

全国黄金行业 工作交流

2026 第 1 期
(总第 109 期)

中国黄金协会

2026 年 1 月 27 日

【本期目录】

- ◎三山岛金矿2005m超深竖井安全建造关键技术及应用
- ◎招金早子沟金矿支部建设扎实推进党建阵地更新
- ◎河北金厂峪公司以全方位革新赋能生产经营
- ◎从规模扩张到价值深耕，周大福一年暴涨 900 亿的启示录

三山岛金矿 2005m 超深竖井安全建造 关键技术及应用

当前全球矿产资源供需矛盾日益突出，浅部易开采资源已逐步枯竭，向地下 2000m 及更深部开发矿产资源成为保障资源安全的必然趋势，早在国家“十三五”“十四五”规划和 2030 年远景目标纲要中，就已提出并确立深地国家战略。超深竖井作为深部矿产开发的“生命线工程”，其建设水平直接决定深部资源开发的效率与安全性。2000 米以深资源禀赋复杂、地质异构性强，与浅埋竖井相比超深竖井建设处于高井深、高应力、高承压高温水、高岩温、强腐蚀、强开挖扰动“五高二强”极端环境下，面临诸多技术难题。

为此，山东黄金矿业（莱州）有限公司三山岛金矿联合东北大学等单位开展了《2005m 超深竖井安全建造关键技术及应用》项目，通过构建岩体质量与岩体特性耦合的 2005m 深井筒三维可视化工程灾害模型，在三山岛金矿副井建设过程中应用，精准映射井筒掘进全过程的地质条件变化与工程状态，显著提升了井筒地层质量评估的准确性和可靠性；为应对三山岛金矿副井深部高承压热水，首创超长段探水高压驱水注浆技术，以“坚决不揭露水、治水”为原则，按照“有掘必探，探注结合”的防治水方针，

采用止浆岩帽代替止浆垫，节省了施工成本与时间；建立集多维信息监测预警—超深钻孔释压—释压爆破—释能支护—井壁免承压的超深井筒超前释压防控技术，有效提高施工效率；采用地面机械制冷与压入式通风系统协同降温方式，通过反分析计算与数值模拟精准确定制冷参数，实现了对 1800m 以深工作面热环境的有效控制，将温度从 40℃ 以上降至 26~28℃ 安全范围，显著改善作业环境，提高了施工人员工作效率，保障深井开采安全性；基于超长段探水高压注浆堵水、超前序次释压理论，通过指导、突破井筒“一掘一砌”短段掘砌基本工序，综合 2005m 深井筒三维可视化工程灾害模型、超长段探水高压驱水注浆技术、超前释压防控技术、人工制冷协同低碳冷源降温系统、提升悬吊技术形成透明打干井、释压防控、恒温保冷、高效提升、井壁“免承压”的 2005m 深井筒安全建造工艺体系。

该项目研究成果从根本上转变了超深竖井建造理论与关键技术革新，形成了系列创新理论与技术，解决了超深竖井建造盲目掘进，采动地压难防、难控，高承压水难以防治等问题，实现了技术成果从跟跑、并跑到领跑的转变，推动了我国深部黄金矿床开采行业的技术进步。项目研究成果经在国内其他金属矿山推广实施，有效解决了我国深地资源开发“卡脖子”问题，极大地促进我国深地资源开发领域的技术进步，为解决矿山资源危机、

延续矿山服务年限提供了一条有效的途径，对于科学、合理、高效地开发利用深部不可再生的矿产资源具有重要意义。经中国黄金协会组织专家委员会评价，该成果整体达到国际领先水平。

招金早子沟金矿支部建设扎实推进 党建阵地更新

早子沟金矿党支部以“党建阵地标准化、支部运转规范化、先锋引领常态化”为目标，通过升级党建阵地、优化支部管理、强化党员示范，推动党建工作与生产经营深度融合，为企业高质量发展注入强劲“红色动能”。

一、阵地焕新：打造“红色引擎”新标杆

走进早子沟金矿党员活动室，党徽、党旗、入党誓词和红色文化墙庄重醒目，党建书籍、党建品牌、党务公开栏、数字化学习设备一应俱全，“党员先锋岗”“党员示范岗”标牌在荣誉墙上熠熠生辉。今年以来，企业投入专项资金，按照“六有”标准，对党支部活动阵地进行全面升级。一是功能优化：整合“党员活动室+职工书屋”，打造多功能党建共享空间；二是数字赋能：增设智慧大屏电视，实时更新学习资料、进行视频培训及教学，“线上+线下”教育全覆盖；三是文化浸润：以“矿山精神”“民族团结”为主题设计文化长廊，营造“红色矿山”浓厚氛围。

