



网信金融集团成员企业 A Member of NCF Group

公益众筹在中国





众筹概念及全球市场俯瞰





众筹译自crowdfunding,即大众筹资,当代众 筹指通过互联网发布筹款项目并筹集资金。

区别于众包(Crowdsourcing)众包出力,众筹出钱。相对于传统的融资方式,众筹更为开放,能否获得资金也不再是由项目的商业价值作为唯一标准。只要是网友喜欢的项目,都可以通过众筹方式获得项目启动的第一笔资金或者获得项目发展的第一批粉丝用户。

众筹核心价值

对项目发起人

通过众筹过程的验证和路演,项目发起人会获得更大自信,其数据结果也会成为争取机构投资时的"案例背书"。

筹集资金:消除了传统融资的中间环节,无疑将提高融资效率,降低交易成本,具有内在的经济价值。

路演推广:相比传统方式众筹使整个项目全程处于推广状态,通过分享、互动在用户群中产生话题,营销效果好。

市场验证:通过投票和预付费,调查项目热度, 预知真正需求区域及市场容量。

对投资者

在众筹网会 第一时间发 现具备价值 潜力的想法 和产品,求 得更早的投 资机会。

对用户

在众筹网可以购买到" 未来的商品",并且有机会参与到这个商品的问世

现代众筹模式的两种分类按出资者关系分类

奖励模式:如Kickstarter、 Indiegogo、众筹网

- 在项目完成后给予投资人一定形式的回馈 品或纪念品。
- 回馈品大多是项目完成后的产品。
- 时常基于投资人对于项目产品的优惠券和 预售优先权。

股权模式:如Upstart、 AngelList

此种模式与股权投资类似,即投资者投入资金后可以得到创意人新创公司的股份, 或其他具有股权性质的衍生工具。

捐赠模式:如Causes、YouCaring

- 单纯的赠与行为,即创意者无需向投资者 提供任何形式的回馈。
- 投资人更多地是考虑创意项目带来的心理 满足感。

债权模式:如Kiva Zip

- 此种模式类似于创意者未来创意项目向投 资者借款,即双方为借贷关系。
- 当项目完成或有阶段成果时,须向投资者 返还所借款项(可加入利息)。





现代众筹模式的两种分类

按获得筹款方式分类

All-or-Nothing:如 Kickstarter、众筹网

如果在众筹期内,所筹得资金达到融资目标,则创意者(发起人)获筹款。如果在众筹期内,所筹得资金无法达到融资目标,则创意者(发起人)不能获得筹款,之前所筹款项将返回投资者

Keep-it-All:如 RocketHub

当众筹期结束时,无论所 筹资金是否达到融资目标 ,创意者(发起人)都将 获得已筹款项

混合模式:如 Indiegogo

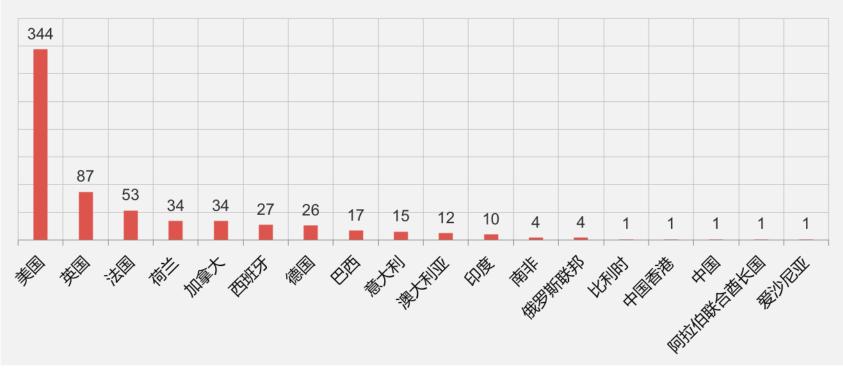
,可以选择以 All-or-Nothing 或者 Keep-it-All的其中一种方 式筹款

