

doi: 10.15936/j.cnki.1008-3758.2016.03.013

# 汽车“三包”保护制度涵摄范围之修正

张 颖 慧

(华东师范大学 法学院, 上海 200241)

**摘 要:**“家用汽车”是《家用汽车产品修理、更换、退货责任规定》的受护主体,是此部立法新设概念,该立法对其内涵厘定采取正面界定目的论之模式,即为生活消费需要而购买和使用的乘用车。但此概念使用与界定方式既与汽车行业通用标准相背离,又存在是否“家用”难以判定之困。为避免矛盾与冲突,《家用汽车产品修理、更换、退货责任规定》应采取消极定义模式,摒弃习惯性称谓。这样既能做到与汽车行业标准相协调,又可避免法规实施中可能出现的争议与障碍。

**关 键 词:**家用汽车; 汽车行业标准; 汽车消费者

**中图分类号:** D 922.29      **文献标志码:** A      **文章编号:** 1008-3758(2016)03-0302-06

## On the Scope Modification of Vehicle Warranty Regulations

ZHANG Ying-hui  
(Law School, East China Normal University, Shanghai 200241, China)

**Abstract:** Household vehicles are the subjects *Provisions on the Liability for the Repair, Replacement and Return of Household Automotive Products* aims to protect. As a new concept in the law, household vehicles are positively defined as the cars purchased and used for the purpose of living consumption. However, the concept usage and definition doesn't meet the automobile industry common standards, and it is difficult to define “household needs”. To avoid such contradictions and conflicts, it is better to choose the negative definition model and abandon the customary appellations in the provisions by which to accord with the automobile industry common standards and avoid the controversy and obstacles in law implementation.

**Key words:** household vehicle; automobile industry standard; automobile consumer

酝酿近八年的立法《家用汽车产品修理、更换、退货责任规定》(以下简称《汽车“三包”规定》)已于 2013 年 10 月开始施行,它在平衡汽车生产商、汽车销售商、消费者等各方主体利益基础之上,确立了保护汽车消费者的立法目标,作为《消费者权益保护法》的特别法,其对保护汽车消费者的权益作出了更为细致的规定。这部立法的出台一方面可保护汽车消费者,一方面可倒逼整个汽车制造业,提升整个汽车制造行业的产品质量。

然而,仔细反思这部立法,关于适用范围如何界定,却极易成为未来法规实践中不可避免的争议之题,成为法规实施中的障碍。

### 一、“三包”保护制度涵摄范围之疏理

从文件名称来看,《汽车“三包”规定》的适用主体为“家用汽车”,是围绕“家用汽车”售后所产

生的侵害消费者权益的行为,为消费者提供解决策略之立法。“家用汽车”<sup>①</sup>是《汽车“三包”规定》新出现的概念,对于什么是“家用汽车”产品,本部立法在附则中进一步将其阐释为:“家用汽车产品,是指消费者为生活消费需要而购买和使用的乘用车”<sup>②</sup>。由此可见,汽车“三包”保护制度涵摄的范围从汽车种类与购买目的双重标准进行考量,并要求双条件同时满足。显然,从这个意义上考量:首先,家用车是乘用车的一种,而本法所指的乘用车是指相关国家标准规定的除专用乘用车以外的乘用车<sup>③</sup>。也就是说,汽车“三包”规定的保护对象是指非专用乘用车中为生活消费而购买和使用的乘用车。同时,这类家用非专用乘用车如果用于出租或者以其他营运为目的的,是被排除在家用汽车“三包”责任之外的。换句话说,只要家用汽车产品用于出租或者以其他营运为目的,即使涉及产品质量问题,在家用汽车产品保修期和“三包”有效期内,经营者都无义务再承担“三包”责任<sup>④</sup>。

从上述剖析可以看出,我国汽车“三包”保护制度对于保护对象范围的设定具有两个主要特征:第一,采取双重路径之保护模式。从整体性来看,立法通过正面列举与反向排除两种路径来划定“三包”保护范围,在划定乘用车作为保护对象后,再将其中不属于生活消费的乘用车排除。虽然范围略窄,但也清楚明晰,立法拟借此用精确厘定的方式勾画出何种汽车应受到保护之框架。第二,注重法之间的协调性。“三包”规定将保护范围限定为“生活消费”,与“三包”规定文件属性密切相关。“三包”规定作为国家质量监督检验检疫总局发布的文件,以法律文件的性质划分应属部门规章;同时,以汽车消费者权益保护为立法目标的还有全国人大常委会制定的法律文件,即《消费者权益保护法》(以下简称《消法》)。从法的位阶上来看,部门规章属于其下位法。因此,立法之初必将其二者相比对,使下位法服从于上位法,从而

