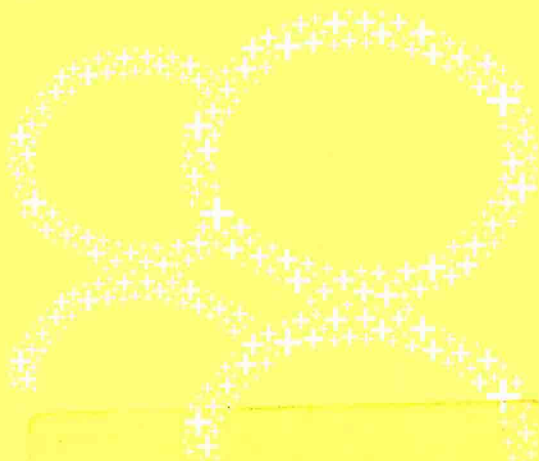




“互联网+”与文化发展研究系列丛书

文化众筹 从兴趣到信任

文化部“十三五”时期文化改革发展规划重大课题

彭健 著

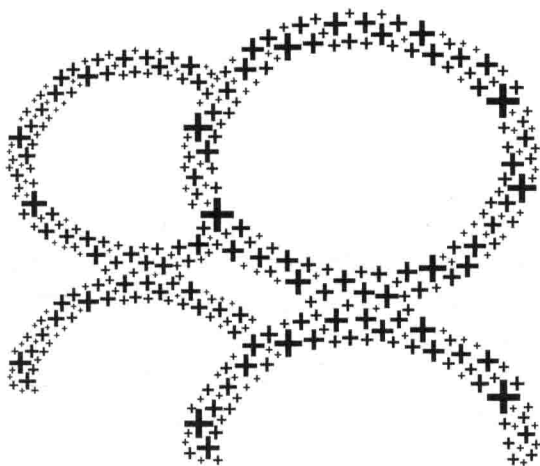


知识产权出版社

全国百佳图书出版单位



国家出版基金项目
NATIONAL PUBLICATION FOUNDATION



“互联网+”与文化发展研究系列丛书

文化众筹 从兴趣到信任

文化部“十三五”时期文化改革发展规划重大课题

彭健 著



知识产权出版社

全国百佳图书出版单位

图书在版编目 (CIP) 数据

文化众筹:从兴趣到信任/彭健著. —北京:知识产权出版社, 2015.11

(“互联网+”与文化发展研究系列丛书/范周主编)

ISBN 978-7-5130-3900-0

I . ①文… II . ①彭… III . ①融资模式—研究—中国 IV . ① F832.48

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 270398 号

内容提要

本书以丰富的故事和多维的理论视角,探讨“互联网+金融”背景下对“众筹”的反思。首先,探究融资的逻辑,信任与脆弱的关系,信任的构成;其次,以此为基础,分析文化产业融资,规避劣势,发挥注意力与影响力资源的优势,将受众、粉丝与文化部落的关注、兴趣、共享价值观转化为信任,将消费拓展为众筹,进而解读一系列众筹的案例,重点聚焦股权众筹,归纳其共建共享的融资与资源整合模式;最后,深入分析其内在的悖论与潜在的风险,并尝试提出解决方案,探讨未来的发展路径。

责任编辑:唐学贵 李小娟

责任出版:孙婷婷

文化众筹:从兴趣到信任

WENHUA ZHONGCHOU: CONG XINGQU DAO XINREN

彭 健 著

出版发行: 知识产权出版社 有限责任公司	网 址: http://www.ipph.cn
电 话: 010-82004826	http://www.laichushu.com
社 址: 北京市海淀区马甸南村 1 号	邮 编: 100088
责编电话: 010-82000860转8355	责编邮箱: 413263037@qq.com
发行电话: 010-82000860转8101/8029	发行传真: 010-82000893/82003279
印 刷: 保定市中画美凯印刷有限公司	经 销: 各大网上书店、新华书店及相关书店
开 本: 720mm × 1000mm 1/16	印 张: 20.5
版 次: 2016年1月第1版	印 次: 2016年1月第1次印刷
字 数: 320千字	定 价: 45.00元

