

Research Investigation on the Current Situation of Domestic Crowdfunding and Development Suggestions

Yuxu Feng, Lingchun Xiong, Yumei Li

School of Science, Beijing Technology and Business University, Beijing

Email: 799356898@qq.com

Received: Apr. 21st, 2019; accepted: May 6th, 2019; published: May 13th, 2019

Abstract

Crowdfunding is an emerging product brought by the rise of the Internet industry. In people's daily life, crowdfunding projects have become indispensable. The article first sorts out the relevant types and concepts of crowdfunding, uses the 1213 product crowdfunding data provided by the public number "Bear Club" to make corresponding descriptive statistical analysis and text analysis, and finds that the public through the word cloud map is more interested in new intelligent technology products, and the public's investment direction prefers projects with small investment amount and short cycle, then analyzes the difference between crowdfunding business model and traditional financing model, and the existing problems in the development of the raise of the rationalization proposals are put forward.

Keywords

Crowdfunding, Text Analysis, Intelligent Technology Products, Mode, Advice

国内众筹的现状研究调查及发展建议

冯宇旭, 熊令纯, 李裕梅

北京工商大学理学院, 北京

Email: 799356898@qq.com

收稿日期: 2019年4月21日; 录用日期: 2019年5月6日; 发布日期: 2019年5月13日

摘要

众筹是互联网行业兴起带来的新兴产物, 在人们的日常生活中, 众筹项目已然是不可或缺的一种。文章

首先对众筹的相关类型及概念做出了梳理,并采用了公众号“狗熊会”提供的1213条产品众筹数据做出了相应的描述性统计分析以及文本分析,通过词云图发现大众对新型的智能科技产品更为感兴趣,且大众的投资方向更青睐于投资金额小且周期较短的项目,接着分析了众筹商业模式与传统融资模式的差异,并对国内众筹发展存在的问题提出了合理化建议。

关键词

众筹, 文本分析, 智能科技化产品, 模式, 建议

Copyright © 2019 by authors and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

互联网的崛起,带来的一大新事物便是众筹。近几年来,越来越多的众筹项目走进了人们的日常生活。众筹通常由项目发起者、投资人、平台三者组成,它是通过向广大群众募资,以此来支持项目发起者或一些组织的行为,一般是通过网络平台作为中介,依靠项目将投资者与项目发起者联系起来。它具有低门槛、多样性、依靠群众力量、专注创新等特征。

众筹方式可以被用来支持各种活动,包含灾害重建、个人筹款、创业募资、艺术创作、自由软件、设计发明、科学研究等。与传统的融资方式相比,众筹活动表现得更为开放,项目的商业价值也不再是获得资金的唯一标准。只要这个项目能获得大众的喜欢和认可,项目启动的第一笔资金就可以通过众筹的方式去获得,这为更多小企业或有创意的人提供了无限的可能。

由于近几年国内在政策上并未完全放开,现今的大市场环境,我国中小微企业融资困难、企业经营受资金约束比较严重,众筹市场的发展正好为初创企业融资提供了新的渠道。因此对众筹行业的影响分析也显得极为重要。

本文重点对产品众筹数据进行了影响因素分析,分析了现今众筹行业发展存在的问题,并与传统的金融融资模式做出对比,针对国内众筹发展问题提出了针对性建议。

2. 众筹类型

众筹通常分为四种类型,包括股权型众筹、公益性众筹、产品众筹和借贷型众筹[1]。

1、股权型众筹[2]:指公司将一定比例的股份作为投资回报给普通投资者。其运营模式分为两种,一种是天使投资者式,另一种是凭证式,其区别就在于是否成为公司股东。早在2013年国内诞生了第一例股权众筹案例,即美微在淘宝出售股权,这是凭证式众筹,通过这样的方式,公司最终赢得了1194名众筹股东,占到公司股份的25%,整体融资额达到500万。

这种众筹模式不仅适用于普通的创业公司,还适合一些成熟的企业或公司去募集资金。但股权型投资一般风险比较大,投资回报周期较长。目前来看,国内做的比较大的平台有:大家筹、人人投、第五创等。

2、公益性众筹[3]:这是一种非营利性的众筹服务模式,它是通过自愿捐助的方式去帮助有需要的人群,比如说一些得了重病却没钱医治的病人、孤寡老人以及山区的贫困孩子等。在国内,公益性众筹平台主要有:京东众筹、轻松筹、施乐会等。

