

# 当代大学生的信贷消费与“校园贷”风险

朱迪

**摘要:**网络信贷走进校园生活,有助于满足大学生的消费需求,但非法借贷尤其“校园贷”引发了一些严重的社会问题。使用全国大学生调查数据,对大学生的信贷消费进行实证分析。研究发现,两成大学生使用过贷款或分期付款,“校园贷”高风险人群集中于家庭背景或高等教育背景较弱的大学生,就读于高职院校或普通本科、学习成绩较差或很差的大学生更可能使用高风险贷款平台和高风险贷款利率,来自低收入家庭的大学生更可能使用高风险还款方式。研究发现对了解消费主义的作用机制、社会不平等和高校学生工作具有一定启示意义。

**关键词:**大学生 消费 信贷消费 校园贷 社会不平等

在当代消费文化背景下,大学生的消费需求和消费方式更加丰富多元,甚至出现了超前消费、炫耀消费。作为消费欲望的应对方式,信贷消费也在大学生群体中迅速发展,互联网技术则为信贷消费提供了更便捷的平台和渠道。然而,网络信贷在满足大学生金融需求的同时,也产生了一些问题,引起媒体和公众的关注。

作为争议比较大的新兴消费,校园网络贷款既有主流电商平台提供的贷款或分期付款等合法借贷,也有属于非法借贷的“校园贷”。有些针对大学生的贷款机构和平台以女大学生的“裸照”为抵押放贷,一旦无法按时还贷,就以“裸照”作为威胁,采取各种各样的催收手段,一些女大学生迫于压力休学、抑郁、自杀,还有的走入卖淫陷阱。<sup>①</sup>各地也发生过多起与非法网络借贷有关的校园自杀案件,均是因深陷高利息的“校园贷”无法偿还。<sup>②</sup>即使是合法范围内的贷款或分期付款,也会因过于频繁或者借贷额度过高而给大学生生活带来压力。

研究和舆论大多批判大学生被刺激的消费欲望,过度消费给自己和家庭背上了沉重的借贷。这些研究多停留在理论分析和道德判断上,未能比较系统地分析“校园贷”的性质、程度以及影响因素,从而难以通过实证数据深入理解大学生借贷行为的特征和动机。

本文使用全国大学生调查数据,试图揭示大学生信贷消费的特征和模式:多少比例的大学生使用贷款或分期付款,用在哪些消费和投资领域,大学生的借贷消费在性别、年龄、生源地、家庭背景等方面具有哪些差异。本文重点关注“校园贷”,从贷款平台、贷款利率和还款方式三个维度分析大学生使用“校园贷”的性质、程度和影响因素,考察“校园贷”高风险人群的主要人口特征、高等教育特征和家庭背景特征,从而为教育工作者监测校园风险、加强学生工作、提高大学生的网络素养和金融素养提供参考。

本文的数据来源来源于中国社会科学院社会学研究所和中国教育发展智库主持实施的2017年“中国大学生追踪调查”(PSCUS)(又名“中国大学生就业、生活与价值观追踪调查”)。PSCUS采用多阶段分层随机抽样,把“学校-学科-班级”作为三个层次的抽样单元进行抽样。在抽样第一阶段,以学校为初级抽样单位(PSU),通过分层抽样的方法,将中国大陆地区教育部承认学历的高

<sup>①</sup> 澎湃新闻,2018年,《团伙逼“裸条贷”女孩卖淫:来新人要先“试活儿”》,9月10日(<https://news.sina.com.cn/s/2018-09-10/doc-ihivtsyk9468735.shtml>)。

<sup>②</sup> 秦宁,2017年,《又一学子因“校园贷”寻短,如何让悲剧不再上演?》,4月26日(<http://hi.people.com.cn/n2/2017/0426/c381151-30096348.html>)。

等学校 按照学校层级、学科类型和分布地域的不同 划分为 3 个抽样层( 抽样框) ,单个抽样层( 抽样框) 内进行随机抽样。在抽样第二阶段 以专业为次级抽样单位( SSU) ,在入样的学校中 每所学校随机抽取 8 个专业。在抽样第三阶段 以班级为三级抽样单位( TSU) ,在入样的专业中 每个专业每个年级随机抽取 1 个班。2017 年调查样本院校扩大至 17 所 包括 4 所重点大学、5 所普通本科院校和 8 所高职院校 共获得 13981 个有效样本 分别来自不同年级的本科生和研究生。

## 一、大学生信贷消费与“校园贷”

受到全球化、消费文化和互联网发展的影响 当代大学生的消费模式出现了新的特征。王志章等( 2010) 通过对重庆两所高校大学生的调查 认为“新炫耀式消费”嵌入当代大学生群体中 相对而言 男性大学生更注重物品的符号价值 比如彰显身份和优越感 男大学生的消费欲望普遍高于女大学生 城市生源大学生的消费欲望更强烈、更强调个人享乐。朱迪( 2014) 从文化品味、物质文化和消费倾向三个维度研究大学生的消费文化 基于 12 所高校大学生的手机消费调查数据发现 同家庭背景较弱势的大学生相比 家庭背景较优越的大学生对物质的依赖程度更高、更倾向于面子消费和追求“社会区分”的消费动机。这些消费模式新特征也反映在以互联网为载体的消费中。高芳放( 2015) 针对河南省几所高校大学生的调查显示 大学生每月网络消费金额在 200 元以下的超过 85% 超过 500 元的只占到 3.9% 消费动机包括便捷( 占 31%) 、廉价( 占 24.6%) 、展现个性( 占 15.2%) 等; 大学生具有一定的网络安全和维权意识 47.7% 首选的支付方式是“货到付款” 24.4% 选择支付宝 出现售后问题时 超过 50% 的大学生会与卖家或服务商直接联系协调 如果无法解决 80% 以上的大学生会选择“差评”。

