

自从近几年来“校园贷”引发的事件层出不穷，对社会产生很大的影响。在监管机构大力打击“校园贷”的同时，也给了银行一个很大的市场启示：之所以会出现这样的事件，还是因为有这样的群体需求。不管他们是因为要借钱用于何处，也不管是不是因为单纯引发一些极端事件，他们宁愿背负如此大的利息重担也要借来钱，哪怕裸贷这样的代价。于是在去年开始，各银行相继推出专为大学生设计的信用卡，抢占各大高校市场。当今，中国大学生数量非同小可。据教育部发布的《中国高等教育质量报告》显示，2018年中国大学生在校人数高达3700万，位居全世界第一。另外，全国各类高校达到2852所，位居全世界第二。而据艾瑞知识库发布的《2018年大学生消费洞察报告》中可以了解到，2018年年度大学生消费规模高达3800亿元，这对于一个还未走出社会参加工作的青年人来说，确实是一笔巨大的消费支出。（严禁“卡宝宝”网站抄袭本站文章！）其实早在2005年，各大银行就已经有针对在校大学生设计的信用卡，纷纷进入到校园市场，大量的大学生在那个时期就成为“持卡一族”。但是由于当时的社会信用环境还不成熟，各大银行的风控能力也不足，在大学生持有信用卡的迅猛发展过程中出现了非常多的问题。后来国家相关监管部门先后出台各种文件来试图规范这一秩序，但是由于落实难度大，各银行从开始的相继进入校园市场，逐渐退出了大学生信用卡的业务。可以看出，近10几年来，大学生对提前消费的需求一直都在，但是相对来讲比较正规的银行卡信用卡断了之后，无疑给了别的一些非正规金融机构以可乘之机。“校园贷”引发的恶性事件时有发生，给本是纯洁的象牙塔带来了恶劣影响。于是在叫停不正规的校园贷之后，各大银行也重新被鼓励进军大学生市场。各大银行针对大学生市场专门设置的信用卡品种多样，相关卡种多达近百种，各具特色，有的还与当下火热的游戏或动漫等相关元素合作，印上芭比娃娃、变形金刚、阴阳师等相关元素作为联名卡、主题卡等，由此作为一个特色来吸引大学生。国内目前有包括工行、农行、中行、建行四大行在内的银行推出信用卡服务，另外还有诸如中信银行、招商银行、广发银行、浦发银行等等。中国的年轻一代已经很大程度上解放思想，接受提前消费这样的理念，银行可以看到这一市场的庞大，消费潜力巨大。各大银行为了抢夺市场，特派专职人员动身去往各大高校，几日蹲守在饭堂、学生寝室、活动中心等学校里大学生人流量比较大的地方。更有银行利用在校学生低成本的资源，招入其作为银行实习生，常年活跃在校园里，利用学生身份进出学生寝室，实行“扫楼”推销该银行的信用卡。一般这些银行在向学生推销信用卡的时候都会有一些相关的“奖赏”，即办卡可享受的一些优惠或利益，来吸引大学生办理信用卡。例如一些银行推出办信用卡送拉杆箱、背包等其他礼品的活动，并且还将在拉杆箱放在驻扎的站点，打着“办信用卡送拉杆箱”这样的口号来吸引路过的学生前来了解。但是实际上相当一部分银行并不会白送礼品，都是需要用户“做任务”才能拿到，比方刷够多少笔、在相关的app上活跃等。据了解，确实存在需要提前消费的大学生，但是更多时候，只是贪图这些礼品而办理的信用卡。各大银行只有统计在哪个时间段内有多少数量的大学生办理了信用卡，但是公众却看不到有多少是在办理之后完成任务之后就将其闲置了的，其使用率有多少。据大学生信用市场调研等相关报告得知，大学生群体总体对信用卡缺乏深入全面的了解，更多的是哪家银行来学校宣传的哪款信用卡更

多，办理该产品的就越多。而据艾瑞调查报告显示，2018年大学生消费主要有这样的特点，一是护肤彩妆产品的大规模爆发，二是手机等电子产品成为消费主流。当代大学生对于消费追求有了更多自主的决策，有了这样一笔可提前消费的资金，为他们的生活提供了更多的可能性。但是相对应而来的是，对于一些自控能力差、没有规划能力、只想眼前享受的大学生来说，也埋下了一颗炸弹，尽管针对大学生的信用卡的额度一般不会太高。信用卡进军大学校园，是好事还是坏事，还有待考究。

。