

悬赏应征人报酬请求权的理论基础及适用条件

朱广新

摘要:《民法典》第499条关于悬赏广告的规定主要体现为赋予悬赏应征人一种报酬请求权。此种规范方法引发报酬请求权的理论基础是合同还是单方法律行为的争议。立足于悬赏之事的属性、悬赏作为一种特别交易方式的特色以及第499条规定本身而作实质性思考,将单方法律行为说作为悬赏应征人报酬请求权的理论基础更为可取。契约说虽然也能在理论和技术上自圆其说,但其思维方法明显有些迂回曲折。采纳单方法律行为说时,悬赏应征人报酬请求权的法律适用仅需满足三项条件,即悬赏人必须以公开方式作出悬赏意思表示、悬赏意思表示的内容必须具有确定性、悬赏应征人必须完成悬赏广告指定的特定行为。

关键词: 悬赏广告; 悬赏应征人; 要约; 单方法律行为; 报酬请求权

中图分类号: D923 **文献标识码:** A **文章编号:** 1003-0751(2023)05-0074-08

悬赏,是指出具赏格招人应征。民法将悬赏的公开发布称作悬赏广告,并将其界定为悬赏人以广告方式声明对完成一定行为的人给予报酬的行为。《民法典》整合原《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“原《合同法解释(二)》”)第3条,对悬赏广告作了简要规定(第499条)。悬赏广告制度由此实现了从司法解释规则向法典规定的华丽转身。但由于法典的规定过于简略,悬赏应征人所享报酬请求权到底是基于合同还是依据悬赏人的单独法律行为发生,不甚明了,因而争议骤起。不同的理论基础意味着悬赏应征人报酬请求权适用条件的不同构造。从法院裁判实践看,也许是因为尚未形成通说,法院援引第499条裁断悬赏广告纠纷时,一般仅作出应征人应享有或不应享有报酬请求权的论断,而没有对享有或不享有报酬请求权的理论基础及适用条件作出明确阐释。本文拟以《民法典》的规定为基础,从悬赏这种古老的交易机制的特性着眼,对其中第499条赋予悬赏应征人报酬请求权的理论基础与适用条件进行深入探讨。

一、悬赏广告制度的演化与适用

悬赏广告是一种相当古老的成文或不成文制度。《史记·吕不韦列传》记载,战国时期秦国相国吕不韦命其宾客编辑完成《吕氏春秋》后,“布咸阳市门,悬千金其上,延诸侯游士宾客有能增损一字者予千金”。在近现代民法法典化过程中,《德国民法典》《瑞士债法典》《日本民法典》等具有范式意义的法典,对悬赏广告皆作明文规定。我国于20世纪二三十年制定定的“中华民国民法”对悬赏广告曾作明确规定。从社会效用看,悬赏实质上是特定人(悬赏人)以公开奖赏方式征请他人(应征人)解决自己急办、难办或想办之事,在寻觅遗失物、寻找失踪人、发现重大犯罪线索、追缴涉案财物或证据、查获犯罪嫌疑人^①、查找可供执行的财产^②、寻求车禍目击者、征集优秀作品等方面发挥着不可替代的作用。现代民法之所以对悬赏广告作出明文规定,是为了通过赋予悬赏应征人一种赏金(报酬)请求权或向悬赏人施加一种报酬支付义务,维护应征人对

收稿日期:2023-02-10

作者简介:朱广新,中国社会科学院法学研究所研究员、博士生导师(北京 100720)。

悬赏广告的合理信赖,使悬赏作为一种特别的问题解决机制发挥积极作用。

在《民法典》施行之前,除早被废除的“中华民国民法”外,我国民法并无悬赏广告的一般规定,原《物权法》(2007—2020年)只是针对寻找遗失物的悬赏广告作出了“权利人悬赏寻找遗失物的,领取遗失物时应当按照承诺履行义务”的特别规定。不管法律是否有所规定,悬赏广告作为一种特别交易方式是客观存在的,与此相关的纠纷也难以避免。为指导地方各级人民法院裁判悬赏广告纠纷,《中华人民共和国最高人民法院公报》1995年第2期推出一则悬赏广告典型判决——“李珉诉朱晋华、李绍华悬赏广告酬金纠纷上诉案”。在该案判决中,法院根据“要约—承诺”的合同订立理论,将寻找遗失物(公文包)的悬赏广告理解为一种要约,把悬赏应征人(拾得人)送还公文包的行为看作一种承诺,依照原《民法通则》第57条所作“民事法律行为从成立时起具有法律约束力”的规定,判决悬赏人对拾得人负有广告许诺的给付报酬义务^③。2003年,《中华人民共和国最高人民法院公告》又推出一则悬赏广告典型案例——“鲁瑞庚诉东港市公安局悬赏广告纠纷案”。不同于前一则典型案例的是,法院判决并未指明悬赏广告的法律属性,只是概括地认为,“发布悬赏广告是一种民事法律行为”,“任何人按照广告公布的条件,完成了广告所指定的行为,即对广告人享有报酬请求权”,并依据原《民法通则》第106条第1款规定的“公民、法人违反合同或者不履行其他义务的,应当承担民事责任”,判定“发出悬赏广告的人,则应该按照所发布广告约定,向完成广告指定行为的人支付承诺的报酬”^④。由于要约纯粹是一种意思表示,不可以民事法律行为相称,所以在悬赏广告要么属于要约要么可看作单方法律行为的二选一思维模式下,“发布悬赏广告是一种民事法律行为”的判决意见,实质上等于间接承认悬赏广告是一种单方法律行为,而不是一种要约。这种看法可能是最高人民法院时隔多年之后再次推出悬赏广告纠纷典型判决的重要缘由。