这里以轻松筹为例，近几年它发展很快，目前它已成为国内最大的健康保障平台，也是国内大病救助在众筹领域做的最好的平台。公司成立三年多时间，除了大病救助这一业务外，它还开展了其它业务，有“轻松互助”、“轻松 e 保”和“轻松公益”等，也是第一次将“健康保障体系”呈现给大众。截至目前，全球 183 个国家和地区的用户总数已经超过 5.5 亿，独立付费用户数已达 4.5 亿，筹款总额也已经超过 200 亿元。其中“大病众筹”模式获得了巨大的成功，汇聚了数亿人的爱心，使 160 余万个重病家庭得到了及时的帮助。

3、产品众筹[4]：即筹资人一般会选择产品或者其它福利作为回报，以此感谢投资者的投资。而国内做的比较好的平台有淘宝众筹以及京东众筹等。其中京东众筹于 2014 年上线后，仅在几个月内便筹资过亿，并出现了千万级的权益众筹项目，成为中国第一个亿级权益类众筹平台。

4、借贷型众筹[5]：是筹款人通过利息回报来募集资金，众筹平台作为中介，是需要对借贷双方的相关信息进行搜集与评估，为借贷双方提供一个安全可靠的资金流转保障。最为典型的模式就是 P2P 借贷，它是通过个人对个人的借贷行为，来解决个人与新型小微企业之间存在的资金问题，传统的借贷模式手续复杂，在线借贷节省了借贷成本，也促进了众筹的发展。

3. 国内众筹存在的问题

根据《2018 互联网众筹行业现状与发展趋势报告》，经过对互联网等公开渠道的不完全统计信息整理，2017 年一共有 76,670 个众筹项目，其中有 69,637 个项目获得成功，占比 90.83%；全年成功项目的实际融资额约 260 亿元，比 2016 年成功项目融资额增加了 42.57 亿元，同比增长 19.58%。我们从以下两个方面来进行阐述所存在的问题。

1、投资者数量及平台数量的锐减

从投资者数量和平台数量来看，截止 2017 年 12 月底，全国众筹项目投资者人数达到 2639.55 万，同比下降约 52%。其中回报众筹投资者人数达 2636 万，同比下降约 52%，互联网非公开股权融资投资者人数达 3.55 万，同比下降约 39%。单从平台数量上看，截止 2017 年 12 月底，共有 280 家众筹平台，比 2016 年同期减少约 33%，与 2015 年基本持平。其中，全国互联网非公开股权融资平台（股权众筹平台）共计 76 家，与 2016 年同期相比，减少了 42 家，同比下降了 36%。且据不完全统计，2017 年全国仅新增了 25 家新的众筹平台，比 2016 年同比下降约 83%；倒闭平台 180 家，同比 2016 年下降约 13%；有 20 家转型或下架平台，比 2016 年下降约 78%。

可见 2017 年众筹平台的发展趋势并不太好，新增平台少，投资者数量也在下降。

2、大众对平台的认可度下降

从平台上线时间来看，如图 1 所示，2017 年一共上线 64 家，目前仍有 27 家运营，大量众筹平台下线或转型，同时新增平台数量也较少，与 2016 年相比，2017 年呈下降趋势，由于大众认可率降低，有许多平台被淘汰，众筹行业进行了一场优胜劣汰、适者生存的洗牌。

报告显示，2016 年众筹平台数量达到顶峰，主要有两方面的原因：首先，2015 年高峰期巨头涌入的态势在 2016 年获得了延续，互联网巨头的众筹业务已经成为标配；其次是汽车行业在众筹平台的强势爆发。然而，随着行业的洗牌和一些参与者的转型或退出，导致 2017 年众筹平台的数量逐渐下降，在金融监管的大趋势下，行业发展逐渐步入规范发展阶段。

整体来看，在行业洗牌期间，大量平台遭到淘汰，一些好的优质平台将发挥作用，帮助更多有创新的项目。因此，虽然众筹平台的数量有所减少，但整体的融资额并未大幅下降。需要注意的是，舆论环境的影响，将会导致投资者对众筹的参与度降低，这也会直接影响众筹的投资者数量，所以目前来看，众筹行业所留下的人群也是众筹投资的核心人群。

