

全国黄金行业 工作交流

2024 第 9 期

(总第 93 期)

中国黄金协会

2024 年 9 月 29 日

【本期目录】

- ◎提高硫化铜矿低品位伴生金回收率关键技术获重大突破
- ◎西藏华泰龙深化党纪教育，筑牢发展基石
- ◎上期所优化服务体系，驱动新质生产力发展新引擎
- ◎亚一金店推动品牌创意升级，满足多元消费需求

提高硫化铜矿低品位伴生金回收率关键技术获重大突破

斑岩型铜矿伴生金储量巨大，是重要的伴生金矿床类型。这类矿床伴生金品位变化较大，一般为 0.1-2.0g/t，多为大型、特大型矿床规模。黑龙江多宝山铜矿是我国典型的大型斑岩铜（钼）矿床，总矿石储量为 50784 万吨，平均品位：Cu 0.39%，Mo 0.012%，Au 0.1g/t，Ag 2.059g/t，金属储量为：Cu 237 万吨，Mo 8 万吨，Au 73.4 吨，Ag 1045.9 吨，经济价值巨大。其中，金银为伴生元素且品位低，伴生金银赋存状态复杂。多宝山铜（钼）矿采用了混合浮选-铜钼分离的工艺，在回收主金属铜、钼的同时，回收伴生金银，伴生金的综合回收率存在行业共性问题，即回收率偏低，只有 66.24%，影响企业的经济效益。因此，以多宝山铜（钼）矿为依托研究对象，开展提高硫化铜矿伴生金回收率的研究，对于提升矿山经济效益、提高贵金属资源的综合利用水平，具有非常重要的意义。

为此，紫金矿业集团股份有限公司、黑龙江多宝山铜业股份有限公司等单位共同开展了《提高硫化铜矿低品位伴生金回收率的关键技术研究及应用》项目，该项目重点开展“分梯度磨矿选别+低碱度浮选+新型高效组合捕收剂应用”的技术研究及应用，致力于提高伴生金的回收率。该项目采用分梯次磨矿选别工艺，

原矿粗磨在保证目的矿物合理抛尾的前提下，可有效避免易泥化矿物（绢云母、绿泥石等）的干扰，提高粗精矿品质，一段粗选（快速浮选）的粗Ⅰ精矿直接作为铜精矿产品，实现了“早收快收”，提高了金铜的回收率；二段粗选的粗Ⅱ精矿进行细磨，通过对贫连生体深度解离，避免连生体在浮选系统循环导致跑尾损失的风险，提高了嵌布粒度微细金铜矿物的回收率，而且大幅度提高铜精矿中目的矿物铜及伴生金的品位，提高铜精矿产品质量；该项目采用新型高效组合捕收剂 Y89+丁基黄药，发挥了药剂的协同作用，新组合捕收剂能与金粒表面迅速作用，吸附层密度急剧增加、吸附比较牢固，提高了金的可浮性，从而提高了回收率。

该项目于 2020 年 9 月在多宝山铜（钼）矿工业化应用以来，经过不断的技术升级及优化改造，使关键技术得到集成应用，形成了 9 万吨/天选矿规模生产示范线，实现了低品位伴生金资源的高效回收利用。该选矿工艺技术在生产实施应用后取得了显著的技术效果，金回收率从 2019 年的 66.24% 提高到了 2023 年的 76.15%，平均每年多回收金金属约 300kg，每年新增经济效益约 1.06 亿元，产生了巨大的经济效益和社会效益。经中国黄金协会组织专家委员会评价，该技术成果整体达到国际先进水平。

西藏华泰龙深化党纪教育，筑牢发展基石

自开展党纪学习教育以来，西藏华泰龙矿业开发有限公司深入贯彻国务院国资委和中国黄金集团部署要求，通过精心策划、多元施策、案例警示等多维度举措，引领全体党员干部深入学习党纪、精准把握纪律要求，切实做到心中有纪、行动守纪，推动党纪学习教育不断深化、成效显著。

