

全国黄金行业 工作交流

2019 第 7 期
(总第 31 期)

中国黄金协会

2019 年 7 月 23 日

【本期要目】

- ◎中国黄金扎实推进“不忘初心、牢记使命”主题教育，
全面深化宣传思想工作质量
- ◎招金矿业培育优秀文化 坚定理想信念追求
- ◎滨海矿山深部开采实现多场耦合环境精准识别与灾害预测防控
- ◎潘多拉：个性营销 定位时尚 拓展渠道

中国黄金扎实推进“不忘初心、牢记使命” 主题教育，全面深化宣传思想工作质量

6月11日，中国黄金集团有限公司党委召开“不忘初心、牢记使命”主题教育动员部署大会，全面启动主题教育以来，通过三个方面“持续发力”，进一步深化集团公司宣传思想工作质量。

一、坚持以学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想为主线，聚焦理论学习有收获持续发力

第一时间根据习近平总书记在中央“不忘初心、牢记使命”主题教育工作会议上的重要讲话精神，国务院国资委党委书记、主任郝鹏在国资委党委管理领导班子的中央企业“不忘初心、牢记使命”主题教育工作会议上的讲话要求，制定并于6月19日印发了《中国黄金集团有限公司党委“不忘初心、牢记使命”主题教育集中学习研讨方案》，实现了“规定动作全覆盖”“自选动作有特色”。

6月24日至25日，顺利组织集团公司党委“不忘初心、牢记使命”主题教育第一专题集中学习研讨暨党委理论学习中心组第六次集体学习，圆满完成主题教育第一专题学习。在接到国资委巡回指导组关于主题教育最新要求后，第一时间结合实际对集中学习研讨进行全面调整。

7月12日，重新调整后的第二专题集中学习研讨暨党委理论学习中心组第七次集体学习研讨安排已全部通知到位，

为集中学习留出了充足的自学备课时间。为更好学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，于6月11日、6月30日分别编纂了《“不忘初心、牢记使命”主题教育学习参考材料》，选取《人民日报》、新华社、《求是》等刊发的79篇中央党媒重点文章，作为进一步提升学习质量的重要补充，同时编纂了《“不忘初心、牢记使命”主题教育应知应会》强化了主题教育相关基础知识教育。

二、坚持教育引导党员干部增强“四个意识”、坚定“四个自信”、坚决做到“两个维护”，聚焦思想政治受洗礼持续发力

6月26日，在北京举办“时代新人说——我和祖国共成长”演讲大赛暨“不忘初心、牢记使命”主题教育演讲大赛，通过一线干部职工的讲述，充分展示中华人民共和国成立70年来黄金事业的光辉历程，进一步激励广大党员干部增强中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，厚植爱国主义情怀。

6月28日，参加了“放歌新时代·我和我的祖国”中央企业经典爱国主义歌曲歌咏首场展演活动，用歌声生动诠释了中央企业党员干部职工坚决听党话、永远跟党走坚定信念。

7月1日，组织召开了集团公司庆祝中国共产党成立98周年暨“两优一先”表彰大会，缅怀党的奋斗历程，重温党的光荣历史，回顾党的丰功伟绩，弘扬党的优良传统，表彰

一批优秀共产党员、优秀党务工作者和先进基层党组织，进一步坚定信念、凝聚力量、激发斗志、振奋精神。根据党委部署，协调集团领导、各部门，制定印发《集团公司“不忘初心、牢记使命”主题教育专题党课方案》，集团公司党委书记、董事长宋鑫率先为广大党员干部讲授专题党课。组织参观“废奴丰碑—西藏民主改革 60 周年专题展览”、组织观看电影《音乐家》，运用丰富的形式和载体，强化了思想政治教育。

