

上海钢联电子商务股份有限公司



2014 年度董事会工作报告

股票代码：300226

股票简称：上海钢联

二〇一五年二月

各位董事：

2014年，公司董事会严格按照法律法规、规范性文件及《公司章程》的规定，贯彻落实股东大会的各项决议，认真履行职责，不断规范公司治理。全体董事认真负责、勤勉尽职，为公司董事会的科学决策和规范运作做了大量富有成效的工作。现将2014年度董事会工作汇报如下：

一、管理层讨论与分析

1、报告期内主要业务回顾

2014年是公司发展大宗商品电子商务的关键一年，基于前期对钢铁电商的持续探索及取得的成果，公司提出了建设线上线下一体化的电商生态体系，致力于打造交易闭环，让大宗商品交易更安全、更便捷、更高效的目标。除了继续大力发展钢铁在线交易平台——钢银平台，也开始建设集合支付结算、仓储、物流、数据、金融服务的服务体系，并致力于推动各个平台的无缝对接、通融发展，形成完整的电商生态体系。经过一年的努力，公司的电商模式逐渐成熟，包括信息流、物流、资金流在内的交易闭环逐步形成，在交易量、用户黏性、市场占有率上持续攀升。

一、电商生态体系与交易闭环的架构基本形成

钢铁交易具有复杂性、专业性的特点，涉及支付、开票、二次结算、仓储、物流运输、融资等多个线下服务的环节。因此，单纯的线上服务无法解决交易环节中的所有问题。在公司的线上线下一体化电商战略中，钢银平台以“流量及交易量”为核心，通过引流、导流、提升用户体验、提高用户黏性四步走，不断提升平台的用户数及交易规模。同时吸引整合金融机构、仓储企业、物流企业、剪切加工中心等社会资源加入体系，并以信息化手段优化资源配置，以期实现提高交易安全性和供应链整体效率的目标。

作为平台型电商，钢银平台直接对接了巨大的卖家池（钢厂及大中型贸易商）以及买家池（次终端用户及终端用户），缩短了钢铁流通的环节，扁平化了流通层级，提升了交易效率及货物周转率，符合钢铁行业微利时代下的行业需求。钢银平台在流量导入期坚持交易免费的策略，以期快速获取绝对领先的在线交易市场份额。

在通过钢银平台获得流量与交易量的同时，公司正布局建立集合支付结算、仓储、物流、数据、金融服务的生态体系。生态体系以交易为核心，形成“交易闭环”，所谓交易闭环，是指平台全程介入交易各方（包括上下游企业、服务机构）的商务信息、物流、资金、结算等

各环节的活动。交易闭环是提供整体供应链解决方案的基础，相较于传统模式可以极大提升交易的安全性与效率，提升交易客户的满意度与黏性。

图 4-1 上海钢联大宗商品电商生态体系示意图



二、钢银平台线上交易量快速上升

经过一年多的发展，钢银平台已经形成了两大交易模式：钢材集市（撮合交易模式）与钢材超市（寄售模式）。撮合交易模式中，钢银平台发挥了经纪人的角色，为供应商、次终端用户（为终端用户配送钢材的钢贸商）和终端用户之间提供居间服务，促成交易。交易促成之后，平台并不参与后续支付结算、物流服务等环节。钢银平台的撮合交易服务为免费服务，不收取费用，其交易额不计入钢银平台的销售收入。撮合交易在用户引流、用户交易习惯的培养上均发挥了重要的作用。钢材超市（寄售模式）是在撮合交易的基础上发展而来的。

为了提高交易效率、增强用户黏性，钢银平台于2014年5月底推出了钢材超市（寄售模式）。寄售模式是指生产商或钢贸商委托钢银平台进行在线销售，由平台全程参与货物交易、货款支付、提货、二次结算、开票等环节。由于寄售模式下的交易通过钢银平台结算，其交易额计入钢银平台的销售收入。

表4-1 钢银平台交易模式对比

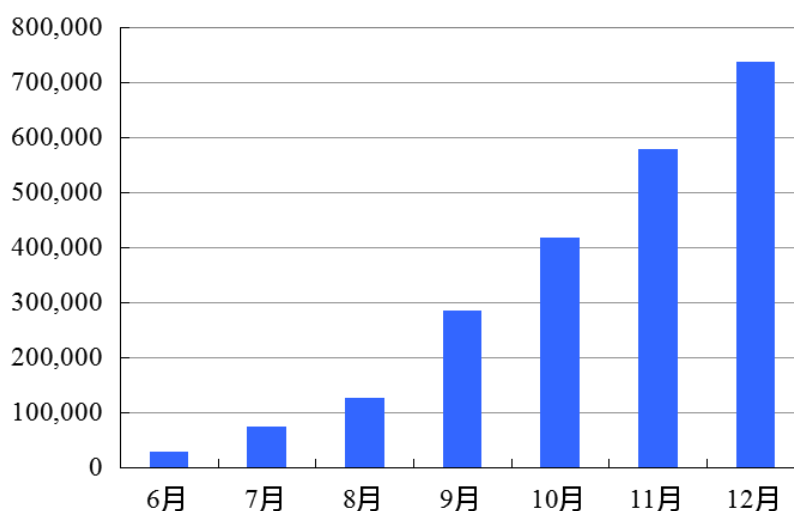
	钢银平台交易模式对比	
	撮合交易模式	寄售模式
简述	交易的居间经纪服务	接受钢厂、钢贸商的委托进行在线销售
开始日期	2013 年底开始	2014 年 5 月底开始
交易闭环完整度	差，交易促成之后，平台不参与后续的	较高，由平台全程参与货物交易、货款

	支付结算、物流服务等环节，转到线下由买卖双方直接对接	支付、提货、二次结算、开票等环节，无需买卖双方的接触
用户黏性	差，与用户的接触点只有成交单点	较高，全流程服务，用户体验更佳，用户黏性更高
对公司收入的影响	无	寄售模式的交易额计入公司营业收入

自推出上线以来，钢材超市（寄售模式）的交易量增速显著，2014年6月至12月的寄售量合计达224.72万吨，其中12月单月的寄售量为73.56万吨，月度寄售量复合增长率达到了72.40%。高速的成长性验证了钢银平台的电商模式已经趋于成熟，走出了大宗商品产业互联网发展的创新之路。

