

上海钢联电子商务股份有限公司

钢银钢铁现货网上交易平台项目（一期）

可行性研究报告

编制单位：上海钢联电子商务股份有限公司

编制日期：二〇一四年五月

第一节 项目研究总论

1.1 项目概况

1.1.1 项目名称

钢银钢铁现货网上交易平台项目（一期）

1.1.2 项目建设目标

通过搭建钢银钢铁现货网上交易平台（以下简称“钢银平台”），融合线上线下双重优势，吸引产业链的服务提供商加入平台，整合钢铁供应链各环节资源，提供各类交易服务，包括委托采购、委托销售、仓储监管、物流配套、在线金融、仓单质押登记、资讯数据等综合服务，合力形成资源整合与共享的大宗商品产业完整生态圈。

1.2 项目法人

1.2.1 项目法人简介

名称：上海钢银电子商务有限公司

住所：上海市宝山区园丰路 68 号 5 楼

法定代表人姓名：朱军红

公司类型：有限责任公司（国内合资）

成立日期：2008 年 2 月 15 日

注册资本：人民币贰亿伍仟万元

实收资本：人民币贰亿伍仟万元

经营范围：计算机技术专业领域内的“四技”服务；电子商务（不得从事金融业务）；销售金属材料、金属制品、铁矿产品、生铁、钢坯、焦炭、卷板、铁精粉、有色金属（不含贵金属）、建材、木材、化工原料及产品（除危险化学品、监控化学品、烟花爆竹、民用爆炸物品、易制毒化学品）、耐火材料、汽摩配件、机电设备、五金交电、电子产品、通讯器材、港口装卸机械设备及零部件。

钢银电商股权结构：

股东名称	认缴出资额(万元)	占比
上海钢联电子商务股份有限公司	15035.00	60.14%
上海钢联投资发展有限公司	1495.00	5.98%
上海博明钢材加工有限公司	1470.00	5.88%
上海海泰钢管（集团）有限公司	1000.00	4.00%
上海申景实业投资有限公司	1000.00	4.00%
上海贝领投资管理中心（有限合伙）	2000.00	8.00%
龚瑞丽	1000.00	4.00%
崔建华	1000.00	4.00%
陈永福	1000.00	4.00%
合计	25000.00	100.00%

上海钢联持有钢银电商 60.14%的股权，钢银电商为上海钢联的控股子公司。

上海钢银电子商务有限公司（以下简称“钢银电商”）是我国领先的第三方钢铁电子商务平台公司，旗下管理运营“钢银钢铁现货网上交易平台”(<http://www.banksteel.com>)。钢银平台在推出卖家专

卖店模式不到一年的时间内,2014年4月日均挂牌量已经达到831.11万吨,4月的交易总量达到78.29万吨。

钢银平台销售的钢材种类覆盖建筑用钢、热轧板卷、中厚板、冷轧板卷、涂镀、不锈钢、型材等全方位资源。钢银平台已在全国各个主要钢材流通集散地建立了运营中心,交易会员、成交地区遍布全国各地,初步形成了全国性的钢铁电商平台。

1.2.2 项目法人发展战略

钢银电商致力于为钢厂及钢贸商提供电子商务服务,为终端用户提供阳光采购服务。为满足具有多样性和复杂性特征的大宗商品现货交易的需要,钢银电商将构建集交易、结算、仓储、物流、加工、金融等全方位、集成化的服务体系。

1.3 项目方案简介

1.3.1 项目选址

本项目选址为上海市园丰路68号。

1.3.2 项目建设内容

该项目将利用互联网信息技术,采用线上线下融合的方式(O2O),线上构建钢银钢铁现货网上交易平台(以下简称“钢银平台”),与卖家管理系统、支付平台、仓储管理平台、质押服务平台等进行无缝链接,并对交易数据进行智能挖掘和分析;线下吸引整合金

融机构、仓储企业、物流企业、剪切加工中心等社会资源，并以信息化手段优化资源配置，形成深度的交易全流程服务链条。依托钢银平台，该项目为交易客户提供委托采购、委托销售及仓储、物流监管等综合增值服务，从而不断扩大钢银平台的交易规模、增强交易客户的黏着度，提升钢银平台的品牌影响力和核心竞争力。

1.3.3 投资概算与资金筹措

项目预计投资额为 9,021 万元，公司拟以每股 1.5 元人民币的价格增资钢银电商，认缴钢银电商新增注册资本 6,014 万元。投资额用于委托采购、委托销售服务的配套资金。

投资资金主要来自“我的钢铁网综合平台升级”项目、“Mysteel 大宗商品研究院”项目两个募集资金投资项目的剩余资金，不足部分使用公司自有资金。

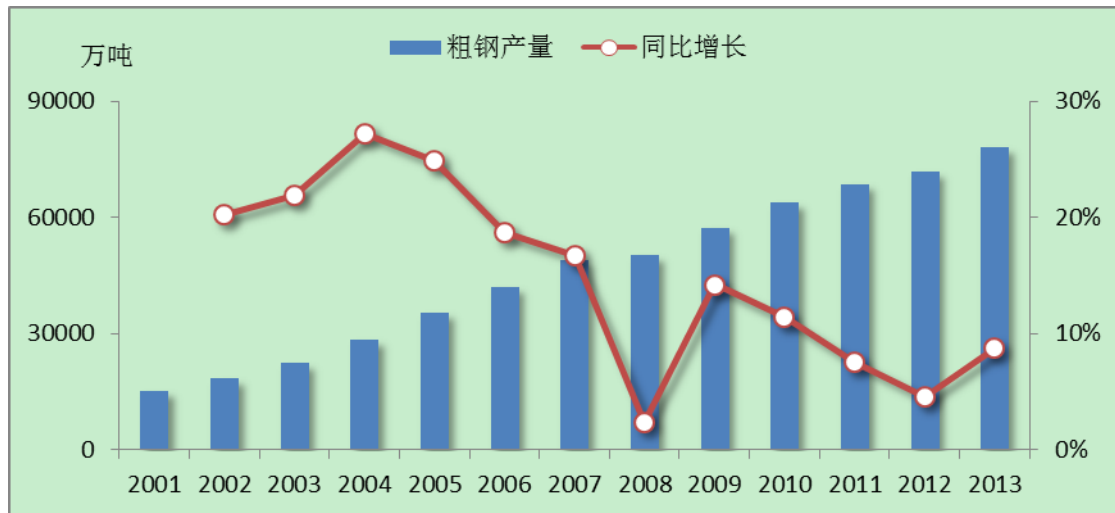
第二节 项目背景

2.1 我国钢铁产业发展现状与趋势

2.1.1 钢材市场容量高位运行的状态将长期存在

1996 年我国粗钢产量首次超过 1 亿吨大关并跃居世界第一位，中国粗钢产量随后呈连年增长的趋势，并且一直位居世界第一。2003 年，我国粗钢产量突破 2 亿吨；2008 年突破 5 亿吨；2013 年，中国粗钢产量达 7.79 亿吨，占全球粗钢产量的 48.5%。

