

# 互联网背景下大学生消费信贷风险的原因分析

李世祥

**【摘要】**近年来,越来越多的大学生开始选择互联网信贷的方式购物,这主要是由大学生自身的消费特点和互联网金融高速发展的大环境所决定的。本文结合其发展的背景,对其中蕴藏的风险进行分析,发现这种消费模式除了大学生的承贷能力有限、购物的非理性化、对相关规定缺乏了解及自身道德素质等风险外,还面临互联网消费信贷平台本身的市场竞争风险、操作风险、法律风险等挑战。

**【关键词】**互联网;大学生;消费信贷风险;原因分析  
DOI:10.19463/j.cnki.sdjm.2016.15.002



## 一、引言

自2014年以来,互联网金融凭借其自身便捷、高效、高覆盖和低成本等特点以及国家政策的大力支持,得到迅猛发展。随着互联网金融的发展和壮大,大批互联网金融企业进军大学生信贷消费市场,这些企业通过验证学生的个人信息,为学生提供分期购买商品、预借现金等服务。而当代大学生作为新时代独特的消费群体,他们对于新产品新概念的接受能力强,这种新兴的金融产品很快得到了在校大学生的认可和接受。互联网金融背景下大学生消费信贷市场正发展得如火如荼,大学生消费信贷市场这种新的发展趋势势必带来新的问题。本文企图通过对这一现象的解读,发掘其间存在的风险,并对其破解之道予以探究。

## 二、互联网背景下大学生消费信贷盛行的现状和原因

随着互联网金融的发展,互联网消费信贷成为大家消费的一种热门方式选择,大学生群体作为网络购物的主力军,更是成为了各大消费信贷平台争抢的对象。当前大学生网络消费信贷的平

台,主要有分期乐、趣分期、名校贷、喵贷、贷先生等,而一些互联网大头比如阿里巴巴推出的“花呗”、“借呗”,京东推出的“京东白条”等也针对大学生提供了便捷的消费信贷服务。这种互联网消费信贷平台之所以能够在大学生当中迅速推广并生根发芽,成为大学生的“新宠”,有以下几点原因。

### (一) 大学生自身因素

1. 大学生的消费特点。处于特定的年龄阶段,大学生消费需求较其他群体而言更加旺盛,表现为追求个性、时尚,追求精神享受。然而其“零收入”的现状则让部分同学头痛不已,作为尚未参加工作的大学生群体,其主要的收入来源是父母给的生活费,“剁手党”这一词语就很好的诠释了这种尴尬。大学生互联网消费信贷的出现就是迎合了这样一种需求。同时,大学生由于心智尚未健全,长期群居的生活,很容易产生盲目攀比和模仿的心理,其购物往往呈现出非理性的特点。

2. 大学生对新鲜的消费方式的接受能力很强。大学生接受新鲜事物比其父母一辈的表现更优秀。当代大学生早已习惯了互联网带来的便捷和迅速,早已

培养出网络购物消费习惯。大学生对这一新兴的购物模式表现出无比的热情,在提倡“互联网+”的年代,大学生对于网络新鲜事物的接受速度推动了相关的消费信贷平台的快速发展。

### (二) 外部原因

1. 互联网金融的发展。互联网金融是传统金融行业与互联网精神相结合的新兴领域。而互联网金融之所以能够迅速崛起,主要是由于以下原因。首先,成本低。互联网金融模式下,资金供求双方可以通过网络平台自行完成信息甄别、匹配、定价和交易,无传统中介、无交易成本、无垄断利润。其次,效率高。互联网金融业务主要由计算机处理,业务处理速度更快,用户体验更好。再次,覆盖广。互联网金融模式下,客户能够突破时间和地域的约束,在互联网上寻找需要的金融资源,金融服务更直接,客户基础更广泛。

2. 技术条件成熟。互联网金融能够实现飞速的发展,得益于IT技术手段的推动。金融是一个信息密集型产业,信息、技术、制度构成金融业的三大基石。近些年,随着物联网、社交网络、云计算、移动互联网等新兴信息技术的

产生,变革了信息产生、传播、加工利用的方式,改变了信息不对称程度,大大降低了信息的获取和处理成本,极大地提高了资源的配置效率,对金融业产生了深刻的影响。随着互联网、大数据、云计算等相关技术的日益发展,网络信贷的发展如虎添翼。

### 三、互联网背景下大学生消费信贷可能存在的风险及风险产生的原因

#### (一) 大学生信贷违约的风险

1. 承贷能力有限。大学生已经是成年人,具备完全民事行为能力,但没有固定工作,没有外来的稳定收入来源,主要的收入就是父母给予的生活费。大学生自身的承贷能力是相当有限的,一旦购买了超过自己实际负担能力的东西,很难通过“开源”的方式来弥补资金的漏洞。所以大学生的消费借贷存在偿还困难的风险,甚至最后会由完全不知情的父母为其买单。