ISBN 978-7-5130-3900-0

出版版权专有 侵权必究

如有印装质量问题,本社负责调换。

导 读

本书的主线与结构如下：

第一章主要讲述众筹是一种融资。融资是用别人的钱。一个人或者一个企业融资，未必因为缺钱，个人或企业能融资是因为有偿付能力和偿付意愿，偿付能力是可以让别人的钱在自己的手中产生更大的价值，为别人带来更大的回报，偿付意愿是愿意回报别人。

投资者愿意将钱给融资者是基于信任。信任是在脆弱中有信心的预期。包括基于历史的信任与基于未来的信任；基于合同、制度等正式控制的合同信任，基于社会关系网络、价值观、信仰等非正式控制的关系信任；基于能力的信任与基于意愿的信任。融资过程可以看作一个投资者与融资者之间建立信任的过程。

众筹属于金融范畴，所以，第二章也简单介绍了金融的本质与特点，金融与实业、金融资产与实物资产、虚拟经济与实体经济之间的区别与关系。实物资产创造社会财富，金融决定社会财富的分配，不能直接创造社会财富，但可以对经济社会发展有促进作用，当然也增加风险。

第二章主要讲述众筹是互联网金融的一种。分析了互联网的历史基因，简单梳理了互联网金融的主要模式：第三方支付、网络投融资、网络

风险管理、网络金融门户、互联网货币、大数据金融、网络理财等。指出互联网金融，本质是金融，互联网+金融，是互联网对金融的重塑。互联网+金融的思维模式是：第一，多，服务海量客户，多对多，让海量的投资者对接海量的融资者。第二，小，服务小微客户，小对小，让个性化的需求被个性化的满足；第三，新，以理念创新、模式创新、技术创新、产品创新来满足多样化的金融需求；第四，点对点，直接、对等、去中心化、去中介化，金融脱媒。让互联网来采集投融资所需的信息，通过大数据挖掘来消除投融资双方的信息不对称性，让人与人的知识协作替代金融中介的专业化知识生产；第五，让金融走向金融普惠与金融民主。

众筹属于网络投融资。根据杰里米·里夫金（Jeremy Rifkin）的预言，互联网精神带来共享经济。众筹是能充分体现互联网精神与思维，充分体现共享经济的共同投资、共同生产，共同消费、共同分享特征的“互联网+金融”模式。

第三章分析了文化产业融资的优势与劣势。指出“文化企业融资难”是一个伪命题。目前是中小文化企业融资难，这一现象反映的是世界普遍的金融对中小企业融资的规模排斥，而非针对文化产业的行业排斥。相反，我国目前对文化产业融资有一系列支持。中小文化企业融资的劣势不仅是缺少建立历史信任的存量资产与交易记录，而且缺少建立未来信任的成长性。同样缺少存量资产与历史交易记录的科技创新企业，由于未来成长性强，融资比很多文化企业容易。因此，文化企业需要培育核心竞争力，建立并优化商业模式，从而提高成长性。文化企业融资的优势是拥有更多的注意力与影响力资源，通过文化作品、文化项目、文化名人吸引受众的注意力，激发兴趣，向受众施加影响力，建立信任，能产生新的融资机制——众筹。

众筹模糊了消费与投资的边界，尤其文化消费者出于兴趣，更容易参与众筹，成为投资者，粉丝消费变成粉丝投资。历史上的众筹就是从粉丝集体支持艺术家发展而来。互联网进一步增强了注意力集聚、影响力辐射

与粉丝互动的效应。

第四章分析我国众筹浪潮的来临。随着大众创业万众创新的深入，新一代创客不同于传统创业者，以兴趣为导向，以创意创新为特征，以智力、技术、信息为要素投入。“互联网+”让智力、技术、信息的互联互通更加方便，降低了创客的创业门槛。适应于支持创客创业创新，金融资本也在小型化、分散化、社群化。众筹成为创业创新者展示项目成果，融通支持者的零散资金与其它各种资源的一种集融资、销售、推广、研发测试为一体的新形式。

