

# 大宗商品供应链金融 O2O 增值服务平台设计

黄明田

(湖州职业技术学院 物流与信息工程学院,浙江 湖州 313000)

**[摘要]**由于大宗大量大额的自然属性,大宗商品供应链普遍存在资金占用大、流通效率低、信息不对称、实时监管难等问题,导致大宗商品供应链金融领域频频爆发严重信贷危机。在深入分析大宗商品供应链特点、现状及问题的基础上,提出引入 O2O 商业模式构建大宗商品供应链金融 O2O 增值服务平台,并从开放性、透明性、封闭性、有机性和自律性等层面分析了其价值共创机制。

**[关键词]**大宗商品;供应链金融;O2O

**[中图分类号]**F724.6;F832

**[文献标识码]**A

**[文章编号]**1005-152X(2020)08-0123-05

## Design of O2O Value-added Service Platform for Bulk Commodity Supply Chain Finance

Huang Mingtian

(School of Logistics & Information Engineering, Huzhou Vocational & Technical College, Huzhou 313000, China)

**Abstract:** Based on an analysis of the characteristic, current status and existing problems of the bulk commodity supply chain, the paper proposed to construct the bulk commodity supply chain finance O2O value-added service platform by introducing in the O2O business mode, and analyzed its value co-creation mechanism from the aspects of openness, transparency, close-endedness, organism and self-discipline, etc.

**Keywords:** bulk commodity; supply chain finance; O2O

## 1 引言

我国是大宗商品消费大国,然而传统大宗商品交易模式下供应链环节冗长、流通效率低,且信息不对称现象严重、“牛鞭效应”问题突出,导致物流成本高、资金占用大、实时监管难,已不应当前的行业发展要求。此外,贸易虚假乱象严重,大宗商品融资问题不容乐观。如何打破传统贸易的信息壁垒,减少供应链节点,缩短流通环节,实现市场集约化,并提高大宗商品供应链融资服务,是大宗商品供应链稳健发展亟待解决的难题。

关于大宗商品供应链的研究,于世宏<sup>[1]</sup>分析了我国钢材供应链的发展现状及存在问题。曹剑涛,等<sup>[2]</sup>分析了我国大宗商品市场发展现状及存在的瓶颈。丁秀英,等<sup>[3]</sup>研究发现,大宗商品价格波动对我国宏

观经济运行有着重大的影响。而关于大宗商品供应链融资,周好文、黎紫丹<sup>[4]</sup>分析了我国大宗商品融资业务存在的问题及原因。梁夏<sup>[5]</sup>认为互联网金融有利于促进大宗商品交易,并分析其作用机理和实现路径。许良<sup>[6]</sup>认为在大宗商品电子交易市场发展物联网金融能够有效解决仓单重复质押、虚假质押、骗贷挪用等问题。

关于 O2O 与大宗商品供应链金融服务平台的研究,刘培亮<sup>[7]</sup>对比分析了国内几大大宗商品融资平台的运行机制。游静,等<sup>[8]</sup>认为,平台系统的生态特性应包括多样性、自组织性、协同性、稳定性等方面。苏婉,等<sup>[9]</sup>运用信息生态理论构建了 O2O 平台-自媒体二元信息生态系统,并发现它有利于提高信息生态系统的整体绩效。包金龙,等<sup>[10]</sup>从服务主导的逻辑视角提出了 O2O 电子商务模式的内涵和价值创造过

**[收稿日期]**2020-07-06

**[基金项目]**浙江省软科学研究计划一般项目(2018C35036)

**[作者简介]**黄明田(1989-),男,江西乐平人,讲师,博士研究生,研究方向:供应链金融。

程模型。王丽平等<sup>[11]</sup>认为O2O商业生态系统能够实现价值共创。

综上所述,本文在深入分析大宗商品供应链特点及其发展中面临的问题基础上,拟将O2O商业模式引入大宗商品供应链金融生态系统,建立大宗商品供应链金融O2O增值服务平台并分析其特性与作用机理。

## 2 大宗商品供应链概述

### 2.1 大宗商品特点

大宗商品是指可以进入流通领域,但非零售环节,拥有商品属性且主要用于工农业生产与消费使用的大批量买卖的物质商品。主要可分为基础原材料、大宗农副产品和能源商品等三大类别,具有代表性的品种有:粮食、大豆、玉米、钢铁、橡胶、矿产品、有色金属、石油等。大宗商品作为重要的生产原材料,由于自身的自然属性,拥有大宗大量大额的特点。