三、坚持积极宣传主题教育的重大意义和实际成效，聚焦发挥宣传舆论引导作用持续发力

根据党委部署，第一时间展开新闻宣传工作，实现了新闻宣传与主题教育的同步发力、同频共振。

截至 7 月 15 日，集团官网“集团新闻”发布主题教育新闻 5 篇；“领导动态”栏目发布宋鑫、刘冰、魏山峰、杨奇、赵占国、姜良友、王佐满等集团领导主题教育新闻 9 篇；“子公司动态”栏目发布中金香港、内蒙古太平、三鑫公司、中金贸易、中金资源、中金珠宝、中国黄金报社、中金股份、乌山、中金建设、河北公司、财务公司、中金辐照、陕西公司等子公司主题教育新闻 37 篇。第一时间安排中国黄金报社在报纸、手机报，中国黄金网和采金人公众号开辟“不忘初心、牢记使命”主题教育专栏，刊发集团公司和各子公司主题教育新闻 100 余篇，实现了天天报道主题教育、期期宣传主题教育。

认真梳理贵州锦丰公司“四方共创”党支部先进经验，积极沟通联系，《企业观察报》和《国企·党建》分别刊发了《党建引领脱贫攻坚 四方共创和谐发展》的报道。积极开展“黄金榜样”评选，进一步推动集团公司形成爱国奋斗、担当尽责、比学赶超、昂扬向上的优良风气。着力营造主题教育热烈氛围，通过悬挂横幅和在一楼大屏幕、电梯屏幕滚动播放，亮明了主题教育的总要求和具体目标。机关各支部陆续开辟主题教育宣传专栏。

招金矿业培育优秀文化 坚定理想信念追求

为隆重纪念中国共产党成立 98 周年，扎实搞好“不忘初心、牢记使命”主题教育，培育以“公平、竞争、忠诚、廉洁”的企业文化，招金矿业股份有限公司党委结合实际情况，开展了一系列党员岗位建功做表率、主动担当、履职尽责、奋发有为的教育实践活动，进一步坚定广大党员的理想信念，增强党性修养，凝聚红色力量，更加自觉地为企业发展不懈奋斗。

一、开展“学习强国”挑战答题竞赛

为有效检验全公司全面推进“学习强国”学习平台在企业“每个支部、每个党员、每个职工”中的覆盖率和影响力，招金矿业股份有限公司党委组织开展了“学习强国”挑战答题知识竞赛活动，各企业部分党员、员工代表共计 30 人参加了竞赛活动。

竞赛活动的开展，充分调动了广大党员和职工学习使用“学习强国”学习平台的积极性和主动性，用“学习强国”激发学习力量，用知识竞赛巩固学习成果，形成了“以赛促学、以学促做、融会贯通”的良好学习氛围。

二、赴爱国主义教育基地和革命老区开展红色主题教育

在誉为“中国革命的摇篮”和“中华人民共和国的奠基石”革命老区井冈山，参加活动的共产党员，怀着对老一辈无产阶级革命家的无限崇敬之情，瞻仰了井冈山革命烈士陵园

园、革命历史博物馆、黄洋界保卫战旧址、小井红军医院、大井毛主席旧居等革命历史纪念地和爱国主义教育基地。通过《井冈山斗争与井冈山精神》专题教学和一系列专题报告、体验教学让广大党员们对“坚定执着追理想、实事求是闯新路、艰苦奋斗攻难关、依靠群众求胜利”的井冈山精神有了更加透彻的理解。

精心设计的各类教学活动，不仅深化了党员们对井冈山精神的认知，自觉将井冈山精神内化于心，而且把“忠诚”文化作为企业文化建设的精神内核，融入到学习、工作和生活各个方面。

三、开展领导干部上党课学习教育活动

为提升党建工作水平，招金矿业各级党组织以开展领导干部带头讲党课活动为契机，让党员领导干部在“身教”的基础上充分发挥“言教”的突出作用，教育广大党员领导干部要敢于上讲台，勇于面对面，习惯于上党课，这既是接受群众监督的一个方面，也是体现党群联系和服务基层员工的重要体现。

同时，把上党课与企业开展的“五优”竞赛活动结合起来，让大家始终保持拼搏向上、勇往直前的精神。做到哪里有党员，哪里就有党课；学习教育开展到哪里，党课教育就跟进到哪里。营造出一级讲给一级听，一级做给一级看，一级带着一级干的良好氛围。促进全体党员领导干部提振精气神、锤炼好作风、展现新作为，培育爱岗敬业、干事创业的

