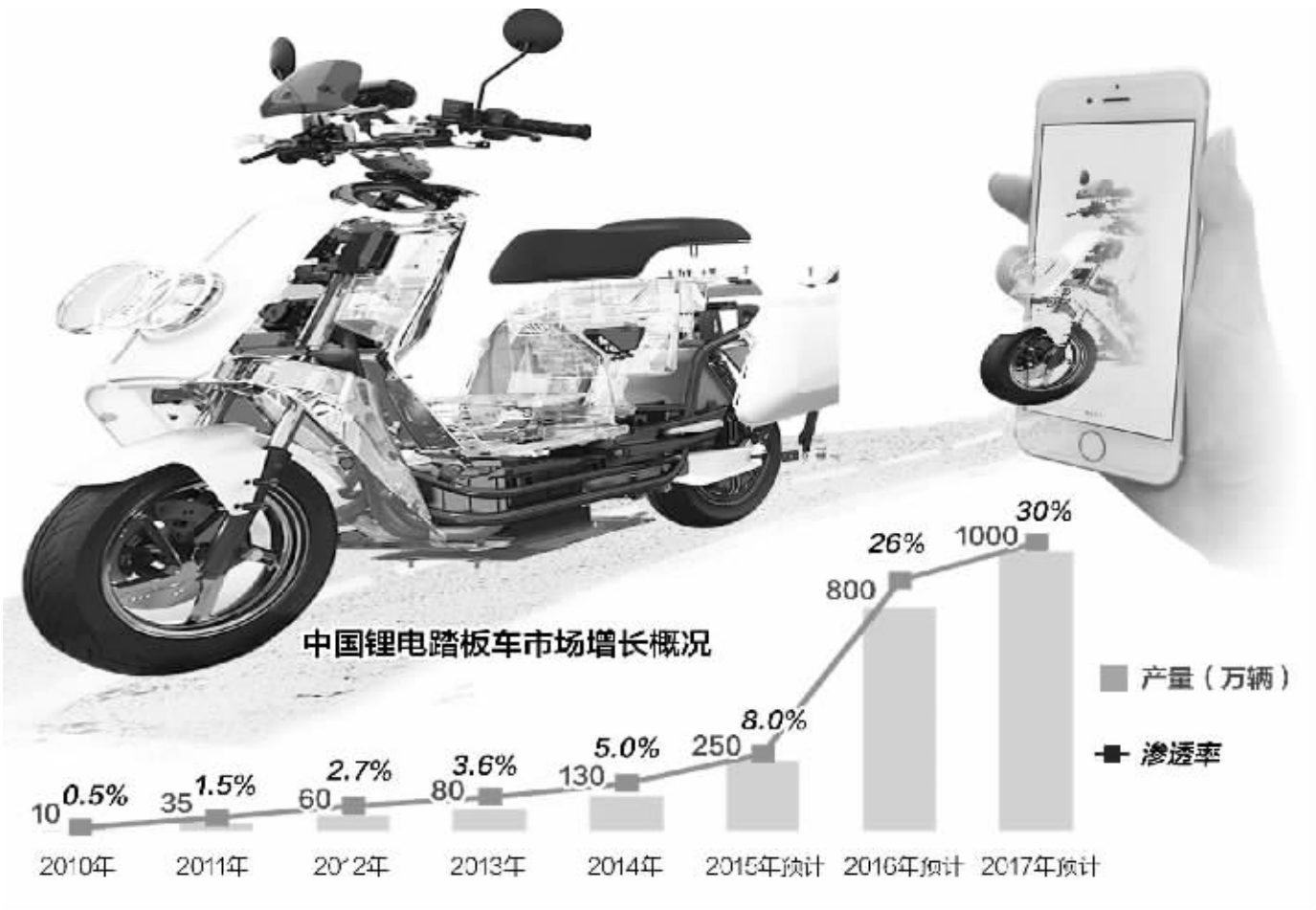
电动车搭载的中国式众筹

本报记者 郭文鹏

小牛电动车，这辆由创新科技企业牛电科技开发的智能电动踏板车几乎是在一夜之间大红大紫的。6月15日，名为“小牛电动智能锂电电动踏板车”的项目登陆京东众筹，亮相堪称惊艳：众筹开始不到5分钟，就筹款500万元，迅速达成项目目标；13分钟，筹资额突破千万元；一小时，突破2000万元大关。至6月30日项目截止日，总共卖出1.6万辆，筹得7200多万元资金，成为目前为止国内权益类众筹中募集最快、金额最大的项目，在世界上也能排到第六。



