

财经现场

AIJINGXIANCHANG

超前消费让年轻人“穷忙”： 虚幻“富有”，助长消费“欲望”

“9日还3000元的‘蚂蚁花呗’，17日还2500元的‘自如房租’，30日还1500元的‘京东白条’。”在广州白领姚薇的日历上，每月有3个日子是用红笔圈出来的。

尽管一个月的固定债务达到7000元，但在刚刚过去的情人节，姚薇还是送给男友一台价值2000元的游戏机，“也是用信用卡透支的”。

对这个90后而言，“超前消费”是日常生活的重要组成部分，“基本上都是这个月光下个月的收入。”有时遇到不理解的目光，她还会主动解释自己的“消费观”，“开心最重要，现在借贷平台那么多，先买完再慢慢还吧。”

开心归开心，姚薇也为“超前消费”付出了代价——工作3年，不仅没有落下存款，反而欠下不少债。

伴随80后、90后成为消费市场主力，“这月买下月还”的消费方式已然不是一件新鲜事。前不久，清华大学中国经济思想与实践研究院发布的《2018中国消费信贷市场研究》显示，截至2018年10月，我国消费金融规模达到8.45万亿元。

这些期限通常不超过1年的信贷产品，主要用以购买日用品、衣服、电子产品和支付房租，而使用人群主体无疑是热衷于“超前消费”的年轻群体。

长期研究消费文化的兰州大学新闻与传播学院副教授刘晓明认为，在西方消费文化和国内产业结构、经济发展的多重因素影响下，青年表现出超前消费、重视个人快感和体验等消费文化新特征，“不在乎天长地久，只在乎现在拥有”。

但对于快速增长的消费欲望、鱼目混珠的借贷产品、不合理的营销手段仍需给予更多关注，因为在“超前消费”这件事上，“需要做风控的不是借贷平台，还包括每一位消费者”。

花钱变成数字“加减法”

在收到支付宝2018年年度账单后，从事游戏行业的赵鑫着实吓了一跳。过去一年里，他在支付宝中的消费达到8万元，领先96%的同龄人，在218次外卖的助攻下，饮食消费超过2万元位居榜首，交通出行、文教娱乐两项紧随其后，总数也超过了3万元……

还不包括在其他平台上的消费和线下支出。“朋友圈里，赵鑫一边自嘲已经实现了‘账单式小康’，明明穷到举步维艰，却在账单里活出月薪几万的风采。另一边也清楚自己税后8000元的月收入，很难支撑当下‘奢侈’的生活方式。”

“至少90%是通过‘蚂蚁花呗’支付的。”和姚薇一样，赵鑫每月9日都要为少则几千元多则上万元的“催账单”埋单，“我这就是个工资中转站，常常是发完工资没焐热，就从我老板的口袋跑到了另一个老板的口袋。”

从大二开始，赵鑫就开通了“花呗”业务。刚开始向商家展示付款码时，他还有点难为情，觉得这是“没钱的表现”。但现在，赵鑫早已对这种消费方式习以为常，花呗额度也从最初的3000元上升到1万元。

与此同时，赵鑫的消费观念也悄然转变，“原本买个稍微贵重的东西，都要犹豫再三。可现在只要看到，甭管多少钱都会下单。”

私底下，赵鑫分析过自己“冲动消费”的原因。“大概是花呗的数额不像是真实的钱，更像是一串数字的起起落落。”他告诉记者，一定程度上，正是这种虚幻的“富有”，助长了他的消费“欲望”，让他觉得多花1000元或少花1000元，没有太大区别，只是在还不上钱时，会心疼由此产生的高额利息。

但赵鑫仍然将花呗作为支付首选，并开通了小额免密功能。在90后群体中，作出同样选择的人数超过1000万。根据支付宝2017年发布的



《年轻人消费生活报告》，在1.7亿的90后中，有超过4500万开通了蚂蚁花呗，并有接近四成的90后用户将花呗设为支付首选。

我的消费我做主？

借助花呗、借呗、白条等方式的超前消费只是当下诸多消费观念中的一种，但年轻人选择超前消费的理由却各不相同。

就职于北京一家媒体的李甜就认为“超前消费”在一定程度上避免了自己向亲朋好友借钱的尴尬。

“刚参加工作，实习工资仅能解决温饱问题，但在北京的花销却很多，要租房、买生活用品，还有同事朋友间的人情往来。”摸着干瘪的钱包，李甜将“超前消费”定义为保障个人生活的“救命稻草”。

