

第三方支付背景下大学生信用状况研究

——以江苏省重点高校为例

刘大方, 李雅芳, 庄妍蓉, 邵江南

(江南大学 商学院, 江苏 无锡 214122)

[摘要] 第三方支付与互联网金融依托互联网技术快速发展, 网贷分期产品成为新型互联网消费金融产品, 大学生作为一个特殊的群体成为其重要的使用人群。同时, 大学生对信用概念、借贷行为理解不深, 目前个人征信系统构建缓慢, 个人信用数据获取渠道少, 难以对大学生信用状况进行评估。文章运用调查实证的研究方法, 从基本情况、经济状况、行为倾向、信用情感、信用认知五个方面进行问卷内容设计和数据采集, 并对收集数据结果运用进行描述统计分析、交叉统计分析以及独立性检验。刻画当前大学生的信用生活从而提供提高大学生信用水平的方案。

[关键词] 第三方支付; 互联网金融; 分期网贷; 信用

[DOI] 10.13939/j.cnki.zgsc.2017.01.064

1 引言

1.1 调查背景

1.1.1 第三方支付与互联网金融的发展

借助于互联网技术以及第三方支付的飞速发展, 专注于网络借贷的互联网金融应运而生并快速发展, 具体表现在中国互联网金融交易规模及增速 (2015 年互联网金融规模 2356.4 亿元、2014 年 183.2 亿元、2013 年 60 亿元、2012 年 18.6 亿元)、中国大学生互联网金融及互联网消费分期规模 (大学生互联网金融规模和互联网消费分期规模分别为 2012 年 11.5 亿元和 11 亿元、2014 年 34.7 亿元和 32 亿元、2015 年 293.8 亿元和 253 亿元) 上。其主要代表产品有京东白条、蚂蚁花呗、分期乐、趣分期、买单侠等。

1.1.2 分期产品占领校园

在大学生互联网金融领域, 网络分期是很重要的放贷主体。高校覆盖情况以分期乐为例: 截至 2015 年第二季度, 分期乐业务覆盖全国近 3000 多所高校。截至 2015 年上半年, 分期乐覆盖高校数量达到 2888 所, 同比增长 334.9%。自 2014 年第四季度开始, 覆盖校园数量已经基本稳定。

京东白条及其衍生品更有专门针对在校大学生的校园场景服务。

1.1.3 大学生缺乏金融信用知识, 分期、网贷风波不断

各个平台为了追求自身发展扩大, 吸引用户, 针对大学生的网贷产品层出不穷, 大学生是网贷产品的巨大需求方, 但缺乏金融知识, 消费理念欠缺, 难以正确履行借贷行为与承诺, 曾有轰动一时的女大学生身陷“裸贷”风波。

目前社会大众对大学生群体信用生活虽有关关注, 但实际了解程度不足。具体表现在大众对于大学生群体对网贷的需求动机、使用情况不甚了解。另外由于我国个人征信体系建设问题, 大学生信用数据难以收集, 所以目前关于大学生分期消费和借贷的信用记录缺失。

1.1.4 中国个人征信行业的发展起步晚、规模有待扩大

个人征信行业的发展历程: 2004 年, 中国人民银行启

动个人征信系统建设。2005 年 8 月, 中国人民银行建成全国统一的个人征信系统。2005 年 8 月, 中国人民银行发布《个人信用信息基础数据库管理暂行办法》, 规定了个人基础数据的报送、查询、异议处理、安全管理标准。2015 年 1 月, 《中国人民银行关于做好个人征信业务准备工作的通知》要求芝麻信用、腾讯征信、前海征信、鹏元征信、中诚信、中智诚、考拉征信、华道征信做好个人征信业务的准备工作, 准备时间 6 个月。

我国个人征信行业市场潜在规模巨大: 2013 年实际市场规模 121.8 亿元, 潜在市场规模 1329.8 亿元, 2014 年实际市场规模 130.2 亿元, 潜在市场规模 1430.5 亿元, 2015 年实际市场规模 151.4 亿元, 潜在市场规模 1623.6 亿元。个人征信事务发展仍然任重而道远。

1.2 调查意义

一直以来, 与大学生相关的各种研究层出不穷, 但大学生的信用生活形态研究却始终是一个空白, 鲜有全面的研究和探讨。文章立足于大学生网贷风波不断的现实, 了解江苏省高校的大学生网贷使用与信用消费现状, 分析其分期网贷行为的问题并提出建议。

