

全国黄金行业 工作交流

2023 第 3 期
(总第 75 期)

中国黄金协会

2023 年 3 月 20 日

【本期目录】

- ◎长春黄金研究院火试金智能化检测系统研究获重大突破
- ◎三山岛金矿电运车间坚持党建引领 铸牢坚强堡垒
- ◎招金瑞海矿业强化调度考核 紧盯施工现场管理
- ◎周大福紧抓年轻消费群体 变革产品设计与营销模式

长春黄金研究院火试金智能化检测系统研究获重大突破

长春黄金研究院有限公司研发团队瞄准火试金检测行业痛点，紧紧围绕问题，与多学科协同配合，经过多年潜心研制，推出了火试金智能化检测系统，将火试金检测工艺与空间机器人、智能视觉识别技术、智能输送线等技术结合，在国际上首次实现了覆盖火试金五个关键工艺步骤“配料”“混料”“高温熔融”“高温灰吹”“分金”的全流程智能联动检测模式。在智能算法调度下，对大批量火试金样品进行自动检测，每炉可装载40个样品，双工艺线同时检测，日检测量为320个样品。该系统已实现产品化，填补国内国际上火试金智能化检测设备市场的空白，市场潜力巨大，经济效益显著。经中国黄金协会组织专家委员会评价，该技术成果达到国际领先水平。

火试金智能化检测系统搭载自主研发的高温工况稳定装炉、出炉解决方案。首次提出无人化灰吹概念，并通过非标机械结构搭配智能算法得以实现。与国际上半机械化检测技术相比，有着更加领先的技术优势。系统中自主研发的基于数据的火试金智能化检测控制线与追溯系统、高温灰吹过程中金银合粒成型图像的采集及匹配识别算法、以及多处非标机械结构有机结合，实现了全链条控制智能化火试金检测装备系统，改变了火试金行业效率低，稳定性差，工作环境恶劣的现状，带动整个火试金行业迈向

数字化、智能化的一步。

火试金分析方法是国内外黄金行业金、银分析及贸易仲裁的主要检测方法。此方法通过高温熔融、灰吹来测定矿物和金属制品中贵金属组分含量，工艺流程包含配料、混料、高温熔融、高温灰吹、分金等多个部分。火试金法根据捕集剂不同可分为铅试金法、镍铈试金、锑和铋试金法等，其中铅试金法是最常用的方法。当前行业技术运作尚处于传统的人工逐个样品操作模式，检测效率低，数据稳定性差，劳动力依赖程度高，从业人员长期暴露在氧化铅等有害物的粉尘及烟气环境中，且在作业时承受着高温辐射伤害。造成了行业的“三高”现状，即人力成本高，劳动力依赖程度高，职业风险高。

三山岛金矿电运车间坚持党建引领 铸牢坚强堡垒

三山岛金矿电运车间党支部以加强党的组织建设为着力点，致力打造一支讲政治、有公心、敢担当、作风正的高素质党员队伍，以建设特色过硬党支部作为党建工作的重要抓手，完善机制，创新载体，在推动党建工作与生产经营深度融合上“走在前、开新局”，以“电运工作走在前列，特色支部亮点突出”的工作思路，脚踏实地、解放思想、转变思维、创新发展。

一、坚定理想信念，铸强忠诚之魂

一是加强理论武装，提高政治素养。创新党员教育方式方法，拓宽培训途径，推进数字化党支部建设，通过数字党建平台将学习内容及时有效推送给每一名党员进行学习，实现了党员教育全覆盖和党员教育培训的系统化、全面化、多样化。同时，以提升党员素质为目标，建立了每日一学、每周一练、每月一考、每季一讲、每年一赛的“五个一”学习机制，成立以“立学、善书、求索、敏学、高飞”命名的五个学习小组，扎实推动党员学习教育融入日常、抓在经常。二是认真学习党史，传承红色基因。支部组织全体党员深入学习习近平总书记在党史学习教育动员大会、庆祝中国共产党成立 100 周年大会上的重要讲话精神和 4 本指定学习书籍，深刻领悟伟大建党精神的精髓要义和丰富内涵。扎实组织开展专题党课、党史宣讲、“我为群众办实事”主

题实践活动、红色观影等多种方式，强化党员服务意识，着力解决阻碍企业发展的困难事、困扰职工群众的烦心事，不断把党史学习教育成果转化为攻坚克难、干事创业的强大力量。三是创新活动载体，增强学习效果。在支部打造“开放式”活动场所，使党建阵地深入车间一线、根植职工群众。依托党建创新阵地，推行“五分钟学习法”，组织党员、群众充分利用车间晨会、班前班后等碎片时间，学习习近平总书记重要讲话、重要指示批示精神，学习党的路线方针政策和上级党组织的决策决定，推动广大党员和职工在潜移默化中统一思想、凝聚共识、形成合力。

