

全国黄金行业 工作交流

2024 第 7 期

(总第 91 期)

中国黄金协会

2024 年 7 月 24 日

【本期目录】

- ◎秦岭金矿国家级整装勘查区矿产预测与找矿突破获重大进展
- ◎辽宁中金欧亚集团坚持党建引领，推动企业高质量发展
- ◎新城金矿坚持创新驱动，助力企业提质增效
- ◎招金银楼品牌焕发新活力，引领美好新风尚

秦岭金矿国家级整装勘查区矿产预测与找矿突破获重大进展

金矿作为秦岭成矿带的优势矿种，产出主要受构造-岩浆带控制，类型主要为微细浸染型与石英脉-构造蚀变岩型，集中发育在西秦岭及小秦岭地区。为加快实现西秦岭金矿找矿重大突破，按照“公益先行、基金衔接、商业跟进、整装勘查、快速突破”的找矿新机制，先后设置5片国家级金矿整装勘查区，分别为：甘肃崖湾-大桥地区金锑矿整装勘查区、甘肃岷县寨上-马坞金矿整装勘查区、甘肃阳山地区金矿整装勘查区、甘肃夏河-合作地区金矿整装勘查区、天水市柴家庄-太阳寺地区金及多金属矿整装勘查区。

由中国地质调查局发展研究中心等单位开展《西秦岭金矿国家级整装勘查区矿产预测与找矿突破》项目，对整装勘查区内典型矿床开展关键基础问题研究，通过剖析典型矿床成矿作用过程，在查明区域构造演化史和成岩成矿时间、空间分布规律的基础上，进一步研究成矿物质来源、成矿流体的运移机制等，构建金矿“三位一体”找矿预测地质模型，揭示成矿规律和深部找矿潜力，为指导本区金矿找矿提供理论支撑；项目部署1:5万矿产地质调查及资源潜力评价，提高本区基础地质工作程度，圈定综合异常，提交新发现矿产地、矿点及找矿靶区，为西秦岭金矿

找矿开拓新空间；项目编制矿产地质调查示范性成果图件，对区域成矿学发展做出重要贡献，助推实现重大突破；项目开展的大数据智能找矿预测和矿产综合信息预测等新技术方法试点，为区域矿产预测提供新思路，为公益性矿产地质调查在秦岭成矿带部署提供依据，为新一轮战略性矿产找矿行动重点调查区部署提供针对性建议。

通过该项目的实施，提交的新增金资源量短期经济价值达463亿元，可延长矿山服务年限50年，拉动职工就业3000余人。发表论文22篇，专著6本，申请专利2项，获软件著作权1项，培养博士100余名。1:50000矿产资源潜力评价技术方法体系指导全国100余片整装勘查区开展了评价工作，圈定了一批找矿新靶区。相关成果为新一轮找矿突破战略行动规划部署提供了工作基础和技术支撑。经中国黄金协会组织专家委员会评价，该成果达到国际领先水平。

辽宁中金欧亚集团坚持党建引领，推动企业高质量发展

辽宁中金欧亚集团始建于 1992 年，是一家集产供销、产学研、金融投资、文化典藏、西点烘焙、国防教育、红色研学等为一体的跨领域跨地区经营的规模化集团公司，业务分布于沈阳、本溪、丹东、深圳等地区。现有员工 680 余名，下设 1 个集团党委，1 个党总支，10 个党支部，共有党员 128 名，市（县）区党代表、人大代表、政协委员 13 名。

创建 30 余年来，始终坚持“党建强企、产业兴区、服务惠民”发展站位，秉承“实业报国、服务社会、黄金为民、送福万家”的企业使命，实现了党建工作与企业发展的互促共赢。党建阵地被授予辽宁省干部教育培训现场教学基地、辽宁省中共党史宣传教育中心示范基地、辽宁省非公企业党建示范基地等称号，党建研究成果获中组部全国非公党建研究二等奖，思想政治工作研究获中国黄金协会一等奖、辽宁省思想政治工作研究一等奖。企业荣获全国巾帼建功先进集体、中国黄金 100 强、中国珠宝首饰行业诚信示范单位、辽宁省文明单位、辽宁省爱国拥军模范单位、辽宁省先进基层党组织、辽宁省思想政治工作先进单位等殊荣。