促进部门法之间的协调,保证法体系的完整性。两部立法文件保护范畴相比对,《消法》保护的主体是:为“生活消费”需要购买、使用商品或者接受服务的消费者<sup>⑤</sup>,《汽车“三包”规定》保护的标的为:“家用汽车”(为生活消费需要而购买和使用的乘用车)。在这一点上,作为部门规章的“三包”规定似乎未与《消法》产生任何抵触。法律之间虽然已相互协调,但是转向传统汽车分类标准,与汽车传统行业相协调时发现,“家用汽车”乃属立法新设之概念。创设概念是否符合汽车行业统一的分类标准?是否具有实践上的合理性?这确是值得进一步商榷之议题。

## 二、“三包”保护制度涵摄范围之检视

如上,家用汽车虽然已经归属“三包”制度所保护的汽车类别,但在实践中是否可以变身为消费者的维权利器,还取决于“家用汽车”在认定上的可操作性。审度其内涵,仍然存在以下两个问题亟须解决。

### 1. 自创概念与国家标准不统一

我国现行汽车分类标准是国家质量监督检验检疫总局批准,于2002年正式实施的。新国家标准的公布意义重大,它是我国加入WTO之际颁布的,其在轿车<sup>⑥</sup>的划分上作出了很大变革,该标准是在充分了解国际标准、国外车辆术语标准的情况下,按照国家质量监督检验检疫总局积极采用国际标准及国外先进标准的要求,以及WTO/TBT协议中优先采用国际标准的原则,在充分研究国际标准的可用性基础上,技术内容上等效采用了ISO/WD3833:1999(《道路车辆类型术语和定义》)。新标准的设立,解决了因我国车辆术语和定义与国际标准的不同,给国际标准间的交流及标准的转化带来的不便,甚至误解问题<sup>[1]</sup>。它

① 《家用汽车产品修理、更换、退货责任规定》第一条规定,为了保护家用汽车产品消费者的合法权益,明确家用汽车产品修理、更换、退货(以下简称“三包”)责任,根据有关法律法规,制定本规定;第二条,在中华人民共和国境内生产、销售的家用汽车产品的“三包”,适用本规定。这两条明确了此规定的立法目的及保护的范围,均为“家用汽车”。

② 参见《家用汽车产品修理、更换、退货责任规定》第四十三条规定。

③ 参见《家用汽车产品修理、更换、退货责任规定》第四十三条规定。

④ 参见《家用汽车产品修理、更换、退货责任规定》第三十条对于“三包”责任免除的规定。

⑤ 详见2013年10月修订的《中华人民共和国消费者权益保护法》第二条。

⑥ 轿车是指乘用车中的普通乘用车、活顶乘用车、高级乘用车、小型乘用车、敞篷车及舱背乘用车。对于“轿车”之概念,新国标在设立时并欲以废止,但考虑到“轿车”这一词汇在我国被社会大众所广泛使用,如一律废止,恐生混乱,因此,将属于轿车的车型归在“基本乘用车”的类别中。

不仅在汽车的市场上统一了划分标准,同时也规范了与汽车相关的国家管理部门中对于汽车种类不相统一、自相矛盾的划分。

我国现行的汽车国家标准是GB/T 3730.1—2001和GB/T 15089—2001,这两项标准是关于汽车分类的新国家标准。它们是“为解决GB/T 9487—89和GB/T 3730.1—1998自身存在标准重复设置、部分车种交叉等问题和使分类标准与国际接轨”<sup>[2]</sup>而设立的。其中,GB/T 15089—2001主要用于型式认证,是型式认证各技术法规适用范围的依据,而GB/T 3730.1—2001则是通用性分类,适用于一般概念、统计、牌照、保险、政府政策和管理的依据<sup>[3]</sup>。GB/T 3730.1—2001将汽车(motor vehicle)分为乘用车(passenger car)与商用车(commercial vehicle)两类,同时乘用车又包括普通乘用车、活顶乘用车、高级乘用车、小型乘用车、敞篷车、舱背乘用车、旅行车、多用途乘用车、短头乘用车、越野乘用车及专用乘用车<sup>①</sup>。这种“新分类方法将私人购买作为代步工具的车辆,称之为乘用车,并将公务及商业经营的运输车辆称为商用车”。

