

探析网络信贷消费在大学生中的发展现状与建议——基于“蚂蚁花呗”的调查

周利星¹ 陈亮亮²

1 广东省行政职业学院经管系 2 广东省深圳市龙华区福城街道办事处

DOI:10.32629/ej.v2i6.327

[摘要] 互联网经济的高速发展带动了各类网络信贷产品与服务的兴起,“蚂蚁花呗”就是其典型代表。这种小额信贷金融平台凭借其便捷性、低门槛性、在时限内还款免息等优势受到经济能力不足的大学生们们的欢迎。作为新兴互联网便捷信用卡的“蚂蚁花呗”,在引领大学生消费的同时,也存在着一定的消费风险。基于此,本文以“蚂蚁花呗”为例,选取广东高校大学生为样本,采用调查问卷和个人访谈法,探索大学生使用花呗的行为特征及重要影响因素,并对大学生提出信贷消费的建议,以促进网络信贷的优化发展,保证大学生的理性消费。

[关键词] 蚂蚁花呗; 信用支付; 理性消费; 大学生

引言

据“网贷之家”报告显示,截至2019年8月底,互联网信贷行业累计平台总数为6621家,其中正常运营平台数将近1000家,贷款余额总量为6428.79亿元。面对网络平台的快速崛起,作为平台使用主体的大学生,其认知情况、使用需求、偿还状况、行为影响等问题受到越来越多的关注。基于此,为促进网络信贷的优化发展,保证大学生的理性消费,本文试图以“蚂蚁花呗”为例,研究大学生对网络个人消费信贷使用的现状,探寻相关对策。

1 研究对象与方法

在查阅相关调查报告与文献资料的基础上,本文设计了在校大学生对花呗使用情况的调查问卷,问卷包括被调查者的基本信息(包括性别、年级、每月可支配金额等)、对花呗的认知情况、对花呗的使用情况(如使用频率、使用金额、网购频率等)、消费习惯(如消费用途)和偿还情况(如还款资金、偿还压力、逾期还款)以及对花呗的总体评价。同时根据调查的结果,结合个人访谈法,询问被调查者对“蚂蚁花呗”的基本看法和使用过程中存在的不足。通过以上项目来综合了解花呗在大学生群体中的使用现状,进一步探索大学生使用花呗的行为特征及影响因素。本次调查使用问卷星和面对面发放方式相结合,共发放和回收问卷510份,剔除8份无效问卷,有效问卷502份,问卷回收有效率达到98.4%。

问卷回收后,利用统计软件SPSS19.0分析,Cronbach α 系数为0.977,信度系数数值大于0.9,说明研究数据信度质量很好。针对“项已删除的 α 系数”,分析项被删除后的信度系数值并没有得到明显的提升,说明该项全都应该保留,进一步说明了研究数据信度水平高。

2 大学生“蚂蚁花呗”消费现状调查分析

表1 “蚂蚁花呗”使用者基本情况统计表

类别	选项分类	数量	比例	类别	选项分类	数量	比例
性别	男	107	21.6%	主要用途	饮食消费	240	60.9%
	女	395	78.4%		服饰鞋包	230	58.4%
认知情况	了解,使用过	363	72.3%		生活用品	107	53.8%
	了解,未使用过	66	13.1%		护理化妆	178	45.2%
	不了解,使用过	24	4.7%		交通出行	136	34.5%
	不了解,未使用过	49	9.7%		娱乐消遣	124	31.5%
使用频率	四次或以上	122	31.0%	还款资金	本月生活费	257	65.2%
	两到三次	80	20.3%		兼职还款	173	43.9%
	一次	61	15.5%		下月生活费	127	31.5%
	其他	130	33.0%	有	163	41.2%	
使用金额	500元以下	218	55.3%	还款压力	无	231	58.7%
	500-1000	82	23.4%		有过	62	15.7%
	1000-2000	50	12.7%		没有过	332	84.3%
	其他	34	8.6%	总体评价	利大于弊	123	24.5%
增加	223	56.6%	弊大于利		81	16.1%	
未增加	171	43.4%	利弊参半		298	59.4%	