一、加强自身建设，着力提高党组织战斗力

以打造规范化、标准化党组织为目标，着力从组织建设、制度建设、阵地建设入手，努力打造坚强有力的战斗堡垒。**一是抓班子，打造坚强战斗堡垒。**实施“双向进入、交叉任职”制度，选拔5名政治素质好、组织能力强、群众威信高的副职领导、部门负责人兼任党委委员，充分发挥“领头雁”作用；严格落实《党委（总支）理论学习制度》，组织学习习近平新时代中国特色社会主义思想和党的二十大精神等内容，提升班子成员履职能力；建立班子成员与管理层定期交流制度，及时听取意见建议，邀请参加组织生活，主动接受群众监督；健全完善《党委（总支）议事规则》，凡涉及企业发展规划、管理人员任免、大项经费使用等重大事项，党委（总支）全程参与集体决策，为企业发展把关定向。**二是抓规范，打造标准化阵地。**严格按照非公企业党组织规范化建设标准，在沈阳、丹东等地投资1200余万元打造1.3万平方米的“红色引领”“百年回眸”“激情岁月”“伟大复兴”4个党建文化展馆和3个“商圈党群服务中心”及1个“红色印记主题馆”，为党员群众、企业商户、军人军属、社会团体等提供教育培训、业务咨询、商务洽谈、创新创业等服务，打造成为“党员之家、统战阵地、群众家园、军人驿站”。截至目前，党建阵地接待全国各地党员群众参观学习16.8万余人次，开展党史教育、爱国主义教育等480余场次。摸索总结出“组织联建、活动联办、治理联动、资源联享、发展联促”的“党建五联工作

法”，增强了区域党建服务功能；制作下发《党建工作执行手册》《党员日常教育管理量化考评办法》和《中金党旗红》宣传画册，推进党组织规范化建设。**三是抓学习，打造过硬党员队伍。**认真落实“三会一课”制度，依托中金党校和共产党员网、学习强国、微信公众号等载体，构建“必学+选学”“线上+线下”“自学+书记”辅导学习模式，开展月看一书、季写一文、年学一技的“三个一”主题活动；通过“中金大擂台”“红色大讲堂”“微党课大家讲”等形式，开展时政解读、形势教育、业务交流等，提升党员综合素质，更好服务企业发展。

二、创新活动载体，着力增强党组织凝聚力

创新活动方式，丰富活动载体，充分发挥党组织的政治引领作用和党员的先锋模范作用。**一是创新党员教育形式。**扎实开展党史学习教育和学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育，组织党员到一大旧址、嘉兴南湖红船、古田会议旧址、毛泽东故居、井冈山、延安、西柏坡、抗美援朝纪念馆等红色教育基地进行党性锻炼，通过重温入党誓词、集体过“政治生日”、行走党课、专题党课等形式，教育引导党员增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”。**二是发挥党员先锋模范作用。**深入开展“一帮一、一对红，一抓一、一片红，一学一、一起红”和“党员八在前”（政治意识树在前、理论学习学在前、业务创新干在前、诚信经营做在前、服务群众情在前、社会公益

走在前、纪律规矩挺在前、急难险重冲在前) 主题实践及“党员责任岗”“党员示范岗”“党员先锋岗”三岗联创活动, 要求党员佩戴党徽, 亮明党员身份, 带头承诺践诺, 引导党员立足本职建功立业, 攻坚克难勇当先锋。**三是开展“双向培养”活动。**注重把业务骨干培养成党员, 把党员培养成业务骨干, 不断优化党员和员工队伍结构; 依托集团北方黄金珠宝学院、中金创新创业学院、麦田西典烘焙学校创新人才培养, 打造集技术创新攻关“平台”、技能培训“学校”、员工岗位成才“孵化”为一体的人才培养体系, 为国家珠宝行业和烘焙行业培养输送专业人才 9600 余人。目前, 集团党员 60% 以上是中层管理人员, 业务骨干中 50% 是入党积极分子, 取得职业技能等级证书的员工 82 人, 注册商标类别 46 项。创办的北方黄金珠宝学院现有 1860 名在校生, 专业对口就业率达到 90% 以上, 荣获“国家级教学成果二等奖”“辽宁省教学成果一等奖”等奖项。

