



法规产品手册

合规和实地调查办公室

美国消费品安全委员会

2013年5月6日

内容

前言.....	Error! Bookmark not defined.
第一章—基本原则	6
消费品安全委员会如何执法.....	6
法规产品规定.....	7
合规证书.....	7
合规证书要求.....	7
普通合规证书 (GCCs).....	8
儿童产品证书 (CPCs).....	8
证书适用.....	8
进口产品证书电子申报.....	8
第二章—消费品安全委员会法规的处罚措施	9
处罚.....	9
《消费品安全法》(CPSA)的处罚措施.....	9
《联邦有害物质法》(FHSA)的处罚措施.....	10
《易燃织物法》(FFA)的处罚措施.....	11
《防毒包装法》(PPPA)的处罚措施.....	122
《电冰箱安全法》(RSA)、《维吉尼亚戈莱姆贝克游泳池和水疗中心安全法》(VGBA)、 以及《防止儿童汽油烧伤法》(CGBPA)的处罚措施.....	122
禁令.....	Error! Bookmark not defined.3
《消费品安全法》(CPSA)的禁令.....	133
《联邦有害物质法》(FHSA)的禁令.....	133
《易燃织物法》(FFA)的禁令.....	133
《防毒包装法》(PPPA)的禁令.....	133
违规产品的收缴.....	144
《消费品安全法》(CPSA)的收缴规定.....	144
《联邦有害物质法》(FHSA)的收缴规定.....	144
《易燃织物法》(FFA)的收缴规定.....	144
《食品、药品和化妆品法》(FD&CA)的收缴规定.....	154
重新收缴.....	155
第三章—出示产品未违规的证据	166
回应消费品安全委员会通知书 (LOA).....	166
消费品安全委员会对企业复函的回应.....	Error! Bookmark not defined.6
入境口岸扣押产品通知书.....	Error! Bookmark not defined.6
第四章—入境口岸的产品监管	17
定义.....	17
《消费品安全法》(CPSA)规定的进口授权.....	17
违规产品在口岸运出美国.....	18
《联邦有害物质法》(FHSA)规定的进口授权.....	18

《易燃织物法》(FFA)规定的进口授权	18
第五章—召回法规产品	19
准备产品召回	19
召回的要素	20
传播召回信息	Error! Bookmark not defined.
新闻发布	22
召回预警	23
视频新闻发布	23
海报	Error! Bookmark not defined.
社交媒体	24
其他形式的通告	25
免费电话/电邮/网站	25
网站信息	26
第六章—公司内设立召回计划的推荐步骤	27
指定一名召回协调员	27
召回协调员的职责	27
识别受影响的产品	27
记录保存	27
结论	28
第七章—召回产品的销毁	30
产品回收与隔离	30
监督销毁	30
使用第三方承包商销毁产品	30
产品改装	30
重新销售召回产品的惩罚措施	30
第八章—改装违规进口产品授权的申请	32
获得改装授权的程序	32
涉及违规进口产品改装的费用征收	33
第九章—关于报告的规定	34
法律规定	34
《消费品安全法》第 15 条的报告规定	34
涉及法律诉讼产品的报告	35
报告窒息事件	35
要求报告的原因	35
何时依据《消费品安全法》第 15 条进行报告	36
报告程序	37
未能报告的惩罚措施	37
第十章—出口规定	38
出口禁令的政策声明	38
《消费品安全法》(CPSA)监管的产品	38
《联邦有害物质法》(FHSA)监管的产品	38

《易燃织物法》(FFA) 监管的产品	38
禁止出口	38
出口报告的规定	39
违反《消费品安全法》(CPSA)	40
违反《联邦有害物质法》(FHSA)	40
违反《易燃织物法》(FFA)	40
第十一章—信息保密	41
涉及《消费品安全法》(CPSA) 第 6 条的信息保密	41
涉及《消费品安全法》第 15 条(b)款的报告保密	41
涉及《消费品安全法》(CPSA) 第 37 条的报告保密	42
委员会的信息使用	42
与联邦、州、地方及外国政府机构分享信息	42

法规产品手册

前言

美国消费品安全委员会（下称“委员会”）是一个由美国国会创立于 1972 年的独立联邦监管机构。委员会的使命是减少与消费品有关，并超出合理范围的伤害和死亡风险。委员会通过教育、安全标准活动、监管以及贯彻和执行法律法规来实现这个目标。委员会负责监管美国人在家庭、学校、休闲或其他场合使用的成千上万种消费品。在监管过程中，委员会运用国会通过的七项法案。

1. 《消费品安全法》(CPSA), 《美国法典》15 U.S.C. § § 2051-2089;
2. 《联邦有害物质法》(FHSA), 《美国法典》15 U.S.C. § § 1261-1278;
3. 《易燃织物法》(FFA), 《美国法典》15 U.S.C. § § 1191-1204;
4. 《防毒包装法》(PPPA), 《美国法典》15 U.S.C. § § 1471-1477;
5. 《冰箱安全法》(RSA), 《美国法典》15 U.S.C. § § 1211-1214;
6. 《维吉尼亚戈莱姆贝克游泳池和水疗中心安全法》(VGBA)
《美国法典》15 U.S.C. § § 8001-8008; 以及
7. 《防止儿童汽油烧伤法》(CGBPA), 《公法》110 P.L. 278.

本手册的编撰，是为了帮助制造商、进口商、零售商以及其他涉及产品监管的各方（如企业）了解他们在各项法规规定下的责任，以及在委员会工作人员通知他们，或者他们自己注意到违反委员会法规的事件发生后，应该采取哪些步骤。当委员会工作人员判定某种产品违反某项具体法规后，委员会合规和实地操作办公室一般会通知违规责任公司（产品制造商、进口商、分销商或者零售商），并要求采取解决问题的具体措施。

发给责任公司的通知一般以正式函件的形式发出。本手册将其称为通知书或合规和实地操作办公室违规通知书（手册将此类函件统称为“通知书”）。相关企业应一并查阅本手册和委员会所发通知书，确定违反的适用法律法规。通知书告知企业违规的具体产品，并要求企业采取具体纠正措施（包括停止销售和分销产品；从经销商、零售商、以及 / 或者消费者那里召回产品；隔离和处置库存的产品以及改变未来的产品生产），同时告知公司委员会可以采取的法律措施（包括民事和刑事处罚以及强制纠正措施）。此外，通知书还会告知企业，如果不同意委员会工作人员有关产品违规的判定，或者相信产品不在委员会管辖范围内，企业可以对委员会工作人员的结论提出质疑，并出具证据支持其立场。有关详情，请参阅本手册第三章。

在阅读了本手册各章之后，如果您有任何问题，可以通过电邮和委员会合规官员或者合规和实地操作办公室取得联系。邮箱地址是 Sect15@cpsc.gov。

第一章—基本原则

消费品安全委员会如何执法

委员会合规项目的宗旨是为了确保企业遵守意在保护消费者免受危险产品伤害的各项法律、规则、法规、标准和禁令。为实现这一目标，委员会主要开展三种合规活动：

- 以教育、培训、研讨会和包括指南和其他出版物等书面文宣方式，适时将委员会对产品的监管要求通告利益相关者或接受监管的有关单位。
- 通过跟踪消费者事故保持对产品的监控；接到报告后采取跟进措施，进入和检查任何工厂、仓库或者生产或储存消费品的设施，或者检查任何由制造商拥有、管理或控制，具备自主检测能力的合格评定机构；对可能违反联邦标准或可能构成潜在风险的产品进行取样和测试。
- 依据强制性规定测试消费品，查找违规，并通过有害产品改装或将其从市场或消费者召回等方式促成对违规产品的纠正（主要通过业界合作，但在必要时可以启动诉讼程序）。

涉及执法的具体合规行动包括以下诸项：

- 监测产品是否符合法律、规则、标准、法规、禁令以及其他规定，执行现有法律法规。主要通过以下方式进行：（1）通过对消费品制造商、进口商、分销商和零售商进行国内跟踪监测以及与美国海关和边境保护局（简称 CBP 或海关）一道在入境口岸实施进口跟踪监测；以及（2）调查伤害报告、消费者投诉、贸易投诉或者其他有关某公司制造或分销违反我们权限内执行的某项法律、规则、法规、标准或禁令产品的指控或迹象。
- 《消费品安全法》第 15 条要求制造商、分销商和零售商向委员会通报未能符合该法适用的消费品安全规则或该法其他类似规则、法规、标准或禁令，或者由委员会执行的任何法规的产品。
- 《消费品安全改进法》2008 年 8 月通过后，如果某产品违反了《联邦有害物质法》、《防毒包装法》、《电冰箱安全法》、《维吉尼亚戈莱姆贝克游泳池和水疗中心安全法》、或《防止儿童汽油烧伤法》中的强制性规定，公司必须向委员会通报违规。
- 《消费品安全法》第 37 条要求制造商向委员会通报在 24 个月内引发至少三起民事诉讼，并导致有利于原告的判决或解决方案的产品。根据《消费品安全法》第 12、15 和 22 条，《联邦有害物质法》第 6 和 15 条、《易燃织物法》第 6 条规定，委员会有权将有害产品从市场下架。

法规产品规定

在产品进口或进入销售前，委员会无权对产品进行上市前的“批准”。在多数情况下，制造商和进口商负责确保其产品在销售前符合任何强制性标准或规定。美国《联邦法规》第 16 卷包含了上述法律的执行法规。法规依据法定授权分列。一些关于消费品的要求属于法定要求，并未体现在相应的强制标准或法规中。例如，《防止儿童汽油烧伤法》对于便携式瓦斯罐的生产商和进口商作出具体规定，但这些规定并未在《联邦法规》中列出。有关便携式瓦斯罐的要求属于成文法要求，见于《公法》第 110 卷 278 部分、《成文法》第 122 卷 2602 部分以及 2008 年 7 月 17 日通过的国会众议院 814 号法案（2008[H. R. 814]）。

2008 年通过的《消费品安全改进法》增加了有关儿童产品的具体规定。101 条—含铅量规定，103 条—跟踪规定，105 条—商品目录广告和直销方式的规定，106 条—玩具安全标准，以及 108 条—禁止使用某些邻苯二甲酸盐。这些规定在《联邦法规》中可能没有对应规定。确认有关规定的信息需要参阅《消费品安全改进法》。《消费品安全改进法》第 104 条包含的很多新规则将一项自愿共识标准涉及产品性能的要求纳入强制性规定。但是，由于这些标准受到版权保护，因此标准的细节通过引述的方式纳入委员会规则。标准全文则必须通过相关自愿标准组织获得，而并未编入《联邦法规》。规则制定时委员会接受的具体版本可以定期修改或更新，其后成为委员会接受的最新版本。委员会在其网站上列出其接受的版本列表以及接受日期。网址是：<http://www.cpsc.gov/Business--Manufacturing/Lab-Accreditation/Rules-Requiring-Third-Party-Testing/>。

