

大宗商品电子交易市场 理论与实践

冯耕中 卢继周 赵绍辉 著



科学出版社

大宗商品电子交易市场理论与实践

冯耕中 卢继周 赵绍辉 著

本书受国家自然科学基金项目（71390331 和 71572145）支持
本书受国家科技支撑计划项目课题（2012BAD35B06）支持

科学出版社

北京

内 容 简 介

大宗商品电子交易市场已经成为我国多层次商品流通体系的重要组成部分,在“互联网+”国家战略的浪潮中扮演着重要角色。本书从理论和实践两个方面对大宗商品电子交易市场进行了系统的梳理和分析。第一,对大宗商品电子交易的相关概念做出界定,并对大宗商品电子交易市场与现货市场、期货市场的区别与联系进行了阐述。第二,回顾了国外、国内大宗商品电子交易市场的发展历程,并对我国大宗商品电子交易市场的功能和作用进行全面的分析。第三,提出了大宗商品电子交易市场商业模式分析理论框架,依据该框架从服务产品、服务流程、盈利模式三个方面对国内典型大宗商品交易市场的商业模式进行深入的探讨。第四,对大宗商品电子交易市场的IT建设方案和运营管理进行详细的讨论。第五,分析大宗商品电子交易市场在经济全球一体化和新的国家战略背景下未来的发展趋势。

本书适合于大宗商品流通领域的企事业单位管理人员、科研机构研究人员、高等院校师生和各级政府部门决策人员阅读。

图书在版编目(CIP)数据

大宗商品电子交易市场理论与实践/冯耕中,卢继周,赵绍辉著. —北京:科学出版社,2016

ISBN 978-7-03-048991-3

I. ①大… II. ①冯… ②卢… ③赵… III. ①商品市场—电子商务—研究 IV. ①F713.58

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第141240号

责任编辑:马跃 徐倩/责任校对:彭珍珍

责任印制:霍兵/封面设计:无极书装

科学出版社出版

北京东黄城根北街16号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

北京佳信达欣艺术印刷有限公司印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2016年6月第一版 开本:720×1000 1/16

2016年6月第一次印刷 印张:23 1/4

字数:469 000

定价:138.00元

(如有印装质量问题,我社负责调换)

前 言

“蜀麻吴盐自古通，万斛之舟行若风”，唐代的杜甫用这样的诗句来描绘汉末三国时期商品流通的繁荣景象；明代的李东阳则用“长江西上接天津，万舰吴樯八贡新”来感叹京杭大运河上粮食运输的盛况。从古代的盐、茶叶、粮食交易，到现代的石油、钢铁、煤炭贸易，商品流通一直是影响一个国家经济发展，甚至是一个社会文明的重要因素，是保障人民生活安全的重要物质基础。

20世纪90年代，随着互联网技术的发展和應用，电子商务新业态创新成为商品流通领域备受关注的發展热点，在新千年伊始全球范围内掀起了首轮电子商务热潮。由于物流服务跟进不够、市场信用体系有待完善、支付结算环节安全性较低等，我国电子商务发展在短短两三年时间里很快进入低谷。然而，历史发展的轨迹总是呈现出螺旋式上升的过程。无论是消费领域，还是企业生产流通领域，以计算机、信息技术创新引发的商业模式创新和电子商务探索仍在顽强地进行着。2005年，我国网民规模突破1亿人；2013年，我国网民规模突破6亿人，而手机网民规模突破5亿人。由此，互联网的普及和广泛应用极大地推动了电子商务创新，人民生活 and 消费方式的改变已经不再是梦想，企业合作模式也在发生着深刻的改变。

北京时间2014年9月19日21时30分，阿里巴巴正式在纽约证券交易所上市，以68美元/股的价格发行。截至当日收盘，报收93.89美元/股，涨幅达38.07%，阿里巴巴市值达到2314.39亿美元，超越Facebook，成为仅次于谷歌的全球第二大互联网公司。淘宝和天猫倡导的“双十一光棍节”电子商务活动，更是屡创奇迹：2013年实现交易额350亿元，2014年571亿元，2015年912亿元。912亿元这个数字相当于中国13.7亿人口人均在阿里巴巴消费67元。消费品领域的电子商务服务首先成为吸引全球、全国人民眼球的热点，新一轮电子商务的热潮再次兴起。

与消费品领域电子商务发展相同步，2002年之后，在大宗商品和生产资料领域，各种电子商务创新活动也在不断展开，其中，大宗商品电子交易市场更是成为一个典型的发展方向。大宗商品电子交易市场是利用电子商务、互联网、物联网、大数据、云计算等先进技术手段为大宗商品提供交易服务、物流服务、金融服务和信息服务的电子商务平台。截至2015年年底，据中国物流与采购联合会大宗商品交易市场流通分会的不完全统计，我国各类大宗商品电子交易市场有1021