二、支部强基：激活“神经末梢”新活力

企业以标准化建设为抓手，推动支部运转提质增效。今年来，实行“月考核+年度督查”机制；联合合作市自然资源局与应急

管理局进行联建共建活动，结合全国安全生产形势上专题党课一次，开展炸药库消防应急演练一次，深化了“党建+安全生产”融合。

三、先锋模范：释放“红色动能”新效应

“关键时刻看党员，攻坚一线有支部！”支部深入开展党员“亮身份、作承诺、当先锋、树形象”活动，推动先锋作用显性化。成立“党员示范岗”和“党员先锋岗”，在生产攻坚、井下验收、设备检修和后勤保障等任务中冲锋在前，保障工作出新、技术创新；党员技术骨干牵头研发的“矿山浮选废水处理装置”、“回采工作面矿山压力检测装置”等，荣获国家实用新型专利；落实职工关爱“暖心工程”，设立“职工暖心服务驿站”，改善矿区生活设施，为职工解决衣食住行等方面问题 30 余个，职工幸福度、满意度不断提升。

党旗红，矿山兴。早子沟金矿以党建阵地更新为起点，推动支部运转从“单项突破”向“多维发散”转变，先锋引领从“点上开花”向“面上结果”拓展。未来，支部将持续深化“党建+生产”融合模式，以高质量党建引领企业安全高效发展，谱写“十五五”矿山发展路径新篇章。

河北金厂峪公司以全方位革新赋能生产经营

在矿山行业转型升级的关键期，河北金厂峪矿业有限责任公司锚定“以科技创新破解生产难题、以成果转化提升经营效能”核心目标，以全面深化改革为总抓手，以技术创新为突破口，通过“走出去”借智、深改革提效、建机制激能、促革新实效等举措，打通创新堵点、激活发展动能，在管理优化、效率提升、安全保障等领域取得一系列突破性成果，让改革创新成为公司高质量发展的“最强引擎”。

一、借智赋能拓视野，锚定创新新方向

面对供矿不足、矿石品位偏低等发展难题，公司打破“闭门造车”思维，以“走出去、学进来”的务实举措，拓宽发展视野，借外部智慧破解内生难题。组织管理及生产骨干赴河南嵩县中金、山金等行业标杆企业，聚焦安全管理模式、机械化采掘设备应用等核心领域，深入学习先进管理经验与生产技术，通过跨单位互学互鉴、资源共享，为公司改革创新提供可借鉴的实践蓝本，有效拓宽了管理创新思路，为公司高质量发展注入外部活力。

二、深化改革激内力，筑牢发展硬支撑

公司以三项制度改革为核心，分层分类施策，全面激活内生发展动力。在干部管理层面，完善考核任免机制，全面推行竞聘

制、契约制与考核制，构建“能上能下、工资能高能低”的竞争格局，让有为者有位、实干者得实惠；在班组长管理层面，强化基层管理骨干的责任意识与执行力；在普通员工层面，推行包干制、考评制，打破“平均主义”“躺平心态”，激发全员干事创业的积极性与主动性，彻底打破“大锅饭”思维，形成“上下联动、全员奋进”的良好发展氛围，推动管理效能实现质的提升。

三、育智聚才强根基，构建协同创新生态

公司坚持“人才是第一资源、创新是第一动力”，构建“引育用留”四维人才机制，夯实创新人才底座。一方面精准引才、系统育才，2025年从高校招聘各专业人才9名，依托公司科研项目培养科技人才15名，累计开展企业外部考察学习7次、与长沙研究院研学交流3次，覆盖员工百余人次，以常态化学习提升全员创新素养；另一方面深化协同、聚力攻关，加强与科研院所、设备厂家深度合作，联合开展高效采矿方法研究、智能化装备适配等技术攻关，构建“产学研用”一体化创新模式，同时通过召开14次科研例会，统筹推进创新项目，形成内外联动、上下协同的创新合力。