众筹的参与主体包括三方：项目发起人（筹资人）、众筹平台和投资人（支持人）。发起人在众筹平台发起项目，包括产品众筹、公益众筹、债权众筹、股权众筹四类众筹；众筹平台向投资人推荐项目；投资人选择项目投资；由众筹平台将投资人的资金拨付给发起人；发起人给投资人产品、服务、资金、权益等回报。

美国的产品众筹发展较好，在 Jobs 法案通过后，股权众筹也得到了法律的确认。英国股权众筹发展较好，法律监管与政策支持都相对完善。我国目前产品众筹与债权众筹发展较快，捐赠众筹发展较慢，股权众筹虽然发展较好，但由于非法证券发行、非法集资的限定以及《私募股权众筹融资管理办法》对合格投资人的要求，众筹不“众”，更接近于私募股权的线上交流与线下交易。股权众筹的发展路径还在探索之中。

第五章分析了文化众筹的特点。文化众筹的发起人不仅仅为了筹资，同时筹集注意力、筹集智力与创意、筹集消费者与预测市场。投资者不以商业回报为唯一评价指标，更多考虑无形的精神回报，兼有投资、收藏与消费的目的，并帮助发起人实现梦想，自己获得尊重、自我认同与自我实现感。众筹平台是为双方提供中介功能，其经济价值在于为双方节省交易费用，增加价值，并从中获利，众筹平台的主要功能是为投资者与融资者进行双边匹配。

文化众筹的优势是吸引注意、激发兴趣，并发挥其影响力的优势与粉

丝效应，通过线上线下沟通，形成并强化信任。

尤其是文化产品众筹，本质是支持者以对文化产品、作品、名人的共同关注与兴趣为纽带，围绕众筹形成有相似的价值观念、相通情感与相互关系的具有文化“部落”特征的众筹社区。

如果说，文化产品众筹是一种娱乐性投资；那么，文化股权众筹是一种专业投资。包括：个人投资与集合投资。集合投资由专业的领投人带领跟投人共同投资。股权众筹集合投资区别于私募股权投资的特点是通过互联网平台募资，单笔投资额小，需要建立投资者对众筹平台，对筹资者的双重信任。需要通过完备的契约、监督等正式控制机制以及社会关系网络与共享价值观等非正式控制机制培养三方之间的双重信任，最终需要社会规范与强制性的法律安排建立制度的信任。

第六章分析了众筹的风险与问题。传统的投融资管理与消费者保护制度对众筹都不完全适用。目前，众筹的风险表现为：众筹发起人的投机行为与道德风险，创意创新性产品众筹与早期创业企业股权众筹的自身发展的不确定性风险，众筹平台的投机行为与道德风险以及管理不规范的风险，互联网的渠道风险，筹资者迫切需要的资金不能及时到位的风险，知识产权被侵害的风险。虽然，众筹平台通过免责条款，将风险推给投资者与融资者自行承担，但是，仍然难以在风险发生时独善其身。刚刚兴起的众筹在制度建设与风险控制上还有很长的路要走。

众筹平台为投资者与融资者这双边用户搭建了一个双边市场，双边用户存在着交叉网络外部性，一边用户吸引另一边用户，越多的投资者吸引更多的融资者，同样，越多的融资者也吸引更多的投资者。但是，反过来，也存在着越是需要用户的众筹平台越难以吸引用户的困境。

众筹平台还存在角色选择的困境，究竟是作为完全中立、仅提供信息的交易平台，还是作为积极撮合的经纪人？众筹投资者与众筹平台、众筹项目发起人之间，众筹投资的跟投人与领投人之间、众筹项目发起人与众筹平台之间存在着四种类型的委托代理关系，存在着代理的逆向选择与道

德风险问题。

众筹投资者对代理人的监管存在着“公用之地即无主之地”的问题，每一个众筹参与者投入监管的成本大，带给个人的收益少，缺乏积极监管的内在激励。委托领投人监管是一个选择，但应借鉴有限合伙制对普通合伙人的激励与约束机制。