家,涉及石油、化工、钢材、塑料、糖、橡胶、茧丝、粮食、木材、煤炭等诸多商品领域,分布范围遍及北京、上海、天津、重庆、浙江、吉林、广西、广东、安徽、江苏、山东、海南等省(自治区、直辖市)。

2015年,李克强总理在政府工作报告中提出了“互联网+”行动计划,即充分发挥互联网在生产要素配置中的优化和集成作用,将互联网的创新成果深度融合于经济社会各领域之中,提升实体经济的创新力和生产力,形成更广泛的以互联网为基础设施和实现工具的经济发展新形态。电子商务创新和发展上升到了国家战略层面,成为我国发展经济的重要手段。以钢铁、煤炭、石油等为代表的大宗商品,往往处于各个产业链的源头,其生产和流通不仅会对企业的生产和经营产生重要影响,而且也会传导到消费领域,影响人民的生活和消费。因此,大宗商品电子交易市场的探索和发展,成为“互联网+”战略中的重要组成部分,研究其如何发展必将对我国现代商品市场流通体系的建设和经济社会的健康发展产生划时代的影响。

20世纪90年代末,在第一轮电子商务热兴起的同时,我们组织研究团队开始研究电子商务发展的各种创新模式,并参与到我国高等院校电子商务专业的建设中。2001年,有幸主持起草了中华人民共和国国家标准《大宗商品电子交易规范》(GB/T 18769),2003年该项国家标准修订颁布实施,成为至今为止指导我国大宗商品电子商务发展的重要依据。从此,我们将大宗商品电子交易市场的发展和建设作为研究团队的重要研究内容,密切关注国际和国内的有关进展,开展了一系列的研究并实质性地为政府和企业提供咨询服务。具体表现在以下几个方面。

(1) 主持承担重大科研项目,加强理论技术研究。在主持制定中华人民共和国国家标准《大宗商品电子交易规范》(GB/T 18769)的基础上,2005年申请主持承担了教育部新世纪优秀人才支持计划项目“大宗商品电子交易市场发展模式及支撑服务机制研究”(项目编号:NCET—05—0848);2006年申请主持承担了国家自然科学基金项目“大宗商品电子交易市场风险管理问题研究”(批准号:70672058);2007年申请立项了中华人民共和国国家标准《大宗商品电子交易风险控制》项目(计划编号:20075385—T—469);2010年申请主持承担了国家自然科学基金项目“物流金融环境下多元渠道大宗商品供应链决策问题研究”(批准号:71072131);部分研究成果已经在《系统工程理论与实践》、《管理科学学报》、《中国管理科学》、*European Journal of Operational Research* 和 *Omega: The International Journal of Management Science* 等期刊上发表。2012年主持承担了“十二五”国家科技支撑计划项目课题(课题编号:2012BAD35B06)的子课题“农作物种子电子商务公共服务平台”的研究任务,开展了种子电子交易平台的研发和建设工作。

(2) 持续推动商业模式创新,研发系列技术成果。在广泛调研和分析国内外

大宗商品交易的基础上, 研究团队充分综合电子交易的特点, 并参考中国相关法律法规的要求, 设计和提出了一套现代流通体系下的大宗商品电子交易中心商业模式。首先, 与传统贸易方式相结合, 提出了适用于中国大宗商品流通的多种电子交易模式, 实现现货远期交易、现货挂牌交易、竞价拍卖交易、竞价招标投标交易、专场交易等多种 B2B 电子交易模式在同一系统平台上的整合。其次, 引入金融业风险管理技术, 在交易流程中建立了基于定金的履约保证机制, 并实现了基于银行监管的资金管理体系, 以保证交易过程中的资金安全。最后, 提出并确立了物流交易集成化管理体系和物流交收服务规则, 在统一的服务规则管理下, 利用专业的物流信息系统, 建立为电子交易配套服务的统一、规范、专业的仓储、配送、包装、流通加工等物流服务系统, 以实现有形市场和无形市场的有机结合。

在理论研究的基础上, 研究团队与时力永联科技有限公司、中储物流在线有限责任公司合作, 围绕大宗商品电子交易平台、物流金融服务平台等研发了系列技术成果。作为著作权人, 获得国家版权局颁发的计算机软件著作权证书“基于网络的物流配送管理平台系统 V1.0”(软著登字第 051981 号, 2006 年)、“存货质押融资管理信息系统 (e-Inventory Financing Windows) V1.0”(软著登字第 069731 号, 2007 年)、“大宗商品电子交易风险管理信息系统[简称 ForLink-RMIS]V1.0”(软著登字第 0150612 号, 2009 年)。研究成果“大宗商品电子交易与物流集成化系统管理平台”于 2007 年获得中国物流与采购联合会科技进步奖一等奖, 在全国各地数十家大宗商品电子交易中心获得推广应用; 研究成果“现货通现货交易市场解决方案”于 2010 年获得中国物流与采购联合会科技进步奖三等奖。