(1)价格波动大。因为大宗商品的供求价格弹性小,所以市场上微小的供需变化就会引起很大幅度的价格变化。此外,大宗商品生产商与中间贸易商之间的合作是一种在互不信任的基础上进行的零和博弈游戏。通常地,生产商在资源、价格等方面占据强势地位,这样就容易导致在市场环境较好的时候,生产商会尽可能地追求自身利润最大化,进而加剧了资源紧张程度;而当市场环境转跌的时候,生产商为继续获得较高的利润水平,便将风险全部转移给中间商,中间商接货后必然杀价抛售。当大宗商品交易变成了投机活动,就助长了大宗商品价格的暴涨暴跌。

(2)供需量大。由于大宗商品是生产制造的基本原材料,往往具有大贸易、大物流的特点。大宗商品交易过程中所涉及的成交量和成交金额都非常巨大。根据长城咨询的调查显示,目前我国已成为大宗商品的主要消费大国,大宗商品的需求量逐年攀升,许多品种的大宗商品需求量已跃居世界第一位。

(3)资金占用大。通常来说,大宗商品交易的业务规模非常大,单笔业务数量以万t计,投入金额达

几千万到上亿元人民币。如此庞大的交易量和交易额,造成了大量的资金占用。巨大的运输量和存储量,也使得在途、在库的资金占用巨大。据悉,唐山地区拥有1亿t的钢铁产能,钢铁企业备品备件的库存资金占用达几十亿元。

(4)监管难度大。大宗商品供应链融资的一大瓶颈是货物仓储安全得不到有效保证。由于大宗商品数量大、体积大,往往占据了仓库的大量空间,大大增加了仓库管理人员的巡查、清点等操作难度。同时,目前我国大多仓库设备设施落后,技术条件的不完备加大了大宗商品的监管难度。除此之外,钢贸危机等事件也暴露了当下很多企业信用的缺失,违规操作、以假乱真,使监管问题变得更加棘手。

### 2.2 大宗商品供应链流通模式

大宗商品供应链是指大宗商品流通过程中涉及的原材料供应商、生产厂商、各级代理分销商、零售商以及最终客户等主体节点通过与上下游成员之间商流、物流、资金流、信息流的连接而组成的供需功能网络结构。

目前,我国大宗商品供应链有五大流通模式:一为厂商直供;二是厂商自己组建销售公司或实施网上销售;三是通过经销商(批发、代理、进出口商);四是依托交易市场(主要有上海期货交易所、大连商品交易所、郑州商品交易所等);五是生产与销售企业合作建立配送中心。

通常地,大宗商品供应链都具有鲜明的行业特性<sup>[12]</sup>:最终消费者向经销商处提出采购需求;经销商则在供应链中扮演中间人的角色,即先向生产商采购大批量的大宗商品,在这个过程中订单的品规定义会比较粗略简单且变动较大,生产商的供货周期也会较长;经销商收到货物后,会根据最终客户的具体需求进行小批量供货,供货周期较短。为了满足最终客户个性化需求和生产商对订货批量的要求,经销商成为了大宗商品供应链内巨大的库存和资金的缓冲池。

### 2.3 大宗商品供应链的特点

(1)供应链环节冗长。大宗商品供应链从源头的生产商开始,要经过各级经销商,才能到达最终的

消费者。经销商在厂商与客户间扮演层层推进的中间商角色。它们以赚取中间差额为生,低价买进、加价卖出,一般拥有大量的存货。供应链环节的冗长,使得大宗商品从厂商到用户的时间长、物流成本与交易费用高。

(2)牛鞭效应问题突出。大宗商品供应链管理中最重要的一个问题就是“牛鞭效应”。它的出现归因于信息不对称,使得需求信息的扭曲放大。大宗商品供应链的这种不确定性来源于供应链上各个环节,如供应商、制造商、分销商和终端客户等所有成员,信息总是沿着节点逐级传播、放大。另一方面,许多中间商、代理商为了避免缺货而提高库存、为了追求规模效益而批量采购、为了占有市场而库满仓满或错误判断未来需求趋势而大肆囤货。这种线性结构使得信息渠道狭窄、信息传播不对称,极大地阻碍了信息的有效传播与获取,使得“牛鞭效应”愈演愈烈。

