

# 汉坤专递

2026 年第 4 期（总第 228 期）

## 新法评述

- 1、大一统的尝试：《金融产品网络营销管理办法》解析
- 2、中国人工智能监管法规全景解析
- 3、AI 企业出海（三）：全球出口管制合规与应对策略
- 4、AI 纠纷解决（二）：AIGC 输入与输出两端的法律风险与合规应对（上）
- 5、Web3.0 时代的来临：盘点香港法院有关数字资产的判决
- 6、新增值税法体系下的投资安排（上）

# 新法评述

## 1、大一统的尝试：《金融产品网络营销管理办法》解析

作者：李珣 | 权威 | 朱俊 | 夏迎雨 | 郑博 | 李路路 | 洪松

2026年4月，中国人民银行、工业和信息化部、市场监管总局、金融监管总局、中国证监会、国家知识产权局、国家网信办、国家外汇局联合印发《金融产品网络营销管理办法》（以下简称“《办法》”）及答记者问，《办法》将于2026年9月30日起施行。相较2021年12月31日发布的征求意见稿（以下简称“征求意见稿”），《办法》在适用范围、定义体系、第三方互联网平台监管等各个方面均作了细化和调整。总体上，《办法》承继2019年12月《关于进一步规范金融营销宣传行为的通知》的监管思路，以统一规则的方式，对各类金融产品网络营销活动进行全口径规范，并进一步从平台治理与消费者和投资者保护视角补齐制度短板。

### 一、《办法》的影响分析及判断

整体影响：

1. 《办法》首次针对各类金融产品进行了“拉齐”式的统一规范，该种“拉齐”对于不同金融业态产生的影响迥异，能否真正实现统一的执行效果亦有待观察。现行监管规定下，理财类产品的既有营销宣传规定相对完善，与第三方互联网平台的合作导流多数已经采取H5跳转模式，并基本能够确保与产品销售紧密相关的行为在金融机构自营平台上进行，《办法》并不会对其现有业务模式造成颠覆性影响；信贷类产品在实践中则仍以API助贷作为主流模式，助贷平台在信贷业务流程中起到较为关键的作用，《办法》如参照高标准“拉齐”，对于助贷行业可能产生较大冲击；支付类产品主要受限于不得将其他金融产品列入支付工具选项或为其提供营销服务的要求，但答记者问中明确了“支付机构的收银台页面中支付工具必须与贷款等金融产品区隔展示，不得误导用户混淆支付工具与贷款产品”，即《办法》并不限制支付机构的收银台页面中展示其他金融产品，但需要区隔展示，据此口径则现有业务模式的改造压力较小。
2. 《办法》首次从第三方互联网平台视角提出了完整的网络营销管理要求，此前的各类金融监管规定中，虽然对于如何进行网络营销宣传早有要求，但主要是从金融机构视角出发，强调“机构持牌，人员持证”，对于第三方互联网平台等合作机构的要求多为附带性质，体现于金融机构对于外部合作机构的管控上；《关于进一步规范金融营销宣传行为的通知》虽然提出了“受托营销”的概念，但亦未针对受托方义务进行系统性规定。《办法》则明确将“第三方互联网平台接受金融机构委托为金融产品网络营销提供服务”纳入适用范围，并系统性的从第三方互联网平台视角明确了相关监管要求，为既有的金融机构视角规范提供了完整性的保障和补充。
3. 在判断具体金融产品能否以金融机构与第三方互联网平台合作的方式进行营销时，仍然需要结合相关金融产品的“销售”概念进行判断，尽管《办法》对于金融产品的列举非常广泛，但不能笼统理解为该等金融产品均可以采用金融机构与第三方互联网平台合作的方式进行营销，仍然需要结合不同金融产品的“销售”概念进行判断，如可能构成销售行为或存在其他限制，则非持牌主体仍

然无法介入营销。

## 行业影响：

### 1. 理财领域

- 过往实务中，部分第三方平台通过设置“合格投资者承诺”弹窗等形式，间接为私募类产品提供展示导流。《办法》第6条明确规定，金融机构不得为私募类产品、场外衍生品开展面向不特定对象的网络营销，且不得通过第三方互联网平台对私募类产品、场外衍生品开展网络营销。这一规定切断了私募类产品及场外衍生品依托外部互联网平台进行导流、触达用户的路径。
- 针对银行理财、基金等资管产品及投资顾问服务，《办法》第10条划定了明确的宣传红线：明示或暗示保本、承诺收益、限定损失比例被严格禁止。更为关键的是，《办法》明确要求不得简单依据短期、非常态的业绩比较基准或者过往业绩高低对资管产品或投顾服务进行展示排序，不得预测未来业绩，亦不得利用模拟业绩、部分客户或个别有利时段的表现误导投资者。这里提及的“短期、非常态”、“部分客户或个别有利时段的表现”以及将投顾服务纳入业绩展示规范当中，均为现行监管规定基础上的新增要求，对于金融机构而言，应当审慎评估现有“七日年化收益榜单”、“历史最高收益专区”等前端排布逻辑是否合理，并注意投顾服务是否符合业绩展示要求。

### 2. 信贷领域

- 在信贷产品项下，《办法》第5条关于转接至金融机构自营平台的要求，可能对API助贷模式形成最直接影响。结合《办法》对“金融产品网络营销”的宽泛定义，“购买金融产品”在贷款场景下更接近于“获取贷款服务”，因此如严格执行，至少在贷款申请、额度测评、合同签署等关键环节跳转至资金方自营平台，将成为助贷合作模式需要面对的基本要求。现有嵌入式H5、API接口或页面小组件等是否符合“金融机构独立运营并享有完整数据权限”的自营平台要求，仍有待后续监管尺度进一步明确。
- 《办法》第5条同时要求第三方互联网平台提供转接渠道时不得跳转至其他开展金融产品网络营销的第三方互联网平台，可能对“贷款超市”、拒贷导流和多级流量分发等模式产生较大影响。该等模式的核心问题不在于单纯提供流量入口，而在于用户在多个非持牌平台之间连续流转，易导致资金方主体弱化、信息安全边界不清和责任链条拉长。
- 《办法》第20条将贷款额度测评明确纳入第三方互联网平台不得介入或变相介入的销售环节，意味着助贷平台在前端自行测额、以平台名义输出额度或根据测额结果进行二次分发的做法面临较高调整压力。后续较为可行的路径是将平台前端功能压缩为信息展示、意向收集和合规转接，实质测额、授信审批、合同签署和放款仍应由持牌金融机构在其自营体系内完成。
- 对于有经营区域限制的地方法人银行、大部分民营银行等金融机构，地域限制将前置至网络营销和客户识别环节。相关机构及合作平台需要在产品展示、申请入口、流量投放和后台审核中体现许可区域边界，并完善所在区域识别规则，避免无差别全网获客与属地展业要求发生冲突。

### 3. 支付领域

- “支付嵌套信贷/理财”模式仍需重点调整，但《办法》及答记者问在一定程度上缩小了此前征求意见稿阶段的理解分歧。《办法》明确，非银行支付机构不得将贷款、资产管理产品等金融产品列入支付工具选项，不得为贷款、资产管理产品等金融产品提供营销服务；答记者问进一步强调，支

付机构收银台页面中支付工具必须与贷款等金融产品区隔展示，不得误导用户混淆支付工具与贷款产品。据此理解，《办法》并非绝对禁止支付页面中出现其他金融产品相关入口，而是要求支付工具与相关金融产品在展示层级、视觉样式和用户决策路径上实现清晰隔离，现有主流业务模式的整改压力较征求意见稿阶段判断有所缓和，许多大厂系支付机构此前已经完成了相应调整。

- 支付机构不得为贷款、资产管理产品等金融产品提供营销服务的要求，也会影响钱包首页、支付成功页、会员权益页、商户服务平台等场景中的金融产品推荐。相关业务需要区分支付机构的中立通道角色与金融机构或合法受托平台的营销角色，在主体标识、用户授权、跳转路径、风险提示和数据使用上形成隔离，避免支付机构以自身名义或利用支付数据直接推动信贷、理财等金融产品转化。
- 在《办法》所确立的第三方互联网平台不得变相介入销售合同签订、资金划转等核心环节的监管逻辑下，当前部分支付机构依赖外部科技主体页面嵌套进行支付账户开立的模式，客观上可能面临与贷款、保险、基金等金融产品同等水位的合规审视压力；若未来各金融细分领域的监管尺度全面拉齐，支付机构开户与缔约环节的独立平台属性及数据权属要求将被显著抬高，将对支付业务现有的交互链路产生影响，其实际执行尺度有待观察。

#### 4. 第三方互联网平台

- 《办法》从第三方互联网平台视角提出较为完整的网络营销管理要求，平台不再只是金融机构外部合作管理中的附属对象，而成为独立承接监管义务的参与方。第三方互联网平台只能在金融机构依法委托范围内开展网络营销服务，不得超出委托范围，不得转委托或变相转委托；为用户提供购买或使用金融产品的转接渠道时，应当跳转至金融机构自营平台，且不得继续跳转至其他开展金融产品网络营销的第三方互联网平台。
- 第三方互联网平台应当回归信息技术服务本位，不得介入或变相介入销售合同签订、资金划转、适当性测评、贷款额度测评等金融产品销售环节，也不得就金融产品与消费者和投资者进行互动咨询。该要求将对导流撮合、营销顾问、智能客服、产品筛选推荐、前端测额及联名页面等模式形成约束，平台需要重新校准自身在“展示介绍”“转接渠道”和“销售转化”之间的边界。
- 平台生态治理义务同步强化。对于通过公众号、直播、短视频等形式开展金融产品网络营销的账号，第三方互联网平台需要加强主体资质、从业资格和授权情况核验，并在账号主页展示金融业务资质或职业资格等认证材料；对不符合要求或涉嫌违法违规的，应及时采取暂停信息发布服务、关闭账号等处置措施。未取得金融或金融信息服务业务资质的平台或账号，在名称、商标及对外宣发中使用“金融”“融资”“贷款”“借钱”等涉金融属性字样的，也将面临更明确的整改压力。
- 在数据和品牌呈现方面，第三方互联网平台向金融机构提供客户信息和数据的，应依法取得客户授权同意并采取必要安全措施，同时不得非法获取、非法使用金融机构客户信息和数据。平台页面应由金融机构以自身名义发布产品信息，并清晰展示金融机构名称，避免平台品牌对底层金融机构形成替代或混同。

## 二、设定全口径的统一监管规则

《办法》首先明确，其适用范围为“金融机构开展金融产品网络营销”以及“第三方互联网平台接受金融机构委托为金融产品网络营销提供服务”，强调第三方互联网平台“受托营销”的概念，与《关于进一步规范金融营销宣传行为的通知》相衔接。同时，《办法》进一步明确，金融机构、第三方互联网平台之外的

其他组织或者个人，不得开展或者变相开展金融产品网络营销。以下我们对征求意见稿，先就《办法》中的关键概念逐一进行分析：

	定义	评述
<b>金融机构</b>	指经国务院或国务院金融管理部门批准，在中华人民共和国境内设立的从事金融业务的机构。  私募基金管理机构、经营本外币兑换特许业务的机构开展金融产品网络营销参照本办法相关规定执行；地方金融组织自行或与第三方互联网平台合作开展金融产品网络营销，由地方金融管理机构参照本办法相关规定管理。	《办法》对“金融机构”的定义更加规范，强调其应为经国务院或国务院金融管理部门批准、在境内设立的从事金融业务的机构。与征求意见稿相比，《办法》在参照适用机构中删除了信用评级机构，新增经营本外币兑换特许业务的机构，并规定地方金融组织由地方金融管理机构参照管理。
<b>金融产品</b>	指金融机构设计、开发、销售的产品和服务，包括但不限于存款、贷款、证券、资产管理产品、保险、贵金属（不含实物贵金属，下同）、外汇产品、期货、衍生品、支付服务、投资顾问或咨询等。	相较征求意见稿，《办法》扩展了金融产品的列举范围。除存款、贷款、资产管理产品、保险、支付、贵金属外，证券、外汇产品、期货、衍生品以及投资顾问或咨询服务亦被纳入。
<b>金融机构自营平台</b>	本办法所称金融机构自营平台是指金融机构独立运营并享有完整数据权限的网站、移动互联网应用程序等。	《办法》新增了“金融机构自营平台”的定义，我们认为符合业务逻辑，即在合作营销宣传的场景下，与“第三方互联网平台”的定义区分，更容易明晰业务边界，也与现行金融监管规定（例如《互联网保险业务监管办法》）衔接。  值得注意的是，此处金融机构自营平台需符合“金融机构独立运营并享有完整数据权限”的条件，实践中部分跳转导流场景下，金融机构页面可能并不完全符合该要求。
<b>第三方互联网平台</b>	指非金融机构自营的，为金融产品网络营销提供服务的网站、移动互联网应用程序等。	与征求意见稿相比，《办法》在该定义条文中未再逐一列举小程序、自媒体，但公众号、直播、短视频等新型渠道仍在具体行为规范中受到明确规制。  此外，该定义限定为“非金融机构”自营，对于金融机构 A 为金融机构 B 提供网络营销服务的场景，应当适用《办法》第 37 条规定，即“金融机构与其他金融机构合作开展金融产品网络营销，合作行为应当遵守本办法第四章（营销合作行为规范）规定”。
<b>网络营销</b>	指通过互联网对金融产品进行商业性宣传推介的活动，包括但不限于展示介绍金融产品相关信息	《办法》延续了较宽的“网络营销”概念，涵盖了展示介绍金融产品相关信息或金融机构业务品牌，为购买金融产品提供转接渠道等。同时，考虑到证监会监

