

悬赏广告“合同说”之再构成

——以《民法典》总分则的协调适用为中心

姚 明 斌*

摘 要:以法律行为制度为焦点,《中华人民共和国民法典》中悬赏广告的规范适用既涉及合同编的局部衔接,也涉及总分则的协调与整合。悬赏广告意思表示在相对人、标的、发出、失效等方面有其特殊性。“合同说”之下,只要相应的承诺构造不固守“意思实现说”的逻辑,仍可实现对完成行为时不知悬赏者的保护;相比“单方行为说”,还能更妥当地处理非完全行为能力人的利益保护问题。从总分则体系协调的角度观之,《中华人民共和国民法典》采“合同说”是妥当的,其原理构成则宜采“意思行为说”,区分“完成特定行为”和“承诺意思表示”两个环节,悬赏广告意思表示属于附生效条件的要约。

关键词:悬赏广告 法律行为 意思表示 要约承诺 单方行为

2012年,张某为推广自己新出版的专著,在个人微博发布悬赏:“郑重承诺凡挑出拙作……1个错者即奖赏1001元”,并于最后特别声明不会如阎崇年般“耍无赖不认账”。该特别声明,显然意指2010年广受关注的“白平与阎崇年悬赏广告纠纷案”^①(以下简称“阎崇年案”)。在张某发布微博后,“阎崇年案”的原告白平声称挑出张著172处错误,主张奖金未果而起诉,并再度引发关注。^②

上述个案,涉及如何确定悬赏广告的存在,如何认定其特定行为的范围,如何判断报酬请求权的产生等问题。而且,随着《中华人民共和国民法典》(以下简称《民法典》)第499条修订、吸收2009年《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国合同法〉若干问题的解释(二)》[以下简称《合同法解释(二)》]第3条之规定,结合民法典总分则的体例结构,还进一步涉及悬赏广告及其所涉

* 华东政法大学法律学院副教授

基金项目:国家社会科学基金项目(17BFX192)

① 参见北京市朝阳区人民法院(2010)朝民初字第20321号民事判决书;北京市第二中级人民法院(2011)二中民终字第12199号民事判决书。

② 参见张蕾:《悬赏“一错千金”作家被诉兑奖》,《北京晚报》2017年8月11日;丁珈:《作家新书“一错千金”悬赏广告引纠纷》,《人民法院报》2017年8月11日;颜斐:《“一错千金”悬赏应否兑现?》,《北京晨报》2017年8月14日。

法律行为的规范适用应如何展开的问题,尤其是关于悬赏广告定性的“单方行为说”和“合同说”之争议。

此一争议联动学理与裁判,于我国合同法制运行的不同阶段持续有年,^①及至《民法典》编纂及施行,尽管最高人民法院所代表的实践立场仍然一以贯之地认可“合同说”,^②但分歧仍未消弭。^③从相关规则的任意规范属性着眼,悬赏广告是单方行为抑或合同之要约,一方面应取决于当事人意旨,立法无非是预设一个符合悬赏广告利益衡量和功能特点的典型形态,供解释不明时备用。^④即使如裁判实践之主流意见所示,《民法典》系以“合同说”为典型形态,其正当性如何,以及如何与“要约—承诺”的基本缔约模式相衔接,也需要有所澄清。另一方面,在《民法典》“总则—分则”的结构下,以法律行为制度为焦点,悬赏广告的规范适用不仅涉及合同编,还涉及总则编关于公告意思表示之生效、意思表示解释、法律行为成立与生效的若干新规则的适用,亦有必要作体系性的梳理与协调。

有鉴于此,本文着意从《民法典》体系协调适用的角度,重新检视悬赏广告的规范性质问题。由于法律行为乃《民法典》总分则体系的技术关键,笔者会将“单方行为说”与“合同说”的相关见解置入法律行为规范的基本框架,因循法律行为“成立—生效”的规范路径,体系性地观察两种立场之差异对规范适用的影响。结构上,由于“单方行为说”和“合同说”均承认悬赏广告本身属于意思表示,区别仅在于悬赏广告之外,法律行为的成立是否另需承诺,故分析悬赏广告所涉法律行为的成立,可先考察悬赏广告作为意思表示所涉及的规范适用问题,再结合“合同说”分析承诺之构成。在完成悬赏广告所涉法律行为之生效要件的考察后,本文将以前面的整理为基础,提出悬赏广告在我国法上的定性立场,最后以简要解析前述个案作结。

一、悬赏广告意思表示的规范构成

(一)悬赏广告意思表示的成立

意思表示是否成立、内容为何,系意思表示解释的任务。无论采“单方行为说”抑或“合同说”,悬赏广告意思表示均属有相对人的意思表示,只是相对人不特定,须依《民法典》第142条第1款,通过意思表示解释,确定可得推知的表意人追求的具体法律效果(表示价值),以及其是否有受法律拘束之意思(法律拘束意思)。《民法典》第472条规定要约必须具备“内容具体确定”及“表明经受要约人承诺,要约人即受该意思表示约束”两项要件,即属对意思表示之表示价值和法律拘束意思的具体规定,故该条亦可准用于“单方行为说”下的悬赏广告意思表示。唯根据《民法典》第142条第1款作意思表示解释时,须先行界定悬赏广告意思表示解释的相对人基准。

① 参见张家骥:《我国民法中悬赏广告的法律性质研究》,《湖南科技大学学报》(社会科学版)2019年第3期。

② 参见最高人民法院民法典贯彻实施工作领导小组主编:《中华人民共和国民法典合同编理解与适用(一)》,人民法院出版社2020年版,第264页。2020年经《最高人民法院关于修改〈民事案件案由规定〉的决定》第二次修正的《民事案件案由规定》中,“悬赏广告纠纷”仍维持为“合同纠纷”的一个下级案由。

③ 参见薛军:《合同涉他效力的逻辑基础和模式选择》,《法商研究》2019年第3期;王利明主编:《中国民法典释评·合同编·通则》,中国人民大学出版社2020年版,第161页;黄薇主编:《中华人民共和国民法典合同编释义》,法律出版社2020年版,第89~90页。