二、建强战斗堡垒，锤炼先锋队伍

一是组建学习“小集体”，服务党建“大主题”。支部党员立足岗位实际，紧盯生产经营目标，着力发挥党员先锋模范作用，成立了以“立学、善书、求索、敏学、高飞”为主题的5个学习小组，开展政治理论、业务知识、专业技能等各类学习活动，及时研究解决支部建设和企业生产经营中存在的问题，确保支部成员学习有组织、有渠道、有方向、有监督、有总结、有实效。二是组建党员“突击队”，助力企业“加速跑”。持续深化开展“党旗在一线高高飘扬”活动，聚焦党支部承担的生产经营中心任务，以激发党员积极性、主动性、创造性为出发点和落脚点，积极搭建党员发挥先锋模范作用平台，成立“创一流、创佳绩、创新高、创辉煌”4个党员突击队，主要负责在生产经营中攻坚克难，破

解瓶颈，解决问题。三是建立“三个双”工作机制，推动党建业务双促进。“双亮”，即亮身份、亮承诺。通过组织党员佩戴党徽，设立“党员示范岗”和“党员责任区”等办法，推进重要岗位有党员、困难面前有党员、突击攻关有党员，树立党员先锋模范形象。“双联”，即支委成员联小组、小组党员联职工。推动联系服务工作实现全覆盖，及时掌握和解决职工的“微心愿、小困难”。“双带”，即带头提建议、带头抓落实。组织党员带头提合理化建议，推进节能降耗、技术革新；带头组建车间攻坚队、技术攻关组，保质保量完成工作任务。

三、研发数字党建，创新工作模式

一是数字党建抓实党员管理。创建传统党建与数字党建双线互补的新模式、新方法，全面激发企业党建工作活力。支部自主开发数字党建平台，平台为每位党员生成一个唯一的电子标签，标签集成了每位党员的基本信息、所获荣誉、党费缴纳、量化积分、学习园地及业绩表现等内容。支部通过平台能够精准掌握每名党员的基本情况和成长过程，实现了党员管理数字化、信息化。二是数字党建推动重点攻坚。支部围绕上级党组织部署的重点任务，依托数字党建平台，及时搭建相应工作模块，引导党员积极迅速相应、发挥带头作用，确保各项任务高效落实。抗击新冠肺炎疫情期间，依托数字党建平台推出“新冠疫情防控模块”，根据数据情况调度，组织党员带头开展体温监测、报告行动轨迹和

健康状况、宣传防护知识等工作，确保了疫情期间企业上下安全稳定，生产经营各项指标顺利完成。三是数字党建力促生产经营。通过数字化党建平台，向生产一线党员实时推送矿井生产情况，下达安全隐患排查指令，督促引导党员在安全生产一线发挥带头示范作用，为安全生产保驾护航。在数字党建平台构建“集控问题汇总模块”，并在车间集控中心实现普遍应用。模块通过图片、影像、声音等多种方式采集运行过程中出现的问题，反馈到党建平台进行汇总，并由党员带头组建技术攻关小组会诊，推动生产技术难题的解决。现已解决生产技术难题 40 多项，累计创效 380 余万元。

目前，在党支部的领导下，党员突击队共带头为车间解决现场生产难题 96 项，党员运用数字化党建平台汇总解决生产技术难题 40 多项，累计创效 380 余万元，为企业创新发展增添了强大动力。

招金瑞海矿业强化调度考核 紧盯施工现场管理

今年以来，莱州市瑞海矿业有限公司坚持稳字当头、干字为要，以“起步即冲刺，开局即决战”的状态，全面落实招金矿业年会精神，强化调度考核，紧盯现场管理，着力攻坚克难，使项目建设呈现安全、高效、优质的良好发展态势。

一、聚焦调度考核，抓好责任落实

瑞海矿业迅速开启大会战“战斗模式”，各科室、各项目建设小组围绕各自职责和任务目标，以饱满的工作热情投入建设工作中。项目建设现场指挥部根据年度作战目标，细化分解项目建设各节点任务，持续加强部门联动，每天召开项目调度会，对项目推进中的问题进行梳理，对后续重点工作进行安排部署。监督考核部门针对调度事项下发指令，并跟踪督查，对没有按期完成的事项严格考核。各责任单位根据调度指令本着“事不过夜，案不积卷”的原则抓好落实，有效强化了各科室、各项目小组及项目建设人员的工作责任心和执行力，确保各项建设工作有序进行。

二、聚焦现场管理，夯实安全根基

瑞海矿业将安全管理作为项目建设的前置条件，全力抓实抓细。根据项目建设现状，细化完善了经营层带班、安全员跟班制度，除了在带班领导和安全管理人員每天、每班对“五竖一斜”

工程建设现场进行全方位、深层次、立体式巡查之外，还健全了值班人员安全巡查机制，每天由各职能科室值班人员组成的巡查小组对厂区进行不定时巡查，不仅查安全生产、劳动纪律，也检查标准化现场建设和文明生产状况，对检查的问题现场调度、现场解决，真正将责任落实到一线，将问题解决到基层。以上举措有力提升了现场安全标准化建设水平，推动了项目建设平安健康进展。