众筹投资者可能群策群力，为众筹项目集合资金、智力、关系与资源，但也可能成为“乌合之众”，尤其在投资决策中存在羊群效应。

众筹项目也存在这样的悖论：如果是无风险高收益的好项目，众筹发起人为什么要众筹，与网络上的陌生人分享收益？是不是只有在传统的股权融资与债券融资渠道无法融资的项目才会众筹？

《中华人民共和国证券法》的修改有望在股权众筹的合格投资者界定，股权私募、证券非公开发行、股权众筹的人数界定等有所突破，对股权众筹有所豁免，有助于众筹的持续健康发展。产品众筹也需要电子商务立法进一步规范。

我国诚信体系不完善，针对众筹发起人的诚信指数，可以通过其互联网的行为痕迹，挖掘其个人信用信息，进行评估，但，会否造成对众筹发起人个人隐私的侵犯是新的问题。

第七章首先探讨众筹监管与法律的完善，根据意大利、美国、法国、英国对众筹的相关法规，认为我国对非法集资、非法公开证券发行与公司注册人数的限定，随着《中华人民共和国证券法》与《中华人民共和国公司法》的修改，对众筹附带条件的豁免，众筹可以公开的进行债权与股权募资，并放宽对募资金额的要求，但会从投资者的财富水平、风险承受力、投资成熟度等指标限定合格投资人，并对小微企业众筹融资的总额进行规定，从而控制投资人的风险水平。从鼓励众筹投资出发，今后应该在税收上鼓励投资人以众筹投资额在一定条件下抵扣所得税，可借鉴英美的做法。

同时从众筹项目的发起人与投资者及众筹平台的经济法律关系、合

同签署、资金划拨、赔付、信息披露、第三方评估与担保、众筹平台的取酬方式等方面梳理众筹所涉及的法律概念，提出了减少各方风险的法律建议。

提出基于互联网、大数据、金融算法的技术监管，基于众筹投资者协作的民间监管，基于法律法规、程序控制与投资者教育的政府监管以及包括行业协会、媒体监督的多层次监管是众筹未来监管的方向。其中，文化众筹可以发挥“众筹部落”的作用，形成基于价值观、基于社交互动的特色监管。

最后，分析众筹带来的变革与未来发展的趋势。产品众筹将生产流程从“筹资——生产——销售——回笼资金——再生产”的模式转变为“预售——回笼资金——生产——发货”的新模式。解决了创业企业最难的两个问题：产品生产的资金从哪里来？产品生产后如何卖出？让创业企业真正凭着创意，可以无需传统投资，吸引消费者预付款完成“白手起家”。这是众筹对大众创业、万众创新最大的价值。改变了生产者与消费者之间的关系，消费者成为生产者的一部分，Producer 生产者与 Consumer 消费者，合并成一个新的单词 Prosumer。本书为它起一个名字“消产者”，形成以消费者为引导的研发与按需生产模式，根本改变库存、营销、广告，改变人与人之间的社交方式与社会文化。

如果说，互联网提供了自由人互联互通构建自由人联合体的技术基础，那么，众筹，尤其是文化众筹以共同兴趣、共享价值观，共担风险、共同协作、共创利益的机制形成的动态的社群关系，可能构成一种自由人自由联合的重要条件。

债权众筹的意义在于对人人金融的探索。任何一个个体，企业、个人，都可以通过网络直接融资。

股权众筹有可能形成网络上的四板市场，以领投人为普通合伙人，以跟投人为有限合伙人的众筹股权投资将分食私募股权投资的市场，富于创新精神、有梦想的众筹发起人、拥有专业经验的领投人、群策群力的粉

丝，共同形成的众筹部落将成为非常有特色的另类金融。

围绕着众筹，也将构建包括法律、诚信评价、大数据管理与监测等在内的生态体系。

众筹所带来的最大变革不是金融模式，不是商业模式，不是社会文化，而是一种众筹思维，以兴趣为先导，以信任为基础，以互联网为纽带，以资源互换与利益共享为本质的协作型交易思维。一个人生的成长，一个企业的发展，都是在不断地向社会众筹资源，完善自己的资源配置，实现价值增值，并给予资源支持者物质或者精神回报。关键是如何让资源拥有者对支持有兴趣、有信任。

写在前面

“写在前面”，不是“排在前面”

