

全国黄金行业 工作交流

2019 第 9 期
(总第 33 期)

中国黄金协会

2019 年 9 月 23 日

【本期要目】

- ◎创新思路 同心同进 携手共造职业安全健康防控网
- ◎玲珑矿区遗留空区(群)治理与残余资源安全复采协同技术研究
- ◎恒邦股份“四字方针”筑牢安全生产根基
- ◎打造共建、共享、共生、共荣的黄金生态圈
- ◎潮宏基聚焦时尚,积极探索新零售业务模式

创新思路 同心同进 携手共造职业安全健康防控网

阿舍勒公司浙江鑫旺项目部共有员工 398 人，有 72 个作业班组，主要负责业主 0~450m 中段采矿生产施工和 0m 中段以下的建设工程。十六年来，在阿舍勒公司大力支持下，项目部与阿舍勒公司共同发展壮大，先后建成全疆乃至全国都首屈一指的千米竖井等品牌工程，已成为阿舍勒公司矿建施工的骨干队伍。

一、捋清思路、根除弊病，紧跟阿舍勒“一体化”步伐， 源头融入阿舍勒管理体系

阿舍勒公司主动变革，坚决扭转安全生产工作不利的局面，领导班子直面困境，痛定思痛，狠下决心，总经理以身作则，带领班子成员及各有关部门，对项目部的管理“精准把脉”、“对症下药”，废除了“以包代管”“层层转包”的管理模式。从基础抓起，全心全意依靠广大职工，由浅入深，把对外协单位的管理纳入企业内部管理体系，建立了“一把手”亲手抓的垂直管理网络，思想上达到了高度统一、行为上实现了高度规范、人员管理上实现了高度稳定。

“一视同仁”、“一样管理”、“一样要求”、“一起提高”是阿舍勒公司对外协单位的基本管理理念，也就是在管理上将外协单位视同本单位统一进行管理。

项目部感受到了阿舍勒公司不可动摇的坚定信念和抓

好职业安全健康管理工作的信心，十分认可所采取的“四个一”和实行准军事化安全管理的模式，主动深度融合、通力配合，形成安全管理合力，企协双方齐抓共管，逐渐消除了安全管理“两张皮”现象，企业面貌和安全形势大为改观，开创了企业安全与生产全面好转新局面。

1. 一视同仁：与项目部业务职能对口共建。各级管理人员与班组一线员工，同培训、同聚餐、同慰问、同业余活动，从而相互学习、相互促进、取长补短、共同提高，增进彼此之间的了解，提高队伍的凝聚力和战斗力。

2. 一样管理：阿舍勒公司领导、采矿厂和应急与安全环保处管理人员轮流参加项目部每天的早调会、班组会、安全培训等，做到有问题、有困难集中反应、当面提出解决方案，对安全生产管理方面的执行情况进行监督指导。

理顺外协单位内部股权关系，调整承包体制，坚决废除施工单位内部班组、片区管理各自为政的“老板制”和“小包工”，斩断层层利益链。督促项目部形成规范的公司管理体制，阿舍勒公司对工资发放、员工生活问题也进行监督管理，与他们的员工一样对待，同工同酬。

3. 一样要求：把项目部安全“积分制”管理纳入阿舍勒公司安全“积分制”管理体系中，统一严格执行《全员安全生产积分制考核评比办法》，一起考核评比。每月评选出3名安全优秀队长，人均奖励1500元，评选70名安全标兵，第一名奖励1500元，第二名奖励1000元，其余人均奖励500

元。目的是提高员工安全意识，鼓励先进、树立安全标兵，传播安全正能量，逐渐形成“上标准岗、干标准活”的良好氛围。

4. 一起提高：推行“白国周班组六三管理法”，倾力打造班组建设文化，狠抓“双基”建设。将项目部工程单价与安全挂钩，发生事故下浮 1%-5%的施工单价，直至清退。事故单位负责人、管理人员给予行政降级、经济处罚，相关事故责任人解除劳动合同。无事故单位按 10-20 万元进行奖励，多年连续无事故按 10-20 万元/年进行递增。对无事故的外协单位主要管理人员分别奖励 3-5 万/年。2018 年项目部获得阿舍勒公司安全专项奖金 50 万元，截至 8 月底，已实现连续安全生产无重伤以上事故 1196 天。同时，阿舍勒公司的外协单位浙江建辉矿建有限公司 2018 年获得阿舍勒公司给予的安全奖 80 万元，实现了连续安全生产 3491 天无重伤以上事故的良好业绩，这在矿山生产中是来之不易的。

