

商品类众筹，其创新的主体是众筹平台，创新的出发点主要是什么？

产品名称	商品类众筹，其创新的主体是众筹平台，创新的出发点主要是什么？
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

商品类众筹融资方式的运营模式创新分析。商品类众筹的运营模式较为固定，而其创新更多体现在具体流程上的创新。商品类众筹创新的主体是众筹平台，创新的出发点主要基于如何提高项目成功率、如何进行投后管理提高项目完成率和项目失败后如何弥补投资者损失。

首先是如何提高项目成功率上。商品类众筹的投资者和股权类众筹的投资者有所不同，两者都是主要基于兴趣、爱好以及对产品和服务的切实关注和需求来投资，从行为金融学来讲，基于兴趣、爱好等，众筹投资者产生了互惠性偏好，但商品类众筹的互惠性偏好更大。

PaulBelleflamme认为这种互惠性偏好带给投资者社区收益,商品类众筹中企业邀请投资者以一个低廉的价格来提前为未来的商品付款，股权类众筹中企业邀请投资者投资来换取一定份额的未来的利润分享，而两种众筹中的投资者都获得了一些额外的效用，企业通过互联网来联系投资者提供给他们所谓的“社区收益”。

两种不同类型的众筹所获得的社区收益是不同的。商品类众筹的社区收益来源于产品设计反馈，例如在音乐众筹中，投资人可以选择在新专辑中应该收录哪些歌曲，对封面设计有什么要求；科技产品众筹中，投资者对于产品具体指标的要求，产品设计的反馈等；在软件及游戏众筹中，投资者可以获得相关软件或游戏的公测资格。

从某种程度来讲，商品类众筹的社区效益带来了产品质量的提升。而股权类众筹则提供了一个支持某个

项目或公司却不必成为其消费者的途径，其社区收益更多是一种满足感，而这种满足感可以说是一种效用的增加，而且没有偏好差异，对投资者来说都是相同的。

因此，与股权类众筹研究定价的重要性不同，商品类众筹的定价策略的影响相对较低，提高商品类众筹的目标成功率更多需要在如何提升其互惠性偏好上。提升互惠性偏好的途径可能更多在于一个好故事，一个可能性和一个更好的预期产品。

另外，在众筹期限上有所创新。在众筹融资中，有两种交易达成的模式，一种模式为All-or-nothing,我们称之为孤注一掷的众筹融资模式或固定融资模式，另一种模式为Keep-it-on,我们称之为持续性的众筹融资模式或弹性融资模式。

All-or-nothing模式下，众筹平台为众筹项目设定一个期限，例如Kickstarter为其网站上的众筹项目设立1天到3个月的期限，在规定的期限内完成融资目标，则融资者可以提取资金；否则，资金自动退还给投资者。

Keep-it-on模式则突破了的限制，一种方式是在规定期限内达不到融资目标，融资者仍然可以拿到部分资金；另一种是不设置期限，直到达到融资目标为止。

在投后管理提高项目完成率上，首先需要关注的是商品类众筹的产品或服务必须有较好的可行性。产品和服务有完整的技术储备和成熟的商业模式，这样会降低试错成本。同时还要关注诈骗的可能性，相对于股权类众筹，商品类众筹的诈骗相对较多。

如何降低试错成本和减少诈骗是投后管理的首要创新点。其次需要关注的是信息反馈和沟通渠道的建立和完善。

信息反馈和沟通渠道的顺畅是保证项目完成的重要手段，是商品类众筹中投资者实现价值，获得效用和融资者完善产品质量的重要通道，在模式上的创新将可以显著提高项目的完成率，创新的途径不仅考虑渠道如何搭建，更要考虑投资者、融资者和众筹平台在其中发挥的作用。

在项目失败后如何弥补投资者损失方面，目前比较常见的是如果项目终没有完成，即投资者没有拿到产品或服务，则投资者可以拿回全部投资；而如果后拿到了产品或服务投资者并不满意，目前没有很好的补救办法。

在我国农业类众筹网站大家种上曾经有大枣的众筹项目，众筹者受到部分不合格大枣后融资者给予了退换服务；而Kickstarter上由美国音乐人Neil Young主导推出的一款三角外形的数字音乐播放器，它的设计初衷是希望能够为用户提供原生态音乐。

逃离低音质的MP3,Pono音乐播放器承诺不仅解析度高，还可直接线上下载高质量音乐，终筹集了623万美元的资金，投资者收到Pono音乐播放器，但其音质并没有承诺的那样好，美国科技博客Ars Technica给出的评价是“重新包装的高冷狗皮膏药”，而投资者只能吞下投资失败的苦果。

因众筹融资的融资者往往是小微(初创)企业或个人，其投资失败的概率相对较高，而投资者在投资前对于产品的支持和风险的知晓，并且出于对投资者的保护，众筹融资有投资上限，投资者并不会投入很多的资金向一个项目上，因此，投资者也愿意承担投资失败的结果。