首次对悬赏广告作出规定的规范性法律文件是“原《合同法解释(二)》”,其第3条规定:“悬赏人以公开方式声明对完成一定行为的人支付报酬,完成特定行为的人请求悬赏人支付报酬的,人民法院依法予以支持。但悬赏有合同法第五十二条规定情形的除外。”该规定以赋予完成广告指定行为的人一种报酬请求权的方式,确认悬赏广告可在悬赏人

与应征人之间产生债权债务关系。尽管该规定未言明报酬请求权的理论基础,但由其所属规范体系(合同法)及其但书规定不难看出,解释者实质上将悬赏广告视为合同订立中的要约,并将悬赏合同当作悬赏人与应征人之间因悬赏广告产生的债权债务关系的理论基础。最高人民法院2011年发布的《民事案件案由规定》,在二级案由合同纠纷之下也明确将“悬赏广告纠纷”定为三级案由^⑤。在民事审判上,最高人民法院也有判决明确把悬赏广告作为合同订立过程中的要约^⑥。地方法院的悬赏广告纠纷裁判也多采纳要约说^⑦。然而,在同一时期,仍有法院判决将悬赏广告当作单方法律行为看待^⑧。以此而言,关于悬赏应征人报酬请求权的理论基础,始终存在契约说与单方法律行为说的不同意见。

在规定悬赏广告上,《民法典》选择了仅将“原《合同法解释(二)》”第3条规定予以法典化的保守做法,未在司法解释的基础上作出创新性规定。具言之,《民法典》在合同编“合同的订立”一章以极其简要的文辞将悬赏广告规定为:“悬赏人以公开方式声明对完成特定行为的人支付报酬的,完成该行为的人可以请求其支付。”该规定以请求权基础规范的表达方式承认悬赏广告可产生债权债务关系。至于应征人所享报酬请求权的理论基础是什么,该规定本身并没有提供任何可作为解释依据的文辞。这是该规定在规范内容上显著不同于“原《合同法解释(二)》”第3条之处^⑨。毫无疑问,此种极富弹性的规范模式,为理解悬赏应征人报酬请求权的理论基础及适用条件提供了相当自由的想象空间。也就是说,无论是以要约说还是单方法律行为说诠释应征人所享报酬请求权,就第499条规定本身而言,均不存在任何文义性障碍或限制。这是《民法典》颁布后学界与实务界对悬赏应征人报酬请求权的理论基础产生严重意见分歧的主要原因。

二、悬赏应征人报酬请求权的理论基础

悬赏广告作为一种独特的群己互利合作机制,能否发挥良好功效,关键在于能否保护以及以何种方式保护应征人对悬赏广告的合理信赖。赋予应征人一种报酬请求权,或向悬赏人施加一种报酬支付义务,是实现应征人保护目的的基本要求。至于以何种法学方法实现应征人保护目的,则取决于将报酬请求权或报酬支付义务建立在何种理论基础之上。这在法学方法论上涉及如何解释悬赏人以广告

或公开方式向社会作出的悬赏声明。

在《民法典》施行之前,学界参考大陆法系国家或地区的立法、学说或判例,就悬赏广告之声明,形成契约说(实为要约说)与单方法律行为说两种观点。要约说认为,悬赏广告之声明是悬赏人向公众发出的一种要约,应征人完成广告指定的特定行为构成一种有效承诺,按声明向应征人支付赏金是悬赏人应当履行的合同义务,应征人完成特定行为而悬赏人不支付赏金的,构成违约。契约因此构成报酬请求权的理论基础。单方法律行为说则认为,悬赏广告之声明属于一种附生效条件的单方法律行为,该行为于声明作出时成立,一旦有应征人按声明要求完成特定行为即生效,悬赏人应依其声明向应征人支付赏金。两种学说的根本差别体现在,当完成特定行为的人是无民事行为能力人,或是不知存在悬赏广告的人时,两种学说依各自法律逻辑则会对他们提供不同保护,或提供不同方式的保护。

《民法典》颁布以来,学者与法官基于不同的解释视角,就悬赏应征人报酬请求权的理论基础形成契约说与单方法律行为说两种不同观点。一些人依据《民法典》第499条所处体系结构(合同编“合同的订立”一章),并结合最高人民法院将悬赏广告纠纷规定在合同纠纷的审判实践,认为悬赏广告之声明属于一种要约^⑩。有些学者则从第499条对悬赏应征人的保护目的着眼,认为悬赏广告之声明在性质上属于单方法律行为^⑪。

