

# 大数据金融时代下理财行为的研究

## ——以大学生群体为例

宋美慧

(对外经济贸易大学国际经济贸易学院在职人员高级课程研修班学员, 北京 100029)

**摘要:** 当前, 大学生是使用互联网金融相关产品的主要用户群体, 更是一个数目庞大又比较特殊的社会群体。在大数据金融时代之下对大学生群体理财行为进行研究, 可以为大数据金融产品在大学生群体中的拓展提供必要的思路和信息基础。同时了解大学生对相关理财产品的投资方式, 并研究其自身的理财特征, 可以有效引导大学生理性的进行相关理财和投资行为。

**关键词:** 大数据金融时代; 大学生群体; 理财行为

**DOI:** 10.12249/j.issn.1005-4669.2021.01.210

随着现代社会的不断发展, 市场经济也在不断发生变化, 大数据对经济领域的变革也产生了极大的影响, 同时也创造了非常大的价值。针对金融领域中进行有关部门大数据方面的分析, 并对金融领域中的相关风险进行管理和控制, 对客户实际理财行为等方面都发挥了非常重要的作用。

在现代社会的大数据金融时代中, 社会和科学技术都在飞速的发展, 而大学生作为这一时代之下的比较特殊的一个群体。一方面, 他们在经济上还没有完全独立, 学业和花销都是需要父母的帮助, 也因为受到来自家庭收入和消费额度等方面的影响, 大学生在生活费、消费能力、资金剩余等方面的制约性也比较大。当代大学生多数为90后和00后, 他们整体的消费观念较比其他年代的大学生发生了非常大的变化, 他们超前的消费理念对其实际消费行为也产生了不同程度的影响。另一方面, 大学生群体对于新生事物的接受能力也是非常强的, 其实际的消费观念也变得越来越多样化和潮流化, 品味也变得越来越高, 甚至许多大学生更是高消费群体的重要组成部分。大学生从本质上讲是社会中比较典型的先进文化阶层, 但是由于他们没有过多的阅历, 也没有经历过社会的锻炼, 在实际的理财行为中, 容易出现理论和现实脱节的情况, 进而产生心理上的偏差。

### 1 大数据金融时代下大学生群体理财现状研究

#### 1.1 使用理财产品的大学生群体特征

从大学生使用大数据金融时代下相关理财产品的人口组成特点上来看, 会使用相关理财产品的学生大部分都是大学三年级和大学四年级的学生, 其接受教育的程度和水平都相对较高, 也有着一定程度的知识储备和理财基础知识。从其性别构成上来看, 使用相关理财产品的大学生多数为女性。从大学生的收入和消费情况分析, 许多大学生手中一旦有了闲散资金, 就会考虑用来投资相关理财产品。

从其理财行为的特点上来分析, 使用大数据金融时代下相关理财产品的大学生大部分都是因为互联网购物这一需求, 且对于理财产品的应用相对来讲比较少, 对理财产品的整体认知程度也不高。从大学生的使用情况角度来看, 在大学生群体中使用大数据金融时代下相关理财产品的普及程度是比较高的, 许多大学生都使用过相关理财产品, 但是对其深度理解不够, 且在大学生群体中, 理财产品的安全问题和风险问题是他们最关注的问题之一。从大学生群体使用相关理财产品的心理特征上来看, 许多大学生使用相关理财产品本身是因为好奇和一定的从众心理。从学生使用理财产品的忠诚度上来看, 实际转化率并不是很高, 所以整体忠诚度是比较低的。

#### 1.2 理财产品市场和大学生群体中间的供求特征

一是理财产品的特征: 大数据金融时代之下的理财产品, 普遍拥有门槛比较低, 快捷、便利的特征, 而这些特征恰恰符合当代大学生对于投资理财方面的特点。也因为大数据金融时代中的理财产品是非常多种多样的, 其针对性也是五花八门的, 例如有的产品可以服务于大学生的创业等等。

二是需求特征: 从大学生群体的年龄和知识结构及收入等方面进行分析, 大学生有着比较强的潜在性理财需求。因为大学生在心理上有着巨大的好奇心, 从众心理和较强的接受能力, 并且较低的理财产品使用门槛给大学生使用理财产品打下了良好的基础, 所以大学生理财产品的发展前景是非常好的。

三是供需分析: 在大数据金融时代下相关理财产品 and 大学生群体

还没有就供求管理有机的统一在一起, 大数据金融时代下的理财产品并没有深入挖掘大学生群体用户的潜在需求, 在实际转化上也没有将大学生群体的相关需求转化成为自己的产品需求, 且针对大学生群体的理财产品的宣传也不够充分, 针对性和专门性也不强。除此之外, 有关大数据金融时代下相关理财产品的风险防范意识和防范措施也需要进一步有效深化。