在这些新的消费趋势影响下 为了满足多元化的消费需求 信贷消费在大学生群体中快速发展。虽然大学生信用卡于 2009 年被银监会叫停 但随着互联网金融的兴起 互联网消费信贷及其衍生的校园网贷发展势头迅猛。互联网消费信贷既有商业银行、消费金融公司等传统金融机构业务的互联网化 也有电商平台业务向消费金融领域的延伸 还有小贷公司依托于电商平台( 如阿里小贷、京东小贷) 和支付平台( 如拉卡拉小贷) 开展的消费贷款( 王晋之 2019) 。

根据易观智库( 2016) 发布的《2016 中国校园消费金融市场专题研究报告》 大学生的分期消费使用意愿较高 67.5% 的大学生用过分期消费并且还会继续用 10.5% 的用过但不想继续用 仅 9.9% 的没用过也不感兴趣; 大学生使用分期消费也较为活跃 48.1% 的表示每月一次 24.3% 的表示每月三次以上 并且消费粘性较高 66.3% 的只使用一家分期消费平台; 大学生分期消费用来购买电子产品的比例高达 86% 提现比例也高达 60% 男性大学生、本专科大学生、二三线及以下城市大学生使用比例较高。刘根( 2018) 对广东一所高校的调查显示 认可信贷消费的大学生比例达到 57.1% 愿意申请“校园贷”产品的比例达到 36.8% 来自农村的大学生信贷消费次数高于来自城镇的大学生 农村生源大学生在主客观信贷认知方面显著低于城镇生源大学生 家庭拥有中等收入水平的大学生信贷消费最多。此外 拥有中等生活费水平的大学生信贷消费最多 生活费较多和较少的大学生信贷消费均较少。

信贷手段的发展使得人们能够更大程度地满足消费需求。瑞泽尔( 2015) 的新消费工具理论可以很好地说明信贷手段与消费主义的关系。瑞泽尔将那些允许、鼓励甚至强迫我们去消费其商品和服务的消费场所称为新消费工具。这些新消费工具将人们引诱进消费圣殿 并通过各种奖励和约束让人们留恋其中 其核心理念就是让人们一直不停地消费 从而达到控制消费者的目的。信用卡虽然不属于新消费工具 但使得人们从消费圣殿中获得他们想要的和需要的东西成为可能 被称为新便利工具。宽松的信用引诱人们去消费 通过延长支付期限、提供新信用卡以及增加信用额度等手段 怂恿人们持续地进行更多消费。新消费工具的爆炸性增长依赖于信用卡 现代信用卡问世于 20 世纪 50 年代 差不多和许多新消费工具同时出现 随着信用卡的使用范围越来越广 新消费

工具也不断扩张。从马克思主义的视角看,信用卡有助于提升新消费工具剥削消费者的能力,一定意义上来说,信用卡本身就是剥削工具——人们被引诱陷入债务,许多人发现自己很难从高利贷债务中获得解脱;可以说,引导消费者去购买比他们的实际需要更多的东西,支付比本应支付更高的价格,以及花费比他们应该花费更多的金钱,是新消费工具剥削消费者的主要方式(瑞泽尔 2015)。

出于消费欲望的驱动,一些大学生借助不同类型的网络信贷满足生活、娱乐、社交等消费需求,但是金融知识不足以及市场监管的漏洞使得大学生面临较高的金融风险,比如“高利贷”“裸贷”等事件,深刻反映了新消费工具如何控制消费者,而校园网贷在此过程中扮演了“助推”的角色。校园网贷大致分为三种:一是分期购物平台,如趣分期、任分期等;二是基于P2P的贷款平台,如投贷贷、名校贷等;三是主流电商平台提供的信贷消费服务,如京东白条、支付宝花呗等。所谓“校园贷”问题主要集中于第一和第二种信贷服务(吴再发 2017)。

有研究认为,“校园贷”的主要问题在于,超低门槛的申请资格、高度线上化的放贷过程、过度夸张的宣传口号,使得风险控制环节形同虚设(吴鹤群、成晓越 2018)。具体来说,一是以“零首付”“零利息”等为卖点,收取远高于银行同期贷款的年利率,巧立名目收取平台押金、罚息、滞纳金管理费、催收劳务费等,这些不良网贷平台就是网络技术背景下“高利贷”的形式变种;二是通过“动动手指、及时到账”等放宽贷款门槛的方式诱导大学生,大多采用非现场申请和放款的方式,只要提供学生证、身份证、联系方式等即可获得授信,无须任何抵押,实质上隐藏的是放贷程序的不合规(管庆霞 2018)。

由于这些特点,“校园贷”引发的社会问题具有一些全新的特征:首先,行为主体的模糊性,由于借贷方式的开放性、身份的隐匿性和行为的跨界性,一般很难确定借款者、放贷者、催债者等具体的行为主体;其次,行为事件的突发性,对于哪些个体容易发生借贷事件、何时发生、因何发生都是难以预料的,容易演变为不良社会事件;最后,行为后果的不确定性与难控性,围绕“校园贷”产生的社会问题往往对当事人的名誉权、肖像权、隐私权等造成伤害,继而可能衍生出对当事人及其亲友在身体、财产等方面一系列不确定的侵害后果(吴鹤群、成晓越 2018)。

一项针对上海和河南的大学生使用“校园贷”情况的调查显示,上海使用过“校园贷”的大学生占调查总体的14.7%,河南使用过“校园贷”的大学生占调查总体的8.6%;上海市大学生使用“校园贷”的多为研究生,而河南省则多为临近毕业的本科生;农村大学生使用“校园贷”的比例最高,被调查的学生超过一半表示贷款的目的是为了购买电子产品;在贷款风险认知方面,两地都有超过一半的学生表示不了解“校园贷”利率和风险,虽然两地大学生的贷款额度主要是小额贷款,但两地均有超过60%的大学生并未提供相应的贷款担保,42.86%的上海大学生表示仔细看过贷款合同,而河南省大学生中只有18.75%仔细看过贷款合同,“向家长借”和“勤工俭学”是两地大学生的主要还款方式(王康、周君君 2017)。