大学生信用生活体现了大学生的消费观、信用观, 信用认知水平不仅关系到个人发展, 对构建信用社会也具有重要意义, 如果爆发征信危机, 对大学生群体未来发展以及社会经济秩序将造成巨大影响。对其信用生活的深入研究对高校提升校园生活建设、引导大学生正确消费、帮助大学生健康成长具有重要意义。

2 大学生群体特征分析

本次研究采用问卷调查的方法, 并对收集的有效问卷数据利用 SPSS 软件进行分析、检验。为保证调查结果的客观性, 笔者调查江苏省 4 所重点高校, 共发放问卷 1500 份, 有效问卷 1100 份, 有效率为 73.3%。并且我们在问卷中设计了年级、性别、专业 (经管类、非经管类)、经济状况、第三方支付使用状况 5 个变量对受调查的学生进行身份界定, 对调查对象有一个初步了解, 并在后文与行为倾向、信用情感、信用认知三大维度的各变量间进行独立性检验。

大学生是支付宝等第三方支付方式使用大军,经调查,仅有36人表示日常生活不使用支付宝,仅占6.55%。支付宝这种新的支付方式对大学生来说已经渗透生活。至于经济状况,通过调查发现,大多数家庭的年收入均处于中低收入水平,高收入家庭(年收入20万元以上)以及贫困家庭(年收入低于3万元)较少。而有57.64%学生的每月生活费处于1000~1500元阶段,1000元以下的占21.45%,超过2000元的仅占4.18%。

3 大学生信用现状分析

3.1 行为倾向

(1) 年级与支付宝使用情况结果显示,日常消费支付宝使用状况的年级差异较大,高年级学生支付宝使用率高于低年级学生。在接受调查的大一学生中有21.47%没有使用过支付宝,大二年级仅有1.52%没使用过支付宝,大三学生均使用支付宝。对不同年级支付宝使用情况进行独立性检验分析,得出结论:支付宝使用情况受年级分布的影响。计算 $c=0.3456$, $V=0.3683$,所以年级与支付宝使用情况存在一定关系,但是这种关系的密切程度不太高。

(2) 年级与网贷产品使用情况显示,高年级使用网贷产品的人数高于低年级学生,且绝大部分高年级学生都知道网贷产品的存在。大一群体中仅有4.24%使用过网贷分期产品,而大二、大三群体使用过网贷产品的分别有22.08%、23.01%。对年级与网络信贷、分期产品使用情况进行独立性检验分析,得出网络信贷、分期产品的使用受年级的影响。计算 $c=0.7836$, $V=0.8920$,可知,年级与网络信贷、分期产品使用情况的密切程度较高。这意味着,年级对网络信贷、分期产品的使用情况起着重要的影响。

在使用过网络信贷产品的这些人中,13.75%的人出现过逾期还款的情况,反映出大学生信用存在部分缺失,但总体情况较好;网贷产品对生活产生的影响集中在增加了消费和便利资金周转;促使其选择网络信贷产品的最大原因则是产品无利息的优点。

在没使用过网贷产品的这些人中,仅31.91%的人有意愿使用,68.09%的人没有意愿使用。可见绝大部分学生对于网络信贷、分期产品持谨慎态度。根据调查结果显示,根本不知道这类产品的这些人中,绝大部分学生为非经管类专业。大一学生没有使用过和根本不知道这些产品的比例最大,因此,非经管专业学生,尤其是大一学生,是网络信贷产品市场开发的一大潜在群体,同时也是进行网络信贷产品相关知识教育的重点关注群体。

(3) 专业与是否知道芝麻信用分结果显示,63.05%的经管专业的学生知道芝麻信用分,但非经管类专业的学生仅有44.24%了解芝麻信用分。经管类学生因专业原因,对于经济信用的了解度与敏感度普遍高于非经管类学生。对专业与知道芝麻信用分知情情况进行独立性检验分析,得出结果专业和芝麻信用分知情情况之间存在一定关系。计算 $c=0.1853$, $V=0.1885$,可知,专业与芝麻信用分知情情况密切度不高。

(4) 每月生活费与网络信贷、分期产品使用结果显示,每月生活费集中在1000~1500元(含1500元)的受访者使

用网贷产品的比例是16.88%,1500~2000元生活费的学生使用比例是20.65%,1000元以下生活费的群体使用网贷比例是15.68%,而从未听说过网贷产品的情况是1000元以下生活的学生有15.68%,1000~1500元生活费的学生为7.57%,1500~2000元生活费的学生是4.35%,2000元以上的是21.74%。对每月生活费与网络信贷、分期产品使用情况进行独立性检验分析,得出网络信贷、分期产品产品的使用受每月生活费的影响。计算 $c=0.1790$, $V=0.1286$,这意味着,生活费对网络信贷、分期产品的使用影响并不大。

