

中国众筹行业发展研究

China Crowdfunding Industry
Development Research

袁毅 陈亮 著

2017



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

中国众筹行业发展研究

China Crowdfunding Industry
Development Research

袁毅 陈亮 著

2@17



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

内容提要

众筹作为互联网金融的重要组成部分,近年来在国内外迅速发展。本书系统概述了众筹的涵义、演变、作用、意义、各类众筹形态的特征、政策及法律规范。同时,本书采集和跟踪了中国众筹平台的运营数据,全面立体地展示了中国众筹行业及平台的运营现状,在宏观上揭示了众筹行业的新业态、新模式、新形势及新机遇,在微观上反映了具体众筹平台的运营特点、风控手段、发展规模及行业所处的位置。还对众筹所涉及的细分市场(如影视、科技、农业等)的行业现状及众筹平台运营现状进行了研究。

本书面向的读者是融资人、投资人、创业者、众筹平台运营商、政府相关管理部门、众筹爱好者以及有志于了解众筹这一新事物的人群。

图书在版编目(CIP)数据

中国众筹行业发展研究. 2017 / 袁毅,陈亮著. —上海:上海交通大学出版社,2017

ISBN 978-7-313-17181-8

I. ①中… II. ①袁… ②陈… III. ①融资模式-研究报告-中国-2017 IV. ①F832.48

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 139020 号

中国众筹行业发展研究 2017

著 者: 袁 毅 陈 亮

出版发行: 上海交通大学出版社

邮政编码: 200030

出 版 人: 郑益慧

印 刷: 上海春秋印刷厂

开 本: 710mm×1000mm 1/16

字 数: 417 千字

版 次: 2017 年 7 月第 1 版

书 号: ISBN 978-7-313-17181-8/F

定 价: 88.00 元

地 址: 上海市番禺路 951 号

电 话: 021-64071208

经 销: 全国新华书店

印 张: 25.25

印 次: 2017 年 7 月第 1 次印刷

版权所有 侵权必究

告 读 者: 如发现本书有印装质量问题请与印刷厂质量科联系

联系电话: 021-33854186

《中国众筹行业发展研究》

课题组

组长 徐 来 曾行兰

成员 孙智冉 张 飞 刘鸿斌 赵 予 沈一力 刘 辉
杨成明 曾佳雯 胡安慈 何韵秋 吴珊羽 余 梁
姚 舜 徐 丹 郑高美媛 刘新辉

顾问 陈 跃 杨 东

序

中国众筹已有六年的发展历史。短短六年的时间里，中国众筹平台已逾 500 家，平台类型也囊括了产品众筹、互联网非公开股权融资、公益众筹、收益权众筹、物权众筹等多种形式。众筹已逐步发展成为互联网金融的重要组成部分，对于促进中国创新创业和传统企业转型升级、传统企业家的二次创业，正在发挥越来越重要的作用。

众筹的发展离不开政府的重视和支持。证监会、国务院等部门出台了多项支持、规范和促进众筹的征求意见稿及相关政策，2016 年证监会的五大工作重点中的第四点就提到了股权众筹，文中提出要稳步推进股权众筹试点工作。党中央五中全会中明确了要大力发展众筹，并且把众筹和天使投资、产业投资、新三板、创业板等形成闭环的体系。2017 年众筹行业翘首以盼的股权众筹合法性地位等重要政策法规有望逐步出台，将会进一步促进众筹的发展。

众筹家作为众筹行业知名的第三方门户网站，以提供行业资讯、发布行业数据和报告、服务于投资人和众筹平台为己任，为行业发展起到了推动作用。继出版了《中国众筹行业发展报告 2016》以后，众筹家此次撰写的《中国众筹行业发展研究 2017》，则在对行业理解和数据分析解读上，又上一个新的台阶。

全书集理论、实践及数据于一体，清楚地展示了国内外众筹理论研究的概况，剖析了国内外不同的众筹类型及其特征；以具体案例说明了众筹的参与主体、参与客体、众筹流程及存在的风险及机会。该书基于行业全平台的数据，对影视、科技、农业等细分市场的众筹情况进行了详细的数据分析；对近年来的主要政策及近期重要事件进行了披露；报告了当前行业存在的主要问题和发展趋势。本书是一本理论与实践并重的内容全面的图书，无论对于众筹研究者、平台运营商、相关管理者，还是希望了解众筹的普通读者，都是一本有价值的参考书。