二、职业健康事关国计民生，必须狠抓不放

做好职业健康工作是企业的责任和义务，也是践行以人为本的具体体现，在这方面项目部着力做了以下工作：

1. 按照阿舍勒公司的要求，同步强化了职业安全健康管理。项目部成立了安全环保职业健康科，配备有管理资格的职业健康管理员一名，具体负责公司员工的职业健康档案管理、宣传教育工作。严把入职关、新进人员经过岗前体检后，需进行“三级安全教育”，从源头上杜绝不适应井下作业环

境、本身存在疑似职业病的人员录用上岗。

2. 对岗前体检合格的员工，将职业健康教育作为三级安全教育的重点内容进行培训，通过学习实例、观看宣传片灌输职业健康知识；告知新员工岗位存在的职业危害因素；签署告知书为职业健康工作打好坚实的基础。

3. 在日常的工作中，从“七步法”班前会开始，在工作部署环节，如实告知提醒员工作业过程中存在的职业危害因素、需要佩戴的劳保用品以及防范措施、应急处置方案；

4. 严把入井关，调度室配备检查员，对员工的精神状态以及劳保用品佩戴情况进行检查，劳保用品佩戴不齐全的坚决禁止上岗；

5. 到岗作业前，通过执行“手指口述”安全确认视频拍摄方法，以保障岗中的职业安全健康防护执行到位；在作业过程中，通过各级安全巡查全时段监管、排查各作业点的安全隐患与劳保防护用品佩戴是否规范。通过提醒、教育、经济处罚、曝光等方式促使员工做好职业安全健康的自我保护，倒逼员工自觉养成良好的职业安全健康行为习惯。

6. 项目部每年邀请乌鲁木齐煤炭医院为员工到进行岗中体检，对于不适合继续在井下作业的人员调整岗位。

7. 机械化代替人工，减少职业危害。机械化代替人工作业是企业发展的必然趋势，我们先后斥资上千万元引进了单双臂凿岩台车，免爆破碎设备的使用和铲装设备除尘装置的运用，有效降低了从业人员在职业危害环境下的暴露频次和

时间，给员工职业安全健康方面带来了十分显著的效果。

8. 改善生产工艺，从源头控制职业病。项目部先后配备三合一多气体检测仪确保每个班组一台，针对作业区域班前检查、班中排查，动态观测。在主要运输巷、装载点、破碎点装有自动喷雾装置、二次破碎作业点放置隔爆水袋。从源头上杜绝了粉尘的产生，从过程上控制了粉尘的传播，有效降低了职业病的发生。

9. 提高劳保发放标准、保障职业安全健康管理成效。项目部根据地方标准以及行业标准，按时发放符合国家标准的劳保用品。近年来职业病发病率得到了有效控制，发病率为零。

三、安全生产是企业的第一要务，只有抓紧抓实抓细，才能出现成效

搞安全必须务实，只重视是不够的，必须“重实”，想实招，用实劲，才能见实效。项目部严格按照阿舍勒公司的要求践行准军事化管理模式，以作风优良、纪律严明为基本准则，贯穿到日常安全管理的每一个细节，围绕“严格准入、严格培训、行为受控、责任关怀”核心内容推进展开。

（一）严格准入

以前新员工入职只进行简单的三级安全教育，未进行考核就安排下井，导致违章现象时有发生。现在入职把关很严格，由项目部和阿舍勒公司双重把关，先进行文化课考试、然后进行体能测试、再对其开展技能培训，实行“师带徒”

四个月才能正式上岗。提高了员工的素质，违规违章现象大幅度下降。

(二) 严格培训

一是全员教育培训经常化。制订年度、月度教育培训计划，根据当月生产特点、季节性特点，有针对性的小范围、短课时、多方式进行培训，注重培训质量，确保培训人员、时间、内容、效果“四到位”。二是建立内训师机制。选拔基层岗位能手成为各专业安全内训师，参与基层员工培训考核、规程制订和安全监督等工作，让基层岗位能手成为各专业安全协调员。

