

China Commodity Market Yearbook 2014

中国大宗商品市场年鉴

2014

中国大宗商品市场年鉴编委会◎组编

赵 远◎主编

China Commodity Market Yearbook 2014

中国大宗商品市场年鉴

2014

从2013年度到2014年度，中国大宗商品领域持续发生着复杂而深刻的变化。从市场的理念、市场的政策、市场的模式、市场的研究、市场的特征甚至市场的语言都在发生着前所未有的趋势性改变。其核心特征是：一，代表政府和主权要素的市场政策的密集改变；二，代表市场要素的商业模式和商业形态的密集改变。“看得见的手”前所未有地推动市场的开放、市场的创新和市场的变革，而“看不见的手”也前所未有地创造出新的业态、新的商品和新的商品市场。

总体而言，中国大宗商品市场领域正在经历着自1979年改革开放以来最重大的规则性革命，甚至在启动或经历着自英国工业革命以来最大规模的市场变革和市场实践。中国在大宗商品市场“物理性”的努力，正在全球范围内推动着某种“物理性”的市场发展，而在2014年所表现出来的某些“规则性”努力，似乎也预示着中国大宗商品市场“规则性”市场发展的临近。

我们在十个市场相关的领域归纳出相应的变化和市场特征。这些变化和市场特征至少反映了中国大宗商品市场在2013年度和2014年度所发生的复杂的变化。

责任编辑：胡小英 邵桃炜
投稿邮箱：kitty7913@163.com
营销推广：王 静 万春生
团购咨询：010-58302813
封面设计：创意设计师_周 源
微博、微信订阅号：QQ-842549848

上架建议：年鉴

ISBN 978-7-5158-1281-6



定价：598.00元

China Commodity Market Yearbook

中国大宗商品市场年鉴（2014）

中国大宗商品市场年鉴编委会 组稿

赵远 主编

中华工商联合出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国大宗商品市场年鉴. 2014 / 赵远主编. — 北京 :
中华工商联合出版社, 2015.5

ISBN 978-7-5158-1281-6

I. ①中… II. ①赵… III. ①国内市场—商品市场—
中国—2014—年鉴 IV. ①F723.8—54

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第081964号

中国大宗商品市场年鉴(2014)

主 编: 赵 远

组 编: 《中国大宗商品市场年鉴》编委会

策划编辑: 胡小英

责任编辑: 胡小英 邵枕炜

封面设计: 周 源

责任审读: 李 征

责任印制: 迈致红

出版发行: 中华工商联合出版社有限责任公司

印 刷: 北京毅峰迅捷印刷有限公司

版 次: 2015年5月第1版

印 次: 2015年5月第1次印刷

开 本: 787mm×1092mm 1/16

字 数: 786千字

印 张: 39

书 号: ISBN 978-7-5158-1281-6

定 价: 598.00元

服务热线: 010-58301130

销售热线: 010-58302813

地址邮编: 北京市西城区西环广场A座
19-20层, 100044

<http://www.chgslcbs.cn>

E-mail: cicap1202@sina.com(营销中心)

E-mail: gslzbs@sina.com(总编室)

工商联版图书

版权所有 侵权必究

凡本社图书出现印装质量问题,
请与印务部联系。

联系电话: 010-58302915

《中国大宗商品市场年鉴》

编 委 会

主 任 赵 远

副 主 任 陈 收

编 委 (按拼音首字母排序)

陈学荣 丁俊发 宫 成 黄海军

蒋丽明 刘长庆 魏国辰 吴世农

汪寿阳 张宗益

文字编辑 曾 丹

资料整理 吴世园 张婷婷 部 慧 蒲 石

出品机构 中国大宗商品市场年鉴社

前言

从2013年度到2014年度，中国大宗商品领域持续发生着复杂而深刻的变化。市场的理念、市场的政策、市场的模式、市场的研究、市场的特征甚至市场的语言都在发生前所未有的趋势性改变。其核心特征是：一，代表政府和主权要素的市场政策的密集改变；二，代表市场要素的商业模式和商业形态的密集改变。“看得见的手”前所未有地推动市场的开放、市场的创新和市场的变革，而“看不见的手”也前所未有地创造出新的业态、新的商品和新的商品市场。

