

大学生群体对支付宝的使用情况调查分析

——以景德镇陶瓷大学为例

谢雨婷 卞福妮 陶武强

(景德镇陶瓷大学 管理与经济学院, 江西 景德镇 333403)

【摘要】: 近年来,我国互联网金融迅猛发展,第三方支付行业也保持高速发展。随着第三方支付平台的日益普及和功能的日臻完善,第三方支付平台的客户群体迅速扩大,在校大学生已成为第三方支付的重要客户群体。本报告运用问卷调查法,以景德镇陶瓷大学在校大学生为调查样本,调查了大学生对支付宝的使用情况。根据调查结果总结了大学生对支付宝的具体使用情况,分析了大学生在使用支付宝时存在的问题,及支付宝对大学生的影响,并分别对大学生、高校、支付宝提出有关建议。

【关键词】: 第三方支付平台 支付宝 大学生 影响及建议

【中图分类号】:F27 **【文献标识码】:**A

0 引言

随着互联网金融的创新发展,第三方支付平台日益为大众广泛使用,这逐渐打破传统的交易方式、实现了“无现金交易”、也让人们的生活变得更加便捷。鉴于第三方支付平台的使用群体不断扩大,大学生也成了其中的重要一员,课题组选择景德镇陶瓷大学在校大学生为调查对象,通过问卷调查了解景德镇陶瓷大学在校大学生对支付宝的使用情况,透视支付宝对大学生消费行为的影响并提出建议。

1 第三方支付的典型代表——支付宝

自2009年以来,第三方支付市场的交易规模以50%以上的年均增速迅速扩大,截至2018年11月,支付宝月活用户已经超过6.5亿,仍保持50%以上的高速增长。前瞻产业研究院预测,到“十二五”末,第三方支付交易规模将突破25万亿元,到2020年第三方支付市场的交易规模有望突破48万亿元。据前瞻产业研究院发布的《中国第三方支付产业市场前景与投资战略规划分析报告》分析预计,到2020年超过27亿户。

支付宝作为国内领先的第三方支付平台,始终致力于促进消费者支付方式的便利性,旗下的“支付宝”与“支付宝钱包”两大品牌用户覆盖了C2C、B2C和B2B三大领域,支付宝以强大的技术和安全优势成为国内四大银行甚至是国际金融机构极为信任的合作伙伴。支付宝提供的支付及理财服务遍及消费者日常生活的方方面面,从2004年开始成为全球最大的移动支付厂商。

2 大学生对支付宝的使用情况调查设计及过程

本文以线上、线下调查问卷相结合的方式,调查了景德镇陶瓷大学在校大学生的支付宝使用情况,调查共涵盖我校十大学院,

从发放到收回汇总共计两周。共收回有效问卷 359 份,线上 226 份,线下 133 份。

为使调查结果更全面、数据更客观真实,本次调查在设计问卷时,分别对线上、线下两种调查方式设计了不同的调查重点。其中,线上调查主要侧重于:大学生选择支付宝的原因;每月消费金额及其来源;大学生对花呗等信贷产品的使用情况及影响;以及支付宝等第三方支付的广泛使用对大学生的消费观念、消费行为造成的影响等问题。线下调查主要侧重于:大学生对花呗的使用情况及还款资金来源;大学生对限制学生群体使用花呗等信贷产品的态度;在使用支付宝的过程中遇到的问题;大学生对支付宝的信任及满意程度等问题。

3 大学生对支付宝的使用情况调查结果及分析

3.1 开始接触支付宝的时间及选择支付宝的原因

如图 1 显示,53.1%和 36.73%的大学生在高中、大学时期开始接触支付宝,仅有 10.18%的大学生在初中时期就开始接触支付宝。据调查得知,大学生选择支付宝作为其支付手段的主要原因为:支付宝操作便捷简单、多数商家使用支付宝作为其收款方式、支付宝业务范围广泛、支付宝支付的交易成本(时间成本、金钱成本)低等。

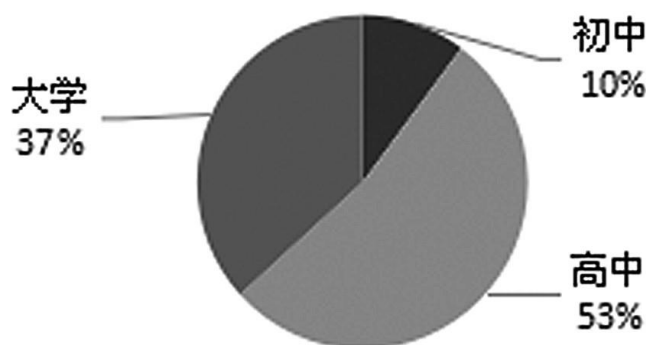


图 1 大学生接触支付宝时间饼状图

3.2 大学生每月的生活费及其消费支出水平

如图 2 显示,56.64%和 24.34%的大学生的生活费为 1000-1500 元/月、1500-2000 元/月,仅有 14.6%和 4.42%的大学生月生活费为 1000 元以下、2000 元以上。见图 3,53.13%、22.66%及 16.41%的大学生每月可用于消费的金額分别为 1000-1500 元、1500-2000 元和 2000 元以上,仅 7.81%的大学生的每月可用于消费的金額是 1000 元以下。可见,大部分的大学生每月的生活费及消费金額集中于 1000-1500 元。

