

重新定义



打造共享制商业模式

翁祖福◎著

—— 实战案例分析、众筹策略解读、众筹风险规避 ——

众筹赢天下，共享赢未来

让您不再为众筹落地而烦恼

筹人才

筹客源

筹资源

筹同行

筹渠道

筹资金



中国工信出版集团



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

重新定义 众筹

打造共享制商业模式

翁祖福◎著

筹人才

筹客源

筹资源

筹同行

筹渠道

筹资金



人民邮电出版社

北京

图书在版编目 (C I P) 数据

重新定义众筹：打造共享制商业模式 / 翁祖福著

— 北京：人民邮电出版社，2018.10

ISBN 978-7-115-49181-7

I. ①重… II. ①翁… III. ①融资模式—研究—中国

IV. ①F832.48

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第189880号

内 容 提 要

时代造英雄，在互联网时代，人人都可以是创业者。本书总结出众筹实战的四大智慧和九大系统。四大智慧包括众筹之魂、众筹之道、众筹之术和众筹之势。众筹九大系统包括众筹财务系统、众筹法务系统、众筹规划系统、众筹落地系统、众筹服务系统、众筹营销系统、众筹商业系统、众筹资本系统和众筹生态系统。本书源于作者众筹平台实战和众筹落地的辅导经验，结合超过150个项目众筹的实战经验，让读者根据自身项目的实际情况、行业属性、经济环境等做出科学的众筹规划，提升项目众筹的成功率，实现价值的最大化。

◆ 著 翁祖福

责任编辑 单元花

责任印制 彭志环

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路11号

邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

北京隆昌伟业印刷有限公司印刷

◆ 开本：700×1000 1/16

印张：16

2018年10月第1版

字数：220千字

2018年10月北京第1次印刷

定价：59.00元

读者服务热线：(010)81055488 印装质量热线：(010)81055316

反盗版热线：(010)81055315

广告经营许可证：京东工商广登字 20170147号



承诺书

我承诺践行分享、创造、共享、舍得、利他、共赢的众筹理念，将本书所学的众筹实战知识用于企业的合法经营。

承诺人：_____



★ ★

以众筹的名义

祖国福地，双创虹霓，风口飞扬。

论魂道术势，九大系统；

内外兼顾，纵惯连横。

分享舍得，利他共赢，

品牌信用九天碧。

避风险，仪宏微局整，稳中取进。

众筹如此绚丽，助优质项目九州衢。

循“一带一路”，共享经济；

模式红绿，万山迤迳。

企业领袖，实战专家，

用众创成就事业。

众筹悟，属价值创造，融通天下。



序：让众筹融通天下

众筹是一种能力，众筹是一种胸怀！

众筹是一种格局，众筹是一种视野！

众筹是一种信任，众筹是一种考验！

众筹是一种制度，众筹是一种智慧！

有人类的地方就有众筹现象的存在，从“渔猎采集时代”到“农业文明时代”，再到“工业文明时代”，人类的许多生活行为是众筹思维的体现。从生活应用到商业领域的应用，众筹标志着人类商业文明的进一步升级。在“大众创业，万众创新”的号召下，全国掀起创业和创新的热潮，“众创、众包、众扶、众筹”理念的推出为“大众创业，万众创新”增加了一份落地的力量。众筹作为创业和创新的重要工具，实现众创共享的目标。这是众筹从生活领域走向商业领域的重要里程碑，为社会的发展增加了一份动力，使全球经济的发展步入了共享经济时代。

众筹是一种制度，是一种充分发挥闲置资源创造价值的工具。众筹是一种制度，让闲置资源发挥作用，好处是每位众筹者都全力以赴地努力奉献，提高价值增长率。众筹改变了创业方式，改变了用人方式，改变了消费方式，改变了营销方式，改变了商业模式，甚至改变了跨界合作模式。交跨地域的朋友、做跨行业的事、享跨学科的智慧、筹跨用途的资金。众筹制是众筹需

要设定的系统管理制度，是一种系统管理并激活创始人、运营团队、股东、代理商、客户、员工等的制度，成为一切营销资源配置的核心制度！众筹制融合股份制、轮值制、工分制、引荐制等于一体，通过思想、方法、工具、行动落地。