除了符合某项具体监管规定，一些产品类别必须符合多项规定。例如，任何为儿童生产的产品除了符合该产品性能要求外，还必须符合适用所有儿童产品的规定。因此，全尺寸婴儿床必须符合《联邦法规》第 16 卷 1219 部分——全尺寸婴儿床安全标准；表层涂漆铅含量要求（《联邦法规》第 16 卷 1303 部分有关禁止含铅油漆和某些使用含铅油漆消费品的规定）；含铅量上限（《消费品安全改进法》第 101 条）；邻苯二甲酸盐上限（《消费品安全改进法》第 108 条）；跟踪标签规定（《消费品安全改进法》第 103 条）；认证规定（《联邦法规》第 16 卷 1110 部分）；以及耐用婴幼儿产品消费者注册规定（《联邦法规》第 16 卷 1130 部分）。儿童产品规定涵盖了几套规则。下列是额外规定的概述。

合规证书

合规证书要求

《消费品安全法》第 14 条(a)(1)和(2)款（《美国法典》15 U. S. C. § 2063(a)(1)(2)）规定，受消费品安全规则、禁令、标准和法规管辖的产品，包括儿童产品的“每位制造商”，以及该产品的私营品牌商，必须按照《消费品安全法》第 14 条(a)款的规定出具证书。《消费品安全法》第 3 条(a)(11)款将“制造商”定义为任何制造或进口消费品的人。因此，制造商必须履行的任何法定义务，按照该定义，也适用于进口商。

《消费品安全改进法》在 2008 年通过后不久，委员会颁布了一项规定（见于《联邦法规》第 16 卷 1110 部分），具体说明哪些人必须依照《消费品安全法》第 14 条规定出具证书。《联邦法规》第 16 卷 1110.7 部分规定，美国境外制造的产品证书必须由进口商出具，美国国内制造的产品证书须由制造商出具。

普通合规证书 (GCCs)

《消费品安全法》第 14 条 (a) (1) 款规定，受到《消费品安全法》消费品安全规定，或者由委员会负责执行的类似规则、禁令、标准和法规管辖的产品制造商和私营贴牌商必须为任何进口用于消费、仓储或分销的任何产品出具合规证书。证书必须证明，产品符合所有适用的《消费品安全法》消费品安全规定，或者由委员会执行的其他法律中的类似规则、禁令、标准、或法规。证书必须具体指明产品符合的每一项规则、禁令、标准或法规。一般而言，证书必须基于每件产品的测试或是一种合理的测试项目。

儿童产品证书 (CPCs)

《消费品安全法》第 14 条 (a) (2) (B) 款规定，受儿童产品安全规则监管的儿童产品的每位制造商和私营品牌商必须出具证书，证明其儿童产品符合儿童产品安全规定。此类合规必须基于获得委员会认可的第三方合格评定机构进行的测试。证书必须在任何此类产品进口用于消费、仓储和分销之前。有关儿童产品认证的更多信息，请登录网站 <http://www.cpsc.gov/Business--Manufacturing/Testing-Certification/Certification/Childrens-Product-Certificate-CPC/>。委员会在该网站上公布了获得认可的第三方合格评定机构（实验室）清单。网址是：<http://www.cpsc.gov/en/Business--Manufacturing/Lab-Accreditation>

。

证书适用

《消费品安全法》第 14 条 (g) (3) 款规定，按照该法第 14 条款需要出具的证书必须附着于所有该证书涵盖的适用产品和运输货物。证书副本必须提供给该产品的每位分销商或零售商。如有要求，出具证书的制造商和私营品牌商必须向委员会提供证书副本。

进口产品证书电子申报

《消费品安全法》第 14 条 (g) (4) 款授权委员会在与海关和边境保护局协商后，允许在进口产品抵达前最多 24 小时内以电子方式申报证书。如有要求，出具证书的制造商和私营品牌商必须向委员会和海关和边境保护局提供证书副本。

第二章—消费品安全委员会法规的处罚措施

随着委员会负责执行的各项法律陆续通过，国会拟定了可以适用于违规企业或个人的具体处罚措施。其中包括最高可达 1515 万美元的民事罚款（详见 2011 年 11 月 18 日第 71554 号《联邦记事报》），以及罚款和对责任人处以不超过 5 年监禁等刑事处罚，以及涉及刑事违法的财产没收。此外，法庭可以发布禁令，阻止企业和个人违反消费品安全委员执行的法律法规。根据法庭命令，违规产品可被收缴，以防止其继续销售。

处罚

委员会合规和实地操作办公室向责任人或相关企业发出通知书，告知其某产品被发现违反了委员会法律、安全标准或禁令。违规通知书告知企业违反了哪项法律、规则、法规、标准和禁令，并具体说明被禁行为。

被禁行为见于《消费品安全法》（《美国法典》15 U.S.C. § 2068）第 19 条；《联邦有害物质法》（《美国法典》15 U.S.C. § 1263）第 4 条；《易燃织物法》（《美国法典》15 U.S.C. § 1192）第 3 条。依据《防毒包装法》有关特别包装标准的规定，涉及食品、药品和化妆品的违规行为囊括于《食品、药品和化妆品法》（《美国法典》21 U.S.C. §§ 343, 352 和 362）第 403、502 和 602 条。违反《电冰箱安全法》、《维吉尼亚戈莱姆贝克游泳池和水疗中心安全法》以及《防止儿童汽油烧伤法》的行为在《消费品安全法》第 19 条中列为被禁行为。

通知书将说明企业及/或者个人可能受到的最严重处罚措施。一般而言，通知书不会包括处罚细节，但是会提及本手册可被用作判定处罚的参考。适用处罚涵盖于《消费品安全法》、《联邦有害物质法》、《易燃织物法》、《防毒包装法》（通过《联邦有害物质法》和《食品、药品和化妆品法》执行），以及《电冰箱安全法》、《维吉尼亚戈莱姆贝克游泳池和水疗中心安全法》和《防止儿童汽油烧伤法》（通过《消费品安全法》执行）。

《消费品安全法》(CPSA)的处罚措施

《消费品安全法》民事处罚—根据《消费品安全法》第 20 条，任何在知情¹情况下违反该法第 19 条的责任方应被处以每项违法不超过 10 万美元的民事处罚。² 在包含一些例外情况下，违反该法第 19 条(a)、(1)、(2)、(4)、(5)、(6)、(7)、(8)、(9)、(10)或(11)款则应按照所涉不同消费品分别构成各项违法。但是，任何

¹ “知情”在《消费品安全法》第 20 条(d)款（《美国法典》15 U.S.C. § 2069(d)）中作出定义。

² 最高罚款额度每 5 年作出通胀调整。下次调整日期是 2017 年 1 月 1 日。请参阅《美国法典》第 15 卷 2069 条(a)(3)(A)款[CPSA]；《美国法典》第 15 卷 1265 条(c)(5)款[FHSA]；以及《美国法典》第 15 卷 1194 条(e)(5)(A)款[FFA]。

相关的系列违法所处罚款不应超过 1515 万美元。（2011 年 11 月 18 日《联邦记事报》第 76 卷第 71554-55 号）

《消费品安全法》刑事处罚—根据《消费品安全法》第 21 条（《美国法典》15 U.S.C. § 2070），违反该法第 19 条可受如下处罚：

1. 知情及蓄意违反可处不超过 5 年监禁；
2. 根据《美国法典》第 18 卷 3571 章处以罚款；或者
3. 二者并罚。

1987 年的《刑事罚款改进法》（《公法》Pub. Law 100-185，《美国法典》18 U.S.C. § 3571）将《消费品安全法》下可判最高罚款额度增加至每人 10 万美元，每个组织 20 万美元。但如有死亡发生，则个人最高罚款为 25 万美元，组织为 50 万美元。

除了上述刑事处罚外，对于违反《消费品安全法》或委员会负责执行的任何其他法规的处罚还可能包括没收违法相关资产。

《联邦有害物质法》(FHSA) 的处罚措施³

《联邦有害物质法》民事处罚—根据《联邦有害物质法》第 5 条(c)(1)款，任何在知情情况下违反该法第 4 条的个人可被处以每项违法不超过 10 万美元的民事罚款。此外，根据《消费品安全法》第 20 条，任何个人在知情情况下违反《消费品安全法》第 19 条将被处以民事处罚。“知情”在《联邦有害物质法》第 5 条(c)(5)款（《美国法典》15 U.S.C. § 1264(c)(5)）作出定义。委员会可要求对每种违规产品作出最高可达 10 万美元的民事处罚，并对任何相关的系列违法作出最高可达 1515 万美元的处罚。（2011 年 11 月 18 日《联邦记事报》第 76 卷第 71554 号）

《联邦有害物质法》刑事处罚—根据《联邦有害物质法》第 5 条(a)款（《美国法典》15 U.S.C. § 1264(a)），任何违反该法第 4 条任何规定的个人应被判处轻罪，并应在判决后对违法机构处以不超过 1 万美元罚款。对个人应处以不超过 5 千美元罚款或不超过 90 天监禁，或二者并罚。（《美国法典》18 U.S.C. § 3571）

对于蓄意欺诈和误导的违法以及其后的再犯，处罚应为不超过 5 年监禁，并按《美国法典》第 18 卷 3571 部分处以罚款，或二者并罚。对于机构而言，如违法没有致人死亡，则最高罚款为 20 万美元；如致人死亡，则最高罚款为 50 万美元。对于个人，如违法没有致人死亡，则最高罚款为 10 万美元；如致人死亡，则最高罚款为

³除了《联邦有害物质法》处罚外，《消费品安全改善法》规定，多数可以按《联邦有害物质法》进行处罚的行为也可以依据《消费品安全法》进行处罚。

15 万美元。（《美国法典》第 15 卷 3571 部分）《消费品安全改进法》第 217 条 (d) 款上调了《联邦有害物质法》第 5 条 (a) 款规定的最高刑事处罚。⁴

《易燃织物法》(FFA) 的处罚措施⁵

《易燃织物法》民事处罚—根据《易燃织物法》第 5 条 (e) 款，任何在知情情况下违反该法第 4 条（《美国法典》15 U.S.C. § 1193）标准或法规的个人可被处以每项违法不超过 10 万美元的民事处罚。“知情”在《易燃织物法》第 5 条 (e) (4) 款（《美国法典》15 U.S.C. § 1194）中作出定义。委员会可要求对每种违规产品作出最高可达 10 万美元的民事处罚，并对任何相关的系列违法作出最高可达 1515 万美元的处罚。（2011 年 11 月 18 日《联邦记事报》第 76 卷第 71554-55 号）

《易燃织物法》刑事处罚—根据《易燃织物法》第 7 条（《美国法典》15 U.S.C. § 1196），违反该法第 3 条或第 8 条 (b) 款，以及未能遵守该法第 15 条 (c) 款可受如下处罚：

1. 知情及蓄意违反可处不超过 5 年监禁；
2. 罚款(按如下所述)；或者
3. 二者并罚。⁶

1987 年《刑事罚款改进法》（《公法》Pub. Law 100-185, [《美国法典》18 U.S.C. § 3571]）将《易燃织物法》下可判最高罚款额度增加至每人 10 万美元，每个组织 20 万美元。但如有死亡发生，则个人最高罚款为 25 万美元，组织为 50 万美元。

