

中国绿色物流发展的路径与解决方案(上)

□王继祥

我国绿色物流发展起步较晚,对于物流企业如何推进这一工作还缺乏具体的措施和解决方案。物流行业是节能减排的重要领域,绿色物流已经成为美国、日本以及欧盟诸国等发达国家的现代物流发展方向。借鉴发达国家的发展经验,结合中国国情,研究中国物流绿色化发展的路径与解决方案,是摆在我们物流人面前的重要任务。

绿色物流是指在物流过程中减少对环境的危害,实现节能降耗,降低碳排放,实现对物流环境的净化,使资源得到最充分利用。从物流绿色化发展路径上分析,需要实现物流基础设施绿色化、物流作业绿色化、货物运输绿色化、物流包装绿色化和绿色物流管理创新。本文提出如下具体解决方案。

物流基础设施绿色化发展解决方案

物流基础设施包括仓储设施、物流园区、道路桥梁等,其中道路桥梁属于公共基础设施,物流园区绿色化发展的核心也是仓储设施绿色化,因此,我们把仓储设施绿色化作为物流基础设施绿色化发展的重要抓手。

推动仓储设施的节能降耗与绿色发展,主要指在仓储设施全寿命周期内,最大限度地节约资源(节能、节地、节水、节材)和减少污染,最大限度地应用绿色新能源,为仓储物流企业提供高效、适用、安全的存储空间。规划建设绿色仓储设施,或者将原有仓储设施更新改造成绿色的仓储设施是一项系统工程,必须有行之有效且能够贯穿仓储设施建设与技术改造全过程的规范要求与可以落地实施的具体手段。为全面推进仓储设施绿色化发展,我们提出了标准先行,引导和推进仓储设施绿

色化发展的解决方案。

方案要点:制定《绿色仓库要求与评价》标准,推动仓储设施的节能、节地、节水、节材,开发和充分利用新能源,达到仓储设施绿色环保要求。根据这一原则,提出综合性要求和评价办法,通过标准先行、标准的宣贯、绿色仓库评价与实施,引领企业规划和建设绿色仓储新设施,推动企业对旧有的仓储设施实现绿色化升级改造。

《绿色仓库要求与评价》目前已经作为商务部行业标准公开颁布。该标准从仓库屋顶光伏分布式发电、仓库规划与设计节能技术、仓库绿色建筑节能技术、仓库暖通节能技术、仓库区域给排水技术、仓储照明节能技术、冷库建筑节能集成技术等方面对仓库绿色化提出了具体的要求,标准注重综合评价。

标准颁布以来,我们通过宣贯标准,开展绿色仓库评估认证工作,已经有20多个库区通过了绿色仓库的评估与认证,获得了中国绿色仓库的星级认证证书。这些库区共同的特点是选址合理、规划科学、设计适度超前、土地利用率高,能够有效节约资源、降低能源消耗、减少污染排放、提高物流效率。

物流作业绿色化发展解决方案

在物流各作业过程中,采用绿色节能的物流技术装备是绿色发展的主要手段和重要抓手。经过市场调研,目前,已经对具有明显节能降耗和绿色环保的物流技术装备进行了全面归类分析,提出了具体要求和评价办法,并开展了“中国绿色物流技术与装备优秀产品”的市场征集活动。

2014年,商务部、工业和信息化部、环保部联合印发了《企业绿色采购指南(试行)》文件,为推动物流作业绿

色化发展的具体措施落地实施,我们把“中国绿色物流技术与装备优秀产品”的市场征集活动与国家发布的《企业绿色采购指南(试行)》文件进行对接,提出了物流作业过程中通过技术进步实现绿色化发展的解决方案

方案要点:按照商务部、工业和信息化部、环保部联合印发的关于《企业绿色采购指南(试行)》的通知要求,对接《中国绿色物流技术与装备优秀产品推荐目录》,支持企业积极采购节能效果明显的绿色物流技术设备,通过技术进步实现物流作业环节节能降耗和降低物流成本。

