

# 全国黄金行业 工作交流

2019 第 11 期  
(总第 35 期)

中国黄金协会

2019 年 11 月 26 日

---

## 【本期要目】

- ◎科技创新促发展 成果累累增效益
- ◎华泰龙公司党建与生产经营融合显成效
- ◎恒邦股份“四不松劲”拧紧安全生产阀门
- ◎高科技创新产品引领新增量市场
- ◎建行立足供给侧服务 创造多元化市场价值

# 科技创新促发展 成果累累增效益

党的十八大提出实施创新驱动发展战略，强调科技创新是提高社会生产力和综合国力的战略支撑，必须摆在国家发展全局的核心位置。创新驱动就是创新引领发展的第一动力，是国家命运所系，国家力量的核心支撑是科技创新能力。

河南中原黄金冶炼厂积极贯彻落实国家方针政策，主动适应创新发展新趋势，始终坚持将科技创新摆在首位，紧紧围绕多金属综合回收、绿色冶金技术、资源综合利用和重金属污染防治技术为重点，取得了一些列科技创新成果，增强了企业发展后劲和综合竞争力，成为地区和行业发展的排头兵。

## 一、金铜冶炼固废资源综合利用项目

公司整体搬迁升级改造项目投产以来，系统中产出白烟尘，其中含铜、砷、铅、金和银等元素，前期一直低价外售给有危险固废处置资质的单位处理；污酸硫化系统产出含砷硫化渣，其中还含铜、硫等，也属危险固废，外委处理。上述危废外委出售时，有价元素计价系数低甚至不计价，且转移手续繁琐，存在环境风险，若返回系统配料，砷、铅等元素无法实现开路，不断循环累积，影响正常生产。

公司为贯彻落实国家环保政策，秉持“绿水青山就是金山银山”的发展理念，在提高资源利用率、回收有价金属的同时，不断致力于固废的减量化、资源化、无害化处理技术

的创新。经过大量基础研究，开创性地提出对白烟尘和硫化渣进行湿法联合处理工艺，最终将危险固废白烟尘和硫化渣转化为砷产品，同时产生的铜精矿和铅精矿再利用或外售，实现“以废治废”和“变废为宝”，集中消纳工艺流程中的危废，为冶炼企业固废处理开辟了一条“双赢”的道路。

项目总投资 1.015 亿元，已于 2019 年 3 月工业化建成投产，各项指标运行良好。达产后新增年营业收入逾 3 亿元，经济效益和环境效益可观，符合国家提倡的废弃资源综合利用发展方向，技术水平达到国内领先，在行业内树立了标杆。

## 二、冶炼废酸中稀散元素铼综合回收项目

铼是一种稀有难熔金属，具有高熔点、高强度、良好的塑性和优异的机械稳定性，同时具有催化性、耐高温和腐蚀等优异的性能。广泛用于航空航天特殊合金、石油化工催化剂、热电合金、电子管结构材料、环境保护等领域。铼没有单独矿床，提取铼的主要原料有铜铼矿和辉钼矿，在铜矿的选矿过程中，80%左右的铼进入铜精矿中，因此火法炼铜是生产提取铼的重要行业之一。

公司年产硫酸 127 万吨，持续跟踪监测废酸中铼浓度很低（2-10ppm），且其含有大量的杂质离子，无法直接进行回收，导致这部分战略金属资源白白浪费。2016 年经过公司科研团队与郑州矿产综合利用研究所合作攻关，通过大量的试验比对，结合铼元素的特点，最终提出采用高效、低成本的阴离子交换树脂法实现了废酸中铼的回收，此项技术在铜冶

炼行业内属首创，后期又经过持续改进，最终得到了品位大于 99.9%的精制铼酸铵产品。项目于 2017 年 6 月工业化建成投产，目前已累计产出铼酸铵产品逾 1 吨，提升了公司的多金属综合回收水平，同时开辟了新的利润增长点。

### 三、尾渣资源化利用项目

随着矿产资源长期开采，造成初级资源逐渐贫缺，开发利用二次资源是冶金工业实现可持续发展的一条重要途径，这已成为人们的共识。

公司熔炼渣经浮选收铜后，浮选尾渣廉价出售给水泥行业作为配料用。针对铜渣的特点，开展有价值组分分离的基础理论研究，开发实现有价值组分的再资源化的分离技术，为含铜炉渣再资源产业化提供技术支持，对冶金行业创新发展具有重要意义。项目通过磁选工艺技术，针对浮选尾渣中的铁元素进行综合回收，得到磁选精矿为附加值较高的重介质粉，其中铁含量 53%左右，大幅提高了外售渣的经济价值，同时使原有固废减量 60%左右，实现了产品和环境效益的最大化。

