

渠道裂变

——江苏徐州市分公司建设“邮驿之家”侧记

“不好意思，怠慢你们了。”虽然已是19点，可王波的“邮驿之家”加盟店里客户仍然络绎不绝。“21点前还会有一波取件高峰呢，作为邮政的加盟店，特别是增加包裹自提服务后，我几乎每天到这时都要忙个不停。”王波爽朗地笑着说。

这个30多平方米的“邮驿之家”可谓“包罗万象”：提供包裹自提、揽收，代办邮政大单品销售，支持“微邮付”，开有“邮乐小店”，代办“售车通”，提供社区团购……业务的叠加和客流的增长，不仅提高了王波的个人收入，也为江苏省徐州市邮政分公司拓展了获客渠道，带动了各类业务的平稳增长。

从2020年8月起，名为“邮驿之家”的新型加盟店在徐州城区如雨后春笋般涌现，而类似获客引流的热闹场景也在不停上演……

建店做批销：4个月开店600余家

“我们在渠道运营上缺乏有竞争力的商品，也缺乏实战经验，更缺少信心，大家畏难情绪很大，开店访销是推推停停，效果不明显。”在“邮驿之家”建设之前，徐州市分公司渠道营销经理郭聪对建设加盟店还是一筹莫展。

但是，这一情况自2020年7月以后开始发生改观。徐州市分公司为解决优质加盟店数量少、业务协同效果不

明显、网点客户少、邮件投递成本高、散件快递收寄难等问题，在全市启动“邮驿之家”加盟店建设。特别是与上海邮乐成立联合项目组，经过调研分析，确定了“建店做批销、叠加提效益、会员促协同”的渠道建设运营“三步走”思路。

第一步是建店，通过批销业务与加盟店建立密切联系，形成利益纽带，锁定客户关系。为解决进店商品价格高、渠道访销能力不足、店铺运营不规范等问题，联合项目组有针对性地组织开展了店址优选、商品引进、活动策划、仓储配送及渠道经理培训等工作，为开店做好了充分准备。

打通心关、能力关之后，联合项目组火力全开，从2020年8月10日项目启动以来，徐州市仅城区就新建“邮驿之家”加盟店637家。其中，活跃站点545家，实现线上商品销售145万元。

叠加提效益：12项权益赋能加盟店

“随着形势和任务的变化，渠道平台部在转型上要紧扣集团公司、省分公司要求，落实‘内协外联’经营战略，做商流、造物流、引资金流。‘邮驿之家’是三级物流体系的关键节点，切入点在分销，突破点在寄递揽收和自提（代投），落脚点在为金融业务获客引流。”

无论是在与渠道平台部进行头脑风暴

的现场，还是专题跟班调研加盟店渠道建设运营工作，徐州市分公司总经理刘永红多次强调“邮驿之家”的核心所在。

建店只是第一步，第二步更为关键，是要通过“内协外联”来整合资源、做好供给，为B端的加盟店商户增加获客和赢利渠道，这是联合项目组的共识。为此，项目组整合内外部资源，向加盟商户推出12项权益，包括邮件揽收、包裹自提、“微邮付”、储蓄理财、代收代缴、大单品销售、社区团购、会员发展、汽车转介销售、车险简易险推介、邮储信用卡、小额贷款，形成“批销+寄递+金融”的协同服务模式，提高了加盟店的综合竞争力和获客转化能力，受到商户的一致好评。

汤玉红把自己经营的3个超市都加盟了“邮驿之家”。谈及原因，汤玉红说：“超市竞争越来越激烈，一条街上几百米内就有三四家商店，经营的商品都差不多。可加盟邮政后，不仅能进到质优价廉的商品，还能代办邮政的各类揽投、缴费甚至车险业务，到店的客流明显增加，店铺经营效益也显著提高。”

截至2020年12月30日，徐州市分公司通过“邮驿之家”加盟店销售农产品58万元；办理信用卡944张，开通“微邮付”709户，交易额达10279万元；开通易邮自提1628户，加盟店的协同效益初步显现。

会员促协同：1到100的裂变

“经营的关键是获客，获客的关键是站点。围绕这样的逻辑，我们以支局为圆心，做深周边1公里区域，再向外延伸，密布高质量的加盟店，让它们成为支局深耕当地市场的前冲‘据点’。”徐州市分公司副总经理李磊说。目前，项目组联合县（区）分公司及属地支局长，以支局为圆心，优先在邮政负责配送的烟酒店叠加建设“邮驿之家”加盟店，并组织开展会员发展活动。

