



「贊」國時代 打造夢想版圖

2014-09-27 記者 劉敏慈 文



網路募資是近五年來相當受歡迎的募資方式，不管是多麼瘋狂的點子，只要夠酷都有可能吸引民眾支持你，像Zack Danger Brown在Kickstarter的「馬鈴薯沙拉」共募得55,492美金，別懷疑！他真的就是做一碗沙拉。



馬鈴薯沙拉藉由話題炒作及社群效應，成功募資55,492美金(約160萬台幣)。

(圖片來源/Kickstarter)

歷史上募資的行為早已存在，一八八四年民眾捐款建立自由女神像便是募資。隨著科技演進，方式由面對面變成網路。一九九七年，英國搖滾樂團Marillion的粉絲透過網路募資，成功籌備到六萬美元，幫助他們前往美國演出，開啟網路募資成功的序幕。二〇〇八年，Ingiegogo成立吸引全世界各式各樣的創新點子，隔年，Kickstarter以嚴格篩選著名，將網路募資由零碎走向整合。相較於歐美國家，募資平台在台灣發展較晚，二〇一二年才陸續發展如Zeczec、HereO、flying V、Wereport、Limitstyle、104夢想搖籃等。

資訊透明 消除疑慮

募資平台可以從運作機制、民眾心理及募資者三方面探討。在平台提案，計畫「透明化」是主要的關鍵，募資者必須把企劃書上傳，透明化會解決「信任」的問題，將民眾的想法從「我相信你」到「我支持你」。人與人之間，信任是較有疑慮的問題，尤其在成千上萬線路所織出的網絡面紗中，問題更顯嚴重。

解決網路上「信任」問題的開端可以追溯到西元一九九五年ebay的創立，創辦人Pierre Omidyar以星星數代表賣家的信用，消費者可挑選信任的賣家交易。在募資平台上，賣的不是商品而是想法，因此要能將想法及執行清楚傳達，才能獲得贊助者的信任。

傳遞價值 贏得人心

智得溝通公司的董事長沈呂白說：「這世界上，最困難的事情是把自己腦袋的思想裝進別人腦袋，把別人口袋的錢裝進自己口袋。」募資平台上的提案若要成功必須克服這兩大挑戰，他們如何達成的？贊助者為何會願意行動呢？我們可以看到平台都設有距離目標的圖示及參與人數，這就像團購網站，看到大家都參與，自己也會有加入的動機。



民眾看到現況差距，容易反映「差你一個」的心理狀態。(圖片來源/flying V)

媒體歷屆廣告

推薦文章

- 變化自如 幕後的聲音演員
- 那些年 爸爸與芭樂的回憶
- 關余膚色 我想說的事

總編輯的話 / 郭穎慈



本期共有十九篇稿件。頭題〈夢想配方 攝影甜點與咖啡〉忠實刻劃一位科技新貴勇敢出走，開設一間攝影風格咖啡廳的歷程和堅持。

本期頭題王 / 洪詩宸



嗨，我是詩宸。雖然個子很小，但是很好動，常常靜不下來。興趣是看各式各樣的小說，和拿著相機四處拍，四處旅行。喜歡用相機紀錄下感動，或值得紀念的人事。覺得不論是風景還是人物，每個快門的...

本期疾速王 / 吳建勳



大家好，我是吳建勳，淡水人，喜歡看電影、聽音樂跟拍照，嚮往無憂無慮的生活。

本期熱門排行



夢想配方 攝影甜點與咖啡
洪詩宸 / 人物



橙色的季節 唯美「柿」界
陳思寧 / 照片故事



老驥伏櫪 馬躍八方
許翔 / 人物



追本溯源 探究大地之聲
劉雨婕 / 人物



變化自如 幕後的聲音演員
張婷芳 / 人物

網路平台的環境相較於傳統廣告友善得多，提案者不需花費高額行銷費用便可擁有曝光的機會，贊助者若參與計畫也會使他們受到關注。根據提案，絕大多數的提案都有詳盡的企劃書，若有設計更大為加分，像是《設計教育新革命》，目標是改變學校教科書的編排及插畫設計，提案者將計畫圖像化，而風格新穎別緻，與美感課本相互呼應，使理念更容易傳達。

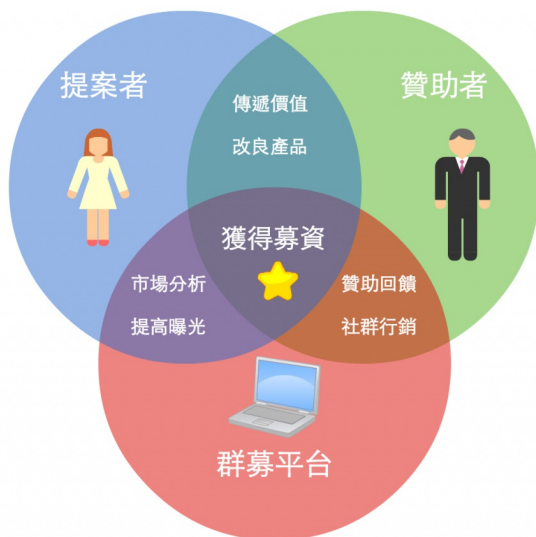
另一種方式是搭配強調產品價值而非產品本身的影片，像《OVO！台灣電視讚起來》，產品是電視機上盒及學習性遙控器，有別於一般的盒子，觀眾可以參與節目評分，而評分將會取代以往節目收視論，締造出全新的電視生態圈。

