

既是消费者，又是投资者
还可能是产品设计者

众筹开启购物新模式

“既是消费者，又是投资者，甚至还有可能是设计者——近来，在不少热门的电商平台，“众筹”已渐渐成为越来越多消费者购买新型产品的新模式。

记者采访注意到，对于消费者来说，通过众筹购物，可以享受到“捡漏”平价“黑科技”产品的乐趣。而对于越来越多的宁波家电企业来说，“众筹”也正成为企业在向互联网转型过程中的一种时髦的模式。”

花400多元买到市价2000多元的咖啡机
越来越多消费者上众筹平台“捡漏”

每天少不了两杯咖啡的宁波小伙黄品，自从去年在众筹平台上“捡漏”了一台平价胶囊咖啡机后，就成了众筹购买模式的忠实粉丝，没事就刷刷淘宝、小米、京东等几个主流众筹平台。

黄品说，他当时很青睐胶囊咖啡机，横向对比了德龙、雀巢、东菱、九阳等多个品牌，都没有找到价格合适、同时功能符合需求的。“我比较偏爱拿铁，因此很看重胶囊机自带打奶泡功能。可很多价格合适的胶囊咖啡机都不带这个功能，如果要喝拿铁就要另外再买个奶泡机，价格上去了不说，也不方便。”

做了两个多月功课，黄品准备花2350

元买一台带打奶泡功能的德龙胶囊咖啡机。就在这时，他无意间发现了淘宝众筹平台上一款正在众筹的国产胶囊咖啡机。更让黄品动心的是这款咖啡机众筹价仅499元，而且符合自己的多个需求。

抱着“499元买不了吃亏”的试一试心态，黄品毫不犹豫就支付了“众筹支持款”。众筹成功一周后，黄品收到了这款胶囊咖啡机。开箱后，他第一时间用胶囊咖啡机做了一杯拿铁。“确实能一键做拿铁，奶泡层很厚，这个价格能买到这样一款设计感强、质感扎实、功能齐全的胶囊机，已经完全超乎预期了。”

值得一提的是，这款被黄品评价为“良心

国货”的胶囊咖啡机，是正宗的“宁波本土货”，出品方为宁波心想事成科技有限公司，由宁波三A电器代工生产。

所谓众筹产品，就是以低于产品未来市场价的金额，即可提前在平台上“预定”。消费者通过预付资金，支持开发者完成项目。筹资超过了基本门槛，即众筹成功，资金会转移到创业者的项目里，消费者可如约购买到产品；若众筹失败，已缴纳的众筹资金会退还消费者。

这种众筹产品的购买模式，被越来越多人认为是“捡漏”平价黑科技产品的方便渠道。

智能小家电、可穿戴设备热度居高
消费者还可向生产者在线“提要求”

这种看起来很炫酷的众筹产品模式，买起来方便吗？记者在淘宝众筹、京东众筹、小米等多个众筹平台看到，众筹购买流程大同小异。

记者在京东众筹上看到一款桌面智能生态鱼缸（鱼菜共生系统），其众筹价分为两档。一档是1元起步价，消费者支付1元后，京东在每188名消费者中抽取一位，这位幸运的消费者即可获得众筹的商品；另一档，消费者支付相当于原价6.8折的众筹款，即可获得商品。

这款产品于4月17日上线京东众筹平台，众筹周期为30天，基本门槛为10万元。截至4月26日，该项目已筹到57.2万元，完成进度

572%。按照约定，众筹周期结束，厂家便会批量生产，7个工作日即可发货。

记者浏览多个众筹平台看到，众筹产品种类繁多，其中以智能小家电、平价“黑科技”、可穿戴设备热度居高。

在京东众筹上，宁波拓康机电正在众筹的一款行李箱式便携电动车也很火爆。该产品定位为“城市短距双车出行”。今年3月下旬上线，至4月27日已筹资58万元，支持人数1011人。