除此之外，“铜阳极泥短流程提取稀贵金属新技术”解决了金产品生产周期长、在制品占用大额资金的问题；“底吹炉熔炼过程的工艺仿真及优化”旨在通过数值仿真模型的建立，解决炉渣含铜高和提高产能的问题；“阳极泥中铂钯提取及精炼技术研究”有效提纯了铂、钯精炼产品，经济

效益显著；“污酸硫化工艺创新实践项目”改善了作业环境，确保系统安全运行。“硫酸镍硫酸铜工艺优化回收项目”通过研究冷冻结晶工艺生产硫酸镍及水冷结晶硫酸铜产品，消除生产弊端，提高产品质量及作业效率；“电解净化系统除杂项目”通过“一段电积+二段诱导脱杂”的工艺思路，实现大幅提高净液系统脱杂能力，达到降铜除杂的目的，稳定了系统运行；“卡尔多炉渣多金属回收技术研究”彻底解决了卡渣中有价金属的积压，释放了资金压力，也是尾渣综合利用的代表成果；“尾气污染物深度治理达标排放技术”对于铜冶炼行业清洁生产具有良好的示范和推广价值。公司多项科技创新成果的攻关应用促进了企业发展，带来了巨大的经济、社会和环境效益。

公司一如既往地高度重视科技创新发展，始终紧紧围绕国家及行业发展战略，充分发挥创新发展引领作用，在科技创新这条道路上的追求永无止境。（河南中原黄金冶炼厂有限责任公司研发中心 王夏）

# 华泰龙公司党建与生产经营融合显成效

为保障“大干四季度”各项工作顺利进行，完成生产经营任务，华泰龙公司党委不断强化主体责任，注重党建和生产经营齐抓共管，在以“学”为引领的基础上，将各项工作落实到“做”上，营造了全员干事创业的氛围。

## 一、党建引领，助力企业创新发展

以问题导向指引工作方向。在发展过程中，华泰龙公司以党建为引领，坚持党建服务生产经营不偏离，把提高企业效益、增强企业竞争力、实现国有资产保值增值作为党组织工作出发点和落脚点，抓关键少数，抓作风建设，抓党员作用发挥，不断筑牢坚实的党建根基。

加强基层组织建设，把党支部紧密嵌入企业生产经营组织当中，明确“党政同责、一岗双责”要求。重新组建了六个基层党支部，党委委员兼任支部书记，设置专职副书记。严格落实党建工作“两个1%”，划拨党建经费200万元，基层党支部专兼职党务工作人员达到20余人，并为每个支部配备专门活动场所，保证了支部工作的正常开展。公司党委让党建进工段、进班组成为现实，通过纵向到底的运行机制、协同有力的共建机制、灵活高效的学习机制，使党支部强起来，让干事创业的力量汇聚起来。

与此同时，公司充分发挥党委的领导作用，始终将“把方向、管大局、保落实”的责任扛在肩上。公司领导班子带

头发扬“五加二、白加黑”作风，带头做、带头干，深入一线、狠抓落实，真正做到了情况掌握在一线、问题解决在一线、实效取得在一线，为公司广大干部职工树立了榜样。公司干部作风全面转变，大兴艰苦奋斗、求真务实之风。各机关部室突出基层导向，坚持重心下移、力量下沉、保障下倾，服务项目、服务基层、服务一线。有效地保障了公司重大工程、重点项目的有序推进。

## 二、持续发力，筑牢高质量发展基础

华泰龙公司依托“加强党的建设基础、强化党的建设重点”工作，练好支部内功，积极开展品牌党支部创建活动，用项目化管理的理念和方法推进党建工作与企业生产经营深度融合，着力破解党建工作中的重点难点问题，以生产经营业绩检验党建工作成效。