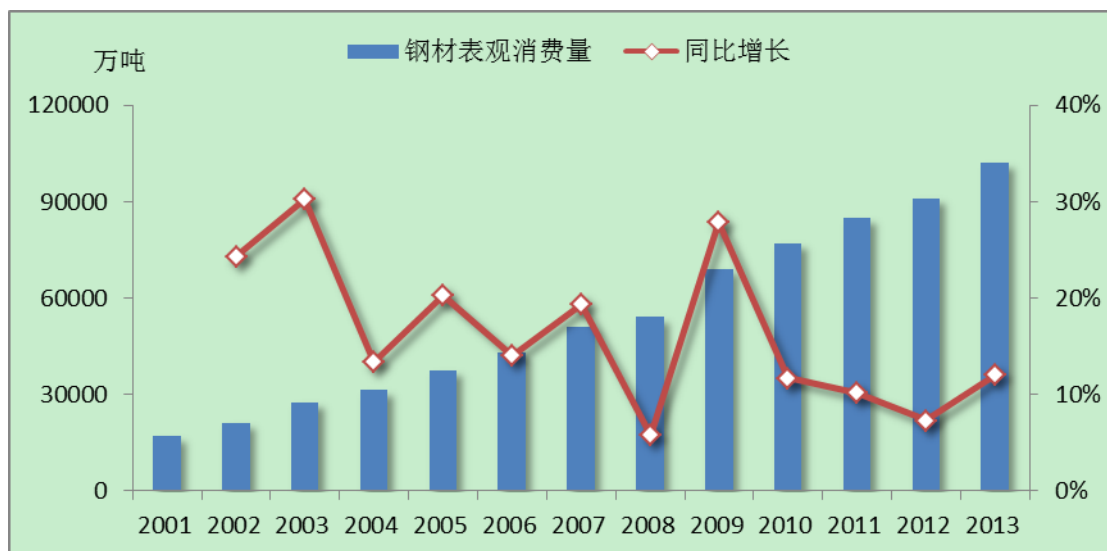
图 2-1 中国粗钢产量变化趋势



数据来源：上海钢联云终端

年钢材产量的高速发展是钢材消费需求拉动的结果。2002 年，中国钢材表观消费量突破 2 亿吨，2007 年突破 5 亿吨，2013 年突破 10 亿吨。

图 2-2 中国钢材表观消费量变化趋势



数据来源：上海钢联云终端

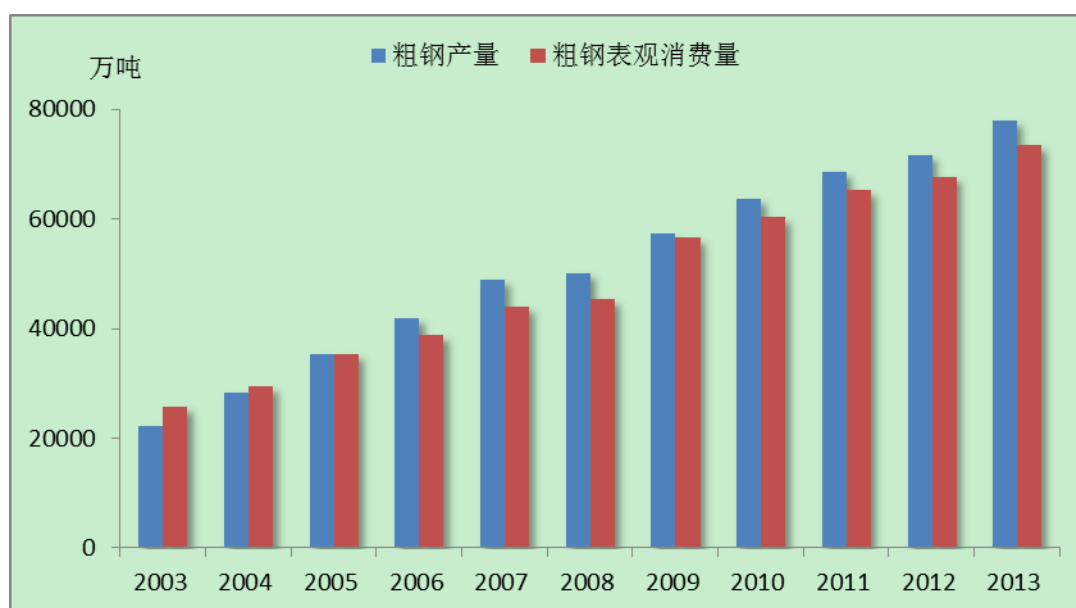
我的钢铁研究中心（MRI）根据国民生产总值、固定资产投资、城市化率、单位 GDP 耗钢量等指标，对未来的钢材产量做了预测：2011 年至 2020 年的十年间，我国的粗钢表观消费量将步入接近峰值的弧顶区域。并预计，未来十年间粗钢表观消费量年均增速约 2%，粗钢消费累计达到 73 亿吨。同时指出，粗钢表观消费量的增速呈现前快后慢的趋势。粗钢消费需求增长将趋于平稳，中国钢铁工业已经开始由快速成长阶段向低速、平稳发展阶段过渡。在相当长的一段时期内，钢材市场的市场容量仍将保持高位运行。

2.1.2 钢材市场的供求关系正在发生剧烈变化

本世纪以来，我国钢铁产量和消费量连年攀升，从 2003-2008 年，在全球经济新一轮增长的带动下，尤其是中国等新兴经济体高速发展

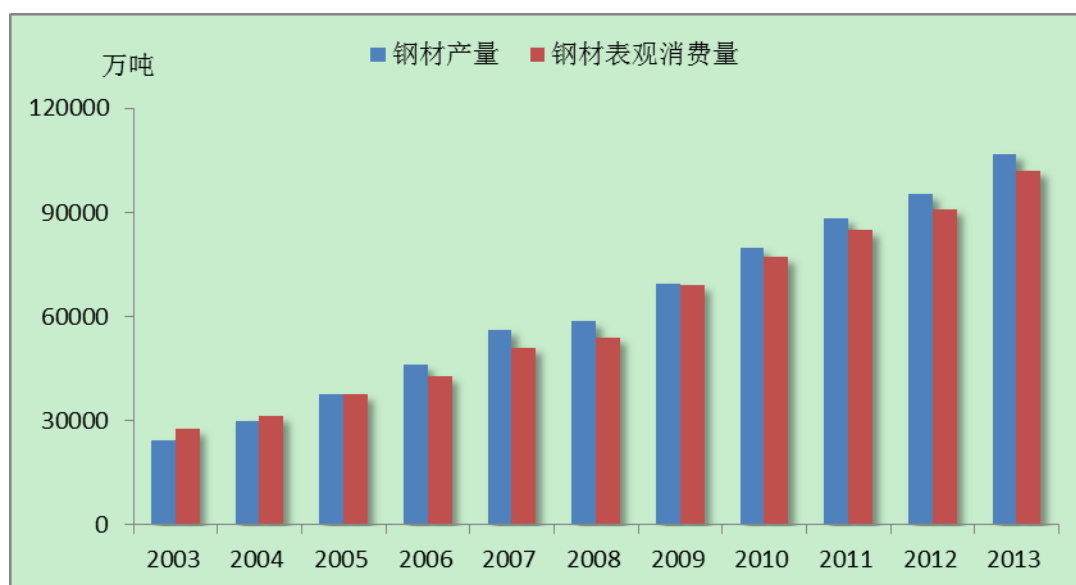
的带动下，钢产量快速增长，钢材市场也呈现持续上升的态势。但2006年，钢铁产量开始明显超过钢铁消费量，呈现出供大于求的状态。