④ 参见苏永钦:《走入新世纪的私法自治》,中国政法大学出版社2002年版,第31页。

依《民法典》第 142 条第 1 款,解释有相对人的意思表示,应重视所使用的词句,结合相关条款、行为的性质和目的、习惯以及诚信原则,确定意思表示的客观含义,从而有别于第 2 款就无相对人之意思表示较为强调表意人真实意思之立场。此一区分是基于意思表示之信赖保护必要性的差异,即有相对人之意思表示,时常涉及相对人合理信赖之保护,故应以相对人的通常理解为意思表示解释的基准。根据该规范目的,考量悬赏广告意思表示的解释,应认为无论是采“合同说”将悬赏广告意思表示认定为相对人不特定的要约,还是采“单方行为说”以之为相对人不特定的意思表示,不特定相对人均属信赖保护方面的利益相关者,故意思表示解释的相对人基准应当是不特定相对人的通常理解,而非具体的完成特定行为者的通常理解。只有当具体的完成特定行为者理解悬赏人主观真意的可能性高于通常水准,才应例外地以悬赏人真意为准。

就《民法典》第 472 条第 1 项之“内容具体确定”,主要关注当事人与标的问题。当事人方面,悬赏广告意思表示的表意为“悬赏人”。相对人的不特定性是悬赏广告意思表示的核心特征,指的是相对人无法个别地确定,^①但在此基础上,悬赏广告可进一步对相对人的范围作出限制。2017 年出台的《最高人民法院关于民事执行中财产调查若干问题的规定》第 24 条第 3 款规定“有关人员为申请执行人的代理人、有义务向人民法院提供财产线索的人员或者存在其他不应发放悬赏金情形的,不予发放”,其原理即在于推定财产线索悬赏之相对人不包括所列人员。标的方面,《民法典》第 499 条规定“完成特定行为”,表明报酬请求权的产生必须是基于行为人意志深度介入、经由一定努力完成的行为。^②而且,完成特定行为与报酬请求权的产生之间应存在触发关系,但完成特定行为本身并非义务。^③

“单方行为说”下,悬赏广告意思表示之法律拘束意思为:不特定相对人通常可推知悬赏人愿向完成特定行为者承担“法律上”的报酬给付义务;“合同说”之下此法律拘束意思则为:不特定相对人通常可推知悬赏人愿向“完成特定行为之承诺者”承担“法律上”的报酬给付义务。在意思表示的一般意义上,两者并无区别。较具争议的是基于非诚意表示的悬赏。非诚意表示的特点在于表意人主观上并无效果意思,且行为时内心对他人将其表示误以为真持反对态度。但诸此特点,均仅存在于表意人内心,若其客观上作出了不特定相对人看来通常具备法律拘束意思的表达,仍可成立意思表示,^④而主观层面效果意思的缺位,则可留待所涉法律行为的生效环节考虑。

(二)悬赏广告意思表示的发出与生效

意思表示的生效以发出为前提,发出时点决定了意思表示瑕疵的认定时点,^⑤此于非诚意表示场合尤有意义。悬赏广告作为公告意思表示,由悬赏人自己发布时,发布即构成发出,如果适用《民法典》第 139 条也就同时生效。此一生效规则,缘于悬赏广告意思表示无特定相对人,与采

^① Vgl. MüKoBGB/Seiler, 2012, § 657 Rn. 12.

^② 故悬赏广告之“特定行为”应有别于无须努力即可完成的行为,或与意志无关的纯粹客观事实。Vgl. MüKoBGB/Seiler, 2012, § 661 Rn. 5.

^③ 若表意人明确表示欲取得报酬者有义务完成特定行为,纵该表示系向不特定人发布,亦只能理解为订立双务合同的要约邀请(例外情形下也有可能是“来者不拒”的要约),而非悬赏广告。

^④ 参见冉克平:《真意保留与戏谑行为的反思与构建》,《比较法研究》2016 年第 6 期。

^⑤ 参见王泽鉴:《民法总则》,北京大学出版社 2009 年版,第 323 页。

“单方行为说”抑或“合同说”无涉。^①

若系经他人发布,则意思表示之发出,在交代发布人表示内容并指示其为公告发布时,即已完成。但例外情况下,亦可能以他人发布时为意思表示发出时。在“阎崇年案”中,所谓“一错千金”系阎崇年与记者会餐时所言,尔后记者未经其明确授权而编写新闻刊发此言,就此难谓该表示已经发出。但报道刊发后阎崇年相当长时间内未予异议,该“默认”的事实可补足发出要件,唯发出时点并非其向记者表达相关内容时,而是该报道实际刊发时。阎崇年意思表示是否存在瑕疵,应以此时为准。从事后阎崇年拒绝支付报酬来看,在该报道刊发时,其内心应该仍然是欠缺效果意思的。但即便如此,也不见得会导致悬赏广告意思表示不成立。由于该报道并未载明会餐言谈这一背景环境,^②不特定相对人通常仍可从中解读出阎崇年的法律拘束意思,加之表示价值具体明确,故悬赏广告意思表示已经成立。

(三)悬赏广告意思表示的过期与撤回

悬赏人可对悬赏广告附有期限,其性质在“单方行为说”和“合同说”之下有所不同。若采“单方行为说”,悬赏广告作为所涉法律行为中唯一的意思表示,足以成立法律行为,但另以完成特定行为为生效条件;倘悬赏广告附有期限,则法律行为生效在所附期限内完成特定行为。故“单方行为说”下,悬赏广告意思表示所附之期限构成所涉单方法律行为所附生效条件的部分内容,并无独立意义。若采“合同说”,依通常见解,于悬赏广告之要约外,另须以完成特定行为作为无须通知的承诺(“意思实现说”,《民法典》第480条但书、第484条第2款),^③故所附期限可视为要约的承诺期限。此期限经过,悬赏广告依《民法典》第478条第3项失效。^④

悬赏广告亦可因被“撤回”而失效,^⑤“撤回”的正当性依“单方行为说”与“合同说”之差异亦有重要的不同。在“单方行为说”下,悬赏广告之“撤回”属于例外的技术配置。理由在于,私法自治要求当事人之法律关系应源于自己的参与意思,一方基于自己意思即可创设与他人的法律关系应属例外;^⑥若法律承认单方行为得创设法律关系,为维护相对人之信赖,原则上不应赋予表意人单方面废弃法律行为的权利。^⑦ 悬赏人的“撤回权”,于此只是结合悬赏广告意思表示相对人不特定所作的特别安排。比较法上悬赏广告的“撤回”之所以以特定行为完成前为限,^⑧正是因为,完成特定行为被认定为悬赏广告相对人从不特定转为个别特定的时点,自此须考虑相对人

