

# 从“暂停键”到“快进键”

## ——河南邮政代理金融业务快速发展记

面对新冠肺炎疫情的影响,河南省邮政分公司在2020年树牢总资产理念,强化科技赋能,加快打造邮政特色支付结算体系、财富管理、网点系统化转型三大动力源,增强发展的内生动力,让代理金融业务发展从“暂停键”加速转向“快进键”。截至2020年底,该分公司新增金融总资产829.66亿元,其中新增余额624.96亿元,新增保费204.7亿元,均居全国邮政前列。

### 金融服务不断档

2020年初,突如其来的新冠肺炎疫情打乱了金融旺季营销战役的步伐,河南邮政金融网点客流量、业务量、资金量骤减。

面对疫情,河南省分公司坚持疫情防控和生产经营两手抓,靠着一个个硬招、实招和暖招,化危为机。创新线上营销模式,利用手机银行、公众号、抖音等渠道,重点向客户推送各地复工复产一线、协助政府分包小区执勤,对公共区域进行卫生消毒,做好小区人员登记、扫码、测温等工作,提醒居民戴好口罩、做好防护,并帮助医院、居委会、社区工作者进行核酸检测登记和维护秩序。还有很多邮储员工自发报名社区的疫情防控志愿服务队伍,与社区工作者并肩作战,为疫情防控作出自己的贡献。图为石家庄市新乐市支行员工在妥善做好自身防护的同时,积极参与防疫抗疫志愿服务。

### 坚守抗疫一线

这几天,河北省的疫情引起了全国的高度关注。邮储银行河北省石家庄市分行、邢台市分行组建多个志愿服务队,投身抗疫一线,协助政府分包小区执勤,对公共区域进行卫生消毒,做好小区人员登记、扫码、测温等工作,提醒居民戴好口罩、做好防护,并帮助医院、居委会、社区工作者进行核酸检测登记和维护秩序。还有很多邮储员工自发报名社区的疫情防控志愿服务队伍,与社区工作者并肩作战,为疫情防控作出自己的贡献。图为石家庄市新乐市支行员工在妥善做好自身防护的同时,积极参与防疫抗疫志愿服务。

□张圆圆 摄影报道

存。2020年3月代理保险收入同比增长84%,3月底储蓄存款规模超过5000亿元,跑出了发展“加速度”,把牢了“定星盘”,稳住了“压舱石”。

河南省分公司坚持扎根地域经济做特色文章,打造代理金融业务“一四季度抓跨赛、二季度抓夏粮项目、三季度抓扫码人会”的全年常态化发展路径。

在连续7年开展夏粮营销项目基础上,河南省分公司把握农村产业升级的难得机遇,将服务市场领域从传统的夏粮小麦拓展到包含农林牧副渔以及乡村文化旅游在内的“大农业”,不断赋予夏粮项目新的内涵,实现了“老树开新花”。2020年6月当月新增储蓄余额104亿元,居全国邮政首位。

为适应并满足农村农民新的消费需求及变化,河南省分公司发挥邮政协同优势,以支局为单位,依托便民服务站,积极开展“扫码人会”活动,推动知客、获客、活客的新场景,有效推动金融业务常年无淡季常态化发展。

### 打造生态新引擎

一个场景就是一个全新网点,一个场景就是一个全新渠道。河南省分公司深化线上线下深度融合,着力打造金融综合服务生态圈,推动业务持续健康发展。

线下渠道的物理网点是与客户联

结的首要触点,河南省分公司充分挖掘网点潜在资源优势,积极推进“局策”“点策”,完善视觉营销、增值服务、客群经营与营销活动“四大经营体系”,以“无节造节”“小节做感情,大节要产能”促进网点获客活客。郑州市分公司按照“商圈网点+3C体验”的模式,联合华为公司打造了全国首家邮政5G智慧营业厅,提升金融中高端客户的体验和黏性,促进客户结构年轻化。

为顺应“金融服务无处不在,就是不在银行网点”的行业趋势,河南省分公司围绕客户“衣食住行游娱购”丰富完善线上应用场景,持续开展“五个一活动”,积极寻求与京东、美团、苏宁易购等互联网头部平台企业的合作,实现客户引流。同时,高度重视收单业务,深化场景开发,聚焦商户数量、商户活跃度、场景建设三项指标,通过“星级管理+场景营销”,不断优化完善市场、定价、产品三大营销策略,全面推进“1市1标杆商圈”“1县/区1示范商圈”“1网点1微商圈”建设,做强做优做大商户收单。