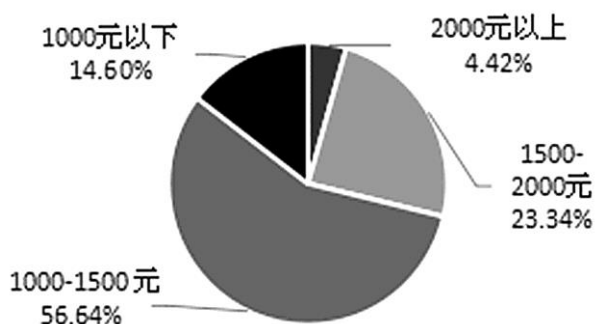


图 2 大学生每月生活费数额饼状图

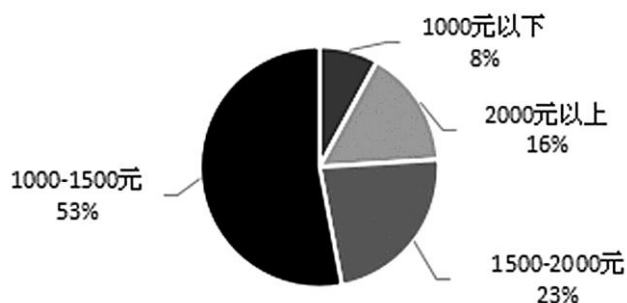


图 3 大学生每月可用于消费金额饼状图

3.3 大学生支付宝消费支出水平

如图 4 显示, 48.67%、22.57%和 20.8%的大学生每月通过支付宝消费 500-1000 元, 100-500 元, 1000-1500 元, 7.96%的大学生每月通过支付宝消费的金额为 1500 元以上。可见, 支付宝在大学生消费过程中占有重要的地位, 大学生每月通过支付宝消费金额主要集中于 500-1000 元。

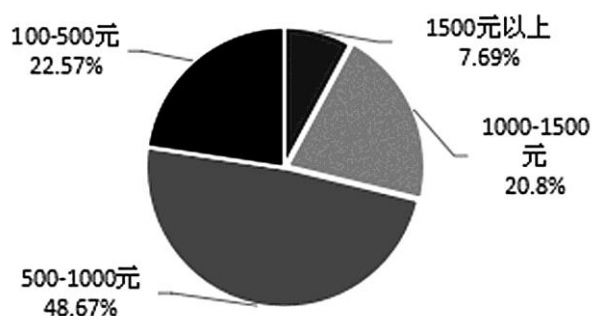


图 4 大学生每月通过支付宝消费金额饼状图

3.4 大学生支付宝的使用资金来源

据调查结果显示, 97.35%和 30.09%的大学生的资金来源为父母给予的生活费和兼职收入, 极少部分大学生的资金来源是大学生贷款、创业收入和投资收益。可见, 大学生群体创收能力较低, 资金收入来源单一, 每月固定的生活费是大学生的主要资金来源。

3.5 大学生使用支付宝的功能情况

由调查结果得知, 大学生对支付宝的使用主要集中于资金往来(转账, 红包, 亲情号)、便民生活(充值中心, 生活缴费, 共享单车)、第三方服务(淘票票电影, 滴滴出行, 饿了么外卖)、财富管理(余额宝, 花呗)、教育公益(蚂蚁森林, 蚂蚁庄园, 爱心捐赠)、购物娱乐(游戏中心, 彩票, 奖励金)等模块, 其具体使用详细占比见图 5。

