

# 论侵权责任并合

杨立新\*

摘要:我国侵权责任法在增加规定多种形态的多数人侵权责任之外,还规定了较多的连带责任、不真正连带责任等相互重合的样态。这是侵权法领域不常见的问题,可称为侵权责任并合。这是更多的侵权人对同一损害承担同一种或者不同种侵权责任并相互重合的责任形态。侵权责任并合主要适用于产品、服务致害消费者或者他人的营销参与者实施的侵权行为。立法者增加侵权责任并合的规定,目的在于更好地保障被侵权人损害赔偿请求权的实现,制裁实施违法行为的营销参与者,阻吓和警示他人预防侵权行为。侵权责任并合发生后,应当依照相应的规则在原有的和新增加的侵权人之间进行责任分担。

关键词:多数人侵权 侵权责任并合 营销参与者 责任分担规则

DOI:10.16390/j.cnki.issn1672-0393.2017.02.011

《中华人民共和国侵权责任法》(以下简称《侵权责任法》)及其特别法不仅规定了多数人侵权行为的多种责任形态,而且规定了较多的连带责任、不真正连带责任相互之间并合的侵权责任形态,呈现出丰富多彩的样态。多数人侵权行为及责任的理论对此现象应当如何解释,针对何种主体实施的侵权行为适用,怎样确定责任分担规则,学术界尚未进行深入讨论,在理论上尚属空白,在司法实践中亦无定论。本文结合上述问题进行探讨。

## 一、侵权责任并合的提出

### (一)概念界定

对我国侵权责任法立法不断加强连带责任和不真正连带责任的扩大适用,形成多数人侵权责任相互并合的情形,侵权责任法理论尚未展开探讨。我想用“侵权责任并合”概念来概括这种立法现象,并依此构建理论支撑,丰富多数人侵权行为及责任的理论体系。

侵权责任并合,是指在多数人侵权行为中,法律原本规定了一种侵权责任形态,又增加规定了新的侵权人承担同一种侵权责任形态或者其他侵权责任形态,构成更多的侵权人对同一损害承担同一种或者不同种侵权责任,并相互重合的责任形态。例如,《侵权责任法》第43条规定产品生产者和销售者对缺陷产品造成的损害承担不真正连带责任,《中华人民共和国消费者权益保护法》(以下简称《消费者权益保护法》)第45条规定广告主、广告经营者、广告发布者以及广告代言人对同一损害承担连带责任,就是在法律规定的不承担不真正连带责任的基础上又增加规定了其他侵权人对同一损害承担连带责任,构成多数人侵权的不真正连带责任与连带责任的并合。

### (二)基本特征

1. 原侵权人和新侵权人的行为造成的是同一个损害。侵权责任并合的本质特征,仍然是多数人侵权行为发生的侵权责任形态。构成侵权责任并合,必须是多数人侵权行为,即侵权人为多数。至于侵权行为的形态,应当是共同侵权行为、竞合侵权行为或者分别侵权行为。不过也有一种情形,即虽然不构成多数

\* 中国人民大学民商事法律科学研究中心研究员、中国人民大学法学院教授、博士生导师  
基金项目:司法部国家法治与法学理论研究课题(14SFB20025)

人侵权行为但是法律规定应当承担连带责任的,也视为共同侵权行为。

侵权责任并合既然须符合多数人侵权行为的要求,因而不论是原来的侵权人,还是新加入的侵权人,其行为造成的损害都是同一个损害,而不是新造成的损害。新加入的侵权人的行为,与原侵权人的行为结合在一起,共同造成了同一个损害结果,每一个行为人的行为都对同一个损害的发生有原因力。例如,生产者和销售者制造、销售缺陷食品造成消费者损害,其行为当然与损害的发生具有原因力,但该食品的认证机构出具虚假认证结论的行为,对损害的发生也具有原因力,依照《中华人民共和国食品安全法》(以下简称《食品安全法》)第139条第2款的规定,应当与食品生产经营者承担连带责任,就在原来的不真正连带责任的基础上又要求实施虚假认证行为对损害的发生也具有原因力的行为人加入该责任范围,承担连带责任。

2. 法律原本规定了一种多数人侵权责任形态。在侵权责任并合中,法律原本就规定了一种多数人侵权责任形态。如果法律原本规定的侵权行为就不是多数人侵权行为,也不承担连带责任、按份责任或者不真正连带责任,而是单独责任,即使法律又规定了新的侵权人加入原来的侵权人所要承担的责任范围之内,那么也并非侵权责任并合,而是根据新的法律规定,发生了多数人侵权行为及责任。

3. 法律又规定新增加的侵权人加入到多数人侵权责任之中。构成侵权责任并合,须法律在规定了多数人侵权责任之后,又规定新的侵权人加入多数人侵权行为的行为人之中,成为多数人侵权责任的责任人,使该种多数人侵权的责任人数额增加,或者与其他责任形态发生并合。前者如规定新的侵权人加入原来规定的连带责任、按份责任或者不真正连带责任之中,成为连带责任人、按份责任人或者不真正连带责任人;后者如规定新的侵权人承担的责任与原来的责任形态不同,构成责任形态的并合,成为与原来规定的责任形态不同的新的责任形态的责任人,如原来规定的是不真正连带责任,增加新的侵权人承担的是连带责任。

4. 原本规定的侵权责任形态与新增加的侵权人承担的责任形态相重合。构成侵权责任并合,还须原来规定的侵权责任形态与新增加的侵权人承担的责任形态相重合,并合在一起成为一个侵权行为要承担的相同的多数人侵权责任形态,或者不同的多数人侵权责任形态。例如,《消费者权益保护法》第44条第2款规定网络交易平台提供者承担的连带责任,原本是缺陷商品销售者和生产者应当承担的不真正连带责任,网络交易平台提供者加入其中后,构成了不真正连带责任与连带责任的并合,等于是网络交易平台提供者加入到生产者与销售者承担的不真正连带责任之中,又与原来的不真正连带责任形态不同,要承担连带责任。这种侵权责任并合的情形要比同种类的侵权责任并合的情形更为复杂。

### (三)与相关概念的区别

1. 侵权责任并合与侵权责任竞合。民事责任竞合,是指因某种法律事实的出现而导致两种或两种以上的民事责任产生,各项民事责任相互发生冲突或者不冲突的民法现象。现代法律都作抽象规定,并且从各种不同角度对社会生活现象进行规范,所以经常发生同一个事实符合几个法律规范的要件,致使这几个法律规范竞合。<sup>①</sup> 民事责任竞合主要是指冲突性竞合,须选择其中一个请求权行使,请求责任人承担一种民事责任。侵权责任竞合是民事责任竞合的一种,规则相同。