一、以“上心”为切入点，增强纪律意识

华泰龙公司党委认真领会国务院国资委和集团公司党委部署要求，迅速反应、快速行动，精心统筹安排，确保党纪学习教育起好步、开好局。一是启动部署迅速到位。华泰龙公司高度重视党纪学习教育，全面对标对表，第一时间召开党纪学习教育启动部署大会，研究部署党纪学习教育工作，制定《党纪学习教育实施方案》，形成由党委书记亲自抓、党群工作部负责落实的工作格局，确保各项工作任务落实落细。二是任务安排扎实高效。根据党员干部的不同特点和需求，召开了《中国共产党纪律处分条例》解读暨警示教育会议，邀请西藏自治区纪委监委第七监察室主任马光涛进行详细的解读。分析了近年来的典型案例，对《条例》中的关键条款和适用情形进行了深入剖析和全面阐释，使参会人员对《条例》的内容、意义、重点，以及如何贯彻实施有了深刻的理解和认识，为贯彻落实党的纪律要求，加强党风廉政建

设奠定了坚实基础。

二、以“了解”为着力点，加强纪律教育

华泰龙公司党委要求各支部压实主体责任，坚持“三个聚焦”，分层分类、因材施教，确保党纪学习教育“无盲区”。一是聚焦“关键少数”。公司党委班子坚持走在前、作表率，明确学习重点、目标要求，形成中心组学习1次、专题学习研讨3次、举办读书班3次、开展警示教育2次、书记讲党课1次等具体学习内容。在党委班子的示范带动下，公司党委下辖21个支部均结合实际制定实施方案，全面推进各项任务扎实开展。二是聚焦“关键岗位”。公司纪委对新提拔干部、新入职干部、新发展党员、新申请入党积极分子等“四新”人员和纪检委员开展党风廉政教育。通过发放新修订的《中国共产党纪律处分条例》，开展党风廉政集体谈话，组织观看警示教育片等方式，进一步提高公司员工抵御各类廉洁风险的能力。三是聚焦“重点任务”。公司党委坚持把党纪学习教育和生产经营统筹兼顾，做到“两手抓，两手硬”，把开展党纪学习教育同落实公司党委重大决策部署，与巩固拓展主题教育成果，与落实安全生产、尤隆布尾矿库建设等重点工作结合起来，使党纪学习教育每项措施都成为促进华泰龙公司中心工作的有效举措，着力提升公司员工“想干事、能干事、干成事”精气神。

三、以“教育”为落脚点，抓实纪律执行

华泰龙公司坚持正面引导和反面警示相结合，抓好典型，以“教育”为落脚点，推动公司上下形成学纪、知纪、明纪、守纪的浓厚氛围。一是强化正面引导。举行“七一”红歌会，通过健全企业文化，抓好红色教育。二是突出反面警示。公司党委联合甲玛乡党委、扎西岗乡党委共同赴西藏自治区监狱开展警示教育，进一步强化了廉洁从业意识，筑牢了拒腐防变的“防火墙”。华泰龙公司党委多点发力、综合施策，有效提升了党员干部的纪律意识和规矩意识，为华泰龙公司实现高质量发展奠定了风清气正的政治基础。

上期所优化服务体系，驱动新质生产力发展新引擎

金融系统着力做好科技金融、绿色金融、普惠金融、养老金融、数字金融五篇大文章，切实加强对重大战略、重点领域、薄弱环节的优质金融服务，是新时代新征程金融高质量发展的基本方向。如何发挥各金融领域的自身优势，找到做好“五篇大文章”的发力点，把“五篇大文章”做细做实，是金融系统需要持续探索的课题。

一、实践绿色金融，促进新质生产力发展

新质生产力是由技术革命性突破、生产要素创新性配置、产业深度转型升级而催生的先进生产力质态。金融领域通过提供资金支持、风险管理、市场准入等多元化的创新服务，可以为科技创新和产业升级注入新的活力。金融“五篇大文章”作为金融创新和服务优化的重要方向，将是打造新质生产力的重要引擎。

今年4月，国务院印发的《关于加强监管防范风险推动资本市场高质量发展的若干意见》也明确，资本市场要“提升对新产业新业态新技术的包容性，更好服务科技创新、绿色发展、国资国企改革等国家战略实施和中小企业、民营企业发展壮大，促进新质生产力发展”。在支持新质生产力发展方面，上期所立足期货市场发现价格、管理风险、配置资源三大功能，通过完善品种布局、创新市场服务、加强科技赋能等，找准期货促进新质生产

