

全国黄金行业 工作交流

2017 第 6 期
(总第 6 期)

中国黄金协会

2017 年 6 月 20 日

【本期要目】

- ◎专家谈黄金：黄金强势回归金融
- ◎紫金矿业：实施“走出去”战略 打造国际化企业
- ◎中金珠宝：搭建云商平台 推进转型升级
- ◎辰州矿业：夯实党建基础 助力公司发展
- ◎浙商银行：利用衍生产品 服务黄金企业

黄金强势回归金融

在当今信用纸币成为人类财富的主导形式而又持续贬值的情况下，有内在价值的黄金成了规避纸币贬值风险的选择，黄金成为一种绝对财富而被人类所重视。黄金虽已不是货币，但作为投资标的仍是当代金融市场的重要存在，黄金行业进入黄金金融时代。因此，对黄金生产者而言，黄金强势回归金融，对黄金地质资源、产品及其市场具有十分重要的意义。

一、地质资源金融化

黄金地质资源现已变为一种具有金融属性的交易标的，也可以被视为埋在地下的潜在黄金财富。在开放的市场环境中，这种潜在的黄金财富金融化也成为投资标的在市场中流转买卖，但因黄金地质资源深埋地下，具有很大的不确定性，黄金资源投资则成为一种风险投资。

在风险投资市场中，黄金资源交易标的主要有两类：一类是矿权，即国家相关部门以法律文件形式所赋予的探矿权和采矿权，可按照法律规定的程序进行一次或多次转让；另一类是已查明资源，企业已查明资源可以作为生产原料开发使用，也可作为交易标的入市交易。

资源金融化给我国黄金产业发展带来以下变化：

一是出现了新兴的矿权市场。市场中汇集了大量的风险投资者，成为黄金产业投入资金的一个重要来源。

二是扩大了黄金企业可变现的资产构成。买卖这种尚未

开采的资源，开拓了提前销售渠道，为黄金企业筹集生产建设资金和规避金价下跌风险提供了新途径。

三是为黄金企业的资产增值保值提供了新方法。在企业产能之外，没有开采的地下资源也可以增值，可提高黄金企业的总资产量，实现企业持续发展。

四是黄金企业“走出去”提供了新选择。黄金企业还可进入国际资源风险市场，通过企业所拥有的海外资产的积累、价值创造，开拓和适应国际市场，实现企业“走出去”的目标。

二、产品金融化

无论是金锭还是再加工后的黄金制品都具有不同的金融属性，或可直接作为投资标的，或可间接作为投资标的并可以变现，与货币有很好的互通性，因而多数黄金产品都可以成为民众财富储藏的选择。黄金及黄金制品除“一手交钱一手交货”的一般商品交易方式外，还可以像货币一样进行借贷交易，在所有权不发生变化的情况下，或在流动中产生利息，或实现与货币的互换，给黄金企业提供了更多选择。黄金产品金融化提供了除黄金交易外的多种流通方式：

一是黄金质押，以黄金占有权的暂时让渡，实现黄金与货币的转换，合约到期收回黄金，归还资金并付出利息。黄金质押已成为黄金生产者获得流动资金的一种手段，往往是金价偏低不愿卖出而又需要流动资金时使用，或是企业为了解决现金短缺而采取的一种融资方法。2016年，我国商业银行累计接受质押黄金3.42吨，发放黄金质押贷款6亿元。

二是黄金拆借，以黄金所有权和使用权的暂时让渡，收取利息收入。黄金拆借与资金拆借一样，一般多是在商业银行之间进行，主要用于满足临时订单对黄金原料的需要或最终头寸交割的需要。2016年，我国商业银行拆借总计达1242.59吨，增长46.32%，表明黄金拆借需求具有巨大的潜力。

