

好柚凭借力 助农产业兴

——广东邮政深化梅州柚基地农产品项目建设侧记

乡村振兴，产业先行。梅州，全国最大的蜜柚生产基地，被称为“中国蜜柚之乡”。广东邮政围绕省委、省政府农产品“12221”行动，聚焦梅州蜜柚产业，以梅州柚基地农产品项目为依托，从品牌建设、产销对接、物流寄递、金融融通等全方位深入梅州柚产业链，积极破解“融资难”“销售难”“物流难”三大痛点，为推动这一特色农业实现一二三产业融合发展，加快产业振兴步伐，提供了强大的绿色动能。

金秋南国，瓜果飘香，又是一年丰收时。“今年，在外省蜜柚提早上市、同质化农产品竞争激烈的情况下，多亏了邮政，帮我们打通销售渠道，让14万斤梅州柚走出山区，远销重庆、山东等地，销售收入达到60多万元，为我们柚农办了件大好事！”广东省梅州市大埔县茶阳镇聚德蜜柚农业合作社经理张德奕喜悦之情溢于言表。

2020年以来，在广东省邮政分公司的部署下，梅州市邮政分公司以助力乡村振兴为出发点，大力开展梅州柚惠农合作项目，围绕合作社、家庭农场及产业链上下游经营主体一类客群，针对其三大痛点，实现与梅州柚产业链的全方位对接，帮助柚农“产出来、运出去、卖得好”，全面助力梅州市政府开展农产品“12221”行动，促进产销对接。据了解，今年梅州邮政与9

家大型农村合作社建立合作关系，截至10月底，累计销售梅州柚179万斤，销售额达667万元。

建品牌“柚”出新意

梅州地处全球柚类种植的优势纬度地带，光照时间长，昼夜温差大，生产的柚果品质佳，是全国最大的蜜柚主产区，素有“中国蜜柚之乡”之称。作为梅州的龙头农产品，梅州柚也被列为全国邮政100个基地农产品项目之一。按照集团公司关于强力推进基地建设、做大农产品进城规模的统一部署，广东邮政提出梅州柚项目要集全省之力“做大规模、做出影响力”。

为了助力梅州柚的品牌建设，广东邮政为梅州柚进行了形象设计，以“梅州好山好水出好柚”为主思路，推出“柚出梅州，柚好邮好”的广告宣传语，并针对蜜柚的特点，设计了两款抗压防撞的产品外包装箱，全力推动梅州柚发展步入快车道。

9月2日，全国首家以“柚”为媒的主题邮局——梅州柚主题邮局举行了揭牌仪式。该主题邮局汇集了近百种柚类特色衍生产品，消费者除了可以通过线上线下购买梅州柚特色产品及文创产品，还可以选购梅州题材的纪念封和明信片，把梅州的美丽山水人文寄出去。通过设立主题邮局，将传统的邮政服务与梅州特色农业、梅州柚文化创意有机融合，为游客提供了一个深入了解梅州柚品牌文化的场所。

拓销路 双线联动

9月以来，在广东省分公司的支持下，梅州市分公司以“擦亮梅州柚品牌，邮政助力走全国”为主题，举办了丰富多彩的线上线下销售活动。

梅州邮政联合当地政府举办梅州柚开采节，依托抖音、西瓜视频、今日头条等直播平台和资源，提升消费者对梅州柚的品牌认知，扩大品牌影响力。在今年邮政“919电商节”期间，将梅州柚提报集团公司的“万人拼团活动”，通过邮乐优鲜APP，以“预售集单+网点自提”的方式开展社区团购活动，让梅州柚远销新疆、西藏、宁夏、四川、吉林等地。参与南粤分享汇平台线上活动，利用节日契机推广梅州柚作为单位工会福利品，实现规模集采。通过邮乐直播间和企业抖音号开启直播渠道，积累粉丝资源；与梅州市电子商务协会联合开展梅州柚直播营销活动，以直播带货方式提升销量。

为了推进梅州柚产销对接，今年，梅州邮政首次联合渠道商、批发商以及邮乐农产品、链果公司，以供应链合作的方式，将梅州柚运往山东、湖南、湖北、上海、新疆和香港等地销售。走进当地水果批发市场、万润万家和百果园等超市，市民就可购买到来自原产地的梅州柚。