(三) 行为受控

80%以上的安全事故是由人的不安全行为导致的，在实际操作过程中自选动作太多，导致了违章的出现。实行准军事化管理后，只有规定动作没有自选动作，通过标准化管理，夯实基础，提高了员工对安全工作的积极性和主动性。项目部从内务整理、上下班列队行进到开始作业都按准军事化要求执行。统一实行“七步法”召开班前会，坐姿、站姿、着装、安全宣誓每一个细节都做到的行为规范。对每位员工的精神状态以及身体状况进行互查，对工作内容、注意事项，安全防范措施都有具体的部署，班组成员轮值当班长定期开展班前会岗前大练兵活动。作业面文明卫生、物料摆放必须遵守 6S 管理的要求，通过人、物、环、管的全面把控，达到了安全生产、提高效益的目标。

（四）责任关怀

1. 为员工创造井然有序、优美整洁的矿（厂）区生产、生活环境，树立属地为“家”的意识，增强属地管理责任感。与阿舍勒公司先后联合出资近 900 万元为员工新建宿舍楼；为员工建设亲情关怀室，设立晾衣间、电影放映厅、健身娱乐室、室内篮球馆、室内羽毛球馆，建设“职工之家”等等，很好地培养了员工对阿舍勒公司公司的认同感、归属感；硬化生活区域周边的水泥地面，扩建散装水泥仓，实行机械化装卸，减少员工装卸水泥时的粉尘伤害；阿舍勒公司还为项目部宿舍楼暖气进行改造，确保员工冬季取暖，按楼层赠送全自动洗衣机，保障员工生活所需；为员工放“中考假、高考假，假期正常享受工资与奖金。

2. 创建安全、稳定的工作环境和医疗福利保障。让员工们工作舒心，生活舒适。提升伙食质量，降低中餐价格，派送餐车将午餐送至作业现场，使员工感受到浓厚的“家庭”氛围。提倡健康管理，多读书、多锻炼、营造积极向上、健康心态、健康体质的生活方式。

3. 每月定期召开谈心会，以班组为单位，按照班组“六三管理法”的要求，通过召开员工谈心会的形式，了解员工工作、生活、家庭的近期情况及工作、生活中遇到的问题，给予有困难员工最大的帮助，及时把握并引导员工的日常思想、情绪以及身体健康状况。

4. 有效激励引导，传播正能量。每月评选安全标兵、优

秀安全员、优秀班组长或队长，隆重表彰，增强员工的归属感、荣誉感，贴近与一线员工的联络。阿舍勒公司与项目部领导亲自宴请月度优秀班组长与安全标兵，邀请标兵亲属来公司探亲并报销亲属探亲的路费、组织外出踏青，旅游观光等活动。

5. 阿舍勒公司为项目部员工开通了撤销不合理处罚上诉的“绿色通道”。对于处罚不合理的情况可逐级反映，确实不适合、不恰当的处罚一经核实，一律取消；确实是由于“违规违章”造成的处罚，管理人员也会对员工受到的经济损失进行心理疏导，通过进单独安全约谈、开导等方式让员工认识到自己的错误。

6. 阿舍勒公司为外协单位员工设立了因为安全隐患没有排除、安全风险较大无法作业造成经济损失进行补助的人性化申领通道。在过去的安全管理工作中，员工自主排查隐患的主动性很低，对于管理者提出的整改要求更是敷衍了事，盲目冒险作业现象屡见不鲜，因此导致事故层出不穷，后期对此项工作的处理做了要求，由于隐患没有消除导致停工影响生产的，给予员工平日当班费用的补助，这项措施从源头上杜绝了盲目冒险作业。

玲珑矿区遗留空区（群）治理与残余资源安全复采协同技术研究

山东黄金矿业（玲珑）有限公司玲珑矿区以急倾斜薄矿脉为主，早期主要选用浅孔留矿法开采，采用废石充填或封闭的方式处理采空区。长期以来，在地下形成大量的遗留采空区（群）和废置巷道，部分采空区已垮塌并在地表形成多处塌陷坑，对玲珑矿区地表环境、生态以及地下采场生产均造成了重大安全隐患，已成为玲珑金矿的重大危险源之一。因此，开展玲珑金矿遗留采空区（群）治理是确保矿山深部安全开采的前提。

玲珑选厂现矿石处理能力超过 5000t/d，约 50%—70%的选矿尾砂仍采用传统的地表尾矿库堆存方式。玲珑尾矿库经多次改（扩）建，已无再扩建余地，剩余库容服务年限不足 2a，且因库区位于森林保护区内，选址征地工作困难，无法满足玲珑矿区目前的生产需要。因此，解决玲珑矿区选矿尾砂的安全处置问题已迫在眉睫，必须采取新思路、新技术、新工艺来解决这一难题，以满足国家绿色矿山建设和环境保护要求。