然而，随着岗位转正、工资上调，李甜主动调低了自己的信用额度。“一方面，担心自己忘记还款或不能及时还款，让小钱滚成大钱；另一方面，是想遏制自己花钱的欲望。”

与李甜的选择相反，浙江女孩张馨月屡次上调了自己的信用额度，“用贷款消费，将收入用于买定期、基金和黄金。”在读研的3年里，借助信用卡投资理财的方式，张馨月攒了6万元。相比李甜和张馨月在超前消费中的从容淡定，大多年轻人仍然对“这月买下月还”的消费方式，表现出过多的依赖性，甚至产生了“自救式消费”“账单式脱贫”的调侃。

大学生群体是其中的重要部分。艾瑞咨询公开发布的《2018大学生消费洞察报告》显示，大学生日常可支配金额为每月1405元，其中非必要支出达593元，主要用于个人社交娱乐、零食饮料、鞋帽服饰以及护肤彩妆等；提前消费意识强，50.7%的大学生使用过分期产品。

还在读大二的张烁就时常为自己的“超前消费”行为感到懊悔。去年“双11”，她一夜之间花光了2个月的生活费。好不容易从“吃土”状态缓过来，又因为美妆博主的一句“这个颜色好看哟”，一口气买下了几支口红。

就在年轻人为了好看的皮囊、有趣的灵魂不断刷新消费额度的同时，大家按时履约的能力却有所下降。

在由支付宝和腾讯发布的两份数据中，或许能够窥得一二。2017年，支付宝发布《年轻人消费生活报告》指出，99%的90后能按时还款。但在今年1月，腾讯发布的《2018微信还款年度账单》中，只有61%的用户保持按时还款的习惯。

甜蜜背后暗流涌动

不具备还款能力就会带来一定风险。3年时间里，甘肃小伙王琪从一个雄心勃勃的创业青年变成了被超前消费“捆绑”的人，一度还因7张逾期信用卡想到自杀。

“每天一睁眼就有20多万元的债务。”王琪告诉记者，2013年，读大二的他在朋友的建议下，办理了一张额度3000元的信用卡。从基本花销到

投资生意，慢慢地，超前消费成为他日常生活中不可或缺的一部分。等到大学毕业，他已经拥有3张信用卡。

一开始，靠打时间差，信用卡成了王琪的理财工具，他也钻研出一些提高征信额度的小窍门，“每一张卡留20%保底，增加使用频次，刷一些虚拟的境外消费。”

但有些风险是未知的，2016年底，王琪创业失败。为了回本，他又陆续办了4张信用卡，通过套现，进行投资。

然而，王琪的自信并没有带来好运。信用卡资金链一度出现断裂，滞纳金、利息、超限费以及信用记录上的不良标记，让王琪的生活彻底“乱套”。最困难的时候，他一天打5份工，直到凌晨两三点都睡不着。

“信用卡借此还彼确实有机可乘，但大概只有10%的人会在这样的风险投资中获利。”一位从业3年的金融中介说，每个月，他会经手大约300单的贷款业务，其中70%的客户年龄在25岁至40岁之间。

而此时，为了满足年轻人迅速增长的消费欲望以及超前消费的火热市场，一些鱼目混珠的借贷产品开始出现在市面上，并借助各种各样的营销方式，渗透进年轻人生活的方方面面。

“我信用分550，可以借4万元，还30天免息。”某借贷平台的广告中，一名20岁左右的男孩挥舞手机向身边的朋友炫耀。“哇，我信用分600，能借10万元呢！”另外一个年轻女孩子看到自己的借款额度兴奋地跳了起来，并邀请同行的朋友一起试试。

在不到20分钟的时间里，记者就在某互联网社交平台上刷出8种不同借贷平台的广告，最多时，每8条视频里就有1条是借贷广告。如果在这些内容上稍作停留，系统会积极地推荐类似内容。

通过观察，记者也留意到，这些广告有的甚至有多达1万的点赞量，但普遍存活期很短，往往几天的时间就会从平台上消失，转而被新的内容替代。但它们的宣传口号，全都大同小异，普遍声称只需身份证和手机号即可提交贷款申请，最高贷款20万元，有的还可提供最长30天免息，甚至1分钟就能完成申请，最快3分钟到账。

