

互联网金融背景下大学生消费结构研究

旷 杰

贵州大学历史与民族文化学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年9月20日; 录用日期: 2024年10月16日; 发布日期: 2024年11月22日

摘 要

近年来, 由于互联网技术的快速进步, 互联网金融已经成为一种流行的金融方法, 它具有方便、快捷和低廉的优势, 广泛应用于当代大学校园。同时, 互联网经济具有极强的网络传播效应, 信息化水平提高也是互联网金融引起大学生消费结构变迁的重要因素。本文旨在通过探讨互联网金融背景下大学生消费结构的特点、现状及其影响, 并对其中产生的问题提出相应的建议。

关键词

互联网, 金融模式, 消费结构

Research on the Consumption Structure of College Students in the Context of Internet Finance

Jie Kuang

School of History and Ethnic Culture, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Sep. 20th, 2024; accepted: Oct. 16th, 2024; published: Nov. 22nd, 2024

Abstract

In recent years, with the rapid development of Internet technology, Internet finance, as a new financial model, has been rapidly popularized with its convenient, efficient and low-cost characteristics, and is widely used in contemporary university campuses. At the same time, the Internet economy has a strong network communication effect, and the improvement of informatization level is also an important factor in the change of college students' consumption structure caused by Internet finance. This paper aims to explore the characteristics, current situation and impact of college

students' consumption structure in the context of Internet finance, and put forward corresponding suggestions for the problems arising from it.

Keywords

Internet, Financial Model, Consumption Structure

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 互联网金融概述

互联网金融(Internet Finance)是指利用互联网技术和信息通信技术,提供金融服务和产品的业务模式。随着信息技术的快速发展和普及,互联网金融迅速崛起,改变了传统金融行业的运作方式,提高了金融服务的效率和便捷性。利用最先进的科学技术,如交易、云端运算、社交网络、搜索引擎,网络金融服务已经发展到一个全新的阶段,其目标在于为客户带来更加便利、安全可靠、经济效益的金融服务,从而使得投资者可以轻松获得更多的收益。当前,“互联网 + 支付”、“互联网 + 借贷”、“互联网 + 理财”是网络金融服务的一个重要的方向。

近年来,随着科学技术的飞速发展,互联网金融已经成为一种重要的商业模式。它的诞生,离不开先进的信息系统和软件,如云计算、大数据和区块链。这些前沿的技术,极大地推动了金融业的变革,并且促进了金融业的可持续性和可预测性。然而,由于各种因素的存在,各个领域的差异,以及各种环境的变化,都会给互联网金融的发展带来一定的挑战。随着社会的发展,科技的革新和转型已成为当今社会的重要动力。而互联网的普及和应用,则为这一过程提供了强劲的支持,使得各个金融发展阶段都可以获得更多的机遇,从而推动社会的可持续性和稳定性。此外,用户的消费需求也是促进互联网金融蓬勃发展的的重要因素。消费者对金融服务的需求日益增长,对消费类型和消费形式不断改变,尤其是对消费在便捷性、个性化和透明度方面的需求增强,这就极大地促进了互联网金融的发展势头。

互联网金融的形式多种多样,主要包括:在线支付,如支付宝、微信支付等,提供安全快捷的支付解决方案。P2P 借贷,个人对个人的借贷平台,如人人贷、拍拍贷等,降低了融资成本,提高了资金的使用效率[1]。众筹,通过互联网平台集中小额资金支持项目或企业,如 Kickstarter、众筹网等。虚拟货币,是基于区块链技术的数字货币,如比特币,以去中心化的方式进行价值转移。互联网保险,通过互联网提供保险产品和服务,减少中介环节,如众安保险等。

互联网金融的发展具有优势,同时也兼具挑战。首先,这一金融模式的便利性十分显著,用户可以随时随地访问金融服务,提升了金融服务的可达性。降低成本,互联网金融速度快、效率高,能极大地降低运营成本,从而提供更具竞争力的利率和费用。另外,互联网金融还能极大地提高消费者的用户体验感,通过大数据分析,能够提供更加个性化的金融产品和服务,更有针对性地适应消费者的需要。