总体而言，中国大宗商品市场领域正在经历着自1979年改革开放以来最重大的规则性革命，甚至在启动或经历着自英国工业革命以来最大规模的市场变革和市场实践。中国在大宗商品市场“物理性”的努力，正在全球范围内推动着某种“物理性”的市场发展，而在2014年所表现出来的某些“规则性”努力，似乎也预示着中国大宗商品市场“规则性”市场发展的临近。

我们在十个市场相关的领域归纳出相应的变化和市场特征。这些变化和市场特征至少反映了中国大宗商品市场在2013年度和2014年度所发生的复杂的变化。

1. 市场准入。最重要的市场准入变革，是中国工商企业注册登记流程及条款的改变。这一政策降低了商业性市场机构创立及运营成本，提高了企业创立的便利性和有效性。
2. 全球化市场特征。中国的产业、商品、技术和资本的全球化发展，成为2013~2014年的重要发展特征。中国的民营企业和国有企业在政府及金融机构的支持下，正广泛地参与不同类型国际市场的投资和跨境贸易。
3. 主权商品市场。中国政府所推动的上海自由贸易试验区的计划，开启了中国沿海地区新的政策性及国际性自由贸易区的建立。此外，中国政府也加强与国外政府自贸区的合作。
4. 市场交易模式。在2013~2014年中，大宗商品的交易模式没有发生显著的转型与升级。尽管一些大宗商品交易平台努力推动商业模式特别是电子商务业务模式的转型，但大多交易平台仍没有根本改变集市化交易的现状。

5. 大数据及应用。大数据及其业务体系蓬勃发展，但市场上缺乏与大宗商品市场相关的有效数据运营商和商业化数据产品。商品数据的有效研究、编制和应用程度不足，

6. 信用规则。大宗商品市场的信用环境的建立已成为政府制定政策的重点。与大宗商品市场的需求相比，目前信用评级的理论体系、知识体系和技术体系仍然缺乏。

7. 金融规则。货币政策以及信贷政策的调整，在一定程度上影响了大宗商品市场的资金使用的规则 and 成本，也影响了大宗商品交易融资的效率。但由于缺乏系统化和科学化的金融规则，系统化金融风险因素依然存在。

8. 商品指数。大宗商品领域的指数产品持续推出，但指数产品大多为信息化产品，而不能作为商业化指数在大宗商品市场上有效使用。由于有效指数商品的缺乏，大宗商品交易商仍然以企业性的交易模式为主。

9. 标准化趋势。不同类型的大宗商品交易平台正在努力推动各种标准化的业务管理模式，包括仓储标准化、信息服务标准化、交易管理标准化。但目前，标准化的努力仍具有明显的企业化特征，大宗商品市场标准化的商业模式及商业环境似乎还未有示范性的机构出现。

10. 反腐革命。中国正在推动广泛的反腐行动，在很大程度上优化了大宗商品市场的环境，预计会降低大宗商品交易的成本，提高大宗商品交易的效率，有助于大宗商品科学化及标准化体系的建立。

