



# 数字营销：以众筹为例

# 问题

假如你有一个好点子，你觉得你的点子可以改变世界，造福人类

但是，你需要一大笔启动资金来实现你的想法，但你手头没有这么多钱

这时，你该怎么办？



你知道哪些众筹平台？  
你知道哪些类型的众筹？



# 股权众筹

股权众筹类似于购买股票。你投资获得公司的股份，当公司未来成功获利，你将获得公司的分红权。

民宿众筹：投入几万元，就能成为民宿股东，不仅可以每年几晚免费入住，还能享受年度利润分红……



# 债务众筹

债务众筹类似于贷款。比如，你被哈佛大学商学院MBA录取，但是无力承担哈佛大学的学费。你可以去债务众筹，保证毕业后向投资人返还本金和利息。

在中国，债务众筹更常见的名字是P2P

美国最著名的债务众筹平台是[Prosper](#)

# 捐款众筹

捐款众筹是不求回报的小额捐款，具备慈善的性质。我们熟悉的水滴筹就是著名的捐款众筹平台。



# 回报众筹

回报众筹是一种常见但特殊的众筹类型。在回报众筹中，投资者付费支持创业者的创业项目。创业者承诺项目成功之后，向投资者提供某种类型的回报（如生产的手表、音乐专辑、电子游戏、出版物等）。

显然，这几种众筹模式中，回报众筹与营销息息相关，我们将以回报众筹为例，分析数据对平台的影响和作用。

# Kickstarter

这里，我们以世界上最著名的众筹网站Kickstarter为例，分析众筹平台能从数据中获得哪些启示。





# Kickstarter

Kickstarter和大多数的众筹网站有一个特点：他们采取一种叫做“all or nothing”（孤注一掷）的政策。在创业者筹资之前，他们需要为自己的项目设立一个融资目标，比如一万美元。如果筹得金额少于这个目标，那么项目将失败，所有的融资都会返还投资人。如果筹得金额多于这个目标，那么项目将成功，而创业者可以保留所有资金用于自己的创业项目。

# Kickstarter

Kickstarter包含众多的产品类别，包括艺术，漫画，手工艺品，舞蹈，时尚，影视，食物，游戏，传媒，音乐，摄影，出版，技术和戏剧。

Kickstarter还将每一个大类分成了若干小类。例如，技术大类包括了小器具，硬件，飞行，3D打印，应用程序，摄影设备，手表，软件等小类。这些品类应有尽有，你可以在平台发现各种有意思的产品和设计。

# Pebble 手表

Pebble Watch是Kickstarter 上历史上最成功的项目之一。它是Pebble技术公司开发的一款智能手表，在2012年4月11日正式上线众筹。截至2012年5月18号，该项目共计筹得一千零三十万美元，成为当时Kickstarter上筹得资金最多的项目。

现在，让我们一起看一看[Pebble Watch](#)在Kickstarter上的原始项目！

# Pebble 手表

Pebble Watch 诞生之后，也引发了众多媒体对众筹平台的关注。众筹也开始走入大众的视野。

PERSONAL TECH

The New York Times

GADGETWISE

A Smartwatch Gains Some Style,  
but Few New Tricks

THE WALL STREET JOURNAL.

English Edition | Print Edition | Video | Podcasts | Latest Headlines

Home World U.S. Politics Economy Business Tech Markets Opinion Life & Arts Real Estate WSJ Magazine

SHARE



TECH | PERSONAL TECHNOLOGY: REVIEW

Pebble Time Review: The Smartwatch That Beats  
Android Wear

Harvard  
Business  
Review

Pebble: Wearables Pioneer

# Pebble 手表

在2015年，Pebble又开发了它的第二代手表Pebble Time和Time Steel。类似于第一代手表，这个项目同样在Kickstarter上发起众筹，并从七万五千名粉丝手中获得了超过两千万美元的投资，同样成为了当时最成功的的众筹项目。

然而，2016年Pebble公司因为资金问题关闭了它的第二代生产线，并停止了生产。公司向投资者返还了他们在众筹中的投资。之后，Pebble被Fitbit公司收购。

# Everyday Backpack

这是一款多功能的综合性摄影背包，能够方便摄影人方便的存放自己的摄影器材和其他设备。背包还具有防水口袋和防盗功能。创业者们原计划在Kickstarter为这一背包筹得50万美元，而他们最终从2.6万名支持者手中筹得了超过六百万美元。