每一个“甜点”背后可能是欲望的深渊

既有超前消费的诸多诉求，又有



保障超前消费的金融平台，还有一点即达的推广渠道。从表面看，当下社会似乎打造了一个拥有强劲动能的消费市场，而超前消费也为年轻人谋取了发展“红利”。

可在一些专业人士看来，在我国由生产型社会到消费型社会的转变之中，年轻人的超前消费多少有些“畸形”，也存在一定的风险，需要社会给予更多关注。

“网络借贷信息中介机构，因其扩大流量、获取用户的需求，往往会进行强营销，高频率、高密度宣传。”北京大成(深圳)律师事务所律师陈翠指出，根据目前阶段正在进行的网贷平台核查整顿，网贷平台的宣传至少不应对未来效果、收益或者与其相关的情况作出保证性承诺，夸大或者片面宣传投资理财产品，或是引用不真实、不准确或未经核实的数据和资料，“最快速到账”“低息”等字眼涉嫌违规。

华南理工大学法学教师、执业律师叶竹盛则将金融平台借助互联网平台高频推送借贷平台的行为，比作诱使年轻人沾染超前消费的“经济鸦片”。

他表示，根据“信息瀑布效应”同类信息轰炸的结果，会导致受众非理性地接受这个信息，作出非理性的决定。“法律并无明确禁止，但从社会责任上讲，片面鼓动没有偿债能力的年轻人借贷，是存在商业伦理问题的。”

但在兰州大学新闻与传播学院副教授刘晓明看来，超前消费本身只是一种消费形式，并非仅仅受到广告、公关、传媒的影响，反而和社会的物质层、制度层、观念层息息相关。“一些消费陷阱的出现，正是物质层没有合适的消费产品，制度层缺乏行之有效的监管，而个人又在这个物欲横流的社会中，做出能力以外的盲目追逐行为，再加上外部环境鼓吹‘不费吹灰之力，就能得到一切’的错误观念综合影响所致。”

他强调，青年群体正处于人生相对不稳定阶段，如果一些商家追逐挖掘“人性之欲”，通过心理学工具不断唤醒“人性之恶”，激发消费欲望，就会诱导公众形成不合理、不健康的消费观念，并最终导致一些青年人陷入超前消费、过度消费的追逐，导致诸如“套路贷”问题出现，伤害个人信誉，造成家庭关系破裂，使个人的学业、成长受到阻碍。

至于如何规避这些风险，刘晓明认为，社会应该给青年群体创造更多消费升级的条件，并通过教育、告知的方式，讲清楚超前消费的类型、边界、以及过度消费可能产生的后果，让大家能够在满足生存、服务发展和合理享受之间找到个人消费体验上的一种理性平衡。

天下没有免费的午餐，每一个恩惠背后，可能是欲望的深渊。”叶竹盛同样提醒年轻人注意，超前消费表面温情的背后，“一定是赤裸裸的资本逻辑，年轻人在消费时一定要学会控制风险，量入为出。”

据新华网

央行取消“备付金补贴” 信用卡还款免费餐缩水了

信用卡免费还款的大餐正在逐渐缩水。在微信对信用卡还款全额收费之后，支付宝也将取消信用卡还款免费的政策。21日，支付宝官方微博发布“关于支付宝信用卡还款服务规则调整”的公告。公告称，从2019年3月26日开始，个人用户在使用支付宝客户端的“信用卡还款”功能时，支付宝将对超出2000元免费额度的部分，收取0.1%的服务费。

支付宝还信用卡 2000元以上将收费

支付宝表示，此次调整是因为信用卡还款服务的综合经营成本上升而来，勉力支撑并不利于可持续发展，但收费意味着需要更高的服务水准，将以更多更好的服务来回馈用户。

新规生效后，究竟如何收费？如果用户还款额在2000元之内，还是免费。只有超出部分才会收取0.1%的服务费。以3000元为例，减去2000元的免费额度，用户需要支付的服务费为1000×0.1%=1元。

支付宝调整信用卡还款的规则并非业界首例，微信已经率先结束信用卡还款的福利。

2017年12月起，微信正式开始对用户的信用卡还款业务进行收费，对每个自然月累计还款额超出5000元的部分按0.1%进行收费(最低0.1元)，不超过5000元的部分仍然免费。到了2018年8月，5000元免手续费的额度也正式取消。

