

悬赏广告法律性质及制度完善路径研究

赵子洋

(延安大学 政法与公共管理学院 陕西延安 716000)

摘要: 悬赏广告在我们的生活中具有十分重要的价值,随着社会经济的发展,悬赏广告的形式也呈现多样化的趋势。我国民法典至今并未就悬赏广告的性质作出明确的规定,赋予悬赏广告以不同的法律性质,将对悬赏广告主体资格的认定,以及悬赏广告是否存在变更性、撤销性等相关法律问题的裁判产生不同影响。围绕我国当下司法实践,在推崇要约说的基础上对悬赏广告的法律性质以及相关法律问题进行梳理,进一步明确悬赏广告在实践中的应用,维护法律公平正义。

关键词: 悬赏广告; 契约; 要约; 单方允诺; 法律性质

一、悬赏广告的概念

(一) 悬赏广告的概念及特点

悬赏广告是指广告发布者以广告形式声明对完成广告所规定行为的人给付约定报酬的意思表示。其构成要素主要有以下几点:一从主体角度来看,悬赏广告的主体限于悬赏人与完成指定者,悬赏人不仅包括自然人也包括法人、社会团体及有关主管机关,而完成指定者则为不特定的一般社会公众;二从客体角度来看,悬赏广告的客体是完成特定义务的行为;三从内容来看,悬赏广告的内容必须具有明确性,即通过广告形式公开向社会公众表明其悬赏的意思,希望符合条件的相对人能主动作为,完成特定义务,并且该内容不违反法律规定和公序良俗^[1];四悬赏广告是一种要式民事法律行为,即悬赏广告的发布必须采取广告的形式面向不特定的社会公众。

(二) 悬赏广告与拾得遗失物的竞合

所谓遗失物是指所有权人遗忘或者处于丢失而暂时丧失占有的动产。遗失物并不属于无主物,只是因为一些客观原因导致所有权人暂时丧失了对于特定动产的控制。拾得遗失物是拾得人发现他人的动产并占有的事实行为,对于权利人在遗失物品以后发布的悬赏广告,拾得人能否基于悬赏广告主张相应的报酬请求权,《民法典》三百一十七条表示了支持,即权利人在领取遗失物时应当按照承诺履行义务,按照体系解释此种承诺应当包含着悬赏广告中悬赏人所承诺的悬赏报酬,此种情况下悬赏广告报酬请求权与必要费用的请求权很有可能出现竞合。但在现行法律之下,拾得人请求权的范围被极大的压缩,至于悬赏人拒绝履行承诺拾得人是否享有留置权的问题,法律并未明确规定,这显然不利于对拾得人权益的保障,不仅极大的削减了拾得人归还原物的积极性,同时也违反了诚信原则,对社会带来不利的影响。

二、悬赏广告的法律性质

目前,就悬赏广告的性质,理论界存在两种不同的观点。一种是契约说,另一种则是单方允诺说。

(一) 契约说

契约说认为,悬赏广告是悬赏人向不特定对象发出的要约,该要约内容具体确定,行为人完成悬赏广告的特定要求即构成承诺。只有完成特定行为时,契约才能成立,此时,完成该特定行为的人享有报酬请求权,要约人即受该悬赏广告的意思表示约束,负有按照悬赏广告的约定支付报酬的义务。^[2]最早的契约论可以追溯到罗马法的契约制度,悬赏广告在罗马法中作为一种要物契约,以接受标的物为成立的要件,没有标的物的交付,即使当事人的意思表示已经一致,债的关系也不成立。瑞士的《债务法》和日本的《民法典》以及我国台湾地区的立法多数采用契约说,将悬赏广告认定为合同。以日本为例,《日本民法典》第529条规定:“凡以能为某行为者当与以一定之报酬之旨,为广告者,则对于为其行为者,负以其报酬与之义务”。这表明只要完成特定行为人对悬赏内容做出承诺,双方意思表示一致就形成债权债务关系。

(二) 单方允诺说

单方允诺说认为只要悬赏人发出悬赏广告之后,悬赏广告即可成立。这表明悬赏广告的成立取决于悬赏人单方的意思表示,只要悬赏人做出悬赏承诺,在悬赏人与完成指定者之间就成立单方允诺之债。我国台湾著名法学家王泽鉴先生认为:“悬赏广告指的是用广告的方式表示确定给付报酬给完成一定行为的行为人”。支持该学说的同样国家还有德国和意大利,《德国民法典》的立法理由书中表示:“草案认同单方允诺说,悬赏广告仅对广告人产生约束,对于行为人则不发生约束力。广告人在行为人依照广告内容完成指定行为之后必须要支付酬报给行为人”。^[3]在《意大利民法典》债务关系编一章中,将悬赏广告称之为“是对不特定的多数人的单方的诺言”。中国人民大学杨立新教授也将悬赏广告界定为单方允诺之债,认为采用单方允诺说不仅有利于体现悬赏广告的本质属性,更能有效的约束悬赏人的行为,维护拾得人的利益,维护社会经济秩序,同时符合《民法典》诚实信用原则好和私法自治的价值理念。^[4]