3.2 情感认知

3.2.1 大学生对自身信用的评价

为了解大学生对自身信用的认识情况,本次调查采用十分制的方法使大学生对自己的信用状况进行打分。总的来看,大学生对自己信用评分的平均分高达9.59分,且绝大多数的学生给自己的信用打了满分,表现出对自己的信用状况较为乐观的态度。据受调查的1100份有效问卷的结果显示,给自己打分为7分以下的大学生仅占0.91%。给自己打8分的学生占4.91%,打9分的同学占28.18%,打10分的同学占66.00%。

3.2.2 大学生对群体信用的评价

本次调查在除对大学生自身信用进行调查之外,又深入调查了大学生对整个大学生群体信用现状的看法。调查结果显示有22.05%即242名大学生表示大学生信用很好,不需要担忧;806人认为大学生信用一般,存在个别不诚信行为,占总人数的73.18%,达到了半数以上的比例;而占比3.86%即42名学生认为学生群体信用较差,存在较多不诚信行为。

总体来看,受调查的学生对整个学生群体信用的看法不及对自身信用来得乐观。绝大多数的学生认为大学生群体信用一般,与他们给自己评分高达9.59的分数是截然不同的。体现出大学生在信用方面的自身认知与实际情况还是存在一定偏差的,对信用意识的不足也是导致这现象的原因之一。

3.2.3 大学生对信用教育及服务的态度

在关于大学生最乐于接受的学校的信用教育形式的问题中,有584人选择了听讲座,320人选择了参加知识竞赛,398人选择了选修课,422人选择了看宣传手册。然而对于是否会主动去听学校举办的个人信用讲座问题上,27.12%学生表示非常乐意去听,35.86%的学生表示不是十分愿意去,但是为了学分还是会去,31.40%的学生则表示会视情况而定,仅5.57%的学生表示完全不愿意去。由此可见,讲座这种教育形式,有超过90%的学生有接受的意愿,高校可以将讲座教育融入学分制度,提高学生信用认知的意识,激起学生对信用认知的兴趣。

在信用服务方面,调查显示,872名学生希望得到信用分数、信用报告和信用行为等信用数据的提醒,678名学生希望能被定期提供信用查询报告,652名学生希望在由于某些特殊原因造成的不良信用行为的时候,给予修复的机会。这些数据显示大学生实际上对于自身的信用情况还是十分关心的,他们希望能及时提供与自己信用有关的一些资料,掌握自己信用的最新状况,防止因信用问题而带来其他更加麻烦的后果。

3.3 信用认知

3.3.1 信用缺失情况认知

问卷结果显示,在当下,大学生对于信用缺失的最大担忧在于个人隐私的泄露,紧随其后的选项是人与人之间信任的丧失,分别有 860 次和 818 次选择。结果表明面对信任缺失,大学生最担心的是与自己日常生活息息相关的问题,而更侧重于社会层面的影响并未得到大学生的高度关注,因而当代大学生在面对信用问题时更多地是重视与自身紧密相关的问题,考虑自身利益是否会受到侵犯,而较少考虑信任缺失造成的社会影响。

3.3.2 信用正面效应认知

在信用的正面效应中,大学生认可度最高的是更放心地进行交易和良好的人口碑,相较于方便申请个人贷款、住酒店租车免押金等社会生活中经常会遇见的情形,大学生更倾向于选择一些笼统的选项。反映出大学生对于信用的认知受社会阅历所局限,也折射出大学生对良好信用的正面效应认知不充分。

3.3.3 信用报告认知

在是否主动查询个人信用报告的问题中,选择最多的是了解但并未查询信用报告,表示从未听说过信用报告的人数占比也十分巨大,相比之下查询过信用报告的人数仅占 10%,说明当下大学生对自己信用情况的了解程度不高,缺乏多维度的客观评定,同时 50% 的大学生在知道信用报告存在的前提下并未查询过信用报告,说明在实际生活中大多数大学生对于个人信用重要性的认知程度不足,客观反映在查询信用报告不收费(每年前两次)的前提下,大学生依旧不愿意查询个人信用报告。

在大学生认为个人信用信息构成的问题中,分别有 888 名和 706 名被调查者选择了“银行等金融机构的借贷和信用卡数据”和“学校建立的大学生信用档案”,表现出大学生在信用信息的组成上更倾向于认可银行、学校等认可度较高的机构的证明。

