

在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下——新时代新征程新邮政

构建为农服务新体系——云南邮政积极打造农村市场物流服务主渠道

□云南记者 杨晓颖

截至11月中旬,在全省56个县(市)争取到县乡村三级物流体系建设项目;建成电商物流公共服务站点1065个、快邮驿站1937个、邮乐购站点8889个、农村便民服务站6344个;与11家快递公司签订了合作协议,10个市(州)邮政分公司分别与相关快递公司签订了下乡进村合作协议,全省61个县、514个乡镇、3831个村实现邮快合作下乡进村……今年以来,云南省邮政分公司打造农村市场物流服务主渠道成效显著。

强化政企合作

着力拓宽农产品进城渠道,强化工业品下乡网络。云南邮政近年来自觉打造农村市场物流服务主渠道,以乡镇为重点下沉供应链,积极服务、支持乡村群众的生活消费。

早在2016年,云南邮政就在各级政府、商务部门支持下,强化政企合作,按照“政府引导、企业主导、市场运作、合作共赢”的原则,逐步推进三级

物流体系建设工作。目前,云南邮政拥有普遍服务营业网点1824个,其中农村网点占比达75.36%,68.26%的邮乐购站点位于农村地区,建制村直接通邮率达100%。全省县级以上处理中心有127个,可以为客户提供农业全产业链服务支撑。

为进一步推进实施农村市场物流体系建设工作,凝聚合力、强化统筹、压实责任,云南邮政成立了物流体系建设“工作专班”,组建了云南邮政农村电商项目组,建立了省、市、县三级联动机制,确保示范县项目招投标、建设、验收、审计、运营在满足地方政府及项目要求又符合企业内审流程的情况下,合规合法地建设,持续有效地运营。

目前,云南邮政在56个县(市)争取到三级物流体系建设项目,并先后承接了普洱市及宣川、巍山、禄劝、华坪等县的示范项目建设。

发展开放平台

在建设农村市场物流服务主渠道中,云南邮政始终秉持开放合作的心

态,主动服务地方经济发展,整合资源、大胆探索,逐步走出了一条优势互补、合作共赢的路子。其中,以普洱、巍山为代表的整市整县推进建设三级物流体系的模式,有效打通了农产品进城和工业品下乡的通道。

普洱市邮政分公司以“示范带动、梯次推进”为思路,以市、县、镇、村四级物流配送中心(站点)基础设施为载体,以现代数字信息和物流技术为支撑,以整合“四通一达”等快递物流资源和社会零散资源为重点,逐步打造管理集约化、网络规模化、服务社会化的农村物流配送公共服务体系。通过对现有的市、县级邮件处理中心改造升级,普洱市分公司共建成1个市级物流仓储分拨中心、8个县级物流仓储分拨中心、87个乡镇物流配送中转站、519个村级物流配送服务点,基本形成覆盖全市的物流配送服务网络体系。通过不断提升业务配送能力,邮政乡镇物流配送站点逐步成为农村物流服务主要支点,成为广大农民收发快递的“第一选择”。全市8个示范县快递物流乡镇覆盖率为100%,超过

60%的行政村建成配送服务点,市、县到行政村的配送时效控制在3天内,极大地提升了农村客户的服务体验。今年以来,普洱市分公司还帮助原澜沧扶贫点解决甘蔗、贡柚滞销问题,帮助宁洱县德安乡销售胡萝卜,让当地农特产品不断从大山深处走向全国。

巍山县邮政分公司以“政府引导、企业为主、市场运作、公开公正、因地制宜、科学长效”为原则,建立县乡村三级物流配送站点体系、仓储配送体系与农村物流邮路,实现县乡村物流配送标准化管理和公共服务体系平台物流资源共享。目前,巍山县县级农村电子商务公共服务中心、乡镇级电子商务服务站和村级电子商务服务站,已全面整合到邮政三级物流仓储和中转配送体系中。县级快递仓储分拨中心集中对县城区域快递企业进行整合,形成了一张覆盖全县的寄递配送网络,邮件、快件根据区域划分,实行统一配送、统一安检,解决了末端配送效率低的难题,也确保了寄递渠道的安全畅通。

(下转第2版)

2020年电商服务站行政村覆盖率达到78.9%

本报讯 12月20日,农业农村部市场与信息化司联合农业农村部信息中心在京发布《2021全国县域农业农村信息化发展水平评价报告》。报告显示,2020年全国县域农业农村信息化发展总体水平达37.9%,电商服务站行政村覆盖率达到78.9%。

