

“先买后付”信息纳入 征信系统的国际实践与启示

撰文_刘姣

随着金融科技的发展及消费主义浪潮的勃兴，近年来，“先买后付”（Buy Now Pay Later, BNPL）作为一种消费信贷类支付方式在全球方兴未艾，在我国同样呈现较快发展趋势。在数字普惠金融背景下，将“先买后付”纳入征信系统有利于构建良好、健康的普惠金融生态，帮助有普惠金融需求的群体建立信用记录，并帮助其全面画像。因此，艾可飞、益博睿、环联等国外征信机构均已将“先买后付”信息纳入其征信体系，部分国家（组织）已将先“买后付”业务及其信用信息共享纳入监管。目前我国在将“先买后付”信息纳入征信系统及进行监管两个方面均处于空白状态。本文对国内外“先买后付”市场发展情况进行分析，总结“先买后付”纳

入征信体系并进行监管的国际经验，就我国应如何将“先买后付”信息纳入征信体系并进行监管提出建议。

“先买后付”业务内涵 “先买后付”业务模式 分析

“先买后付”是一种短期消费贷款产品，借款人在消费时无须立即结清全部款项，而是选择延时分期付款，通常无息、免担保。

标准的“先买后付”业务涉及三个关键参与者：商家、客户和先买后付服务提供商。如果客户在结账时选择“先买后付”选项，“先买后付”服务提供商将批准信用额度，向商家支付全部购买金额，并承担客户的违约风险。不同“先买后付”产品的还款方式稍有区别，但一般可选择在30—54天内

一次性结清或分期支付。如选择分期支付，客户需向“先买后付”服务提供商先支付首付款，其余款项分3至4周偿还或按月偿还，必要时还可延长还款期。

在这个过程中，“先买后付”服务提供商既是支付服务提供商又是贷款方，通过向商家收取手续费来获取利润，通常为商品价格的3%左右。在客户未及时还款的情况下，滞纳金和罚金也是其重要的收入来源。

对商家而言，“先买后付”模式能够提高客户的平均消费金额并减少放弃购买的情况。同时，也能使商家不再独立承担信用风险。

对客户而言，“先买后付”服务允许他们在一段时期内将总消费金额分期支付，减少了购买压力。同时，与传统信贷业务相比，其业务流程更加精简，通常无须事先查询客户信息或只查询了少量的客户信息，且只需要客户披露少量的个人信息。“先买后付”信息一般未报送至征信机构，不会对客户的信用评分造成影响。

“先买后付”与信用卡业务之比较

“先买后付”与银行信用卡同为消费信贷类支付方

表1 “先买后付”与信用卡业务比较

区别项	“先买后付”	信用卡
信贷特点	通常为围绕某项具体购买行为发放的短期借款且额度较低	在循环信贷额度内可发生多笔交易
信用评估	通常为“软评估”，事前无须查询征信，逾期也不会影响征信，因此可能导致较多逾期。	通常为“硬评估”，逾期将对征信造成负面影响。
分期	根据平台及购买金额有所不同，通常分4期、6期或12期。	每月至少还款一次，可选择全额还款或只偿还最低还款额。
收费及利息	到期前免息，逾期产生利息和滞纳金（与国外不同，我国大部分“先买后付”产品不收取逾期费用，仅影响平台信用及平台权益）	超出宽限期收取罚息，此外还收取年费和取现费用

式，但两者在业务细节上存在较大区别。表1对两者进行了对比。

值得注意的是，部分研究者认为我国的京东白条、花呗、美团月付等消费信贷产品就是免息期更短的“先买后付”产品，但实际上这类产品的本质是互联网信用卡，与“先买后付”存在重要不同：一是花呗、白条的免息期来自支付结算的时间差和平台的补贴，而非向商家收取的手续费；二是花呗、白条均预先授信，而非“先买后付”式逐笔审批。

“先买后付”借款群体特点

据国际清算银行统计，“先买后付”产品的使用者大多数为35岁以下的年轻人

（见图1）。这些年轻人熟悉网络操作，但大部分对金融知识不甚了解且没有信用卡。调查还显示，美国最大的“先买后付”客户群体呈现出低收入、低学历的特征（见图2）。

国内外“先买后付”市场发展情况

国外“先买后付”市场发展情况

“先买后付”模式源起于北欧。2005年瑞典金融科技公司Klarna为便利网络消费者支付流程，推出“先买后付”信用购服务。近年来，“先买后付”在全球发展迅速，已成为新兴支付方式和金融科技热门领域，尤其在电子商务平台在线交易中受到广泛欢迎。

