

众筹:传统融资模式颠覆与创新

作者: 盛佳、柯斌、 杨倩

众筹: 传统融资模式颠覆与创新

盛佳 柯斌 杨倩 著

ISBN: 978-7-111-46681-9

本书纸版由机械工业出版社于2014年出版, 电子版由华章分社(北京华章图文信息有限公司)全球范围内制作与发行。

版权所有, 侵权必究

客服热线: + 86-10-68995265

客服信箱: service@bbbvip.com

官方网址: www.hzmedia.com.cn

新浪微博@研发书局

腾讯微博@yanfabook

目录

序

前言 打碎百年融资枷锁

第1章 众筹：千年筹资方式的互联网新玩法

1.1 众筹的源起及其在国外的现状及现状

1.1.1 回报型众筹

1.1.2 股权型众筹

1.1.3 债务型众筹

1.1.4 募捐型众筹

1.2 国外垂直类众筹平台

1.2.1 地产行业众筹

1.2.2 替代能源众筹

1.2.3 硬件众筹

1.2.4 电影众筹

1.2.5 音乐/演出众筹

1.2.6 图书出版众筹

1.2.7 啤酒业

1.2.8 网络应用

1.2.9 教育

1.3 证券经纪人进入“授权”的众筹领域

1.4 数读世界众筹地图

1.4.1 众筹的世界市场

1.4.2 众筹模式解读

1.4.3 市场展望

1.5 众筹在中国的机遇与挑战

1.5.1 众筹模式的发展机遇

1.5.2 国内众筹发展与挑战

1.5.3 中国超越发达国家的机会

1.5.4 众筹在中国商业模式的突破

1.5.5 众筹在中国的未来

1.6 基于奖励型众筹的市场测试

第2章 众筹，颠覆传统融资模式

2.1 传统融资渠道的资金错配

[2.2 众筹融资：侧翼颠覆](#)

[2.3 人人都是天使投资家](#)

[2.4 美国的四类众筹发行方式和JOBS法案](#)

[第3章 社交，玩转众筹兑现红利](#)

[3.1 巧用社交平台完成众筹目标](#)

[3.2 国外众筹成功案例如何玩转社交](#)

[3.2.1 社交网络推广众筹项目的周期把控](#)

[3.2.2 根据项目的受众属性制定社交网络策略](#)

[3.2.3 巧用众筹平台的交流空间](#)

[3.2.4 项目发起人需警惕大众智慧的陷阱](#)

[3.2.5 挑战：管理大众意见反馈](#)

[3.2.6 成功案例一：John Gorilla](#)

[3.2.7 成功案例二：《Catamaran Literary Reader》](#)

[3.2.8 成功案例三：《Veronica Mars》](#)

[3.3 国内外知名社交平台及各自特征](#)

[3.4 利用社交平台玩转众筹实战流程指南](#)

[3.5 各老总微信筹学费，互联网思维上中欧](#)

[3.6 i黑马运动会，不吆喝不成行](#)

[3.7 《罗辑思维》：众筹的社群模式](#)

[3.8 弱社交：众筹罗辑的星润之死](#)

[3.9 社交筹资之星：拉萨沙发客](#)

[3.10 朱江：中国众筹第一人](#)

[3.11 微信AA付款，众筹模式的衍生](#)

[3.12 寻求1001位板砖兄弟](#)

[第4章 风险，信用违约和法律援助](#)

[4.1 众筹存在的风险因素](#)

[4.2 项目众筹潜在危机的预防与化解](#)

[4.3 众筹在中国的法律底线](#)

[4.4 中美众筹模式风险对比](#)

[4.5 众筹需要什么样的法律援助](#)

[4.6 如何看穿回报型众筹项目中的骗子](#)

[4.7 实例：回报型众筹的骗局](#)

[4.8 项目发起人怎样保护自己](#)

[4.9 投资型/股票型众筹里有没有骗子](#)

[第5章 膜拜，新土豪诞生记](#)

[5.1 科技众筹：Pebble E-Paper智能手表为何筹到1000万美元](#)

[5.2 纪录片众筹：从边缘导演成为奥斯卡奖获得者](#)

[5.3 音乐众筹：从籍籍无名者到捧得格莱美奖杯](#)

[5.4 医疗救助众筹：马拉松爆炸案伤者的100万美元众筹项目](#)

[5.5 文化众筹：破旧的Catlow剧院重生记](#)

[5.6 游戏众筹：游戏大师单飞创业，完美筹资380万美元](#)

[5.7 公益众筹：如何在一天内筹集1630万美元](#)

[5.8 跨界众筹：赋予科技产品公益阳光](#)

[5.9 科技众筹：把纸飞机变成智能遥控飞机](#)

[5.10 时尚众筹：Everlane，将众筹作为最有效的市场调查](#)