(3)资源分散,集中度低。大宗商品供应链上存在许多的生厂商与经销商,它们普遍存在经营规模小、经营分散、流通集中度低、专业化经营不够等问题。以钢贸业为例,据统计全国各类钢材贸易商约有20万家,而年销售能力在1 000万t的企业少见,在500万t的只有3-4家,在150万t的就成了区域的大经销商了,绝大多数企业的钢材销售量都在10万t以下。

### 3 大宗商品供应链金融市场发展中的问题

从2012年初以上海、无锡为代表的长三角地区钢贸信贷危机到2014年初以乐从为代表的华南钢贸危机爆发,再到2014年6月青岛港融资骗贷案以及2018年以来的广东纸浆事件发生,集中反映了大宗商品供应链金融市场存在着重复质押、虚假质押、骗贷挪用等巨大的交易风险。其主要原因是:

(1)流通效率低,物流成本高。目前,传统的流通方式在我国的大宗商品交易中仍占主导地位,流通环节多、效率低、物流成本高。许多贸易商依靠赚取批零差价、地区差价、时间差价生存,使得大宗商品从生产到终端用户的流通渠道过于冗长,往往要

经过供应商、经销商、代理商、批发商、零售商等诸多环节。流通环节的层层加注,不仅带来时间成本与物流成本的双增长,而且直接导致大宗商品的流动性降低和社会综合库存的居高不下。流通效率低、社会库存高、资金占压严重一直是困扰我国大宗商品交易持续健康发展的顽症。

(2)信息化程度低,信息严重不对称。传统大宗商品交易过程中普遍存在着信息化程度低、市场价格形成机制不健全、买卖双方信息不透明不对称等问题,降低了市场效率,导致大宗商品供应链上下游企业不能及时了解行业状态,对商品生产与销售做出错误决策,并使得社会交易总成本增加,丧失市场原有的活力与动力,市场资源配置的决定作用难以得到有效发挥。

(3)虚假贸易层出,贸易融资风险大。大宗商品交易市场进出门槛较低,风险承担与其经营规模明显不匹配,为了片面追求交易规模与业绩增长,突破合规、刀口舔血,进行虚假贸易、重复质押、关联交易等严重违规操作和过度炒作。据不完全统计,上海浦东新区法院2014年第一季度受理钢贸类贷款纠纷就达1 051件,涉钢贸类贷款达114亿元。市场服务环节、信用评级、资金管理、风险预警等缺乏,导致市场风险重重,严重制约了大宗商品市场的正常运行与金融健康发展。

## 4 服务于大宗商品供应链金融创新的O2O平台设计

O2O是一种能够实现线下经济活动与线上互联网相结合的商业模式。构建O2O平台可以将线上线下一空间连接起来,实现商业生态系统的价值共创。基于大宗商品供应链金融的特点、现状及存在问题的分析,本文提出构建服务于大宗商品供应链金融创新的O2O增值平台,通过基于完全共享和及时传递的信息链建立起实现物流、信息流、单证流、资金流和贸易流等“五流”整合一体的大宗商品交易生态系统<sup>[13-14]</sup>,如图1所示。

大宗商品供应链金融O2O增值服务平台,是专门从事大宗商品贸易及相关供应链金融配套增值服务的O2O平台,它通过整合上游大宗商品生产商,为



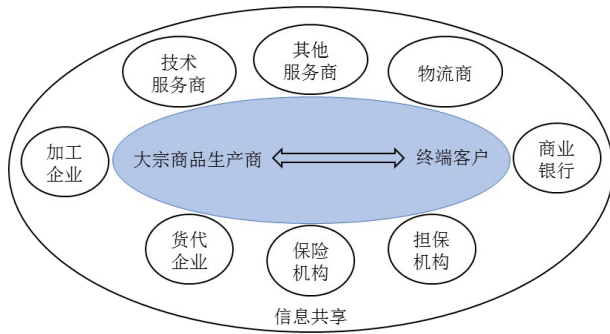


图1 大宗商品供应链金融O2O增值服务平台生态系统

大宗商品需求企业提供全面、准确的信息服务,并提供物流、代理、信息技术与供应链融资等一系列增值服务,通过线上交易(下单、支付、清算等)与线下交割(物流、仓储、融资等)为供应商和需求方之间提供一站式供应链解决方案。

大宗商品供应链金融O2O增值服务平台具有开放性、透明性、封闭性、有机性和自律性等五大特征,最终实现大宗商品交易标准化、物流一体化、融资平台化、监管全程化,如图2所示。