从全球来看，根据 Worldpay 于 2024 年 5 月发布的《全球支付报告》，2023 年“先买后付”全球交易额超过

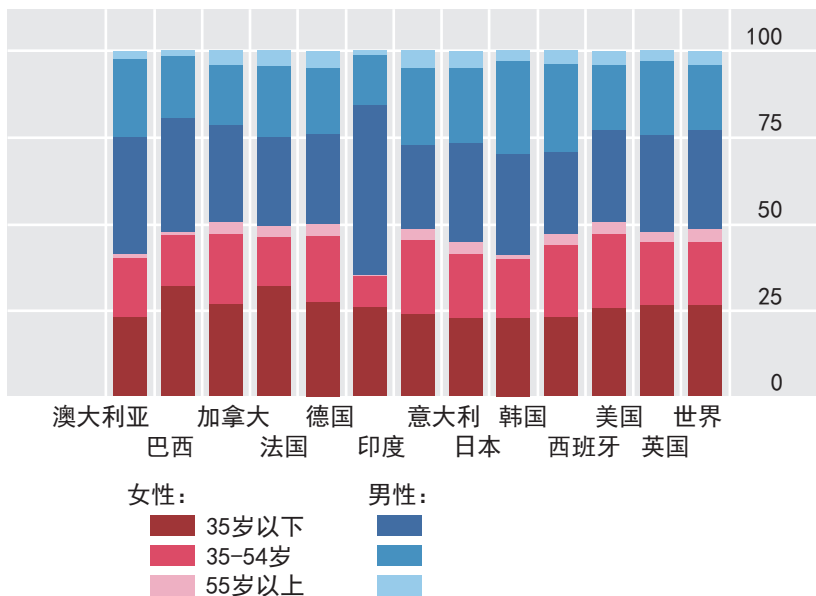
3160 亿美元，同比增长 18%，占全球电子商务交易额的 5%，预计 2023—2027 年“先买后付”业务的复合年均增

长率将达到 9%。

作为“先买后付”业务起源地的欧洲，“先买后付”业务增长势头尤其强劲。2023 年，欧洲“先买后付”业务占其电子商务交易额的 9%，其中，瑞典、德国的“先买后付”使用率居全球最高水平，均达到本国电子商务交易额的 21%。据欧洲征信业协会预测，欧洲的“先买后付”市场到 2025 年将达到 3000 亿欧元，到 2028 年将达到 8030 亿欧元，2022—2028 年复合年增长率达到 30.8%。

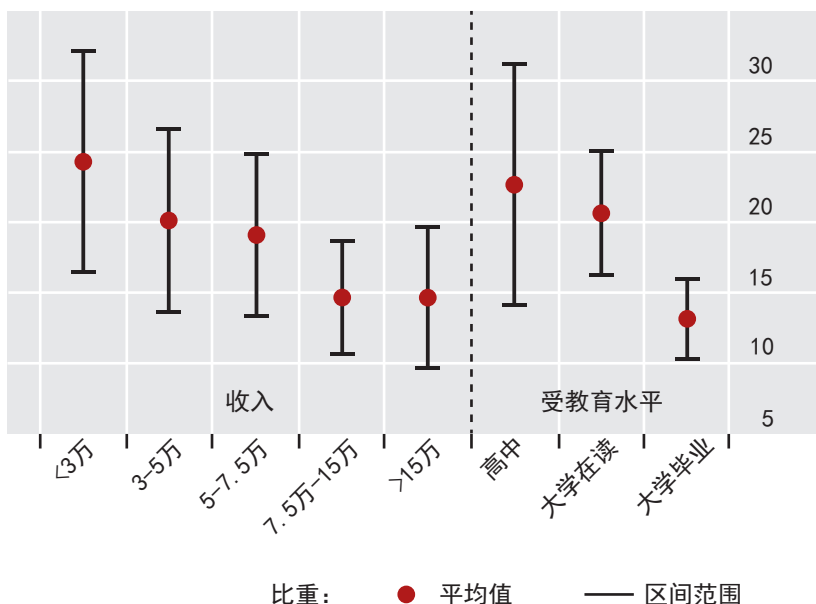
从美国的情况来看，2023 年“先买后付”交易额占其电子商务交易额的 5%，同比增长 23%，仅“网络星期一”一天的“先买后付”交易额就达 9.4 亿美元。