关于汽车分类的新国家标准是建立在按用途划分基础上的新标准,它建立了一种共通的“语言”,使汽车行业的设计人员、工程师能够在同一种“语言”上进行沟通和交流<sup>[4]</sup>。不仅如此,新国家标准还明确指出,这种对汽车的通用型分类,是国家颁发的与汽车相关的其他政策及对汽车进行管理的依据。随后政府行政行为开始陆续引入关于汽车的新国家标准,如国家统计局在对汽车进行数据统计时,开始参考国家标准;税务局在对消费税进行征收时,也重新进行了具体分类。可以说,国家分类制定与汽车行业相关的调整政策时均以新国家标准对于汽车类别的划分作为依据,而《汽车“三包”规定》却是个例外。它对于“家用汽车”概念的使用虽然注重了立法与立法之间的连贯性,却忽略了立法与行业之间的协调性。“家用汽车”是《汽车“三包”规定》立法中的新创设概念,这一新概念的使用突破了汽车行业的新国家标准。这一突破,不仅在汽车分类上与汽车国际标准相冲突,同时,会重新引起并造成汽车管理之混乱。法律在实施时,也必然会在区分适用主体时产生划分不清之争议。

## 2. 是否“家用”难以定义生活消费

承上文所述,之所以“家用汽车”概念易导致主体界分不清的混乱,最主要原因在于:从文义解释上来讲,这一概念的创设基础是以消费者购买汽车时的目的及汽车购买后的实际用途进行划分的。这一划分依据虽然具有合理性,但汽车产品是否家用则实为极难判定之题。

《汽车“三包”规定》中第四十三条指出,家用汽车产品,是指消费者为生活消费需要而购买和使用的乘用车。由此可见,区分汽车产品是否家用的关键在于,如何划定生活消费的概念。生活消费一直以来属消费者权益保护立法中的争议之题,生活消费的判定在学界存在着两种观点:一种为主观判定标准,是以购买者购买的动机与目的作为识别是否属于“生活消费”的标准;另一种为客观判定标准,是以购买的物品是否属于生活消费品作为判断是否为“生活消费”的标准<sup>[5]</sup>。显然,“家用汽车”概念的使用在选择时放弃了后者,采用了主观判定标准作为划分依据,它以消费者购买汽车后的目的与动机是否为了“生活”来识别“生活消费”,进而定义是否划定为《汽车“三包”规定》保护对象。

然而,汽车作为一类特殊的动产消费品,具有使用上的持续性,这也是它区分一般生活消费品的特殊功效。它在同一使用主体的任何时间内都可以成为代步工具。同一主体在汽车的使用过程中,既可能在维持其自身与发展的生活活动中需要汽车的代步,同时在其生产活动中也可能驾驶同一辆汽车。这样,同一辆汽车在生产领域与生活领域为所有人提供的是同一项服务。这种情况在个人经商的过程中表现得更为显著。当某个体经营者从事某生产经营活动时,其购买的汽车既可能在他的生活中起到消费品的作用,同时,在他使用汽车出现在各种商务场所,使其财产增值的过程中,汽车也起到了巨大商业作用。面对个人生活消费与生产消费无法区分状态的数量呈现越来越多之势,“家用汽车”概念便随之呈现出天然的缺陷性。消费者在促使个人财产升值或经营的过程中利用汽车代步是否就不受《汽车“三包”规定》的保护?若采用现有《汽车“三包”规定》保护范围的划分标准,这类主体则可能被排除在保护