图4-2 钢银平台钢材超市寄售量增长情况

单位：吨

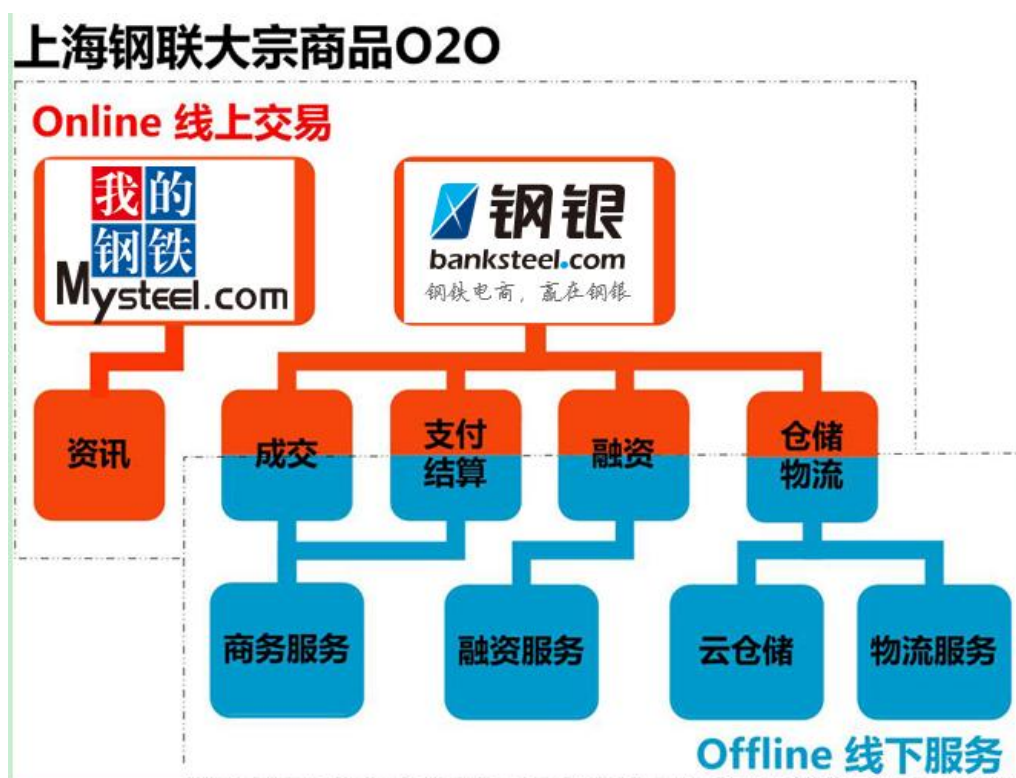


三、线上线下联动发展，服务体系建设初具规模

报告期内，公司成立了上海钢联宝网络科技有限公司，计划从事第三方网络支付业务，目前正在申请《支付业务许可证》；公司参股成立了上海钢联物联网有限公司，通过租赁、改造、管理大宗商品仓库打造云仓储，提高仓库的可视化、信息化、智能化；公司计划合资成立天津钢联俊安金控投资有限公司（筹），围绕大宗商品供应链提供金融服务。

公司建设线下服务体系主要采用轻资产整合的模式，利用钢银平台的流量优势、用户优势与交易量优势，通过信息技术对社会资源进行整合，并优化供应链成员间的数据互通与资源配置，提高产业链整体效率。

图4-3 上海钢联线上线下一体化的电商生态体系



2、报告期内主要经营情况

(1) 主营业务分析

1) 概述

营业收入、营业成本本年发生数分别为 7,557,110,151.61 元和 7,355,490,503.37 元，比上年数分别增加 386.60%和 426.66%，其主要原因是：子公司钢银电商于报告期内推出了钢材超市（寄售模式）且发展迅速，导致公司营业收入、营业成本均出现了大幅上升。

销售费用、管理费用本年发生数分别为 110,732,850.20 元和 72,443,161.46 元，比上年数分别增加 46.22%和 40.46%，其主要原因是：公司加大了对大宗商品电子商务生态体系建设的投入，钢银电商的员工人数于报告期内大幅增加。

财务费用本年发生数为 11,579,875.68 元，比上年数增加 289.91%，其主要原因是：公司本报告期增加了银行借款，导致利息支出增加。

所得税费用本年发生数为-1,732,336.48 元，比上年数减少 127.47%，其主要原因是：子公司钢银电商当年亏损，计提了递延所得税资产费用。

归属于上市公司股东的净利润为 18,775,724.65 元，比上年数减少 13.04%，其主要原因是：公司加大了对大宗商品电子商务生态体系建设的投入，导致报告期内的各项费用出现较大幅度的上升。

经营活动现金流入小计为8,928,382,537.48元，经营活动现金流出小计为9,358,753,336.12元，分别较上年同期增加了 384.18% 和 408.42%，经营活动产生的现金流量净额为-430,370,798.64元，其主要原因是：子公司钢银电商推出了寄售服务且发展迅速，销售收款及采购付款的金额大幅增加。同时，随着寄售服务业务规模的不断扩大，期末钢银电商向供应商预付的采购款项及存货均有增加，而销售收款与采购付款之间有一定的时间间隔，从而导致经营活动现金流为负。

2) 报告期利润构成或利润来源发生重大变动的说明

适用 不适用

子公司钢银电商于报告期内进行了大规模的电商业务投入，人员规模快速扩张，各项费用大幅上升，导致报告期钢银电商的净利润为-17,925,435.02元，其中归属于上市公司股东的净利润为-12,382,135.40元。而2013年钢银电商实现净利润6,448,322.00元，其中归属于上市公司股东的净利润为4,202,802.59元。

3) 收入

单位：元

项目	2014 年	2013 年	同比增减情况
营业收入	7,557,110,151.61	1,553,053,134.81	386.60%

驱动收入变化的因素

报告期内子公司钢银电商推出了钢材超市（寄售模式）且发展迅速，导致公司营业收入出现了大幅上升。

公司实物销售收入是否大于劳务收入

是 否

行业分类/产品	项目	单位	2014 年	2013 年	同比增减
钢材交易服务	销售量	元	7,361,904,848	1,365,785,053.95	439.02%
	库存量	元	279,978,375.55	78,781,614.74	255.39%

相关数据同比发生变动 30% 以上的原因说明

适用 不适用

以上数据出现大幅上升是因为钢银电商于报告期内所推出的钢材超市（寄售模式）业务规模迅速扩大。

公司重大的在手订单情况

适用 不适用

数量分散的订单情况

适用 不适用

公司报告期内产品或服务发生重大变化或调整有关情况

适用 不适用

基于对钢铁电商的持续探索，钢银平台的电商模式在不断进化，报告期内已经形成了两大交易模式：钢材集市（撮合交易模式）与钢材超市（寄售模式），其中钢材超市（寄售模式）的交易额计入公司营业收入。交易量与交易额对公司抢占钢铁线上交易的市场份额具有重要的意义，但由于目前钢银平台在交易端实行服务费的减免政策，交易量与交易额不代表公司的经济效益与盈利能力。

4) 成本

单位：元

项目	2014 年		2013 年		同比增减
	金额	占营业成本比重	金额	占营业成本比重	
人工成本	20,387,671.62	0.28%	26,829,338.17	1.92%	-1.64%
会务费	14,331,509.69	0.19%	18,117,805.11	1.30%	-1.11%
通讯费	1,912,754.66	0.03%	1,928,943.39	0.14%	-0.11%
资料费	205,931.29	0.00%	235,468.94	0.02%	-0.02%
原材料	7,318,213,985.81	99.49%	1,349,523,703.81	96.63%	2.86%
其他	438,650.30	0.01%			0.01%