你可以在[这里](#)访问项目网站。

# 我们的目标

现在，我们想分析众筹这一行业，这样我们可以

1. 帮助创业者开发更好的项目，使得他们可以赚到更多的钱。
2. 帮助众筹平台更好的分析项目，将最好的项目推荐给用户。
3. 帮助政府和公共政策部门更好的了解和监管众筹平台。

# 我们的目标

在过去，为了实现这样的目标，我们采用的方法是发放调查问卷，进行访谈，搜集网上资料等。但现在，这些方法基本都过时了。

随着互联网和数字营销的发展，我们有了一个全新的分析手段：我们可以搜集和分析真实数据，进行更精准的营销研究。





讨论：你觉得众筹有哪些有意思的研究问题？

回答这些问题你需要收集什么数据？



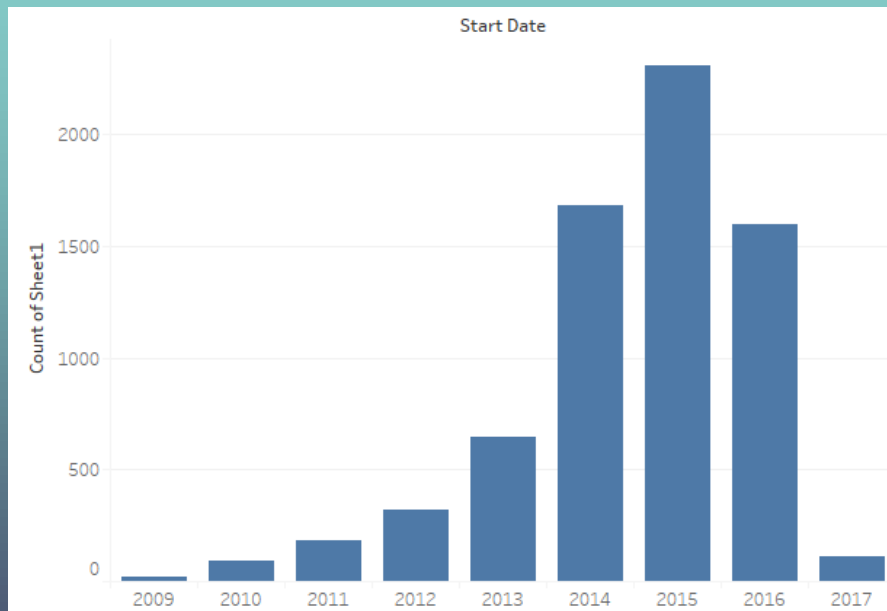
# 数据

因为Kickstarter的数据十分庞大，我们选择它的一个项目类别为代表进行分析。这里，我们选择Kickstarter最大的一个项目类别：技术产品。

我们的数据包括2009年月4起（Kickstarter诞生）到2017年3月止的技术产品数据。数据囊括以下地区的项目数据：加利福尼亚，伊利诺伊，马萨诸塞，纽约，德克萨斯和华盛顿州。这六个州代表了美国创业活动最活跃的市场。