① 专用乘用车又包括旅居车、防弹车、救护车、殡仪车。



范围之外。如此,在未来司法实践中,《汽车“三包”规定》的适用范围限定在“家用汽车”,在认定上便极易产生争议。

### 三、“三包”保护制度涵摄范围之借鉴与路径规划

如上所述,家用汽车存在的问题促使重新选择“三包”保护制度涵摄范围的路径成为亟待解决之题。世界各国均有相关立法对汽车消费者予以保护,选择借鉴的国家与借鉴的方式取决于我国与他国立法模式的异同。

#### 1. 世界主要国家和地区对于汽车产品保护的立法模式

世界主要国家和地区对于汽车产品保护的立法模式,可以归纳为如下几类:

第一,单独立法模式。单独立法模式的代表国家为美国,美国除相关民事立法外,还设立了专门立法以保护汽车消费者<sup>①</sup>。事实上,针对汽车消费者进行保护的专门性立法数量并不多。也就是说,对于汽车消费者的“三包”保护,大多数国家并没有专门对其进行立法,这与我国专门制定“三包”保护规范有所不同。在这一点上,我国与美国立法模式基本相似。

第二,以民商事相关立法或消费者保护立法为主要依托。这类国家和地区较多,主要以未对汽车消费者单独进行立法的国家为主,如欧盟的1999/44/EC号指令性文件:《关于消费品的销售及相关担保》<sup>[6]</sup>(以下简称“欧盟指令”)及韩国相关立法等。欧盟的这种规制方式与其保护消费者的基本立场有关,即“依赖规制(regulation),认为单纯依赖市场无法产生有效的权益保护”<sup>[7]</sup>,因此,其在指令性文件中对车主要求维修或退还所购汽车的条件予以限定。为更好地配合此项指令实施,欧盟在2010年还颁布并实行了相应的机动车服务业新规。韩国立法则将包修及包退、包换区分立法,包修由韩国国土海洋部制定的《汽车管理法》来规制,而包退及包换则属于消费者权益保护,由韩国财政经济部(现韩国企划财政部)修订的《消费者损害赔偿规定》予以规制。由此可以看出,这种立法模式虽然没有单独立法,但除基础性

立法保护一般消费者外,仍然在立法中有单独条款确立对汽车消费者予以特殊保护的规则。

第三,企业自主与第三方监督相结合。这类模式以日本为主要代表,其主要特征是:政府欠缺相关性规定,依靠企业自觉性自主制定相应保护措施,并配以第三方机构进行沟通与调解。因为日本汽车市场竞争相当激烈,日本各大汽车集团为了不流失本公司的消费者,保持市场占有率,因而自愿制定相应的修换规定。此外,日本汽车生产商还组成了日本自动车工业协会(JAMA),并在其内部设立了“汽车产品责任咨询中心”,以提高纠纷解决的效率,进而实现保护消费者权益的目标。

由于我国第三方机构发育不够成熟,市场独立性不高,日本模式为代表的企业自觉制定保护措施辅以第三方机构调解的规制方式在我国欠缺成长的必要土壤。因此,此种模式并未成为我国立法之选。在我国,消费者保护立法承担了对于消费者实施一般性保护的职责,但与欧盟为代表的第二种立法模式相比较,区别在于:《消法》中并未区分汽车消费者与一般消费者,没有单独法律条文将汽车消费者作为特殊类别加以保护。因此,从严格意义上来讲,我国亦不能归于第二种立法模式之下。随着《家用汽车“三包”规定》的出台,我国已从第二种模式向第一种模式转化,或者说我国立法采取的是两种模式相结合之方式,即《汽车“三包”规定》作为单独立法,是《消费者权益保护法》的特别法,两者共同构成对汽车消费者予以保护的 legal 体系。从这一特点来看,相比以上三种立法模式,我国《家用汽车“三包”规定》立法的特殊性、独立性与美国的独立立法模式最为相近,也最有可借鉴之意义。美国相关立法具有重要影响的是各州所制定的“柠檬法”。

#### 2. 美国柠檬法的适用范围

美国的柠檬法(Lemon Laws)<sup>②</sup>用来指代保障汽车买主权益的消费者保护法。柠檬最初喻指状况不佳的二手车,被用来形容消费者买到状况不佳二手车时又酸又涩的心情,这一形象比喻最初为美国经济学家论述信息不对称对于二手车市场的影响时所用,但后来被引申至出厂后质量存