家住上海的谢珂卿是一名“玩车达人”。大学毕业后，他换过多个品牌的轿车，尽管不缺乏代步工具，谢珂卿仍然考虑再来一辆“酷”点的短途代步工具。6月份，他从专业论坛上听说了小牛电动车。

“不差钱”何必要众筹

和谢珂卿一样，许多人最先开始关注产品是因为其豪华背景。

北京牛电科技有限责任公司CEO李一男是通信和移动互联网领域的传奇人物。这位曾经的华为常务副总裁、百度的首席技术官、中国移动12580的CEO，是产品最好的形象代言人，聚合了一大帮粉丝。产品团队中也汇聚了众多来自于Frog Design、Honda、小米等国内外顶级设计、汽车和互联网公司的“牛人”。

在资本运作方面，牛电科技也比较“牛气”——先后得到GGV、IDG、红杉、创新工场、真格基金等知名机构的投资，天使轮和A轮两轮融资总额高达5000万美元。

至于为什么“将自己归零”后用一辆电动车作为自己的最新创业项目，李一男说：“小牛电动车不仅仅是一辆电动车，更意味着未来的无限可能。”

至于为什么在“不差钱”的前提下还要采用众筹的模式，李一男表示，“这是与热爱生活的年轻人许下万份的约定，并希望用众筹的方式来实现这份约定。让众人参与实现梦想，最好的方式就是众筹”。

“高龄创业”的李一男经常被业界拿来与小米总裁雷军作对比。其实最相像的是小米和小牛的营销模式：传统的硬件制造和物流，进入门槛高、渠道耗资高、速度慢、风险系数大，而基于互联网和移动互联网的数据流动，可以在线上实现供需之间的闭环，众筹方式更是把需求端前置，甚至能够实现零库存。小牛和小米还通过类似的电商渠道绕过了渠道门槛。

另一种说法是，小牛电动车试图超越行业标准、用互联网思维改造传统制造业的尝试，是在“向特斯拉致敬”。

在大众的印象里，电动车是不怎么高端的产品，设计简单、价格低廉，常常被看做二三四线城市的出行工具，或者和送快递、送外卖等职业相关联。而小牛电动车主打的对象，显然不是这些对价格相当敏感、不在意续航里程、不惯用GPS定位的人群。

为了打破电动车的固有形象，团队从设计到制造都进行了创新。采用锂电池代替传统铅锌电池，实现了最长100公里的续航时间；采用合金钢材，使电动车瘦身为10公斤左右的轻盈体型；此外，博世电机、EBS电子刹车系统、ECU控制油路、GPS智能化防盗等资深玩家看重的配备，使电动车增添了“酷炫”的科技感。

到市场上走一圈就知道，价格分别为3999元、4999元的两款小牛电动车，并不像宣传中所说的那么“亲民、贴心”。比起市场上的普通电动车，这个价格几乎高出一倍。售卖前，公司曾在一些社区和测评网站透露过价格，对价格偏高的普遍质疑曾让团队感到很大压力。但产品出来后，反倒博得了一些玩友“性价比高”的评价。

卖产品还是卖生活方式

除了募集资金的数额，超出公司预期的还有消费者构成。公司根据众筹结果做了个消费者调查。结果显示，购买用户中目前通勤方式为电动车的占33%，用轿车通勤的用户数量，达到31%。

“调研结果让创始团队既惊又喜，小牛电动车对自驾车或者打车等高质量用户有较大吸引力，或许我们能打开一块与传统电动车截然不同的新市场。”在小牛公司产品总监胡依林看来，对于中高端用户群体来说，使用电动车作为短途出行工具，其实代表了一种新兴的出行理念和生活方式。

胡依林本人就是位狂热的骑行爱好者，有着10多年的骑行和改装经历。在接受《经济日报》记者采访时，他讲起自己的一个观察：他曾分别询问两位同在上海、收入相当的朋友，请他们推荐徐家汇好吃的地方。平时开车的朋友推荐的是港汇、日月光、新天地，吃的也就是些常见的饭店或连锁快餐；而骑电动车的朋友推荐的则是康平路上一家老上海菜的餐厅，离他们自己住的地方很近。胡依林据此得出结论：开车人首先关注的是好不好停车，骑电动车的人关注的才是好不好吃。

公司还从用户调查中获得了其他信息，目前吸引用户购买小牛的前3条原因，分别是电池续航、制造工艺和智能系统。其中，新增的轿车通勤用户外观设计多于智能化需求，而对有电动车使用经验的用户来说，智能化需求大于外观设计，这为公司未来改进产品提供了方向。