### 2 大数据金融时代大学生群体在理财行为中存在的问题

#### 2.1 理财来源单一

通过相关数据显示, 大学生群体理财资金来源主要有家庭、勤工俭学、助学贷款等。由此我们可以看出, 大学生群体的理财资金主要来源于其背后的家庭。也正是因为这样, 许多学生并没有理财的意识和观念, 相关资金的使用只考虑用在学费、生活上, 剩余资金则用来购买自己喜欢的产品, 只有非常少的学生会考虑将剩余资金进行投资理财。

#### 2.2 对于理财观念存在误区

许多大学生群体不具有理财的意识和观念, 且有部分学生认为理财的回报率非常少, 对理财的相关形式了解也不深入, 不了解大数据金融时代中的理财方式, 例如余额宝、理财通等等, 可支配的剩余资金大多数也只以活期存款的形式存放在银行账户中。也有部分学生将网贷和互联网理财的概念理解混淆了, 使得大学生网贷事件频发, 给学生、家庭、学校和社会带来诸多的负面影响。还有的大学生有着非常超前的消费观念, 在消费后使用网贷等负面手段来套取资金, 深陷其中, 使其自身的价值观发展出现了扭曲的现象。

### 3 大数据金融时代下大学生理财期望值的研究

#### 3.1 大学生每月可接受的理财起点

通过相关调查我们可以发现, 许多大学生每月除去必要花费之外, 每月的剩余资金都是小于200元。针对这一现象, 大数据金融时代的相关理财产品的投资起点一定要相对较低一点, 最好可以设置在200元到600元之间, 或者也可以采取零起点的投资方式。

#### 3.2 大学生理财最关心的因素

大学生对于理财产品的关注点主要集中在投资的收益、投资的安全性和取现的安全和方便性上。但是现阶段的情况是, 这几点是很难集中在同一款理财产品上, 主要原因在于收益性和安全性是没有办法兼得的。基于此种情况, 理财产品可以有针对性的设计多款产品, 既要有针对收益和安全性能要求都比较高的产品, 也要有针对安全性大于收益要求的产品。

#### 3.3 大学生可接受的理财期限

大学生普遍可以接受的理财期限约为一个月到半个学期左右。对于每个月需要从父母方面接受生活费的大学生来讲, 每个月的月末都是经济紧张的时候, 如果在这个时候学生可以拿到理财产品的利息, 不论多少, 大学生都会选择进行投资。

#### 3.4 大学生投资理财产品的意愿

在大学生群体中, 除去有投资意愿的大学生, 那些不愿意进行投资的大学生, 许多都是觉得投资理财产品非常麻烦, 不愿意开始。总结大学生在投资方面的心理, 其实就是要让自己的投资既能保本又要有较大

(下转第231页)

### 3.4 突出自身优势, 促进业务创新

首先, 互联网金融时代背景下, 商业银行需要超过展现出现有的客户服务优势, 对全体客户展开开放式经营的体系, 进而更加精准的解决客户问题, 完成服务经营体系的改革, 让服务体系具有特色, 独具一格。并且, 通过优势展现, 可以使用户群体感受到整个金融服务操作流程, 降低服务的时长。其次, 完成新账户功能的开发, 让用户们享受到快捷的服务, 进而提高用户朋友们对于商业银行的依赖感以及信任感。除了这些, 还需要根据用户的实际需求, 寻找金融营销的全新模式, 开发出与金融产品相关的功能, 比如在线支付、订购扫码等。最后, 要注重其零散用户群体, 并利用大数据搭建新型商务平台, 充分展现出金融业务的绝对优势, 使客户在手机与计算机上完成操作, 灵活订购金融业务, 从而让商业银行金融业务的销售渠道变得越来越多, 围绕着客户展开各项服务工作, 使商业银行业务与服务完成创新与改革。

### 3.5 满足客户需要, 实现针对管理

商业银行属于服务型的行业, 主要利用一系列的金融服务获得利润。但是, 第三方支付的迅速发展, 制约了传统商业银行的操作, 让其各项老旧的服务模式与内容被社会所淘汰。为了充分展现出商业银行的发展优势, 需要提升金融服务意识, 让支付方式更加便捷、方便。同时, 商业银行的工作人员还要积极开展调研工作, 了解用户们的金融服务需求, 对其满意度有个全面的了解, 从而找到自身金融服务与金融产品中的缺陷, 结合用户实际需求完成调整。另外, 商业银行需要按照客户的个人财务管理要求, 把银行卡变为主要理财工具, 完成银行卡与理财工具之间的有效互动, 让信用体系更加完善, 使安全隐患大大降低。除了这些, 商业银行在和第三方支付平台进行沟通

(上接第229页)