周晓春等(2019)的研究进一步揭示了青年金融风险与家庭背景的关系,并分析了金融风险产生的原因。使用多案例研究的方法,周晓春等收集各大媒体与青年遭遇不良金融服务有关的新闻,最终选取四个典型案例进行分析。研究发现,家庭经济处于中下水平的青年更可能遭遇金融风险,社会金融化和数字化相互促进加剧了青年的金融风险;基于金融能力的框架,研究认为,一方面青年缺乏个人的金融素养,另一方面市场和社会也缺乏恰当的金融服务,青年的金融需求未得到有效支持,因而处于灰色地带的借款平台成为弥补他们较高的金融服务需求和有限的正规金融服务供给之间缺口的选择(周晓春等 2019)。

针对校园网贷可能存在的问题和风险,逢索和程毅(2017)强调有效疏导和加强教育。调查显示,随着年级的增长,大学生的形象消费、社交消费、上网消费、通讯消费、交通消费与恋爱消费显著增加,很多即将进入社会的大学生为了满足对“社会人”形象和身份的追求而发生消费观念的转变。因此,对于作为“准社会人”大学生的信贷消费,应当引导消费观念,树立积极健康的消费观,抵制过度消费、从众消费等。此外,应当加强信用消费教育,帮助大学生了解个人信用记录的重要性、评估还款能力并珍视信用记录(逢索、程毅 2017)。

本文立足消费主义和青年消费文化的视角,考察和理解大学生的信贷消费行为。现有研究大多停留在统计分析或者止步于概念探索,未形成有效的分析框架来解释数据分析。本文将通过实证数据揭示大学生信贷消费的偏好和动机,以及信贷消费如何受消费社会环境、家庭和高等教育背景以及社会化阶段所塑造,并从贷款平台、贷款利率和还款方式三个维度构建模型,分析大学生使用“校园贷”的性质、程度和影响因素。只有理解大学生消费文化的独特性及其作用机制,才能有针对性地引导大学生的消费观和物质观,建立相应的社会支持体系,从而降低“校园贷”风险。

## 二、大学生参与信贷消费的实证分析

本文调查样本来自 17 所高校,其中 985 高校学生占 28.65%,普通高校学生占 33.98%,高职学生占 37.36%。样本中女性占 52.46%,独生子女占 44.55%。大学生平均年龄为 20 岁,集中在 18 至 22 岁,占全部样本的 86.82%。样本包括了专科生、本科生和研究生,专科生一至三年级和本科生一至四年级的占比接近,研究生占比较低。来自农村和城市生源地的学生基本各占一半,比例分别为 50.8% 和 49.2%。

被调查的样本中 20.39% 的大学生表示使用过贷款或分期付款用于日常消费(不包括学费消费)。具体来看,生源地为城市的大学生使用贷款或分期付款的比例较高,分别有 21.17% 的城市生源大学生和 19.65% 的农村生源大学生使用贷款或分期付款。家庭经济条件越好的大学生信贷消费的比例也越高。如表 1 所示,父母月收入 3000 元及以下的大学生中只有 17.63% 的使用过,父母月收入 3001-7000 元的大学生中有 20.32% 的使用过,而父母月收入 20000 元以上的有 29.84% 的使用过。该发现反映了家庭背景较优越的大学生的消费欲望更强,这与相关已有发现一致。

表 1 不同家庭经济条件的大学生使用信贷消费的情况 单位: %

是否使用过贷款/ 分期付款用于日常消费	父母当前月收入				
	3000 元及以下	3001-7000 元	7001-10000 元	10001-20000 元	20000 元以上
使用过	17.63	20.32	21.12	23.55	29.84
没使用过	82.37	79.68	78.88	76.45	70.16
合计	100	100	100	100	100

男性大学生使用贷款或分期付款的比例较高,为 22.94%,而女性大学生使用贷款或分期付款的比例为 18.07%;相比高职院校和 985 高校,普通高校大学生使用贷款或分期付款的比例最高。随着年级的增长,大学生使用贷款或分期付款的比例显著增高,本科一年级学生使用的比例为 10.46%,本科二年级比例上升至 21.42%,到研究生三年级该比例达到 30.29%。这与逢索和程毅(2017)提到的大学生所处的社会化阶段有关。低年级大学生的消费需求更多局限在日常生活、学习以及一定程度的社交,而高年级大学生作为“准社会人”,其形象消费、社交消费以及兼职实习和社会实践所需的消费大幅度增加,当然高年级大学生的风险认知和应对能力也相应增长,从而选择信贷消费的比例也更高。

在使用过贷款或分期付款的样本中,大多数大学生用过综合型电商平台信贷业务。比如有 77.05% 的大学生使用过京东白条、蚂蚁花呗,有 12.69% 的使用过信用卡,而使用专业性分期购物平台或 P2P 贷款平台的大学生比例较低,分别占 6.77% 和 2.75%,如图 1 所示。分析发现,来自农村、父母月收入较低的大学生使用分期购物平台或 P2P 等风险较高贷款平台的比例较高,就读于高职院校的大学生使用这些风险较高贷款平台的比例也高于普通高校和 985 高校的学生。