① 有观点认为,《中华人民共和国民法总则》第139条意味着悬赏广告定性更接近“单方行为说”,参见张芸:《单方法律行为理论基础的重构与阐释》,《清华法学》2017年第4期,似显牵强。但若采“合同说”但依其他原理构成,则可能影响《中华人民共和国民法典》第139条的适用,详见下述。

② 参见刘婷:《阎崇年新书求错 一字千元——40载定孤本 15遍细心校》,《北京晨报》2009年9月12日。

③ 参见史尚宽:《债法总论》,中国政法大学出版社2000年版,第33页;王泽鉴:《债法原理》,北京大学出版社2013年版,第257页;林诚二:《民法债编总论:体系化解说》,中国人民大学出版社2003年版,第73页。

④ 若采“合同说”但依其他原理构成,则过期的定性亦会有所不同,详见下述。

⑤ 悬赏广告的撤回,是指悬赏人通过收回悬赏意思表示以阻却所涉法律行为之成立(“合同说”)或生效(“单方行为说”)。为便于和现行法上意思表示的撤回规则相区别,本文论述涉及悬赏广告特有之撤回或撤回权时,均加引号标示,但引用比较法涉及悬赏广告撤回之规定时,则保留原貌。

⑥ 参见朱庆育:《民法总论》,北京大学出版社2016年版,第145~146页。

⑦ 参见黄茂荣:《债法通则之一:债之概念与债务契约》,厦门大学出版社2014年版,第428~429页。

⑧ 参见《德国民法典》第658条第1款、《瑞士债务法》第8条第2款、《奥地利民法典》第860a条、我国台湾地区“民法”第165条第1项。

的信赖保护。^①而依“合同说”之传统见解(“意思实现说”),悬赏广告作为要约于发布时生效,则“撤回权”可对接要约生效后、被承诺前的撤销规则(《民法典》第476条),相比之下较为简洁。

行使“撤回权”应确保悬赏之不特定相对人可推知“撤回”之意思,^②或针对特定相对人作个别通知行使“撤回权”。“撤回权”亦可由悬赏人事先声明放弃。附有期限的悬赏广告,降低了悬赏人利益状态不确定的程度,作为平衡,比较法常以之为“推定”悬赏人放弃“撤回权”的事由。^③在我国法上,若采“合同说”之“意思实现说”,附期限的悬赏广告可认定为附承诺期限的要约,依《民法典》第476条第1项前段,可“推定”(而非拟制)要约人预先放弃了撤销权,^④但也意味着悬赏人可在附期限的悬赏广告中特别声明保留自己的“撤回权”。

二、“合同说”下承诺的构造

“合同说”以悬赏广告意思表示为要约,另须有效的承诺方成立合同。至于承诺是否采“意思实现”的构造,其实并非“合同说”的必然之义。^⑤故在“合同说”下探讨承诺的构造,既须检视传统的“意思实现说”,也应探寻其他可能的构造方案。

(一)“意思实现说”及其不足

“合同说”的传统见解认为其承诺应采“意思实现说”,完成特定行为构成无须通知的承诺,合同于特定行为完成时成立并生效,行为人即可主张报酬。^⑥相比“单方行为说”,以“意思实现说”为代表的“合同说”被认为带有两大缺陷:其一,承诺作为意思表示以承诺者具备相应行为能力为必要;采此构造,则非完全行为能力人即使完成了特定行为,也不能发生承诺效力,无从主张报酬。^⑦其二,意思实现虽是无须通知的承诺,却仍以承诺者行为时有承诺意思为必要,该承诺意思又取决于承诺者明知要约之存在及内容;采此构造,则特定行为完成时尚不知悬赏广告存在者,其完成特定行为不生承诺效力,亦无从主张报酬。^⑧

行为能力问题涉及法律行为的一般生效要件,留待下文详述。就特定行为完成时尚不知悬赏的情形,若按“单方行为说”,完成特定行为即满足单方行为的生效要件,行为人取得报酬请求权。但可追问的是,若行为人根本没有任何进入悬赏法律关系的意愿,为何要使行为人在完成行为时就取得报酬请求权?特定行为完成时不知悬赏而后又发生纠纷,无非是因为行为人嗣后知道了悬赏广告的存在且欲取得报酬。此时若依“合同说”将悬赏广告作为要约,由该行为人向悬

① Vgl. MüKoBGB/Seiler, 2012, § 658 Rn. 1.《奥地利民法典》第860a条甚至规定,即使在完成特定行为前撤回,该撤回也不得对抗无过错不知撤回情事并最终完成特定行为的行为人。

② 故“撤回”应采取和所“撤回”的悬赏广告具有类似公告效果的方式,但无须完全一致,如公司全体大会上口头发布的悬赏,可以通过张贴大门告示的方式“撤回”。Vgl. MüKoBGB/Seiler, 2012, § 658 Rn. 3.

③ 参见《德国民法典》第658条第2款、《奥地利民法典》第860a条、我国台湾地区“民法”第165条第2项。

④ 参见黄薇主编:《中华人民共和国民法典合同编释义》,法律出版社2020年版,第45页。

⑤ Vgl. Dreiocker, Zur Dogmengeschichte der Auslobung, 1969, S. 123 ff.

⑥ 参见刘海娟:《深圳捡童案,判驳两难的困局》,《人民司法》2013年第2期;最高人民法院(2016)最高法民申1033号民事裁定书;江苏省南通市崇川区人民法院(2013)崇商初字第0283号民事判决书。

⑦ 参见王泽鉴:《债法原理》,北京大学出版社2013年版,第257页。

⑧ Vgl. Medicus/Lorenz, Schuldrecht II Besonderer Teil, 16. Aufl., 2012, S. 319, Rn. 923.