目 录

前言

第一部分 回顾与展望 / 1

商品权益的类型 / 2

《21世纪资本论》导言 / 12

2014年展望 / 22

第二部分 大宗工业商品市场 / 27

一、基本情况 / 28

二、金属类商品市场 / 29

三、石油及化工类商品市场 / 61

四、建材类商品市场 / 64

五、汽车类商品市场 / 68

六、机械装备类商品市场 / 76

七、纺织与服装类商品市场 / 83

第三部分 资源类商品市场 / 87

一、基本情况 / 88

二、矿产品市场 / 89

三、石油和天然气商品市场 / 123

四、水资源市场 / 137

第四部分 农产品市场 / 149

- 一、基本情况 / 150
- 二、农产品市场 / 150
- 三、畜产品市场 / 174
- 四、水产品市场 / 183

第五部分 林产品市场 / 189

第六部分 海洋经济市场 / 197

- 一、基本情况 / 198
- 二、海洋经济发展 / 201

第七部分 政策性交易 / 207

- 一、商品收储 / 208
- 二、商品储备 / 211
- 三、收储机构 / 211

第八部分 商品成本及损耗 / 215

- 一、综合成本 / 216
- 二、行业物流成本 / 217
- 三、仓储成本 / 222
- 四、运输成本 / 223
- 五、资金成本 / 223
- 六、生产成本 / 226
- 七、劳动力成本 / 229
- 八、税费成本 / 231
- 九、商品消费与损耗 / 232

第九部分 大宗商品国际贸易 / 235

- 一、有色金属 / 240

- 二、石油和化工 / 242
- 三、煤炭 / 243
- 四、稀土 / 243
- 五、铁矿砂 / 245
- 六、农产品 / 247
- 七、林产品 / 256
- 八、水产品 / 257
- 九、畜产品 / 258
- 十、化工 / 258
- 十一、化肥 / 260
- 十二、汽车 / 261
- 十三、机械设备 / 263
- 十四、纺织品 / 264
- 十五、按地区 / 265
- 十六、自由贸易试验区 / 273

第十部分 电子商务 / 279

- 一、基本情况 / 280
- 二、电子商务的模式及创新 / 283
- 三、电子商务运营商 / 285
- 四、市场交易统计 / 290
- 五、电子交易软件 / 294

第十一部分 仓储业 / 301

- 一、基本情况 / 302
- 二、仓储用地 / 304

第十二部分 保税港区与综合保税区 / 307

- 一、保税港区总量统计 / 308
- 二、保税港区分布介绍 / 309

三、综合保税区 / 316

第十三部分 港口业 / 319

一、基本情况 / 320

二、港口货物吞吐量情况 / 320

三、港口大宗商品交易业务发展 / 324

第十四部分 运输业 / 327

一、基本情况 / 328

二、公路运输 / 332

三、水路运输 / 336

四、铁路运输 / 338

五、管道运输 / 341

第十五部分 商品金融 / 345

一、基本情况 / 346

二、商业银行业务 / 347

三、直接投资 / 366

四、信托投资 / 370

五、融资租赁 / 376

六、投资担保 / 378

七、保险业务 / 380

八、商品离岸金融 / 383

九、互联网商品金融 / 387

第十六部分 商品交易数据与指数 / 393

一、商品数据概述 / 395

二、商品指数概述 / 396

三、商品指数的类型及说明 / 398

第十七部分 信用评级与市场标准化 / 419

- 一、基本情况 / 420
- 二、资信评级机构 / 422

第十八部分 市场准入 / 427

- 一、金属矿准入 / 430
- 二、煤炭准入 / 431
- 三、稀土 / 434
- 四、部际联席会议 / 435
- 五、配额许可证 / 436

第十九部分 自然灾害及其他 / 439

第二十部分 大宗商品衍生市场 / 447

- 一、期货市场发展现状 / 448
- 二、国内交易数据 / 453
- 三、国际交易数据 / 487

第二十一部分 主要商品交易所介绍 / 519

- 一、产权类 / 520
- 二、综合类 / 524
- 三、工业产品类 / 527
- 四、航运类 / 529
- 五、特种商品类 / 530
- 六、农产品类 / 533
- 七、资源类 / 539
- 八、金融资产类 / 543
- 九、股权类 / 548

第二十二部分 展会商品交易市场 / 551

- 一、综合性展会 / 552
- 二、工业品展会 / 554
- 三、农业类展会 / 556
- 四、食品类展会 / 558
- 五、医药保健类展会 / 559
- 六、特种商品类 / 559
- 七、金融投资类展会 / 560