的收益, 且操作要相对便捷。针对大学生群体的这一心理, 理财产品可以设计成线上交易的形式, 理财产品方面可以与银行联合进行网上购买, 使其操作简单便捷。除了要进行互联网管理之外, 还可以推出有针对性的理财银行卡, 并支持学生进行提现消费和刷卡消费。

## 4 大数据金融时代下大学生投资理财产品的建议

### 4.1 对理财产品方的建议

大学生群体从整体上来看, 是有着一定程度的投资及理财需求的, 也是一个非常值得深度进行挖掘的市场。在现阶段, 因为大学生群体有着非常强的好奇心和从众心理, 因此对于理财产品也有着非常大的实际需求。那么可以采取的措施有: 可以建设属于大学生群体的理财平台, 并通过此种方法有效增加客户粘性。从理财产品的角度来看, 现阶段在理财市场中, 理财产品的同质化非常严重, 许多产品的差别就在收益率上。所以, 理财产品方面要将个性化和专属化的服务作为一个全新的突破口。且在大学生群体中, 有许多大学生是也有平台需求的, 应该强化相关理财平台的建设。一方面要利用大学生日常消费的场景之间产生关联, 例如校园中的一卡通; 另一方面, 在理财产品的服务中, 要加入有关大学生理财经验的沟通和交流的区域。同时也要强化有关理财风险的管理措施, 整体提升大学生群体投资的安全性。

### 4.2 对大学生的建议

大学生群体也要不断学习相关理财知识, 以提升自身的实际理财

时, 需要深入挖掘大数据, 时刻了解用户群体的财务需求, 从而开发出全新的业务领域, 让各项金融业务实现可持续发展。最终商业银行要利用现有的政策优势, 比如清算业务与资金划拨等, 利用第三方平台完成银行金融服务的补充与延伸, 在保障用户资源的基础上, 降低用户群的管理风险, 从根本上提升银行的经济效率与社会效益。

## 4 结束语

总而言之, 首先完成创新与改革能够让商业银行在互联网金融时代站住脚跟, 寻求一条更为稳定、安全的发展道路, 从而搭建出全新的发展模式, 满足时代需求让经营形成发生变化, 使商业银行的市场竞争力得到提升。其次, 要严格使用信息技术与互联网技术, 为商业银行的创新提前打下良好基础。社会对互联网金融的认可, 致使商业银行需要搭建出完善的风险管理体制, 使金融体系建设的速度加快。最后, 商业银行应大力招收人才, 完成各项工作的创新发展, 最终为社会建设以及国家经济建设作出一定贡献。

### 参考文献

- [1] 马西娟. 浅谈互联网金融时代商业银行财务管理的创新策略[J]. 财经界, 2020(21): 157-158.
- [2] 王有杰. 互联网金融时代下商业银行发展模式研究[J]. 现代商贸工业, 2020, 41(19): 87-88.
- [3] 石滢琦. 互联网金融时代商业银行的发展路径[J]. 商业文化, 2020(17): 34-35.
- [4] 杨铮. 互联网金融时代下的传统商业银行发展分析[J]. 产业与科技论坛, 2020, 19(10): 16-17.
- [5] 马晓铮. 互联网金融时代商业银行消费金融业务的发展路径研究[J]. 现代盐化工, 2020, 47(02): 85-86.

能力。大数据金融时代之下的理财产品给大学生带来了有关理财方面的意识, 但是学生的实际理财能力确并不足以支撑学生能够较好的使用相关理财产品, 而大学生群体的好奇心理和从众心理非常可能导致大学生进行盲目的理财投资, 进而可能会产生上当和受骗的结果。所以, 大学生作为有自我教育能力的群体, 要利用自我学习的方式来增强自己有关理财方面的知识, 尤其是大数据金融时代中的理财产品的相关基础性知识。

## 5 结论

综上所述, 在大数据金融时代之下, 理财已经不是中高层收入的实际需求了, 数量庞大的大学生群体的理财意识和理财需求也在逐渐苏醒。虽然大学生群体缺乏独立的收入来源, 但是他们却有着非常强烈的消费观念, 资金需求和消费需求, 也正是因为这样, 他们对于投资理财的需求也愈发的强烈。希望通过此文章的研究结果, 可以促使理财产品方推出更多适合大学生群体的理财产品。

### 参考文献

- [1] 段波. 大数据时代金融数据的服务创新[J]. 营销界, 2020(38): 31-32.
- [2] 寿震坤, 郑志丽, 白文荣. 大数据金融时代下理财行为的研究——基于大学生群体[J]. 教育教学论坛, 2020(06): 100-101.
- [3] 史歌, 张健如. 互联网金融视角下大学生理财能力的培养[J]. 哈尔滨学院学报, 2019, 40(06): 48-50.
- [4] 金佳晨, 陈蓉蓉. 互联网金融背景下大学生理财状况和影响因素调查[J]. 时代金融, 2017(18): 274+280.