两种观点虽然各有其论证依据,但在学术上并不妨碍对它们作孰优孰劣的分析。本文的总体看法是,对于应征人所享报酬请求权的理论基础,应依据《民法典》第499条的规范目的予以确定,不能无视第499条规定而就悬赏广告本身作纯法学方法论上的分析判断。就第499条本身而言,其所追求的规范目的可区分为两个层次。一是明定悬赏广告可在悬赏人与悬赏应征人之间产生债权债务关系,或者承认悬赏广告是债权债务的一种发生依据。这是第499条的首要规范目的^⑫。在以客观法实现此种规范目的的基础上,第499条进一步将其具体规范意旨落脚于赋予应征人一种报酬请求权,而不是明令悬赏人应向应征人承担一种支付报酬义务。二是保护完成特定行为的应征人。该规范目的直接决定了悬赏人与应征人之间的权利义务状况。在未对应征人作出任何限制性规定的情况下,对按声明要求完成特定行为的各种应征人提供同样的保护,是第499条应当实现的规范保护目的。毕竟,悬赏人作

出悬赏广告的基本期待是,在广告所及的不特定公众中,总会有人信赖、响应悬赏广告之声明,并能够完成广告指定的特定行为。至于广告指定的特定行为最终是由什么样的人完成,在悬赏广告未作限定性要求的情况下,对悬赏目的的实现几乎无任何意义,但对保护悬赏应征人的合理信赖,维护悬赏广告制度的信用,意义重大。像悬赏寻找遗失物(如宠物狗)那样,特定物能否失而复得,才是悬赏人忧心挂念之事,悬赏人也正是为此而作出悬赏广告的。不管什么人送回了遗失物,对悬赏目的的实现都至关重要。

就悬赏之事的属性而言,悬赏人不能亲自完成它,迫切期待他人能够帮助自己尽快完成它;而是否有人愿意完成声明指定的特定行为,则具有相当大的不确定性。这是悬赏方式迥异于契约模式的特色。由此种独特的事实状况所决定,悬赏人根本无法利用像订立服务合同那样的合同模式实现悬赏目的,而只能以愿意支付高额赏金(相比于一般服务性合同的报酬)的公开声明方式,引诱、激励社会上潜在的有条件、有机会、有信息、有资格或能力的人帮助其解决急事、难事、想办而自己不能办或不方便办的事情。相比于悬赏人,悬赏应征人凭借自己在信息、知识、技术、能力等方面的优势,往往可以轻而易举地解决悬赏人的燃眉之急,或能使悬赏人遂心如愿。因此,依据悬赏之事的特性及悬赏作为一种问题解决机制的独特性,如对可能完成悬赏之事的人无限定性要求,凡对悬赏之事的完成具有某种优势的人,不论其年龄大小、有无行为能力等,均可在对悬赏之事有所认知的情况下完成悬赏广告指定的特定行为,实现悬赏人的目的。像悬赏寻觅遗失物、寻找破案线索等,知道遗失物之所在、对案情有所了解的人,即使无民事行为能力,但只要具备一定的认知能力,就完全有能力完成悬赏广告指定的特定行为。因此,除悬赏之事客观上对应征人的能力提出特别要求(如悬赏征集某种设计)外,悬赏人通常不会对悬赏之事的完成者作出任何限制,否则等于作茧自缚。

根据以上分析,笔者以为,在仅作出像第499条这样简略规定的情况下,将悬赏广告理解为一种单方法律行为,更切合悬赏之事与悬赏方式的特性,更利于实现悬赏目的,并能够使无民事行为能力人、不知存在悬赏广告而完成特定行为的人也能得到一体保护。就不知有悬赏广告而完成特定行为的人而言,因完成特定行为而可享有报酬请求权,似乎有些

意外之喜。但是,对悬赏人而言,这种情况也应看作意料之中的事,因为悬赏人的目的是期待有人能够完成广告指定的特定行为。另外,向公众发布悬赏广告时,悬赏人通常难以预料其广告能在多大范围内为公众所知,即使其知道广告的影响范围,也难以断定悬赏之事是否为广告影响范围内的所有人所知,有人不知悬赏广告而完成广告指定的特定行为也是可以预知的。对于急办、难办或自己办起来代价很高的悬赏之事,悬赏人的期待或意思更多地体现为,悬赏之事最终能够完成,至于他人是如何完成的,或以什么样的认知状况完成悬赏之事,往往无关紧要。

总之,从悬赏目的、悬赏事务的完成情况及悬赏人的期待看,完成特定行为的应征人是否具有民事行为能力、是否知道存在悬赏广告,通常不值得考虑。然而,从悬赏应征人的视角看,将不知存在悬赏广告而完成特定行为的人纳入应征人的保护范围,对悬赏广告制度发挥作用具有重要意义。悬赏应征人向悬赏人行使报酬请求权时,既不必担心也无须证明自己是否知道存在悬赏广告,仅提供完成特定行为的事实证据即可。另外,这种保护方式也可能起到激励社会公众积极参与社会生活并尽力为他人提供适当帮助的社会效应。