众筹思维正在重构传统的商业体系，未来十年里，中国将成为全世界最大的众筹市场，它将为中国经济体制转型升级提供新的动力。

杨东

中国人民大学法学院教授、副院长

前言

《中国众筹行业发展研究 2017》是众筹家基于行业数据和大量的平台调研所撰写的研究成果,是继《中国众筹行业发展报告 2016》之后,推出的系列白皮书之二,旨在展现众筹行业最新的发展现状及问题。

众筹家是《理财周刊》旗下的众筹行业门户网站,依托传统金融和大型国资的背景、互联网技术和大数据挖掘技术,迅速发展成行业最具影响力的第三方品牌,业务涵盖众筹资讯、数据研究、行业评级、众筹咨询、技术服务、众筹项目评价、众筹社群等多个版块。2016 年成为万得(Wind)资讯的数据供应商,并与华东师范大学、外滩征信等多家机构建立了合作伙伴关系。

《中国众筹行业发展研究 2017》一书最大的特点是以读者为中心。本书的目标读者是普通读者、创业者、投资人、众筹平台运营商、政府相关管理部门和金融研究者。

普通读者:众筹教育和监管是众筹行业发展的两大核心问题。余额宝帮助网贷 P2P 完成了用户教育,行业由此得到迅速发展。而众筹行业的 CEO 们一直在强调用户教育,甚至几家大平台免费开办课程,却收效甚微,导致众筹行业仍是很小的圈子。本书从众筹的概念、流程入手,教会普通读者如何众筹,众筹可能给人生带来怎样的影响和帮助。本书既是众筹入门书,同时又是众筹进阶书。我们期望通过每年一本的《中国众筹行业发展研究》,扩大众筹参与者基数,实现行业规模的扩张。

创业者:众筹帮助的是早期创业者项目、传统企业转型升级、传统企业家的二次创业项目。我国正处于创新和转型的关键时期,大量的创业者有融资需求,而传统银行很难为创业企业及小微企业融资,这是海量的市场和需求,本书帮助创业者学会如何筹钱、筹人、筹智和筹资源。

投资人:众筹使普通人也能像专业投资人一样,进行股权投资及风险投资,获取更大的收益。本书将告诉投资人如何投资、如何选择众筹平台和选择优质项目,如何规避风险。

平台运营商:众筹需要在专业的众筹平台上完成,平台运营商需要了解行业,需

要了解同行的商业模式、运营状况及动态信息,需要听取行业专家的意见,需要关注政府监管部门的政策导向。本书基于大量的数据、排名和对比,展示各平台的情况,并从时间维度展示政策的演变及动向。

政府监管部门管理者:众筹作为新生事物,很多问题处于法律的真空地带,政府管理部门亟需了解众筹行业发展现状和问题,特别是需要了解各种众筹可能带来的社会风险。如何在促进和规范两方面找到平衡点,一直是监管部门所关心的。本书站在第三方立场上,披露行业数据及真相,对于监管部门政策的制订及相关决策具有一定的意义。

金融研究者:学术研究一般领先于实践,通过理论研究促进实践发展。但是,在众筹领域,学术研究严重滞后于实践的发展,众筹平台整体是凭着经验在摸索中前行,不可避免地走了更多的弯路。期望本书引起金融或相关领域学者的关注,吸引更多的学者参与行业研究,包括从法理、学理上研究政策规制,从技术上研究解决方案,从管理上创新等。通过高校、政府和企业的三方协作,共同促进行业有序健康发展。

本书得到上海现代服务业联合会众筹服务专业委员会的大力支持;在实地调研及数据审核时得到多家平台的配合,多位创始人和 CEO 贡献了很有价值的思想;本书出版过程中,上海交通大学出版社的提文静等编辑给予了热情帮助和认真修改;杨东教授和徐丹律师提供了相关法律和政策的指导;本书也参考引用了诸多媒体报道的公开案例、数据和文献,在此对上述各机构、个人和参与编写的作者一并表示真诚的感谢!

