

DOI:10.13718/j.cnki.xsxb.2017.08.024

# 大学生网贷消费行为解构与抑制研究<sup>①</sup>

夏 赞

重庆文理学院 体育学院, 重庆 永川 402160

**摘要:** 大学生网贷消费属于法律允许的正常社会行为, 无所谓对错, 但引导不力、管控不严容易引发诸多问题. 研究发现: 大学生网贷消费行为产生的主要因素有网贷优势的诱惑、消费观念的错位和网贷认知意识不足三方面. 而监管部门应重视校园网贷风控体系建设、高校应加强学生思想意识教育, 树立科学的消费观念, 加强内外结合管理, 严控借贷双方非正常联系则是高校抑制和管理大学生网贷消费行为的有效措施.

**关键词:** 大学生; 网络贷款; 网贷消费; 解构; 抑制

**中图分类号:** D669.4

**文献标志码:** A

**文章编号:** 1000-5471(2017)08-0128-06

大学生网络贷款消费属于提前消费、透支未来的行为. 随着互联网的普及, 大学生日常学习、生活、工作愈发依赖网络, 加之当代大学生对新兴事物充满求知欲和探索欲, 形成校园内非传统消费行为存在的基础. 近年来, 由于网贷消费行为在大学生群体中的逐渐盛行进而引发了道德、法律、诚信及教育等诸多问题. 据报道, 南宁某女大学生因在网贷平台借钱太多, 为了还款该女生被逼“裸条”还款, 但最终因未与网贷平台达成协议致使裸照遭曝光; 某地大二女生因网贷3500元遭滚雪球到10万元的恶性循环, 最终被逼走上“援交女”的悲剧; 湖南某大二男生因其网友诱导在12家网贷平台贷款5万元被网友骗走, 陷入了巨大的背债泥潭. 这些社会问题暴露出当代大学生消费观念错位、防范意识缺乏的问题, 高校应重视对大学生理性消费行为的引导工作, 加强当代大学生思想政治教育, 抑制此类事件频发. 笔者正是基于大学生网贷消费行为暴露出的诸多问题, 基于行为学理论对大学生网贷消费行为进行分析, 旨在引导大学生树立正确的消费观.

## 1 大学生网贷消费行为的法理支撑及现状

### 1.1 大学生网贷消费行为的法理基础

我国《宪法》第三十七条明确规定: 中华人民共和国公民的人身自由不受侵犯. 我国《教育法》第二十九条明确规定: 学校应以适当方式为受教育者及其监护人了解受教育者的学业成绩及其有关情况提供便利. 但学校在履行此项义务时, 要特别注意不得侵犯受教育者的隐私权、名誉权等合法权益. 从法律层面来讲, 大学生具有选择网贷消费行为的权利, 学校无权干涉学生网贷消费行为, 但是并不意味着学校可以对大学生网贷消费行为采取无动于衷的态度, 学校对学生的思想政治教育、价值观念教育属于学生受教育权利内容的构成部分. 面对当前突出的大学生网贷消费现象, 高校应履行教育义务加强对学生的消费观和安全防范意识的教育.

同时, 行为学为研究大学生网贷消费行为提供了理论基础, 笔者以此理论对大学生网贷消费行为进行解构. 行为学最初又称为动物行为学, 属于动物学的分支学科, 因其专门研究动物个体、动物社群为适应

<sup>①</sup> 收稿日期: 2017-04-14

基金项目: 2016重庆市教委人文社会科学思政专项(16SKSZ038).

作者简介: 夏 赞(1985-), 男, 重庆潼南人, 讲师, 硕士研究生, 主要从事大学生思想政治教育.

环境变化而做出的刺激性反应而得名，其理论基础涵盖人类学、社会学、心理学、生物学等多学科知识，因此又是一门综合性极强的学科。随着动物行为学的不断发展，其理论基础和研究对象涉及面不断拓宽，产生了专门研究人类行为规律的“行为学”。“人类行为学”研究的基本内容是个体具备的心理、思想及环境对其行为产生何种规律性的影响，其内容包括：人受遗传基因影响，外界环境无法改变；知识获取是塑造灵魂和思想的重要途径；为了生存必须控制自身的行为，以适应周围环境的不断变化<sup>[1]</sup>。根据上述观点可以得出行为是生命的特征，受欲望、情感、习俗、文化知识、思想意识理念的影响，不同环境成长的大学生具有特定的个性，在特定环境中会有特定的表现；同样，在相似环境中成长的大学生，其个性和行为都表现出一定程度的相似性。综上所述，行为学的心理需求、行为动机、行为模式为分析大学生网贷消费行为奠定了坚实的理论基础。