5300 党支部是企业创业时期，结合矿山建设实际树立的党建品牌，代表高原建设者无私奉献精神的雄鹰测量队、全国五一劳动奖章获得者宋青林等先进典型成为引领发展的旗帜。公司党委以 5300 党支部为标杆，制定品牌支部创建实施方案，设置“党员先锋岗”“党员责任区”和“党支部战斗堡垒”考评内容，对党支部从责任指标、组织指标、队伍指标等方面进行指标细化，对党员从政治自觉、遵章守纪、道德品行、奉献作为和党员互评等方面进行考评，考评成绩作为支部党建品牌创建考核成绩。

品牌活动的创建与党员示范岗、党员责任区等活动的开

展有机结合，使之最大程度反映出党组织和党员作用发挥情况，彰显党建工作新作为。在井下分矿，5个党员示范岗、6个党员责任区充分发挥作用，党员在生产经营、安全环保等工作中积极发挥模范带头作用，党小组的工作力度不断增强，有力地促进了支部工作开展。

“爱岗敬业、立足岗位作贡献”活动使党建工作变得更加鲜活生动。公司持续开展“我为降本增效献一策”、小改小革及合理化建议等活动，各单位员工特别是党员参与小改小革的热情高涨，共征集到100余条建议，有效提高了产品质量、设备使用效率等。

### **三、融合贯通，凝聚企业发展力量**

在以党建引领改革发展进程中，华泰龙公司把党建工作与企业文化建设结合起来，把职工群众放置到企业党建工作的中心位置，积极开展扶贫助困等活动，形成符合时代特征、行业特点、企业特色的和谐文化，为企业和谐提供强有力的精神动力和舆论支持，营造浓厚文化氛围。

在公司党委的坚强领导下，公司工会坚持党建引领，群团工作齐发声，紧紧围绕公司发展中心工作，充分发挥桥梁纽带和参谋助手作用，开展丰富多彩的职工群众活动，在活动中教育职工、服务职工、鼓舞职工，做职工的贴心人，将公司各项工作推向新的台阶。

根据生产经营需要，公司工会有针对性地组织开展“大干60天，实现双过半”，“大干四季度，决战90天”，争创

“工人先锋号”等主题劳动竞赛，并与西藏自治区总工会联合举办职工技能大赛。公司内部多次开展涉及磨矿工、浮选工、取样工、化验工、电、钳、焊工、计算机技能操作等技能比武，创建了科技工作创新室和劳模创新工作室，积极为公司发展出谋划策。

如今，敬业奉献、舍小家为大家的事迹在公司各层面不断上演，绽放企业精神的花朵定格在奋力创业的历史画卷中。工作的动力源于热爱，践行的力量来自认同，华泰龙公司把党建工作与企业文化建设有机融合，以党建带团建、党员带普通职工，在工作中做到相互结合、相互渗透，进一步激发广大职工立足岗位创新创效的干劲和热情，不断增强了职工的认同感、自豪感和归属感，增强企业的向心力、凝聚力和竞争力。

# 恒邦股份“四不松劲”拧紧安全生产阀门

为认真贯彻安全生产工作部署，山东恒邦冶炼股份有限公司牢牢把握安全工作主动权，坚持“四不松劲”，全力拧紧安全思想、现场管控、责任落实“阀门”，强化各级管理人员主体责任意识，确保公司健康稳定运行。

## 一、安全教育不松劲，拧紧“思想阀”

恒邦股份公司结合《2019年年度培训计划》及各地典型安全生产事故案例，根据实际有针对性地进行岗位风险辨识、操作规程及应急处置措施等方面应知应会知识的教育培训，特别是关键工序、新员工以及上半年考核摸底中暴露出来的薄弱岗位员工，开展安全警示和安全责任教育，强化对规程措施的再教育再学习，对安全不放心人进行重点帮扶，引导员工上标准岗、安全岗、放心岗，确保人人、时时、事事安全。年底前，公司要再组织一次全员安全培训摸底考试，抽查情况纳入月度考核当中。

## 二、专项整治不放松，拧紧“管控阀”

恒邦股份公司紧盯时间节点，下发《关于切实做好当前安全生产工作的通知》。一方面，要求各生产公司、销售公司、运输分公司及承包单位对今年以来的自查自纠隐患进行“回头看”。另一方面，开展内部自查、部室组织“交叉检查”，主要针对涉有毒有害、重大危险源、冶炼熔炉等重点场所进行全面排查，并制定好定点、定时、定方案、定责任