第二十三部分 2013年度政府机构介绍 / 563

第二十四部分 行业组织 / 591

后 记 / 612

第一部分

回顾与展望

商品权益的类型

赵远

在大宗商品交易链上，相关商品的权益和类型还缺乏科学化的、系统化的研究和分析。在商品交易模式方面、商品金融服务模式方面，经济学界也都缺乏对商品的诸多权益和类型的认识 and 了解。以商品交易为目的的产品形成的过程中和形成之后，其商品就形成了多种类型的权益，也可称之为货权权益。然而货权是一种什么权？货权包括哪些内容和类型？货权在市场上的表现及应用形式如何？货权研究对大宗商品交易领域转型和升级的影响，货权研究对不同类型的金融服务业的影响，都是我们这个时代需要研究的重要课题。

到目前为止，产业界和学术界还缺乏科学化的及合理化的对货权的定义和认知，甚至许多研究也还缺乏有效的研究思想、研究体系和文献知识体系。一些研究还不了解货权所具有的权益内涵和权益类型。由于缺乏有效的知识体系、缺乏有效的概念和研究思路，以至于在大宗商品领域也同样缺乏关于货权的规则化的市场业务体系和规则化的金融业务体系。在某些情况下，货权与商品的仓单也有所混淆，而仓单只是货权的一种表现形式之一，是一种在商品处于特定保管及仓储条件下的表现形式。而其他重要的货权内涵和权益在大宗商品交易的实践中，并未得到系统化地研究和有效地应用。

目前，中国政府的相关部门、市场管理机构和大型的商品生产商及商品交易商都在积极推动中国在国际市场上商品定价权的竞争。但如果不能对商品复杂而多元的权益类型和规律进行系统化地研究，建立系统化的知识体系，就无从建立所谓大宗商品定价权的高能级的规则体系。

在作者看来，商品是一种集成各种货权权益的载体，尽管许多类型的大宗商品是一种物理性的表现形态，但承载着相对复杂和多元化的规则性权益，这些规则性权益往往还属于不同的市场领域和市场服务体系。有些商品本身就是一种非物理形态的金融商品，如收益权商品或专业性科技商品等。在相关类型的商品上，也同样可以产生复杂及多元化的商业权益及社会权益。商品权益或货权至少包括：商品准入权、商品买入权、商品卖出权、商品投资权、商品抵押权、商品租赁权、商品信托权、商品报价权、商品交换权、商品运输权、商品仓储权、商品收益权、商品合约权、市场挂牌权、仓单注册权、权益追索权、专业服务受理权、其他商品处置权、主权性货权及特征、货权的附加责任和义务。

商品权益或货权在其存在的不同阶段和不同的形态中，也具有着不同的附加责任与义务。商品权益方或货权所有者拥有着某种商业性的责任、社会性的责任和法

律性的责任。在很大程度上，商品权益方或货权方的这些责任与义务也成为商品权益或货权不可缺少的组成部分。所谓完全商品权益是指某种商品的权益所有者对该产品拥有完全的处置权、完全的所有权，以及通常需要履行完全的法律、政策、社会责任和市场责任。不完全商品权益是指某种商品的权益持有人对该产品拥有不完全的处置权、不完全的所有权，通常只需要履行不完全的法律、政策、社会责任和市场责任。

应当看到在大宗商品的交易链中，往往会出现一些复杂的合约形式、交易形式及商品的交割形式，商品的买方和卖方在同一时间内可能进行多元化的商品权益交易形式。因此，就大宗商品现货交易而言，许多市场的参与机构在未能获得完全的商品权益或货权的条件下，也可以进行商品处置，包括商品卖出以及进行商品投资或商品的抵押等。因此，不完全的商品权益及不完全的货权也应当是商品权益及货权研究中重要的类型。我们必须研究、分析和整理不完全商品权益及不完全货权的特征、性质和规律，才能够更为有效地把握商品权益及货权的知识体系，才能够真正推动大宗商品交易的规则能级，才能够真正推动商品金融的规则能级。

应当看到，不完全商品权益及不完全货权也是大宗商品交易市场上常见的类型和业务，这是商品的金融属性及商品属性的必然表现。

商品买入权

商品权益首先是包括商品的买入权和

采购权。商品买入是获得一系列商品权益以及货权的基础和手段。无论何种类型的商品，多元化权益的形成或多元化货权的形成，必须基于商品的有效买入。而有效的商品买入需要有效的买入合约以及符合商品买入的其他法律条件、政策条件、市场条件和社会条件。