2.1样本基本构成。以在校大学生为样本的总体中,男生占21.6%,女生占78.4%。被调查者中63.7%的学生每月生活费在1000至1500元之间,22.3%的学生每月生活费在1000元以下,然而每月生活费在1500元至2000元之间的学生比例亦达到了9.3%,可见每月生活费在1500元以下的占了近九成。而他们的生活费主要来源于家庭供给,占比82.4%,但也有10.3%的学生有一定的经济能力,表示每月生活费主要来源于兼职所得。

2.2大学生对于“蚂蚁花呗”的了解情况。调查结果显示,72.3%的大学生了解并使用过花呗,13.1%的学生了解但未使用过花呗,4.7%的学生不了解但使用过花呗,也有9.7%的学生不了解且未使用过花呗。可见,花呗在大学生校园的普及率已经达到了一个相当高的水平。对此,我们要对花呗有一个清醒的认识,“蚂蚁花呗”得益于网络经济的高速发展衍生出来的各类网络信贷产品与服务,并凭借其便捷性、低门槛性、信用额度较大、在时限内还款免息等优势取得了突飞猛进的发展,成为了当今互联网上涵盖范围最广的个人信贷消费平台,在我们的访谈中近乎所有的人都听说过花呗。

2.3大学生对于“蚂蚁花呗”的使用情况。调查数据表明,在“蚂蚁花呗”的使用年限、使用频率以及使用金额方面,将近一半的学生使用花呗超过了6个月,五成以上的学生每周使用频率在两次以上;约55%的大学生群体表示每月花呗使用金额在500元以下,23%的大学生群体每月花呗使用金额在500至1000元之间不等,13%的大学生群体每月花呗使用金额在1000至2000元之间,更有甚者,8%的大学生每月花呗使用金额在2000元以上。在进入大学校园以后,大学生的消费欲望得到了空前的释放,周围的环境也在促进大学生消费观念的转变。然而这一消费群体绝大部分没有可靠的经济收入,每月的开销主要来源于父母提供的生活费。网络信贷消费的兴起能让大学生享受“先消费,后付款”的购物体验,提前购买所需物品,并且“蚂蚁花呗”信用额度会随着消费次数的增加和良好的信用而提高,这就为大学生网购提供了广泛的空间。对于有一定消费潜力且对新鲜事物接受较快的大学生,“蚂蚁花呗”这类网络信贷产品展现了无可比拟的优势。与传统信用卡相比,花呗依托的第三方支付平台门槛更低、操作更加简便和时不时的红包优惠活动,吸引了很多年轻的消费者。不过“蚂蚁花呗”的风靡也非一时一刻才出现的,因为学生们的消费习惯和理财观念方面的教育在中国的传统教育中显得非常苍白,很多学生无法抵挡超前消费的诱惑,难以控制自己的消费行为。然而,调查结果显示也有23%的学生没有使用过花呗这一消费信贷产品,而且短期内也是不准开通“蚂蚁花呗”,他们具有更加传统的消费观念,认为自己没有使用花呗的必要,并且对于花呗这样的第三方贷款平台的认识更为深刻,担心一旦使用花呗,就会控制不住自己的购物欲望,导

致不能按期还款、进而影响个人信用和个人信息的泄露,所以他们不会轻易选择这种以借贷的方式去透支未来的生活费来满足自己的消费愿望。这也意味着部分大学生群体拥有一定的自制力和个人理财意识,不会盲目购买超过自身消费能力的物品。