三、勇担社会责任, 着力提高党组织吸引力

引导企业把社会责任融入企业文化建设中, 着力提高党组织的吸引力。**一是引导企业诚信经营。**按照市委组织部《关于开展商圈党建联盟工作的指导意见》要求, 主动融入商圈党建联盟, 积极发挥龙头企业带动作用, 督促企业和商圈规范诚信服务, 组织开展“诚信经营业户”“共产党员示范业户”评选和“诚信经营树形象”“活力商圈购物节”等主题活动, 带动商圈 460 余家

商户进行诚信经营签字承诺，打造诚信经营共同体，提振了区域经济活力。**二是让发展成果惠及员工。**构建员工“有事找党组织”服务体系，多渠道、全方位落实关心关爱工作，及时解决员工实际诉求和困难，每逢员工生病住院、结婚生育、家庭困难、遇有纠纷等，都会安排人员前往探望慰问和协助解决，每逢传统节日都会发放节日福利，传递党组织的关怀和温暖，增强员工的获得感、幸福感，激发干事创业的精气神。**三是倾情关爱社会群体。**带领员工积极参与社会公益、拥军优属、基层治理等活动，不断向社会回馈正能量。近年来，开展志愿服务 320 余场，累计志愿服务时长 13600 余小时；组织 420 余名志愿者无偿献血 12.2 万毫升；走访慰问困难群众、困境学生、驻军官兵、志愿军老战士、军烈属等 4260 余人次，累计捐款捐物 460 余万元；举办专场招聘会，帮助退役军人、军属、下岗职工、大中专毕业生实现就业创业 160 余人，彰显了非公企业党组织的责任担当。

在新征程上，集团将以党的二十大精神为指引，深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，踔厉奋发，勇毅前行，创新实干，勇争一流，以高质量党建引领企业开创高质量发展新局面，在推进辽宁全面振兴新突破三年行动中展现更大担当和作为。

新城金矿坚持创新驱动，助力企业提质增效

今年以来，新城金矿坚持成本先行、效益优先，不断强化探矿增储、深化技术创新、细化成本管控，实现提质增效多维发力、多点开花。

一、以产增效 握紧“产能粮”

“善弈者谋势，不善者谋子。”产量的提升不能只盯出矿量和提升量，更要着眼系统建设和工艺优化。新城金矿坚持生产任务和系统建设“两手抓、两手硬”，制定《新城金矿生产系统优化实施方案》，围绕供水供电、充填、提升等8大系统提出了具体优化方案，全面推进生产系统建设与完善，为产能提升及生产接续夯基垒台。持续开展通风系统整治，完成新城矿区063（V）中段主扇风机更换，深部回风量由270m³/s增加至310m³/s；同时，新城金矿组织技术人员从工程设计、施工工艺、组织管理、控制爆破等多个方面精细筹划，通过日常跟进和现场指导等措施，完成了20余条措施井的精准贯通，有效改善矿区作业环境，为加快重点区域探矿进度提供了有利条件。

以“稳品位、提效率、增矿量”为工作目标，新城金矿依据当前揭露的地质资料，及时调整优化探矿方案，通过增钻减坑的方式高效开展各项地质工作，实现探矿全覆盖，上半年累计探矿新增金金属量3.02吨。加强探矿工程施工组织，优化生产布局，

加快部分中段等重点见矿靶区探矿进度，增加主力生产区域可采矿量，保障生产接续稳定，确保稳产超产。

二、因智提质 打造“智慧粮”

深化“智慧在基层”的理念，充分调动员工的积极性，加大技术创新力度，让增效之路提质进位。成立新城金矿创新工作组，法氢洁擎减排在无轨设备发动机的推广应用、新型安全门按钮开关升级改造、废石运输系统优化研究与应用、箕斗钢罐道耐磨板安装及应用等小改小革项目如雨后春笋不断涌现。同时，牢固树立“过紧日子才能过好日子”的思想，鼓励员工开展修旧利废和小改小革，上半年修旧利废累计完成 616 万元，小改小革累计完成 855 万元。

起重设备防脱钩装置在全矿 51 台套设备推广改造，创新将弹簧式吊钩防脱卡扣改为镀锌钢筋式吊钩防脱卡扣，安装使用简单方便且经济耐用，有效消除吊装过程中吊物脱钩的安全隐患；自主设计罐内阻车器，解决不同车型罐笼内定车阻车问题，“罐内阻+挡车链条+三角木掩车”三重防护，杜绝提升中的安全隐患，同时，应用 AI 识别技术，结合智能识别算法和边缘计算技术，识别乘罐人数，有效防止乘罐超员，解决交接班高峰期现场管理难度大的问题……技术创新不断为新城金矿打开高质量发展的的大门，为圆满完成“双过半”提优赋能。