(3) 积极参与指导行业实践, 提供政府决策支持。多年来, 研究团队密切关注大宗商品电子商务领域发展, 从 2008 年开始每年在《中国物流发展报告》(中国财富出版社正式出版)上发表“大宗商品电子交易市场发展回顾与展望”年度报告, 分析行业发展形势、总结存在问题、提出未来的发展趋势。2012 年, 中国物流与采购联合会大宗商品交易市场流通分会经民政部批准正式成立, 冯耕中教授成为其首届专家委员会主任委员, 带领研究团队积极参加行业组织的各项活动, 共同推动大宗商品电子交易市场行业自律规范发展。2014 年, 研究团队参加了商务部委托中国物流与采购联合会大宗商品交易市场流通分会的课题“全国大宗商品现货市场发展规划”研究工作, 为中央政府和地方政府有关部门的相关规划和政策制定提供决策支持。

回顾大宗商品电子交易市场的发展历程和各种实践, 我们不难看到, 这个领域的发展多年来始终处于一个纠结和难于言语的环境当中, 鼓励和赞扬有之, 质疑和否定也有之。企业在思考如何建设和满足市场需求, 政府部门在思考如何加强管制和控制风险。

由于其特有的商品属性，与消费品相比，大宗商品在拥有一般性商品物流属性的同时，也拥有一定的金融属性，因而呈现出与消费品具有很大不同的商品流通模式。特别是 2008 年以来，大宗商品价格波动成为常态，涨跌幅度和频率与股票不相上下。在这种形势下，大宗商品的流通和电子商务创新绝不能简单按照消费品的流通模式来思考。

正是由于这样一些原因，大宗商品电子商务形成了其独有的发展路径。与期货交易规则相类似，中远期交易模式由于清晰明确、有经验可循，在 2003 年及其之后的数年间，成为早期大宗商品领域电子商务和电子交易市场探索发展的重要模式之一。创新发展与风险相伴而生，2003 年之后，“琼胶事件”、华夏商品交易所事件等恶性事件的发生，也使大宗商品电子交易市场成为众矢之的。由于中远期交易在交易规则和方式上与期货交易有相似之处，所以变相期货成为一直背在大宗商品电子交易市场身上的骂名。

2010 年之后，为了规范大宗商品电子交易市场的发展，特别是针对一些风险事件的发生，商务部、中国证券监督管理委员会（简称中国证监会）、国家工商行政管理总局、公安部等诸多中央部委，全面参与到大宗商品电子交易市场的规范管理过程中，相关政策文件不断出台。在实际发展中，大宗商品电子交易市场的各种交易模式创新，如网上商城、挂牌交易等不断展开，商品交易与物流、金融的结合也在尝试之中。纵观当前大宗商品电子交易市场领域发展，呈现出三种典型的特征：①部分规范经营的大宗商品电子交易市场正在发挥着积极作用，对企业生产流通起到了重要的支撑作用；②来自政府特别是中央部委的管制越来越严，有不得越雷池半步之要求，然而全国各地大宗商品电子交易市场的兴办热潮一浪高过一浪；③大宗商品电子交易市场相关领域一些风险事件屡禁不止，还在不断出现，引发社会各界的广泛关注。

针对这种现实情况，作为在大宗商品电子交易市场领域耕耘研究近 15 年的研究团队，我们越来越觉得有责任将前期的研究成果和社会实践进行梳理，深刻总结大宗商品电子交易的发展路径和管理体制，对其商业模式、运营管理等进行深入分析，以便为政府、企业和技术服务商客观、正确认识这个领域的发展提供必要的帮助。正是在这种愿望的激励下，我们组织团队历经一年多的反复修改和完善，完成了本书的写作任务。

围绕我国大宗商品电子交易市场的发展，本书从理论与实践相结合的角度对大宗商品电子交易市场进行了较为系统的梳理和分析，全书共分为 9 章。第 1 章对大宗商品电子交易市场的相关概念做出了定义，并对大宗商品电子交易市场与期货市场等相关市场的关系进行了厘清。第 2 章对国际大宗商品交易市场的发展进行了梳理，并总结其相关发展经验。第 3 章对我国大宗商品电子交易市场的发展历程进行了全面的回顾，并对国内典型的大宗商品电子交易市场和行业协会进