## 1.2 大学生对网贷消费的选择与认知

近年来，随着网络技术的普及发展，网络资源共享的速度不断加快，大学生接触网贷产品更加便捷，网络支出亦随着网络技术的发展逐渐成为当代大学生消费支出的主要部分，这一数据目前已接近 80%。伴随网络消费人群的剧增，网络消费引发的各种社会问题迅速爆发，已经成为高校学生管理工作面临的巨大挑战。网贷消费属于一种超前消费的透支行为，是因网络支出的剧增而产生的。行为学研究表明，人的行为受其心理、性格、环境以及思想等元素的支配，本身具有不可控特征。基于此，对当前大学生选择网络消费行为的现状进行总体把握有利于高校学生管理工作的高效推进。对此笔者随机抽取 150 名大学生作为研究对象，对其网贷的消费行为与认知水平展开问卷调查(表 1)。

表 1 大学生网络信贷消费行为选择与认知调查统计

序数	问题项	参考选项百分比/%
1	网贷了解度?	5.9%从未听说; 34.1%听说过但不了解; 56.5%局部了解; 3.5%很了解;
2	了解网贷渠道?	家人和网络平台 40.0%; 同学和网评 42.4%; 家人、亲朋及网评 9.4%; 其他 8.2%;
3	是否消费过?	是 27.0%; 否 73.0%;
4	网贷是否安全?	是 24.7%; 否 75.3%;
5	父母是否支持?	支持并不担心 5.9%; 支持但会担心 28.2%; 不同意 65.9%;
6	网贷的优点?	急用和操作简单 37.6%; 急用和借贷方便 24.7%; 急用和利率较低 12.9%; 急用与性价比高 14.1%; 其他 10.7%;
7	网贷存在的缺点?	无抵押、高利率及高风险 53.5%; 网络骗局多, 信用风险大 29.5%; 透明度低 10.0%; 监管机制不健全 7.0%;
8	选择网贷额度?	(0.2000]占 34.1%; (2000.2500]占 28.8%; (2500.3000]占 23.0%; 3000 以上占 14.1%;
9	网贷资金用途?	学习培训 7.1%; 网购支出 33.0%; 旅游消费 18.8%; 生活消耗 27.1%; 其他 14.0%;
10	影响选择的因素?	家人和网评占 35.9%; 同学和网评 16.5%; 家人、亲朋及网评 40.0%; 其他 10.6%;
11	对网贷所持态度?	风险高 24.7%; 急需选择 45.9%; 提倡消费 16.5%; 反对网贷 12.9%;

通过表 1 的统计发现，网络信贷已经与大学生日常生活紧密相连，多数大学生对网贷消费有一定的了解，但这种了解是表面的，深层次了解网贷的学生群体较少。学生了解网贷的渠道主要是网络平台和同学，二者已经成为学生了解网贷的主要方式。学生在认识网贷平台基础上真正选择消费行为的人数正呈逐年递增态势，如今已占比 27.0%，且选择消费的女生居多。对于网贷是否安全的认识上，也有近 24.7%的学生认为是较为安全的，多数学生的父母反对其选择网贷消费。网贷消费的优点方面，多数学生都认为网贷具有贷款简单，可以缓解急需的特点；对其缺点的认识相对较为客观，多数学生认为当前的网贷消费具有利率高、骗局多、风险大的特征；选择过网贷消费的学生其贷款金额也多集中在 3000 元以下，其贷款资金多用于生活、网购及旅游支出。而影响学生网贷的环境因素则主要有家人、网络及同学。多数学生认为在急需时可以选择网贷消费，坚决反对网贷消费的学生仅占到 12.9%。综合调查信息可知，当前大学生对网贷具有一定了解，但认识不深，容易非理性选择网贷消费；主导大学生网贷消费的主要因素是对物质的过度追求、生活享受及不良的攀比消费心理；大学生薄弱的社会防范意识、对新事物的热衷追求、享受心理的滋生、网贷管控机制的不健全是导致当前网贷消费问题频发的重要因素。

## 2 大学生网贷消费行为的干扰因素

大学生虽然已成年但受到身份、阅历和环境因素制约,自身性格、情绪不够稳定,极易受到外界诱惑,加上思想容易受到各种宣传媒介的鼓动和洗礼,容易在网贷消费行为方面表现不理智.为了系统地对大学生网贷消费行为进行结构性分析,本文从网贷消费优势、学生消费观念、认知意识、教育环境以及网评营销等方面进行分析.