### 科技赋能强支撑

河南省分公司全力打造财富管理品牌,在省、市、县三级建立专业化财富管理团队170人,培养选拔专职财富顾问队伍50人。同时积极探索引入个

险理念及模式,全省打造了100名“千人兵团”精英经理,满足客户多元化资产配置需求,大力提升财富综合管理能力,在为客户创造价值的同时实现企业发展。

河南省分公司主动适应“互联网+”趋势,强化科技赋能,自主开发推出了智慧营销V2.0系统,让数据跑起来,发展活起来。“这个系统真是好用,为我们基层维护客户省了很多事。比如2.0系统可以按照资产、业务叠加种类不同,将客户按星级区分,让我们能更精准的服务存量客户、挖掘潜力客户。”三门峡市分公司万达广场营业所理财经理张叶叶滔滔不绝地介绍着智慧营销V2.0系统的好处。

这个让基层纷纷点赞的“神器”智慧营销V2.0,把营销活动的各个环节都纳入系统管理,不仅强化了系统对于金融产品到期、客户生日等重要时间节点的推送提醒功能;还定时向理财经理推送“客户管理任务书”,强化对客户属性的分析定位标签化等,促进“人人管客户,户户有人管,户户资产有提升”。同时完善了后台对于理财经理目标考核的过程进度功能,使每个人能清晰明了查到个人的绩效完成情况,实现“任务可视化、目标具体化、绩效透明化”。

□姜静

## 湖北省分行 保险“开门红”拔得头筹

本报讯 2021年首日,邮储银行湖北省分行代理保险销售规模达35.24亿元,销售规模稳居全国邮储首位。在首日全国邮储10强网点中,湖北省分行占8个。

湖北省分行统筹部署,省、市分行领导班子及业务负责人直赴一线帮扶跟进,助力基层查漏补缺及纠偏;提前两个月开展客户分类梳理和日常邀约工作,有效运用CRM系统工具,把控客群时间节点及邀约客群画像,前期累计蓄客涉及金额达20亿元以上;辖内各单位从设备、网络、人员、产品、后勤保障等各方精心准备,直接服务生产单位,促进业务顺利开展。 □柴娟

## 安徽省分行 首发“乡村振兴联名卡”

本报讯 2020年12月31日,邮储银行安徽省金寨县支行开立了系统内首张“乡村振兴联名卡”,标志着由安徽省农业农村厅、安徽省邮政分公司及安徽省分行联合开展的“乡村振兴联名卡”推广试点工作正式落地。

据悉,为推动乡村振兴战略实施,深化农村普惠金融服务,支持乡村产业发展,纾解新型农业经营主体“三难”(融资难、销售难、物流难)问题,安徽政邮银三方深化合作,共同实施系列惠农项目,联合发行“乡村振兴联名卡”。该卡作为加载“物流、信息流、资金流”载体和介质,对广大新型农业经营主体、农村产业带头人开展专项普惠金融服务。 □李明

## 兰州市分行赋能“网红夜市”

甘肃省兰州市的正宁路有一个夜市,是兰州市人气最旺的“网红夜市”。每日华灯初上,正宁路就开始热闹起来,街上人流如潮,晚上八九点是人群最多的时候,一直持续到次日凌晨两三点。人们在寒气温度的零下气温中,吃羊杂碎,喝热果,别有一番情趣。因此,这里成为游客到兰州旅游品小吃的必到之地。

夜市与地摊经济一样,是城市魅力的活跃象征,也是市井人文的代表,标志着—个时代的经济发展。一心为实体经济服务的邮储银行,目光自然也聚焦这里。

经过充分调研,为解决正宁路夜市摊主的烦恼,邮储银行兰州市分行近期批量对接“正宁路小吃一条街”150户商户,成功为他们提供借记卡、“邮惠付”、手机银行绑卡等综合服务,以丰富的金融供给赋能“最美人间烟火”。

当今,移动支付已成为消费支付的主要形式。对此,邮储银行专门为有小额、高频收款需求的商家打造了集微信、支付宝、银联等多种支付渠道于一体的便捷收款产品“邮惠付”,面向商户推出“多码合一”线上收款服务,具备语音播报、实时到账等功能,极大地优化了客户服务体验,成为地摊经济的收款“神器”。为加快移动支付场景建设,增强客户服务水平,更好地方便老客户、拓展新客户,兰州市分行经过走访对接,还在正宁路小吃夜市成功建起“邮惠付微商圈”。

为最大限度服务好微商圈夜市摊主,兰州市分行成立了客户经理“1+1”金融服务小组,每晚对正宁路夜市商户进行“扫街式”走访、宣传,加办“邮惠付”。对已办理“邮惠付”的商户,客户经理上门“手把手”指导,使客户熟悉“邮惠付”业务操作流程。为确保商户对“邮惠付”用得放心、满意,该分行客户经理还建立了“正宁路夜市收单业务”微信群,及时收集商户反馈,解决商户问题,做好后期跟踪、回访服务,巩固“邮惠付”布放使用频次及效果。