2020年12月2日，项目组联合东城区分公司、黄山陇支局，在“邮驿之家”盛悦加盟店开展了一场会员发展活动。盛悦加盟店负责人李响提前在其3个社区团购微信群中发布活动信息，一个下午的活动时间就注册邮政会员51名。其中，2名会员现场办理了定期存款25万元，3名会员预约办理理财业务。黄山陇支局通过微信、电话预约等方式对未到访客户进行宣传推介，实现了精准发展会员、快捷获取客户。

目前，徐州市分公司结合金融专项大走访活动，将“邮驿之家”加盟店打造成获客引流的网格，努力实现1个加盟店能够同时为自己以及邮政（支局）发展100名会员，从而建强节点、织密网格，实现获客引流的高效裂变。

□周家强 周森

甘肃省分行倡导节约新风尚

本报讯 “吃多少打多少”“不够我再来加，别浪费了”“光盘，从我做起”……在邮储银行甘肃省分行机关食堂，不浪费任何食物成为员工的共识。

近期，甘肃省分行向全行员工发出“厉行节约、反对浪费”的倡议，在全行营造浪费可耻、节约为荣的就餐氛围。同时，采取精准控量、从严管理、大力宣传等举措，着力将机关食堂打造成为节约粮食、文明用餐的示范点和推动点，让“舌尖上的节俭”成为新时尚。

在食堂用餐区，“按需取餐”“光盘行动”“反对浪费”等提示语，时刻提醒大家珍惜粮食、合理膳食，引导就餐人员少盛多取、按需取餐，用实际行动杜绝“舌尖上的浪费”。机关食堂更是严把“备餐关”，根据员工的用餐规律和实际需求，实现少库存或零库存，从源头节约，并做好剩余食材的保管利用，发挥机关示范带动作用，倡导节俭新风尚。 □李升

浪费可耻 节约为荣

福建省分公司

牵手柒牌集团开展生肖联名合作

本报讯（福建记者 陈静俞）日前，福建省邮政分公司与福建柒牌时装科技股份有限公司正式签约启动生肖联名合作。

根据协议，双方将以邮票为载体，实现跨界合作、强强联合，以《辛丑年》生肖特种邮票图稿为核心，创新推出生肖邮票联名款服装，从品牌形象、文化IP、宣传预热、销售渠道等方面入手，全方位、多角度开展深度融合，共同打造“牛出圈”概念。据悉，在《辛丑年》生肖特种邮票首发期间，福建省分公司将组织开展联名产品联动营销活动，做大生肖联名产品市场。

锡林郭勒盟分公司

“十三五”普遍服务项目建设收官

本报讯 “坐在家中不但能收到快递包裹，还能及时看到《人民日报》《内蒙古日报》《锡林郭勒日报》等党报党刊。”“村村通邮”给内蒙古自治区苏尼特右旗的牧民带来更多的生活便利。目前，内蒙古自治区锡林郭勒盟13个旗邮政分公司已完成“十三五”时期邮政普遍服务建设项目，全盟61个苏木共建成91处设施完善、人员齐备的邮政普遍服务网点。

“十三五”期间，锡林郭勒盟各旗分公司累计建设收寄和处理邮件场地1.5万平方米，运输车辆增至92辆，邮路总长达到48.3万公里。同时，锡林郭勒盟分公司克服重重困难，筹集资金、整合资源，启动“快递进村”工程建设，不但打破牧区长期存在的“农畜产品销不出去、外面的好产品又进不来”的瓶颈，还为当地贫困牧民铺设了一条奔向小康的幸福路。 □李跃明

亳州市分行

多措并举提升风险管控能力

本报讯 2020年以来，受疫情影响，邮储银行安徽省亳州市分行不良资产较以前年度有大幅增长趋势。该分行及时出台多种措施控增长、降不良，使资产质量保持平稳水平。截至2020年底，该分行信贷规模达170亿元，不良率为0.51%，为稳健、可持续发展提供了有力保障。

亳州市分行出台《风险与内控管理委员会工作规则》，制定了风险联络工作考核机制，对各单位风险联络工作进行全面考核，并与月度绩效挂钩，在全分行形成了管生产经营必须管风险管控的局面。该分行先后开展了信贷资产质量真实性检查暨贷款偏离度检查、信贷业务综合检查、反洗钱专项检查等，从业务发展、职能管理等方面加强监督检查，多方面、多条线严控操作风险。 □过家浩

