

学生分期消费成为新潮流 费率过高华而不实

大学生分期消费平台客户借贷信息不透明、平台宣传夸大、大学生信用意识不强等特点，令大学生消费分期市场亟待完善监管

特约撰稿 王鲲

开学季又来了，面对价格昂贵的笔记本电脑、智能手机等商品，不少大学生已学会“超前消费”，互联网企业也瞄准了这一市场，当下，以大学生为目标的分期类网站愈来愈多。近日，全国领先的年轻人信用消费平台——分期乐举办的“首届大学生分期购物节”正式拉开帷幕。而分期乐、趣分期、爱学贷等校园消费分期平台，均以特价或折扣的形式加速争夺市场。

大学生分期购物产品共同的特点就是成立时间短：多是成立于2014年前后；发展速度快：绝大多数已经获得N轮融资；前景广阔：已经开始涉足更多的业务……但在火爆的背后，这些分期类网站其实还存在隐忧，如信息透明度低、资金运转成本高等，即使是单纯的学生群体，钱也不是那么好赚的。

学生分期类网站渐成资本大鳄

近日，金融搜索平台融360公布《2015年大学生消费分期调查报告》。通过对30家诸如分期乐、趣分期等将目标人群定位在“大学生”的网络分期平台研究，融360分析认为，2014年是分期平台的爆发期，而今已进入了激烈的竞争阶段。

大学生分期类网站的火爆，让愈来愈多的投资者将目光投向其中。仅就风险投资而论，已经有超过30%的大学生分期类网站获得投资。分期乐在去年就获得1亿美元融资，CEO肖文杰还在内部邮件中声称：“我们已经顺利的完成了B轮融资，再次创下了互联网金融领域融资金额及速度的一个奇迹，本轮之后我们估值已达数十亿，刷新了行业融资记录。”而在今年8月21日，趣分期宣布获得由蚂蚁金服领投的2亿美元融资。从2014年3月获得第一笔融资以来，趣分期已经在不到一年半的时间获得5轮融资，总金额超过4亿美元。

可见，学生类分期网站已逐渐成长为资本市场的大鳄。凭借自有资本或巨额融资，已在市场中站稳脚跟，开始发挥出自己的影响力，甚至向其他领域伸出触手。比如全国最大的房租分期平台斑马王国近期完成A轮融资，而本轮融资就是由分期乐等领投。

信息透明度低、资金运转成本高埋行业隐忧

虽然大学生分期是创新型事物，且瞬间成为红海，但其是一种笼罩着灰色烟雾的创新性事物。就目前来看，虽然大学生分期类网站发展速度颇快，却依然有其不合理、不完善之处。

为了争夺大学生用户，很多大学生分期类网站都花重金投入营销宣传中。由此，心智尚未成熟的大学生，很容易陷入看似低价的分期购物中无法自拔。而目前，大学生分期类网站之间并没有一个统一的信息平台，这就给部分大学生在不同网站多次借贷、购物的机会，进而加大坏账风险。信息透明度较低是所有大学生分期类网站都明白的事，但却都不会无偿将用户信息共享出来——毕竟这是网站的生命线所在。

而在分期费率上，大学生分期类网站往往高于京东白条、阿里花呗等巨头电商。据融360以购买苹果6Plus金色版16G数据显示，京东白条的分期费率为12%，阿里花呗为8.80%，而网贷平台最高费率达到35.96%，虽然最低费率为7.74%，但平均费率仍高于电商平台。这意味着大学生分期类网站只是打着服务大学生的旗号，其实却是“吸血鬼”。

之所以会出现这样的情况，在于很多大学生分期类网站资金主要来源于P2P企业，前期资金

成本较高。去年 12 月份的数据显示，分期乐跟 P2P 企业有利网、拍拍贷等合作，资金成本为年化率 11%！在原始资金成本居高不下的情况下，大学生分期类网站自然会将高成本转嫁于大学生身上。长此以往，大学生分期类网站将会失去大学生群体的青睐。

标准亟待建立

根据国家统计局发布的最新教育统计，全国共有 2542 所高等学校(不含独立学院)，其中，普通高等学校 2246 所(包括 444 所民办普通高校)，2014 年中国在校大学生有 2468.1 万人。按照行业内比较认可的估算方法，校园分期市场的规模大概在每年 1000 亿元。

融 360 公布的《2015 年大学生消费分期调查报告》显示：近七成平台成立于 2014 年。而截至 8 月 20 日，2015 年成立平台数仅占 20%。这意味着大学生分期类网站成立时间太过短暂，远不足以建立健全的标准与合理的运营模式。只能是在高速发展的过程中，不断发现问题，不断解决问题，摸索着前进。

首先，加强监管。大部分学生无成熟的理财意识、面对校园分期购物平台各种各样的优惠活动还无法控制自己的消费欲望，这将加大分期贷款平台的坏账风险。融 360 认为，为了规范发展，分期平台应纳入到政府监管当中，提示风险，共享信息增加信息透明度。

其次，亟待建立统一标准。分期消费尚处发展的初期阶段，企业信息透明度、产品信息透明度、产品费率信息都有待提高。因此，整个大学生分期市场亟需建立统一标准，并成为一个成熟的市场。

分期消费网站在发展完善的过程中，必然会淘汰部分甚至绝大部分跟不上节奏、变化的网站。寡头或将出现，以巨无霸的态势垄断大学生分期市场。企业要明白，学生的钱不是那么好挣的，全靠忽悠，注定不会走得太远。

(本文系个人研究之观点，不代表本报立场)