陈亮

众筹家 CEO

目 录

第 1 章 众筹行业概况	001
1.1 众筹的概念及作用	001
1.1.1 众筹的概念	001
1.1.2 众筹的作用	003
1.2 各类众筹的特征、风险及流程	005
1.2.1 权益型众筹	006
1.2.2 股权型众筹	008
1.2.3 公益型众筹	015
1.2.4 收益权众筹	019
1.2.5 物权型众筹	023
1.2.6 债权型众筹	023
1.2.7 众筹可能触及的刑事犯罪	024
1.3 全球众筹发展概况	026
1.3.1 2015 年全球众筹统计数据	026
1.3.2 美国众筹行业概况	028
1.4 中国众筹行业面临的问题	029
1.5 中国众筹行业特点及发展趋势	032
1.6 2016 年中国众筹行业十大事件	036
第 2 章 行业宏观数据统计	040
2.1 采集对象及研究方法	040
2.1.1 采集对象	040
2.1.2 研究方法	041
2.2 众筹平台统计分析	041
2.2.1 众筹平台上线时间分布	041

2.2.2 众筹平台类型分布	042
2.2.3 众筹平台地域分布	043
2.3 众筹项目统计分析	044
2.3.1 众筹项目类型分布	045
2.3.2 众筹项目行业分布	047
2.3.3 各地众筹平台的成功项目总量	048
2.3.4 各地众筹平台的实际融资额总量	049
第3章 权益型众筹	051
3.1 权益众筹发展现状	051
3.2 权益众筹数据分析	054
3.2.1 权益众筹平台上线时间分布	054
3.2.2 权益众筹平台地域分布	055
3.2.3 权益众筹市场规模占众筹行业总规模比例	055
3.2.4 权益众筹 2016 年市场规模占权益众筹总规模比例	058
3.2.5 权益众筹成功项目各指标区间分布	060
3.2.6 权益众筹项目分类统计	063
3.2.7 权益众筹融资规模分布	066
3.2.8 权益众筹典型项目分析	069
3.3 典型平台案例解析——京东众筹	071
3.3.1 平台概况	071
3.3.2 项目发起流程	072
3.3.3 典型项目盘点	074
3.3.4 回顾与总结	075
3.4 国内外权益众筹比较	076
3.5 权益众筹的主要风险	078
3.5.1 政策风险	078
3.5.2 项目方道德风险	078
3.5.3 平台道德风险	078
3.5.4 产品质量风险	079

3.5.5 售后维权风险	079
3.6 权益众筹的模式探索及发展趋势	080
第4章 股权型众筹	083
4.1 股权型众筹发展现状	083
4.2 股权型众筹数据分析	084
4.2.1 股权型众筹平台上线时间分布	085
4.2.2 股权型众筹平台地域分布	086
4.2.3 股权型众筹市场规模占众筹行业总规模比例	086
4.2.4 股权型众筹 2016 年市场规模占股权型众筹总规模比例	088
4.2.5 股权型众筹成功项目各指标区间分布	091
4.2.6 股权型众筹项目分类统计	092
4.2.7 股权型众筹典型平台和项目	094
4.3 典型平台案例解析	096
4.3.1 众投邦	096
4.3.2 投壶网	100
4.3.3 蚂蚁天使	107
4.3.4 牛投网	110
4.4 中美股权型众筹比较	113
4.4.1 监管体系不同	113
4.4.2 融资环境不同	114
4.4.3 信用体系不同	115
4.5 股权型众筹的主要风险	115
4.5.1 股权持有方式的风险	115
4.5.2 项目方风险	117
4.5.3 项目本身风险	118
4.5.4 平台方风险	118
4.5.5 投资人风险	119
4.5.6 退出变现风险	119
4.6 股权型众筹的模式探讨及发展趋势	120

第5章 物权型众筹	123
5.1 物权众筹产生的背景	123
5.2 房产众筹模式及发展现状	127
5.2.1 房地产众筹主要模式	127
5.2.2 房地产众筹发展现状	129
5.3 汽车众筹模式及发展现状	132
5.3.1 汽车众筹主要模式	132
5.3.2 二手车众筹行业数据分析	134
5.4 汽车众筹风险及识别	142
5.4.1 汽车众筹的主要风险	142
5.4.2 汽车众筹风险识别	143
5.5 汽车众筹的风险控制解决方案——存管付	145
5.5.1 第三方支付资金管理的风险	145
5.5.2 基于银行存管的汽车众筹存管付	149
第6章 公益型众筹	153
6.1 公益众筹发展现状	153
6.2 公益众筹数据分析	154
6.2.1 数据说明	154
6.2.2 数据统计	154
6.3 典型平台案例解析	157
6.3.1 腾讯乐捐	157
6.3.2 轻松筹	159
6.4 国内外公益众筹比较	160
6.5 公益众筹的主要风险	162
6.6 公益众筹的模式探索及发展趋势	164
第7章 众筹主要细分市场发展现状	167
7.1 实体店铺众筹	167
7.1.1 我国实体店铺市场概况	167

