

# 大学生互联网消费信贷的困境与出路

天津医科大学医学人文学院 丁学博

**摘要:**在“互联网+”背景下,作为互联网金融发展的重要链条——消费金融将大学生群体视为业务拓展的又一蓝海。而互联网线上交易的便捷及电商购物基础下的数据支撑,为大学生互联网消费信贷的发展奠定了基础。但在舆论披露的诸多社会性问题面前,大学生互联网消费信贷的风险与问题逐渐显现。在创新与秩序的博弈之中,本文从大学生群体的金融主体属性出发,以寻求大学生消费信用需求满足和金融市场秩序的确定,是大学生互联网消费信贷金融规制与引导的应有之义。

**关键词:**大学生 互联网 消费信贷 消费金融 金融监管

**中图分类号:** F830.5

**文献标识码:** A

**文章编号:** 2096-0298(2016)12(c)-020-02

## 1 创新与风险兼具的大学生互联网消费信贷

我国互联网金融的发展一方面为金融普惠和金融民主的进程推进奠定了关键性影响,另一方面也为经济社会的发展传导着不良的影响,如大学生互联网消费信贷。银监会于2009年发布《关于进一步规范信用卡业务的通知》规定,“银行业金融机构不得向未满18周岁的学生发卡”<sup>[1]</sup>,在传统金融市场的监管体制之下,大学生被排除在主流消费金融市场体系之外,也就是说大学生因其特殊的金融能力局限性不具备参与消费金融市场的基本能力。然而在一切发展禁区面前,“互联网+”的思维运用总能找到仰仗创新外衣下的发展突破口。大学生互联网消费信贷,即通过互联网金融的载体方式,针对大学生群体推出个性化的消费信贷服务与产品。近年来,随着分期乐、趣分期、优分期、爱学贷等大学生互联网消费信贷平台的迅猛发展,大学生消费金融市场的蓝海价值逐渐被发掘和实现。但是在发展的面前,随着媒体对校园互联网消费信贷乱象的披露,大学生互联网消费信贷引发的过度信贷、不良信贷和多起学生因无法支付高额贷款而引发的极端事件表现出校园互联网信贷发展衍生的市场风险和社会风险。依据十五部委联合发布的《P2P网络借贷风险专项整治工作实施方案》,校园贷款被列为网贷机构的重点排查内容。大学生互联网消费信贷发展路在何方成为值得关注的命题。

## 2 大学生互联网消费信贷的发展现状

目前,我国大学生互联网消费信贷发展的行业趋势和市场化趋势尤为明显。虽然面临着监管和合规等诸多方面的束缚,但是我国大学生互联网消费信贷也走出一条既具有互联网发展特色,又适应大学生群体信贷需求的兼容发展道路。毋庸置疑,“互联网+消费金融”的大学生群体衍生具有不可比拟的创新性,但是随着大学生互联网消费信贷的纵向推进,其问题与风险也逐渐显现。

### 2.1 大学生互联网消费信贷的制度优势

大学生互联网消费信贷的制度优势集中表现是通过移动互联网技术的应用,借助互联网交易平台的便捷,增大消费金融机构与大学生消费之间的供需匹配,通过信用交易的线上达成成为线上、线下电商购物的发展奠定支付保障。实际上,大学生互联网消费信贷从发展之初是基于电商购物平台及其互联网金融平台的发生,从性质而言它也可以被视为一种金融衍生品。网络购物的发展在最

大程度上激发了大学生群体的商品购买力,而大学生互联网消费信贷的发展正是立足大学生群体被传统体制抑制的金融信用需求。虽然目前我国严格的金融管制使线下大学生消费金融的发展止步不前,但是互联网金融平台通过信用交易的“线上化”,并且借助“分期付款”、“第三方支付”等标签实现了一定程度的金融管制规避,为自身的发展赢得生存空间。更值得一提的是,互联网金融或“互联网+”的商业模式并非是个别经营者的单打独斗,反而具有极强的产业性和市场性。互联网消费金融作为互联网金融发展链条的重要一环,早已是互联网企业的发展铺排之一。换言之,当市场需求被发掘,传统互联网金融势力的逐鹿会对市场行业的集群优势和品牌优势形成大有帮助。