目前已有的创新包括众筹平台将项目的部分收入或全部收入补偿给投资者，例如京东众筹；设立投资保险，例如Indiegogo和京东众筹。

众筹融资方式的单个具体正功能研究。众筹融资方式是互联网时代贴近实体经济的一种金融创新，它不仅为小微（初创）企业提供资金，也为普通大众基于兴趣爱好进行天使投资提供了途径，也是实现普惠金融的一种重要的方式。

众筹融资方式无疑具有多种功能，然而一种新型事物的出现并不能过度吹捧，称之为“风口”无疑是捧杀，在对它的正功能加以分析和利用的同时，认真研究其负功能，其发展趋势以及未来的正负功能，理想的正功能和现实的负功能，并对可能出现的问题加以注意和监管，才是正确对待一项金融创新该有的态度。

首先研究众筹融资方式的单个具体正功能，其对象是单个小微（初创）企业和单个投资者，对其正功能分析基于两个方面，一是交易费用的降低，二是众筹融资方式基于融资和投资的基础功能衍生出的其他正功能。

基于交易费用降低的双向正功能分析。交易费用是新制度经济学的核心，交易费用的概念是指在法律和有形的意义上的转移发生时所产生的各种金钱和非金钱的代价。在互联网金融被谢平正式提出来时，关于交易费用的降低就被提及到，这也是众筹融资方式显著具备的单个具体正功能。

认为，关于交易费用的分析需要在多个维度进行。一个维度是要考虑交易终要的信息处理；第二个维度是要考虑交易双方的主体特点及交易中介的特点；

第三个维度是要考虑创新对交易费用的整体影响，不仅是某一部分的交易费用降低，更要考虑潜在的某一部分的交易费用上涨。单纯的从三个维度分别考虑交易成本是可行的，然而从交易的过程出发，穿插应用三维度来进行分析则能分析得更加透彻。

在搜寻和信息费用方面的费用产生分析。谢平教授首先提出了互联网金融模式中信息处理的观点，认为信息是金融的核心，构成金融资源配置的基础，金融信息中核心的是资金供需双方的信息，特别是资金需求方的信息。直接融资和间接融资下主要有两类信息处理方式，一类是信息的私人生产和出售，第二类是政府管制。

互联网金融模式下的信息处理不同于直接融资和间接融资，主要由三部分构成：一是社交网络生成和传播信息；二是搜索引擎对信息的组织、排序和检索；三是云计算保障海量信息高速处理能力。

互联网的信息处理能力使得供需双方信息完全对称、交易成本极低，并形成了“充分交易可能性集合”，从而使得互联网金融交易达到完全竞争。

在搜寻和信息费用方面，其费用的产生是寻找交易对手。

搜寻和信息费用由直接费用和间接费用构成。正如谢平教授所言，在融资市场，资金需求方的信息是核心，如何让市场更迅速、有效地了解资金需求方的信息是关系融资成功以及融资成本高低的关键。

在资本市场的直接融资中，企业需要做好上市之前的一系列准备，或者在私募市场上寻找感兴趣的投资人；而在商业银行的间接融资中，企业将自身信息提交银行审核，银行来决定是否发放贷款以及贷款的形式，因而交易对手是银行。

直接融资所包含的信息费用包括直接费用即走完所有的审核流程并寻找经纪商或做市商进行销售，间接费用则包含了创造有组织市场即证券交易所的费用。间接融资所包含的费用是企业寻找可贷款银行的费用、相关信息的审核费用等，间接费用则是银行建立的费用。

包括直接融资和间接融资，对于融资者而言，间接费用因为是相关机构的固定成本因而边际成本为零而不予考虑，而直接费用则是搜寻交易对手以及审核费用，体现在现金和时间成本方面。而众筹融资方式则依靠的是互联网融资平台、信息技术以及互联网的社区再造功能。众筹融资的交易双方是投资者和融资者。

融资者选择众筹平台、通过线上或线下的方式提交法律法规以及平台所要求的相关信息，在交易对手匹配方面的直接费用则因互联网的信息传播便利而小化或接近于零。并且，由以上分析可见，直接融资间接融资以及众筹融资在直接和间接成本的相关边际成本上是不同的。

直接融资和间接融资在搜寻和信息费用在直接费用上是可变的，不断的寻找新的交易对手，因而其边际成本是固定的或接近稳定而且非零的；而在间接费用方面则是因为交易所和银行的设立而边际成本为零。

而众筹融资在直接费用方面是接近于零的，其边际成本为零；而在间接费用方面，众筹平台非交易对手，选择众筹平台需要费用，众筹平台的质量和规模所带来的融资便利也不相同，因而是可变的，且边际成本不为零。

从平台经济学的角度来看，互联网众筹平台是一个典型的平台，符合双边市场理论,即平台上买方和买方都存在大量的交易者，平台收取一定的费用，提供交易的通道,买卖双方自主交易。

结语

互联网众筹平台上大量的融资者和融资项目以及为数众多的网民投资者在平台上能得到快速的信息分类检索，使得信息搜索上的交易成本小，降低了投资和融资双方互不可知的信息不对称。