人、定预案等“五定”措施，强化日常检查力度，确保专项整治效果。

### **三、隐患排查不松劲，拧紧“素质阀”**

恒邦股份公司通过持续开展技能比武、“查保促”等系列活动，采取动静结合的考试模式，根据车间性质设置不同的考场和隐患点，同时要求在相同时间内以所查“风险管控点”和“隐患排查点”的级别计算成绩、评比考核，实现了员工参与有激情、有收获、有提高。

### **四、考核问责不松劲，拧紧“责任阀”**

恒邦股份公司在强化落实“手指口述安全确认”“双重预防体系”建设运行的基础上，完善了《领导干部带班安全稽查规定》，理顺了值班值守人员，新增了值班时定点巡检的岗位，强化了跟踪考核的奖惩力度。值班中层要按时参加班前班后会，交接班要深入生产现场巡视检查安全生产情况，以员工精神是否饱满、“手指口述”是否到位、生产场所是否符合安全生产要求为重点；值班高管则以岗位的大型设备、岗位关键点、重大危险源、现场检维修作业安全交底为重点，及时发现隐患、整治隐患，真正做到安全管理在一线，问题解决在一线。

# 高科技创新产品引领新增量市场

进入 2019 年，受经济下行压力增大、黄金价格高企等因素影响，国内黄金消费首次呈现下滑态势。2019 年前三季度，全国黄金实际消费量 768.31 吨，与 2018 年同期相比下降 9.58%。其中：黄金首饰 523.25 吨，同比下降 2.90%；金条 154.95 吨，同比下降 26.51%；金币 10.90 吨，同比下降 39.78%；工业及其他 79.21 吨，同比下降 3.28%。

市场需求的降低，意味着行业竞争的进一步加剧，如何在竞争中突围，已成为整个行业共同思考的问题。除了企业本身发展根基和成本管控能力之外，创新能力和对未来的战略布局更将成为致胜的关键。

## 一、新技术、新型态开拓存量时代的新增量市场

纵观黄金珠宝市场，随着婚嫁市场的萎缩，近年来占主体的传统婚嫁产品已进入发展瓶颈期，传统足金产品面对的中老年及礼品市场也呈现疲软态势。如何获取年轻群体的青睐，成为黄金珠宝市场获取新增量的关键所在。

古法黄金，在宏观层面迎合了国家“传统文化复兴”政策和大国文化崛起的潮流。在市场层面，则是抓住了年轻人中越来越主流的新东方美学和中国风审美。周大福以大众化的领袖品牌之躯，看准时机，将小众的文玩古法变身为主流审美的大众古法，以时下流行的国潮风进行包装，并借助在年轻人中影响深广的小红书和抖音等新媒体传播渠道对年

轻人种草，产品大获成功。

硬金产品因其面大金轻、低总价、款式多变时尚的基础特性，更是最大化迎合了单价敏感度最低、消费活跃度最高的九千岁（90 后、00 后）一代的需求，在年轻化、饰品化的层面走得更远。另外，与 K 金相比，硬金产品所具有的足金的高纯度属性又可以解决消费者潜在的保值需求，以及终端零售层面严重制约 K 金类产品增长的换款不便等售后问题。就产品本身而言，硬金产品在年轻消费者为主的新增量市场，均是具有广阔的消费基础和增长潜力的。

## 二、文化和美学价值迎合的新增量市场

相比于古法，硬金产品虽具时尚之形，但在文化属性和概念层面，基于目标人群需求的深度挖掘还不足够。以年轻一族对个性化审美的注重，可以判断，这一品类中在设计和形象层面相对成熟的产品品牌，必将脱颖而出。比如周大福的 ING 系列，简约时尚的外型，酷黑的视觉风格，“我不追潮流，我就是潮流”的独特主张，都让它变成了最具独特符号的硬金产品。百泰硬金产品则以 Kπ 的个性化命名推出“keep it ,喜欢就不犹豫”的独特主张，在消费者心目中拥有属于自己的专属位置。

## 三、高科技创新产品引领新增量市场

古法黄金因其带有宫廷传奇色彩的独特工艺，复古的美学特征，老铺黄金高值高价的珠玉前鉴，为零售终端带来更高的利润空间，吸引更多年轻化高知识高消费力阶层进入素

金市场。硬金产品以其时尚化、饰品化的产品形态，弥补了精细时尚化款式缺陷在推动行业消费模式升级层面更进一步，直接推动素金类产品向一口价销售模式进一步转型。这种升级转型除了推动行业向高利润的健康方向发展外，更推动黄金行业从准奢侈品、礼品化进入年轻化饰品化的增量市场，而年轻化、饰品化天生带来的频繁复购属性，又将使黄金产品获取更大的倍增市场空间，造就新的市场增量可能，有效解决行业痛点。

