

第1章

初步了解众筹：从多个角度分析认识

学 前 提 示

本章主要讲解众筹的一些基本知识、众筹平台及技巧等方面的内容。通过对本章知识的学习，读者能够对众筹有一个初步的了解。

从当今的社会环境与商业市场发展情况来看，众筹必定会成为未来主流的融资方式，不管你是已经创业还是即将创业，你都应该走进众筹这个行业。

初步了解众筹：
从多个角度分析
认识

众筹的基本知识

众筹与传统融资模式的比较

国内外众筹分析

众筹平台

众筹技巧



1.1 众筹的基本知识

2016 年 2 月 19 日，本是一个平常的日子，却因一部电影的首映而变得不平常，这部电影就是由中美合拍的《功夫熊猫 3》。随着《功夫熊猫 3》的热映，在众筹领域也诞生了一批与之相关的项目。

在淘宝众筹平台上就有 20 个关于《功夫熊猫 3》的项目，且其中有一半已成功筹资，有些还在进行中，相关界面如图 1-1 所示。

 制作中 周大福X《功夫熊猫3》跨界合作 一至1N至潮手表 404% 20239.00 40 达成率 已筹金额 支持人数	 项目成功 《功夫熊猫3》新年萌宠回家官方正版授权周边服饰 149% 7474.00 66 达成率 已筹金额 支持人数	 项目成功 功夫熊猫3官方授权 aza阿札原创主题系列女包 318% 31862.20 139 达成率 已筹金额 支持人数	 制作中 功夫熊猫3 正版授权 天堂伞多款 晴雨伞 向梦想致敬 1294% 129405.00 725 达成率 已筹金额 支持人数
 制作中 雪俐 让我们一起欢度新年 206% 10324.00 116 达成率 已筹金额 支持人数	 项目成功 《功夫熊猫3》阿宝最萌蓝牙自拍杆同款手机壳 134% 13444.00 263 达成率 已筹金额 支持人数	 项目成功 真功夫 100%纯生榨汁一体机 101% 101310.00 338 达成率 已筹金额 支持人数	 制作中 《功夫熊猫3》官方授权婴童游泳池独家首发 亲情传递 243% 12162.00 135 达成率 已筹金额 支持人数

图 1-1 淘宝众筹平台上关于《功夫熊猫 3》的部分众筹项目

通过这个案例，我们可以看出众筹已经成为一种常见的融资方式。

但并不是所有的人都走在社会最前端，接触最新的内容。尽管当下众筹对我们来说并不陌生，然而却依然有部分人对此闻所未闻、一无所知。曾有人这样点评众筹：“众筹是让梦想成真的最快途径之一。”那么，接下来请跟随本书一起了解众筹是如何让梦想成真的吧！

1.1.1 众筹的基本定义

首先，让我们来了解众筹的定义，如图 1-2 所示。

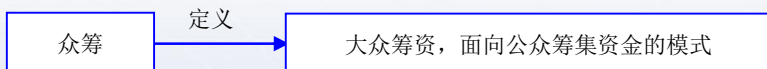


图 1-2 众筹的定义

众筹的大致流程，如图 1-3 所示。



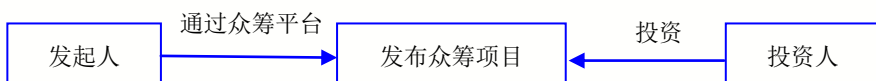


图 1-3 众筹的流程

众筹主要是以资助个人、公益慈善组织或中小型企业为目的进行的小额资金募集，它是一种全新的互联网金融模式。

1.1.2 众筹的目的

发起人众筹一个项目，从提出项目框架到项目上线的过程较为复杂，且众筹的目的也不是单一的。众筹项目的常见目的，如图 1-4 所示。

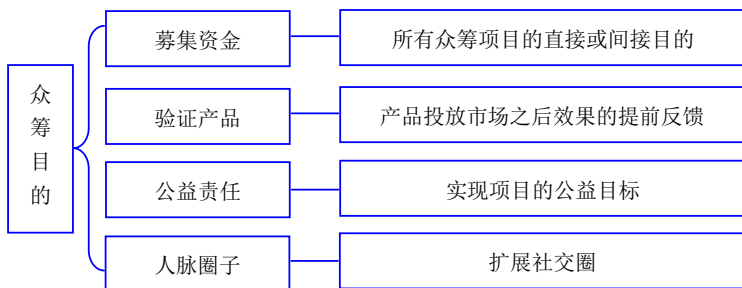


图 1-4 众筹的目的

1.1.3 众筹的常见类型

众筹常见类型的具体划分，如图 1-5 所示。

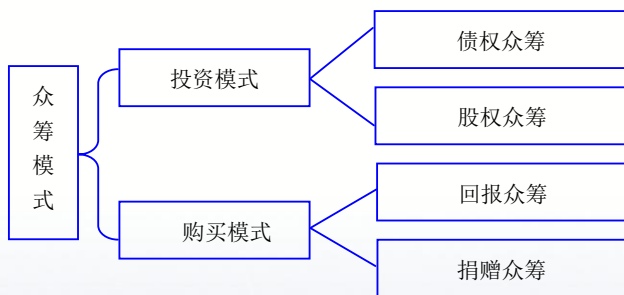


图 1-5 众筹常见类型

由图 1-5 可知，众筹主要分为投资和购买两大模式，在两大模式之下又可再分。其中，投资模式又可根据不同对象细分为债权众筹和股权众筹，购买模式可根据不同购买方式分为回报众筹和捐赠众筹。



