

# 帮助更多的困难家庭和孩子

## ——四川泸州市分公司一个函件创新项目的轨迹

### 看点 >>

□许中茂

“一个一个小书包装载着彩色的梦想，一个一个小书包承载着深深的爱，一个一个小书包慰藉着我们的心灵。”日前，“小书包，大爱心”发放仪式现场，受捐儿童用稚嫩的声音吐露着感恩心情，字字如珠、清脆淳朴、触动人心。随着2021年度“小书包，大爱心”公益项目启动仪式的成功举办，该公益活动也迈入了新的一年。2021年度“小书包，大爱心”活动启动当天，就得到48个爱心企业捐赠，募集资金68万元，创下历史新高。截至目前，通过“小书包，大爱心”项目，四川省泸州市邮政分公司共募集资金288.76万元，惠及泸州市7个县(区)40所学校的2.8万余名贫困家庭儿童。

### 从绝处逢生到闻名一方

“小书包，大爱心”是泸州市江阳区邮政分公司创办的一个函件项目，此项目以主办单位和承办单位联合发文的方式，向全市爱心企业和爱心人士募捐。捐赠形式为“书包+文具”，定价为100元一套，爱心企业10套起购，爱心人士不设起购数。邮政作为承办方，负责募捐产品配送及募捐活动支撑等工作。

如何让一个简单的函件产品迸发出慈善的火花，还要从几年前说起。江阳区分公司面对外部条件的变化，受到各地捐赠活动启发，结合邮政现有的产品和丰富的网络资源，巧妙地将函件产品“书包”与“爱心”结合在一起，创办了“小书包，大爱心”函件项目，让此项目在函件业务大转型的时期得以绝处逢生。2016年，江阳区分公司邀请泸州市扶贫基金会搭建平台，“小书包，大爱心”公益项目正式启动。

项目开展以来，成绩屡创新高，社会影响力不断扩大，参与范围从政企单位扩大到民营企业和社会组织。联合主办单位队伍也越来越强大，从泸州市扶贫基金会到泸州市总工会、泸州市慈善总会、市妇联、团市委的先后加入，体现了社会各界对该项活动的充分肯定。

为进一步增强活动宣传力度，扩大项目规模，2020年，江阳区分公司在泸州市分公司的支持下，将“小书包，大爱心”项目拓展到了全市邮政，号召全市邮政所有县(区)分公司参与项目募捐。泸州市分公司今年又特别为“小书包，大爱心”公益项目定制了邮资封和邮资明信片，在2021年度“小书包，大爱心”活动启动仪式上隆重揭幕，并



书包发放仪式现场。

□邱宇梅 摄

在活动现场为每一位参会的爱心企业代表和个人赠送一套“小书包，大爱心”邮资封和邮资明信片，以此提高项目品牌影响力。

如今，“小书包，大爱心”公益活动已经成功申请了公益商标，目前正在公示期。随着时间的推移，这个函件项目越来越受到更多社会各界人士的关注。

### 用书包搭建“爱心桥”

“这是一个很有意义的活动，我们非常愿意参加，并希望通过这样的活动，让更多的学生在更好的条件下读书学习。”泸州市锦欣妇产医院代表在2021年度活动启动仪式上发表感言。此外，还有众多参与活动的爱心企业和爱心人士对此项目高度赞赏，称赞邮政人的奇妙智慧，用书包搭建“爱心桥”，创建“小书包，大爱心”这样一个爱心平台。通过“书包+文具”的认捐方式，门槛低、形式新颖，真正体现了“爱心不分大小，爱心不分先后”的理念。

相比项目如今的众星捧月，平台搭建过程却是一路坎坷。2016年，项目创建之初，由于活动方式前所未有，活动效果尚未凸显，大部分企业对此抱以观望态度，客户经理逐家上门拜访，但参与捐赠的单位寥寥无几。为此，江阳区分公司广泛邀请社会各界参与书包

发放仪式，并邀请了泸州电视台、《酒城新报》等地方知名媒体全程报道，在社会各界的监督下将书包送达贫困地区儿童手中。见证了活动的真实意义，爱心企业和爱心人士开始逐渐加入。

为鼓励更多企业参与捐赠，江阳区分公司在2017年通过与银行、保险、通信等企业合作，通过积分换捐、团购包捐等形式，带动项目实现规模化发展。2018年，为捐赠10万元以上的单位赠送儿童剧门票，帮助企业以“实物+精神”的方式给予孩子更多关爱。2019年，江阳区分公司加大宣传力度，除了客户经理走访，还利用邮政网点LED、LCD宣传，同时，在网点摆放宣传资料，让网点营业员向进门的每一名客户推广。

“帮助儿童一直是我们的心愿，这个爱心平台非常有意义，我们绝对支持！”这是泸州市城坤实业集团总经理在2016年参加了书包发放仪式后作出的承诺。如今，该企业年年坚持参与捐赠。像这样的爱心企业还有很多，同时，也不断有更多新的爱心企业和爱心人士加入进来。

