

低息借款、30秒极速到账、最高20万元额度……

“一键借贷”正在击穿年轻人的钱包

在经济发展的浪潮中,消费市场的变革如疾风骤雨般袭来。近年来,西藏的消费市场同样经历着快速的发展与变化,在这一过程中,消费陷阱也逐渐浮出水面,给消费者带来了诸多困扰。当“花明天的钱,圆今天的梦”成为生存哲学,不得不追问:这场全民参与的消费狂欢,究竟是经济增长的引擎,还是埋藏系统性风险的定时炸弹?

文/图 记者 旦增玉珍 德吉央宗



市民展示网贷还款记录。

糖衣炮弹: 掉入消费陷阱

“截至2025年5月23日,西藏全区累计建成开通5G基站19494个……”“截至2025年5月,西藏已建成农村寄递物流网络,建成村级寄递综合服务站4646个……”这些数据背后的努力,让曾经的“神秘西藏”以更全面、更开放的姿态在世界舞台上展现风采。然而极速的网络、通达的物流也让部分人猝不及防地沉沦于网络的“虚荣”中,掉入消费陷阱。打开小红书APP,“25岁全款提保时捷”“月薪5000元住进陆家嘴”的炫富笔记铺天盖地;抖音直播间里,主播声嘶力竭地喊着“宝宝们,这个精华液再不买就涨价了”;就连外卖平台都在推送“限时免息分期,iPhone16带回家”的广告……在算法编织的信息茧房中,消费主义完成了对年轻群体的精准围猎。

消费失控: 从买新手机到负债累累

对于23岁初入职场的索朗来说,借贷提前消费已是家常便饭,他打开手机给记者展示,花呗、借呗、京东白条、360借条、拍拍贷等几个借贷APP图标几乎占了手机的整个屏幕。他苦笑着摇头:“现在每个月工资发下来,一大半要还款,要给房租,生活费所剩无几。”索朗的借贷故事始于2022年大二那年。彼时,同宿舍的室友用最新款的苹果手机,但自己的手机是高中时期的旧手机,

时常卡顿不说,像素也非常差。在虚荣心的驱使下,索朗第一次在花呗上借了5000元,加上他攒的一些钱,购买了一部iPhone13 Pro。“当时觉得每个月还400多块,完全能接受。”但这种“无痛消费”很快让索朗陷入恶性循环。为了维持朋友圈里“摄影达人”的人设,他开始频繁购买三脚架、稳定器、相机等设备,债务像雪球般越滚越大。毕业后入职一家传媒公司,月薪

6500元的他,每月要偿还的利息就超过2000元,45万元的总债务相当于他7个月的工资。现在更让他焦虑的是,债务已经影响到了正常贷款。家里希望他能在拉萨买一套房子,首付由父母出,由于索朗征信记录有多次逾期,无法申请贷款,正头疼不知该如何与父母开口。“现在连正常生活的开销都无法维持,同学聚会我都不敢去了。”索朗的声音里满是无奈。

便利深渊: 消费观遭遇巨大冲击

当互联网平台将借贷入口嵌入生活每个角落,当算法用“零门槛”“秒到账”的承诺编织成网,超前消费的潘多拉魔盒正悄然释放着欲望的幽灵。2025年一季度,全区开展存款保险宣传活动17万余次,覆盖7983万人次,但面对“一键借贷”的便利,传统“量入为出”的消费观仍遭遇巨大冲击。在街头采访时,52岁的措姆谈起“分期消费”时,眉头紧锁,手指无意识地摩挲着手机边缘——这个她用了五年的智能设备,如今却成了她最警惕的“金融陷阱”。措姆是拉萨某机关单位员工,去年“双十一”在抖音直播间“误触”分期功能,半年

内稀里糊涂消费3000余元。“付款时根本没注意‘月付’选项,以为是诈骗短信!”她的困惑折射出金融工具的隐蔽性——简化支付流程、隐藏借贷入口,连中老年人也难逃被收割。措姆作为拉萨某机关单位的公益性岗位员工,她与开出租车的丈夫组成了典型的“双职工家庭”,年收入不足10万元,却始终恪守着“量入为出”的传统消费观。但这种朴素的价值观念,在当下数字化的时代中遭遇了冲击。去年“双十一”,措姆在抖音直播间抢购了一台按摩仪。结账时,系统默认勾选

了“抖音月付”,她甚至没注意到页面上那行不起眼的灰色小字。直到次月收到还款短信,她才惊慌失措地联系女儿:“短信说6号要还500多元,我以为是诈骗!”女儿翻看她的手机才发现,措姆在半年内已通过“抖音月付”购买了6件商品,总金额超过3000元,其中多数是直播间主播“限时秒杀”的噱头商品。经常购物的人不难发现,很多平台都有“简化支付流程”“刷脸一键支付”功能,将借贷入口隐藏在“一键支付”按钮之下,年化利率高达18%的分期产品,却以“免息分期”的标签诱导点击。

欲望漩涡: 清醒认知“想要”与“需要”的界限

打开美团点外卖,首页“最高20万额度”的弹窗跳出来;刷抖音看视频,突然弹出“30秒极速到账”的广告;就连在滴滴打车等车时,屏幕下方也滚动着“低息借款”的入口……这些看似无关的场景,正被金融机构编织成一张密不透风的“债务蜘蛛网”。更讽刺的是,连共享充电宝、共享单车APP都开始推出“信用免押+借款”的组合套餐,用户扫码借个充电宝,就可能被引