5) 费用

单位：元

	2014 年	2013 年	同比增减	重大变动说明
销售费用	110,732,850.20	75,731,654.12	46.22%	钢银电商加大了对电商业务的投入
管理费用	72,443,161.46	51,575,120.38	40.46%	钢银电商加大了对电商业务的投入
财务费用	11,579,875.68	2,969,873.34	289.91%	公司增加了银行借款，导致利息支出增加
所得税	-1,732,336.48	6,306,616.19	-127.47%	钢银电商亏损计提递延所得税资产

				费用
--	--	--	--	----

6) 研发投入

√ 适用 □ 不适用

报告期内，本公司的研发工作主要围绕大宗商品电商生态体系的建设进行，主要在研项目如下：

（一）钢联宝电子支付系统

钢联宝电子支付系统是服务于钢铁及大宗生产资料B2B交易业务的电子支付平台。报告期内，本项目已经完成了安全支付清算、反洗钱、客户关系统一认证等功能开发，并取得了支付服务业务系统检测报告（互联网支付），通过了非金融机构支付业务设施技术认证（一级）。

（二）钢银钢铁现货网上交易平台

本项目旨在构建新型的钢铁电子商务平台，为产业链提供交易全流程解决方案，目前本平台融合了钢材超市、钢材集市等多种创新的交易模式。报告期内，本项目完成了平台统一数据编码工作和数据接口标准化定义工作，并完善了交易流程的标准化与自动化管理功能。此外，本项目正在开展与钢联宝电子支付系统、云仓储平台的集成开发工作，旨在达成对交易闭环的管理目标。

（三）移动客户端（钢银助手）

本项目旨在满足日益增长的移动终端用户获取交易信息和快速实现交易的需求。本项目已经开发了基于苹果IOS系统和安卓操作系统的APP应用软件，软件集成了实时资源查询、终端下单、交易进度跟踪、交易提醒等功能。

公司不断进行研发投入，已经取得了良好的成效，为钢银平台的高速发展提供了有力的支撑，并为未来的发展奠定了坚实的基础。公司当期研发费用全部计入管理费用，未予以资本化。报告期内研发投入占营业收入比例出现下降，是因为公司营业收入发生大幅度上升。

近三年公司研发投入金额及占营业收入的比例

	2014 年	2013 年	2012 年
研发投入金额（元）	20,502,831.92	14,011,123.70	16,631,539.17
研发投入占营业收入比例	0.27%	0.90%	1.74%
研发支出资本化的金额（元）	0.00	0.00	0.00
资本化研发支出占研发投入	0.00%	0.00%	0.00%

的比例			
资本化研发支出占当期净利润的比重	0.00%	0.00%	0.00%

研发投入资本化率大幅变动的原因及其合理性说明

适用 不适用

7) 现金流

单位：元

项目	2014 年	2013 年	同比增减
经营活动现金流入小计	8,928,382,537.48	1,844,015,016.45	384.18%
经营活动现金流出小计	9,358,753,336.12	1,840,741,034.29	408.42%
经营活动产生的现金流量净额	-430,370,798.64	3,273,982.16	-13,245.18%
投资活动现金流入小计	2,302,074.79	4,929.00	46,604.70%
投资活动现金流出小计	42,382,991.78	71,660,819.74	-40.86%
投资活动产生的现金流量净额	-40,080,916.99	-71,655,890.74	-44.06%
筹资活动现金流入小计	727,615,000.00	186,000,000.00	291.19%
筹资活动现金流出小计	293,511,548.78	101,927,850.20	187.96%
筹资活动产生的现金流量净额	434,103,451.22	84,072,149.80	416.35%
现金及现金等价物净增加额	-36,348,264.41	15,690,241.22	-331.66%

相关数据同比发生变动 30% 以上的原因说明

适用 不适用

(1) 经营活动现金流入小计为 8,928,382,537.48 元，经营活动现金流出小计为 9,358,753,336.12 元，分别较上年同期增加了 384.18% 和 408.42%，经营活动产生的现金流量净额为 -430,370,798.64 元，其主要原因是：子公司钢银电商推出了寄售服务且发展迅速，销售收款及采购付款的金额大幅增加。同时，随着寄售服务业务规模的不断扩大，期末钢银电商向供应商预付的采购款项及存货均有增加，而销售收款与采购付款之间有一定的时间间隔，从而导致经营活动现金流为负。

(2) 筹资活动现金流入小计为 727,615,000.00 元，较上年同期增加了 291.19%，主要是因为子公司钢银电商新增股东投资款，及公司新增银行借款所致。

(3) 筹资活动现金流出小计为 293,511,548.78 元，较上年同期增加了 187.96%，主要系公司偿还应付债券和借款利息支付的现金、支付其他与筹资活动有关的现金增加所致。

报告期内公司经营活动的现金流量与本年度净利润存在重大差异的原因说明

适用 不适用

报告期内公司经营活动的现金流量与本年度利润存在较大差异，主要是因为报告期末预付款项及存货金额较期初数有一定程度的增加。预付款项与存货的增加都是因为子公司钢银电商开展寄售服务且业务量快速扩大所致。

8) 公司主要供应商、客户情况

公司主要销售客户情况

前五名客户合计销售金额（元）	1,262,677,764.76
前五名客户合计销售金额占年度销售总额比例	16.71%

向单一客户销售比例超过 30% 的客户资料

适用 不适用

公司主要供应商情况

前五名供应商合计采购金额（元）	1,421,543,374.34
前五名供应商合计采购金额占年度采购总额比例	19.33%

向单一供应商采购比例超过 30% 的客户资料

适用 不适用

9) 公司未来发展与规划延续至报告期的说明

首次公开发行招股说明书中披露的未来发展与规划在本报告期的实施情况

适用 不适用

根据公司《招股说明书》，本公司愿景是成为我国最具国际影响力的大宗商品生产、交易、需求数据等市场信息供应商和电子商务服务商，打造三大平台，即：大宗商品资讯平台、大宗商品交易平台和大宗商品研究平台。自 2011 年上市之后的三年内，本公司的具体发展目标是在进一步细分行业以提供更具价值的商业信息服务，进一步深入研究已逐步开拓的高端市场，抓住市场发展趋势逐步开展电子交易服务。

报告期内，大宗商品行业的行业环境继续发生深刻的变化，流通领域的变革正在快速发生。在公司所打造的大宗商品资讯平台、研究平台和交易平台三大平台中，大宗商品交易平台对于公司的战略地位开始不断提高。基于技术环境和市场环境的重大变化，公司决定抓住机遇，集中资源发展交易平台，并取得了显著成效。至报告期末公司的电商模式逐步成熟，包括信息流、物流、资金流在内的交易闭环逐步形成，交易量显著提升。

前期披露的发展战略和经营计划在报告期内的进展情况

根据公司《2013 年度报告》及 2014 年的历次定期报告，鉴于大宗商品走向电子商务的趋

势给公司的发展带来了战略性的机会，公司正致力于围绕交易的全流程（交易前、交易中、交易后）打造第三方电子商务平台，致力于推动在线交易与产业链服务的融合发展，打造多层次的大宗商品电子商务体系。

报告期内，公司在电商生态体系与交易闭环架构的搭建、钢银平台在线交易规模的提升、线上线下服务体系联动发展等事项上均取得了显著的进展，具体进展情况可见“第四节 董事会报告 一、管理层讨论与分析 1、报告期内主要业务回顾”中披露的内容。

