

# “先买后付”，安全谁来保障？



打开购物页面,出现“支持0元下单”的字样,进入支付页面,选择“先买后付”,就能0元购买商品,待确认收货后再支付货款……近年来,这种叫做“先买后付”的消费新模式快速兴起,最初出现在电商购物场景,目前已经延伸覆盖至数百个便民场景。

随着便捷支付、后付费习惯的普及,我国“先买后付”的用户数量和交易频次增长迅速,有国际市场研究公司测算,2025年我国“先买后付”贷款市场规模近万亿元。“先买后付”对消费行为有何影响?便利背后有哪些风险?

## 有效提升消费意愿,实现平台、用户与商户多赢

从几十元的食品,到几百元的护肤品,再到上千元的服装,网购达人张琳在手机上划拉着购物清单:“这些都是‘先买后付’的成果。”张琳觉得自己出手变“豪气”了——同款衣服,买三件不同尺码都试试;犹豫口红颜色,都下单了看看实物再说。“先买了试试,反正先不用付钱,如果退货,全程都无需支付,还减少了与商家的退款纠纷。”张琳说,这项功能实际补上了线上消费与实体消费相比不能免费试用的短板。

“先买后付”也受到不少商家的欢迎。“对我们这种品质商家是利好,接入‘先买后付’功能后,商品销量增加超过30%。”小红书上一家广东深圳裤装电商企业负责人表示,虽然退货率有所上升,但是商品留存量也增长了,“有的顾客本想着就买一件,有了这个服务一下子下单好几件,试了不错就都留下了。”淘宝一家护肤品电商店主介绍:“我们直播间预售周期较长,有了这项功能就不需要长时间占用消费者资金,推动去年下单量有明显增长。”

截至目前,拼多多、淘宝天猫、小红书、抖音、得物等主要电商平台都已接入“先买后付”功能,这个发源于海外的舶来品与中国电商发展实践相结合,已经全面融入消费者的生活。

“电商消费场景中最重要的两个因素是消费能力和消费意愿,与国外主要用于提升消费能力不同,‘先买后付’于2018年左右进入国内后,核心功能逐步演变为提升消费意愿。”国内某电商平台“先买后付”业务负责人介绍,当时国内已有比较成熟的消费金融产品来解决消费能力不足的问题,因此“先买后付”刚开始有些“水土不服”,随后及时转型,发展成为主要解决消费意愿不够的工具,比如消费者因不确定商品质量或者是否符合自身需求等原因而不敢贸然下单,“先买后付”有效降低了消费的决策门槛和对商家的信任成本。

除了深耕电商消费场景,“先买后付”加速本土化,先用后付、先吃后付、先借后付、先寄后付层出不穷,已经将应用场景扩展到外卖、共享单车、共享充电宝、快递等生活服务的方方面面。为平台增加用户活跃度,为入驻商户带来更多购买意愿,让消费者消费和支付更便捷,“先买后付”带来多方共赢。

当然,“先买后付”服务有一定使用门槛,并不对所有商家和消费者都开放。微信支付线上商业负责人惠晓仁介绍,以通过微信支付的“先买后付”服务为例,对用户来说,开放的标准基于微信支付分,当用户微信支付分达到一定分值(通常为550分以上),且满足身份认证信息完善、有稳定支付行为等条件,即可在支持该服务的商户中选择使用。对商家来说,平台方会对其经营资质、退换货服务能力、投诉率等进行多轮评估,以保障消费者体验。“‘先买后付’发挥了促消费的作用,这一服务的活跃用户数和交易规模在2025年比2024年有明显增长。”惠晓仁介绍。

## “先买后付”更须量力而行,风险累积不可小视

刚开年,在体验了一年“先买后付”后,小刘果断关闭了这项服务:“有点像信用卡,但没有明确的账单,年底一算才发现自己花了这么多,吓了一跳。”

跳。”

小刘的体验并不鲜见。“先买后付”带来的“无感”消费虽丝滑,却也可能陷入“无感”负债的烦恼,部分用户不知不觉中累积的消费高出了自身的承受能力。不少人担忧,如果完成不了“后付”,会不会要支付额外费用甚至影响个人信用?