鉴于上述因素，结合玲珑矿区地下开采的实际需要，同时为选厂选矿尾砂寻求安全的处置方式，开展玲珑矿区遗留空区（群）治理与残余资源安全复采协同技术研究。通过残矿资源与空区现状调查、空区充填工艺设计与系统优化、残

矿回采工艺设计等试验研究，解决玲珑金矿当前面临的尾矿库库容不足、选矿尾砂环境友好型处置、矿区生态环境保护压力大、井下生产存在安全隐患以及延长资源危机矿山服务年限等问题提供了依据。

本项目紧紧围绕玲珑矿区遗留采空区（群）稳定性分析、评价、治理以及残余资源安全复采开展研究工作，以解决当前矿山生产过程中面临的关键技术难题，形成以下创新点：

1. 遗留空区（群）精准探测与稳定性评价技术。

针对玲珑矿区遗留采空区（群）具有复杂性、隐蔽性的特点，提出了隐覆空区物探结合开放空区激光扫描的空区精准探测技术。以玲珑矿区 50#脉、47 支脉、47 支 1 脉和 48#脉采空区稳定性为研究对象，通过三维地质建模、理论分析和数值模拟，开展了遗留空区（群）链式致灾机理和稳定性评价技术的研究，将玲珑矿区遗留空区（群）按稳定程度划分为稳定、较稳定和不稳定三个等级，为遗留空区（群）治理与充填治理顺序优化提供理论指导。

2. 遗留空区（群）大体积全尾砂充填料浆快速脱水与动态监测技术。

采空区充填治理效果好与否，关键在于大体积充填料浆脱水工艺是否可靠。针对全尾砂充填料浆颗粒细微，保水性强，脱水困难的特点，基于全尾砂和碎石存在渗透系数差异的理论，提出了一种大体积全尾砂充填料浆快速脱水与动态监测（动态监测空区体积、充填料浆脱排水量等）技术方法，

并研发了一套空区充填料浆脱水模拟试验装置，为遗留空区（群）全尾砂充填治理提供技术保障。

3. 玲珑矿区遗留空区（群）隐患治理与残余资源安全复采协同技术。

针对玲珑矿区遗留空区（群）影响区域内存在大量的残余资源有待开发利用，基于选矿尾砂与地下采空区、残余矿体互为资源的理念，以采矿环境再造理论为指导，从协同理论的角度出发，提出了一套玲珑矿区遗留空区（群）隐患治理与残余资源安全复采协同技术，并在大开头 48#脉和东风 171#脉开展现场工业试验与推广应用，最大限度地安全复采受遗留空区（群）影响的残余资源，对延长资源危机矿山的的服务年限，实现矿山可持续发展具有重要意义。

项目实施以来，先后完成了近 300m 废置巷道和 10000 余立方米大体积遗留空区的充填。现场运营和监测表明，大体积空区充填效果良好，达到预期效果，取得了较大的经济和社会效益。

恒邦股份“四字方针”筑牢安全生产根基

山东恒邦冶炼股份有限公司（下称恒邦股份）在安全月期间，集中精力将安全工作渗透到日常工作中，做到出实招、办实事、求实效，以“细、严、查、防”为主线，多管齐下全面筑牢安全生产根基，进一步夯实了安全生产主体责任。

一、抓好一个“细”字

恒邦股份从考虑问题的周密性、安全管理的细致性、员工操作的规范性等方面入手，细化责任，制定措施，同时由公司安环部、总调度室负责日常工作的督导，每日检查各区域检修工作进度，通过对照标准，对出现的问题当场提出整改意见，督促落实，使各项工作处于安全受控状态，确保不发生重复性问题，通过细致周密的条理化工作程序，实现作业标准化、流程化、规范化。

二、彰显一个“严”字

恒邦股份将电子考勤、劳动纪律、各项制度执行等情况列入考核，要求全体员工熟记点检、作业标准，在各项作业中认真贯彻执行。在现场操作和管理流程中，做到高标准严要求，发现问题决不放过，并限期整改到位。在生产过程中，一旦发现有不按要求认真落实，在整改中走过场的现象，对相关的责任人和单位负责人进行了考核扣分和罚款处理，公司上下形成了人人严于律己的良好局面。