### 2.1 优势诱惑:分期借贷与操作便捷

一方面,购物分期、现金借贷、分期偿还.大学生网贷消费的主要形式包括购物分期和现金借贷.“购物分期”是指产生商品购买行为时采用零首付或部分首付,将剩下金额采取平均每月返还的消费形式,这种方式是目前大学生网贷消费的主要借贷形式,其购买范围包括电脑、学习用品、化妆品等生活用品及其它,商品流向主要是日常消耗,此种形式危害较小.“现金借贷”是指大学生凭借自身身份或其他资料通过网络向机构或平台借钱,采取分期归还或到期一次性归还的行为.现金借贷属于学生自主行为,流向不好监控,加上大学生认知水平不高对于金钱的使用和把控能力不足容易造成严重后果,更有甚者卷入赌博等违法行为,此种形式危害巨大.“分期偿还”是指网贷平台针对借贷人的经济能力而提出的一种分步骤的资金偿还方式,具有灵活性强的特征.网贷平台和机构普遍推行购物分期、现金借贷、分期偿还的方式,迎合了大学生的消费特征、抓住了大学生的消费心理、适应了大学生的经济能力,因此成为大学生容易接受的消费方式,促使了大学生对网贷消费的选择.

另一方面,申请流程操作简便、放款快捷.通过分析在网络进行宣传的“91 白条”、“速溶 360”、“多享分期”、“分期管家”、“世成联盟”等网贷平台发现,其申请条件非常简单,仅需提供身份证和学生证即可办理,同时发现部分平台或机构需要提供担保人及担保人的身份信息,而需要信用报告等其它资料的并不多.隐私性、保密性强,由于学生仅需在网上提交图片等信息,因此学校教辅人员无法掌控.调查发现,认为网贷具有操作简单、借贷方便的学生占比 62.3%,显示大学生对此特征的认同率较高.正因为网贷机构推出的看似操作简单、借贷方便、放款快捷等表象特征吸引了大学生的注意力,使大学生选择网贷消费的数量快速上升.

### 2.2 消费观:正确消费观遭到环境的刺激和挑战

环境包括人文环境和网络环境两部分,其中人文环境是影响思想行为的主要因素.通常影响人行为的人文环境因素包括政治、经济、文化等,而大学生的消费观则主要受到其周围环境的影响.消费观则指人在经济生活中对待消费品所持的具体观念和认识,消费观是影响消费行为的重要因素,人的消费行为经常受到消费观念的支配.对于大学生来讲,周围所接触的各种人文环境会对其消费观念的形成与树立产生直接影响.据调查显示,如今的消费观念在新旧文化相互冲击的社会背景下正面临着根本性的转变.其中,信息化、网贷营销方式和宣传方式是对大学生消费观念产生影响的最主要因素.

首先,网络时代加快思想交汇,传统消费观念受到冲击.随着互联网的发展,大学生日常生活与网络信息高度融合,信息扩散呈现出速度增快、涉及面广、影响力大的基本特征.西方流行的网络购物、按揭购物或借贷消费文化随着全球网络化的普及迅速传入我国,直至上世纪 90 年代在中国生根发芽,当时大多集中在大件商品交易如房子等不动产<sup>[2]</sup>.随着时代的发展,网络购物逐渐深入人心,大学生作为新兴事物的敏感者其消费观念受到巨大冲击,超前消费文化观念的不断渗透衍生出当今的网贷消费现象.

其次,先进的营销方式精准定位目标人群并冲击消费观念.随着市场经济的发展和繁荣,各种营销手段层出不穷,而精准定位目标人群是当前营销的普遍策略,大学生作为防范意识较差、自控能力较弱、攀比心理较强且又具有一定独立行事和经济支配能力的社会群体,各种网贷平台和机构抓住了大学生的这些特征,针对无稳定收入的大学生群体制定了详细的营销策略并大肆宣传,使大学生的消费观念再一次受到冲击.如某贷宝针对大学生设计了详细的营销计划并聘请在校学生为营销人员,许以高额提成利用在校学生的人脉关系扩大宣传影响,形成渗透.大学生面对网贷平台和机构采取的这种针对性强、诱惑力大的营销措施,在缺乏警惕心理的情况下容易受其影响,形成不良的消费观念,使之陷入网贷消费的恶性循环.