① 美国与此相关立法,以下章节将单独进行详述。

② 阿克罗夫教授的论文《柠檬市场:质化的不确定性和市场机制》(The Market for Lemons: Quality Uncertainty and the Market Mechanism)中提出此项比喻。

在问题的瑕疵车辆,这类车辆被称为“柠檬车”,为了保障汽车消费者买到瑕疵车时,相关权益能够得以维护的消费者保护立法,则统称为“柠檬法”。1982年,康乃狄克州(Connecticut)通过了第一部柠檬法以对买到缺陷汽车的购买者提供救济,这部柠檬法基本概要为一部涵盖乘用车和轻型卡车在一年内或者在保修到期之前(通常为12 000英里)如何保护(以先达到为准)之立法。相同的问题在四次尝试后仍然未被修理,或者对于相同或不同的问题服务维修时间累积达到30天都被定义为柠檬车。如果出现其中上述情形之一,消费者有权请求退款,或更换一辆新车,所退款项包括汽车的价格和间接成本<sup>①</sup>。至今,美国的大部分州乃至哥伦比亚特区(District of Columbia)都颁布并实施了柠檬法案。

美国柠檬法的框架基本相同,各州仅对立法内部的细节进行修正。美国柠檬法并不是一部全国性的统一的联邦法律,而是每个州都有自己的柠檬法,虽然实施的时间不同,条款设置的细节性有所不同,但是各州柠檬法大部分都与康乃狄克州通过的第一部柠檬法相类似,内容大体上集中在详细限定柠檬车的退换车条件、汽车消费者的维权途径等方面。柠檬法的一般性条款规定,如果汽车存在与汽车制造商所保证不相一致且不能合理修理时,购买者有权起诉制造商以退款或更换<sup>②</sup>。

美国各州柠檬法所规定的适用范围、细节上是存在差异的,但是仍然集中体现了美国柠檬法的设置特点:指导原则基本一致,只是细节不同。也就是说,美国各州柠檬法对于各州立法保护何种机动车在细节的规范上是有差异的,但其指导原则基本相似,大多限定在为以消费、非商业使用为目的购买的车辆,这些法律因此排除了小型公司购买的车辆、专业性社团购买的车辆及出租新车。如加利福尼亚、科罗拉多、佛罗里达、夏威夷、乔治亚等州的立法。同时,这些车辆主要以乘用车为主,摩托车、旅居车、农用车、越野车等被排除在外。从其立法本意来看,被排除的主要类别在大多数州本质上是用这些法案来限制这些车辆购买者的数量。

### 3. 我国现行立法“目的论”之调整

综上,“‘三包’规定是针对特定商品的立法活

动,在立法过程中不仅要解决具体的法律问题,还必须考虑不同商品的特性,并要在不同利益主体之间进行协调”<sup>[9]</sup>,重新建构“三包”保护制度的涵摄范围,才能更大限度地保护汽车这种特殊消费品的购买者和使用者,避免立法沦为相关责任主体逃避法律责任的借口,导致立法沦为空谈。“三包”制度所保护范围的设立路径应从以下方面予以修正:

#### (1) 与汽车行业标准相协调

首先,汽车作为一种特殊消费品,具有极高的科技含量,其自身的行业规范已相对成熟,严密的汽车分类背后是一整套具有极高参照性的技术指标。只有当立法概念与行业标准相协调时,才能有利于确定每类汽车的各种部件应达到的国家标准,有利于问题汽车的认定与鉴别。《汽车“三包”规定》予以保护的汽车消费者所购买的汽车种类划分,应与汽车行业的国家标准保持一致,只有受保护的汽车属于国家标准划分中的某一种类,才能真正达到法与行业相协调。

#### (2) 摒弃社会习惯性称谓

“家用”概念与“非家用”相对应存在,“家用汽车”只是一种社会习惯的叫法,本无谓对错,但从汽车“三包”立法的保护范围考量,单独从汽车购买后是服务于“家用”还是“非家用”会使立法的保护范围变得过于狭窄。我们不能认为消费者购买汽车后,如果在“非家用”即非家庭事务时使用了汽车,那么汽车出现任何问题都不受汽车“三包”制度的保护,这并不符合《汽车“三包”规定》的立法目标。《汽车“三包”规定》的颁发是为了保护汽车使用者的安全与权益,以敦促汽车生产者、销售者、修理者履行汽车售出后的法律义务,注重所售汽车质量,进而保障汽车消费者的安全。因此,消费者在购买汽车后,在何时或何地使用了汽车并不需要立法对之加以限定,否则“三包”制度保护的的范围过于狭窄,既不利于对消费者实行特殊的保护,也会成为汽车生产者、销售者及修理者逃避责任的借口<sup>③</sup>。