根据市场调研,我们按绿色自动化仓库技术设备、绿色输送分拣技术设备、绿色货架技术设备、绿色叉车等搬运设备、绿色托盘及相关产品五大类20多个小类,对技术设备的蓄能、节能技术,绿色环保材料,新能源动力及绿色节能集成设计方案提出了具体要求,在商务部流通司领导指导下,通过广泛征集和专家评审,已经陆续发布了三批《中国绿色仓储与配送技术设备推荐目录》,2018年我们又对第一批推荐目录进行了重新审定,根据市场反馈和应用效果,删除了部分节能效果不佳的产品。关于绿色物流技术设备推荐目录材料,企业可以从“中国绿色仓储与配送官网”(www.lssc.org.cn)下载或与中国仓储与配送协会技术与工程服务分会联系索取。

货物运输绿色化发展解决方案

道路货运是物流行业的主要用能领域,也是节能减排的主要领域。中国货运绿色化发展,需要通过推动绿色货运模式、绿色货运技术装备和绿色货运驾驶,全面推进物流货运领域的节能降耗。

方案要点:大力推进多式联运、甩挂运输等先进的货运模式,推动绿色货运模式创新;大力推动绿色货运车辆技术应用,建立绿色货运车辆标准,推广绿色货运车辆技术与应用;通过开展绿色货运驾驶培训,借助技术手段监控和引导绿色驾驶行为,推动绿色驾驶。

公路运输占中国货运量的80%左右,是推动货运绿色发展重点领域。绿色货运技术与装备应用是推进货运绿色化发展的重要抓手。通过绿色货运技术标准制定,进一步量化考核,可以在道路货运节能减排领域发挥示范带动效应和导向作用。推动绿色货运发展需要将大型货主纳入,整合上下游产业链,适当提高车辆环保标准,完善相关数据计量采集,大力推进新能源货车的普及应用,对接国家绿色货运激励政策,共同履行社会责任,推动绿色货运行动计划。此外,加大宣传力度,让社会公众和行业广泛认同,也是促进货运绿色化发展的措施。

根据市场调研,在货运技术与装备方面,大力推进电动物流车辆、电动为主的混合动力物流车、LNG/GNG等新能源物流车应用是重要抓手;大力推进汽车轻量化技术、降低空气阻力技术、节能轮胎技术、废气消轮增压技术等是重要技术手段;优化发动机热管理系统、负载智能驱动系统等措施是节能降耗重要途径。据悉,交通运输部开展了多年绿色行动计划,先后确定了20家优秀货运企业为示范企业,选择1000辆车依据绿色货运行动指南和两个标准进行试点示范工作,取得了巨大成效。

(王继祥,商务部物流专家、中国仓储与配送协会副会长、中国商贸物流标准化联盟执行主席、国家邮政局发展研究中心学术委员会委员、智慧发展研究首席特邀专家。)

起来的某种意识,往往会影响其一生之爱好。幼儿三岁“启蒙”,他们虽不具备物品的搜集收藏能力,但对集邮物品的认知和熟悉,添加一项兴趣爱好,可以为日后的集邮活动打下基础。幼儿园的孩子处于抚育阶段,没有文化课的学习任务,园方、孩子和家长都没有相应的学习压力,多开展一些健康有益的趣味活动,让孩子们多接触一些社会事物,会更有利于培养孩子的兴趣、开发孩子的智力,且不会因为怕影响孩子学习而被幼儿园和家长所担心。需要解决的问题是:邮政相关部门需为幼儿园提供“实物教学”支持。如让保育教师组织孩子们参观邮政生产现场,认识邮件的处理与传递;让孩子们学习信封糊制和邮票粘贴,模拟书信递送;教孩子们通过看图说话的形式,观赏邮票图片,了解邮票里的故事等。若能在法律许可的前提下,允许幼儿读物和图书使用邮票图案、印制邮票画册等,则可为孩子们提供更丰富、更直观的“邮票资料”。