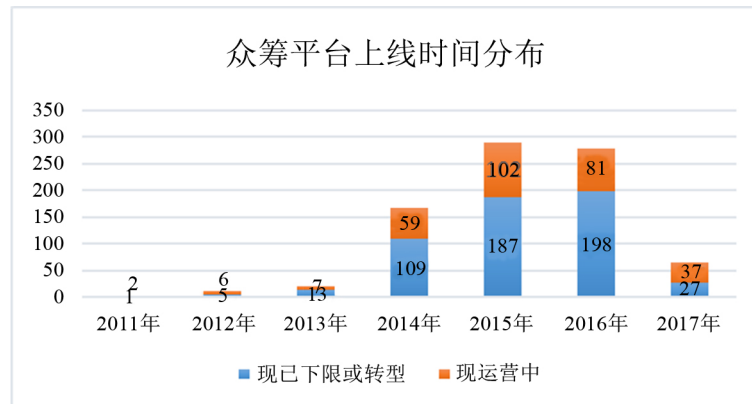


Figure 1. Online time distribution of crowdfunding platform
图 1. 众筹平台上线时间分布

4. 众筹达成率影响因素分析——以产品众筹为例

我们采用了公众号“狗熊会”上提供的数据，共有 1213 条关于产品的众筹数据，首先对每个项目的发起人介绍进行了文本分析，通过分析，我们提取出了排名前 100 的高频词，做出了以下词云图，如图 2 所示。可以看到的是智能一词是出现频率最高的，可见对于科技类产品，越新型的技术产品更容易得到大家的青睐，获得大家的支持。



Figure 2. Word cloud diagram
图 2. 词云图

由于数据中包含未完成的众筹项目，故将其剔除之后，还有 1006 条数据，接下来将对众筹项目已完成的情况进行描述性分析。

首先全局来看，对项目达成率做出直方图，如图 3 所示。可以看到的是，一般情况下众筹得到的资金都将比目标资金要多，多于一倍资金的占到绝大多数，最高达成率为 15,438%，相当于此项目多筹到了一百多倍的资金，足以见得此项目受到很多人的认可，查看此项目产品，是高科技新型产品，可见大众更倾向于智能化的科技产品。

1、从资金的影响度来看，从目标资金以及已筹资金两个角度来进行分析。

首先来看目标资金的箱线图，如图 4 所示。首先对其做出了离散化，分为 10 万以下、10~20 万、20~50 万、50~100 万以及 100 万以上几个档，异常值在 10 万元以下这档出现的最多，说明小额资金的众筹更加集中，其达成率都相对较高，更容易成功获得资金，且众筹到的资金远远高于目标资金。