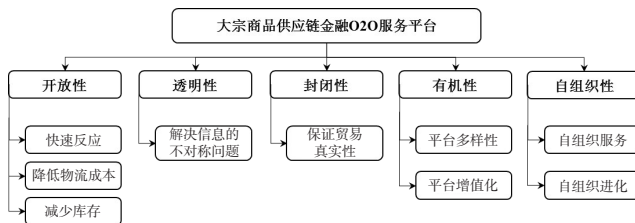


图2 大宗商品供应链金融O2O增值服务平台特性与作用

#### 4.1 开放性缩短大宗商品供应链流通环节

大宗商品供应链金融O2O平台的开放性实现了大宗商品供应链的扁平化与去层级化,使得大宗商品需求方和生产商可以直接对接,省去了传统流通模式下大量的中间商、代理商等环节,把传统的“串联式”大宗商品供应链改为“并联式”,有效地拓展了业务渠道,缩短了多级中间商间货物的装卸、运输、存储等交易链条,使交易不再受制于时间与空间,大大降低了社会库存成本、运输成本等,实现了大宗商品供应链的快速响应。

#### 4.2 透明性解决信息不对称问题

大宗商品供应链金融O2O平台把大宗商品供应

链由原来的直线结构变为网络结构,提供了一个透明、公平的交易场所,供需双方沟通渠道畅通,市场透明化程度高,从而大大缓解了因信息不对称对大宗商品市场产生的不良影响,促进商品流通效率的提升。终端消费者可以在平台上直接浏览到各厂商发布的商品品种、价格等信息,在自身完成交易的同时向市场中的其他人发布了真实可信的价格信息。这种交易方式改变了传统交易模式下的信息私密性,加速了信息流、资金流、商流和物流的衔接与互动。

#### 4.3 封闭性保证贸易真实性

大宗商品供应链金融O2O平台的一边是海量规模的用户需求,另一边则是线下提供各类商品或服务的大量实体企业,交易双方实现线上比价、线上下单、线上结算,继而线下进行运输、仓储以及其他衍生服务、增值服务,然后再回归到线上进行评价、交流等反馈活动,形成了一个完整的闭环供应链。

闭环供应链增强了贸易双方以及各关联企业间的联系与互动,促进了交易的连续性,从而增强客户粘性,使得贸易关系向着持续高效的方向演进。

#### 4.4 有机性实现平台增值化

大宗商品供应链金融O2O平台的有机性体现在它的多样化与关联性。多样化是指大宗商品供应链金融O2O平台的参与主体多样,除了大宗商品供应商、客户,还包括商业银行、物流企业、保险机构、担保机构等;关联性是指它们都依附于O2O平台、服务于大宗商品贸易双方,甚至相互合作同属一条价值链。O2O平台的有机性实现了它的增值化,除了为大宗商品贸易双方提供信息、交易、支付等服务,还有一系列配套或衍生服务,如融资、运输、仓储、监管、保险等服务。它们相互补充与合作,为客户提供全面周到的“一站式”综合服务,从而创造平台的高效与稳定,全方位解决客户的需求与问题。

#### 4.5 自组织性促进平台自我修正与完善

大宗商品供应链金融O2O平台的自组织体现在其成员组织在适应外部环境变化和内部竞争时,通过自身努力,与其它成员形成协调共生,并且促使协作结构、机制与功能不断优化,进而实现自我服务、

自我维系和逐渐完善<sup>[5]</sup>。本文将大宗商品供应链金融 O2O 平台的自组织现象分为自组织服务和自组织进化两种主要形式。

自组织服务即 O2O 平台上的各企业由于共同的服务对象与业务需求而相互联合,在产业链上进行合作和服务,甚至结为盟友,实现线上线下的深度融合。如为大宗商品贸易双方提供融资服务的商业银行,会找到合适的第三方物流企业与合作,完成质押物的仓储、监管等活动;或提供保险服务的保险商会找到担保企业进行合作,以降低自己的风险等。

