

# 社群众筹

CROWDFUNDING

传统众筹模式的升级与重构



主 编 / 袁海涛

副主编 / 陆学彬 刘辉 陈端



1898咖啡董事长、中国式众筹布道者

清华大学经济管理学院营销学博士生导师  
营创学院导师

杨 勇  
郑毓煌

联袂  
推荐



机械工业出版社  
CHINA MACHINE PRESS

# 社群众筹

CROWDFUNDING

传统众筹模式的升级与重构



主 编 / 袁海涛

副主编 / 陆学彬 刘辉 陈端



机械工业出版社  
CHINA MACHINE PRESS

众筹是未来商业系统的核心,是激活民间资本、对接闲置资源的有效途径,但是目前传统的陌生人众筹模式存在诸多问题:众筹平台盈利模式不清晰;对平台和流量的依赖太大;仅仅是钱的对接,无法实现筹人、筹智、筹资源……所以,陌生人众筹项目做起来就是一个字:累。

《社群众筹:传统众筹模式的升级与重构》从目前众筹发展面临的困境出发,提出了众筹问题的终极解决之道——社群众筹,并设计出了社群众筹的具体操作流程,指明了社群众筹的关键要素以及法律边界,同时对社群众筹的发展进行了展望。社群众筹一定会为大众创业、万众创新提供切实可行的落地实践。

## 图书在版编目(CIP)数据

社群众筹:传统众筹模式的升级与重构/袁海涛主  
编. —北京:机械工业出版社,2016.4  
ISBN 978-7-111-53617-8

I. ①社… II. ①袁… 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080175号

机械工业出版社(北京市百万庄大街22号 邮政编码100037)

策划编辑:解文涛

责任编辑:解文涛

责任校对:舒 莢

责任印制:乔 宇

北京市四季青双青印刷厂印刷

2016年5月第1版·第1次印刷

170mm×230mm·13.75印张·1插页·142千字

标准书号:ISBN 978-7-111-53617-8

定价:49.80元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

电话服务

网络服务

服务咨询热线:(010) 88361066

机工官网:www.cmpbook.com

读者购书热线:(010) 68326294

机工官博:weibo.com/cmp1952

(010) 88379203

教育服务网:www.cmpedu.com

封面无防伪标均为盗版

金书网:www.golden-book.com

## 社群众筹图书编委

社群是品牌和用户的最短距离，是建立信任的最佳阵地。但是运营好社群并不容易，无论线上还是线下的社群，大都经历着“兴奋热闹—逐渐沉寂—僵尸群—广告群—死群”的过程，如何规避这种现象？众筹是很好手段，众筹是打开社群之门的钥匙，是天然的社群连接器。社群+众筹=社群众筹，它将是激活社群潜力的原子弹，是传统众筹问题的终极解决之道。

**壹起创创始人、中国商业经济学会众筹促进会副会长**

**袁海涛**



---

三人成众，众以群分；祀之为社，筹之为业。因为，众+精神追求=社群，群+功利价值=众筹，所以，社群众筹=有点精神追求的一众人，可以实现群体的功利价值。但愿社群人长久，可与众筹共婵娟。