在贷款或分期付款所支付的消费和投资项目中,大学生总体来看,衣服所占比例最高,47% 的

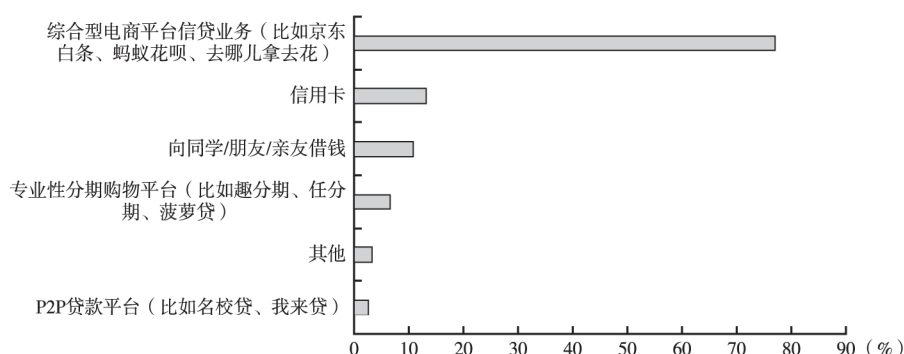


图1 大学生使用信贷消费渠道和平台的分布

大学生选择此项,其次为数码产品、鞋、化妆品,选择投资理财和创业的大学生比例最低。图2按照大学生总体使用贷款或分期付款于消费和投资项目的比例由高到低排列,其中也可看出性别差异。男大学生将贷款或分期付款更高比例用于数码产品(46%)、衣服(39%)、鞋(32%),而女大学生更高比例用于衣服(57%)、化妆品(41%)、鞋(34%),男大学生用于打游戏的比例也高于女大学生,但是男女大学生在学习、社会交往、旅游等消费中使用贷款或分期付款的比例差异不大。可以看出,大学生群体中贷款或分期付款大都用来满足消费需求,用于投资或创业的比例很低,并且穿着打扮和耐用品占据了信贷消费的主要需求。数据分析显示了大学生在形象管理上的消费需求,但并不能简单理解为虚荣,而是具有内在的社会机制。特别是在社交网络时代,个体的品味及其所建构的形象对社交互动和社会认同起着至关重要的作用,90后年轻大学生尤其热衷在社交网络“晒”美食、“打卡”网红胜地、“秀”美颜、“秀”名牌,而这些形象的塑造需要技术能力和经济资本来支撑,当生活费无法负担时就要寻求信贷手段。此外,较高比例的男大学生将信贷消费用于数码产品则主要由于数码产品的价格较高,与有的男大学生酷爱电子游戏乃至“成瘾”也有一定关系。

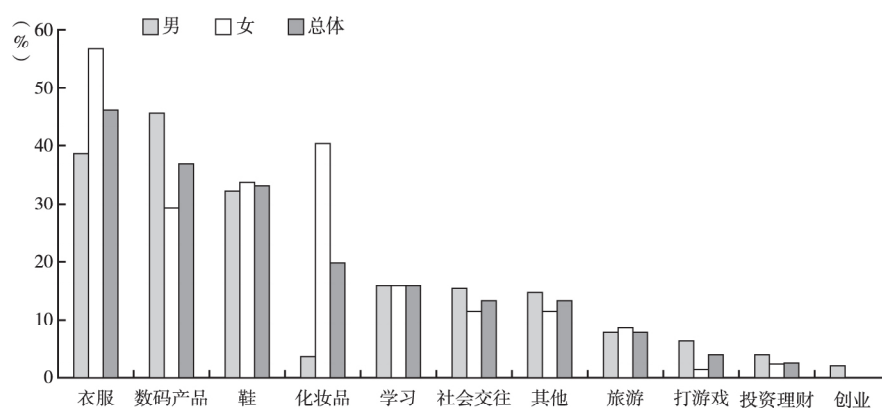


图2 大学生使用贷款或分期付款的消费和投资项目分布

调查发现,过去一年中,大学生对贷款或分期付款的使用频率还是相当可观,38.66%的大学生表示使用过1次,40.74%的大学生表示使用过2-5次,还有11.27%的大学生表示用过10次以上。信贷消费使用频率的性别差异不大,男生在非常频繁的10次以上频率中占比较高,男生和女生的比例分别为12.86%和9.42%。家庭背景较优越的大学生使用信贷消费的频率更高,在比较频繁的6-10次和非常频繁的10次以上频率中趋势明显。以去年使用过10次以上信贷消费的大学生为例,父母月收入3000元及以下家庭中有6.29%的学生使用过,父母月收入3001-7000元家庭中有9.07%的学生使用过,父母月收入7001-10000元家庭中有14.56%的学生使用过,而父母

月收入 20000 元以上家庭中则有高达 27.61% 的学生使用过。已有研究指出(比如朱迪 2014) 相比家庭背景较弱势的大学生,家庭背景较优越的大学生对物质的依赖程度更高、更倾向于面子消费,反映了该群体具有更强烈的消费欲望,从而更高比例地借助于信贷消费。

虽然总体使用频率可观,但大学生的借贷金额(或分期总额)并不高。占比最高的是一次借贷金额(或分期总额) 1000 元以下,比例为 68.44%,其次是 1000 – 2000 元,比例为 16.41%,一次借贷金额(或分期金额) 10000 元以上的比例极低。

就使用过的最高一笔借贷金额(或分期总额)来说,大部分集中在半年以内的还款周期。其中,借款或分期周期为 1 周到 1 个月的占 30.93%,借贷周期为 2 – 3 个月的占 18.35%,借贷周期为 4 – 6 个月的占 13.22%。

就这笔最高借贷金额(或分期总额)的借贷利率来说(如表 2 所示),无利率的占 46.8%,年化利率 1% 至 5% 的占 25.51%,年化利率 5% 至 10% 的占 5.79%。少部分大学生的借贷利率较高,年化利率达 10% – 20% 的占 1.36%,年化利率为 20% 以上的占大约 0.36%,还有 20.19% 的大学生表示未关注过年化利率。这种对贷款利率的忽视在已有研究中也提及,王康、周君君(2017)的分析显示,相当比例的大学生表示不了解“校园贷”利率和风险,过半数的大学生未仔细阅读贷款合同。无论是较高的借贷利率还是未关注借贷利率,都反映了大学生中使用高利贷的风险仍然存在以及在借贷风险认知方面的不足。