众筹是一个资源重新分配的工具，将在未来十年撬动社会资源，使其重新配置。过去十年，谁加入了上市公司，谁就获得财富百倍甚至千倍的增值。未来十年，谁拥有有价值的公司股份，谁就可能实现财富增值。众筹让天使投资人不再是一个神秘的职位。每个人都可能成为具有独特眼光的投资人。因此，股权众筹将逐步被越来越多的天使投资人关注。

有人说：我有钱，为什么要做众筹？我的回答是“有钱是你的实力，众筹思维是你的能力，实力结合能力，企业的发展才更有魅力”。许多企业家喜欢谈上市，不喜欢谈众筹，总觉得缺资金才要众筹。其实众筹资金只是众筹的一个功能，应该从众筹上升到众筹商业模式。滴滴打车、共享单车、百度、微信、淘宝等企业的商业模式带有众筹思维。华为的17万名员工中有8万名持有华为99%的股票期权，员工在职持有，离职则退出，员工享有企业分红和企业增值。华为融的不是“钱”，而是“人心”。这造就了华为的向心力，这才是未来企业的真正出路！难怪任正非说：“不上市则有可能称霸世界。”虽然华为没有上市，但其价值超过众多上市公司，这就是众筹思维的魅力。

众筹的目标是为了创造价值。众筹思维的应用，让消费者成为消费商，让资源拥有者成为合伙人，让上游成为合伙人，让员工成为合伙人，让渠道商成为合伙人，让同行成为合伙人。不同的众筹方式让不同性质的对象通过众筹模式产生紧密的合作关系。众筹让传统的买卖关系通过不同的众筹策略升级成为利益共同体、价值共同体、责任共同体、命运共同体、使命共同体。众筹改变了人们的创业方式、就业方式、合作方式、生活方式。众筹思维在商业模式上的应用和创新，将产生巨大的价值。

如何让众筹思维应用于企业商业模式？如何让众筹在企业内实现众筹价值的最大化？这是当今企业家需要思考的问题。在共享经济的时代，一位优秀的企业家必须具备众筹思维，方可充分调动各方资源，助力企业发展。

通过近5年时间对众筹进行实战和研究，我总结出众筹实战的四大智慧和九大系统：四大智慧包括众筹之魂、众筹之道、众筹之术和众筹之势；众筹九大系统包括众筹财务系统、众筹法务系统、众筹规划系统、众筹落地系统、众筹服务系统、众筹营销系统、众筹商业系统、众筹资本系统和众筹生态系统。本书源于众筹平台实战和众筹落地的辅导经验，结合超过150个项目众筹的实战经验，包括与近千名众筹出资人直接或间接接触，从而总结出一套众筹实战系统体系，有助于企业家结合自身项目的实际情况、行业属性、经济环境等做出更科学的众筹规划。正道方可正术，让众筹更加接地气，提升项目众筹的成功率，实现众筹价值的最大化。

我旨在向企业家传递极具实战意义的众筹干货，打造极具价值的众筹实战图书。

希望这本书能够让您成为众筹实战专家，让众筹智慧成就您的事业。

让众筹融通天下！让天下没有不懂众筹的老板！





目 录

第一章 众筹之魂 //1

- 💡何为众筹 //2
- 💡众筹的 3 个要素 //3
- 💡众筹的 3 个本质 //4
- 💡为什么要具备众筹思维 //5
- 💡众筹成功的三大心法 //6
- 💡众筹必须遵循的四大原则 //7
- 💡“筹”“担当”与天道“筹”勤 //8

第二章 众筹之道 //9

- 💡众筹合作的 4 个境界 //10
 - 一、你要我要 //10
 - 二、你有我有 //11
 - 三、你要我有 //12
 - 四、你有我要 //13
- 💡众筹的 5 种模式 //14
 - 一、捐赠式众筹 //14
 - 二、回报式众筹 //15
 - 三、债权众筹 //17
 - 四、权益众筹 //18

五、股权众筹 //21

众筹的 5 种合作关系 //24

- 一、买卖关系——买卖共同体 //24
- 二、利益关系——利益共同体 //25
- 三、价值关系——价值共同体 //25
- 四、命运关系——命运共同体 //26
- 五、使命关系——使命共同体 //26