除此之外，在当今的互联网金融行业中又出现了一种新的众筹模式——社交众筹，它是基于社交网络来传播项目，从而进行筹资。

1.1.4 众筹项目运作的特点

众筹项目运作的主要特点，如图 1-6 所示。

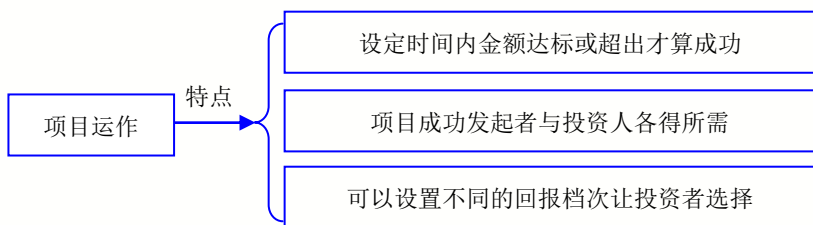


图 1-6 众筹项目运作的主要特点

在众筹项目的运作中，平台资金的管理方式是需要特别注意的，即资金的入账方式，分别是达标入账和当即入账。两者各有优势，但目前行业内是更倾向于达标入账模式。即使有支持者不在乎回报的情况下，当即入账方式还是会让他们有所顾虑。

1.1.5 众筹的构成要素

众筹的构成要素主要有 4 大部分，分别是筹资者、众筹项目、投资者和众筹平台，其关系如图 1-7 所示。

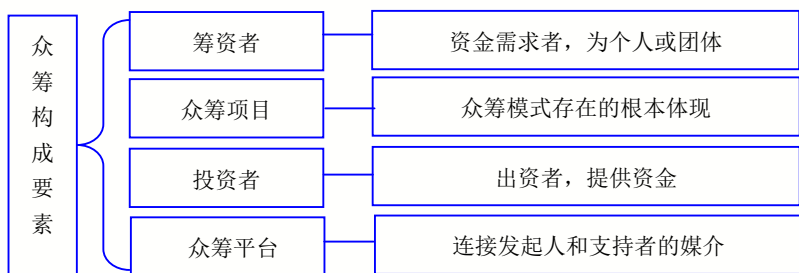


图 1-7 众筹构成要素

筹资者也叫发起者，是众筹过程中的资金需求者。投资者也叫支持者，指对项目感兴趣且有支持能力的人，在众筹过程中为筹资者提供所需资金。而连接发起人和支持者的媒介，就是网络上的众筹平台。

1.2 众筹与传统融资模式的比较

众筹模式的出现，对于互联网金融来说是一种新的融资方式。它的创新性与传统的金融模式是截然不同的。它的出现必然会给互联网领域带来天翻地覆的变化。

众筹与传统金融相比，它可以让普通大众通过众筹模式进行筹资。本节内容主要针对众筹与传统融资模式的比较进行分析，如图 1-8 所示。

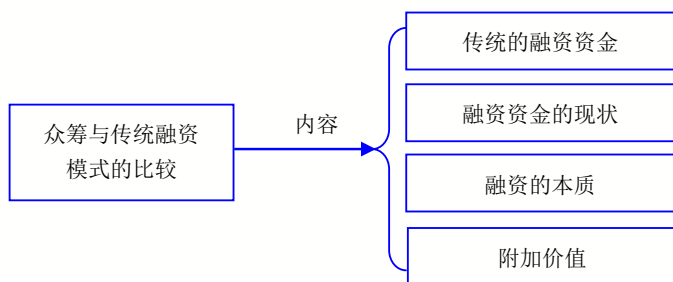


图 1-8 众筹与传统融资模式的比较

1.2.1 传统的融资渠道

传统的融资渠道，如图 1-9 所示。

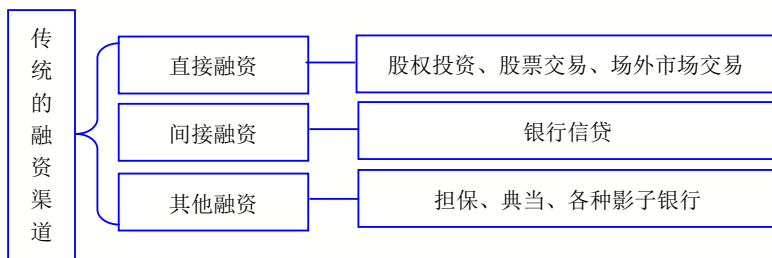


图 1-9 传统的融资渠道

由上可知，传统金融的融资方式较多，相应的规章制度也是日渐完善，渐成体系。但是它的局限性在于对融资成本和门槛都要求较高，对于中小型企业及一腔热血准备创业的年轻人来说无疑是不利的，无法解决他们的资金困难问题。

1.2.2 融资资金的现状

传统融资导致资源错配的问题，使很多资金链出现断裂问题的中小型企业运转困难，更有甚者面临倒闭的风险，而新型的创业者更是举步维艰。加上受 2008 年金融



危机的影响，一种面向大众的融资方式——众筹开始在国内受到追捧，这种舶来品从引进的短短几年后就愈演愈烈。

但对于中国而言，融资体系依然是以银行信贷为主，它决定了我国的制造业和基础设施的相对发达。只是相对于高科技行业、服务业及中小企业的资金供给会弱些。目前银行的信贷投放方向，如图 1-10 所示。

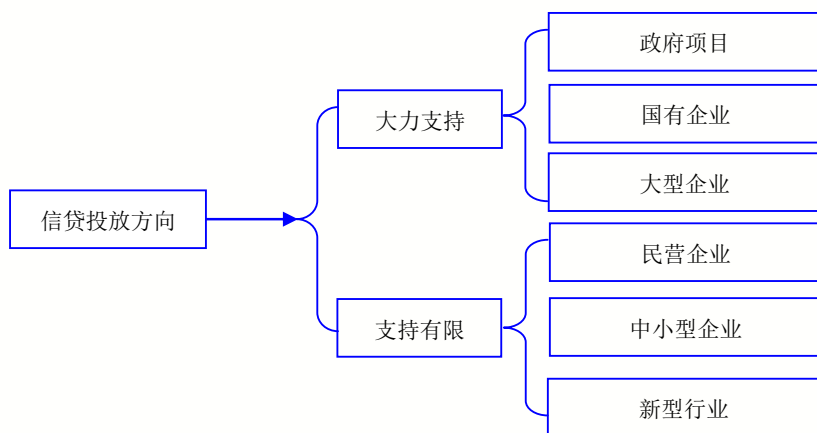


图 1-10 信贷投放的方向

1.2.3 融资的本质

众筹融资模式的出现顺应了互联网的发展需要，它立足于大众，依靠群众的力量去进行筹资，可以说是一种草根级的融资模式，这也是它与其他融资方式的根本区别。

由于此模式的受众都是普通大众，所以他们需要的服务就是简单快捷、方便灵活以及多样化。

众筹模式实质上去掉了传统融资的中间环节，对于提高融资效率和扩大融资范围都起到了良好的作用。如图 1-11 所示，为众筹融资的相关内容。



图 1-11 众筹融资的相关内容

1.2.4 附加价值

不可否认，众筹是最接地气的融资模式。其传播范围广、门槛低、为梦想服务的特点都赋予了它亲民的魅力。在众筹融资中发起者不仅可以获得所需资金，还会得到一定的附加价值，如图 1-12 所示。