“竞争”文化。

四、开展为党员过特殊“政治生日”活动

招金矿业党委要求各级党组织为本组织内在七月份入党的党员集体过一次具有纪念意义的政治生日。通过回忆入党故事，分享入党历程，让党员不忘初心，牢记使命。

活动主要围绕三个方面的内容进行，一是重温誓词。全体党员面对庄严的党旗，重温一遍入党誓词，在思想上再次经受一次“洗礼”。二是由党组织向党员赠送一张“政治生日”贺卡，让他们感受到党组织的关怀和温暖，时刻牢记党员身份，切实增强党员的荣誉感、责任感、使命感。三是由党员个人回想入党初衷、畅谈入党感言，回顾自己的成长历程和入党以来的追求与表现，畅谈入党以来所思所想，分享心得感悟。

滨海矿山深部开采实现多场耦合环境 精准识别与灾害预测防控

近年来，金属矿山的开采活动直接诱发了多种人为地质灾害，给矿山和社会带来了重大生命财产损失。三山岛金矿作为国内少见的滨海大型金属矿山，在安全生产方面可以借鉴的成功经验较少，而滨海矿山深部矿产的开采将面临更严峻的应力场、化学场、渗流场等多场共同作用，深部开采扰动所引起的岩体应力和位移时空变化规律更为复杂。目前，三山岛金矿已进入深部开采阶段，开采深度超过 1000m。随着开采深度增加，地应力增大，地温升高，开采工作面作业环境恶化，由此导致地压显现加剧，采场塌方、冒顶、岩爆等事故隐患日渐增多，对采矿生产安全和资源充分回收构成严重威胁。因此，进行有效的地应力测量，采用合理的方法进行岩爆预测和等级评价以及分析水对采场的影响是矿山开采工程亟待解决的问题。

自 2010 年以来，在国家、山东省和山东黄金集团相关项目支持下，山东黄金集团（莱州）有限公司三山岛金矿与北京科技大学合作，开展了“三山岛金矿岩石力学与岩层控制技术研究”、“三山岛金矿开采工程环境综合分析与采场应力测试”和“三山岛金矿深部开采围岩扰动分析与控制技术研究”等研究任务，通过长期对三山岛金矿深部多场耦合环境开采过程中围岩应力及变形监测，揭示多场耦合开采围

岩能量运移规律，结合深部裂隙岩体力学各项异性及水化学腐蚀环境的特征，提出基于未来开采扰动能量聚集状况和发展规律的开采诱发岩爆定量预测模型，精准指导三山岛金矿千米深井开采设计优化和支护加固，为深部多场耦合条件下岩爆等采动灾害的实时评价与预测提供了科学依据。

本项目历经多年攻关，通过系统研究与实践应用，取得如下理论技术创新：

1. 完全双温度补偿和原位无线自动采集地应力测量技术；

2. 基于未来开采扰动能量聚集状况和发展规律对未来开采诱发岩爆的定量预测；

3. 深部裂隙岩体结构面智能识别与围岩定向性破坏模式判别；

4. 滨海矿山深部开采水化学环境识别与岩体多场耦合时效损伤；

5. 深部应力-化学-渗流耦合开采围岩应力和位移时空变化规律；

6. 深部多场耦合开采围岩能量调控与腐蚀环境岩层控制。

三山岛金矿是我国首例实施海底矿产资源开采的金属矿山，该项研究成果的应用，直接指导了矿山的采掘作业，抑制和减少了矿山灾害的威胁，保障了矿山的安全生产，节约了大量工程投资，从而提高了矿产资源开发的经济效益。

同时，该成果也为我国大规模开发海底基岩中的矿产资源提供了重要的研究方法和技术思路，由此，所带来的间接经济效益和社会效益是非常巨大的。

本项目将理论与实践紧密结合，在理论技术、工程应用和人才培养三方面都获得重大成效，综合效益显著，是产学研相结合的成功典范，为维护国家黄金战略安全和支撑区域经济平稳发展做出了重要贡献。