促协同 引流活客

着眼于服务梅州柚全产业链，广东邮政注重板块协同，整合邮银资源，

推进客户深度开发。为解决柚农“融资难”问题，梅州邮政将贷款业务营销员挂钩到网点，以网点为主要阵地，邮银共同协调推进，及时解决收购商资金问题，以贷款为抓手，争取收购商对公账户开立及资金沉淀；联合寄递事业部推出“优惠寄”活动，对邮政代理金融客户给予寄递补贴，引导柚农将资金留在邮政；充分利用协议存款、理财、基金、保险等产品进行组合营销，回笼客户资金，提升客户在邮政的总资产；鼓励柚农开立邮储账户，如柚农使用邮政代理金融结算，则相应提高蜜柚的收购价，以此大大提高了柚农使用邮储的积极性，促进了活期余额的提升。截至10月底，梅州邮政在蜜柚主产区已实现新增金融总资产2亿多元，归集资金1.5亿元。

为解决柚农“寄递难”问题，助力优质农产品走出大山，广东邮政利用邮政寄递网络覆盖全国、网点遍布乡镇的优势，组建梅州柚专班邮车，先后发往山东、西藏、青海、上海、重庆、北京、吉林、四川、宁夏等省(区、市)，运输总量达到10万斤。相关活动被社会媒体广泛报道，使邮政农产品寄递的品牌形象深入人心。

在去年开通梅州柚省内特快寄递业务后，今年，广东邮政又推出梅州柚省际特快寄递服务，进一步缩短了寄递时限，在满足消费者尝鲜的同时，也提高了梅州柚项目的收益。据统计，截至10月底，梅州邮政累计发寄梅州柚30.6万件，形成寄递收入740万元。 □王爽

桐乡市分公司

打造主题邮局宣传互联网文化

本报讯 日前，浙江省桐乡市邮政分公司被授予“世界互联网大会乌镇峰会宣传定点服务企业”称号，乌镇西栅主题邮局也成为桐乡互联网文化宣传的一张名片。

乌镇西栅主题邮局的历史可以追溯到20世纪初，距今已有百年的历史。今年初，经过改造升级，西栅主题邮局改变传统的经营模式，变身为智能化的主题邮局，积极融入更多互联网元素，采用开放式柜台，提供沉浸式用邮服务体验，迅速成为网红打卡点，受到中外游客普遍欢迎。

桐乡市分公司致力于将西栅主题邮局打造为互联网展示窗口，与世界互联网大会承办委员会合作，叠加世界互联网大会宣传微阵地，为互联网成果展示与推广搭建平台，也为数字桐乡的营造贡献了一份力量。 □梁礼广

花溪邮银

直播带货借合唱戏

本报讯 “下午好，欢迎来到直播间……”11月5日，在中国烟草花溪分公司组织召开的烟草零售商户专项会议间隙，邮储银行贵阳市贵安新区支行携手贵阳市花溪区邮政分公司通过烟草公司内部会议系统，面向烟草商户开展了直播，带起了货，首次将小额贷款产品、代理贵金属产品嵌入线上直播进行推广。

在临时直播间里，贵安新区支行客户经理、理财经理变身为主播，通过现场展示、互动问答等方式，将邮储银行的产品特色、业务优势准确传达给烟草商户，共有2000余名经营者在线观看直播。

此次合作突破了传统线下宣传推广的局限，是面向烟草行业客户精准营销的一次全新尝试，打造了线上线下相结合的新营销模式，对三方实现共同发展具有重要意义。一方面，邮银双方通过整合资源、加强协同，共同提升服务品质，可以为中国烟草及其零售商户提供更加优质的综合服务。另一方面，三方在巩固现有合作的基础上，可以进一步加强市场拓展、寄递物流、金融服务等方面的深入合作，提升合作层次，扩大合作规模，拓展合作成果，实现合作共赢。 □韩婷

绩溪县分公司

电商直播开到菊花基地

本报讯 为深入推进惠农合作项目，助力乡村振兴，11月18日，安徽省绩溪县邮政分公司与绩溪县农业农村水利局联合举办“品菊绩溪 惠民消费”绩溪县菊花产业基地助农“邮”我推广活动。

18日上午，绩溪邮政的电商直播间开进绩溪县长安镇菊花产业基地，户外菊花盛景以及菊花茶生产加工流程一览无余，全新的直播形式吸引了众多客商在线观看，直播2小时成交量达5000多单。当日下午，绩溪邮政组织当地合作社、菊花茶加工企业代表40余人参加推介会，现场进行惠农政策解读、产品介绍及平台商品引入工作，借助邮乐平台资源，开展线上产品分享活动。