侵权责任并合与侵权责任竞合不同。虽然都是不同法律的规定竞合在一起,但是侵权责任并合并不发生请求权竞合的后果,而是扩大就同一损害事实承担责任的主体范围,让更多的责任人参加到这一个多数人侵权责任之中,让更多的人对受害人的同一个损害承担责任,使受害人的索赔权利更加有保障,更容易得到实现。因此,侵权责任并合并不存在冲突性和非冲突性的区别,都是应当承担的责任。责任竞合研究的是法律规定的责任发生重合后权利人怎样行使请求权,而侵权责任并合则是增加对同一损害承担责任的人数以及怎样分担责任。

2. 侵权责任并合与侵权责任聚合。责任聚合,是指同一法律事实基于法律的规定以及损害后果的多

<sup>①</sup> 参见王泽鉴:《民法学说与判例研究》(第1册),中国政法大学出版社1998年版,第371页。

样性,而应当使责任人承担多种法律责任的形态。<sup>①</sup> 侵权责任聚合分为两种:一般的侵权责任聚合,是指侵权人实施的一个行为造成他人损害,依照法律产生多项侵权请求权,行为人应当承担多项侵权责任的情形,如侵害名誉权要承担精神损害赔偿责任,同时又要承担赔礼道歉、恢复名誉等民事责任。特殊的侵权责任聚合,是指侵权人实施的一个行为造成他人损害,依照法律不仅产生侵权请求权,而且产生其他民事请求权,侵权人应当承担不同的民事责任的情形,即在类似于产品责任中,行为人承担了固有利益的损害赔偿赔偿责任,同时还要承担违约责任等不同的责任。侵权责任并合既不同于一般的侵权责任聚合,也不同于特殊的侵权责任聚合。侵权责任并合既不是一个侵权行为发生几个不同责任方式的请求权,承担几个不同的责任方式,也不是造成了几个不同的损害,分别由侵权责任和违约责任救济,而是数个不同的侵权人实施的加害行为,造成受害人的同一个损害,在法律原来规定要承担多数人侵权责任的基础上又增加侵权人共同承担对同一个损害进行赔偿的责任形态,以增加受害人获得救济请求权实现的保障。

3. 侵权责任并合与债务加入。侵权责任并合与债法上的债务加入有相似之处,都是在原有的债务人范围内又增加新的债务人,与原债务人共同承担同一个债务。<sup>②</sup> 不过,债务加入是新债务人为原债务人承担债务,当新加入的债务人不能履行债务或者履行债务不符合债的本质要求时,原债务人还应当承担债务履行责任。侵权责任并合并不是仅有新的债务人加入,为原债务人承担债务,而是既有新的债务人加入债务人(侵权人)之中,又要与原债务人(侵权人)共同承担债务(侵权责任),同时法律还要规定新加入的债务人应当承担何种责任形态,而不是仅仅为原债务人承担债务而已。不仅如此,由于我国侵权责任法单独制定,已经脱离债法,因此,侵权责任并合与债务人加入的区别更加明显。

#### (四) 侵权责任并合的类型

1. 同质并合。同质并合,即同种类责任形态的侵权责任并合,是指原来的多数人侵权责任形态与后来增加的侵权人承担的责任形态属于同一性质,是相同的侵权责任形态的并合。例如,原数个侵权人承担的是连带责任,法律又增加了新的侵权人承担连带责任。《最高人民法院关于审理道路交通事故损害赔偿案件适用法律若干问题的解释》第6条规定:“拼装车、已达到报废标准的机动车或者依法禁止行驶的其他机动车被多次转让,并发生交通事故造成损害,当事人请求由所有的转让人和受让人承担连带责任的,人民法院应予支持。”《侵权责任法》第51条规定的这种侵权行为的连带责任主体只有转让人和受让人,该司法解释将责任主体范围扩大,多次转让的再转让人和再受让人等也都加入这个连带责任的责任主体范围,共同承担连带责任,使连带责任人的范围扩大,构成侵权责任的同质并合。

2. 同质异形并合。同质异形并合,是相同的基本侵权责任形态中不同责任形态的并合,侵权人承担的虽然是连带责任或者不真正连带责任,但是并合的是非典型的连带责任、典型的不真正连带责任形态,如附条件的不真正连带责任、先付责任或者补充责任。<sup>③</sup> 例如,《消费者权益保护法》第44条第1款规定的是网络交易平台提供者承担的附条件不真正连带责任,与《侵权责任法》第43条规定的生产者、销售者承担的典型的不真正连带责任之间发生并合,属于侵权责任的同质异形并合。

3. 异质并合。异质并合,即非同种类责任形态的侵权责任并合,是指原来的多数人侵权责任形态与后增加的侵权人承担的责任形态不属于同一性质,是不同的多数人侵权责任形态的并合。具体表现为典型形态的连带责任、不真正连带责任与按份责任之间的并合。在目前法律规定的侵权责任并合中,多数是异质并合。例如,《消费者权益保护法》第44条第2款规定的网络交易平台提供者承担的连带责任,加入到《侵权责任法》第43条规定的产品生产者与销售者承担的不真正连带责任之中,形成不真正连带责任与连带责任的并合,为异质并合;加入到《食品安全法》第131条规定的食品经营者和食品生产者的不真正连带责任之中,形成连带责任与不真正连带责任的异质并合。

<sup>①</sup> 参见王利明:《侵权行为法研究》(上卷),中国人民大学出版社2004年版,第654页。

<sup>②</sup> 参见史尚宽:《债法总论》,中国政法大学出版社2000年版,第750页。

<sup>③</sup> 由于按份责任并没有典型与非典型之分,因此不存在这种责任并合形态。

## 二、我国法上侵权责任并合的具体表现

我国侵权法立法的发展有一个重要的动向,就是在不断增加多数人侵权责任形态的同时不断扩大连带责任和不真正连带责任的适用范围,形成侵权责任相互并合的情形。

不断增加多数人侵权责任形态的表现是,在多数人侵权行为应当承担的连带责任和不真正连带责任中,增加了很多特殊表现形式。关于连带责任的特殊表现形式,在《侵权责任法》第13条和第14条规定的典型连带责任基础上,规定了单向连带责任(《侵权责任法》第9条第2款、第49条)<sup>①</sup>和部分连带责任(《侵权责任法》第36条第2款规定的就扩大的部分承担连带责任,《最高人民法院关于审理环境侵权责任纠纷案件适用法律若干问题的解释》第3条规定的半叠加分别侵权行为与部分连带责任<sup>②</sup>)。关于不真正连带责任的特殊表现形式,尽管《侵权责任法》没有像该法第13条和第14条规定连带责任规则那样明文规定不真正连带责任的基本规则,却在第43条、第68条和第83条等都规定了典型不真正连带责任,规则比较明确。在上述规定的基础上,《侵权责任法》第44条、第85条和第86条第1款还规定了先付责任,第34条第2款、第36条第2款和第40条规定了补充责任,以及《消费者权益保护法》第43条和第44条、《食品安全法》第131条规定了附条件的不真正连带责任。这些责任形态都是典型的不真正连带责任的特殊表现形式,构成我国复杂的多数人侵权责任形态体系,标志着我国侵权责任立法和理论的发达程度。