四、搭建平台聚合力，点燃全员创新热情

为让创新理念深植人心、创新成果落地见效，成立科技研发中心，聚焦生产经营中的难点痛点精准立项攻关，推行“揭榜挂

帅”机制，每周召开研发推进会跟踪项目进展，确保创新项目有序推进；常态化开展创新成果评比活动，已收到 20 项优质创新成果，每半年组织一次评奖表彰，以正向激励点燃全员创新热情，逐步形成“人人愿创新、事事能创新、创新有回报”的浓厚氛围，让创新理念深植发展基因。

五、技术革新见实效，赋能生产新升级

通过十大技术改造举措，实现安全保障、生产效率、经营效益多重跃升。真正做到从生产中来，到生产中去，各项创新成效显著：安全管理上，“211+”安全管理体系从人、物、重点领域等五方面发力，筑牢安全根基；技术革新全面落地，井下放电缆用设备替代人工，减少停产时间，直接减少人工费用 8 万元，VCR 爆破成井、采矿工艺改革等举措，有效减少人工作业量、降低作业风险；设备改造与材料替代成效突出，箕斗井绞车改造后每班倒矿增加 100 车，柔性锚网年省 50 万元，声控灯年节省电费 35 万元，一系列创新成果实现安全风险降低、生产效率提升、成本节约，达成安全与效益双丰收。

六、一线创新添活力，实干赋能促发展

改革创新的成效，最终体现在基层一线的实践中，更扎根于每一位员工的实干里。杨立军、刘金锁两位一线员工以匠心破难题、以实干促提升，用“小改小革”书写了全员创新赋能安全生

产、降本增效的生动答卷。

金厂峪矿运输区员工杨立军，深耕井下作业 20 余载，对溜井翻车环节存在的安全隐患、劳动强度大等痛点了然于胸。凭借多年积累的实操经验，成功推动井下“溜井翻车自动化”落地应用。该改良不仅彻底消除了翻车作业中的安全风险，更有效减轻了人员劳动强度、提升了作业效率，获评公司 2025 年创新成果三等奖，成为基层员工立足岗位创新创效标杆。

选矿厂刘金锁聚焦碎矿车间鄂式破碎机大块堵料痛点，设计制作溜槽块状物料堵塞专用起吊钩具。该钩具可钩取不规则、大重量块状物料，借助天车安全移出堵料区域。其安全优势显著，彻底消除人工清料的物料滚落砸伤、肌肉拉伤等风险；效率大幅提升，通过增设摄像头实时传至操作台，实现堵料即时处置，平均清料用时从 4 小时缩至 0.5 小时。此创新既守护员工身心健康，又为公司降本增效助力，让全员创新真正落地为“看得见、摸得着”的实效。

从对标学习到自主革新，从机制构建到技术突破，从干部引领到全员参与，河北金厂峪公司以全方位、深层次的改革创新举措，破解了发展难题、激活了内生动力、提升了核心竞争力，充分彰显了“务实创新、科技兴企”的战略定力。未来，公司将持续深化改革创新，以更坚定的决心、更有力的举措，推动公司高

质量发展再上新台阶，为集团公司“建设世界一流黄金产业科技领军企业”目标贡献“金厂峪力量”。

从规模扩张到价值深耕，周大福一年暴涨 900 亿的启示录

今年上半年，中国黄金首饰消费同比下降了 26%。大盘承压之下，即将迎来百岁的“行业一哥”周大福，却能置身周期之外，稳住了业绩大盘。2025 财年（截至 2025 年 3 月底），经营利润正向增长，全年经营溢利 147.46 亿港元，同比增长了 9.8%。2026 财年业绩再度优化，截至 2025 年 9 月 30 日的三个月，集团零售值同比增长 4.1%，其中，中国内地市场增长 3%，中国香港、中国澳门及其他市场零售值增长 11.4%。这样的逆势增长，源于 2024 财年周大福谋定而后动，抛出五年转型计划，大刀阔斧启动改革——焕新门店升级渠道、优化产品结构、纵深数字化等，在激烈的市场竞争中构建差异化优势，推动品牌可持续增长。资本市场也在重估周大福。从去年 9 月至今，周大福市值涨了 900 亿港币左右，以 1500 多亿港币的市值，重回业内市值第一。里昂证券、中银国际等也达成了乐观共识，纷纷给予周大福“增持”“买入”评级。

