

高校大学生互联网消费信贷的现状分析与对策

孔雯聪 谭迪 锦州医科大学

摘要: 互联网时代,大学生群体作为新兴的消费主力军,对流行的消费形式和观念反应迅速,超前消费现象普遍。超前消费是指消费者在没有足够的收入或储蓄的情况下,通过借贷等方式提前满足自己的消费需求。这种消费方式在一定程度上可以缓解当前的资金压力,提高生活品质,但也容易导致过度借贷、信用风险、消费陷阱等问题。本文主要分析了互联网时代大学生消费信贷发展现状,并指出了现阶段大学生信贷问题发生原因与解决方法。

关键词: 大学生; 互联网消费; 信贷; 发展现状; 对策研究

【DOI】10.12229/j.issn.1672-5719.2023.24.016

引言

改革开放以来,我国经济社会发展取得了巨大成就,居民收入水平不断提高,消费市场供给日益丰富多样,为大学生群体提供了更多的消费选择和可能性。在互联网时代,大学生可通过互联网平台或应用软件,以学生证、身份证等证件为凭证,向金融机构或个人借款,购买手机、电脑、服装等消费品。这种具备超前性的方式具有操作简便、放款快速、利息低廉等特点,受到了许多大学生的欢迎。

一 互联网时代大学生消费信贷现状分析

(一) 消费贷款额度小,逾期率较低

据艾媒网咨询数据显示,2020年中国高等教育在学总规模达到4183万人,预计2021年中国在校大学生的年度消费规模约为7609亿元。同时,随着互联网金融的普及和创新,越来越多的大学生通过网络平台进行信贷消费,如花呗、借呗、京东白条等。大学生消费信贷的主要目的是满足日常生活和学习的需要,如购买手机、电脑、衣服、书籍等。因此,大学生消费信贷的金额一般不会太高,平均在几千元左右。同时,由于大学

生没有稳定的收入来源和担保物,银行和其他金融机构对他们的信贷额度也比较低。虽然大多数大学生能够按时还款,但也有一部分大学生因为种种原因而出现逾期还款的情况。这些原因包括:收入不稳定、消费超支、遗忘还款日期、还款渠道不畅等。逾期还款不仅会影响个人的信用记录,也会增加利息和罚金的负担,甚至引发法律纠纷^[1]。

(二) 资金来源有限,可支配资金较少

大学生消费信贷的主要还款来源是家庭资助和勤工俭学,其可支配收入存在梯度差异,约6%的大学生月收入不超过1000元,仅有4%大学生月收入超过3000元,可支配资金较少的大学生因生活习惯与消费观念原因,更容易在网络信贷平台上借款消费。大学生生活资金来源都有一定的不稳定性和不确定性,家庭资助受到家庭经济状况的影响,勤工俭学受到就业市场和学业压力的制约。因此,大学生在申请消费信贷时,需要合理评估自己的还款能力,避免过度借贷和透支。

(三) 缺乏安全意识,消费观念超前

大学生对互联网金融的认知和理解还不够深入,往往缺乏对风险的预判和防范。一些大学生在申请消费信

作者简介: 孔雯聪(1994,2),男,满族,辽宁锦州,硕士研究生,助教,研究方向:学生教育管理与思想政治教育。

谭迪(1993,6),女,汉族,辽宁盘锦,硕士研究生,助教,研究方向:学生教育管理与思想政治教育。

贷时,不仔细阅读合同条款,不注意保护个人信息,容易受到诈骗或泄露隐私。另外,一些大学生也缺乏对自身信用的重视,不按时还款或逾期还款,影响自己的信用记录和未来的金融服务。另外,一些大学生也没有对借款平台的合法性和信誉进行审查,盲目借款,可能遭遇高利贷或暴力催收的风险。一些大学生在消费信贷的刺激下,追求高端、奢侈的生活方式,购买超出自身经济能力的商品,造成不必要的消费和负债。这些大学生没有树立正确的消费观念,缺乏理性和节制,忽视了自身的实际需求和未来发展^[2]。

(四) 以国内垄断平台为主

互联网技术的快速发展,催生了各种新型网络平台、支付工具、金融产品等,为大学生群体提供了更便捷、更灵活、更个性化的消费信贷服务。新时代的大学生群体更依赖网络消费,不断创造出新的流行时尚和消费热点。他们通过支付宝、微商、网红直播带货等线上支付方式进行信贷消费,无需担保、抵押、申请程序简单、贷款快等特点,刺激其消费欲望。目前大学生消费信贷市场主要由阿里巴巴、京东、腾讯等互联网巨头主导,他们通过自身的电商平台、社交平台、支付平台等,提供各种各样的信贷产品,如花呗、借呗、京东白条、微粒贷等。这些信贷产品具有较强的市场竞争力和用户粘性,导致其他中小型信贷机构难以进入或生存,形成了一种行业垄断或寡头联合的不利局面。