7.1.2 实体店铺众筹产生的背景	168
7.1.3 实体店铺众筹的特点及优势	170
7.1.4 实体店铺众筹的回报模式和退出机制	171
7.1.5 实体店铺众筹数据分析	172
7.1.6 典型平台案例解析	179
7.1.7 实体店铺众筹的机会和风险	191
7.1.8 小结	192
7.2 农业众筹	193
7.2.1 我国农业市场概况	193
7.2.2 农业众筹产生的背景	194
7.2.3 农业众筹的特点及优势	195
7.2.4 农业众筹回报模式	197
7.2.5 农业众筹数据分析	198
7.2.6 典型平台案例解析——点筹网	201
7.2.7 国外典型平台及项目	204
7.2.8 农业众筹存在的风险及问题	209
7.2.9 我国农业众筹发展的建议	210
7.3 影视众筹	212
7.3.1 我国影视文化市场概况	212
7.3.2 影视众筹产生的背景	214
7.3.3 影视众筹特点探究	216
7.3.4 影视众筹回报模式	218
7.3.5 影视众筹数据分析	221
7.3.6 典型平台案例解析	229
7.3.7 国外典型平台及项目	233
7.3.8 影视众筹存在的风险	237
7.3.9 小结	240
7.4 旅游众筹	241
7.4.1 我国旅游市场概况	241
7.4.2 旅游众筹产生的背景	244

7.4.3	旅游众筹类型分布	245
7.4.4	旅游众筹数据分析	250
7.4.5	典型平台案例解析——开始吧	255
7.4.6	旅游众筹存在的风险	261
7.4.7	小结	262
7.5	科技众筹	263
7.5.1	我国科技市场概况	263
7.5.2	科技众筹产生的背景	264
7.5.3	科技众筹的特点及优势	265
7.5.4	科技众筹回报模式	266
7.5.5	科技众筹数据分析	266
7.5.6	科技众筹存在的风险及问题	270
7.5.7	科技众筹发展趋势	272
7.6	音乐众筹	273
7.6.1	我国音乐文化市场概况	273
7.6.2	音乐众筹产生的背景	274
7.6.3	音乐众筹的特点及优势	275
7.6.4	音乐众筹模式及回报模式	277
7.6.5	音乐众筹数据分析	279
7.6.6	典型平台及项目解析	284
7.6.7	音乐众筹存在的风险及问题	287
7.6.8	小结	288
7.7	出版众筹	289
7.7.1	出版众筹产生的背景	289
7.7.2	出版众筹的运作方式	290
7.7.3	出版众筹回报模式	293
7.7.4	出版众筹数据分析	294
7.7.5	典型平台及项目解析	297
7.7.6	中美出版众筹的差异	300
7.7.7	出版众筹存在的风险	300

7.7.8 小结	301
7.8 游戏众筹	302
7.8.1 我国游戏文化市场概况	302
7.8.2 游戏众筹产生的背景	303
7.8.3 游戏众筹的特点及优势	304
7.8.4 游戏众筹模式及回报模式	306
7.8.5 游戏众筹数据分析	307
7.8.6 典型平台及项目解析	313
7.8.7 游戏众筹存在的风险及问题	315
7.8.8 小结	318
第8章 众筹与金融科技	319
8.1 金融科技及相关概念	319
8.1.1 金融科技的概念	319
8.1.2 金融科技相关概念	320
8.2 金融科技的主要商业模式	321
8.2.1 技术端的金融科技模式	321
8.2.2 资金端的金融科技模式	324
8.2.3 资产端的金融科技模式	326
8.3 金融科技对众筹业务的影响	327
8.3.1 第三方征信	328
8.3.2 区块链	330
8.3.3 智能投顾	333
第9章 众筹与项目评价	334
9.1 项目评价的理论及方法	334
9.1.1 项目评价的发展历程	334
9.1.2 项目评价的指标体系及方法	335
9.2 众筹项目评价模式	338
9.2.1 众筹项目评价特点	338

9.2.2 众筹家——基于机器学习的“尽评”投资决策系统	339
9.2.3 CrowdRating——英国股权众筹项目评价网站	341
9.2.4 变革家——以专家点评为主要的项目评价	344
9.2.5 京北众筹——众筹平台筛选项目的评价体系	346
9.2.6 众募之家等——基于大众点评的众筹项目评价模式	346
9.3 众筹平台的评估及选择	348
第 10 章 众筹政策的演进	351
10.1 国外政策法规概述	351
10.2 国内政策法规概述	358
行业观点	372
参考文献	379