很多书都有这么一个部分叫作“写在前面”，它们的位置排在一本书前面，但通常写作时间并不在全书之前，往往在成书之后，所以，较真地说应该叫作“排在前面”。我们下面要开始的是一个名副其实的“写在前面”，从这一段开始全书的写作。

此时此刻，我与作为读者的您一样，还不确定本书的全部内容，我们在同一个起点出发。

有两种写书的方式，一种是思考在前，形成了系统的思考与详细的笔记以后，开始写书，曹雪芹酝酿多年，批阅十载，增删五次，方得字字珠玑，好酒需老窖，时间沉淀经典。

另一种写书，思考与写作的过程是同步的，就像现在，我们一起，一边提问，一边思考，一步步走，一点点淘，探究众筹。就像带您走进一座有历史之谜的古迹，我作为全程的导游，会不断地向您抛出问题，引发作为游客的您的思考与兴趣，然后我以自问自答的方式向您介绍，有些问题导游是有答案的，有些问题的答案还未形成定论，见仁见智，您会以为然或者不以为然，重要的不是您的认同，而是您的思考随之走向深入，这是

有价值的过程。美国项目管理协会提出项目的实现是一个“渐进明晰”的过程，同样，知识的获取也是如此。阿加莎·克里斯蒂的小说会让大侦探波洛在书尾剥丝抽茧地给出所有的答案，但很遗憾，很多我提出的问题，我本人给不出答案，只能留给您，留给未来的实践，留给更加成熟的众筹理论。这可能更符合后现代悬疑小说的特点：我们打开一扇门，看到的是另一扇门。下一扇门的背后是什么？或许您作为下一位导游可以带我们继续探究。这样的方式更能暗合了“互联网+”的特点，体现“众筹”的特点：语言互通、信息互联、同心共建一座知识的“巴别塔”。

“数据”不是“信息”

个人认为微博、微信的“微学习”时代，我们更容易获得数据、信息，而非知识。因此，读书在知识获取方面仍然有其优越性。

什么是数据

人们通过眼、鼻、舌、耳、身等感官感受到的，或者通过技术与仪器测量到的反映事物的状态的信号，包括声音、图像、文本等，就是数据。

相信您一定从微博、微信里看到过“众筹”这个语词，本书讨论的大部分语词：融资、信任、信用、脆弱、风险、互联网金融、注意力资源、影响力价值、粉丝经济、大数据、黑名单……您都看到过。这些碎片的词语还只是数据。数据是对客观事物最原始的记录，没有被加工，没有被解释，没有回答特定的问题，数据之间也没有建立联系。

什么是信息

数据经过加工处理，建立了数据之间的联系，形成了对特定问题的回答，具有了意义，就成为信息。例如，您很容易理解众筹可以融资，融资需要建立信任，控制风险。这些变量（数据）之间的关系就是信息，您也

听到过众筹的故事与案例，这也是信息。但是，这些信息大多来自“微时代”的“微转述”。

什么是微转述

“微转述”是我提出的概念，定义为：对已存在的碎片化信息的复制、转发与传播。微转述的缺点是信息的价值不大。

判断信息价值的标准是：这个信息在多大程度上增加了您对这个世界的了解，因为信息的作用在于让我们更多地了解世界。所以，“人有两只眼睛”这句话的信息价值很小，因为人尽皆知。

遗憾的是，我们通过“微转述”的学习中所获得的大部分属于那种“不证则明”，依靠常识就可以推理的信息。

克里斯·安德森“长尾理论”的价值在于颠覆了我们对于二八定律的常识。学习，是为了获得不一样的新的信息。但是，人们似乎更愿意接受与自己经验一致的信息。我授课时发现，学生听到自己知道的，或听到自己认可的，会点头、会互动；听到未知的，或者听到与自己已有认知相冲突的，会茫然、会排斥。演讲与授课的区别在于：演讲的目的是唤起听众的共鸣，所以传达的信息大多是众所周知的、普遍认同的；授课是传授新知识，所以，讲的应该是不一样的信息。同样，一本负责任的书，也要给读者不一样的信息，或者对同样的信息作不一样的解读。这是本书的努力方向。