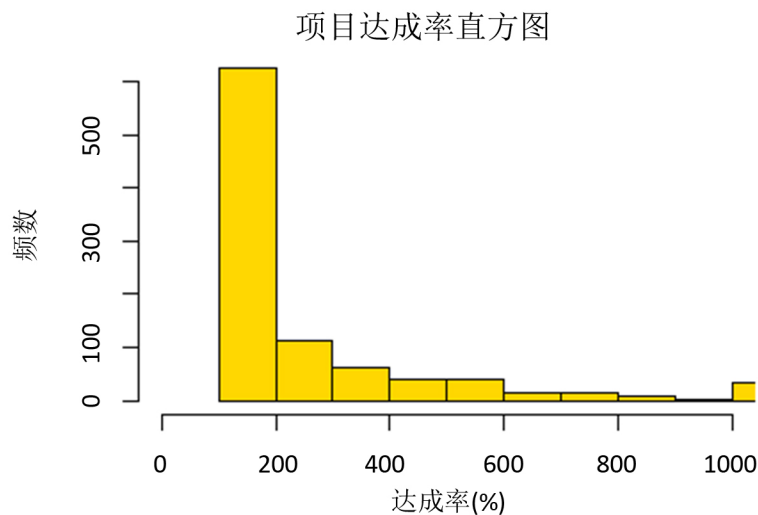


Figure 3. Project completion rate histogram

图 3. 项目达成率直方图

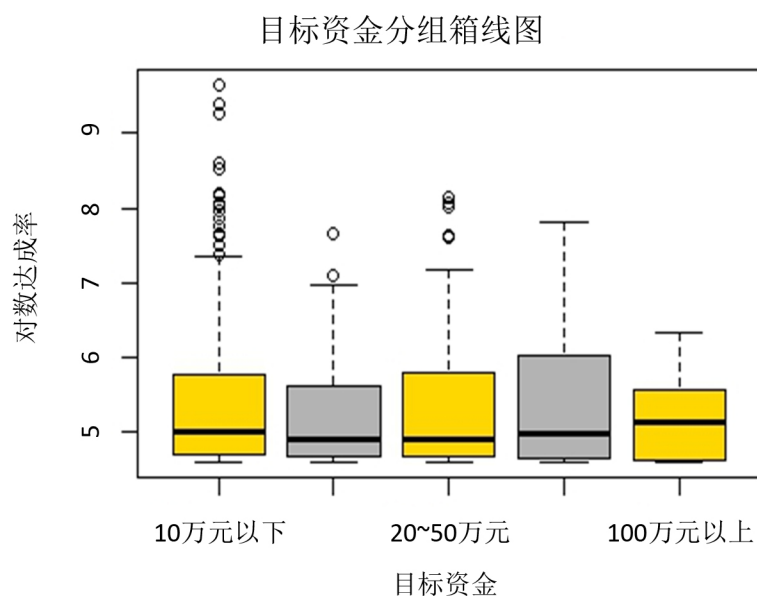


Figure 4. Target funds grouping boxplot

图 4. 目标资金分组箱线图

其次对已筹到的资金也做出了箱线图,如图 5 所示。首先对已筹资金进行了离散化,并进行了计数,作出了箱线图,可以看到会存在一部分异常值,特别在 20 万元以下这一栏里,异常值相对多一点,说明已筹资金额较小的项目更容易获得较大的达成率,参与投资的人要更多,整体我们可以看到随着已筹资金的增加,达成率也成上升的趋势。

2、从对项目的关注度来看,分别从支持者数目、话题数、关注数、点赞数这几个角度来进行结果分析。

首先来看支持者数对达成率的影响,同样画出了分组箱线图,如图 6 所示。我们可以从中看到,基本每一个分组都存在异常值,同样随着支持者数的增加,达成率也在相应的上升。从图中也可以看到,1000 人以下的支持者这一部分的异常值最多,说明这一部分正是小额众筹项目群体,不需要太多人就可以获得众筹额,且获得的资金更容易超出目标资金,故而其达成率都相对偏高。