“超级飞侠”送礼物，爱不爱？

□天桥茶坊

□晓乐

又到新年，你收到新年礼物了吗？新年到来之际，除了心仪的礼物，大多数人更期待有一种特别的送达方式。如手捧鲜花的男朋友突然从包裹箱里钻出来，一架无人机带着你的礼物从天而降，打开外卖员送来的饭盒发现里面是最新款的手机……从邮政业务的角度来解读，这些创意实际都属于快递特色服务。我们把思维发散一下，在“思乡月”营销季，可以针对高端客户，让员工扮成“嫦娥姐姐”配送月饼……但认真分析此类服务的市场前景，无论

是新年礼物配送，还是“嫦娥姐姐”上门送月饼，都存在服务季节性、投递时间相对集中的特点，并不适合邮政企业现有的标准化的生产作业组织模式。

不知道你对最近上过热搜且被一众网友调侃的京东“京尊达”有没有什么印象？笑归笑，闹归闹，“京尊达”所带来的仪式感却是许多消费者实实在在的需求。依笔者之见，面对客户的个性化需求，邮政企业没有必要跟风来个“邮尊达”，而是可以考虑切入细分市场，面向儿童群体提供快递特色服务。

根据腾讯数据实验室发布的《2018中国少儿家庭洞察白皮书》估算，中国儿童消费市场的规模已突破4.5万亿元，是一块巨大无比的“蛋

糕”。遇到孩子生日、特殊节日时，爷爷奶奶、父母或其他长辈送上一份礼物是再寻常不过的事情。同样一款礼物，如何给孩子带来更多的惊喜和更美好的回忆？面向儿童的礼仪快递服务就能帮助家长完成如此心愿。对于邮政企业来说，这项业务适合全年开展，更有发展成为木本业务的潜质。

邮政企业要推广这一服务，现阶段就有现成的IP可以利用。《超级飞侠》是2015年国内推出的一部3D动画片，讲述了飞行机器人乐迪与一群被称为“超级飞侠”的小伙伴为世界各地的小朋友送去定制包裹，并帮助他们解决困难的故事。《超级飞侠》动画片已经播出9季，在低龄儿童中拥有广泛的影响

力。对他们而言，“你好，我是乐迪，每时每刻，准时送达”“是时候呼叫超级飞侠了”等台词已是耳熟能详。

儿童礼仪快递首先要获得官方授权，从而具备排他性的竞争优势，避免竞争对手低成本复制。其次，在服务定制上，可以根据孩子最喜爱的动画角色，由人工扮演进行上门配送礼物。当然，“超级飞侠”大团圆的豪华套餐也可以安排上。在配送礼物时，除了真人扮演的“超级飞侠”现场助兴，礼物外包装箱一定要特别定制，如应用声光电等高科技，让礼物开启过程更炫酷，增加孩子的兴趣，也更能体现仪式感。

在生日聚会上，由“超级飞侠”送上特别的生日礼物，一定会成为孩子童年的美好回忆。“超级飞侠”送礼物，爱不爱？相信孩子们的答案是一致的——“超级爱！”

（上接第1版）

当前，我国经济正在发生巨大结构性变化，从外需导向转向了国内巨大市场驱动，未来需构建完整的国内循环体系。邮政的转型发展面临巨大的机遇期和窗口期。民营快递迅速成长壮大、线上交易替代线下办理以及互联网银行的兴起，让邮政原有的渠道优势受到威胁。邮政渠道平台已经到了“不转不行，不变不行、慢转慢变也不行”的阶段。

“一个企业甚至一个行业有可能一夜就被颠覆，挑战前所未有的。只有不停地奔跑，才能留在原地。”在湖南省邮政分公司总经理杜卫红看来，渠道平台转型形势紧迫、势在必行。“随着互联网经济的发展，邮政的网点优势正逐渐消解。如何让网点充满活性、重现活力，只有转型一条路。”安徽省邮政分公司市场营销部副总经理曹杰如此认识转型的必要性。“网点转型是打基础、管长远的工作，只有转型，才能把低效网点变成‘会下蛋的鸡’，把亏损点变成赢利点，才能实现企业可持续发展 and 高质量发展。”在时任甘肃省邮政分公司总经理张帆眼中，平台转型关乎邮政未来的健康持续发展。

