

降低交易费用和交易成本，是众筹融资方式中，z为显著的正功能

产品名称	降低交易费用和交易成本，是众筹融资方式中，z为显著的正功能
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

在讨价还价和决策方面，其费用的产生主要与签订合同时各方就合约条款谈判和协商支付有关。

在分析众筹与其他融资方式在这方面的费用时需要考虑三个方面：第一方面是信息不对称引发的交易成本；另一方面是融资者和投资者的议价能力；第三方面则是行为经济学当中的互惠性偏好或利他主义。

信息不对称会导致整个讨价还价的过程较长，交易双方会不断试探对方的底线以获得对自身的有利。信息不对称在各种融资方式中都是存在的，而消除信息不对称以及缩短讨价还价过程上，每种融资方式所采用的方法则有所不同。消除信息不对称都有赖于信息披露制度。

直接融资及众筹基于法律法规的要求需要融资方做详细的信息披露并且会有相关机构的审核。直接融资方面，上市公司的信息披露成本高，企业发布的报告中的财务报表要付费经过会计师、审计师、律师的审查，在某个平台发布信息是要交纳平台使用费，其信息披露成本非常高；

众筹高信息披露成本相对而言没有上市公司那么高（体现在其财务报表上的会计师审计师的审查要求），但是各国在众筹融资的信息披露上仍有严格的规定，美国的JOBS法案和英国FCA颁布的《众筹融资法案》都严格规定了众筹的融资企业及平台需要披露的相关内容。

从为保证消除信息不对称，建立良好的信息沟通渠道以及在风险管理方面所承担的或多或少的义务（基于不同的运营模式而不同），并不应该作为一个纯粹的信息中介，而应该视为一个新型的金融中介，因此，平台也必然要承担信息披露义务。

综合各国的法律法规，平台承担两类型信息披露义务：一类是风险告知义务，另一类是对交易行为本身的告知义务。众筹融资者在信息披露成本上并没有上市公司高，然而仍然需要主动地详细切实的披露其相关信息，而众筹平台也需要确保披露信息的及时有效。

有效的信息披露能降低讨价还价的费用，双方本身的知根知底，尤其是投资者对融资者信息的了解能确保在众筹项目上线时在规定时间内达到融资目标额度使项目成功，且整个众筹融资过程的顺利、高效完成，而这对于融资者本身是一个激励。

投资者和融资者在议价能力方面会切实影响二者本身能获得的利益，且影响到交易成本。就我国而言，小微企业到银行贷款时遇到融资贵的问题主要表现在两个方面：一是贷款不容易审批，且利息水平相对较高（有较高的风险溢价）；

二是申请的贷款多是“组合贷款”，一部分以贷款方式获得，另一部分以承兑汇票的方法获得，企业想获得现金需要先将汇票贴现。“组合贷款”的成本也包括了贷款利息、承兑汇票手续费以及汇票贴现费。小微企业在银行获取贷款时缺乏议价能力是显而易见的，甚至一些银行在给企业放贷之前会提前计算收益回报。

众筹融资中存在着互惠性偏好，或者称之为“利他主义”。众筹融资中的互惠性偏好或“利他主义”表现在众筹投资者投资时某种形式的让利。具体表现在：商品类众筹中投资者获得商品或服务的价格可能高于商品未来的价格；股权众筹中以比公允的股权众筹定价稍高的价格获得股权。

众筹融资方式中投资者的一个本质特征即是基于投资者自身对众筹项目的高度认同而做出投资决策的。

这种高度认同的来源可能与产品或服务本身有关（该产品对于其有足够的吸引力，因而愿意为其早日面世做出贡献，而这种心理不区分众筹的类别），可能与企业家才能相关（商品类众筹中音乐、艺术类等表现出了足够的粉丝效应，因而某些经济学家称众筹这种现象为粉丝经济学；

股权众筹中表现为企业家才能的认同，或对创业者和创业团队的认同），可能与技术及商业模式或产业发展趋势相关（投资者认同上述内容符合未来的发展趋势，对其前景颇为看好）。

这种认同感或认可程度使得众筹融资在某种角度上看上去存在投资者的让利，或者说投资者在某种程度上资助融资者的金融道德行为，而该种行为是典型的行为金融学中的互惠性偏好和“利他主义”。而行为金融学对其的解释则是看似的利他行为实际上是某种互惠。

众筹融资中存在着互助的因素，在某种程度上也可以说是弱者的联合：小微（初创）企业急需资金，是弱者；广大的投资者财富规模小，同样是弱者。

这种“互助”是一种合作，投资者一方面在资助了热爱的项目后得到心理的满足，另一方面投资者在未来可能会得到某种实惠，即融资者或者在成功开发出产品后他能以更低廉的价格获得它，或者投资者的股权或债券能极大地升值。

任何合作都是道德和利益双方面的考虑，即合作的一种动机是基于人的道德、正义和智慧；合作的另一种动机是基于可以取得个体无法取得的利益。而在众筹融资中，基于对项目的信任使得其交易成本能大幅地下降。