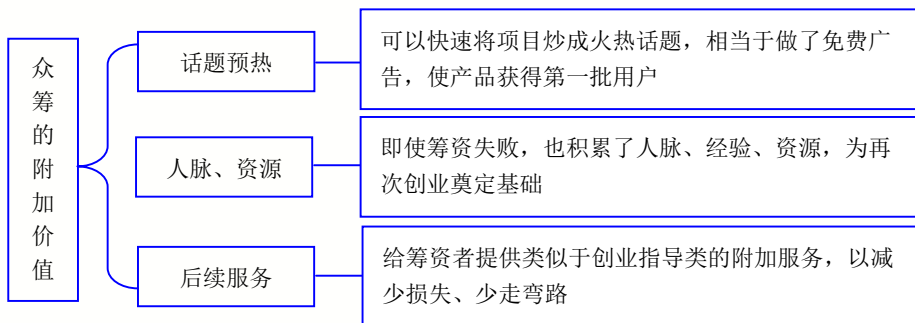


图 1-12 众筹的附加价值

1.3 国内外众筹分析

国内外的众筹环境、众筹特征、众筹条件及众筹在本国的发展都是有差异的。本节内容主要针对国内外众筹情况进行分析。

1.3.1 美国

众筹这个概念始于美国，由于受到大众的认可，所以在世界上迅速传播开来。

在美国，由于市民对于创业的热情和政府的一些支持政策，促进了众筹投资在美国稳定快速的发展。随着创业企业的不断增加，众筹项目也在增加，从而使得众筹的参与者人数随之上升。