**小菊咖啡首席架构师**

**陆学彬**



---

并不是所有人都适合做众筹，也并不是所有项目都适合去众筹，它是对你现有资源的激活、市场需求的优化和客户痛点的挖掘。大家

投不投你，取决于大家信不信你，支持你的力度说明你的厚度，所以，众筹是对你人品的考验和检验。中国是熟人社会，强关系是信用基石，社群和众筹完美融合，让一切皆有可能！

中国社会科学院 MBA 中心创业导师、  
中国互联网金融企业家俱乐部众筹促进会会长

刘辉



社群众筹，以微金融创新强化社群联结、深挖社群价值、激活社群资源，它是多层次资本市场的一道独特风景，也是改变未来的一股深层力量。

中国人民大学博士、中央财经大学任教、  
中国互联网金融行业促进会副会长、人大人空间监事

陈端



众筹是推动社群建设的利器，社群是众筹的天然土壤！

E-MBA 云商学院 执行院长、中国社群生态联盟秘书长、  
CCTV2 财经频道《创业英雄汇》投资专家

胡聪



一本《社群众筹》带您体会聚合的力量，将协助您玩转众筹，构建社群经济生态圈，有效汇聚人脉资源。

创业从这里开始，梦想在这里起航，业态在小而美的世界里升级。众筹、社群、创客、咖啡馆不再是网络流行语，是真正聚沙成塔、汇

聚资本的新路径。这里将引发您无限的想象，激发您的创业动力和创新灵感。

众筹之路，乱象横生。这里给您锦囊妙计和必备法宝，指导您躲过众筹路上的明石暗礁。

“大众创业、万众创新，互联网+”在社群众筹的支撑下，更加普惠于民，将成为影响生活、改变命运的新向标。

**聚鼎家族创始人、聚鼎财富首席执行官、**

**国家理财师俱乐部副主席**

**赵均馨**



对这本书充满期待，因为在“互联网+”背景下企业营销向着网络化、数据化、内容化、社群化、场景化、体验化的趋势发展，《社群众筹》深层次剖析了社群众筹的道、德、术、法，给我们提供了思维模式、逻辑理论和实践小菊咖啡的经典案例。此书致力于指导读者在社群经济时代如何进行社群众筹、融合行业资源、助推产业链整合、改造商业模式，集众创、众享、众筹、筹智、筹人、筹资和自组织、自管理的高效社群智慧联邦方式为一体。我们践行“互联网+”的落地方案，打造 C2F 智慧社商共享经济平台，打通中国第一条商业社群高速通路，希望这本书成为中小企业供给侧改革和创客孵化的助推器！

**易百咨询董事长、中国好群主创始人、小菊咖啡股东**

**陈星伊**



本书基于中国特殊国情，基于社群关系提出众筹新思路，具有较强的可操作性，在实践与理论方面颇具独到看法。

中央民族大学法学院教授

邓建鹏



众筹不仅仅是筹智慧、筹人脉，更重要的是一群彼此信任的人在一起，分享成功的喜悦，分担创业路上遇到的困难，提升信息的分享，通过建立起来的社群，借助集体的智慧化解风险。

衷心期待这本书能给正在创业的人以指引！

北京天艺创富投资基金管理有限公司总裁

姚瑞玲



众筹是一种创新型商业模式，是对传统融资模式的颠覆，是一种共享经济的表现形式，是一种先进的生产力，更是加速个人梦想实现的引擎！大家一起来，众筹更精彩……

中国众筹精英会执行会长、中国互联网金融行业促进会

副会长兼秘书长、北京大学互联网金融项目组主任

常梓



众筹：可以多样化、草根化、轻便化。

社群：团队第一，产品第二，服务的质量指数决定你的行为，商

业模式设计的好坏决定你的成败，社群本来就是众筹的基石，因为众筹本质是资源对接，万众一心筹一智，筹人筹钱只是入口，筹后管理才是关键，如何保障众筹项目健康发展，如何适应未来的金融生态圈，这才是关键。相信本书会给大家意想不到的干货。

**高级金融管理师、北京习鼎阁资产管理**

**有限公司副总裁、壹起创合伙人**

**何树源**



---

众筹是一种工具，众筹是一种模式，众筹是一个思想，众筹是一种生活方式。众筹，连接你我！众筹，连接世界！

**唯唯道来（北京）科技有限公司 CEO、**

**唯酒汇创始人、壹起创合伙人**

**王维**



---

打造社群黄金架构，开创紧密生态众筹。

引爆价值裂变特区，落实双创何止噱头。

《社群众筹》独特解答，有血有肉！

**北京南洋投资控股有限公司合伙人、乐宝贝（北京）**

**科技公司 CEO、壹起创合伙人**

**王景**



---

社群生活将成为我们未来的一种生活方式！社群众筹也将成为我们创业的一种新常态！健康、快乐、幸福的人生，从社群众筹开始！

让我们壹起创吧！

海纳资本合伙人、壹起创合伙人

刘玉莲



众筹在中国的兴起，给中小企业融资带来了福音。而社群众筹则是将传统众筹更为广泛地应用于高效链接人脉资源，帮助中小企业有效提升用户黏性及提高销售业绩。因其小额、分散、参与的特性，也为中产阶级创造了更多的体验式投资机会。