“先买后付”服务提供商既包括专营机构（如 Klarna、Afterpay、Affirm、Zip），也包括金融科技公司（如 PayPal）、银行（如摩根大通、澳大利亚国民银行）、大型科技企业（如苹果公司）、支付服务提供商（如 Visa 分期、万事达分期）和电商平台（如亚马逊、沃尔玛）等，这些机构往往跨国经营，在全球范围内参与市场竞争。近年来，随着消费者消费习



来源：国际清算银行。

图 1 “先买后付”客户群体的年龄特点



来源：国际清算银行。

图 2 美国“先买后付”客户群体的收入及受教育水平

惯的转变和市场竞争的加剧，“先买后付”专营机构也越来越倾向于同时发展网络购物、信贷服务等业务以增加客户黏性。

我国“先买后付”业务发展情况

我国最早由微信与淘宝于 2019 年先后试行“先买后付”（微信产品名为“先享后付”，淘宝为“先用后付”）。此后，京东、拼多多、携程、美团等大型网络平台均开通了“先买后付”服务，我国“先买后付”市场逐渐步入成熟期。与上述“先买后付”产品依托原有大型商业平台扩展用户不同，2020 年，西瓜买单开始专门从事“先买后付”业务，主要通过线下大型商场合作为消费者提供免息、免担保的分期购物体验。2021 年以后，金融科技乐信在分期乐商城的基础上推出买叮，两者分别在线上和线下专门开展“先买后付”业务。

“先买后付”进入中国历史不长，但发展迅速，根据 Worldpay《全球支付报告》统计，2023 年，我国线上“先买后付”交易额约为 880 亿美元，占电子商务交易额的 4%，预计到 2027 年将达到 5%，超过直接使用信用卡

（4%）和借记卡（3%）的支付方式。公开数据显示，微信支付分的主要使用群体为 20—35 岁的年轻人，且三四线城市增长更快。基于微信支付分的电商、出行、快递、充电桩等场景的“先用后付”使用人数 2022 年初就已经突破 1 亿。

我国“先买后付”市场的引领者为国内知名电商平台，这些头部应用和电商平台助推了“先买后付”业务在中国市场的迅速普及与业务增长。国外大型“先买后付”服务提供商暂未在中国直接开展业务，而是通过投资等方式参与中国市场，例如国际知名“先买后付”品牌 Afterpay 多次向西瓜买单注资，并早在 2020 年就获得了后者 20% 的股权。

我国市场上的“先买后付”产品与国外典型的“先买后付”业务在产品模式、运作模式、盈利方式上并无差别。我国“先买后付”业务经营者在提供“先买后付”服务时往往也无须查询客户的征信报告，“先买后付”业务产生的客户数据也尚未报送至征信系统。目前，这些平台一般依托自身信用评估体系进行客户资质认定，如微信用户在开通微信支付

分功能且微信支付分达到 500 分及以上才能使用先享后付（包括先用后付、先乘后付、先玩后付、先寄后付等具体类目）服务，淘宝则依托芝麻信用分设定先用后付准入门槛（芝麻信用分 550 分及以上才能通过信用评估）、确定具体客户的先用后付额度，并在客户逾期未还时通过限制用户权限、降低其芝麻信用分作为惩戒措施。

国外“先买后付”监管及信息采集情况

国外“先买后付”监管实践

一直以来，“先买后付”服务提供商在展业时具有很强的灵活性，因为“先买后付”业务一般未纳入常规信贷监管体系。但是，近年来，“先买后付”在国外已经开始受到监管关注，部分国家（地区）已经采取监管行动。

1. 欧盟对将“先买后付”纳入消费信贷监管框架。

2023 年 11 月，欧盟对《消费信贷条例》进行修订，形成《消费信贷指令》（CCD II），对“先买后付”业务的监管做出重要规定：所有由贷方提供线上信贷，用于支持消费者从商家处购买产品或服务，且消费者可以延时付款