### 爱心温暖万颗童心

“我们有新书包啦！”“这书包真漂亮！”2020年5月，在古蔺县椒园镇

水田小学的操场上举行的“小书包，大爱心”书包发放仪式上，孩子们欢欣雀跃，高兴谈论着刚拿到的新书包。闻讯而来的家长们也早早等在操场上，期待着见证社会各界带来的爱心。

在书包发放仪式现场，一双双稚嫩的小手接过书包，孩子们有的腼腆一笑、有的手舞足蹈、有的小心翼翼、有的连连道谢。那些最纯洁的心灵里绽放出最真实的感动。这样的场景，邮政人从2016年开始，每年都看在眼里，记在心里。

受捐赠的学校由主办单位严格把关，按照标准仔细筛选。每年，主办单位都将在泸州市7个县(区)分别选取1所学校举办捐赠活动。而邮政人则一次又一次带着一车车书包和文具，携手主办单位、爱心单位代表和社会媒体一道，将书包和文具送到贫困地区学校，发放到学生手中。

看着孩子们从心动、感动到行动，邮政人对这件事意义深远的事情更加坚定了前进的脚步。正如江阳区分公司总经理李伟琼在书包发放仪式现场接受媒体采访时讲到的：“作为国企，邮政有义务主动承担更多的社会责任。我们发起这项爱心捐赠活动的初衷就是为了回馈社会、帮助更多的困难家庭和孩子。”



□徐洁 陈茜茜 文/图

“文化广场上有举办读书会惠民图书展，买二本送五本，力度很大啊！”“真的啊，那我们看看去！”近日，由浙江省乐清市邮政分公司虹桥支局承办的虹桥镇政府文化广场惠民图书展成为居民茶余饭后、驻足流连的一个热门地点。活动历时6天，实现业务收入30余万元，刷新了浙江省内图书巡展单点销售记录。

当前，正值党的十九届五中全会精神宣贯的重要时期，各单位都在积极寻找更加生动的宣讲形式，虹桥支局主动与镇党委宣传部对接，其通过办书展宣贯五中全会精神的想法获得了支持。虹桥镇图书巡展是乐清全市图书巡展系列活动的首秀，成功与否直接影响着后续活动的展开。活动前期，乐清市分公司积极与上级宣传部门、展商对接，几番争取，最后抽调了省内周边布展团队，终于按期开展。

“风未起，势先动。”为营造出书香氛围，虹桥支局通过线上线下、线内线外开展了造势工程。通过虹桥镇政府微信公众号推出“倡导全民阅读，共建书香虹桥”“买二送五，读书节购书正当时”文章，提前预热，并在书展期间每天对活动进行推广。同时，支局营销团队走访22个中小学、幼儿园，发放购书券2万余张。此外，通过提供优惠的书价，吸引村文化礼堂负责人为“农村书屋”补充图书。除了在邮政员工微信朋友圈发布广告信息，活动现场还吸引了乐清电视台、《乐清日报》等媒体前来采访。虹桥镇居民张女士一口气购买了21本书，发了微信朋友圈后，还打电话给亲戚朋友。她兴奋地说：“这里的书品种多，质量好，还这么实惠，我每本都想捧回家！”

首战告捷，乐清市分公司支局群里的实时播报点燃了其他巡展点承办人的信心和热情。接下来，乐清市分公司已落实场地的淡溪、石帆等7个镇街的图书巡展活动也将陆续登场。

### 山东邮政

## 首家“警邮共建反诈主题邮局”设立

本报讯(记者 崔鹏森 通讯员 杜妍臻 刘萍)2020年12月24日，山东省邮政分公司首家“警邮共建反诈主题邮局”揭牌仪式在潍坊市邮政营业局城里支局成功举行。

“警邮共建反诈主题邮局”的设立是进一步深化警邮合作，提高广大群众安全防范意识和防诈骗能力的一次积极尝试和探索。该主题邮局以防范化解金融电信诈骗为依托，以邮政营业网点为阵地，以“警邮共建、联合防范电信诈骗”为主题，后续将面向广大市民开展防范电信诈骗知识宣讲、反金融诈骗宣传进社区、反诈知识有奖答题竞猜等警邮联合防范金融诈骗活动。据悉，自去年5月22日潍坊市公安局与潍坊市邮政分公司签署警邮战略合作协议以来，警邮双方整合各自独特优势打出“组合拳”，累计开展线上和入村防电信诈骗宣传活动5021场，覆盖人数近20万人，联动打通了反诈骗宣传的“最后一公里”，大大提升了人民群众识骗、防骗能力，警邮战略合作初步取得双赢成果。

### 邯郸邮政

## 邮博联动把文物搬上明信片

本报讯 近日，河北省邯郸市邮政分公司集邮与文化传媒部、邯郸市集邮协会借助邯郸市博物馆新馆正式启用的时机，以每年发行的年度生肖明信片为载体，和馆方达成了授权选用馆藏明代文物“水牛形铜尊”为原型开发辛丑年明信片的公益合作项目。