2.4大学生使用“蚂蚁花呗”的消费习惯和偿还能力。从调查来看,饮食消费、生活用品、服饰鞋包和护理化妆是大学生“蚂蚁花呗”消费的重点项目。超过一半的学生表示由于可以利用花呗免息借款,他们的网购频率增加了。在还款方式方面,大多数大学生群体会使用本月生活费或透支下月生活费,以及利用兼职的方式进行偿还。约58%的大学生的花呗使用额度并不高,往往会在还款日前主动或提前还款,表示无还款压力,但也有41%的大学生群体表示每月还款时感到有压力,因为在“蚂蚁花呗”授予更高的消费额度之后,大学生群体会通过线上和线下活动购买一些非必需物品,有时甚至会出现超前消费的现象。然而由于他们的经济来源主要来自于父母给予的生活费,偿还能力并不高,致使15%的学生有过逾期还款的经历,最后他们一般会通过分期付款、延期还款或向父母朋友求助的方式进行偿还。

2.5对蚂蚁花呗的评价。由于有了“先消费、后还款”这样的信贷工具,超过一半的学生表示非理性消费次数会增加,或者在攀比心理的影响下进行超前消费,造成财务负担,而这个月的超前消费会严重透支下个月的生活费,最后形成一个恶性循环,甚至陷入不良网贷陷阱以维持正常生活水平。因此,大学生对于蚂蚁花呗的评价也是莫衷一是。24%的被调查者认为利大于弊,16%的人认为弊大于利,但超过一半的学生认为是利弊参半。毕竟正是蚂蚁花呗的出现,使得许多大学生品尝到了“先消费后付款”的甜头,在不用花费自己资金的情况下就可以享用产品。倘若不加控制,任由消费欲望不断发酵升级,致使消费超出了自己的经济承受范围,就会沦为工具的奴隶。但是这并不影响大学生群体对蚂蚁花呗的发展前景的认可,高达73%的学生认为蚂蚁花呗发展潜力很大。

3 大学生“蚂蚁花呗”使用问题探讨

“蚂蚁花呗”在日常支付中逐渐代替现金成为一种新的付款方式,在给生活带来方便的同时,也在大学生群体消费过程中呈现出一些问题。

3.1非理性消费凸显。随着“蚂蚁花呗”的开通及信用额度的提升,大学生日常可支配资金会在原来的生活费上增加一个额外值,如果不予正确引导,大学生消费观念会逐渐从“正常消费”向“超前消费”转变。毕竟原有生活费对大学生的生活具有一定的约束性,当想买的东西超出固定的生活费时,大学生在没有其他办法满足情况下只好控制自己的欲望,乃至放弃。在商品日益丰富和多样化的今天,作为易接受新鲜事物的新生代,大学生消费类型越来越多,消费模式也由基本的衣食住行上升到更高的精神消费层次。相比于中学生,大学生释放出更为自由的消费潜力,熟悉更多的消费方式;而跟中老年人相比,他们紧跟时代脉搏,拥有更强更快的接受能力。然而“短板问题”也特别凸显,大学生的开销主要源于父母每月给予的生活费,这些生活费有时不能完全满足个人欲望。“蚂蚁花呗”的出现使得大学生的愿望得到满足,从而获得片刻的“幸福感”。但是过度地使用“蚂蚁花呗”来满足多样化需求意味着透支未来,往往会诱导非理性消费行为的出现,进而助推大学生盲目消费趋势,增加大学生的家庭负担和心理负担。

3.2理财观念淡薄。中国的应试教育缺少对学生理财意识的培养,造成很多学生理财观念淡薄,无法抵挡超前消费的诱惑,难以控制自己的消费行为,极易陷入缺钱一借钱的恶性循环。由于蚂蚁花呗门槛低、操作简单,学生动辄可轻易购买几百乃至几千元的商品,调查显示两成以上的大学生每月使用花呗在2000元以上,一旦习惯这种虚幻阔绰的生活,就会对花呗产生更多的心理依赖。尽管从调查中看到部分大学生有拒绝超前消费、坚

