defect information collection and release system, clarify the division of labor of competent departments of product recall, improve consumers' participation in defective product recall, and enhance the awareness of corporate responsibility.

## Keywords

Defective Product, Product Recall, Consumer Rights

Copyright © 2021 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

缺陷产品召回制度最早起源于美国,于2004年被我国引入。我国市场监管总局发布数据:“我国于2018年上半年共召回了一百零九次缺陷汽车产品,三百五十二次缺陷消费品,共计约五百万辆汽车,三千六百多万件消费品。其中,有三百零四次都是在监管部门的调查下开展的,占总数量的百分之八十五。”<sup>[1]</sup>这表明,目前的召回活动大多数都是在监管部门的督查下进行的。例如,2018年6月,在药监局报道森田面膜检测不合格后,森田方才发布召回通知。若不是监管部门的督促和报道,消费者将继续使用这些缺陷产品,这会给消费者的人身和安全带来巨大隐患。与此同时,召回程序的不健全,例如通知不及时、不到位等,都将导致消费者长期处于潜在危险中。这表明:虽然缺陷产品召回取得了一定成效,但仍不够健全完善,对该项制度进行优化构建在我国已然是迫在眉睫。

目前,我国虽然已制定了一系列缺陷产品召回的法律法规,但还不健全,面对缺陷产品时,因现有解决途径少,消费者较难维护自身利益。因此,本文选择缺陷产品召回制度进行研究,通过分析现状提出完善该制度的措施,并从法律的角度对此进行探讨,为我国缺陷产品召回制度的法律完善提供一定的理论参考,更加全面有效地维护公众利益。

## 2. 缺陷产品召回制度概述

### 2.1. 缺陷产品召回的概念

布莱克法律词典对召回进行了界定:“商家通过要求购买者退还缺陷产品来实施修理或更换。”<sup>[2]</sup>吴兴光也对此作出了定义:“产品生产商和销售商在知晓产品可能存在引发购买者人身安全的问题后,依法报告,发布收回产品的通知并对其进行免费修理或更换,从而消除隐患。”<sup>[3]</sup>前者大体描述了过程,较宽泛,后者更为具体详细。

美国最早提出缺陷产品召回这一概念,是在1966年出台的《国家交通与机动车安全法》中。而我国是在2004年出台《缺陷汽车产品召回管理规定》才首次提出这个概念。

在我国,《缺陷汽车产品召回管理条例》对此界定:“商家对已被消费者购买的汽车通过一些措施

来消除隐患，就是召回。”<sup>1</sup>我国《缺陷消费品召回管理办法》也做出了界定：“商家通过采取一些措施来消除产品隐患或风险，就是召回。”<sup>2</sup>两者都是对各自所规范的具体商品种类进行规定，后者范围更广。

根据以上定义，笔者认为，可以将缺陷产品召回理解为：商家发现产品可能出现某些缺陷问题时，应立刻向监管部门备案召回计划，通知购买者进行协调处理，采取措施收回产品，并进行更换、修理的活动。

## 2.2. 缺陷产品召回的特点

建立缺陷产品召回制度，是为了用最小化的资源成本，维护利益的最大化。因此，笔者认为缺陷产品召回应当具备以下特点：

1) 法定性。召回活动是在法律的规范和指导下开展的。法律法规对主体、对象、途径、流程以及义务等相关内容都进行了明文规定。目的主要在于最大限度地避免对消费者的侵害和对公共利益的损害。如果生产经营者不依法行事、不履行法定义务，就要承担相应的法律责任和处罚。

2) 主体广泛性。包括义务主体、保护主体和实施主体。因各个环节都有可能出现问题，所以生产商、经销商等与产品盈利相关的都是义务主体，一旦发现产品有缺陷，这些主体都有责任和义务召回产品。因产品都是批量生产、广泛流通的，不可能只有一个存在缺陷，购买者也不可能只有一个，一旦出现问题损害的将是许许多多消费者的利益，这些消费者都是保护主体。在召回实施过程中，除了商家是最直接的实施主体需要履行义务实施召回，还需要有监管部门的监督指导，消费者的反馈配合等，他们都是实施主体。

3) 批量性。缺陷产品之所以会被称为是缺陷产品，首先它要在数量上满足一定条件。若只是个别的产品有缺陷，只需要个人通过产品售后即可维护自身利益，且这种缺陷往往都是各自不同、问题各有差异，此时启动召回程序费时费力、毫无意义。只有当一个型号、一个批次的所有产品都存在共同缺陷时，召回程序才有必要启动。因此缺陷产品召回具有批量性，其针对的是整个批次的所有产品，而不是个别产品[4]。