报告分析表明,到“十三五”末,农业农村信息化发展取得显著成效,农村网络基础设施明显改善,农业生产信息化稳步推进,农产品电子商务异军突起,乡村治理数字化成效凸显,信息化服务加快普及,发展环境持续优化,数字乡村建设迈出实质性步伐,为“十四五”期间推进农业农村信息化快速发展、助力乡村全面振兴打下了坚实基础。

经对全国2642个县(市、区)相关数据综合测算,2020年全国农业生产信息化水平为22.5%,全国农产品质量安全追溯信息化水平为22.1%,县域农产品网络零售额占农产品销售总额的13.8%,应

用信息技术实现行政村党务村务财务“三务”综合公开水平为72.1%;以县、乡、村三级综治中心为指挥平台、以信息化为支撑、以网格化管理为基础的“雪亮工程”行政村覆盖率达到77.0%;县域政务服务在线办事率为66.4%、电商服务站行政村覆盖率达到78.9%,县均农业农村信息化财政投入近1300万元,县均农业农村信息化社会资本投入超3000万元,县级农业农村信息化管理服务机构覆盖率为78.0%。

报告同时指出,农业农村信息化发展虽然取得积极进展,但仍然处于较低水平的起步阶段,面临诸多困难和挑战,存在不少短板和弱项,主要表现在发展不平衡不充分、农业生产信息化水平低、信息基础设施建设明显滞后、资金投入不足等方面。报告还对“十四五”时期我国农业农村信息化发展作出展望。 □依旺

要闻简报

海南省委副书记李军希望邮政当好服务乡村振兴主力军

12月16日,海南省委副书记李军来到2021年中国(海南)国际热带农产品冬季交易会海南邮政馆参观,听取海南邮政发挥商流、物流、资金流“三流合一”优势,帮助农户解决销售难、运输难等情况介绍,对邮政通过线上线下渠道、开通“海口—南京”航线助推海南特色农特产品高效出岛给予高度评价;对海南邮银协同推进农村信用体系建设、累计发放涉农贷款28亿元,有效解决了农户的融资难题连声称赞。

李军对海南邮银服务“三农”工作成效给予充分肯定,并希望邮政继续发挥“三流合一”的优势,成为服务乡村振兴的主力军,为海南高质量发展作出更大的贡献。 □本报记者 黄文燕

河北邮政联手中粮集团推出年货节百余款核心商品

本报讯 12月14日,河北省邮政分公司联合中粮集团河北大区举办“惠农邮礼·福至新春”核心商品发布会,正式推出2022年河北邮政年货节百余款核心商品,当日实现订货金额5000余万元。

此次年货节商品涵盖农资、酒水、粮油、饮料、农产品及节日礼盒等品类产品。河北邮政结合重点商品项目、中粮项目、全国基地农产品项目和农资项目四大营销产品项目,经过多轮磋商和对接,从上百家供应商中精心挑选出中粮福临门、中粮可口可乐、中化化肥、稻花香酒业等50余家重点供应商的品牌产品;同时精选吉林大米、黑龙江大米、内蒙古牛羊肉、甘肃苹果、江西赣南脐橙、湖南冰糖橙、广西沃柑和四川盐源苹果全国8款邮政基地农产品,共同组成此次年货节重点商品项目。以中粮为首的6家省内供应商对此次核心商品积极进行推介并给予销售优惠,其中稻花香、中化化肥、粗粮王核桃乳等产品首次通过邮政渠道进行销售。甘肃邮政、吉林邮政以线上方式对其全国基地农产品进行了现场推介。

□程钰

四川邮政评选“30强县”“30快县”

本报讯 (记者 张津) 针对四川县级邮政分公司数量较多、发展不平衡的现状,四川省邮政分公司日前出台综合实力“30强县”和高质量发展“30快县”评比办法,旨在发挥先进县分公司的引领、示范作用,激励和促进强县更强、快县快跑变强。

根据评比办法,在指标设置上,“强县”侧重考核业务收入、利润规模和收入利润率、劳产率绝对值、管理责任,“快县”侧重考核业务收入、利润、劳产率增幅和高效业务发展速度。围绕评选指标,四川邮政将对184个县级分公司落实情况进行排位积分,最终评出获奖单位。在配套激励上,以“突出贡献、综合激励、双向挂钩、正向为主”原则实施激励,体现不同位次(按照第1~10位、11~20位、21~30位设置梯度)县(区)分公司的差异,年度排位上升的加大奖励力度,下降的按一定比例扣减激励额度。对获奖的强县、快县分公司主要领导,四川邮政将优先推荐参加集团公司党校专业化能力提升培训,组织领导班子成员参加专题和标杆学习交流。