不断扩大连带责任与不真正连带责任适用范围的表现形式更为复杂。最早出现连带责任与不真正连带责任并合的是原《消费者权益保护法》第38条(修订后的第43条)的规定,表现为:在传统交易平台(展销会或者租赁柜台)销售商品致害消费者的,根据《民法通则》第122条的规定,在展销会结束或者租赁柜台期满后,展销会的举办者、柜台出租者承担不真正连带责任,从而形成不真正连带责任的并合。此外,根据原《食品安全法》第55条的规定,在食品的生产者和销售者依照产品责任规则承担不真正连带责任的基础上,社会团体或者其他组织、个人与食品生产经营者承担连带责任,形成连带责任与不真正连带责任的并合。

2013年修订《消费者权益保护法》,新增加的第44条规定网络交易平台销售的商品致害消费者,销售者应当承担赔偿责任,网络交易平台提供者承担约定的或者法定的不真正连带责任;网络交易平台提供者知道或者应当知道销售者利用网络交易平台侵害消费者合法权益,不采取必要措施,造成消费者损害的,与销售者承担连带责任。缺陷商品致害,本属于产品责任,依照《侵权责任法》第43条的规定,由生产者、销售者承担不真正连带责任。《消费者权益保护法》第44条规定销售者承担赔偿责任,实际上仍然要适用《侵权责任法》第43条的规定,即销售者与生产者承担不真正连带责任。再加入网络交易平台提供者承担不真正连带责任或连带责任,就构成不真正连带责任与不真正连带责任的并合,以及不真正连带责任与连带责任的并合。

随着2015年《中华人民共和国广告法》(以下简称《广告法》)和《食品安全法》的修订,大量出现连带责任与不真正连带责任及其相互之间的并合情形。

新修订的《广告法》第56条规定了4种责任并合的情形:(1)虚假广告欺骗、误导消费者,造成消费者的损害,必然是虚假广告所宣传的商品所致,产品有缺陷,本来就由生产者、销售者承担不真正连带责任,再加上广告主承担民事责任,加入到生产者、销售者的责任之中,与之共同承担责任,形成多数人侵权责任的并合。(2)广告经营者、广告发布者不能提供广告主的真实名称、地址和有效联系方式的,承担先行赔偿的责任,而先行赔偿责任就是不真正连带责任的中间责任,因而,广告经营者和广告发布者又加入了生产者、销售者(包括广告主)的责任主体范围之中,构成侵权责任并合。(3)关系消费者生命健康的商品或者

<sup>①</sup> 参见杨立新:《教唆人、帮助人责任与监护人责任》,《法学论坛》2012年第3期。

<sup>②</sup> 参见杨立新:《环境侵权司法解释对分别侵权行为规则的创造性发挥——〈最高人民法院关于审理环境侵权责任纠纷案件适用法律若干问题的解释〉第3条解读》,《法律适用》2015年第10期。

服务的虚假广告,其商品造成消费者损害的,构成产品责任,生产者、销售者必然承担不真正连带责任,加上广告主的责任,再加上广告经营者、广告发布者、广告代言人应当与广告主承担连带责任,又构成更加复杂的多数人侵权责任的并合。(4)其他商品或者服务的虚假广告,造成消费者损害的,除了生产者、销售者之外,广告主要承担责任,其广告经营者、广告发布者、广告代言人,明知或者应知广告虚假仍设计、制作、代理、发布或者作推荐、证明的,又应当与广告主承担连带责任,构成更加复杂的侵权责任并合。

新修订的《食品安全法》增加了7种侵权责任并合的情形:(1)第122条规定,明知食品经营者未取得食品生产经营许可从事食品生产经营活动,或者未取得食品添加剂生产许可而从事食品添加剂生产活动,仍为其提供生产经营场所或者其他条件,使消费者的合法权益受到损害的,应当与食品、食品添加剂生产经营者承担连带责任。(2)第123条规定,明知食品经营者用非食品原料生产食品、在食品中添加食品添加剂以外的化学物质和其他可能危害人体健康的物质,或者用回收食品作为原料生产食品,或者经营上述食品;生产经营营养成分不符合食品安全标准的专供婴幼儿和其他特定人群的主辅食品;经营病死、毒死或者死因不明的禽、畜、兽、水产动物肉类,或者生产经营其制品;经营未按规定进行检疫或者检疫不合格的肉类,或者生产经营未经检验或者检验不合格的肉类制品;生产经营国家为防病等特殊需要明令禁止生产经营的食品;生产经营添加药品的食品等违法行为,仍为其提供生产经营场所或者其他条件,使消费者的合法权益受到损害的,应当与该食品生产经营者承担连带责任。(3)第130条规定,集中交易市场的开办者、柜台出租者、展销会的举办者允许未依法取得许可的食品经营者进入市场销售食品,或者未履行检查、报告等义务,使消费者的合法权益受到损害的,应当与食品经营者承担连带责任。(4)第131条规定,网络食品交易第三方平台提供者未对入网食品经营者进行实名登记、审查许可证,或者未履行报告、停止提供网络交易平台服务等义务,使消费者的合法权益受到损害的,应当与食品经营者承担连带责任。(5)第138条第3款规定,食品检验机构出具虚假检验报告,使消费者的合法权益受到损害的,应当与食品生产经营者承担连带责任。(6)第139条第2款规定,认证机构出具虚假认证结论,使消费者的合法权益受到损害的,应当与食品生产经营者承担连带责任。(7)第140条第2款和第3款规定,广告经营者、发布者设计、制作、发布虚假食品广告,使消费者的合法权益受到损害的,应当与食品生产经营者承担连带责任;社会团体或者其他组织、个人在虚假广告或者其他虚假宣传中向消费者推荐食品,使消费者的合法权益受到损害的,应当与食品生产经营者承担连带责任。<sup>①</sup>