4) 预防性。一般情况下，消费者往往在产品出现问题或者对自身利益造成一定损害后，才会采用救济途径让商家做出赔偿、补救。然而在缺陷产品召回制度中则是不同的。缺陷产品召回，不要求必须有损害结果发生，只要产品存在不合理危险、符合应当召回的要求，不管是监管部门调查发现或者是商家主动发现，一旦发现就应该立即启动找回，并通过退赔、修理等方式尽可能避免对消费者权益的损害[5]。

5) 公示性。公示是贯穿召回程序非常重要的一部分。在向监管部门备案召回计划后，商家必须将召回信息进行公示，使得消费者能尽快获取信息，配合召回，提高召回效率，最大程度减少损害。同时，商家还应公示召回的进度和召回的结果，让消费者能及时清楚地知道产品的情况。在当今信息发达的时代，商家可以通过各种多元途径来进行信息的传递公布，让公众广泛、快速、有效获取信息。因此具有公示性[6]。

## 3. 我国缺陷产品召回制度现状

### 3.1. 我国缺陷产品召回制度立法现状

自2004年《缺陷汽车产品召回管理规定》出台以来，我国始终对缺陷产品召回法律法规不断进行改进，召回法律法规体系逐步构建且日臻完善。目前，我国关于缺陷产品召回的规定主要体现在《产品质量法》、《侵权责任法》、《消费者权益保护法》这三部部门法中，法律层级较高，但规定较为笼统。

<sup>1</sup> 缺陷汽车产品召回管理条例》第三条。

<sup>2</sup> 《缺陷消费品召回管理办法》第三条。

落实到具体领域,体现在《缺陷汽车产品召回管理条例》这部行政法规和《缺陷消费品召回管理办法》、《食品召回管理办法》、《药品召回管理办法》和《儿童玩具召回管理规定》等部门规章中。

《产品质量法》自1993年施行,2018年完成第三次修正,以更好加强对产品的监管,明确责任,提高质量。该法第二十六至三十二条规定了生产商的责任。主要规定其要保证产品质量,保证产品符合质量标准,不得危害消费者的人身和财产安全。其中还规定了当商家不按规定承担责任、履行义务时,相关部门可以采取强制措施。

新版《消费者权益保护法》于2014年施行,它的出台是为了保障消费者的合法权益不受侵害。该法第十八条对产品的安全性提出了要求,商家让产品流通于市场时,要同时告知产品可能存在的问题以及预防危险发生的解决措施。第十九条则规定了启动召回的条件和义务。这些规定能让商家在得知缺陷时依法召回产品,采取措施退赔、修理,尽可能减少对购买者人身、财产安全的损害。

《侵权责任法》于2010年施行。其第四十一、四十五条规定,如果缺陷产品侵害了消费者合法权益,商家需要承担侵权责任。第四十六、四十七条要求,在产品流通过程中,一旦发现其存在安全隐患,商家必须立刻采取措施减少或避免损害。若没有及时采取,则需承担侵权责任。若导致发生了重大事故,被侵权者可以请求惩罚性赔偿。这些规定一定程度上能规范商家应对缺陷产品的行为,减少对消费者和社会利益的损害。

《缺陷汽车产品召回管理条例》于2013年施行,它的发布把原先的《缺陷汽车产品召回管理规定》从部门规章上升为行政法规,在法律位阶上进行了提升。同时它也对我国改革汽车召回制度有重大影响。该条例还细化了相关责任细节,除了对汽车召回进行了完善,对于总体的缺陷产品召回也提供了许多可借鉴之处,对制度完善有较大意义。

《缺陷消费品召回管理办法》于2016年施行,该办法对生产者、经销商的责任和义务作出了规定。办法第十条规定了任何人都可以向相关部门反馈有关缺陷产品的问题信息。第三条对适用范围作出了规定,不仅是国内消费品适用,国外进口的产品也同样适用。第十三条对监管模式作出了规定,采用由国家质检总局主管,省级质检部门联合监管的二级监管模式。总体上看分工较合理、确定责任也较清晰。

《食品召回管理办法》于2015年施行,以加强监管,保障消费者人身健康安全为目的。其中第四条对职权进行了分工,规定全国归全国管,地方归地方管。监管内容包括对食品召回过程中各主体的责任和义务等。该办法一定程度上能够对食品生产、经营、管理活动进行规范,减少和避免不安全食品的出现及其带来的危害。