持理性消费的意识,却没有将这种意识转换为成熟的消费行为,致使“花明天的钱,圆今天的梦”的透支消费也屡见不鲜。

3.3信誉意识缺失。蚂蚁花呗与支付宝的芝麻信用分紧密连在一起。如若按时还款,则会增加个人信用评分,相反一旦逾期还款,支付宝不仅收取逾期利息,降低芝麻信用评分,还会调低花呗使用额度,甚至冻结花呗使用,情节严重者将被上传至央行征信黑名单,对日后的方方面面产生恶劣的影响。调查显示,15%的大学生有过逾期还款经历,有的是因为花呗透支过多而还款资金有限,有的是忘记还款日期。据调查,大学生不太了解花呗逾期处罚具体措施,或者信用意识薄弱,压根不知道降低芝麻信用分的背后还潜伏着如此巨大的信用风险,可见大学生信誉意识相对薄弱,有待提高。

4 针对网络信贷以及大学生信贷的建议

4.1“蚂蚁花呗”优化发展对策。大学生是“蚂蚁花呗”这类互联网个人消费信贷产品的主流群体,“蚂蚁花呗”若想取得更大发展,必须不断提升大学生对其的满意度与忠诚度。在此过程中,可以大学生需求为切入点进行全方位优化。例如,加强线下推广,拓展与更多实体商家之间的合作,扩大服务范围,满足大学生校园内的多层次消费需求;改善支付方式,提高分期付款个性化水平,提升用户满意度;建立风险预警机制,加强风险管理水平,采用先进的支付技术和风控技术,在确保安全性的同时,提升支付效率;完善征信体系,做好诚信评估工作,合理对大学生放贷,避免不良信贷行为的产生,实现消费者权益的有效维护。

4.2引导大学生理性消费的建议。大学生科学消费观的培养与理性消费行为的产生,是降低“蚂蚁花呗”等网络个人信贷产品对大学生消费行为不良影响的主要途径,也是促进网络信贷产业链优化发展的关键因素。为实现这一目标,需要政府、学校、家长以及大学生的共同努力。例如,政府完善相关法律法规,明确大学生信贷行为责任和违约成本,从机制上确保互联网信贷市场健康发展;学校和家长加强对学生的关心,对学生生活情况、经济情况全面了解,帮助学生合理规划资金;学生也应提升自身素养,养成理性消费行为,树立正确的消费意识、责任意识、理财意识、信誉意识,增强对互联网个人消费信贷产品的认识。

5 结语

总而言之,在互联网时代,以消费者信誉为支撑进行贷款发放的“蚂蚁花呗”这样的新型网络信贷产品已经成为网络金融体系中的重要组成部分,也成为许多年轻人信贷消费中不可或缺的一部分。作为当代大学生,应该学会规划使用消费信贷产品,实现互联网时代下大学生的理性消费。

[参考文献]

- [1]张茜,许美兰,王雨芹,等.我国大学生提前消费行为与理财现状调查——基于蚂蚁花呗用户的调研[J].金融经济,2019(7):78-80.
- [2]杜晨旭,王钊朋,涂桂平,等.浅析透支性网络信贷消费平台在大学的发展现状及前景——以“蚂蚁花呗”为例[J].市场周刊,2018(10):153-154.
- [3]王岚,田泽华,肖萌,等.哈尔滨市大学生使用“蚂蚁花呗”的现状研究[J].中国商论,2019(9):216-217.

作者简介:

周利星(1984—),女,汉族,江西吉安人,广东行政职业学院经管系讲师,研究方向:市场营销、企业管理。

陈亮亮(1984—),男,汉族,江西吉安人,深圳市龙华区福城街道办事处工程师,研究方向:统计分析、社区治理。

基金项目:

广东省委党校课题,项目名称:网络信用支付对消费者购买意愿的影响研究——基于技术接受模型,项目编号:19GL01,为项目阶段性科研成果。