关心和培养青少年集邮,关系到我国集邮事业后继有人。要让事实证明集邮对青少年的教育成长是有益的,从根本上消除偏见,积极支持青少年爱好集邮、参与集邮。

服务,赢得客户的信任。改善服务,其实没增加多少成本,却提高了客户的满意度。随着人们生活水平的提高,优质服务在竞争中的作用日益增强。没有端正的工作态度,业务发展也无从谈起。最后,我们要善于抓住客户心理,多层次、广角度满足客户需求,真正在优质服务的工作中做到人无我有、人有我优、人优我强,不断提高客户满意度,提升客户忠诚度。

新技术再便利也会有不便,规则之下应让服务多一些人文关怀的温度。希望相关的公共服务能跟得上经济发展水平,服务部门提升服务意识,用更人性、更精细化的服务切实解决问题,更希望“九旬老人被抬到银行做人脸识别”这类事件不再上演。

□柯昱

“一定要用这家快递公司啊!”说这句话的是笔者的客户。客户单位在镇政府旁,通过某快递公司寄份合同来盖章。客户特别提醒我,回寄时还要用某快递公司,其他快递公司都不送达的。盖好章后,笔者还是决定通过邮政EMS邮寄,一来证明邮政能投递到,二来也想以此为契机切入洽谈该公司的寄递业务。

邮件寄出后,笔者一直关注邮件信息,一切正常,次日中午信息显示已到达镇支局,下午安排投递。谁知下午3点左右,客户打来电话,说收到自提点发来的取件码,显得有点儿不高兴:“我说过不要通过邮政寄,他们是送不到的。”笔者连忙解释安抚,告知会投递上门。联系投递员说明情况,希望能投递上门。“我们乡镇投递不管是EMS还是快包,都放到自提点,请客户自己来取。”投递员的这番话让笔者无语。

细细思量,也许是笔者的错。客户有过提醒,他肯定是被遭过这样的事情。不管怎样宣传高品质服务,投递员就是统一送到自提点。你让他送上门,他认为你就是给他添麻烦。总之,笔者的想法太过一厢情愿。再一琢磨,虽是个案,但管中窥豹,也许这也是寄递业务发展困境的原因之一:重收轻投。

寄递业务本不复杂,无非收、运、投三个环节,尤其是收和投,均直接与客户打交道,服务体验、品牌口碑等全靠揽投员来建立。EMS“门到门、户到户”高品质服务不应仅出现在收寄端,还应该包括投递末端。每一个收件客户,可能就会成为下一个寄件客户。企业常常在收寄端重点发力,诸如组建专职营销队伍等,开发大客户,业务收入来得快。其实,认真做好投递才是最好的营销。每一次投递对客户来说就是100%的品牌体验。在市场竞争如此激烈的寄递市场,尤其是散户市场,没有多少机会再让你来试第二次。因此,企业应该在收、投两端同步同等发力。

首先,要区分高价值寄递服务与一般寄递服务。目前,EMS属于高品质寄递服务,电商包裹属于一般寄递服务。客户寄递EMS,想要的就是与电商包裹不一样的服务。如果都统一放到自提点,客户上门来取,那客户又何必多花钱呢?企业应将两类产品设置不同的服务标准,将EMS的高价格与高品质相互匹配,让客户能体验到服务价值。在具体业务操作层面,要优先保障EMS的投递时限。有条件的地方,可以尝试分开作业,将电商包裹通过机动车送到自提点,揽投员集中投递EMS,并开展营销工作。EMS是否放到自提点,必须征求收件人的意见。

其次,要加大投递考核力度。对揽投员的揽件与投件的提成设置合理的比例,尤其是投件提成,要比电商包裹高,还应考虑邮件规格、邮费和投递距离等,鼓励揽投员提升投递服务水平。投递服务水平上去了,客户才有可能通过邮政寄件,这样开发客户的难度就小了许多。提高投递EMS的提成,也要加大考核力度,切实让这支队伍的形象、能力得到较大改观。

“利他思维”带来的启示

□孟璟

近日,“数字鸿沟”给老年人生活带来的不便和困扰,引起了笔者的关注。例如,一位老人冒雨去交医保却被告知不收现金,94岁老人被抬着面对银行智能终端做人脸识别等。这些不应该发生的事件暴露出某些行业“不通人情”,其本质是欠缺“他人视角”“客户视角”,不能做到换位思考。日前,国务院办公厅印发了《关于切实解决老年人运用智能技术困难实施方案的通知》,要求“在各类日常生活场景中,必须保留老年人熟悉的传统服务方式,充分保障在运用智能技术方面遇到困难的老年人的基本需求”。这一顺应民意之举,令人心头一暖。