的“先买后付”产品，均纳入《消费信贷指令》监管范畴。具体要求包括：一是贷款机构必须在合同签订前向消费者明确披露贷款类型、授信额度、收费情况、付款金额和频率等信息；二是在放贷前需对借款人资信状况进行评估，包括征信状况及还款能力；三是消费者在规定期限内如对购买商品的行为反悔，享有解除合同、退回货物并取回货款的权利；四是消费者在任何时候均享有提前偿还全部或部分贷款的权利。《消费信贷指令》尤其强调应充分发挥征信机构在“先买后付”业务中的作用，规定征信机构及其运行的信用信息数据库应作为上述“先买后付”业务中的四方参与有关活动。

2. 澳大利亚发布“先买后付”产品监管立法草案。

澳大利亚证券投资委员会（ASIC）于2019年通过论证，以扩展自身产品干预权（Product Intervention Power）的方式将“先买后付”纳入监管。具体而言，ASIC有权对“先买后付”产品的客户资质、服务提供方式、营销手段、信息披露等进行限制甚至禁止。2024年3月，澳大利亚财政部发布关

于“先买后付”产品监管的立法草案，对现行《国家消费者信贷保护法》（2009）和《国家消费者信贷保护条例》（2010）进行修订，将“先买后付”产品视为信贷产品纳入法律监管框架，要求“先买后付”提供商必须持有澳大利亚新信贷许可证，并加入负责任贷款义务（ROL）框架，采取消费者权益保护措施（包括在放贷前评估消费者的信用情况和财务状况）等。

国外“先买后付”信息采集情况及采集方式探讨

1. 美国三大征信机构“先买后付”信息采集情况。

自2021年开始，美国三大征信机构艾可飞、益博睿、环联陆续开始采集“先买后付”信息。目前，“先买后付”信息并未纳入美国传统信用评分模型（如FICO和Vintage），但各机构都已有计划开发采用“先买后付”数据的个人信用评分模型。

2022年2月，艾可飞建立了“先买后付”产品的标准标识符（业务行业代码），“先买后付”信息报送遵守美国消费者数据行业协会（CDIA）的信用报告格式以及艾可飞报数标准。该代码将“先买后付”贷款分为分期付款和循环信贷。分期贷

款指每月偿还固定金额的分期付款账户，贷款全部还清后即关闭该账户。循环账户是指有最高信用额度限制的账户，消费者可在信用额度内进行多笔交易。目前，艾可飞已将四期支付（Pay in four，6周内分4次支付）的分期付款和循环信贷纳入信用报告。报告查询服务方面，艾可飞可向消费者和信贷机构提供“传统信用报告+‘先买后付’信用报告”双报告查询服务，两者互不影响。

2022年初，益博睿成立了专门的部门采集“先买后付”信息，支持“先买后付”提供商报送所有类型的“先买后付”产品数据，以便全面了解消费者还款情况。采集的有关信息包括未偿还的贷款余额、贷款总额、还款状态等。苹果公司是第一个向益博睿全面报送“先买后付”信贷信息和还款历史的“先买后付”提供商。2024年3月1日起，益博睿开始在个人信用报告中展示苹果“先买后付”（Apple Pay Later）信息，消费者和信贷机构均能进行查询。数据存储方面，为了减少“先买后付”提供商关于报送“先买后付”数据会对消费信用评分产生负面影响，并阻碍“先买后付”

产品市场推广的顾虑，益博睿在目前的信息采集中将“先买后付”数据与征信核心数据分开存储。

环联正在其系统中增加“先买后付”信息采集功能，并提供特定的报数指南，为“先买后付”提供商制定统一的报数标准。与益博睿一样，环联也采用了将“先买后付”数据与征信核心数据分开存储的方式，不过环联有计划将两者合并存储，以最大化数据效能。环联同样可向消费者和信贷机构提供“传统信用报告+‘先买后付’信用报告”双报告查询服务。

2. 欧洲征信业协会关于“先买后付”信息采集方式的探讨。

2024年3月，欧洲征信业协会（ACCIS）就征信机构如何采集“先买后付”信息提供具体指引：

（1）基于用户协议和互惠原则报送与查询征信数据。“先买后付”信息的报送和查询应遵循互惠原则：只有提供信用数据的“先买后付”提供商才能从信用数据库中查询信息。互惠原则的实施能够确保消费者信用记录的全面性和完整性。要访问征信机构的信用数据库并获取消费者信用报告，需要签署