表 2 大学生使用过的最高一笔借贷金融(或分期总额)的年化利率

年化利率	百分比(%)
无利率	46.8
1% – 5%	25.51
5% – 10%	5.79
10% – 20%	1.36
20% – 50%	.25
50% 以上	.11
没关注过	20.19
合计	100

我们将借贷年化利率在 10% 及以上以及未关注过贷款利率的人群界定为“校园贷”高风险群体,将借贷年化利率在 10% 以下的人群界定为“校园贷”低风险群体。在高风险群体中,8.26% 的人在过去一年中使用过 10 次以上贷款或分期付款。虽然更多集中于 3000 及元以下的借贷,但一次借贷金额(或分期总额)为 6001 – 8000 元的占 2.31%,一次借贷金额(或分期总额)为 10001 元以上的比例接近 2%。这群大学生还倾向使用更长周期的借贷以缓解还款压力。就使用过的最高一笔借贷金额(或分期总额)来说,借贷周期为 1 周到 1 个月的仅占 24.79%,借贷周期为 7 – 12 个月的占 18.51%,12 个月以上的占到 13.88%,这些较长借贷周期所占比例均高于低风险群体的相应比例,如表 3 所示。

表 3 高风险群体与低风险群体使用过的最高一笔借贷金融(或分期总额)的周期比较 单位: %

借贷周期	低风险群体	高风险群体
1 周以内	13.26	10.41
1 周到 1 个月	32.69	24.79
2 – 3 个月	18.28	18.51
4 – 6 个月	12.98	13.88

续表 3

借贷周期	低风险群体	高风险群体
7-12个月	14.73	18.51
12个月以上	8.06	13.88
合计	100	100

分析发现,男性大学生使用较高贷款利率的比例较高,就使用过的最高借贷金额(或分期总额)来讲,男生使用借款年化利率10%—20%的比例为1.8%,女生该比例为0.85%,男生使用借贷年化利率在20%以上的比例为0.53%,女生该比例为0.16%,但是女生未关注过贷款利率的比例高于男生,两者的比例分别为23.61%和17.23%。贷款利率的使用也存在家庭背景的差异,父母月收入越高,属于高风险群体的可能性越低。父母月收入在3000元及以下的大学生属于贷款利率层面高风险群体的比例为22.08%,父母月收入在3001—7000元和7001—10000元的比例下降至21.08%和20.52%,父母月收入达到20000元以上,大学生属于高风险群体的可能性下降至17.68%。

此外,所处年级越低,未关注过贷款利率的比例越高,并且专科生未关注过贷款利率的比例高于本科生。本科一年级未关注过贷款利率的占19.89%,本科四年级,该比例下降至17.88%,到了研究生三年级,该比例进一步下降至11.43%。专科一年级未关注过贷款利率的比例为29.38%,到了专科三年级下降至23.69%,但仍高于本科生的总体水平。这说明随着年龄和年级的增长,大学生的金融风险意识在逐渐增强,从而陷入“校园贷”的可能性在降低。但专科生的金融风险意识总体低于本科生,高校学生工作应当关注专科生群体,努力提升专科生的金融风险防范知识。

大学生的还款途径集中在从生活费中支出和通过兼职、奖学金等增加收入,分别有75%和42%的大学生选择这两项,也有8%的大学生表示会向父母、配偶/男朋友或其他人要钱。分析还注意到,9%的大学生选择“先偿还一部分”、2%的大学生选择“向别的平台继续贷款”或者“先欠着再说”,这些是可能坠入“校园贷”陷阱的高风险人群。

就这部分还款方式可能陷入“校园贷”的高风险人群而言,女生的比例高于男生,分别有11.83%的女生和8.63%的男生属于高风险人群;来自农村的学生更可能是高风险群体,分别有10.65%的农村学生和9.59%的城市学生在还款方式上风险较高。父母收入越高,还款方式上属于高风险群体的可能性越低。有22.85%的父母月收入低于7000元的学生属于高风险群体,而父母月收入高于10000元的学生风险可能性下降至14.86%。此外,高职院校和普通高校学生的风险可能性高于985高校学生,高职院校、普通高校和985高校学生属于高风险群体的比例分别为11.24%、11.65%和6.83%。可见,不同于使用借贷消费的可能性和借贷频率,借贷利率和还款方式高风险人群更多集中于家庭背景或高等教育背景较弱势的大学生,相关已有研究也有类似发现,需要引起教育工作者注意。

### 三、“校园贷”高风险人群特征分析

根据前文分析,大学生在贷款平台、贷款利率和还款方式上存在高风险的借贷消费模式,可能陷入“校园贷”风险。本文构建了一个由贷款平台、贷款利率和还款方式构成的分析框架,从不同维度考察“校园贷”的性质和程度,并对其影响因素进行分析,试图揭示高风险人群的主要特征。

根据数据,我们将P2P贷款平台和专业性分期购物平台定义为高风险贷款平台,将综合型电商平台信贷业务、向同学/朋友/亲友借钱、信用卡或其他贷款形式定义为低风险贷款平台/方式。贷款利率方面,最高一笔借贷金融(或分期总额)的年化利率为10%及以上定义为高风险贷款利率,

表示没关注过贷款利率也属于高风险行为,也纳入了高风险贷款利率的范围,最高一笔借贷金融(或分期总额)的年化利率低于10%定义为低风险贷款利率。还款方式方面,向别的平台继续贷款、先偿还一部分、先欠着再说均属于高风险还款方式,而从生活费支出、通过兼职和奖学金等增加收入、向父母/配偶/男女朋友/其他人要钱或其他还款方式属于低风险还款方式。由表4可以看出,大学生总体面临的“校园贷”风险在可控范围之内,使用信贷消费的大学生中,贷款平台和还款方式维度上属于高风险的比例分别在10%左右,贷款利率维度上的高风险比例则较高,占21.9%。