导至借贷页面。当算法读懂你的“债务软肋”精准狙击时,你会抵抗诱惑还是陷入“消费自由”的陷阱?当算法成为欲望的放大镜,我们应如何在“消费自由”的泡沫中自处?而当“消费自由”被包装成时代标签,真正的自由或许是学会对欲望说“不”。西藏金融数据显示,3月末全区个人碳账户达37901户,碳减排总量

26841吨。这种“绿色消费”理念,或可为年轻人提供新思路:关闭“猜你喜欢”,理性规划支出,让每一笔消费都承载真实需求,而非虚幻身份。狂飙的消费时代,算法与金融工具编织的网越收越紧。但数据也在提醒:全区存款保险客户覆盖率已达99.50%,守护“钱袋子”的关键,仍在于清醒认知“想要”与“需要”的界限。

中国邮政集团有限公司西藏自治区分公司第三方物流服务项目入围招标公告

西藏瀚祥工程项目管理有限公司受中国邮政集团有限公司西藏自治区分公司的委托,对中国邮政集团有限公司西藏自治区分公司第三方物流服务项目入围(项目编号:XZHX-DL-YZ-20250601)以公开招标方式组织采购,项目资金已落实,欢迎符合条件的供应商参加本项目投标。

一、项目基本情况

采购内容:该项目需入围15家第三方物流运输服务公司,服务范围区内外货物运输,服务期限为两年。两年的项目估算总预算为4800.00万元(含税)。该项目设置最高投标总价限价和最高投标单价限价,投标人投标报价高于最高限价的,其投标将被否决。投标人投标报价仅用于项目评标使用,在服务期间内发生业务需求时,另行报价。具体内容详见招标文件。

二、申请人的资格要求:

2.1 该项目要求供应商具有独立法人资格的物流运输企业,能够独立承担民事责任的能力,在中华人民共和国注册并合法运营,具备有效的营业执照、税务登记证、组织机构代码证(如企业是“三证合一”的新营业执照,则提供“三证合一”的营业执照即可),营业执照范围内应包含物流服务或道路货物运输或相似的业务范围,且具备道路运输经营许可证。供应商具有良好的资金垫付能力和履行合同能力,近三年以来在征信平台无不良记录。

2.2 与邮政无投资关系且存在以下情况的,不得参加该项目的投标:邮政领导人员及其亲属和其他特定关系人、邮政员工持

股(限非上市公司),以个人身份(组织委派的除外)担任法人、董事长、总经理、监事的企业,以及邮政所属工会或员工集体出资成立的企业。

2.3 该项目不接受联合体投标。

2.4 供应商未被中国邮政企业列入采购供应商黑名单管理限制范围。

三、获取招标文件

3.1 凡有意参加本项目的供应商请于:2025年6月6日至2025年6月12日,每日9:30至18:30(北京时间),进入《中国邮政电子采购与供应平台》线上报名获取招标文件。

3.2 CA办理及招标文件获取:进入《中国邮政电子采购与供应平台》(https://cg.11185.cn)首页-用户中心-下载中心-下载操作手册(详细阅读,根据操作手册完成注册、登录、CA办理、平台相关应用的安装使用、供应商报名(请务必按要求填写,并上传报名资料的原件扫描件)-等待审核-审核通过后-标书购买(购买标书联系招标代理)-确认标书费-供应商下载招标文件)。可联系客服电话400-788-8550或400-898-8881(周一~周五9:00-17:00)。招标文件850元/套,售出不退。

四、投标文件的递交

4.1 线上电子版与纸质版投标文件递交的截止时间均为2025年6月26日10:00(北京时间),供应商应在截止时间前通过“中国邮政投标管家”递交加密的电子版投标文件;开标时,供应商应通过制作电子版投标文件的电脑解密电子版投标文件,保

证网络畅通、运行环境良好、介质完好等。

开标形式:本项目采用在“中国邮政投标管家”线上解密开标。

4.2 供应商须在平台下载《中国邮政投标管家》工具结合CA证书,进行电子版投标文件的编制,并在开标前进行加密后上传至平台。开标时,使用CA证书进行线上电子版投标文件解密。

4.3 递交及解密地点:西藏豪庭酒店7楼会议室(拉萨市北京中路48号)。供应商须派代表当面递交纸质版投标文件,并且在规定时间内解密线上电子版投标文件。线上电子版投标文件与纸质版投标文件内容须相同。采购人不接受以邮寄、传真、电子邮件等方式递交的投标文件。逾期或不符合规定的投标文件恕不接受。

五、开标:开标时间和地点同投标文件递交截止时间和地点。

六、发布公告的媒体

本公告同时在中国邮政集团有限公司官网、中国邮政电子采购与供应平台、西藏商报、中国招标投标公共服务平台发布,其他媒介转载无效。

七、联系方式

采购人:中国邮政集团有限公司西藏自治区分公司

地址:西藏自治区拉萨市北京中路33号

电话:李老师0891-6241229

代理机构:西藏瀚祥工程项目管理有限公司

地址:拉萨市堆龙德庆区东嘎时代广场7栋1单元9-02号

联系人:张工13228909680