我们尝试对融资、投资、消费、兴趣、信任、粉丝经济、注意力资源、影响力价值、众筹、互联网+等概念做出另一个角度的解读，给您不一样的信息。

“信息”不是“知识”

为了让听者或读者理解并接受与常识不一样的信息，需要论证，需要通过实践来检验。经过论证与实践所检验的信息，就形成了知识。

什么是知识

知识是人们实践经验的总结。在实践中被反复验证，事物之间真正的关系被揭示出来，找到了本质与规律。所以，知识可以指导实践。

我们了解、思考众筹的概念、特点、模式、问题与对策，是为了掌握它。今后，不管您是为自己的梦想向社会众筹资金；还是您拿出余钱投资别人发起的众筹项目，分享收益；又或者您搭建一个众筹的平台，从事与众筹相关的服务。我们希望并相信本书的知识是有实用价值的，能够有助于您的实践。

数据、信息和知识是人们对客观事物认知的三个阶段与螺旋上升的循环周期。对客观事物感知记录获得数据；对数据加工、解释、建立数据之间的联系形成信息；运用信息，找到事物的本质，发现内在的规律，建立系统，创造知识。新的知识又开辟了认知的新的对象与新的领域，人们继续采集数据，加工信息，进入新一轮上升式循环。如果您是一个研究者，我们希望并相信本书的知识会构成您新的研究的基础。

当然，数据、信息与知识的边界不是绝对分割的，从数据、信息到知识，是一个动态的数据不断被加工，信息不断被检验，规律不断被揭示的过程。今天正确的知识，在明天随着新数据的出现就可能不正确。本书由于写作时间与收集资料不足，难免存在不足之处，但我希望与您分享的是知识。我努力为您呈现众筹有关的信息背后的规律、内在的本质，并指向对实践的指导。

互联网 + 金融

本书是“‘互联网+’与文化发展研究”系列丛书的一部分，众所周知，“互联网+”不是一种技术革命，而是一种思维革命。

那么，什么是互联网思维？

我个人认为是在互联、移动互联、大数据、云计算等技术背景下，对经济、社会生态的重新思考。

“互联网+”成为显学，剥开表象，内在最重要的经济规律就是：产品

或服务复制的边际成本趋向于零。

什么是边际成本？每增加一个单位的产品（或服务）带来的总成本的增量。生产第 1001 辆汽车比生产 1000 辆汽车所增加的成本，就是第 1001 辆汽车的边际成本。这个概念表明每一单位的产品（服务）的成本与总产量有关。仅生产 1 辆汽车成本巨大，生产 1000 辆，单辆汽车的成本会被进一步摊薄；生产第 1001 辆汽车，理论上边际成本会更少。但是，边际成本不会随着总产量的增加一直减少，当生产的规模超过一个临界点时，边际成本随着产量增加而增加。

我们既然讨论“互联网 + 金融”，就先来认识一下金融。

什么是金融

金融就是资金的融通，是资金跨主体、跨时空的配置。您的钱投给我是跨主体；我的钱汇到美国是跨空间；今天的钱先不花，买保险，退休再用是跨时间。

回到刚才对边际成本的讨论，金融也可以理解为实现资金跨主体、跨时空流通的服务，这种服务是有成本和边际成本的。

为什么银行向有钱人微笑是正确的选择

一个老太太拿着一口袋零钱，在银行存款 860 元人民币，可能会占用一个窗口一个业务员 1 小时的工作时间，同样的资源在 VIP 理财室可以服务 5 个超过 500 万元人民币的高净值客户。这是机会成本的概念。同样，一个信贷员办理一个小微企业 30 万元人民币的小额贷款也需要尽职调查、财务分析、风险控制设计、办理批贷手续，花费的时间精力与承担的风险甚至大于向一家大企业贷款 1 亿元人民币。银行的服务不可能无限扩张，因为人力、网点、资源是有限的，每增加一个客户的边际成本先是递减，然后递增。那么，选择什么样的客户呢？按照帕累托的二八定律，既然 20% 的人掌握了 80% 的财富，当然应该集中 80% 的精力服务这 20% 的客