最后,过度夸张宣传影响理性判断,刺激消费观念.随着科技进步及市场经济体系的成熟,各种网络

商品琳琅满目，对于日常生活对网络依赖程度较高且无稳定经济收入的大学生来讲形成一定的诱惑，再加之各种宣传手段的过度夸张，会影响大学生的理性判断，如在网络上随处可见的某某商品“零首付，日息低至1元”等。此外，网贷平台还充分利用大学生防范意识薄弱的特点，借助高校学生进行网贷信息宣传，大学生面对周围同学对网贷消费的宣传及推荐，防范体系极易崩溃，形成盲目跟风的网贷消费行为。调查显示，大学生通过同学和网评渠道了解网贷的高达42.4%。可见，网贷机构和平台的宣传方式对大学生消费观念影响深刻。

### 2.3 认知意识：对网贷理性认识不足

理性认知是人判别事物、选择事物、做出理性行为的基本前提，网贷作为近年来在高校兴起的新潮流，大学生的认知还处于感性阶段，理性认识不足，容易受到网贷表面的优势诱惑做出不理性的消费行为。

首先，大学生自身存在的急躁、激进思维。经济高速增长不仅加快了工作生活节奏，也加速了人们对于高层次、高品质生活的追求，尤其对于认知水平不够成熟的大学生，处于学校和社会之间，一方面受到学校传统价值观的教育，另一方面受到社会气息的影响，容易产生急躁、激进情绪<sup>[3]</sup>。大学生的具体表现为追求即想成功，通过各种方式快速达到高品质生活状态，此现象不仅表现在消费行为，也表现在日常学习、就业择业方面，此种急躁、激进的思维让大学生在网贷消费的诱惑下，显得抵制能力较弱、理性认识不足、容易滋生冲动消费心理。

其次，自身承受能力评估不准确。大学生的承受能力主要表现为经济承受能力和心理承受能力。大学生的身份决定了绝大多数人群没有稳定的收入和积蓄，家庭提供生活学习所必需的经济支持是客观现实，但部分大学生过高估计自己的经济承受能力形成过度消费，一旦没有按照预期发展就会偿还无力形成巨大的心理压力。过度消费导致大学生经济压力增大的过程中，很容易让其滋生选择网贷消费的心理，在选择网贷消费的过程中，由于缺乏理性的思考，更多是由经济压力和冲动心理主导的消费行为。

最后，对相关法律法规及约定了解不充分。虽然法律在普通高校属于必修课程，但大学生法盲却比比皆是，除法律专业类学生，其余学生很少关心和学习贷款消费的相关法律规定。同时由于对利率、利息、滞纳金等专业名词不够了解，容易在签订合同时遭遇不平等条款，一旦出现纠纷即陷入被动。此外，网贷机构和平台花样繁多，针对高校学生进行贷款营销的方式更是层出不穷，很多网贷机构都充分利用法律的盲区，诱导大学生进行网络借贷，而大学生在改善生活状况和法律知识匮乏的基础上容易做出不理智的消费行为，造成不良后果。

## 3 大学生网贷消费行为抑制

网贷消费属于新兴事物，随着网络化的不断加强，这种新兴事物逐渐融入到大学生的学习和生活中<sup>[4]</sup>。从人权角度讲，大学生作为成年人，有其选择消费网贷的权力，学校不宜采取强制措施加以抵制。从管理效果讲，面对网贷这种无法实时监控的新生事物，学生接触网贷的时间和机会都是不可控制的，强制的加以管理反而会加剧学生的逆反心理，无法治本。从行为控制角度讲，人的行为受其意识的支配，只有从思想观念上对大学生加以正确引导，促进学生对网贷消费的理性认识，明晰网贷消费的优劣特点，才能够根本上防止大学校园不良网贷事件的发生。笔者基于干扰大学生网贷消费的因素和当前高校网贷消费的现状，从观念建立、学校监管、信息控制及网络金融诚信体系建设等角度对网贷消费的抑制进行探索。

### 3.1 监管部门应重视校园网贷风控体系建设

长期以来，校园网贷平台因其借贷便捷、形式灵活、操作简单、贷款门槛低等优势吸引着大学生的注意力，促使大学生网络借贷人数过快增长，造成因诚信等而引发的诸多贷款风险问题。对此，金融监管部门应加强网贷风控体系建设，加强对入校网贷平台的风险控制体系建设，为学生提供一个良好的校园网贷环境。

