

后数字资产时代的 NFT 营销模式

作者：潘永建 | 朱晓阳 | 邓梓珊 | 左嘉玮

1. 引言

2021 年，艺术家 Beeple 创作的 NFT(Non-Fungible Token, 非同质化代币)《Everydays: The First 5000 Days》拍出天价，NFT 在全球范围内迅速走红。然而，与海外市场中高度金融化的运作模式不同，国内 NFT 在二级市场的交易受到严格的规制。为弱化 NFT 的金融属性、引导其向文化与消费领域合规发展，中国内地主流语境下的 NFT 更多地以“数字藏品”这一称谓出现。

近年来，随着 NFT 市场逐步规范，主流平台(如鲸探、上海数交所等)正在审慎探索 NFT 的交易模式，NFT 正逐步从静态的“收藏品”向动态的“可流转资产”过渡。相应地，“数字资产”这一术语逐渐兴起。在这一背景下，市场探索出一种全新的 NFT 玩法，将其打造为链接品牌与消费者的一种新型营销工具：通过发行附带特定权益的 NFT，实现用户拉新、会员管理和私域流量运营。

本文将系统梳理 NFT 的当前实践现状与监管环境，并分析面临的法律风险与合规要点，以期为相关企业提供参考。为行文方便，本文将统一使用“NFT”指代包括数字藏品在内的各种数字资产。

2. NFT 的政策环境与实践观察

2.1. 国家层面：审慎监管

从国家层面来看，目前尚未发布专门针对 NFT 的法律法规，对于 NFT 及相关业务的审慎监管基调并未发生改变，其焦点始终是防范系统性金融风险。

.....
如您需要了解我们的出版物，
请联系：

Publication@llinkslaw.com

2022年4月,中国互联网金融协会、中国银行业协会、中国证券业协会联合发布《关于防范NFT相关金融风险的倡议》(“《倡议》”),是迄今为止最具影响力的行业指引文件。《倡议》明确划定了NFT不得与加密货币挂钩、不得违规设立交易场所、不得变相发行交易金融产品等红线。

此外,中国人民银行等部门发布的《关于进一步防范和处置虚拟货币交易炒作风险的通知》等文件,明确了任何形式的虚拟货币相关业务活动均属于非法金融活动。尽管NFT基于“非同质化”的核心特征,在理论上与比特币、以太坊等“同质化”的虚拟货币存在本质区别,不直接具备货币的价值尺度和支付流通功能,但如果NFT发行、交易模式呈现出高度的金融属性,极有可能被“穿透式监管”认定为变相从事虚拟货币相关非法金融活动。

2.2. 地方层面: 积极探索

以上海为代表的地方政府,在国家战略指导下,正积极拥抱数字经济,对数字资产等相关产业表现出积极的探索姿态。《上海市“十四五”数字经济发展规划》明确提出“支持龙头企业探索NFT(非同质化代币)交易平台建设,研究推动NFT等资产数字化、数字IP全球化流通、数字确权保护等相关业态在上海先行先试”。《上海市培育“元宇宙”新赛道行动方案(2022-2025年)》中,进一步提出“在上海数据交易所试点开设数字资产交易板块,培育健全数字资产要素市场……逐步完善数字资产、数字艺术品、数字影视版权等合规交易机制”。

相关政策文件表明,地方政府已经认识到NFT等数字资产在赋能实体经济方面的重要潜力,希望将数字资产纳入一个可管、可控的要素市场体系。需要注意的是,地方的“积极探索”与中央的“审慎监管”并不矛盾,所有地方层面的探索,都必须在中央划定的“防范金融风险”这一红线之内进行。

2.3. 现状观察: 以上海数交所为例

目前,市场最关心的是:对NFT的监管“松绑”了吗,是否可以自由交易?事实上,NFT的交易并非无限制“松绑”,而是通过设立规范的平台探索交易模式。以上海数交所为例,2022年8月24日,上海数据交易所在全国率先设立数字资产交易板块。根据公开信息,其交易规则具有以下特点:

- **资产定性:** 上海数交所将NFT定义为“数字资产”,并将其界定为“有创作投入、有价值、可交换的数字化商品,具备加密性、唯一性和可追溯性的特征”。实践中,在上海数交所挂牌的NFT通常绑定特定实体权益,例如会员资格、产品/服务兑换权或消费折扣券等,具有较强的消费营销属性。
- **准入管理:** 根据《上海数据交易所数字资产交易管理规范(试行)》,数字资产交易参与主体需经上海数据交易所认证。不仅发行方需通过资质审核,购买方也需完成实名认证与风险认知测试。此外,NFT的发行和交易必须分别履行发行登记与挂牌登记程序。
- **场内交易:** NFT的交易依托上海数交所提供的数字资产交易基础链进行。上海数交所为交易提供统一登记、统一结算、统一清分和统一存证服务,保障数字资产的安全有序流转。

上海数交所的模式，描绘了一条潜在的可行路径：在确保服务实体经济、严防金融风险的核心前提下，允许 NFT 在受到严格监管的特定平台内进行规范化流转。

3. 作为新型营销工具的 NFT

3.1. 从艺术收藏到“数实融合”