三、落实一个“查”字

恒邦股份以“两个体系”为抓手、隐患排查治理为重点，坚持现场和台账、动态和静态、检查和服务相结合的方式，加强现场措施执行，明确目标，落实责任。同时，开展内部自查、部室组织复查的“交叉突查”方式，对看得见的问题深入查、看不见的重点查、老问题经常查、关键设备认真查、小隐患揪住不放地查，狠抓隐患排查治理，做到不留死角与盲区，确保隐患治理取得成效。

四、突出一个“防”字

恒邦股份坚持开展“安全警示”教育系列活动，认真组织员工学习《事故案例汇编》、观看安全警示教育片、开展事故讨论，抓安全“责任点”，拧紧思想“认识阀”；组织全体员工学习相关文件和政策，充分认识当前安全生产工作的重要性，由“被动查”变为“主动查”，由“等着改”变为“主动改”，确保人的不安全行为得到有效防控，抓安全薄弱点，拧紧源头“防控阀”。

打造共建、共享、共生、共荣的黄金生态圈

黄金兼具商品和金融属性，但多年来市场机制、交易品种、业务结构的设置，更侧重于发挥其商品属性，而金融属性相对较弱。因此，进一步加强黄金金融属性的场景建设、进一步挖掘黄金金融属性的应用，可能成为商业银行黄金业务从量变到质变升华的关键。

一、对黄金市场建设的思考

我国黄金市场已形成机构投资者和个人投资者广泛参与、基础产品和衍生产品日益丰富、场内市场和场外市场协同发展、境内主板市场和国际板市场齐头并进的局面，充分体现了“后发优势”。

尽管如此，相对中国黄金行业肩负的使命，相对中国第一大产金国、消费国和进口国的地位，金融属性的产品，尤其是具有风险管理功能的衍生品仍然缺乏，黄金投资渠道仍然偏窄，对国际大宗商品定价的影响力还有所不足，与国际主要黄金市场如伦敦、纽约相比仍有一定差距。

因此，在向国际一流的大宗商品交易市场迈进的过程中，商业银行和交易市场仍应本着“国际视野、本土智慧”，深入推进金融供给侧改革，通过持续提升资源配置质量和效率，来吸引更多的合格投资者进入，激活市场。

一是提高市场流动性。充分的交易活动有助于形成市场流动性，充分的流动性则将形成市场价格和供需状况，使市

场参与方有了公平、透明的价格参照物，同时有利于黄金生产加工批发零售等实体企业在市场上平衡或对冲自身风险。为此，一方面可顺应国家“减税降费”政策，适时探索进一步降低交易成本（手续费率）的可能性，提升交易活跃度；另一方面可加快推进信息系统基础设施建设，提高市场透明度、降低摩擦成本，包括推出更全面、更及时的行情信息发布系统，以及加强与境内外黄金现货市场、期货市场、外汇远掉期市场的联系，探索开展信息互通、标准互认、库存互信等工作在国内落地或先行先试。

二是推动国际化进程。逐步建设全球互联的交易体系、仓储交割体系，实现“一点接入、全市场交易”。在具体模式上，可本着“先行半步”的原则开展适度前瞻的交易系统建设，探索全球各主要贵金属市场交易品种的互相挂牌，以及国内黄金交割库和境外主要大宗商品市场交割库的互通。

三是加大协同创新力度。商业银行作为我国黄金市场的重要一极，可与交易所一起，以完善市场功能为目标，丰富投资和避险产品，包括黄金证券化产品和风险管理工具，为产业链企业、机构投资者、规模化的资金提供便利的市场通道和有效的避险手段。

二、对黄金银行的思考

黄金银行的深层次逻辑是经营黄金的类货币属性，即一方面以各类黄金产品和服务作为获客和留客的手段，另一方面把黄金当作货币或资金，形成黄金资产负债体系。

具体而言，就是在商业银行经营框架下，比照传统资产业务、负债业务、同业类开展黄金业务经营，涉及黄金租赁、黄金储蓄（积存）、黄金拆借和做市交易等。

2009年，中国工商银行成立了国内首家贵金属业务专营持牌机构——贵金属业务部；2014年，平安银行提出黄金银行的概念和品牌；2016年，民生银行正式推出黄金银行品牌。2018年末，中国人民银行发布互联网黄金、黄金积存、黄金资管等三个新规，与银保监会的相关监管制度相衔接，为商业银行黄金业务的发展建立了相对清晰的监管框架；尤其是“类储蓄”概念的明晰，对黄金账户、黄金资产负债平台的设置，乃至对构建黄金银行体系起到基石作用。