即创意者发起融资计划时



全球众筹市场概貌



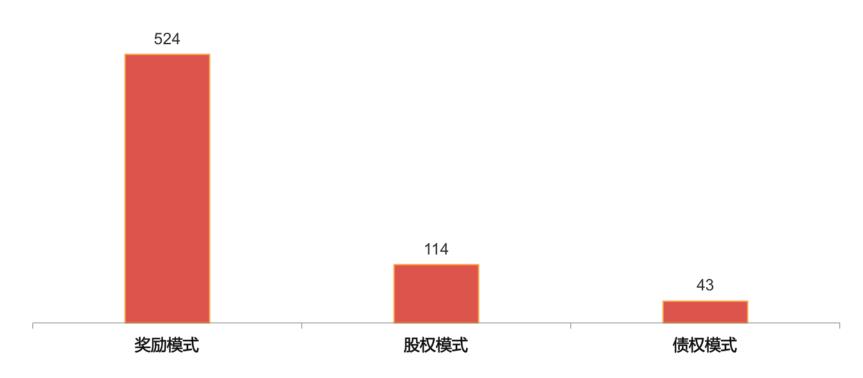


数据来源:众筹在发展中国家的潜力-2013年infoDev-筹资与民营部门发展部门. 华盛顿哥伦比亚特区:世界银行众筹平台品类成功率以Kickstarter为例

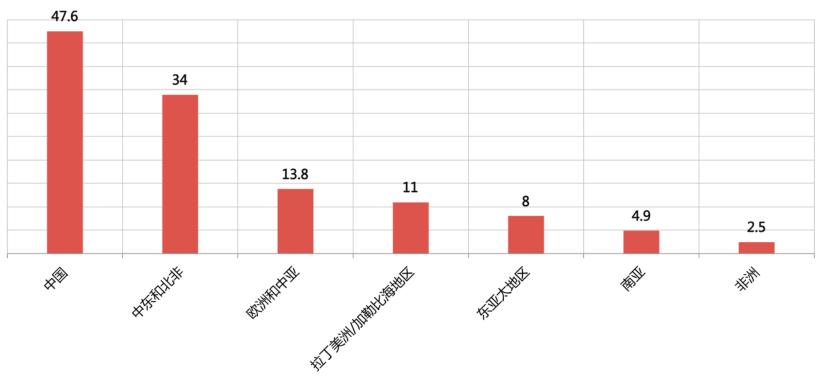




2009年至2012年各众筹模式年复合增长率 单位:%



2025年全球市场潜力估值 单位:十亿美元



众筹 发展中国家超越发达国家的机会

- 发展中国家基本还是沿着发达国家的资本市场结构和监管体系运作,但通过 众筹,发展中国家可能反超。可能利用新技术和流程(包括移动技术,社交 网络,快速创新体系及众筹)打造更高效的创业融资体系,超过发达国家现 有的运作方式。
- 众筹使更广阔的潜在投资人能更高效的发现可信的具有价值的创业企业。





众筹在中国的机遇与挑战

中国面临的问题

- 简单的Copy-to-China行不通。
- 项目发起方
- 缺乏高质量的项目。
- 缺乏良好的版权保护,存在顾虑。
- 项目推动能力不足。
- 投资者:
- 对众筹模式的接受程度低。
- 信任门槛高。

平台方

- 缺乏强有力的支撑和推动。
- 需要探索更多的商业模式。
- 相比P2P,众筹在中国仍未进入爆发期
- 但作为互联网金融的融资模式之一, 众筹有巨大的想象空间。