一、刀刃向内：周大福战略对焦

如今，周大福超过 8 成业绩是靠线下渠道贡献。焕新门店升级渠道，是这场战略升级的重头戏。一批新形象店拔地而起，2025

财年、2026 财年 Q1（截至 2025 年 6 月），形象店分别新开 5 家、3 家。渠道革新初见成效。2025 财年，店龄不足两年的新门店录得月销售额 100 万港元以上，约为同期关闭的低效门店均值的两倍。2026 财年 Q2，同店数据再度大幅改善。其中，内地市场直营店同店销售增长 7.6%，加盟店同店销售增长 8.6%；香港及澳门市场同店销售同比增长 6.2%。若是剔除钟表业务，同店增幅更为可观，直营店的同店销售增长 9.9%。香港及澳门的同店销售同比增长 6.2%，其中澳门大涨 17.3%。如今，出海成为黄金品牌共识。“文化相似”的东南亚，成为周大福、老铺黄金、潮宏基等品牌出海的重要跳板。作为“行业老大哥”，周大福的国际化布局已相当成熟，目前在中国香港、中国澳门坐拥 87 家门店，海外门店突破 60 家，以东南亚居多。

渠道推陈出新之外，产品优化也同步提上日程。过去，黄金珠宝行业的产品大盘，由克价产品占主流，但其毛利率有限。周大福有意抬高一口价产品占比，后者对零售额的贡献占比一路狂飙，从 2024 财年的 8.8% 提升至 2025 财年的 14.6%，2026 财年有望提高至 23%。今年 5 月，周大福首发高端珠宝系列。其实，高端化战略于周大福并不突兀。其坐拥业内最庞大的设计师群体，过去几十年，一直低调面向资深藏家销售高级珠宝，也是国内唯一拥有全球前三钻石供应商看货商资格的珠宝企业。高端化的红

利，在 2026 财年 Q2 显山露水——黄金首饰品类增长强劲，内地同店销售增长 10.6%，港澳增长 10.4%。高端化之外，IP 联名、宠物珠宝等品类也在陆续上线。其 IP 合作名单上，有潮牌、故宫、NBA、黑神话等，甚至计划推出盲盒产品。

二、增长逻辑切换：从“做广”到“做深”

密集的新动作背后，周大福的增长逻辑潜移默化在切换——由“广”到“深”。所谓“广”是指快速扩张做大地盘；所谓“深”，指得是用户深运营、提升复购和客单价、产品高端化、提高同店表现等，由粗放扩张转向精细增长。周大福做深的底气，在于其稳固的数字化基建和会员系统。

在数字化上，周大福无疑是先行者——第一批在天猫开店，第一批和腾讯合作打造小程序，更是业内第一个借助 RFID（无线射频）技术，将智能奉客盘（Smart Tray）珠宝新零售理念用于日常销售的品牌。通过智能奉客盘关联电子名片，周大福的导购可以便利地为客人展示二维码，流畅添加企微好友。基于智能奉客盘汇总的试戴、销售等数据，周大福能够以城市为颗粒度，为门店提供产品及销售建议。目前周大福企微好友数突破千万，导购不仅可以在线上完成会员的离店触达和成交，更可以通过发券等活动，将顾客吸引到线下门店，助力线上线下协同增长。

在数字化的力撑下，周大福试图深挖会员的消费潜力——中国市场大约 65% 的销售由现有的 5370 万会员贡献，内地会员平均消费额同比增长了 15%。随着出海速度加快、门店全球开花，周大福正在酝酿一项新动作：和生态伙伴腾讯一起联合打造跨区域、全球通的 CTF Club 会员计划——积分全球化积累、权益全球化打通，还能跨行业流通，比如兑换航空里程、酒店权益等。这将借助腾讯营销云 CDP（客户数据平台）和 MA（自动化营销）的底层能力，帮助周大福完成跨地域会员 OneID 的归因、打标和客户画像，再到精准触达的闭环。一方面，此举有望拉动周大福存量会员的消费额度；另一方面，有望为周大福海外新门店积累种子用户——比如，当会员去新加坡旅游时，也许会顺道前往樟宜机场的新店逛一逛。会员海量扩容后，精细化管理越发紧迫。比如，周大福联名产品的用户群体，与过去的主流用户大相径庭。如果不能精准营销，很容易造成干扰，导致效率下降。全球不同区域会员，对专属权益的偏好也大不相同，“全球忠诚度计划与区域专属亲和力”的平衡也非易事。周大福已经考虑到这一点，计划通过不同的 UI（用户界面）、UX（用户体验）以及差异化的会员权益设计来解决，优化全渠道购物体验。