二 高校大学生互联网消费信贷问题与成因分析

(一) 普遍缺乏金融知识,无法防范风险

互联网消费信贷涉及利息、期限、还款方式等金融知识和理财技能,要求大学生具备一定的金融素养和理财意识。然而,很多大学生对于金融知识和理财技能缺乏了解和掌握,不能正确评估自身的借贷能力和风险承受能力,不能合理规划和安排自己的消费和还款,不能有效利用金融工具和渠道进行理财和投资。这些导致他

们在使用消费信贷时容易出现借贷过多、利息过高、还款困难等问题,陷入债务危机和信用危机。目前我国高校对于大学生的消费教育和管理还存在一些不足之处,缺乏系统完善的消费教育课程和内容,不能有效提高大学生的金融素养和理财意识,不能有效培养大学生的科学消费观念和行为习惯。校园环境中缺乏有效有力的消费管理措施和机制,对大学生的消费行为和习惯缺乏约束力与影响力,难以有效预防和处理大学生出现的消费问题和纠纷^[3]。

(二) 行业监管力度不足

随着我国经济社会的快速发展,消费市场供给日益丰富多样,消费文化日益多元开放,消费观念日益个性化多样。这些都为大学生提供了更广阔的消费空间和更多样的消费选择。互联网技术的飞速进步,为大学生提供了便捷消费渠道和灵活消费方式,但相关行业的监管难度同步提升。由于互联网金融的发展速度远超过金融监管的跟进速度,导致大学生消费信贷市场存在一些监管空白或漏洞。一些不法机构或个人利用这些空白或漏洞,通过虚假宣传、诱导营销、暴力催收等手段,欺骗或威胁大学生进行信贷消费,侵害了借贷者的合法权益。互联网消费信贷作为一种新兴的金融业态,其发展速度远远超过了法律法规和监管机制正常的完善速度。一些网络信贷平台存在无证经营、暴力催收、泄露用户信息等违法违规行为,损害了大学生的合法权益。一些网络信贷平台也存在资金链断裂、跑路倒闭等风险事件,影响了大学生的还款安全和信用记录。此外,一些网络信贷平台也利用大数据、人工智能等技术手段,对大学生进行精准营销和潜在诱导,影响了大学生的消费理性。

(三) 消费习惯不佳,消费观念扭曲

互联网消费信贷依托于电商平台、支付平台、小额贷款平台等网络渠道,为大学生提供了方便快捷的线上消费方式。然而,这种线上消费方式也存在一些弊端,如信息不透明、商品质量难保证、售后服务不完善等。

一些大学生缺乏网络安全意识和维权能力,容易受到虚假广告、欺诈交易、恶意催收等网络风险的侵害,造成经济损失和信用损害。另一些大学生则沉迷于网络购物、打赏主播、游戏充值等线上娱乐活动,浪费时间和金钱,影响学习和生活。由于大学生群体缺乏理性消费观念和自控能力,容易受到攀比、从众、刺激等情感动机的影响,进行超前消费或冲动消费。他们往往会借钱买不必要或超出自身承受能力的商品和服务,导致借款金额超过还款能力,形成过度借贷的现象。大学生群体没有稳定的收入来源和还款计划,且对信用记录和信用评级缺乏重视,容易出现逾期还款或拖欠还款的情况^[4]。这些情况会影响其个人信用记录和评级,给今后工作、生活、创业等带来不利影响。

(四) 经济抗风险能力较差

由于大学生群体没有稳定的收入来源和信用记录,且信贷金额较小,信贷期限较短,因此,互联网信贷机构往往对其收取较高的利率和手续费,以弥补风险和成本。据行业调研显示,目前大学生消费信贷的年化利率一般在15%—36%之间,甚至有些高达100%以上。这些高额的利息会加重大学生的还款压力,甚至导致债务累积。互联网消费信贷使得大学生可以轻松获得资金支持,但也使其承担更多经济风险。一旦出现意外情况,如疫情、失业、疾病等,大学生很难通过自身的收入或储蓄来应对,可能导致还款困难、逾期违约、被起诉等严重后果。

三 解决大学生互联网消费信贷问题的有效策略

(一) 传授金融知识,提供专业指导

大学生对互联网消费信贷产品的了解和认识往往不够全面和深入,容易受到各种诱惑和误导,造成不必要的损失。部分大学生因受到互联网消费信贷的诱惑,过度消费,导致债务累积,甚至陷入高利贷的困境。因此,应该加强对大学生的金融理财教育,使之掌握基本的金

融知识和技能,如利息计算、风险评估、合同阅读、投诉维权等。应开设专门的课程,邀请金融专家在校定期组织讲座,并编制专业化金融信贷教材或者手册,向大学生普及金融与理财的基本概念、方法和技巧。通过专业的金融理财课程、讲座、咨询等形式,提高大学生的金融素养和风险意识,帮助其选择适合自己的信贷产品,合理使用信用卡或分期付款等工具,规避各种金融陷阱和风险。让大学生在真实的场景中体验互联网消费信贷的利弊,培养他们的消费责任和自律能力,使他们能够根据自己的实际情况,选择适合自己的消费方式和信贷产品。校方可为学生提供线下实践教育,通过模拟互联网消费信贷平台、设置消费场景和信贷案例、组织模拟借贷和还款等方式,让大学生亲身感受互联网消费信贷的优缺点和后果。通过传授金融与理财知识、提供线下实践教育,可有效地解决大学生互联网消费信贷问题,提升大学生金融素养和理财能力,促进健康消费和个人发展^[5]。