《药品召回管理办法》于2007年施行,对加强药品监管、保障公众健康安全有一定意义。但因药品具有一定的特殊性,药品领域的召回发展相对其他领域而言更加缓慢,有待进一步改进和完善。

《儿童玩具召回管理规定》于2007年施行,对儿童玩具召回的责任和义务作出了规定,建立、完善了监管体系。儿童健康是当今社会关注度较高的话题,该规定一定程度上规范了儿童玩具召回活动,较好地保障了儿童的健康和安全。

目前虽已有部门法、行政法规、部门规章对缺陷产品召回制度的相关内容作出了一些规定,但社会在进步,产品也在不断多样化、复杂化,许多规定过于陈旧已经满足不了当今社会的需要,需要不断与时俱进,不断改变就内容、增加新内容,不断完善以更好消除危险、减少损失,保护消费者的合法权益。

## 3.2. 我国缺陷产品召回制度适用现状——以两则案例为视角

### 3.2.1. 借由森田面膜召回事件进行制度评析

2018年6月25日,国家药品监督管理局发布《关于二十七批次化妆品不合格的通告》,该通告表明有二十七批次化妆品被检查为不合格。在公布的名单中,大众较为熟知的台湾森田保湿精华水嫩面膜

引起网民的热议。2018年6月27日,上海伸庭生物科技有限公司发布致歉信,表示已主动召回该款产品,对已购买该产品的顾客进行退换货处理,并郑重道歉。

虽然在国家药品监督管理局发布通告后,森田方及时地作出了回应并决定实施召回,一定程度上避免了对消费者权益的损害。但对于这类产品的召回,召回还未销售出去的部分是较为容易的。但对于已经被消费者购买的产品,由于缺少联系方式,难以做到企业直接联系消费者通知退换货。即召回通知难以落实到位,依然会侵害消费者的合法权益。

且森田方是在国家药品监督管理局发布通告后才表示会召回产品。若国家药品监督管理局没有检测到该产品,消费者的合法权益将都处在危险中。生产商缺乏主动检测主动预防的意识,这也意味着目前的立法缺少足够程度的惩戒威慑生产商。

综上,从森田面膜的召回事件中可以看出:一是由于惩戒较轻威慑较小导致商家缺乏对产品质量进行主动检测、预防的意识;二是由于信息收集系统不健全导致召回过程中难以让召回完全落实。

### 3.2.2. 借由上海通用召回汽车事件进行制度评析

2018年9月29日,国家市场监督管理总局发布了一则召回公告称,“上汽通用汽车有限公司决定自同年10月20日起,召回三千三百多万辆前悬架下控制臂衬存在缺陷的车辆,这是我国汽车召回史上召回数量最多的一次,上汽通用通过联系购买者召回车辆并进行修理,以消除安全隐患。”<sup>3</sup>

这批召回车辆中,最早的生产于2013年9月,距公布召回之日长达五年,也就意味着安全隐患伴随了车主将近五年,这对消费者的人身安全形成了极大的危险,发现缺陷和实施召回的期间太长、效率太低。

在召回方式上,主要以电话、短信、挂号信等方式通知车主。2019年1月15日,一车主在网上表示其于14日收到上海通用汽车寄过来的召回信,才意识到自己的车存在隐患。通过拨打许多电话,才终于打通上海雪佛兰的售后电话,结果售后表示还是要自己联系4s店去预约安装。在联系当地售车点的4s店后,又被告知该型号的配件还未收到,并且表示不知道何时会收到,只记下了车主的车牌号让其等电话通知。从2018年9月公布召回,10月正式实施召回,到2019年1月才收到召回信,时隔三个月得到召回通知且仍无法直接进行维修。足以见得通知不到位、召回过程效率低下,让消费者多承担了安全隐患的风险,侵害消费者的合法权益。

综上,从上海通用召回汽车事件可以看出:一是企业主动发现主动召回意识低导致安全隐患存在时间长;二是实施召回不灵活、通知不到位、落实不到位;三是召回都由企业主导,消费者参与召回过程少。

## 4. 我国缺陷产品召回制度存在的问题

近年来,随着召回法律法规体系逐步构建且日臻完善,以及监管部门的日益重视和管控,我国缺陷产品召回制度在不断的尝试和改进。但根据市场监管总局2018年发布的关于缺陷产品召回工作情况的数据以及前文两则案例的评析,都可以表明我国缺陷产品召回制度在立法、监管和实施中存在许多不足。