三是黄金租赁，以黄金使用权的暂时让渡，获得利息收入。由于黄金与货币具有良好的互换性，对商业银行而言，黄金租赁实际上是卖出一份即期合约，买入一份远期合约。卖出即期合约是黄金实物的交易过程，而买入远期合约是货币的流通过程，并从中获得服务费；对黄金的提供者而言，黄金租赁是增加黄金资产的流动性而获得利息的一种有效方法。在国外，商业银行租赁黄金的来源是各国央行的黄金储备，在我国则主要是从国外借贷市场上获得。黄金租赁因不受贷款额度的限制，成为商业银行增加贷款总额的重要途径。2016年，我国商业银行黄金租赁业务达1827.78吨，同比增长15.35%。

三、市场金融化

当代黄金市场已由黄金实物市场发展成为资金流转主导的市场，每年黄金交易量中实金交易占比不足1%，99%以上的交易量是虚拟交易，产生的是货币流而不是黄金流，因此当今黄金市场交易已货币化。

市场金融化的另一个标志是出现了日益增多的黄金衍生品。我国已有在即期金价基础上交易的T+D合约、提前销

售合约、以远期价格交易的黄金期货合约、黄金期权合约及互换合约。黄金衍生物交易不产生或极少实物交割，只是货币的流转。因而当代黄金市场成为黄金交易与衍生品交易平行发展的两元结构，是黄金市场的重要特征，也是黄金市场金融化的结果。

黄金金融化使黄金生产企业面对许多新情况，不仅产生了更多的机遇，也产生更多的市场风险。因此，正确认识黄金金融运营的发展理论，掌握在黄金金融时代生存的金融工具，将有助于实现企业发展的战略升级。（北京黄金经济发展研究中心副主任、专家委员会秘书长 刘山恩）

紫金矿业 实施“走出去”战略 打造国际化企业

紫金矿业从 1993 年开发紫金山金铜矿起步，目前已经发展成为以金、铜、锌等金属矿产资源勘查和开发为主的大型矿业巨头。紫金山金铜矿是我国 20 世纪 80 年代发现并探明的特大型金铜矿山之一，是一个典型的上金下铜矿床，但随着浅部矿床的日益开采，紫金山金铜矿逐步由以金为主向以铜为主转变，紫金矿业国内黄金产量连年下降。为继续保持行业领先地位，紫金矿业主动求变，寻求转型升级，一方面坚持“黄金为主，多金属开发并举”的多点支撑战略，另一方面实施“走出去”战略，打造国际化企业。2005 年，紫

金矿业收购加拿大顶峰矿业 21%的股权成为第一大股东，拉开了实施“走出去”战略的序幕。

为适应国际经济新格局的新变化，加强我国与其他国家和地区互联互通、优势互补、共同发展和共同受益，我国实施了“一带一路”国家战略。“一带一路”沿线国家拥有全球约 20%的黄金资源储量，因而黄金产业是推进“一带一路”国家战略的先导性产业。吉尔吉斯斯坦和塔吉克斯坦均属“一带一路”沿线国家，紫金矿业通过与他们合作，为推进“一带一路”国家战略做出了突出贡献。2006 年 4 月，紫金矿业收购了吉尔吉斯斯坦第三大金矿——左岸金矿。2007 年，紫金矿业拥有塔吉克斯坦吉劳、塔罗、谢尔斯洪娜、奥林匹克 4 个采矿权，并于 2016 年产金 3.3 吨。

2012 年 8 月，紫金矿业收购了南非金田公司在澳大利亚的诺顿金田 89.15%的权益，这不仅是在矿业发达国家进行资本运营和项目建设的里程碑，而且为紫金矿业在澳大利亚的黄金矿业开发形成从点逐步发展成面打下坚实的基础。

2015 年 5 月，紫金矿业与全球最大的黄金矿业公司巴里克黄金公司签署协议，收购巴里克黄金公司新几内亚分公司 50%的股权，并于 2015 年 8 月正式交割完成，与全球黄金巨头的携手极大提升了紫金矿业的国际化形象。

紫金矿业“走出去”的十余年实践不仅在区域和国家数量上逐渐扩大，而且使企业在国际资源市场把控风险的能力上不断提升，成为可以与当今国际一流黄金企业共舞的国内黄金企业。2016 年，紫金矿业境外产金量达到了 18.3 吨，

