

•世界众筹大会众筹金融丛书•

全民众筹

社群经济下的众筹革命

刘家玮 冯志慧 黄定方 银智 / 著

全面解读众筹的前世今生

权威分析众筹的

筹人 筹心 筹智 筹钱 筹资源 筹渠道等多重属性

不懂众筹，你将错过一个时代

世界众筹大会 众筹金融协会 贵阳众筹金融交易所 贵阳众筹金融学院 领筹网

联合力荐《全民众筹》

北方联合出版传媒(集团)股份有限公司

万卷出版公司

全民众筹

社群经济下的众筹革命

刘家玮 冯志慧 黄定方 银智 / 著

北方联合出版传媒(集团)股份有限公司
 万卷出版公司

© 刘家玮 冯志慧 黄定方 银智 2016

图书在版编目 (C I P) 数据

全民众筹：社群经济下的众筹革命 / 刘家玮, 冯志慧, 黄定方著. -- 沈阳：万卷出版公司, 2016. 1
ISBN 978-7-5470-4086-7

I. ①全… II. ①刘… ②冯… ③黄… 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(2016)第007118号

出版发行：北方联合出版传媒（集团）股份有限公司

万卷出版公司

（地址：沈阳市和平区十一纬路29号 邮编：110003）

印刷者：河北廊坊市晶艺印务有限公司

经销者：全国新华书店

幅面尺寸：170mm×230mm

字数：161千字

印张：17.5

出版时间：2016年1月第1版

印刷时间：2016年1月第1次印刷

责任编辑：周莉莉

封面设计：小鱼传媒

版式设计：王玲芳

ISBN 978-7-5470-4086-7

定价：50.00元

联系电话：024-23284090/010-57262361

传真：010-88332248

E-mail：200514509@qq.com

网址：<http://e.weibo.com/zhipinshuye>

常年法律顾问：徐涌 版权所有 侵权必究 举报电话：010-57262361

如有质量问题，请与印务部联系。联系电话：010-57262361

序

全民众筹时代到来了

从2014年以来，众筹在中国越发火爆，京东众筹、淘宝众筹、百度众筹众筹平台相继推出，似乎什么人都可以做众筹；科技众筹、房产众筹、教育众筹等众筹项目层出不穷，似乎什么事都能做众筹……时下，一个“人人皆能众筹，事事皆可众筹”的全民众筹时代正在来临！

何谓众筹？

众筹实际上是对英语单词 Crowdfunding 的翻译，这个单词本身其实就是英语单词群众（crowd）和筹资（funding）的一个合成词，因此，所谓众筹，其本意就是大众筹资或者说群众筹资。而这样看似随意的翻译，却简简单单地通过两个字诠释了众筹的内涵。

一般的，众筹分为商品众筹、债券众筹、公益众筹和股权众筹等四种众筹模式。而我重新发现提出了第五种众筹——收益权众筹。当然，最常见的，普通人最容易接触到最容易理解的还是商品众筹。这里我们着重说的也是商品众筹。

商品众筹的要义：消费与投资的融合

立足于众筹的汉字本意，我们很容易就能够理解众筹的内涵，但作为一种引爆市场的新兴模式，当我们从经济层面上理解的时候，众筹的要义又是什么呢？

2014年8月29日，《创业家》“代言”产品发布了首个推广项目——“三个爸爸”儿童专用空气净化器，该项目也于9月22日正式登陆京东众筹。在众筹开始的头两个小时里，“三个爸爸”就筹集到了100万元的资金，刷新了之前的互联网众筹纪录。一个月之后，当众筹期满，“三个爸爸”儿童专用空气净化器在京东众筹平台总计获得1 122多万元的资金，成为首个进入“千万元俱乐部”的中国众筹项目。那么，“三个爸爸”原设的众筹目标是多少呢？是50万！也就是说，其最终筹资总额超过众筹目标一千多万！

是什么让“三个爸爸”取得了这样堪称奇迹的成果？正是在于“三个爸爸”深刻认识到了众筹的重要内涵——消费与投资的融合。

众筹的要义就在于消费与投资的融合。在互联网众筹中，

一个项目想要获得成功，首先一点就是有自己的潜在消费者，或者说市场上有这样的消费需求。“三个爸爸”儿童专用空气净化器为什么能够获得这样的成功？首先就在于市场需要这样一款产品，中国的空气质量越来越差，而居民对于生活质量的要求也越来越高，尤其是对于儿童，他们的抵抗力较弱，父母也希望能够有这样一款产品来让孩子呼吸到健康的空气。

在这样强烈的市场需求中，“三个爸爸”应运而生，当三个爸爸级的创业者聚集到了一起，说他们要开发一款专门为儿童设计的空气净化器，你心不心动？你信不信？反正从“三个爸爸”的最终成果来看，很多人都为之心动，也表示了自己的信任。