2. 购物非理性。基于大学生消费特点,购物往往缺乏思考,容易冲动。往往因为自身消费心理的不健全和消费习惯的非理性而出现收支不平衡。一部分大学生每月的消费额是超过了自己实际可以支配的收入,其中超过的部分大多数同学在以前会选择向同学借款或者直接向父母索要,但是由于互联网信贷业务的出现,其通过分期购物的方式获得自己喜欢的产品,或者直接通过互联网消费信贷平台提供的借款业务支付自己购买的产品,再向该平台偿还欠款。大学生由于涉世未深,容易受到广告等的诱惑,导致其超前消费,购买超过自己实际收入水平的产品,最终导致难以还款的尴尬局面。

3. 大学生自身的道德素质。大学生作为接受高等教育的群体,自身的道德修养在大众的评价当中是相当高的,大学生的互联网消费信贷平台坏账率要低

于普通的消费信贷公司,但是这也并不是绝对的。大部分互联网消费信贷公司对大学生进行贷款的资格审核和认证相对较为松散。大学生往往可以容易地获得同学的个人资料和信息,可以通过这些个人信息在平台上进行注册和借贷,最终导致欠下大笔债务难以偿还。因此,应该高度重视利益诱惑下大学生可能面临的道德风险。

#### (二) 互联网消费信贷平台的经营风险

市场竞争激烈。当前正是大学生互联网消费信贷的风口,当然伴随着无限机遇的同时,也意味着市场竞争的惨烈。自2014年年底开始,大学生校园消费信贷市场面临激烈的竞争,而各大平台只能通过延长免息的期限或者推出一系列的补贴来抢占市场的先机,也就是互联网大战当中常见的“烧钱”模式。但是,由于市场信息不对称,各个平台质量参差不齐,大学生在选择消费信贷平台时对其服务质量无法进行有效的辨别,面对高额的补贴和诱人的红利,极可能出现服务质量优良的平台被淘汰出局,而服务质量低劣的则充斥着市场。

#### (三) 互联网消费信贷平台坏账风险

由于我国消费信贷业务在制度上还存在一定的缺陷,信贷操作流程规范性不够。学生只需要提供身份证复印件,忽略了对学生基本信息和资信能力的审查。这种并不严格的审查制度,给互联网消费信贷平台自身留下了不小的隐患。当学生无法还款时,平台就通过其填写的家庭通讯地址和父母联系电话索要,或是通知其辅导员。但是,有些平台在通过审核之前甚至都不会验证这些信息的真假,一旦信息出现错误,则风险也许需要该平台自己承担。

### 四、风险防范建议

从信贷消费事业健康发展来看,大

学生的信贷消费产品存在的价值和广阔的市场开发空间不容忽视。我们应以当前存在的问题和不足为导向,采取积极的应对措施予以改善和调整。第一,要从完善信贷消费法律体系着手,树立信贷消费理念,构建信贷风险防范机制,在严格符合相关规范和法律的要求下开展大学生信贷消费业务;第二,培养大学生控制自我信用消费行为的能力,使其具备信用消费方面的相关知识,以不超过自身的还款能力为前提,重视对自身信用的保护,科学理性地进行信用消费;第三,大学生消费信贷产品的和服务应当在对大学生消费需求进行切实充分的调查后再进行研发设计,以确保其满足大学生实际的消费需求。这个方面是大学生信贷企业提升自身竞争能力的核心所在。相信改善好大学生信贷消费环境,构建良好的消费程序的规范体制,提升大学生的消费素质,将是推动我国大学生信贷消费市场向着更加健康的方向发展和前进的重要力量。

(重庆三峡职业学院, 重庆 404155)

#### 参考文献:

- [1] 邓秀焕. 大学生信贷消费市场前景分析[J]. 广角, 2015, (17): 283-284.
- [2] 陈一稀. 互联网金融的概念、现状与发展建议[J]. 金融发展评论, 2013, (12): 126-131.
- [3] 赵立. 互联网信贷对大学生消费行为的影响[J]. 电子商务, 2015, (23): 294.
- [4] 高芳放. 大学生网络消费心理与行为调查[J]. 中国青年研究, 2015, (02): 100-102.
- [5] 赵娟, 何波. 高校学生信贷消费与诚信教育的思考[J]. 中国市场, 2009, (48): 83.
- [6] 王勤瀚. 大学生分期借贷的风险及控制对策[J]. 智富时代, 2016, (1): 126.

作者简介: 李世祥, 男, 重庆三峡职业学院讲师, 主要从事高等数学、经济学的教学与研究。