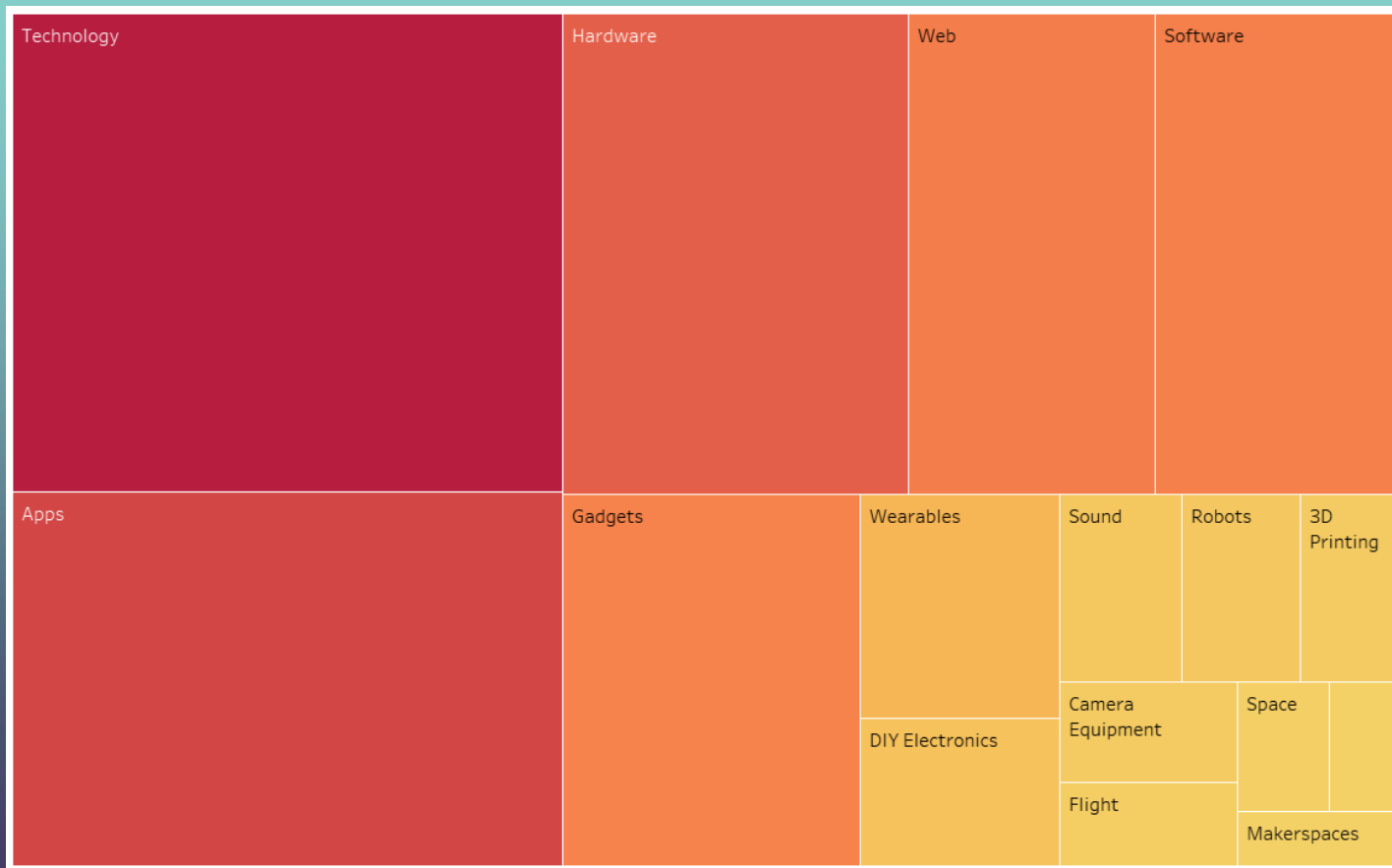
你可以在[这里](#)看到原始数据。

# 数据介绍



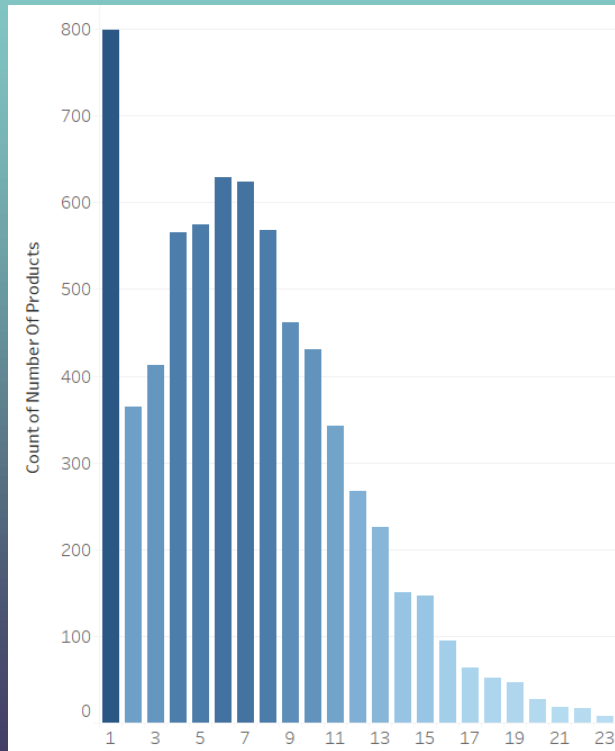
每年的项目数

# 项目分类



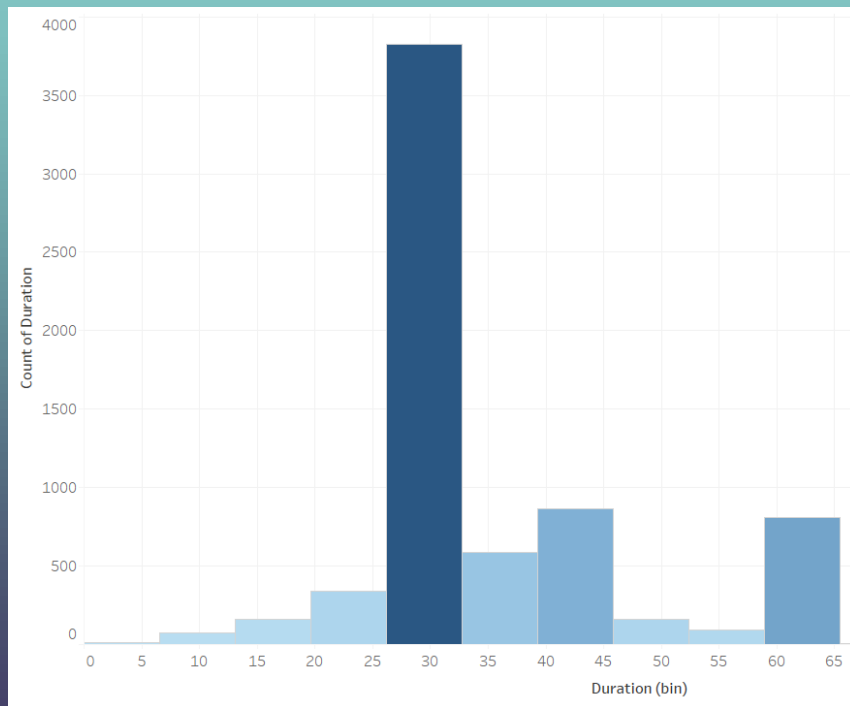
# 数据介绍

**Number of Products:** 这个项目有多少个产品。通常，一个众筹项目会发行多个产品，例如一个普通手表和一个定制版手表。



# 筹款周期

不同的项目有不同的筹款周期，如30天或60天。当筹款截止后，根据筹款金额是否达到目标，项目将宣告成功或失败。





讨论：这些数据可以帮助你回答哪些问题？



# 研究问题举例

视频对众筹项目的成功有什么意思？

视频对项目的成果非常重要：有视频的项目平均成功率为37.8%，而没有视频的项目平均成功率则为7.9%

建议：如果你想众筹成功，请首先拍摄你自己的视频。



# 研究问题举例

多长的视频成功率最高？

我们提取每个视频的时长，并进行回归分析。我们的研究发现，视频并不是越长越好。

数据显示，最理想的视频长度是209秒（约三分半）。太短和太长的视频效果都不理想。

建议：当你为众筹拍摄视频时，控制好视频的长度。

# 研究问题举例

拍视频时，镜头应该频繁切换吗？

我们提取视频的每一帧，并分析视频每帧之间的变化。如果视频两帧之间变化很大，那我们认为很可能是拍摄者切换了镜头。

数据显示，一般而言，镜头转换越频繁，视频的效果越好。但过犹不及：如果每隔几秒就切换一次镜头，效果也不会太好。