除了消费之外，众筹同样是一种投资手段，众筹既然是吸纳别人的资金来完成自己的项目，自然需要给予投资者相应的回报，具体如何设置这些回报则根据营销需要来。在“三个爸爸”中，除设置了接近成本价的“预购”档位之外，还设置了其他以“产品+赠品”作为回报的高价档位，除此之外，甚至还有1元抽奖档位。因此，对于原本的消费者而言，参与到这样的众筹项目当中，不仅是为了帮助自己所需的产品诞生，也是一种投资的选择。要知道，在“三个爸爸”儿童专用空气净化器众筹结束当天，该产品就在各大电商平台开放销售，价格为4999元！

如果对“三个爸爸”的众筹进行分类的话，它其实是一种产品回报式的众筹，投资者投资这种项目，所能获得的大多是优惠

购买自己所需产品的回报；而如果是投资债权式和股权式众筹项目，则可以获得相应的经济回报；还有一种捐赠式众筹，其投资回报则是精神上的满足感；至于其他类型的众筹，例如：我们首创的经营权众筹，也都会给投资者带来不同形式的收益。

通过将消费与投资融合在一起，众筹既以产品或服务满足了消费者的消费需求，也以优惠、折扣、金钱或其他形式的回报满足了投资者的投资需求。正是在这样的消费与投资的融合中，众筹才能够散发出如此惊人的魅力。

世界众筹大会带你走进全民众筹时代

正是因为众筹的惊人魅力，众筹才得以迅速渗透到各行各业，并对人们的生活产生深刻的影响。2015 年被业内人士看作是股权众筹元年，上至社会精英，再到中产阶层，最后到创业草根，无不在众筹中摸索梦想成真的路径。

首届世界众筹大会于 2015 年 10 月 23 日至 26 日在贵阳市召开，来自中国、美国、英国、加拿大、澳大利亚、以色列等国的创客、企业家、投资人等 12000 多人齐聚贵阳，共同开展世界众筹大赛，研讨众筹和众筹金融创新发展之路。

大会以“世界为你我众筹——众联、众创、众包、众享，大众创业、万众创新”为主题，以“创新、创业、创客”为主线，旨在搭建一个各行业领筹人、交易商、服务商、天使投资人及广大创业者和创客交流的平台，努力打造一个众筹金融交易时代全

球首次规模最大、众筹项目最优质、众筹交易最活跃、众筹模式最多元的全球众筹创客盛会。

其中 2015 世界众筹大赛作为世界众筹大会的核心活动，使用项目发行竞赛这种大赛形式，全过程游戏化设计，一元即可参赛，搭建起了全角色全方位全过程的 O2O 全球创客竞赛平台，开启全民众筹竞赛模式，得到了全球众筹平台、创客、天使投资人的高度认可。

众筹的迅猛发展以及其对经济发展的强大促进作用，也使得众筹受到政府的高度重视。2015 年 3 月 14 日，《政府工作报告》，明确把“股权众筹融资试点”列为 2015 年金融改革的内容之一。2015 年，克强总理多次为众筹发声，亲自为众筹代言。12 月 25 日，证监会副主席方星海在国务院新闻办公室新闻吹风会上，首次确认了 2016 年将开展股权众筹融资试点。国务院鲜明的政策导向加上监管层的证监会肯定态度，在“双重利好”的刺激下，2016 年股权众筹的发展注定将会迎来爆发期。

随着政策环境的逐渐明朗和“大众创业万众创新”氛围的影响，众筹正在摆脱前几年野蛮生长的境地，逐渐走向“有规可循”、“有法可依”的规范化发展道路。众筹规范化发展将为全民众筹时代保驾护航！

2016 年，在国家政策的保驾护航中，股权众筹迅速发展，互联网巨头开始抢滩股权众筹领域，监管政策日渐明朗，股权众筹试点逐步开展。世界银行预测，到 2025 年，中国的众筹投资有

望达到 460 亿至 500 亿美元，其中约 70% 至 80% 的融资额将以股权众筹的方式实现。

一个“人人皆能众筹，事事皆可众筹”的全民众筹时代来了！

走进众筹世界，从《全民众筹》开始

作为时代大事件的经历者、参与者、创造者，我也是全民众筹的推崇者。当我有幸看到《全民众筹》的出版，在欣然提笔写此序的同时，更希望本书为众筹知识的普及起到其应有的作用。

《全民众筹》一书是四位作者呕心沥血的最新众筹成果。四位作者中，冯志慧是我多年的老同学。近年来，她一直兢兢业业，奋战在众筹一线，积累了丰富的众筹理论知识和实践经验。也相信读者一定能在书中感受到她对众筹的独特见解。

这本书结合对 17 位众筹业内人士的详细访谈，以及对国内外近六七年内各大众筹平台的深入分析，通过对众筹的前世今生、主要形式、运作机制和实操方案等多个维度进行介绍，为读者朋友们拨开蒙在众筹之上的重重迷雾，从而建立起一个关于众筹的系统、全面、准确的认知。这本书没有艰涩难懂的金融概念，只有化繁为简的质朴语言；没有佶屈聱牙的理论阐述，只有多角度、深刻剖析的大量事实案例。这本书将成了解众筹相当易懂的“教科书”，同时也将是目前市场上讲众筹相当具有系统性和逻辑性的书。