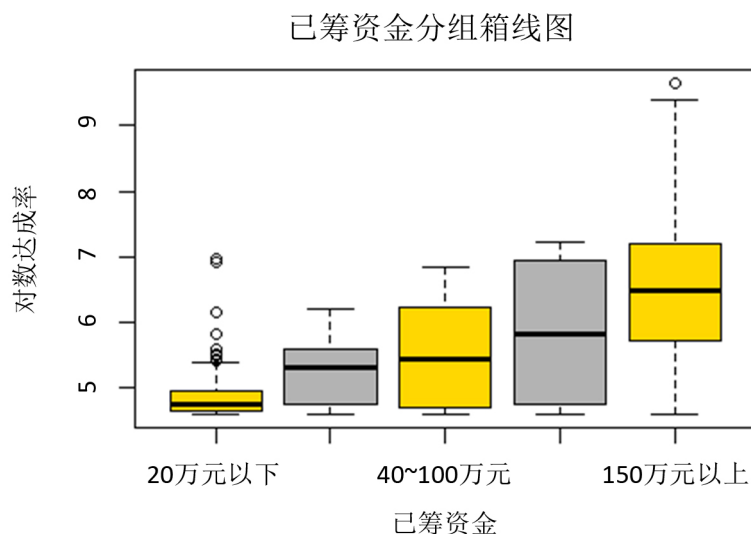


Figure 5. Boxplot of raised funds

图 5. 已筹资金分组箱线图

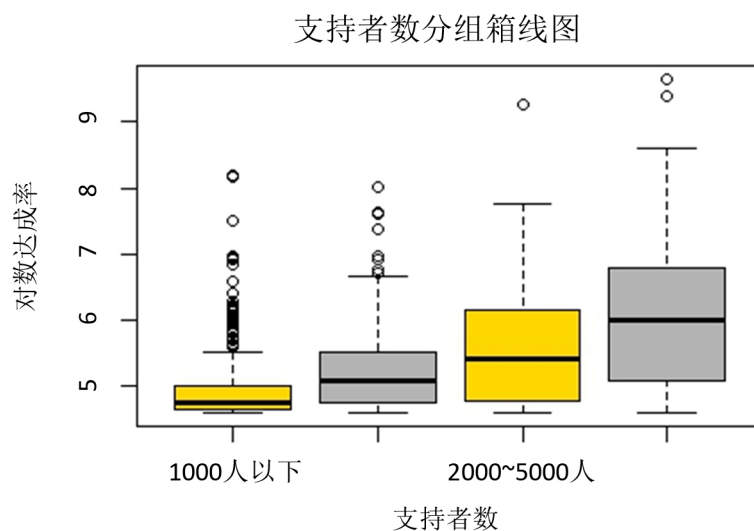


Figure 6. Number of supporters grouped boxplot

图 6. 支持者数分组箱线图

如图 7 所示，做出了话题数、关注数、点赞数的分组箱线图，可以看到三者呈现一致的趋势，随着话题数、关注数、点赞数的增加，也就意味着有更多的人在关注此项目，故而达成率也在上升。

通过对数据的整体描述性分析，可以看到：

- 1、大众更青睐新型的科技类产品，这类产品更容易引起关注度。
- 2、对于目标资金额较小且项目周期较短的项目更容易获得大众的关注和投资，投资金额少且回报周期短，将会是大众的投资首选，达成率将会很高。

5. 与传统金融模式的比较

众筹模式也属于互联网金融范畴，而互联网众筹的崛起并不会取代传统的金融模式，二者反而将会是相互补充[6] [7]。筹集资金，只是众筹模式外部的一种表现形式，并不是全部内容。相比较传统模式，它有以下特点：

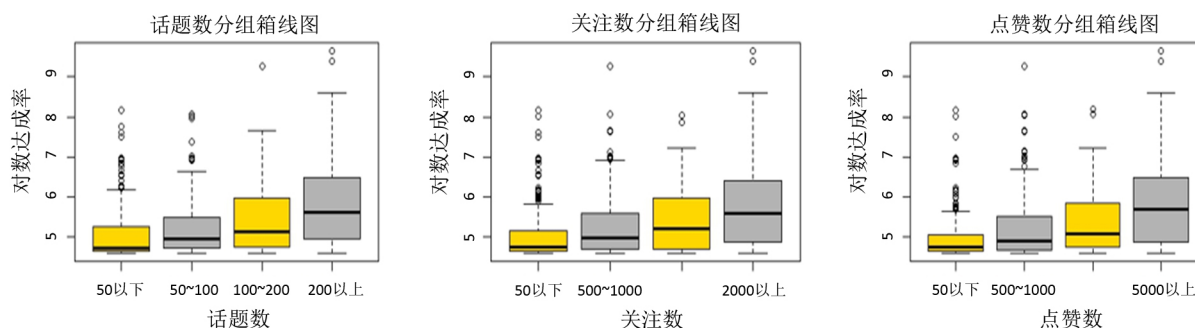


Figure 7. Grouping boxplot of number of topics, number of concerns, and number of thumb up
图 7. 话题数、关注数、点赞数的分组箱线图

1、回报的多样化：四种类型的众筹模式，除公益性众筹外，其余均可获得不同形式的回报，有一定的股份、产品、债券等形式，与传统的金融模式相比，众筹的回报形式更富有多样性，满足了投资人的不同需求，也使得众筹一度受到大众的喜爱。

2、投资风险的分散：众筹的金额可小可大，几千、几万都是可以参与的，对于单个投资者而言，投资金额小，且分散在不同的项目下，使投资分散，降低了投资风险。

3、营销推广的多重性：众筹平台作为众筹的中介，它首先会对自己选中的项目进行推广。在众筹的早期阶段，品牌推广将通过自媒体平台、线上渠道、线下等多种方式进行，当项目众筹成功后，也会针对产品、品牌的特点去设计专门的推广计划，特别遇到节假日，会推出不同的活动来增加流量，促进产品的销售，提升营业额。当公司通过众筹方式进行开新店或者扩大老店时，便可拓展营销渠道，达到在融资的同时也在进行营销，最大限度地提高了资本效率，为公司减少了单独营销的成本。