股权众筹模式在美国无论是资金还是规模上都胜过其他模式，主要的发行方式有以下 3 种类型，如图 1-13 所示。

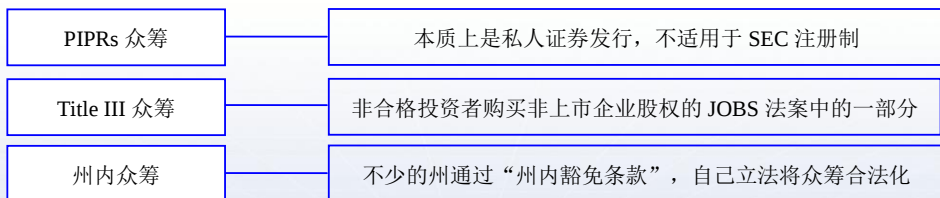


图 1-13 股权众筹模式的发行方式



每种新事物的诞生必然是因为具备了相应的条件，我们都知道美国硅谷所在地旧金山和华尔街总部所在地纽约，是美国的互联网金融中心，具备众筹模式兴起的一切外部条件。

众筹项目的成功需要具备一些条件，如图 1-14 所示。

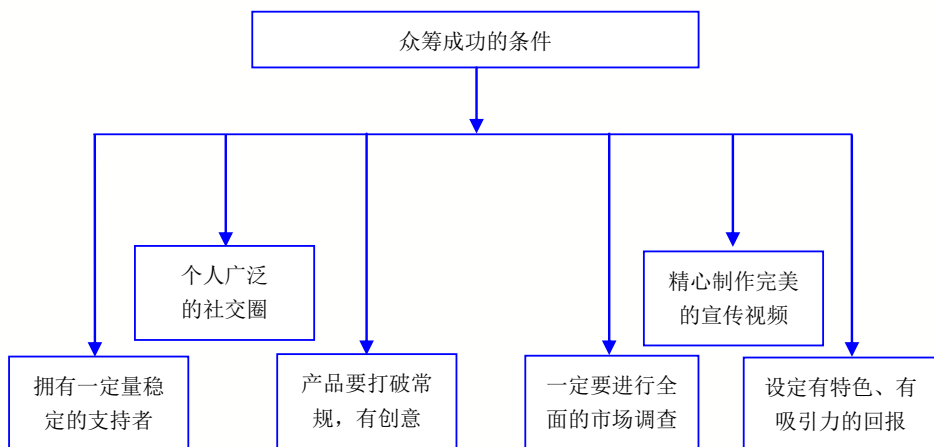


图 1-14 众筹成功的条件

一个众筹项目的成功必然离不开一群坚定的追随者，如果发起人的影响力较大，那么在项目上线的第一时间就会有一群积极响应的人帮你免费宣传，这就是项目成功第一步的表现。

除此之外，成功的项目也离不开产品本身的优越性。对于所有发起者而言，众筹项目一定是要打破常规的，极具创意的产品是很容易受大众青睐的，毕竟大家需要的是创新。

不管是什么产品，在投放市场之前，一定要做足够的市场调研，充分的准备工作是获得产品成功的必要条件。

1.3.2 中国

目前众筹的发展在国内市场中面临着一些挑战，如图 1-15 所示。

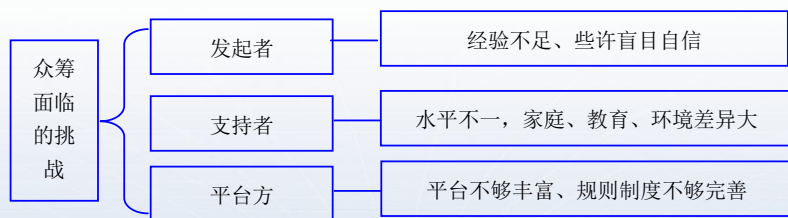


图 1-15 众筹面临的挑战

在国内，由于受社会发展和市场环境的影响，众筹在其发展的过程中有很多方面还需要进行完善，主要方面如图 1-16 所示。

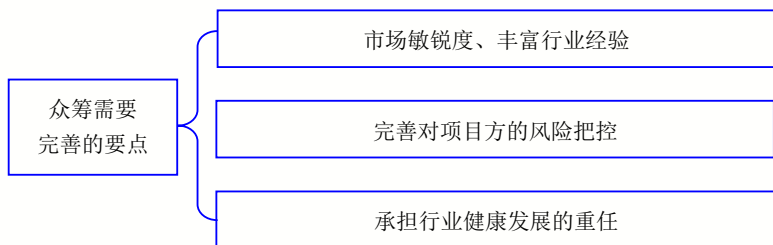


图 1-16 众筹需要完善的要点

众筹模式在中国的发展面临重重挑战，但作为新型金融模式，国内众筹的发展方式和理念与国民进步、经济环境进步、法制法规进步的步调是一致的。不断提升的国民素质、日趋完善的金融市场体系以及社会对创新的包容，都为国内众筹模式的发展提供了强大的宏观环境支撑。

众筹模式在国内的发展市场是不够成熟的，虽发展迅速却还处于初级阶段，因而众筹平台需要有相当的市场敏锐度、丰富的行业经验，能够对不同领域的项目进行筛选调查。

• 专家提醒

所有的项目的投放都会伴随着风险，对于众筹项目来说，众筹平台本身相关的规则制度还有待健全，所以更要做好风险把控。

1.3.3 中美比较

众筹模式既然是一种舶来品，那么与其在美国的“前身”之间必然存在一定的异同性。目前在中国被大家所熟知的众筹平台主要有众筹网、淘宝众筹、京东众筹等。在这几个平台上都有过比较成功且影响广泛的项目。

首先我们先从平台来对中美众筹进行比较，了解它们在某些运营环节上存在的差异。这些差异分别是投资者审核环节、投资者人数和投资金额限制、“领投+跟投”模式、资金流转环节、投资者冷静期设置。图 1-17 所示为投资者的审核环节。

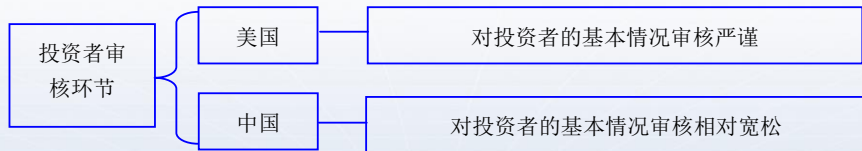


图 1-17 投资者审核环节



在美国 4 大众筹平台中，网站对不同国家的投资者的年龄、信用卡、住所有要求，强调“风险自负”。而在中国整体上要求不严，对投资者没有额外审核。如图 1-18 所示，为中美人数与金额的限制。

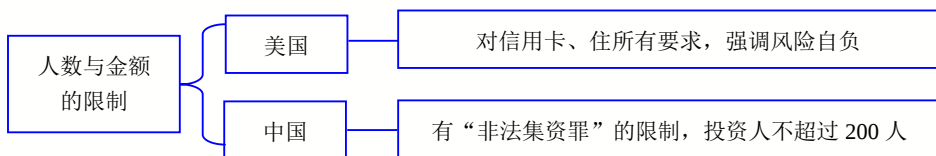


图 1-18 中美人数与金额的限制

对于众筹中领投+跟投模式，美国与中国有着一定的差异，如图 1-19 所示。

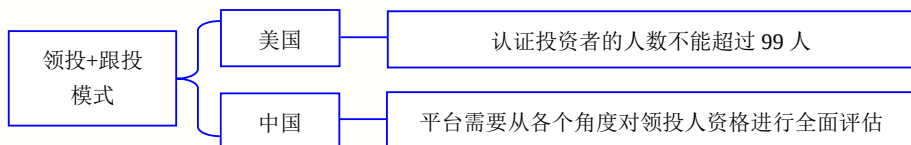


图 1-19 领头+跟投模式

在中国，天使汇与大家投采用相同的模式，通过领投人的经验降低投资中可能出现的风险，同时通过跟投人将部分收益转让给领投人，从而让领投人更愿意分享其经验。

在美国，资金的流转以银行或第三方平台为载体，众筹平台本身只是个中介机构。在中国，天使汇与创投圈等股权平台采用基本一致的模式。平台不经手资金，但大家投平台上存在资金流的二次流转问题，如图 1-20 所示。

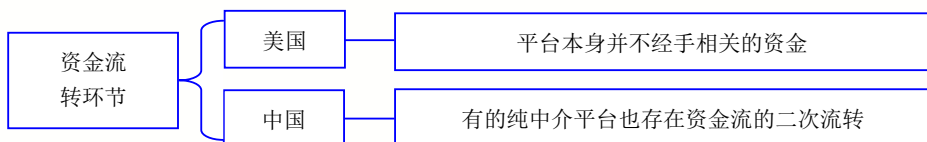


图 1-20 资金流转环节

在美国的 WeFunder 平台上规定了投资者有 7 天“冷静期”。在总的投资金额达到筹资者数额后的 7 天之内，投资者都可以要求资金返还。在中国，由于大部分资金的流转都是在线下进行的，并不存在这种“冷静期”设置，如图 1-21 所示。

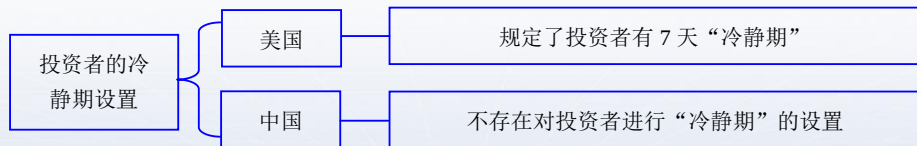


图 1-21 投资者的“冷静期”设置

在中国的金融行业里，由于缺乏强有力的监管，出现了很多跑路的公司。在这个争着做大做强经济文化背景下，我们更要保持清醒的头脑，毕竟我们不清楚这个行业水有多深，所以必须要保持谨慎。