[5.11 艺术众筹：从短片众筹到大型舞蹈派对，众筹回馈的衍生乐趣](#)

[5.12 公益众筹：Watsi，一家医疗救助众筹网站的成功融资](#)

[5.13 艺术众筹：500美元的低筹资目标，一个超募的经典案例](#)

[5.14 公众事件众筹：2016年美国大选将战场移至众筹？](#)

[5.15 在失败中成长](#)

[5.15.1 众筹挫折：从失败中寻找成功的钥匙](#)

[5.15.2 失败的众筹项目占一半以上](#)

[5.15.3 众筹失败的原因分析](#)

[5.15.4 GraFighters众筹失败，但获得20万美元风投](#)

[5.15.5 《时代周刊》知名专栏作家对众筹精髓理解不足](#)

[5.15.6 知名歌剧演员选错了众筹核心竞争力](#)

[5.15.7 众筹需要通过循序渐进的方式达成](#)

[5.16 失败的科技众筹：目标为3200万美元的巨额筹资——智能手机的“辛亥革命”](#)

[第6章 未来，众筹新十年](#)

[6.1 超3000亿美元的大蛋糕：众筹成为未来互联网金融的夺宝奇兵](#)

[6.2 信任星系：未来众人拾柴火焰高的根基](#)

[6.3 发展中国家：未来众筹的蓝海](#)

[6.4 众筹的自我测度与评价工具](#)

[6.5 抓住社会价值成长的行业机遇](#)

[6.6 案例：气候创新中心](#)

[后记 众筹的自由女神：理想主义的胜利与生而平等](#)

序

撰写本书的初衷，是希望帮助众筹服务模式在中国落地。

信贷权是基本人权。诺贝尔和平奖得主孟加拉乡村银行总裁尤努斯教授认为，每个人都应该享有获得金融服务机会的权利。只有每个人都拥有金融服务的机会，才能让每个人都有机会参与经济的发展，才能让每个人都有机会享有财务自由和精神自由，才能实现社会的共同富裕，建立和谐美好的世界。

当前的中国，以网络支付、信贷、众筹的兴起为标志，新兴互联网金融极大地丰富了普惠金融发展的内涵。发展互联网金融，建立普惠金融体系，就是要在金融体系上进行大量的创新，包括制度创新、机构创新和产品创新，从而让每个人都获得参与和享受金融服务的机会。

传统上，大企业和富人拥有更多的金融服务机会。但是，众筹、P2P、“宝宝们”这些互联网金融服务形态的出现，率先并革命性地改变了这一局面。

首先，客户覆盖面更广，服务对象从高收入群体扩展到了城市白领、小微企业、弱势产业，使得低收入群体、初始创业者及小微企业获得了更多的直接或间接融资机会，真正做到了有效且全方位地为社会所有阶层和群体提供金融服务。

其次，互联网金融产品及其功能呈现多样化发展趋势。就目前来说，互联网金融已经能提供几乎除存款以外的所有产品和服务。诸如信贷、支付、结算、租赁、保险、养老金等，均已经实现了“线上+线下”的双层级业务模式，随之而来的这种模式的网络化、移动化优势日益凸显，并已经成为传统金融新的业务增长点。

众筹，作为最符合“普惠”理念的互联网金融筹资方式，具有最广泛的潜在用户群，它的出现带来了金融理念的重大转变。普惠金融不同于政策性金融，也有别于其他普遍金融服务。它不是政府扶贫，而是既要履行社会责任又要遵循商业可持续原则的新型商业服务。

尤其是回报型众筹和股权型众筹，由于其参与门槛低、方式灵活的特点，已经得到了越来越多的创业者的青睐。在社会和个人信用体系完备的北美和欧洲，这种全新的融资模式一经出现，即获得了爆发式的发展。我们可以大胆推断，加上社交SNS网络的辅佐，众筹模式在未来将能对普惠金融和小微企业融资以及创新企业生态起到更大、更突出的作用。

但就目前来说，众筹模式要在中国落地生根并取得长足发展，还有很多工作要做。除了练好内功打造好平台服务能力之外，还需要国家在法律监管及社会信用体系建设上多下工夫。通过相关法律政策的制定和实施，允许和鼓励新建小额筹资平台的发展，为众筹模式的发展提供必要的政策环境；同时加强社会信用体系建设，推动全民诚信意识建设，为众筹模式的发展打造优质的社会环境。

冲浪航行遥望心灵的灯塔，掘金众筹渴望坚强的指引。众筹的颠覆性融资能力如何变成现实？传统投资机构和交易所如何嫁接众筹模式？硅谷众筹有哪些成功经验和前车之鉴？未来十年中国式众筹走向何处？我们试图通过本书，探讨世界众筹实践最前沿，以期继续推动奖励型众筹和股权型众筹在中国的普及与勃兴。

