

全国黄金行业 工作交流

2017 第 3 期
(总第 3 期)

中国黄金协会

2017 年 3 月 16 日

【本期要目】

- ◎专家谈黄金：我国现代社会黄金功能定位的演变
- ◎太白公司：思想政治工作在班组建设中焕发活力
- ◎新城金矿：全面构建内部市场化运营模式
- ◎国家珠宝玉石质量监督检验中心：严把市场质量关 推动行业有序发展
- ◎平安银行：“黄金银行”创造不一样的金价值

我国现代社会黄金功能定位的演变

黄金在百亿年前地球形成的初期就是已存在的一种金属，人类发现黄金的历史可以上溯到一万年以前。自被人类发现以后，黄金在不同的历史时期先后被赋予了不同的社会功能。自新中国诞生以来，黄金的社会功能定位就经历了四次变化。

黄金外汇论

1949年至2002年期间，我国实行黄金管制，黄金不能自由交易流通，由人民银行统收统配，而支持这一管理体制的基础理论即是黄金外汇论。为解决国家外汇不足的问题，国家持续加大对黄金工业的支持力度，1985年至1993年甚至将黄金生产上升为国务院直接管理领导的生产事业，由国务院领导担任黄金工作领导小组组长。

黄金商品论

1993年，我国开始启动黄金市场化改革，黄金商品论逐渐取代了黄金外汇论。此次改革打破了“八五”期间黄金政策不做大的调整的工作节奏，首先推进了国内人民币金价与国际美元金价并轨，立即引起了黄金行业管理、经济政策体系、黄金投资体系的连锁性改革。当时我国的现状是商品市场绝大部分已放开，而金融外汇市场仍在管制之中，所以要开放黄金市场，黄金就是商品，而不能再是外汇，因而黄金商品论便应运而生。因此，黄金商品论也成为我国黄金市场化改革的指导理论，当时确立的改革目标是完成黄金交易方式由统收统配向自由交易的转变，而建立的上海黄金交易所

则是一个商品市场（2004 年才开始向金融市场转变），并且黄金商品论也成为了 1993 年以后黄金经济政策调整的理论依据。

黄金无用论

黄金作为商品，虽然在现代高科技中的应用具有独特的地位，并在人类首饰业中独占鳌头，但通常与人类生存的基本需求衣、食、住、行无关。黄金又是一种稀有金属，产量很少，大约是银的十分之一，铜的六千分之一，锌的四千分之一，所以能创造的 GDP 规模不大。2015 年全球黄金产量 3211 吨，为历史之最，但以当年平均金价计算工业总产值仅为 1191.92 亿美元，仅为全球近 40 万亿总产值的万分之三，所占比重很小，不能成为 GDP 增长的拉动主力。因此，黄金商品论为黄金无用论提供了理由。

对黄金认知的不确定性反映了当代人的纠结与忐忑，我们常常听到对黄金的社会功能定位提出的质疑，更有甚者直接否定黄金的社会价值。不可否认，美元霸权表现强势和黄金非货币化的推进为质疑黄金的价值提供了社会土壤，黄金无用论开始在社会不同层面上滋生，已成为影响黄金工业发展的深层原因之一。

黄金是具有金融属性的特殊商品论

在当今黄金非货币化的条件下，黄金虽然不再作为一种货币进行流通，但仍具有重要的金融属性，仍是一种重要的金融资产，它的投资保值功能其他任何一种金融资产都无法比拟。在近十年的黄金交易市场中，99%都是货币流，而在

1%的黄金物流中大约6成是黄金商品性需求，有4成也是金融性需求。因此，在新世纪初黄金商品论被“黄金是具有金融属性的特殊商品”的定义所取代。这一黄金的新定义使我们对黄金市场化改革的认识得到了进一步深化，成为我国黄金金融市场发展的指导理论，使我国黄金市场功能得到了完善。2002年上海黄金交易所开业，人民银行时任行长戴相龙便将上海黄金交易所定位于金融市场，并提出了市场转型的要求。从2004年起，上海黄金交易开始向黄金金融市场转轨变型，上海黄金交易所为此进行了会员结构调整和产品创新。同年，银监会也批准了四大国有商业银行开展面向一般民众的黄金投资业务。从此，中国出现了一个新兴黄金投资市场。