力发展的着力点，服务和引导实体经济高质量发展。

具体来看，上期所在完善产品序列方面，上市了氧化铝、合成橡胶等期货新品种，进一步丰富产业链风险管理工具，提升企业稳健经营能力，增强行业抗风险的韧性。已上市品种方面，上期所持续跟踪产业先进工艺发展和国标要求，及时修订铜、螺纹钢、铅等品种合约标准、交割品级，加大对符合国家产业政策导向的支持，引导市场淘汰污染严重、资源浪费的落后产能，助推更多高标准原材料进入实体经济。

在推动传统产业提高工艺标准方面，2023年，上期所建议新疆紫金有色金属有限公司将推进锌锭交割品牌注册与企业年产13万吨锌锭扩产改造工作双管齐下，指导企业按优于锌锭国标2ppm的内部质量控制标准执行生产，强化净化新液除杂质操作、电解工序加强槽面管理、调整锌锭取样化验杂质频次、增加熔铸扒渣机器人等。通过规范化操作、提高内控标准，企业产品质量管理得到极大提升，锌的直收率由98%提高至98.5%，锌锭外观及质量得到客户的广泛好评，助力企业践行“产业抵边”和“富民兴疆”。

2023年，上期所还协同仓储龙头企业等，以有色编码为核心数据要素开展试点，推动加快大宗商品仓储物流业务数字化进程，促进产业深度转型升级，助力全国统一大市场的建设。绿色发展是高质量发展的底色，发展新质生产力也是发展绿色生产

力。因此，要把更多金融资源配置到经济社会发展的重点领域和薄弱环节，推动构建市场导向的绿色技术创新体系，壮大节能环保产业、清洁生产产业、清洁能源产业。在绿色金融方面，上期所持续加快构建新能源期货产品体系，打造新能源定价基准体系，提升绿色金融服务水平。

二、服务“三农”及中小微企业，做实普惠金融

普惠金融关系着民生福祉，也关系着国之大计。在“五篇大文章”中，普惠金融对推动实体经济发展、促进共同富裕具有重要意义。普惠金融目的是提升金融服务的覆盖率、可得性、满意度，以可负担的成本为有金融服务需求的社会群体提供适当、有效的金融服务。小微企业、农民都是当前我国普惠金融的重点服务对象。

在服务实体企业方面，上期所持续关注中小微企业“小生意”的痛点和难点，探索创新服务平台和模式。上期所推出的上期综合业务平台服务温州乐清中小电镀企业的案例，就是其中的有效尝试之一。浙江省温州市低压电器市场份额占全国的近七成，在当地形成了依托低压电器、新能源材料行业的电镀产业，涉及600多家中小微企业。白银是电镀过程中使用的重要原材料，成本占比超过50%。过去，温州电镀企业如通过大型贸易商购买白银，往往对购买量要求较高，容易造成中小微企业库存积压；通过小贸易商购买，价格不透明、供应无保障，采取的方式通常是

“一口价”或者在贸易商成本基础上加价。这导致中小微企业在日常经营中面临原材料采购难、采购成本高、议价能力低、库存占用资金大等难题。

2019年开始，新湖期货的风险管理子公司新湖瑞丰以上期综合业务平台为基础，利用期货市场创新金融服务实体的业务模式，综合仓单交易、场内对冲、区域常备仓库、基差点价等，为当地企业提供稳定、透明、高效的白银采购服务，对稳定企业经营、提高电器产业链韧性、促进地方经济发展起到了积极作用。

据了解，目前上期综合业务平台已上线16个品种的标准仓单交易、1个非标仓单（延伸）交易，已推出买方挂牌、卖方挂牌、定向挂牌、仓单线上质押融资等功能，提供满足实体企业个性化需求的一站式服务，在拓宽购销渠道、加快资金周转、盘活库存仓单、降低资金成本等方面发挥了重要作用。

亚一金店推动品牌创意升级，满足多元消费需求

伴随着消费人群迭代加速、消费诉求跃迁升级，黄金珠宝行业的营销变革正在发生，“年轻化”和“创意化”成为当下品牌营销的热词，越来越多的珠宝品牌通过跨界联名和创新营销实现品牌年轻化，吸引年轻消费者的关注。“拓展新用户+传达品牌理念”的跨界营销事件，成为珠宝品牌营销撬动年轻人圈层的新模式。