盛佳

2014年5月8日

前言 打碎百年融资枷锁

众筹，译自英文Crowdfunding，在中国台湾地区称为群众筹资，在美国有时也叫做众投

（Crowdinvesting），通常是指人们在互联网上的一种合作行为，汇集一定的资金以支持其他人或组织发起的某项努力。众筹支持多样化的筹资意图，从灾难捐赠到图书出版，从艺术家狂热的粉丝支持到政治竞选、筹钱创业等。

2013年是众筹发展的里程碑。这年秋天，美国国会批准了JOBS法案，使得在奖励式众筹和捐赠式众筹之后，股权众筹自由合法化的梦想成为现实。

网络众筹的革命性堪比Facebook。如果说社交网络打破了禁锢在人们身上的时间枷锁，缔造了自如沟通交流的全新世界，那么众筹融资模式的诞生，必将打破禁锢了普通人千百年的资金枷锁，缔造出一个自由融资的全新世界。

无须去股票交易所，在网络上、移动终端上就公开融资了，众筹把拥抱资本的机会赋予中国和全球的梦想家，引来热浪叠起。从本书动笔到交稿的两周，又有几家新的众筹网站发布，又有成百上千的项目进入了各众筹平台等候发布的队列。

解密推动众筹成为主流筹资方式的动力所在，是本书的初衷之一。有这样的想法由来已久，我们一直希望有这样一本书，它既有别于网络或微信里纷纭的众筹指南，也有别于如何发起众筹、如何提高项目对支持者的吸引力或者众筹白皮书等作业层面的讨论，我们希望它是中国第一本以专业视角和专业笔触精确地阐述国内外众筹行业的发展现状、客观评析众筹前景的书籍，希望它是一本用众筹的方式出版的有关众筹的书籍。这个工作富有挑战性，尽管我们都是中国众筹平台上的亲身实践者，可是众筹本身太迷人，太性感了，它每天都在变化发展，我们努力要求自己捕捉本书希望涉及的方面的必然变化与偶然机遇，我们也因此筹到了来自北美和中国内地的更多作者和编撰伙伴。

我确信，翻开本书的人将会无比幸运。在运营中国最有影响力的众筹网站的过程中，我们发现，众筹事实上已从根本上颠覆了人们传统的筹资观念。无论是否发起过项目，但凡接触到众筹，人们很快就变得不一样了。看来，无论是寻找种子投资的创业者或者大公司合伙人，也无论是天使投资人或VC和PE的投资经理，甚至证监会官员或财务顾问，都必须透过现象把握众筹的精髓。所以，我们也期望这本书是第一本通俗易懂地讲述如何通过网络提供筹资解决方案的专业书籍。

本书内容共分6章。众所周知，最早的众筹以非营利目的的捐赠居多，今天，无论是主流的商业企业还是社会企业，都把目光聚焦于众筹，社交媒体、在线社区、微支付技术，纷至沓来，它们帮助项目发起人用极其低廉的成本将潜在的支持者们抓住。除了站在市场最前沿回眸众筹的这段历史，第1章还描述了众筹的当下图景。

获得全民追捧，证明了众筹模式内含颠覆传统渠道的禀赋。作为新融资模式，这种颠覆为何能发生，如何发生，给每个人带来怎样的机会与变化？本书第2章从理论上分析了众筹模式的革命性，提出了作者自己的见解。

在互联网时代，普通人拥有的最大资源是什么？是社交网络。社交网络是有互联网以来的集大成者，第3章用精彩的文笔讲述在社交网络上玩转众筹的故事，分享在社交平台上运用和拓展人生资源、兑现人生红利的创业行动。

然而，机会背后总是伴有风险，以全程公开透明的名义筹款的众筹行为，是否也存在信用违约呢？众筹的发展希望获得哪些与现行的法律监管规则不一样的法律援助呢？第4章提供了来自实践的思考与中美对照。

天下武功唯快不破。众筹平台很好，用好众筹平台也能很好。第5章给出了精彩纷呈的众筹成功案例，既有奥斯卡的璀璨光芒，也有来自西藏拉萨的圣洁泉流。

想象十年后的众筹图景将是怎样的，的确有些难度，但未来必然属于众筹，本书第6章基于专业机构研究，描述了万亿美元的市场规模、新兴市场国家的巨大机会、家庭投资抢占证券市场份额、信任星系，以及社会价值行业爆发性增长五个未来亮点。