第一，督促入校网贷平台信息透明度建设。大学生作为校园网贷的贷款方，薄弱的风险防控意识和较少的人生阅历使其处于被动局面，信息获得不及时、不真实以及不全面等劣势让大学生网贷风险事件频发。高校作为大学生教育监管的主导者，应严格管控入校网贷平台，督促入校网贷平台对外信息及时公布和更新，尽量确保学生接触信息的全面和真实，旨在从信息获取源头上降低校园网贷风险。第二，严格审

核校园网贷消费学生的资料信息。当前,借贷方对学生相关资料的审核力度不够是高校网贷风险事件频发的重要原因,最终因利益获得受阻滋生网贷暴露或违法事件。因此,校园网贷平台应致力于提升贷款学生的资料审核力度,防止信息造假、冒名顶替等信息引发的贷款诚信问题出现。第三,提高大学生网贷准入门槛。一直以来,网贷门槛低是吸引大学生网贷消费的重要原因,但过低的贷款门槛同时也增大贷款诚信的风险。为此网贷平台应提高大学生网贷准入门槛,如通过高校提供学生诚信证明、家长担保等方式严控诚信风险,促进贷款客户质量的提升。第四,加大违约责任承担体系构建。网贷平台应在法律允许的范围内,适当提升贷款违约成本,促进诚信贷款。

### 3.2 高校应加强学生思想意识教育,树立科学的消费观念

随着我国经济社会的发展,社会生活水平快速提高,经济社会环境不断复杂化。对于当代大学生来讲,在面对攀比消费、追求高大上、超前消费及跟风消费等复杂的经济社会环境时消费心理容易过度膨胀,导致部分大学生消费观念扭曲的问题,高校作为大学生思想教育的主导者,应积极履行教育义务和责任,加强对大学生的思想意识教育,提升大学生对网贷消费的理性认识,引导大学生树立科学合理的消费观念。

一方面,重视学生对网络借贷的认知教育。“网络借贷”作为当前热门的消费形式,自进入到大学校园中就一直是大学生讨论的热门话题,更多的学生亦会在好奇心的主导下勇于做出消费尝试。但是,大学生作为一种特殊的社会群体表现出较弱的自控能力和防范能力以致当前因网贷而引发的各种社会问题频发。针对此,高校应从思想上加强对大学生的网贷认识教育,提升大学生对网贷的认识,促进理性消费。如通过校园网络、校园媒体、校园公告、校园讲座、主题教育等渠道或形式普及网贷相关知识,宣传网贷风险,提高学生的风险防范意识。

另一方面,积极结合家庭教育,开展大学生消费理念引导工作。家庭和学校作为学生受教育的两大重要载体,对学生的价值观念形成影响巨大。高校和家庭二者的教育具有不可分割的特性,两者相辅相成、共同促进,为此学校应积极联系学生家长,对学生的日常行为和思想进行反馈和沟通,引导学生形成科学合理的价值观和消费观,如通过辅导员这一中介联系家长和学生,加强学生的思想引导,促进学生正确价值观和消费观念的形成。

### 3.3 加强内外结合管理,严控借贷双方非正常联系

从学校管理角度分析,校园网贷的存在必须同时满足内部和外部两个条件,内部条件就是学生消费市场,外部条件即借贷平台或机构。高校对大学生的网贷消费行为进行规范管理可以从这两方面入手,一方面要加强各种入校网贷机构或平台的监督管理工作,另一方面要重视对在校学生的网贷消费行为进行监督管理和引导,严格控制学生和网贷平台的灰色渠道联系,避免学生陷入高风险的网贷消费陷阱。

其一,切断网贷平台的“非法入校”渠道。当前,校园网贷盛行的原因是多方面的,一方面手机、电脑、网络等新媒体工具与大学生的日常生活相融,各种网络信贷平台和机构通过网络进入大学生的视野,对大学生的消费形成巨大诱惑。另一方面,大学生群体作为重要的消费市场,经济效益不可低估,网贷平台和机构在利益的驱使下通过各种非法途径进入大学校园,向大学生开展极具诱惑力的宣传营销策略,让大学生陷入网络借贷的陷阱,这些方式如发传单、微信平台、QQ群、校园贴吧等向大学生营销。因此,学校应履行职责,切断网贷平台“非法入校”的各种渠道,有效地抑制大学生网贷消费行为。