自组织进化又包含两个方面:一是组织系统的不断扩张。随着 O2O 平台的平稳发展与壮大,大宗商品贸易的配套与衍生服务提供商会不断加入,也会有越来越多的潜在需求被挖掘,从而产生更加丰富与便捷的服务,最终使得大宗商品供应链金融 O2O 平台愈发健壮与稳定,向着功能全面、服务周到的良性方向进化。二是组织系统的自我淘汰。由于大宗商品供应链金融 O2O 平台具有开放性、透明性的特点,客户可以自由地选择产品与服务,并拥有充分的发言权、评价权。在一轮一轮的业务往来与竞争中,产品与服务质量差的企业将越来越失去竞争力,直至最终被平台淘汰,只有高质量令客户满意的企业才能持久立于平台不败之地。

## 5 结论与展望

针对传统的大宗商品供应链模式存在的流通环节冗长、信息不对称、物流成本高、资金占用大、实时监管难、贸易虚假乱象等问题,本文提出建立大宗商品供应链金融 O2O 增值服务平台。该平台具有开放性、透明性、封闭性、有机性和自律性等特性,有利于促进大宗商品交易标准化、物流一体化、融资平台

化、监管全程化,最终实现大宗商品生态系统的价值共创。

未来的研究方向将围绕大宗商品供应链金融 O2O 增值服务平台中的各决策者行为网络均衡、服务佣金契约设计、利益协调机制等问题展开。

### 【参考文献】

- [1]于世宏.我国钢材供应链现状与发展策略[J].中国储运,2009,(12):55-57.
- [2]曹剑涛,贺瑛,焦刚.我国大宗商品市场发展瓶颈与对策[J].现代管理科学,2017,(12):120-122.
- [3]丁秀英,周喆,吴建军.大宗商品价格冲击对中国宏观经济波动的影响[J].统计与决策,2017,(21):167-170.
- [4]周好文,黎紫丹.中国商业银行大宗商品融资业务发展研究[J].理论与改革,2014,(2):104-107.
- [5]梁夏.互联网金融促进大宗商品交易作用机理及实现路径[J].商业时代,2015,(15):23-24.
- [6]许良.物联网金融在大宗商品电子交易市场中的应用[J].中国流通经济,2016,30(1):66-71.
- [7]刘培亮.基于供应链金融的大宗商品互联网融资平台运行机制的研究[D].天津:天津财经大学,2016.
- [8]游静,彭丽花.电商生态系统的生态特性研究[J].企业经济,2017,(8):117-124.
- [9]苏婉,李阳春,孙亚丽,等.O2O 平台—自媒体二元信息生态系统的构建研究[J].情报理论与实践,2018,41(2):111-116.
- [10]包金龙,袁勤俭.服务主导逻辑视阈下的 O2O 电商模式及应用研究[J].科技管理研究,2018,38(15):229-233.
- [11]王丽平,李艳.O2O 商业生态系统的价值共创过程模型与机制[J].企业经济,2018,37(4):42-49.
- [12]张群臻.钢铁流通企业及其供应链实践研究—以 A 公司为例[D].厦门:厦门大学,2012.
- [13]李珩迪.打造金融网络化的大宗商品大淘宝平台[EB/OL].<https://finance.sina.com.cn/money/roll/20140725/162119821651.shtml>,2014-07-25.
- [14]王家敏,孟静静.大宗商品电子交易市场对流通方式的创新性分析[J].时代报告,2018,(12):189.
- [15]胡岗岗.平台型电子商务生态系统及其自组织机理研究[D].上海:复旦大学,2010.
- [16]徐蓁.生鲜农产品供应链保鲜投入的演化博弈分析与仿真研究[J].包装工程,2019,40(11):66-71.
- [17]黄敏媛.基于演化博弈的供应链协同产品开发合作机制研究[J].中国管理科学,2010,18(6):155-162.
- [18]姚冠新,何勇,边晓雨.基于演化博弈的新型农产品批发模式构建问题探讨[J].商业经济研究,2016,(17):144-146.
- [19]王宗光,朱炳晓,廖世龙.契约协调下第三方物流企业道德风险研究—以生鲜供应链为例[J].经济与管理,2019,33(2):23-31.
- [20]韩小花,薛声家.竞争的闭环供应链回收渠道的演化博弈决策[J].计算机集成制造系统,2010,(7):1 487-1 493.

### (上接第 98 页)

- [18]姚冠新,何勇,边晓雨.基于演化博弈的新型农产品批发模式构建问题探讨[J].商业经济研究,2016,(17):144-146.
- [19]王宗光,朱炳晓,廖世龙.契约协调下第三方物流企业道德风险研究—以生鲜供应链为例[J].经济与管理,2019,33(2):23-31.