未来,互联网金融作为一种新兴的金融服务模式,正在深刻改变传统金融行业。虽然目前存在诸多困难,但是互联网金融的未来前景依旧广阔,它正在不断地利用人工智能、区块链、物联网等新兴科学,实现金融服务的全方位、高效率的智慧化。同时,随着监管体系的完善,互联网金融将更加规范化,促进其健康发展。

2. 互联网金融背景下大学生的消费现状

2.1. 网购倾向

大学校园是一个充满活力和创造力的地方，学生们可以通过网络购买各种各样的东西来满足他们的需求。根据最新的统计，许多学生都会在网上购买他们喜欢的衣服、鞋子和日常用品。互联网金融的普及进一步推动了网购的便捷性，使得大学生能够更加轻松地购买到所需商品。

消费的便捷化和多样化扩大了大学生的消费渠道，同时各类社交媒体穿插其中的广告也在一定程度上促进了大学生消费结构的改变。淘宝、拼多多、京东、天猫、阿里巴巴等传统的网购平台已经不足以满足大学生的消费需求。随着近几年来自媒体的兴起，抖音、小红书、快手等 APP 也开始抢占消费市场。将商品广告暗含在视频、图片中，以达人带货、直播带货的各种促销形式层出不穷。此外，大学生的活动场所有限，因为课程原因大多数时间只能待在学校，活动场域的受限更加激化了他们网购的消费倾向。互联网金融所提供的消费平台众多，消费商品琳琅满目，大多数是现实生活中不容易看到和买到的，新奇感、探索欲也促使大学生网购意愿的增长。

2.2. 不同性别的消费差异

研究发现，在互联网金融时代，男女大学生的消费行为存在明显的差异。通常，父母、勤工俭学和奖学金等收入是他们的主要经济来源，但他们的收入很难支付所有的开销。除了日常开销和学习费用，各种培训、教育、电子产品的消费都显示出收入与支出之间存在负相关的趋势。特别地，男生在电子产品方面的消费倾向更为明显，而女生则可能更倾向于其他类型的消费。

研究发现，网络消费者的性别构成存在巨大的变化。尽管在中国，网络消费者的女性人群要远远低于男性，但是淘宝网的统计数据却证实，70%的网络消费者都是女性。随着时代的进步，女性在互联网金融领域的贡献越来越多。然而，尽管许多研究聚焦于男女消费者的消费习惯，但仍缺乏充足的论述来探讨男女之间的差异[2]。深入研究这些挑战，将为我们提供重要的指导，从而实现最佳的营销战略，并且可以满足各种消费者的多样化需求。在大学生群体中，女生的消费意愿明显高于男生。每月的购物频率也大于男生的购物频率。根据心理学研究显示，女性更多的倾向于感性思维，容易被一些广告、促销活动等激发内心的消费冲动，从而增强其购物欲望[3]。同时，由于互联网金融的便利性，大学生足不出户就能进行网上购物。从男女在心理、生理和行为上的差异因素来看，男性消费者具有购买主动性强、购买东西迅速且独立、购买动机不强烈等特征。而女性的消费行为则表现不同。主要体现在，购物欲望强烈、容易受到从众心理的影响、更加注重商品的直观感受和情感寄托以及自我表现心理和突出的求是心理。

2.3. 分期消费的使用意愿

随着互联网金融的发展，分期支付平台应运而生，如蚂蚁花呗、京东白条、蚂蚁借呗等。大学生这一特殊群体由于人口基数大，具有庞大、成熟的市场规模，同时还具有同龄化程度高、可塑性强、风险感知能力弱等普遍的特征，消费行为的可观察特征也较为显著。现代大学生需求强，对网络分期的热衷度明显。不少网络金融公司将消费群体目标投放进大学生群体，开发并实施针对当代大学生的网络分期消费业务，为大学生提供分期消费、网上购物等业务。以满足大学生的需求，为大学生搭建体验式消费平台，提供集便利与实惠为一体的消费体验，拉动大学生群体的消费积极性。

互联网金融的发展为大学生提供了分期消费的选择，这使得他们能够更好地管理自己的资金，实现大额消费。调查数据显示，大学生在分期消费过程中，购买电子产品的大学生比例占到了 85%，这主要