公司实际经营业绩较曾公开披露过的本年度盈利预测低于或高于 20% 以上的差异原因

适用 不适用

（2）主营业务分部报告

1) 报告期主营业务收入及主营业务利润的构成

单位：元

	主营业务收入	主营业务利润
分行业		
信息服务业	193,084,824.44	156,246,957.18
钢材交易服务	7,361,904,848.00	43,690,862.19
分产品		
信息服务	73,201,015.54	51,474,415.66
网页链接服务	63,570,310.33	62,996,483.93
会务培训服务	28,418,388.01	14,086,878.32
咨询服务	16,160,281.79	15,954,350.50
钢材交易服务	7,361,904,848.00	43,690,862.19
广告宣传服务	1,072,005.50	1,072,005.50
其他服务	10,662,823.27	10,662,823.27
分地区		
国内	7,554,989,672.44	199,937,819.37

2) 占比 10% 以上的产品、行业或地区情况

适用 不适用

单位：元

	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业成本比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
分行业						
信息服务业	193,084,824.44	36,837,867.26	80.92%	3.11%	-21.81%	6.08%
钢材交易服务	7,361,904,848.00	7,318,213,985.81	0.59%	439.02%	442.28%	-0.60%
分产品						
信息服务	73,201,015.54	21,726,599.88	70.32%	-12.88%	-22.90%	3.86%
网页链接服务	63,570,310.33	573,826.40	99.10%	-1.38%	-0.84%	0.00%

会务培训服务	28,418,388.01	14,331,509.69	49.57%	20.61%	-20.90%	26.46%
咨询服务	16,160,281.79	205,931.29	98.73%	53.11%	-12.54%	0.96%
钢材交易服务	7,361,904,848.00	7,318,213,985.81	0.59%	439.02%	442.28%	-0.60%
分地区						
国内	7,554,989,672.44	7,355,051,853.07	2.65%	386.46%	426.63%	-7.43%

3) 公司主营业务数据统计口径在报告期发生调整的情况下，公司最近 3 年按报告期末口径调整后的主营业务数据

适用 不适用

(3) 资产、负债状况分析

1) 资产项目重大变动情况

单位：元

	2014 年末		2013 年末		比重增 减	重大变动说明
	金额	占总资产比例	金额	占总资产比例		
货币资金	158,064,334.06	10.00%	194,412,598.47	23.68%	-13.68%	
应收账款	1,012,243.50	0.06%	2,101,149.00	0.26%	-0.20%	
存货	279,978,375.55	17.70%	78,781,614.74	9.60%	8.10%	钢银电商增加了寄售服务业务库存
长期股权投资	22,555,892.83	1.43%	16,582,853.95	2.02%	-0.59%	对上海金意电子商务有限公司进行了增资
固定资产	231,143,260.54	14.62%	232,365,058.45	28.30%	-13.68%	
预付款项	655,452,660.09	41.45%	246,686,131.05	30.05%	11.40%	钢银电商增加了钢材采购预付款
其他应收款	146,510,030.24	9.26%	662,343.05	0.08%	9.18%	钢银电商开展寄售服务交付的保证金增加
可供出售金融资产	24,000,000.00	1.52%	14,000,000.00	1.71%	-0.19%	新增对上海钢联物联网有限公司的投资
递延所得税资产	5,786,880.26	0.37%	191,832.81	0.02%	0.35%	钢银电商亏损计提递延所得税资产费用

2) 负债项目重大变动情况

单位：元

	2014 年		2013 年		比重增 减	重大变动说明
	金额	占总资产比例	金额	占总资产比例		
短期借款	116,800,000.00	7.39%	126,900,000.00	15.46%	-8.07%	子公司钢银电商归还了部分短期银行借款
长期借款	77,000,000.00	4.87%			4.87%	公司增加了长期银行借款
预收款项	310,485,196.36	19.63%	114,665,486.54	13.97%	5.66%	钢银电商增加了预收未结算款

其他应付款	153,637,262.86	9.72%	87,508,090.04	10.66%	-0.94%	钢银电商向客户收取的货款保证金增加
递延收益	34,307,217.18	2.17%	20,349,395.73	2.48%	-0.31%	公司收到的政府补助形成的递延收益增加

3) 以公允价值计量的资产和负债

适用 不适用

(4) 公司竞争能力重大变化分析

适用 不适用

(5) 投资状况分析

1) 对外投资情况

适用 不适用

对外投资情况						
报告期投资额（元）		上年同期投资额（元）		变动幅度		
272,810,000.00		20,400,000.00		1,237.30%		
被投资公司情况						
公司名称	主要业务	上市公司占被投资公司权益比例	资金来源	合作方	本期投资盈亏（元）	是否涉诉
上海钢银电子商务有限公司	钢铁电商业务	44.21%	自有资金与募集资金	上海兴业投资发展有限公司、上海贝领投资管理中心（有限合伙）等		否
上海钢联宝网络科技有限公司	第三方支付业务（拟）*	90.20%**	自有资金	西藏兴业投资管理有限公司		否
上海钢联物联网有限公司	大宗商品仓库的租赁管理	10.00%	自有资金	上海星商投资有限公司		否
上海金意电子商务有限公司	煤炭电商业务	49.00%	自有资金	淮北矿业股份有限公司		否

*上海钢联宝网络科技有限公司尚须取得《支付业务许可证》方可开展第三方支付业务，目前钢联宝正在申请相关资质。

**公司直接持有上海钢联宝网络科技有限公司 60.80%的股权，通过控股子公司上海钢银电子商务有限公司间接持有钢联宝 29.40%的股权。

2) 募集资金使用情况

适用 不适用

1. 募集资金总体使用情况

适用 不适用

单位：万元

募集资金总额	23,000
报告期投入募集资金总额	9,532.69
已累计投入募集资金总额	20,330.63
报告期内变更用途的募集资金总额	8,935.74
累计变更用途的募集资金总额	8,935.74
累计变更用途的募集资金总额比例	38.85%
募集资金总体使用情况说明	
<p>根据中国证券监督管理委员会于 2011 年 5 月 18 日签发的证监许可[2011]734 号文《关于上海钢联电子商务股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的批复》，上海钢联电子商务股份有限公司(以下简称“本公司”)获准向社会公开发行人民币普通股 1,000 万股，每股发行价格为人民币 23.00 元，股款以人民币缴足，计人民币 230,000,000.00 元，扣除承销及保荐费用、发行登记费以及其他交易费用共计人民币 34,472,434.00 元后，净募集资金共计人民币 195,527,566.00 元，上述资金于 2011 年 6 月 2 日到位，业经中瑞岳华会计师事务所验证并出具中瑞岳华验字[2011]第 107 号验资报告。</p> <p>2014 年度，本公司对募集资金投资项目投入募集资金总额 9,532.69 万元，已累计投入募集资金总额 20,330.63 万元。截至 2014 年 12 月 31 日，募集资金专用账户余额为 0.50 万元（含 2014 年度银行利息收入扣除手续费后净额 58.16 万元）。</p> <p>公司募集资金的管理、使用及运作程序符合《上市公司募集资金管理办法》、《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》和公司《募集资金管理制度》的规定，募集资金的实际使用合法、合规，未发现违反法律、法规及损害股东利益的行为。</p>	