与 2010 年第一次有境外黄金产量时相比，增长 14.25 倍。目前，我国境外黄金产量主要来源于紫金矿业。

紫金矿业在“走出去”的过程中积累了丰富的经验，概括起来，主要有以下几点：一是选准并购良机，在经济形势不好时，以低代价实现高利润回报；二是建立了全球矿业行业领先的成本管理体系，实施了全球化人才战略，吸引国内外顶尖管理和技术人才加盟；三是根据不同的环境变化不断地否定自我过去的成功经验，根据新的情况，不断地变革和创新；四是通过自身优势进行专业判断、科学决策，找准时机、降低风险，实现低成本、高效益的扩张；五是进行详细调查，除了在技术、财务、商务和法律等方面尽职调查外，还要对投资国的文化、风俗、宗教以及项目所在地的社区情况进行调查和分析，评估其风险，提前做好风险预案。

紫金矿业通过实施“走出去”战略，成功实现转型升级，净利润位居全球黄金企业的前列，公司实力迈向一个新的台阶，不仅为紫金矿业实施国际化战略打下了良好的基础，也为国内其他黄金企业集团提供了很好的借鉴。

中金珠宝 搭建云商平台 推进转型升级

随着互联网的迅速发展，打破“线上”与“线下”的隔离局面，将二者互动融合已经成为不可避免的商业趋势。工业和信息化部在《关于推进黄金行业转型升级的指导意见》

（工信部原[2017]10号）中提出，要利用“互联网+”完善产业链条，加快建设黄金珠宝交易云商平台、现代珠宝产业服务创意发展平台、珠宝首饰公共服务平台。因此，借助“互联网+”时代，成功搭建“云商”平台是中国黄金集团黄金珠宝有限公司（以下称中金珠宝）势在必行的企业转型升级之路。

云商模式是店商+电商+零售服务商相结合的新零售业模式。“云”指以电商集群的方式，通过供应链有效连接组成“商务云”生态系统，在产品、服务、营销推广等方面实现资源共享。云商平台既要有“云”的广泛覆盖，又要有“物”的坚实支撑，缺一不可。“物”则是指线下实体店网络，以众包模式，将行业制造商、分销商、零售商和负责设计、物流等环节的服务商纳入统一的体系，实现真正的社会化服务。中金珠宝已具有了“物”方面的实体网络系统，需要在此基础上建立线上线下全渠道销售网络，开辟新的“商务云”体系，从而实现由“传统”向“云商”的成功转型。

一、统筹规划云商平台搭建，推动线上线下协调发展

为进一步完成向“云商”身份的转化，中金珠宝结合自身实际，将建设电商平台、打造珠宝云商作为公司发展的任务目标之一。通过积极布局，在发展现有线下业务的同时，中金珠宝在行业内率先启动云商计划，通过三个步骤完成云商平台建设，使“保持高速增长”和“弯道超车”成为可能。

第一步，推动官网平台（包括官网、APP）建设和推广，打造 B2C（企业对终端消费）平台，吸引消费者保持在线。

在这一阶段，中金珠宝利用首饰改革的契机发展会员体系，完成云商平台初步建设，并积极推广，将线下客户引流到线上，保持客户在线，抢占市场份额，以此提高销售收入和利润总额。

第二步，将云商平台向 B2B（企业对企业）平台演进。深化线上服务、为线下导流，帮助加盟商增加销量，提高周转率，同时向客户推送增值服务，比如线上托管业务等，进一步绑定客户，并与供应商共享数据，帮助供应商进行产品开发、生产决策，推运供应链管理建设。

第三步，实现云商平台的最终完成。进行大数据分析和精准营销，使电商平台与供应商数据平台对接，介入供应商产品设计、生产管控过程，进一步提高客户体验，从 B2C 平台改进到 B2B2C 平台；同时拓宽产品线，借助平台进行黄金类产品、互联网金融产品等产品的延伸，调整产品利润结构，使公司得到持续发展。