从实践来看，尽管黄金银行有利于商业银行在传统业务之外建立新型获客和经营优势，但因经营标的独特（实物黄金具有双重属性，与商业银行传统经营标的完全不同）、产品线纵深相对较浅、客户群体相对较小，整体业务空间无法与经营货币的业务相提并论，因此专业化、集中化经营管理模式对发挥业务合力、拓展新兴市场的作用优于分散化模式。

以工行为代表的商业银行对黄金银行的深入探索，除更有效地整合现有黄金业务外，更有利于形成一个相对独立的“资产、负债、中间业务”的经营管理体系，以创新为导向，充分发掘、发挥黄金的经营价值，通过为客户部门“贴金”、为基层经营“赋能”，更好地服务于整体经营目标。

三、对黄金产业链企业金融服务的思考

受国际金价连续多年低迷和产金成本居高不下的双重压力，黄金产业链企业尤其是矿业企业无不努力“绞干毛巾的最后一滴水”，降本增效、产能整合、兼并收购成为业内普遍采取的“过冬”措施，也决定了商业银行服务黄金产业链实体企业的基本原则。

一是提升财务效率。商业银行可加强与境内外交易市场、金融机构的联动，试点预付款融资（以未来开采的黄金为抵质押物）、供应链融资等有利于降低财务成本、加快资金周转、规避价格风险的金融产品。

二是提升资本效率。大部分中资金企的海外收购是现金交易，这是成本最高、资产负债表最难承受的交易模式，其根本原因是没有与被收购对象在同一地上市，因而无法通过换股、发新股等方式收购；目前国内商业银行的国际化布局已初具规模，具有本土化的资金和管理优势、海外金融牌照和网络优势，可通过更为紧密的内外联动，为企业提供更高的资本运作效率。

三、对“百姓金”金融服务的思考

国内商业银行针对个人客户的黄金业务主要是黄金零售和代理上金所交易，经营模式相对简单，其中黄金零售业务直接介入传统黄金零售经营领域，容易形成直接的竞争与冲突关系。鉴于黄金零售行业重资产、低周转、多品类、小批量、高滞销风险的经营特征，“护城河”效应明显，与商

业银行的基本经营理念、长期经营逻辑是不相符的。

未来商业银行“百姓金”的发展方向，可能更应趋向做黄金零售市场供需的桥梁、做B端到C端的平台。

一是适应“消费者主权时代”特点，一端联合生产、设计、加工端的头部企业的专业资源，另一端导入商业银行个人客户尤其是黄金客群，充分发挥自身枢纽作用，压缩中间环节、提高反应速度，更好地实现供需端的对接，使经营行为进一步贴近市场神经末梢。

二是尽管消费强度发生地域转移，但线下渠道仍然是黄金销售主导力量和线上的业务基础，借助商业银行不可取代的信用、遍布全国的经营网络、几乎全覆盖的客户群体，与黄金零售商共同探索以“贵金属旗舰店”为骨干，建立包括贵金属投资、收藏、消费、回购、专业服务功能在内的金融微生态圈，将是“双赢”的选择。

三是加快与互联网金融头部企业的线上业务合作，将银行的客户优势与合作方的流量优势结合起来，打造结合社交、黄金投资、黄金首饰、传统文化、纪念礼品、游戏IP等功能在内的黄金平台。

四是从“经营黄金的类货币属性和投资价值”这个业务逻辑出发，研究商业银行黄金账户和黄金积存产品的标准化，以流动性带动收益性，给民众带来实实在在的实惠，有效盘活沉淀在民间的、极其分散的1万多吨黄金，打造黄金资产吸纳、运用、管理、保值增值的闭环。总之，商业银行

通过经营渠道和模式创新，有利于将好的产品、服务更顺畅地抵达广大消费者，把“蛋糕”做大。

国内商业银行从建立黄金市场的第一天起，就是黄金市场坚定的参与者、建设者和见证者。未来商业银行的黄金之路，必将在深入贯彻习近平总书记“强化金融服务功能，满足经济社会发展和人民群众需要”重要精神的基础上，将“打造共建、共享、共生、共荣的黄金生态圈”这一主题，体现到对新发展理念和高质量发展要求的贯彻落实上，体现到为黄金市场提供更高质量、更有效率的金融服务上，体现到满足广大人民群众对黄金消费升级的需求上，携手共创中国黄金市场更加美好的明天。（中国工商银行贵金属业务部总经理 李宝权）