目前，中国黄金产业已成为全球的领导者，已连续十年产量世界第一。黄金是具有金融属性的特殊商品，这一概括是新中国诞生后黄金社会功能定位的第四次调整，为我国黄金工业未来发展提供了理论支撑。（北京黄金经济发展研究中心专家委员会秘书长 刘山恩）

太白公司 思想政治工作在班组建设中焕发活力

面对资源紧缺、矿石品位过低的困难，中国黄金集团太白公司（以下简称太白公司）却保证了年生产黄金1.3吨、各项生产任务都超额完成。太白公司的良好业绩，与其不断探索实践思想政治工作有着密不可分的联系。近年来，太白

公司党委视班组建设为基础管理工作的“重头戏”，将思想政治工作关口前移、重心下移，注重思考和把握新形势下班组思想政治工作的变化规律，使思想政治工作进班组、入岗位、到人头，有效推动企业良好发展。

坚持“大道理”与“小道理”相互补充，抓好班组职工的理想信念教育。理想信念教育既是思想政治工作的重点，也是思想政治工作的难点。太白公司在班组建设中，不仅花大力气极大地调动职工的工作积极性，加强职工“无私奉献，爱岗敬业，为黄金事业贡献一份力量”的“大道理”教育，而且还通过“班组的成长，离不开每位职工的不懈努力”这样的“小道理”，不断增强职工的团队意识和理想信念。

营造班组民主氛围，引导职工主动参与班组管理。太白公司对生产一线的部门设有班务公开栏，将班务公开，甚至将每位职工的工资实额公开，不仅做到公开、公平、公正，还充分发挥了职工群众的监督作用。班务公开的内容包括班组建设的典型经验交流、班组民主参与管理的建议征集，以及公司的班前班后例会内容等，让职工对班组管理献计献策，对存在的问题一吐为快，不仅化解了班组成员间的矛盾，还有利于沟通，促进了感情交流。

加强培训，提升班组管理人员综合素质。黄金矿山生产一线的职工大多为企业周边的农民，班组长自身的综合素质不高，这在很大程度上削弱、抵消了管理者的先进作用。考虑到这些实际问题，太白公司始终将班组长培训作为每年培训工作的重中之重，与三门峡高培中心协商，聘请国内知名

专家现场授课，同时，还选送优秀班组长参加集团内外举办的专业技能竞赛，提高班组长的理论与技能水平。近年来，太白公司将班组建设与安全生产工作相结合，实行“两手抓”模式，组织基层管理人员观看《金牌班长》等安全教育宣传片，进一步增强了班组长的使命感和责任感。

树立典型，充分发挥典型事迹的带头作用。在班组建设中，太白公司以“创先争优”等活动为载体，充分发挥党员先锋模范作用，努力实现“以点带面、协同发展”。每年年中、年末，公司都要评选表彰优秀党员和优秀集体，评选的名额与力度也大大地向基层、一线倾斜。通过荣誉、资金奖励，激励其他职工向优秀党员看齐，形成“比、超、赶、学”的氛围。先进集体则重点奖励红旗班组，对受表彰的班组事迹，加大宣传力度，力争在全公司范围内实现“亮身份、树形象，拼搏进取争先锋”的良好局面。

情感管理，铸造人文关怀“软环境”。要想最大限度地发掘职工的潜能，充分调动其积极性、主动性和创造性，必须尊重和理解职工，真正关心和爱护职工，尽心尽力为职工排忧解难。太白公司大力推行细节管理模式，不仅现场管理实行“细节化”，还将“情感管理”这一抽象的“软管理”理念渗透到职工的生活点滴中，让职工真正感受到了企业大家庭的温暖。太白公司领导班子在工作会上曾明确提醒工程技术人员和管理人员，生产一线的职工生产任务重、工作环境苦，对他们“不能训、不能骂、要从思想上疏导他们的疑虑与困惑，要像亲人一样帮他们解决实际困难”。对于思想