行了介绍。第4章从多个角度对大宗商品电子交易市场的作用和功能进行了分析,重点研究了大宗商品电子交易市场的价格发现功能。第5章构建了大宗商品电子交易市场商业模式的理论分析框架,总结并分析了多种典型的商业模式。第6章选取典型的大宗商品电子交易市场实例,依据商业模式理论分析框架分别进行了详细的分析和讨论,全面总结其发展经验。第7章给出了大宗商品电子交易市场的典型IT解决方案。第8章从企业自身和外部环境两个层面描述了大宗商品电子交易市场的运营管理策略。第9章在分析国内外政治经济形势的基础上预测了大宗商品电子交易市场未来发展的七大趋势。

本书的目标是成为政府和社会各界研究中国大宗商品电子商务的重要参考书,主要用于满足大宗商品电子交易相关领域的业务实践需要,也可用作大宗商品电子交易方面的专业教材。其读者对象包括大宗商品电子商务领域的企事业单位管理人员、科研机构研究人员、高等院校师生、各级政府部门决策人员。

在书稿的写作过程中,我国著名管理学家、中国工程院院士、西安交通大学管理学院名誉院长汪应洛教授,中国科学院数学与系统科学研究院汪寿阳教授,中共中央网络安全和信息化领导小组办公室信息化发展局董宝青副局长,中国物流与采购联合会何黎明会长、中国物流与采购联合会贺登才副会长、中国物流与采购联合会原副会长和全国物流标准化技术委员会副主任委员戴定一研究员、中国物流与采购联合会蔡进副会长、中国物流与采购联合会大宗商品交易市场流通分会何辉常务副会长、周旭副会长兼秘书长,上海交通大学蒋炜教授、上海航运运价交易中心于军总裁、无锡市不锈钢电子交易中心郁晓春总裁和于洋副总裁、宁波大宗商品交易所朱金祥总裁、酒泉有种网交易中心闫文鸿副董事长、天津天隆农业科技有限公司杨飞总裁、时力永联科技有限公司何毅总裁,以及管理学界和大宗商品流通领域的许多前辈和专家,给予作者极大的支持并提出许多指导性的意见,在此表示衷心的感谢。研究团队的许多同志,如郭菊娥教授、刘纓纓主任、王能民教授、田军教授、石晓梅博士、陆凤彬博士、徐金鹏博士、尤晓岚博士、方雯博士、吴勇、孔祥印、刘浩等都做出了重要的贡献,本书的出版更是团队协作的一个成果,在此对大家的奉献表示感谢。

本书的编写得到国家自然科学基金项目(71390331和71572145)和国家科技支撑计划项目课题(2012BAD35B06)的支持,并得到中国物流与采购联合会大宗商品交易市场流通分会、中国电子商务创新推进联盟、中国电子商务物流企业联盟、中国系统工程学会青年工作委员会、西安市商用信息系统分析及应用工程实验室的许多帮助,在此表示诚挚的谢意。

科学出版社为本书的写作提供了多方面的支持,马跃编辑对本书的编写提供了极大的帮助,在此对他们表示真诚的感谢。在本书的写作过程中,时力永联科技有限公司给予了大力支持,同时参考了国内外同行的许多著作和文献,引用了

部分资料，特向这些公司和作者表示感谢。

大宗商品电子交易市场建设是一个崭新而富有挑战的研究领域，各种新生的问题不断涌现。由于研究资料、数据和时间的限制等原因，书中难免存在不足之处，敬请各位读者批评和不吝赐教！

冯耕中 卢继周 赵绍辉

2016年1月1日

目 录

第 1 章 绪论	1
1.1 大宗商品电子交易市场的起源和兴起	1
1.2 大宗商品电子交易市场的概念界定	3
1.3 大宗商品电子交易市场和商品现货交易市场、期货市场的区别 与联系	7
1.4 本书结构与内容安排	12
1.5 本章小结	13
第 2 章 国际大宗商品交易市场发展分析	14
2.1 近年全球大宗商品交易市场发展概述	15
2.2 美国大宗商品交易市场发展概述	19
2.3 日本大宗商品交易市场发展概述	26
2.4 其他地区大宗商品交易市场发展概述	30
2.5 国际大宗商品交易市场发展经验总结及其启示	34
2.6 本章小结	37
第 3 章 中国大宗商品电子交易市场发展分析	38
3.1 中国大宗商品交易市场的发展态势	38
3.2 中国大宗商品电子交易市场发展历程	40
3.3 大宗商品电子交易典型市场及相关主体简介	71
3.4 本章小结	76
第 4 章 大宗商品电子交易市场的作用和功能分析	77
4.1 大宗商品电子交易市场的作用和意义	77
4.2 大宗商品电子交易市场价格发现功能比较研究	91
4.3 本章小结	98
第 5 章 大宗商品电子交易市场商业模式分析	100
5.1 商业模式理论分析框架	101
5.2 大宗商品电子交易市场商业模式理论分析框架	103
5.3 大宗商品电子交易市场服务对象	107
5.4 大宗商品电子交易市场服务内容	117
5.5 大宗商品电子交易市场盈利模式	163