去年8月1日起，除微信理财通铂金、黄金会员以及“爱定投计划”固定转入500元以上的用户可继续免费之外，其余用户通过微信为信用卡还款每笔将按还款金额的0.1%收取手续费，不设置免费额度。

支付宝此次收费比例和微信相同，也是0.1%，但是支付宝为每位用户设置了2000元的免费额度，只针对超出部分收取0.1%的手续费，因此2000元以上，不管还多少，支付宝都会比微信节省2元服务费。

银行向第三方支付收取通道费

微信当时取消收费时也曾解释称，每一笔还款背后都会产生支付通道手续费，为了使广大用户享受部分免费的产品体验，腾讯财付通一直在投入成本进行手续费补贴。

业内人士告诉记者，支付宝和微信开始收费都是为了平衡成本和可持续发展。因为银行向第三方支付机构都要收取通道费用。即使现在收取千分之一的手续费，他们也仍然要补贴大概万分之五的手续费。

这些成本一直都有，为何以前可以承受，现在承受不了？一些业内人士认为，今年1月截止的“支付机构备付金集中存管”改革很可能是重要的影响因素之一。

“备付金补贴”没有了

所谓“备付金”是指支付机构为办理客户委托的支付业务而实际收到的预收待付货币资金。这笔资金随着客户数量和支付业务的扩大而扩大，并产生了巨大的沉淀的资金收益。以前，央行规定客户备付金的利息归属为第三方支付公司。因此，客户备付金的利息收入此前一直是不少支付机构的一大收入来源。但有一些中小支付机构不能抵制诱惑，大胆挪用和占用客户备付金引发不少风险事件。

于是央行改变了政策。根据现在的政策，包括支付宝、财付通在内的所有第三方支付机构应于今年1月14日前撤销人民币客户备付金账户。支付机构备付金将由央行接管，暂不计利息。以前支付机构可以用这部分利息补贴手续费成本，现在没有了。

腾讯2018年中期报告显示，受备付金集中存管比例要求影响，支付服务提供商原先可获取利息收入的隔夜现金结余减少，该事项持续对腾讯的支付服务收入并在更大程度上对毛利率产生不利影响。

备付金新规带来的另一个不利影响就是降低了与银行合作的议价能力。有业内人士表示，此前支付机构选择备付金存管银行，议价能力很强。银行为争取支付机构的存款，会在通道费上给出不小的让利幅度。如今备付金统一收归，支付机构无法再向银行贡献存款，银行没有理由让利，通道费率很有可能上升，支付机构的成本压力必然增加。

据《北京青年报》

2018年我国农村网络零售额 1.37万亿元

记者21日从商务部获悉，2018年全国农村网络零售额达到1.37万亿元，同比增长30.4%，全国农产品网络零售额达到2305亿元，同比增长33.8%，农村电商迅猛发展。

电商已成为脱贫攻坚的重要手段。商务部新闻发言人高峰当日在例行发布会上说，由商务部指导，29家单位成立的中国电商扶贫联盟，帮扶对象覆盖351个贫困县，推动企业为贫困地区农产品开展“三品一标”认证，提升品牌化、标准化水平，促进农产品上行取得新进展。

据了解，商务部电商扶贫工作全面推进，2018年，电子商务进农村综合示范新增238个国家级贫困县，覆盖率达88.6%。

农村网络零售火爆只是我国2018年网络零售的特点之一。2018年我国网上零售额突破9万亿元，其中实物商品网上零售额7万亿元，同比增长25.4%，对社会消费品零售总额增长的贡献率达到45.2%，较上年提升7.3个百分点。

2018年我国网络零售市场还呈现出品质持续提升、消费升级不断深化的特点。据商务大数据监测显示，智能手表、智能音箱、翻译机等智能产品受到消费者青睐，同比增长超过80%。化妆品、粮油食品和家具等品类增速分别为36.2%、33.8%和30.1%。

据高峰介绍，2018年，社交电商迅速成长，成市场发展“生力军”，研究机构数据显示，我国社交电商月活跃用户量达到1.7亿人。生活服务电商提质升级，2018年在线餐饮市场规模同比增长超过45%。“丝路电商”合作不断深化，中国与柬埔寨、科威特、阿联酋、奥地利等国跨境电商交易额同比增速均超过100%。

据新华网