邮储银行的优质服务赢得了商户的好评。“邮储银行的二维码真是方便!微信、支付宝、信用卡都可以扫,还带有实时语音播报、APP查账,不用担心有人逃单啦!”正宁路夜市94号摊主周先生开心地说。

一个人打理小摊,周先生身兼厨师、伙计、收银员。其他都还好说,自己多干点成就,但就是有时客户说扫码了,他来不及核对资金,个别客户会少付款,还有几次跳单。自从用了“邮惠付”,客户结账的钱直接进银行卡,语音播报随时提醒,他觉得自己有了个贴心可靠的“免费收银员”。据了解,兰州市分行下一步将通过活动嵌入、持续跟进夜市商户推进多业务开发,多条线业务联动发展,打造分行“邮惠付微商圈”立体金融服务,助力地方经济发展。 □李升

## 坚定价值成长 加快转型重塑 奋力打造行业一流现代保险公司

(上接第1版)

全面推动速度、规模、质量、效益协调发展,奠定了高质量发展良好基础,国家战略坚定实施,党建引领更加有力,综合实力明显增强,改革创新深入推进,价值转型成效显著,专业体系不断优化。全年实现营业收入同比增长25%,总资产较年初增长48%,新业务价值同比增长118%。综合竞争力自2011年起连续9年保持行业前十。在行业协会年度保险公司经营评价中,连续两年获评A类。

会议指出,党的十九届五中全会开启了全面建设社会主义现代化国家新征程,集团公司以改革创新全力构建高质量发展的新邮政,中邮保险迎来市场化改革、高质量发展发展的新阶段。站在新的节点,必须清醒认识和准确把握新发展阶段的新要求、新机遇、新挑战,主动作为、积极应变,不断积蓄新动能,开创新局面。

会议强调,2021年是全面建设社会主义现代化国家的开局之年,做好今年的工作意义重大、影响深远。要坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,深入贯彻落实党的十九大和十九届历次全会及中央经济工作会议精神,切实按照集团党组部署要求,坚持以“三个视角”找差距、补短板,以“三大规律”促改革、求创新,坚定不移推进市场化价值成长,确保完成全年各项目标任务,努力向行业一流的现代保险公司迈进,为构建高质量发展新邮政作出应有贡献。一要强化质效提升,持续优化产品供给,加快发展高价值业务,推进多元渠道建设,提升资金运用效能,加强运营服务支撑,着力加快价值转型。二要强化改革创新,加强战略引领,提升和完善公司治理,推进引战工作,优化资源配置机制,巩固模式深化成果,着力提升市场化水平。三要强化科技赋能,加强科技顶层设计,深化科技治理体系,推进科技赋能提质扩面,推动渠道营销数字化转型,着力打造核心竞争力。四要强化市场导向,深化三项制度改革,加大优秀年轻干部培养使用力度,从严监督管理干部,强化人才赋能,持续优化人力资源配置,着力打造高素质专业化干部队伍。五要强化底线思维,完善风险管理体系,增强合规管控有效性,加强资金运用风险防控,加强资产负债和偿付能力管理,充分发挥审计作用,着力推进风控合规长效化。六要强化党建引领,深入推进党风廉政建设和反腐败斗争,加强企业文化建设,着力提高党建工作质量。会议从提升专业能力、强化运营服务支撑、夯实风控基础、抓好疫情防控等方面对2021年重点工作任务进行了部署,要求凝聚力量、勇于担当,攻坚克难、砥砺前行,加快推进中邮保险高质量发展。

中邮保险第一届第二次职工代表大会听取审议了中邮保险年度工作报告,审议通过大会决议。

(上接第1版)

大战大考洗礼下,基层党组织战斗堡垒和党员先锋模范作用彰显,267个暂无党员的支局、班组、揽投部2021年将实现党的建设全覆盖。大战大考洗礼下,全省干部员工思想觉悟进一步提升,工作作风进一步转变。一支更具凝聚力、更有向心力、更添战斗力的队伍昂首向前。

“看到邮政在疫情下的作为,客户对邮政也有了新的认识。最直观的就是客户对标业务从抗拒到接受,由黑转粉。”这是一位揽投员的感受。

疫情带来前所未有的冲击,也让湖北邮政有了审视自我的机会。7月29日召开的湖北邮政年中工作座谈会,让全省迅速统一思想:疫情影响深远,消费方式由“面对面”变为“键对键”,邮政网点多的优势不复;在竞争对手加快服务线上化、数字化、智能化的步伐前,邮政线上服务渠道不完善,线上交易替代率不高,线下源头获客能力偏弱等短板凸显;金融、寄递业务的竞争对手不断增强竞争力,加剧市场竞争;企业自身的转型升级步伐还不够快;科技赋能亟待加强……