从以上情况可以看出:(1)侵权责任并合主要发生在涉及消费者权益保护领域,特别是对食品消费者的保护;(2)侵权责任并合的适用范围主要是产品责任,也包括服务致害责任领域;(3)发生侵权责任并合的责任形态,主要是连带责任与不真正连带责任之间,表现为不真正连带责任与连带责任并合、不真正连带责任与不真正连带责任其他特殊形态并合、以及连带责任与连带责任的并合,其他责任形态发生侵权责任并合的情形尚不多见。

侵权责任法增加多数人侵权责任的多种不同形态,是侵权责任法的多数人侵权行为与责任的形态多样性问题,类似于美国《侵权法重述第三版:责任分担》的规则及其阐释。对于侵权责任法增加多数人侵权责任并合,从上述立法情形进行观察,并不仅仅是在两部法律出现。随着侵权责任法在更多的社会生活领域中被广泛应用,特别是为了维护人的生命、健康,立法者会更多地采用连带责任、不真正连带责任的形式,保护消费者的权益,因而会出现越来越多的侵权责任并合的规定。这样就给侵权责任法理论和司法实践提出一个重大问题,即解释侵权责任并合的概念及其适用范围,确定侵权责任并合的责任分担规则。

### 三、侵权责任并合对营销参与者的适用

从上述法律规定的情形观察,法律规定侵权责任并合制度的适用范围,主要针对的是产品责任、服务责任,只有司法解释规定了报废车、拼装车交易的侵权责任并合。抛开机动车交易问题,其他主要适用侵

<sup>①</sup> 最高人民法院的有关司法解释也规定了部分侵权责任并合的情形,对此本文不作具体讨论,仅在有关论述中提到这些规定。

侵权责任并合的情形集中在3个方面:(1)规定侵权责任并合的法律都是调整交易的法律,如《消费者权益保护法》、《食品安全法》和《广告法》;(2)规定适用侵权责任并合的都是涉及交易中的产品责任和服务致害责任;(3)适用侵权责任并合的主体都是与产品和服务的营销有关的经营者的。概括起来,侵权责任并合主要发生在产品责任、服务责任领域,承担侵权责任并合的主体可以概括为营销参与者。

#### (一)营销参与者的概念界定及类型

营销参与者概念由美国侵权法学家戴维·G. 欧文提出并使用。他认为,营销参与者主要包含两类:第一类,零售商、非生产性销售者、原材料及零部件供应者、母公司、表见生产者、代理商、继受公司等。这些在产品分销链条上起重要作用的非生产性的产品供应者,是营销参与者的关键主体。第二类,以次要方式促成社会中产品的买卖和分销的主体,包括产品认证者和保证人、安全检验者、贸易协会以及其他偶然性的市场参与者。<sup>①</sup> 无论是欧文教授还是美国《侵权法重述第三版:产品责任》都未提到柜台出租者这一主体。

我国也有学者使用营销参与者的概念,并根据产品分销链条和产品营销链条两个平行的市场链条,提出产品分销参与者的责任和营销参与者的责任两个类型。<sup>②</sup>

上述学者都没有对营销参与者下一个抽象的定义,只是指出其具体类型。我们完全可以在我国侵权法特别是产品责任法中使用营销参与者的概念,并据此解释侵权责任并合的主体。

我国法律规定的侵权责任并合的主体,主要是柜台出租者、展销会举办者,网络交易平台提供者,广告经营者、发布者、广告代言人,为没有许可证而生产食品的生产者提供生产经营场所或者其他条件的经营者,为用非食品原料等物质制造食品的经营者提供生产经营场所或者其他条件的经营者,食品检验机构,认证机构,等等。根据我国的实际情况,营销参与者是指在商品和服务的交易领域中,为商品的生产、销售以及服务提供营销支持,促成商品、服务经营者与消费者达成交易的经营者和非经营者。其特征是:(1)多数营销参与者是交易领域的经营者,而不是非经营者,其目的与商品或服务的经营者相同,都具有营利目的,但是也包括为保障交易安全的非经营者,如食品检验机构、认证机构等;(2)营销参与者服务支持的交易活动包括商品生产、销售以及服务的营销,而不只是商品生产和销售;(3)营销参与者并不直接参加交易,而仅仅是对商品和服务的交易提供营销支持,促成交易进行,因而不是直接的商品、服务的经营者,是为商品、服务交易提供服务的经营者。

我国的营销参与者可以分为3种类型:(1)为商品、服务进行广告宣传支持的营销参与者,如广告经营者、发布者、广告代言人;(2)为商品生产、销售和提供服务而提供支持的营销参与者,如为没有许可证而生产食品的生产者提供生产经营场所或者其他条件的经营者,为用非食品原料等物质制造食品的经营者提供生产经营场所或者其他条件的经营者,柜台出租者、展销会举办者,网络交易平台提供者;(3)为商品、服务提供检验、认证服务支持的营销参与者,如食品检验机构和认证机构。

对于营销参与者适用侵权责任并合,在比较法上也有迹可循。在美国,尽管《侵权法重述第三版:产品责任》并未提出“营销参与者”的概念,却用“seller”一词将从事产品销售或者分销者经营活动的主体都纳入此范畴,包括非生产性的销售者和分销者。依据该法第20节评注e的规定,“代理商、销售代表(非独家)、拍卖商、未参与被许可人产品的设计、制造以及销售的许可权人,都不承担严格责任”。<sup>③</sup> 这些主体如仅仅为“产品设置安全标准的非营利性机构,可能在《侵权法重述》第二版第324A节下负过失之责任”。<sup>④</sup> 营销参与者正是如此,其在交易中对商品交易或者服务交易提供营销服务,因其过失而违反对消费者即第三人的注意义务,造成消费者以及他人的损害。这正是营销参与者承担侵权责任的法理基础。而欧文教

<sup>①</sup> See David G. Owen, *Products Liability Law*, Thomson West, 2008, pp. 1000-1050.