高端化战略同样依赖于精细化运营。据周大福家族第四代传承人郑志雯披露，其和美东方高级珠宝系列产品目前主要以私人

鉴赏会形式呈现，目标群体是“藏家和高净值客户”，部分周大福门店还打算设立VIP专属品鉴空间，提供私密专业的一对一服务。眼下，周大福的线上、线下消费差异巨大。线下主推款工艺相对复杂，比如说黄金镶钻石、镶宝石，单价通常在万元以上；线上畅销款主要偏时尚潮流，客单价在3000元左右。这意味着，如果导购能通过企微等手段，把忠诚顾客频繁引导到门店，购买更多高端商品，则增长空间极为可观。一旦从“做广到做深”的模式切换完毕，周大福完全可以再造N个周大福，当然，这要依赖于其会员体系的深化。据张宏光透露，CTF Club会员计划已于今年4月在内地率先上线，明年3月前会陆续在中国香港、中国台湾、新加坡、马来西亚等落地。

三、“百岁”周大福也前卫：玩转AI和C2M

于黄金珠宝、奢侈品牌而言，AI等新技术已是必答题。周大福，也算是AI熟手。早期AI试水，主要集中在AIGC（人工智能生成内容）。2024年，腾讯云为周大福打造了一个名为DAM（周大福数字资产管理项目）的系统，把公司的图文、视频内容装进去，让AI整合学习，随后生产各种营销素材。据IDC预测，生成式AI将在未来五年内提升企业营销效率超40%。轻车熟路玩转AIGC之后，周大福开始尝试AI Agent（智能体）。名为阿福的AI Agent，成为周大福员工的知识库和智能助手。比如，

如果有顾客想要翡翠产品。阿福就会自动调取新品信息，并参考附近区域的销售数据和顾客偏好，同时结合进销存信息等，辅助导购为顾客一对一推荐产品。如果本店售罄，阿福还会主动查询附近库存，辅助就近调货。在创意设计和新品研发环节，周大福也不排斥 AI。

在张宏光的设想中，通过 AI 共创可以助力出海。初来乍到海外市场，周大福对当地审美偏好可能把握不准，如果海外顾客不太喜欢国内某些产品的设计，可以用 AI 一起共创定制，个性定制走通，有赖于周大福已经验证过的 C2M（Customer to Manufacture）模式，以及完善的供应链体系。周大福在武汉、顺德、南非等地设有工厂，自行生产大约 50%左右的黄白珠宝首饰。目前，周大福 C2M 商品销售贡献占到了 20%上下。例如，为顾客定制结婚周年纪念礼品。在 AI 的助力下，C2M 设计成本降低、流程也在加快。如果顾客想要的款式是在基础款上修改，“最快 24 小时内就能完成改款发货”。C2M 可以助力周大福绕开同质化竞争，也能支撑高端化。中高端用户尤爱借此彰显个性与身份。相比通货，个性化产品能支撑更高的毛利率。随着用户群体扩容、需求差异化凸显、时尚风潮迭代加快，周大福也在借鉴 Shein 的“小单快反”模式。过去，经典款式可能会持续畅销几十年。但现在，品牌们必须持续上新，以跟上转瞬即逝的潮流。

但上新意味着试错风险。为此，周大福的做法是在私域里实时测款——测试哪些款式受欢迎，测试不同区域和群体的需求差异。一旦发现潜质爆款，立刻提高产能，尽快铺货上量。此前，周大福的上新更多依赖团队的经验判断——100款新品罗列出来，内部可能会甄选出30款上线。但这种拍板机制，一来如同盲人摸象，容易导致供需错位，二来决策流程漫长，可能需要一两个月。如今，在私域、数智化工具、AI的合力下，流程则被压缩到几天。从用户分析到需求预测，再到内容生产、定制服务等，AI和数字化已经全面渗透，这让周大福既能守得住经典的厚重，也能跟得上时代的轻盈。

主动切换增长逻辑的周大福，也给零售业带来了启示：在消费大盘承压之下，粗放增长已不奏效，触达多少人心，远比开设多少门店，来得更为重要。规模至上的“跑马圈地”已然落幕，价值为先的“精耕细作”才能破局。