被赋予智能化和科技感的电动车，与其说是一种产品，不如说是一种生活方式。这一认知也增添了互联网营销、“粉丝经济”的玩法。众筹限量版的小牛电动N1仅在京东众筹平台出手一次，此后将永不发行；用户得到限量版复古头盔和限量版小牛电动T恤；在手机上下载一个APP，就能了解电动车续航、电量、车速、天气等基本情况。

谈起这次众筹，30岁出头的市场副总裁张一博挺满意。让还没真正见到、摸过、骑过的用户愿意掏出一笔不小的费用来支持产品不是件容易的事。但这对之前曾在小米负责电商和营销策划的张一博却算是驾轻就熟。“和传统电动车行业做硬广告不一样，很长时间内我们公司还是愿意尝试一些好玩的互联网营销方案，在公司初创阶段往往能够起到四两拨千斤的效果。”

找到痛点是否就能赢

电动车要解决的一个痛点是交通拥堵。以上海市为例，人均道路面积为3.5平方米，市中心约有50%的车道上高峰小时饱和度为95%，全天饱和度超过70%，堵车成为家常便饭，电动车可以大大提高短途出行效率。

目前，中国电动车市场的保有量约为2亿辆。胡依林作了个大胆预测，未来几年电动车以及可能具备电动车消费意愿的客户群体可能达到4亿人，形成万亿元级市场。

目前市场已有不少试图解决拥堵和污染问题的新型产品，在今年也热得发烫。Segway体感车从两轮增加了三轮产品，特斯拉全球热销，丰田即将推出首款氢燃料电池车Mirai，称续航将超过500公里。然而考虑到实用性问题，许多产品销量有限。

对于小牛来说，树立新奇酷的形象容易，但真正要实现量产、打开销量，还面临许多成长的烦恼。

与小米可以基于手机完整的生产链把生产环节外包出去不同，由于电动车缺乏完善、高效的产业链，小牛只能自建工厂，这可以带来更好的品质服务和更灵活的渠道控制，但也意味着巨大的成本投入。

生产能力的有限，构成了扩大销量的瓶颈。胡依林告诉记者，目前厂房每月最大生产量在10万台左右，甚至只能拒绝一些来自“与品牌定位不符”的用户订单。

增强售后服务能力是当务之急。今年以来，公司通过签约一些现成的非机动车服务点，将线下售后服务点数量迅速拓展到1400多家，但和目前一些市场占有率居前的行业公司仍然有差距。数据显示，2014年，市场占有率排名第一的爱玛电动车有超过3000家的专门服务网点。

◇

拍卖槌下，喜忧参半

本报记者 李佳霖

日前，潘天寿在上世纪60年代创作的《鹰石山花图》在嘉德2015春拍“大观之夜”中拍出2.79亿元，创潘天寿个人作品拍卖新纪录，同时也是截至目前本季拍卖价格最高的拍品。

“今年春拍嘉德两件亿元作品的成交，再次印证艺术市场珍稀优质资源恒久高价的定律。但是也应看到，整体成交率下降，市场并没有走出困境。我们依然要等待经济增长为艺术市场注入活力。”中国嘉德国际拍卖有限公司董事总裁兼CEO胡妍妍对记者说。

1997年《拍卖法》实施以来，拍卖业特别是文物和艺术品拍卖业蓬勃发展，但近年来宏观经济增速放缓也影响到了拍卖业。由中国拍卖行业协会与商务部流通业发展司联合发布的《2014年中国拍卖行业经营状况分析及2015年展望》显示，2014年全国拍卖成交额累计5556.4亿元，同比下降20.6%。

同时，中国文物艺术品拍卖市场在市场规模和行情保持稳定的同时，市场持续发生结构性调整，显现诸多亮点和突破。

市场规模保持稳定。统计数据显示，2013年，全国共举办911场文物艺术品拍卖会，平均成交率为50.61%，成交额达350.95亿元。截至2014年5月15日，2013年成交拍品款共完成结算198.73亿元，结算率56.63%。

市场结构持续优化。文物艺术品拍卖市场在去年，品类热点多元化、价位结构平衡化、购买需求合理化的趋势愈加明显。2012年以来，拍品价档结构出现明显变化，拍品均价明显下调、投资性高价拍品数量锐减，大众化艺术消费品逐渐增多。去年中国嘉德、西泠拍卖等十家文物艺术品拍卖公司单件成交均价37.39万元/件(套)，较2013年下降1.03万元/件(套)；成交超过100万元的拍品数量仅占总件数的6.52%，较2013年下调1.41个百分点。

由中国拍卖行业协会提供的资料显示，截至2014年度，全国具有文物拍卖资质企业396家，注册资本金47.48亿元，从业人员达6545人。随着社会经济的快速发展和文物艺术品收藏投资热潮的兴起，文物和艺术品拍卖市场正面临着从高速度和大规模进一步向规范化、专业化和国际化转变。为此，尽快解决文物艺术品拍卖市场的诚信缺失问题尤为重要。