图 2-3 粗钢产量和粗钢表观消费量对比



数据来源：上海钢联云终端

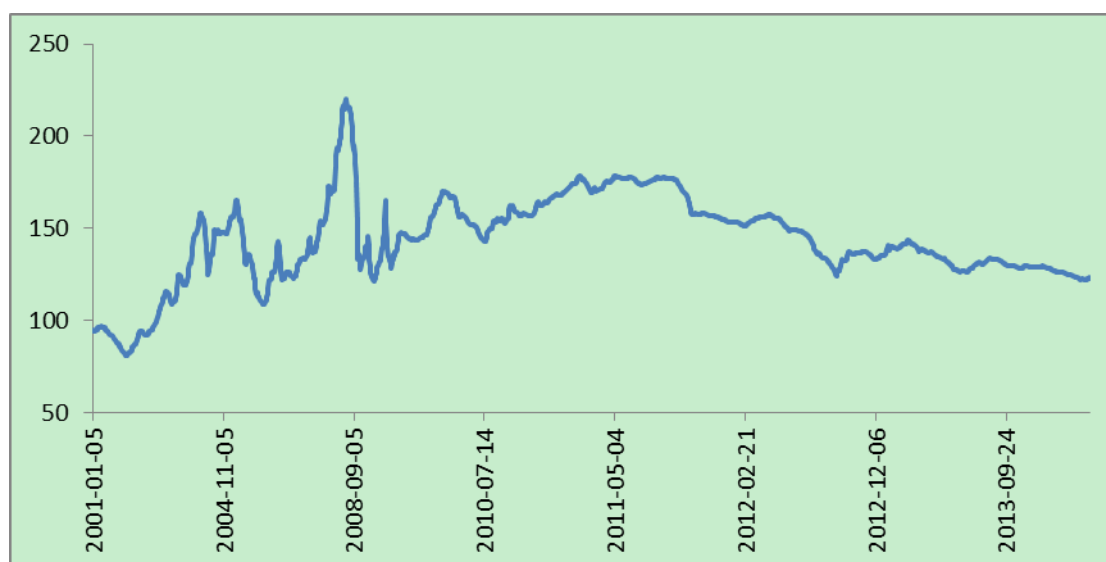
图 2-4 钢材产量和钢材表观消费量对比



数据来源：上海钢联云终端

2008 年全球性金融危机的爆发导致全球经济进入调整阶段，但受 4 万亿元投资的刺激，我国钢材需求出现了阶段性回升，供求差距缩小。2011 年以来，钢材市场又重新进入调整期，钢铁产量持续过剩明显。同时，反映在钢材价格上，我的钢铁钢材综合价格指数（Myspic 钢材价格指数）在 2011 年上半年回到 178 点高点后，之后重新步入下降通道，截止 2014 年 4 月 2 日，Myspic 钢材价格指数已跌至 123 点。

图 2-5 Myspic 钢材综合价格指数变化趋势



数据来源：上海钢联云终端

2.1.3 钢铁行业微利经营的局面短期难以改善

我国已有炼钢产能近 10 亿吨，产能利用率仅 72%，明显低于正常水平。钢铁产能的过剩、钢材价格的下跌，导致了整个钢铁产业的盈利大幅下降。2011 年，全国重点大中型钢铁企业销售利润率为 2.42%，同比下降 0.58 个百分点，远低于同期全国规模以上工业企业

6.47%的平均水平；2012年，80家重点大中型钢铁企业累计实现销售收入35,441亿元，同比下降4.3%，实现利润15.8亿元，同比下降98.2%，销售利润率几乎为零（只有0.04%）；2013年，全行业主营业务收入到达88,608亿元，同比增长7.5%；实现利润2,588亿元，销售利润率2.9%，处于工业行业最低水平。

从自身产业来看，产能的过剩、同质化无序的竞争、产业集中度偏低、铁矿石谈判缺乏话语权，技术研发难度加大等问题将长期存在。而从国际环境看，金融危机后，发达经济体复苏乏力，中国钢铁产品传统出口市场需求低迷，而在印度、东南亚等新兴市场也面临着本土企业的竞争。此外，金融危机引起的全球竞争格局变化和产业转移加快，导致全球产业转移中的竞争加剧，针对中国钢铁产品的“双反”增加，这也导致了我国钢铁产品贸易环境的逐渐恶化。钢铁行业微利经营的局面将会长期存在。

2.2 传统钢材流通模式已不能适应新时代的要求

钢铁流通企业独立于钢厂和钢材消费群体之间，依据钢材消费群体的不同需求来组织钢材的流通，钢铁流通企业对上游钢铁生产企业发挥着“蓄水池”作用，同时对下游行业承担着桥梁和纽带作用，承担着全国约50%-60%的钢材销售量。钢铁流通行业对我国整个钢铁行业的发展起着至关重要的作用。

据有关统计，全国的钢铁流通企业约30万家。诸多流通企业发展不规范，人员素质良莠不齐，规模小，产业集中度低，服务质量不高，

多、小、散的局面始终存在。在钢材市场行情低迷、盈利空间不断被压缩的情况下，如何降低钢铁流通过程中的边际成本，提升钢铁流通所产生的边际效益，成为了钢铁流通企业必须思考的问题。

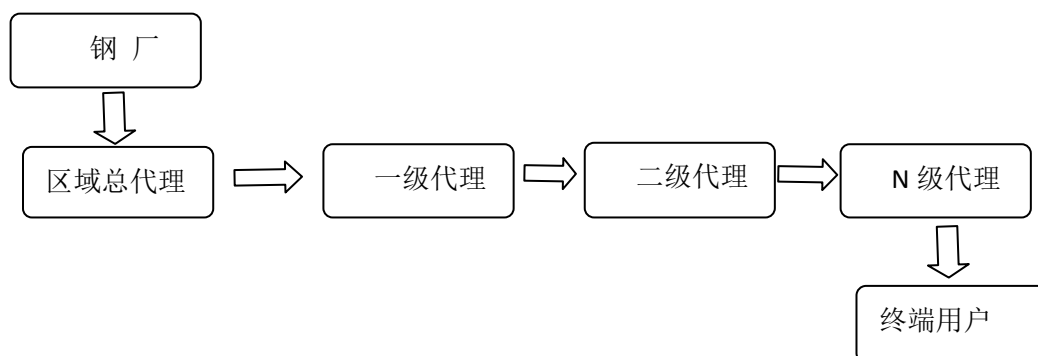
2.2.1 传统钢铁流通环节冗长

传统钢铁流通供应链非常冗长，从钢厂到一级代理商、二级代理商等层层分销再到最终的终端客户，环节众多，从而导致钢铁流通的时间、空间跨度过长，中间交易成本过高。而且从传统流通行业的销售理念上讲，基本上是基于供给创造需求的理念，产品的价格、数量、样式和供货时间等基本上都掌握在代理商手中。因此，传统钢铁流通模式满足不了消费者对产品个性化、多元化、即时化、短程化、稳定化的需求。

(一) 钢铁流通层层分销，环节冗长

钢铁行业过去二十年供不应求的状态决定了我国钢铁产业发展的基本模式。传统的钢铁流通行业可谓是卖方市场。基于钢厂以往以产定销的模式，钢厂一般会在某销售区域设定区域总代理，总代理又会发展下一级的代理来稳定自己的销售量。随着一级一级分销体系的建立，在钢材最后到达终端用户的手中之前，经过的环节是比较长的。而中间层层分销加价、运输、出入库的环节，不断地提高了采购成本。

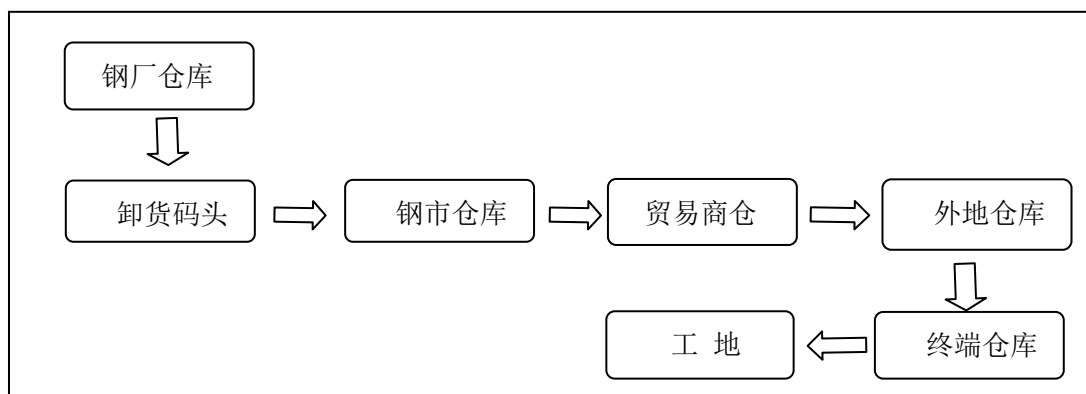
图 2-6 传统钢铁流通的层层分销流程



2.2.2 钢铁货物的流转时间长，空间跨度大

从传统钢铁流通的内部流转来看，钢铁流通供应链链条长，环节众多。从钢贸商付款给钢厂到钢厂发货、货物运输到钢贸商卸货的码头，基本上要花费一个月的时间。从传统钢铁流通的外部运转来看，钢铁产业有一级市场、二级市场，三级市场，在每个市场中都存在转运、存放、配送等一系列物流问题。实体的钢材市场普遍规模偏小，不能承担物流节点的功能。目前，钢材市场的规模不足以形成强大的规模效益。此外，大多数本土物流企业仍停留在运输、仓储、配送等传统物流层面上，缺乏专业化、一体化的物流服务能力。下图表示了钢铁货物流转过程的一般模式：