顺应数字化和互联网发展趋势,邮政服务也会日新月异、不断进步。在这一过程中,只有我们始终常怀“利他之心”,才能获得长远持久发展。利他思维是开放思维。《宋清传》说:“取利远,故远大。”不要只盯着自己的利益、眼前的利益,而是要多多开拓能够帮助他人的领域,才能开创互利共赢的局面。物理学中的“熵增定律”也告诉我们,如果没有外力做功,一个孤立、封闭的系统会渐渐走向混乱,要不断对抗熵增才能保持秩序。“利他思维”的运用,可以缓和主客体间的冲突感,提高我们对抗“熵增”的能力。

“利他思维”是共享思维。老子在《道德经》中举例“上善若水”“水善利万物而不争,处众人之所恶”。水是能承载万物的生命之源。在这个数字化、智能化的时代,要通过邮政各个业务板块,为便民惠民利民创造新的价值,惠及全体人民的幸福生活。比如,通过“邮交合作”“邮快合作”助力“快递进村”“解决服务‘最后一公里’难题。又如,通过邮政与抖音、快手等直播平台合作,开展爱心助农活动,拓宽农产品销售渠道。邮政要做承载万物之水,才会有无限的共享空间。

“利他思维”是共赢思维。企业要想成功必须有利他思想,未来的经济一定是利他主义的经济。在推进邮政综合服务平台建设过程中,便民服务站是农村地区的根据地 and 桥头堡,有助于拓展延伸邮政在农村地区的服务渠道。为增强客户黏性,邮政企业要以利他精神,不断完善与便民站的合作机制和利益分配机制,提升便民站服务水平和收益水平,充分调动便民站合作积极性。只有让便民服务站经营者挣到钱,才会有主动发展邮政业务的积极性,才能更好服务广大客户,最终实现客户、便民服务站和邮政企业多方共赢。

“利他思维”是赋能思维。儒家文化提倡“己所不欲,勿施于人”,还有一句话叫“己之所欲,施之于人”。管理学大师德鲁克说,管理的本质就是激发员工向善的力量。在企业经营过程中,要通过知识和技术赋能员工,激发员工价值感和成就感,从而实现自我驱动。比如,大力推进众创众享机制落地,让团队独立运营项目,主动迎接挑战,充分调动干事创业的积极性。又如,打造信息化平台,将各专业分散的客户数据集中,分析客户行为,沉淀客户流量,提供整合营销方案。只有厚植自己,才可“施之于人”。

越是无私的利他,客观上会达到最大的利己。在激烈的商业竞争环境中,坚持拥有利他之心,多行利他之事,邮政企业必将听见更多支持的声音,必将迎来更加广阔的发展前景。

改变青少年集邮的低迷状况

□周岐彬

青少年集邮者越来越少,已成为影响中国集邮未来发展的重要原因之一。我们应高度重视,采取多种措施改变这一现状。

加强对青少年集邮的认识和重视。集邮,原本是一项有益于青少年教育成长的文化活动,但个别学校、教师以及家长对青少年集邮的认识不到位,不能完全理解其重要意义,甚至以害怕集邮会影响孩子学业而不支持青少年参加集邮活动。邮政相关部门和集邮组织要主动深入校园,开展集邮宣传,引导校方把集邮纳入青少年德、智、体、美全面发展的重要内容,并通过这一窗口,拓宽青少年的知识面,提高青少年的文化素养,陶冶青少年的思想情操,增强青少年的社会交际能力,从而达到丰富知识、启迪思想、拓宽视野、增进友谊之目的。