⁴ 包括收缴财产的刑事处罚：(1)除了第 5 条(a)款规定的惩罚外，对于本法案或其他委员会执行的法案的刑事违法进行的处罚可以包括与违法相关的财产收缴。(2) 本条款内，“刑事违法”是指违反了本法案或委员会执行的其他法案，违法者被判交付罚金，或监禁，或二者并罚。

⁵ 除了《易燃织物法》的处罚外，《消费品安全改进法》规定，多数在《易燃织物法》之下可以受到惩处的违法行为也可以按照《消费品安全法》进行惩罚。

⁶包括收缴财产的刑事处罚：(1)除了第 7 条款规定的惩罚外，对于本法案或任何其他委员会执行的法案的刑事违法进行的处罚可以包括与违法相关的财产收缴。(2) 本条款内，“刑事违法”是指违反了本法案或委员会执行的任何其他法案，违法者被判交付罚金，或监禁，或二者并罚。

《防毒包装法》(PPPA)的处罚措施⁷

在通过《防毒包装法》过程中，国会选择将两部现行法律规定的处罚措施纳入该法，而不是针对该法监管的产品所涉违法另行设定处罚。根据产品种类和具体违规行为，《联邦有害物质法》和《食品、药品和化妆品法》中的处罚也可适用于《防毒包装法》

《防毒包装法》的民事处罚—未能遵守该法标准将致使产品依据《联邦有害物质法》被定为“错误标识的有害物质”，或依据《食品、药品和化妆品法》被列为“错误标识的食品、药品或化妆品”。如果涉案产品被列为错误标识的有害物质，其处罚措施请参阅上述《联邦有害物质法》民事处罚。如产品别列为错误标识的食品、药品和化妆品，请参阅上述《消费品安全法》民事处罚。

《防毒包装法》的刑事处罚—如果涉案产品被列为错误标识的有害物质，其处罚措施请参阅上述《联邦有害物质法》刑事处罚。如产品别列为错误标识的食品、药品和化妆品，违反《防毒包装法》的刑事处罚在《食品、药品和化妆品法》第 303 条(a)(1)款（《美国法典》21 U. S. C. § 333）中作出阐述。按该条款规定，任何违反 301 条款的个人均犯有轻罪，并在有罪判决后处以罚款（见下述），或不超过一年监禁（如属再犯和蓄意欺诈或误导，则判处最长三年监禁）。1987 年《刑事罚款改进法》（《公法》Pub. Law 100-185）将初次违反《食品、药品和化妆品法》可判最高罚款额度增加至每人 10 万美元，每个组织 20 万美元。如属于再犯以及蓄意欺诈和误导的违法，则个人最高刑事罚款为 25 万美元，组织为 50 万美元。

另外，请参阅上述《消费品安全法》的刑事处罚。

《电冰箱安全法》(RSA)、《维吉尼亚戈莱姆贝格游泳池和水疗中心安全法》(VGBA)和《防止儿童汽油烧伤法》(CGBPA)的处罚措施

民事处罚—《维吉尼亚戈莱姆贝格游泳池和水疗中心安全法》和《防止儿童汽油烧伤法》的规则被视为《消费品安全法》之下的消费品安全规则。因此，违反这两部法律规则的行为应按《消费品安全法》的民事和刑事处罚措施处置。《电冰箱安全法》的规则被视为可在《消费品安全法》之下执行的“类似规则，法规或标准”。

⁷除了《防毒包装法》规定的惩罚外，《消费品安全改进法》规定，一些在《防毒包装法》之下可以受到惩处的违法行为也可以按照《消费品安全法》进行惩罚。

禁令行动

委员会有权禁止企业违反委员会执行的法律、规则、法规、标准和禁令。

《消费品安全法》(CPSA)的禁令⁸

《消费品安全法》第 22 条(a)款（《美国法典》15 U.S.C. § 2071）规定：“美国地区法院有权采取下列行动：

1. 制止违反该法第 19 条；
2. 制止任何人制造、销售、分销或向美国进口违反该法第 15 条(d)款有效规定的产品；以及
3. 制止任何人销售不符合消费品安全规定的产品。”

《联邦有害物质法》(FHSA)的禁令⁹

《联邦有害物质法》第 8 条(a)款（《美国法典》15 U.S.C. § 1267）规定：“美国地区法庭以及联邦领地法庭有权依据《联邦民事诉讼规则》第 65 条(a)和(b)款，制止违反《联邦有害物质法》行为。”

《易燃织物法》(FFA)的禁令¹⁰

《易燃织物法》第 6 条(a)款（《美国法典》15 U.S.C. § 1195）规定：

如果委员会在任何时候有理由相信任何人违反，或将要违反《易燃织物法》第 3 条或第 5 条(c)款的法规，而在委员会根据《联邦贸易委员会法》提出并撤除起诉之前，或者在委员会所发制止令根据《联邦贸易委员会法》规定终止或者被法庭搁置审议之前，对此类违法的禁止符合公共利益，则委员会可以在责任人居住地或商业交易所在地的地区法院提出起诉，要求法庭制止该违法行为，并在出示妥善的临时禁令或制止令后，批准不可保释的禁令。

《防止有毒包装法》(PPPA)的禁令

因违反《防止有毒包装法》而导致产品被判定为错误标识的有害物质，请参阅上述《联邦有害物质法》中的禁令。因违反《防止有毒包装法》而导致产品被判定为错误标识的食品、药品或化妆品，则应适用《食品、药品和化妆品法》和《消费品安全法》。⁸

⁸《电冰箱安全法》、《维吉尼亚戈莱姆贝克游泳池和水疗中心安全法》以及《防止儿童汽油烧伤法》的禁令权限将遵循《消费品安全法》第 22 条(a)款（《美国法典》15 U.S.C. § 2071）。

⁹有关被禁的有害物质，亦请参阅《消费品安全法》第 22 条(a)款的禁令权限。

¹⁰亦请参阅《消费品安全法》第 22 条(a)款的禁令权限。

《食品、药品和化妆品法》第 302 条(a)款（《美国法典》21 U.S.C. § 332）规定：“美国地区法庭和联邦领地法庭有权依据正当理由制止违反该法第 331 条款的违规行为，第（h）、（i）和（j）款除外”。

违规产品的收缴

违反委员会执行的法律、规则、法规、标准和禁令的产品应被收缴，并应根据各项法律启动诉讼程序。

《消费品安全法》（CPSA）的收缴规定¹¹

《消费品安全法》第 22 条(b)款（《美国法典》15 U.S.C. § 2071(b)）规定：

下列产品应被依法收缴：

1. 未能符合适用消费品安全法规，或者
2. 产品的生产、销售、分销或进口到美国受到《消费品安全法》第 15 条(d)款（《美国法典》15 U.S.C. § 2064(d)）的有效禁令禁止，产品进入市场或经销期间，或在运抵后仓储期间应因不实信息而诉诸法律程序，并在产品所在司法管辖区域的任何美国地区法庭提起诉讼。

《联邦有害物质法》（FHSA）的收缴规定

《联邦有害物质法》第 6 条(a)款（《美国法典》15 U.S.C. § 1265(a)）规定：

任何错误标识的有害物质或被禁有害物质在上市销售或者州际销售期间，或者在州际销售运输后处于待售仓储（无论是否为初次销售）状态，或者依据本法第 4 条(f)款不得进入州际销售，或者其生产违反了本法第 4 条(g)款，均应因不实信息而在州际销售期间或其后随时诉诸法律程序，并在有害物质所在司法管辖区域的任何美国地区法庭提起诉讼。不过，本条款在下列条件下并不适用于向任何国家出口的有害物质：（1）产品包装符合外国买方的指定规格；（2）产品标识符合该国法律；（3）产品外包装注明出口；（4）产品按标注方式出口。

《易燃织物法》的收缴规定(FFA)

《易燃织物法》第 6 条(b)款（《美国法典》15 U.S.C. § 1195(b)）规定：“如果委员会在任何时候有理由相信任何产品的生产或销售，或者任何织物或相关材料的销售违反了本法第 3 条款（《美国法典》15 U.S.C. § 1192），委员会可以用不实信息为理由，在涉案产品、织物或相关材料所在司法管辖区域的地区法庭诉诸法律程序，要求将上述产品、织物或相关材料收缴或没收”。

¹¹ 《电冰箱安全法》监管的冰箱、《维吉尼亚戈莱姆贝克游泳池和水疗中心安全法》监管的游泳池和浴池排水口盖、以及《防止儿童汽油烧伤法》监管的便携式汽油罐可以依据《消费品安全法》第 22 条(b)款进行收缴。

《食品、药品和化妆品法》(FD&CA)的收缴规定

(针对《防止有毒包装法》监管的某些产品) 《食品、药品和化妆品法》第 304 条款 (《美国法典》21 U.S.C. § 334) 规定:

任何掺假或错误标识的食品、药品或化妆品在上市销售或者州际销售期间, 或者在州际销售运输后处于待售仓储 (无论是否为初次销售) 状态, 或者依据本法第 331 条 (II) 款、344 或 355 条不得进入州际销售, 均可因不实信息而在州际销售期间或其后随时诉诸法律程序, 并在涉案产品所在司法管辖区域的任何美国地区法庭提起诉讼。...

重新收缴

对于因违法而被扣押并有条件释放, 随后要求重新交货, 或以其他方式处于通关状态的进口产品, 委员会保留要求美国海关和边境保护局根据其职权将违法进口产品收缴的权力。在此类案例中, 进口商 / 货主要求申诉的权利将转由海关和边境保护局裁决。

第三章—出示产品未违规的证据

本章内容涵盖了一旦企业不同意委员会工作人员对某件产品违反委员会执行的法律、规则、法规、标准或禁令的裁定，可以采取哪些步骤。

回应消费品安全委员会通知书（LOA）

如果委员会工作人员向你发出通知书，告知你生产、进口、分销、出售或提供出售的产品未能符合委员会法律、规则、法规、标准或禁令，而你不同意委员会工作人员的判定，你可以提供证据支持你的观点。

通知书将说明，企业可以出示证据，表明产品并未违规，或产品不受适用法规管辖。通知书还将指明公司复函的收件人，并给出复函时限。你可以向指定复函收件人提交所有证据和理由，说明你为什么相信产品没有违规或不受某项具体法律、规则、法规、标准或禁令管辖，或不应被禁止进入美国（如违规涉及被扣押在入境口岸的进口产品）或被海关和边境保护局扣押。

企业可以通过口头或书面方式对违规通知书作出回复。企业也可以要求召开非正式听证会，与合规办公室或进口监管处的工作人员面晤，表达口头意见或提交证据。此类证据可以包含：