图 2-7 传统钢铁流通过程中货物流转的基本流程



由上图可以看到传统的钢铁流转路径长，其中涉及到的运输方式包括了海运、船运、汽运或者其他的形式。不可忽视的一点是流通过程越长，其中所涉及的流通风险就越大。由于一批钢材少则几吨、几十吨，多则上百、上千吨，涉及的资金也是数万甚至数千万。流通过程

径的长度直接影响到了货物的安全性，以及为保证货物安全所需要的额外安全性成本及资金垫付成本，间接降低了利润。

2.2.3 钢材交易过程复杂，参与者众多

参与钢材市场交易的交易主体主要包括钢材生产企业、钢材流通企业、钢材终端用户，其他为钢铁交易相关配套企业。以钢材流通企业为中心的整个钢材交易过程如下：

1) 钢材流通企业向钢厂采购订货，货到指定地点后入库，并与仓库办理相关入库手续；

2) 钢材流通企业通过其在各钢材市场派驻的业务员销售已入库的钢材，并达成交易事宜；

3) 交易达成后钢材流通企业业务员向客户收取货款并给客户开具提货仓单；

4) 购买钢材的客户凭钢材流通企业开出的提货单去指定的仓库提货，同时钢材流通企业把客户提货单的相关底联送至指定仓库，以便仓库核对客户提货单给客户发货；

5) 仓库将货物发出后需要在提货单的相关底联填写实际发货品种、规格、数量并将此联送达至钢材流通企业；

6) 钢材流通企业依据仓库返回的实际提货信息与客户进行相关结算事宜。

可以看到，交易过程不仅涉及各交易主体，还涉及物流、仓储等各方，环节众多，过程复杂。

2.3 钢铁流通行业融资困境分析

钢材贸易行业是资金密集型行业，对资金的需求量较大。对从事钢贸企业来说，现金流对其正常经营起着至关重要的作用，筹集资金显得尤为重要。一方面，钢贸企业为实现批量采购的价格优惠，在向钢厂订货时需全额支付货款，钢贸企业在上游资金链中处于劣势；另一方面，钢贸企业在下游产业链中需垫付部分资金，将钢材销售给终端用户时，一般是发货后，经用户验收合格后付款，结算时间通常滞后，遇到市场不好，还存在逾期回款的风险。从我国钢铁产业上、下游之间的交易方式来看，我国钢贸企业的现有盈利模式相对单一，且上游钢厂生产占主导地位，交易模式由钢铁企业来决定，如钢贸企业无法正常融资，将造成上下游两端吃紧，又没有优惠政策扶持，钢贸企业承担着很大的市场风险。

自 2011 年下半年以来，受钢材需求大幅下降、业务量锐减影响，资金回笼缓慢，加上融资困难，钢贸企业的资金链十分紧张。资金问题已成为困扰钢贸企业生存和发展的瓶颈，融资难问题已经成为目前影响钢铁行业发展的首要问题。

（一）钢贸企业面临融资困境的外部原因

1) 传统模式下的银行评价系统对钢贸企业不利

钢贸企业在传统模式下的银行评级系统难以获得较为理想的信用评级，有多方面的原因。首先，钢贸企业大多没有实体经济支撑，属于资金密集、风险较高的行业，其财务状况受国家宏观调控及钢材

价格走势的影响较大，稳定性较差。其次，大多数钢贸企业存在着以下共性：发展时间短、经营规模较小、自有资金不足、财务状况不理想、提供质押贷款能力有限等。出于控制风险及规避过高监控成本的考虑，银行通常不愿意给钢贸企业提供融资，这就造成了钢材贸易企业在银行融资难、融资成本高的状况。此外，钢材贸易企业中民营企业居多，大多数民营钢贸商财务报表随意性较大，真实性差，缺乏审计和良好的持续经营记录，导致钢贸商和银行之间存在信息不对称。银行无法解决与钢贸企业之间的逆向选择和道德风险问题，因而通常不愿意给钢贸企业提供资金支持。

2) 钢贸行业经营环境不佳

钢材贸易企业在银行融资困难，与其经营环境也有直接的关系。首先，自 2011 年下半年以来，受国家宏观调控政策的影响，钢材市场低迷，钢贸企业普遍经营困难，经济效益下滑。银行担心在市场下跌行情中这些企业的经营效益和资信状况；2012 年以来发生的多起钢贸企业老板“跑路”事件，引起金融界集体担心；另外，钢材贸易行业中存在个别虚假抵押以及重复质押的现象，亦引起金融界的担忧。总之，银行业出于对风险控制的要求，对钢贸行业采取紧缩政策。

（二）钢材贸易企业面临融资困境的内在原因

钢材贸易企业在银行融资困难，主要出于银行对其经营风险的担忧。而钢材贸易企业经营风险较大的现状，实质上是与钢材贸易行业经营模式简单、经营秩序不规范和钢材贸易企业自身管理混乱、盈利模式单一分不开的。

1) 行业秩序不规范

目前，我国整个钢材贸易行业处于粗放发展阶段，没有严密的规章制度，管理不规范，市场规则缺失导致无序竞争。相对于我国的消费品物流业，钢材贸易行业发展的成熟度不高，流通综合服务能力与资源整合能力不足。具体表现为钢铁贸易行业混乱、无序，钢材贸易企业普遍规模小、实力弱，不利于我国钢铁贸易行业整体的健康发展。

2) 行业准入门槛低，行业集中度低

钢材贸易行业准入门槛很低，法律法规对钢材贸易公司的人数及从业人员业务资质、从业经验没有严格要求，这导致钢贸行业集中度很低。而行业集中度低是造成产业链畸形发展的重要原因。据有关数据显示，目前国内从事钢材贸易的企业约 30 万家，其中年销售能力达到 1,000 万吨以上的只有为数不多的几家，绝大多数贸易企业销售量在 10 万吨以下，整个贸易企业存在着大量的中小微型企业。如此之多的贸易商导致整个流通市场混乱，不排除部分不法投机商依靠不正当的手段搅乱了正常的市场秩序。由于没有统一和规范的管理标准，各个钢材贸易企业营销渠道自成体系，普遍存在网络分散、各自为阵、规模偏小、抗风险能力弱等缺陷。因此，导致我国的钢铁物流行业不断积聚风险，同时基础建设投入不足，现代信息系统应用不足，运行成本高、效率低，没有形成钢材供应链集成服务体系。

3) 管理方式粗放，盈利模式单一

目前，全国 30 万家钢材贸易企业中，95%以上是中小型民营企业。其中，大量中小型企业的主要经营模式只有两种：自营代理贸易业务

和现货贸易业务。自营代理贸易中，钢材贸易商在整个供应链中主要承担垫资、理货等责任，收取的代理费用并不高，企业获利微薄。同时，钢材贸易企业一般没有自己的仓库，所购货物大多存放于第三方仓库，理货也只是委派若干人监管。在这种情况下，钢材贸易企业面临仓库重复抵押其货权风险，因而需要在理货环节设计并执行良好的内部控制制度。