通过这些对比，我们会发现中美众筹在很多方面还是存在差异的，同时，这些差异影响着它们不同的发展前景。

除此之外，中美众筹在其他方面也存在差别，具体内容如图 1-22 所示。

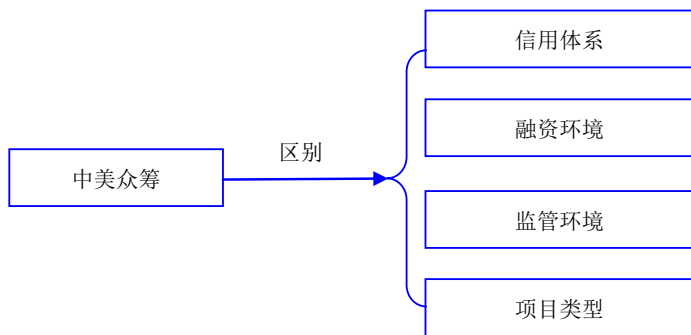


图 1-22 中美众筹的区别

1.4 众筹平台

众筹平台换句话说就是众筹模式的载体，本节将对国内外影响力较大的众筹平台种类进行介绍，如图 1-23 所示。

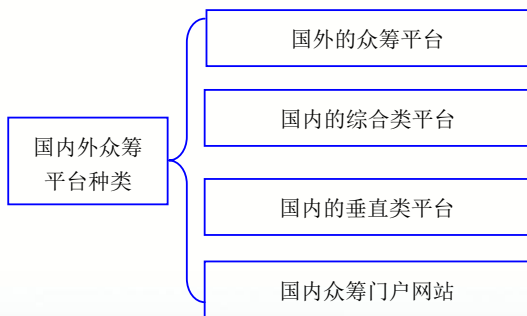


图 1-23 国内外影响力较大的众筹平台种类

1.4.1 国外众筹平台

在前面的内容中，本书已经对多种类型的众筹有所提及，但是还没有对众筹平台做一个系统的整体介绍，尤其是综合众筹平台与垂直众筹平台这两大类型各具特色。



在这一节中将主要针对国外的一部分众筹平台进行详解，如图 1-24 所示。



图 1-24 国外几大众筹平台

Kickstarter 众筹平台在美国成立于 2009 年 4 月，主要是为具有创意的方案提供服务平台。

它致力于鼓励创新性、创造性、创意性的活动，在全球具有广泛的影响力。通过相关的平台可以面向公众群体筹集小额资金，让那些有梦想，想创业的人有可能获得他们所需要的资金。在这个平台上多个行业都曾取得了成功，最成功的三个行业分析如图 1-25 所示。

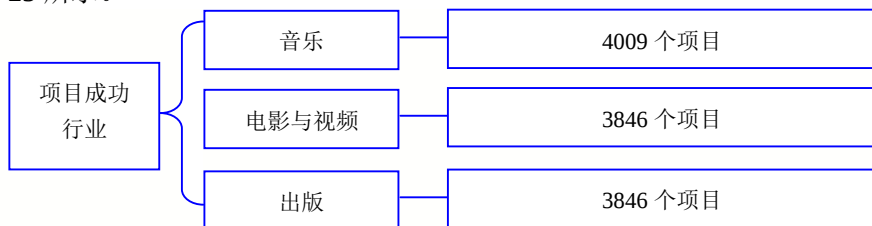


图 1-25 项目成功行业

曾有学者对 Kickstarter 平台的成功模式进行分析，分析的内容主要有 3 个方面，如图 1-26 所示。



图 1-26 Kickstarter 平台的成功模式

为了提高成功率，众筹项目在 **Kickstarter** 上发布之前，一定会经过全方位的评估、审核和筛选，进行严格的质量把控。

网站为每一位创业者提供了全方位的筹资方案，从设计理念到视频设计再到创意阐述，面面俱到。

另外，目前美国的第二大众筹平台 **IndieGoGo**，作为一个影响力广泛的众筹平台，它有两个方面的特色是其他的众筹平台所比不上的，如图 1-27 所示。

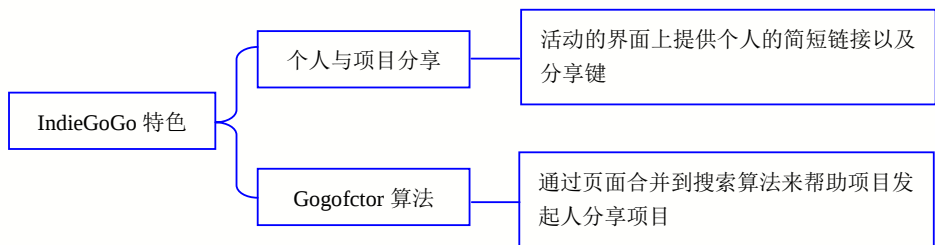


图 1-27 IndieGoGo 的特色

1.4.2 国内综合类平台

在国内，众筹平台的模式主要分为综合类众筹平台与垂直类众筹平台两种类型。在具体的运作中，两者都有成功发展的平台，在国内综合类众筹中较有影响力的几个平台，如图 1-28 所示。

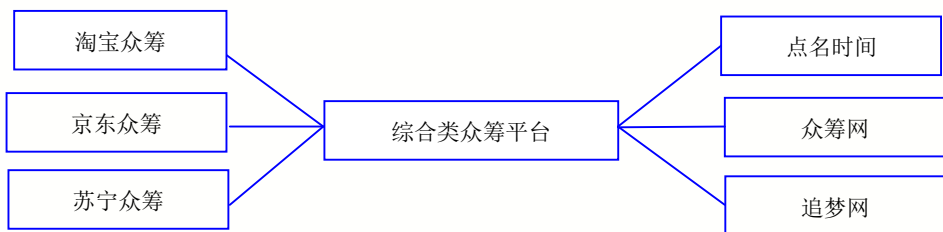


图 1-28 综合类众筹平台

美国有 **Kickstarter**，中国有点名时间，它们在本国的影响力相当。

点名时间于 2011 年 7 月上线时，就意味着众筹模式正式进入中国。作为中国早期的众筹平台之一，很多项目在这个平台上取得了成功并且产生了深远的影响，如图 1-29 所示。