- 支持合规认证的测试结果；
- 显示产品合规的测试结果；
- 显示产品并非指定用于受法规或标准保护人群的营销数据；或者
- 任何其他支持产品合规的相关数据。

消费品安全委员会对企业复函的回应

公司提交的任何额外证据或说明将由适当的委员会合规办公室或进口监测处工作人员（包括适当的技术人员和法律人员）进行审议。如果工作人员认为企业提供的信息无法驳回委员会有关产品违规或受到某项具体法律、规则、法规、标准或禁令的监管，委员会工作人员一般来说会在针对你的企业或产品采取执法行动前以书面方式通知你。

如果企业仍然不同意委员会决定，并拒绝采取纠正措施，委员会工作人员可以要求委员会批准实施适当的法律程序，包括发出行政投诉、实施禁令、实施没收或其他适当行动。

入境口岸扣押产品通知书

涉及美国海关和边境保护局管辖的入境口岸抽检或取样检查中认定违规产品的通知书将和扣押通知书分别发出。违规通知书通知进口商、货主或收货人产品违规，并说明委员会检查结果以及要求委员会重新考虑的程序，同时也说明提出有关涉案进口产品证词的权利。有关入境口岸监管产品的更多信息，请参阅第 4 章。

第四章—入境口岸的产品监管

定义

根据《美国法典》第 15 卷 2066(b) 和 1273(a) 条款规定，如果产品在入境口岸经过抽样检查或以其他方式显示产品依据该法第 17 条(a) 款须被禁止入境，委员会将作出禁止入境的决定。第 17 条(c) 款还规定，产品可以用改装为理由在口岸有条件放行。这些条款确立了委员会有权以检查为理由扣押产品，并判定产品是否可以入境，或需要改装后方可入境。¹²

《消费品安全法》(CPSA) 规定的进口授权

《消费品安全法》第 17 条款（《美国法典》15 U.S.C. § 2066）授权委员会拒绝允许下列进口产品入境：未能符合适用消费品安全法规；未能配备《消费品安全法》或其他委员会执行法律要求出具的合规证书；而制造商经过尽职调查后有理由了解证书在任何关键方面属于伪造或误导的情况下出具伪造证书；未能配备《消费品安全法》第 14 条款或该条款其他任何规定要求出具的标示或证书（包括追踪标识）；按《消费品安全法》第 12 条款（《美国法典》15 U.S.C. § 2061）启动的司法程序认定该消费品具有紧急危害；根据《消费品安全法》第 15 条(a) (2) 款（《美国法典》15 U.S.C. § 2064(a) (2)）的界定，产品缺陷构成重大产品风险；委员会已报告财政部长，产品制造商违反了《消费品安全法》第 17 条(g) 款（《美国法典》15 U.S.C. § 2066(g)）。《消费品安全法》第 17 条(g) 款要求进口产品制造商必须按照《消费品安全法》第 16 条款（《美国法典》15 U.S.C. § 2065）遵守所有有关检查和记录保留的规定。

《消费品安全法》第 17 条(b) 款（《美国法典》15 U.S.C. § 2066(b)）规定，委员会可以要求美国财政部长在未经指控的情况下获取已进口或供进口产品的抽样。如经样品检查或通过其他方式表明该产品根据《消费品安全法》第 17 条(a) 款必须被禁止进口，委员会将决定禁止进口该产品，除非《消费品安全法》第 17 条(c) 款允许对该产品进行改装。

《消费品安全法》第 17 条(c) 款（《美国法典》15 U.S.C. § 2066(c)）规定，如果有迹象显示可能被拒绝入境的产品可以经过改装后符合入境要求，委员会可以推迟就该产品的准入作出最终决定，并由委员会和财政部长根据此项规定达成共识，允许产品在交保后从海关和边境保护进放行，以便货主或收货人有机会对产品进行改装。

根据《消费品安全法》第 17 条(d) 款（《美国法典》15 U.S.C. § 2066(d)）规定，产品货主和收货人进行的所有改装活动须经委员会官员或工作人员检查。如有迹象显示产品无法改装，或货主或收货人进行的改装无法令人满意，委员会将拒绝产品

¹² 产品被扣押后，委员会将判定产品是否违反适用法律、规则、法规、标准或禁令。委员会可以建议海关和边境保护署扣押产品并采取其他妥善措施，而非由委员会拒绝产品入境。

入境，并将呈请财政部长指令将产品重新送交美国海关和边境保护局，并依据《消费品安全法》第 22 条 (b) 款对产品进行收缴。

违规产品在口岸运出美国

《消费品安全法》第 17 条 (e) 款（《美国法典》15 U.S.C. § 2066(e)）规定，拒绝入境的产品必须销毁，除非产品货主、收货人或进口商请求财政部长允许产品运出美国，而不必销毁。如果货主、收货人或进口商在产品获得批准后 90 天内未将产品运出美国，则产品必须销毁。根据《消费品安全法》第 17 条 (f) 款（《美国法典》15 U.S.C. § 2066(f)）规定，产品销毁的所有相关费用，包括储存，搬运以及人工均应由产品货主或收货人支付。如果上述支付违约，欠款则应构成该货主或收货人未来进口的抵押债务。

《联邦有害物质法》(FHSA)规定的进口授权

《联邦有害物质法》第 14 条（《美国法典》15 U.S.C. § 1273）规定，如果委员会对已进口或供进口的产品抽样检查后，发现该产品属于错误标示或被禁止的有害物质，该有害物质必须被禁止入境。下列情况除外，美国财政部长必须要求将此类禁止入境的有害物质销毁，除非财政部长引述相关法规，允许该物质在被拒绝入境 90 天内运出美国，或依据该法规允许有害物质更多时间运出美国。

《联邦有害物质法》第 14 条 (b) 款（《美国法典》15 U.S.C. § 1273(b)）规定，在有关某种已进口或供进口的有害物质的入境决定作出之前，财政部长可以下令批准将有害物质在交纳保证金后运抵货主或收货人。如果委员会认为该有害物质可以合规，我们将推迟该物质准入的最终决定。而货主和收货人在向委员会提出申请并获得批准后，可以采取重新贴牌或其他措施促成该物质合规。根据相关法规，此类经批准后进行重新贴牌或其他行为必须在委员会官员或工作人员，或者由财政部长指派的官员或工作人员监督之下进行，除非授权另行安排。

《联邦有害物质法》第 14 条 (c) 款（《美国法典》15 U.S.C. § 1273(c)）规定，销毁的被禁止入境物质的费用，以及根据《联邦有害物质法》第 14 条 (b) 款授权监管物质重新贴牌或其他活动的相关费用（此类费用额度应按相关法规确定），和任何被禁止入境物质的储存，搬运和人工费用均应由产品货主或收货人支付。如果上述支付违约，欠款则应构成该货主或收货人未来进口的抵押债务。

《易燃织物法》(FFA)规定的进口授权

《易燃织物法》第 9 条（《美国法典》15 U.S.C. § 1198）规定，进口产品、织物或相关材料在交纳保证金后运出海关时必须符合入境时业已生效的适用易燃性标准。如不能合规，美国财政部长将要求将货物重新运至海关。重新运回是指将此前海关扣押后放行的货物重新运回海关。如果货物未能重新运回海关，将导致责任方因未能运货而违背保证金条件，并因此被要求支付预定违约金。

关于违规进口产品的改装，请参阅第八章。

第五章—召回法规产品

本章介绍启动产品召回的相关信息。当委员会工作人员或接受监管的机构判定下列情况出现时，应启动产品召回：(a)产品未能符合相关法律、规则、法规、标准或禁令，以及(b)产品所涉风险致使产品有必要从销售链或从消费者手中召回。召回产品的目的在于：

1. 尽快找到所有违规产品；
2. 在适用情况下，将产品从销售链或从消费者手中召回；以及
3. 及时向消费者提供关于违规产品、产品危害以及所需纠正措施的准确信息。企业应该制作宣传信息材料，鼓励零售商和媒体通知公众，并鼓励消费者积极响应产品召回。

准备产品召回

委员会工作人员定期通过检查消费品制造商、进口商和分销商的方式，查找可能不符合委员会执行的各种强制性标准、法规和禁令的产品。当工作人员判定某种产品违反了委员会法律、规则、法规、标准或禁令，即会以通知书形式告知制造商、进口商、重新贴牌商或分销商。通知书一般来说会包括委员会工作人员认为会妥善纠正违规的改正措施。在适当情况下，根据违规性质、违规产生的危害、以及违规产品造成人员伤害的可能性，委员会工作人员将要求企业停止出售和分销，并启动产品市场召回，包括已经出售给消费者或消费者已经拥有的产品。此项纠正措施的妥善性经委员会工作人员审议后，将构成企业采取任何解决措施的基础。

消费者安全是委员会和企业的共同目标。因此，委员会和企业常常在妥善纠正措施的制定、实施和沟通过程中密切合作。企业的配合程度是委员会在评估可能的额外执法行动或处罚时考虑的一个因素。

出现两次一模一样的召回行动的可能微乎其微。因此，企业应该随时准备应对将不可避免产生的新问题。在启动召回前，可以考虑如下问题：

1. 产品为什么没能符合强制性联邦要求？
2. 公司是否对其产品系列进行评估，以查找是否可能存在其他违规产品？
3. 不安全产品在哪里出现？生产 / 进口 / 库存 / 销售了多少？
4. 公司是否找到外国制造商？可否提供其联系方式？
5. 公司是否停止了产品的生产（进口），以及产品向分销商和零售商的运输？
6. 公司是否通知分销商和零售商停止销售产品，并要求其协助查找拥买产品的消费者？
7. 公司是否有顾客名单？
8. 公司是否开始查找现有的产品注册和消费者服务记录等数据库，确认可能的产品拥有者？

9. 公司是否已经起草有关召回的新闻稿？是否需要其他形式的公众通知？
10. 公司是否设立免费电话服务，以应对宣布召回后的大量电话查询？
11. 公司是否准备派遣人力 / 资金为违规产品提供零部件更换服务，或将违规产品更换为合格产品？
12. 产品可否通过改装解决违规问题？
13. 公司是否制定了计划，将替换零部件和新产品寄往参与召回的分销商以及 / 或者零售商，或者通过其他方式帮助他们修复库存产品？
14. 公司是否准备好跟踪产品召回，并就召回进度及时向委员会递交报告？
15. 公司是否制定计划，将库存和退回的召回产品隔离并安全处置，以防止其再度流入市场？
16. 公司如何改善质量控制和风险分析程序，以避免未来出现类似产品召回事件？

以上所列涉及产品召回企业面临的一些行政和运营问题。即使公司只是在考虑启动产品召回，也应该准备就上述问题回答委员会工作人员的质询。

召回的要素

启动召回的公司应制定一套全面方案，触及销售链各个环节以及购买产品的消费者。公司必须制定沟通策略，鼓励人们对召回做出响应，并采取公司要求的措施。

委员会合规和实地操作办公室和公司就违规产品的解决方案达成一致后，合规和实地操作办公室将和公司一道，为公众通知和实施召回制定一项有效计划。委员会将发布计划条款，告知公众违规产品风险的性质，以及为消除风险所采取的行动。