	定义	评述
	或金融机构业务品牌，为金融消费者和投资者购买金融产品提供转接渠道等。	管条线下“投资者保护”的要求，規制对象由“金融消费者”扩展为“金融消费者和投资者”，与证券、基金、期货、投顾等业务的实际场景更加匹配。

总结以上定义及适用范围规定，《办法》主要从以下三个维度对金融产品网络营销活动设定了全口径的统一监管规则：

1. 合作模式全口径：即涵盖金融机构自营网络营销，以及金融机构与第三方互联网平台合作开展的各类营销模式，包括产品展示、品牌宣传、购买转接、公众号/直播/短视频营销等。与征求意见稿相比，《办法》一方面新增“金融机构自营平台”定义，另一方面又通过“公众号、直播、短视频”等条款，将新型渠道纳入统一规则。
2. 金融牌照全口径：即适用于经国务院或国务院金融管理部门批准、在中华人民共和国境内设立的从事金融业务的机构；同时，私募基金管理机构、经营本外币兑换特许业务的机构以及地方金融组织亦分别被纳入参照适用或由地方金融管理机构参照管理的范围。《办法》删除了征求意见稿中对信用评级机构的点名式参照适用表述，但整体覆盖面仍然较广。
3. 金融产品全口径：即适用于存款、贷款、证券、资产管理产品、保险、贵金属（不含实物贵金属）、外汇产品、期货、衍生品、支付服务、投资顾问或咨询等各类金融产品和服务。与征求意见稿相比，《办法》显著扩展了产品口径，进一步覆盖资本市场及投顾咨询类业务。

### 三、进一步厘清“营销”与“销售”的边界，明确第三方互联网平台可从事的业务范围

非持牌主体不得从事金融产品“销售”，一直是适用于各类金融产品的监管红线；但何种行为属于“营销”，何种行为又已经构成“销售”或变相介入销售，此前在不同金融产品之间并无完全统一的认定标准。

《办法》在延续统一规则思路的基础上，进一步厘清了第三方互联网平台可从事和不可从事的业务范围，我们将其概括总结如下：

可以做	不能做
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 在金融机构依法委托范围内展示介绍金融产品相关信息或金融机构业务品牌，为金融消费者和投资者购买金融产品提供转接渠道（但在展示金融产品相关信息时，仍需结合不同金融产品的“销售”概念进行判断，如可能构成销售行为，则非持牌主体仍然无法从事）；</li> <li>■ 使用经金融机构审核确定的网络营销内容。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 不得超出金融机构委托范围，不得将金融机构委托业务向其他机构转委托或变相转委托；</li> <li>■ 第三方互联网平台为金融消费者和投资者购买金融产品提供转接渠道的，应当跳转至金融机构自营平台，不得跳转至其他开展金融产品网络营销的第三方互联网平台；</li> <li>■ 不得为非法金融活动提供网络营销服务或者便利，包括但不限于非法集资、非法证券期货活动、非法吸收存款、非法放贷、虚拟货币发行交易、非法外汇保证金交易、境外机构未经许可向境内居民提供金融产品服务；</li> <li>■ 不得通过第三方互联网平台对私募类产品、场外衍生品开展网络营销；</li> <li>■ 不得介入或变相介入销售合同签订、资金划转、适当性测评、贷款额度测评等销售环节，不得就金融产品与金融消</li> </ul>

可以做	不能做
	费和投资者进行互动咨询； <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 第三方互联网平台收取网络营销服务费用，不得违背“合理定价、质价相符”的要求；</li> <li>■ 不得实施垄断和不正当竞争行为，不得损害公平竞争以及金融消费者和投资者合法权益。</li> </ul>

相较征求意见稿，《办法》在第三方互联网平台可从事的业务范围上存在不少实质性变动，主要包括：

1. 第三方互联网平台为金融产品提供转接渠道的，应当跳转至金融机构自营平台，该规定首先可能实质影响市场上普遍采用的 API 助贷模式，即无论如何，至少在贷款办理的关键环节跳转至资金方的自营平台页面将成为必须；此外，如严格参照“金融机构自营平台”的定义进行解释，目前市场上既有的 H5 跳转模式多为 APP 内的页面跳转，也不一定完全符合“金融机构独立运营并享有完整数据权限”的条件，该项要求的执行尺度具体如何把握，很大程度上取决于“金融机构自营平台”的判定标准，有待后续观察；
2. 第三方互联网平台为金融产品提供转接渠道的，不得跳转至其他开展金融产品网络营销的第三方互联网平台，可能对于“贷款超市”、拒贷导流、多级流量分发等业务产生极大冲击；
3. 不得通过第三方互联网平台对私募类产品、场外衍生品开展网络营销，实际上对于私募类产品及场外衍生品的线上导流进行了“一刀切”；
4. 删除了征求意见稿中关于“不得通过设置各种与贷款规模、利息规模挂钩的收费机制等方式变相参与金融业务收入分成”的规定，仅规定第三方互联网平台收取网络营销服务费用应当“合理定价、质价相符”，放宽了收费方式的限制。

#### 四、明确营销宣传内容、行为及合作的具体规范

《办法》从网络营销内容规范、行为规范及合作规范三个维度，对金融产品网络营销活动进行了系统性规范。整体而言，保护金融消费者和投资者合法权益，落实其知情权、自主选择权，并确保网络营销信息真实、准确、清晰、完整、不具误导性，是本次《办法》的核心主线。

下面我们结合《办法》条文及答记者问口径，对上述三个维度的关键内容作进一步解析：

##### 1. 宣传内容规范

	要求	评述
<b>内容实体要求</b>	正面要求：网络营销内容应当以金融产品合同为准，涉及产品名称、产品提供者和销售者名称、产品类别、利率费率、风险提示等关键信息的，应当与金融产品合同相关条款内容保持一致，并以清晰、醒目的方式进行展示，不得有重大遗漏、刻意隐瞒或误导。  金融机构还应当通过官方渠道披露并及时更新本机构通过互联网进行营销的金融产品基本信息、委托的	与征求意见稿相比，《办法》在内容实体要求方面明显细化：一方面，新增了“官方披露+查询核验+通信码号资源披露”的制度安排；另一方面，在收益展示、业绩比较、分期诱导、营销话术等方面新增了更具操作性的红线条款。

	要求	评述
	<p>第三方互联网平台信息、营销使用的通信码号资源等，并通过客服热线或自营平台为金融消费者和投资者提供信息查询和核实渠道；第三方互联网平台亦应清晰披露受托金融机构基本信息及官网、客服热线等联系方式。</p> <p>禁止内容：除虚假、误导、使用未经核实数据、明示或暗示资管产品及投资顾问或咨询服务保本承诺收益、夸大保险责任或收益、借监管审核备案误导增信外，《办法》还进一步禁止简单依据短期、非常态的业绩比较基准或过往业绩高低对资管产品或投顾服务进行展示排序，禁止预测未来业绩，禁止利用模拟业绩、部分客户或个别有利时段的表现误导投资者，禁止通过首期费用优惠诱导分期消费，并禁止使用“低风险”“低门槛”“秒到账”“高收益”“低利率”“无成本”等诱导性用语。</p>	<p>此外，明确禁止使用“低风险”“低门槛”“秒到账”“高收益”“低利率”“无成本”等诱导性用语，也意味着金融机构需要对营销宣传内容进行全面排查。</p>
内容审核机制	<p>金融机构应当建立由总部统筹管理、审批备案及合规审查的审核机制，落实金融消费者和投资者权益保护有关要求，有关审核材料应当存档备查。</p> <p>第三方互联网平台应当使用经金融机构审核确定的网络营销内容，不得擅自变更。</p> <p>营销人员通过公众号、直播、短视频营销金融产品的，应当使用经金融机构审核确定的网络营销内容。</p>	<p>《办法》延续了“金融机构负责内容审核、第三方互联网平台不得擅自变更”的基本思路，并进一步将审核机制细化为“总部统筹管理、审批备案及合规审查”。同时，《办法》将新媒体营销渠道进一步聚焦为公众号、直播、短视频，并要求其使用经金融机构审核确定的营销内容。</p>

## 2. 宣传行为规范

	要求	评述
分区展示	<p>网络营销存款、贷款、证券、资产管理产品、保险、贵金属、外汇产品、期货、衍生品、支付服务、投资顾问或咨询等多类别金融产品，应当为各类金融产品分别设立宣传展示专区。</p>	<p>《办法》保留了征求意见稿中的分区展示要求，实践中，机构仍需结合页面层级、专区命名、视觉隔离和风控要求，进一步论证何为足够的“分区”。</p>
算法推荐与精准营销	<p>应用算法推荐技术开展网络营销的，不得设置诱导金融消费者和投资者过度消费的算法模型。向金融消费者和投资者发送营销信息或者拨打营销电话的，应当提供拒收或者退订选择；拒收或者退订后，不得再以同样方式触达。</p> <p>应用算法推荐技术向金融消费者和投资者进行营销的，应当同时提供不针对其个人特征的选项，或者提</p>	<p>与征求意见稿相比，《办法》对精准营销规则作了显著强化，从“应提供非个性化推送或拒绝方式”进一步升级为对算法模型、营销短信/电话、退订机制和关闭算法推荐选项的系统性要求，并与个人信息保护和反过度诱导的监管</p>

	要求	评述
	供便捷的关闭算法推荐服务的选项。	逻辑更紧密衔接。
<b>禁止 骚扰性营销</b>	开展网络营销不得影响他人正常使用互联网和移动终端。 以弹窗广告形式开展网络营销的，应当显著标明关闭标志并提供一键关闭功能。	《办法》基本延续了禁止骚扰性营销的思路，并将表述进一步聚焦到“弹窗广告”场景。虽然征求意见稿中“不得欺骗、误导用户点击”的表述未原文保留，但该等要求仍可从真实性、不得误导和消费者保护等一般性条款中得到覆盖。
<b>组合销售</b>	组合销售金融产品应当以显著方式提醒金融消费者和投资者注意，不得违法搭售金融产品，不得将组合销售金融产品的选项设定为默认同意。	《办法》在征求意见稿基础上进一步加入“不得违法搭售金融产品”的表述，并将“默认或首选”调整为“默认同意”，整体上更强调用户的自主选择 and 金融机构在组合销售场景下的提示义务。
<b>新型网络营销</b>	通过公众号、直播、短视频营销金融产品的，应当在金融机构自营平台或金融机构在第三方互联网平台合法开设的账号进行，营销人员应当为金融机构从业人员，具备从事相关业务的资格，并获得金融机构授权同意。 金融机构应当承担对其从业人员网络营销行为的管理责任，加强合规审查和可回溯管理。第三方互联网平台应当加强对相关主体的资质、资格核验，在金融产品营销类账号主页展示其金融业务资质或职业资格等认证材料名称；对不符合要求的，应及时采取暂停相应领域信息发布服务、关闭相关账号等处置措施，并加强巡查监测，发现违法内容应立即停止信息发布并报告监管。	《办法》对新媒体营销的约束明显升级：不仅坚持“机构持牌、人员持证”的基本原则，而且要求相关营销活动应在金融机构自营平台或合法开设的第三方平台账号中开展，并将平台侧的资质核验、账号主页亮证、巡查监测和违法内容处置义务一并纳入。与征求意见稿相比，已由单纯的“内容管理”进一步扩展至“账号治理+平台治理”。
<b>嵌套营销</b>	非银行支付机构不得将贷款、资产管理产品等金融产品列入支付工具选项，不得为贷款、资产管理产品等金融产品提供营销服务。	《办法》延续了征求意见稿对支付嵌套营销的限制，该表述本身较为宽泛，也引起了市场的广泛讨论，是否支付机构不得涉入其他金融产品的任何营销宣传？ 但实际上答记者问中已进一步明确“支付机构收银台页面中支付工具必须与贷款等金融产品区隔展示，不得误导用户混淆支付工具与贷款产品”。根据该口径，实际监管要求则会宽松的多，并非

	要求	评述
		绝对禁止支付页面中出现相关金融产品入口，而是要求其支付工具作清晰的物理和视觉隔离，并去除默认勾选、一键开通等容易引发误导的设计。
<b>禁止代言</b>	金融机构利用学术机构、行业协会、专业人士以及演艺明星等社会公众人物的名义或者形象作推荐、证明，应当遵守广告代言有关规定。	《办法》在这一问题上明显弱化了征求意见稿的绝对禁止表述，转而要求金融机构在利用学术机构、行业协会、专业人士及演艺明星等进行推荐、证明时，遵守广告代言有关规定。这意味着品牌宣传和产品营销中的代言安排并非一概禁止，但必须回到广告法及相关金融监管规则项下进行具体合规判断。

### 3. 合作规范

	要求	评述
<b>责任划分</b>	<p>金融机构委托第三方互联网平台为金融产品网络营销提供服务，应当根据有关法律法规、国家金融管理规定，明确划分双方责任和义务。</p> <p>金融机构不得因委托第三方互联网平台提供网络营销服务而免除自身责任；双方还应保障业务独立、技术安全、数据和个人信息安全，防止借助技术手段规避监管。</p>	《办法》在责任划分方面显著细化，不仅继续强调金融机构作为业务主体承担管理责任，而且进一步要求合作双方保障业务独立、技术安全、数据和个人信息安全，防止借助技术手段规避监管。
<b>事前评估</b>	<p>金融机构委托第三方互联网平台为金融产品网络营销提供服务，应当建立事前评估机制，按照互联网平台资质能力和承担责任相匹配的原则，从业务资质、经营情况、技术实力、服务质量、业务合规和声誉等方面进行评估。</p> <p>金融机构及其员工不得委托第三方互联网平台以“投资者教育”“课程培训”等形式变相开展金融产品网络营销，并支付费用。</p>	<p>事前评估、书面协议、持续管理为金融机构对于合作第三方互联网平台的管理要求，体现了全流程管控的监管思路。</p> <p>就事前评估要求而言，《办法》将评估维度由“电信业务资质”调整为更宽的“业务资质”。同时，新增禁止金融机构及其员工以“投资者教育”“课程培训”等形式变相开展网络营销并支付费用的规定，这对以投教、课程、测评等包装营销导流的模式形成了直接约束。</p>