影片強調使用者可決定電視的未來，主打遙控器的價值而非功用。(影片來源/YouTube)

知識共享 直搗市場

《滾出趣》共同創辦人林倩仔曾表示：「網路是一個很好的平台，讓創業團隊在沒有很充足資源與資金的時候，能夠測試自己的想法會不會work，市場會不會買單的地方。」對提案者來說，運用網募平台可提昇創業的可能。

不難發現平台上有許多初創（泛指剛創立的企業，資本或人力都還缺乏的狀態），募資就像市場調查，除了能降低創業成本，還能抓出潛藏的客戶，為往後品牌塑造鋪路。另外，平台機制裡的問與答提供共享知識的管道，運用群眾知識修正產品，呼應Jeff Jarvis提出「市場即對話」的概念，減少與市場磨合，亮相即閃耀。



三方協做是成功提案的關鍵。(圖片來源/劉敏慈製)

各有特色 小眾化市場多元

市場小眾化使不同國家的提案有著不一樣的發展，美國Kickstarter歸類為藝術、出版、舞蹈、科技、新聞等共十五類，整體表現著重在創意創新；而Indiegogo則較偏向創新創業，有食物、商業、體育與科技四類。國內平台像是Zeczec以清新雅緻的風格為藝術工作者首選；flyingV為類別最多元的平台；weReport為公民參與型的平台，資金將用於記者做深入報導。

根據台灣目前專案，大略可歸納為四項：藝術創作、設計工藝、創新科技及公民參與。藝術創作的類目包含舞蹈、音樂或戲劇，像周先生與舞者們的《2014舞蹈旅行計畫》，募資金額高達五十四萬一千三百四十三元，使他們成功在偏鄉地區展演。《看見台灣》露天首映會成功募資到二百四十八萬八千一百二十四元，更超過二萬人推薦專案。由此可見，網路募資平台創造出對藝文活

動友善的環境，同時也使民眾有多種管道可以得知及支持藝文活動。

另外，設計工藝及創新科技則有帶有創業的成份，像募到三百五十四萬元的《ch+u：超電能飛行表》。募資資金對擁有較少資源的年輕人來說，不但可以用做產品研發，還能省下行銷費用，使國內公司在國際市場更具競爭力。儘管在國內，網路募資的平台建立較晚，然而公民運動的提案發展十分快速，像《台灣，這次妳一定要撐下去》，為了表達對媒體言論不滿，集資刊登平面廣告澄清服貿議題訴求，在短短三小時內募到六百九十萬，號召3,621位公民主動參與，順利地將廣告刊登在各大國內新聞報紙及紐約時報國際版及美國版的全版廣告。



太陽花學運以「Democracy at 4am」為主題登上紐約時報。

(圖片來源/紐約時報)

法源不清 發展緩慢

募資平台成功推動許多計畫的實踐，但法源的爭議卻不斷，二〇一二年平台發展至今，專案所依循的法源依舊在曖昧不清的階段，目前國內募資的方式大多為捐贈性質，也就是支持者贊助後，可獲得回饋，然而所衍生的問題是，提案者是否觸犯公益勸募條例，因為只有特定團體才可以公開進行勸募，另一種方式是支持一定金額可獲得該產品作為回饋，那提案者與支持者是否是進行交易行為，而又會衍生出一連串稅金及是否符合公平交易法等問題。

二〇一二年，美國總統歐巴馬簽署JOBS (Jumpstart Our Business Startups) 法案，讓所有在網路募資的專案有法可行，規定中介平台必須經過認證。美國之所以快速通過法案，為的就是怕衍生出的爭議使創投或是民眾不願意贊助，扼殺年輕人的創業潛力，降低美國的創新競爭力。



美國希望藉由簽署JOBS法案，藉由網路開拓優良創業環境，不只侷限在矽谷。

(圖片來源/ Official White House Photo by Pete Souza)

網路募資平台是幫助提案者將潛在朋友串起來，發揮群眾力量幫助每個提案者的夢想實踐，一旦群募文化深植人心，便能讓許多社會問題被解決、更多優秀表演被看見和誕生更好的產品設計，提昇人們的生活品質，也加深彼此互信的基礎。群募文化不但讓有想法的人多了條實踐的管道，更是改變民眾的生活態度——不只按「讚」更要「贊助」。



風城稻米 「粒粒」在目

無限可能的夢 白日夢



在十二月稻穗成熟的時節，新竹縣橫山鄉的佃

乒乓和一般人一樣，曾經有夢想，因被現實傷

農開著收割機，一天完成三甲田的收割。

害而退縮，卻意外發現「白日夢」的不可思議，從此開始勇於作夢。

▲TOP

[關於喀報](#) [聯絡我們](#)

© 2007-2014 國立交通大學 傳播與科技學系 All Rights Reserved.

Powered by  DODO v4.0