2.募集资金承诺项目情况

√ 适用 □ 不适用

单位：万元

承诺投资项目和超募资金投向	是否已变更项目(含部分变更)	募集资金承诺投资总额	调整后投资总额(1)	本报告期投入金额	截至期末累计投入金额(2)	截至期末投资进度(3) = (2)/(1)	项目达到预定可使用状态日期	本报告期实现的效益	截止报告期末累计实现的效益	是否达到预计效益	项目可行性是否发生重大变化
承诺投资项目											
“我的钢铁网综合平台升级”项目	是	7,005	1,814.37	428.2	1,814.37	100.00%					是
“Mysteel 大宗商品研究院”项目	是	4,964	1,823.53	166.59	1,823.53	100.00%					是
承诺投资项目小计	--	11,969	3,637.9	594.79	3,637.9	--	--			--	--
超募资金投向											
上海大宗商品电子商务项目	否	7,583.76	7,583.76	2.27	7,757.09	102.29%	2013 年 10 月 31	2,193.51	2,193.51	是	否

							日				
超募资金投向小计	--	7,583.76	7,583.76	2.27	7,757.09	--	--	2,193.51	2,193.51	--	--
合计	--	19,552.76	11,221.66	597.06	11,394.99	--	--	2,193.51	2,193.51	--	--
未达到计划进度或预计收益的情况和原因（分具体项目）	不适用										
项目可行性发生重大变化的情况说明	<p>公司认为大宗商品市场环境正在发生变化，大宗商品正由卖方市场逐步转变为买方市场，大宗商品的流通领域进入了产业转型与变革的关键时期，给公司建立大宗商品电子商务体系带来了战略性的机会。随着产业链环境的不断变迁，大宗商品交易平台对于公司的战略地位正在不断提高。目前，公司正在着力打造围绕交易全流程的服务体系，推动在线交易与产业链服务的融合发展。公司决定终止“我的钢铁网综合平台升级”项目与“Mysteel 大宗商品研究院”项目，将剩余的募集资金全部用于“钢银钢铁现货网上交易平台项目（一期）”。</p>										
超募资金的金额、用途及使用进展情况	<p>适用</p> <p>公司超募资金为 7,583.76 万元，根据公司首次公开发行股票并在创业板上市《招股说明书》中披露的募集资金用途，超募资金用于与主营业务相关的营业资金项目。2011 年 11 月 10 日公司第二届董事会第八次会议及公司第二届监事会第五次会议分别审议通过了《关于公司使用全部超募资金用于上海大宗商品电子商务项目建设的议案》，公司 2011 年 11 月 28 日第五次临时股东大会审议通过了该议案，同意该超募资金使用计划。截止 2014 年 12 月 31 日，该项目已完成，超募资金账户已于 2014 年 9 月注销。</p>										
募集资金投资项目实施地点变更情况	<p>适用</p> <p>以前年度发生</p> <p>根据 2012 年 12 月 5 日第二届董事会第十六次会议审议通过的《关于变更部分募集资金投资项目实施地点的议案》，本公司将募投项目“我的钢铁网综合平台升级项目”及“Mysteel 大宗商品研究院项目”的实施地点由“上海市宝山区友谊路 1588 弄 1 号楼”变更为“上海市宝山区园丰路 68 号”。截止至 2014 年，本公司已完成了以上募投项目的实施地点变更。</p>										
募集资金投资项目实施方式调整情况	<p>适用</p> <p>以前年度发生</p> <p>2013 年 8 月 22 日，本公司第二届董事会第二十一次会议审议通过了《关于调整部分募投项目投资进度的议案》，同意本公司将募集资金投资项目“我的钢铁网综合平台升级”项目及“Mysteel 大宗商品研究院”项目的完成时间调整至 2016 年 6 月 30 日。</p>										
募集资金投资项目先期投入及置换情况	<p>适用</p> <p>募集资金实际到位之前，本公司募集资金项目已利用自筹资金先行投入。截止 2011 年 6 月 30 日，公司以自筹资金 936.15 万元预先投入募投项目，中瑞岳华会计师事务所就募集资金投资项目的预先投入情况进行了核验，并于 2011 年 10 月 27 日出具了中瑞岳华专审字[2011]第 2287 号《关于上海钢联电子商务股份有限公司以自筹资金预先投入募集资金投资情况报告的鉴证报告》。经 2011 年 11 月 10 日公司第二届董事会第八次会议及第二届监事会第五次会议分别审议通过了《关于公司以募集资金置换预先已投入募投项目的自筹资金的议案》，同意公司使用募集资金中的 936.15 万元置换</p>										

	预先投入募集资金项目的自筹资金。本公司于 2011 年 11 月 10 日在中国证监会指定创业板信息披露网站进行了公告。公告编号：2011-024。
用闲置募集资金暂时补充流动资金情况	适用 公司于 2014 年 1 月 10 日召开第二届董事会第二十七次会议、第二届监事会第二十次会议，审议通过了《关于以部分闲置募集资金暂时补充流动资金的议案》，该议案经 2014 年 1 月 27 日召开的 2014 年第一次临时股东大会审议通过，同意公司继续使用部分闲置募集资金人民币 5,000.00 万元暂时补充流动资金，使用期限为自股东大会审议通过之日起不超过 6 个月。公司已于 2014 年 5 月 22 日将上述资金全部归还至募集资金专户。
项目实施出现募集资金结余的金额及原因	不适用
尚未使用的募集资金用途及去向	已使用完毕
募集资金使用及披露中存在的问题或其他情况	不适用

3.募集资金变更项目情况

√ 适用 □ 不适用

单位：万元

变更后的项目	对应的原承诺项目	变更后项目拟投入募集资金总额(1)	本报告期实际投入金额	截至期末实际累计投入金额(2)	截至期末投资进度(3)=(2)/(1)	项目达到预定可使用状态日期	本报告期实现的效益	是否达到预计效益	变更后的项目可行性是否发生重大变化
钢银钢铁现货网上交易平台项目（一期）	“我的钢铁网综合平台升级”项目、“Mysteel 大宗商品研究院”项目	8,935.74	8,935.64	8,935.64	100.00%	2014 年 08 月 31 日	449.38		否
合计	--	8,935.74	8,935.64	8,935.64	--	--	449.38	--	--
变更原因、决策程序及信息披露情况说明(分具体项目)	本公司经 2014 年 5 月 13 日第二届董事会第三十一次会议和 2014 年 5 月 29 日 2014 年第三次临时股东大会审议通过，为了配合公司的战略转型，抓住 B2B 电子商务的重大发展机遇，公司决定终止“Mysteel 大宗商品研究院”项目和“我的钢铁网综合平台升级”项目，将剩余募集资金全部用于“钢银钢铁现货网上交易平台项目（一期）”。本公司于 2014 年 5 月 13 日在中国证监会指定创业板信息披露网站进行了公告。公告编号：2014-040。								
未达到计划进度或预计收益的情况和原因(分具体项目)	由于该项目持续时间未满足一年，尚无法进行收益对比。								

