

来源：【矿业界】

在经贸摩擦不断加剧、世界主要经济体经济下行压力增大等多重因素影响下，黄金市场也受到了越来越多的关注。黄金价格高位波动，黄金现货、期货成交活跃，投资者也高度关注黄金产业发展。

我国黄金生产、加工、消费量均位居世界首位，业已形成集勘探、开采、选冶、设计、加工、消费、投资交易等产业链完备的黄金产业体系和大型黄金集团主导的行业发展格局。我国从世界黄金产业的追随者跃升为引领者。那么，我国黄金产业发展又面临哪些机遇与挑战？对国内黄金矿业的资源勘探、黄金生产、市场发展的形势与机遇，中国黄金协会副会长兼秘书长张永涛分享了其观点。

### 黄金产量呈上升趋势

随着黄金价格的不断上涨，黄金产量也在逐步小幅上升。数据显示，2022年，全球生产黄金3611.9吨，同比上升1.2%。黄金产量在150吨以上的国家有中国、俄罗斯、澳大利亚、加拿大和美国等5个国家，这5国的黄金产量占全球黄金产量的37.62%。我国黄金产量为372.048吨（不含进口原料产金），与去年同期相比增加43.065吨，同比上升13.09%。

事实上，进入新世纪以来，我国黄金产量呈上升趋势。2001~2016年，我国黄金产量以年均6.28%的增长率上升。但自2016年开始，我国黄金产量以年均3.25%的速度下降，至2022年，全国年黄金产量才回升至2019年的水平。

“目前，我国黄金生产主产区企业已基本恢复以往年度的正常产能，全国黄金产量较去年同期大幅上涨。”张永涛介绍，山东省烟台地区黄金矿产资源实现快速整合，产业集中度进一步提升，主力矿山全部实现复工复产，产能逐步恢复至疫情前水平。其中，焦家金矿产量突破10吨，成为全国第一黄金生产矿山。此外，山西义兴寨等新项目投产、改扩建项目达产，也助力全国黄金产量的大幅上涨。

### 国内黄金企业发展外溢趋势渐强

“近些年，大型黄金企业（集团）逐渐成为我国黄金矿产资源的主要占有者。”张永涛表示，2021年，全国矿产金产量前五的黄金企业（集团）拥有的黄金查明资源储量为8583.341吨（含控股的国外矿山黄金查明资源储量），相当于我国黄金矿产资源量的一多半。5家大型黄金企业（集团）中，有4家企业黄金资源量超过千吨。

2022年，大型黄金企业（集团）境内矿山矿产金产量148.066吨，占全国比重的50.12%。

“国内黄金生产正在由‘规模速度型’向‘质量效益型’转变。大型黄金企业（集团）充分发挥自身优势，强强联合，积极在境内完成兼并重组和资源并购。”据张永涛介绍，紫金矿业先后收购新疆乌恰县萨瓦亚尔顿金矿、山东海域金矿30%权益、南美洲苏里南Rosebel金矿、招金矿业20%股权；山东黄金拟受让银泰黄金股权，成为其控股股东；赤峰黄金收购金星资源和昆明新恒河矿业股权，并参与受让铁拓矿业挂牌股份，黄金资源量和产量均大幅增长。

而另一方面，紫金矿业集团股份有限公司、山东黄金集团有限公司和赤峰吉隆黄金矿业股份有限公司在开发海外黄金矿产资源方面位居行业前列。

“中国黄金企业已具备进军国际的实力。”据张永涛介绍，2022年，紫金矿业集团海外矿山矿产金产量大幅上升，山东黄金集团有限公司复产复工情况良好，中国黄金集团矿产金产量保持稳定。

“三家黄金矿业公司矿产金产量进入全球排名前20应在意料之中，紫金矿业集团和山东黄金集团两家公司都有望冲击2022年全球矿产金产量前10强。”张永涛强调，“尽管大型黄金企业（集团）是我国黄金生产的主要力量，占据国内绝大多数的黄金矿产资源，但诸多因素导致境内黄金矿产资源开发受限，开发境外黄金矿产资源有着更为广阔的前景。”

### 黄金消费市场回暖明显

黄金是公认的全球性战略资源和信用货币的物质基础。当前，世界经济衰退趋势明显，引发了世界局势的激烈动荡，这些会在相当长的时间里作用于国际黄金市场。全球不确定性显著增强，极大地抬升了黄金的地位和作用。

2023年以来，黄金价格持续上涨。

“全球央行仍维持黄金净买入趋势。”张永涛表示，2022年，全球地缘政治冲突加剧、经济增长普遍承压，促使各国央行开始增加黄金储备。“全球央行维持对黄金的净买入，其中土耳其、印度等国家都增持了黄金。我国也于2022年底和2023年初连续3个月增持黄金。”

中国人民银行官网发布的最新数据显示，截至今年2月底，我国黄金储备为2050.34吨。2022年11月至2023年2月的4个月中，我国每个月分别增持黄金32.04吨、30.17吨、14.93吨和24.88吨，4个月共计增持黄金102.02吨。

但国内金价高企也引发投资者获利回吐，2022年国内黄金ETF共减持23.86吨。截至去年12月底，国内黄金ETF持有量约51.42吨。

数据显示，中国黄金消费量连续10年保持世界第一。2022年，全国黄金消费量1001.74吨，与2021年同期相比下降10.63%。

张永涛表示，2022年黄金首饰消费量总量虽然较上一年有所下降，但品牌集中度进一步提升。

2022年，受经济环境及多因素影响，黄金首饰消费在年初经历了强劲复苏后，又在相当长时期内明显下滑，但部分重点加工企业和民族零售品牌产销量仍能保持相对稳定，品牌集中度进一步提升。

中国黄金协会数据显示，2023年春节到元宵节，我国黄金消费才呈现出快速回暖的势头，同比增长18.2%。

“从国内黄金消费来看，未来将面临机遇和挑战并存。”张永涛分析认为，一方面，“互联网+黄金”电商平台为黄金首饰企业改变传统销售模式提供了必要条件，加速了黄金首饰电商平台的发展；另一方面，受经济增长放慢、消费降级等多重因素影响，居民消费受到抑制，黄金消费同比出现下滑。从市场端来看，黄金首饰设计同质化严重、创新力度不够，影响了市场吸引力的提升。

“中国黄金市场发展机遇与挑战并存。”张永涛建议，要准确把握我国黄金市场发展的机遇，做大做强国内黄金市场，使之进一步规范化、国际化。加强黄金交易专业人才培养，严控市场风险。加强投资者教育，提高对黄金投资的风险意识。针对机构投资者、大众投资者、专业投资者、业余投资者，分别设计出不同的黄金投资产品，扩大黄金投资者范围。

本文来自【矿业界】，仅代表作者观点。全国党媒信息公共平台提供信息发布传播服务。

ID : jr tt