如果将悬赏广告看作向不特定人发出的要约,因承诺作为一种同意要约的意思表示,不仅需要承诺人具备相应的民事行为能力,而且要求承诺人应当知道存在要约,所以完成特定行为的人若无民事行为能力或不知存在悬赏广告,则会因其完成特定行为的行为不构成承诺而不能享有报酬请求权^⑬。持要约说者认为,无民事行为能力人或限制民事行为能力人完成广告指定的特定行为时,可由法定代理人代为承诺或经法定代理人事先同意或事后追认^⑭。对于此种见解,王泽鉴先生曾提出如下批评意见:“无行为能力人完成广告指定行为时,认为可由其法定代理人代为承诺,‘然‘完成指定行为’与‘承诺’之人主体不同,理论终嫌未洽,纵属可行,亦不免辗转曲折”^⑮。日本法学家我妻荣阐释《日本民法典》有关悬赏广告的规定时认为:“把悬赏广告看作契约,不免过于追求技巧,难脱企图将所有的法律关系用契约理论来说明之嫌。从一般的社会观念来看,毋宁单独行为说更加简单明了。”^⑯依悬赏之事的特性及悬赏广告作为一种独特的互利合作式问题解决机制的特色看,上述两种批评意见皆中肯之言。

持要约说者还提出这样一种依据:《民法典》合同编对于未经一方同意而赋予其债权或缩减其债务的加利行为,如第 522 条第 2 款(真正利他合同)、第 552 条(债务加入)及第 575 条(债务免除),为尊重获利方之自治地位,都相应地赋予获利方一种拒绝权;而第 499 条并未规定悬赏应征人的拒绝权。在此体系安排下,不宜认为悬赏法律行为的成立以悬赏人一方意思表示为已足,而应结合《民法典》第 118 条第 2 款,使悬赏回归合同之债的基本设定^⑰。此种观点看似很有道理,但忽视了悬赏广告与各种加利行为之间的一个本质性区别:悬赏应征人所得之赏金(获利),必须以其事实上完成广告指定的特定行为作为条件,特定行为之完成与赏金之支付构成有偿交易。应征人的获利不是对他人恩赐的被动接受,而是源于自主的自愿付出。如果不愿意获得赏金,应征人本可决定不应征悬赏,即使应征了悬赏,也可事后放弃赏金请求权。然而,第 522、552、575 条规定的加利行为,皆源于他人的决定或恩赐,获利人仅能被动接受,不能参与恩赐之决定,为尊重获利人的自治地位,非常有必要赋予其一种拒绝接受恩赐的权利。

究其实质,坚持要约说者一般持有有一个更具普遍性的民法观念与认识:依法律行为产生的债权债务关系,或者当事人之间自愿发生的债之关系,如无明确的例外规定,应采用契约模式;既然第 499 条未明确按照单独法律行为的表达方式规定悬赏广告,那么以契约观念为基础确定悬赏应征人报酬请求权的理论基础,应是首要选择。这实则属于一种更为宏大的形式化思维方法。虽然契约是建构、分析交易行为的一般观念或模式,但其并不是一种可适用于一切交易行为的绝对观念或模式。从近现代民法发展状况看,即使在契约观念最为鼎盛的时期,单方法律行为作为产生债之关系的依据,在立法学说上仍然占据一定地位^⑱。以德国民法为例,《德国民法典》第 311 条第 1 款明确将合同规定为以法律成立债务关系及变更债务关系内容的一般基础,并在第二编(债务关系法)的“各种债务关系”一章的居间合同与委托、事务处理合同和付款服务之间规定了悬赏广告,但通说则将悬赏广告看作一种单方法律行为^⑲,或将悬赏广告看作契约主义之例外的教科书式范例^⑳。以此而言,确定悬赏应征人报酬请求权的理论基础时,立足于悬赏作为一种独特的互利合作机制的特性及法律关于悬赏广告的规定本身进行实质性思考,远胜于从法律体系着眼进行宏大形

式性思考。如王泽鉴先生所言：“关于悬赏广告，采取单独行为说，裨助交易安全，符合当事人利益及公平正义原则，在契约主义之下，容许其存在，实属至当，无足为虞也。”^{②1}

