

刷视频、打车、点外卖……在互联网平台上总被强塞借贷信息，消费者疑惑——

“为什么这些APP都想借钱给我？”

00后女孩陈洁像往常一样打开修图软件，修好一张自拍照，准备分享到朋友圈。在修图结束的页面上，“海报设计”和“帮我修图”之间，一个陌生选项映入眼帘——“借钱”。她愣住了：“一个修图软件，为什么想借钱给我？”

在数字服务广泛普及的当下，很多人发现，想借给你钱的早已不只是金融APP。从社交、娱乐、出行到生活工具，不少互联网平台都争相扮演起债权人的角色。借贷从一件需要慎重考虑的事，变成了可能发生在很多情景下的“顺手操作”。

触手可及的借贷入口

互联网信贷的渗透，常常始于一次微小的点击。

大学生李洋追热播剧，点开某视频平台“免费领1个月VIP”按钮，页面随即跳转至站外借贷平台，要求填写身份证号、手机号以申请额度。为了省掉二十几元会员费，他需要先成为“借款用户”。

95后陈欣曾为领打车优惠券，差点从某打车平台借钱。打车结束后，支付页面弹出一个醒目的优惠提示，她下意识地点击、刷脸、验证，一气呵成。直到“确定是否贷款”的内容弹出，她才猛然惊醒：自己差点儿为了十几元的优惠背上债务。“过程太顺了，顺到你根本察觉不到那是贷款。”陈欣说。

陈欣测试了20余款常用APP，涵盖购物、娱乐、出行、外卖等类型，发现其中很多都设置了借贷入口。这些入口背后主要有两种模式：平台自营的金融产品和为第三方导流的助贷服务。各类APP纷纷布局借贷业务，也让“为什么这些APP都想借钱给我？”成为不少用户共同的疑问。

如果说直观的“借钱”按钮还有一定辨识度，那么“分期支付”则是一种更隐秘、更日常的信贷嵌入。它融入消费动作本身，常常模糊消费与负债的界限。

“我以前从不觉得‘分期’和‘贷款’是两回事。”80后郭轩说，直到看到征信报告，她才发现自己的“分期付款”显示为了消费金融公司的个人贷款记录。

从想省十几元车费到差点背上债务，从“免息分期”到悄然生成贷款记录——本应慎重的金融决策，在APP精心设计的流程中被简化为几次不经意的点击。

流量变现的金融算盘

对互联网公司来说，用户增长红利见顶，将海量用户数据与行为场景进行金融化变现，已成为平台用户增长路径之一。

这背后是一门利润可观的生意。面向普通消费者的信用贷款年化利率通常介于3%至24%，而大型平台获取资金的成本低得多。主要方式之一是发行资产支持证券(ABS)——平台将



自身发放的未来能产生稳定现金流的海量个人消费贷款打包，向投资者融资。

以2025年河南中原消费金融公司发行的鼎柚二期个人消费贷款ABS为例，项目规模15亿元，其中A档规模11.06亿元，年化利率仅1.95%。

较大的利差构成利润基石。如果说自营信贷赚取的是资金利差，那么更普遍的“引流”模式，则是在赚取流量变现费。平台提供场景与流量，将用户导向合作的持牌金融机构，双方通常按“风险共担、利润共享”原则分配利润。

“APP都想借钱给你，是平台寻求流量变现与‘嵌入式金融’趋势的共同结果，但也可能产生利率不透明、诱导借贷甚至诈骗等问题。”上海金融与发展实验室副主任董希淼提示。

算法比你更懂你何时想借钱

如果说触手可及的入口是看得见的诱惑，那么真正让借钱变得“难以抗拒”的，往往是那套比你更懂你的算法。

“你刷短视频时弹出的免息广告、收到的‘恭喜获得专属额度’短信，甚至点外卖时跳出的‘可提现红包’，都不是偶然。”曾任职于多家互联网公司金融部门的算法工程师王磊解释，相比银行贷款主要看收入、工作、资产等“硬条件”，互联网平台信贷分工更细化，数据会捕捉一系列“资金紧张”信号：用户每月消费接近或超过收入水平，频繁使用消费信贷服务，特别是在信用卡账单日后、还款日前，算法会判定用户处于“支付压力期”，是推送借贷信息的“黄金窗口”。

王磊表示，平台可从消费频次、品类和金额中推算用户大致收支状况。一旦算法判定你可能缺钱，一系列精心设计的推送便会启动。

比如，如果算法发现你习惯晚上10点后浏览电商平台，借贷广告就更可能这时弹出。推送形式五花八门：除了明显弹窗和广告位，还可能伪装成“积分到期提醒”“支付成功红包”或“AI专属顾问咨询”，本质都是引导借