5.6	大宗商品电子交易市场商业模式发展趋势	167
5.7	本章小结	177
第6章	大宗商品电子交易市场典型案例分析	178
6.1	河北钢铁交易中心	178
6.2	无锡市不锈钢电子交易中心	193
6.3	宁波大宗商品交易所	203
6.4	酒泉有种网交易中心	219
6.5	陕西金属交易中心	231
6.6	其他典型大宗商品电子交易市场	238
6.7	本章小结	240
第7章	大宗商品电子交易市场 IT 解决方案	241
7.1	IT 方案设计的基本思想和原则	241
7.2	大宗商品电子交易系统总体设计	244
7.3	大宗商品电子交易系统典型功能设计	248
7.4	IT 系统建设内容	262
7.5	IT 系统运行和维护	263
7.6	IT 系统安全保障措施	268
7.7	本章小结	278
第8章	大宗商品电子交易市场运营与管理	279
8.1	大宗商品电子交易市场运营管理	279
8.2	大宗商品电子交易市场风险因素分析与风险管理	288
8.3	大宗商品电子交易市场行业管理	299
8.4	本章小结	311
第9章	大宗商品电子交易市场发展趋势与展望	312
9.1	国家战略推进大宗商品交易全球化	312
9.2	市场管理保障大宗商品交易规范化	331
9.3	“互联网+”实现大宗商品交易资本化	334
9.4	兼并重组助力大宗商品交易市场规模化	338
9.5	供给侧改革倒逼大宗商品交易专业化	340
9.6	增值服务促成大宗商品交易集成化	345
9.7	新技术应用升级大宗商品交易智能化	349
9.8	本章小结	356
	主要参考文献	358

第1章 绪 论

1.1 大宗商品电子交易市场的起源和兴起

中国的大宗商品流通古已有之，在政府与民间、地区与国际之间存在大量的大宗商品贸易。早在春秋战国时代，齐桓公大会诸侯于葵丘时，就订立了各国“毋遏籴”的盟约，使得粮食可以在不同地区买卖流通^①。齐国管仲的“榷籴之道”，就是政府与民间的大宗商品交易；与之同一时代的郑国弦高、越国范蠡及秦国吕不韦等所从事的商业买卖活动，也是民间和地区之间的大宗商品交易，这些人由此成为富可敌国、以商谋政的巨商大贾。范蠡弃政从商后自号陶朱公，更被后世尊为“商圣”，被民间供为财神，成为中国商人的鼻祖。到了唐朝，大宗商品的买卖主要是政府的收购行为。唐朝政府购买的物资种类庞杂，数量巨大，涉及农、林、牧、副、渔、矿产等领域。在各领域间又有所侧重，农产品、畜产品、矿产资源等是唐朝政府购买的主要物资。与国计民生相关的重要物资，均被纳入购买领域，且在政府购买中占据主导地位^②。宋元时期，在粮食民间贸易中出现了一个新的变化，就是商人们开始置流行数百年的“千里不贩籴”的转运原则而不顾，争先恐后地参与粮食的长途贩运，“富商大贾自江、淮贱市粳稻，转至京师，坐邀其利”，粮食在地区间的转运贸易相当发达^③。清代前期，在全国范围内形成了十条主要的粮食运输路线，基本覆盖全国，甚至连台湾都有大米经海路运往福建^④。乾隆皇帝还特谕“永免各关米豆商税”使“谷货流通”。

从古代的春秋战国时期，一直延续到计划经济体制下改革开放前的新中国，“重农轻商”思想在中国一直占据着绝对的领导地位，在这种思想指导下的政策制定，很难体现市场的特性、发挥市场的作用，大宗商品交易市场一直没有获得应有的肯定、重视和地位。但是，中国的大宗商品交易等商业活动，却从来没有因此而停止过。

自1978年改革开放以后，中国从计划经济转向市场经济，走向现代化的对外开放，重新参与到全球化的大宗商品贸易中。中国当代的大宗商品电子交易市场

① 吴宾，党晓虹. 中国古代粮食流通与粮食安全[J]. 安徽农业科学，2011，39（6）：3778-3780.

② 吕岩. 唐朝政府物资购买研究[D]. 济南：山东大学，2014.

③ 吴宾，党晓虹. 试析宋元时期的粮食流通与古代粮食安全[J]. 安徽农业科学，2008，36（15）：6588-6589.

④ 吴承明. 论清代前期我国国内市场[J]. 历史研究，1983，1：28-30.