合同或用户协议，并支付会员/订阅费。

（2）确保数据全面性。“先买后付”提供商应报送消费者所有正面和负面信息，包括账户持有人的身份信息、账户的开始和结束日期、“先买后付”产品类型（如四期还款、延长还款期限）、信用额度、未偿余额和付款历史等。

（3）明确报数频率。传统信贷产品（如抵押贷款）通常按月报数，但这一频率无法反映“先买后付”消费者的行为习惯。征信机构和“先买后付”提供商必须就报数频率达成一致。总体原则是，在考虑“先买后付”提供商和征信机构所需的成本与资源的情况下，通过定期批量上传（例如每周），使数据尽可能保持最新状态。

（4）在信用报告中合理展示。与传统信贷账户相比，“先买后付”数据能更及时地反映个人支付行为和偿还短期分期还款的能力。在信用报告中，“先买后付”信息可作为单独的部分或类别出现，展示账户明细、与这些账户相关的还款历史以及当前余额或未偿金额。

（5）将“先买后付”数据应用于信用评分。一旦数

据被报送至征信机构的数据库并出现在个人信用报告中，下一步就是为“先买后付”数据量身定制高级风险评估模型和信用评分产品。对于个人而言，与其他信贷产品一样，“先买后付”数据可能会对信用评分结果产生积极或消极的影响，这取决于个人的使用和还款行为、所使用的信用评分模型以及征信机构和贷款人的具体操作。另外，频繁使用金额较大的“先买后付”贷款可能表明借款人严重依赖贷款。

（6）遵循征信合规及数据隐私保护规则。“先买后付”提供商和征信机构之间的数据共享实践必须遵守有关数据隐私和消费者保护的法律法规，特别是《通用数据保护条例》（GDPR），这对保护消费者至关重要。消费者拥有了解个人数据共享情况、查询自身数据、就错误信息提出异议的权利。如果“先买后付”提供商仅根据自动化决策拒绝授信，消费者有权要求人工重新审贷。

（7）与行业标准保持一致。“先买后付”提供商在报送和查询数据时应遵守行业标准和指导方针，才能确保征信业务过程的一致性和统一性，从而帮助“先买后付”

提供商准确评估消费者的信用状况，并保证消费者受到公正对待。

相关启示与建议

启示

“先买后付”信息纳入征信系统有助于构建良性健康的普惠金融生态。“先买后付”业务因其免息、准入门槛低而受到全球消费者欢迎，是数字普惠金融发展的重要组成部分。但是，其对消费者可能造成的不利影响也正逐渐受到广泛关注：一是“先买后付”容易使消费者产生低成本甚至零成本的错觉，但实际上一旦逾期可能产生高额的赔偿金；二是

“先买后付”服务提供商未事先查询申请人的征信，对其信用状况了解不足，容易产生盲目放贷，从而导致消费者过度负债。通过将“先买后付”信息纳入征信系统，

“先买后付”服务提供商在放贷前需查询借款人征信，能够对其负债情况做出更全面的评判，从而减少消费者过度负债。尽管从短期和个体的角度看，有时会减少消费者获得信贷的机会，但是从长期来看，是对消费者的尊重和保护，帮助消费者获得贴切的金融服务，从而构建良

性、健康的普惠金融生态。

“先买后付”信息纳入征信系统能够帮助有普惠金融需求的群体建立信用记录、提升个人信用评分。“先买后付”信用信息纳入征信系统，将为信用白户或只有少量信用记录的消费者，尤其是作为“先买后付”主要使用群体的年轻人提供一个展示负责任还款行为的机会，有利于其建立或重建信用记录，提升个人获取其他类型信贷（如汽车贷款和抵押贷款）的便利性。美国征信机构艾可飞于2021年发布的一项研究表明，“先买后付”信用信息纳入征信系统有助于提升个人信用评分：将“先买后付”按时还款数据添加至个人信用档案后，薄信用记录者（只有四个及以下信贷账户）和信用历史相对缺乏者（所有信用记录不超过24个月）的FICO评分平均增加了21分，在传统信用档案中有严重逾期还款历史的消费者平均提高了13分。