此次助农活动依托“线上+线下”双渠道模式，通过政府引导推动和邮政市场化运作，促进当地特色农业产业发展，解决合作社及家庭农场“销售难”问题，带动农业产业链服务升级。 □程立恒

“滩区苹果”的幸福味道

11月18日，河南省封丘县李庄镇前辛庄村的千亩果园里，几名身穿邮政制服的“主播”正在镜头前绘声绘色地推荐着黄河滩区苹果，不时还咬上一口，替网友们验证果子的味道。

一旁的村支书曹振东这几天从着急上火到喜笑颜开，感觉像坐了一回幸福的过山车。他感激地说：“这已经是邮政第六次来直播了。真得好好感谢咱们邮政，要不是他们来帮忙，这么多苹果真不知咋办了！”

11月10日，封丘县李庄邮政支局经理曹利芳接到了前辛庄便民服务站负责人打来的求助电话：“曹局长，我们滩区千亩苹果园近1800吨苹果严重滞销，急需出售。可天气越来越冷，苹果销不出去的话可就全冻坏了。乡亲们都快愁死了，咱们邮政能想想办法不？”

收到求助信息后，曹利芳立即向新乡市邮政分公司、封丘县邮政分公司进行了汇报。同时，新乡市委领导也高度重视前辛庄千亩苹果滞销问题，《河南日报》新乡记者站通过新媒体发布了苹果滞销的消息，得到社会各界爱心人士的关注。

新乡邮政迅速行动，为农民群众办实事，决定通过邮政农村电商渠道，运用时下最流行的直播带货方式，帮助前辛庄村解决苹果销售难题。

为了确保直播效果，封丘县分公司安排专人到前辛庄村千亩果园进行实地调研，全面收集了苹果的产量、质量、品种和口味等信息，为直播准备了第一手的资料。

之后，新乡市分公司市场营销部直播团队赶赴前辛庄村，现场拍摄短片素材，加班编写宣传文案，与电商直播平台进行对接。

在新乡邮政的积极协调下，封丘黄河滩区苹果成功上架“邮乐平台助农专区”，并获得集团公司的硬核补贴支持。上线不到1小时，就收到订单1500余单，销售苹果近万斤。

11月12日至18日，新乡邮政累计在抖音、快手等平台上开展直播活动6场(次)，累计时长超过20小时，共销售苹果6.3万斤。短短几天时间，滞销苹果借新乡邮政之手变成了“网红爆款”。

新乡邮政的一场场直播活动，不仅吸引了各大爱心企业、超市纷纷前来接洽团购，还吸引了众多媒体的直播报道，进一步扩大了封丘黄河滩区苹果的名度。截至11月底，封丘黄河滩区苹果累计实现线上线下销售400余吨。

看着一箱箱包装好的苹果搭上邮政专车发往全国各地，曹振东的感谢之情无以言表。他激动地说：“当时就抱着试一试的心态，联系了很多渠道，向社会各方求助。没有想到邮政最给力，给我们带来了这么大的惊喜，真是太感谢邮政了！” □唐一萍 梁晓卫



新乡邮政工作人员到果园开展助农直播。 □孙振峰 摄

邮银共促电商发展

今年以来，海南省邮政分公司与邮储银行海南省分行按照“八统一、六同步”的发展模式要求，以惠农合作、汽车产业链、政务服务、公司客户引荐、校园项目等协同项目为抓手，深挖“自营+代理”经营模式潜力，加快网点赋能，力促邮银业务共推、客户共享，稳步提升邮银、板块协同经济效益，打造协同发展新生态。图为“双11”期间，邮储银行昌江黎族自治县分行联合该县邮政分公司深入黎村苗寨，了解当地对电商网购和物流寄递的需求，并为村民推介有关金融业务，宣传防范电信网络诈骗知识。

□符德勇 蔡克明 摄影报道



何云峰：渠道“大神”的自我修炼

“老板娘，二锅头走货不错啊。最近有满赠活动，给你来10箱备着，划算着呢。”

“老罗，生抽4.9升装有空瓶换购活动，你赶紧理出来，我好给你把货带过来。”

7月19日下午3点，江苏省丹阳市开发区的农商批发市场已然没有了早上的热闹喧嚣，商户们不是在柜台边打瞌睡，就是三五成群地凑在一起唠家常。但是在丹阳市邮政分公司渠道经理何云峰眼里，这是走访大批市场客户的最佳时机。帮着商户理货问间产品需求，闲话家常中探探价格虚实，对比活动优惠借机促单，成了他日常访销客户的“独门秘籍”。