召回产品的目的在于：

1. 尽快找到所有违规产品；
2. 在适用情况下，将产品从销售链或从消费者手中召回；以及
3. 及时向消费者提供关于违规产品、产品危害以及所需纠正措施的准确信息。企业应该制作宣传信息材料，鼓励零售商和媒体通知公众，并鼓励消费者积极响应产品召回。

在决定使用哪种表格时，公司应考虑产品营销的地点和方式，产品用户群，产品预期有效寿命以及产品最可能的维修方式。

执行召回的企业必须格外注意协调召回通知的发出，以便使所有参与方，包括品牌授权商和零售商有足够的时间实施各方同意采取的行动。召回通知还应注意平衡各方面的因素——召回通知的部分要素，比如新闻稿、新闻发布会以及视频新闻稿在于协助媒体广泛扩散有关召回的信息。另外一些要素，比如广告和海报，则是

确保公众可以在整个召回过程中都能获得信息，即为了帮助那些没有听到最初宣布的消费者获得信息。

传播召回信息

委员会鼓励企业发挥创意，通过多种方式与购买召回产品的消费者接触，鼓励他们作出回应。下列各种通报方式或许是恰当的。这个清单仅供参考，并未涵盖所有发布方式。新的富有创意的通知方式和沟通方式不断出现，比如使用网络或社交媒体，委员会工作人员鼓励企业采用这些方式。

- 委员会和公司举行联合新闻发布会；
- 有针对性地发出新闻稿；
- 专用免费电话号码、电邮地址、传真号码，供消费者对召回作出回应；
- 召回公司在外部网站上张贴信息，并使消费者可以通过在线注册，获得召回补救；
- 视频新闻发布用于补充书面新闻稿；
- 电视或广播通知；
- 利用公司社交媒体帐户向消费者发出召回通知，例如脸书、Google+、YouTube、推特、Flickr、Pinterest、Tumblr、公司博客网络以及博客发出通知；
- 向已购买产品的消费者直接发出通知。这些消费者可以通过登记卡、信用卡购物、销售记录、产品目录订单以及其他方式确认；
- 购买可能使用该产品人群的邮政地址清单；
- 使用移动扫描，使消费者可以借助移动装置获得信息；
- 借助电视 / 广播发出付费公告；
- 在全国性报纸以及 / 或者杂志上付费刊登公告，使产品用户获得信息；
- 向地方或地区媒体付费刊登信息；
- 在购买地点张贴海报；
- 在产品用户可能光顾的地点张贴海报，比如商店、诊所、儿科医生办公室、儿童看护中心、修理行或者设备租赁地点；
- 向分销商、经销商、销售代表、零售商、维修人员、安装人员以及其他可能在产品销售过程中参与或经手产品的人发出通知；
- 在产品目录、简报或其他营销材料中加入通告；
- 向维修 / 零部件商店发出通知，并在维修公告中放入通知；
- 在适用情况下，向行业团体、水电公司、住宅 / 防火检查员发出通知；
- 在产品更换零部件 / 配件中附加通知；
- 向二手店或网路商店发出通知；以及
- 利用现金、礼物、优惠或折价券等方式鼓励消费者退回产品。

公司在发布或传播用于产品召回的新闻稿或基于社交媒体的新闻发布必须经过委员会传媒办公室的审议和批准，同时也应经过委员会合规和实地操作办公室的审议和批准。因此，公司向合规和实地操作办公室事先提供所有公告和其他向媒体、消费者和顾客发出的通知草稿至关重要。

委员会利用传统、社交和在线媒体，并用简明语言向公众传达各方同意的召回新闻稿中的信息。传统媒体包括报刊、广播和电视。社交媒体包括委员会博客、推特帐号、YouTube 频道、Flickr 网页以及 Storify。委员会还在 CPSC.gov、Recalls.gov、以及我们的移动装置产品召回应用程序和产品召回电子邮件名单上发布召回信息。在双向交流的媒体平台上，委员会只管理委员会自己发布的信息。

下面是有关发布召回信息的一些具体建议：

新闻发布

如果公司无法查找召回产品的所有买主并直接通知他们，委员会传统上会和公司联合发布新闻。合规办公室和传媒办公室的工作人员会和召回公司共同拟议新闻稿的措辞。经各方同意的新闻稿文本为准备其他通知文件奠定了基础。委员会不鼓励公司单方面发布消息，因为这将在媒体和公众当中造成困惑。当委员会就同一召回产品发布消息时就更加如此。

委员会传媒办公室将新闻稿发往已经在产品召回新闻收件人名单上登记的消费者和利益相关方，同时也发送至委员会联络名单上的全国通讯社、各大城市的日报社、电台和电视台网络以及期刊。委员会的新闻发布会引起媒体和社交媒体的广泛关注，并可以促成较高的消费者回复率。

每份新闻稿的标题中必须包含“召回”字样。新闻稿正文起始应写明：“经与美国消费品安全委员会合作....”

委员会工作人员建议，召回新闻稿中包括如下信息：

- 公司的法定和行业名称，以及总部所在的城市和州；
- 召回公司属于产品制造商（或进口商）、分销商、或零售商；
- 如果公司并非制造商，则写明谁是产品制造商和进口商，以及制造国家；
- 如产品在美国以外制造，请注明国外制造商或美国进口商，包括这些企业总部所在的城市和国家；
- 注明产品所有主要零售商的常用名称。“主要”在《联邦法规》第 16 卷 1115.27 条(i)款中作出定义，并由委员会工作人员全权裁定；
- 召回涉及的产品数量，包括制造、进口以及 / 或者分销的产品；

- 产品的描述，包括名称、指定使用人群（如婴儿、幼儿或成人）、颜色和大小、型号编码、日期编码、库存编号（SKU）、追踪标示以及这些信息在产品上的具体位置；
- 可以显示产品识别特征的高分辨率电子或数码彩色照片；
- 简明扼要地叙述导致召回的产品实际和潜在风险，包括产品违规和缺陷以及伤害和风险种类（如割伤、卡陷、烧伤等）；
- 每种规格和型号的产品的生产和零售起始和终止年份和月份；
- 零售价或价格范围的估值；
- 简要概述导致产品召回的事件背景，包括事件次数、财产损失、人员伤亡以及受害者年龄；以及
- 关于如何参与召回的详细说明。说明方式应鼓励消费者利用召回补救的机会。

注：涉及人员死亡的召回通告应以叙事文体起草。

委员会将把新闻稿公布在其网站上。网址是 www.cpsc.gov 和 www.recalls.gov。同时并要求企业提供召回产品的彩色照片，用于网站上的信息发布。

召回预警

如果公司可以通过直接通报的方式联系召回产品百分之 95 以上的购买者（例如通过登记卡、会员卡、商品目录销售、网路销售、信用卡销售或者延长保修期销售），委员会将采用召回预警式的新闻发布。新闻稿将发布在委员会网站上

（www.cpsc.gov 和 www.recalls.gov），使消费者可以证明并确认委员会参与了召回。同时，委员会还会向全国性的新闻发布服务提供召回预警的简要概述。

视频新闻发布

视频新闻发布（VNR）是书面新闻稿的视频版本。视频新闻发布以音像方式叙述产品召回。这种发布通过卫星发送至全国各地的电视台，因此是强化召回信息发布的有效途径。视频新闻发布增加了电视新闻媒体播出召回信息的机率，因为提供给电视台新闻制作人员的视频采用了易于播出的形式。

委员会工作人员和公司一道制作产品召回的视频新闻发布。视频新闻发布应该包含和书面新闻稿同样的信息，以及该产品的视频。视频发布还常常包括公司主管和委员会发言人的简短讲话。在撰写视频新闻发布的文字稿件时，请注意，如果该信息要传达给消费者，电视网和地方电视台必须将信息播出。这意味着，文字稿的撰写必须适于电视制作。视频新闻发布可以制作成包含原声引语的短片，但不应制作成全部由解说词覆盖的视频。有时候，委员会会制作自己的视频新闻发布，公布召回信息。合适的法律通知和审议将提供给召回公司。

委员会合规办公室准备了一份有关如何制作视频新闻发布的指南，供需要者索取。该指南也可以在网上下载。网址是：<http://www.cpsc.gov/Business--Manufacturing/Recall-Guidance/Industry-Guide/Video-News-Release-Guide>。

海报

海报是在产品购买地点以及消费者光顾的其他地方向他们持续提供召回信息的有效途径。有关海报的制作的指南如下：

- 海报力求言简意赅，引人注目。一般来说，海报上的文字应该少于新闻稿；
- 描述危害，并告诉消费者应该怎么做；
- 使用颜色，让海报更醒目；
- 字体、字号以及文字颜色应该和背景形成鲜明对照，使海报的文字信息更加醒目；
- 标题中应该包括“安全”和“召回”等字样；
- 使用高质量的产品图示或照片，并醒目地标注型号和日期编码等产品信息；
- 在海报底部使用较大字号注明公司名称、免费电话号码以及网站；
- 在海报上标注“海报张贴至年月日”（截至日期必须晚于召回宣布后至少 120 天）；
- 可以考虑在海报底部设置可撕下的便携字条，以便于消费者将信息带回家。

当公司制作了用于在购买地点宣布召回的海报，公司必须通知其零售商或其他机构，表明公司希望在宣布召回前张贴海报。公司必须解释召回的理由，并说明海报如何有助于公共安全。

公司还必须：

- 建议零售商和其他企业在其商店或其办公室将海报张贴于多处显著位置，以便消费者阅读。例如，海报可以张贴在召回产品以前陈列的地方、商店入口、儿科诊所的候诊室或者维修地点的服务台。
- 向零售商和其他机构提供足够数量的海报，供其在商店或其他地点多处摆放，同时提供可以索取更多海报的联系信息。

委员会建议，海报尺寸为 11x17 英寸，或无论如何不能小于 8.5x11 英寸。这两种规格最适合大批量邮寄。在维修地点和服务中心可以使用更大尺寸。此外，很多零售商，尤其是大型连锁超市，对于海报尺寸和信息有具体规定。为避免重新印刷引起的延误，制作海报的公司必须事先和零售商取得联系，确定其是否有此类要求。

社交媒体

公司应该利用可用的所有社交媒体和移动平台尽可能广泛地向顾客发出召回通知。其中包括公司博客、脸书、Google+、推特、YouTube、Pinterest、Tumblr 以及。委员会对于此类通知有如下指南：

- 通知应位于公司网站的初始浏览位置，比如网站首页；

- 应包括“召回”和“安全”字样；
- 基于所用社交媒体平台的特点，应尽可能多地包括召回新闻稿的信息；
- 应允许人们可以从网站直接要求获得补救；
- 脸书、推特、Flickr、Pinterest 或其他社交媒体通知应设置通往召回新闻稿信息网站的链接。