众筹思维发展的 4 个阶段 //28

- 一、众筹 1.0 阶段 //28
- 二、众筹 2.0 阶段 //29
- 三、众筹 3.0 阶段 //29
- 四、众筹 4.0 阶段 //30

众筹的 6 个价值 //31

- 一、众筹是商业模式创新的工具 //31
- 二、众筹是资本模式创新的工具 //31
- 三、众筹是建立渠道通路的工具 //32
- 四、众筹是企业品牌营销的工具 //32
- 五、众筹是核心团队建设的工具 //32
- 六、众筹是行业生态建设的工具 //33

众筹需要规避的 6 种风险 //34

- 一、众筹的法律风险 //34
- 二、众筹的财务风险 //39
- 三、众筹的行业风险 //43
- 四、众筹的团队风险 //43
- 五、众筹的自身风险 //44
- 六、众筹的品牌风险 //46

众筹项目失败的 6 个因素 //47

- 一、众筹动机有问题 //47
- 二、众筹认知有问题 //47

三、品牌定位有问题 //47

四、产品服务有问题 //47

五、发展战略有问题 //48

六、执行团队有问题 //48

第三章 众筹之术 //49

众筹落地的六大步骤 //50

一、众筹评估的6个策略 //50

二、众筹规划的4个步骤 //52

三、众筹方案设计 //76

四、众筹物料制作 //136

五、众筹路演的四大步骤 //141

六、众筹服务的五大事项 //146

众筹案例 //150

一、农业项目：大樱桃基地 //150

二、小餐饮：渔家烤活鱼创业型项目 //154

三、大型超市：大润发玛特 //156

四、餐饮同行业众筹：众乐联 //158

五、茶饮连锁：茶大爷茶饮连锁 //161

六、西式快餐：迪拜 CHICKING 连锁 //164

七、科技美院：美丽快约 //167

八、汽车行业：天垣汽车城 //169

九、服装生活馆：NUVOLE DI EMMA 艾玛生活馆 //171

十、养生馆：璐德·诚华 //175

十一、智能创意馆：嘿仓 //178

十二、星级酒店：戴云大酒店 //181

十三、怀旧生活馆：似水流年 //183

众筹策略 //186

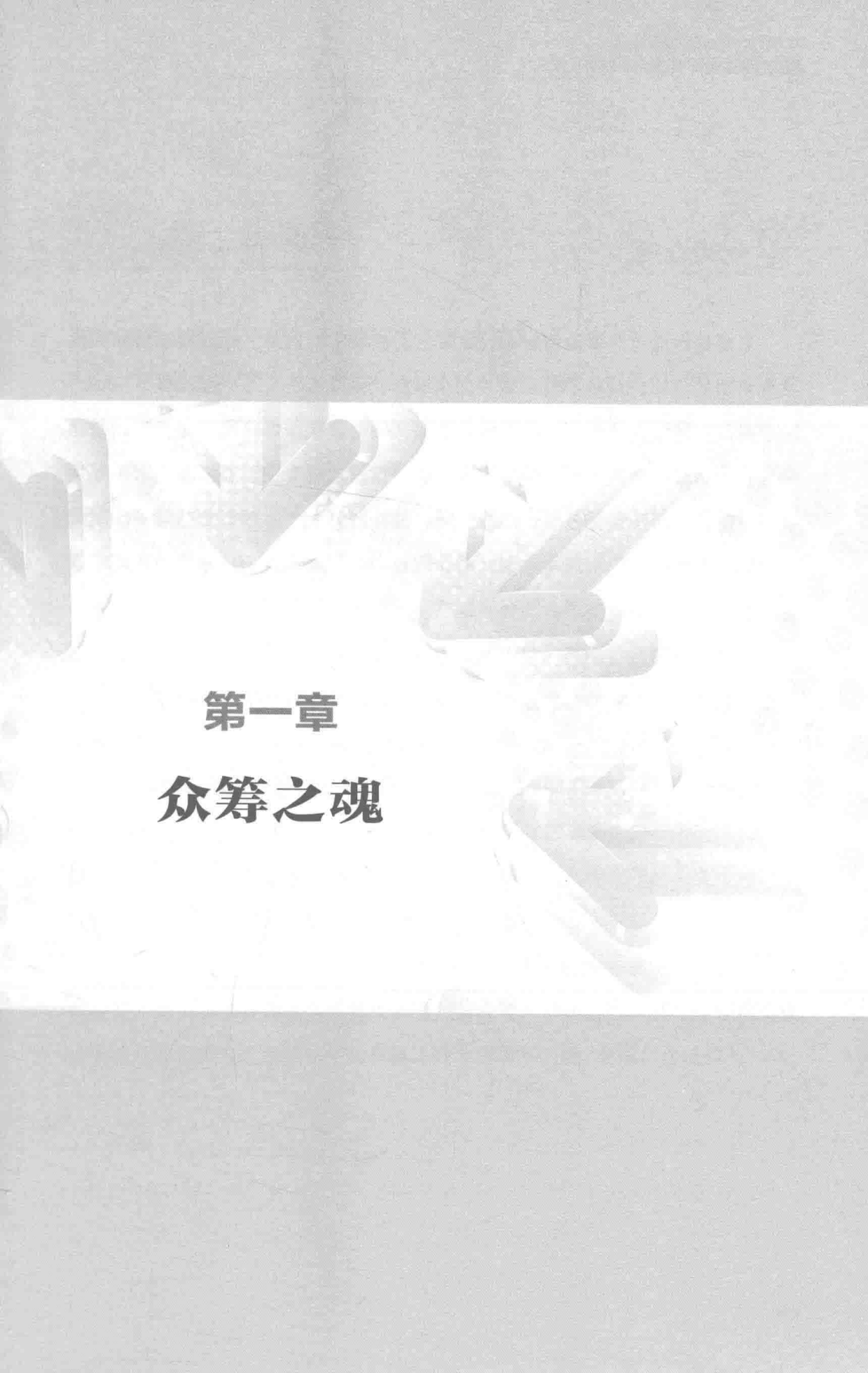
一、实体店亏损项目的众筹策略 //186

- 二、实体店盈利项目的众筹策略 //187
- 三、实体店已回本的项目众筹策略 //188