是因为男生对电子产品有着很高的购买欲望。另外，60%以上的大学生还会选择使用网络上的分期产品来进行提现，这一数据也体现出大学生群体对提现的需求。同时也折射出在互联网金融的背景下大学生的分期消费意愿很高。女性相较于男性来说，具有相对较高的社会风险感知力，同时男性的消费心理在一定程度上比女性要高，因此在互联网金融下的男性分期消费的意愿就要比女性更高[4]。大学生消费条目相对来说较为复杂，对互联网金融中的分期付款的消费方式理解程度不够，网络风险意识浅薄，同时消费心理受到影响的程度较大，因此消费意愿普遍比较高。在调查过程中发现，有很大一部分大学生有着分期消费的行为，他们中的一部分认为：早买早享受，“人生得意须尽欢”等思想也是催化其分期消费的主要原因。此外，大学生主要经济来源是父母的生活费，还有少数学生选择做兼职赚钱等，在某种程度上来说经济来源虽数量不大，但却比较稳定，这也促使他们分期消费。

但是从客观条件来说，虽然互联网金融下的分期消费能够满足一部分大学生的消费需求，但却极易对其造成经济上的压力。消费超出自己能力范围内的东西会对其生活产生一定的影响。

3. 大学生消费结构的特点

3.1. 多元化趋势

随着互联网金融的发展，当代大学生的消费方式发生巨变。从传统的文艺、旅游到高科技，从家用电器到最前沿的IT产品，各类商品应有尽有，满足着人们对于高素质的日益增长的需求。此外，互联网金融还给予了人们一个全面的购物渠道，使得人们拥有更加丰富的购物选择。

在调查研究的过程中，有相当一部分的大学生几乎所有的生活用品都来源于网购。吃的零食、水果、饮品。穿的衣服、鞋子；用的家居用品、日用品等。同时在日常出行的方式选择上也会通过滴滴打车、小拉出行等线上叫车这种方式。可见，在互联网金融的蓬勃发展下，多种多样的消费方式和消费类型几乎满足了大学生的所有消费需求。在满足大家日常需求的同时也在向消费结构、消费类型、消费方式多元化的趋势转变。

3.2. 示范效应与攀比心理

近年来自媒体行业的飞速发展，衍生出了许多其他的经济发展模式。大学生作为一支重要的消费群体，由于没有踏入社会，不具备足够的社会经验，消费的过程中的消费在一定程度上会受到媒体宣传以及身边同学的影响，从而产生示范效应和攀比心理。例如，在手机的消费上，部分大学生为了满足虚荣心或追赶潮流，会购买超出自己经济能力的产品。这种消费心理不仅增加了家庭的经济负担，也对大学生的身心健康产生了一定的负面影响。

3.3. 理性与冲动的并存

在互联网金融背景下，大学生的消费行为呈现出理性与冲动并存的特点。由于大学生经济来源有限，每个月可用于支配的金额较少，他们在一定程度上能够理性地评估自己的经济状况和消费能力，选择适合自己的消费方式；但另一方面，因为互联网金融的多样性，各种促销手段也很容易让大学生陷入消费陷阱，他们容易受到各种诱惑和刺激，产生冲动消费的行为。

4. 互联网金融对大学生消费结构的影响

4.1. 积极影响

互联网金融的飞速发展为大学生提供了更加便捷、高效的消费方式，扩展了他们的消费范围，使他们能够更加灵活地管理自己的资金，也增加他们的理财经验和能力。同时，互联网金融也促进了大学生

理财意识的培养，使他们更加注重资产的保值增值[5]。

在对在校大学生进行问卷调查的过程中，80%的大学生认为互联网金融在学习和生活中产生了一定的积极影响，一定程度上为他们的生活带来了便利。同学 A 说，作为一个大一学生，平时课程较多，时间大多花费在学习上了，前往线下购物的时间较少。大多通过网上的一些平台进行购物，比如说淘宝、天猫、京东等。线上购物不仅节约时间，而且更加便捷，花费极少的时间就能浏览到很多的商品。同学 B 表示，互联网金融听起来很大，但是却和我们的生活息息相关。不管是学习和生活，我们都离不开互联网金融。就算是平时出门吃饭，我们也能通过互联网来进行消费，比如说现在很流行的抖音团购、美团团购等。不仅省钱，也能让我们有更多不同的选择。