潮宏基聚焦时尚，积极探索新零售业务模式

潮宏基是一家以“K 金”为主营业务的上市公司，近日发布 2019 年半年度报告，实现营收 17.65 亿元，同比增长 8.48%。上半年，潮宏基深度洞察外部环境和内部能力，聚焦主业，继续推动现有业务稳健发展，积极探索新零售业务模式，并根据经济环境的变化，进一步调整经营战略，以保证后续的增长。

一、优化提升渠道质量，下沉至三、四线城市

2019 年上半年，为进一步优化提升渠道质量，潮宏基主动对自营渠道进行调整，对绩差店及一些不符合战略定位的门店及时进行关闭，优化资源配置，强化研产销一体化的供应链运营管理，提升新品研发精准度与市场导向性，加大终端培训力度，并推进终端区域管理职能下沉，进一步提高各销售区域的业务支撑能力，在精益管理、降本增效上下足功夫，通过各种手段保证终端门店的业绩稳定。

应对市场环境的变化，特别是四、五线城市的快速成长，公司及时调整渠道策略，在保持自营店数量较为稳定的前提下，加速加盟代理业务扩张，对内部流程进行优化，同时协同整合集团旗下各品牌代理商资源，推进招商发布会的顺利开展，并通过资源倾斜，推动有实力的加盟商加快市场开拓和渠道下沉，重点布局三、四线城市，进一步完善公司营销网络布局。上半年公司旗下三大品牌净增加盟店 31 家，加

盟代理业务收入同比增长 37.36%。

同时，结合互联网的特点和发展趋势以及消费者需求和沟通方式的变化，公司持续打造全渠道营销和极致体验，强化品牌化电商运营能力，目前已形成功能完善的电子商务营销平台，保持线上业务的稳定增长。

二、聚焦年轻客群 尝试“爆品”+“新零售”营销

潮宏基特别关注年轻客群的需求，不断通过消费者洞察和创新尝试，与核心客群的紧密沟通，持续探索会员精细化管理，推进集团用户数据中心建设。公司在会员领域的积累已铸就较好先发优势，数百万以都市白领女性为主的会员为旗下各品牌奠定了坚实的客群基础，逐渐从品牌运营向客户运营进化。

公司持续创新产品和服务，深挖产品独特卖点，集中产品、推广、促销资源合力打造单品爆款，综合运用淘宝众筹、朋友圈等平台尝试爆品零售新模式。此外，潮宏基还切入直播渠道和社交平台，加速发掘粉丝经济，不断强化品牌影响力，增强品牌价值增值空间。公司通过持续升级用户消费体验，推进集团用户数据中心建设，完善用户画像和标签，不断激活原有会员的复购需求，增强转化。目前，潮宏基旗下三大品牌会员总数已超 400 万，会员重购率稳步提升，用户转化率也有所提高。

三、加大婚庆产品线投入，打造婚戒定制零售新模式

公司历来重视产品设计和工艺研发，坚持以质量、工艺

取胜的产品差异化战略，致力于为消费者提供品质卓越、创意革新和工艺精湛的产品。旗下三大品牌不断加强产品设计研发能力，在整合提升内部设计团队能力的同时，加强与外部优秀资源的合作，持之以恒以原创设计推动产品差异化。公司通过鼓励工艺师自主创新、与国内外科研机构合作研发等方式，在多个领域取得了工艺创新和突破，更好地体现了产品的设计理念和张力，设计了符合市场趋势的“时尚近季、奢侈近人”的系列产品。

今年，面对市场变化，公司还加快婚庆定制项目建设进度，加大婚庆产品线的投入，推出“丘比特·完美爱”婚钻系列，并开展丘比特守护之旅，深植丘比特的婚庆印记，扩大品牌婚庆覆盖面。为进一步推进珠宝云平台创新营销项目的建设，满足顾客对婚钻产品的个性化定制需求，上半年公司还签约了美国 RITANI 婚钻订制系统，将借助该平台基础，开发适合中国市场和公司定位的婚戒定制零售新模式，创建自有婚庆子品牌，实现线下实体店与线上平台一体化互动模式，优化消费者购物体验，为消费者提供更多专属的婚钻选择。