户。如果您是银行的高管，您怎样选择？

维基百科网站对经济学的定义之一是：“研究稀缺状态下的选择”，稀缺是传统经济学的基本假设，既然资源有限，当然选择重点，有所取舍，有所侧重。这就出现了所谓的“金融排斥”（financial exclusion），即金融体系中，人们缺少对金融服务的平等分享。20%的富人与大企业得到了80%的金融资源与金融服务。80%的穷人与小微企业得不到平等的金融资源与金融服务。媒体动辄说，中国小微企业贷款难，似乎是银行不作为。实际上，小微企业贷款难是世界普遍现象，金融排斥就包括规模排斥，这是经济规律决定的。

“互联网+”让金融排斥走向金融普惠

互联网时代，这些经济规律发生了改变。按照克里斯·安德森在《长尾理论》一书中所描绘的“丰饶经济学”的观点，互联网改变了边际成本随着总产量先是递减，然后递增的规律。“让传统经济学的两个基本函数边际生产成本与边际销售成本，正在趋近于零”。¹

理论上，银行可以通过互联网，让这个世界数以亿计的计算机、手机、iPad 终端所链接的每一个人只需动动手指就可以实现消费支付、跨时空转账、交易与投资。由于信息的单位比特的增加几乎是零成本的，那么，每增加一个银行用户所带来的边际成本递减，甚至趋向于零。换句话说，互联网让银行不必再增加更多的网点、人手、窗口就可以为更多的人服务。

第一次工业革命，蒸汽机让动力不再稀缺，“互联网+”让银行的服务资源不再稀缺，这就动摇了传统经济学里的很多假设。这样，银行不必再刻板地遵循二八定律，因为服务属于那80%小客户中的每一个人也不会增加银行的边际成本，互联网所链接的每一个人无论高低贵贱都可以成为银行的客户，金融从排斥走向普惠。

1 克里斯·安德森. 长尾理论 [M]. 乔江涛, 译. 北京: 中信出版社, 2006: 125.

在 100 年前，只有华尔街纽约证券交易所大厅里的交易员才可能在一天之内买卖几十次股票。现在，只要你开设证券账户，拥有计算机或手机，就可以通过互联网成为股市的即时交易者，每天买卖多次股票。在我写这段话的时候，正是 2015 年 4 月 20 日，沪深两市证券交易所的成交额超过 1.8 万亿元人民币，导致系统爆表，创造了人类历史上最大的单日交易额。这个数字超过 2014 年埃及、新加坡两国全年的国内生产总值，能购买德国、法国、中国、日本的全部黄金储量，相当于 2014 年全国城镇居民总收入的 40%。

回想一下，在华尔街与费城之间，最早是通过每隔 6 到 8 英里安排一个人拿着大旗与望远镜站在山丘或高楼上，用旗语传递信息。纽约交易所的开盘价格大约半小时以后才能到达费城。后来交易可通过电报、电话。“互联网+”让金融交易变得如此简单便捷。

金融最重要的价值是融金，即融资。同样的逻辑，“互联网+”，在技术上，在理论上，可以实现“任何人向任何人融资，任何人为任何人投资”。我们知道资本是产业要素中最活跃的驱动力，如果资本的融通如此便捷，那么其影响将带来一次新的产业革命，将世界带入一个新时代，就像某品牌的广告语 impossible is nothing（无事不能）。最能体现“任何人向任何人融资，任何人为任何人投资”这一“互联网+”金融美好愿景与深远意义的，是时下兴起的众筹。

什么是众筹

众筹，顾名思义，那是向众人筹集，筹的可能是钱，也可能是其他资源。众筹并不新鲜，早就有，叫“凑份子”（某电商众筹，干脆就给自己起名叫“凑份子”），遇到婚庆丧葬，亲戚朋友每家凑一点。在这个过程中，钱从一个人手中到了另一个人手中，即资金从一个主体流通到另一个主体。例如，今天我结婚，是别人给我钱，明天，别人结婚，我再把钱给别人，即资金实现了跨时间的流通。符合我们前面所说的金融的定义，因