可喜的是，渠道获利空间的加大，消费模式的升级又将反推生产源头进行更多投入更大幅度的产品创新，带动一批上游制造企业由中国制造向质造和智造方向迭代升级，整个行业的创新动能形成正螺旋式的良性互动，将推动行业变革的持续深化。

# 建行立足供给侧服务 创造多元化市场价值

中国建设银行作为中国黄金市场主要参与者之一，见证了市场高速发展，并推动了改革进程。从实物黄金到账户黄金、从 OTC 市场交易到代理上海黄金交易所业务，从黄金租借、远期到期权、掉期，从美元交易为主到人民币和多币种交易，建行始终走在市场前沿，立足供给侧的服务实质，即向全球客户提供“一站式”综合服务，为客户创造多元化市场价值。

## 一、服务实体经济：发挥综合金融服务功能，支持产业发展

针对黄金产业，建行与国内外黄金上下游企业，和从事黄金业务的金融机构，保持密切合作，将资产负债管理理念应用在黄金业务上。一是加强对黄金资源开采和市场供需的分析，做好战略重点客户的选择和培养；二是着眼黄金产业的整个生产流程和供应链管理，不断优化黄金租借、黄金质押贷款等业务，同时做好债券、股票等融资模式创新，为黄金企业扩大再生产提供资金和资本支持；三要积极配合大型黄金企业“走出去”战略，整合商业银行全球资源，在国际化平台上为企业提供贸易融资、并购顾问等一揽子金融服务；四是密切关注黄金企业生产、经营过程，确保银行融资被用于黄金生产、加工和流通等刚需环节，严格防范客户挪用资金带来的违约风险。

## **二、服务资产配置：扩大市场投资容量，提升客户体验**

针对个人客户的资产配置和投资需求，建行拥有账户贵金属、账户商品、代理上海黄金交易所交易、积存金和实物贵金属等全系列产品。此外，建行依托金融科技支撑，在个人业务的开户、交易环节持续布局移动渠道，推进贵金属在网上银行、手机银行、电脑客户端等电子渠道实现全覆盖，为客户提供更便捷的交易渠道。

为扩大零售客群，建行开展系列营销活动，为个人客户参与黄金市场提供正规、便捷、低成本的交易服务，并做实投资者教育，实施“金智惠民”工程，面向社会大众传播现代金融理念。

## **三、服务机制升级：金融科技赋能，扩大市场覆盖度**

在科技支持业务发展方面，贵金属业务领域的应用主要体现在：一是内部的业务处理平台。建行依托定报价平台建设，优化了贵金属报价、交易的直通处理，提高了运营效率。二是渠道建设和优化。建行根据客户反馈，不断优化网银、手机银行的贵金属业务功能，上线贵金属交易电脑客户端、微信交易，开发 App 等。三是通过科技应用提升交易和营销能力。比如通过金融科技应用提高报价的精度和灵敏度；通过金融科技支持，构建复杂产品的定报价平台；依托数据分析实现精准营销等。

## **四、服务专业场景：研究智慧赋能，丰富差异化内涵**

黄金业务的客户更加国际化、专业化、市场化，除了要

求提供传统融资需求、风险管理需求外，更迫切要求综合信息和服务咨询。建行设立了专职研究团队，系统分析企业、金融同业和个人客户对资讯信息的需求，有针对性地开展研究工作，提供及时、深入、全面的资讯服务。

一方面，提供全方位研究观点和服务方案。建行建立了覆盖汇率、利率、债券、股票、贵金属和大宗商品的研究框架，在提高市场趋势研判能力的同时，特别关注应用型研究。加强对产业、资金等方面的深度挖掘，通过实地调研、电话交流等方式，对黄金产业上下游的上市公司开展研究，填补产品和企业真实诉求之间的空白。根据各类内外部约束条件，为对公客户制定策略，满足生产经营过程中的融资、对冲、理财需求。另一方面，建行建立功能丰富的资讯平台，并培育研究品牌，不断完善微信公众号功能、内容，“建行贵金属业务”微信公众号覆盖 4000 万客户群体，并依托建行“龙财富”平台，提供综合投资服务。