赏人作出承诺意思表示并到达,合同可顺利成立,并无保护不周之虞。易言之,维持“合同说”但不固守“意思实现说”的承诺构造,完全可以实现此情形下保护行为人利益的目标。

而且“单方行为说”使报酬请求权产生于特定行为完成时,则在先后有多人完成特定行为的场合,只要悬赏广告未做其他安排,逻辑上应由先完成者取得报酬请求权;^①倘若悬赏人向后完成特定行为但先通知悬赏人者给付了报酬,则构成非债清偿,可依不当得利要求返还。但是,以先完成行为者取得报酬作为立法上的典型构成,是否符合悬赏广告的功能特点,是值得进一步斟酌的。悬赏广告具有“找人机制”的经济功能,^②对悬赏人而言,通常情况下其在乎的不仅是特定行为是否已被完成,还包括具体由谁完成。故典型构成的设计既须考虑特定行为完成的先后顺序,也应关注悬赏人作为给付允诺方是否知道具体的行为人。在“合同说”下欲兼顾此两者,可能的思路可以是一方面遵循“意思实现说”的逻辑,由先完成特定行为者取得报酬请求权,另一方面特别规定若善意悬赏人向后完成特定行为但先通知悬赏人者给付了报酬,则其报酬给付义务消灭。^③但在体系上,这会滋生“先完成行为但后通知悬赏人者”与“后完成行为但先通知悬赏人者”之间的不当得利返还问题。^④相反,若不固守“意思实现说”的逻辑,由完成特定行为后承诺意思表示先到达悬赏人者取得报酬请求权,则既可兼顾悬赏广告的经济功能,也无须特设善意给付规则及解决后续的不当得利清算问题。“由先完成特定行为者取得报酬”之立场,对“单方行为说”而言乃逻辑结论,但对“合同说”来说则不尽然,后者内部完全有可能构造出体系上更具效率的方案。由于“意思实现说”与“单方行为说”均依特定行为完成之先后决定报酬的归属,在“合同说”下固守“意思实现说”的逻辑反而会不必要地产生“单方行为说”所具有的技术问题。^⑤

综上,“单方行为说”在行为完成时尚不知悬赏广告之情形的所谓优点,其对手并非“合同说”,而仅是“合同说”下的“意思实现说”。回归“合同说”的本义,核心无非是将悬赏广告界定为要约,故应予反思的并非“合同说”,而是“合同说”中“意思实现说”将“完成特定行为”与“承诺”捆绑处理的思路。

(二)“意思行为说”及其优点

在“意思实现说”之外,另一种以“合同说”为基本背景的构造,可称为“意思行为说”。依之,悬赏广告意思表示作为要约生效后,仅完成特定行为还不足以成立合同,另须行为人作出一个独立的意思行为,以确保最终法律关系的产生系基于行为人意志的参与。该意思行为即为承诺行为,其内容是将完成特定行为纳入悬赏法律关系的范围,既可以是明示为之,也可以通过向悬赏人主张权利默示为之。^⑥

将承诺与完成特定行为解绑,则行为完成时不知悬赏的行为人在嗣后得知悬赏广告时,向悬赏人为承诺,即可成立合同关系,取得报酬请求权,已如前述。“意思行为说”的承诺构造下,报酬

① 例如德国法采“单方行为说”,且《德国民法典》第659条第1款规定此种情形下,由先完成特定行为者取得报酬请求权。Vgl. MüKoBGB/Seiler, 2012, § 659 Rn. 2.

② 参见常鹏翱:《悬赏广告的适用范围》,《法学》2001年第6期。

③ 例如采“合同说”的我国台湾地区“民法”,其第164条第2项、第3项即采此方案。

④ 参见黄立:《民法债编总论》,2006年自版,第135页。

⑤ 类似的质疑,参见黄茂荣:《债法通则之一:债之概念与债务契约》,厦门大学出版社2014年版,第431页。

⑥ 结合具体情境,该意思行为也可以采取意思实现的方式。Vgl. Staudinger BGB/Bergmann, 2006, § 657 Rn. 30, 34. 但须注意,该意思实现所涉及的行为,并非特定行为之完成,故与前述“意思实现说”之方案有别。

请求权并非产生于特定行为完成时,而是特定行为完成的基础上作出有效承诺并生效时。^① 在只允诺为一次报酬的悬赏广告场合,后完成特定行为者只要先于他人通知悬赏人,则属于先他人一步完成了有效的承诺行为,自然可以取得报酬请求权。至于先完成特定行为但后通知悬赏人的行为人,由于其意思表示“生效”时间在后,已无有效的要约可供承诺,无法取得报酬请求权。可见,“意思行为说”是将悬赏人作为整个利益关系的“信息枢纽”,以意思行为到达悬赏人决定报酬请求权的产生。相比“单方行为说”和“意思实现说”根据完成特定行为确定报酬请求权的产生时点,此一“从悬赏人处来,到悬赏人处去”的思路,显然更为清晰。^②

(三)案型检验:明知悬赏但行为时无承诺意思

司法实践中,鲜见完成特定行为时不知悬赏而嗣后主张报酬的纠纷,原因或在于只要行为人自己不承认,悬赏人很难证明行为人在行为完成时不知有悬赏广告。但在2014年的“刘求喜与新化县公安局悬赏广告纠纷案”^③中,争点涉及学理上未予详论的另一种情形,即行为人明知悬赏广告,但在完成特定行为时无承诺意思。

该案中,新化县公安局为追缉凶案嫌疑人,发布内容为“对提供线索者并抓获犯罪嫌疑人的单位或个人,奖励人民币现金贰万元”的悬赏。三天后,刘求喜在家中发现一具尸体,“感到非常害怕”,报警后经警方确认,死者即为悬赏追缉的嫌疑人。刘求喜此时想起了警方的悬赏,要求奖金遭拒,遂起诉。后经两审审理均告败诉,且理由均为:“刘求喜只是因为在自己家里发现一具无名尸体感到害怕而报警,并未按照悬赏公告要求的方式提供破案线索,其行为不是针对悬赏公告而进行的承诺,因此,新化县公安局与刘求喜之间的悬赏广告合同没有成立”。^④