作为丹阳市分公司第一批专职渠道经理，何云峰从事渠道营销工作至今已有三年，累计维护邮乐加盟店257家，推广加办“邮掌柜”APP 257家，年均销售额达300万元，连续两年荣获“江苏省优秀渠道经理”称号。

批销业务的“开路先锋”

2018年，丹阳市分公司作为全省农村电商实体渠道标准化运营试点单位，先后组织货源、太太乐、可口可乐等产品进行铺市，大举进军批销业务市场。当时通过竞聘成为渠道经理的何云峰，迎来了上任后的第一场大战。

“刚开始真是摸着石头过河，虽然经销商也派驻业务员对我们进行指导，但是像产品陈列、营销话术、价格策略、库存周转这些铺市过程中的基本环节，对

我来说都是陌生的，要学习的东西太多，更别说开发客户了。”谈起初次接触批销业务，何云峰感慨万千。“产品铺市不久，我就把重点放在了可口可乐上。因为产品知名度高，市场成熟，配送量也非常大。很多人不理解，觉得营销工作都做不到，还要承担大量的配送工作，可以说是吃力不讨好。”

在何云峰看来，正是那段超负荷的工作经历，让他从可口可乐这些大牌的热销品中学到了市场推广的技巧，也赢得了许多商超客户的信任，从而为日后邮政自营产品的铺货打下了基础。

渠道营销的“多面手”

“皮薄肉厚汁甜，10元3个包邮到家，果园直播现采直送，亲们，赶紧下单！”2020年10月，何云峰变身为主播，与皇塘镇大南庄村村委会主任互动直播火龙果销售，吸引2700多人观看，下单600余单。第一次参与直播带货就有这样的成绩，让何云峰感慨不已，原来营销也可以这样做。

之后，他不断学习、琢磨，建立了“邮掌柜”微信群，开通了抖音账号，开始尝试直播宣传，甚至将直播现场搬进了商超。位于大泊镇的长庚超市，是一个营业面积超过600平方米的大型超市，客源稳定，生意也红火。何云峰多次拜访，欲将北京二锅头作为重点产品在该超市陈列销售，但一直未有突破。

一次，何云峰和长庚超市老板聊到了直播带货，于是开玩笑地说：“这样吧，我

在你这里搞一次直播，免费试喝。如果能卖出5箱，就让我们在您的超市陈列销售。”老板觉得挺有意思，便欣然同意。

没想到，在2小时的直播中，不仅直播间的销量超过了10箱，还吸引了众多老客户到店抢购，线下的销量也超出了5箱。老板高兴不已，当即同意铺货，并给出了最好的陈列位置。

访销客户的“四句秘诀”

通过不断总结和积累经验，何云峰在日常巡店访销中形成了自己的“独门秘籍”，总结起来就是四句话。

进门聊一聊。用何云峰的话说，能开店的老板，肯定都爱说话聊天。所以，去巡店的时候，他都会主动与店主们聊一聊，在交流中增进感情。

产品看一看。要观察货架上的产品，尤其是邮政的产品。如果邮政的产品销量好，要先帮店主把货架整理好，再提出补货建议；同时，要了解竞品的价格和促销活动，做好记录。

活动讲一讲。引导加盟店店主主动浏览“邮掌柜”APP，为其宣传、讲解近期的促销、秒杀、抢购、抽奖等活动，帮助店主得实惠。

卖完问一问。通过微信群、抖音与店主们互动，了解产品销售情况，对店主晒单给予奖励，并分享到微信群和朋友圈，吸引更多店主的眼球。

从批销业务的“小白”成长为渠道营销的“大神”，何云峰认为这都得益于邮乐平台，让他有了展示的舞台。正如他的朋友圈签名一样，“邮乐购，邮您就足够。一颗永不生锈的螺丝钉”。 □施晓青



今年以来，为强化农村电商发展中渠道建设的基础性工作，激励地推人员为邮乐购站点做好日常服务和维护，中邮电子商务有限公司举办了农村电商“地推争霸赛”活动。根据活跃站点的数量和经营业绩，每月分别评选出全国级和省地级推广王，并给予相应奖励。从本期开始，本报开设“我是地推王”专栏，对经验突出、业绩优秀的地推人员进行报道，积极推广他们的成功经验，为广大的地推人员提供学习和借鉴的平台。