	要求	评述
		就书面协议要求而言,《办法》将“消费者权益保护”表述调整为更宽的“客户权益保护”。 就持续管理要求而言,《办法》新增“违规展业”风险来源,并将移送对象明确为“违法违规问题线索”,强调金融机构对合作平台的持续监督不应仅停留在合同履行层面,而应覆盖其实际展业行为。
书面协议	金融机构应当与第三方互联网平台经营者签订书面合作协议。合作协议应当包含合作范围、操作流程、各方权责、客户权益保护、数据安全、争议解决、合作事项变更或终止的过渡安排、违约责任等内容。	
持续管理	金融机构应当持续跟踪评估第三方互联网平台的合规性、安全性以及协议履行情况,及时识别、评估、防范因第三方互联网平台违规展业、违约或经营失败等导致的风险。如发现第三方互联网平台违反法律法规、国家有关规定和协议约定的,应当要求其及时整改,情节严重的,立即终止合作,并将有关违法违规问题线索移交相关管理部门。	
信息安全与数据授权	第三方互联网平台开展金融产品网络营销需要提供客户信息和数据的,应当取得客户授权同意,并采取必要措施,保障数据传输的保密性、完整性,防止有关数据泄露、篡改和丢失。第三方互联网平台不得非法获取、非法使用金融机构的客户信息和数据;涉及个人信息的,还应当遵守有关法律法规规定。	与征求意见稿主要强调技术安全措施不同,《办法》将规则重点进一步转向“授权同意+数据使用边界+个人信息合规”。这意味着,平台与金融机构之间的数据共享、跳转埋点、客户标签回传、线索转交等安排,都需要更明确的授权链条和数据合规依据。
入驻管理	第三方互联网平台接受金融机构委托为金融产品网络营销提供服务,应当事先核实其金融业务资质,并建立经营行为监测机制,发现非法金融活动或者违规金融业务,应当立即采取措施予以制止,并将线索移交金融管理部门。	《办法》将平台对合作机构的管理要求由“入驻管理”进一步升级为一般性的“委托前核验+持续监测”义务,监管重点也由非法金融活动扩展至“非法金融活动或者违规金融业务”。
不正当竞争	第三方互联网平台经营者参与金融产品网络营销应当遵循平等自愿、公平合理、诚实守信的原则,不得实施垄断和不正当竞争行为,不得损害公平竞争以及金融消费者和投资者合法权益。	《办法》延续了对互联网平台不正当竞争的关切,但表述已由征求意见稿中更具平台经济色彩的“滥用市场优势地位、歧视性或

	要求	评述
		排他性合作安排”，转向与反垄断、反不正当竞争制度更直接衔接的一般性表述。
<b>品牌独立、名称及商标限制</b>	<p>金融机构委托第三方互联网平台为金融产品网络营销提供服务，应当保障金融产品品牌独立。第三方互联网平台应当以清晰、醒目的方式展示金融产品提供者名称或相关标识，避免金融消费者和投资者产生品牌混同；为贷款产品网络营销提供服务的，应当由金融机构以自身名义发布产品信息。</p> <p>任何机构和个人未取得相应金融、金融信息服务业务资质或未经金融管理部门同意，不得在网站、移动互联网应用程序及互联网用户账号名称中使用“金融”“融资”“贷款”“借钱”“典当”“银行”“交易所”“交易中心”“资产管理”“基金”“理财”“财富管理”“投资顾问或咨询”“证券”“期货”“股权众筹”“保险”“商业保险年金”“信托”“财务公司”“支付”“清算”“结算”“征信”“信用评级”“外汇”“货币兑换”等涉金融属性字样或者内容。</p> <p>任何机构和个人未取得相应资质，也不得使用包含前述涉金融属性字样的商标，但商标整体具有其他含义且不易使消费者和投资者对其金融业务资质产生误认的除外。</p>	<p>《办法》在品牌、名称和商标问题上的约束力度明显增强：一方面，新增品牌独立和贷款产品应由金融机构以自身名义发布信息的要求；另一方面，将涉金融字样的限制对象由第三方互联网平台经营者扩展到“任何机构和个人”，并将适用场景扩展至互联网用户账号名称和商标。对于导流平台、贷款超市、财经自媒体及相关品牌矩阵而言，这一变化具有很强的实务影响。</p>

## 五、结语

从征求意见稿发布到《办法》落地，已经过去了近5年时间，远远超过了一般情况下征求意见的长度，这样一份需要“统一多个监管部门、拉齐各类金融产品”的规范，落地难度以及其中的博弈和往复可想而知。“大一统”式的规范自然有其好处，统一监管标准、避免监管套利，但在执行层面上，也无疑会面临更多的挑战。

《办法》将于2026年9月30日起正式实施，答记者问中明确指出“在此之前金融机构、第三方互联网平台应主动加快整改清理与《办法》要求不一致的营销内容和行为”，这意味着，留给各类市场主体进行全面自查和整改的时间还有不到半年，有必要引起充分的重视，将《办法》应对作为接下来一段时间的重点工作。

## 2、中国人工智能监管法规全景解析

作者：解石坡 | 任正奇 | 周浪西

### 一、引言

随着生成式人工智能技术的爆发式发展，中国监管层在《网络安全法》《数据安全法》《个人信息保护法》等基本法律框架下，针对不同 AI 应用场景发布了一系列部门规章及规范性文件。从 2022 年算法推荐监管起步，到 2026 年拟人化互动服务办法出台，AI 监管体系已基本成型。本文逐一梳理主要法规的适用范围与核心合规要点，供企业参考。

### 二、AI 监管法规一览

#### （一）《互联网信息服务算法推荐管理规定》（2022 年 3 月施行）

本规定适用在中国境内使用算法推荐技术向用户推送互联网信息的服务提供者，包括生成合成类、个性化推送类、排序精选类、检索过滤类、调度决策类算法，覆盖信息流、短视频推荐、搜索排序、电商推荐等场景。

本规定的监管重心在于：

- 具有舆论属性或社会动员能力的推荐算法的服务提供者须履行算法备案，并开展安全评估；
- 不得利用算法根据消费者的偏好、交易习惯等特征，在交易价格等条件上实施不合理的差别待遇；
- 服务提供者在产品界面应当提供“关闭个性化推荐”选项，并向用户说明推荐基本逻辑；
- 上线未成年人模式，限制内容类型和使用时长，并为老年人提供适老化服务。

#### （二）《互联网信息服务深度合成管理规定》（2023 年 1 月施行）

本规定适用在中国境内通过文本生成、语音生成、音乐生成、图像生成、虚拟人物生成等深度合成技术提供互联网信息服务的服务提供者和技术支持者。短视频平台、AI 配音、虚拟偶像应用等均可能落入到本规定的适用范围内。

本规定围绕深度合成内容的真实性展开监管：

- 具有舆论属性或社会动员能力的深度合成服务提供者和技术支持者均应当履行算法备案，服务提供者在上线具有舆论属性或社会动员能力的新产品、新应用和新功能时应当开展安全评估；
- 对于换脸、合成人声等易引发混淆的服务，应当在界面上通过易于识别的方式注明“此内容为 AI 生成”；
- 在提供人脸、人声等生物识别信息编辑功能时，需在操作流程中嵌入独立的单独同意授权弹窗等。

#### （三）《生成式人工智能服务管理暂行办法》（2023 年 8 月施行）

本办法适用向中国境内公众提供具备文本、图片、音频、视频等内容生成能力的生成式人工智能服务提供者。需注意仅从事研发和内部应用、未向境内公众提供服务的，以及从事新闻出版、影视制作、

文艺创作等活动的不适用本办法。

本办法建立了生成式 AI 服务的全链条合规框架：

- 具有舆论属性或社会动员能力的服务，须开展安全评估并完成生成式人工智能服务备案或登记；
- 数据训练层面，服务提供者应当建立数据来源台账，梳理数据来源的合法性和知识产权归属情况，按来源类型分别承担对应合规义务；
- 发现违法内容后须及时处置，并通过训练优化予以消除。

#### （四）《人工智能生成合成内容标识办法》（2025 年 9 月施行）

本办法的义务主体不仅包括人工智能生成合成服务提供商，也对承载 AI 生成内容分发的传播平台提出了合规要求。

本办法对服务提供者如何对人工智能生成合成内容进行标识提供了进一步指导。

- 服务提供商不仅应当在内容页面插入文字、声音或图形等显式标识告知使用者“此内容为 AI 生成”，也应当在文件元数据中嵌入包含服务提供者名称或编码、内容编号等信息的隐式标识。
- 传播平台在应用上架或者上线审核时应当增设“是否含人工智能生成合成功能”以及“是否具备完整标识”两项核验节点。

#### （五）《人工智能科技伦理审查与服务办法（试行）》（2026 年 3 月施行）

本办法适用于在中国境内开展人工智能科技活动的高等学校、科研机构、医疗卫生机构和企业。

本办法旨在针对潜在的科技伦理风险挑战进行审查。高校、科研机构等应当依规设立科技伦理委员会，委员构成需涵盖技术、应用、伦理、法律等多背景专家，并通过国家科技伦理管理信息登记平台进行登记。委员会负责对本单位 AI 活动的初审与日常管理，每年应当定期向国家科技伦理管理信息登记平台提交上一年度工作报告、纳入清单管理的科技活动实施情况报告等。

三类高风险 AI 活动须经专家复核，包括对人类心理情绪和生命健康有较强影响的人机融合系统、具有社会意识引导能力的算法模型、以及面向安全敏感场景的高度自主决策系统。已依据算法推荐、深度合成、生成式 AI 等法规完成登记备案且含伦理审查的，可不再重复开展专家复核。

#### （六）《人工智能拟人化互动服务管理暂行办法》（2026 年 7 月施行）

本办法适用利用人工智能技术向境内公众提供“模拟自然人人格特征、思维模式和沟通风格的持续性的情感互动服务”的服务提供者，典型场景包括 AI 陪伴、虚拟伴侣、AI 心理疏导等产品。一般性的智能客服、知识问答、工作助手类服务不涉及持续性情感互动，不适用本办法。

本办法重点防范 AI 情感互动服务产生的认知混淆和情感依赖。

- 服务提供商在出现以下情况时进行安全评估并向所在地省级网信部门提交安全评估报告：（一）上线拟人化互动服务，或者增设拟人化互动服务相关功能的；（二）使用新技术、新应用，导致拟人化服务发生重大变化的；（三）注册用户 100 万以上或者月活跃用户 10 万以上的；（四）存在可能影响国家安全、公共利益等安全风险的；（五）国家网信部门和有关部门规定的其他情形；
- 不得将替代社会交往、控制用户心理、诱导沉迷依赖等作为服务目标，并应采取有效措施提示用户

正在与人工智能而非自然人互动；

- 服务提供者应当在注册或者功能激活环节嵌入年龄核验机制，绝对禁止向未成年人提供虚拟亲密关系服务；
- 服务提供者发现用户出现极端情绪的，应当及时生成情绪安抚和鼓励寻求帮助等相关内容；发现用户正在面临或者已经遭受重大财产损失、明确表示实施自残自杀等威胁生命健康的极端情境的，应当采取提供相应援助等必要措施予以干预，并及时联络用户监护人或者紧急联系人。

#### （七）《数字虚拟人信息服务管理办法（征求意见稿）》（2026年4月发布）

本办法适用通过数字虚拟人向境内公众提供互联网信息服务的提供者，涵盖虚拟主播、AI 演员、虚拟偶像等应用场景。

本办法重点要求包括：

- 自数字虚拟人服务开始，数字虚拟人服务提供者、服务使用者及提供网络信息内容传播服务的提供者应当在数字虚拟人展示区域全程持续显示含有“数字人”字样的显著提示标识；
- 禁止侵害真人驱动数字虚拟人的真人驱动方个人信息、自主择业等合法权益；
- 在自然人撤回同意后应当注销数字虚拟人。

### 三、结语

上述七部法规构成了中国现阶段 AI 监管的基本框架，监管逻辑从内容合规延伸至算法设计意图、数据授权链条与用户心理健康等更深层面。建议相关企业结合自身业务形态，系统梳理合规义务，将监管要求切实嵌入产品研发与运营的全生命周期，在合规底线之上构建可持续发展的业务路径。

### 3、AI 企业出海（三）：全球出口管制合规与应对策略

作者：刘夏艺 | 蒋睿馨 | 时悦 | 赵晨辰

#### 一、引言

进入 2026 年，AI 已由单纯的技术竞争焦点，演变为国际贸易摩擦与出口管制政策调整的重要领域。围绕先进算力、模型训练、核心算法以及相关技术的跨境流动，各主要法域监管持续收紧，AI 企业的全球化布局正面临前所未有的合规挑战。在 AI 企业出海的征途中，出口管制已不再局限于交易落地前的附属性审查，而逐步成为影响企业研发分工、算力布局、交易结构和全球化路径的重要制度变量。美国围绕先进计算形成的监管框架，正持续向模型训练活动、云算力调用和供应链反规避等环节延伸；中国则在既有技术进出口管理与出口管制制度基础上，对技术跨境流动实施更为审慎的监管。从整体趋势看，监管重心正由单一物项管制，转向算力、模型、技术和交付链条的整体审视，AI 企业的跨境研发、部署与交易安排，正在被纳入更严格的合规约束之中。