其他形式的通告

和新闻稿以及海报一样，信函、广告、告示牌、简报以及其他有关召回的联络必须就召回提供足够的信息，并鼓励读者或听众采取必要行动。公布信息使用的语言必须适于读者对象。

信函和其他信息交流必须言简意赅。

- 每份通知或首页信函顶端、电邮标题以及信封左下角必须包括“重要召回通告”或“安全召回”字样。
- 发给分销商和零售商的通知必须解释召回原因，包括违规以及/或者风险，并包括如何处置产品库存的说明，以及关于如何张贴海报或通告，如何向消费者提供信息，以及如何处理退回产品的指南。
- 发给消费者的所有信函和其他通知必须清楚解释召回原因，包括有关伤害和潜在伤害的信息，同时提供有关如何获得补偿的完整说明。

免费电话/电邮/网站

实施召回的公司必须向消费者提供免费电话号码（即区号为 800/888/877/866 的号码）、电邮或网站，使其可以对召回通知作出回应。一般而言，这个电话号码和电邮地址应专门用于产品召回。在过去，委员会工作人员发现，多数公司用于处理客服、订货、维修或零部件业务的联络系统不足以有效应对召回信息发出后试图与公司联系的顾客数量，尤其是召回宣布后的最初几个星期。

在设立处理召回业务的电话系统时，应该对顾客回应作出较高的预计，尤其是召回宣布后的最初几天或几星期。召回一旦宣布后，减少处理能力要比临时增加处理能力容易，而无法和公司取得联系的消费者可能会产生挫折感。

无论你使用自动答录系统或接线员回应电话，请准备好回答问题的文字稿和指南。接线员和答录机应首先说明公司和产品名称，并解释召回原因。多数通过广播、电视或经由其他人获得召回信息的消费者不会记得最初听到的所有信息。所以，在信息开始的部分应首先强调消费者有必要采取行动，尤其是信息较长的时候。

委员会合规和实地操作办公室必须在召回宣布前审议所有文字稿。所有自动答复系统必须告知消费者遇到特殊问题时如何与公司联系，例如在完成修理或装配零部件时发生的问题。

网站信息

公司应该在网站主页显著位置张贴召回公告。召回信息应该有明显标记或特定的安全信息标题将其与公司其他信息加以区分。公司还应该提供历史上的召回信息，因为并非所有产品都能在指定召回期间内退回。公司还应该允许召回产品的拥有者在网站上注册，以获得补偿的机会。

第六章—公司内设立召回计划的推荐步骤

产品受委员会监管的公司应该制定一套组织政策和行动方案，以便在生产过程中和产品召回及类似行动前识别违规产品。该政策和相关方案应注重于产品安全问题的及早发现以及实施快速反应。

指定一名召回协调员

指定一名公司官员或雇员担任“召回协调员”是公司满足产品安全要求和履行报告责任的关键步骤。在理想情况下，召回协调员在公司首席执行官的批准和支持下，拥有充分授权采取必要措施（包括向委员会提交报告）启动和实施所有产品召回。

召回协调员的职责

我们建议，召回协调员应该具备下列资质和职责：

- 熟悉委员会的法律权限和召回程序；
- 作为中心协调员，具备在公司内部接受和处理所有有关公司产品安全信息的能力和授权。这些信息包括质量控制记录、工程分析、检测结果、消费者投诉、保修退货和索赔、诉讼和保险索赔；
- 负责向公司首席执行官汇报委员会的报告要求，以及所有可能导致产品召回的安全问题或潜在问题；
- 负责就实施产品召回作出决定；
- 有权在召回过程中调动公司适当的部门和办公室参与；以及
- 担任公司与委员会之间的主要联络员。

识别受影响产品

首先，召回协调员应该全面检查公司产品线，确定每种产品是否符合监管规定。公司应制定一套产品识别系统。型号标识和生产日期应该出现在每件产品之上，无论是本公司产品还是为其他公司加工的贴牌代工产品。根据《消费品安全法》第 14 条(a)(5)款(《消费品安全改进法》第 102 条)，所有儿童产品必须附带追踪信息。如果需要召回产品，这种做法可以便于公司查找所有涉及产品，而不必为召回全部产品付出高昂代价。与之相似，当某种产品被召回并经过改正后，在新的改正过的产品上附加新的型号或其他识别信息可以让分销商、零售商以及消费者在有待召回的产品和新产品之间加以区分。在新的型号和日期编码纳入生产流程之前，一些公司使用标签贴纸的方式对已经检测并修改的产品和召回产品加以区分。

记录保存

任何产品召回的目标都是收回、修复或更换消费者已经购买的产品，以及处于销售链中违反相关法律、强制标准、法规或禁令的产品。在产品预期寿命内保存每种产品的设计、制造、生产、分销和营销的准确记录对于公司进行有效和节约成本的产品召回至关重要。一般而言，下列记录对于识别违规产品以及实施和检测召回非常重要：

1. **投诉、保修退货、保险索赔和诉讼文件。** 此类文件常常可以显示早期的安全问题，而且这些问题可能会在日后发生广泛的蔓延。
2. **生产记录。** 应保留所有批量生产的准确数据—每批产品的批号和产品编号、生产单位数量、使用零部件或替换部件以及其他相关信息将帮助公司尽快识别违规产品或零部件。
3. **分销记录。** 注明每种不同产品线的位置、产品批量、产品发货及销售数量、交货日期以及运输目的地的信息应该保留。
4. **质量控制记录。** 保留每批产品生产的质量控制检测和评估结果的文字记录有助于公司识别产品在设计 and 生产方面存在的缺陷，同时也有助于公司制定纠正行动方案并在有些情况下限定该方案的规模。
5. **产品登记卡。** 消费者填写后寄回制造商的产品登记卡可以帮助查找召回产品的拥有者。登记卡的填写和寄送越容易，就越有可能被寄回制造商。例如，一些公司提供预先印好地址并支付邮资的登记卡，而且卡上已经包括了产品型号、款号、特征等识别信息。（《联邦法规》第 16 卷 1130 部分规定，所有耐用婴幼儿产品必须附带预先支付邮资的登记卡）为填写登记卡提供某种奖励也有助于增加登记卡寄回的比例。这些奖励措施可以包括公司出售其他产品的折扣券、附送配件产品、或者参加定期举行的产品派送抽奖等等。登记卡上所含信息必须输入在召回情况下可以随时调取的数据库。这些信息只能用于产品召回。
6. **会员卡和优惠卡。** 很多商店提供会员卡和优惠卡。还有一些商店要求顾客必须成为会员才能购物。这些做法在产品召回时有助于查找买主。发生召回时，可以考虑从商店调取这些顾客记录。
7. **信用卡购物。** 越来越多的公司使用召回产品的信用卡购物记录来查找并通知产品买主。通过发卡银行的配合，或通过公司自有品牌的信用卡，很多消费者可以直接受到召回通知，因而避免了更为传统的普遍通报方式。
8. **网路购物记录。** 网路购物顾客的记录也可以帮助识别和通知召回产品的买家。很多买家可以直接收到通知，因而避免了更为传统的普遍通报方式。

结论

消费者希望企业对其产品提供质量保证。消费者对于某种产品的印象常会受到召回的沟通和沟通方式的影响。一家公司能否及时、合理地实施召回对于其在顾客心目

中的形象至关重要。过去，成功的产品召回常常使企业持续赢得消费者的支持，以及对该公司产品的需求。

如欲了解产品召回和通报的相关信息，请拨打 (301) 504-7586，传真(301) 504-0359，或发送电邮到 section15@cpsc.gov。您也可以登录委员会网站 <http://www.cpsc.gov> (点击 Business 标签)。

第七章—召回产品的销毁

产品回收与隔离

当公司接到有关产品违反法律、规则、法规、标准或禁令的通知书，该产品应停止销售和商业批发。委员会的通知书中会注明在零售层面或消费者层面停止销售。通知书中涉及的产品应该与其他产品分开，并在接到进一步（隔离）通知前停止分销。根据委员会对采取纠正措施的要求，公司可能需要将涉案产品从分销渠道中收回。收回计划应阐述公司计划如何采取下列措施：

- 把产品从商店中下架；
- 隔离产品；
- 促成退货；以及
- 修理、更换或处置产品。

公司的回收计划必须纳入纠正措施计划（CAP）之中，并上交给委员会工作人员。

监督销毁

所有产品销毁或其他行动必须依照州和地方法规，并在委员会或海关和边境保护局官员或工作人员的监督下进行。在销毁、处置或回收召回产品前，请通过电邮通知委员会工作人员。电邮地址是：recallproductdisposal@cpsc.gov。委员会可能会选择派人现场监督产品销毁，或要求出具产品销毁的证明信，包括销毁产品的照片。

使用第三方承包商销毁产品

召回公司必须采取妥善措施，确保召回产品在分销链中与其他产品分开和隔离。任何受雇销毁或处置召回产品的第三方都需要受到召回公司的监督，以确保第三方了解将召回产品与其他退回产品分开的重要性，并采取妥善措施确保召回产品以适当的方式处理。在任何召回产品被销毁、处置或回收之前，公司都必须通知委员会工作人员。电邮地址是：recallproductdisposal@cpsc.gov。委员会可能会选择派人现场监督产品销毁，或要求出具产品销毁的证明信，包括销毁产品的照片。

产品改装

如果委员会认为某种有害物质或产品可以通过重新贴标签或其他行动使之合规，有关入境的最终决定可以因此推迟。此类重新贴标签或其他行动必须依照法规在委员会或者海关和边境保护局的官员或工作人员的监督下进行。

重新销售召回产品的惩罚措施

《消费品安全法》第 19 条 (a) (2) (B) 款（《美国法典》15 U. S. C. § 2068 (a) (2) (B)）规定，任何人销售、提供销售、为销售而制造、分销或者向美国进口任何已经由制造商和委员会协商后采取自愿纠正措施，而委员会已经将该措施通报公众，或者卖方、分销商或制造商知道或应该知道该自愿纠正措施的消费品或其他产品或物质均属于非法。《消费品安全法》第 20 条（《美国法典》15 U. S. C. § 2069）规定，任何在知情情况下违反《消费品安全法》第 19 条（《美国法典》

15 U.S.C. § 2068) 的人将被处以每次违法不超过 10 万美元的民事处罚。任何相关的系列违法民事处罚额度不超过 1515 万美元。

第八章—改装违规进口产品授权的申请

若公司产品在入境口岸经抽检后被发现违法，公司可申请获得授权改装产品，使其可以销售。本章提供公司在申请中需要遵循的程序。本章还将说明公司在委员会监督产品改装过程中可能承担的费用。

获得改装授权的程序

当委员会使用通知书告知公司某批进口货物违规，而公司又无法出示反驳证据时，公司可以要求有机会对产品进行改装，使其合规。改装前，公司必须申请获得委员会授权，并在海关和边境保护局有条件放行货物时获得这项授权。

《联邦法规》第 16 卷 1500.269 部分包含的委员会规定涵盖了受到《联邦有害物质法》监管的进口货物。这部分规定指出，关于获得授权对违规货物进行重新贴标签，或采取其他措施使其符合《联邦有害物质法》的申请必须由货主或产品收货人填写。该程序适用于委员会执行法规涵盖的所有进口产品。