鉴于商品买入是一个过程，其间有着不同的买入的条件，以及具有时间的持续性。买入合约的履行过程也是商品权益及货权转移的过程。根据合约的类型，买入方在买入过程中可能会持续形成部分商品权益及货权，直到最终完成交易而可能形成完全的商品交易或完全的商品权益。

由于某些商品买入的同时也在进行某些卖出或其他形式的商品处置，因此，商品的买入方在没有形成完全的商品权益条件下而实施商品卖出或其他类型的商品处置，对该商品买入方而言，其拥有的权益则是一种不完全的商品权益或不完全的商品货权。商品的买入可能形成完全的商品权益，也可能形成不完全的商品权益，甚至可能在合约条件限制下不能产生任何商品权益。

商品卖出权

商品的卖出是商品权益及货权所有者的基本权益之一。但不是所有的商品都是为了卖出，只有投资性的商品权益所有者以及贸易性的商品所有者，主要以卖出为目的而实施对商品权益及货权的持有。其中，贸易型商品权益所有者更可能倾向于持有完全的商品权益及货权，而金融类和投资类的商品权益所有者，可能更倾向于

持有不完全的商品权益及货权。因此，不同类型的商品交易商对商品权益与货权的持有目的以及商品管理及处置的类型有较大的区别。

另外，对于产业性商品权益的所有者而言，其获得商品权益的目的是为了生产另外类型的商品。因此，他必须形成对买入商品的全部权益及货权的控制权。这样，才有可能在进行其他类型商品的生产过程中取得对新商品的完全所有权。然后由于生产融资的需要、生产成本及次级商品交易条件的需要，有些生产商在所生产的商品完成市场交易之前也需要对其买入的生产材料实施不完全的商品权益及货权的持有。完全商品权益及货权的持有需要买入方实施完全的支付条件和其他的履约条件。因此，对于生产型的商品权益所有人而言，对于原料型商品的卖出权是一种间接的商品卖出权。

商品品牌使用权

某些商品具有着某些品牌价值及商标价值。在大宗商品交易市场上，品牌及商标价值的合理使用，也会增加商品权益及货权的价值。比如在开展商品市场营销和商品市场推广的过程中，有时合理应用商品的商标和相关权益可获得较好的市场效果。但商品品牌及商标的使用权的使用效率也是相对的，因为品牌和商标在市场上也有着某种竞争环境，也会随着政策变化、法律变化、市场模式变化、技术变化、产品变化及市场需求变化而持续改变。

不同类型商品的商品权益所有者应根据不同商品市场的特征，以及品牌及商标使

用的市场环境和条件来决定行使条件。

商品投资权

任何类型的商品都能以该商品权属为基础而形成投资类资产。在不同的商业项目的运作中，商品权益的所有者可以用其所拥有的商品价值作为商业性的投资的资产。在这种类型的投资交易中，商品的权益可以转化为其他类型资产的份额，包括股权份额和收益权份额等。

在某些情况下，商品可以作为商品所有者的投资资产，而且在相关合约方同意的情况下，商品资产的投资功能可以等同于货币资产的投资功能。如果某种类型的商品在某种商业约定范围内，形成了投资性资产，其商品权益及货权也发生了较大的变化。有些类型的商品权益的形式发生了转移和变化，如原商品权益所有者将失去对该批商品的卖出权和其他处置权，而获得的是某种类型资产的份额，其商品卖出权转为对其他类型资产，如股权和收益权的卖出权，其适用的法律规则和市场规则也发生了相应改变，商品权益的所有者对该批次商品的卖出权及其他的处置权转为由其他类型商品资产的所有者获得。

根据市场规则的变化，投资资产的类型、资产处置策略的类型、相关项目管理团队的类型以及在商品投资过程中各种业务资源整合的条件，以及商品投资权的实现条件也会发生相应变化。

商品抵押权

一般来说，商品所有者只有拥有完全