低迷，生活包袱重的职工，公司都及时进行思想开导，使其振作精神，重新投入到火热的生产生活当中。

班组文化建设，为职工生产、生活注入新的活力。自公司推行标准化建设以来，一线各部门努力加强班组文化建设：“班组家园”让职工感受到了“家文化”的温馨，“先锋岗班组”让职工的集体荣誉感显著增强。一系列细致入微的工作，增强了班组主人翁意识，为职工的生产、生活注入了新的活力。

太白公司的班组建设，有利地促进了思想政治工作的“细胞化”建设，使每一个班组职工的思想意识和综合素质得到了提升。同时，思想政治工作的深入开展又加快了班组建设的步伐，为班组管理提供了健康的思想保证，从根本上推进了生产经营工作的持续良好发展。

新城金矿 全面构建内部市场化运营模式

近年来，受资源接续的影响，企业的生产经营受到前所未有的挑战。新城金矿通过模式创新、机制创新，将市场机制引入企业的经营管理中，开启内部市场化探索之路。2014年以来，山东黄金集团新城金矿（以下简称新城金矿）充分发挥市场在资源配置中的基础作用，全力构建具有黄金矿山特色的内部市场化管理模式。

新城金矿内部市场化建设从建立健全市场保障体系，完善要素市场体系入手，建立了“主体明晰、交易顺畅、考核

严格、运行高效”的内部市场结算机制，保证了内部市场化建设工作的有序推进，构建了富有黄金矿山特色的内部市场化“3710”管理模式，即：三级市场主体、七大保障体系、十大要素市场。

明确目标思路，加强顶层设计。确立了以内部市场化为载体，以全面质量管理、全面预算管理、全员绩效管理、全面对标管理、全面风险管理为基础的内部市场化中长期规划，完成了内部市场化改革的总体布局。

加强体系建设，夯实管理基础。按照“3710”管理模式，建立了组织、价格、制度等7个保障体系；完成了物资、电力、资金等8个要素市场；相继出台了《内部市场化管理办法》、定额体系、价格体系、结算体系和资金、物资、电力、计量管理办法等15项基础性、保障性制度。

坚持因岗制宜，构建两级市场。按照“零利润”方案，依据全矿利润、克金结算单价、黄金产量以及各单位成本完成情况结算兑现，在一级市场实现了以“克金结算单价”为主的“独立核算、自负盈亏”模式。针对二级市场运作，总结归纳出“岗位承包、量价结算、指标+管理考核”三种岗位运行模式，形成了“采矿车间、选矿车间、提运车间内部以工作量结算为主，动修车间以工时制结算为主”不同形式的内部市场化结算方式，形成各种定额（价格）25755个。

构建信息平台，实施信息化管理。借助“互联网+企业”思维，设计开发了内部市场化信息管理系统，规范了内部市场化运作流程，保证了结算的统一性和标准化；应用大数据

分析技术，实现了数据的共享、查询、统计、对比、预警及分析，为决策提供了依据；运用微信公众平台，及时传递员工“班清日结”信息，实现信息共享的“零成本、易操作、广受众”。

加强文化引领，营造市场化氛围。充分利用各种媒体，开展理论宣讲、案例讲解、经验介绍，持续营造内部市场化的文化氛围。通过开展知识考试、开辟“内部市场化”专栏、发放《内部市场化知识手册》等形式，有效扩大了宣传效果，营造了舆论氛围，实现了全员观念的转变，使“人人都是经营者，岗位都是利润源”理念成为共识。

随着内部市场化运营模式的深入推进，各级市场主体从思想观念、实际行动到生产经营管控，都发生了深刻的变化，取得了显著成效。

生产经营理念得到根本性转变。从车间到岗位都学会了算大账、算细账、算经济账，注重在资源品位、黄金产量和成本费用之间寻求最佳平衡点，实现稳产量、提品位、降成本、增利润的统一。2015年，在采掘总量同比增加24.12万吨的情况下，材料费同比下降1105.74万元，动力费同比下降176.83万元，克金成本同比下降4.51元/克，增加经济效益1932.87万元；2016年，采掘总量同比增加17.68万吨的情况下，材料费同比下降996.38万元，动力费同比下降593.81万元，克金成本同比下降0.47元/克，增加经济效益1451.83万元。