4、门槛低：众筹是一个低门槛的融资方式，是大家都可以参与的一个投资方式，而对于传统的融资模式，是需要复杂的程序，对于筹款者以及投资者都有一定的要求，比如，筹款者想要募集资金，是需要做抵押担保并且时间周期也长，实现是有一定困难的；而投资者想要投资，投资金额要求高，并不是每一位投资人都有资金量参与进来的。

5、信息的共享性：众筹项目的信息会在众筹平台进行全方位展示，任何对项目感兴趣的人，都可以看到项目的相关信息，这样就可以将对项目感兴趣的人聚集起来，且投资者更多的为有行业经验或者对行业未来有一定把握的人，二者之间的匹配度是很高的。

相比与传统融资模式，众筹体现出了它的优势，但在发展过程中，也暴露了它自身存在的问题。

6. 对于国内众筹发展的建议

基于众筹在国内的发展并不尽如人意[8]，群众的参与率不高，成功的项目也有限，通过对产品众筹数据的分析以及国内发展情况，分析其原因可能大致有以下几点：

首先，国内众筹行业起步时间较晚，一个原因是行业是需要时间来推进其发展的，故而众筹行业还有很长的时间去发展，去沉淀。

其次，国内用户对于众筹产品抱有购买者的心态，故而会对产品有着更高的要求 and 期待。当产品没有达到潜在投资者预期时，他们就有可能退出众筹活动，造成众筹参与者的流失。而在国外，用户对产品更多的是抱有支持的态度，因此参与度很高，拥有着强大的用户基础。因此，国内众筹的发展还需要去潜移默化地改变潜在投资者的态度，增加大众的参与度。

再者，归结于平台，国内的众筹平台大多数趋于一种形态，创意元素不足，广告成分很大，更多的被看作是团购一样的一种产品推广，虽说众筹初期确实是积累用户的一个方式，但并不是众筹的全部，

众筹本质是为了创新，为那些有梦想、有创意但缺乏资金支持的人们提供一个筹资的渠道，并不是为了广告。因此，必须要认识到众筹的本质，规范众筹行业的发展。

最后，在国内，大多数的众筹平台都缺乏对自身的认识以及定位，有很多的平台产品都是比较复杂，没有确定性的风格，缺乏专注的方向。虽然国外的许多平台也是全方位的，但是他们有庞大的用户群和产品数作基础，故而国内外发展差异很大。所以国内的平台需要有自己的定位，才能获得大众的认可，以此提高项目达成率。

因此，国内众筹的发展，还有很长的路需要探索，不能一味地效仿国外，要清楚自身的定位，因材施教，发展适合于国内市场的众筹行业。

基金项目

国家自然科学基金(11101012)。

参考文献

- [1] 袁毅. 中国众筹的概念、类型及特征[J]. 河北学刊, 2016(2): 133-137.
- [2] 朱玲. 股权众筹在中国的合法化研究[J]. 吉林金融研究, 2014(6): 13-20.
- [3] 邹飞. 我国公益众筹发展的问题与对策[J]. 经济研究导刊, 2016(31): 45.
- [4] 刘超. 产品众筹中若干风险问题浅析[J]. 现代经济信息, 2015(6): 337.
- [5] 高露梅, 洪丽双, 方琪琦, 等. 网络借贷众筹平台的法律风险及防范[J]. 法制与社会, 2017(13): 96-97.
- [6] 谭天文, 陆楠. 互联网金融模式与传统金融模式的对比分析[J]. 中国市场, 2013(46): 101-103.
- [7] 黄建, 姜向中, 王鑫. 众筹模式挑战传统金融业[J]. 银行家, 2015(5): 78-79.
- [8] 徐朋卫, 朱旭. 浅析中国众筹发展[J]. 现代经济信息, 2016(7): 297.

知网检索的两种方式:

1. 打开知网页面 <http://kns.cnki.net/kns/brief/result.aspx?dbPrefix=WWJD>
下拉列表框选择: [ISSN], 输入期刊 ISSN: 2161-0967, 即可查询
2. 打开知网首页 <http://cnki.net/>
左侧“国际文献总库”进入, 输入文章标题, 即可查询

投稿请点击: <http://www.hanspub.org/Submission.aspx>

期刊邮箱: fin@hanspub.org