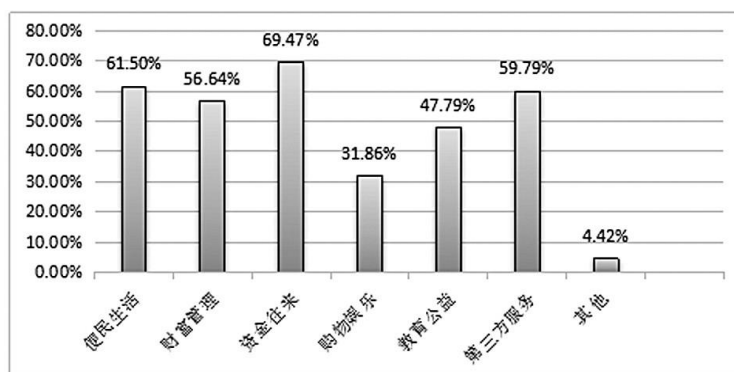


图 5 大学生使用支付宝功能分布柱状图

3.6 大学生的花呗使用情况及偿还资金来源

据本次调查得知, 77.44% 的大学生均使用过花呗, 其中偿还花呗的资金来源主要为下月生活费, 少部分大学生会通过兼职获得偿还资金, 甚至有部分大学生会通过借钱的方式偿还花呗欠款。可见, 在大学生群体中存在收支不平衡与超前消费的现象, 这催生了部分大学生选择通过消费信贷(如支付宝的花呗)满足自身的超前消费欲望。

3.7 大学生网络消费中的支付宝使用情况

据调查得知, 过半数的大学生在网络消费时会选择支付宝付款, 部分大学生选择支付宝或微信支付, 极少部分大学生仅使用微信或其他方式付款(如网银)。且若所选消费平台没有提供支付宝作为支付方式, 大部分大学生甚至选择不该平台继续消费。可见, 支付宝是大学生在网络消费的过程中使用最频繁的第三方支付平台, 它作为一种消费结算方式对大学生的消费产生了不容小觑的影响。

3.8 大学生对支付宝的信任程度及满意程度

据调查结果得知, 38.85%、54.65% 的大学生认为支付宝的安全系数及其用户的个人信息安全系数非常高、比较高, 仅有 6.47% 的大学生认为支付宝的安全系数及用户个人信息存在风险。如图 6、图 7 显示, 9.29%、61.5%、26.99% 的大学生对支付宝的信任状态为非常信任、信任、一般信任, 仅有 2.21% 的大学生不信任支付宝平台。19.3% 的大学生认为非常满意, 69.03% 的大学生认为满意, 仅 11.95% 的大学生认为一般满意, 不满意的为 0。

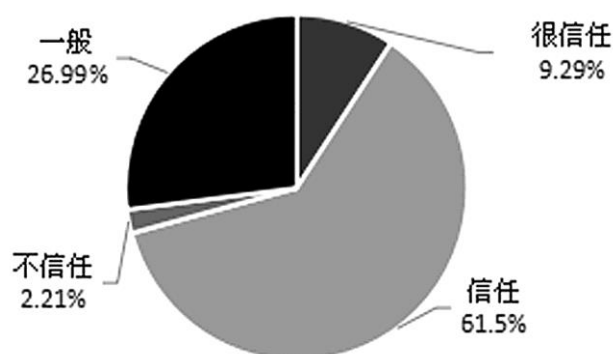


图 6 大学生对支付宝的信任程度

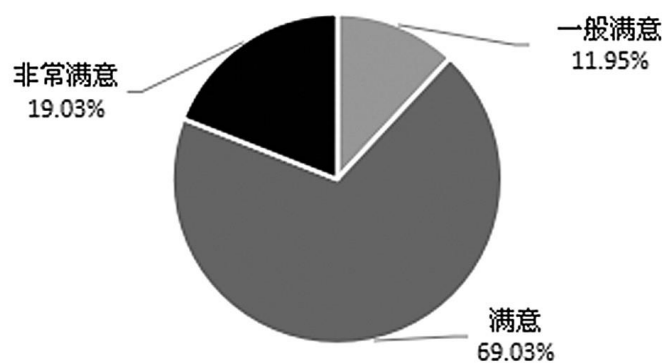


图 7 大学生对支付宝的满意程度

4 支付宝对大学生的影响

随着支付宝的功能及服务不断发展创新,它给大学生带来的影响也越来越多,通过问卷分析,我们得出以下结论:

(1)随着支付宝功能和服务的日臻完善及在线下商铺覆盖范围的普及,这虽然为消费者提供了便捷的消费及生活环境,但也对消费者的消费习惯造成了影响,大学生作为支付宝的重要使用群体,也深受影响。据本次调查得知,多数大学生在消费过程中不会使用纸币付款,85.61%的大学生在消费时首选支付宝作为支付方式,若店家不支持支付宝付款,则有 38.05%的大学生会减少在该店的消费,甚至有部分大学生会不在该店消费。可见,支付宝作为一种第三方消费结算方式,加速传统支付方式(纸币的使用)的淘汰及消费模式由线下转向线上的速度,而且作为多数大学生的首选支付方式,已对大学生的消费行为及选择产生不容小觑的影响。

(2)支付宝等第三方支付平台的广泛应用将消费者的可用资金进一步数字化,降低消费者对交易敏感度,使消费者对“钱”的概念日益模糊。据调查得知,87.59%的大学生表示支付宝等便捷支付方式的广泛应用不仅降低了他们交易敏感度,还潜移默化的增加了他们的消费次数及金额。可见,支付宝等便捷的支付方式增加大部分大学生消费次数及金额,使大学生愈加难以规划自己的可用资金。