- 四、实体店老项目重组众筹策略 //189
- 五、实体店未开业新项目的众筹策略 //190
- 六、实体店项目零投资控股的众筹策略 //191
- 七、实体店项目二次股权众筹策略 //192
- 八、如何设计创业型公司的众筹策略 //193
- 九、和上游互为合伙人的众筹策略 //195
- 十、让团队成为合伙人的众筹策略 //196
- 十一、如何管理众筹资金，避免产生法律风险和财务风险 //198
- 十二、运用消费权平衡认购者利益的策略 //199
- 十三、如何正确选择股东和合伙人 //200
- 十四、如何提升众筹成功率 //201
- 十五、众筹落地中常见的问题 //204

第四章 众筹之势 //211

-  品牌众筹篇 //212
-  众筹创业篇 //215
-  众筹生态篇 //217
-  众筹未来篇 //219

- 后记：不忘初心，方得始终 //220
- 众乐联和贺迎芳的故事 //222
- 运用众筹思维创建比投平台 //224
- 如何做一个合格的众筹认购者 //226
- 众筹梦想投资人 //231
- 众筹梦想合伙人 //232



第一章

众筹之魂



何为众筹

众筹是指通过分享价值解决行业或企业发展中的痛点，通过创造价值实现共享价值的目标。众筹不仅只是“大众筹资或群众筹资”。众筹是解决“痛点”的工具，是链接人的工具。通过众筹链接一切可链接事物产生合作行为，包括链接社交资源、链接人才、链接智慧、链接渠道、链接空间、链接平台、链接资历、链接资源、链接资金、链接资产、链接资本等。运用众筹思维多维度调动与项目发展有关的资源，本着舍得、利他、共赢的理念，分享价值、创造价值、共享价值，实现需求、优势、价值互补，抱团发展。以股市为例，上市公司通过发行股票进行融资，将自己的总资产以几倍的价格卖给股民，股民参与投资并获得分红回报，这也是一种众筹的行为。



众筹的 3 个要素

“需求、优势、价值”是众筹的 3 个关键要素。

众筹的第一个要素是“需求”，需求是众筹的前提。发起人和参与者通过众筹的方式实现双方的需求。项目发起人的需求包括项目发展的需求、品牌推广的需求、渠道建设的需求、人才资源的需求、客户资源的需求、战略资源的需求、项目资金的需求等。项目发起人的需求是构成开展众筹的先决条件。众筹参与者的需求包括消费需求、收益增值需求、创业需求、投资需求、资源变现需求、自身项目发展需求等。只要二者的需求相匹配，无论是众筹还是被众筹都是满足各自需求的目标。