4 结 论

4.1 年级、专业、生活费情况影响网贷、分期产品的使用

日常消费支付宝使用状况的年级差异较大,高年级学生支付宝使用率高于低年级学生。高年级使用网贷产品的人数高于低年级学生,且绝大部分高年级学生都知道网贷产品的存在。经管类专业使用网贷、分期产品的比例要高于非经管类专业对网贷、分期产品的使用比例。生活费较高一些的大学生对于网贷产品的了解、使用程度高于生活费较低的。大一学生没有使用过和根本不知道这些产品的比例最大。因此,非经管专业学生,尤其是大一学生,是网络信贷产品市场开发的一大潜力群体,同时也是进行网络信贷产品相关知识教育的重点关注群体。

大学生在信用方面的自身认知与实际情况存在偏差。当下大学生对自己信用情况的了解程度不高,缺乏多维度的客观评定,同时受调查占半的大学生在知道信用报告存在的前提下并未查询过信用报告,大多数大学生对于个人信用重要性的认知程度不足。

4.2 信用关注与了解方面具有局限性

当代大学生在面对信用问题时更多地是重视与自身紧密相关的问题,考虑自身利益是否会受到侵犯,而较少考虑信任缺失造成的社会影响。大学生对于信用的认知受社会阅历所局限,也折射出大学生对良好信用的正面效应认知不充分。

大学生在信用数据、信息的组成上更倾向于认可银行、学校等认可度较高的机构的证明,但政府部门出具的信用评价在大学生群体中认可度不高。

4.3 期望得到信用服务和教育

大学生最乐于接受的学校的信用教育形式是学校讲座。

在信用服务方面,信用分数、信用报告和信用行为等信用数据的提醒服务都得到学生支持,大学生希望能被定期提供信用查询报告,希望在由于某些特殊原因造成的不良信用行为的时候,给予修复的机会。

4.4 措施

4.4.1 构建规模完善的互联网+征信联动机制

利用互联网“大数据”的优势,建立丰富、合理的信用数据维度,利用非传统借贷平台广泛收集信用数据,互联网与传统征信体系对接。趣分期、京东白条此类平台可以构建其使用群体的信用体系,若建立合理科学的信用数据维度,通过自有平台便可以收集较为全面的用户信用行为数据,并且这种信用数据在互联网金融消费领域持续性比较强,可以更好地规范借贷者的借贷行为。

4.4.2 帮助大学生树立正确超前借贷观念的同时,使其富有优秀的金融知识

对于初入大学校门开始接受高等教育的大学生,可以在学生进校阶段举行互联网消费金融概念大赛,帮助学生理解“信用”“借贷”“第三方支付”“征信”等概念,加强金融知识普及与宣传。

高校可通过开展一系列征信知识的讲座,让大学生对征信有一个初步的了解,能够明确知道个人信用对未来经济生活起到的重大作用。此外,将征信课程纳入基础课程的学习也十分重要。

4.4.3 提升大学生风险承受能力引导大学生树立有规划的消费观念

需要家庭高校联合对学生进行理财观念教育,普及金融产品风险知识,全面介绍各项产品功能、风险,能让学生在充分考虑自身需求状况、消费能力、风险承受能力的基础上,理性选择互联网金融消费产品。

4.4.4 规范平台认证与监督制度

我国第三方支付的发展正处于起步阶段,行业规范尚不完善。网贷产品风控方式侧重线下面签,因而我们需要建立科学的风控体系。

当前,面向尚无经济实力的校园群体的贷款、分期付款等信用消费功能,应实行严格的实名登记制度,严格限定金额,不能以大学生的利益来换取平台或产品的发展。

此外,信息保密、信息定期检验和资格审核应成为第三方支付平台开发者重点关注问题。加强网络安全、防范账户信息泄露、盗用,严格审核学生群体借贷资格,从“债权人”角度杜绝因此产生的学生信用经济风险。

参考文献:

- [1] 周冀. 大学生信用档案的建立与利用 [J]. 温州师范学院学报: 哲学社会科学版, 2005 (4): 97-100.
- [2] 罗嘉敏, 陈佩芬, 文娟秀. 大学生信用消费问题研究 [J]. 当代经济, 2014 (19): 36-37.
- [3] 占硕. 个人征信制度研究——个人信用信息的征集、使用与信息主体权益的保护 [J]. 信, 2011 (3): 1-6.
- [4] 牛聪. 关于当代大学生信用意识调查及提高信用意识方法