从互联网消费信贷对大学生群体的产品和服务来看,大学生互联网消费信贷的制度优势在于交易成本的降低和信用服务的高效匹配。具有规模优势的电商购物不仅为互联网企业的发展奠定物质基础,更为互联网金融的发展提供坚实的数据支撑。消费者的购买喜欢和购买能力评价可以为互联网消费信贷的发展奠定充分的数据指引。以往主流金融市场排斥大学生消费信贷的重要原因一方面在于大学生群体可持续盈利能力的缺乏,另一方面正是在于既有信用体系对大学生群体信用数据的缺失。然而,随着互联网电商购物的蓬勃发展,作为网购主力军的大学生群体已然成为互联网评估分析机构的重中之重。借助评估数据,互联网消费信贷既可以完善自身的信用体系建设,边界大学生的主体信用审查,又可以针对性提供符合大学生网购特征的信用产品和服务。信息搜寻与获取成本的降低为互联网消费信贷平台的大学生市场挖掘奠定了基础。

### 2.2 大学生互联网消费信贷的纵向推进

官方统计表明,截至2015年底我国共有高校3600余所,在校大学生数量超过2600万,“如果按照2600多万名学生,每人每年分期消费5000元估算,分期消费市场可达千亿元人民币量级”<sup>[2]</sup>。巨大的市场需求孕育着“互联网+”指引下的行业爆发。我国校园消费信贷市场的萌生可以追溯至2013年,主要表现为区域性大学生消费分期平台的涌现以及大学生分期平台的竞相成立。随着大学生互联网消费信贷商业模式的成熟,校园互联网消费金融市场的发展呈现出两种趋势:一种是通过既有互联网金融平台,尤其是第三方支付平台衍生出符合大学生群体特征的特色产品和服务,例如京东白条和天猫花呗。但是需要指出的是,这些产品与服务具有普适性。另外一种则是更具个性化的大学生互联网消费金融市场,如分期付款平台和校园贷款平台等。2016年以来,我国大学生互联网消费金融平台的品牌格局和市场竞争态势逐渐清晰,校园互联网消

**作者简介:** 丁学博 (1990-), 男, 天津人, 天津市医科大学医学人文学院, 思想政治教育专业硕士研究生, 主要从事大学生互联网消费的法律规制问题方面的研究。

费信贷的产业链日趋完整。

### 3 大学生互联网消费信贷的问题导向

#### 3.1 大学生互联网消费信贷的市场风险

金融市场的发展往往是风险与机遇并存,在我国大学生消费发展的初期,造成我国大学生消费信贷被“禁”的主要原因是大学生信用卡市场的发展乱象,既包括发卡方低门槛政策下的引导缺失,又包括大学生群体过度消费引发的坏账频发<sup>[3]</sup>。这些市场风险同样是互联网消费信贷发展可能面临的市场风险。大学生群体因自身能力局限造成贷款无法偿还还是大学生互联网消费信贷发展的主要市场风险,而由此伴随的对大学生群体的信用否定则更不利于其金融信用能力的培养与可持续。

#### 3.2 大学生互联网消费信贷的合规风险

互联网金融的发展一直在考探着金融监管的边界。虽然2016年3月中国人民银行和银监会联合下发《关于加大新消费领域金融支持的指导意见》,大力发展消费金融,但是互联网金融的传统风险属性和大学生群体的特殊性决定了大学生互联网消费信贷的发展始终面临着合规风险。宏观政策的不确定性使得本就游走于法律灰色地带的大学生互联网消费信贷存在着极大的生存危机。并且,随着市场问题和社会问题的滋生,对大学生互联网消费信贷的“严管制”也将成为一种必然。