可见,行为人即使事先知道悬赏,在完成特定行为时也有可能不具备承诺的意思,如该案中行为人因“感到非常害怕”,而未考虑到对悬赏广告为承诺。两审法院否定报酬请求权的依据,一方面涉及行为人的行为是否符合悬赏的要求,另一方面涉及行为人完成该行为时有无承诺的意思。就前者,应依不特定相对人的通常理解来解释悬赏内容,该行为客观上有助于警方迅速侦破该凶案,已满足悬赏的条件。就后者,虽然完成该行为时行为人并无承诺意思,但这不妨碍其嗣后以主张权利的方式作默示承诺。法院拘泥于行为完成时承诺意思之有无,实乃落入了“意思实现说”的窠臼,若依“意思行为说”,特定行为完成后再为承诺,仍可成立合同,主张报酬。

三、悬赏广告所涉法律行为之生效

悬赏广告所涉法律行为的成立流程,依“单方行为说”和“合同说”而有所不同。在生效环节,该法律行为一方面须不存在行为能力不足、意思表示瑕疵、标的内容违法悖俗等一般效力障碍事由,另一方面亦须兼顾附生效条件已成就、代理权等意定或法定的特别要件。结合“单方行为说”与“合同说”之分野,有的要件的规范适用不会因不同立场而受影响(如标的内容不违法悖俗),以

① 参见林诚二:《民法债编总论:体系化解说》,中国人民大学出版社2003年版,第73页。

② 参见黄茂荣:《债法通则之一:债之概念与债务契约》,厦门大学出版社2014年版,第434页;黄立:《民法债编总论》,2006年自版,第135页。

③ 参见湖南省娄底市中级人民法院(2014)娄中民三终字第152号民事判决书。

④ 参见湖南省娄底市中级人民法院(2014)娄中民三终字第152号民事判决书。

下集中探讨规范适用层面有所差异的诸项要件。

(一)行为能力问题

悬赏人负有给付报酬的义务,若其为自然人,原则上应为完全行为能力人。关于限制行为能力人实施法律行为的效力,《民法典》第 145 条并未依行为是单方行为抑或合同作区别对待,故限制行为能力人发布内容超出其理性能力范围的悬赏广告,若未经事先同意,法定代理人亦有追认之余地。比照悬赏广告的“撤回”规则,该追认可公告为之,亦可作个别通知。至于无行为能力人发布悬赏广告,依《民法典》第 144 条应认定法律行为无效。

行为人不具备完全行为能力而完成特定行为时,“单方行为说”肯认其得主张报酬,这也被认为是“单方行为说”相对于“合同说”的一大优势。但更根本的问题在于,为何要“直接”赋予非完全行为能力人报酬请求权?对此,表面上的理由或在于,悬赏广告所涉法律行为若生效,并未给行为人创设任何义务,只会带来报酬请求权,属于纯获法律利益的行为。^①需要澄清的是,行为人虽无完成特定行为的义务,但先提供给付是其取得报酬请求权的前提,故悬赏广告所涉法律行为虽未引发双方义务,却因客观上以行为人先提供给付为必要,而构成有偿行为,^②对行为人来说并非纯获法律利益。^③可与之类比的情形,如附负担的赠与。赠与合同附负担者,受赠人虽不见得会遭遇强制履行,但只有落实该负担,才不会引发赠与人的法定撤销权(《民法典》第 663 条第 1 款第 3 项),已取得的债权才不会被消灭。故通常认为,附负担的赠与对受赠人而言并非纯获法律利益,以其具备相应行为能力为必要。^④类似地,悬赏广告法律关系中的行为人虽不会被强制为特定行为,但只有完成特定行为,才能取得报酬请求权。于此,提供给付与有利的法律地位之间的关联更为重要,不能因为该有利的法律地位是表现为维持住既有权利(附负担赠与不会被撤销),还是表现为能取得新的权利(依悬赏广告取得报酬请求权),而作区别对待。^⑤

故而,“合同说”要求行为人必须具备相应的行为能力,在法政策上并非没有正当性。但在“合同说”内部,“意思实现说”由于将“完成特定行为”与“承诺”捆绑处理,判断行为能力的时点仍以行为完成时为准,则完成特定行为的非完全行为能力人根本无从取得报酬请求权。若采“意思行为说”,非完全行为能力人完成特定行为后,如果法定代理人认可,可代理其作出独立的承诺,并为其取得报酬请求权;如果法定代理人不认可,则可以不为承诺。至于悬赏发布时特定行为已被完成的场合,可否主张报酬亦应系于法定代理人之决定。此一方案既维持了体系上针对理性能力不足者的保护水准,也为其取得报酬请求权保留了机会。

(二)意思表示问题

① 参见葛云松:《意思自治原则的理论限度》,载《北大法律评论》编辑委员会编:《北大法律评论》2011 年第 2 辑,北京大学出版社 2011 年版,第 647 页。

② Vgl. Staudinger BGB/Bergmann, 2006, § 657 Rn. 18; MüKoBGB/Seiler, 2012, § 657 Rn. 5.

③ 参见王泽鉴:《债法原理》,北京大学出版社 2013 年版,第 257 页。此一认定不因特定行为人是否另有法定的返还义务而受影响,因为在悬赏广告法律关系中,完成特定行为并非义务。

④ 参见王泽鉴:《民法学说与判例研究》(重排合订本),北京大学出版社 2015 年版,第 239 页。

⑤ 进一步,如果悬赏广告中例外地声明,完成特定行为者一旦实际受领报酬即有义务移转相关成果,若认为所涉法律行为之生效不要求行为人具备一定行为能力,则非完全行为能力人完成行为后不仅可取得报酬请求权,也会因受领报酬而触发义务;若认为就该义务部分,应例外以行为能力为必要,进而对法律行为按部分无效处理,显然又不符合悬赏人发布悬赏的通常意旨,因为其允诺的报酬已将该义务的价值计算在内。

悬赏人可能出于转移财产的目的,虚设悬赏广告,并与特定行为人通谋。《民法典》第146条第1款规定“行为人与相对人以虚假的意思表示实施的民事法律行为无效”,有观点认为其适用于合同行为和单方行为,^①也有观点认为其适用于合同行为,但不适用于单方行为。^②若依前者,无论采“单方行为说”抑或“合同说”,悬赏广告所涉法律行为依该款而无效;若依后者,采“合同说”可直接适用该款认定法律行为无效,采“单方行为说”则须借助意思表示解释规则,由于完成特定行为者明知悬赏人并无效果意思,意思表示解释应例外地以悬赏人真意为准,所涉法律行为因欠缺意思表示而不成立。

