

周末走了几家废品收购厂，看到两个模式在同时运行，一是传统的，即一篮子收购，分类出售。来者不拒，什么样的东西都要，然后一篮子对外再售，即二道贩子型。二是盯着交易价格，对铜、铝、铁、棉、布等根据市场价格相应进行灵活对外报价，以获得价格竞争力，然后再对自己所收产品进行分类再出售，已经有了期现结合的初型。

具体从品种看，纸浆期货、螺纹钢期货、PTA、塑料等期货在基层有很大的影响力，价格信号已经有效传导到较大的贸易商中，表明了我们中国期货价格的巨大影响力和传统贸易模式的升级已经成为高质量发展的必须要件。

在河南的长葛大周，是一个做废品的专业园区，里边的企业类型各种各样，已经基本形成了产供销一条龙的格局，废品的初加工和深加工，伴随着各类型企业入驻活力四显，甚至还发现建有一个电子盘，虽然我在参观的时候处于停盘状态，但可以想象得出价格信号的传导以及交易的效率。

当然，企业家是讲究实际的，在我们参观的几家企业中，有做得大的，也有做得不好的，企业家的认识也有高有低。所以我认为期现价差交易既然是企业做大的核心竞争力之一，在基层与实体的推广要注意以下几点：

一是正确认识。如果熟悉和了解期现价差交易，会发现这其实是目前环境下企业生存的生命线和价值创造之源头。

二是正确定位。如同你打算盘再快也赶不上计算机的瞬间计算一样，目前基层企业市场开发应该抛弃那种拼人气，拼聪明，拼骄诈的做法，建立自己的期现研发团队，或者借助外力，进行商业模式改革，从大处着眼，以促进商品流通、有效降本增效为出发点，全面了解产业链资源、上下游资源情况，以此为核心，产融结合，着眼于一站式服务，真正了解信息价值，形成自己的核心竞争力。

三是建立销售体系。具体来说要避免同质化竞争，以系统性服务和全生命周期为出发点，建立价值唯先、系统方案、高效便捷、协同融合、生态闭环为目标的和适合自身实际的市场开发体系，通过为链上客户提供最有价值的解决方案，实现供应链的综合服务。