勇于审视自我,变局随之而来。去年7月份以来,湖北邮政深入推进“两集中”改革:三次集中规划省内网,构建“省直达县”网络;推行够量直达、增开邮路,构建“网状+星状”复合网络,“双11”“计划管控+动态调度”,全省单日处理量峰值创历史新高……稳步推进渠道转型:44个校园网点、8个主题邮局中,已进驻校园43家;7个重点

市(州)13个特色转型网点,有12个网点完成装修改造和机具配备……扎实开展降本增效,按照“纵横衔接、条块结合”的原则,组织降本工作落地;从优化网络、实施计件薪酬、强化集中采购、规范业务外包管理等方面积极发力,寄递事业部完成下半年利润目标,较6月底扭亏2000万元,“五大环节”成本全面压降——对比上半年,收寄环节下降0.52元/件,内部处理环节下降0.14元/次,陆运环节下降0.01元/吨公里,投递环节下降0.2元/件,管理环节下降0.31元/件……

全省上下化危为机、主动求变,转变发展方式,推进降本增效,加快转型赋能,全力以赴“补产、追产、增产”,迸发出新动能。

### 成绩好于预期

生活重归平静,工作再回正轨,这一切来之不易。湖北邮政也交出了一份来之不易的答卷:截至去年11月,全省邮政收入居全国第7位,增幅较2月底收窄8.25个百分点;利润居全国第8位,超序时进度0.25亿元;资金总量同比增加2.15亿元,增幅为10.74%。与之辉映的是,最佳实践层出不穷,发展亮点遍地开花。

“双11”前,盛辉邮政处理中心火线入列,湖北邮政全年在武汉建设了3个区域分拨处理中心和1个同城分拨中心,10个城区同城站点扩建至21个;同城站点全面实行揽投合一作业模式,以投促揽、以揽提效;3~5条道路组成一个

网格,段道作业从单兵作战转变为团队作战……雷厉风行之下,武汉同城网投递能力提升2.7倍;同城当日递率稳定在96%以上。武汉同城特快业务量同比增长近1倍;收入同比增长80.2%。同城收入占比40%,较去年底提高8个百分点。武汉同城网改造升级推动扩能提速,为全行业提供了可借鉴的最佳实践。

湖北邮政完善“四比四创”对标体系(比党建,创一流作风;比发展,创一流业绩;比服务,创一流形象;比管理,创一流企业),深入开展“比学赶帮超”,深化时限四库应用,提升时限水平。通过选取先进省对标,对标比学推动四库四个时长指标提升。到11月底,特快省际邮件省内段出口时长、进口时长、快包省际邮件省内段进口时长3项对标指标领先,快包省际邮件省内段出口时长1项对标指标缩差。

“那时网点关门停业,余额‘跌跌不休’,感觉今年没希望了。”复工后,京山市分公司城堰支局经理严晓娟和同事根据强化资产配置,调整业务结构的新思路发展代理金融业务,见证了圆满完成全年收入计划的奇迹。放眼全省,7~11月,湖北邮政新增综合资产居全国第4位,同比多增140.81亿元;点均新增居全国首位。新增价值存款金额、大理财同比新增金额、非货币基金金额均居全国前三;新增长期交保费居全国第4位。代理金融收入增幅为9.42%,居全国第9位,提升8位;非储蓄收入占比居全国第5位。尤其是营销成本的压降效果明显,7~10月营销费用率较

同期下降0.14个百分点;付息成本增幅同比下降7.45个百分点。

大疫当前,考验的是行业“国家队”的底色,湖北邮政也做到了“六个前所未有的”答卷。中央指导组、湖北省疫情防控指挥部发来感谢信;武汉市寄递事业部物流业务部、武汉邮区中心局邮件运输中心等一批集体,徐龙、熊桂林、陈德祥等一批个人,获得各级表彰。企业的光荣事迹更是闪耀在中央电视台、《人民日报》、《经济日报》、《光明日报》、《工人日报》等120余家主流媒体。

大疫当前,稳定经济基本盘就是最大的担当,湖北邮政也做到了。到三季度末,湖北邮政总收入增幅则高于地方GDP增幅0.39个百分点。在金融转型初显成效的同时,寄递业务也逐步复苏并呈现出发展加速、成本下降、客户满意、干劲倍增的良好局面。7~11月,寄递业务收入增幅较上半年收窄20.26个百分点;寄递业务量增长24.4%,规模回至全国第9位,达到疫情前水平;收入增幅高全国平均水平4.17个百分点。

阴影笼罩下的2020已然落幕,时光不会因为谁而停留。2020年抗击新冠肺炎疫情的伟大斗争,必将被永远铭记。也正是在这场伟大斗争中,湖北邮政锻造了一支钢铁队伍,学会了勇于审视自我,开启了新一轮创新变革。

踏平坎坷成大道,斗罢艰险再出发。新的一年,湖北邮政将继续新的征程,用一场又一场的“开门红”,开启属于自己的高光时刻。