2013 年 2 月，众筹网正式上线，平台涵盖科技、音乐、影视、出版等多个领域，它在国内有较大的影响力。众筹网的众筹模式主要分为奖励众筹和公益众筹两种，许多项目在此取得了成功且产生了广泛的影响，如图 1-30 所示。

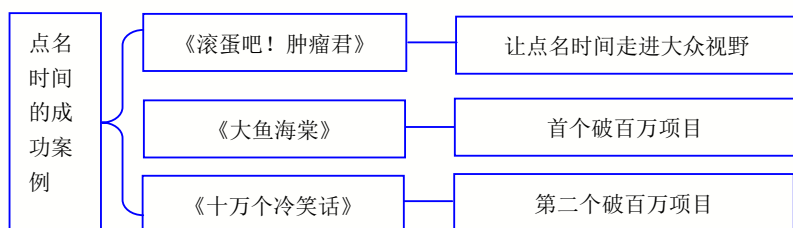


图 1-29 点名时间的成功案例



图 1-30 众筹网的成功案例

1.4.3 国内垂直类平台

与综合类众筹平台相比，垂直类众筹平台在数量上要略胜一筹，只是在质量与筹资金额上相对弱于综合类众筹平台，所以在整个众筹行业中占据的份额较少。

2014 年 1 月 1 日于上海正式成立的梦立方，是专注于时尚生活体验的众筹平台。同年 3 月上线的尝鲜众筹网，是专注于现代农业领域的众筹平台。

尝鲜网是东方集团旗下的众筹平台网站，为农业项目的创业发起人提供募资、投资、孵化、运营等各方面的一站式服务。

垂直类众筹平台的发展水平不一，其中较有影响力的有以下 5 个平台，如图 1-31 所示。

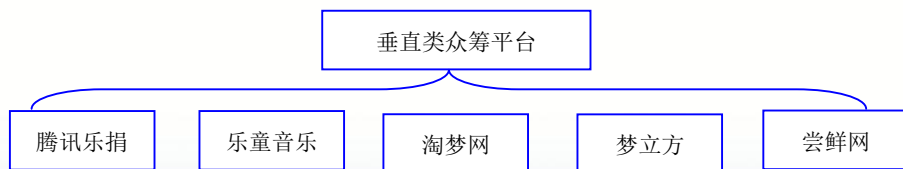


图 1-31 垂直类众筹平台

1. 腾讯乐捐

腾讯乐捐是腾讯基金会推出的针对公益项目众筹的一个自主发布平台，平台对发起人的条件要求相对宽松，但为了确保公益理念不变味，所以对项目的上线设定了严格的审核机制。

2015 年，由腾讯乐捐推出的公益活动——“99 公益日”，是第一个腾讯乐捐公益日的长久项目。此次活动主题为“一起爱”，调动了全国的有爱之士参与公益项目中。

在这个项目中，还有参与宣传的明星，如图 1-32 所示。



图 1-32 参与“99 公益日”的明星

明星所带来的公益效果是显著的，根据腾讯官方数据显示，截至 9 月底，此筹资总额已经超过 1.3 亿。

2. 乐童音乐

乐童音乐是音乐类垂直众筹网站的代表平台。对于发布的项目有 3 个要求，如图 1-33 所示。

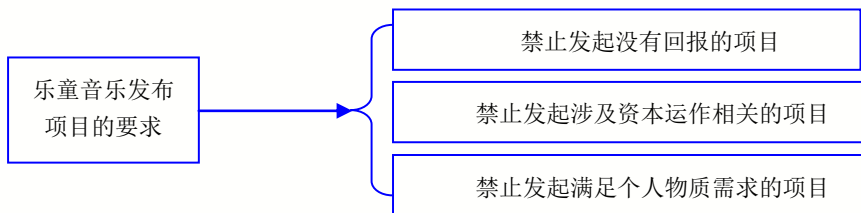


图 1-33 乐童音乐发布项目的要求

乐童音乐除了 3 个禁止要求之外，还有两种筹资模式，如图 1-34 所示。



图 1-34 乐童音乐筹资模式



1.4.4 国内众筹门户网站

在众筹的发展中，众筹门户网站的作用不容小觑，它往往是大众最先接触众筹领域的一扇大门。目前国内的众筹门户网站主要有 3 个，如图 1-35 所示。

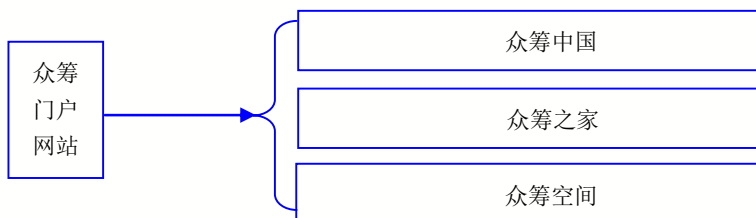


图 1-35 众筹门户网站

1. 众筹中国

从目前的情况来看，众筹中国是影响力较大的一个门户网站。网站关注产品众筹、股权众筹与债权众筹等的最新动态。作为门户网站，主要对以下 8 个方面进行汇总，如图 1-36 所示。