开源也要节流。新城金矿开展“削峰填谷”活动，根据最新的峰谷平运行时段，完成全矿 236 块计量表计量时段的调整工作，合理安排重点设备开停机或减核运行时段，累计降低峰期用电量 86 万 kwh，节约电费 26 万元。

三、力控挖潜 算好“成本粮”

新城金矿以全面预算为指导，建立纵向层级落实、横向类别延伸的全要素成本考核体系——纵向压实 4 级层级成本考核，实现至车间班组及机台的源头管控；横向延伸成本费用类别，实现全要素管控模式。对全矿管控费用按职责分工，实施年度统算、年末兑现，促进可控成本有效压降、非可控成本总额管控的考核模式优化与约束。执行“吨矿成本”“克金成本”及“月中控制”三项指标统算考核，促进考核实现“质”“量”双达标管控目的。上半年，克金材料及动力费较去年同期下降 3.65 元/克。

以保障月度经营指标为准绳，对月度出现偏差的成本及时发出预警，进行有效的监督与控制，进一步提升对源头成本费用的评估督导作用，及时发现各作业项目的成本偏差，采取调整管控措施进行成本压降及波动原因查摆。通过实施资金筹划、修旧利废、工程自营、小改小革、节能降耗、技术创新等措施，实现全环节覆盖、各部门联动、全人员参与；同时严控生产、维修、工程成本，紧缩各项支出，建立“既算大账、抓主要矛盾，又算小账、统筹兼顾”的成本管理理念，夯实基础深化降本增效。

招金银楼品牌焕发新活力，引领美好新风尚

随着新的消费趋势、技术手段、商业模式、新锐品牌层出不穷，品牌焕新已成为诸多品牌稳固市场地位、实现蜕变发展的重要抓手。对于山东招金银楼有限公司（下称招金银楼）而言，品牌焕新是一次全新的成长和蜕变过程。2022年10月，为顺应新时代发展，迎合年轻消费群体需求，进一步提升品牌认知和声量，走向更好的未来，招金银楼重新审视品牌的过去与未来，以“国潮+非遗”为切入点，通过焕新四部曲，开启了品牌焕新之路。2024年是招金银楼持续推进品牌焕新的第二个年头，招金银楼将继续坚守“美好”价值主张，全面释放品牌竞争优势。

一、锚定“美好”精准焕新，重申品牌价值主张

招金银楼敏锐捕捉行业变革信息，与时代脉搏同频共振，通过对市场宏观趋势、行业现状、竞争品牌等进行全面调研分析及对招金银楼品牌DNA和发光点的深入挖掘，锚定了“消费品化”市场赛道，将“中华黄金文化传播者和纯臻黄金品质演绎者”的品牌主张升级为“美好生活创享者”，重塑招金银楼品牌顶层设计和文化价值体系，不断夯实品牌文化护城河，以全新的品牌调性构建新零售的认知度与知名度，让品牌越做越“新”。

以“美好生活创享者”作为品牌定位，在体现招金银楼的文化自信、社会责任、行业高度和品牌态度的同时，更加注重挖掘

消费者的心理诉求和情感价值，更加符合中国当下社会的主旋律。

“美好生活”强调消费品化赛道、“黄金+”生活方式、美好生活态度，是以黄金珠宝首饰作为载体，提供“人们对美好生活的向往”的情绪价值。“创享者”强调全产业链、全品类，突出综合实力和品质黄金的价值。这与招金银楼原本的“中华黄金文化传播者和纯臻黄金品质演绎者”的品牌使命不谋而合。

为更好地传递品牌的“美好”理念，招金银楼发布了《美好》态度篇，并成功登陆 CCTV-3《春晚等着你》栏目，向全国人民传递招金银楼“美好”价值主张，也充分展现了招金银楼在嫁接传统文化、实现品牌焕新后的新活力。

二、以非遗匠心打造品牌印记，用黄金讲好美好生活故事

好产品是美好生活的载体，美好生活是产业回归消费本质、产品本质的一种必然导向，更是基于市场和客户需求发展的研判。围绕“美好生活”需求而产生的国民黄金首饰新消费动力，目前处于尚待满足和优化提升中。