二、稳定有序地推行规划，云商平台建设初有成效

为实现云商平台的建设，中金珠宝其实早已开始筹备。通过在投资业务实行代销模式，中金珠宝建立了独有的信息系统，包括对核心的结算、套期保值等关键业务支撑，系统已在投资金条业务运行多年并持续改善升级，处于行业领先地位。

此外，近几年通过与京东、天猫电商合作运营，中金珠宝在人员储备、网络营销、网络宣传等电商运营实务操作方面打下了坚实的基础，在全国实施统一回购、退换货政策方

面也积累了丰富的线上渠道与线下渠道协同配合经验。目前，电商已经成为中金珠宝零售商业高速公路网中的重要一环，为中金珠宝构建涵盖直营、代理、加盟三级体系，实现省份全覆盖的巨大营销网络完成了关键一步，不仅促成线上线下共同发展、一体化销售目标的达成，也为中金珠宝最终完成云商建设奠定了坚实的基础。

逐步推进企业转型升级，成功搭建云商平台，不仅标志着中金珠宝完全踏入“互联网+”时代，还将为中金珠宝带来几何级数的增长效益。作为肩负国家黄金战略资源部署重任的企业之一，中金珠宝云商计划的实现，也可促进我国黄金市场的完善和多层次黄金市场体系的建立，提高我国金融市场的竞争力和应对危机的能力。

辰州矿业 夯实党建基础 助力公司发展

2016年，辰州矿业党委牢固树立“四种意识”，扎实开展“两学一做”，围绕“抓生产、保安全、降成本、创效益、转机制、促和谐”中心工作，以全流程精细化管理为抓手，推动公司持续健康稳定发展。

一、发挥党组织作用，夯实党建基础

辰州矿业党委强化组织领导，多措并举，落实主体责任。把党建工作列为董事长每月工作例会上专题汇报重点内容，将党建工作与生产经营一同部署、同步推进、一并考核，每

季度召开一次党（总）支部书记会议，定期开展党（总）支部书记及党务联系人的培训，建立党务联系人 QQ 群，加强沟通协调和党建工作的上传下达。一系列新举措不仅激发出党员干部工作动力和基层工作活力，也进一步夯实党建基础。

辰州矿业党委进一步规范“三重一大”议事规则，坚持民主集中决策机制。凡上董事会审议的议案，均需先经公司党委会审议研究；凡提交各单位审议的议案，均需先经坑、厂（总）支委会审议研究。2016 年，公司共召开 31 次党委会，集体讨论研究 186 项议题，各直属党总支部研究审议 209 项“三重一大”事项，公司党委会、支委会管大事、议大事能力不断提高，重大事项决策的科学性、民主性明显增强。

辰州矿业党委以开展“两学一做”学习教育活动为契机，引导各基层党组织坚持把“两学一做”与科技兴矿、弘扬工匠精神、履行本职工作相结合，激发广大党员坚持理论中学、实践中干，围绕生产经营、安全环保、成本管控、指标提升、探矿增储等目标开展中心工作；充分利用公司“一报、一刊、一台、两网、一微信”及四级民主生活会、单位例会、班前会、宣传栏、宣传板报等方式和平台，推进党务公开、厂务公开。通过多种形式的学习教育和宣传，公司上下形成风清气正、干事创业的良好氛围。

二、构建党建模式，密切党群关系

辰州矿业党委坚持以人为本，促进企业文化建设，构建和谐辰州。从 2011 年起，为推动区域教育事业发展，公司

每年投入资金 100 万元，为湖南省沅陵县第六中学、金山学校、官庄小学设立助学助教公益项目，不仅提高了 3 所学校的教学水平，也为公司员工解决了子女就学难的困扰，使更多公司子弟回归本地就读，极大程度地减轻了公司员工的经济压力和心理压力。2016 年，公司走访慰问困难员工 394 人次，发放慰问金 26 万元，在产品价格持续下行的市场环境下，顶住压力，确保员工收入增长 5%。公司党委和各级组织为员工办实事办好事，密切了党群干群关系，树立了党组织的良好形象。