变更后的项目可行性发生重大变化的情况说明	不适用
----------------------	-----

3) 非募集资金投资的重大项目情况

√ 适用 □ 不适用

单位：万元

项目名称	计划投资总额	本报告期投入金额	截至报告期末累计实际投入金额	项目进度	截止报告期末累计实现的收益	披露日期(如有)	披露索引(如有)
上海大宗商品电子商务项目(一期)	22,339.6	804.02	22,131.99	99.07%	2,193.51		
合计	22,339.6	804.02	22,131.99	--	2,193.51	--	--

4) 持有其他上市公司股权情况

□ 适用 √ 不适用

5) 持有金融企业股权情况

□ 适用 √ 不适用

公司报告期未持有金融企业股权。

6) 买卖其他上市公司股份的情况

□ 适用 √ 不适用

7) 以公允价值计量的金融资产

□ 适用 √ 不适用

(6) 主要控股参股公司分析

√ 适用 □ 不适用

主要子公司、参股公司情况

单位：元

公司名称	公司类型	所处行业	主要产品或服务	注册资本	总资产	净资产	营业收入	营业利润	净利润
上海钢银电子商务有限公司	子公司	电子商务	电子商务服务	476,140,000.00	1,157,449,749.31	711,473,744.59	7,368,037,877.83	-24,040,251.47	-17,925,435.02
上海钢联宝网络科技有限公司	子公司	第三方支付业务(拟)	第三方支付业务(拟)	100,000,000.00	98,719,582.94	98,719,582.94	0.00	-1,280,417.06	-1,280,417.06
北京钢联麦迪电子	子公司	信息服务业	信息服务	500,000.00	12,219,744.03	7,287,465.37	12,652,929.88	1,732,015.98	1,292,815.40

商务有限公司									
无锡钢联电子商务有限公司	子公司	信息服务业	信息服务	2,000,000.00	527,628.28	-2,440,022.13	2,477,973.13	1,848,158.71	1,848,158.71
上海钢联资讯科技有限公司	子公司	信息服务业	信息服务	5,000,000.00	5,482,859.00	5,090,270.03	15,746,910.92	198,935.95	49,133.37
上海金意电子商务有限公司	参股公司	电子商务	电子商务服务	20,000,000.00	45,224,494.57	18,856,480.99	150,480,526.85	17,020.67	17,031.88
上海领建网络有限公司	参股公司	信息服务业	信息服务	10,000,000.00	6,926,234.71	6,583,544.89	1,283,571.86	-2,502,514.33	-2,502,514.07

主要子公司、参股公司情况说明

控股子公司钢银电商于报告期内推出了钢材超市（寄售模式），寄售模式的交易额计入公司营业收入，寄售模式自推出以来发展迅速，导致钢银电商营业收入出现了大幅上升。报告期内钢银电商加大了对钢银平台的投入，导致钢银电商的各项费用出现大幅上升。

控股子公司上海钢银电子商务有限公司于报告期内完成了三次增资，进一步充实了资金实力，导致报告期末的总资产、净资产发生大幅上升。

上海钢联宝网络科技有限公司尚须取得《支付业务许可证》方可开展第三方支付业务，目前钢联宝正在申请相关资质。

报告期内取得和处置子公司的情况

适用 不适用

公司名称	报告期内取得和处置子公司目的	报告期内取得和处置子公司方式	对整体生产和业绩的影响
上海钢联宝网络科技有限公司	计划开展第三方支付业务，完善交易闭环	设立	钢联宝正在申请相关资质，尚未开展业务

(7) 公司控制的特殊目的主体情况

适用 不适用

二、公司未来发展的展望

(一) 行业格局和趋势

随着中国经济的发展速度由高速向中速过渡，几乎各行各业都出现了产能过剩，以原材料为主体的大宗商品正由卖方市场向买方市场转变。随之而来的是大宗商品生产流通领域利润空间的不断收窄，已经严重压缩了产业链各个环节的盈利空间。因此，生产企业、流通企业开始更为关注降本增效。在大宗商品贸易中，除了显性成本，交易的各项隐性成本才是推高交易成本的主要原因，即货物周转率、仓储次数、运输距离、融资成本等。未来，隐性成本的高低将是决定企业竞争力的主要因素。

目前我国每年的粗钢产量约8亿吨，原煤产量约37亿吨，10种有色金属产量超4,000万吨。除了巨大的生产量，大宗商品还存在流通环节冗长的特点，传统流通模式下要经过多个层级才能流通完毕，也由此造就了巨大的流通市场和一批庞大的大宗商品流通企业队伍。

大宗商品行业环境的重大变化带来了电子商务平台的发展机遇。生产企业、各种类型的流通企业、终端用户都显现出向电商平台靠拢的趋势。与B2C电子商务的蓬勃发展形成对比，过去B2B电子商务仍处在以商情服务为主的发展初期。以钢铁、煤炭、矿石、有色金属为代表的大宗商品具有标准化程度高的特点，将有望成为率先走到线上销售的B2B交易品种。

2014年度，钢银平台的电商模式经过前期市场的检验后开始趋于成熟，呈现出显著的高成长性，在线交易市场份额快速上升。此外，公司的钢铁电商生态体系初具规模，线上线下服务体系联动发展的效果初步体现，为大宗商品产业互联网的发展探索出了一条创新之路，继续引领了钢铁电商行业的发展趋势。

（二）公司发展战略

公司的发展战略是建设大宗商品电子商务生态体系，在线上交易端大力发展钢银平台，同时建设集合支付结算、仓储、物流、数据、金融服务的服务体系，并致力于推动各个平台的无缝对接、通融发展，最终形成包括信息流、物流、资金流在内的完整交易闭环，让大宗商品交易更安全、更便捷、更高效。

图4-4 上海钢联大宗商品电商生态体系示意图



（三）2015年经营计划

2015年，公司计划继续提升钢银平台的市场占有率，并进一步完善电商生态体系的建设，具体计划如下：

1、钢银平台在流量导入期继续坚持交易免费的策略，将公司积累的海量资讯会员向交易平台引流，持续扩充交易服务能力，培育用户在线交易的习惯，买家用户继续向次终端用户及终端用户下沉，获取更高的在线交易市场占有率。

2、继续升级研发钢银平台，通过信息技术建立供应商的信用评级、供应商的价格自动调整、动态清算、用户自主营销、买家行为分析等功能，简化交易，让交易更为高效，提升用户的使用体验。同时，不断升级完善移动端APP，满足移动交易的需求。

3、建设电商区域分中心项目，深入扎根各大区域市场，凭借贴近市场的优势，更好地维护与当地钢厂、钢贸商及终端用户之间的关系，更好地对接区域内的云仓储、物流、融资服务合作伙伴，提供交易整体解决方案。