参考已有文献,模型的解释变量纳入了人口特征、高等教育背景和家庭背景三个方面。人口特征变量包括性别和年龄;高等教育背景变量包括高校类型和学业成绩自评,以了解教育环境和教育成就对借贷消费的影响,面临“校园贷”风险的大学生更可能处于优势教育环境或者学习成绩较好,抑或相反;家庭背景变量包括生源地和父母月收入,测量家庭社会经济背景对大学生面临“校园贷”风险的影响。表2列出了模型的因变量和自变量的描述统计。

表4 “校园贷”影响因素回归模型所用到的变量描述

变量	均值	标准差	变量值描述
贷款平台	.090	.286	0 = 低风险贷款平台/方式, 1 = 高风险贷款平台
贷款利率	.219	.414	0 = 低风险贷款利率, 1 = 高风险贷款利率
还款方式	.101	.302	0 = 低风险还款方式, 1 = 高风险还款方式
性别	1.525	.499	1 = 男, 2 = 女
年龄	20.246	1.915	范围为15 - 40岁
生源地	.492	.500	0 = 农村或乡镇, 1 = 县城或城市
高校类型	.913	.808	0 = 高职, 1 = 普通本科, 2 = 985高校
学业成绩自评	1.704	.633	1 = 优异或良好, 2 = 一般, 3 = 较差或很差
父母月收入	2.149	1.174	1 = 3000元及以下, 2 = 3001 - 7000元, 3 = 7001 - 10000元, 4 = 10001 - 20000元, 5 = 20000元以上

表5列出了不同维度下考察“校园贷”风险影响因素的逻辑回归模型。贷款平台模型、贷款利率模型和还款方式模型总体都是显著的。人口特征方面,在控制其他变量的情况下,男性使用高风险贷款平台的可能性显著高于女性,但是在高风险贷款利率和高风险还款方式维度上,女性陷入“校园贷”的可能性则高于男性。模型结果显示,女大学生是“校园贷”的高风险群体,这可能是因为其选择了较高的贷款利率,也可能因为其缺乏对贷款利率的了解和关注,并且相对于男大学生女大学生更可能“拖欠还款”或者“以贷还贷”,增加了信贷消费的风险因素。年龄较长的大学生在贷款平台方面属于高风险的可能性要高于较年轻的大学生,而使用高风险贷款利率和高风险还款方式的可能性则较低,这可能与年龄较长的大学生有更多收入来源、更高的金融风险意识有关。

高等教育的因素中,控制其他变量的情况下,高校类型在贷款平台、贷款利率和还款模式的模型中影响都显著,学业成绩自评仅在贷款平台和贷款利率的模型中影响显著。相对于985高校学生,高职院校学生使用P2P、专业性分期购物平台等高风险贷款平台的可能性显著较高,高职院校和普通高校学生使用高于10%年化利率的贷款或者未关注贷款利率的可能性也显著较高。此外,普通高校学生使用高风险还款方式的可能性也显著较高。相对于学习成绩优异或良好,学习成绩较差或很差的大学学生更可能使用P2P、专业性分期购物平台等高风险贷款平台,更可能使用高于10%年化利率的贷款或者未关注贷款利率,并且差异显著,学习成绩一般的大学学生也有较高的可能性使用高风险贷款利率。

由此可见,处于较优势的教育环境或者学习成绩较好的大学学生陷入“校园贷”的可能性较低,而处于较弱势的教育环境或者学习成绩不好的大学学生面临“校园贷”的风险则较高。



家庭背景并未直接显示出对“校园贷”的显著影响。家庭背景变量中,生源地在贷款平台、贷款利率和还款方式三个模型中的影响都不显著,父母月收入仅在还款方式的模型中显著。相对于高收入家庭的大学生,来自低收入家庭的大学生拖欠贷款或以贷还贷的可能性显著较高,父母月收入 3000 元及以下的大学生使用高风险还款方式的可能性显著高于父母月收入 20000 元以上的大学生。

表 5 “校园贷”风险影响因素的逻辑回归模型

自变量	贷款平台	贷款利率	还款方式
男性	.703 *** (.162)	-.358 *** (.108)	-.372 *** (.143)
年龄	.115 *** (.0385)	-.0611 ** (.0307)	-.102 ** (.0405)
生源地为城市(以农村为参照)	.102 (.171)	-.105 (.123)	.0992 (.160)
高校类型(以 985 高校为参照)			
普通高校	.238 (.211)	.321 ** (.141)	.576 *** (.187)
高职院校	1.060 *** (.219)	.671 *** (.154)	.325 (.210)
学业成绩自评(以优异或良好为参照)			
一般	-.171 (.167)	.205 * (.117)	.0895 (.154)
较差或很差	.674 *** (.219)	.507 *** (.177)	.284 (.232)
父母月收入(以 20000 元以上为参照)			
3000 元及以下	.572 (.388)	-.0582 (.247)	.727 ** (.353)
3001 - 7000 元	.413 (.379)	.0407 (.237)	.486 (.345)
7001 - 10000 元	.0913 (.418)	.130 (.257)	.609 * (.365)
10001 - 20000 元	-.0280 (.430)	.101 (.256)	.124 (.383)
常数项	-6.044 *** (.936)	-.401 (.706)	-.858 (.939)
样本量	2262	2235	2262