三、有关悬赏广告的相关法律问题

(一) 对于主体资格的要求

根据契约说的观点,无民事行为能力人与限制民事行为能力人在享有报酬请求权方面会受到极大的限制。无民事行为能力人因其不能准确地辨认和控制自己的行为,故其实施的一切民事法律行为当然无效,因此不能成为悬赏广告的主体,即使其完成了悬赏广告所规定的行为,也会因为其不具有缔约能力而导致其承诺也不会发生法律效力,那么相应的合同也不能订立。就限制民事行为能力人而言,根据我国《民法典》规定,限制民事行为能力人可以独立实施纯获利益的和与其意思能力相适应的民事法律行为,对于悬赏广告中的悬赏报酬按照体系解释可以将其解释为对限制民事行为能力人的一种奖励,因此可以独立实施而不需要经过其法定代理人的追认。综上,采用契约说,自然人的民事行为能力直接关乎着合同的成立与否,这明显不利于对无民事行为能力人权益的保护,同时也在一定程度上大大缩小了悬赏广告的适用范围。^[5]

根据单方允诺说的观点,相对人有无民事行为能力,都不影响其报酬请求权,即只要悬赏人发布了悬赏广告,相对人就可以要求悬赏人履行悬赏广告中所承诺的义务,悬赏人不得以相对人不具有民事行为能力而拒绝履行义务。此种情形下,行为人完成特定行为被看作为一种事实行为,无需考虑其是否具有报酬请求权的资格,采用此种观点,极大的降低了行为人在完成特定行为请求悬赏报酬的难度,更加便利当事人进行举证。

(二) 行为人不知悬赏广告存在而完成特定行为的处理

从契约说来看,悬赏广告是向不特定人发出的要约,该要约的内容具体确定,并且经受要约人承诺后合同即宣告成立。这就意味着完成特定行为人要与悬赏人之间形成合同关系,就必须在完成特定行为之前知悉悬赏广告的具体内容,从而做出的承诺才能与悬赏人的要约达成合意,合同才能成立。若不知道悬赏广告的内容而

实施特定行为只能被认定为一种单方的行为,在完成特定行为之后也难以与悬赏人之间成立债的关系,此时完成特定行为人的请求权基础也难以存续。

从单方允诺说来看,即使相对人不知道悬赏广告的存在或者对悬赏广告的具体内容并不明知的,也不影响其报酬请求权。悬赏人作为单方允诺人,其发出悬赏广告视为其为自己设定了一个支付报酬的义务,无需相对人承诺即发生法律效力拘束力。基于诚实信用原则的要求,悬赏人对于不知情的相对人,有告知真相的义务,对相对人而言,只要其完成了特定行为,法律就赋予其悬赏报酬请求的权利,行为人可以自由的选择接受或者放弃该报酬请求权。^[6]依据单方允诺说可以极大的减轻完成特定行为人的举证责任,同时也有利于降低交易成本,提高市场效率。

(三) 悬赏广告是否存在变更性和撤销性

若采用契约说,完成特定行为人享有报酬请求权的前提是完成要约和承诺,悬赏人发出悬赏广告被视为是要约,那么悬赏人可以在发出悬赏广告之后,特定行为人作出承诺之前宣告对悬赏广告的内容作出变更或者撤回,但是此时的变更和撤回要受到相应的限制,即变更后应当为不特定的多数人所周知。一方面有利于维护悬赏人的利益,另一方面涉及到对完成特定行为人利益的保护,若行为人有充足的证据证明其基于对该悬赏广告的信赖已经做了合理的准备工作,为此所付出的成本以及遭受的损失,可以请求悬赏人给予适当的补偿。若不允许悬赏人在合理时间对要约做出撤回或者变更,将会极大的损害悬赏人的利益,即使行为人完成了特定的行为,对悬赏人也不产生任何积极意义,极大的浪费了社会资源也违背了悬赏广告设置的初衷。

若采用单方允诺说,悬赏人发出悬赏广告被视为一种单方的法律行为,一经发出即发生法律效力,悬赏人受该意思表示的拘束,不能任意变更或撤回。^[7]这种观点在一定程度上有利于鼓励相对人积极作为,调动人们完成特定行为的积极性,但是在一定程度上加重了悬赏人的负担,打击悬赏人发布悬赏广告的积极性,违背了公平原则的价值理念。

四、我国悬赏广告制度完善的路径选择

(一) 明确悬赏广告的法律性质

尽管我国目前并未就悬赏广告的性质做出明确的认定,但从立法及司法实践来看,目前我国更加偏向采用契约说。^[8]契约说不仅符合我国民法私法自治的价值理念而且更加贴合我国司法实践的现状。

1. 符合民法意思自治、诚实守信的精神

意思自治作为现代民法体系中的重要原则,极大的推崇了罗马法契约自由的精神,允许民事主体在不违反法律和公序良俗的基础上遵循自己的意志为彼此之间设定权利和义务,以此来实现当事人的利益。而诚实信用原则作为民法的帝王规则,从罗马法的严守契约发展而来,要求民事主体在从事民事活动中,应当诚实守信,正当行使民事权利履行民事义务,不实施欺诈和规避法律的行为,即悬赏人与完成特定行为人之间的合同一旦成立,悬赏人应当严守契约精神,积极履行合同义务。

