



邮政

919

丰收欢乐购

原汁原味原产地

邮政助脱贫 惠农进万家

邮政助脱贫，
惠农进万家！助力决战
决胜脱贫攻坚和全面建
成小康社会，第四届邮
政“919电商节”
来啦！

活动时间:9月1日~30日 启动仪式:9月19日



总体思路

今年是决战决胜脱贫攻坚和全面建成小康社会的收官之年,第四届邮政“919电商节”活动将深入贯彻新发展理念,突出“邮政助脱贫,惠农进万家”主题,打造中国邮政农村电商生态圈。一是聚焦惠农。作为农业农村部“农民丰收节”系列活动之一,搭建邮政农产品产销对接平台,解决农民合作社等新型农业经营主体“销售难”问题,推出“邮政农产品”品牌,推广邮政农产品基地项目;培育扶贫大单品,重点支持疫区、特困区和国家级贫困县,助力脱贫攻坚。二是聚焦会员。激活邮生活、邮特惠、代理金融、信用卡积分商城和“邮掌柜”会员,提供“三大权益”,支撑“邮政会员节”,构建“平台的平台”,推动金融、寄递、邮政业务协同发展。三是聚焦渠道。落实渠道平台转型工作要求,通过网点扫码优惠购、站点会员红包和大数据应用,推动“网点+站点”渠道管理模式落地,打造线上线下融合发展的邮政特色电商节。四是聚焦商品。通过开展“平台零售+跨省互销+基地直采+终端直供”,打造农产品大单品;通过培养记忆力商品,稳定流量订单;通过大数据应用确保商品、客户和政策精准,围绕数字化优质站点加强地推,实施全环节管控,打造批销大单品。



网络零售
Part1 B2C

活动期
9月1日~30日
点爆日
9月1日、19日、22日

活动内容

抢全网“丰收券”。即日起至9月30日,每天10点和20点发放全网满减“丰收券”。八大专场:电商扶贫、邮政农产品、数码家电、家居清洁、快消品、休闲零食、中秋节、全品类返场。

会员硬核补贴。邮政会员、邮政网点到访客户和金融客户享受“三大权益”。一享45天超长会员资格;二享特惠抽大奖,最高可抽取华为P40手机;三享硬核补贴,每天记忆力商品优惠购。

“邮乐小店”多重奖励。一是分享活动商品参与抽红包;二是客户成功下单店主享阶梯奖励;三是直播挑战赛;四是小店推广PK赛奖励。

农产品补贴活动。一是农产品专场补贴,每日10点和20点发放满减“丰收券”;二是扶贫农产品专项补贴,邮政扶贫商品设置阶梯补贴政策。

“邮乐优鲜”团长激励。在城市网点覆盖的社区推广“邮乐优鲜”APP,给予激励政策;设置团长排名奖励、团队访客奖励和专属“丰收券”。

邮乐营销转介。邮乐小店营销转介平安健康、华夏人寿保险公司专属产品,给予活动成单奖励。

优惠商品

网络零售活动商品由记忆力商品、引流商品、品牌商品、扶贫商品、“基地+精品”农产品五部分组成。打造10个过10万单记忆力商品、20个引流商品、3000个品牌商品;重点支持“三州三区”深度贫困地区、52个未脱贫国家级贫困县、集团公司定点扶贫和湖北疫区扶贫产品,打造100个销售过万单的扶贫大单品;突出邮政自营、产地直发特色,打造100个全渠道交易额过百万元的“基地+精品”项目。

参与方式

会员享活动权益! 快快在邮乐网注册成为邮特惠(邮政)会员(还可以到邮政网点咨询工作人员扫码注册,或通过邮乐购站点扫码购海报注册)。

邮政会员渠道专属好礼为您推送。

关注中国邮政官方微信,优惠商品为您呈上。

邮储信用卡和借记卡积分商城开展积分抽大奖,会员享特惠活动。



前三届
亮点回顾

2017年、2018年、2019年,中国邮政积极响应中央精准扶贫号召,积极服务乡村振兴战略,发挥“三流合一”优势,大力推动邮政农村电商高质量发展,连续举办了三届电商节,体现了经济责任与政治社会责任并重,彰显了央企责任担当。

中国邮政借助线上、线下优势资源,紧密围绕“邮政919,丰收欢乐购”主题,打造具有邮政特色的电商购物节,在助力农产品进城、推动电商扶贫方面加快推进,平台流量实现跨越,站点质量明显提升,平台商品更加丰富,农产品进城有效推进,百万员工导购活动成效明显,业务协同发展初见成效,努力做到让农民满意、让党和政府放心,增强广大农民的获得感和幸福感。活动期间,各省(区、市)邮政精选本地特色产品上线推广,做出了特色和影响力,特别是与精准扶贫相结合,得到各级政府和全社会的高度肯定。



活动目标

- 网络零售
- 农产品进城
- 平台批销
- 业务协同

活动期间日均流量超过**220万人**次;累计零售交易额**3亿元**;邮乐小店日均活跃分享用户数**10万人**;打造**10个**过**10万单**记忆力商品。

活动期间农产品全渠道交易额**6亿元**,其中邮乐线上交易额**2亿元**;打造**100个**全渠道交易额**过百万元**的“基地+精品”项目;打造**100个**销售过万单的扶贫大单品。

活动期间新增数字化优质站点**3万个**,9月底累计达到**9万个**;自营下单站点**18万个**;参与C端会员活动的站点**5万个**,新增会员**100万名**;实现批销额**15亿元**,其中,自营不低于**9亿元**,全网快消大单品自营批销额**4亿元**,其中“十大品牌”**2亿元**。

活动期间新增邮特惠会员**300万名**,支撑邮政会员、邮政网点到访客户、金融客户享特惠购物;发生代收自提业务的邮乐购站点达到**7万个**、积分兑换业务站点达到**2万个**;组织**1000场**农资金融优惠购活动;邮乐营销转介累计分享**30万次**。



平台批销
Part2 B2B

活动期
9月1日~30日
点爆日
9月19日

活动内容

打造数字化优质站点。针对“销售数据采集”和“全网快消大单品进店”定向补贴,推进精准提升。

大数据精准选品。通过对竞对平台、地推调研和邮掌柜销售进货数据分析,确定全网TOP20品牌、各省TOP20品牌以及批销TOP200个商品,各省(区、市)邮政做好落地和招商,确保供站点选择的自营商品不低于100个。同时,打造“点爆日”的“一省一爆款”。

开展站点线上促销。平台通过“首单享好礼、天天红包雨”等活动让利。开展百优掌柜“我为邮政919代言”活动和“争优赢取收银机”“掌柜贷好货提‘钱’购”等活动。

激活会员赋能站点。开展“会员扫码领取红包”活动,打造B2B2C模式,为站点赋能,助力数字化优质站点和批销大单品打造。

加强地推巡店。一是开展四轮地推,实现100%的信息完善站点与地推关联,政策100%触达。二是推进“县(区)分公司+网点+站点”渠道管理模式落地,每个邮政网点召开1场邮掌柜线上订货会/产说会。三是评选“王牌地推”,激发地推人员积极性。



关注

通过以下方式,关注第四届邮政“919电商节”:

《中国邮政报》、“中国邮政”官方微信号、中邮速递易、邮政网点;中央电视台、腾讯、抖音、今日头条等。