平台转型，势在必行。中国邮政自上而下迅速统一思想认识，谋定发展大局，为渠道平台转型的全面推进积蓄了充足的动力、增强了发展的底气、坚定了必胜的信心。

“变”字为重 强引流获客

知之愈明，则行之愈笃。2020年初，全国邮政工作会议和经营服务工作会部署转型工作；2020年3月，下发六类网点转型细化实施方案。紧接着，全国31省（区、市）邮政出台渠道平台转型实施方案，1925个试点网点推进转型，覆盖238个地市；2020年7月，集团公司召开渠道转型全国电视电话会，进一步推进网点转型；2020年9月，举办全国邮政渠道平台转型培训班，对

网点转型进行专题培训；2020年10月，召开全国渠道平台转型工作推进会议，总结进展、分享经验、研究转型目标……

从集团公司层面，转型工作紧锣密鼓地全面推进。各级邮政企业将渠道平台转型作为改革发展战略任务之一，取得了阶段性成效。3554个网点实现转型，叠加多样业务的网点快速增长，零收入网点同比下降83%，万元以上收入网点占比达81%，同比增长12%，网点无事可干现象明显改观。

强力推进六类普服网点转型，丰富业务叠加，打造获客场景。校园、主题邮局、乡镇、代办、商圈、社区六类普服网点，通过分类施策，以“叠加叠加再叠加、代理代理再代理”为核心，打造引流获客场景，亮点频频涌现。

校园网点打造集“共享寄递+邮政服务+文创服务+创业实践”为一体的校园综合服务中心，全国有920多个校园网点，高校进驻率提升至34%；主题邮局以合作共赢、优势互补的经营理念，研发具有邮政特色的文创产品，提升生命力；乡镇、代办网点，以“网点+站点”相结合，打造乡镇同心圆服务生态，保障普遍服务质效，巩固邮政下沉市场；社区、商圈网点突出“便民”，紧紧围绕居民的文化生活需求，以引流获客为目标，打造便民服务中心和商圈体验服务中心。

安徽黄山农村主题邮局与第三方公司合作，在网点不定期举办各类文化活动，开发特色文创产品，让传统邮局焕发生机，成为黄山乡村旅游的网红“打卡地”。“在邮局里喝咖啡、看表演，给远方的朋友寄枚明信片，没想到邮局也能这么文艺！”游客朱奕对眼前时尚新潮的邮政倍感惊喜。

湖南怀化湘维支局过去靠代发工资、寄递包裹艰难生存，转型后建立起镇、村两级电商服务站。支局在站点叠加业务，为站点扩流增收，站点延伸支局的服务半径，形成了发展的“生态圈”。“生态圈促成双向的引流获客平台，形成

了以网点为圆心的村民生活圈，普遍服务的质量越来越高了。”湘维支局局长肖怡对做好普遍服务充满信心。

上海徐汇区田林新村邮政所运营着上海邮政第一台“一网通办”政务服务机。有了这台设备，市民能自助办理48类政务事项，扩大了网点的服务覆盖面。“医保记录册随时可以来换新，不用多跑腿，邮政网点的新服务太方便了。”60多岁的田阿姨对邮政新服务赞不绝口。

云南瑞丽的珠宝商圈网点一改“等客上门”的老做法，通过走进商圈“核心区”，优化网点布局，叠加高质量的寄递服务，让市场占有率从3%增长至30%。“以前我们也用其他快递，现在我们一天出货1000多件都用邮政快递了。”云南创丰珠宝公司总经理郭国卫成了转型网点的忠实客户。

强力推进普服业务转型，丰富业务生态，构建商业模式。通过开放共享、多业态业务叠加赋能网点转型，推进线下业务向线上服务创新转型，中国邮政建立了生态丰富的邮政特色商业模式，支撑传统邮政普服业务的可持续发展。

警邮服务、税邮服务在邮政网点的叠加，让网点的便民服务领域进一步拓展。截至2020年11月底，全国邮政累计开通警邮服务网点10801个，较年初新增1095个；开办税邮服务网点17437个，较年初净增1291个。浙江邮政建成了警邮服务点1047个，北京、宁夏、甘肃、河南等省（区、市）邮政成功与税务部门合作开通线上代开票业务，黑龙江、内蒙古邮政与税务部门试点在邮政网点布放自助办税机，拓展了税邮合作新方式。