《全民众筹》将带您走进全高清的众筹的世界，为您展开一个全民众筹大时代的众筹蓝海！

刘文献

中国众筹第一人

世界众筹大会联合发起人

贵阳众筹金融交易所董事长

中国电子商务协会互联网金融专委会理事长

众筹金融协会会长

领筹网创始合伙人

目 录

序：全民众筹时代到来了 /01

Part1 众筹，互联网带来的金融家族新成员 /001

1.1 进入 21 世纪互联网对生活的渗透 /003

- 一、从门户网站开始——信息获取
- 二、随社交而推广——社交通讯
- 三、因网购而火爆——商业模式
- 四、在“互联网+”中腾飞——思维方式

1.2 互联网金融为经济注入新的活力 /010

- 一、颠覆“存、付、贷”，把银行搬上网
- 二、创新金融产品，众筹成新贵

1.3 Kickstarter 带来的众筹曙光 /016

- 一、Kickstarter 网站的诞生掀起了众筹模式的新浪潮
- 二、法律的支撑才能促进众筹的健康发展
- 三、从 Kickstarter 网站的发展看众筹的突出特点

1.4 越来越丰富的众筹形式 /026

- 一、产品式众筹
- 二、捐赠式众筹
- 三、债权式众筹
- 四、股权众筹

Part2 众筹其实并不陌生 /035

2.1 古希腊的艺术定制与蒲柏的伊利亚特 /037

- 一、包养传统中的众筹气息
- 二、文艺青年塑造的众筹雏形
- 三、文艺众筹焕发新生机

2.2 南北战争中的众筹魔法 /042

一、南北战争的难题

二、“大众筹”魔法

2.3 宗教经济活动中的众筹痕迹 /048

2.4 儒家传统下的人情互助 /051

Part3 众筹筹的是什么？ /055

3.1 众筹让创意挣脱资本的束缚 /057

一、让创意挣脱资本的束缚

二、让筹资难的问题迎刃而解

三、让项目获得 VC 的青睐

3.2 众筹也是验证项目的过程 /063

一、“错误早知道，不吃后悔药”

二、测试价格点，不吃亏、不卖贵

三、更好地预测产量与管理库存

3.3 为什么资金充裕也要众筹 /069

- 一、“筹智”让你决策更理性智慧
- 二、“筹技”让你不必面面俱到
- 三、“筹人”让人脉、资源自然凝聚

3.4 众筹本身就是公关的机会窗口 /078

- 一、众筹让你的粉丝数瞬间“爆棚”
- 二、让新兴产业不再无人问津

3.5 众筹是销售的保障 /085

- 一、关注投资者的消费者身份
- 二、人脉辐射让消费者主动上门

Part4 众筹变现你的社交红利 /093

4.1 众筹筹的是信任和预期 /095

- 一、众筹难做——赢得投资者信任是关键
- 二、信任是相互的——杜绝因小失大
- 三、为钱而来——对未来收益有预期才会参与

4.2 社交平台的发展把人的关系引向纵深化 /102

- 一、人的关系的纵深化为你积累信任积分
- 二、社交平台为众筹项目的推广助力
- 三、社交与众筹的融合——社交众筹平台

4.3 粉丝经济的主要实现方式 /109

- 一、让粉丝成为明星的老板
- 二、让你的影响力变现
- 三、众筹带来影响力的进一步辐射

4.4 社区化的商业行为 /116

- 一、众筹让人群的一致性和持久性为你所用
- 二、众筹将社区化精神引导到创业中

4.5 志同道合者的梦想实现 /122

- 一、化解商家与消费者间的博弈
- 二、以精准的受众定位拥抱小众市场
- 三、志同道合者的鼎力相助

Part5 众筹的类型 /129

5.1 消费投资融为一体的产品式众筹 /131

- 一、产品式众筹与预售的本质区别
- 二、闭环式产业结构让你与消费者零距离接触
- 三、以销定产，让你不再受困于库存积压

5.2 金融脱媒的债权式众筹 /138

- 一、债权式众筹的雏形——P2P
- 二、在金融脱媒中实现重生——债权式众筹

5.3 用资金投票的股权式众筹 /144

- 一、风险分散中随心而动
- 二、在股东参与中实现永续
- 三、挣钱不靠项目靠股东

5.4 公益游戏化的捐赠式众筹 /152

- 一、人们的爱心哪儿去了？
- 二、公益游戏化让众筹轻而易举
- 三、把公益众筹当作商业来做

5.5 层出不穷的众筹新模式 /159

- 一、经营权众筹
- 二、垂直类众筹

Part6 众筹应该怎么玩 /167

6.1 要有一个核心发起人 /169

- 一、获取信任是众筹发起人的第一要务
- 二、创造需求让消费者或投资者“不得不投”
- 三、拿到钱就要把事办好
- 四、充分的心理准备让你越走越远

6.2 好的概念让你的众筹事半功倍 /176

- 一、一个夺眼球的概念是敲门砖
- 二、有好概念，更要有好的项目包装

6.3 股东的筛选 /183

- 一、内部功能定位让你的项目运转顺畅
- 二、供应链（或产业链）众筹让你的项目充满生机
- 三、同股同权还是异股差权