授权改装由海关和边境保护局扣押，或交保放行的违规货物的申请必须以书面方式呈交给委员会合规和实地操作办公室主任，或按照通知书规定的方式呈递。

申请必须：

1. 包括如何使货物符合委员会规定的详细计划。
2. 说明改装产品使之合规的时间和地点，以及预期完成时间。申请可以使用委员会 332 号表格。委员会的违规通知书一般会附带该表格。表格也可以向通知书中指定的合规官员或委员会调查员索取。

如果委员会批准改装申请，工作人员将通过书面形式（或通过委员会 332 号表格，如果申请使用了该表格）通知授权已经被批准。委员会的通知将具体说明：

1. 应遵循的步骤；
2. 谁将监督改装（通常是委员会或海关和边境保护局人员）；
3. 完成改装的时限；以及
4. 对违规产品保持适当监管和控制的其他必要条件。

如果公司的产品改装过程需要延期，公司必须以书面方式向合规和实地操作办公室主任提出延期申请。该申请必须说明延期的合理依据。主任可视情况批准改装的延期。

当公司递交申请并获批准后，如果公司需要修改申请，则可以向合规和实地操作办公室主任递交修改后的申请。公司必须说明修改申请的理由。主任可以视情况批准对申请的修改。如果改装申请内说明的货物所有权在改装前出现变更，最初的货主将对此负责，除非新货主支付保金并获得新的授权。

涉及违规进口产品改装的费用征收

委员会工作人员对入境口岸扣押货物的重新贴标签或其他合规行动的监督费用应该由货主或收货人承担。《联邦法规》第 16 卷 1500.272 部分的委员会法规对于因违反《联邦有害物质法》而被扣压的产品改装的费用作出规定。委员会还有权针对违背其他法规（《消费品安全法》17 条(f)款、《易燃织物法》6 条(d)款以及《食品、药品和化妆品法》第 304 条(d)(1)款有关违反《防毒包装法》的规定）产品的改装监督收取费用。《联邦法规》第 16 卷 1500.272 部分的指南可以用来判定对违反委员会所有法规产品的纠正进行监督的费用。这类费用必须支付给委员会。此类监督费用可以包括，但不限于，下列种类：

1. 监督官员的旅行费用；
2. 按照法律规定，监督官员在外地每天的生活补贴；
3. 监督官员的服务报酬，按照联邦政府雇员 GS-11 级 1 档计算；
4. 分析员的服务报酬，按照联邦政府雇员 GS-12 级 1 档计算（包括使用化学实验室和相关设备的费用）；以及
5. 监督官员和分析员的最低付费应不高于 1 小时收费。超过第一小时后则以小时为单位计算，不足半小时的收费可以忽略不计。

第九章—关于报告的规定

本章提供的信息将有助于公司了解在《消费品安全法》规定下的报告义务。经销产品受到《联邦有害物质法》、《易燃织物法》、《防毒包装法》、《电冰箱安全法》、《维吉尼亚戈莱姆贝克游泳池和水疗中心安全法》以及《防止儿童汽油烧伤法》条款监管的公司必须遵守这些法规关于报告的规定。下列信息将帮助企业及早识别可能造成危害的消费品，同时也会帮助公司了解何时必须依法履行向委员会通报信息的义务。

本手册包含的信息不能取代委员会执行的各项法规，以及委员会在《联邦法规》第 16 卷 1115 和 1116 部分阐明的解释性法规。

法律规定

《消费品安全法》第 15 条的报告规定

《消费品安全法》第 15 条 (b) 款为消费品制造商、进口商、分销商和零售商的责任进行了定义。法律要求各方在收到可以得出下列结论的信息时立即向委员会报告：

1. 产品未能遵守消费品安全法规，或是委员会根据《消费品安全法》第 9 条所参照的自愿消费品安全标准；
2. 产品未能符合《消费品安全法》中的任何其他规则、法规、标准或禁令，或者委员会执行的任何其他法规；
3. 产品含有可能造成《消费品安全法》第 15 条 (a) (2) 款阐述的严重产品风险；或者
4. 导致超出合理范围的严重伤亡风险。

委员会的解释性法规(《联邦法规》16 C.F.R. part 1115)说明了公司和委员会各自承担的义务。该法规可以在网上查阅。网址是：

<http://www.cpsc.gov/BUSINFO/frnotices/fr06/E611758.pdf>。

公司可以在网上递交有关第 15 条款的报告。网址是：

<https://www.saferproducts.gov/CPSRMSpublic/Section15>。

涉及法律诉讼产品的报告

除了《联邦法规》第 15 卷 2064(b) 部分、《消费品安全法》第 37 条款（《美国法典》15 U.S.C. § 2084）要求消费品的制造商（含进口商）在下列情况下向委员会报告：

1. 某种特定型号的消费品涉及至少三起在联邦或州级法院提起的民事诉讼；
2. 每次诉讼均指称该型号产品涉及死亡或严重肢体伤害事件（按 37 条(e) (1) 款定义）；
3. 至少有三起诉讼在 37 条(b) 款指定的任何一个两年期限之间以涉及制造商的最终和解或有利于原告的判决而结束。

最初的两年期限开始于 1991 年 1 月 1 日，截止于 1992 年 12 月 31 日。随后的两年期限开始于下列年份的 1 月 1 日：1993、1995、1997、1999、2001、2003 并以此类推。制造商必须在第三起民事诉讼的和解或判决后 30 天内提交报告，并在两年期间的任何后续和解或判决后，或者在采取任何其他适用 37 条款报告要求的行动后的 30 天内提交报告。

报告窒息事件

《儿童安全保护法》(CSPA) 第 102 条款（公法 PL 103-267）要求制造商、分销商、零售商和进口商向委员会报告某些窒息事件。相关产品主要包括弹球、直径小于 1.75 英寸的小球、乳胶汽球、或者任何包含这些弹球、小球或气球的玩具或其他小部件。公司必须报告可以合理支持下列结论的信息：

1. 儿童（无论年龄）因这类弹球、小球、气球或小部件窒息；以及
2. 儿童由于上述事故死亡、受到严重伤害、在任何长度的时间内停止呼吸，或者接受专业医护人员的治疗。

委员会在《联邦法规》第 16 卷 1117 部分的解释性法规就此类报告要求提供了更多信息。

要求报告的原因

国会颁布报告法规的目的是为了鼓励更为广泛地报告潜在的产品危害。国会不仅要求委员会发现重大产品危害，同时也要求委员会识别可以通过自身努力，如信息和教育项目、安全标识、以及采用产品安全标准等措施预先防范的伤害风险。

尽管除了公司报告外，委员会还依靠其他信息来源识别重大产品风险，但是公司依照有关条款进行汇报非常重要，因为公司常常比委员会更早发现产品安全问题。因

此，任何参与消费品制造、进口、分销、零售的公司都应该制定一套审查和保存有关其产品的消费者投诉、查询、产品责任诉讼和评论的系统。

如果公司依据《消费品安全法》第 15 条款提交报告，这并不一定意味着存在重大产品风险。第 15 条款要求公司在下列情况下提交报告：（1）产品未能符合适用消费品安全法规，或者委员会根据第 9 条款要求所参考的自愿消费品安全标准；（2）产品未能符合《消费品安全法》中的任何其他规则、法规、标准或禁令，或者委员会执行的其他法规；（3）产品含有可能引发重大伤害的缺陷；或者（4）产品导致超出合理范围的严重伤亡风险。

因此，并非当产品造成实际的重大伤害时才需要报告。

何时依据《消费品安全法》第 15 条进行报告

委员会认为，当公司获得信息显示公司有理由提交报告时，就应该向委员会发出通知。这是关键的第一步。指定管理层人员专门负责报告事宜符合公司的最佳利益。公司在获得信息，合理地显示产品存在下列问题，就应该立即（24 小时以内）提交报告：

- 产品未能符合适用的消费品安全法规，或者委员会根据第 9 条款要求所参考的自愿消费品安全标准；
- 产品未能符合《消费品安全法》中的任何其他规则、法规、标准或禁令，或者委员会执行的其他法案；
- 产品含有可能引发公众重大伤害的缺陷；或者
- 产品导致超出合理范围的严重伤亡风险。

有关详情，请参阅《美国法典》第 15 卷 2064 条（b）款以及《联邦法规》第 16 卷第 1115 部分。

如果公司选择展开调查，以评估需要报告的信息是否存在，24 小时的报告期限则从公司获得信息表明产品存在下列问题开始算起：

- 产品未能符合适用的消费品安全法规，或者委员会根据第 9 条款要求所参考的自愿消费品安全标准；
- 产品未能符合《消费品安全法》中的任何其他规则、法规、标准或禁令，或者委员会执行的其他法案；
- 产品含有可能引发公众重大伤害的缺陷；或者
- 产品导致超出合理范围的严重伤亡风险。

因此，公司在较为快速的调查期间如发现应该报告的信息，即可向委员会提交报告，而不必等到调查和评估结束。公司可以越过调查立即提交报告。¹³

¹³ 1978 年 8 月 7 日《联邦公报》第 43 卷 34998 号，经 1992 年 8 月 4 日《联邦公报》第 57 卷 34230 号修订。

报告程序

委员会认为，如果公司雇员或官员收到产品安全信息，而该工作人员在合理范围内有能力了解信息的重要性，则该公司即被视为掌握产品安全信息。一般而言，5天是此类信息可以送达首席执行官或负责安全通报官员的最长合理期限。周末和节假日不计算在内。（《联邦法规》16 C.F.R. § § 1115.11(a) and 1115.14(b)）

委员会将评估公司是否应该报告以及应该何时报告。评估将部分基于一个具备推理能力的个人，在当时条件下，可以了解多少产品可能产生的危害。因此，公司如果进行了尽职调查就有可能证实投诉或其他信息的准确性，委员会将认为公司是知情的。（《联邦法规》16 C.F.R. § 1115.11(b)）

未能报告的惩罚措施

根据《消费品安全法》第19条(a)(3)、(4)和(11)款（《美国法典》15 U.S.C. § § 2068(a)(3)、(4)和(11)），未能依据上述规定报告产品危害属于法律禁止行为。因此，任何未能按照《消费品安全法》第15条(b)款或37条款以及《儿童安全保护法》第102条款规定提交报告的人均被视为违法。

根据《消费品安全法》第20条款（《美国法典》15 U.S.C. § 2069），任何在知情情况下实施法律禁止行为的人均应被处以民事处罚，包括对一系列相关的违法行为处以最高1515万美元的罚款。根据《消费品安全法》第21条（《美国法典》15 U.S.C. § 2070），对此类被禁行为应处以刑事处罚，包括对在知情情况下蓄意违反第19条款处以最高可达50万美元的罚款，或不超过5年的监禁，或二者并罚。本手册第二章就处罚措施提供了更多信息。