#### 3.3 大学生互联网消费信贷的社会风险

在大学生互联网消费信贷的发展过程之中,恶性与极端事件接连不断地被披露使其发展蒙上了阴影。这些被媒体披露的问题主要表现在:一是大学生群体的过度负债、盲目负债,即大学生群体无法平衡自身的收入与支出,以致欠下高额贷款债务;二是不当的校园信贷方式考探社会道德底线,集中表现为大学生“裸贷”产品的非理性推广,大学生容易因自身认知的局限性引发个人隐私权的侵犯;三是因大学生互联网消费信贷引发的社会性问题,表现在校园极端事件的发生,大学生的生命健康权因校园互联网消费信贷的推广遭到冲击,互联网消费信贷的发展遭遇巨大的舆论压力。大学生互联网消费信贷的社会风险既包括因金融市场非理性发展引发的社会极端事件的发生,更应重视因大学生互联网消费信贷的发展引发的个人信息泄露和大学生金融能力否定等不良因素的滋生。互联网立基于大数据分析,数据构成互联网平台之间竞争的关键工具。然而,个人数据的泄露以及因大学生无法偿还贷款引发的隐私权侵犯是监管机构值得关注的社会问题。

### 4 大学生互联网消费信贷的衍生路径

#### 4.1 肯定互联网消费信贷创新性,立足金融市场发展的规制与疏导

毋庸置疑,互联网消费信贷具有不可比拟的创新优势,但是互联网金融创新与金融普惠的推进应当立足于对金融市场整体秩序的尊重,良好的金融秩序既需要有效的金融监管,又需要足够的社会参与。金融监管立足于金融市场发展的市场风险,尤其是可能引发的系统性风险。从大学生群体的特殊性出发,大学生互联网消费信贷的发展还应重视社会因素的多元参与,高校、家庭应该采取措施,正确引导,培养大学生科学的消费观念,使其做到理性消费<sup>[4]</sup>。

#### 4.2 尊重大学生群体特殊的金融主体属性,落实金融消费者的教育引导机制

大学生群体的特殊性是金融信贷产品发展的起点,我们既不

能因风险止步不前,又不能放任主体特殊性肆意发展。金融市场的发展始终是机遇与风险并存,金融经营者在促成金融市场增量攀升的同时亦会对市场产生风险传导,而在法人有限责任时代下,作为交易相对方的金融消费者主体地位得到了政府与社会的强烈关切<sup>[5]</sup>。我们应当借鉴澳大利亚、美国等金融市场制度发达国家的金融教育引导机制,通过具体的金融消费者教育引导机制,实现大学生消费信贷产品供应与金融消费信用指引的“双赢”。

#### 4.3 以互联网消费金融平台为导向,强化市场主体的责任意识

我国“大众消费”时代的到来将促进我国消费金融飞速发展,处于转型期的金融机构应充分抓住这一机遇,改善和更新目前发展缓慢的消费金融业务<sup>[6]</sup>。当我们赋予互联网消费金融机构充分的市场自主发展权的同时,也应当强化其责任意识。从产品与服务的发起端到金融消费者权益的有效维护,责任意识应当观察金融创新过程的始终。互联网消费金融平台应当完善自身风控机制,强化产品服务的内部审查,增强社会责任和法律责任意识,将非理性的产品服务扼杀于公司治理决策阶段,降低金融发展引发的社会性风险。

### 参考文献

- [1] 欧阳洁.不得向未满18周岁学生发信用卡[N].人民日报,2009-07-17.
- [2] 易观智库.中国校园消费金融市场专题研究报告2016[EB/OL].<http://www.analysys.cn/view/report/detail.html?columnId=8&articleId=16204>,2016-01-25.
- [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] 李妍燕.互联网金融对大学生消费信贷及消费观念的影响及意义[J].中国商论,2016(28).
- [5] 郑钊,刘乃梁.金融消费者语境下微型金融机构的发展思辨[J].现代经济探讨,2016(10).
- [6] 张燕逸,马莉.我国商业银行消费金融发展的现状即对策[J].中国商论,2016(Z1).