同城天使网络科技（北京）有限公司创始合伙人、

壹起创合伙人

钟文



单打独斗的人永远不可能走得长远；在移动互联网时代，我们更应该学会抱团行动。众筹与社群模式的横空出世，必将在社会上掀起新一轮别样的风暴模式。

文携美食食品责任有限公司销售经理、

壹起创合伙人

林康



“腾讯”已经改变了人们的“沟通方式”！

“淘宝网”已经改变了人们的“购物方式”！

“余额宝”正在改变着人们的“储蓄方式”！

今天的社群和众筹，必将在未来改变人们的“生活消费方式及财富分配模式”！

“壹起创”已经来了，这就是潮流！

社群众筹，必将掀起新一轮财富浪潮！这本书给我无穷的价值，期待着能给你带来财富。

北京爱慕美容有限公司总经理、

壹起创合伙人

慕建军



---

社群众筹，理性让人生从此多彩。

天津超云科技投资公司总经理、

壹起创合伙人

朱立峰



---

众筹将是全民持股的美好开端，怎么踏出第一步也是你对他人的互动信任的源泉。团结就是力量，团队需要伙伴，一变二，二成三，四五六七八，九九归一天朝旺。

浙江舌尖之恋实业有限公司联合创始人、〔欧洲之恋〕

欧洲生活体验馆创始人、壹起创合伙人

叶志勇



---

古人可以义结金兰，发着诗意纯粹的誓言：在今日既神明对誓，辉生林竹，愿他年当休戚相关。今天的人们却在用社群、众筹来实现

着诗意的理想。

北京壹起创科技有限公司策划经理、

灰熊猫读书会发起人

齐梓艺



---

整合自己所没有的一切资源来实现自己的梦想，让公司达到快速稳定增长的一个办法就是众筹。

私营业主、壹起创股东

刘二良



---

众筹既是一种融资工具又是一种商业模式，是传统融资模式的颠覆与创新。社群众筹利用社群资源为众筹服务，同时也为社群带来活力与价值变现，是众筹模式中的一颗闪亮新星。

北京大学光华管理学院博士后、中国互联网金融企业家

俱乐部众筹促进会秘书长、壹起创合伙人

罗敏



---

众筹是国务院在新互联网时代下推出的“众创、众包、众扶、众筹”新模式科技经济创新驱动之一。众筹旨在通过互联网方式发布筹备项目并募集到资金或资源。相对于传统的融资方式，众筹更为开放与高效。只要是经济社会群体喜欢或看好的项目，都可以通过众筹的方式获得项目初期的启动资金和资源，为更多的创新创业新经济群体

提供了无限可能。

**自由投资人、壹起创合伙人**

**赵峰**



---

众筹是什么？众筹就是化零为整、积少成巨，举手之劳成就伟大梦想！众筹筹什么？筹资、筹智、筹人、筹信息、筹资源……但不要奢望在一个人身上筹到所有，筹到一样东西即可。众筹的成功与否仍然取决于一个项目的众筹力！众筹力强则易成功，众筹力弱则不易成功。而众筹力的本质仍然是营销力，而打造营销力的核心仍然是7Q，仍然遵循打造7Q的三段流程：打造价值度、打造信任度、打造曝光度。

**品牌营销专家、中央财经大学博士、**

**《发现7Q品牌营销系统》作者**

**刘进**



---

一群有共同志趣的人，可以做一个以前只敢想而没有实力去实现的项目、事业。

期待本书能从众筹的纵向和横向的各方面给出指导意见和实战操作指导，避免后续众筹项目重走已有的弯路。

**小菊咖啡股东**

**陆群**



---

移动互联时代的到来，已经从时间和空间上彻底改变了人们的沟

通模式。无论从社交意义还是从投资意义来看，对社群众筹的探索和实践都具有积极的意义。希望通过本书分享的已有经验，为更多众筹项目的成功运作提供有益的借鉴。

苏文科集团股份有限公司总裁助理、  
管理创新联盟联合创始人、小菊咖啡股东  
祁婷



众筹切忌盲目扩充股东数量，共同价值观是根本，同时需要一个节点沉淀梳理流程和规范，充分利用每位股东的资源来推动平台和项目发展，才能形成有价值的社群。

贵阳移动数据管理、小菊咖啡股东  
刘莉



一群人，一条心，一辈子，一件事，感动自己，影响他人。

博通汇-企业家学习型社群创始人、小菊咖啡股东  
王真



何谓社群，我认为就是“圈子”。我们每一个人都是社会中的一员，根据不同的社会关系、兴趣爱好与需求形成大大小小的“圈子”。众筹不单纯是筹资，也是筹“人”、筹“信任”，更主要的是在找到好项目的同时降低投资风险。“社群众筹”正好能解决人与人之间相互

信任的问题，熟人之间的众筹、圈子里的众筹成功率更高。比如我们翡翠业中，同业朋友之间有时会集资共同解毛料原石，也是这样的模式，使我们既能够拿到独自承受不了价格的原石，又降低了投资风险，增加了销售机会。