(3)第三方支付平台提供的信贷服务(如支付宝的花呗),进一步刺激大学生的消费欲望,甚至加剧大学生群体中出现的过度消费乃至透支消费的问题,也使更多的大学生愈发难以实现个人收支平衡。据调查得知,多数大学生的花呗偿还资金为下月生活费,这使部分大学生陷入消费用花呗,生活费还花呗的恶性循环中,易使大学生形成不良消费习惯,增加校园生活压力。

5 对策及建议

5.1 给大学生的建议

5.1.1 树立正确的消费观念,理性对待消费欲望

据调查得知,花呗等信贷产品的开发及普遍应用,虽然为大学生提供了应急资金,但也进一步刺激了大学生的消费欲望,且大学生是一个资金创收能力较弱但消费需求较高的特殊群体,这导致部分大学生出现过度消费等问题。建议在校大学生合理使用花呗等信贷产品,量入为出理性对待自己的消费需求,树立正确合理的消费观念。

5.1.2 科学有效地利用支付宝的功能及服务

大学生使用支付宝提供的便民生活(充值中心,生活缴费,共享单车)、财富管理(余额宝,花呗,芝麻信用)、资金往来(转账,红包,亲情号)、购物娱乐(游戏中心,彩票,奖励金)、教育公益(蚂蚁森林,蚂蚁庄园,爱心捐赠)、第三方服务(淘票票电影,滴滴出行,饿了么外卖)等功能时,也应主动探索利用支付宝的其他功能及服务(如大学校园),科学高效利用支付宝等第三方支付平台的功能及服务。

5.2 给高校的建议

(1) 加强对大学生树立正确消费观念的引导、提高学生的消费安全意识。可增设线上宣传教育及线下教育活动,如线上在学校新媒体宣传平台推出消费安全普及教育、线下举行与消费观念及消费安全有关的主题班会和专题讲座等。

(2) 增强对支付宝线下活动进入校园做宣传的审批与监管,避免不法分子利用支付宝的名声到高校里行骗,为学生的消费和生活提供安全的校园环境。

5.3 给支付宝的建议

(1) 完善售后服务功能(如客服)。虽然支付宝的功能和服务已十分完善,但仍有需要完善和改进的部分。据调查得知,多数学生在使用支付宝的过程中均遇到过难以联系人工客服及交易速度存在延迟(提现与转账时)等问题,部分学生反映其使用支付宝时曾出现过记录消费金额与实际消费金额不符的情况。建议支付宝进一步完善售后服务,增设人工客服,及时解决客户反馈。提高交易速度(如提现转账)、并细化客户的消费账单准确记录消费资金。

(2) 加强对支付宝用户身份的审核和划分(如将用户根据其收入划分为学生、工作人员、高薪白领等),弹性设置用户可用花呗额度,加强对大学生的额度管制。由调查结果得知,花呗等信贷服务的推出,助增了部分大学生的超前消费行为,当大学生的可借贷资金和其实际经济实力出现较大偏差时,便会滋生诸多问题,如使部分没有能力还款的大学生产生不良信用记录,甚至促使部分大学生走上校园贷的道路,这对支付宝和大学生都是不利的。

(3) 美化页面,减少诱导性较强的广告推送(如花呗使用红包等广告),在支付宝应用端内增设提示信息(如对付款时付款顺序的变更的提示)。

(4) 在应用端增设线下活动公示页面,增加用户了解官方线下活动的渠道。据调查得知,有部分不法分子打着支付宝的名号进入高校校园,举办虚假活动,而消费者常难以辨识活动的真假。因此建议支付宝在应用端增设线下活动公示页面,避免不法分子利用支付宝的名声违法乱纪,伤害支付宝公司及用户的切身利益。

参考文献:

[1] 移动网民习惯变迁报告[R]. Questmobile, 2019-01-27.

[2] 中国第三方支付产业市场前景与投资战略规划分析报告[R]. 前瞻产业研究院, 2016.

[3] 支付宝[EB/OL]. <https://baike.baidu.com/item/%E6%94%AF%E4%BB%98%E5%AE%9D/496859fr=aladdin>.

[4] 李豪. 移动时代第三方支付对消费者行为的影响[D]. 济南: 山东大学经济研究院, 2018.

[5]严红霞, 项恩来. 第三方支付平台对大学生消费习惯的影响及对策——以支付宝为例[J]. 才智, 2017.

[6]刘燕云. 第三方支付风险及防范[J]. 中国金融, 2018, (20).

[7]杨忠波. 第三方移动支付平台之风险管理——基于微信支付的案例分析[J]. 财会月刊, 2019, (01).