2.4 垂直 O2O 市场是电子商务的发展趋势

目前国内很多电子商务 B2B 网站停留在以提供供求信息为主的初级阶段。这些网站基本只提供一个信息交换的平台，买方和卖方把大量的采购信息和供应信息放置在这一平台上，而实际的在线交易却难以进行。

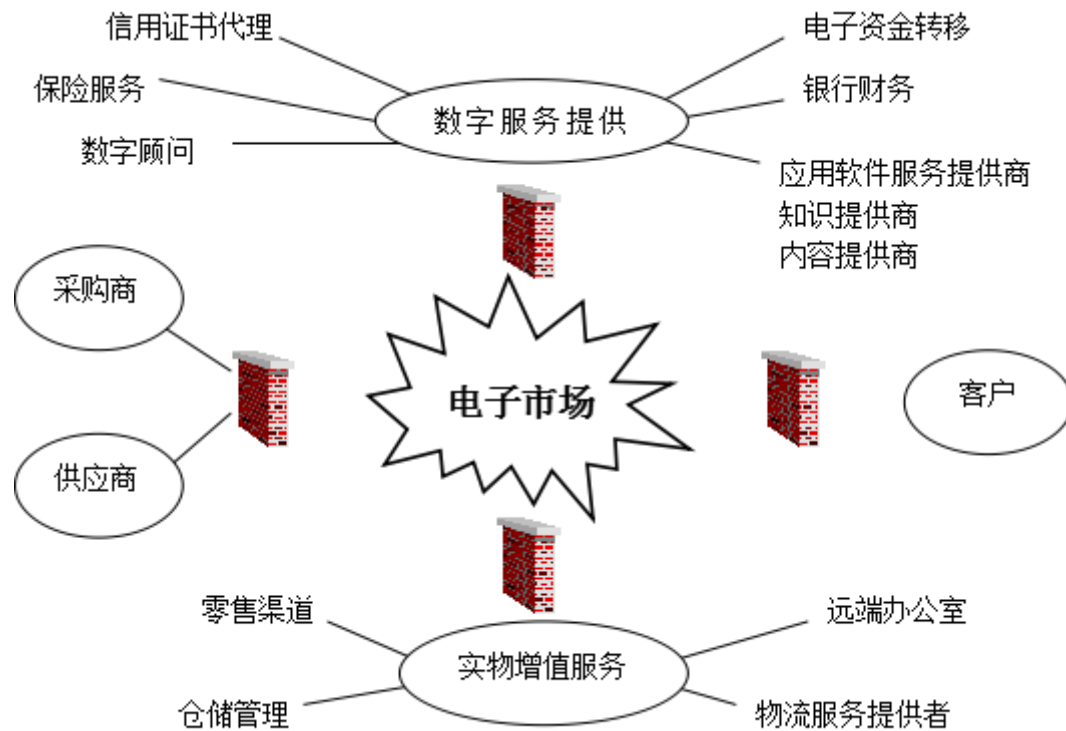
垂直市场（Vertical Market）是指以特定市场为中心的交易环境，通过构造纵向市场来解决多购买商多销售商的问题；利用这种垂直市场的应对策略将买卖双方整合起来，同时，根据行业或市场特征的不同，这类市场很可能会选择将现有的经销渠道加以自动化、规范化，或者打破原来的渠道，以建立新的交易模式。

垂直网上交易平台充分考虑了行业的实际情况，它的优势在于：
去除所有中间环节，直接撮合货款对接

- 1) 规则的制定更具针对性，更符合行业特性
- 2) 更真实、准确地反映特定行业的市场

3) 优化供应链体系，形成行业上下游企业资源的整合

图 2-8 垂直 B2B 市场示意图



不管是基于传统的供应链模式还是基于互联网的供应链模式，为了避免被淘汰出局，所有参与者都必须提供实物价值。事实上，使供应链发挥作用的最重要的因素不是技术问题，而是贸易伙伴之间建立的关系以及贸易伙伴之间的相互信任。一个电子商务交易市场首先必须能够解决企业难题，其次还必须能够提供使交易双方相互信任的条件，在整个商务网络中位于中心位置，如上图所示。

图中左边，我们可以看出电子商务交易市场将如何影响典型的采购商与供应商的整合；通过提供实物服务及数字服务，它又如何能够提供附加值。一般电子商务交易市场提供的数字增值服务来自于外界

伙伴提供的服务，包括金融机构、信息咨询机构及目录供应商，他们可以形成牢固的战略合作伙伴关系。实物增值服务的主要目的是为了
满足库存、运输及售后服务等需求。

第三节 项目建设的必要性

3.1 利用新技术提升钢铁交易效率的必要性

交易技术是影响交易效率的一个重要因素，主要包括围绕物流、信息流、资金流等方面的技术。

围绕物流的交易技术主要有包装、保管、仓储、运输、物流管理等方面的技术。先进的物流技术可以大大节约物流时间，节省流通费用，降低流通成本，提升交易效率。

围绕信息流的交易技术主要有与交易相关的通讯、信息搜集、信息传播等方面的技术。先进的信息交易技术可加快通讯联络，减少信息不对称的情况，降低信息搜寻成本和处理成本，从而提升交易效率。

围绕资金流的交易技术主要有与交易相关的结算服务和投融资服务。人们在交易过程中需要金融业为其提供结算、汇兑、信用证、保理、证券、保险、信托、租赁、理财、咨询、资本运作和金融衍生交易等多样化的现代金融服务，这些活动需要先进的金融技术支持，如信用卡、自动柜员机、电子银行、即时交易系统、远程数据交换、数据库采掘、网络终端等。先进的金融技术可以扩大交易范围和交易量，加快交易速度，提升交易质量，降低交易成本，提高交易效率。

在当今竞争激烈、物品多样化的市场情况下，企业需要适应快速反应信息、快速组织货物、提高资金周转效率等发展要求，货物周转效率的低下会造成大量人力、物力和财力的浪费，占用大量的资金，给企业的生产经营带来严重负面影响。

钢材交易能否完成首先是如何让买卖双方相互了解并实现快速互动；其次是买卖双方与仓储物流机构实现良性快速互动。随着互联网技术的深入发展与计算机应用的普及，大多数的钢材流通企业都做到宽带入户上网，部分钢材流通企业不但建立了局域网和自己的网站，有的企业还建立自己的 ERP 系统，通过互联网与客户进行交流与互动。

同时，对钢铁供应链上的供应商、生产商、经销商来说，在钢材产品从原材料采购、生产、运输、分销直至被消费者购买的整个供应链过程中都存在着或多或少的库存。尽管企业尽量避免过多备货，但为了快速满足顾客的需求或应付过长的供货周期，甚至配合制造周期的需求，都不得不做一定量的库存备货，也就意味着存在相应的资金成本。企业在发展的过程中最怕面对的就是流动资金不足，而存货占用的大量资金使得企业可能处于流动资金不足的困境。特别对于中小企业来说，流动资金不足的风险往往成为其发展的瓶颈。提高货物周转效率，企业流动资金使用效率会提高，利润增加、有利于提高经济效益。因此，利用新技术来大幅提升交易效率非常必要。

3.2 建设钢材流通领域信用体系的必要性

完善的市场制度有利于交易规模的扩大、实现公平交易和公平竞争、扩大交易的规模、提升交易的质量、提高交易效率，信用制度和体系是其中非常重要的一个因素。信用制度是指对交易方遵守交易规则履行合约的行为规则。市场经济本质上是信用经济，一旦不讲信用