另外，第499条所处体系地位——《民法典》合同编第二章（合同的订立）——也是持要约说者通常提及的一个重要理据。该理据的说服力，同样值得质疑。理由在于：第一，我国民法一向信奉实用主义思想，对法律的规范体系偏重于从大处着手，不太注重细节。如果认为悬赏广告属于要约，依法条之间的意义脉络或体系关联看，关于悬赏广告的规定应当紧随《民法典》第472、473条关于要约、要约邀请的规定，而不是将其悬置于“合同的订立”一章的末尾。如果认为其之所以被规定在“合同的订立”一章的末尾，是因为以悬赏广告订立合同是“要约—承诺”订约规则之外的另一种独特的合同订立方式，那么就意味着，必须对悬赏应征人的“承诺”作出不同于一般承诺的特别理解。此种思维方法不可避免地会将问题之解决导向一种更为复杂的境地。换个角度看，将悬赏广告规定在“合同的订立”一章之尾的体系安排，实际上为将悬赏广告理解为一种单方法律行为提供了充足的想象空间^{②2}。第二，从比较法上看，《瑞士债法典》第8条关于悬赏广告的规定虽然被置于合同订立的体系脉络中，且其条文构造也如同我国《民法典》第499条那样简略，但瑞士主流学说则认为悬赏广告在性质上是单方法律行为^{②3}。再如前文所言，将悬赏广告规定在典型合同之中的德国民法，同样将悬赏广告看作一种典型的单方法律行为。

总而言之，根据悬赏之事的属性、悬赏作为一种特别交易机制的独特性以及《民法典》第499条规定的规范意旨，将悬赏应征人所享报酬请求权的理论基础确定为一种单方法律行为，更为可取。契约说虽然也能在法学方法论上提供一套将法律保护扩大至无民事行为能力人、不知存在悬赏广告而完成特定行为的人的方法，但其法律思维及方法因存在诸多拟制成分而有将简单问题复杂化处理之嫌。

三、悬赏应征人报酬请求权的适用条件

将悬赏广告定性为一种单方法律行为时，悬赏应征人报酬请求权的适用条件在构造上立足于单方法律行为而对悬赏广告之成立、生效进行法律思维即可。

单方法律行为是指仅需一方当事人之意思表示即可成立的法律行为。《民法典》第134条第1款所作“民事法律行为……也可以基于单方的意思表示成立”的规定，是对单方法律行为的明文认可。为了尊重各方当事人的意思自治，民事法律关系的设立、变更、终止原则上应采取同意主义模式（合同模式），即使像一方将自己的财产无偿给予另一方的赠予，为了尊重受赠人的意思，近现代各国合同法也大多采取了合同模式而不是单方法律行为模式。基于单方法律行为发生的民事法律关系变动，被看作同意主义模式的例外。由《民法典》的规定看，单方法律行为作为一种法律事实，所引发的民事法律关系变动主要涉及既有民事法律关系的变更或终止，并且单方法律行为一般须以行使形成权的方式作出，如解除合同的单方法律行为，必须以行使解除权的方式作出。这表明，即使单方法律行为只产生变更、终止民事法律关系的后果，其适用状况也受到严格限制。对单方法律行为在民事法律关系设立或产生上的作用，《民法典》同样持严格限制态度。例如，对于第三人单方以书面形式向债权人作出保证，《民法典》第685条第2款以应采取合同模式的明文规定^{②4}，拒绝了单方法律行为（单方允诺）可以产生债之关系的民事法律关系发生模式。之所以对仅使相对人享有权利或利益的单方法律行为也采取如此严格的限制，原因在于，以单方法律行为使他人对表意人享有某种权利或利益时，一方面存在需要尊重他人的意思自治的必要性，另一方面则需要考虑到单方法律行为可能给表意人及相对人带来的某种风险^{②5}。

但是，悬赏广告作为一种产生债权债务关系的单方法律行为，具有一定的特殊性。简言之，依债权债务关系的构造方法看，悬赏应征人的报酬请求权的产生，必须以应征人完成广告指定的特定行为作为前提条件。只有完成广告指定的特定行为，以报酬支付为标的的金钱之债才能在悬赏人与应征人之间生效。因此，悬赏广告属于一种附停止或生效条件的单方法律行为（意思表示）。此种债权债务关系构造方法的现实效果是，悬赏广告不是像通常的单方法律行为那样只是使表意人向意思表示受领人负担一种债务，或使意思表示受领人对表意人享有一种债权，而是使悬赏应征人也应为其权利的享有付出完成广告指定的特定行为的代价。这种代价事实上构成应征人享有报酬请求权的对价，只不过该对价没有以义务而是以条件予以表现而已。因此，

悬赏广告的法律效果实质上在当事人之间表现了一种互利共赢的交换关系,而不是表现为一种使应征人纯粹获益而使悬赏人纯粹受损的零和博弈状况。这是悬赏广告可以被例外地当作一种具有民事法律关系发生效果的单方法律行为的实质理由。

为避免悬赏使得悬赏人陷入不测危险,并保证应征人的交易安全,应征人报酬请求权的产生应满足以下构成条件。

1. 悬赏人须以公开方式作出悬赏意思表示

所谓公开方式,是指向不特定人的社会公众告知或表达悬赏意思的方式。由于这种方式会产生广告而告之的社会效果,所以一般被称作广告方式。《民法典》将悬赏意思表示表达为“以公开方式声明”。按汉语语义,公开表示或说明,为声明之固有意义。用“以公开方式”修饰“声明”,似乎显得多余,以“广告”修饰“声明”则比较合理,因为广告只是公开表示或说明的方式。根据悬赏的特性,可以认为“以公开方式”旨在强调“声明”相比于一般意思表示的公开性。公开方式的根本意义是,悬赏意思必须向不特定人的社会公众作出,而不能只向某个特定的受领人作出。向特定人作出的“悬赏”,实质上属于一种有偿服务要约。公开方式主要借助于像广播、报纸、期刊、电视、互联网、微信(群)之类的大众媒介,一些情形下可能表现为在社区、街头巷尾张贴小广告^②。