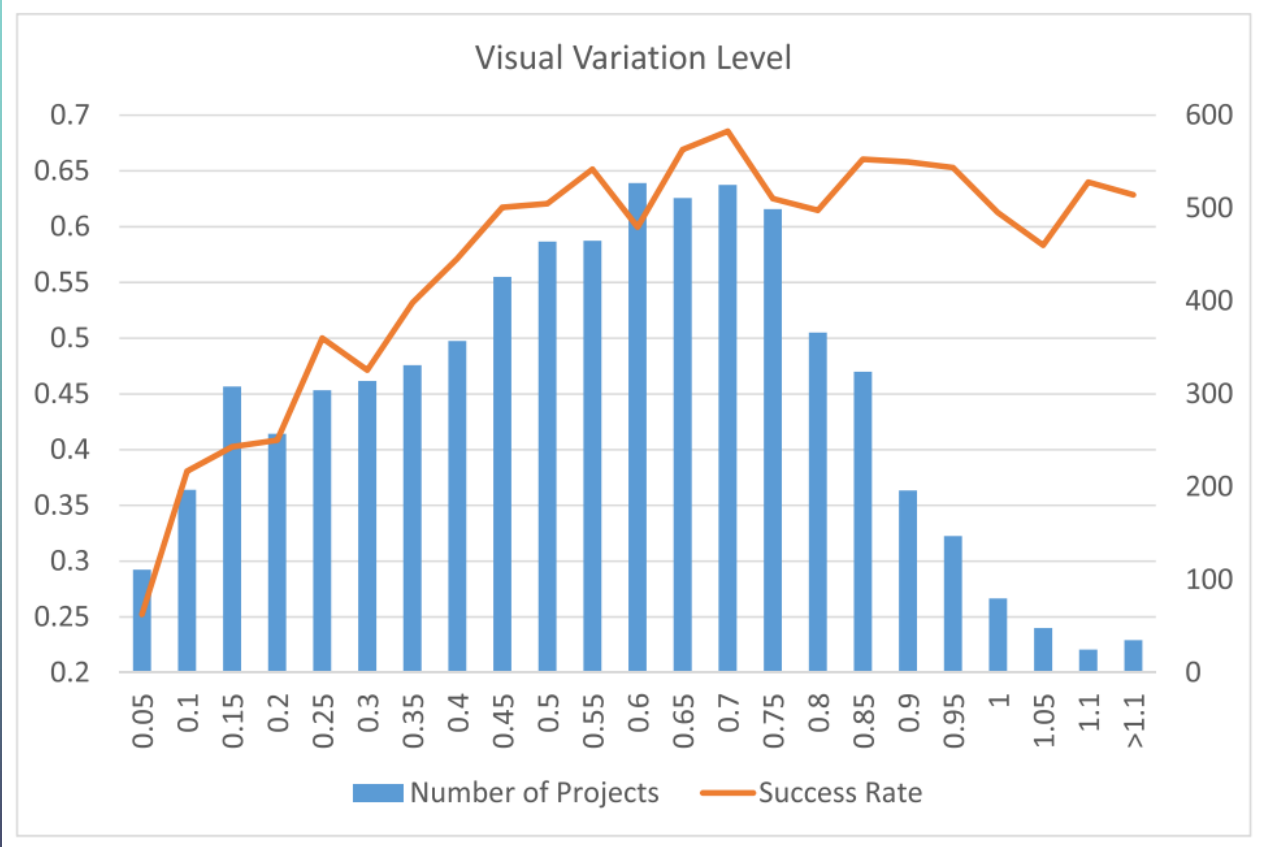
建议：当你为众筹拍摄视频时，请适度的切换镜头。



Example 1: Low difference: Distance between the above two image frames  $d = 0.17608$ .



Example 2: High difference: Distance between the above two image frames  $d = 1.16550$ .



# 研究问题举例

拍视频时，创业者应该露脸吗？


我们提取视频的每一帧，并通过人工智能的图像挖掘技术分析视频的内容。这里，我们侧重于两种内容：人脸和电脑。

数据显示，露脸比不露脸强，有电脑比没电脑强。

建议：当你为众筹拍摄视频时，大胆的把你的脸和设备对准镜头吧。


# 研究问题举例

根据上面的几点发现，我完成了我的博士论文，并将其发表在了国际顶级市场营销期刊《国际市场营销研究期刊》。这篇论文还获得了期刊的最高引用论文奖。




Contents lists available at [ScienceDirect](#)

**IJRM**  
International Journal of Research in Marketing  
journal homepage: [www.elsevier.com/locate/ijresmar](http://www.elsevier.com/locate/ijresmar)



Full Length Article

**Video mining: Measuring visual information using automatic methods**



Xi Li<sup>a</sup>, Mengze Shi<sup>b</sup>, Xin (Shane) Wang<sup>c,\*</sup>

<sup>a</sup> City University of Hong Kong, Kowloon Tong, Hong Kong  
<sup>b</sup> Rotman School of Management, University of Toronto, Canada  
<sup>c</sup> Ivey Business School, Western University, London, Ontario N6G 0N1, Canada

# 研究问题举例

我们之前已经研究了视频的内容，那么音频呢？

我们通过音频分析软件QA5分析了每个众筹视频的语音，并提取了以下的信息：愤怒，悲伤，满足，能量，专注，压力，情感等。

我们将音频的特性和众筹项目的成功与否联系起来，发现：当你的声音专注，低压力和情感稳定时，你的项目更容易成功。

# 研究问题举例

2021，上述研究发表在市场营销领域顶级期刊《消费者研究期刊》。这篇论文还获选为期刊的优秀论文。

EDITOR'S CHOICE

## Audio Mining: The Role of Vocal Tone in Persuasion FREE

Xin (Shane) Wang ✉, Shijie Lu, Xi Li, Mansur Khamitov, Neil Bendle

[Author Notes](#)