<sup>②</sup> 参见王竹:《论我国侵权法上的缺陷产品营销参与者责任——兼评最高人民法院〈食品药品纠纷司法解释〉相关规定》,载中国人民大学法学院《人大法律评论》编辑委员会组编:《人大法律评论》(2014年第1期),法律出版社2014年版,第214页。

<sup>③</sup> 美国法律研究院:《侵权法重述第三版:产品责任》,肖永平等译,法律出版社2006年版,第418页。

<sup>④</sup> 参见美国法律研究院:《侵权法重述第二版:条文部分》,许传玺等译,法律出版社2012年版,第133-134页。

授提到的第一种营销参与者情况比较复杂,零售商、非生产性销售者、原材料及零部件供应者经常承担严格责任,只在极少数情况下不承担严格责任;其他主体在被排除实质性地参与产品设计、生产或销售时,不承担严格责任。无论是哪种营销参与者通常都不承担连带责任,美国侵权法中也没有不真正连带责任的概念。这与我国侵权法及其特别法对营销参与者与其他主体的责任分担规定存在区别。

### (二)对营销参与者适用侵权责任并合的条件

法律规定营销参与者承担侵权责任并合的法律后果,除了应当具备营销参与者的身份之外,还应当具备以下要件:

1. 损害要件。营销参与者承担责任的受害主体须为造成损害的经营者和营销参与者以外的第三人,通常是消费者,也包括受到损害的他人。损害的表现主要是人身伤害,且法律特别保护的是人身安全,造成死亡、伤害后果的均属之。

2. 行为要件。营销参与者实施何种行为才应当对其提供服务的经营者承担并合的侵权责任,通常是由法律规定的具体行为。例如,为没有许可证而生产食品的生产者提供生产经营场所或者其他条件的经营者,为用非食品原料等物质制造食品的经营者提供生产经营场所或者其他条件的经营者,未提供销售者、服务者的真实名称、地址、有效联系方式的广告经常者,等等。这些行为概括起来就是为商品或者服务交易提供服务支持的行为,该行为须具有违法性。

3. 因果关系要件。营销参与者对营销提供服务支持的行为,与消费者以及他人受到的人身损害之间须有因果关系。这种因果关系并非都具有直接的原因力,而是其行为对损害的发生具有一定的原因参与度。例如,对于造成消费者等人身伤害的风险,因营销参与者未履行合理注意义务而得到增强;或者营销参与者已经开始实施对经营者提供服务支持的行为,并且知道其应当对消费者等第三人所负有的义务;或者消费者等人身伤害之所以发生,是因为经营者以及消费者及他人对营销参与者所提供服务的依赖。在这些行为与损害之间,有的是直接原因,有的是间接原因。在这些情况下,营销参与者对营销活动提供服务的支持行为与消费者等的人身损害之间就具有因果关系。

4. 主观要件。营销参与者承担并合的侵权责任,对主观要件的要求有所不同,有的规定为有过失,有的规定为无过失。这与美国侵权法对提供服务而对第三人承担责任的要求,<sup>①</sup>以及对营销参与者的要求不同。例如,美国侵权法规定产品认证者和保证人为虚假陈述负责,但被告通常不为违反担保或侵权之严格责任负责,因为认证者并不出售产品,也不控制产品安全,<sup>②</sup>因而只有过失才承担责任。《广告法》第56条第2款规定的是无过错责任,而该条第1款后段关于“广告经营者、广告发布者不能提供广告主的真实名称、地址和有效联系方式的,消费者可以要求广告经营者、广告发布者先行赔偿”的规定,就是过错责任。《食品安全法》规定的侵权责任并合,由于涉及消费者生命健康问题,因此通常要求营销参与者承担无过错责任;除此之外的情形,适用过错责任原则。

符合上述侵权责任构成要件的要求,构成侵权责任并合,营销参与者就应当与直接侵权行为人一起依照法律规定承担并合的侵权责任。

### (三)对营销参与者适用侵权责任并合的目的

对于我国大量出现的侵权责任并合制度,立法者究竟寄托何种立法目的,尚无人进行探讨和说明,立法说明中只简单提到“建立最严格的各方法律责任制度”、“突出民事赔偿责任”、“对食品安全违法行为加重法律责任,并采取多种法律手段予以严惩”。<sup>③</sup>我认为,这一制度是通过以下调整功能实现其立法目的。

1. 更好地保障被侵权人的损害赔偿请求权。检讨我国立法增加侵权责任并合制度的场合,主要集中在食品、药品交易,网络交易平台为销售商品提供服务,主要涉及生命健康安全的虚假广告。这表明,我国

<sup>①</sup> 依照美国《侵权法重述第二版》第324A条的规定,提供服务而对第三人造成损害负责的基础,是其有过失。

<sup>②</sup> 参见[美]戴维·G. 欧文:《产品责任法》,董春华译,中国政法大学出版社2012年版,第323页。

<sup>③</sup> 参见《全国人民代表大会法律委员会关于〈中华人民共和国食品安全法(修订草案)〉修改情况的汇报》,载信春鹰主编:《中华人民共和国食品安全法释义》,法律出版社2015年版,第440—448页。

几十年来,诚信交易秩序受到严重破坏,经营者诚信观念淡薄,市场秩序混乱,有关生命、健康的食品、药品销售和服务等形势越来越严峻,人民群众的生命健康安全受到严重威胁,甚至造成严重损害。为了更好地保护上述领域中的被侵权人,保障其损害赔偿请求权能够及时、完全地得到实现,立法者采取更多的连带责任、不真正连带责任的方式,使受害人行使索赔请求权的责任主体增加,有更多的选择。无论是连带责任还是不真正连带责任,其责任人都对损害承担全部赔偿的中间责任,增加一个责任人,受害人的权利就多了一个责任主体,就增加了一份保障。因此,侵权责任并合制度就是通过这种功能,实现保障被侵权人损害赔偿的请求权,增加全部实现的可能性。

2. 对与损害发生有关联的侵权人予以侵权责任制裁。侵权责任并合的另一个法律调整目的,就是用连带责任或者不真正连带责任制裁与损害发生有原因力的其他行为人。无论是连带责任还是不真正连带责任,救济的损害其实都是同一个,不论增加多少人作为责任人,损害赔偿数额也不会增加,不会因为连带责任人和不真正连带责任人的增加而使受害人得到超出其实际损害的赔偿金。但是,增加对同一个损害承担责任的负责人,承担连带责任或者不真正连带责任,在形式上都实行连带,每一个人都要对全部损害承担中间性的连带责任,因而都有可能对受害人的损害承担全部责任。因此,侵权责任并合对新增加的侵权责任人具有足够的侵权责任制裁力度。