### 4.1. 配套法律体系不完备, 法律责任较轻

虽然在《消费者权益保护法》、《产品质量法》等法律中都存在对产品召回进行规定的法条,但都是笼统的、原则性的规定,且规定的较少,虽然法律层级高但缺乏可实施性。在具体操作中,《缺陷消费品召回管理办法》、《缺陷汽车产品召回管理条例》等是相关部门进行监管的主要依据,但这些办法、

<sup>3</sup> 市场监管总局:《上汽通用汽车有限公司召回部分别克、雪佛兰、凯迪拉克品牌汽车》。  
[http://samr.saic.gov.cn/gg/zh/201809/t20180929\\_276158.html](http://samr.saic.gov.cn/gg/zh/201809/t20180929_276158.html)

条例,法律层级相对较低,缺少约束力和威慑力[7]。往往会使监管部门难以全力有效开展召回工作。

2013年起实施的《缺陷汽车产品召回管理条例》对罚款数额作出了新规定:“监管部门会要求未按计划实施召回的商家改正,若拒不改正,将会被处50万元至100万元不等数额的罚款。”<sup>4</sup>由此见得,我国在实施缺陷产品召回过程中,对生产者的惩处力度比之前有所加大,但与早在2010年丰田公司因故意向监管机构隐瞒其车辆安全问题,在美国面临的1640万美元的巨额罚款相比,我国对违反缺陷产品召回义务的厂商还是有些“心慈手软”[8],缺陷产品生产商的违法成本过低,导致我国此项制度严重缺乏约束力和威慑力。

#### 4.2. 缺陷信息收集系统不健全, 评估调查低效

缺陷信息的收集是启动召回的前提。在实践中,我国目前较大规模的召回活动大都是在国外发现、进行召回后才实施召回,获得信息滞后、效率低下。与实行召回制度多年的美国相比,我国的缺陷产品信息收集系统还很不健全[9]。

我国《缺陷产品召回管理条例(送审稿)》第四十二条对加强缺陷产品信息化建设和建立信息系统作出了规定。虽然该条例的规定的能较好完善我国的缺陷产品召回制度,但至今仍未正式颁布,与之匹配的系统也未建设完成,还不能发挥其作用。目前主要是依靠舆论影响召回启动,与其他发达国家健全的信息系统相比,我国关于收集缺陷产品信息的途径很少、获取信息滞后。这将导致本应消除的危险、隐患长期存在,影响消费者的健康、安全。

#### 4.3. 缺陷信息收集系统不健全, 评估调查低效

在对缺陷产品召回制度的监督管理方面,我国监管部门没有发挥出足够有效的作用。目前,我国有权对本项制度实施管制的部门机构数量过于庞大,监管单位之间存在职权交错的现象[10]。

《缺陷消费品召回管理办法》对监管模式作出了规定,其规定了缺陷产品由生产商所在省的质检部门负监管责任。该模式看似没有问题,但也会有生产商所在地涉及两省的可能性。以国外的产品为例,国内消费者往往会把其进口商或代理商作为产品的生产者,此时如果有两家分别在浙江省和福建省的进口商和代理商,按照现有规定,这两个省份的质检部门都有监管责任,就会出现冲突矛盾。另外,还有可能出现生产商不存在的可能性。若企业倒闭,则无对应的生产商,因此也不会有相应负监管责任的质检部门。对于这些可能出现的问题,目前都没有可以解决的规定。

#### 4.4. 消费者申请召回难, 参与召回过程少

在交易中,消费者居于弱势地位,其很难与商家相抗衡来维护自己的权益。对于购买到缺陷产品,消费者的救济渠道非常有限,往往会通过与商家沟通协商或者以诉讼方式获得赔偿来维护自己的利益。然后从缺陷产品召回的特点可以得知,缺陷产品是批量性的,数量大,单纯依靠个人诉讼只能解决个人问题,不能从根本上保护拥有该批缺陷产品的消费者的整体利益,也不能为未来可能受到该产品损害的消费者提供经验和帮助。

《缺陷消费品召回管理办法》规定了每个人都可以向监管部门提出有关缺陷产品的信息和意见。但往往这样的消费者数量极少。且即使有消费者提出意见,但人数不多,也很难实际开展调查检测进而开展召回,毕竟要确定为缺陷产品需要对大量产品进行检测,需要大量时间和金钱的支撑。即使成功启动召回,消费者也不能参与后续的召回过程,这很可能导致召回的落实不到位。