下力气推进青少年集邮活动的开展。邮政集邮主管部门和社会集邮组织要本着务实重效的原则,组织好青少年的集邮活动。要重视其健康性、文化

性、娱乐性、趣味性,更要提倡简单易行、多种多样,不拘泥于集邮的“清规戒律”。可以利用寒暑假单独举办青少年集邮展览,让孩子们有精力去编组邮集,有时间参加和参观邮展。其展品可以最大限度地提倡趣味邮集、开放类邮集,让孩子们根据个人爱好,利用手头现有的邮票邮品,任意编组一柜邮集、一页邮集,甚至一套邮票、一个封片,只要有价值,就可以申请参展。与此同时,要尽快把网络集邮开展起来,通过线上线下结合,让青少年在第一时间了解集邮信息,学习集邮知识,会更有利于调动青少年的集邮积极性。

做好青少年集邮的扶持和指导。邮票发行部门在解决青少年集邮用票、集邮购票、优惠扶持等方面,要结合实际拿出实实在在的措施。可考虑恢复发行盖销票,让孩子们花少量的钱购到心仪的票,或者把拟销毁的邮票作废后免费提供给青少年学习集邮之用,以及鼓励青少年搜集不花钱的“信销票”等。各地邮政部门要主动做好青少年的观邮、学邮、用邮、集邮等工作,主动承接或邀请学校组织开展用邮社会实践活动

动,向中小学生开放邮票生产现场,引导中小学生熟悉邮票生产过程,并以书信为导向,帮助他们了解邮政的历史沿革和发展过程,以及邮政通信的重要作用和社会意义,进而把集邮活动融入青少年的社会实践活动中去。

对青少年集邮给予正确引导。近年来,随着市场经济的发展和集邮业务的产业化转型,集邮的逐利趋向有些抬头,再加上一些不良商趁机炒作,或多或少滋生出了一些不健康的价值观。针对这一现状,发展青少年集邮,更要特别注意培养他们正确的集邮道德和价值观,从思想上、意识上主动抵制集邮投机、集邮逐利的错误倾向。对于青少年在集邮过程中出现的一些私自揭取别人信件上的邮票、交换邮票邮品中的投机取巧、以次充好、买假卖假等不健康行为,要给予批评教育,及时制止和纠正,绝不能让一个学习集邮的孩子误入歧途。

让集邮进入幼儿园,从孩子抓起。集邮进校园已经倡导了多年,而幼儿园也是抚育孩子成长的重要领地,能够为孩子们意识培养和习惯养成提供重要环境。有实验表明:一个人从小培养

小议规则之下的人文关怀

□商文婷

执行严谨的规章制度是各行各业必须遵循的工作原则,可有效避免被不法分子钻空子。但需要牢记的是,任何先进科技的应用都是服务于人的,尤其“普服为根,客户为本”始终是我们邮政人坚守的信念,科技在进步,人文关怀也不能丢下。

日前,一则“九旬老人被抬到银行做人脸识别”的新闻报道深深拷问着我们的良知。湖北广水一名94岁的老奶奶为了办理社保卡激活业务,因行动不便被人抬到银行进行人脸识别,让广

大群众直呼心疼。我们每个人都有年老行动不便的一天,这些数字时代减员增效的机器在老年人生活中就是无法承受之重。我们相信,银行并不是故意“刁难”群众,银行需要规则、需要制度、需要合规,但是,大家难以接受的是制度规则背后的冰冷。

细微处见真情,规则也应有“温度”。看起来,银行是根据规章制度办事,似乎没有错。但这缺乏温情的规章制度说到底还是服务意识没有强化、延伸。作为服务群体覆盖全社会的机构,在保障工作效率的同时,也不能忽略人文关怀。为客户服务的先

进技术,不应成为难为客户的壁垒,科技可以制造便利,但应用到现实中,还需要为不方便的客户留下传统的办事通道。

服务是对“以客户为中心”经营理念的践行,是对尊重客户、善待客户的企业道德和人文情怀的行为诠释,对我们邮政人来说,是落实“人民邮政为人民”的服务宗旨。

首先,优质服务是树立信誉的关键。目前,“客户至上”的理念已经遍及社会的每个角落,所有为客户提供优质服务的工作人员都要树立正确的服务观。其次,改善服务态度,提供满意