则交易行为将会被延缓或中止。完善信用制度和体系是扩大交易规模、减少交易摩擦、提升交易效率的重要保证。

在传统的钢材贸易中，是由买卖双方一对一直接进行的，大部分的钢材贸易过程都是建立在彼此相互熟悉或相互信赖的基础上完成，中介机构很难参与其中，需要买卖双方较好的商业信用做保证。融资难易在传统上也取决于信用度的高低。而长时期以来国内法制环境不健全，信用体系发育程度低，信用秩序相当混乱，信用缺失现象严重。反映在钢材流通领域中，信用体系缺失，钢材贸易中拖欠货款、货物的违约现象严重，大量银行贷款逾期收不回来，成为呆账、死账。钢材市场交易中因信用缺失、经济秩序问题造成的无效成本已占到很大比例，钢贸企业及钢厂的利润每年因此而受到影响。因此，建立完善的钢材流通领域的信用体系是钢材市场保持良好运行的重要保证。

电子商务和网络服务的发展完全可以通过借鉴现代金融市场的一些管理手段和技术手段来完善钢材市场的信用体系。为有效控制交易风险，维持必要的市场秩序，完善信用体系，一方面可以借鉴金融市场成熟的控制风险制度来防范风险，另一方面可以通过技术手段和制定交易规则来跟踪并记录企业在交易过程中的信用情况，进而确定企业的信用状况。

3.3 利用互联网平台整合钢铁供应链各环节服务的必要性

长期以来，中小企业融资难是困扰中小企业发展的主要问题。尤其是在全球金融危机与经济陷入衰退的背景下，这个问题就显得更加

突出。在此背景下，基于第三方电子商务平台和银行合作的网络贷款模式应运而生。

介入交易环节的第三方电子商务平台，掌握了企业的商流、资金流、信息流与物流，为甄别和控制信贷风险提供了创新的渠道和工具。通过与银行、仓储物流的系统对接，将金融、物流功能嵌入供应链交易过程中，物流、资金流、控制信息将会实现共享，可以使得融资的流程简化、成本降低。当融资活动借助了产业供应链企业间的关联优势，将融资方放在供应链中考虑时，上下游企业的紧密联系就成了解决信用问题的重要保证。通过第三方电子商务平台，贸易企业可在线办理相关借贷手续；物流企业可实现物流运输和质押监管的电子化；银行可实时跟踪和监控整个供应链的商流、资金流及时掌握运转情况，从而进行融资决策和在线金融、支付结算服务。在商流、物流、资金流等各种流的整合与互补互动关系中寻找机会和时机，进一步提升服务质量，提高经营效率，减少运营资本，拓宽服务内容，减少风险，优化资源使用，协调多方行为，提升供应链整体绩效，增加整个供应链竞争力等。

基于第三方电子商务平台的融资模式运用在钢铁贸易行业，和企业的进销存活动贴合，提供整套在线金融方案，降低了企业融资的门槛。线上供应链金融，通过银行服务平台与电子商务平台、物流仓储管理平台无缝衔接，将供应链企业之间交易所引发的商流、资金流、物流展现在多方共用的网络平台之上，实现供应链服务和管理的整体电子化，银行据此为企业提供无纸化、标准化、便捷高效、低运营成

本的金融服务。传统银行贷款中，企业办理贷款需要经过申请、调查、审查、审批、签合同、放款等一系列环节，流程相对较长。线上融资是通过电子化手段对传统的线下融资过程进行优化，提升企业融资效率的一种方式。对金融机构而言，可批量集中处理融资业务，节省人力、物力等资源的投入，平台为银行降低经营成本提供了技术手段的支持，提升了操作效率。伴随着借贷市场的不断细化和经济结构的调整，这一优势将更为突出。

第四节 项目可行性分析

4.1 发展钢铁电商的外部环境日趋成熟

4.1.1 电子商务政策环境的不断完善

以电子商务作为工具的新兴服务行业，正逐步成为一个国家参与全球化竞争和一体化的重要手段，日益成为一个国家新的经济增长点。中国对信息产业和电子商务的发展给予了高度的重视，积极出台一系列政策法规促进电子商务长期、健康、有序的发展。

表 4-1 主要电子商务行政法规、规范性文件一览

部委	名称	颁布日期
商务部	商品现货市场交易特别规定(试行)	2013 年 11 月
九部委	关于实施支持跨境电商零售出口有关政策的意见	2013 年 8 月
国税总局	网络发票管理办法	2013 年 3 月
商务部	关于利用电子商务平台开展对外贸易的若干意见	2012 年 3 月
发改委	关于组织开展国家电子商务示范城市电子商务试点专项的通知	2012 年 5 月
商务部	2012 年电子商务工作要点	2012 年 4 月
工信部	电子商务“十二五”发展规划	2012 年 3 月
八部委	关于促进电子商务健康快速发展有关工作的通知	2012 年 2 月
商务部	关于“十二五”电子商务信用体系建设的指导意见	2011 年 12 月
发改委	关于开展国家电子商务示范城市创建工作的指导意见	2011 年 3 月
商务部	“十二五”期间电子商务发展指导意见	2011 年 10 月
商务部	电子商务示范企业名单	2011 年 8 月
商务部	第三方电子商务交易平台服务规范	2011 年 7 月
商务部	电子商务示范企业创建规范（试行）	2010 年 10 月
商务部	关于加快流通领域电子商务发展的意见	2009 年 11 月
商务部	电子商务模式规范	2008 年 4 月
商务部	关于促进电子商务规范发展的意见	2007 年 12 月
发改委	电子商务发展“十一五”规划	2007 年 6 月
商务部	关于网上交易的指导意见（暂行）	2007 年 3 月
商务部	关于网上交易的指导意见（征求意见稿）	2006 年 6 月
国务院办公厅	关于加快电子商务发展的若干意见	2005 年 1 月

4.1.2 企业应用电商平台的意识逐步加强

随着市场竞争程度的加剧，很多中小企业都面临发展壮大甚至生存的困境，B2B 电子商务的发展则打破了地域时空和国界的限制，帮助中小企业实现了迅速成长。近期艾瑞咨询调查显示，IT 采购的增长、网络应用的普及以及周围企业的示范带动都加快了我国中小企业对 B2B 电子商务环境的理解，中小企业的电子商务意识也日渐成熟。

钢铁作为重要的生产资料，是 B2B 电商中发展最快的产业之一。随着盈利空间的不断压缩、发展的难题愈加突出，越来越多的钢铁生产企业、流通企业开始意识到必须参与到电子商务平台中来，才能在未来的行业洗牌中重新找到立足点。

4.2 钢铁产品具备适合电子商务的特性

钢铁产品种类繁多，但各类产品都有一定的型号和标准，易于描述，属于标准化产品。例如，钢铁总体可分为冶金炉料、钢材、特钢、不锈钢等几大类，而钢材大类可分为扁平材、长材，其中扁平材又可分中厚板、热轧卷、冷轧卷、涂镀等细类，长材又可分为螺纹钢、线材、型材、管材等细类；更细分还有品种、规格、材质、生产厂家等区别，分类层级繁杂。然而，即使钢铁产品分类层级众多，每一细分产品也均有行业公认的特征和标准的描述方式，从而每一细分产品均能根据特征被准确的查找。

钢材中的大部分品种，国家均建立了国家标准。钢铁产品的专有属性繁多，如分类、代号、牌号、标准规定的化学成分、尺寸、外形、重量及允许偏差等，而且这些专有属性标准化程度高。

这些特征一方面使得每一细分产品的商业信息蕴含明显的商业价值，另一方面使得这些商业信息易于编辑、整理、传播和查找，有利于钢铁行业 B2B 电子商务的开展。

4.3 钢铁产业链服务体系整合重造的时机来临

4.3.1 钢铁仓储产业转型升级愿望强烈

在过去十余年大宗商品贸易蓬勃发展的过程中，大宗商品仓储行业也取得了快速的发展。据不完全统计，仅上海就有 200 多家钢材仓库。但随着大宗商品市场的整体走低，行业竞争的日益激烈，以及成本的不断上升，传统的大宗商品仓储企业普遍面临盈利与发展的难题，仓储企业向现代化仓储升级的愿望强烈。