注: 括号中为标准误; \*\*\*  $p < 0.01$ , \*\*  $p < 0.05$ , \*  $p < 0.1$ 。

#### 四、研究总结与政策建议

基于以上分析,大学生使用信贷消费的主要特征可总结为:第一,两成大学生表示使用过贷款

或分期付款,主要用于衣着打扮和耐用品消费,家庭背景较优越的大学生使用信贷消费的比例和频率都较高;第二,大学生面临一定的“校园贷”风险,在使用过信贷消费的大学生中,贷款平台和还款方式维度上属于高风险的分别占10%左右,贷款利率维度上的高风险比例为21.9%;第三,模型分析显示,高等教育背景和家庭背景对贷款平台和还款方式具有显著影响,就读于高职院校或普通高校、学习成绩较差或很差的大学生更可能使用高风险贷款平台和高风险贷款利率,来自低收入家庭的大学生更可能使用高风险还款方式。因此可以说,“校园贷”高风险人群更多集中于高等教育背景或家庭背景较弱势的大学生。

研究揭示了消费文化和网络借贷发展背景下,大学生消费生活的新特征,研究发现对了解消费主义的作用机制、社会不平等和高校学生工作具有一定启示意义。

首先,通过创造和操纵消费需求、激发消费欲望,借助便利化的借贷工具,消费文化和消费主义价值观对大学生产生了深刻影响。两成大学生使用借贷消费,用于购买衣服、数码产品、鞋和化妆品等,超过一成的大学生过去一年的使用频率在10次以上,这部分群体显示了较强的消费欲望。已有研究显示(如王志章等,2010),大学生呈现出新炫耀消费、面子消费等特征,这种消费文化也一定程度上反映在大学生的信贷消费中,在当代消费文化和商业文化的影响下,大学生的消费需求被创造、“生产”出来,消费呈现出个性化、追求潮流、地位炫耀等多元动机。市场和资本既加速更新产品和服务,同时又乐于创造满足不同需求的“新便利工具”,大学生的消费欲望被不断刺激。对未拥有独立经济来源的大学生来说,这种消费模式透支了大学生的购买力,当生活费无法支持消费欲望的时候,就转向借贷消费,但是信用卡等正规贷款产品有一定门槛,这种情境下非法借贷就有了生存空间。

其次,信贷消费的人群特征一定程度上反映了社会不平等。已有研究揭示(王康、周君君,2017;周晓春等,2019),来自农村、中低收入家庭的大学生和青年遭遇非法借贷的风险更高。本文则从家庭背景和高等教育两方面深化了对这种不平等的认识。数据显示,家庭背景较优越的大学生更频繁参与信贷消费和超前消费,但是面临更高“校园贷”风险的却是家庭背景较弱势的大学生。此外,高职院校学生在贷款平台和贷款利率维度上也是“校园贷”的高风险人群,鉴于教育的阶层分化,高职院校聚集了更多经济条件较差或者来自农村的大学生,因而这种教育分化也一定程度指向了家庭背景层面的社会分化。如果说经济条件较好的大学生即使陷入“校园贷”也能够求助父母走出危机,那么对经济条件较差的大学生来说,“校园贷”则意味着深潭沼泽。一方面,由于购买力难以支撑消费欲望,经济条件较差的大学生更可能求助“校园贷”,另一方面,没有足够的经济能力偿还高额贷款,只能进一步求助“校园贷”,从而形成恶性循环。

最后,女大学生更可能成为“校园贷”的目标群体。需要引起注意的是,虽然男大学生在还款平台上处于高风险的可能性较高,但在还款利率和还款方式上女大学生面临高风险的可能性更大。非法借贷往往与色情、暴力、黑社会等相关联,引诱年轻女性成为客户,当女大学生无力偿还贷款时便恐吓、挟持,甚至走上违法犯罪的道路。因此,如果缺乏辨别能力、自我保护能力和社会支持,这种高风险可能将女大学生置于更加脆弱的地位,更容易成为“校园贷”等非法借贷的受害群体。

基于研究发现并参考已有研究,本文建议联动政府、高校、企业、家庭等多方面力量,完善高校救助机制和应急管理机制,引导大学生建立起健康适度的消费观,增强大学生的金融知识和金融素养,构建和完善大学生金融支持体系。本文提出以下对策建议:

从政府层面,加强对互联网金融服务机构的监管,严厉打击非法“校园贷”。出台专项立法、开展专项治理,将“校园贷”纳入到法律规范之内,尤其涉嫌高利贷行为的贷款。应利用刑事法律予以调整,强化法律对“校园贷”的规制,网信部门应加强对“校园贷”网站的监督和管理,对开展非法信贷业务的网站应予以关停、整顿(朱艳,2019)。

从高校层面,完善高校工作中的学生救助机制和应急管理机制,普及金融信贷知识并有效引导积极健康的消费观和金钱观。研究发现,来自较弱势高等教育背景的大学生更可能是“校园贷”的高风险人群,高校学生工作应当重视非法借贷对学生的影响,关注家庭背景较弱势、学习成绩较差

或者比较边缘化的学生,综合运用奖学金、助学金、助学贷款等手段保障照顾经济条件较差和来自偏远农村学生的基本生活,加强金融信贷知识和相关法律常识的教育和普及,引入专业、正规的金融信贷服务;同时对“校园贷”的受害者进行危机干预,采取多种措施帮助学生寻求制度化的解决途径,及时止损、回归正常学习生活。在日常教学和学生工作中,也应当疏导大学生的消费欲望,避免过度消费、倡导理性消费,建立精神层面的更高追求和人生志趣。

从企业层面,开展行业自律,开发针对大学生需求的、普惠性质的正规金融产品,营造良好的网络信贷市场环境。企业应当加强自我管理,通过对大学生个人信用情况的综合评估和综合授信评价,合理发放贷款,拒绝违法放贷和以高额利息获取利润的行为。大型商业银行和金融机构应把握大学生信贷市场,提供低利率、普惠性质的助学贷款、消费贷款、就业贷款等服务,开发不同类型的信贷产品,满足大学生多样化的生活和消费需求,也有助于开拓具有高成长性的客户群体。