记者发现，除了可以低于预期市场价“捡漏”外，消费者还可以对新产品的性能或服务提出意见，“人人都是产品经理”，这给很多特定需求提供了诉求平

台和定制可能。

在拓康机电的这款行李箱式折叠电动车的实时话题中，有消费者建议“最好设计一个可拆卸的折叠车篮，方便买菜”，也有消费者询问“是否有防盗系统”。研发团队回应称“1代产品暂时还没有防盗设计，因为便携设计可以随身携带，但会在升级产品中考虑此设计。”

而在上述的桌面生态鱼缸的实时话题中，有消费者建议“希望规格适当扩大，鱼缸里面可以养更多更大观赏鱼类”。研发团队也留言称：“大规模鱼缸需在低压泵上进行升级，后期会推出更加丰富的产品线。”



漫画 章丽珍

不到2个月，公牛插座轻松众筹100万套
中小企业转型迎来发展新机

对于中小企业尤其是初创新型科技类企业来说，众筹模式无疑让企业研发如虎添翼。

4月17日，宁波美善美心电器有限公司在淘宝众筹平台上线了一款无烟碳烤炉，众筹周期为30天，基本门槛为10万元。至4月27日，这款售价538元的碳烤炉已经筹到了162万元，完成进度高达1621%。这相当于提前卖出了3000多台碳烤炉。

投资人王富强对于短期内能有如此高的完成进度，还是有些意外。他说：“其实，这款产品从3年前就开始研发了，之所以选择在淘宝众筹上线这款产品，一是觉得这是不错的营销推广渠道；二来也想看看这款新产品的市场反应，可以为接下来批量生产做参考。”

王富强的碳烤炉并非个例。

今年年初，慈溪“公牛”插座与阿里巴巴合作，推出WIFI智能插座，不到2个月，该产品轻松众筹100万套，用户满意率达99%，目前该公司已被华为指定为长期供货合作伙伴。年初以来，卓力增压蒸烫机系列、厕

所侠、房间清风系统智能化产品等纷纷成为网红爆款。

《2017年3月众筹行业报告》显示，据不完全统计，全国众筹行业单月成功项目4169个，环比上升2.01%；共成功筹资19.86亿元，环比上升52.07%。从成功项目筹资金额的地区分布看，北京、浙江、广东位居前三，筹集金额分别达6.21亿元、3.37亿元、3.12亿元。

宁波电商研究院执行院长、宁波理工学院商学院常务副院长林承亮认为，对于宁波家电企业而言，不管是传统的线下市场，还是常规的电商平台，产品营销环节预热线程都太长了，导致成本下不来，营销效果也未必好。

“而通过众筹平台，一方面这类平台上的消费者大多有‘求新求异’特征，通常是新、奇、特产品的消费活跃者，而这些产品本身就具有较强的消费传播力，通过这些人的消费，有助于新产品迅速打开市场；另一方面这些传统渠道已经被强势企业的成熟产品占据，格局非常稳定，众筹平台更适合新

兴品牌与消费者建立联系，规避与主力品牌商正面交锋。”

此外，林承亮认为，和传统的实验室研发-生产线制造-终端销售相比，众筹作为一种预售模式，可以控制库存，降低成本，同时，可以更精准地集中消费者的痛点，有助于实时反馈信息，帮助改良产品、优化项目，体现了互联网时代“产销合一”的特征。

“借助众筹模式，宁波中小家电企业的产品快速迭代能力增强，成本降低。越来越多的企业选择这样的模式，其实从侧面反映了宁波家电企业创新能力增强，在向互联网转型的过程中，也更为成熟。”林承亮表示。

宁波市商务委电商处处长陈强宏认为，用互联网思维改造传统企业及其服务，已经成为传统企业转型的重要内容。在互联网思维下，家电企业的服务要转向从产业链的上游开始，包括从研发、设计、生产、流通，到消费者使用。众筹模式对于很多宁波中小家电企业而言，是值得尝试的。

记者 史妮超