

互联网消费信贷对大学生的影响及风险防范

江苏师范大学敬文书院 杨仕颖
江苏师范大学商学院 卢衡

摘要:在互联网金融不断发展的背景下,信贷产品也紧跟时代发展潮流,在互联网平台的基础上迎来了创新,而大学生已成为该新兴消费形式的主力军。本文借助问卷调查的方式,着重分析互联网消费信贷对大学生消费观念以及消费行为的影响,并且以借贷流程为核心分析了该市场中存在的利率风险、信用风险等。最后针对该市场存在的风险,提出我们要从学生、校园、国家、政府和社会五个方面去做好风险防范。

关键词:互联网 消费信贷 大学生 风险防范

中图分类号: F713.55

文献标识码: A

文章编号: 2096-0298(2017)06(c)-051-03

在社会经济不断发展的今日,大学生这个庞大的群体除了紧跟社会发展,以互联网为伴外,更在社会消费的发展中贡献出了不小的力量。而互联网消费信贷产品的发展,则更是瞄准了大学生群体,利用其“快、准、狠”(快速借款、准时到账、狠狠消费)的特点,赢得了众多大学生的青睐。但是由于该市场刚刚起步,没有建立良好的市场秩序,各类制度尚未健全,产品也是类型参差不齐,从而导致了借贷乱象层出不穷。要对该市场进行深入研究,首先需要了解其发展的历程和现状。

1 互联网消费信贷市场的发展

1998年10月,为了促进我国在商品流通领域实现电子化和信息化建设,我国推出了金贸工程。随后,在1999年,中国就诞生了首个第三方支付机构——“首信易”支付。在当时,“首信易”仅仅是作为一个用户和银行之间的平台来进行指令的传输。直到2003年,阿里巴巴开创了用“支付宝”作为信用平台的全新支付模式,迅速抢占了大部分支付市场,并且在2005年瑞士达沃斯经济论坛上,马云正式提出了“第三方支付平台”的概念。至此,我国的第三方支付平台正式进入快速发展阶段。而在此基础上,P2P(Peer-to-Peer lending)网络贷款也将第三方支付作为平台逐渐开始发展。2007年,“拍拍贷”作为中国第一家P2P互联网借贷平台诞生了。据统计,在2016年,我国P2P网贷市场成交量当年为28049.38亿元,同比增长了137.59%,短短几年内,我国各种互联网借贷平台已达两千多家。这其中有不少都是看重大学生个性张扬、追随潮流的特点,为满足其消费需求而产生的。

2 互联网消费信贷对大学生影响的实证分析

2.1 数据收集

为了具体研究互联网消费信贷对大学生的影响,首先,我们针对部分面向大学生市场的消费信贷产品进行了对比,如表1所示。

由表1可知,除了“我来贷”,普遍的信贷产品的月利率在1%左右,但是年利率电商购物类性质产品较低,其他均在10%以上,而央行在2015年10月24日执行的基准贷款年利率:一年以下(含一年)为4.35%,相比之下少了许多。而在上表中尤其是“我来贷”,已然达到了年利率21.48%,加之市场上还有很多非法贷款平台,更是可以用“暴利”来形容。这些产品的最高分期数为12~24期不等,最高分期/贷款额度则一般是由学历和信用决定的。

表1 部分大学生消费信贷产品对比

性质	平台	月利率(%)	年利率(%)	最高分期数(期)	最高分期/贷款额度(元)
分期购物	趣分期	1.164 ~ 2.083	13.968 ~ 24.996	24	9000
分期购物	分期乐	1	12	24	8000
现金贷款	名校贷	0.99	11.88	36	50000
现金贷款	我来贷	1.79	21.48	12	6000
电商购物	阿里花呗	0.72 ~ 0.833	8.64 ~ 9.996	12	50000
电商购物	京东白条	0.5	6	24	50000

资料来源:《科技和产业》

与此同时,为了进一步的分析,我们采取了网络问卷调查的方式,以江苏师范大学的在校大学生为主进行了调查。目前共收回问卷616份,其中男生有166人,占总体样本的26.95%,女生有450人,占总体样本的73.05%。对于收回的有效问卷,我们进行了研究,具体如图1所示。