14个省份邮政分别与第三方合作建设了21个邮政便民药店，19个省份邮政在1470个网点叠加了烟草零售业务，16个省份邮政在200余个网点叠加了3C体验零售业务，让网点的业务生态极大丰富。

宁夏邮政实行医药批售一体化经营；青海邮政在网点全方位代办电信业务，打造全功能的邮电合作营业

厅。江苏南京邮政与医药企业联合打造智慧药房，市民只要在触屏服务终端机轻点几下，最快15秒就可以完成配药出库。智慧药房还配备了“线上购药，配送到家”的个性化服务，在疫情期间为很多居民送去了急需的药品。“智慧药房的实践打通了医患联手医疗惠民‘最后一公里’，为百姓生活提供了更优质、更高效的公共服务。”南京市分公司副总经理袁兵说。

邮快合作的积极试点让邮政乡镇网点和邮乐购站点的末端服务不断提升。黑龙江、四川、西藏、甘肃、青海5个试点省（区）利用邮政营业网点及社会站点建设“邮快驿站”8662个。目前，全国邮快合作范围已达29个省份，累计代投快件超4600万件。江西分宜县邮政分公司整合5家社会快递公司，构建了县—乡—村三级物流配送体系，快件同仓统一分拣、运输、投递，极大地节省了物流时间。“邮快合作转型让快递在当日或次日送到村民手中，他们足不出户就能完成要办的事，可以节约时间，享受生活。”分宜县分公司副总经理张国忠说。

以科技赋能平台转型，让邮政线上渠道实现跨越式发展。集团公司在有线业务平台交易额达20亿元、官微粉丝1300万人、企业微信客户群、直播平台等私域流量运营模式初见成效，建立企业微信客户群6859个，22万名营销员产生业绩，实现线上营销业绩13.4亿元、线下业绩12.3亿元。邮乐网交易额实现跨越式增长，数字化邮乐购站点建设和应用持续推进。截至2020年11月底，新建邮乐购站点5.6万个，初步建成数字化优质站点13.4万个，完成批销额47.26亿元，山东、河南、江苏等省邮政的数字化站点数量名列前茅。

“转”字引领 谋更大突破

“枝大本小，将不胜春风；不胜春风，枝将苦心。”普遍服务是中国邮政生存发展的“根”，以六类普服网点为核心的

同联动”主线；山西邮政提出通过科技赋能提升渠道运营能力，以BSC数字化营销工具为客户营销触点、配合会员权益策略，设计引流营销流程与场景，为基层提供活动策划与培训运维支持。

转型引领企业发展。“政”字为先。积极承接邮政可开展的政务服务代理代办事项，做到“邮为政服务，政以邮实现”。“民”心所向。打造邮政渠道一体化、多层次、综合化的线上线下服务功能，实现邮政业务与政务、商务和生活服务业融合，成为国计民生不可缺少的的重要内容。“商”在共赢。发挥渠道市场前沿作用，推进异业零售，落实好惠农合作项目，发挥邮政企业优化经济结构和稳定产业链供应链的作用。吉林邮政明确要扩大政务服务范围，拓展线下自助办税、“互联网+办税”等合作模式，结合汽车产业链将团购、内购销售车辆引导到邮政网点办理，积极对接医药、烟草、家电零售发展。黑龙江邮政明确税邮合作增点扩面、深化合作；警邮合作拓展服务、促进协同；政务拓展对接服务、扩充渠道；便民缴费稳定存量、拓展增量。

“十四五”期间，实现基本公共服务均等化，推动生活性服务业向高品质和多样化升级，满足人民日益增长的美好生活需要，对我们提升普遍服务，丰富普服内涵，提出了更高要求。未来，依托5.4万个自有网点、60多万个邮乐购站点的巨大网络平台，中国邮政将着力发展平台经济、共享经济，以持续迭代升级的便民服务，不断满足人民日益增长的美好生活需要，助力提高基本公共服务均等化水平，提升民生福祉。

行而不辍，未来可期。秉承“人民邮政为人民”的初心使命，中国邮政正以“咬定青山不放松”的韧劲，“不破楼兰终不还”的拼劲，用辛勤和智慧，持续深入推进渠道平台转型工作，最大限度地发挥网点的便民服务优势，向着未来奋勇前进！