4.3.2 钢铁物流产业面临发展难题

据 2009 年相关统计数据显示，我国工业企业中，原材料物流的 36%和 46%分别由企业自身和供应商承担，由第三方物流企业承担的仅 18%；产成品物流中，由企业自营或企业与第三方物流企业共同完成的比例分别为 24.1%和 59.8%，完全由第三方物流企业承担的仅占 16.1%。由此带来的是社会物流效率不高的问题。据统计，目前我国的铁路运输空车率、汽车运输空车率都在 40%以上，造成了极大的资源浪费。

要整合物流资源，推动钢铁贸易产业与物流业联动发展的一个关键环节是要通过信息系统的整合来实现两业的整合，促进互联互通，助推产业发展。本项目旨在通过电子商务技术整合钢铁流通行业，成为商流、资金流、信息流、物流的汇集处，随着平台规模的发展，在物流仓储、配送中心、运输等多个环节上形成规模化的集约效应。

4.3.3 钢铁融资亟待规范

目前，动产质押融资主要体现为“单个银行，分别质押”，银行同业之间缺少信息共享；市场上的仓储企业良莠不齐，银行及钢贸商对仓储企业疑虑重重；钢贸商将钢材质押给银行，银行在质物上粘帖标签以明确权属，然则标签容易脱落，给银行的监管带来极大的难度。如何整合信息化、物联网等技术，依托专业化的动产监管服务，规范质物管理、监督仓储行为，最终有效控制动产融资风险，是钢铁融资亟待解决的问题。

4.4 公司建立钢铁现货网上交易平台的条件成熟

公司是我国领先的从事钢铁行业及相关行业商业信息及其增值服务的互联网平台综合运营商，成功运营我国钢铁及相关行业商业信息服务行业中页面访问量最大、网站用户量最多、网站访问时间最长的互联网平台“我的钢铁”网。经过十四年的发展，公司已具备以下优势：

4.4.1 广泛的产业链客户优势

网上交易平台的用户数与访问量需达到相当的规模，才能促成交易的活跃度。本公司立足于钢铁及相关行业内企业对降低信息获得成本、提高决策准确性的需求，以互联网技术为手段，提供精细化服务，赢得了行业内的广泛认可。

目前上海钢联管理运营包括“我的钢铁”网、“钢联资讯网”、“我的有色网”、“搜搜钢电子商务网”、“我的不锈”网、“百年建筑网”等在内的多个资讯网站，并参股了隆众石化商务网，以及钢铁行业领先的企业信息化解决方案提供商杭州高达软件系统股份有限公司。公司通过以上平台积累了海量的客户，遍布产业链的各个环节，这为公司打造钢银平台打下了扎实的用户基础。

4.4.2 对市场需求的深入了解

公司作为国内领先的从事钢铁、矿石、有色金属、能源等产业的资讯服务商，经过十几年的发展，培养了一大批对钢材贸易十分熟悉的专业人员。相关人员对大宗商品的价格资讯、产能及产量、库存、市场价格趋势、客户信用等均有深入的研究和了解。

公司作为第三方机构在市场中的专业地位，对钢贸企业、仓储物流企业各方面需求的深入了解，并且与市场参与者建立的良好沟通渠道，这些将在与银行、物流公司、仓储企业合作时发挥重要的作用。

4.4.3 人才优势

公司已建立起一支经验丰富、结构合理的管理团队，主要高级管理人员和主要部门主管在公司的服务时间均在 5 年以上。他们或具有钢铁行业信息采集和市场营销经验，或具有 B2B 电子商务平台运营经验，或具有互联网技术研究开发经验，对钢铁及相关行业 B2B 电子商务平台的技术及业务发展历程、未来趋势具有深刻的理解，能够带领公司在不断创新的互联网电子商务行业内健康、快速发展。

4.5 钢银平台的业务运作模式及发展现状

4.5.1 钢银平台发展现状

卖方(钢厂或钢贸商)在钢银平台上进行注册并设立网上专卖店，并将其钢材资源在平台上进行挂牌销售，买方如对挂牌资源有意向，可通过钢银钢铁网上交易平台系统下达订单。

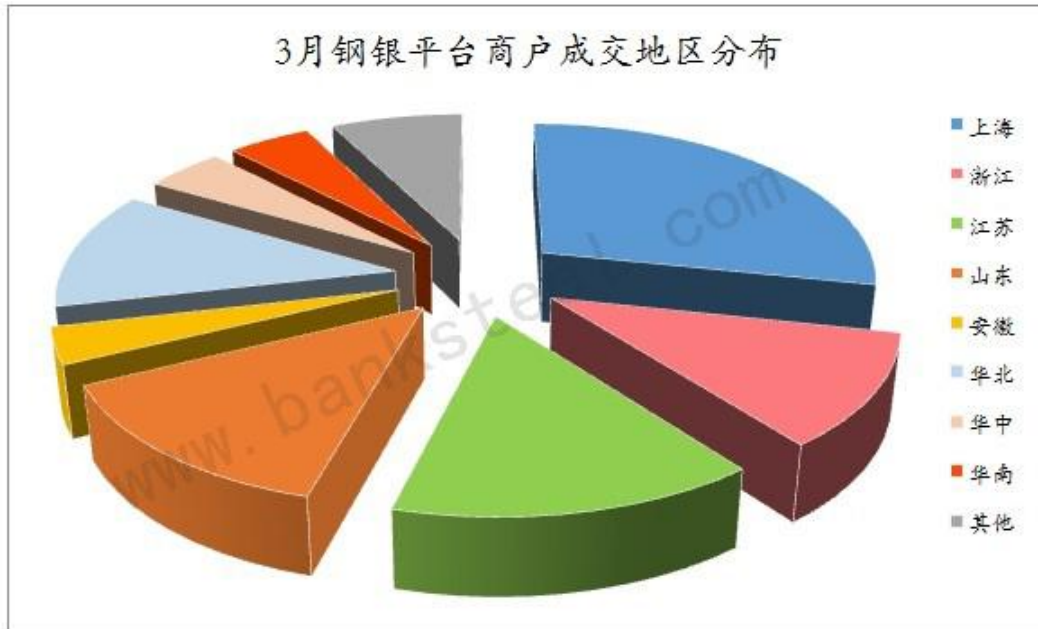
钢银平台自上线以来，在每日的挂牌量、成交量、交易卖家数、交易买家数等指标上取得了爆发式增长。2014 年 3 月，钢银平台共产生交易量 68.48 万吨，较 2 月份环比增长 238.14%，形成交易总额 23.43 亿元，较 2 月份环比增长 227.21%。涉及交易资源钢厂 576 家，其中已有 33 家钢厂在钢银现货交易平台入驻并开设直销卖场。3 月钢厂直销卖场共产生 235 笔 2.89 万吨交易。2014 年 4 月钢银平台的日均挂牌量已经达到 831.11 万吨，4 月的交易总量达到 78.29 万吨。

图 4-2 钢银平台 2014 年 3 月钢厂成交统计



截至3月底，钢银平台共达成9104笔交易，较今年2月份环比增长195.49%，平均单笔交易75.22吨，呈现出散单现货零售的良好态势。

图 4-3 钢银平台 2014 年 3 月商户成交分布图



4.5.2 钢银平台业务模式

委托采购、委托销售服务是钢银钢铁现货网上交易平台为交易会员提供的交易过程中的增值服务，有利于钢银钢铁现货交易平台扩大交易规模、增强交易客户的黏着度。具体业务模式如下：