本文作为 AI 企业出海系列文章的第三篇，将承接前文关于股权架构与尽职调查的讨论，深入剖析 2025 – 2026 年全球 AI 出口管制的最新动态，重点分析中国与美国在 AI 领域的出口管制规则及其演进趋势，并就企业如何构建系统化合规体系提出实务建议。

#### 二、中国技术出口管制：从“限制目录”到“实质性出境”

中国对 AI 技术跨境转移的监管，主要涉及两套并行但并不完全重合的规范体系：一是《对外贸易法》《技术进出口管理条例》及《中国禁止出口限制出口技术目录》（简称“《目录》”）项下的限制出口技术许可管理；二是《出口管制法》及其配套制度项下，对特定两用物项、技术及相关服务的出口管制制度。2025 年以来，监管机构对 AI 核心技术的穿透式审查趋势愈发显著，不仅关注所有权的变更，更关注技术能力的实质性外移。

##### （一）限制出口技术的核心范畴

根据 2023 年底修订并持续施行的《目录》，多项与生成式 AI 密切相关的技术被列为“限制出口”类别。这意味着企业在向境外提供相关限制出口的技术或服务时，必须事先取得省级商务主管部门的许可。

限制出口的技术领域	目录编号	关键管控内容
信息处理技术	086501X	基于数据分析的个性化信息推送服务技术
计算机网络技术	086302X	巨型计算机（运算次数≥97 万亿次）网络系统、并行处理技术
计算机通用软件编制技术	086502X	巨型计算机（运算次数≥97 万亿次）软件技术； 并行计算机的微内核和多线程的实现技术，程序并行性识别技术及并行优化编译源程序

##### （二）“实质性出境”的认定困境

在 AI 企业出海实践中，最令创始人困惑的往往是：如果不涉及源代码的物理移交，仅仅是境外授

权或团队外迁，是否构成“技术出口”？

根据我们的实务观察，监管机关在判断相关安排是否构成技术出口时，已逐步从单纯关注技术载体的物理出境，转向更加关注技术能力是否发生实质性跨境转移，监管重点在于是否发生了受规制的“技术转移”。以下三种典型场景极易触发合规红线：

- **核心团队整体外迁：**如境内研发团队整体迁往境外，并在迁移过程中伴随境内形成的核心算法、训练框架或相关技术资料被境外主体实际取得、持续使用或控制，则相关安排存在被认定构成技术跨境转移或技术出口的风险。
- **跨境授权与模型部署：**将境内训练的基础模型权重、算法模块、训练框架或其他相关技术资料授权或提供给境外主体使用，或在境外服务器上部署涉及限制出口技术的推理引擎，且在该等部署过程中向境外主体提供模型权重、算法模块、接口能力或其他技术资料，从而使境外主体能够实际获取或利用相关技术能力。
- **穿透式并购审查：**在涉及境外主体收购境内 AI 企业、研发团队或核心技术资产的交易中，如交易安排实质导致限制类技术向境外买方或其控制下主体转移，相关监管机构可能结合交易结构、交割安排及后续控制关系，对交易是否涉及限制类技术的变相出口进行实质性评估。

### 三、美国 EAR 新规：从先进芯片管制，转向模型训练与供应链执法强化

#### （一）先进计算规则仍是美国 AI 管制主干

美国当前针对 AI 和算力的出口管制，核心框架仍是 2022 年 10 月与 2023 年 10 月两轮先进计算规则。这两轮规则通过对满足阈值的高性能芯片及其整机、相关软件与技术实施许可管制，并结合最低减让标准（de minimis）与外国直接产品规则、最终用户/最终用途管制及清单工具，构成了美国当前限制中国获得先进 AI 算力的核心制度框架。对 AI 企业而言，美国规则的核心已不再是对个别芯片型号的零散限制，而是围绕先进算力能力建立起覆盖芯片、服务器、软件技术及相关交易链条的综合管制框架。具体解读请见我们之前发布的《[汉坤·观点 | AI 管制前沿 — 美国出口管制政策观察](#)》。

#### （二）监管重点进一步延伸

在此基础上，美国监管重点近两年明显进一步前移。2025 年 1 月，美国工业和安全局（简称“BIS”）在《人工智能扩散框架》中曾将监管范围从先进计算芯片延伸至 AI 模型训练和模型成果本身，其中新增 ECCN 4E091，拟将特定先进闭源 AI 模型权重纳入管制，主要针对训练计算量达到  $10^{26}$  次运算及以上的模型权重<sup>1</sup>。虽然该规则已于 2025 年 5 月被撤销，但 BIS 同期又发布了围绕 AI 模型训练、先进计算芯片反转用以及一般禁令十（GP10）适用的多份政策文件<sup>2</sup>，进一步表明美国对 AI 的管制重点，正在从单纯的物项控制，延伸至模型训练活动、云算力/IaaS 场景、供应链来源以及第三方规避风险。

#### （三）2026 年新动态

2026 年 1 月，BIS 发布最终规则《关于先进计算商品许可审查政策的修订》，对 H200 等特定芯片对华出口许可审查政策作出有限调整，在特定条件下由“推定拒绝”调整为“逐案审核”。但该调整仅

<sup>1</sup> <https://www.federalregister.gov/documents/2025/01/15/2025-00636/framework-for-artificial-intelligence-diffusion>。

<sup>2</sup> <https://www.bis.gov/press-release/department-commerce-announces-rescission-biden-era-artificial-intelligence-diffusion-rule-strengthens>。

属有限放宽，且附带严格条件，包括确保美国供应优先、禁止用于军事最终用户等。对企业而言，美国出口管制规则仍保持高压态势，仅在个别商用品类上保留了有限的政策弹性。

2026 年 1 月，美国众议院通过《远程访问安全法案》，旨在填补此前通过云服务绕开硬件管制的“法律漏洞”。该法案拟通过修订《出口管制改革法》(ECRA)，将特定“远程访问”场景更明确地纳入出口管制法授权范围，以填补通过云服务远程获取受控算力的监管缺口。截至本文成稿日，该法案仍处于立法程序中，尚未成为生效法律。

#### 四、实务建议：构建多维度合规体系

面对日益严峻的出口管制环境，AI 企业不能心存侥幸，必须建立一套动态、敏捷的合规管理体系。结合当前监管重点，建议重点把握以下几方面：

##### （一）明确境内外主体分工及技术边界

企业在规划出海布局时，需尽早明确境内外主体各自承担的研发、训练、部署及运营职能，重点厘清哪些环节涉及境内研发形成的核心算法、训练框架、模型能力及其他关键技术成果。对于可能落入中国技术出口或出口管制范围的内容，需重点评估其是否会通过授权许可、技术支持、联合开发、境外部署等方式，向境外实现实质转移；针对境外主体，应要求其在所在法域的合规框架内，独立开展应用开发、本地化运营及相关交付工作，避免因境内技术介入或技术能力跨境转移，引发中国技术出口与境外出口管制的叠加监管风险。

##### （二）重点核查算力来源、训练活动和技术流转安排

AI 企业出海的核心合规风险，往往集中在底层算力获取与技术流转路径上。其中：

- 就算力层面而言，需提前核查 GPU、服务器及云计算的来源渠道、交易路径、服务商背景及相关限制条件，避免在算力来源不明、交易路径不清或合规条件未明确的情况下推进相关合作。
- 就模型训练活动而言，需结合具体业务场景，判断是否涉及敏感最终用途、特殊客户背景及其他监管关注场景，不可仅从硬件采购角度简单理解出口管制风险。
- 就技术流转而言，若境内形成的算法、模型参数、训练方法、技术文档及相关支持服务，需由境外主体持续使用，需同步评估中国技术出口、数据跨境流动及相关知识产权的合规风险，提前做好应对安排。

##### （三）加强最终用户及第三方合作管理

企业应关注最终用户、实际控制方、总部所在地以及底层服务提供商等因素。建议建立动态筛查机制，定期核查美国外国资产控制办公室 (OFAC) 制裁名单、BIS 实体清单 (Entity List) 等相关限制名单，并结合具体交易背景持续更新客户和合作方风险画像。对于客户身份不清、用途说明模糊、交易路径异常，或存在第三方代采、代持、代用等迹象的情形，应提高尽职调查及合规审查等级，并在必要时审慎评估是否暂缓或终止相关交易安排。尤其在境外云算力、第三方服务商或合作伙伴参与的安排中，交易链条越长，越有必要进一步核查服务商身份、总部所在地、底层算力来源、用途说明、再转让限制及终止机制；对于涉及技术合作、数据共享或模型部署的合作安排，也建议在合同中明确出口管制、数据合规和用途限制条款，并结合项目情况设置必要的通知、暂停和终止机制。

#### （四）将合规要求嵌入项目设计和交易文件

对 AI 企业而言，更高效的合规路径，往往不是事后整改补救，而是在项目启动阶段，同步评估相关安排是否可能触发中国技术出口管理、美国先进计算管制、数据跨境流动规则及第三方供应链合规风险。与此对应，算力采购、模型训练、技术授权、境外部署及联合开发等各项安排，均应在交易结构设计和合同文本中，嵌入必要的出口管制、数据合规及用途限制等合规管控条款，从源头降低后续调整成本与执行风险，确保项目合规推进。

## 五、结论

在 2026 年的全球 AI 竞争中，合规能力已成为企业的核心竞争力之一。出口管制不再仅仅是法务部门的日常工作，而是需要企业在战略决策层面予以高度重视的顶层设计。先行一步的合规规划，不仅能为企业赢得宝贵的时间窗口，更能避免因违规而导致的断供风险或巨额罚单。在全球监管环境持续收紧的背景下，只有提前建立系统化合规机制并持续动态调整的企业，方能在全全球 AI 竞争中保持稳健发展。

## 4、AI 纠纷解决（二）：AIGC 输入与输出两端的法律风险与合规应对（上）

作者：叶志豪 | 赵宇先 | 陆利锋

### 引言

生成式人工智能（Generative AI）的迅猛发展正在重构内容生产和传播的底层逻辑，然而，从输入端训练数据的爬取、训练，到输出端内容的生成、发布，法律风险亦如影随形。

因此，为系统梳理 AIGC 生命周期中输入与输出两端的法律风险与合规应对，本文分为上下两章，作为上章，将重点聚焦 AIGC 输入端的数据爬取不正当竞争与训练数据使用中的著作权侵权风险，下章则将聚焦输出端内容的著作权侵权风险以及相关主体的责任义务，并在此基础上，系统提出涵盖输入端与输出端两方面的合规应对建议。通过上下两章的衔接，本文旨在为企业应对从数据源头输入到内容终端输出的法律风险提供实务指引。

### 一、风险全景 — AIGC 输入与输出两端的法律挑战

#### （一）输入端风险：数据爬取与训练的双重困境

数据是 AIGC 模型训练的核心基础，其获取与使用方式受到《反不正当竞争法》《著作权法》《个人信息保护法》《网络安全法》等多重规制。篇幅所限，在输入端，本文仅聚焦于 AIGC 模型的数据爬取训练行为所面临的不正当竞争与著作权侵权风险。

1. 数据爬取的不正当竞争风险：未经授权大规模抓取公开平台数据的行为若实质性替代了原平台服务、破坏市场竞争秩序，或违背诚实信用原则“搭便车”利用他人数据资源，将可能会被认定为不正当竞争。
2. 数据训练的著作权侵权风险：未经许可将受著作权保护的作品纳入训练数据集，正面临日益严格的法律定性。在模型训练过程中，作品被加载、分析并存储于服务器，这一行为很有可能被认定构成对复制权的侵害。

#### （二）输出端风险：生成内容的侵权与合规危机

输出端的风险集中体现为生成内容的民事侵权与行政合规风险。

1. 民事侵权风险：AIGC 模型在输出端可能引发著作权侵权、不正当竞争、人格权侵权等风险。其中，著作权侵权是核心争议之一，判断关键在于生成内容与受保护作品是否构成“实质性相似”。虽然“风格”本身不受著作权法保护，但若 AI 输出成果在独创性表达、结构编排或核心元素上与现有作品高度雷同，仍可能构成侵权。
2. 行政合规风险：AIGC 服务提供者若未依法履行 AI 生成内容的标识义务，或模型生成涉黄、涉政等违禁内容，将面临严厉的行政处罚，存在合规风险。

## 二、输入端深度解析 — 数据爬取的不正当竞争风险及司法认定规则

### （一）现行立法与监管政策的双重规制

近年来，我国已通过立法修订与专项监管规则，构建起对 AIGC 数据爬取行为的双重规制体系，为司法认定提供明确法律依据：

1. 《反不正当竞争法》的专条规范：2025 年新修订的《反不正当竞争法》新增非法数据获取条款，在第 13 条明确禁止以避开技术措施等不正当方式获取、使用他人合法数据，首次尝试在《反不正当竞争法》框架下对非法数据获取行为进行专条规范。
2. 国家网信办等七部门 2023 年颁布的《生成式人工智能服务管理暂行办法》（以下简称“《暂行办法》”）第四条第（三）项为生成式人工智能服务提供者创设了公平竞争义务，即不得利用算法、数据、平台等优势，实施垄断和不正当竞争行为。这为权利人主张生成式人工智能服务提供者不正当竞争提供了重要规范依据<sup>3</sup>。并且，《暂行办法》第 7 条明确规定了生成式人工智能服务提供者的训练数据处理活动要求，要求企业审慎评估数据来源合规性，避免陷入“技术无罪”误区。