众筹的第二个要素是“优势”，发起人的优势决定参与者的选择，参与者的优势同样决定发起人的选择。各自优势是众筹的筹码，决定众筹合作条件。发起人的优势越大，参与者的众筹进入门槛越高。发起人越多，参与者就越多。参与者的优势越大，对发起人项目的选择标准越高。参与者的优势越明显，可选择的发起人对象也就越多。双方的优势代表众筹合作后的竞争力，也关系众筹合作后的价值创造力。

众筹的第三个要素是“价值”，无价值不众筹。解决需求，发挥优势，实现价值。如果说解决需求是发起人和参与者众筹合作的起因，那么众筹后实现价值则是双方期望达成的结果和目标。双方需求不一致，实现的价值也不一致。



众筹的 3 个本质

众筹是一门分享的艺术，分享需求、分享优势、分享价值。众筹的前提是分享价值。发起人分享优质的项目资源，参与者分享自身拥有的资源，包括资历、资源、资金、资本与资产。通过分享才能产生合作，分享资源、分享消费、分享收益、分享创意、分享创业、分享创新。分享是合作的前提条件。双方彼此认同是合作的基础，包括对行业的认同、品牌的认同、模式的认同、理念的认同、团队的认同。认同产生信任，信任产生力量。

众筹是一门创造的艺术，创造需求、创造优势、创造价值。众筹的目标是为了创造价值。发起人和参与者通过分享合作从外界资源获取价值回报，而不是仅从对方身上索取或榨取价值。不创造价值的众筹属于劳民伤财，浪费精力。没有创造价值对于双方都有损失。创造价值需要有发现的智慧、发掘的能力、发展的策略，并要创新挖掘行业新的机会点和产生行业新的价值点。

众筹是一门共享的艺术，共享需求、共享优势、共享价值。众筹的结果是共享价值。共享而非独享，共享是创造的智慧，共享包括共享快乐、共享梦想、共享荣誉、共享利益、共享发展。共享让发起人更有魅力，共享让项目品牌更具有影响力、创造力、吸引力。共享让众筹变得更完美、更有意义。共享是传递众筹正能量，不忘初心，方得始终。

分享价值、创造价值和共享价值是众筹的 3 个本质，脱离了这 3 个本质，就失去了众筹的意义。认识众筹的本质，有助于避免盲目众筹。违背众筹本质的众筹，不仅无法发挥众筹的力量，而且不利于项目的发展，反而会把众筹变成了事业的绊脚石。



为什么要具备众筹思维

共享时代已经来临，共享代表模式创新、代表时代进步，共享时代需要具备众筹思维，国家与国家之间需要众筹思维共享发展，企业与企业之间需要众筹思维共享价值。众筹思维关系企业的影响力、信任力、竞争力、创造力、决策力、领导力。众筹思维表现为企业家的众筹格局、众筹心态、众筹策略、众筹能力。众筹思维是共享时代企业家必须具备的基本能力。

众筹是时代发展的必然趋势。随着经济的发展与成熟，市场环境竞争日趋激烈，无论是传统行业、互联网行业，还是新兴产业都面临发展的挑战，企业要想在商业博弈中脱颖而出，就要运用众筹思维创新模式和策略方法。

众筹是制定战略的万能钥匙。众筹不仅是资本工具，还具有商业模式、品牌营销、团队建设、人才激励、渠道建设的功能属性，运用众筹思维，结合企业的需求和发展目标规划企业发展战略。

众筹是实现抱团共赢的前提。企业做大做强离不开抱团发展，从上游到下游，从人才到渠道，从异业到同行，抱团无处不在，众筹思维为此打开了更大的空间，创造了更多的机会。

众筹有助于提升企业的竞争力。“资历、资源、资本、资金、资产”是企业发展的关键要素，通过众筹思维链接对企业发展有帮助、有价值的战略伙伴，提升企业竞争优势。

众筹有助于提升企业的创造力。无论是成熟型企业还是初创型企业，都可以通过众筹实现优势互补、价值资源共享、市场空间共享，通过众筹思维创造更多的可能性和更大的价值。