从家庭层面,增强父母子女之间交流,注重培养子女积极正面的价值观,关心社会化过程中的子女思想动态和心理健康。步入大学校园意味着离开父母家庭,开启作为一名成年人的独立生活,但又不同于真正走向社会,因此大学阶段更类似于从家庭到社会的一个过渡阶段。在这个阶段,父母还应与子女保持积极有效的沟通交流,捕捉子女在生活新阶段的思想动向,以身作则向子女传递积极正面的金钱观和物质观,不仅关注子女的物质需求,也关心和尊重子女的心理需求和精神需求,面对年轻人的迷失要及时引导、帮助,对进入社会化新阶段的“准社会人”给予更多理解与包容。

从个人层面,增强金融知识和金融素养,远离非法借贷,树立适度合理的消费观,培养健康的生活方式。大学生的社会经验尚不丰富,处理复杂问题的能力较弱,容易成为非法借贷的目标猎物。大学生自身应当主动学习金融与信贷知识,避免接触不良贷款机构和平台,使用信用卡消费和分期消费时尽可能全面了解贷款利率、手续费、还款方式等重要条款,提高个人的金融素养,维护个人合法权益,并保持与父母、学校的畅通交流,遇到危机及时寻求外部帮助。总的来说,大学生应当建立理性、合理的消费观和物质观,避免过度消费、炫耀消费,学会控制和调节消费欲望,并通过培养丰富的兴趣爱好、高层次的精神追求,构建一种健康、积极的生活方式。

#### 参考文献:

- 高芳放 2015,《大学生网络消费心理与行为调查》,《中国青年研究》第2期。
- 管庆霞 2018,《“校园贷”乱象下的信用缺失与重构》,《管理观察》第21期。
- 刘根 2018,《大学生信贷消费影响因素实证研究》,《金融理论与实践》第5期。
- 逢索、程毅 2017,《大学生网贷成因分析及其风险规避路径——基于上海市大学生消费行为调查的实证研究》,《思想理论教育》第2期。
- 瑞泽尔·乔治 2015,《赋魅于一个祛魅的世界:消费圣殿的传承与变迁》,罗建平译,北京:社会科学文献出版社。
- 王晋之 2019,《互联网消费信贷:模式、风险与证券化》,北京:经济管理出版社。
- 王康、周君君 2017,《我国“校园贷”问题的现状及对策——基于上海、河南两地的实证分析》,《青少年犯罪问题》第6期。
- 王志章、陈云龙、尹喆、郑婷 2010,《新炫耀式消费对当代大学生消费行为的影响研究》,《中国青年研究》第2期。
- 吴鹤群、成晓越 2018,《风险社会视域下“校园贷”问题的生成及应对》,《当代青年研究》第1期。
- 吴再发 2017,《陷阱与跨越:校园贷视阈下的大学生消费引领》,《福州大学学报(哲学社会科学版)》第2期。
- 易观智库 2016,《2016中国校园消费金融市场专题研究报告》,http://www.199it.com/archives/434275.html 2016。
- 周晓春、邹宇春、黄进 2019,《青年的金融风险、金融能力和社会工作干预》,《青年研究》第3期。
- 朱迪 2014,《大学生消费不平等的实证研究:从消费文化的维度》,《兰州大学学报(社会科学版)》第6期。
- 朱艳 2019,《多方共治不法“校园贷”》,《人民论坛》05月中。

作者单位:中国社会科学院社会学研究所  
责任编辑:石金群

“children whose parents in prison” through several actions patterns ,including government dominance , institutional care , and relative rearing.

**Keywords** “Children Whose Parents in Prison” Children’s Rights Standard Care and Protection

### **The Impact of Changes in Birth Cohort Size on School-age Children and Adolescents’ Malnutrition**

..... *Ma Yan( 37)*

**Abstract:** Using the data of “China Health and Nutrition Survey” from 1989 to2011 ,this paper tries to explore the malnutrition conditions among school-age children and adolescents who are 6 – 18 years old. We conduct the exploration from two aspects ,namely growth retardation and emaciation. According to the results ,the changes in birth cohort size have significant impact on the probability of malnutrition among school-age children and adolescents. This impact has stage difference ,especially in the growth stage of birth cohort size. For the school-age children and adolescents in larger birth cohort size ,they tend to have higher probability of malnutrition. Meanwhile , the simulation analysis could further clarify this phenomenon ,the birth cohort size could have corresponding increase effect or decrease effect on the probability of malnutrition among school-age children and adolescents. Regarding the emergence of birth cohort size effect ,it results from the mismatch between total nutrition resources and the rhythm of natural population change. The formulation and implementation of public policy should focus on two objectives. One object is increasing the amount of social nutrition resources; the other object is avoiding large-scale vibration of birth population size caused by policy change. Then we could achieve the coordinated development between these two aspects.

**Keywords:** Changes in Birth Cohort Size School-age Children and Adolescents Malnutrition

### **Contemporary College Students’ Credit Consumption and the Risks of “Campus Loan”**

..... *Zhu Di( 49)*

**Abstract:** Internet loan has entered into campus life. It could meet college students’ consumption demand. However ,illegal loan ,especially “campus loan” ,have induced serious social problems. Using the data from “National University Students Survey” , this paper tries to conduct empirical analysis of college students’ credit consumption. According to the findings ,20% of college students had used loans or installment payments; the high-risk population regarding “campus loan” are mainly college students with poorer family background or weaker higher education background. For the students who study in higher vocational colleges or undergraduate colleges and the students with poorer or poorest academic performance ,they are more likely to use loan platforms with high-risk and loan interest rates with high risk. For the college students from low-income families ,they are more likely to use high-risk repayment method. The findings are of great significance for the working mechanism of consumerism , social inequality and student affairs in colleges and universities.

**Keywords:** College Students Consumption Credit Consumption Campus Loan Social Inequality

### **The Sociological Analysis of College Students’ Appearance Management**

..... *Gao Xiujuan( 60)*

**Abstract:** Currently , “appearance level is justice” is a popular idea among youth group. Based on college