### （二）司法实践中核心认定规则

结合司法实践，法院对 AIGC 数据爬取行为是否构成不正当竞争的认定，核心围绕“数据集合”的保护边界与“实质性替代”标准两大核心问题展开，裁判规则已趋于明确：

#### 1. “数据集合”的保护边界：合法经营利益的认定

在司法实践中，法院对“数据集合”的保护边界逐渐清晰。针对企业对长期投入形成的公开数据集是否享有可保护的竞争利益的问题，主流观点认为，企业对合法采集后的数据经过匿名化处理后，若具备规模性、独特性与商业价值，即构成应受保护的“竞争性权益”，这种权益虽非绝对财产权，但属于受法律保护的经营利益<sup>4</sup>。

例如，在（2023）粤 03 民初 6844 号案件中，法院认为，基于平台海量组合数据进行的大数据分析产品，是对海量用户数据进行加工处理后的衍生数据，已无法与用户生成的数据相对应，具有独立的数据价值，该种经营数据权益应当由经营平台者享有<sup>5</sup>。在入库案例（2018）浙 01 民终 7312 号案件中，法院亦认为，平台运营者基于原始交易数据，经过深度加工、算法分析形成的数据产品，可以为运营者所实际控制和使用，为其带来相应的经济利益，属于竞争法意义上的财产权益，同时构成平台运营者的竞争优势，应当受到反不正当竞争法的保护<sup>6</sup>。

#### 2. “实质性替代”：不正当竞争的核心认定标准

认定数据爬取行为构成不正当竞争的关键在于判断该行为是否构成“实质性替代”。司法实践中，

<sup>3</sup> 冯晓青：《生成式人工智能服务提供者版权侵权及不正当竞争研究 — 以 AI 平台版权侵权“奥特曼系列案”为例》，载《知识产权》2023 年第 11 期。

<sup>4</sup> 石丹：《大数据时代数据权属及其保护路径研究》，载《西安交通大学学报（社会科学版）》2018 年第 3 期；【指导性案例 262 号】北京知识产权法院（2021）京 73 民终 1011 号判决书、【入库案例】杭州中级人民法院（2018）浙 01 民终 7312 号判决书。

<sup>5</sup> 广东省深圳市中级人民法院（2023）粤 03 民初 6844 号民事判决书。

<sup>6</sup> 【入库案例】杭州中级人民法院（2018）浙 01 民终 7312 号判决书。

法院着重在三个方面进行审查<sup>7</sup>：

- (1) 是否损害了对方的竞争性利益；
- (2) 是否违背了商业道德与诚实信用原则；
- (3) 是否利用他人数据资源构建自身竞争优势，从而破坏市场竞争秩序。

例如，在指导性案例 262 号中，法院确认了平台对数据集合享有受保护的经营性利益，行为人在未获得用户授权且未获得平台授权的情况下，抓取并使用这些数据，不仅侵犯了用户隐私，更实质性替代了平台的服务，破坏了其竞争优势，违背商业道德与诚信原则，构成不正当竞争<sup>8</sup>。

在深圳中院审理的（2023）粤 03 民初 6844 号案件中，法院亦明确，明确平台衍生数据权属归属于平台，他人运用 AI 技术手段爬取他人平台模拟真实股票交易的程序化、量化证券交易数据后，为自己会员提供自动化、程序化下达真实股票交易指令的“克隆”服务，构成不正当竞争，最终判赔 1,950 万的超高数额。

因此，若 AI 模型未经授权，通过抓取数据实现了与原平台相似的功能，导致原平台用户流失、流量转移，将被认定为破坏了市场竞争秩序、损害其他经营者的合法权益，构成不正当竞争。

### 三、输入端深度解析 — 数据训练的“复制”侵权风险和抗辩边界

近日，中国广电联合会演员委员会发布严正声明，针对擅自抓取演员影像声频用于 AI 模型训练等侵权行为，要求任何主体未经演艺人员本人书面正式授权，严禁擅自采集、使用、合成、传播相关影响、声纹与专属艺术形象<sup>9</sup>。虽然该声明主要针对演艺人员的肖像权等人格权益，但也反映出特定行业组织对于 AI 模型的数据训练行为持严厉态度，严格要求取得合法授权，否则 AI 模型数据训练将面临极高的被指控侵权风险。

同理，在 AIGC 模型训练中对在先作品进行抓取、使用的行为，是否构成《著作权法》意义上的“复制”，以及是否可援引“合理使用”进行抗辩，也已成为当前司法实践与律师实务中的核心争议问题。

#### （一）数据训练行为的定性：是否构成著作权意义上的“复制行为”

根据《著作权法》第十条第一款第五项，复制权系指“以印刷、复印、拓印、录音、录像、翻录、翻拍、数字化等方式将作品制作一份或者多份的权利”。其中，“数字化”被明确列为复制行为的方式之一。

在 AI 训练场景下，开发者将他人享有著作权的图片、文字、音乐等内容，从原始载体（如图书、网页、音像制品）中提取，转化为可供机器读取的数字格式（如文本向量、图像张量）。从文义解释的层面看，这一过程似乎可以被纳入“数字化复制”范畴，然而，结合技术特征与著作权法理，人工智能的数据训练行为具有一定特殊性，不能简单等同于传统的复制行为，一律将其认定为著作权法意义上的

<sup>7</sup> 北京知识产权法院（2016）京 73 民终 588 号判决书、上海知识产权法院（2016）沪 73 民终 242 号判决书、【入库案例】杭州中级人民法院（2018）浙 01 民终 7312 号判决书、天津滨海新区人民法院（2019）津 0116 民初 2091 号裁定书、【指导性案例 262 号】北京知识产权法院（2021）京 73 民终 1011 号判决书、广东省深圳市中级人民法院（2023）粤 03 民初 6844 号民事判决书。

<sup>8</sup> 【指导性案例 262 号】北京知识产权法院（2021）京 73 民终 1011 号判决书，该案为最高人民法院首次发布数据权益司法保护专题指导性案例之一。

<sup>9</sup> <https://www.news.cn/fortune/20260402/da066ff2e9a34c46a81e70b265a97acd/c.html>，最后访问日期 2026 年 4 月 10 日。

“复制行为”。

## 1. 非临时复制情形

虽然我国并未具体规定复制行为的构成要件，但总结各国著作权立法例和相关学说，著作权法所规制的“复制行为”，要求该行为使作品被相对稳定地固定在物质载体之上形成作品的有形复制件<sup>10</sup>。

因此，若生成式人工智能对数据的训练，系利用爬虫等技术收集海量作品、建立作品数据库，并将其存储在硬盘等物质载体上，则该行为过程形成了诸多作品的相对稳定的复制件，属于受复制权规制的复制行为。

## 2. 临时复制情形

然而，除上述被纳入复制行为范畴的方式外，生成式人工智能对作品的利用，还会以“临时复制（Temporary Reproduction）”的方式进行。在“临时复制”的训练模式中，作品仅被调入计算机内存或硬盘划出的临时缓存区进行实时分析，训练结束后数据即被清空，无法被再次调用或独立利用。

### (1) 法律依据层面

虽然国际上对于“临时复制”是否属于复制权所规制的行为并未达成一致，但我国在参与 WIPO 版权条约（WCT）外交会议及制定《信息网络传播权保护条例》时，均明确不支持将“临时复制”定性为复制行为，即在我国现行法中并没有将“临时复制”纳入复制权规制范围的法律依据<sup>11</sup>。

### (2) 正当性层面

从技术角度看，“临时复制”只是计算机运行中附带发生的客观技术现象，并不会产生具有可流通性、可利用性，且具有独立经济价值的复制件，其价值仅在于完成特定的技术过程，完全依附于计算机对作品的其他操作行为，产生与结束均依赖于操作的产生于结束，故不可能脱离该行为而被独立利用，也不具有被独立利用的经济价值<sup>12</sup>。

从法理角度看，复制行为的构成要件之一为，该行为使作品被相对稳定地固定在物质载体之上形成作品的有形复制件。因此，如前所述，“临时复制”仅是依附于技术过程的短暂存在，并未形成作品的稳定复制件，并不符合复制行为“相对稳定地固定”的要求，不属复制行为。

### (3) 司法实践层面

在入库案例“易查网案”中，法院认为，对网页的转码行为是否构成著作权侵权需要视具体情况而定，需要考察复制是否短暂及临时、是否转码技术所必须、是否具备独立的经济价值等因素，综合衡量该等行为是否构成“临时复制”。若网络服务商以转码为借口，实施了超越转码技术所必须的、属于著作权法专有权利保护范围的行为，则应当承担侵权责任。该案中，经营者将其所谓“临时复制”的内容传输给触发转码的用户后，并未立刻将相应内容从服务器硬盘中自动删除，还将该内容存储在自己的服务器中，属于对他人作品的复制，构成复制权侵权<sup>13</sup>。该案审理法官此后更是明确指出，“临时复制”不

<sup>10</sup> 王迁，褚楚：《人工智能与著作权边界初探：技术进步下的法律挑战与思考》，载《中国编辑》2024年第8期，[https://mp.weixin.qq.com/s/2fUU\\_1K1iJTfdMYcCArmXw?scene=1&click\\_id=1](https://mp.weixin.qq.com/s/2fUU_1K1iJTfdMYcCArmXw?scene=1&click_id=1)，最后访问日期2026年4月10日。

<sup>11</sup> 同上。

<sup>12</sup> 同上。

<sup>13</sup> 上海市浦东新区人民法院刑事判决书（2015）浦刑（知）初字第12号。

受复制权控制，否则会违背著作权法促进社会主义科学事业的发展与繁荣的宗旨<sup>14</sup>。

因此，虽然数据训练在文义上看似属于“数字化复制”，但仍然需要结合生成式人工智能数据训练的具体方式进行分析。如果该数据训练行为仅涉及技术过程中不可避免的“临时复制”，仅临时存储于服务器或本地设备中，在训练结束后删除相关内容，未形成稳定的复制件，在我国目前仍然处于大力发展 AI 产业的背景下，不宜将“临时复制”认定为著作权法意义上受复制权规制的“复制行为”。

## （二）合理使用抗辩的边界

如前所述，AI 模型的数据训练可能被认定落入《著作权法》所规制的“复制行为”范畴。然而，即使数据训练行为在形式上符合复制权的控制范围，也并不意味着必然构成侵权。在我国著作权法框架下，是否构成侵权，还需进一步判断该行为能否被“合理使用”制度所豁免。因此，合理使用抗辩的边界，直接决定了 AI 模型输入端数据训练行为的合法与非法分野。

### 1. 我国关于“合理使用”的规定

我国著作权合理使用制度规定在《著作权法》第二十四条中，该条款规定，在特定情况下使用作品，可以不经著作权人许可，不向其支付报酬，但应当指明作者姓名或者名称、作品名称，并且不得影响该作品的正常使用，也不得不合理地损害著作权人的合法权益。可见，我国对合理使用的规定实际上贯彻了《伯尔尼公约》的“三步检验法”<sup>15</sup>。

从立法体例来看，《著作权法》第二十四条采用“具体列举+兜底条款”的方式，首先明确列举了 12 种具体的合理使用情形，其次在第 13 项规定了兜底条款“法律、行政法规规定的其他情形”。因此，与美国版权法开放式的“四要素判断法”不同<sup>16</sup>，我国对于合理使用的构成上相对保守，并不会给予法官过多的自由裁量权<sup>17</sup>，要求使用行为必须严格落入这 12 项具体情形之一，或者有其他专门法律的明确规定，否则即构成侵权。因此，在我国现行法未作明确规定的情况下，AI 模型数据训练的行为恐怕难以直接归入《著作权法》第二十四条的合理使用情形，而需要法院在个案中对此新型复制行为的边界进行权衡。

### 2. 国内司法实践现状

目前国内司法实践中关于 AI 训练数据的复制权侵权认定的生效裁判尚较少，在现有的公开案例中，法院的裁判标准和态度不一。

#### （1）“奥特曼案”：合理使用的肯定立场

在“奥特曼案（上海某文化传播公司诉杭州某 AI 平台案）”中，原告将“删除训练数据”作为诉请之一，主张被告在训练阶段未经许可使用了原告享有著作权的奥特曼形象。一审法院认为，鉴于生成式人工智能在数据训练阶段使用他人作品的目的，原则上应是用于学习分析在先作品，从中提取出相应的规律，便于后续转换性创作新作品，因此该种使用行为并非以再现作品的独创性表达为目的，且一般情况下数据训练只是对语料数据作结构特征分析时暂时保留了在先作品，数据训练及生成过程中也未将

<sup>14</sup> 叶菊芬，桑清圆：《转码小说网页后的存储构成侵权》，载《人民法院报》2017年3月2日，第7版。

<sup>15</sup> 吴凯涛：《著作权合理使用制度研究》，载《法学》2023年第2期，[https://pdf.hanspub.org/ojls20230200000\\_45222959.pdf](https://pdf.hanspub.org/ojls20230200000_45222959.pdf)。

<sup>16</sup> 晏凌煜：《美国司法实践中的“转换性使用”规则及其启示》，载《知识产权》2016年第6期，[http://iolaw.cssn.cn/fxyjdt/201608/t20160811\\_4643474.shtml](http://iolaw.cssn.cn/fxyjdt/201608/t20160811_4643474.shtml)。