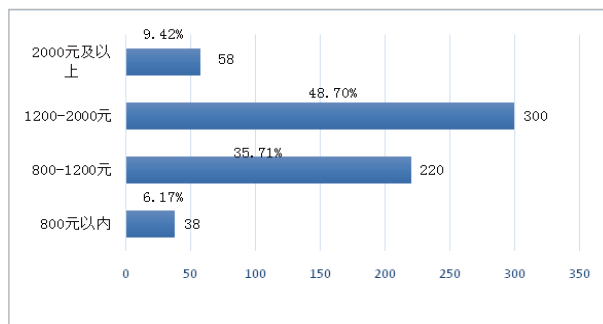


图1 大学生每月生活费分布图

由图1可知,有48.70%的大学生生活费在1200~2000元这个区间内,其次,35.71%的大学生的生活费在800~1200元,可以看出绝大部分的大学生生活费都在800元以上2000元以下,这个区间外的为少数。并且由图2我们可以了解到有73%的大学生都了解过互联

网消费信贷产品,其中32%都使用过,由此可见,互联网消费信贷已经进入大学生的生活之中,并且逐渐普及。

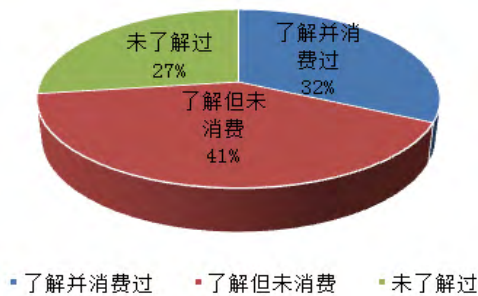


图2 互联网消费信贷产品接触程度

除此之外,我们还针对大学生消费信贷的用途做了调查,由图3可知大学生消费的种类众多,其中衣着及化妆品和娱乐生活方面消费较多,在消费人群中此类消费均超过了50%,其次是日常生活用品和学习资料用品,都在40%左右,但其中也不乏名牌奢侈品,并且所占比重也达17.7%。由此可见,大学生的消费需求较大,消费种类较为广泛,同时也存在大学生购入较昂贵的名牌奢侈品的情况。

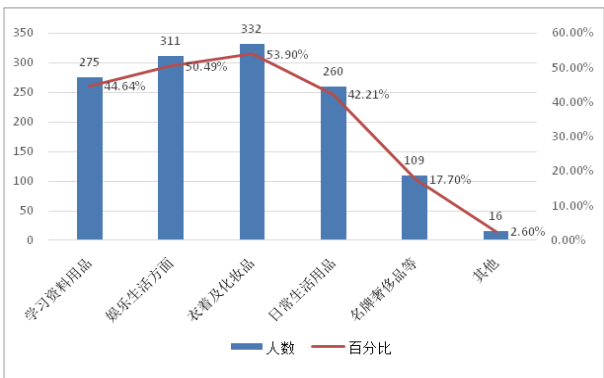


图3 消费信贷使用类型

最后,针对互联网消费信贷的还款我们进行了调查,由表2我们可以看出,大学生无法按时还款的原因有很多,但是绝大多数都是因为无力偿还债务导致的,可以看出在借贷变得便捷后,却出现了大学生“入不敷出”的现象,说明大学生的风险意识还较为薄弱。

表2 不能按时还款的原因

选项	小计	比例 (%)
愿意还款,但是到期无钱偿还	343	55.68
有钱偿还,但是故意拖欠	25	4.06
无钱偿还,抓住网络漏洞拖欠	72	11.69
忘记到期还款	170	27.60
其他	6	0.97