首先是从国家大量建设现货批发市场尤其是农产品现货批发市场起步的。1984年3月,山东寿光蔬菜批发市场建成。1985年年初,国家宣布废止已实施30多年的统购派购政策,自此农副产品自由产销局面全面推开,随后几年中,全国相继建立了一批有代表性的农产品产地、销地批发市场,如北京新发地农产品批发市场(1988年)、深圳布吉农产品中心批发市场(1989年)、中国郑州粮食批发市场(1990年),农副产品批发市场体系的雏形大体形成。现货批发市场的运行对我国国民经济的发展起到了积极的促进作用。

20世纪90年代初,对外经济贸易部(现商务部)和纺织工业部(现中国纺织工业协会)联合批准的中国茧丝绸批发市场在电子交易领域进行了有益的尝试。1997年,国内贸易部(现商务部)批准国家经济贸易委员会等八部委联合论证成立了一种新型现货交易模式,它通过网络与电子商务搭建的平台,对相应物品进行即期现货或订货交易。这便开始了我国最早的大宗商品电子交易市场^①。1999年后,又成立了广西食糖中心批发市场、吉林玉米中心批发市场等此类市场。传统的现货批发市场开始逐步从一个区域性的有形市场,向全国性甚至国际性的大宗商品电子交易市场转变。

2000年前后,我国大宗商品电子交易市场开始由数量型扩张转变为质量效益型发展,从传统商品现货交易基础上衍生而来的大宗商品电子交易市场,逐渐成为我国流通现代化进程中的亮点。2003年,中华人民共和国国家标准《大宗商品电子交易规范》(GB/T 18769—2003)正式发布,成为中国大宗商品流通发展史上的重要里程碑。自此“大宗商品”成为国家标准认定的规范用语,这一类的市场有了统一的名称标识和建设运营规范,同时命名方式与国际惯例接轨,为中国大宗商品走向世界奠定了基础。在当时缺乏政府主管部门相应法律法规的条件下,《大宗商品电子交易规范》(GB/T 18769—2003)为行业规范发展起到了重要的历史推动作用。2003年版国家标准不同于2002年版的主要之处是其加强了对市场投机行为的限制,目的就是要规范现货批发市场行为,杜绝变相期货交易,降低总体运行成本,防范现货市场风险。2004年上海大宗钢铁电子交易中心成立,逐步成为我国大宗商品现货交易行业的领先者。2004年开始,大宗商品电子交易市场步入了快速发展期,至2006年,在3年时间内,共有42家大宗商品电子交易市场成立。2007~2010年,大宗商品电子交易市场呈不断加速、迅猛发展的态势,市场数量发展至157家。到2010年之后,大宗商品电子交易市场数量更呈现井喷式增长。

2013年11月党的十八届三中全会提出,“经济体制改革是全面深化改革的重点,核心问题是处理好政府和市场的关系,使市场在资源配置中起决定性作用和更好发挥政府作用。市场决定资源配置是市场经济的一般规律,健全社会主义市场经

^① 王志兵. 论我国大宗商品电子交易市场[J]. 市场论坛, 2010, (12): 46-48.

济体制必须遵循这条规律,着力解决市场体系不完善、政府干预过多和监管不到位问题”。从市场在资源配置中起基础性作用到市场在资源配置中起决定性作用的转变,体现了国家层面对推进市场经济、深化改革的决心,市场的活力被进一步激发,2013年由此成为中国大宗商品交易市场新的发展元年^①,大宗商品交易市场伴着大宗商品电子商务进入快速发展时期。2014年、2015年国家相继提出“一带一路”战略和“互联网+”战略,从国家战略层面为大宗商品交易的发展指明了前进的方向,并且出台了《物流业发展中长期规划(2014—2020年)》等重要物流业政策法规,促进我国大宗商品物流体系的完善,中国的大宗商品交易市场终于迎来了最好的历史性发展机遇。2014年成为与大宗商品交易市场关系密切的产业互联网元年。阿里巴巴、京东先后赴美上市,阿里巴巴更是创下美国史上规模最大的首次公开募股(initial public offerings, IPO)。以百度、腾讯、阿里巴巴为代表的消费互联网像月亮的正面一样被大家所熟知;与之对应,以大宗商品电子商务为代表的产业互联网作为几十万亿元人民币的巨大产业,却如隐藏在月亮背面的巨大宝藏。钢铁、煤炭、石油、化工、农产品、白酒、红酒等传统大宗商品产业,像是惊醒的睡狮,开始全面拥抱互联网,用互联网思维、互联网技术和互联网文明时代的新商业模式改造传统行业。中国大宗商品交易市场进入跨界融合发展的新阶段。