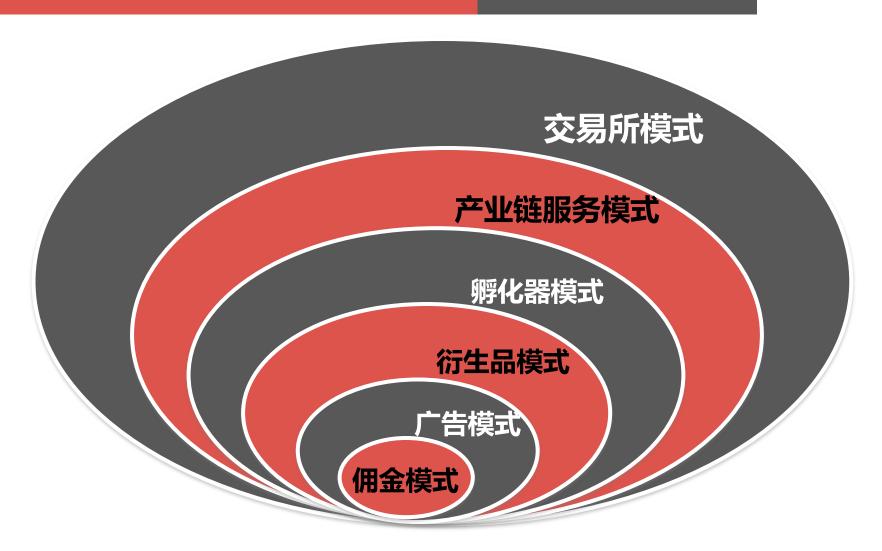
应对策略

■监管:

- 制定专门的众筹投资法律框架,鼓励对创业企业和中小企业投资。
- ■技术:
- 移动和互联网技术的普及,建立投资人和项目发起人有效的实时沟通渠道和平台,贯穿整个项目周期。
- ■社会化:
- 构建有效的在线社会化网络,使投资人和 项目发起人能形成社区,并传递信任。
- ■文化:
- 建立创业文化,包括推进共享办公室(蜂巢),孵化器,加速器等,提供辅导和互相学习机会,以及创造与投资人的沟通桥梁。

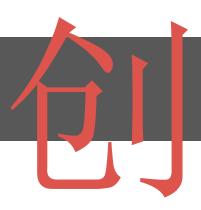


众筹商业模式的突破







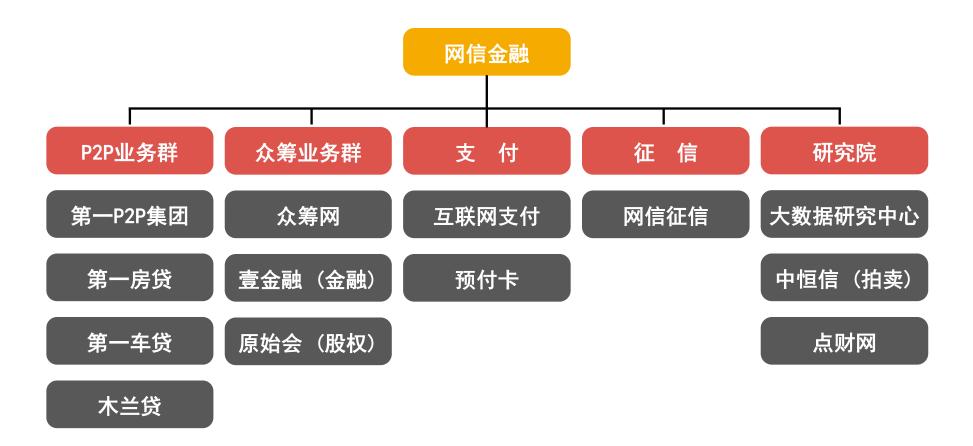


众筹网的创新与价值



中国网信金融集团有限公司由多家知名金融企业与专业投资机构共同创办,定位于中国互联网金融综合服务提供商。旗下囊括P2P众筹、支付、征信、研究院五大板块,建立了众筹网、壹金融、原始会、第一P2P、先锋支付等多个专业金融服务板块。

网信金融架构图





众 筹 网

中国最具影响力的众筹平台

是网信金融集团旗下的众筹模式网站, 为项目发起者提供

募资、投资、孵化、运营

一站式综合众筹服务。

>>>> 自2013年2月成立以来,已涉足科技、艺术、设计、音乐、影视、出版、动漫、公益、金融等众多领域。其中,众筹网联合长安保险推出的"爱情保险"项目创出了国内融资额最高众筹记录,筹资额超过600万元!"快男电影"项目近4万人参与,创出投资人最多的记录!