2.2 影响分析

综合以上校园调查,我们对互联网消费信贷对大学生的影响作出以下总结,从两方面进行阐述。

2.2.1 互联网消费信贷对大学生消费观念的影响

互联网消费信贷的不断发展,不仅仅扩大了消费,更对大学生的消费观点产生了一定的影响。这种金融创新让大学生用少部分货币提升了生活质量,并且增强了大学生的理财意识,提高了大学生的理财能力。但是意识和能力均有有强弱之分,任何事情也都存在两面性,那些能力较弱的大学生往往会逐渐迷失在用贷款搭建的“金钱帝国”中,陷入到了非理性消费的怪圈,被自我的攀比、从众心理所吞噬,逐渐的从“月光族”变为“超额族”。就像如今闹得沸沸扬扬的裸贷一样,明知这是一种触及道德底线并且违法的事,也自愿成为“受害者”,用自己的底线去进行借贷,这些大学生已然形成了一种畸形的消费观念。所以当“超前消费”的观念不断影响着大学生的消费观时,也要牢记中华民族的传统美德,将节俭牢记于心,树立正确的三观,提高自身的财商和风险意识。

2.2.2 互联网消费信贷对大学生消费行为的影响

随时随地,只要有手机,即使生活费见底依然能够买到自己想要的东西。人性化的消费方式让大学生的消费行为变得更加简洁,更加频繁。并且大学生消费信贷的产生和普及也让大学生的消费行为逐渐复杂化,从最初用纸质货币解决吃、住、行,再到如今的用便利的互联网消费信贷去进行生活开销、娱乐消费,甚至是创业行为。与此同时也让大学生的消费行为多了一种随机和变动性,就以蚂蚁花呗为例,你本来下个月才会购买的某件东西,因为蚂蚁花呗愿意给你信用贷款,让你本该在下个月发生的消费行为提前到了现在。但总而言之,我们的行为都是由自己控制的,所以要时刻牢记“量力而行”,不让自己的消费行为在消费信贷中失控。

3 互联网消费信贷中大学生群体的风险分析及风险防范

3.1 风险分析

大学生完成互联网消费信贷通常有三个过程:首先是借款人(大学生)要有借贷动机,其次是有借贷途径去完成借贷,最后则是还款过程。这个流程虽然简洁明了,但是每个过程中总会有不法分子从中牟利,加上市场还不够完善,很多公司的注册也不具合法性,从而产生了许多漏洞,引发了市场风险。

首先,是借贷动机中存在的风险,大学生会进行互联网信用借贷大多是因为高消费、创业、解决燃眉之急,所以许多不法分子利用了大学生好奇心、攀比心以及较差的自控力,通过赌博、奢侈品、高价品等去诱惑大学生进行借贷。

其次,就是借贷过程中存在的风险,在不法分子激起了大学生的消费欲后,他们就会利用金钱对大学生的吸引力来实施不法行为,包括假拟合同有意混淆利率,让似懂非懂的大学生被蒙骗,又或是利用大学生较低的防备心理,游说其用裸照作为抵押品借钱等。

最后,在还款环节,部分大学生会因为借款太多或者高利润无法还款,不法分子就会以此对大学生威逼利诱,甚至提出“肉偿”,在这其中有很多年轻的生命不堪打击选择了离开人世,还有一些也仍然活在阴影里,因为即使还款还清,他们仍然需要付出惨痛的代

价。整个互联网消费借贷流程中存在的风险是不容忽视的,为了更好地建立健全这个新市场,这需要我们积极地做好风险防范。

3.2 风险防范

面对处处是诱惑的社会,以及随时可能掉入的信贷陷阱,要想避免像“裸贷”这种社会畸形现象的出现,我们就要做好“五方防范”进行综合治理。

3.2.1 大学生要加强学习

在调查中有73%的大学生都曾了解过互联网消费信贷,其中有32%使用过这种消费方式,虽然目前来说使用人数还不是特别多,但是市场的上升空间是巨大的,所以在面对这个类新的消费模式,大学生要学习树立正确的价值观,提高市场防范意识,增强自身忧患意识,要学会全面地看事物,清楚其两面性,就像互联网消费信贷在让你体会到超前消费的快感时也会让你在还款时有巨大的压力。并且,要学会三思而后行,考虑好自己是否有足够能力去偿还贷款,以及是否有足够的心理承受力去承担后果。同时要提高自己的理财意识,主动学习理财知识,不让自己在贷款时被欺骗,更要及时主动地还清贷款。最后,最重要的一点就是洁身自爱,不要因为物质享受而丧失了自己的底线。