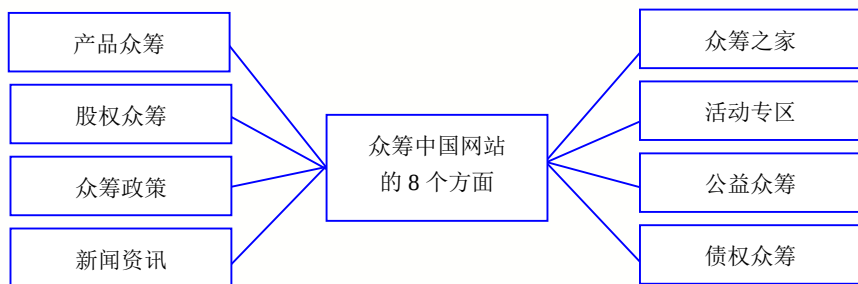


图 1-36 众筹中国网站的 8 个方面

在这个门户网站上会显示其他众筹网站上的优秀项目，浏览者可以选择自己喜欢的项目进行支持，从某种意义上来说这也是对众筹平台的一种额外宣传。

2. 众筹之家

于 2014 年 7 月正式上线的众筹之家，其定位是国内股权众筹门户。它的网站构成与特色，如图 1-37 所示。

截至 2016 年 4 月，众筹之家门户网站共注册用户 14 万。

3. 众筹空间

相对于前两个众筹门户网站来说，众筹空间的影响力是相对较弱的。它的网站界面主要分为 5 大板块，分别是资讯、P2P、项目、导航和论坛。

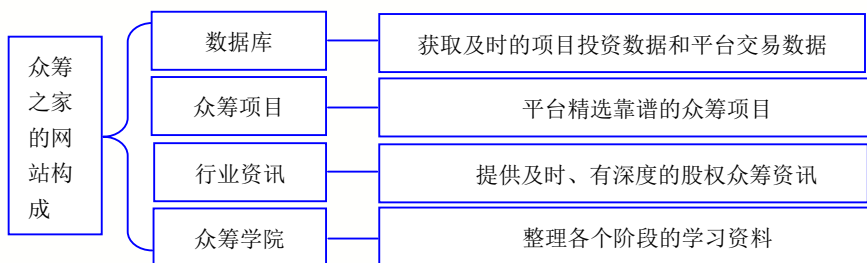


图 1-37 众筹之家的网站构成

1.5 众筹技巧

在众筹实战中，相信所有发起者的目标都希望众筹项目能够成功，但一直以来国内的众筹项目的通过率普遍偏低。

本节将针对众筹项目相关的技巧进行分析，从多个角度去探究一个成功的项目究竟需要注意哪些问题。

众筹的技巧主要有 5 个方面，如图 1-38 所示。如果你对每一个技巧都去探索深究，对每一个技巧都运用自如，相信就离成功更近一步。

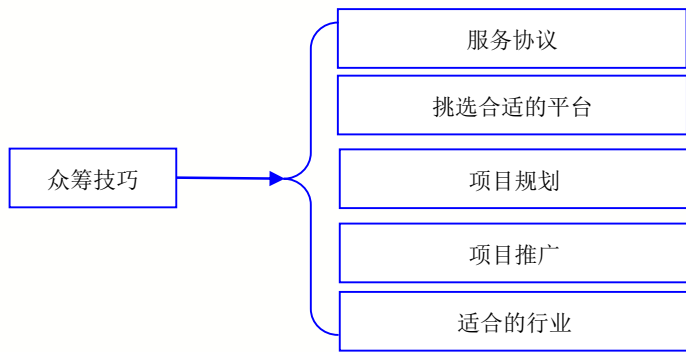


图 1-38 众筹技巧

1.5.1 服务协议

在国内众多的众筹平台中，各个平台的要求都是不尽相同的。对于服务协议来说，不同网站有不同的名称。例如，在众筹网中称项目发起协议，在京东称众筹服务协议。虽然称呼不一，但几乎所有的服务协议都包含以下 3 大内容，如图 1-39 所示。

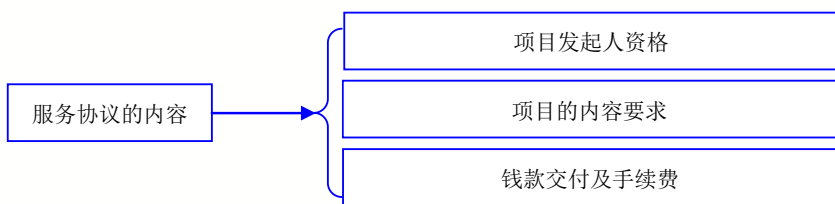


图 1-39 服务协议的内容

众筹平台对发起人的第一个要求就是必须是平台的注册用户，同时对注册时的一些要求协议必须理解并许可。

不同众筹平台对平台所在的领域一般会有不同的要求，项目发起人的资格也细分为多个细节要求，这些要求在不同的众筹平台上有着不同的体现。

从众筹的整体要求而言，项目发起人的资格主要还是集中于 4 个方面，如图 1-40 所示。

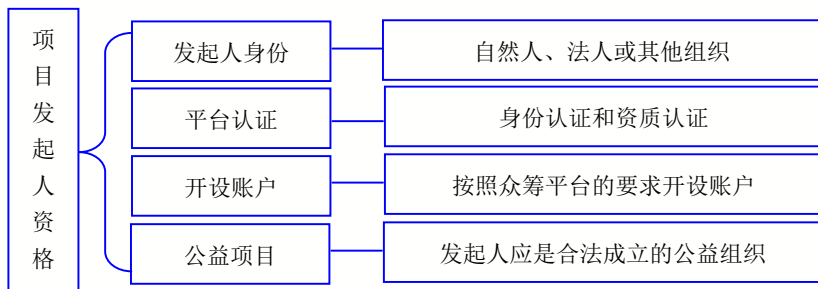


图 1-40 项目发起人资格

另外，众筹平台将根据发起者申请的项目类型不同，对发起人需要满足的其他资格进行限定和要求。

由于众筹项目的内容受相关法律法规的制约及需要符合大部分众筹平台本身的要求，所以在实际操作中对众筹项目的内容都会有严格的审核。有 3 大类项目是被绝对禁止的，如图 1-41 所示。