(二) 构建家校联动教育机制,塑造学生消费观

家庭和学校是大学生形成正确消费观念的重要途径,应该加强对大学生的消费教育,培养理性、节俭、自律的正面消费态度,避免盲目跟风、攀比、虚荣的消费行为。家庭和学校辅导员应该定期开展消费指导活动,让大学生了解自己的经济状况和消费需求,制定合理的预算和计划,合理安排个人收入和消费支出,避免积累借贷过多或逾期还款,改善自身信贷情况,保证个人信用记录不存在污点。家庭和学校还应该及时关注大学生的消费情况,发现异常或困难时及时给予帮助和引导,防止其陷入信贷危机。家庭方面,家长应该关注和了解子女的消费状况,定期与子女沟通交流,给予适当的建议和指导;家长应该根据子女的实际情况,给予适当的经济支持和监督,避免过度溺爱或过度压抑;家长应该以身作则,树立良好的消费榜样,培养子女的节约习惯。

学校教育方面,校方应该加强对互联网消费信贷相

关知识的普及教育,增强学生的金融素养和风险意识;辅导员应该加强对学生的心理辅导和情感关怀,帮助学生建立正确的人生观、价值观和自我认知;学校应该加强对互联网消费信贷相关法律法规的宣传和监督,维护学生的合法权益。高校应通过微博、微信公众号、抖音等多种新媒体途径定期开展大学生喜闻乐见的理性消费教育,通过反面案例帮助大学生了解过度消费的危害。在学生个人方面,大学生应该主动学习和掌握互联网消费信贷相关知识,提高自己的判断能力和抗压能力;学生应该根据自己的实际需求和能力,合理规划和安排自己的消费,避免盲目跟风和攀比;学生应该诚信、守法地使用互联网消费信贷,按时还款,保护自己的信用^[6]。

(三) 强化信贷行业管理力度,做好信息过滤

互联网消费信贷市场是一个涉及多方利益的复杂领域,需要政府、行业协会、金融机构、高校等多方共同参与监管。政府应该制定完善的法律法规和政策措施,规范互联网消费信贷市场的发展,保护大学生的合法权益,打击违法违规的信贷机构和行为。行业协会应该建立健全的行业自律机制和信用体系,加强对信贷机构的准入审核、资质认证、信息披露、业务监督等方面的管理,提高行业的信誉和服务水平。金融机构应该遵守相关的法律法规和行业规范,合理确定信贷额度和利率,完善信贷审批和风控流程,提供优质的信贷服务和咨询。高校应该加强与政府、行业协会、金融机构等的沟通协作,及时反馈大学生的信贷需求和问题,协助做好信贷消费市场的监管工作。

互联网消费信贷产品的宣传信息往往采用各种手段和渠道,如社交媒体、短信、邮件、广告等,对大学生进行诱导和引导,有时甚至涉嫌虚假、夸张、误导或欺诈。这些不良的宣传信息会干扰大学生的判断和选择,诱发他们进行不理性或过度的信贷消费。因此,应该加强对互联网消费信贷产品的宣传信息的审核和过滤,禁止发布违法违规或不符合真实情况的宣传信息,清理和屏蔽

含有不良内容或影响的宣传信息,保障大学生的信息安全和消费权益。

四 结论

在校大学生面临消费欲望过剩和经济能力不足的矛盾,在缺乏理性消费观念和理财意识支撑的情况下,难以抵挡来自消费信贷产品的各种宣传诱惑,最终容易产生债务危机。因此必须结合各方力量,发挥辅导员工作优势,做好价值观教育与线下金融知识教育,普及消费信贷常识,塑造正常消费观与生活习惯,解决信贷大量逾期、学生个人信用评分下降等问题,强化信贷消费对学生生活与个人发展的正面引导作用。

参考文献:

- [1] 黄晶,毛美琪,陈娅,等.互联网信贷对大学生消费行为的影响——基于北京地区高校的研究[J].商场现代化,2020(22):4-7.
- [2] 刘锦志,肖雯.互联网消费信贷对大学生超前消费行为的影响研究——基于H市四所高校的问卷数据分析[J].法制博览,2022(31):14-17.
- [3] 楼宸瑞,周莉,俞欣霞,等.地方高校大学生互联网消费信贷现状及影响因素的实证分析——以绍兴高校为例[J].统计学与应用,2020(2):288-295.
- [4] 龚旭,师东菊,李嘉航,等.互联网信贷对大学生消费行为的影响及对策研究——以牡丹江地区高校为例[J].福建质量管理,2020(4):144.
- [5] 崔梦悦,黄施淇,宗彩燕,等.互联网消费信贷对大学生消费行为的影响研究——以江苏高校为例[J].经济技术协作信息,2019(28):5-6.
- [6] 黄曦庭,梁伟真,林依子,等.大学生互联网消费信贷产品的风险分析——以广东高校为例[J].北方经贸,2019(11):94-96.