悬赏人发布悬赏广告后,发现特定行为在发布前早已被完成,可否以重大误解为由撤销悬赏广告所涉法律行为?对此,也应结合前述悬赏广告作为“找人机制”的经济功能加以判断。悬赏人通常关注的不仅是特定行为是否已被完成,还包括具体由谁完成,故仅就前者存在与客观事实不一致的认识,只构成纯粹动机错误,不属于重大误解的保护范围。至于悬赏发布前完成特定行为的行人可否主张报酬,则依悬赏内容之规范解释判断。除非可推知悬赏人不仅意在“找人”,更有意激励促进特定行为之实施,否则应承认悬赏发布前已完成特定行为者的报酬请求权。^③

上述讨论,集中观察的是悬赏人一方存在的意思表示瑕疵,但在“合同说”之下,行为人一方的意思表示瑕疵亦有讨论意义。例如,夫妻一方胁迫另一方完成特定行为(并为承诺),以促成报酬进入其共同财产;在“合同说”之下,受胁迫方的意思表示不自由即可纳入法律评价的视野。尽管悬赏广告所涉法律行为会给行为人带来报酬请求权,但其自我决定自由亦属应予尊重之价值。故而,即便支持“合同说”在前述行为能力问题上相比“单方行为说”有所不足,亦不可否认,“合同说”因其强调承诺之必要性,为行为人一方提供了意思表示瑕疵的救济通道。

(三)附生效条件与代理权要件

意定特别生效要件层面,依“合同说”,特定行为完成于合同成立前,故合同效力并未附生效条件。悬赏广告所涉法律行为的意定特别生效要件问题,仅在“单方行为说”下有意义。对于悬赏人不知特定行为已被完成而发布悬赏广告的情形,考虑到悬赏广告功能的特殊性,只要悬赏广告内容未表达排除之意思,该附既成条件的法律行为应类推适用附真正条件之规则。^④特定行为是否完成,则依悬赏广告之内容按不特定相对人的通常理解判断。^⑤

法定特别生效要件层面,若悬赏广告系由他人无权代理发布,由于现行法未区分无权代理单方行为与合同行为的效力,除非构成表见代理,否则应依《民法典》第171条处理。若法律行为最终未获追认,依《民法典》第171条第3款第1句,完成特定行为的善意行为人可要求无权代理人履行给付报酬的债务。但就第171条第2款第2句善意相对人的撤销权规则,学说指出其实为未生效法律行为中意思表示的撤回,以善意相对人作出过意思表示为必要,^⑥故依“单方行为说”

① 参见陈甦主编:《民法总则评注》(下册),法律出版社2017年版,第1044页。

② 参见李宇:《民法总则要义》,法律出版社2017年版,第529~530页。

③ 参见沈德咏主编:《最高人民法院关于合同法司法解释(二)理解与适用》,人民法院出版社2015年版,第50页;MüKoBGB/Seiler, 2012, § 657 Rn. 16.

④ Vgl. Brox/Walker, Allgemeiner Teil des BGB, 36. Auf., 2012, S. 269, Rn. 481.

⑤ 参见北京市石景山区人民法院(2015)石民初字第12825号民事判决书;浙江省丽水市中级人民法院(2016)浙11民终1417号民事判决书。

⑥ 参见朱庆育:《民法总论》,北京大学出版社2016年版,第360页。

和“合同说”之不同而存在适用上的差异。“单方行为说”下因不存在相对人的意思表示,并不适用善意相对人的撤销权规则,法律行为的效力取决于被代理人是否追认,善意的行为人若欲尽快结束不确定的状态,仅有催告一途。在“合同说”之下,善意行为人可在被代理人追认前行使撤销权。故在针对同一特定行为存在多个排他性悬赏广告的场所(如相互竞争的两家公司就产品研发分别悬赏征集排他性使用的方案),若其中一个悬赏广告存在无权代理情节,已提供给付的行为人不必苦等被代理人的决定,经行使撤销权即可收回给付,转而响应另一悬赏。

四、“要约—承诺”模式与悬赏广告再定性

前述体系性观察表明,在现行法的背景下采“合同说”,即使依其中“意思实现说”的传统见解,亦可将悬赏广告意思及其所涉法律行为、法律关系对接“合同编”的相应规范板块处理。若采“单方行为说”,不仅如要约成立等规则需要准用,关于悬赏广告的“撤回”等问题,只能通过特设明文来解决。在总则层面,“合同说”于通谋虚伪、无权代理等情形可直接适用现有规则,且因须有行为人之承诺,其意思表示瑕疵亦有获得救济的机会,“单方行为说”对此则力有未逮。故在“单方行为说”与“合同说”之间,笔者赞成以“合同说”作为典型立法之原理,但在“合同说”内部,宜采“意思行为说”作为原理构成的方案。上文已阐明“意思行为说”在保护完成行为时不知悬赏者和非完全行为能力人方面的正当性;以之为基础,下文集中揭示“意思行为说”在法技术上相较于“意思实现说”和“单方行为说”的优势,并梳理“要约—承诺”模式下“意思行为说”的内部构成及规范适用问题。

(一)“意思行为说”的技术优势

“单方行为说”主张完成特定行为时不知悬赏者也可获得报酬请求权,该规范目标并无问题。但是,认可此类行为人的报酬请求权,不意味着就必须使其在完成特定行为时即获得报酬请求权。在允诺一次报酬的悬赏广告场合,若先后完成特定行为者通知悬赏人的时间先后刚好相反,从清晰处理纠纷的角度,应以通知而非完成特定行为作为报酬请求权的产生时点。“合同说”下的“意思实现说”将“完成特定行为”和“承诺”作捆绑处理,不仅难以实现前述规范目标,在报酬请求权的产生时点问题上,还产生了“单方行为说”需要解决的技术问题。若遵采“合同说”下的“意思行为说”,区分“完成特定行为”与“承诺”两个环节,则不仅完成特定行为时不知悬赏的行为人在嗣后得知时,有机会作出承诺进而主张报酬,而且报酬请求权从承诺生效时产生,无须特设善意给付规则及处理后续的不当得利返还问题。此其技术优势之一。

