

转变

宁波商人通过众筹觅商机

那么，喜欢用本钱干本行的宁波商人，为什么转变了思路，开始在众筹平台中觅商机呢？

众所周知，宁波的消费品工业一直以外贸出口为主，但在上一轮全球贸易寒潮之后，宁波企业深刻认识到，随着国际贸易环境的多变性，加之国内消费升级浪潮的崛起，布局内贸市场刻不容缓。

但做内贸，品牌、市场、渠道、资金都要重新布局。特别是在个性化市场中摸准消费者多变的喜好，成为一个难题。

在徐学渊看来，众筹似乎是破解这个难题的不错选择。

“当我们设计研发出一款产品时，我们并不知道产品是否迎合市场口味，会有多少用户，怎么样定价比较合理。以往为了了解这些问题，我们也许要聘请专业的咨询公司进行调研、分析，如今在众筹平台上，我们可以得出一个比较接近真实市场的结论，从而判断投放规模，在降低机会成本、控制风险的同时，省去了不少时间。”徐学渊说。

据了解，京东众筹每日都会提供产品数据，如PV曝光量、UV独立访客量、每日销量、累计销量和转化率等。作为一个新创的品牌，在对接京东强大的渠道之后，可以通过数据进行预判，大大减少库存量，盘活有限的资金链并合理安排产能。

众筹不仅能判断商品的市场接受度，对于许多创业者来说，还能解决创业初期的最大问题——钱和渠道。初创资金不仅来源于网络众筹，在众筹平台里，有许多潜伏在水面下的“大鲨鱼”——投资人，当他们关注到产品，觉得有利可图时，就会与创业者对接，从第一桶金到大批量生产的环节被大大压缩。而在众筹期间大批的线上、线下经销商也会找上门来，徐学渊的车载杯在众筹期间就获得3000多名渠道客户。

“以往，我们生产出一种新产品，首先是去参加展会，或是搞各种线下营销，或是在淘宝等电商平台上付费买‘直通车’‘聚星台’等服务，让自己的商品出现在网页显眼的位置。而在众筹平台上，我们等于在众筹过程中免费做了一个月广告，不断有大规模的人群流量浏览商品，同时形成一种饥饿营销，很容易就能把知名度打响。此时再借用第三方的力量造势，当众筹结束时，商品就有了一定的知名度。”徐学渊说。

此外，在各个众筹平台成功众筹的明星产品会成为其所属电商平台的“亲儿子”，电商平台不仅自己投资，而且会主推自己孵化的产品，获得除众筹佣金外的更高回报，还会请专业人士打造IP，并将产品作为案例带到各个招商会上。比如在京东的招商会上，其负责人就力推自己投资孵化的商品。

京东众筹业务部负责人高征说，众筹类的产品大多是创新产品，功能或是外形具有设计元素，这类商品的单价一般较高，迎合了目前消费市场由大众消费向个性消费的趋势，而浏览众筹平台的消费者也往往比一般浏览电商的消费者更具有购买力，这就给有想法生产个性化产品的企业提供了基础的购买人群。对宁波的消费品产业升级、工业设计行业的发展，都具有现实意义。

解疑

什么样的产品比较适合众筹？

哪些产品在众筹平台上更受欢迎？

从各众筹平台上的筹款进度和金额两个维度来看，将智能科技与健康、安全、生活相结合的产品比较受欢迎。

如京东众筹平台上的一款空气净化器，截至2018年3月12日，筹款进度已达4194%，累计筹集838万元；智能肌肉训练仪，筹款进度达6552%，累计金额1310万元；淘宝众筹平台上一款智能立体平衡车，筹款进度达10164%，累计金额1016万元；迷你自拍无人机，筹款进度16691%，累计金额1669万元……

京东众筹的负责人表示：“适合众筹的产品至少需要满足以下一点特征——创新性、感知性、刚需性以及粉丝效应。”

首先是创新性，伴随着互联网的普及，消费者的猎奇心也愈来愈强。当众筹平台的产品能够给人以新奇感，甚至当产品可以独具某种文化特性，那其本身将具有吸引投资者眼球的更大潜力。

其次是感知性，产品众筹的核心价值，一是检验产品特性，是否为大众所认可；二是借助大众对产品的资金支持，有力推进产品的制作和推广。

当一种产品过于复杂，导致用户不理解这种产品到底是什么，或者不知道这种产品怎么用，有什么价值，那就无法让用户与产品形成共鸣。其结果就是导致用户对产品在心理上产生排斥，无法吸引用户。当一种产品得不到用户的认可时，更谈不上吸引投资了。

第三是刚需性，在当下产品众筹领域内，一个难以掩饰的消极因素在于——产品实在太多，投资人眼花缭乱。因为行业发展过于迅猛，产品同质化的问题在产品众筹中显得尤为严重，这也在很大程度上弱化了产品的独特性。

因此，这就对创业团队，即我们的产品发起方提出了新的要求：产品定位必须准确，产品的核心价值构建必须满足用户的刚性需求。

最后是粉丝效应，产品众筹除了具有品牌宣传、产品调研价值之外，培育种子用户也是产品众筹的价值因素之一。一种产品，究竟在产品拓展期具备怎样的爆发力，很大程度上是由产品的种子用户所决定的。具有粉丝营销价值的产品更容易夺得关注席位，也更能成为产品提供良好的口碑效应，从而提高产品的曝光率。

这是一个新产品、新技术被广泛推介的时代，这是一个粉丝经济成为经济发展主旋律的时代，粉丝参与的积极性已成为衡量一个品牌能否被大众所接受的关键因素。

关于送达税务催告文书的公告

我局依法对以下纳税人的税收违法案件调查完毕，已经制作了相关税务行政决定文书并送达当事人，当事人逾期未缴纳。根据《中华人民共和国税收征收管理法实施细则》第一百零六条的规定，现将相关税务催告文书公告如下。请公告所涉纳税人见公告后，到我局领取相关税务催告文书。未来按时领取的，自公告之日起满30日，即视为送达。

联系地址：宁海县跃龙街道气象北路316号

联系电话：057465551805

宁海县国家税务局稽查局

2018年3月23日

序号	纳税人名称	法定代表人	公告事项	相关决定及法律依据	文书名称	文号
1	宁海亿源能源有限公司	颜建明	责令限期缴纳税款、罚款	根据《中华人民共和国税收征收管理法》第四十条和《中华人民共和国行政强制法》第三十四、三十五(第四十五条、四十六条)、五十四条规定,责令限期缴纳税款、罚款。	《催告书》	宁国税稽强催[2017]1号
2	宁海县凯凯模塑厂	胡余忠	责令限期缴纳税款、罚款	根据《中华人民共和国税收征收管理法》第四十条和《中华人民共和国行政强制法》第三十四、三十五(第四十五条、四十六条)、五十四条规定,责令限期缴纳税款、罚款。	《催告书》	宁国税稽强催[2017]3号
3	宁海县诚信汽车齿轮制造有限公司	胡庆翰	责令限期缴纳税款、罚款	根据《中华人民共和国税收征收管理法》第四十条和《中华人民共和国行政强制法》第三十四、三十五(第四十五条、四十六条)、五十四条规定,责令限期缴纳税款、罚款。	《催告书》	宁国税稽强催[2017]5号
4	宁波市恩佳电器有限公司	薛澄澄	责令限期缴纳税款、罚款	根据《中华人民共和国税收征收管理法》第四十条和《中华人民共和国行政强制法》第三十四、三十五(第四十五条、四十六条)、五十四条规定,责令限期缴纳税款、罚款。	《催告书》	宁国税稽强催[2018]4号