4.2. 消极影响

但任何事物都不乏其两面性，从另一方面来说尽管互联网金融给大学生带来了便利，但它也存在某些问题。在互联网金融的推动下，很多大学生的消费观念和生活方式发生了一定的变化。比如，一些学生有“花明天的钱，圆明天的梦”这样一种超前消费的观念。在这样一种消费观念下，由于部分大学生缺乏对互联网金融的认知、自我管理能力以及偿还能力的缺失，使得他们在使用这种金融服务时面临着更多的风险。并且，“校园贷”、“花呗”等互联网借贷产品的泛滥也加剧了部分大学生的经济负担和债务压力。

在调查中显示，互联网金融下部分大学生会有过度消费的行为，大学生行为控制能力较低，易受互联网金融的影响，容易进行冲动消费，导致财务负担加重[6]。互联网金融还涉及大量的个人信息问题，因此大学生在使用互联网金融的相关服务时，可能面临个人信息泄露、网络诈骗等风险，从而造成经济损失和个人隐私的威胁。另外，过度依赖互联网金融可能削弱对传统金融机构的信任感，影响其理性消费和储蓄习惯。这些消极影响都是潜在于大学生的互联网消费行为中的，一定程度上来说，难以被发现，也难以被扼止。

5. 互联网金融下大学生消费结构的建议与对策

互联网金融涉及范围广，行政主体多。对于互联网金融下大学生消费结构的建议与对策也应从多个主体，多个方面去考虑。针对当下互联网金融下的大学生消费结构及问题，提出以下建议和对策：

5.1. 加强大学生金融知识普及

促进互联网金融下大学生消费结构的优化和改善，高校是一块重要阵地。高校应定期开展心理健康教育讲座，并将健康合理的消费观念和消费心理知识融入讲座内容，通过多种多样的实践活动，例如：市场调研、问卷调查、消费对比等寓教于乐，对学生的消费心理进行观测和分析。必要时可对其进行心理辅导。

另外，高校的相关部门，例如学生处、教务处可通过一些消费知识普及的方式加强大学生金融知识教育。为了解决大学生在互联网金融方面的知识匮乏和意识淡薄的问题，高校应该加强对他们的金融教育。相关学院，如计算机学院、经济学院、管理学院等可通过学科交叉的方式开设专门的课程、组织专题讲座等，帮助大学生更好地理解并预防互联网金融的风险。高校应该努力提升学生的消费意识，让他们明白理性消费的重要性，并以此为基础，采取多种措施，如教育引导、案例分析等，以帮助他们更好地把握消费的节奏，避免不必要的消费。

5.2. 加强对互联网金融的管理

政府监管对互联网金融的发展来说至关重要。在监管力度上监管过度或监管不足、监管超前或监管

滞后,都不利于互联网金融的发展,唯有恰到好处在互联网金融创新与监管间寻求平衡状态,而这种平衡状态正是并行策略的动态博弈结果。在互联网金融创新与监管并行的动态博弈中,互金企业的创新策略受创新收益、创新成本、罚金和监管成本等因素的影响,并且创新策略概率与创新收益和监管成本正相关,而创新意愿与创新成本和罚金间呈正态分布[7]。

要联合政府规范互联网金融市场。因而政府要加强对互联网金融市场的监管力度,规范市场秩序。通过完善相关法律法规、加强监管力度等方式,保障大学生的合法权益不受侵害。同时,也应加强对互联网借贷产品的监管,防止其过度泛滥对大学生造成负面影响。政府相关部门也要加强网站管理,提高第三方支付平台的安全性,避免大学生在网购过程中出现钱财不翼而飞,个人信息遭到窃取等情况的发生[8]。

政府要通过一些渠道树立大学生正确的消费观念。培养其合理规划财务状况,避免盲目跟风和过度消费的消费观念。多进行相关知识的普及,利用学校和社会的平台进行相关的宣传活动,提高大家对互联网金融的认识,提高自己的风险防范意识,了解相关的法律知识,合理合法保障自己的合法权益。

5.3. 提高互联网金融商家职业道德

由于互联网金融范围广,包含的商家范围巨大,因此对于互联网金融商家的规范管理也对大学生消费结构的优化有重要作用。目前网购平台上的电商数量多但是质量参差不齐,因此容易陷入一种无序管理状态。例如一些微信代购,无论从运营方式还是管理、监督上都很不规范,代购的产品有很多都是来自没有营业执照的工厂生产,对顾客的身心安全造成一定威胁[9]。