<sup>17</sup> 见前注 14。

在先作品展示给公众，因此，在无证据证明生成式人工智能是为使用权利作品的独创性表达为目的、已影响到权利作品正常使用或者不合理地损害相关著作权人的合法权益等情形下，可以被认为是合理使用<sup>18</sup>。并进一步指出，“从促进生成式人工智能技术发展的角度来看，对于大模型的数据输入、数据训练行为的侵权认定，宜采取相对宽松包容的认定标准”。这一判决为 AI 训练端的合理使用抗辩提供了重要的司法支持。

## (2) “美杜莎案”：认定构成复制权侵权

与“奥特曼案”的宽容立场不同，上海市金山区人民法院审理的“美杜莎”案展现出更为严格的裁判态度。法院认为，被告以商业使用为目的，在素材截取阶段及模型训练、发布及使用阶段再现在先作品的独创性表达，侵害了原告对“美杜莎”作品享有的复制权和信息网络传播权<sup>19</sup>。可见，法院倾向于认为将作品整理为训练数据集，本身就是一次未经许可的复制行为，再加上模型训练具有商业目的、模型输出能高度复现原作核心，则不适用合理使用抗辩，构成复制权侵权。

总体上，我国司法实践对于 AI 模型数据训练是否属于合理使用的问题尚未形成统一的裁判标准，有待实践进一步明确。但值得注意的是，北京知识产权法院副院长杜长辉在 2025 中关村论坛全球知识产权保护与创新论坛上发言表示：“在生成式人工智能技术应用的不同阶段，采用差异化的保护原则，注重平衡各方利益。在模型预训练阶段，侧重促进数据的取得和使用；在生成传播阶段，更加注重权利保护”<sup>20</sup>。这表明，现阶段司法可能倾向于对输入端采取相对宽容的态度，即附条件地允许数据训练使用，以促进技术创新发展，但是具体标准和条件依然有待立法和司法进一步明确。

## (三) 行政监管动态

目前我国也已有国家标准对不同来源的训练数据的采集作出了明确规范要求，因此在现行立法和司法实践尚未明晰 AI 模型的数据训练行为是否属于合理使用的情况下，建议 AI 模型开发者、平台运营者等涉 AI 数据训练主体，参考国家市场监督管理总局和国家标准化管理委员会发布的《网络安全技术 生成式人工智能服务安全基本要求》<sup>21</sup>《网络安全技术 生成式人工智能预训练和优化训练数据安全规范》<sup>22</sup>的相关采集管理要求，对不同来源的数据进行分类合规自查。需要注意的是，该标准对于不同

<sup>18</sup> 杭州市中级人民法院（2024）浙 01 民终 10332 号民事判决书、杭州互联网法院（2024）浙 0192 民初 1587 号民事判决书，该案为浙江省高级人民法院 2024 年知识产权保护典型案例之一、杭州市中级人民法院 2024 年度知识产权司法保护暨服务保障新质生产力发展典型案例之二。

<sup>19</sup> “上海高院”微信公众号：“斗破苍穹”美杜莎形象被抄袭 人工智能大模型著作权侵权案一审落槌”，<https://mp.weixin.qq.com/s/Plae0snaOEsqmodLU9j4g>。

<sup>20</sup> <https://bjzcfy.bjcourt.gov.cn/article/detail/2025/03/id/8765055.shtml>，最后访问日期 2026 年 4 月 10 日。

<sup>21</sup> GB/T 45654-2025《网络安全技术 生成式人工智能服务安全基本要求》：对服务提供者的要求如下：

- a) 使用开源训练数据时，应遵循该数据来源的开源许可协议或取得相关授权文件。注 1：对于汇聚了网络地址、数据链接等能够指向或生成其他数据的情况，如需使用这些被指向或生成的内容作为训练数据，将其视同于自采训练数据。
- b) 使用自采训练数据时，应具有采集记录，不应采集他人已明确不可采集的数据。注 2：自采训练数据包括自行生产的数据以及自行从互联网采集的数据。注 3：明确不可采集的数据，例如已通过爬虫协议（robots 协议）或其他限制采集的技术手段明确表明不可采集的网页数据，或个人已拒绝授权采集的个人信息等。
- c) 使用商业训练数据时：应有具备法律效力的交易合同、合作协议等；交易方或合作方不能提供数据来源、质量、安全等方面的承诺以及相关证明材料时，不应使用该训练数据；应对交易方或合作方所提供的训练数据、承诺以及相关证明材料进行审核。
- d) 将使用者输入信息用作训练数据时，应具有使用者授权记录。

<sup>22</sup> GB/T 45652-2025《网络安全技术 生成式人工智能预训练和优化训练数据安全规范》：对服务提供者的要求如下：

- a) 数据收集时，应对数据进行评估和记录，数据所包含的违法不良信息不应超过 5%。注 1：本文件关注的违法不良信息主要是指包含 GB/T 45654-2025 中 A.1~A.4 中 29 种安全风险的信息。
- b) 对自行收集的预训练数据，不应采集他人已明确不可采集的数据。
- c) 收集开源数据集时，应遵循该数据集的开源许可协议或取得使用授权文件。

来源的数据训练行为普遍要求取得相应的授权许可，这一定程度上反映了现行监管对于 AI 模型的数据抓取、训练行为采用较为严格的普遍授权态度。

#### （四）政策导向与立法趋势展望

尽管前述国家标准对训练数据采集提出了较为严格的授权要求，但若将视角提升至国家整体政策层面，可以发现，我国近年来始终将人工智能作为战略性新兴产业，持续释放鼓励创新、包容审慎监管的积极信号。2026 年《政府工作报告》首次提出“打造智能经济新形态”，明确“深化拓展‘人工智能+’”，推动人工智能商业化规模化应用，并将“完善适应人工智能技术发展促进就业创业的措施”首次写入报告，体现了我国对人工智能产业发展的高度重视与持续支持。这一政策基调为 AI 模型数据训练的法律评价提供了重要方向性指引。

因此，尽管现行规定及司法实践尚存不确定性，但基于国家大力发展 AI 产业的顶层设计，我国未来有可能出台或细化相关规定，在平衡著作权人利益与产业发展的基础上，对 AI 模型的数据训练行为给予一定程度的合理使用豁免，以鼓励技术创新与数据合法流通。

## 结语

在生成式人工智能的输入端，数据爬取若违背商业道德或突破技术防线，将构成不正当竞争；而未经许可复制受保护作品以供 AI 模型数据训练，在我国现行立法及司法实践下面临被认定为复制权侵权的风险。在此背景下，企业应审慎评估数据来源合规性，建立内部数据治理机制，以规避输入端法律风险，同时对未来的相关政策演进保持关注。本文将在下章进一步讨论 AI 模型输出端的著作权侵权风险，及生成式人工智能服务提供者的相关责任义务，并系统梳理输入输出两端的合规建议。

- 
- d) 对从外部数据源收集的预训练数据，应记录数据收集所涉及的数据来源：1) 数据来源为互联网网站的，记录网站的统一资源定位符；2) 数据来源为外部组织或个人的，记录数据集名称、来源组织，保存具备法律效力的交易合同、合作协议、许可协议或相关授权文件等；3) 数据来源为服务使用者的，具有服务使用者的授权记录，并记录服务名称、服务使用者的标识。
  - e) 同类型的数据应具有多个不同的数据来源：1) 不同的数据来源包含多个数据提供主体，包括但不限于互联网网站、其他组织或个人、服务使用者等；2) 同类型数据中，每个数据来源的比例不低于 1%。注 2：此处类型包括但不限于代码、图像、音频、视频及相同语言的文本等。
  - f) 所采集数据涉及个人信息的，应取得对应个人的同意或符合法律、行政法规规定的其他情形；所采集数据涉及敏感个人信息的，应取得对应个人的单独同意或符合法律、行政法规规定的其他情形。
  - g) 通过交易或合作等方式从其他组织或个人收集数据时，应对交易方或合作方所提供的数据、承诺以及相关证明材料进行审核。
  - h) 涉及数据跨境收集时，应符合相关数据跨境安全法规和标准要求。

## 5、Web3.0 时代的来临：盘点香港法院有关数字资产的判决

作者：叶汉杰 | 李健堃 | 黄铭琛

随着金融科技的高速发展，数字资产投资及交易日渐普及。香港作为国际金融中心，除了推动完善有关数字资产的监管框架，其司法体系亦与时俱进：将法律原则套用于与加密货币相关的争议，并尝试利用新技术冻结数字资产。这些措施有助于加强对投资者的保障以及增加他们对数字资产市场的信心，加强投资者把香港法作为数字资产交易的准据法的意愿。本文旨在介绍和盘点香港法院近期与数字资产相关的司法判决。

### 一、起点：加密货币在香港被认定为‘财产’

在 *Re Gatecoin Limited* [2023] 2 HKLRD 1079, [2023] HKCFI 914<sup>23</sup> 一案中，香港高等法院原讼法庭判定，加密货币在香港法律下属于财产，可以作为信托的标的物。

法院遵循了新西兰法院在 *Ruscoe v Cryptopia* [2020] NZHC 728 一案中的判决，判定加密货币符合英国案例 *National Provincial Bank v Ainsworth* [1965] AC 1175 中“财产”的四项标准。简而言之，加密货币是一种无形财产：

- (1) 可被定义 (definable)：分配给加密货币钱包的公钥易于识别，具有足够的独特性，并能唯一地分配给每个账户持有人。
- (2) 可被第三方识别 (identifiable by third parties)：只有私钥持有者能够连接加密货币并将其从一个钱包转移到另一个钱包。
- (3) 可被第三方持有 (capable of assumption by third parties)：加密货币可以而且确实活跃于交易市场；在这些市场中，所有者的权利受到尊重。
- (4) 具有一定程度的永久性 or 稳定性 (some degree of permanence or stability)：加密货币的整个历史记录都保存在区块链中[见判决书第 57 及 59 段]。

此判决确认了香港与其他普通法司法管辖区的立场保持一致，承认加密货币作为合法财产的所有权性质 (proprietary nature)。

### 二、加密货币交易所的条款和细则的重要性

在决定加密货币交易所是否以受托人 (trustee) 身份为客户持有加密货币时，法院会考虑加密货币交易平台与其客户之间订立的条款和细则，以及交易所的运营方式，包括交易所如何处理加密货币。

举例来说，在 *Re Gatecoin Limited* 一案中，Gatecoin 最新版本的条款和细则被法院认定为未有声明信托关系，法院从而明确 Gatecoin 与其客户之间不存在任何信托关系。有关条款和细则还规定，加密货币可以存储在区块链资产池账户 (pooled blockchain assets account) 或综合法币账户 (omnibus fiat account) 中 (即加密货币没有被分隔出来) [见判决书第 42 段]。因此，Gatecoin 客户存入的加密货币实际上被视为 Gatecoin 的资产，而 Gatecoin 可以自行决定如何使用其钱包中的加密货币，包括自行进行交易。Gatecoin 经审计的财

<sup>23</sup> 判决书见：[https://legalref.judiciary.hk/lrs/common/ju/ju\\_frame.jsp?DIS=151622&currpage=T](https://legalref.judiciary.hk/lrs/common/ju/ju_frame.jsp?DIS=151622&currpage=T)。

务报表也将 Gatecoin 持有的加密货币视为其资产，而将“客户存款”视为负债[见判决书第 43 段]。

基于上述原因，法院判定根据 Gatecoin 最新版本的条款和细则，Gatecoin 以自身名义持有该等加密货币，而非以受托人身份为客户持有。换句话说，在交易所清盘的情况下，接受了最新版本的条款的客户会被视为无担保债权人（unsecured creditors），而他们的“存款”会被视为交易所的资产，并将变现用于支付清算费用。

### 三、可以针对加密货币资产颁发临时所有权禁令

近年来，香港法院曾就加密货币资产颁布临时所有权禁令（interlocutory proprietary injunction），例如：[Nico Constantijn Antonius Samara v Stive Jean-Paul Dan \[2021\] HKCFI 1078](#)<sup>24</sup>（所有权禁令禁止被告处理其资产，包括比特币）及 [Yan Yu Ying v Leung Wing Hei \[2021\] HKCFI 3160](#)<sup>25</sup>（所有权禁令禁止被告处理涉案比特币）。相关判令确认，香港法院可以禁止加密货币的持有人未经法院同意下将加密货币从其钱包转出或以其他方式处理加密货币。

### 四、批准代币化禁制令

香港高等法院原讼法庭在 *Worldwide A-Plus Investments Ltd v A-Plus Meta Technology Ltd*（HCA2417/2024）一案中，首次批准通过区块链技术送达代币化禁制令，禁止从两个涉及超过二百六十万港币的泰达币诈骗案的加密货币钱包转移资金。

代币化禁制令打破了就送达禁制令的传统方法的限制（将一份附有必要处罚通知的命令副本面交送达当事人），允许送达法庭文件给匿名虚拟钱包持有人（在该案中直接放于 Tron 区块链）。当禁制令被代币化后，任何人拟与涉案的钱包进行交易，都会看到存于区块链上的禁制令，防止任何人以不知情作为抗辩理由。

这判决显示香港的法律体系正在因数字资产和区块链技术的发展与时并进，并为代币化禁制令的使用树立了先例。

### 五、可对加密货币交易平台发出银行信托令

在 [Wang Weiqing v Zhuo Yihao & Others \[2025\] HKCFI 4941](#)<sup>26</sup> 一案中，法院判定原告可引用银行信托令（Bankers Trust order），强制数字资产交易平台提供相关账户信息及交易详情，让原告追踪其被盗资产。