其二,实时掌控学生网贷消费的动机和行为。人的行为由思想和心理动机主导,因而从思想和心理动机方面着手了解大学生的网贷消费行为是有效抑制其网贷消费的重要途径。首先,高校学生管理相关部门应该建立健全相关制度,促进学生思想管理负责人及时了解学生的思想行为动机。其次,学生管理负责人应发动学生,建立健全学生信息互反机制,如通过同宿舍学生及时了解周围学生的网贷消费动机和行为。最后,构建学生网贷信息咨询制度,如设定时间邀请合法机构和平台工作人员为学生提供网贷知识的答疑解惑,合理引导大学生网贷消费行为。

其三,及时了解和阻止学生与网贷平台的“灰色联系”。当前频发的校园网贷事件很大程度上是由于学生在相关知识匮乏的前提下跟网贷平台签订借贷协议所引发的,学生与网贷平台构建借贷协议的过程完全属于隐形过程,通常学校对此并不知情,以致学生网贷消费陷入被动状态。因此,高校应在管理上构建能够有效阻止网贷机构和学生的“灰色联系”形式,在借贷过程中尽力控制大学生网贷消费风险。

## 4 结 语

对大学生网贷的认知与选择进行问卷调查显示,当前网络借贷已深度融入大学生的日常生活,多数大学生在生活急需的情况下愿意选择网络借贷的方式短暂缓解经济压力。而在网贷金融文化快速繁荣的当前,校园网贷又有其存在的法律依据,学生亦具有选择网络借贷消费的权力。因此,学校在管理防控上不宜采取强制措施,只能在思想和行为方面对大学生网贷消费行为进行引导和规范。通过分析发现,分期借贷与操作便捷的优势诱惑、环境刺激与消费观受到挑战、对网贷理性的认知意识不足是影响大学生选择网贷消费的主要因素。其原因表现在以下几方面:网贷优势特征方面,具有购物分期、现金借贷、分期偿还和申请流程操作简便、放款快捷的优势诱惑;消费观方面,网络时代加快思想交汇,传统消费观念受到冲击;先进的营销方式精准定位目标人群冲击消费观念;过度夸张宣传影响理性判断,刺激消费观念。认知意识方面表现为大学生自身存在急躁、激进思维,承受能力评估不准确,对相关法律法规及约定了解不充分。监管部门应重视校园网贷风控体系建设,高校应加强学生思想意识教育,树立科学的消费观念,加强内外结合管理,严控借贷双方非正常联系。具体应从督促入校网贷平台信息透明度建设、严格审核校园网贷消费学生的资料信息、提高大学生网贷准入门槛、重视学生对网络信贷的认知教育,积极结合家庭教育开展学生消费理念引导工作,切断网贷平台的“非法入校”渠道,实时掌控学生的网贷消费动机和行为,及时了解和阻止学生与网贷平台的“灰色联系”。

### 参考文献:

- [1] 尚玉昌,李润生.动物行为:动物生存的奥秘[M].上海:少年儿童出版社,2006.
- [2] 唐 航.信用卡消费行为影响因素[J].西南师范大学学报(自然科学版),2016,41(7):117-125.
- [3] 宋雁慧.大学生网贷行为的社会心理分析[J].中国青年社会科学,2016,36(5):93-96.
- [4] 葛 纓,陈 维,谢雪云,等.青少年网络成瘾的事件相关电位——基于 Meta 分析[J].西南大学学报(自然科学版),2016,38(2):126-134.

## On the Deconstruction and Inhibition of College Students' Online Credit Consumption Behavior

XIA Yun

School of Physical Education, Chongqing University of Arts and Science, Yongchuan Chongqing 402160, China

**Abstract:** College students' online credit consumption is a normal social behavior permitted by law, and there is no right or wrong about it. But poor guidance and lax control may result in a lot of problems. This study shows that the main factors promoting college students' online credit consumption behavior are temptation of online credit, misplacement of consumption concept and lack of cognitive awareness of online credit. The supervision department should attach enough attention to the construction of a risk control system of campus network credit, and universities should strengthen students' ideological education, help them to establish a scientific consumption concept, improve internal and external management, and strictly control the abnormal relationship between the debtor and the creditor, which will be effective measures to restrain and manage college students' online credit consumption behavior.

**Key words:** college student; network loan; network consumption; deconstruction; inhibition