在当前监管环境下，市场的主流应用正在转向 NFT 与实体权益深度结合的“数实融合”模式。品牌方通过发行附带特定实体权益的 NFT，将其打造为一种集用户引流、会员管理与私域运营于一体的多功能营销载体。在此模式下，NFT 传统的艺术收藏属性被一定程度削弱，而身份属性与消费属性则得到增强。

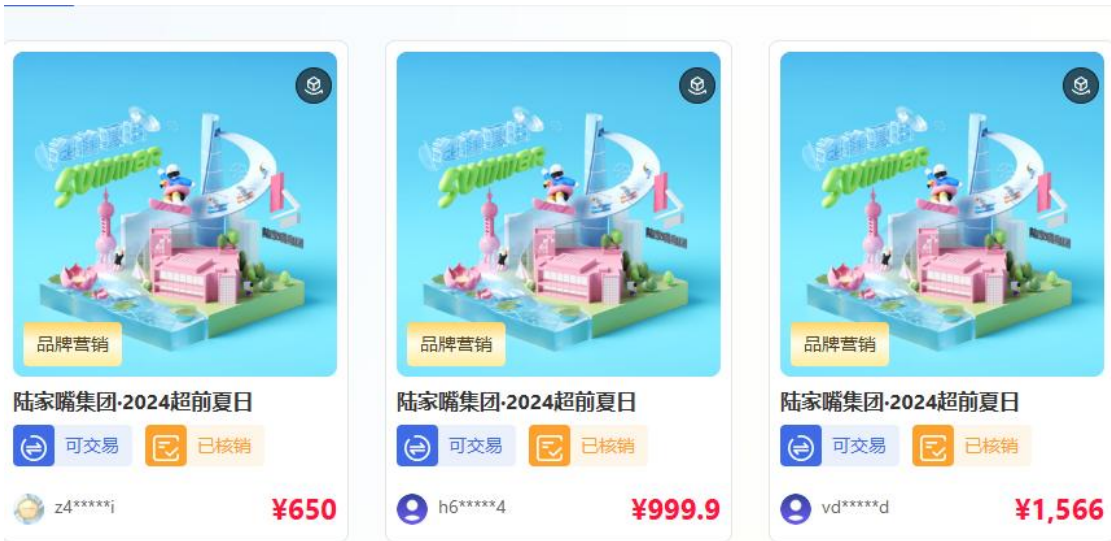
- 身份属性：拥有某品牌的特定 NFT，成为一种可验证的数字身份，其功能类似于数字化的会员卡或粉丝徽章。例如，宝马为纪念 M 品牌 50 周年在中国发行的限量数字藏品，就成为车主和粉丝圈层的一种独特身份标识。
- 消费属性：这是新型 NFT 营销模式最核心的价值所在，即 NFT 成为一种可流转的消费权益凭证。例如，在上海数交所发行的“全国首款大健康系列之光明舒睡款”，其持有者可以享受包括光明随心订的牛奶定期配送服务、各类产品折扣券等在内的一系列实体权益。

据此，NFT 的增值逻辑是多元的，其价值的组成可能来源于：

- 内在效用价值：即 NFT 所绑定的实体权益的公允市场价值。
- 情绪与社交价值：作为品牌会员或核心粉丝的身份，带来的社群归属感、社交资本等。
- 市场价值：在合规流转平台内，基于市场供需关系和投机情绪而产生的价格波动。

3.2. 概念辨析

- 数字藏品 vs. 数字资产：如前所述，“数字藏品”是在中国特定监管环境下，行业为主动去金融化、强调文化消费属性而采取的术语。而“数字资产”，如上海数交所的定义，是更广义、更中性的词汇，意在将 NFT 纳入更宏大的“数据要素”框架。当前的市场趋势正是推动“数字藏品”向更广义的“数字资产”演进。
- “一图多发”vs. FNFT：一些品牌在进行 NFT 营销时，会采用“一图多发”的模式，即基于同一个图片发行成百上千个独立的 NFT。此模式下，虽然图片相同，但每一个 NFT 在区块链上都拥有一个独一无二、不可分割的链上标识(Token ID)。每一个 NFT 的所有权是独立的，交易时的定价也是独立的(如下图所示)。
- FNFT(Fractional NFT, 碎片化 NFT)是指将一个单一的 NFT 的所有权通过技术手段分割成许多份可互换的 FNFT，以供多人按份持有。此种模式因将单一资产所有权进行份额化拆分，具有典型的“资产证券化”特征，在我国是被明确禁止的。



4. 合规要点

4.1. 防范金融化、证券化

我国对于 NFT 的金融化证券化倾向一直保持高度警惕，我们在为企业评估 NFT 业务模式合规性时，一定会按照《关于防范 NFT 相关金融风险的倡议》逐项审查，确保：