监督费用和合约义务履行费用的产生分析。监督费用和合约义务履行费用所考量的是投后管理水平的高低和控制风险的能力。

众筹融资模式的投后管理因众筹平台的运营模式而有所不同，而监督费用和合约义务履行费用与投后管理的方式关系密切。在众筹融资的投后管理中，顺利的沟通渠道和投后管理各主体的参与程度是影响风险管理能力（或者说是相互影响）的重要因素，也是决定监督费用和合约义务履行费用高低的关键。

顺利的沟通渠道有赖众筹平台的建设，平台作为投资者和融资者的中介，并且作为投资资金向融资者发放的关卡，其作用和地位是相当重要的，融资者必须密切配合以达到三方的沟通交流。顺利的交流渠道能减少监督费用的产生，及时有效的就相关问题进行答复能避免投资方、平台对融资方的误判。

基于融资者和投资者的其他正功能分析。降低交易费用和交易成本是众筹融资方式最为显著的正功能，而且这种正功能是双向的，即投资者和融资者双方都能借助互联网众筹平台降低信息搜寻、决策、监督等方面的交易费用。除了这一双向正功能外，众筹融资方式对于投资方和融资方还分别具有特有的其他正功能。

基于融资者的其他正功能分析。采用众筹融资方式的融资者不仅仅在资金需求上得到满足，同时通过众筹融资方式，融资者可以得到其他的好处。

融资者得到的正功能往往来自于投资者，而投资者给予融资者的这些正功能往往具有外部正效应，例如从投资和融资角度，投资者帮助目标企业完成融资，使得产品得以生产，对后续消费者带来了好处（首要好处就是新产品的面世，其次的好处就是未来消费者购买产品时的价格下降）；

而其他功能，例如广告效应、信息反馈效应等也具有正的外部性。

首先是产品或服务的市场探路功能。小微（初创）企业在产品技术储备和设计规划完成后，接下来的步骤就是投入资金进行生产销售。

而采用众筹融资方式的融资者在产品实际生产之前可以通过众筹来对市场进行探路，看一看市场对于新产品的接受程度，潜在消费者对于这种商品是否有足够的兴趣以支撑未来产品生产后广阔的销售市场。

探路效应来自于以下几个方面：一是融资者在给众筹平台提交融资项目时众筹平台的审核；二是某些众筹类型中的路演，审核者为领投人；三是众筹项目上线后能否达到融资目标，审核者是广大的普通投资者；四是产品在实际生产后投资者的反馈。

其次是广告功能。广告功能有两种来源，一种是来源于众筹平台的宣传，这种宣传受制于众筹平台的技术、规模等，好的众筹平台往往其网页浏览量相当高，例如Kickstarter、Indiegogo,又或者是国内的京东众筹和阿里众筹；

另一种来源于互联网社交网络的传播，因为互联网的社区再造，投资者会就感兴趣的项目进行聚集，基于互联网的聚集不再局限于时间和空间的束缚，投资者通过社交网络例如Facebook、微信、微博等进行传播，使得越来越多的人知道产品，并成为潜在的投资者和购买者。

这种广告效应加速了投资进程，提高了项目融资成功率，同时也增加了未来的潜在购买者。当然，较差的评价也会通过社交网络进行传播，对融资带来了一定的负面影响，但同时也是对产品及服务进行筛选和降低风险的一种手段。

再次是信息反馈功能。信息反馈功能是指商品类众筹中，投资者对产品和服务进度的监督和产品特征及性能的反馈以及所有众筹类型中的投后管理和风险监管。信息反馈效应对于融资者来讲，可以帮助其提升产品质量、完善产品设计，节省了部分成本。

和消费者的直接沟通带来的效果是巨大的，不仅体现在成本方面，其对无形资产zui重要的商誉也有很大提升，为企业增加了附加价值。

一个乐于倾听消费者意见和善于倾听消费者意见的公司，其试错的成本会小很多，提升了项目甚至产品的成功率。顺畅的信息沟通和反馈渠道能够帮助企业和投资者更好地管理风险，在股权类众筹中，投资者作为股东行使企业的管理权，从产业链和商业模式等方面对企业提供帮助。

zui后是供应链金融功能。在为小微(初创)企业融资服务时，众筹融资方式可以借鉴银行的供应链金融的管理方式，将供应链金融纳入其中，一方面获取各类信息帮助减少风险，另一方面帮助小微(初创)企业梳理上下游资源，提高众筹融资zui终的项目完成率。

众筹融资方式提供供应链金融功能有以下方式：一是通过投资者提供供应链金融的功能，包括普通投资者，也包括领投人和跟投人，投资者可以为融资者提供供应链上下游的相关信息，包括原材料的采购及产品的销售等，专业的领投人还可为融资者与上下游建立直接的联系；

结语

二是平台自身提供供应链金融的功能，三是平台与银行等机构合作提供供应链金融的功能。