截至2014年5月24日



产品创新

全众筹平台







品类 创新

目前已涉足科技、艺术、设计、音乐、影视出版、动漫、公益、公开课等多个领域

爱情保险:创造国内最高筹 资额纪录



快乐男声:创造国内最多筹 资人纪录





服务 [孵化服务]

创新 众筹大学免费课程 1亿元创业基

金

前两期讲师一览:

1. 贾樟柯 著名导演

2.滕 泰 经济学家

美微传媒创始人 3.朱 江

4.张 春雨天下创始人&CEO 锐

5.曾 《移动的帝国》作者

6.盛 佳 网信金融CEO

知乎联合创始人&CEO 7.周

8.徐志斌 《社交红利》作者





服务 [投融资服务]

创新 投资乐童,声演坊等多家公司



众筹网投资100万元与乐童音乐共同 发起原创音乐支持基金,将视原创 音乐人的获关注程度,为其注入相 应比例的资助。

众筹网投资100万元成立live house(小型 现场演出)基金,支持声演坊旗下音乐人 完成音乐梦想。





服务创新

[营销服务]

仓I 新 线上、线下全渠道推广

线上推广渠道:

社交媒体

第三方资源

社区营销





线下推广渠道:

火焰会路演

众筹大学

原始会



[价值提供]

发现

众筹处于产业链的最前端,可以最快速地发现和发掘有潜力的产品项目

验证

用户以真金白银来支持项目,可以最快速的看到项目是否符合市场需求,大大降低项目失败风险。

宣传

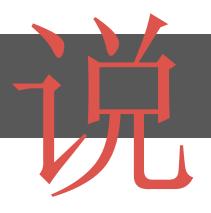
天然的路演平台,帮助发起人获得第一批忠实粉丝。

融资

众筹后的数据结果,将为项目获得 进一步融资提供最有力的说明。

选投

众筹网会根据项目筹资表现的数据 提供接待、孵化或投资等金融服务



公益众筹案例分享





公益与众筹有着天然的精神契合

众筹将成为公益事业在移动互联网时代最重要的筹资方式



众筹网的公益理念

- 1) 可持续
- 2) 有趣味
- 3) 衍生性



项目名称 我们益家人 我们全家福

筹资额:20240 完成度:101%

亮点:志愿者走访震后雅安,为受灾家庭拍摄全家福,并以当地特产 竹子制作的相框来回报发起人。





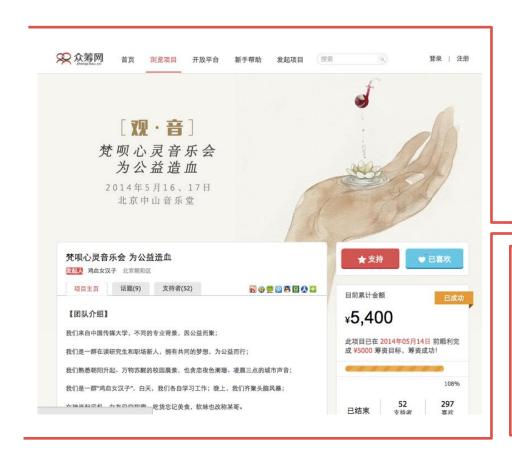
项目名称

北大91级校友共建元坊村 蒲公英乡村图书馆

筹资额:132400 完成度:102%

亮点:北大91级校友20年后重新 走访当年军训的乡村,并决定筹款 建立一座图书馆来纪念青春,得到 了校友们的热烈支持。





项目名称

梵呗心灵音乐会 为公益造 血

筹资额:5400 完成度:108%

亮点:中国传媒大学4名研究生共同发起的心灵音乐会项目,将公益与心灵音乐相对接,以门票收入完成自身造血,具有复制性和可持续性。





项目名称

圆恩墙上咖啡——喝咖啡 谈公益

筹资额:24140 完成度:121%

亮点:中国首个服务于公益机构的公共空间,创造性地推出"墙上咖啡"概念,完美体现公益精神。



众筹网合作对象

- 【项目发布】娱乐、文化、科技、艺术、金融、公益等领域的机构 和个人
- 【市场推广】拥有精准读者群的媒体、自媒体和线下组织
- 【众筹大学】在项目领域内具有知名度和影响力的机构和个人
- 【火焰会】 在地级市以上拥有活动场所的机构和个人
- 【地方站】 在省会城市以上拥有办公场所、活动场所、媒体资 的机构和个人
- 【投资部】 各类机构或认证的众筹投资人





网信金融集团成员企业 A Member of NCF Group