#### (3) “消极”定义适用范围

消极定义汽车“三包”制度适用范围的模式,不失为一种可选之路径,这是德国《民法典》对消

① 这里所谓的间接成本是指包括消费税、自选设备、登记,不高于为了使用而花费的合理限额。

② 《消费者权益保护法》及《汽车“三包”规定》的制定,其初衷并不在于区分汽车购买主体在购买时的动机,而借保护消费者,促进生产者、销售者提高产品质量才是其背后之真正内涵。

费者定义的界定方式。这种定义的关键在于界定“消费者实施法律行为的目的是为了与营利相反的消费,因此作为消费者概念核心的法律行为必须非以营利为目的”<sup>[10]</sup>。换句话说,消费者是相对于经营者而言的。经营者是从事经营活动的人。从主体性质上说,经营者属于商事主体,即商人。因此,只有非从事商事活动的民事主体才可为消费者<sup>[11]</sup>。也就是说,判定何类汽车消费者应受到保护,并不在于判定消费者在购买汽车后是否“家用”,而在于判定消费者购买汽车的行为是否为了转手后卖给他人,并据此获得利益。这种对“目的论”的修正在于区分以汽车作为营利手段的经营者和以汽车作为生活消费的消费者,如汽车的购买人是以营利为目的(汽车商人),呈现出一种组织化且持续的活动,则不属于《汽车“三包”规定》的生活消费,反之无论消费者的购买汽车的目的为何,汽车消费者均应受到相应保护。

“法律解释”侧重于立法者原意,立足于对法律文本的字面含义进行解读。在司法实践中所面临的困难往往存在于,立法者原意无法百分百还原,而法律文本的用词由于立法技术问题而过于模糊、抽象或者概括<sup>[12]</sup>。修正与重新厘定现行《汽车“三包”规定》中适用范围的概念内涵已然成为汽车消费者保护的重要基石,如此才能避免出现司法上的不统一导致法律适用上的不公正性。

## 参考文献:

- [1] 采用通行国际标准[N]. 中国汽车报, 2001-12-03(5).
- [2] 林晨. 我国汽车分类标准问题研究[J]. 海峡科学, 2010(12):3.
- [3] 中国汽车信息网. 我国汽车的分类及表示方法[EB/OL]. (2013-05-10) [2015-10-20]. <http://www.chinaauto.ac.cn/zhishi/QCFLBZ.htm>.
- [4] 祝贺. 汽车分类标准让人“雾里看花”[N]. 中国工业报, 2007-08-31(A01).
- [5] 王利明. 消费者的概念及消费者权益保护法的调整范围[J]. 政治与法律, 2002(2):7-9.
- [6] 欧洲议会和理事会. 1999/44/EC号指令性文件: On Certain Aspects of the Sale of Consumer Goods and Associated Guarantees[EB/OL]. (1999-05-25) [2015-11-25]. <http://eur-lex.europa.eu>.
- [7] 孙良国. 论新《消费者权益保护法》中的主要规制技术[J]. 当代法学, 2014(4):79.
- [8] Nicks S J. Lemon Laws in the United States: More Hype than Help? [J]. Journal of Consumer Policy, 1986,9(1): 79-81.
- [9] 钟瑞华. 中国“三包”制度总检讨[J]. 清华法学, 2005(1):93.
- [10] 杨立新,刘召成. 德国民法典规定一体化消费者概念的意义及借鉴[J]. 法学杂志, 2013(1):33-34.
- [11] 郭明瑞. “知假买假”受消费者权益保护法保护吗? ——兼论消费者权益保护法的适用范围[J]. 当代法学, 2015(6):69.
- [12] 卢佩. 司法如何统一? ——以德国联邦最高法院判例为实证分析对象[J]. 当代法学, 2012(6):134.

(责任编辑:王 薇)