招金银楼注重产品美好品质，以产品力与品质生活文化融会贯通，赋能美好生活。溯源黄金文化审美，深度参与“传统工艺与材料研究文化和旅游部重点实验室（清华大学）”与“中国非遗创艺运动”关于“中国传统工艺与黄金文化的溯源与创新”的课题研究，并完成国潮文化黄金实践之路，发布《国潮黄金首饰

白皮书》。同时借势“国潮 3.0 文化力”及“国潮古法金”的快速增长，充分洞察消费需求变化，在不断丰富主打品类“五九臻金”“招金·招系列”产品的基础上，从中国传统文化元素中汲取创造灵感，深度挖掘和融合黄金文化和非遗文化，策划推出“当代宝相”国潮非遗系列产品，引发人们内心对“美好生活”共鸣的触点，闪耀更自信的东方审美风潮和更年轻、悦己的生活方式。

“当代宝相”国潮非遗系列产品锚定“美好”理念，溯源敦煌藻井宝相，将中国传统文化精髓、中国传统非遗技艺及人们对美好生活的向往融为一体，结合文化、非遗、炫彩、多元佩戴方式打造“美好生活”套系。产品一经发布，便得到了行业协会、合作伙伴及消费者的广泛认可和赞誉，全国各大媒体、门户网站、新媒体平台纷纷报道，产品发布会期间总曝光量 1599.23 万。目前，“当代宝相”系列产品已在招金银楼全国品牌门店陆续上柜销售，为广大消费者提供引爆美好生活共鸣的高品质产品，满足消费者对美好生活的追求。

三、VISI 形象焕新升级，满足消费者体验式消费需求

当今社会，消费者“悦己”的特质让他们在消费过程中，不再局限于产品“质量”的好坏和“价格”的高低，而是追求极致性价比，更加注重场景式体验。品牌形象是消费者对品牌认知的窗口。为延伸品牌“美好”DNA，招金银楼全新 VISI（形象设计与视觉）系统，在延续原有核心要素的基础上，与“美好生活创

享者”的品牌定位相融合，结合已有品牌认知与当下消费场景，融合中国传统文化元素进行升级换代，重塑品牌的语言钉、视觉锤、情感锚，从视觉、空间、包装辅料、服装等方面进行全方位焕新，更加贴合年轻消费者的审美和消费需求，构建全新的消费场景，带给广大消费者全新的购物体验。

通过 VISI 系统升级，招金银楼以全新的姿态走进大众视野，以客户为中心，打通消费体验的更多触点，挖掘消费者内心深处的情感需求，增强优质、新鲜、愉悦的消费体验，让消费者更好地感知招金银楼的品牌理念和温度。

四、视角宣传矩阵，响品牌焕新声量

品牌焕新只是开始，如何构建品牌与消费者对话的桥梁，通过品牌故事的演绎、品牌文化的传播，将品牌的价值理念传递给消费者，引发消费者的情感共鸣和价值认同，才是关键所在。

招金银楼积极整合内外部宣传资源，内部宣发、外部整合、广告投放“三力齐发”，通过科学规划进行精准投放，扎实讲好品牌故事，传递品牌价值。在借助抖音、微信、小红书、今日头条等公司自媒体平台持续开展内容营销引流的同时，整合外部资源，借助党政央媒、国内主流媒体、新媒体平台相结合的多重宣传矩阵，进行持续报道、内容宣发和流量推送，让招金的“美好”在消费者心中不断具象化，更加深入人心，进一步刷新消费者对招金银楼品牌的认知，为推动品牌破圈增长奠定基础。

2024年是招金银楼持续推进品牌焕新的第二个年头，招金银楼将继续坚守“美好”价值主张，全面释放品牌竞争优势，以产品和服务为媒介，不断研发推出更多符合东方美学时尚的高品质产品，满足消费者多元化需求，见证新时代的美好生活。同时积极推动全新品牌形象在终端市场的落地，搭建完善的产品规划体系、品牌营销体系和品牌传播体系，聚焦山东本省文化黄金“新消费、新零售”体验，以点带面推动品牌力、产品力、渠道力、营销力全面提升，打造“黄金行业全产业链标杆”，树立黄金珠宝品牌的中国形象。