辰州矿业党委坚持党建带工建、党建带团建的工作方针，大力支持各级工会、共青团围绕中心开展工作，充分发挥群团组织作用。2016 年，公司开展了第十一届“五一”员工运动会、辰州矿业纪念红军长征胜利 80 周年文艺演出、第二届“创优之星”员工食堂厨艺竞赛和井下技术比武等大型活动，不仅增强了党组织的凝聚力和向心力，也提升了“热情纯朴、吃苦耐劳、开放包容、革故鼎新”的企业文化氛围。

三、党建助力生产，收入稳步增长

在公司党委的坚强领导下，辰州矿业真抓实干，以党建促生产，实现了“十三五”良好开局。2016 年，辰州矿业三种产品产量全面实现计划目标，黄金突破 18 吨，锑品突破 26000 吨，钨品突破 2100 标吨，销售收入突破 60 亿元，利润总额达到 2000 万元，收入、利润保持两位数的增长，创近年同期最好水平，在岗员工收入同比增长 5%。公司先后荣获“全国黄金行业新闻宣传模范单位”、“‘十二五’期间全

国黄金行业思想政治工作先进集体”、“‘十二五’全国黄金行业科技先进集体”等荣誉。

浙商银行 利用衍生产品 服务黄金企业

为规避市场价格波动带来的财务风险、经营风险，黄金企业对黄金衍生品有相当大的需求。银行作为金融机构中坚力量，相较于其他金融机构，在交易平台、交易渠道、交易品种、授信及定价等方面都具有显著优势。银行基于自身的定价、做市优势，提高服务水平，利用衍生品工具为黄金企业提供支持，助力实体经济的发展。

银行在服务黄金企业的过程中，可遵循以下服务思路：第一，与黄金产业链上的客户企业建立长期、有效的沟通机制。第二，深入了解企业的需求，以此为基础为企业量身定制产品。第三，根据客户需求，对于复杂的产品，由银行负责设计，提供专业化的服务，力求将复杂产品简单化。第四，银行帮助企业完成复杂产品的定价。第五，与企业开展深入合作，帮助企业客户完成在运营过程中的各项风险对冲。

目前比较成熟的模式是利用黄金远、掉期，为黄金租赁企业锁定黄金价格，为其提供持续的套期保值服务。银行一方面利用做市业务，为市场提供流动性；另一方面，利用其定价能力，提供专业化服务。

一是银行作为做市商参与到黄金场外市场交易中，市场

流动性得到大大提高。具体来说，在远、掉期市场，银行进行了做市，增强了市场的流动性。上海黄金交易所 2016 年已经引入银行间询价市场做市商制度，银行作为做市商为市场提供即期、远掉期报价。在期货市场，银行参与度非常活跃，参与量非常大，作为重要参与者，提供了市场大量的流动性。银行作为做市商，除了可以在市场波动的情况下保持黄金交易的连续性，还可以在极端情况下帮助企业客户规避黄金价格波动带来的风险。

二是黄金期货期权是上海期货交易所未来最有可能首先推出的期货期权合约。一旦推出，黄金期货期权作为我国黄金衍生品市场上的创新产品，并不为国内实体黄金企业和投资者所熟悉。非专业人士很难掌握较为复杂的定价模型以及各种投资组合，这正需要依靠银行的专业能力，为其提供专业化的服务。同时，银行还可为黄金企业和投资者提供利用期权进行套期保值或组合等策略。银行根据每个企业自身的情况，将企业状况和期货、期权等组合起来，设计和使用不同的投资组合，或者开发黄金挂钩的资产管理产品，可以使风险管理更加灵活有效。

最典型的是银行推出的黄金挂钩型产品。2005 年 3 月，中国银行发行我国首款黄金挂钩型产品“汇聚宝”，至 2014 年，国内银行发行了将近 700 款黄金挂钩型理财产品，发行量逐年缓慢提高。2007 年以前，黄金挂钩型产品的发行主体以外资银行为主，而计价货币基本使用美元、澳元等避险货币，但随着中资银行在结构性产品方面的研发能力提高及我

国相关政策放宽，自 2008 年开始，人民币黄金挂钩型产品的数量逐年增加。