还有许多有关众筹模式未来发展的问題，本书并不能一一涵盖。心动不如行动，一起来做众筹小伙伴！

本书是众人智慧的结晶，主要由盛佳、柯斌、杨倩编著，另外，杨雪宜、王艺璇、王蕴佳、张栋伟、叶玮、信海光、蔡功恒、板砖大余、杨寥星也参与了本书部分章节的写作。

柯斌

2014年5月1日

第1章 众筹：千年筹资方式的互联网新玩法

虽然大众筹资的行为早在千百年前就出现了，但是它真实进入人们的视野和生活中在近几年才发生。互联网的广泛普及和互联网直接迅速传播的特性促使众筹进入了一个新的领域。互联网众筹帮助身处世界各地、工作在不同领域的许多人实现了他们简单的愿望。

□

1.1 众筹的源起及其在国外的现状及现状

目前，世界上最大的两个互联网众筹平台是Kickstarter和IndieGoGo。它们让那些企业家和发明家可在全美甚至是全球领域发掘新的想法和概念。同时，这两个平台也运用新的技术大大推动了互联网融资的发展。

□

Kickstarter联合创始人Perry Chen

华裔创始人Perry Chen（中文译名陈佩里），他的正式职业是期货交易员，但因为热爱艺术，开办了一家画廊，还时常参与主办一些音乐会。2002年，他因为资金问题被迫取消了一场筹划中的在新奥尔良爵士音乐节上举办的音乐会，这让他非常失落，进而开始酝酿建立一个募集资金的网站。佩里·陈回忆说：“一直以来，钱就是创意事业面前的一个壁垒。我们脑海里常会忽然浮现出一些不错的创意，想看到它们能有机会实现，除非你有个富爸爸，否则不太有机会真的去做到这点。”

IndieGoGo的创始人SlavaRubin在最近的演讲中不断地提及：众筹这个概念的历史要早于互联网。他最喜欢的一个例子是，世界闻名的自由女神像曾因为资金短缺问题而无法顺利地安置在纽约港口。

□

自由女神像

在那个时候，纽约市的市长，GroverGlevertland先生，决定用大众集资的方法，将这个来自法国盟友的礼物树立在纽约港口。其他城市，例如波士顿和圣弗朗西斯科，也看到这一契机，想帮助纽约市建立起这个如此有纪念意义的雕像。有意思的是，这个举世闻名的自由女神像最终通过大众集资而建立。

1884年，著名的新闻家Joseph Pulitzer运用当时最流行的和大众交流的工具——报纸，发布了这则消息。他通过他的报业New York Word发放宣传单，鼓励纽约市民为自由女神像的底座捐款，以维护纽约市的荣耀。

这个大众集资项目运行了大约6个月的时间，最终得到了12.5万人的捐款。捐款人从小孩子到老人，从商界大佬到普通百姓，甚至是生活在社会底层的贫民，都为这个计划献出了自己微薄的力量。最终筹募得到的款项是100091美元，换算到当下市值大约是220万美元。

600万美元的筹款项目即便在今天也是一次惊人的成功。如果拿自由女神像筹款的项目和2013年IndieGoGo和Kickstarter的成功案例做个比较，只有Kickstarter的数个项目可以与之匹敌。

知识链接：1884年的自由女神众筹项目

发起人：著名的新闻家Joseph Pulitzer

筹资金额：100091美元（换算到当下市值大约是220万美元）

参与人数：超过125000人

筹资方式：运用当时最流行的和大众交流的工具——报纸，发布了这则消息，并通过报业New York Word发放宣传单。

Kickstarter和IndieGoGo在业界的成长是很快的，这两个势均力敌的竞争者其实只代表了众筹领域的一部分。众筹在快速发展之下也被很快地分割成不同的类别，然后在大的分类下面又形成了许多小的类别。

在美国，Kickstarter，IndieGoGo和RocketHub是回报型平台的典型代表。在美国之外的其他地区，也成长着类似的平台。例如Pozible，最初建立于澳大利亚，但是最近也想在美国市场分一杯羹。这个众筹平台是在2010年建立的，当时它用的是FundBreak这个名字。Pozible在2012年一共募集到了580万美元的筹款，支持了1903个项目的发展。

众筹被广泛认知是因为回报型众筹的发展，如果做进一步的分类，以下几类是被大众认可的几个众筹方式：

□

鉴于众筹发展趋势很迅猛，我们看到了未来的发展分割方向的垂直化和行业化形成的可能，并且随着时间的发展，我们也将看到更多的新的众筹形式的出现。如今，众筹所覆盖的领域已经很广泛了，下面列举出了一些垂直网站的分类：

□

毋庸置疑的是，这个分类还会不断地发展和改进，成功的众筹领域会带来更激烈的竞争，而那些没有什么竞争力，甚至在衰退的领域则会被其他的分类所吞并。

知识链接：

众筹发展简史，示意图如下：

□

欢迎访问：电子书学习和下载网站（<https://www.shgis.cn>）

文档名称：《众筹_传统融资模式颠覆与创新》盛佳、柯斌、 杨倩 著.epub

请登录 <https://shgis.cn/post/531.html> 下载完整文档。

手机端请扫码查看：