#### 4.5. 企业自主召回多被动, 难以发挥效用

<sup>4</sup>《缺陷汽车产品召回管理条例》第二十二條。

缺陷产品召回制度在我国建立和发展的时间比较短,无论是消费者还是企业,对此都存在一定的抵触心理。消费者认为缺陷产品就是质量很不好的产品,企业认为一旦产品被认定为缺陷产品后,会影响企业的名声和消费者对企业的信任度,影响企业发展。这导致了企业在应对缺陷产品问题时多是回避,即使可能已经提前发现了缺陷问题,但不敢公布,存在侥幸心理,宁愿选择在被监管部门调查发现以后接受行政处罚。

且因制度上、立法上对企业没有做出明确有威慑力的规定,企业往往存在侥幸心理,认为在被市场监管部门调查后采取措施损失也不会很大,更别提提前预防、提前检测,这大大加大了产品存在安全隐患的风险。

根据监管部门的数据显示:“2018年上半年,我国实施了一百零九次缺陷汽车产品的召回活动,共计将近五百万辆汽车,实施了三百五十余次缺陷消费品召回活动,共计三千六百余万件产品。其中,有三百零四次的召回活动,是在监管部门的调查下实施的,召回产品数量占总数的百分之八十五。”<sup>[1]</sup>目前召回活动绝大部分都是在市场监管总局的调查和监督下进行的。然而监管部门的监督总是有限的,仅仅依靠监管部门,仍旧会有许多缺陷产品未被公众所知,存在大量安全隐患。

## 5. 我国缺陷产品召回制度完善建议

### 5.1. 健全相关法律法规

制定相关法律法规是构建和完善我国缺陷产品召回制度的基础,完善的制度依赖健全法律体系的规范。关于产品召回制度,目前我国已经制定的法律法规还比较少,且法律位阶不高,可操作性不高,较难发挥作用。面对着瞬息万变、不断发展的市场,完善细化相关法律法规已迫在眉睫。

一要提升相关规章的法律位阶。以《食品召回管理办法》为例,其作为部门规章,法律层级低,若将其进行修改提升为行政法规或法律,将使得食品召回制度在实施上更有效。因此,应将实施过程中较为完善的部门规章,通过进一步改进、更新、修正后上升为法律、行政法规。

二是加大法律法规对生产者的惩罚力度。面对企业逃避召回的现状,必须在法律中做出明确、严厉、有威慑力的规定,例如规定大数额的罚款等,让企业自觉主动履行召回义务。若企业在知道缺陷信息的情况下拒不履行义务或继续按原样生产的,应当规定巨大数额的民事赔偿责任,并且根据行为性质,可以对企业及其相关负责人进行行政处罚或判处刑罚,运用法律的强制性和威慑力更好地约束企业及其负责人,提高相关意识。

只有法律位阶提高了,法律责任变重了,才能使这些法律法规更具威慑力,更好约束商家,发挥实效。

### 5.2. 建立完善的缺陷信息收集与发布系统

完善的信息系统能够有效发现产品缺陷并及时做出反应,在最短时间内开展调查及实施召回,让消息传达更快、更全面,能有效提高工作效率,减少缺陷带来的损害。例如,企业在决定召回后,若有完善的信息系统,企业可通过该途径向消费者传递召回信息,使得消费者能够及时有效的配合召回。进而提高召回效率,缩短风险存在的时间,更有效保护消费者和公共权益。

由国家质量监督检验检疫总局牵头,我国在相对成熟的汽车召回领域,已经率先建立了信息系统,在《缺陷汽车产品召回信息系统管理办法》指导和管理中心的管理运作下,取得了良好效果。因此为了更好搜集和整理信息,降低召回成本,提高召回的效率,其他召回领域也应当借鉴优化设计。以食品召回为例,也可仿照汽车领域制定《缺陷食品召回信息系统管理办法》进行指导,建立相应的信息系统,建立相应的数据库、网站、软件等,全面改善召回工作。除此之外,还可以利用好微信公众号,使公众

更便利地进行信息传输和查询。

### 5.3. 明确产品召回主管部门的分工

因建立及发展时间短，我国缺陷产品召回制度还很不成熟，因此，召回的开展实施对监管部门依赖性很强。我国目前对缺陷消费品的监管实行二级监管模式。该模式表面上看没有问题，但在具体操作中可能会产生冲突和问题，对于这些问题目前还缺少法律规定。