该公益合作项目是邯郸邮政集邮文化部门和市博物馆跨界联动、共同宣传邯郸优秀历史文化的一次有益尝试。明信片一部分由馆方用于赠送各界来宾，提升公众的观展体验；另一部分由集邮协会赠送给2021年度年审注册会员，提升会员收藏的乐趣和归属感。该年度生肖明信片是市集邮协会自1994年末始发“乙亥年”明信片之后的第26组，一套两枚，另一枚图案取自邯郸艺术家冀洪斌先生手绘的《孺子牛》国画作品。 □王鹏

# 以效益指标为导向降本提质

## ——太原中心局“比学赶帮超”工作小记

□方媛 文/图

自“比学赶帮超”工作开展以来，山西省太原邮区中心局坚持以“三大规律”促改革，围绕提质增效，以效益指标为导向，通过捋线路、掰环节、剖要素，积极开展对标、立标、达标工作，实现了生产全要素、全环节、全流程的对标分析与持续改进，取得了显著成效。截至去年底，太原中心局多项“三效指标”全面达标，与去年上半年相比，各项考核指标与对标单位差距逐步缩小。

### 做大做强运输环节

“目前，我们运输环节成本较低，但随着邮件量大幅上涨，邮路里程增加以及道路交通形势愈加复杂等情况，仍存在不稳定性，不能有丝毫懈怠。”太原中心局总经理李永生在生产经营分析会上强调。

对此，太原中心局一方面通过委办改自办等措施，保持干线车辆自有率为100%。委办改自办以来，运输里程以每年28%的速度递增，单位运输成本从1.36元/吨公里降至0.52元/吨公里，降幅达61.76%。另一方面，通过车辆线路优化，保持了省际干线甩挂率达100%，使车辆利用率和每趟次带运量在提高的同时，司机人数、用车数量有所减少，效益得到大幅提升。

为进一步提升车辆满载率，太原



“大分拣”作业现场。

中心局通过每日通报省际邮路车辆往返载量，安排视检人员加强码车质量管控等举措，将一级干线载率提高至43.30%，超过全国邮政平均值0.2个百分点。“我们可以尝试在‘两装一卸’和‘一装两卸’的基础上，进一步延伸形成‘两装两卸’的运输组织模式，探索时限与损益的平衡点。”指挥调度中心的调度员们讨论道。按照以上思路，太原中心局开通了“太原—长春—哈

尔滨”的省际串行邮路，压降了邮件中转费用，利用剩余空间装发哈尔滨本转各类邮件，节省了加车费用。为进一步压缩成本，太原中心局针对放置于南宁局的车厢需运回回验的情况，选取广州中心局进行中转，实现太原—广州、广州—南宁、南宁—太原全程满载，为兄弟局疏运邮件1万余件。

油料费、维修费、人工费是运输成本的“三大项”，该局结合实际情况对三项成本做好重点管控。“现在每辆车油料费都是固定的，我们的绩效也和用

油情况紧密关联。”运输中心驾驶员郭瑶麟说。太原中心局实行单车油料定额包干与核算，并与驾驶员绩效挂钩考核。同时，严控车辆维修费，并逐月分析成本。为进一步优化人工成本，该局组织员工通过“投标”方式竞争上岗，并以最经济的价格选拔优秀驾驶员，使得全局趟班工资费用降低了11%。

### 做精做细内部处理

面对硬件能力不足、混分难度大、外派人员多而造成人工成本高等客观差距，太原中心局从作业组织、流程和处理能力等方面着手，以全新的思路和举措推动各项工作做精、做细、做实。

“大分拣制”的作业模式是提升效率、压降成本的有效举措。”邮件处理中心经理安志钢说。该局将自有和外包员工分区作业，在进、出口区实现“大分拣制”作业，按业务功能，将太原邮件处理中心划分为进口、出口和普路三大模块，减少正副组长5人、非计量人员24人。同时，将平信、挂信、平刷、进出口报刊全部整合为普路组。在新模式的运作下，实现了各类人员的交叉作业，提升了总体分拣效率。

太原中心局加大内部挖潜力度，进一步优化作业流程。“我们取消了夜班、隔日班的作业组织模式，调整为白班、逐日班的作业组织模式。调整以后，作业人员不用进行无意义的夜间等报，不仅使重点时段的作业人员增加了23%，效率得到大幅提升，而且夜班费也压降了。”班组长杨珉介绍道。2020年，太原中心局党报党刊内部处理环节赶发率始终保持100%。



## 内蒙古邮政第二届文化创意大赛圆满落幕

日前，内蒙古自治区邮政分公司第二届文化创意大赛圆满落幕。活动共收到470个参赛作品，共有33个省(区、市)参与投票，参与人数达87209人次，访问量达562716人次。大赛分“2020520”(爱你爱你我爱你)“大美内蒙古亮丽北疆”“蒙古马精神”三大主题，体裁涵盖美术(摄影)作品、明信片作品、组合型画册和文创产品等，体现了内蒙古自然风光、历史、文化、人文、民俗、民族等内容。活动的成功举办为内蒙古邮政汇聚了更多的社会资源和优秀的文化创意思想，挖掘出更多颇具内蒙古地域特色的文化创意精品，更好地传播社会主义核心价值观，弘扬社会正能量。 □李志勇 李斌 摄影报道

大卖！六天三十万元！