因此,对于互联网金融商家来说。需要严格把控产品质量,把保证产品质量放在第一位,同时可根据现实情况制定一定的针对大学生的消费优惠活动。吸引大学生消费的同时,也有效保证市场活跃度,以及消费者之间的市场黏性,同时也能保证大学生在互联网金融的消费过程中得以买到物美价廉的优质好物,保证其高效购物,优质消费。因此,互联网金融是具有相当大的消费潜力的一个金融领域,在将来还将占据更大的市场份额,为了更好促进大学生互联网金融消费结构的改善,商家们还需对商品种类、营销策略、以及运营技术进行不断的改进和创新。在有效改善互联网营销环境的同时,也能吸纳更多的大学生参与进互联网金融的消费,从而促使其结构得以改善。

加强对其的职业道德教育,使其有较高的职业操守,相关部门可定期组织互联网金融商家进行培训,提高其道徳素养,从而保证互联网金融市场的和谐稳定。

6. 结语

总结来说,目前对于“大学生与互联网金融”的相关研究更多地偏向于互联网金融产品类型、产品销售平台、营销策略等方面的研究。对互联网金融的大学生消费结构与消费心理和消费问题研究较少。从目前来看,互联网金融背景下大学生的消费结构呈现出多元化、示范效应与攀比心理并存以及理性与冲动并存的复杂特点。互联网金融为大学生提供了更加便捷、高效的消费方式,但也带来了一定的风险和挑战。因此,我们需要加强金融知识教育、培养理性消费观念以及规范互联网金融市场等措施来引导大学生形成健康的消费观念和行为习惯。大学生消费者需要树立理性消费观念,增强理财意识。大学生应该结合自身情况,从实际出发,决定商品是否需要购买。杜绝盲目跟风、攀比消费,在自己消费能力允许的情况下,按照效用最大化的原则合理安排资金用途。大学生自由资金来源有限,对于生活费应该严格把控,加强资金的管理规划。在进行分期消费时,充分考虑自身经济能力和在指定时间内的还款能力,对照网络分期平台的相关政策和规定,谨慎决策,合理消费,增强理财意识,让有限的资金发挥最大的经济效益。遵守网络分期规则,提高维权意识。大学生在分期消费时,要遵守网络分期规则,比较

各网络平台分期规则的异同,择其优者而为之,树立契约精神,保持自身良好的信用记录。提高维权意识,注意保护个人信息,在与网络分期平台或商家发生纠纷时,学会利用法律武器,以维护消费者合法权益。

未来,随着互联网金融发展越来越充分和完善,相信对于互联网金融的相关研究也会越来越全面和深入,当下存在的研究不足和短板也有望得到解决。

参考文献

- [1] 魏成龙, 罗天正. 互联网、金融发展与科技创新[J]. 经济经纬, 2021, 38(1): 143-151.
- [2] 黄玥. “性别之战”——消费者性别差异与网络购物行为研究[J]. 全国流通经济, 2019(25): 16-18.
- [3] 盛晓君, 袁徐慧, 陈美黛. 大学生网购影响因素及其性别差异探究[J]. 当代经济, 2016, 33(9): 121-124.
- [4] 胡冬滢. 大学生网络分期贷款消费的调查研究[D]: [硕士学位论文]. 南昌: 江西财经大学, 2019.
- [5] 于同宽. 大学生网络分期消费影响因素分析[D]: [硕士学位论文]. 南昌: 江西财经大学, 2017.
- [6] 张艳林, 袁璐. 互联网金融时代大学生网络分期消费行为研究[J]. 江苏商论, 2024(2): 15-18.
- [7] 吕秀梅. 互联网金融创新与监管并行策略研究[J]. 运筹与管理, 2023, 32(4): 198-204.
- [8] 任艳. 高校大学生网购现状及对策分析[J]. 戏剧之家, 2019(25): 160-161.
- [9] 陈威. 网购背景下大学生正确消费观培育研究[D]: [硕士学位论文]. 长春: 吉林大学, 2018.