因此，笔者认为，对于同一缺陷产品，若其生产商所在地涉及两省，即两个省级质检部门都对其负监管责任，应该规定由先开展工作的质检部门负责监管，这样可以最大程度节约资源、减少损失。若无法分清先后顺序，可以先由双方协商决定；若协商不成，则可以上报质检总局，由其指定。若生产商已倒闭不存在，也可以规定由国家质检总局指定，指定让原所在省质检部门或者指定其他质检部门负责监管。

### 5.4. 提高消费者缺陷产品召回参与度

缺陷产品召回制度的建立是为了维护消费者的合法权益。因此，提高消费者相关意识，使其主动参与，能更好的实施召回活动。

政府可以采用新媒体方式，大力开展与缺陷产品相关的宣传工作，通过广告、微博互动、微信公众号推送等形式进一步加强对消费者的宣传教育，帮助消费者树立正确观念，明确缺陷产品信息的反馈渠道，自觉抵制不安全商品。通过各种新媒体、新平台，例如通过微信绑定用户信息，及时向公众传递推送相关信息，畅通完善投诉渠道，及时反馈，努力创造公众主动关注产品安全、积极维护自身安全的环境。在召回过程中，主动关注，积极配合。

在召回计划实施后，消费者应当通过平台持续关注并获取召回实施中的各类信息如召回计划书、检测报告等，及时介入召回过程，并就召回方式合理性提出意见，以达成理想的召回效果。

### 5.5. 发挥企业自主召回作用

随着经济和科技的发展，市场竞争日益加剧，很多企业为了提高竞争力、追求利益，不择手段，被利益熏昏了头脑，全然不顾企业的社会责任。对于缺陷产品问题，也是逃避应对，为了维护暂时的利益，在侥幸心理的作用下不实施召回，任由安全隐患在眼皮底下潜伏。然而从根本上来说，主动开展产品召回活动是企业有担当的表现，企业应在发现产品存在缺陷后立刻采取措施，消除危险，承担起相应的法律责任和经济责任，才能树立有担当、负责的企业形象<sup>[11]</sup>。

因缺陷产品召回制度建立较晚，人们对这一制度的认识不够准确到位。因此，为了让公民学习正确认识，相关部门可以通过对企业负责人进行培训等方式加强对该制度的宣传，帮助企业消除顾虑，积极主动召回，引导树立正确认识，配合召回活动的开展。在具体宣传途径上，宣传部门可以灵活运用新媒体技术，通过公众常用的微博、微信公众号等自媒体进行宣传并及时发布信息，营造良好的社会环境和氛围，推动召回工作更好、更高效的开展。

企业自主召回，能最广泛、最直接的消除缺陷产品带来的隐患，也能使消费者对企业对产品更有信心，对我国社会市场更加信赖，有助于营造良好和谐的社会关系。

## 参考文献

- [1] 市场监管总局 2018 年上半年缺陷产品召回工作情况[J]. 中国质量与标准导报, 2018(8): 10-11.
- [2] Garner, B.A. (2004) Black's Law Dictionary. 8th Edition, Thomson Reuters, St. Paul.



- [3] 吴兴光. 国际商法[M]. 北京: 清华大学出版社, 2014.
- [4] 张卓. 我国缺陷产品召回法律机制研究[D]: [硕士学位论文]. 太原: 山西财经大学, 2017.
- [5] 胡明丽. 中日缺陷产品召回制度比较研究[D]: [硕士学位论文]. 北京: 中国地质大学(北京), 2017.
- [6] 徐士英. 产品召回制度: 中国消费者的福音[M]. 北京: 北京大学出版社, 2008.
- [7] 盛绍凯. 法律与行政视角下我国缺陷产品召回制度的完善[D]: [硕士学位论文]. 泰安: 山东农业大学, 2017.
- [8] 陈玲. 论我国缺陷产品召回制度的完善[D]: [硕士学位论文]. 宁波: 宁波大学, 2017.
- [9] 金文静. 缺陷产品召回制度中存在的问题及对策[J]. 中国市场监管研究, 2018(8): 34-37.
- [10] 金帅. 我国缺陷产品召回法律制度研究[D]: [硕士学位论文]. 长春: 长春工业大学, 2018.
- [11] 何云福. 企业主动召回中“主动”的含义[J]. 中国质量技术监督, 2018(5): 62-64.