需要注意的是,以公开方式作出的悬赏意思表示不同于《民法典》第139条规定的以公告方式作出的意思表示。以公告方式作出的意思表示主要适用于意思表示有明确的受领人但因某种原因(如当事人地址改变、下落不明等)无法向受领人作出意思表示(通知)的情形^③。以公开方式作出意思表示旨在强调,意思表示应向不特定的社会公众作出,悬赏意思表示是否由人受领及会由何人受领,皆无确定性。它属于《民法典》第138条规定的无相对人的意思表示,即无须受领的意思表示。悬赏广告虽然属于一种无相对人的意思表示,但在被定性为一种附生效条件或附停止条件的法律行为时,悬赏意思表示在悬赏人作出悬赏声明时只产生法律行为成立的效果,只有在悬赏应征人完成特定行为时才能生效。因此,悬赏意思表示的生效时间,只能适用《民法典》第138条的但书规定。

2. 悬赏意思表示的内容必须具有确定性

无论从避免悬赏人陷入轻率而为的危险看,还是从诱使他人对悬赏发生合理信赖看,悬赏意思表

示在内容上不能模糊不清、含糊其词,必须具体确定。具言之,悬赏广告必须对以下两项内容作出明确表示。

一是期待他人完成的特定行为。悬赏广告应当对悬赏人期待他人完成的特定行为作出明确的描述或说明。如果悬赏之事涉及具体的人、动物、物品、作品等时,则需要对所涉人、动物、物品、作品等作出可以达到可识别效果的说明或描述。如果悬赏之事纯粹为一种行为,则应对完成该行为的标准作出规定。如此要求一方面可使他人能够确定地知道完成特定行为所应满足的基本条件,进而能够衡量或判断自己能否完成或如何完成特定行为,并最终决定应对悬赏广告产生信赖;另一方面能够使悬赏人、应征人可以客观判断作为他们之间债权债务关系之生效条件的特定行为是否成就^④。

二是诱使他人实施特定行为的报酬,应当数额确定或数额可以确定。由社会实践看,他人按广告要求完成特定行为而使悬赏人如愿以偿的动机或目的复杂多样,有人可能是出于一种助人为乐、解人之难的道德情操,根本不在乎报酬之多寡;有人可能纯粹基于一种有偿交易的利益衡量观念,经过成本与收益的盘算后作出完成特定行为的决定;有人可能兼具以上两种观念而完成特定行为。作为一种法律规范,悬赏广告制度主要是为了应对由后两种情况引发的法律纠纷,因为当应征人对报酬持满不在乎的态度时,当事人之间通常不会因悬赏之事发生纠纷。对于需要应征人付出一定代价才能完成的特定行为,明确的报酬数额往往是应征人是否相信悬赏广告并付出信赖投入的决定因素。因此,悬赏人不宜以“定有重谢”或“赏金从优”之类含混不清的语词表达报酬。例如,《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22条第1款规定,悬赏公告应当载明悬赏金的数额或计算方法、领取条件等内容;《公安机关办理刑事案件程序规定》第279条第2款规定:“悬赏通告应当写明悬赏对象的基本情况和赏金的具体数额。”当悬赏人模糊地表达报酬,而仍有人完成广告指定的特定行为,且当事人双方对报酬数额的多寡发生争议时,为保护应征人对悬赏广告的合理信赖,可以根据诚信原则^⑤、习惯或惯例,并结合悬赏之事的重要性、完成特定行为的难易程度等因素确定赏金的数额。同时,考虑到悬赏作为一种特别交易方式的独特性,应征人所获报酬一般应高于通常情形下以合同方式完成类似行为的报酬。

3. 悬赏应征人须完成悬赏广告指定的特定行为

上述两项条件属于悬赏意思表示(悬赏广告)的成立要件,悬赏报酬请求权的产生还需要满足悬赏广告的生效条件——完成广告指定的特定行为。如前所言,悬赏广告是一种附生效条件或停止条件的单方法律行为。悬赏意思表示的作出仅产生悬赏法律行为成立的效果,悬赏报酬请求权应自应征人完成广告指定的特定行为时(悬赏法律行为生效时)产生。这种附生效条件的法律行为生效模式,客观上会使决定完成特定行为的人承担一种即使付出一定代价但最终可能不能完成特定行为的风险。如果特定行为是可以完成的,判断应征人是否完成特定行为时,应根据悬赏广告对特定行为的描述或说明进行客观判断,不能以悬赏人作出悬赏的目的或动机进行判断。应征人完成的行为是否符合广告的描述、说明或指定,应由请求报酬的应征人负举证责任。