如果公司对于报告义务存在任何疑问，可以通过电邮与委员会合规和实地操作办公室取得联系。电邮地址是 Sect15@cpsc.gov。

第十章—出口规定

本章信息涉及在出口违反委员会执行的强制规则、法规、标准或禁令以及国内为出口而生产，但不符合美国法律的产品时需要向委员会报告的有关规定。

出口禁令的政策声明

当委员会通知公司，其制造、分销、或进口的产品未能符合委员会适用法律、规则、法规、标准或禁令，公司的选择之一是依据产品种类决定产品是否可以运出美国。委员会针对违规产品的出口制定了具体规定，禁止或限制此类出口。《防毒包装法》监管的违规食品、药品和化妆品不在委员会的出口报告要求范围内。出口限制的具体情况如下：

《消费品安全法》(CPSA) 监管的产品

《联邦法规》第 16 卷 1019.33 条(a) 款规定，依据委员会对《消费品安全法》的解释，如果产品违背《消费品安全法》适用消费品安全标准或禁令，并且**这些产品在任何时候曾经为在美国国内使用而进行商业销售**，则该产品应被禁止出口。

因此，只有在消费品安全委员会决定不阻止该产品出口时，方能出口此类产品。

《联邦有害物质法》(FHSA) 监管的产品

《联邦法规》第 16 卷 1019.33 条(b) 款规定，依据委员会对《联邦有害物质法》的解释，如果错误标示的有害物质或被禁有害物质**任何时候在美国国内已出售或供出售**，则该产品应被禁止出口。

因此，只有在消费品安全委员会决定不阻止此类错误标识的有害物质或被禁有害物质出口时，方能出口此类产品。

《易燃织物法》(FFA) 监管的产品

根据《易燃织物法》第 15 条(c) 款的规定，委员会要求任何人在出口未能符合该法适用的易燃安全标准的产品之前必须报告委员会。

因此，只有在委员会收到必要的通报时，方能出口此类产品。

禁止出口

根据《消费品安全法》第 18 条(c) 款、《联邦有害物质法》第 5 条(b) (3) 款以及《易燃织物法》第 15 条(d) 款，委员会可以禁止受到这些法规监管产品的出口。

根据《消费品安全法》第 17 条(e)款，被禁止入境的产品应被销毁，除非货主、收货人或进口商请求美国财政部长允许产品被运出美国，而不是销毁。如果该产品在获得批准后 90 天内未能出境，则应被销毁。¹⁴

委员会在禁止出口此类产品前，应针对该产品是否在美国境内构成超出合理范围的风险作出事实判定。《消费品安全法》第 19 条(a) (15) 款禁止将美国财政部长已经批准，但存在下列情况的任何委员会监管消费品或物质（不只是某种消费品或物质）运出美国以供销售：

1. 受到依据《消费品安全法》第 12 或 15 条款发出的命令监管，或被《联邦有害物质法》第 2 条(q) (1) 款定义为被禁有害物质；或者
2. 处于制造商和委员会协商后采取的自动纠正行动范围。而委员会已经就此行动通报公众；或者
3. 违反委员会根据《消费品安全法》18 条(c) 款发布的禁止从美国出口命令。

根据《易燃织物法》第 15 条(d) 款，委员会具备分别的权限发布命令禁止将委员会认定违反《易燃织物法》适用标准或法规的织物或相关材料出口用于销售，除非进口国通知委员会该国接受此类织物或相关材料的进口。此外，《易燃织物法》第 15 条(e) 款允许财政部长根据《消费品安全法》第 17 条(e) 款批准出口。

出口报告的规定

《联邦法规》第 16 卷第 1019 部分涵盖的委员会法规要求，在将违反《消费品安全法》、《联邦有害物质法》以及《易燃织物法》的产品运出美国前，公司必须在出口日期前至少提前 30 天报告委员会，并随附进口国家的批文。《易燃织物法》第 15 条(e) 款允许财政部长根据第 17 条(e) 款批准出口。

公司必须将下列信息提交委员会：

1. 美国出口商的名称、地址和电话；
2. 每位收货人的名称和地址；
3. 出口到每位收货人的货物数量和描述，包括品牌商标名称、型号、或其他识别号码；
4. 说明适用于出口货物的标准、禁令、法规和法律条款，并准确描述货物违规情况；以及
5. 预期的发货时间和目的地口岸。

¹⁴ 如果委员会工作人员选择建议海关和边境保护局扣押产品，而不是由委员会拒绝产品入境，公司申请将产品运出美国的程序将遵循海关和边境保护局执行的法律法规。

出口意向通知应发往：

Assistant Executive Director for Compliance and Field Operations
U. S. Consumer Product Safety Commission
4330 East West Highway
Bethesda, MD. 20814-4408
传真号码 301-504-0359

各种法律的具体规定如下：

违反《消费品安全法》(CPSA)—《消费品安全法》第 18 条(b)款（《美国法典》15 U. S. C. § 2067(b)）要求提交出口通知。该法 19 条(a)(10)款（《美国法典》15 U. S. C. § 2068(a)(10)）将未能提交通知列为非法，并会根据《消费品安全法》第 20 和 21 条（《美国法典》15 U. S. C. §§ 2069 和 2070）进行惩处。

违反《联邦有害物质法》(FHSA)—《联邦有害物质法》第 14 条(d)款（《美国法典》15 U. S. C. § 1273）要求提交出口通知。该法 4 条(i)款（《美国法典》15 U. S. C. § 2063(i)）将未能提交通知列为非法，并会根据《联邦有害物质法》第 5 条（《美国法典》15 U. S. C. § 1264）进行惩处。

违反《易燃织物法》(FFA)—《易燃织物法》15 条(c)款（《美国法典》15 U. S. C. § 1202(c)）要求提交出口通知。未能提交通知将依据该法第 3 条和 8 条(b)款（《美国法典》15 U. S. C. § 1196）规定受到刑事处罚，包括对于知情及蓄意违规处以不超过 5 年的监禁或根据第 18 卷 3571 条款作出罚款处罚，或二者并罚。

第十一章—信息保密

本章信息涉及信息的保密处理。涉及信息包括对委员会通知书的回复，依据《消费品安全法》第 15 条或 37 条，或是《儿童安全保护法》第 102 条提交的报告，以及将违规产品运出美国的申请。

涉及《消费品安全法》(CPSA) 第 6 条款的信息保密

《消费品安全法》第 6 条(a)款（《美国法典》15 U.S.C. § 2055(a)）为商业秘密和机密信息提供保护。《消费品安全法》第 6 条(a)(3)款（《美国法典》15 U.S.C. § 2055(a)(3)）规定，制造商可以把信息标注为机密。如果你认为你向委员会提交的任何信息属于商业秘密、特权信息或机密信息，你必须在提交报告时要求该信息免于公开，或者说明将在报告提交 10 个工作日内提出此类请求。未能在上述时限内提出请求将被视为承认你不希望获得信息免于公开的待遇。根据《联邦法规》第 16 卷 1015.18 条(c)款的委员会相关规定，公司的豁免请求必须包括下列信息：

1. 具体指明被视为机密的文件确切部分；
2. 说明被指为机密的信息是否曾以任何方式提供给公司雇员之外的人员，或者和公司没有机密关系的个人；
3. 说明被指为机密的信息是否在行业内被广泛了解，或者是否可以被业界以外的人士利用最少的时间和精力即可证实；
4. 说明公布被指为机密的信息将可能如何导致公司的竞争地位受损；以及
5. 说明提交申请者是否有权代表有关个人或机构提交保密申请。

如果委员会认为，被列为机密的信息并非机密，因此可以公布，委员会将发出书面通知，表明有意公布该信息（《美国法典》15 U.S.C. § 2055(a)(5)）。该通知必须在公开前提前至少 10 个工作日发出。任何接到通知的个人可以在合适的地区法庭提出申诉，要求法庭阻止信息公开。（《美国法典》15 U.S.C. § 2055(a)(6)）

《信息公开法》（《联邦法规》16 C.F.R. § 1015）包含的委员会法规涵盖了声称涉及商业秘密、机密商业或金融信息的违规产品在申请运出美国时的信息保密处理。

此外，《消费品安全法》第 6 条(b)款（《美国法典》15 U.S.C. § 2055(b)）对委员会公布任何表明制造商和私营贴牌商身份的信息设定了限制，并进一步限制委员会根据《消费品安全法》第 15 条(b)款（《美国法典》15 U.S.C. § 2055(b)(5)）所获信息的公布。

涉及《消费品安全法》(CPSA)第 15 条(b)款的报告保密

委员会经常收到依据《消费品安全法》第 15 条(b)款（《美国法典》15 U.S.C. § 2064(b)）提交的信息索要申请。《消费品安全法》第 6 条(b)(5)款（《美国法典》15 U.S.C. § 2055(b)(5)）禁止提供此类信息，除非有下列例外情况：

1. 获得书面批准的纠正措施，
2. 委员会依据第 15 条(c)或(d)款提出投诉，指称产品构成严重风险，
3. 根据第 15 条(b)款提交信息的人同意公布信息，
4. 尽管法规要求信息在公开至少 15 天前发出通知，但委员会发布调查结果显示，由于公众健康和安全原因，信息必须提前公开。

根据《儿童安全保护法》第 102 条款提交的报告和依据《消费品安全法》第 15 条款提交的信息一样，也可以受到保密处理。

《消费品安全法》(CPSA)第 37 条规定的报告保密

《消费品安全法》第 6 条(e)款（《美国法典》15 U.S.C. § 2055(e)）对制造商依据该法第 37 条款（《美国法典》15 U.S.C. § 2084）提交的某些信息进行保护，不予公布。有关第 37 条款的报告规定，请参阅本手册第 9 章。

《消费品安全法》第 6 条(e)(1)款规定，依据 37 条(c)(1)款和(c)(2)(A)款（《美国法典》15 U.S.C. §§ 2084 (c)(1)）和(c)(2)(A)款提交的信息可以不必公开。该法第 6 条(e)(2)款（《美国法典》15 U.S.C. § 2055(e)(2)）规定，任何依据 37 条(c)(1)款和(c)(2)(A)款提交的报告都可以免于法律程序，并可以免于州、联邦任何民事诉讼或行政程序的传票或信息搜集。例外情况是涉及《消费品安全法》第 20 条、21 条或 22 条（《美国法典》15 U.S.C. § 2069, 2070, 2071）法律诉讼的制造商未能按照第 37 条款要求提供信息。

委员会的信息使用

作为公司采取的召回或任何纠正行动的一部分，涉及纠正行动方案的相关信息可以出现在委员会网站的召回栏目或其他公开发表的材料。这些信息可以包括启动纠正行动的日期，涉及公司名称，涉及产品名称，产品销售的地域范围，委员会工作人员查明的产品风险，产品标识以及采取的纠正措施种类。

和联邦、州、地方及外国政府机构分享信息

尽管《消费品安全法》第 6 条(a)(3)和(b)款已经就公开信息作出规定，但委员会仍可以在事先获得联邦、州、地方或外国政府机构官员的保证后，依据上述机构和委员会先前签署的协议、备忘录或其他书面保证，向其提供信息。上述机构保证委员会提供的此类材料将作为机密保存，并且只用于执法和消费者保护目的，并受到某些限制。有关详情，请参阅《消费品安全法》第 29 条款（《美国法典》15 U.S.C. § 2078）。