1.2 大宗商品电子交易市场的概念界定

中国的大宗商品电子交易市场兴起于20世纪90年代。大宗商品电子交易市场从产生至今,在实践中使用过多种称谓,内涵也有所不同。为了更好地研究大宗商品电子交易市场,本章从大宗商品的定义、大宗商品电子交易市场的定义及大宗商品电子交易市场和商品现货交易市场、期货市场的区别与联系三个方面对大宗商品电子交易市场的概念进行界定。

1.2.1 大宗商品的范畴

中华人民共和国国家标准《大宗商品电子交易规范》(GB/T 18769—2003)明确大宗商品的定义为:大宗商品(bulk stock)指可进入流通领域,但非零售环节,具有商品属性用于工农业生产与消费使用的大批量买卖的物质商品。

结合国际社会关于大宗商品的产品分类和国家统计局分类标准,我们将大宗商品划分为能源化工、农林牧渔、金属矿产、稀贵金属四大类别,如表1-1所示。

^① 赵绍辉,冯耕中,郝明辉,等. 2012年大宗商品电子交易市场与物流发展回顾与2013年展望[R]. 中国物流与采购联合会, 2013.

表 1-1 我国大宗商品分类

分类	品种
能源商品	原油、煤炭、天然气、液化天然气等
能源化工类	化工商品
	汽油、柴油、燃料油、石脑油、焦炭、塑料、化纤、沥青、炭黑、甲醇、乙烯、润滑油、合成橡胶、油脂、工业盐、碱、石墨、化肥（尿素、磷酸氢二铵、磷酸盐岩、氯化钾、磷酸三钠）等
农林牧渔类	农商品
	小麦、玉米、水稻/大米、大豆、棉花、糖、菜籽、可可、咖啡、茶叶、花生、花生油、豆粕、豆油、大麦、高粱、橘子、椰子油、干椰子仁、棕榈油、棕榈仁油、香蕉、橡胶、烟草、小米、绿豆、青稞、棉纱、亚麻、咖啡豆、葵花籽、芝麻、油茶、油桐、生漆、紫胶、花椒、辣椒、八角、木耳、银耳、榨菜、红枣、核桃、板栗、山楂、葡萄干、啤酒花、苹果、脐橙、大蒜、生姜、当归、枸杞、金银花、西洋参、长白参、板蓝根、种子、酒类等
	林商品
	原木、锯木、胶合板、木浆、纤维板、纸浆、新闻纸、铜版纸等
	畜禽商品
	牛肉、羊肉、猪肉、鸡肉、鸡蛋、牛奶、羊绒、鸭绒、蚕茧、蜂蜜等
	渔商品
	鱼粉、虾、海参、大闸蟹等
金属矿产类	黑色金属商品
	钢材、生铁、铁、锰、铬等
	有色金属商品
	铜、铝、铅、锌、镍、锡、钾、钠、镁、钙等
	废旧金属商品
	废钢、废铜等
	矿产商品
	铁矿石、稀土、水泥、玻璃等
稀贵金属类	稀有金属商品
	钨、钼、锆、锂、铀、钒、钛、钽、铟等
	贵金属商品
	黄金、白银、铂族金属（铂、钯、钌、铑、铱、锇）等

大宗商品标准化程度较高，流通时批量大、总体价值高，价格波动较为频繁且波动幅度较大。这一特点让大宗商品在拥有一般性商品流通属性的同时，拥有了一定的金融属性，即交易所可以在大宗商品电子交易市场中利用商品价格的波动进行套期保值或投机获利。例如，Wise 和 Morrison^①研究认为一些交易市场会在竞争降低了 B2B 电子交易市场的边际利润时投机，对标准化程度较高、容易在大量买家间转手的商品（如化工产品、纸等），利用其所出现价格波动进行获利。因此，对于大宗商品的理论研究和商业实践，基本都沿着大宗商品的流通属性和金融属性两个方向展开，不同的商业模式各有侧重，有的以实物流通为主，解决大宗商品的实物流通问题；有的以套期保值或投机获利为主，满足大宗商品流通中的金融需求。两者相互依赖，相互联系，不能截然割裂看待。

1.2.2 大宗商品电子交易市场的界定

中华人民共和国国家标准《大宗商品电子交易规范》（GB/T 18769—2003）明

^① Wise R, Morrison D. Beyond the exchange: the future of B2B[J]. Harvard Business Review, 1999, 78 (6): 86-96.