1) 委托采购服务模式

钢银电商按委托采购方委托采购货物的金额收取一定比例的保证金，并向指定供应商采购钢材。钢银电商在与交易的买家签订钢材销售合同时，首先会要求交易的卖家与钢银电商同步签订钢材采购合同。其次要求交易的买家向钢银电商支付一定比例的交易保证金，如遇钢材市场价格下跌，并达到一定幅度，交易的买家须按照合同约定追加保证金。第三，交易的卖家须将销售的钢材存放在钢银电商指定

的仓库，货物所有权也随之转移至钢银电商名下，由钢银电商派人对货物实施监管。等到买家向钢银电商支付货款后，钢银电商才将货物所有权转移到买家。

2) 委托销售服务模式

卖方可以通过钢银钢材现货交易平台自主销售货物，也可以委托钢银电商销售货物。卖方委托钢银电商销售货物，根据业务需要，可以要求钢银电商按照寄售货物市场价值的一定折扣预付款项。待钢银电商将寄售货物销售并向客户收取相应货款后，再与卖方进行结算并收取相应服务费用的一种服务模式。

4.5.3 钢银委托采购、委托销售业务经营情况

2013 年度，钢银电商的委托采购、委托销售等钢材交易服务业务的收入规模为 136,578.51 万元，已经在货权监管、资金流的电子化管理等方面积累了较为丰富的经验。

第五节 项目建设内容

5.1 项目建设目标

通过搭建钢银钢铁现货网上交易平台（以下简称“钢银平台”），融合线上线下双重优势，吸引产业链的服务提供商加入平台，整合钢铁供应链各环节资源，提供各类交易服务，包括委托采购、委托销售、仓储监管、物流配套、在线金融、仓单质押登记、资讯数据等综合服务，合力形成资源整合与共享的大宗商品产业完整生态圈。

5.2 项目法人

5.2.1 项目法人简介

名称：上海钢银电子商务有限公司

住所：上海市宝山区园丰路 68 号 5 楼

法定代表人姓名：朱军红

公司类型：有限责任公司（国内合资）

成立日期：2008 年 2 月 15 日

注册资本：人民币贰亿伍仟万元

实收资本：人民币贰亿伍仟万元

经营范围：计算机技术专业领域内的“四技”服务；电子商务（不得从事金融业务）；销售金属材料、金属制品、铁矿产品、生铁、钢坯、焦炭、卷板、铁精粉、有色金属（不含贵金属）、建材、木材、

化工原料及产品（除危险化学品、监控化学品、烟花爆竹、民用爆炸物品、易制毒化学品）、耐火材料、汽摩配件、机电设备、五金交电、电子产品、通讯器材、港口装卸机械设备及零部件。

上海钢银电子商务有限公司（以下简称“钢银电商”）是我国领先的第三方钢铁电子商务平台公司，旗下管理运营“钢银钢铁现货网上交易平台”（<http://www.banksteel.com>）。钢银平台在推出卖家专卖店模式不到一年的时间内，2014年4月日均挂牌量已经达到831.11万吨，4月的交易总量达到78.29万吨。

钢银平台销售的钢材种类覆盖建筑用钢、热轧板卷、中厚板、冷轧板卷、涂镀、不锈钢、型材等全方位资源。钢银平台已在全国各个主要钢材流通集散地建立了运营中心，交易会员、成交地区遍布全国各地，初步形成了全国性的钢铁电商平台。

5.2.2 项目法人发展战略

钢银电商致力于为钢厂及钢贸商提供电子商务服务，为终端用户提供阳光采购服务。为满足具有多样性和复杂性特征的大宗商品现货交易的需要，钢银电商将构建集交易、结算、仓储、物流、加工、金融等全方位、集成化的服务体系。

5.3 建设内容

该项目将利用互联网信息技术，采用线上线下融合的方式（O2O），线上构建钢银钢铁现货网上交易平台（以下简称“钢银平

台”)，与卖家管理系统、支付平台、仓储管理平台、质押服务平台等进行无缝链接，并对交易数据进行智能挖掘和分析；线下吸引整合金融机构、仓储企业、物流企业、剪切加工中心等社会资源，并以信息化手段优化资源配置，形成深度的交易全流程服务链条。依托钢银平台，该项目为交易客户提供委托采购、委托销售及仓储、物流监管等综合增值服务，从而不断扩大钢银平台的交易规模、增强交易客户的黏着度，提升钢银平台的品牌影响力和核心竞争力。

第六节 投资估算与资金筹措

5.1 投资估算

项目预计投资额为 9,021 万元，公司拟以每股 1.5 元人民币的价格增资钢银电商，认缴钢银电商新增注册资本 6,014 万元。投资额用于钢银平台委托采购、委托销售服务的配套资金。

5.2 投资周期

项目投入期为 3 个月内，投入期及投入期后陆续实现经济效益。

5.3 资金筹措

该项目总投资额中的 8,944.51 万元为募投项目“我的钢铁网综合平台升级”项目与“Mysteel 大宗商品研究院”项目的剩余募集资金，不足部分使用公司自有资金。

第七节 经济效益估算

投资额用于委托采购、委托销售服务的配套资金。其经济效益测算如下：

单位：万元

项 目	单个投资周期预计	全年预计
一、主营业务收入	7,710	55,385
二、主营业务收入成本	7,556	54,277
三、营业毛利	154	1,108
减：销售费用	4	30
管理费用	6	50
四、营业利润	144	1,028

备 注：

①销售费用为运作本项目需新增业务人员的薪酬成本及推广费用；

②管理费用为运作本项目所需的日常运营费用。

第八节 风险分析及应对措施

1、模式创新风险：公司密切跟踪电子商务行业发展和环境变化情况，积极探索适宜的商业模式，不断创新、调整和完善相关业务运营。钢银平台项目是公司根据 B2B 电子商务行业和市场发展变化，近年来开展并快速增长的创新型业务，目前行业内尚无成熟的模式可以借鉴。因此，公司存在能否紧密跟随行业和市场变化及时创新、调整和完善相关业务模式的风险。

2、管理风险：钢银平台项目的服务模式多样，深入供应链企业的业务运作，其面临的管理风险也更为复杂。该项目由富有运作经验的专业团队设计并管理，在设计过程中广泛征求了钢铁生产企业、流通企业、终端用户的意见，力争作到防患于未然。该项目的软件研发顾问团队也将加入市场运营专家，有利于保证技术与管理规则的统一性。但由于该项目属于创新型业务，在业务运行的执行、控制、监督等方面仍可能存在不完善导致的管理等风险。

3、信用风险：钢银电商已经初步采取制定准入标准、建立信用评估体系、合理设计交易规则、指定仓库交易等手段防范信用风险，并在经营过程中不断完善上述风控措施。但钢银平台的会员若发布虚假信息，或出现合同纠纷，可能将使公司面临承担法律责任及信誉损失，进而影响公司的经营业绩。

4、电子商务环境风险：电子商务服务需要商务环境的整体改善和提升，例如，交易结算方面需要企业信用体系的完善，也需要银行

软硬件的升级；运输物流则需要仓储运输体系的信息化水平提升等。同时，相关部门对该部分商业行为的立法和监管也有待完善。因此，该项目存在因外部环境的制约影响钢银平台经营运作的风险。

5、技术风险：虽然公司已经采取了包括服务器托管、加强软件安全、严格数据管理、加快备份频率等有效的措施保证了计算机系统和数据安全性，但如果设备故障、软件漏洞、网络恶意攻击、电力供应故障、自然灾害等不可控因素出现，将可能会导致公司出现系统崩溃、数据丢失、服务中断等严重后果，给项目的正常运作和市场声誉造成较大的损失。

第九节 结论与建议

本项目符合国家产业政策与公司发展战略，与本公司现有主营业务紧密相关。项目的实施将进一步提升公司在大宗商品电子商务平台领域的竞争力，促进公司的可持续发展。公司具备实施项目的资源储备与管理能力，项目切实可行。