满足上述三项条件时,悬赏广告生效,悬赏应征人由此获得一种请求悬赏人支付报酬的权利,反言之,悬赏人负有一种向应征人支付报酬的义务。如果悬赏广告确定了支付报酬的期间,悬赏人应当在该期间内向应征人支付报酬。悬赏广告对支付报酬的时间未予明定的,悬赏人应当在应征人完成特定行为后无合理迟延地及时支付报酬。因完成特定行为是悬赏广告的生效条件,而不是应征人向悬赏人负担的一种义务,所以应征人只能在完成广告指定的特定行为后,才可以请求悬赏人支付报酬,其不能按照合同法上的同时履行抗辩权制度,要求悬赏人在悬赏广告的生效条件成就之同时履行支付报酬的义务。悬赏人则可以在行为人未完成广告指定的特定行为时,拒绝支付悬赏报酬。拒绝向悬赏人提供完成特定行为的成果,意味着悬赏广告因生效条件未成就而不发生支付报酬的权利或义务。数人先后分别完成广告指定的特定行为时,由最先完成特定行为的人取得报酬请求权;数人共同或同时分别完成特定行为时,由行为人共同取得报酬请求权^⑩。

结 语

以悬赏解决自己急办、难办、想办但不能办或不便办之事,是一种相当古老的问题解决机制或特别交易方式,至今仍发挥着重要的社会功效。赋予悬赏应征人报酬请求权是这种机制或方式发挥作用的关键。如何阐释报酬请求权的理论基础,在法学方

法论上形成契约说与单方法律行为说之争。“原《合同法解释(二)》”第3条以“但悬赏有合同法第五十二条规定情形的除外”的但书规定,将契约说确定为报酬请求权的理论基础。《民法典》第499条整合“原《合同法解释(二)》”第3条时,摈弃了其但书规定,使得关于悬赏广告的规定主要体现为赋予悬赏应征人一种报酬请求权。这种简略规定再次引发报酬请求权的理论基础是合同还是单方法律行为的争议。如立足于悬赏之事的属性、悬赏作为一种特别交易方式的特色以及第499条规定本身而作实质性思考,将单方法律行为说作为悬赏应征人报酬请求权的理论基础更为可取。契约说虽然也能够法理论、法技术上自圆其说,但其思维方法因存在诸多拟制或虚构成分而有将简单问题复杂化处理之嫌。在坚持单方法律行为说的情况下,报酬请求权的法律适用仅需要满足三项条件:悬赏人必须以公开方式作出悬赏意思表示,悬赏意思表示的内容必须具有确定性,悬赏应征人必须完成悬赏广告指定的特定行为。

注释

①参见《公安机关办理刑事案件程序规定》(2020年修正)第279—281条。②《最高人民法院关于民事执行中财产调查若干问题的规定》(2020年修正)第21条规定,被执行人不履行生效法律文书确定的义务,申请执行人可以向人民法院书面申请发布悬赏公告查找可供执行的财产。③参见“李珉诉朱晋华、李绍华悬赏广告酬金纠纷上诉案”,《中华人民共和国最高人民法院公告》1995年第2期,第68页。④参见“鲁瑞庚诉东港市公安局悬赏广告纠纷案”,《中华人民共和国最高人民法院公报》2003年第1期,第30页。⑤《民法典》颁布之后修改的《民事案件案由规定》(2020)仍将悬赏广告规定为合同纠纷的案由之一。⑥参见“蒋舟敏悬赏广告纠纷申请再审案”,最高人民法院(2016)最高法民申1036号民事裁定书。⑦参见安徽省宣城市中级人民法院(2020)皖18民终307号民事判决书;四川省广安市中级人民法院(2020)川16民终1745号民事判决书;吉林省长春市中级人民法院(2020)吉01民终503号民事判决书;浙江省杭州互联网法院(2019)浙0192民初9896号民事判决书;广西壮族自治区贵港市中级人民法院(2017)桂08民终180号民事判决书。⑧参见河南省郑州市中级人民法院(2009)郑民三初字第421号民事判决书;海南省三亚市中级人民法院(2019)琼02民终663号民事判决书。⑨“原《合同法解释(二)》”第3条第二句的但书规定实际上指明了悬赏广告的法律属性。⑩参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;徐涤宇、张家勇主编:《〈中华人民共和国民法典〉评注》(精要版),中国人民大学出版社2022年版,第538页;姚明斌:《〈民法典〉第499条(悬赏广告)评注》,《南京大学学报》(哲学·人文科学·社会科学)2021年第2期,第60页;汤敏:《〈民法典〉第499条悬赏广告要约定性的合理性——基于意思自治原则的观念更新》,《学海》2021年第5期,第