贷的交互设计。

并非所有用户都会收到推送。算法会将用户分层，打上隐形标签。如果一个人从未点击任何红包或借贷推广，系统会逐渐将其标记为“低意向用户”，降低推送频率；反之，只要有过一次点击或授信行为，就可能被打上“易转化”标签。

在营销端，部分平台深谙“利率幻觉”之道——广告里只提“日息低至万分之几”“千元借款仅需几毛”，用看似微不足道的数字淡化借贷成本；在还款端，利息之外又冒出“服务费”“会员费”“增值费”等名目繁多的收费项目，且大多藏在冗长电子合同的小字里，或散落在不同确认页面，让消费者在不知不觉中承担了远超预期的融资成本。

不知不觉中抢占的现金流

无孔不入的借贷，正悄然改变一些人的消费习惯与财务结构。

“这是某呗，买相机分的12期；这是某条，去年给爸妈买电视做的分期；这个是某音的月付，主要是半夜刷直播冲动下单……”32岁的林悦展示手机里的还款提醒日历，上面标记着8个不同APP的还款日。

单看，每一笔债务都“无伤大雅”：每月还款几百到一千出头，且多为免息分期。它们看起来微不足道，却持续抢占她的现金流。林悦的待还计划已排到2028年。她没购置房产、车辆等大额资产，却成了“月光族”——而且是在为过去的消费“月光”。

相比之下，债务积累在另一些人身上发生更快。27岁的李哲就是如此。当时他想换新手机，发现“借钱如此容易”，便顺手点入，从此走上“以贷养贷”之路。最初几笔借款来自利率合规的大平台，当每月还款额超过工资一半时，为“堵窟窿”，他不得不寻找新的借款渠道。

很快，借款来源从合规平台滑向隐藏广告中的“小众贷款APP”：这里借款1万元，实际到手可能只有8000元；那里应急5000元，一周后却要还6000元。

“当你开始在一个平台借款，其他平台很快就会围上来。”李哲描述。最终，滚雪球般的债务超出掌控，李哲只能向父母求助。

林悦和李哲并非个例。中国消费者协会曾提示，部分青年消费者盲目超前消费、大额借贷现象增多，因超出自身还款能力陷入债务困境，甚至影响信用记录。中消协呼吁青年消费者深刻认识过度借贷危害，理性消费、审慎借贷。

监管机构提出整改要求，新规落地

近日，针对互联网助贷业务问题，国家金融监督管理总局对分期乐、奇富借条、你我贷借款、宜享花、信用飞等5家平台的运营机构进行约谈，要求平台运营机构在与金融机构合作开展借贷业务时，切实规范营销宣传行为，清晰明确披露借贷产品息费信息，严格遵守个人信息保护规定，依法合规开展催收，健全客户投诉解决机制，有效保护金融消费者合法权益。1月，携程旅行、高德地图、同程旅行等6家出行平台企业同样因金融业务营销不规范、息费披露不清晰被约谈。

约谈之外，还有新规落地。今年3月，国家金融监督管理总局、中国人民银行联合发布《个人贷款业务明示综合融资成本规定》(以下简称《规定》)，要求金融机构向借款人展示综合融资成本明示表。综合融资成本明示表应注明贷款本金金额，并逐项列明贷款人及其合作机构收取的息费项目及收取方式、收取标准和收取主体，在此基础上综合计算正常履约情形下借款人承担的年化综合融资成本。同时，逐项列明贷款逾期或被挪用等违约情形下的或有成本项目及收取标准和收取主体。综合融资成本明示表还应明确提示，除已明示的成本项目外，贷款人及其合作机构不再向借款人收取其他与贷款相关的任何息费。

针对线上办理的个人贷款业务，《规定》要求以弹窗方式向借款人展示综合融资成本明示表，设置强制阅读时间，由借款人在签署贷款合同或办理分期前确认。

线上消费场景下办理分期付款业务的，《规定》要求在消费订单支付页面以显著方式清晰展示贷款本金、分期安排及收取的服务费用、收取主体、正常履约情形下的年化综合融资成本，以及违约情形下的或有成本项目及收取标准。同时，应明确提示，除已明示的成本项目外，不再收取其他任何息费。

董希淼建议，进一步加强线上贷款广告的精准规范、利率强制披露及数据使用限制。对消费者而言，要“认清本质，理性借贷”，切勿为小额优惠随意贷款。

(据《人民日报》)