(上接 P59) 及低碳理念的引导, 慢慢形成一个全民参与的低碳生活及健身方式。

3.4 对低碳化的赛事表演进行引导

赛事在表演的过程中, 应该倡导及传播低碳化的理念, 选用低碳化的环保、保温的建筑方面的材料以及低碳化体育场馆, 充分利用像太阳能这种类型的清洁能源。在体育赛事开展的过程中, 应该提高赛事的质量, 鼓励开展低碳表演, 保护环境、避免浪费。通过对竞技及体育精神进行深化, 打造一个低碳、环保、有特色、有影响的赛事活动。

3.5 培养体育方面的优秀人才, 加强贸易活动

体育产业由服务和贸易组成, 在低碳发展这一理念的引导下, 将民族的特色及优势的项目充分地发挥出来, 使我国在低碳化道路上越走越远, 向健康且顺利的向前发展。

4 发展低碳经济的重要意义

对碳源及碳足迹进行统计是低碳经济发展的开始, CO_2 重要来源有 3 个: 一是火电的排放; 二是汽车尾气的排放; 三是建筑的排放。“低碳经济”就是从生产和流通到废弃物回收及消费的一系列将低碳化进行实现的经济类发展模式。在可持续发展这一观念的指引下, 通过技术及理念的创新等一系列的手段提高能源的使用效率, 最大化地提高其利用率, 将高碳能源消耗量尽量减少, 探索出对碳进行封存的技术, 减少大气中二氧化碳的排放, 在保护大自然的前提下, 发展好我国经济。

在对低碳经济进行发展的过程中, 不但要承担起好好地保护环境的责任, 将国家号召的降耗节能的指标充分地完, 还要将经济的结构努力地调整好, 将能源在利用过程中的效率提升起来, 将新兴的产业发展起来, 建立起符合我国实际国情的文明环境。将以往那些出现污染之后才进行治理等一系列不好的模式彻底地改变, 将保护环境和经济发展有机地结合起来。低碳经济基本的特征就是低排放、低污染、低能

的调研报告 [J]. 知识经济, 2010 (13): 75-76.

- [5] 刘建军. 第三方支付发展背景下网络金融消费权益保护探析 [J]. 华北金融, 2014 (3): 74-77.

【作者简介】刘大方 (1996—), 女, 汉族, 江苏徐州人。研究方向: 金融学、管理学; 李雅芳 (1996—), 女, 汉族, 福建漳州人。研究方向: 金融学、管理学; 庄妍蓉 (1996—), 女, 汉族, 江苏南通人。研究方向: 金融学、管理学; 邵江南 (1996—), 女, 汉族, 江苏镇江人。研究方向: 金融学、管理学。

耗, 这是人类社会重大的进步。其实质就是对能源进行高效地利用, 对清洁的能力进行很好的开发, 追求绿色 GDP, 根本转变人类的思维理念, 实现技术的创新和制度的创新。

5 结论

从低碳经济的视角去发展我国的体育产业, 可将体育的发展空间予以扩展, 将民众的体育生活方式丰富起来。通过对体育专业人才的培养, 全民族的竞技水平、生活质量和身体素质都得到了极大的提高, 极大地促进了我国的发展。在低碳经济视角下去发展我国的体育产业成为了人们关注的重点。体育产业及其经济持续增产是关系我国未来经济的头等大事, 从今往后, 应对低碳发展战略目标进行全面地实施, 这样下去, 我国的体育产业才能在国际市场上占据举足轻重的地位, 实现我国体育产业健康持续的向前发展。文章通过对低碳经济及体育产业的含义进行介绍, 明确了两者之间的关系, 为低碳经济视角下我国体育产业的发展指明了方向, 值得我们去探索学习。

参考文献:

- [1] 王增喜. 体育经济视角下我国体育产业低碳发展的路径研究 [J]. 生产力研究, 2014 (1): 72-76.
- [2] 杜铁平, 曹盛民, 霍德利. 低碳经济视角下我国体育产业发展的策略研究 [J]. 河北体育学院学报, 2014 (6): 18-22.
- [3] 许军. 低碳经济下我国体育产业发展的路径选择探析 [J]. 黑龙江科技信息, 2011 (33): 242.
- [4] 麻春雁, 金琼, 李云, 等. 低碳视角下体育经济发展浅析 [J]. 运动, 2012 (5): 131-132, 144.
- [5] 邹玉享. 低碳经济背景下体育相关产业发展方向探析 [J]. 中国市场, 2012 (18): 18-19.

【作者简介】金豆 (1996—), 女, 河南商丘人, 回族, 研究生在读。研究方向: 体育教育、社会体育学、击剑。