确电子交易(electronic transaction)指利用网络提供的通信手段在网上进行的交易。电子交易中心(electronic trade center)指为交易商提供及时的开展现货交易的电子商务平台并能够提供配套物流服务的法人。

随着大宗商品电子交易市场的发展,电子交易中心的功能已不仅是在提供交易服务的同时配套以相关的物流服务,而是把交易服务、物流服务、金融服务和信息服 务都整合进来。结合国家标准的定义,我们给出大宗商品电子交易市场的定义:大宗商品电子交易市场是利用电子商务、互联网、物联网、大数据、云计算等先进技术手段为大宗商品提供交易服务、物流服务、金融服务和信息服务的电子商务平台,该电子商务平台由专门组织(通常为法人组织)进行建设和运营。大宗商品电子交易市场既包括独立于交易双方的第三方建立的电子商务平台,也包括由传统商品现货交易市场建立的开放性电子商务平台。这里开放性电子商务平台是指不局限于建立者自身的供应链上下游,而允许其他交易商、交易品种进行交易的网络平台。

大宗商品电子交易市场作为一个电子商务平台,是B2B电子商务中的一种特定应用形态。电子商务作为一种新兴的交易模式,对商品流通领域产生了根本性、革命性的影响,其范围之广、程度之深,是工业革命以来流通领域发生的最深刻的变革,将使传统流通方式发生根本性变化。

狭义的电子商务(e-commerce)是指,通过包括互联网在内的计算机网络来实现商品、服务和/或信息的购买、销售与交换。广义的电子商务(e-business)是指,除了买、卖商品和服务外,还包括客户服务、与商务伙伴之间的合作、网上学习、企业内部的电子交易等。根据中华人民共和国国内贸易行业标准《电子商务模式规范》(SB/T 10518—2009),电子商务指,基于互联网技术和网络通信手段进行货物或服务交易,并提供相关服务的商业形态。按照交易主体的不同具体细分为:企业(或其他组织机构)之间(business to business, B2B)、企业(或其他组织机构)和消费者之间(business to consumer, B2C)、消费者之间(consumer to consumer, C2C)。除此之外,还有企业(或其他组织机构)和政府之间(business to government, B2G)、政府和消费者之间(government to consumer, G2C)。

电子商务是“以提高商业效率、增加商务便利和降低交易成本为目的,涉及所有电子信息技术系统集成,即通过电子化手段来完成整个业务流程和交易活动。换言之,电子商务包括通过网络来实现从原材料与零部件的查询、采购、产品的展示、订购到出品、储运以及电子支付等一系列商务活动在内的完整概念”^①。电子商务的参与者包括商户、消费者、广告商、中介商等。传统商品流通业存在市场集中度较低、经营方式落后、信息化水平低、流通渠道单一等弊端,极

^① 汪应洛,王刊良,冯耕中.我国电子商务对管理影响研究的现状与不足[J].中国软科学,2000,3:23-26.

大地制约了商品流通业的进一步发展。电子商务实现了买卖双方网上交易和在线支付,为交易、物流、金融等各类商务活动提供便捷的信息化服务手段,将生产企业、流通企业及消费者带入了一个新型经济环境中,产生电子商务产业集群效应,对加速传统商品流通业转型升级、带动相关产业结构调整 and 促进专业化分工意义深远。

B2B 电子商务是指企业与企业之间通过互联网进行产品、服务及信息的交换。对于以商品交易为主的 B2B,其商品交易是通过网络平台进行的,通常的交易过程包括:买卖双方发布供求信息、交易订单达成、支付结算、货物物流配送及相关的金融服务等。B2B 电子商务平台可以从多个维度对其进行分类:按照交易地域范围划分,可以分为内贸型与外贸型(跨境 B2B 电子商务);按照商品多样性或行业多样性分为综合型(水平型)与专业型(垂直型);按照销售对象和销售规模分为大宗商品批发型和零售型;按照平台运营主体的性质可以分为第三方平台和自主运营型平台。由于分类的标准不同,一个实际的 B2B 电子商务平台可能同时隶属于多种分类中,如表 1-2 所示。我国的大宗商品电子交易市场除了零售型不涉及之外,涵盖了所有 B2B 电子商务类型。因此,大宗商品电子交易市场是 B2B 电子商务的子集,如图 1-1 所示。

表 1-2 B2B 电子商务分类

分类维度	类型	大宗商品电子交易市场
交易地域范围	内贸型	√
	外贸型(跨境 B2B 电子商务)	√
商品多样性或行业多样性	综合型(水平型)	√
	专业型(垂直型)	√
销售对象和销售规模	大宗商品批发型	√
	零售型	
平台运营主体的性质	第三方平台	√
	自主运营型平台	√

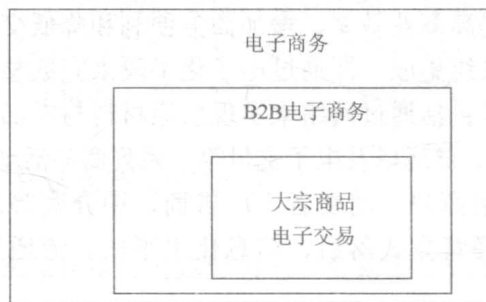


图 1-1 电子商务、B2B 电子商务、大宗商品电子交易的关系