该案中，法庭撤销了针对涉嫌包含被盗资产的加密货币交易所热钱包（hot wallet）的所有权禁令，理由是原告未能按单方面申请的要求向法庭作全面坦诚的披露，隐瞒了交易所可能就热钱包的性质以及双方的诉前信函而提出的抗辩理由。

虽然法庭撤销了所有权禁令导致原告未能以辅助披露令（ancillary disclosure order）的形式提出披露申请，法庭接纳并批准原告援引银行信托令要求交易所提供相关资料让原告追踪被盗的加密货币。

<sup>24</sup> 判决理由书见：

[https://legalref.judiciary.hk/lrs/common/search/search\\_result\\_detail\\_frame.jsp?DIS=135241&QS=%2B%7C%28HCA%2C902%2F2018%29&TP=JU](https://legalref.judiciary.hk/lrs/common/search/search_result_detail_frame.jsp?DIS=135241&QS=%2B%7C%28HCA%2C902%2F2018%29&TP=JU)。

<sup>25</sup> 判决书见：[https://legalref.judiciary.hk/lrs/common/ju/ju\\_frame.jsp?DIS=139582&currpage=T](https://legalref.judiciary.hk/lrs/common/ju/ju_frame.jsp?DIS=139582&currpage=T)。

<sup>26</sup> 判决书见：[https://legalref.judiciary.hk/lrs/common/ju/ju\\_frame.jsp?DIS=173524&currpage=T](https://legalref.judiciary.hk/lrs/common/ju/ju_frame.jsp?DIS=173524&currpage=T)。

这判决反映香港法院决定跟随英国法院（在 *Ion Science Ltd v Persons Unknown* [2020] EWHC 3688 (Comm) 一案中作出银行信托令强制币安（Binance，一家加密货币交易平台）披露信息）的做法，对加密货币交易所发出银行信托令，以协助受害人追踪数字资产。

## 六、总结及预期趋势

香港法院已作出一系列具有里程碑意义的判决：承认加密货币属于财产、率先运用代币化禁制令来冻结涉嫌与欺诈相关的数字资产、利用银行信托令强制加密货币交易所披露涉及被盗资产的加密钱包的账户信息和交易记录，协助受害人追踪和讨回资产。

相关的法律框架的完善措施大大提高了香港对数字资产投资者的保障和投资者信心，进一步巩固香港国际金融中心的地位。

香港财经事务及库务局早前宣布会以定位香港为开发虚拟资产的全球领导者及持续发展具国际性的虚拟资产产业为目标<sup>27</sup>。香港政府亦于 2025 年 6 月发表了《香港数字资产发展政策宣言 2.0》，阐明政府构建一个值得信赖和着重创新的数字资产生态圈的愿景，并以风险管理及保障投资者为先。政策宣言提出的框架重点包括：构建统一及全面的数字资产服务提供者监管框架，以及扩展代币化产品种类等。

我们抱持乐观态度，相信香港将继续构建更全面的法律框架去保护加密货币资产。我们也预期将有更多涉及加密货币资产纠纷的法庭诉讼和仲裁案件，以及香港法院将继续完善其法律体系并将其应用于数字资产领域。

有关香港就数字资产的监管框架，可以参见「[从虚拟资产到数字资产，《香港宣言 2.0》的变与不变](#)」。另外，如欲了解中国内地就虚拟货币和现实世界资产（RWA）的监管框架，请参见「[中国境内虚拟货币监管新规 42 号文的解读与思考](#)」及「[峰回路转，柳暗花明 — 现实世界资产（RWA）代币化新规解读](#)」。

\*\*\*\*\*

如有任何疑问或查询，请联系汉坤律师事务所有限法律责任合伙争议解决团队的叶汉杰律师、李健堃律师或黄铭琛律师。

<sup>27</sup> 财经事务及库务局，[香港法院首次批出代币化禁制令 树立处理虚拟资产领域法律事宜先例](#)

<https://www.facebook.com/100064860394243/posts/1038215571683780/?mibextid=WC7FNe&rdid=HW0LcDAq0hDQKAFB>。

## 6、新增值税法体系下的投资安排（上）

作者：税务团队 | 基金团队

自 2026 年 1 月 1 日起，我国全新增值税法律体系正式落地实施。伴随着《增值税法》及其实施条例、一系列配套规章的陆续出台，各级税务机关也相继发布了多层次的解读与操作指引。进入 2026 年以来，税务机关通过立法衔接、制度配套、系统升级、服务保障等工作助推新法平稳落地；广大纳税人也已开始依据新税法进行实际纳税申报，在实务中不断涌现出诸多值得深入探讨的有趣议题。本文将投资机构及其开展的典型投资行为为主要分析视角，聚焦新《增值税法》带来的机遇与挑战，以期为相关市场主体提供有益参考。

### 一、境内投资机构的增值税关注

#### （一）增值税法的一般税务影响

在《增值税法》环境下，整体税制保持了较高的连续性与稳定性。对于投资机构而言，增值税的征税范围和税率变动不大，有利于维持现有交易架构与商业安排。不过，随着新法在进项税额抵扣、纳税人身份转换、税收优惠等方面的更新，投资机构仍需要重新审视具体业务场景，准确适用新规，降低因理解偏差而引发的税务风险。

#### 1. 进项税抵扣规则的变化

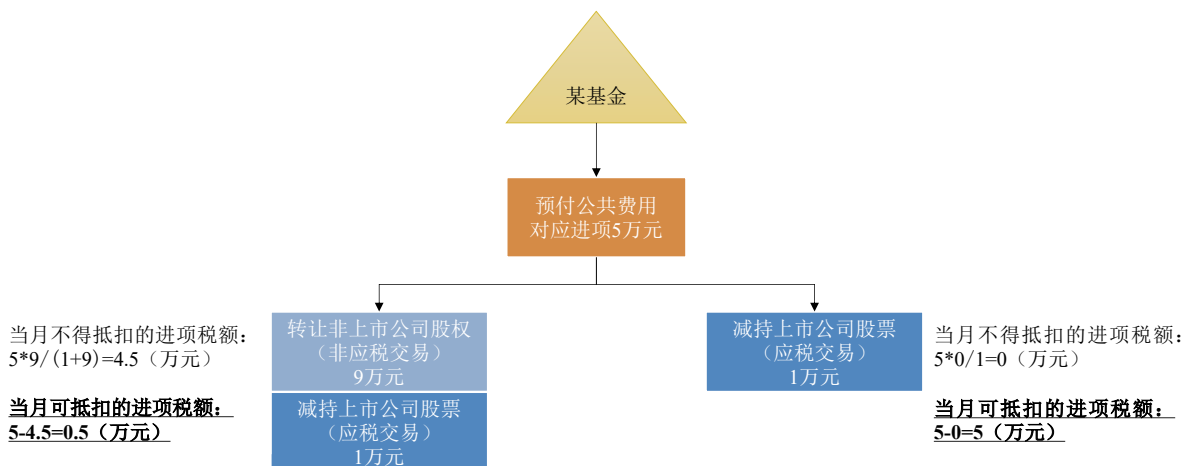
新《增值税法》及配套规则对进项抵扣规则作出了调整。第一，非应税交易被列入不得抵扣进项项目。《增值税法实施条例》（以下简称“《**实施条例**》”）规定，除应税交易和视同应税交易之外的取得经济利益的经营活动属于非应税交易，对应进项不得抵扣。该规定限缩了进项抵扣范围；特别地，在投资安排中，常见的转让非上市公司股权、取得股息红利等行为，均有可能落入上述非应税交易的范畴，从而影响相关进项税额的处理方式。

在实务中，若购入商品或服务时的用途具有不确定性，对应进项是否可以抵扣可能面临争议。例如，就投资机构而言，可能因投资项目发生法律尽调费、评估费等支出，若未来项目上市后退出，该支出于增值税应税交易（转让上市公司股票属于金融服务中的“金融商品转让”，适用税率为 6%），则相关支出对应进项可以抵扣；若项目在上市前退出，因交易属于非应税交易，则对应支出不可进项抵扣。而漫长投资周期中市场形势的变化、项目上市的不确定性都可能对未来交易的税务判断产生影响，进而使进项抵扣的判断更为复杂。

为配合非应税交易的进项抵扣规则，《财政部 税务总局关于增值税进项税额抵扣等有关事项的公告》（财政部 税务总局公告 2026 年第 13 号，以下简称“**13 号公告**”）明确了无法划分不得抵扣进项的分摊公式，将非应税交易纳入分摊项目。该公式采用收入口径作为分摊依据，意味着股权取得成本、尽职调查费用等与投资相关的成本费用，也无法在进项分摊公式的分子或分母中体现。同时，根据 13 号公告，投资业务的进项分摊取决于交易发生当期的收入情况，当某期发生非应税交易，会推高当期不得抵扣进项税额的比例。对此，《实施条例》允许于次年 1 月的纳税申报期内对逐期计算的不得抵扣进项进行全年汇总清算，在一定程度上有利于调整期限错配问题。

$$\text{当期不得抵扣的进项税额} = \text{当期无法划分的全部进项税额} \times \frac{\text{当期简易计税方法计税项目销售额} + \text{当期免征增值税项目销售额} + \text{当期不得抵扣非应税交易收入}}{\text{当期全部销售额} + \text{当期全部非应税交易收入}}$$

例：如下图所示，某合伙制或公司制基金 2026 年 1 月发生两项业务：减持上市公司股票（应税交易）取得收入 1 万元，转让非上市公司股权（非应税交易）取得收入 9 万元。当月，该基金预付房租、水电等无法划分用途的公共费用，对应进项税额 5 万元。根据 13 号公告的分摊公式，当月不得抵扣的进项税额计算如下： $5 \times 9 / (1+9) = 4.5$ （万元），即当月仅有 0.5 万元进项税额可抵扣。2026 年 2 月，该基金仅发生减持上市公司股票（应税交易）收入 1 万元，未发生任何非应税交易。若 2 月预付公共费用，则因非应税收入为零，不得抵扣比例为零，5 万元进项税额全部可以抵扣。上述情形反映出，公共费用的发生与相关业务的收入确认不在同一期间时，当期计算的不得抵扣进项税额可能无法真实反映进项分配的整体情况。根据《实施条例》规定，该基金可于 2027 年 1 月纳税申报期内，以全年应税与非应税收入的合计数为基础，对逐期已计算的不得抵扣进项税额进行全年汇总清算。



第二，针对混合用途单项长期资产（一般纳税人取得的固定资产、无形资产或者不动产，既用于一般计税方法计税项目，又用于简易计税方法计税项目、免征增值税项目、不得抵扣非应税交易、集体福利或者个人消费中的一种。例如，某单位购入一项不动产，同时用于经营业务和职工宿舍），《实施条例》引入 500 万元限额规则。现行政策下，原值不超过 500 万元的混合用途单项长期资产仍可全额抵扣进项；原值超过 500 万元的单项长期资产在混合用途期间需按年度对不得抵扣的进项税额进行调整。同时，《财政部 税务总局关于发布〈长期资产进项税额抵扣暂行办法〉的公告》（财政部 税务总局公告 2026 年第 15 号，以下简称“15 号公告”）明确，该规定不适用于租入的长期资产。

通常，基金主体、资管公司、项目 SPV 等投资机构基本不涉及购入价值超过 500 万元的单项长期资产，故购入的固定资产、无形资产、不动产的进项税额基本可以全额扣除。至于购入应税服务的支出（包括办公室租金和装修费），则不论其金额是否达到 500 万元，都需要根据公式计算分摊。

## 2. 小规模纳税人认定的重要调整

新增值税法及配套规定调整了小规模纳税人的适用条件和身份转换规则。其一，大部分投资机构年

应税销售额超过 500 万元标准后，必须登记为一般纳税人。对于鲜有发生增值税应税行为、此前选择作为小规模纳税人的投资机构，应关注小规模纳税人身份适用风险，提前规划转化为一般纳税人后的纳税规则及税负影响。

其二，年应税销售额超标后，一般纳税人身份当期生效。根据《国家税务总局关于增值税一般纳税人登记管理有关事项的公告》（国家税务总局公告 2026 年第 2 号，以下简称“2 号公告”），纳税人年应征增值税销售额超过规定标准的，一般纳税人生效之日为超过规定标准的当期 1 日。例如，某私募基金作为小规模纳税人选择按季申报增值税，2026 年 1 月发生大额股票减持，销售额超过 500 万元，在新增值税法实施前，该基金可于 2026 年第一季度申报期结束后办理一般纳税人登记，并选择自 4 月或 5 月起按一般方法缴纳增值税，此前仍可适用小规模纳税人规定；新增值税法实施后，该基金自 1 月起全部收入均需按 6% 的税率缴纳增值税，且将即刻面临进项抵扣发票不足、收入分摊核算等系统性难题。

其三，以前期间销售额调整将追溯影响纳税人身份。根据 2 号公告，若风控核查、税务稽查导致纳税人身份转换，不仅需对该笔销售进行补税，还需对相关期间已按小规模纳税人申报的全部收入，逐期更正为按一般纳税人计税，并补缴相应的税款及滞纳金，进一步增加了纳税申报的合规成本。

增值税一般纳税人身份的选择和转换将引发适用税率、进项抵扣、申报期限、税收优惠等多项税务处理规则发生变化，有必要提前规划。对于投资机构，纳税人身份选择主要应考虑以下因素：

因素	具体影响
主体性质及业务活动	决定其取得的收入是否属于增值税应税范围，以及能否取得合法有效的可抵扣进项税额
项目退出周期	影响投资收益的实现形式与时间节点，需结合投资周期进行动态评估
主体成本费用构成	决定是否能够取得大额可抵扣进项，该因素确定性较高，可在主体设立阶段进行初步判断