3. 发挥阻吓作用警示营销参与者防范侵权行为发生。阻吓功能也称教育功能,是侵权责任法的主要功能之一,<sup>①</sup>也是侵权责任并合制度的法律调整目的。在多数人侵权行为中,规定连带责任或者不真正连带责任的本意,就具有阻吓相关人员的作用,将更多的与造成损害的营销参与者划入连带责任人或者不真正连带责任人的范围之内,不仅对相关行为人起到必要的制裁作用,同时对于营销参与者都具有强烈的阻吓、警示作用。在《食品安全法》制定之初,因为规定了广告代言人的责任,就引起了文体明星的高度警惕,认为增加了法律的压力。可见,侵权责任并合制度即使不必实际适用,也具有足够的阻吓、警示作用,对于完善我国的市场管理秩序、建设诚信道德和遵守诚信规则、保护消费者的合法权益,都具有重要意义。

#### (四)对营销参与者适用侵权责任并合能否实现立法目的

在我国,大量出现侵权责任并合法律现象,说明立法者正是要利用这一制度的上述法律调整功能来规范市场,制裁在交易行为中尤其是在食品、药品以及网络交易过程中日益增多的侵害消费者合法权益的违法行为。

改革开放以来,随着市场经济的不断发展,不正当的利益关系侵入交易领域,市场交易形成假货泛滥、欺诈盛行的严峻形势,人民群众的生命健康安全无法得到保障,甚至受到严重侵害。1993年以来,《消费者权益保护法》等法律明确侵权、违约责任,制裁非法经营,保护消费者的合法权益,虽然已经取得部分社会效果,但是严重侵害消费者生命健康的食品、药品以及网络交易中提供商品和服务危害消费者合法权益的行为仍然屡禁不止,甚至愈发猖獗,并未得到有效控制:含有“苏丹红”、“塑化剂”等有毒有害的食品、药品仍在泛滥,营销参与者参与制假售假,欺诈性虚假广告盛行,有关的检验、认证机构出具虚假检验报告、认证报告的行为,比比皆是。面对这样的严峻形势,立法机关在最近10年中制定和修订一系列相关法律,采取的一个重要措施就是增加侵权责任并合制度,借以实现侵权责任法的保护权益、制裁违法和警示社会的功能。目前,立法机关在立法中增加侵权责任并合制度的适用范围,已经形成一个体系。

立法者对侵权责任并合制度似乎寄托更多的期待,希望通过这样的立法,增强和建设诚信道德观念和诚信秩序,维护市场交易规则,保护消费者的权益,发挥重要作用,并且对营销参与者有足够的阻吓作用,警示其自觉守法。从消极的方面观察,这种作法也反映出政府在救济缺陷食品、药品和服务致害消费者方面,更愿意将责任推给营销参与者,而自己不愿意承担更多的救助责任。这种无限增加侵权责任并合制度的适用,让更多的人加入连带责任或者不真正连带责任的责任主体之中的做法,是否能够实现立法者的愿望,对受害人的保护究竟能够起到多大作用,究竟能给受害人带来多少好处,尚不得而知。美国侵权法的

<sup>①</sup> 《中华人民共和国侵权责任法》第1条规定的“预防侵权行为”,实际上就具有阻吓和警示作用。



责任分担规则比较先进、科学,他们的学者很难理解我国这种侵权责任并合的立法现象。美国产品责任法对营销参与者不适用连带责任,甚至在美国法律数据库中也没有查到直接探讨营销参与者与生产者、销售者之间承担连带责任或者不真正连带责任的判例或者论文。可以推断,美国法院通常不会让营销参与者与生产者、销售者承担连带责任,而是依据相关工具厘清他们的责任和过错。这与美国几十年来对连带责任的限制和对比较过错的适用不无关联。

#### 四、侵权责任并合的责任分担规则

在现行立法中,侵权责任并合主要表现为连带责任与连带责任并合、不真正连带责任与不真正连带责任并合,以及连带责任与不真正连带责任并合。上文列举的16种责任并合形式中,连带责任与连带责任的同质并合只有一种,占6.3%;不真正连带责任与不真正连带责任的同质异形并合有4种,占25%;连带责任与不真正连带责任的并合则有11种,占68.7%。其他形式的责任并合尚不多见。在研究上述责任并合的具体责任分担规则时,对其他尚未规定的责任并合形态的责任分担规则也一并进行探讨。

##### (一)侵权责任同质并合的责任分担规则

1. 典型连带责任与典型连带责任并合。典型连带责任与典型连带责任并合,相当于构成一个增大的连带责任,新责任人与原责任人都是连带责任人,如《侵权责任法》第51条规定的多次转让的再转让人和再受让人作为新增加的连带责任人原来的两个连带责任人造成的同一个损害负责。连带责任与连带责任并合之所以构成一个大的连带责任,是因为无论有多少个连带责任人,其行为造成的都是同一个损害,各个连带责任人也要对此承担连带责任,因此仍是一个连带责任,每一个行为人都是这个连带责任的责任人,对该损害连带承担赔偿责任。

同样,在上述诸多连带责任人中,都要依照《侵权责任法》第13条和第14条规定的连带责任规则承担连带责任。(1)每个连带责任人应当对全部损害承担赔偿责任,对于受害人对其提出的承担全部赔偿责任的请求不得拒绝,为中间责任;(2)每一个连带责任人应当承担自己的最终责任份额,按照每一个责任人的过错程度和行为原因力,确定应当承担的责任份额;(3)每个连带责任人承担的中间责任超出自己的最终责任份额的,有权向没有承担最终责任的连带责任人追偿,实现最终责任的分担。

一个连带责任的责任人越多,受害人的赔偿请求权就越有保障。无论法律对一个具体的损害规定了多少连带责任人,只要是连带责任,就是一个连带责任。同时,对于一个具体的连带责任,连带责任人越多,每个连带责任人的最终责任份额就越少。因为每个连带责任人都在损害的范围内承担最终责任份额。

2. 典型不真正连带责任与典型不真正连带责任并合。典型的不真正连带责任相互发生并合,相当于一个不真正连带责任的责任人范围的扩大,有更多的不真正连带责任人加入对同一个损害承担的不真正连带责任的责任主体范围,因而对受害人的损害赔偿请求权给予更高的保障。这时,原来的和新增加的不真正连带责任人也都对同一个损害事实承担不真正连带责任。更多的责任人加入同一个不真正连带责任的责任主体范围,对责任性质不发生影响,仍然是不真正连带责任,每个人对同一损害都负有全部赔偿责任的中间责任是不变的;无论在几个不同的不真正连带责任人中,终将有一个人是承担全部赔偿责任的最终责任人。因此,每一个承担了中间责任的人,只要自己不是最终责任人,就有权向最终责任人进行追偿且为全额追偿。