168 页。^①参见梁慧星:《合同通则讲义》,人民法院出版社 2021 年版,第 114—115 页;杨立新:《悬赏广告的单方允诺之债属性之辨》,《扬州大学学报》(人文社会科学版)2021 年第 2 期,第 50 页;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。^②立法机关负责民法典起草工作的人员在诠释《民法典》第 499 条时认为:“合同编参考境外立法例,在吸收司法实践经验的基础上,对悬赏广告制度的基本规则作了规定,为规范悬赏广告行为、处理悬赏广告纠纷提供了基本依据,并为悬赏广告制度的丰富和发展奠定了民事基本上的基础。”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 89—90 页。^③关于契约说的疑点和缺陷,参见陈自强:《民法讲义 I:契约之成立与生效》,法律出版社 2002 年版,第 118—119 页。^④参见姚明斌:《〈民法典〉第 499 条(悬赏广告)评注》,《南京大学学报》(哲学·人文科学·社会科学)2021 年第 2 期,第 66 页。^{⑤⑥}王泽鉴:《悬赏广告法律性质之再检讨》,《民法学说与判例研究》,中国政法大学出版社 1998 年版,第 63—64、64—65 页。^⑦[日]我妻荣:《债权各论》(上卷),徐慧译,中国法制出版社 2008 年版,第 68—69 页。^⑧参见姚明斌:《〈民法典〉第 499 条(悬赏广告)评注》,《南京大学学报》(哲学·人文科学·社会科学)2021 年第 2 期,第 60 页。^⑨参见徐涤宇、黄美玲:《单方允诺的效力根据》,《中国社会科学》2013 年第 4 期,第 152—153 页。^⑩参见[德]迪特尔·梅迪库斯:《德国债法分论》,杜景林、卢湛译,法律出版社 2007 年版,第 373 页;[德]迪尔克·罗歇尔德斯:《德国债法总论》(第 7 版),沈小军、张金海译,中国人民大学出版社 2014 年版,第 39 页。^⑪Sir Basil Markesinis, Hannes Unberath and Angus Johnston. *The German Law of Contract: A Compara-*

tive Treatise, 2nd Edition, Hart Publishing, 2006 年,第 68 页。^⑫立法机关负责民法典起草工作的人员编著的民法典释义书,虽然只字未提悬赏广告的法律属性,但由对应征人所享报酬请求权的构成条件的分析看,他们实际上认为悬赏广告在性质上是一种单方民事法律行为。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 89—90 页。^⑬参见王泽鉴:《债法原理》,法律出版社 2009 年版,第 199 页。^⑭该款规定:“第三人单方书面形式向债权人作出保证,债权人接受且未提出异议的,保证合同成立。”^⑮单方允诺对债务人的危险性在于,其有可能是在没有完全把握其行为的全部意义的情况下轻率地作出承诺。另外,可能的债权人往往会遇到很多困难,其很难证明(允诺人对其作出的)某项真正的义务承诺的存在。参见[法]弗朗索瓦·泰雷等:《法国债法:契约篇》(上),罗洁珍译,中国法制出版社 2018 年版,第 105 页。^⑯《公安机关办理刑事案件程序规定》第 280 条规定:“通缉令、悬赏通告应当广泛张贴,并可以通过广播、电视、报刊、计算机网络等方式发布。”《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 22 条第 2 款规定:“悬赏公告应当在全国法院执行悬赏公告平台、法院微博或微信等媒体平台发布,也可以在执行法院公告栏或被执行人住所地、经常居住地等处张贴。申请执行人申请在其他媒体平台发布,并自愿承担发布费用的,人民法院应当准许。”^⑰参见黄薇主编:《中华人民共和国民法典总则编释义》,法律出版社 2020 年版,第 367 页。^⑱普通的悬赏广告,必须具备能够界定该行为完成与否的标准。参见[日]我妻荣:《债法各论》(上卷),徐慧译,中国法制出版社 2008 年版,第 69 页。^⑲参见海南省三亚市中级人民法院(2019)琼 02 民终 663 号民事判决书。^⑳参见我国台湾地区“民法”第 164 条。

The Theoretical Basis and Applicable Conditions of the Reward Applicants' Compensation Claim

Zhu Guangxin

Abstract: The provisions of Article 499 of the *Civil Code* regarding reward advertisements are mainly reflected in granting reward applicants a right to claim compensation. This normative approach gives rise to disputes as to whether a right to claim compensation is based on contract or unilateral legal act. Based on the nature of the offer of a reward, the characteristics of the offer as a special transaction method, and the provisions of Article 499 itself, it is more advisable to consider the theory of unilateral legal act as the theoretical basis for the reward applicants' compensation claim. Although the theory of contract can also be theoretically and technically justified, its thinking method is clearly somewhat convoluted. When adopting the doctrine of unilateral legal act, the legal application of the reward applicant's right to claim compensation only needs to meet three conditions, that is, the reward applicant must express the reward intention in a public way, the contents of the reward intention must be certain, and the reward applicant must complete the specific conduct specified in the reward advertisement.

Key words: reward advertisement; reward applicants; offer; unilateral legal act; right to claim compensation

责任编辑:一鸣