- 不在 NFT 底层商品中包含证券、保险、信贷、贵金属等金融资产，变相发行交易金融产品；
- 不通过分割所有权或者批量创设等方式削弱 NFT 非同质化特征，变相开展代币发行融资 (ICO)；
- 不为 NFT 交易提供集中交易(集中竞价、电子撮合、匿名交易、做市商等)、持续挂牌交易、标准化合约交易等服务，变相违规设立交易场所；
- 不以比特币、以太币、泰达币等虚拟货币作为 NFT 发行交易的计价和结算工具；
- 不直接或间接投资 NFT，不为投资 NFT 提供融资支持。

4.2. 个人信息合规

当 NFT 从静态的“收藏”走向动态的“交易”，个人信息处理的环节也随之增加，我们提示企业重点注意以下合规要点：

- **知情同意**
 - 平台与品牌方在收集和处理用户个人信息时，在平台注册、实名认证(KYC)等不同环节，应当针对不同处理目的，分别进行告知并获取用户同意。
 - 对于向他人提供个人信息(如为实现权益兑付，需将用户身份信息同步给品牌方的小程序或线下门店)、处理敏感个人信息(如身份证号码用于实名认证)、公开个人信息(如展示 NFT 持有者身份)等情况，必须依法获取用户的“单独同意”。

- 个人信息权利保护

区块链的“不可篡改”特性与个人信息保护法中的修改权、删除权存在天然的矛盾。对此，可以考虑采取“链上标识，链下映射”的技术架构，即区块链上仅记录用户标识(如 Token ID)，而将用户的姓名、手机号等个人信息存储在平台方的中心化数据库中，并与链上的标识建立映射关系。当用户依法行使其修改或删除个人信息权利时，平台仅需对链下数据库中的信息进行操作。

4.3. 非法集资风险

若对 NFT 的价值预期引导不当，极易触碰非法集资的刑事红线。为有效隔离此风险，我们通常会特别提示企业，务必加强对于宣传营销和社群运营的合规管理：

- 在宣传文案、社群运营、直播等公开渠道，不得向用户暗示或明示购买 NFT 能够“稳定升值”、“价格翻倍”，或承诺未来会以更高的价格“回购”。
- 对员工及合作的 KOL 的言论进行严格约束与审查。对于社群内用户的自发讨论，平台应尽到合理的管理和风险提示义务，通过置顶公告、人工即时介入等方式，及时对投机炒作言论进行干预和澄清。

4.4. 消费者权益保护

当 NFT 与具体的实体商品或服务权益深度绑定，即采用“数实融合”模式时，潜在的消费纠纷风险也随之急剧增加。建议企业：

- 对 NFT 绑定的权益内容、使用期限等信息的宣传必须真实、准确，并对限制性条件(例如地域限制等)进行显著提示，充分保障消费者的知情权。
- 若 NFT 允许流转，必须清晰说明其所附带的权益是否随之一同转移，以及受让方是否需要满足特定条件方可继受该等权益、以及权益在流转后内容是否会发生任何变更等。
- 确保所绑定的实体商品符合质量标准，所提供的服务达到承诺水平。
- 建立清晰、有效的客户服务和投诉处理机制，及时响应用户关于 NFT 权益兑现、使用问题等方面的咨询和投诉。

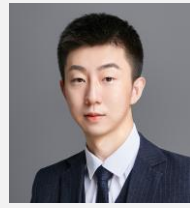
5. 结语

从宏观上看，我国对于 NFT 的监管思路日渐清晰：即严防金融风险，积极探索合规服务实体经济的新模式。在后数字资产时代，企业应深刻理解并遵循监管规则，将合规体系内置于 NFT 业务模式的设计之中，如此方能享受数字资产带来的技术红利，行稳致远。

如您希望就相关问题进一步交流，请联系：



潘永建
+86 21 3135 8701
david.pan@llinkslaw.com



朱晓阳
+86 21 3135 8683
nigel.zhu@llinkslaw.com



邓梓珊
+86 21 6043 3793
susan.deng@llinkslaw.com

如您希望就其他问题进一步交流或有其他业务咨询需求，请随时与我们联系: master@llinkslaw.com

上海

上海市银城中路 68 号
时代金融中心 19 楼
T: +86 21 3135 8666
F: +86 21 3135 8600

北京

北京市朝阳区光华东里 8 号
中海广场中楼 30 层
T: +86 10 5081 3888
F: +86 10 5081 3866

深圳

深圳市南山区科苑南路 2666 号
中国华润大厦 18 楼
T: +86 755 3391 7666
F: +86 755 3391 7668

香港

香港中环遮打道 18 号
历山大厦 32 楼 3201 室
T: +852 2592 1978
F: +852 2868 0883

伦敦

1/F, 3 More London Riverside
London SE1 2RE
T: +44 (0)20 3283 4337
D: +44 (0)20 3283 4323



www.llinkslaw.com



Wechat: Llinkslaw

本土化资源 国际化视野

免责声明：

本出版物仅供一般性参考，并无意提供任何法律或其他建议。我们明示不对任何依赖本出版物的任何内容而采取或不采取行动所导致的后果承担责任。我们保留所有对本出版物的权利。

© 通力律师事务所 2025