4、继续建设支付结算、仓储物流、数据挖掘、金融服务的生态体系，并加强各个平台的无缝对接，协同运作。

5、进行电商平台品种的横向扩张，发展铁矿石电商平台。

6、推进再融资计划，优化公司资本结构，提高公司抗风险能力，提高市场竞争力和可持续发展能力。

（四）可能面对的风险

公司要实施以上经营计划，可能面临以下风险或不确定性：

1、宏观经济的风险

公司服务于大宗商品全产业链，受国家宏观经济状况、对经济总体状况的预期等因素的影响较大。2015年受国内宏观经济调控与大宗商品行业环境影响，公司经营可能继续面临较大的压力。

2、电子商务行业规范缺失的风险

电子商务在全世界范围内的蓬勃发展，为中国企业带来了机遇，同时也面临着挑战。我国企业的信息化程度没有欧美国家高，社会应用整体水平较低；中国的电子商务尚未形成成熟的法律体系和统一的标准、尚未形成高效的物流配送体系、尚未建立完善的社会信用体系。

3、系统数据的安全风险

公司自主运营的互联网网站是公司为会员客户提供信息服务、网页链接服务、电子商务服务的主要平台，公司必须保证计算机系统的稳定和数据的安全以确保日常经营的顺利进行。

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，但如果出现设备故障、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，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，给公司的正常运作造成较大的损失。

4、平台用户的信用风险

随着社会的发展进步，我国的法律体系正在逐步健全，但是因网络信息本身的虚拟性和流动性，许多企业信息的真实性和安全性难以保障，许多企业内部控制制度仍不健全，尚缺乏有效的法律保障和奖惩机制对行业的信用体系进行规范和监督。

三、董事会、监事会对会计师事务所本报告期“非标准审计报告”的说明

适用 不适用

四、董事会关于报告期会计政策、会计估计变更或重要前期差错更正的说明

适用 不适用

1.会计政策变更

本公司已执行财政部于 2014 年颁布的下列新的及修订的企业会计准则：

《企业会计准则——基本准则》（修订）、

《企业会计准则第 2 号——长期股权投资》（修订）、

《企业会计准则第 9 号——职工薪酬》（修订）、
《企业会计准则第 30 号——财务报表列报》（修订）、
《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》（修订）、
《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》（修订）、
《企业会计准则第 39 号——公允价值计量》、
《企业会计准则第 40 号——合营安排》、
《企业会计准则第 41 号——在其他主体中权益的披露》。

执行《企业会计准则第 2 号——长期股权投资（2014 年修订）》之前，本公司对被投资单位不具有共同控制或重大影响，并且在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的股权投资，作为长期股权投资并采用成本法进行核算。执行《企业会计准则第 2 号——长期股权投资（2014 年修订）》后，本公司将对被投资单位不具有共同控制或重大影响，并且在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的股权投资作为可供出售金融资产核算。本公司采用追溯调整法对上述会计政策变更进行会计处理。

本公司执行上述企业会计准则的主要影响如下：

单位：元

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目名称	2014年度	2013年度
根据财政部2014年修订的《企业会计准则第2号-长期股权投资》	长期股权投资	-24,000,000.00	-14,000,000.00
	可供出售金融资产	24,000,000.00	14,000,000.00

本报告期公司除上述会计政策变更之外，其他主要会计政策未发生变更。

2. 本公司 2014 年度无应披露的会计估计变更。
3. 本公司 2014 年度无重要前期差错更正。

五、公司利润分配及分红派息情况

报告期内利润分配政策特别是现金分红政策的制定、执行或调整情况

√ 适用 □ 不适用

报告期内，根据《创业板上市公司证券发行管理暂行办法》、《上市公司章程指引（2014 年修订）》、《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》的有关规定，及公司经营发展需要，为完善公司利润分配政策，增强利润分配透明度，公司对现行利润分配政策进行调整并相应地修改《公司章程》。公司于2014年9月5日和2014年9月22日召开第三届董事会第四次会议和2014年第五次临时股东大会，对《公司章程》中的利润分配政策进行了修改。

现金分红政策的专项说明	
是否符合公司章程的规定或股东大会决议的要求：	是
分红标准和比例是否明确和清晰：	是
相关的决策程序和机制是否完备：	是
独立董事是否履职尽责并发挥了应有的作用：	是
中小股东是否有充分表达意见和诉求的机会，其合法权益是否得到了充分保护：	是
现金分红政策进行调整或变更的，条件及程序是否合规、透明：	是

公司报告期利润分配预案及资本公积金转增股本预案与公司章程和分红管理办法等的相关规定一致

是 否 不适用

公司报告期利润分配预案及资本公积金转增股本预案符合公司章程等的相关规定。

本年度利润分配及资本公积金转增股本预案

每 10 股送红股数（股）	0
每 10 股派息数（元）（含税）	0.20
每 10 股转增数（股）	0
分配预案的股本基数（股）	156,000,000
现金分红总额（元）（含税）	3,120,000.00
可分配利润（元）	107,968,232.14
现金分红占利润分配总额的比例	100.00%
本次现金分红情况	
公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%	
利润分配或资本公积金转增预案的详细情况说明	
以总股本 156,000,000 股为基数，向全体股东每 10 股派 0.2 元人民币现金（含税），不送红股，不以资本公积金转增股本。	

公司近 3 年（含报告期）的利润分配方案及资本公积金转增股本方案情况

（一）2014 年利润分配预案

公司于 2015 年 2 月 27 日召开第三届董事会第十二次会议，审议通过了公司 2014 年度利润分配及资本公积金转增股份预案，以总股本 156,000,000 股为基数，向全体股东每 10 股派 0.2 元人民币现金（含税）股，不送红股，不以资本公积金转增股本。该利润分配预案符合《公司章程》中的利润分配政策。

（二）2013 年利润分配及公积金转增股本方案

公司于 2014 年 4 月 17 日召开第二届董事会第二十九次会议，于 2014 年 5 月 20 日召开 2013 年度股东大会，审议通过了公司 2013 年度利润分配及资本公积金转增股份方案，以总股本

120,000,000股为基数，向全体股东每10股派0.5元人民币现金（含税）；同时，以资本公积金向全体股东每10股转增3股。该利润分配预案符合《公司章程》中的利润分配政策。

（三）2012年利润分配及公积金转增股本方案

公司于2013年4月11日召开第二届董事会第十八次会议，于2013年5月8日召开2012年度股东大会，审议通过了公司2012年度利润分配及资本公积金转增股本方案，以总股本80,000,000股为基数，向全体股东每10股送红股2股，派0.5元人民币现金（含税）；同时，以资本公积金向全体股东每10股转增3股。该利润分配预案符合《公司章程》中的利润分配政策。

公司近三年现金分红情况表

单位：元

分红年度	现金分红金额（含税）	分红年度合并报表中归属于上市公司普通股股东的净利润	占合并报表中归属于上市公司普通股股东的净利润的比率
2014年	3,120,000.00	18,775,724.65	16.62%
2013年	6,000,000.00	21,590,786.44	27.79%
2012年	4,000,000.00	35,261,136.74	11.34%