三、聚焦攻坚克难，推动提质提速

为深入贯彻招远市委市政府“全面提升”部署精神，优质高效推进项目建设，瑞海矿业进一步强化目标导向，优化施工方案，全力扫清施工过程中的“绊脚石”、“拦路虎”。针对制约“五竖一斜”工程进展的相关问题，项目建设现场指挥部通过召开施工方案“答辩会”，集思广益，对施工方案再优化；组织专业人员外出交流，到邻近矿山企业参观学习，启发思维，学以致用；安排技术人员到施工现场与项目部联合“会诊”，反复论证，探讨改进施工方法，有效克服了施工中的瓶颈问题，极大提升了施工效率与质量。截止2月底，主井、副井等主要实体工程均超额完成进度目标，有力推动了项目建设向着大会战既定目标提档加速、全力迈进。

周大福紧抓年轻消费群体 变革产品设计与营销模式

如今,新消费群体正成为我国黄金市场的消费主力。诸多黄金珠宝品牌对年轻消费群体的喜好、消费习惯进行挖掘,从产品、渠道、营销手段上进行深层的变革。在向年轻化的转型中,周大福可以称得上是佼佼者,塑造了一个个经典案例。

一、产品设计：满足年轻人多元、个性化的需求

各类营销的本质是围绕产品展开的,产品作为品牌的核心,在年轻化的营销中,造型设计也需要围绕新时代的年轻消费群体喜好进行创新,植入更多时尚潮流的元素。

周大福深知无论营销做的再好,在产品的设计上如果不做创新,很难改变年轻消费者对黄金产品的固有认知,所以首先在产品设计上进行变革。

年轻化消费群体有个很矛盾的消费特征,一方面需要有个性化的产品表达自我,另外一方面又需要追随大众潮流。同时年轻人具有多元化的消费需求,不同群体的年轻人消费潜力、审美都有一定的差异。所以在周大福子品牌 MONOLOGUE 的产品设计上,加速对年轻群体的渗透,主打轻熟时尚,佩戴多元的设计理念。

同时将“万物皆可联名”做到极致,与奥特曼、蜡笔小新、大英博物馆、名侦探柯南、迪士尼都曾推出过联名的设计产品,巧妙的结合各类 IP 的流量,圈住不同年轻群体的喜好,这个新

兴的子品牌一举成为年轻消费群体心目中的时尚单品。

二、线上营销：利用种草平台打造爆款

针对新一代消费群体的营销手段不仅需要多样化，同时找到这一群体的活跃阵地，并持续建立品牌与消费群体的联系。

黄金饰品和衣服穿搭一样，具有强种草（网络用语，指通过某些平台，激起对某件物品的购买欲）属性，主要消费群体多为女性，而小红书作为女性主流的种草基地，结合各类穿搭场景，加上达人的种草加持，产生的转化效应甚至高于品牌广告的投放。

小红书本身也在做商业模式的转型，从品牌投放到站外转化的模式，逐步转为商家入驻，通过笔记页种草再到小红书店铺下单转化。

周大福抓住了小红书平台转型的机会，不仅通过真实产品的搭配进行内容种草，同时开通小红书官方店铺，通过笔记内容页直接闭环下单。

同时，对于消费者来说，在小红书上种草，再到小红书上直接拔草（网络用语，指购买欲望消失），最后晒出自己的笔记，这也让周大福的各类项链、戒指、手链在素人和达人的种草笔记加持下成为网红爆款。

通过小红书平台，让周大福这个经典黄金品牌离年轻人又近了一步，据统计，在小红书上，关于周大福的笔记数量超过 50

万。

三、线下营销：主题店创新拉近与年轻消费者距离

对于周大福来说，除了线上的营销聚焦年轻消费者的关注度，在线下实体店与消费者产生真实交互方面，周大福也做了极大的变革与创新，周大福不断的通过线下主题营销给年轻人提供更有沉浸体验感的消费场景。

2021年，周大福“传承”主题体验店在北京亮相：店内墙面设计以故宫御花园和北海公园为主题，墙面上带有御花园的海棠和北海公园的荷花图案，以经典传承推广主题产品国玉传承系列。

店内整个陈列方式也打破了传统的金店柜台的模式，每一处都充满了具有中国文化底蕴的细节设计，恰到好处的呼应周大福“传”与“承”的主题理念。

从周大福面向年轻化的品牌变革中，不难看出品牌需要长期和年轻消费群体建立联系，除了在营销策略上随时保持与年轻人“同频沟通”，符合当下年轻人审美趣味。

短期的年轻化营销是需要追随当下的潮流，但更长久的品牌心智打造则需要从人、货、场的角度切入，在每一个环节打造年轻化的品牌风格。