本书就是能系统专业地解决大家有圈子、有项目、有资金无法链接的问题，同时并教会大家如何实操落地，值得推荐与学习！

**腾越文化博物馆副馆长、腾冲市收藏协会理事、腾冲市**

**翡翠协会副会长、壹起创股东、小菊咖啡股东**

**杨晟**



作为中国第一批私人银行从业者，我每天都在与企业家长们接触。有两个问题最令他们困扰。其一是如何将自己的财产与企业资产有效隔离，安全地传承给下一代？另一个就是传统的企业盈利模式，如何在移动互联网时代，适应如今瞬息万变的市场变化？我的答案是，第一个问题我们会通过风险、税务、法律等全方位梳理，为企业家定制全球资产配置和家族财富管理方案；而第二个问题，通过增强“社群”属性，借由“众筹”之手，集合更多智慧和财富，这才是“互联网+”发展模式的有益创新。

**家族财富管理专家、薇沙龙创始人、**

**小菊咖啡股东**

**王朝薇**



2015年年底，小菊咖啡用社群众筹的方式，使爱喝咖啡的我实现

自己拥有咖啡馆的梦想。作为法律人，我相信社群众筹能够将股权、分红与志同道合的参与感结合起来，大大丰富人们对财富的多维感受。

北京市中凯律师事务所律师、

小菊咖啡股东

王一萍



对于社群时代而言，众筹是社群的入口，也是社群的出口。所有社群的运营，包括内容的产生、活动的落地、信息的传播，都是微观上完成资源的众筹。而成熟的社群又往往通过众筹这一行为完成价值的转化和变现。

社群书院联合创始人、青年茶人计划联合创始人

谢晶



社群是打通品牌和用户的最短路径，是创业的最佳切入点。要想做好社群，核心有两点：优质内容，做好连接。

一个好的社群，需要有稳定的组织架构、一致的行为模式，以及持续的互动也就是连接，遗憾的是，目前我们看到的很多所谓的社群，无论是线下的商会、协会、俱乐部、智库，还是线上的微信群、qq群，很多都是一开始热闹非凡，随后逐渐冷清下来成为“僵尸”群，然后成为广告群，最后成“死”群。究其原因，或者缺乏内容，或者没有持续连接，一个个孤零零的个体放在一起，但没有发生关系，这样的社群我们称为伪社群。

那么，如何能把社群中的个体连接到一起呢？答案就是众筹。

众筹可以在社群基础上形成稳定的组织架构、一致的行为模式和持续的互动，所以说众筹是社群的天然连接器，是打开社群之门的钥匙，是社群实现价值转化的有效途径，是帮助伪社群进化到真社群的催化剂。

国务院总理李克强于2015年9月16日主持召开国务院常务会议，进一步强调，要利用“互联网+”，积极发展众创、众包、众扶、众筹等新模式，促进生产与需求对接、传统产业与新兴产业融合，有效汇聚资源推进分享经济成长。

作为一种新兴的融资方式，众筹以网络为依托，借助信息平台 and

社交网络，实现投融资双方需求的对接与撮合。传统上缺乏有效融资渠道的个人和企业，可借助众筹平台以较低成本获得资金，支撑其创新行为，普通民众可以获得直接参与创新业务投资的权利，共享创新收益。两者结合，具有金融普惠和金融平等价值，从而让每个人都获得参与和享受金融服务的机会。由此形成的市场机制、信用机制和技术机制对促进整个社会的创新氛围、解决小型企业融资难问题和金融改革有着实验和借鉴意义。

同时，众筹不仅仅是一种金融工具，更是一种商业模式——C2B落地的模式，还有一种思想——资源对接和资源价值最大化的思想，也是一种生活方式——人人为我、我为人人的生活方式。

随着人们认识的深入和国家的大力支持，众筹市场已经成为目前最具潜力、发展最快的市场之一，但是同样乱象环生，缺少规则，缺乏真正懂得众筹的专业人士，没有标准化的流程和标准化的文本协议，项目识别和风险控制能力差。很多人跃跃欲试，但无从下手，更是出现了不少借众筹名义行非法集资的骗局，包括改头换面做直销传销，众筹被少数人利用，成了圈钱的游戏，给众筹市场带来了混乱，给人们的认知带来了混淆，众筹市场亟待规范，从而保证长远健康发展。

“社群+众筹=社群众筹”，用众筹的思想和方法切入社群，挖掘社群资源，实现社群价值最大化。真正基于人的众筹，是未来众筹的一个发展趋势，是目前众筹问题的终极解决之道。

众筹是未来商业系统的核心，是重塑商业文明的关键，是激活民间资本、对接闲置资源的有效途径，是中国可以实现弯道超车的一个