近日，源自百年历史的上海豫园的亚一金店，在中秋创意营销事件中做了一次新尝试，首次携手上海老字号德兴馆跨界推出“黑金版”爆汁鲜肉月饼，将黑金时尚配色融入传统月饼之中，让消费者在品尝美味的同时，也能感受到浓厚的文化氛围。此次跨界联名推出“黑金版”鲜肉月饼，是两个“老字号”品牌在营销形式上的突破性尝试和创新碰撞，不仅是对中秋传统文化的传承，更打破了传统行业界限，将珠宝与美食相结合，展现上海独有的文化韵味，创造出全新的视觉与味蕾体验。近些年来，作为豫园珠宝时尚集团旗下品牌，亚一金店不断强化中华文化底蕴和摩登时尚基因。此次与上海本帮菜知名品牌上海德兴馆携手，以特色产品巧妙融合传统文化内涵与国人情感纽带，将老字号品牌价值理念共同传承与弘扬。

近年来，亚一持续进行设计升级，通过蕴含着“爱”的质感

产品，不断创作出让现代消费者感受到幸福与温暖的黄金首饰。

其中，亚一全新“小欢喜”系列，就是专为追求个性化和时尚潮流的年轻人设计，以百搭串珠搭配多彩穿绳，满足每位佩戴者的喜好和风格，诠释该系列“小小欢喜，大大吉利”的年轻态度，旨在鼓励年轻人在忙碌和压力之余，也能享受到生活的美好和乐趣。另外还有为追求品质的女性消费者所打造的亚一古法情逸金，在多年来不断迭代更新后，也即将推出新一代产品。据介绍，此次新品将自然的意象运用在珠宝设计当中，以创新设计和工艺打造既新潮又富有美好寓意的情逸金产品，以此祝福爱和幸福能与消费者每天相伴。

回溯亚一近年来的品牌创新营销动向，不难总结出，好的产品 and 好的内容是相辅相成的，营销为杠杆，而产品力则是品牌的基石，如果产品品质不过关，营销更容易被用户抵触和反感。同时，亚一还聚焦于年轻消费者更为喜闻乐见的创意营销玩法，并凭借成熟的营销策略多维布局，一击即中年轻人的心，既拉近了品牌与消费者之间的距离，还激发了用户的创造力和参与感。

《圈层效应》里提到：“只有理解消费主力的商业逻辑，懂得如何靠拢这一代年轻人，未来的商业才能成功。”放到此次跨界联名营销案例中来看，亚一正凭借充分了解、回应年轻消费主力需求后，成功靠拢了这届年轻人。

在我们看来，亚一 X 上海德兴馆跨界联名的背后，是亚一基

于品牌-消费者关系的创意营销思路：优质的产品力，是一切营销的根基。亚一在成立之初就奠定了品牌理念“让爱相随”，并以此为研发产品的核心，用最优质的产品力回馈用户，这是品牌营销的底气所在。用户的参与热度，是营销出圈的关键。能引发广泛用户积极参与的活动，才算是一个合格的品牌营销，否则就只是品牌“自嗨”式行为。亚一 X 上海德兴馆跨界推出的“黑金版”爆汁鲜肉月饼吸引了广泛用户的关注及购买，原因其一在于亚一品牌通过与上海德兴馆联名满足年轻人“长情陪伴”的中秋团圆场景需求外，更从品质、口味上满足着“健康、精致、时尚”群体精细化诉求，为多元用户带来惊喜的体验，庞大的流量基础在悄无声息之中聚集。其二品牌进行的多渠道布局不仅达成了广覆盖、深触达，也在无时无刻吸引和唤起用户的参与热情，持续沉淀品牌年轻化心智。

价值观输出，是亚一品牌营销的长久资产，只为短暂的流量而进行的营销活动对品牌长远来看毫无增益。亚一这场联名营销在创造短期价值的同时，也创造着长期价值。就好比亚一与上海德兴馆同样承载着的中华老字号匠心传承的内核，双方将弘扬中华民族精神的基因刻入骨子里，赋能了长久的文化资产，在传承匠心品质的同时又创造了新的价值，于潜移默化中融合进产品精神，用户在接触中感知品牌价值观，“让爱相随”由此达成。

亚一相关负责人表示，在市场快速变化的当下，亚一品牌始

始终保持与时俱进的姿态，以创新的产品和营销形式，实现品牌创意升级。通过不断尝试跨越传统界限联动，拓宽了亚一品牌维度，让“老字号”在秉承其文化内涵的同时，焕发新的活力。