从文物艺术品拍卖市场来看，诚信问题涉及多方市场主体，包括竞买人、买受人、拍卖人、委托人、鉴定人等。其中，竞买人、买受人的诚信问题，突出的是拖欠货款。拍卖人的诚信问题主要包括虚假注册、假图录、假标价、假成交额、假拍拍假。委托人的诚信问题，包括制假托假、恶俗炒作等。同时，部分拍卖行与鉴定人及专家联手进行虚假拍卖。

“业内人士普遍认为，拖欠货款已严重阻碍当前文物艺术品拍卖业的正常发展。”中国拍卖行业协会副秘书长欧树英表示，中国拍卖行业协会艺术品拍卖专业委员会和业界正在酝酿设立“黑名单”制度。

此外，由于现行《拍卖法》自1997年开始实施，当时并没有考虑到网络拍卖发展。目前，已有电子商务企业、网络公司，甚至政府机构以“网络拍卖”或“在线竞价”等名义开展拍卖业务，各种在线竞价、网络拍卖平台大量涌现，这些非拍卖企业举办的网络拍卖活动极易误导消费者，权益受到侵害后维权困难。

国际拍卖市场互动与融合将是大势所趋，而文物艺术品拍卖业在国际间的政策环境差异，需要有关政府部门根据行业发展新问题和新形势，补充完善相关法律政策，促进我国文物艺术品拍卖业在国际竞争中有更好表现。

陶教授来了

★茶座

【家庭支出的黄金比例】

理财师眼中科学的家庭支出比例是这样的：①日常开支30%，包括饮食、房租房贷、交通等；②投资30%，包括储蓄、基金、股票等；③奢侈消费10%，包括娱乐、旅游、朋友聚会等；④子女教育、个人充电15%；⑤家庭备用金15%，预留计划外支出，备不时之需。

【这些坏习惯让你效率低下】

就像寻找对你有益的习惯一样，寻找妨碍你的习惯同样重要。缺席、拖拖拉拉、总做无关紧要的事、无法停止思考、过于消极、与世隔绝、信息过剩，这些不好的习惯大多数都可能潜伏在你的身边。

【穷人靠力，富人借力】

穷人和富人每人分到一座煤山，限期一个月内挖光。穷人把挖煤赚的钱都用来好吃好喝，富人则用起初赚的钱雇了几个苦力。一个月过去，穷人只挖了煤山一角，钱也没剩余。而富人早就指挥工人挖光了煤山，赚了不少钱。学会借力，便能找到杠杆的着力点。

【项链的价格】

自诩有品位的伯爵夫人对低档首饰不屑一顾。珠宝商向她推荐了一条100英镑的项链，她说：“这肯定没用好材料。”珠宝商第二天又给她推荐一条项链，开价800英镑。她爱不释手。其实，这两条项链只是颜色不同。启示：价格所反映的是商品的主观价值，而不是客观价值，这两者大有区别。

【成功的思维模式】

①找方法，不要找借口；②没有失败，只是暂时挫折；③改掉坏习惯，否则毁一生；④命运由自己掌握，而不是任别人评说；⑤越努力，运气就越主动迎向你；⑥如果事情无法改变，就改变自己；⑦有梦想，才会实现梦想；⑧态度决定成败；⑨有毒药就一定有解药；⑩定格局，定结局。

★课堂

【快递越多越不降价?】

竞争往往带来降价，可快递却不然。它的成本有总成本固定支出，包括快递业务经营许可费、邮政行业监管费等；单位成本相对固定支出，包括包裹运输费、分拣费、快递员送件提成等。支出多为刚性且动态上浮，所以业务量激增，快递价格却不降反升。

【期货不是“货”】

期货和那种实实在在可以交易的现货是不同的概念。期货是以某种大宗产品如棉花、大豆、铜等，以及金融资产等为标的物的标准化可交易合约。

【分散风险】

有句俗语是“不要把鸡蛋装进同一个篮子里”，其蕴含了一个经济学知识，就是分散风险。所谓分散风险是指在投资中将资金分配在多种回报率之间关联性较低的资产上，以降低投资组合的整体风险。

【摩擦性失业】

求职者喜好不同，能力不一，也不可能知道全部空缺职位的信息，即便知道，就业也会受到地域限制。再加上工作要求、技能要求不同，工资也有高低。这就造成了某一时间里，个人需要寻找工作，而工作岗位却空置。有人没工作，有工作没人做。这就是摩擦性失业。

（上述内容摘自经济日报法人微博）