企业的管控水平显著提升。内部市场化实施后，各单位

之间、上下游工序之间形成平等竞争、相互服务的关系，由自上而下的行政监督管理转变为相互结算、相互监督、主动监督的利益关系，提高了企业的运营管控水平，形成了提质增效的新局面。

员工的积极性明显提高。通过“工资=收入-支出”的结算方式，在收入分配上实现了由“按月领工资”到“自己挣工资”的转变，较好地体现了“多劳多得”的分配原则。员工除岗位主要工作外，还可以通过单项工程或劳务输出提高自己的收入，激发了员工自觉要活干、抢活干的劳动热情。

降本增效得到有力促进。通过市场化理念引导和机制引导，使“降成本就是增工资”成为基层员工的共识，由单纯依靠行政命令降成本上升为员工的自觉行为，有力促进了岗位创效、技术创新、小改小革、修旧利废等工作。

人力资源配置得到优化。通过把各个工作环节量化和细化到岗位价格中，以“量价结算”决定收入高低，形成了“人少收入高、处处求精干”的局面，优化了人力资源配置，提高了劳动生产效率。

创新意识进一步增强。生产车间普遍认识到向管理、向科技要效益，通过业务流程再造不断优化生产组织，通过技术创新不断提高生产效率、降低成本费用。

社会影响力显著提升。新城金矿内部市场化管理的创新与应用，不仅在山东黄金集团内部树立了典范，而且得到了社会各界的支持和关注。截至 2016 年底，集团内外共有 19 个单位来矿学习交流，起到了示范引领作用。集团公司以该

矿为试点，组织编制了《山东黄金集团矿业及相关企业内部市场化运营指导手册》及相关制度模板，在集团内部进行了全面推广。

国家珠宝玉石质量监督检验中心 严把市场质量关 推动行业有序发展

在我国珠宝首饰发展过程中，国家珠宝玉石质量监督检验中心（以下简称 NGTC）通过对珠宝首饰产品质量的监督管理，有效提高产品质量水平和保护消费者的合法权益，为推动我国珠宝首饰市场发展发挥了重要作用。针对珠宝首饰行业现状，NGTC 提出严把市场质量关，共同努力维护市场稳定、规范、健康发展。

一、当前我国珠宝首饰质量现状

根据 NGTC 近年来多次承担相关监测检查抽查结果，目前主流市场的产品质量良好，而边缘市场的产品质量有待提高。主要体现在各大商场主要柜台、主要品牌、主要商品的质量状况良好，一些边缘市场，如城市周边市场、商场内的边角区域、电视购物、网购、小型拍卖等，商品质量的状况不容乐观。

2013-2015 北京-深圳承担监测检查抽查任务统计

实验室	抽检时间	抽样 (件)	合格 (件)	合格率 (%)	不合格 (件)	不合格率 (%)
北京	2013	103	69	66.99	34	33.01
	2014	138	89	64.49	49	35.51

	2015	132	84	63.64	48	36.36
深圳	2013 省抽	394	271	68.78	123	31.22
	2013 市抽	667	570	84.2	97	14.54
合计		1434	1083		351	

珠宝首饰首饰市场监测检查的符合性判断，最重要的依据是产品或商品的标识。NGTC 在市场检查、抽查过程中，发现珠宝首饰均存在贵金属标识错标、漏标、不规范等现象，例如，贵金属首饰主件、配件纯度不足；无印记或印记不全，印记与标示不对应；标签及其他标识物不完整，如无贵金属材料中文名称、无产品标准编号；饰品中的有害元素超标等。种种问题反映出生产者或销售者对相关标准要求的了解和掌握不到位，重视和落实程度不够，甚至存在有少数经营者明知故犯的行为。

二、NGTC 针对珠宝首饰行业质量的几点建议

珠宝首饰的持续健康发展，除需要珠宝检测机构为企业、市场、消费者等多个层面提供检测服务，提供质量把关的相关工作外，还离不开以下几个层面的共同努力。

一是需要政府主管部门加强生产前、生产中、生产后以及市场的监督管理，加强相关法律、法规、规范、标准的制定实施和落实。

二是需要充分发挥行业自律的功能，在国家有关法律法规的框架下，用标准规范产品，用行业各方面的自律要求规范企业行为，形成一个完整的行业规范体系，引导行业各方面有序地发展。