第1章 众筹行业概况

1.1 众筹的概念及作用

1.1.1 众筹的概念

根据维基百科的定义,众筹(Crowdfunding)是大量的人共同筹集资金用于某项活动。众筹是众包(Crowdsourcing)及替代性金融的一种形式。

尽管团购及公益等活动也常使用众筹一词,但现在一般认为,众筹是指筹资人通过互联网网站对外发布筹资提案,向不特定公众筹集资金用于某项活动的行为。一般第三方机构所做的众筹行业报告,主要基于互联网网站的众筹数据为统计源进行统计和分析。

中国具有浓重的众筹传统,千百年来,众筹思想及行为一直在民间存在。向亲朋好友、街坊邻里凑钱做买卖、办企业,甚至培养子女读书,借款人赚钱后再以各种不同的方式回馈给出借人,庙宇、佛龛等建设和维修往往也是依靠众筹,这些都是早期的众筹思想和行为。

在国外,众筹业务模型可以追溯到18世纪通过预售、订阅的方式筹集资金,完成杂志及书籍的出版。19世纪和20世纪,西欧和北美的农村掀起了合作运动,通过社区、合作组、兴趣小组等筹资共同开发新概念、新产品,最著名的早期众筹成功案例是1885年美国自由女神像的众筹。

2001年在美国上线的艺术众筹网ArtistShare被认为是第一个众筹网站,然而此后很多年众筹模式并没有受到人们的关注。直到2008年和2009年,IndieGoGo和Kickstarter分别上线,众筹模式才开始引起人们的关注,这两家众筹平台都是预售型众筹平台,也就是支持者预先把资金支付给融资者,来获得优先得到产品的权利以及融资者的其他馈赠。预售型众筹的成功触发了人们对股权型众筹可行性的思考。当时正逢金融危机之后,美国资本市场监管趋严,IPO数量大幅减少,中小微企业融资困难,股权型众筹被认为是解决中小微企业融资难的重要途径。但基于互

联网的股权型众筹在两个方面与《1933 年证券法》发生了冲突,一是面向大规模的非合格投资者融资,二是所谓的公开劝导。为了给股权型众筹开辟道路,2012 年美国国会批准了《促进创业企业融资法案》(Jumpstart Our Business Startups Act,简称“JOBS 法案”),以法律的形式确立了股权型众筹的地位,促进了众筹行业的发展,之后股权型众筹逐步从欧美漫延到亚洲、中南美洲和非洲等地区。

我国在 2011 年出现了第一批众筹网站,包括点名时间等。2014 年众筹网站纷纷上线,被称为中国众筹元年。此后,在中国政府“双创”的背景下,众筹得到进一步发展。截至 2016 年年底,我国正常运营的众筹平台共有 532 家,2016 年期间,中国众筹平台共有项目 58 605 个,其中已成功项目为 48 437 个,完成融资总额约 217.43 亿元。

“众筹”一词频繁与众创、众包、众扶、团购、预售等并用,甚至经常被人们所混淆。

“四众”是在 2015 年 9 月国务院印发的《关于加快构建大众创业万众创新支撑平台的指导意见》中提到,加快推动众创、众包、众扶、众筹等新模式、新业态发展,而其中众创、众包、众扶、众筹被简称为“四众”。

众创是汇集大众(特别是创客)的智慧进行创新活动。众创产生于全球竞争加剧和创新浪潮兴起的时代背景下,反映了用户创新、开放创新、协同创新、大众创新趋势。为了促进众创,各类众创空间应运而生,如互联网上的投融资服务平台、一站式创业服务平台、创新工场、车库咖啡等。创建众创空间的目的是实现社会各类创新资源的聚集、交流和共享。

众包是众筹与外包的合成词。是指利用互联网手段,个人或组织将传统上由特定企业和机构完成的任务向自愿参与的所有企业和个人进行分工,最大限度利用大众力量,以更高的效率、更低成本满足生产及生活服务需求。企业选择将企业价值链上的某些环节依托互联网外包给众多消费者完成的行为被称为“众包”。众包的实质是消费者参与到企业价值创造和创新过程中,相应地,众筹就是让消费者参与到企业投融资环节中,成为企业的投资者。

众扶是指通过政府和公益机构支持、企业帮扶援助、个人互助互扶等多种途径,共助小微企业和创业者成长。

团购就是团体购物,指认识或不认识的消费者联合起来,加大与商家的谈判能力,以求得最优价格的一种购物方式。众筹之所以常常被人们误以为是团购,主要原因是团购与众筹中的权益众筹具有很大的相似性,但两者在根本上还是有区别