2. 符合我国《民法典》关于合同订立的基本要求

悬赏人发布悬赏广告的行为符合要约的构成要件,我国《民法典》第四百二十七条规定要约发生法律效力应当满足以下两个条件:一是要约的内容具体确定,就悬赏广告来说,其内容必然涵盖了悬赏的条件,悬赏的报酬等,内容具有明确性。二是标明经受要约人承诺,要约人即受该意思表示的约束,悬赏人发出悬赏广告后法律即推定悬赏人愿意接受悬赏广告中承诺的报酬给付义务。特定行为人完成悬赏广告所要求的特定行为表明其接受悬赏广告的全部条件,目的是与悬赏人订立合同,双方之间成立债权债务关系。^[9]因此笔者认为将悬赏广告解释为要约以及将完成悬赏广告所要求的特定行为解释为承诺,此种解释不仅有利于维持法律体系价值和规则的同一,更有利于进一步明确悬赏广告法律性质。

3. 有利于维护悬赏人的利益,更好的实现悬赏广告的目的

采用契约说的观点使得悬赏人享有撤回悬赏广告的权利,在实践出现不少悬赏广告并未明确完成特定行为的期限,或者在发布时存在一些错误表述,甚至悬赏广告的发布本身并没有太大价值等等情形,法律允许悬赏人在受到有关承诺前撤回该悬赏广告,赋予悬赏人一定期限的“冷静期”,这不仅体现出对悬赏人意志的尊重,同时也维护了悬赏人的利益,从而充分地发挥悬赏广告的实际价值。

(二) 明确特定身份请求权人的缔约资格

对于无民事行为能力人和限制民事行为能力人是否具有承诺悬赏广告资格的问题,若采用契约说会限缩悬赏广告的适用范围,虽然当前我国《民法典》对无民事行为能力人独立实施的民事法律行为的效力采取绝对无效说,但这种观点未充分联系实际过于僵化,不利于对无民事行为能力人利益的保护。^[10]笔者认为,在具体适用时应当结合司法实践的特殊情况,兼顾双方利益的平衡,必要时对无民事行为能力人缔约资格予以承认,不仅符合社会公众的常识也有利于保护行为人的利益,因此有必要在采取契约说的基础上对报酬请求权人的范围进行适当的扩充。

(三) 明确悬赏广告的撤回条件

对于悬赏广告中悬赏人是否享有撤回的权利,笔者认为应当具体问题具体分析,在赋予悬赏人撤回权的同时应当作出严格的限制,采取契约说过度保护悬赏人,显然不利于对完成特定行为人利益的保护,因此在适用该撤回权时应当增强该制度的弹性与灵活性,避免脱离实际生搬硬套。我国台湾地区“民法”第165条规定:“预定报酬之广告,如于完成行为前撤销时,除广告人证明行为人不能完成其行为外,对于行为人因该广告善意所受之损害,应负赔偿之责,但以不超过预定报酬额为限。”对于该条规定,笔者认为其有很大的借鉴意义,有必要在采用契约说的背景下结合具体实践参考我国台湾地区的做法,从而进一步增强悬赏人撤销权的灵活性。

尽管当下在采用契约论对悬赏广告的性质作出认定时仍然存在一些不足之处,需要立法机关不断通过立法及完善相关司法解释,对悬赏广告的性质做出更加明确的规定,但是就当前的民事立法理论的发展来看,笔者认为采用契约说更符合我国当下的司法实践,更有利于契约精神的丰富和发展,在尊重契约精神的基础上,保障当事人意思自治,推动法治社会秩序的建立。

参考文献:

- [1]参见杨立新:《债法总则研究》,中国人民学出版社2006年版,第40页。
 - [2]参见王利明主编:《中国民法典释评·合同编·通则》,北京:中国人民大学出版社,2020年,第161页
 - [3]参见杜景林、卢湛译:《德国民法典》,中国政法大学出版社2014年版,第206页。
 - [4]参见杨立新.债法总则研究[M].北京:中国人民大学出版社,2006:39.
 - [5]参见王泽鉴:《债法原理》,2版,257页,北京,北京大学出版社,2013。
 - [6]参见关保国:《悬赏广告之法律性质探析》,《法学杂志》2011年第3期。
 - [7]参见李永军:《合同法》第五版,北京:中国人民大学出版社,2020年,第29、50页
 - [8]参见李宇:《民法总则要义:规范释论与判例集注》,法律出版社2017年版,第369页。
 - [9]参见张俊浩:《民法学原理》,中国政法大学出版社2000年版,第209-210页。
 - [10]参见朱广新:《民事法律行为制度的体系性解读》,载《中外法学》2017年第3期,第603页。
- 作者简介:赵子洋,女,延安大学政法与公共管理学院本科生,主要研究法学。