“先买后付”信息纳入征信系统有利于全面刻画普惠金融服务对象，有助于扩展征信系统覆盖面。“先买后付”信息具有天然的信贷信息属性，是传统银行信贷信息的重要补充，随着“先买后付”市

场的发展，将其纳入征信体系及征信监管已是不可逆的全球趋势。只有将“先买后付”信息及时纳入征信体系，才能更为全面地评估消费者的信用风险和偿债能力，从而做出更明智、准确的放贷决策，也有利于建立以信用信息资源共享为基础的覆盖全社会的征信体系。

“先买后付”信息具有天然的信贷信息属性，是传统银行信贷信息的重要补充，随着“先买后付”市场的发展，将其纳入征信体系及征信监管已是不可逆的全球趋势。

相关建议

1. 在实践层面探索将“先买后付”信息纳入征信系统。

一是进一步丰富信息采集渠道。目前，我国“先买后付”业务数据尚未纳入征信体系，但是，随着国内“先

买后付”市场的迅速发展，应逐步考虑将“先买后付”数据纳入征信系统，以便提升消费者信用画像的完整性和全面性，也有利于减少过度负债、强化消费者权益保护和推动普惠金融发展。我国已形成“政府+市场”双轮驱动的征信市场格局，无论是央行征信系统，还是市场化个人征信机构，均可以将“先买后付”信息作为重要的信用信息来源，提供更全面的信用画像。

二是在纳入征信系统过程中充分考虑“先买后付”信息的特殊性。正如前文所述，在纳入征信系统过程中，由于“先买后付”业务的特殊性，相关数据的报数频率、在信用报告中的展示方式、信用评分模型的构建等都应针对其业务特点进行设计，确保相关数据应用效率的最大化。同时，应针对“先买后付”数据的特点建立统一的报数标准，为“先买后付”提供商报送数据提供指引。在数据存储和报告服务方式上，也可借鉴艾可飞、环联等做法，在“先买后付”信用信息共享模式尚未成熟的阶段，采用将“先买后付”数据与核心征信数据进行隔离或提供“传统信用报告+

‘先买后付’信用报告”双报告的模式进行试点，待逐渐成熟后再取消隔离或合并为一份报告。

2. 在法制层面探索将“先买后付”业务纳入监管。

一是坚持底线与鼓励创新相结合。目前发达国家对“先买后付”业务的监管普遍较为审慎，主要原因是在目前经济增长放缓背景下，监管部门担心从严监管会减少民众获得低息贷款的机会。

“先买后付”作为新业态，且受到支付习惯的影响，在我国的发展相对发达国家本就较为缓慢，因此在监管过程中要为其潜在创新留出空间，不宜直接在准入许可方面进行过严要求。但是，对“先买后付”进行监管是防范过度负债、打牢普惠金融根基的必然要求，我国应坚持消费者保护和征信合规等有关原则，逐步推进制度建设和自律机制建设，将坚持底线与鼓励创新有机结合。

二是将“先买后付”纳入互联网金融监管体系。目前，国际监管实践的焦点在于将“先买后付”业务认定为消费信贷，这一方面是因为“先买后付”业务与传统消费信贷业务并无本质不同，另一方面也是因为发达国家

在消费信贷领域立法已经相对成熟，将“先买后付”业务认定为消费信贷后，其客户适当性、服务提供方式、营销手段、信息披露和消费者保护就必须遵从消费信贷的一系列监管要求。我国目前尚未对“先买后付”业务监管进行专门规定，但在互联网消费金融领域虽然还未立法，却已经有较为全面的制度体系，两者业务性质基本类似，且放贷主体均为互联网平台尤其是大型互联网平台，可借鉴国际经验将“先买后付”业务认定为互联网消费金融产品纳入监管体系。

三是在“先买后付”信息纳入征信系统后强化征信合规监管。从国外实践来看，事前征信审查及“先买后付”信息共享是“先买后付”监管的重要内容。我国如能将“先买后付”提供商纳入金融信用信息基础数据库接入机构，或是将存续接入机构的“先买后付”业务数据报送至征信系统，应确保接入机构及其征信业务行为符合《征信业管理条例》要求，尤其应在数据质量、信息查询、异议和投诉处理等重点环节强化合规监管，确保有序接入、合法规范。