新增加的不真正连带责任人的身份:(1)通常是中间责任人,应当同其他不真正连带责任人一样,承担中间责任,即对损害全部承担赔偿责任。(2)至于是否最终责任人,应当依据其行为在损害中具有何种原因力而定。由于承担不真正连带责任的多数人侵权行为的性质是竞合侵权行为,因此在承担不真正连带责任的竞合侵权行为人中,事实上只有一个人的行为具有全部的直接原因力,为100%,其他的都是间接原因力。因此,在新旧不真正连带责任人中,只有那个行为具有100%的直接原因力的人才是最终责任人,应当承担最终责任,其他人只是承担中间责任。一般来说,最终责任人是存在于原来规定的不真正连带责任人之中,新增加的不真正连带责任人很少是最终责任人。

3. 按份责任与按份责任并合的规则。在多数人侵权行为与责任中,典型的分别侵权行为承担的按份责任<sup>①</sup>一般不会发生并合。如果法律规定有人加入分别侵权行为人之中,或者在司法实践中发现有新的分别侵权行为人,有可能发生按份责任的同质并合。按份责任的同质并合仅仅是多了按份责任的新份额,相应调整按份责任人的责任份额即可,没有更多的讨论价值。

#### (二) 侵权责任同质异形并合的责任分担规则

1. 典型的不真正连带责任与附条件不真正连带责任并合。典型的不真正连带责任与附条件不真正连带责任发生并合,最典型的是《消费者权益保护法》第44条第1款后段、《食品安全法》第131条第2款与《侵权责任法》第43条竞合的情形。这时,应当怎样确定责任分担规则,特别值得研究。由于附条件不真正连带责任的成立条件是所附条件成就,因此在附条件不真正连带责任所附条件尚未成就之前,不发生不真正连带责任,更不发生与典型不真正连带责任并合的问题。例如,网络交易平台销售商品造成消费者损害,如果没有先行赔付的事先承诺,也没有不能提供真实名称、地址和有效联系方式的条件,那么就不存在附条件不真正连带责任,因此不发生责任并合问题。只有在附条件不真正连带责任所附条件成就时,才发生不真正连带责任与附条件不真正连带责任的并合。当附条件不真正连带责任所附条件成就时,发生的就是不真正连带责任的后果;如果此时法律还规定此种情形仍有他人与此附条件不真正连带责任的责任人承担不真正连带责任,那么就发生实际上的不真正连带责任相互之间的并合,因而责任分担规则就与不真正连带责任并合的规则是完全一样的,为同质并合,即不真正连带责任人的范围扩大,责任性质仍然属于不真正连带责任,按照不真正连带责任的规则分担责任。

2. 典型不真正连带责任与先付责任并合。典型不真正连带责任与先付责任并合的情况时有发生,如《侵权责任法》第43条与第44条的规定就会发生并合。不过,由于法律对这种并合已经有了明确的责任分担规则,即该法第44条,因此优先适用第44条规则,即优先适用先付责任规则,由不真正连带责任人先承担全部赔偿责任,之后再向后顺位的责任人进行追偿。

3. 典型的不真正连带责任与补充责任并合。典型的不真正连带责任与补充责任并合,虽然都是不同的不真正连带责任,但是由于补充责任的承担具有先后顺位的区别,因此会发生责任分担规则的改变。

由于典型的不真正连带责任与补充责任并合后,首先发生并合的是不真正连带责任人人与补充责任人的先顺位责任人的责任并合,后顺位责任人的责任并不与不真正连带责任人的责任发生并合,因此,(1)受害人应当选择请求不真正连带责任人人和补充责任的先顺位责任人承担全部责任,选择哪一个责任人,该责任人都应当对全部损害承担赔偿责任,或者请求其全部责任人承担责任;(2)不真正连带责任人或者先顺位责任人承担了中间责任的,有权向最终责任人进行追偿,通常先顺位责任人是最终责任人;(3)所有的不真正连带责任人以及补充责任的先顺位责任人不能承担全部赔偿责任的,受害人再向后顺位责任人请求承担相应的补充责任,由其在与自己的过错程度和行为原因力相对应的范围内承担补充责任。之所以这样考虑不真正连带责任与补充责任并合时的责任分担规则,是因为:(1)在补充责任中,先顺位责任人承担的责任性质是最终责任,因此,应当是他与不真正连带责任发生并合,而不是与后顺位责任人承担的补充责任相并合。(2)在补充责任中,后顺位责任人承担的责任是间接行为(通常是不作为行为)作为原因发生的,本来就具有非最终责任的性质,只是立法者考虑其具有过失,才让其承担相应的补充责任,且不得追偿。(3)补充责任的性质具有补充性,因此确定由补充责任的后顺位责任人仍然承担补充性的责任,在不真正连带责任人人和补充责任先顺位责任人都不能承担或者不能全部承担赔偿责任时,方可请求补充责任的后顺位责任人承担相应的补充责任。

4. 附条件不真正连带责任与先付责任并合。附条件不真正连带责任也会与先付责任发生并合。例如,《消费者权益保护法》第44条第1款规定的附条件不真正连带责任可能会与《侵权责任法》第44条规定的先付责任发生并合。消费者通过网络交易平台购买商品受到损害,销售者是第一位责任主体,在符合

<sup>①</sup> 这是《中华人民共和国侵权责任法》第12条规定的情形。

约定条件或者法定条件时,方可请求网络交易平台提供者承担不真正连带责任。此时,(1)销售者与生产者同为不真正连带责任人;(2)如果仓储者或者运输者等第三人对于产品缺陷的发生具有过错,那么该第三人也是责任主体,但却是顺位在后的责任人,而不是第一顺位责任人;(3)网络交易平台提供者如果构成不真正连带责任人,那么也参与到该赔偿法律关系中,发生附条件不真正连带责任与先付责任的并合。在此时,究竟应当怎样进行责任分配,法律没有作明确的规定。