“单方行为说”所谓保护非完全行为能力人的立场,在法政策上不无可疑,已如前述。为避免过分突破合意原则,“单方行为说”下亦有观点主张通过赋予行为人拒绝权,来缓解未经其意思即发生法律关系的不妥局面。^①但在多人完成特定行为并分享报酬的场合,一人行使拒绝权又会引发其余行为人可否瓜分其拒绝之部分报酬的疑问。^②若采“合同说”并遵行“意思行为说”的逻

① 参见葛云松:《意思自治原则的理论限度》,载《北大法律评论》编辑委员会编:《北大法律评论》2011年第2辑,北京大学出版社2011年版,第648页;薛军:《合同涉他效力的逻辑基础和模式选择》,《法商研究》2019年第3期。

② 参见葛云松:《意思自治原则的理论限度》,载《北大法律评论》编辑委员会编:《北大法律评论》2011年第2辑,北京大学出版社2011年版,第647~648页。

辑,完成特定行为后是否产生法律关系,系于行为人是否作出正面承诺,也就避免了反面拒绝所可能带来的争议。^①此其技术优势之二。

或有问焉,不当得利的返还清算和多数人债权的具体分配问题并非悬赏广告所特有,对此类一般性问题的回避,是否堪称“意思行为说”的“技术优势”?笔者认为,评价“意思行为说”妥当性与否的核心判准,仍在于相较其他立场,其在契合悬赏广告功能特点、尊重私法自治、全面保护非完全行为能力人权益等方面是否更具优势。若否,则即便体系上会引发上述一般性问题,亦属必要的制度成本;若是,则对上述一般性问题的“避免”(而非“回避”)反而是一种效率。故而,一个法政策层面更具妥当性的方案若能附带地节省法技术层面的成本,称其具有“技术优势”,似不为过。

(二)“意思行为说”的内部构成

依“意思行为说”之逻辑,作为要约的悬赏广告发布后,行为人完成特定行为,再作出承诺的意思表示,承诺到达悬赏人则合同成立并生效,行为人取得报酬请求权。“意思行为说”解绑“完成特定行为”和“承诺意思表示”这两个环节后,结合“要约—承诺”模式,逻辑上会形成“要约—完成特定行为—承诺”的三个阶段,须考察其内部具体构成。

分析的基点应是以悬赏广告相关规范作为典型形态,预设悬赏人可能的通常意旨。普通的合同订立过程中,由于受要约人是特定的,要约在向该受要约人发出时,即已锁定要约实质拘束力所涉及的相对人。但悬赏广告则不尽然。若认为悬赏广告作为要约,自发布时即对不特定相对人产生“一经同意即受约束”的实质拘束力,则逻辑上任何相对人均可向悬赏人作出承诺并成立合同,这显然不是悬赏人所追求的私法效果。^②而且,若任何未完成特定行为者均可通过提前为承诺表示而成立合同,则悬赏广告可在特定行为完成前“撤回”的规则也将被完全架空。反过来,如果认为未完成特定行为者即使提前为承诺表示亦无从成立合同,^③则意味着表示承诺前那个已经发布的要约,其实并没有对尚未完成特定行为但提前为承诺表示者产生实质拘束力。自悬赏人通常的可能意旨观之,其向不特定相对人发布作为要约的悬赏广告,由于尚不知谁会完成特定行为,显然无意接受不特定相对人的承诺,而是仅意图接受完成特定行为者的承诺。故对于不特定相对人来说,完成特定行为前,悬赏广告并未产生实质拘束力;个别相对人一旦完成特定行为,才取得承诺资格,经由承诺可成立合同,取得报酬请求权——于此,完成特定行为构成悬赏广告对该行为人发生要约实质拘束力的条件,悬赏广告意思表示属于附生效条件的要约。

将悬赏广告作为附生效条件的要约,看起来与只有法律行为才能附条件的通常见解格格不入。诚然,要约作为意思表示,其实质拘束力的内容还很难称得上是权利和义务。但是,一旦要约产生实质拘束力,关于是否成立合同这一事项,要约人即近乎处于一种被他人所决定的状态。此时受要约人的地位类似于享有一个期待权,而且这种法律地位还可能对外让与,^④对此类法律地位的产生或消灭附条件、附期限也就并非天方夜谭。例如,设置自动售货机构成以内无存货或

① Vgl. Medicus/Lorenz, Schuldrecht I: Allgemeiner Teil, 20. Aufl., 2012, S. 29, Rn. 60.

② 参见黄立:《民法债编总论》,2006年自版,第133页;陈自强:《法律行为、法律性质与民法债编修正》(上),《台湾本土法学杂志》1999年第5期。

③ 参见郑玉波:《民法债编总论》,陈荣隆修订,中国政法大学出版社2004年版,第56~57页。

④ Vgl. Staudinger BGB/Bork, 2010, § 145 Rn. 34, 35; Köhler, BGB Allgemeiner Teil, 32. Aufl., 2008, S. 95, Rn. 14; 赵文杰:《要约》,载王洪亮等主编:《中德私法研究》(第13卷),北京大学出版社2016年版,第278页。

运行不畅为解除条件的要约;^①又如,普通缔约过程中要约若附有承诺期限,实质上就是要约的实质拘束力附有终止期限。德国法学理主张“意思行为说”者在作具体构造时,认为完成特定行为后作出承诺前,行为人已经取得最终成立债务关系的期待权。^②若对照要约生效后、承诺作出前受要约人所处于的类似“期待权”的地位,则该“意思行为说”下的期待权构造,实质是认为完成特定行为使行为人获得承诺的资格,相应地,悬赏广告属于“附生效条件的要约”。

对此可能遭遇的进一步追问是,附有解除条件或终止期限的要约,在条件成就前或期限届满前毕竟还是有实质拘束力的;附生效条件的要约,条件成就前压根毫无实质拘束力,与内容具体确定的要约邀请何异?笔者认为,如果是内容具体确定的要约邀请,相对人响应邀请作出意思表示后,要约邀请方尚有决定是否为承诺的自由。但悬赏广告作为附生效条件的要约,在条件成就后,完成特定行为者一旦作出意思表示,悬赏人对合同是否成立即再无决定自由。^③更重要的是,悬赏广告自身的功能意味着,其所附条件绝大多数都是需要行为人意志深度参与的随意条件,反过来也就意味着,悬赏人的自由决定空间在发布悬赏广告后就已受到了限制。