例如，基金管理人的主要收入来源是管理费，属于增值税应税交易；若其主要成本为人员工资且房租金额较低，则通常难以取得较多的可抵扣进项税额；因此若年度管理费不超过 500 万元，宜选择小规模纳税人。又如，对于基金主体，若无房租等大额支出，其主要进项来源于支付给管理人的管理费，若初始登记为小规模纳税人，可能造成初期管理费对应的进项税额无法抵扣，需结合管理费规模综合确定纳税人身份；而对于新进入中国的境外投资机构，可能在运营初期就会产生大量费用，若其预计未来通过 IPO 后退出等方式实现收益，属于增值税应税交易，可在设立初期即登记为一般纳税人，避免前期大额进项税额浪费。

### 3. 资管产品简易计税适用范围的调整

资管产品与私募证券投资基金相关度较高，相关讨论请见“私募证券投资基金的增值税关注”。

#### （二）私募股权基金的增值税关注

##### 1. 减持非上市公司股权

私募股权基金持有的非上市公司股权，本质是对非上市企业的权益性投资行为；该等股权不属于我国增值税法律法规中界定的“有价证券”。因此，减持非上市公司股权不属于金融商品转让，不构成增值税应税交易，无需缴纳增值税。与此同时，根据前文介绍的新增增值税法进项抵扣规则，基金在持有、

管理非上市公司股权期间发生的相关成本费用所对应的进项税额，均不得抵扣。

由此引出一个新的实务问题：对于存量投资项目，以前年度已抵扣的进项税额，在后续出现不得抵扣情形时，是否需要作进项税额转出处理？理论上，已抵扣的进项税额应于发生不得抵扣情形的当期进行转出；但鉴于标的公司能否上市存在不确定性，进项税额转出的具体时点难以确定。实务中，根据我们的观察，截止目前大多数税务机关暂未主动要求对非上市项目已抵扣进项税额进行追溯调整。建议相关纳税人在对新增项目依规进行合规处理的同时，持续关注主管税务机关对存量项目进项追溯调整的执行口径及相关实务案例。

## 2. 减持上市公司股票

与非上市公司股权不同，私募股权基金的标的公司成功上市后，其持有的股份将转变为上市公司股票，上市公司股票明确属于有价证券；上市后减持上市公司股票属于金融商品转让，应缴纳增值税。

特别地，此前营改增政策对跨境金融商品转让的增值税征管存在一定模糊地带。《增值税法》第四条明确，销售金融商品包括（1）金融商品在境内发行，或（2）销售方为境内单位和个人两种情形。基于此，境内私募股权基金减持美股、港股等在境外发行的金融商品，将落入增值税应税交易。同时亦明确，若销售方为境外机构，境内购买方无需为境外机构代扣代缴增值税。

持有跨境上市项目的私募股权基金应关注退出环节的税负变化并及时自查增值税申报情况；对于存量项目，应评估潜在的税负影响并考虑合适的应对方式；对于新增项目，建议在交易架构和合同安排中提前规划，避免因误判税负导致实际回报率不达预期。

## 3. 业绩奖励的增值税认定

在私募股权投资基金分配机制中，在返还投资本金并分配门槛收益后，投资者和基金管理人通常对剩余超额收益（Carried Interest）进行分配，取得超额收益分成（Carry）；这一环节曾存在收入定性和增值税处理争议。

税务机关倾向于将 Carry 定性为基金管理服务费；理由是，一方面，Carry 是管理人提供超过约定收益率的金融服务而收取的报酬；另一方面，即使基金管理人无超额业绩报酬可收取，其也无补偿基金收益的义务和风险，故 Carry 不具有非保本性质<sup>28</sup>。营改增时期，《财政部、国家税务总局关于全面推开营业税改征增值税试点的通知》（财税〔2016〕36号，以下简称“36号文”）就将“基金管理”列入直接收费金融服务；新发布的《财政部 税务总局关于增值税征税具体范围有关事项的公告》（财政部 税务总局公告2026年第9号）亦延续了36号文的规定。因此，Carry 若被认定为基金管理服务费，在新增值税法背景下仍需按直接收费金融服务缴纳增值税。

然而，一些基金管理人主张 Carry 属于持有金融商品期间取得的非保本收益，特别是合伙型基金中管理人或管理人关联方作为 GP 出资时。基于这一立场，管理人主张 Carry 不属于增值税应税项目，不缴纳增值税。部分私募基金通过调整基金架构，增设 SLP（Special Limited Partner）收取 Carry，使其形式上更接近投资收益，争取有利的税务定性。

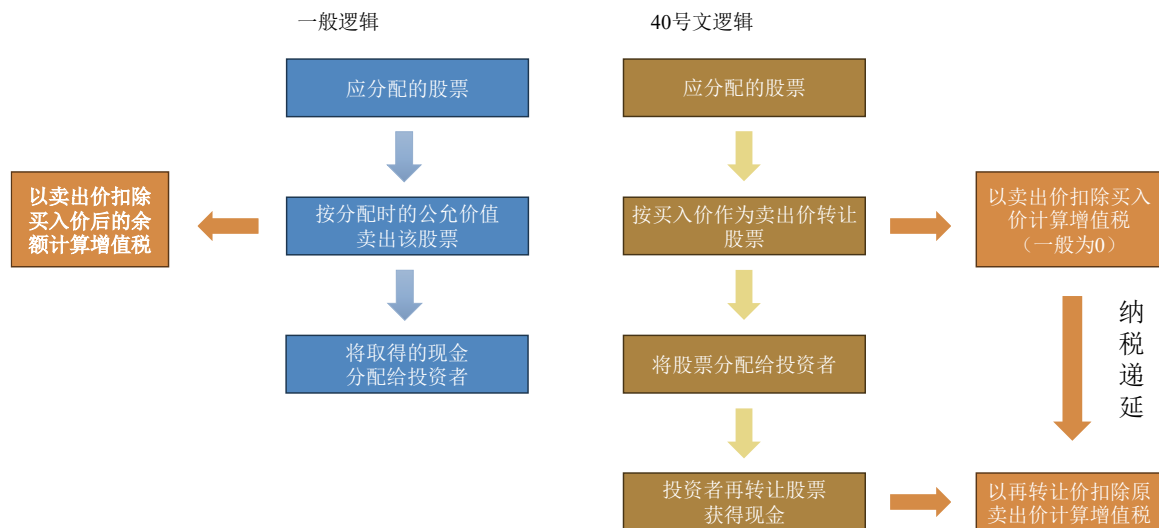
新《增值税法》实施后，增值税征管口径趋于严格，有必要重新审视基金利润的分配流向和税务处理，主动调整税务策略降低因定性错误引发的补税风险。

<sup>28</sup> 蔡熙林，陈梦雅：“超额业绩报酬”要不要缴纳增值税》，载《中国税务报》，2024年01月30日。

#### 4. 实物分配股票的增值税处理

私募股权基金实物分配股票，是指私募基金管理人与投资者约定，将私募股权基金持有的股票向投资者进行分配的一种安排；对拓宽私募股权基金退出路径、推动资本良性循环具有重要意义。我国最早于 2022 年启动私募股权创投基金向投资者实物分配股票试点，当前适用主体限于基金业协会备案的私募股权基金、创业投资基金。作为一种创新性分配安排，实物分配股票的增值税处理值得探讨。

如下图所示，理论上实物分配股票存在两种处理逻辑：（1）若实物分配股票被视为先按分配时的公允价值卖出股票，再以取得的现金分配至投资人，则基金需以卖出价扣除买入价后的余额计算销售额，并在分配环节就相应增值部分缴纳增值税；（2）根据《关于明确无偿转让股票等增值税政策的公告》（财政部 税务总局公告 2020 年第 40 号，以下简称“40 号文”），无偿转让股票时，转出方以该股票的买入价为卖出价，计算缴纳增值税；转入方将上述股票再转让时，以原转出方的卖出价为买入价，计算缴纳增值税。该政策口径具有递延纳税效果，分配环节暂不产生税负，股票的计税基础将平移至基金 LP。



新《增值税法》施行后，40 号文相关政策得以延续，但实物分配股票能否被认定为“无偿转让股票”仍存在一定不确定性。建议相关基金管理人就具体增值税处理方式与主管税务机关充分沟通，明确执行口径，确保税务处理合规稳妥。此外，在具体处理中，对于上市公司首次公开发行前的股份和交易所上市公司向不特定合格投资者公开发行前的股份，应以 IPO 发行价为买入价；对于私募基金通过重大资产重组、再融资取得的上市公司股份，应以上市公司因重大资产重组股票停牌前一交易日的收盘价为买入价。

#### （三）私募证券基金的增值税关注

##### 1. 增值税免税资格明确排除

36 号文时期，证券投资基金管理人运用基金买卖股票、债券收入增值税免税政策未限定适用于公募证券投资基金或私募证券投资基金。实践中，大部分税务机关仅认可公募基金适用免税政策；但由于相关规定未限缩适用主体，引发了政策适用争议。《财政部 税务总局关于增值税法施行后增值税优惠政策衔接事项的公告》（财政部 税务总局公告 2026 年第 10 号，以下简称“10 号公告”）将免税项目限定为“公募证券投资基金（封闭式证券投资基金、开放式证券投资基金）管理人运用基金买卖股票、债券

取得的收入”，明确私募证券投资基金不适用免税政策，统一了实务处理口径，填补了政策的不确定性。进一步提醒私募证券投资基金管理人在制定投资策略时考虑股票买卖换手产生的税务影响，建立增值税合规核算体系。

## 2. 基金不再属于列明的金融机构

鉴于私募证券基金运营过程中由基金管理人作为增值税纳税人，过去部分机构将基金产品视为管理人的税务延伸，模糊处理二者间的资金往来。10号公告中，“证券投资基金”被剔除出金融机构范畴，不再属于金融同业往来利息收入免税政策的适用主体。建议加强对作为基金产品的“证券投资基金”和作为基金产品管理人的“证券基金管理公司”的区分，在进项税抵扣、收入确认等环节的会计核算和税务处理中，清晰划分自有资金业务与基金管理行为，降低因主体混同引发的税务风险。

## 3. 简易计税方法的适用明晰

我国私募基金组织形式表现为契约型、公司型和合伙型三类；契约型基金本身不具备法律实体，由基金管理人代其行使相关民事权利；公司型基金作为独立法人，由投资人作为股东以出资额为限承担有限责任；合伙型基金由基金管理人作为普通合伙人（GP），投资者作为有限合伙人（LP）。其中，私募证券基金多采用契约型组织形式。此前，相关法规并未明确禁止合伙型和公司型资管产品选择简易计税办法，引发了税企在政策适用性方面的争议。根据过往征管实践，税务机关并未放松征管口径，通常合伙型和公司型产品根据此政策适用简易计税并不具有可行性。新增税法实施后，10号公告将简易计税的适用范围限定为“资管产品管理人运营契约制资管产品过程中发生的增值税应税行为”。这意味着，新规在规定层面明确了仅契约型基金可继续适用简易计税方法，排除了政策适用的争议，公司型、合伙型基金应根据其纳税人身份适用对应的计税规则。对此，有必要加强增值税规范核算；对于存量基金，应结合基金组织形式及时合规申报缴税；对于新设基金，建议结合投资标的和策略提前布局基金组织形式。特别地，同时管理契约型、公司型、合伙型多类产品的投资机构，应建立分产品、分主体的增值税核算体系，避免不同产品之间混淆适用计税方法，防范税务申报风险。

### （四）公募基金的增值税关注

对于公募基金而言，增值税相关政策保持稳定。如前所述，10号公告延续了对公募证券投资基金（封闭式证券投资基金、开放式证券投资基金）管理人运用基金买卖股票、债券取得收入免征增值税的优惠政策。建议适用该政策的基金管理人清晰划分免税项目与应税项目，确保增值税核算与申报的规范性和准确性，避免因核算不清导致无法正常享受免税优惠或引发税务风险。

## 特别声明

汉坤律师事务所编写《汉坤专递》的目的仅为帮助客户及时了解中国法律及实务的最新动态和发展，上述有关信息不应被看作是特定事务的法律意见或法律依据，上述内容仅供参考。

如您对上述内容有任何问题或建议，请与下列人员联系：

---

**北京 李伟 律师：**  
电话： +86 10 8525 4668  
Email: david.li@hankunlaw.com

---

**上海 高超 律师：**  
电话： +86 21 6080 0920  
Email: kelvin.gao@hankunlaw.com

---

**深圳 王哲 律师：**  
电话： +86 755 3680 6518  
Email: jason.wang@hankunlaw.com

---

**杭州 周颖 律师：**  
电话： +86 571 2821 2682  
Email: tracy.zhou@hankunlaw.com

---

**武汉 马姣 律师：**  
电话： +86 27 5937 6200  
Email: jiao.ma@hankunlaw.com

---

**海口 李汉蒙 律师：**  
电话： +86 898 3665 5003  
Email: hanmeng.li@hankunlaw.com

---

**香港 陈达飞 律师：**  
电话： +852 2820 5616  
Email: dafei.chen@hankunlaw.com

---

**新加坡 于岚 律师：**  
电话： +65 6013 2966  
Email: lan.yu@hankunlaw.com

---

**纽约 蒋尚仁 律师：**  
电话： +1 516 960 2071  
Email: mike.chiang@hankunlaw.com

---

**硅谷 何俊华 律师：**  
电话： +852 2820 5686  
Email: melody.he@hankunlaw.com

---

**伦敦 李诚容 律师：**  
电话： +44 7702 605 278  
Email: paul.li@hankunlondon.co.uk

---