公司报告期内盈利且母公司未分配利润为正但未提出现金红利分配预案

适用 不适用

六、内幕信息知情人管理制度的建立和执行情况

（一）内幕信息知情人登记管理制度的建立情况

公司自在深圳证券交易所创业板上市以来，非常注重公司治理水平的不断提高和完善，尤其是内幕交易防控工作。现行与内幕交易防控相关的制度主要包括：《公司章程》、《董事、监事和高级管理人员持有公司股份变动管理的规定》、《信息披露制度》、《投资者关系管理制度》、《重大事项通报制度》、《内幕信息知情人登记管理制度》、《年报信息披露重大差错责任追究制度》等信息管理及证券事务制度。

为进一步规范公司内幕信息管理行为，加强内幕信息保密工作，维护公司信息披露的公开、公平、公正原则，根据《公司法》、《证券法》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》及有关法律、法规和《公司章程》的相关规定，公司已建立了《内幕信息知情人登记管理制度》。作为内幕交易防控的专项制度文件，该制度明确界定了内幕信息和内幕信息知情人的范围，完善了内幕信息事项的研究、

决策和审批程序，健全了内幕信息的保密措施，建立了内幕信息知情人登记管理措施等。

（二）内幕信息知情人登记管理制度的执行情况

1、定期报告披露期间的信息保密工作

报告期内，公司严格执行内幕信息保密制度，严格规范信息传递流程，在定期报告披露期间，对于未公开信息，公司证券部都会严格控制知情人范围并组织相关内幕信息知情人填写《内幕信息知情人登记表》，如实、完整记录上述信息在公开前的所有内幕信息知情人名单，以及知情人知悉内幕信息的时间。经公司证券部核实无误后，按照相关法规规定在向深圳证券交易所和上海证监局报送定期报告相关资料的同时报备内幕信息知情人登记情况。

2、投资者调研期间的信息保密工作

在定期报告及重大事项披露期间，公司尽量避免接待投资者的调研，努力做好定期报告及重大事项披露期间的信息保密工作。在日常接待投资者调研时，公司证券部负责履行相关的信息保密工作程序。在进行调研前，先对调研人员的个人信息进行备案，同时要求签署投资者（机构）调研承诺函。在调研过程中，证券部人员认真做好相关会议记录，并按照相关法规规定在深交所互动易网站进行披露《投资者关系活动记录表》。

（三）报告期内自查内幕信息知情人涉嫌内幕交易以及监管部门的查处和整改情况

报告期内，公司董事、监事及高级管理人员和其他相关知情人严格遵守了《内幕信息知情人登记管理制度》，未发现有内幕信息知情人利用内幕信息买卖本公司股份的情况。报告期内公司也未发生受到监管部门查处和整改的情形。

七、报告期内接待调研、沟通、采访等活动登记表

√ 适用 □ 不适用

接待时间	接待地点	接待方式	接待对象类型	接待对象	谈论的主要内容及提供的资料
2014年01月14日	公司	实地调研	机构	兴业证券	本次调研主要讨论了钢银平台运作情况以及优势、公司对于电商线下服务体系建设的思路。
2014年01月15日	公司	实地调研	机构	华安基金 国海证券 湘财证券 华商基金 华富基金 博时基金 西部证券 华夏基金 向华证券 尚雅投资 兵工财务 泰信基金 浙商资管 IDG 资本 中欧基金 华安基金	本次调研主要讨论了钢银平台的电商模式、优势、发展情况等。
2014年01月16日	公司	实地调研	机构	富邦投信 UBS 南方基金 华夏基金 农银汇理 SUC 中国基金 瑞银证券	本次调研主要讨论了在线交易、仓储的布局思路、运营模式、发展情

				汇丰晋信	况等。
2014年03月06日	公司	实地调研	机构	银华基金 上海佳友投资 长江证券 上海富实投资 中山证券 东方证券 浙商资管 国信证券 华宝兴业基金 平安资产 广发证券 兴业全球资金 长城基金	本次调研主要讨论了钢银平台运营情况、未来发展方向、物联网公司对仓储监管的模式等。
2014年03月07日	公司	实地调研	机构	华夏基金 国金证券 国泰君安证券 航天证券 南方基金 国泰基金 上投 摩根 莫尼塔(上海)投资 海富通基金	本次调研主要讨论了钢银平台的运营情况、未来增长机会、未来发展方向等。
2014年03月13日	公司	实地调研	机构	诺安基金 华商基金 招商证券 吴鼎 投资 骏胜资产	本次调研主要讨论了钢银平台服务的用户群体、交易量增长情况、未来的发展计划等问题。
2014年05月05日	公司	实地调研	机构	国海证券 平安资产 华商基金 浙商 资管 上海金码创业投资合伙企业 和 创资产 齐家(上海)资产管理有限公司 巨杉资产 兴业证券 尚雅投资 信 诚基金 国投瑞银 东北证券 新干线 投资	本次调研主要讨论了大宗商品生态电商体系、钢银平台相比起传统流通模式的差别以及公司的优势。
2014年09月24日	公司	实地调研	机构	上海承川投资 博鸿投资 兴业全球基金 广发基金 民生通惠资产管理 浙 商资管 融通基金 中国环球资管 汇 添富基金 华夏基金 泰信基金 广发 证券 从容投资	本次调研主要讨论了大宗商品电商平台兴起的背景、公司发展大宗商品电商生态体系的思路、线上线下服务体系的建设情况。
2014年10月24日	公司	实地调研	机构	国金证券	本次调研主要讨论了大宗商品电商平台兴起的背景、公司发展大宗商品电商生态体系的思路、线上线下服务体系的建设情况。
2014年10月28日	公司	实地调研	机构	国海证券、广发基金、交银施罗德基金	本次调研主要讨论了大宗商品电商平台兴起的背景、公司发展大宗商品电商生态体系的思路、线上线下服务体系的建设情况。
2014年10月29日	公司	实地调研	机构	汇添富基金 华宝兴业基金	本次调研主要讨论了大宗商品电商平台兴起的背景、公司发展大宗商品电商生态体系的思路、线上线下服务体系的建设情况。
2014年11月06日	公司	实地调研	机构	富达基金	本次调研主要讨论了大宗商品电商平台兴起的背景、公司发展大宗商品电商生态体系的思路、线上线下服务体系的建设情况。
2014年11月	公司	实地调研	机构	莫尼塔 华夏基金 东方基金 嘉实基	本次调研主要讨论了大宗商品电

11 日				金 淡水泉资管	商平台兴起的背景、公司发展大宗商品电商生态体系的思路、线上线下服务体系的 建设情况。
2014 年 11 月 21 日	公司	实地调研	机构	方正证券、珩生资产	本次调研主要讨论了大宗商品电商平台兴起的背景、公司发展大宗商品电商生态体系的思路、线上线下服务体系的 建设情况。
2014 年 11 月 27 日	公司	实地调研	机构	太平洋证券、施罗德投资	本次调研主要讨论了大宗商品电商平台兴起的背景、公司发展大宗商品电商生态体系的思路、线上线下服务体系的 建设情况。
2014 年 12 月 24 日	公司	电话沟通	机构	分析师、投资者	主要就 12 月 24 日收市后公司披露的公告进行说明。

上海钢联电子商务股份有限公司

董事会

二〇一五年二月二十八日