(三)“意思行为说”的规范适用

将悬赏广告定性为附生效条件的要约,会影响到悬赏广告“撤回”规则与现有规范的对接。由于完成特定行为前要约并未生效,悬赏广告的“撤回”问题对接的是要约生效前的撤回规则。若悬赏广告附有期限,则该悬赏广告所附生效条件,已不仅仅是完成特定行为,而且是在所附期限内完成特定行为(并为承诺)。附此期限,一方面降低了悬赏人利益状态的不确定性,另一方面,在尚无人完成特定行为的场合,客观上还有助于促成尽快完成特定行为。此时依诚实信用原则,结合悬赏广告的功能特点,应推定为悬赏人放弃了“撤回权”。故附期限悬赏广告之悬赏人若在特定行为完成前“撤回”悬赏广告,构成违反诚实信用之权利滥用。但悬赏人可结合自身需要,特别声明保留“撤回权”。^④

此外,将悬赏广告作为附生效条件的要约,在规范适用层面还会推导出三项重要结论:其一,依《民法典》第 472 条第 2 项判断悬赏广告作为要约是否成立时,其法律拘束意思指的是“表明一经完成特定行为者同意即受约束的意思”。其二,无其他说明时,悬赏广告意思表示自特定行为完成时对该行为人生效,而非依《民法典》第 139 条自公告发布时生效。其三,个案中若特定行为之完成事实上完全取决于特定行为人,其单方面促成要约生效条件成就具备很大确定性,则其对取得承诺资格享有期待权;若特定行为全部完成前悬赏广告被成功“撤回”,其可主张信赖利益赔

① 参见王泽鉴:《债法原理》,北京大学出版社 2013 年版,第 175 页。

② Vgl. Staudinger BGB/Bergmann, 2006, § 657 Rn. 66, 83.

③ 故讨论要约附生效条件问题,前提是已经具备法律拘束意思进而不属于要约邀请。Vgl. Staudinger BGB/Bork, 2010, § 145 Rn. 26; 郑玉波:《民法债编总论》,陈荣隆修订,中国政法大学出版社 2004 年版,第 42 页。

④ 依前文所述,特定行为完成后,即不应允许悬赏人“撤回”悬赏广告。但若将其作为附生效条件的要约,则特定行为完成后,其作为要约处于生效状态,依《中华人民共和国民法典》第 477 条,在承诺意思表示发出前该要约又似乎是可以撤销的。就这一可能的矛盾,笔者认为,须结合悬赏广告本身的特殊性,准用《中华人民共和国民法典》第 476 条第 2 项,认定特定行为完成后悬赏广告不可适用要约撤销规则;又由于特定行为完成前,该要约尚未生效,仅有撤回问题,故综合而言,悬赏广告作为附生效条件的要约,并不适用要约撤销的一般规则。参见朱广新:《合同法总则研究》(上册),中国人民大学出版社 2018 年版,第 80 页。

偿,但不能超过悬赏报酬。^①

兹以下表作对比展示。

		要约实质拘束力 产生时点	报酬请求权 产生时点	“撤回权”规则	附期限悬赏 不可“撤回”规则
单方行为说		(不涉及)	特定行为完成时	(须设特别规定)	
合 同 说	意思实现说	悬赏广告发布时	特定行为完成时 (=承诺)	要约撤销规则	要约附承诺期限 推定为不可撤销 (可特别声明保留)
	意思行为说 附生效条件要约	悬赏广告发布后 特定行为完成时 ^②	承诺到达时	适用要约撤回规则 不适用撤销规则	依诚信原则推定 放弃“撤回权” (可特别声明保留)

五、结 语

本文结合《民法典》总分则体例结构及法律行为制度的规范框架,完成了对悬赏广告“单方行为说”与“合同说”争议症结的体系性观察,关于新构造方案的尝试,或可为总分则在体系上的协调适用提供具象的观察样本。最后,回到引言部分的个案争议,尝试以本文之立场作简要解读。

首先,张某发布微博内容为“郑重承诺凡挑出拙作……1个错者即奖赏1 001元”,依不特定相对人之通常理解,其所允诺之标的(对专著挑错,一个错奖金1 001元)具体明确,具备表示价值。该微博最后声明不会如阎崇年般“耍无赖不认账”,结合“阎崇年案”有关非诚意表示的争议,应认为该表示具备法律拘束意思,即表明一经完成特定行为者承诺即受约束。上述悬赏内容经张某个人微博发布,结合微博这种自媒体工具的特点,可认定悬赏广告已由悬赏人直接公告发布。承诺环节,白平完成挑错工作,属于完成特定行为,取得了承诺资格。其联系张某主张报酬,属于将完成特定行为纳入悬赏广告法律关系的意思行为,构成承诺的意思表示。白平所挑错是否符合要求需嗣后认定方可判断,但只要有一处错误属实,白平的承诺资格即不成问题,合同于第一次联系主张报酬时成立。合同生效环节,不存在行为能力或违法悖俗问题,亦无证据证明张某存在意思表示瑕疵,且不涉及特别生效要件。故合同自成立时生效并终局有效,白平取得(经嗣后确认之错误数量所计之)报酬请求权。^③

责任编辑 张家勇

^① 若悬赏人能证明即使不“撤回”,行为人事事实上也不可能完成该特定行为,则应否定行为人的期待权和信赖利益赔偿;唯体系上若成立正当无因管理,可能涉及必要费用偿还请求权的问题(《中华人民共和国民法典》第979条)。

^② 若悬赏广告内容不排除发布前已完成特定行为者为承诺,对该行为人而言,要约的实质拘束力产生于悬赏广告发布时。

^③ 该案一审法院结合所确认的挑错数量,部分支持了白平的诉讼请求,并为二审所维持。参见北京市朝阳区人民法院(2017)京0105民初2995号民事判决书;北京市第三中级人民法院(2018)京03民终11637号民事判决书;石岩、黄硕:《作家新书“一错千金”悬赏广告引纠纷》,《人民法院报》2018年7月10日。