三是需要企业加强产品质量的理念和意识，形成企业的生产销售以产品质量为基本命脉，规范地向供应下游直至消费者提供珠宝玉石首饰准确而充分的产品信息、准确的名称定名，保证企业在产品质量这一生命线上，得到充分的根本保障。在市场经济快速发展的今天，企业间竞争日趋激烈，质量对于一个企业的重要性日益明显，产品质量的高低是企业有没有核心竞争力的体现之一；提高产品质量是保证企业占有市场，从而能够持续经营的重要手段。

四是需要全国珠宝首饰质检机构，在相关标准的引导下，充分发挥检测机构的技术优势，深入研究行业各方面存在的问题，不断提高自身技术检测服务能力，切实地为珠宝行业把好产品质量关，准确完整地提供产品信息，做好企业服务的同时，切实做好政府市场监督管理的技术保障和消费者权益保护的功能。承担起检测机构服务于市场，做珠宝首饰市场信誉和消费信心的技术保障责任。

平安银行 “黄金银行” 创造不一样的金价值

黄金市场是金融市场的重要组成部分，大力发展黄金市场，有利于发挥黄金不同于其他金融资产的独特作用，形成与其他金融市场互补协调发展的局面，进一步完善我国金融市场体系，深化金融市场功能，维护金融稳定和安全。平安银行致力于开展商业银行的黄金业务，推动我国黄金市场健康有序发展。

平安银行自 2002 年成为上海黄金交易所首批金融类会员以来，已取得贵金属自营、代理、黄金询价、黄金进出口权等多项业务资格，成为国内首家拥有与四大国有银行相同业务资格的股份制商业银行。2012 年，平安银行在上海设立了贵金属及商品业务中心，下设结构融资部、交易司库部、产品管理部三个部门，统筹管理平安银行的贵金属及商品业务。随着黄金业务发展框架的基本形成，以及投融资、交易、实物、理财、清算五大支柱业务体系的初步构成，平安银行贵金属业务取得爆发式增长，并成为战略核心业务之一。

2014 年 9 月，平安银行在业内率先推出“黄金银行”概念和品牌，以黄金货币化为核心，提供以黄金计价、结算的产品和服务，创立黄金资产负债表和资产池，满足客户全方位的理财投资需求。“黄金银行”一经推出，即得到了业内的广泛关注，人民银行、上海黄金交易所等监管机构也在第一时间认可了相关理念，上海黄金交易所向全行业力推平安银行的“黄金银行”概念。

在“黄金银行”业务中，零售客户使用类似人民币账户的“黄金账户”进行黄金购买、定存、定投、理财、兑换、转账、质押；公司客户使用“黄金账户”进行融资、结算、托管、销售、套保。“黄金账户”打通了黄金的货币属性和实物属性，让实物黄金电子化存储，让虚拟的黄金可提取、可变现，真正实现了双向流通，实现了黄金货币化。开通“黄金账户”以后，客户购买的投资金条，可直接存入“黄金账户”，账户内存取的黄金份额可根据实际需要，随时兑换实

物黄金或变现。

2016年9月，平安银行推出了黄金银行手机APP，进一步方便客户进行黄金投资。在这款APP上进行投资，门槛低且灵活性非常强，最低100元即可参与，且交易灵活性强，可随时变现，满足各阶层投资者的需求。投资者也不需要开通平安银行借记卡，任一银行的借记卡均可开通平安银行黄金账户并在APP上进行操作。目前，“黄金银行”的客户已经达到400万人。

在产品思路设计上，平安银行践行人民银行和上海黄金交易所的监管理念，“黄金银行”业务背后全部依托上海黄金交易所业务，并保证了客户黄金实物的100%索取权，保障消费者利益，同时也确保了相关产品定价基础为上海黄金交易所的相关报价。

“黄金银行”以黄金份额为载体，实现黄金的类货币化，达到黄金“货币”和黄金实物的自由转换，形成集投资、实物、储蓄、理财、融资为一体“通存通兑”的专业化黄金资产管理账户，是平安银行顺应市场和政策的双重需求，推动黄金市场健康发展的重要举措。