我的看法是,发生这种情形应当考虑的是:(1)先付责任是立法者保障受害人赔偿请求权的措施,避免受到损害的消费者为证明第三人过错而承担过重的诉讼负担;(2)网络交易平台提供者有先行赔付承诺而构成附约定条件的不真正连带责任,因而更加有利于对受到损害的消费者的保护,有更为优先的地位;(3)网络交易平台提供者承担附法定条件的不真正连带责任的立法思路,是要保护网络交易平台提供者,避免其承担过重的赔偿责任。在这样的立法背景下,应当采取的责任分担规则是:(1)凡是具备附约定条件不真正连带责任的,如网络交易平台提供者承诺先行赔付,该责任优先,受害人可以优先选择其承担赔偿责任;(2)网络交易中的销售者与生产者均为不真正连带责任人,应当承担不真正连带责任的中间责任;(3)附法定条件的不真正连带责任构成后,该责任人应当与其他不真正连带责任人一并承担不真正连带责任,先承担中间责任;(4)所有的不真正连带责任人之一或者全部承担中间责任之后,对第三人享有追偿权,可请求其承担因赔偿受害人的损失而造成的损失;(5)如果全部不真正连带责任人都不能承担赔偿责任,因而无法对第三人进行追偿,受害人无法获得赔偿时,那么受害人可以依照《侵权责任法》第6条第1款的规定,向人民法院起诉请求第三人承担赔偿责任。<sup>①</sup>

5. 典型的连带责任与单向连带责任并合。当典型的连带责任与单向连带责任(混合责任)并合时,发生并合的只是承担连带责任的责任人,与承担按份责任的责任人的责任不发生并合,但承担了超出自己的最终责任份额的责任人,对没有承担自己相应责任的按份责任人享有追偿权。对于部分连带责任,只在应当承担连带责任的部分发生并合,并不与非连带责任部分发生连带责任的并合问题。

### (三)侵权责任异质并合的责任分担规则

1. 典型连带责任与典型不真正连带责任并合。连带责任与不真正连带责任之间容易发生并合,且发生并合之后会对责任分担产生较大的影响。例如,依照《消费者权益保护法》第44条第2款和《食品安全法》第131条第1款的规定,除了法律规定的销售者和网络交易平台提供者之间要承担连带责任之外,还要加入造成损害的缺陷产品的生产者作为责任主体,因而形成典型连带责任与典型不真正连带责任并合。

发生连带责任与不真正连带责任并合的原因,是法律规定某些行为主体应当承担连带责任,与这些连带责任人相关,又有人参与该法律关系,法律规定应当承担不真正连带责任,或者相反,因而责任主体的数量增加,两种责任形态发生并合,每一个责任人都应当承担连带责任,但责任形态不同。如前所述,在消费者通过网络交易平台购买商品造成损害,网络交易平台提供者知道或者应当知道销售者利用该平台侵害消费者权益没有及时采取必要措施的,销售者与网络交易平台提供者依照《消费者权益保护法》第44条第2款的规定,应当承担连带责任;同时,《侵权责任法》第41—43条也规定了产品责任的生产者与销售者应当承担不真正连带责任。这样,就以销售者为中介,将应当承担不真正连带责任的生产者与应当承担连带责任的网络交易平台提供者连接起来。在三个责任主体之间,生产者应当承担不真正连带责任,网络交易平台提供者应当承担连带责任,而销售者既应当与生产者承担不真正连带责任,又应当与网络交易平台提供者承担连带责任,因而使问题复杂起来。

连带责任与不真正连带责任的相同点是在形式上,即在中间责任上是一致的,即无论是连带责任还是不真正连带责任,在形式上或者在中间责任上,都是连带的。连带责任与不真正连带责任发生并合,受害人可以向任何一个连带责任人或不真正连带责任人主张承担全部赔偿责任,而无需考虑其究竟应当承担

<sup>①</sup> 最后这种情形,我称之为“索赔僵局”。破解的方法就是直接适用《中华人民共和国侵权责任法》第6条第1款的规定,依照一般侵权行为的规则起诉有过错的第三人承担赔偿责任,保护受害人的权利。

何种形式的最终责任。因此,这种责任并合形式更有利于保障受害人的赔偿请求权的实现。

连带责任与不真正连带责任的不同点在于最终责任承担上的区别,即连带责任实质性的最终责任是要分配给全体连带责任人的,而不真正连带责任的实质性最终责任是归属于应当承担最终责任的那个责任人,该责任人承担全部赔偿责任。因此,在受害人对数个责任人行使了全部赔偿责任的请求权之后,追偿关系即实现最终责任的关系变得十分复杂:(1)如果承担中间责任的责任主体是连带责任的最终责任人,那么在其承担超过其最终责任的份额之后,有权向其他应当承担最终责任的责任人进行追偿;(2)如果承担最终责任的责任主体是不真正连带责任的最终责任人的,那么在其承担最终责任之后,不得向任何责任主体追偿;(3)如果承担最终责任的责任主体是不真正连带责任的中间责任人的,那么在其承担中间责任之后,可以向其他最终责任人包括连带责任的最终责任人和不真正连带责任的最终责任人进行追偿。

在确定连带责任与不真正连带责任并合的责任分担时,关键要看法律规定的是何人与何人承担连带责任,何人与何人承担不真正连带责任。如果与最终责任人承担连带责任,那么最终责任就是连带责任,按照连带责任规则分担责任;如果与中间责任人承担连带责任,那么在其承担连带责任后,可以向最终责任人进行全额追偿。

在前例中,《消费者权益保护法》第44条第2款规定的连带责任与《侵权责任法》第43条规定的不真正连带责任发生并合,生产者与网络交易平台提供者之间的责任并不并合,并合的是销售者,既要与网络交易平台提供者承担连带责任,又要与生产者承担不真正连带责任。对于受害人而言,对3个责任主体可以直接请求其中之一承担全部责任。在追偿关系上的规则是:(1)网络交易平台提供者承担了连带责任的,如果销售者是最终责任人,那么除了自己应当承担的最终责任份额之外的中间责任,可以向销售者追偿;如果生产者是缺陷产品的制造者,那么承担了中间责任之后可以向生产者进行全额追偿。(2)销售者是最终责任人的,在承担了全部赔偿责任后,就其最终责任份额之外的中间责任,可以向网络交易平台提供者进行追偿;如果是中间责任人的,那么可以向生产者全额追偿,但不能向网络交易平台提供者进行追偿。(3)生产者承担了全部赔偿责任的,如果自己是最终责任人,那么不得向任何人追偿;如果不是最终责任人的,那么有权向销售者进行追偿。

2. 典型的连带责任与按份责任并合。连带责任与按份责任会发生并合,其后果是发生单向连带责任,即混合责任。其规则是:受害人可以向承担连带责任的人请求承担连带责任,连带责任人承担了全部赔偿责任之后,就其中间责任部分,可以向按份责任人进行追偿;受害人向中间责任人请求赔偿,只能请求其承担按份责任,不能请求其承担连带责任,不得要求按份责任人就全部损害承担全部赔偿责任。

责任编辑 温世扬