经调查后发现,“先买后付”背后运行模式不一,主要可分为赊销服务和消费信贷两类,违约影响要视情况而定。

因为国内“先买后付”更多瞄准提升消费意愿,因此第一类模式居多,包括基于微信信用分和支付宝芝麻信用分的“先买后付”服务。与消费贷、信用卡等金融业务不同,这类模式本质是平台做担保提供赊销服务,不涉及借贷。平台方通过交易等行为形成的大数据测算用户的信用积分,以风控模型和技术支持识别符合“先买后付”条件的消费者和商户,资金流转也主要发生在这两者之间,不通过金融机构。

“这类模式更多的是一种互联网生活服务,旨在降低商户和用户之间交易摩擦,如果消费者未能及时付款,短期内不会产生逾期费用,也不会与央行个人征信系统挂钩。”惠晓仁表示,但系统会通过微信消息提醒用户支付履约,也会按照一定频率继续尝试扣款。若用户长期不履约,其微信支付分可能会下降,后续会影响免押金、“先买后付”等服务的使用。

第二类则属于消费贷款,能够同步提升消费能力和消费意愿,平台通过依托旗下有金融牌照的网络小贷公司等,或联合金融机构向消费者发放场景化消费贷款。如果用户违约会产生逾期费用,影响个人信用,长期不还款甚至可能面临法律诉讼风险。

“‘先买后付’虽便利,量力而行是根本。”北京安杰世泽律师事务所合伙人黄兴超认为,“无感”支付更容易促使消费者非理性消费,增加个人债务风险和信用风险,同时,一些平台行为也客观上助长了这些风险。比如有的平台向达标用户默认开通“先买后付”,消费者不知情就被授权使用相关服务;有的将“先买后付”设置为默认或优先的选项,增加了误操作的可能;有的服务协议晦涩难懂,违约风险界定不清,易被消费者误解、忽视;一键开通容易,但关闭服务却找不到入口……

从更宏观的视角看,“先买后付”也可能累积形成一定金融风险。“属于消费贷模式的‘先买后付’与大量消费场景结合后正在加快扩张,暗藏的金融风险不容忽视。”内蒙古大学经济管理学院研究员陈文分析,有的平台追求“极致便捷”和快速商业转化,以“支付工具”等表象规避了消费金融在利率披露、用户适当性管理、数据报送等方面的监管要求。而在联合贷款模式下,这些底层资产的风险可能通过合

作银行,尤其是风险抵御能力较弱的中小银行,渗透至更广泛的金融体系。

## 始终以消费者为核心,将风险关进监管的“笼子”

“先买后付”也在成长中逐步完善。

2024年7月1日起实施的《消费者权益保护法实施条例》和近期发布的《网络交易平台规则监督管理办法》,细化了平台企业在网络交易、消费者权益保护等方面的义务,这对平台依法依规地提供“先买后付”具有很强的指导意义。

相关行业积极发出自律倡议和提示。比如上海市消保委提出,平台应该让消费者自主选择是否开通“先买后付”,要通过服务协议详细告知消费者的权利和义务,并充分说明“先买后付”的优势以及逾期后果、相关风险等。

平台根据用户反馈持续完善服务。“我们联动商家在‘先买后付’的界面中强化提示,包括下单时间、预计扣费金额、预计收货时间等提示信息,同时推动商家避免诱导消费、诱导开通等行为,保障消费者的自主选择权。”惠晓仁表示。

推动“先买后付”进一步规范健康发展,堵住“风险点”,还需多方合力。专家建议,应逐步构建涵盖监管部门、电商平台、行业机构多方的综合治理体系。

平台压实主体责任,筑牢风控防线。中国社科院金融研究所副研究员范云朋表示,平台在提供“先买后付”服务时,如涉及金融服务应明确提示,避免将信贷安排包装成单纯的支付工具或促销手段,让消费者清晰知晓总支付成本和到期时间等,并在确认环节进行明确同意,防止因信息不充分而形成非理性负债。

监管部门强化合规管理,加大执法力度。陈文建议,“先买后付”应纳入统一的信用管理框架,合理设定总额度和月度累计上限,对存在还款风险特征的用户,系统应自动触发强化审核或采取限制措施,避免在扩展消费场景的过程中积累低质量信用风险。

黄兴超则认为,金融监管部门和市场监管部门应针对相关新型支付和信用服务制定更具针对性的规则指引,统一授权流程、信息披露标准和责任划分。同时应加强对诱导开通、自动转贷不透明等行为的执法检查,结合投诉数据和交易监测实施常态化监管。

“‘先买后付’服务的核心始终是消费者,便捷的前提是安全,再强大的技术和商业模式也不能代替消费者进行思考和决策。”陈文表示,唯有通过严密的监管、扎实的风控和充分的消费者保护措施,才能让“先买后付”真正成为促消费的“润滑剂”,而非诱发风险与社会问题的“助燃剂”。

(据《人民日报》)