*Journal of Consumer Research*, Volume 48, Issue 2, August 2021, Pages 189–211, <https://doi.org/10.1093/jcr/ucab012>

**Published:** 23 February 2021



# 研究问题举例

社交网络如何影响众筹的成功？

不仅产品的质量会影响创业的成功，一个创业者自身的社交网络也会起到关键的作用。Kickstarter允许创业者提供他们脸书的链接。通过这一链接，我们可以判断每个创业者有多少脸书好友。

✓ Timothy Petersen

🔒 Last login Jan 17 2022

f Eric Migicovsky

👤 3 created · 109 backed

Contact me

# 研究问题举例

社交网络如何影响众筹的成功？

通过数据分析我们发现，一个创业者的脸书好友越多，这个项目也越容易成功。有意思的是，如果你的脸书好友很少，那你还不如别提供自己的脸书链接，否则当用户看到你的好友很少，将不愿意为你投资。

✓ Timothy Petersen

🔒 Last login Jan 17 2022

📘 Eric Migicovsky

🟢 3 created · 109 backed

Contact me

# 其他研究问题

众筹自诞生以来就引起了业界和学术界的广泛关注。这里，我们介绍一些国际知名学者对众筹的研究成果。

下面我们将介绍Ajay K. Agrawal (University of Toronto), Christian Catalini (MIT) and Avi Goldfarb (University of Toronto)三位学者对众筹的研究。他们的研究对众筹产业造成了深远的影响，甚至影响到了美国对众筹的立法的监管。他们将自己的研究归结为七点: Some simple economics of crowdfunding (众筹经济学)



# Some Simple Economics of Crowdfunding

## #1: 众筹不再受地理位置所限。

传统上，创业者获得的资助往往来自地理接近的投资人。但众筹改变了这一点：研究发现，绝大部分众筹的投资人距离创业者在60英里以外，而创业者和投资人的平均距离甚至达到了3000英里。



# Some Simple Economics of Crowdfunding

## #2: 众筹的结果极度不均衡。

在众筹平台，往往是个别项目获得了极大地成功，而大多数项目却无人问津。在Sellaband这一众筹平台上，最成功的0.7%的项目筹得了平台73%的资金。而在Kickstarter上，最成功的的1%（10%）的项目筹得了平台36%（63%）的资金。

# Some Simple Economics of Crowdfunding

## #3: 众筹中的羊群效应。

众筹平台具有及其明显的羊群效应：投资人在投资的时候，会倾向于选择那些已经有一定投资的项目，而不是那些未获得投资的项目。换句话说，投资人在投资时会跟风：他们看哪个项目火爆，也会跟投这个项目。

# Some Simple Economics of Crowdfunding

## #4: 朋友和亲人的支持很重要。

虽然在众筹平台，你的支持者大多数是陌生人，但是来自朋友和亲人的支持同样很重要。这是因为，往往创业者的最初几笔资金来自朋友和亲人，而这些支持也会引来其他投资人的跟风，使得项目更容易成功。



# Some Simple Economics of Crowdfunding

#5: 众筹具有聚集效应。

虽然众筹的投资人来自世界各地，但资金总是流到相同的几个地方（如硅谷）。可能这些地方都具有人力资源，设备和市场。





# Some Simple Economics of Crowdfunding

## #6: 众筹的创业者往往过度乐观。

这里的过度乐观有两个方面。第一个方面，创业者往往高估自己获得支持的能力，设立不切实际的目标，导致众筹项目的失败。第二个方面，创业者往往高估自己的生产能力。通过数据我们发现，创业者往往无法在自己承诺的时间点交付产品，拖延的时间往往在半年以上。

# Some Simple Economics of Crowdfunding

#7: 众筹和传统的融资渠道有替代作用。

很多创业者通过房屋抵押贷款创业。研究发现，当房价上涨时，创业者能容易获得房屋抵押贷款，这时他们就不愿意去众筹融资。而当房价下跌时，房屋抵押贷款变得困难，创业者更愿意去众筹融资。