潘多拉：个性营销 定位时尚 拓展渠道

潘多拉仅 30 多年的历史，已经成为全球知名珠宝首饰品牌，业务遍及全球。2018 年，潘多拉收入已达 36.14 亿美元，毛利率和净利率行业内处于领先水平。核心在于公司的个性化、故事化营销和渠道方面的飞速拓展。

一、个性化、故事化营销

主打个性化珠宝和故事营销。潘多拉于 2000 年推出的潘多拉吊坠手链大受欢迎，由此潘多拉珠宝的发展转向了个性化道路，想要帮助女性实现一种于人群之中仍能凸现个性、卓然出众的出色效果，让她们通过设计自己的珠宝，表达自己的个性。

可自行选取吊坠和手链、任意组合的个性化珠宝成为潘多拉的主打概念，借助消费者自己的故事营销在珠宝市场一路高歌猛进。

潘多拉的口号是“以美丽的方式捕捉生命中的难忘时刻”（Unforgettable Moments），启发世界各地的女性，将回忆化作珠子穿在手腕间，展现她们的个性和故事，与顾客共同创造难忘的记忆为核心的故事营销是潘多拉魔力的重要来源。

此外，潘多拉通过树立偶像的形象和展示用户自己的手链，分享他们的配饰来鼓励顾客进行自己的设计，讲述自己的故事。在潘多拉珠宝官方微信上，新品上新后或每隔一段

时间就会用九宫格分享用户在后台投稿自己的手链照片，并对这些照片进行整体的描述；而在微信公众号鼓励用户在评论下留言说出自己的故事。

线上线下明星效应轰炸。潘多拉在线上推出了一系列由明星、网红担当模特的手串搭配视频；还和明星合作，在照片墙（Instagram）、推特（Twitter）、脸书（Facebook）上推广新产品；在官网上也定期更新潮流风向和搭配方式；除了线上的交流和互动，在线下，潘多拉也通过不断提升店铺功能来优化“体验营销”。

二、产品：定位时尚轻奢，赋予产品文化内涵

从产品构成上来看，实行多样化战略。潘多拉串珠和手链市场已经很坚挺，拓展戒指、项链吊坠、耳饰等新产品助收入增长。

潘多拉的设计师 Lisbeth 在工匠创建的概念基础之上，打造了一种串珠：串珠形似一条银绳，上面缀有镀金或者镀银的珠子，意大利穆拉诺玻璃，和其他一些石头和珠子，顾客能够根据自己的喜好，随意地添加或者取走这些元素——这就是如今让潘多拉大获成功的标志性产品。

潘多拉珠宝的概念是赋予串饰不同的个人价值观、意义和特殊品质，如智慧、勇气、爱情、信任等，通过提供多种主题和寓意，让消费者根据不同的需求和心理来设计属于自己的故事，其珠子主题分类如下：一是针对少女心型顾客推出的迪士尼人物系列珠子；二是针对想记录生命里有纪念意

义节日的顾客推出的特殊时刻系列珠子；三是针对通过首饰诠释自我的顾客推出的凸显个性系列珠子；四是针对用珠宝表达特殊寓意的顾客推出的珠子。

三、渠道：先大力扩张，后收购管控

潘多拉的销售点主要集中于欧洲和美洲地区，与其营收份额对应，亚太地区的占比逐年提升。

公司渠道战略为先扩张后整合。一是先与当地实力强劲的第三方渠道合作扩张渠道，成熟后通过收购接管。潘多拉在选择渠道商上非常慎重，倾向于选择实力过硬的渠道商，争取和卡地亚等品牌做邻居，以确立自己品牌的可信度和地位。二是增加概念店和店中店，提升品牌形象。公司门店主要有三种类型，分别是多品牌店(店内和其它品牌混卖)，店中店(有品牌专区)，概念店(独立门店)。近几年，公司不断增加概念店和店中店的数量，减少多品牌店，对渠道进行优化管理，提升公司品牌形象。