上海邮政聚焦主题邮局创新

本报讯 12月10日,上海市邮政分公司举办“文化引领,助推主题邮局发展”研讨会,就主题邮局如何创新发展、开发更有吸引力的文创产品,如何进一步依托文化资源、借助社会热点和地域特色拓展邮政服务领域等话题进行研讨。

近年来,上海邮政积极探索创新主题邮局运营模式,从业务叠加、人流导入、宣传引导等方面给予重点支持。截至2021年11月,上海邮政已建成爱情邮局、航海邮局、航天邮局、红色少年主题邮局、上海国际汽车城主题邮局、南翔小笼馒头主题邮局等主题邮局15家,仅2021年就新增10家,发展势头迅猛,取得了良好的社会反响,不少主题邮局成为网红打卡地。这对上海邮政文创事业发展起到了助推作用,邮政文化影响力也得到持续提升。上海邮政今年还专门为此制定了主题邮局建设管理办法,为主题邮局创新发展提供政策支持。

通过研讨,上海邮政对主题邮局的发展方向达成共识,未来将突出弘扬特色文化,将大众对邮政的兴趣和关注转化成经济价值,开发更多有特色的邮政文创产品,满足市场高品质、多样化、个性化的文化消费需求,不断提升主题邮局的吸引力、吸聚力和吸金力。上海邮政主题邮局的发展思路也将在“邮局外观创新”“服务设备创新”“售卖模式创新”的基础上,进一步围绕“开放共享”理念,结合旅游、文化、校园、政务类等不同市场的特点,叠加符合区域特色的服务产品,加速文化传媒领域创新发展,力争实现主题邮局社会影响和经济效益双丰收,真正把主题邮局打造成彰显上海城市精神和城市品格的“窗口”,彰显都市邮政“便民利民、精细精致”的软实力“标杆”作用。 □许雨舟

重庆渝北片区分公司多方拓展会展经济

本报讯 承办小型车展、参加展销活动、对标先进单位……重庆市渝北片区邮政分公司深入挖掘邮政的“政务属性”和“文化属性”,发挥邮政特有的信誉优势与遍布城乡的渠道优势,将会展活动打造成连接政府、服务百姓,带动邮政业务发展的“三赢”平台。自2020年以来,该分公司先后运作番茄文化节、梨花节、采摘节和农民丰收节等会展活动128场,开展直播带货16场,实现传媒收入1500万元、分销收入600万元;销售有机肥7000吨、复合肥200吨,实现寄递收入450万元,带动金融业务新增存款6000万元,被集团公司授予“2020年中国邮政文化惠民活动先进单位”。截至今年

11月,通过拓展会展经济,该分公司与渝北区90%的乡镇建立起紧密的合作关系。渝北区城区会展业务相对成熟,市场空间较小。渝北邮政通过市场调研,决定将会展业务向乡镇延伸,以特色农产品销售带动邮政业务发展。

2020年3月,获悉洛碛镇将举办第三届渝北番茄文化节后,渝北邮政认真研究当地农业特色与用户需求,拿出了以特色番茄为主要展销内容,以乡村旅游为增值项目,以文化创意产品为点缀,以邮政金融、寄递、渠道、客户维护业务为支撑的综合会展方案,在众多竞标单位中脱颖而出,于6月成功取得番茄节承办权,当年实现

助农销售番茄2万斤,带动各类土特产品销售约150万元,实现传媒、渠道、寄递、金融等业务收入约60万元,特别是化肥销售实现零的突破,文化节现场销售化肥20吨。今年6月,第四届洛碛番茄文化节的承办权再次花落渝北片区分公司,今年的会展通过“总经理+镇长直播带货”、游客参与番茄采摘等活动,以及草坪电影、高山骑马、星空露营等项目,吸引了大批市民到洛碛体验田园生活、选购展销产品。该活动助农销售番茄15万斤,带动土特产品销售200万元以上,实现传媒、渠道、寄递、金融等业务收入100余万元,现场销售化肥100吨。

邮政会展品牌打响后,渝北邮政

经过茨竹镇梨花节系列会展、第四届迎春登山比赛、首届乡村露营节等多个项目持续推进,摸索出一套以惠农惠民为主题的全流程运营模式,在邮政业务上广泛整合创意设计、文化宣传、营销与金融服务等,充分释放邮政业务叠加发展的新动能,将会展打造成沟通当地政府和企事业单位的桥梁,制造了一个又一个的宣传热点,既助力乡镇特色农产品销售和农民增收,又繁荣了乡村文化,找到了业务转型的突破口。渝北区委书记唐川为此在批示中称赞“邮政文化传播实力强,在农村物流、农村电商上有天然优势,活动效果不错”。

□晏永峰