3.2.2 校园要做好教育

校园是学生学习书本知识、做人准则的地方,在青少年的成长过程中起着重要作用。并且随着科学技术的发展,越来越多的新兴事物被青少年越来越早的接触,所以不仅仅是大学生,从青少年开始,我们要做好对学生各种风险防范意识以及三观意识的培养,除此之外,财商(FQ Financial Quotient)教育也必不可少。财商是和智商、情商处于同等水平,不可或缺的素质。财商是我们进行理财时运用的一种智慧,它包括了正确的金钱观、消费观,以及理财意识和理财能力。由清华大学、蚂蚁金服、清研智库三方合作完成的公益性调查报告中显示,有85.4%的大学生对财商教育有着潜在需求,并且90后大学生认为学校财商教育、实际理财投资、网络媒体传播是靠谱的财商教育途径。所以校园要做好教育角色,让学生除了学识外也能拥有较高的财商。

3.2.3 国家要加强调控

互联网信贷消费市场是我国金融市场的一个创新,但由于发展不成熟,漏洞较多,所以有很多不法分子趁虚而入,这就需要国家去完善相关法律,包括利息的设定、相关贷款门槛的设定以及贷款信息保护措施的提出,以此来避免暴利贷款、恶性贷款以及信息泄露等。并且要想解决根本问题,国家要在大学生贷款制度和资助体系上要进行完善,如果大学生的银行贷款制度相对宽松点,便捷点,那些不法机构也就很难继续生存下去。同时,国家也要加强对互联网消费信贷市场的宏观调控,努力建立健全该市场。

3.2.4 政府要加强监管

政府做好市场监管,维护良好的市场秩序。对借贷公司做好登记以及监督工作,让那些有违法行为的空壳公司无路可逃;同时,银行要做好资金的把控,对于交易频繁以及交易数额大的公司和个人要留意,注重其还款的来源,也要做好风险的把控,避免恶意欺诈等。尤其监管人员要留意大学周围的机构,网络警察也要做好网上监控。

3.2.5 社会要努力引导

社会是由一个个小家庭组成的大家庭,切实加强家庭教育是必须的,同时我们也知道整个市场的风气是由社会造成的,所以伴随着互联网的普及和科学技术的发展,我们社会在与时俱进的同时,要做好引导的角色,为大学生群体,为整个市场营造一种良好的积极向上的环境,让这些因为盲目借贷而走向弯路的人们能够回到正轨上来。

4 结语

互联网消费信贷给大学生带来便利的同时,也在潜移默化中影响着大学生消费的方方面面,面对这些不良影响以及该市场存在的漏洞、风险,要及时地提高防范意识,并且积极做出改进,建立健全该市场,为大学生乃至整个社会带来真正的便利。

参考文献

- [1] Jian Bo Hu. Experience and Enlightenment of American Internet Finance Supervision[J]. Advanced Materials Research, 2014(989-994).
- [2] Thomas L C. Consumer finance: challenges for operational research[J]. The Journal of the Operational Research Society, 2010(1).
- [3] 朱琳. 大学生消费信贷的互联网衍生及其规制逻辑[J]. 金融发展研究, 2016(7).
- [4] 陈岩, 刺文琪, 范杰. 互联网消费信贷的可持续发展研究[J]. 南方金融, 2016(12).
- [5] 李妍燕. 互联网金融对大学生信贷及消费观念的影响及意义[J]. 中国商论, 2016(28).
- [6] 谢丽源. 第三方支付平台分期付款会计处理的探究——以蚂蚁花呗为例[J]. 财会研究, 2016(6).
- [7] 王芳. 高校消费信贷风险控制——基于P2P网贷平台的角度[J]. 科技和产业, 2016(10).
- [8] 金博闻. 浅议P2P学生贷对高校大学生消费的影响[J]. 商场现代化, 2015(31).
- [9] 单炳元. 加强青少年财商教育刻不容缓[J]. 金融经济, 2016(9).
- [10] 蔡继林. 对“裸贷”说不[N]. 中华合作时报, 2012-7-16.