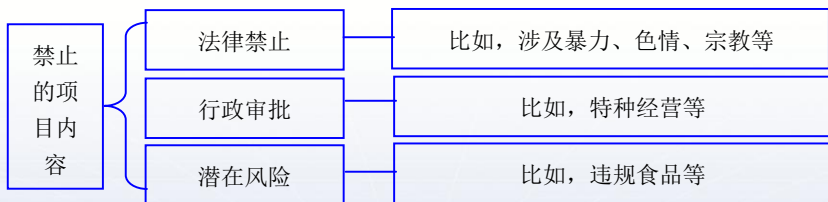


图 1-41 禁止的项目内容

需要特别注意的是，若项目仍在募集期间，发起人不能在其他平台进行销售或发起众筹，否则将对此违约行为进行处罚。这也是为了确保众筹项目的吸引力，同时保障独特性。

• 专家提醒



相对于国外的众筹平台，国内的网站手续收费率较低，且有一部分众筹平台为了吸引项目采取永久免费的方式。在众筹平台的服务协议中，对钱款交付及手续费方面的限制本书不做介绍。

1.5.2 挑选适合的平台

优质靠谱的项目是投资成功必不可少的因素，而平台的选择有时也会直接决定项目的成败。对于初入众筹行业的新手来说，即使你的项目吸引力十足，但若在一个影响力很差的众筹平台上，毫无疑问你的项目成功率将小之又小。

通常而言，众筹项目发起者想要选到最适合的众筹平台，可从以下 4 个方面考虑，如图 1-42 所示。

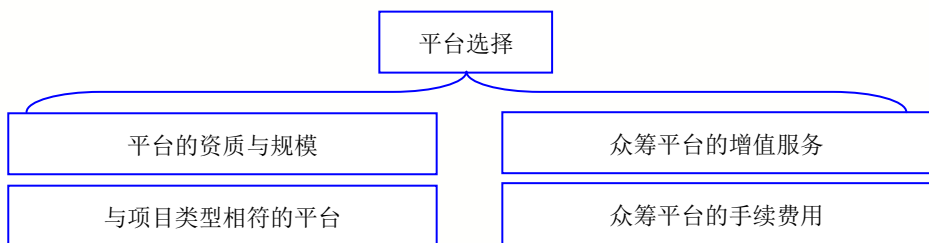


图 1-42 平台选择

1.5.3 项目规划

先谋而后动，方有百战百胜的可能。战争如此，个人目标也同样适用。若没有前期的谋划准备，没有整体规划，项目在中后期就会很难进行下去。

做任何项目，前期的规划设计都是至关重要的。规划一个自己的众筹项目，需要注意以下 6 个方面，如图 1-43 所示。

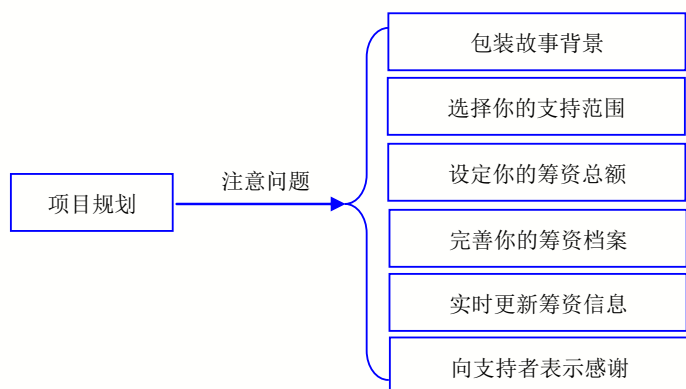


图 1-43 项目规划应该注意的问题

1.5.4 项目推广

在我们迎来机遇的同时也意味着我们将面临挑战，众筹模式对我们来说即是如此，当我们在平台上发布项目之后并不代表我们就可以高枕无忧，若不进行后期的推广，项目很有可能在前期就停滞不前。

我们处于信息爆炸的时代，各种各样的媒介工具为我们的推广带来了便利，丰富了我们的推广方式。众筹项目的推广方式主要有 7 个方面，如图 1-44 所示。

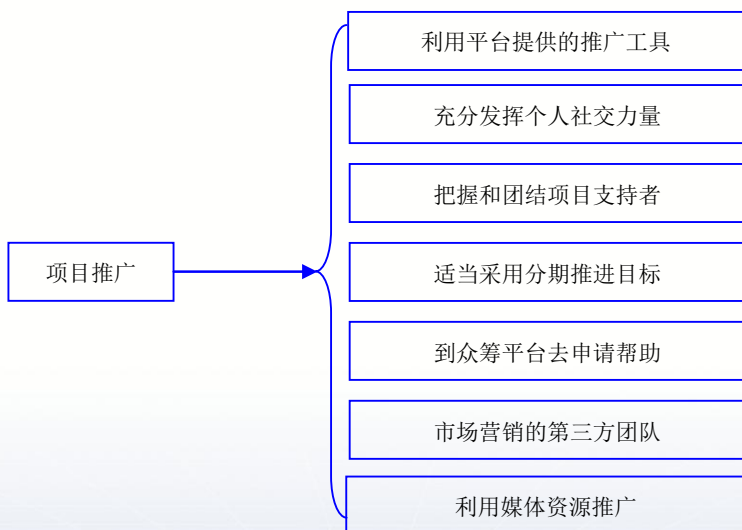


图 1-44 众筹项目推广的 7 个方式

1.5.5 适合的行业

从目前众筹行业的发展趋势来看，众筹在部分行业中的影响力逐渐扩大，在未来的市场发展中，众筹模式将更加青睐以下 6 个行业，如图 1-45 所示。

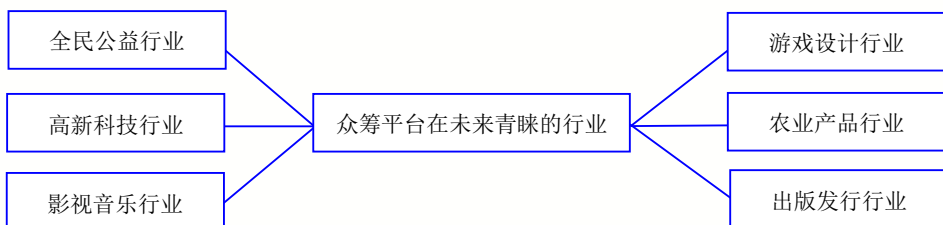


图 1-45 众筹平台在未来青睐的行业