

产品众筹：如何击破选品痛点，减少试错成本？

产品名称	产品众筹：如何击破选品痛点，减少试错成本？
公司名称	东莞市微三云大数据科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	广东省东莞市松山湖园区瑞和路1号2栋301室
联系电话	14776427336 14776427336

产品详情

跨境电商产品众筹的主要目的是为了减少产品的试错成本，但很多卖家对产品众筹概念模糊，还摸不清门道。

为什么要做产品众筹？

目前跨境卖家面临的一个痛点是选品进货方式有限，一般是通过1688采购，或是去工厂批发，这也被称为是跨境运营中的“搬砖”。

跨境圈总说“七分靠选品，三分靠运营”，选品选对了，或者是产品本身有一定的门槛，其他卖家做不了，竞争少相应的运营难度也比较低。而直接把1688的产品搬运到亚马逊、eBay、独立站上去售卖，很容易遇到价格竞争与行业内卷，新手卖家起量少还要打价格战，利润点低，如果运营水平和资金实力不

够强的话，很难在市场上生存。

下图是在亚马逊上热销的一个捕鼠器产品，这个产品在类目排名第5，目前累计2313条评论，平均评分达到4星级，卖家所在地为美国：

（图源：亚马逊）

这个产品的销量数据惊人，近30天的销量是13,467单。在进行产品研究时发现，该品牌部署了YouTube营销，其中一条爆款视频播放量累计500多万，评论区下方链入了一个购物路径，可以通过链接进入到亚马逊的listing页面。这种亚马逊联盟销售一般可以抽取4%的佣金，可以有效拉动产品销量。但这个产品并没有申请专利性保护，无法建立产品竞争壁垒，引发许多卖家跟风售卖，其关联产品价格差异较大，从8美元到30美元不等，由此引发价格内卷。

这种产品在1688上的批发价格大概是十几元，但从外观上看，它的体积不小，尾程配送费用是5.68美金，加上头程物流和广告费用，成本并不低。虽说这个产品目前热度高，可以通过蹭流量获得一些订单，靠定价获取一定利润，但从整体上看，产品在市场泛滥的情况下已经没有太大的利润空间，很多卖家可能不会选择去尝试，这也是许多跨境卖家的生存现状。

要如何获得选品优势？与其从1688采购拿货，不如开发自己的产品。仍然以捕鼠器为例，这款爆品均分4分，说明还存在一定的改进空间，可以通过分析低分差评的用户反馈，如产品材料不坚实等问题，基于

此去完善和升级产品，去找工厂进行产品定制，进行产品众筹。

这种产品众筹并非京东淘宝上的众筹项目，即发布一个产品创意，募集市场上的买家资金，待获得足够的资金之后再开始生产。本文所说的产品众筹是多个卖家共同开发新产品。

产品众筹的好处

要开发一个新品，首先要考虑选品和货源。如果产品市场竞争激烈，但存在改进空间，可以去找工厂加工定制，进行产品的一个迭代更新，避免侵权问题并提高产品竞争壁垒。

但是产品开发成本高，试错风险也大，中小卖家一般难以承担将大笔资金集中投入到一个项目中。但如果将资金拆散，几个卖家成团分摊费用，共同开发新产品，大大拉低了进入门槛。在预算充足的情况下，卖家还可以将资金分散投入到多个产品开发中，避免将鸡蛋都放在一个篮子里，提高成功概率。

产品的成功率有多高？

一款产品成功的定义是它能够稳定持续地产生利润，广告投入比较少，利润回报率较高且动销率正常。这种产品投资基于卖家眼光和市场判断，前期认为可行的产品并不代表投入市场后就一定没问题，总会发生不可抗的市场因素，产品成功的概率并非百分百，切忌盲目跟风。

除了产品本身，不同的人运营同一款产品，结果也会不同：

一是盲目跟风，前期遇到挫折就放弃，或者不断观望、模仿他人的运营方式，而不自行思考如何提高自己的产品成功率，这样很难把产品做起来。

第二个是运营节奏不好，什么时候该开广告，什么时候该上评价，什么时候该补货，要懂得拿捏节奏，否则销售状况不会太好。一般来说，运营阶段能淘汰掉百分之七八十的竞品，也就是说，如果说产品没有问题的话，只有百分之二三十的人是可以赚到钱的。

第三种是心态不稳。新品期起量一般是一个个节点往上推，很多人还没有“熬出头”就开始自我怀疑，判定产品失败。因此，即使多个卖家众筹同一个新品，总会出现有买家因心态不好而提前退出市场的情况。

因此，产品本身方向、产品品质、运营心态、运营技术以及运营节奏等方面都没有问题，才可以真正把产品做起来，在运营链路中大部分竞品卖家会被淘汰，所以也不会存在内部竞争压力大的情况。

众筹选品方向

选品调研包括受众群体需求、产品解决方案、市场容量、大数据竞争等多维度数据研究，众筹小组成员一起分析选品逻辑和产品可行性。隔行如隔山，就算是结构简单的产品，也可能在材料选取或加工工艺等基础流程上踩坑，所以选品方面好有经验人士带领，避免影响生产节奏，造成亏损。

一般来说，中小卖家众筹不推荐以下产品：

- 带电产品（带电池或插交流电）的产品：产品品控很难把握，风险系数较高，出口各国和各平台需要进行相关认证，不可抗因素较多。

- 太大、太重、客单价太高的产品：高单价的产品的启动资金门槛较高，中小卖家承受能力有限。中小卖家的众筹起点应该尽量控制在20-30万以内，尽量做一些单价在20-50美金左右、利润率相对更高的产品。

- 运营难度比较大的红海类目产品：前文也提到，产品成功跟卖家的运营水平有很大的关系。

建议中小卖家产品众筹，尽量选择单量不大、利润较高、竞争不激烈的利基产品。

产品众筹会遇到哪些风险？

- 工厂对产品要求细节不熟悉，盲目承诺，导致产品交期拉长或失败；
- 对用户需求的判断失败，定价过高，用户接受度低，导致产品推广难度大；
- 外观专利并不能完全保护产品，出现竞争对手模仿抄袭，导致价格竞争。