

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

“两专”解“三难”

——河南邮政特快业务发展破题记

今年初,通过与竞品深入对标,河南省邮政分公司发现,揽投网点少、营销力量弱、体制机制制约,是困扰河南邮政特快业务发展的三大难题。如何破解这三大难题,河南省分公司通过多次对标分析、深入探讨,决定大力推进特快专网和专业化营销团队“两专”建设,为长远发展筑牢根基。通过持续推进“两专”建设,河南邮政特快业务市场竞争能力有了明显提升,业务收入实现较快增长。

□张伟坤

12月14日,河南郑州最低气温为2摄氏度。下午3点半,在位于郑东新区的期货大厦内,众意路揽投部的揽投员殷毫行色匆匆,门口接待处回复客户咨询,楼下接电话、上楼取邮件,不一会儿,他的鼻尖就渗出了细密的汗珠。他说:“自从省邮政分公司开始推进‘两专’建设以来,我就在这栋楼驻点了。虽然比以前更忙了,但干起来更得劲。”殷毫所说的“两专”建设,是河南省邮政分公司今年以来为破解特快业务发展瓶颈,推进的一项重点工作,即推进特快专网和专业化营销团队建设。

加密网点布局 筑牢揽投一线的“桥头堡”

“我们做过一个统计,在一些重点区域,邮政与竞争对手的能力投入比大约是1:3,相应的市场份额比是1:9。”河南省分公司特快业务负责人表示,“不加大投入、优化流程,与竞争对手的差距就会越来越大,特快业务就没有竞争力可言。”面对严峻的形势,在“三大规律”“三个视角”认识论和方法论的指导下,河南邮政根据市场潜力和竞品布局分析,按照“划小揽投单元、提高揽投效率”的原则,加密揽投网点布局,并从严从高提出“专网运行、揽投人员数量不少于15人、有独立的作业场地、有独立机构代码”四条“硬杠杠”,在核心商圈等重点区域增设揽投部,缩短服务半径和揽投时限,全力打造特快揽投部这个“桥头堡”。同时,将县域以上特快揽投部剥离快包和普邮投递职

向英烈致敬,上海初中生手绘明信片

□许雨舟

在上海市向明初级中学的校园里,矗立着抗日英烈、共产党员茅丽瑛的塑像。抗日战争期间,茅丽瑛曾为抗日筹款举办多次义卖、募捐活动,并且多次冒着敌人



“向茅丽瑛烈士致敬”手绘明信片。

能,实施专网运行,全面实行“530”服务标准,即实现“5分钟响应,30分钟揽收”。

位于南阳市镇平县的石佛寺玉器市场,是全国玉雕加工销售集散地,各类店铺众多,寄递需求旺盛。谈起“两专”建设之初的形势,石佛寺揽投部经理刘立军说:“其实市场上的客户认可邮政服务,但这么大的市场,过去就我们十几号人,根本跑不过来。”刘立军话语背后反映的是当时邮政与竞品在石佛寺市场内服务力量的对比:竞品设有9个网点,揽投员有90人,市场占有率达61%;而邮政仅有2个网点、19人。“两专”建设启动以来,石佛寺揽投部新增特快揽投团队2个,新增揽投人员13人,形成了“揽投部经理+客户经理+内部支撑+专投人员”的全覆盖式市场开发体系。截至11月底,该揽投部揽收量较去年同期翻了两番。

面对广阔的市场空间,刘立军是因为网点少、力量弱而“跑”不过来,众意路揽投部经理王文博则因为投递量大、作业时间长而“忙”不过来。“两专”建设之前,众意路揽投部为兼顾特快、快包、普服的综合型揽投部。每个工作日的下午是周边写字楼交寄邮件的高峰,而众意路揽投部揽投员则忙着投递二、三频次邮件。“不少客户要给我们交件,或者打电话让去取,但如果投递完再取回件,又耽误了客户时间,只能无奈地跟客户说声‘对不起’。”王文博表示。

现在,众意路揽投部只负责特快邮件揽投,其快包和普服相应工作职责由临近的揽投部承接。揽投员上午就能把邮件投完,下午则专门做揽收。截至11月底,众意路揽投部累计收寄特快邮件53.5万件,同比增长38.1%。“有时间、有精力,有意愿、有能力,有效果、有信心”,成为刘立军和王文博的共识。

目前,河南邮政共设立特快揽投部204个,全部为“两专”建设启动后新增,其中,剥离快包、普邮投递职能,专司特快邮件揽投职能的有59个。

加强团队建设 打造开发客户的主力军

专业专职营销队伍是特快业务开发的主力军。河南邮政以客户需求为核心,推进省、市、县三级特快专业专职项目团队建设,强化对于重点客户、重点项目及

重点市场的开发维护能力。

政务项目是邮政服务“放管服”改革的有效抓手,需要从总部层面强化对接。河南省分公司总经理杜福落实“首席客户经理”责任制,与省分公司副总经理孙东风及相关人员组成政务项目走访小组,定期走访相关部门。今年3月,杜福一行在商丘永城走访时了解到,河南省自然资源厅要面向全省集中发放农村集体土地确权证,时间紧、任务重、覆盖面广,与邮政寄递有很大的合作空间。在杜福的协调下,河南省分公司与省自然资源厅签订了不动产权证书集约邮寄合作协议。随后,全省各地邮政因地制宜采用政府付费、收件人付费、“金融+寄递”协同三种服务模式,实现了项目的有效落地。

与政务市场的总对总开发相比,商企市场更需要日常的点滴积累。赵云鹏是商丘市虞城县分公司特快业务开发“尖刀突击队”的一员,日常工作就是聚焦工业园区市场和竞品客户,进行公关开发。今年11月,赵云鹏通过邀请客户试寄和提供主动客服,成功开发了一家销售婴幼儿爬行垫的客户,不到半个月就寄发特快邮件2800多件。在商丘,类似的“尖刀突击队”共有9个,全部由营销精英及优秀客户经理组成,已经成为特快业务开发的主力军。

对于写字楼、商超、园区等日常交寄量较大的客户,河南邮政则选派优秀揽投人员,实施驻点服务。同时,河南邮政明确,揽投人员重在日常运营,营销人员重在项目开发,着重强化二者之间的良性互动,形成市场开发合力。揽投人员收集到规模客户信息后,及时上报所在揽投部,由区(县)分公司指定专人与客户定期对接,实行“一对一”精准开发。客户经理开发成功后,日常维护和揽投服务由驻点的揽投员负责,所产生效益二者合理分成,充分调动了两个层面积极性。

截至11月底,河南邮政共组建特快专业专职项目团队279个,团队累计完成特快收入3.06亿元。

创新体制机制 吹响进军市场的“集结号”

机制活,则满盘活。推进“两专”建设,配套体制机制的支撑是关键。

(下转第2版)

国家邮政局局长马军胜 调研江苏快递进村工作

对江苏邮政三级物流体系建设给予肯定

本报讯(记者 柏滨丰 通讯员 周蔚佳 刘思凡)日前,国家邮政局党组书记、局长马军胜在江苏调研快递进村工作,对江苏邮政打造三级物流体系,加强交邮合作、邮快合作,促进快递进村的做法给予充分肯定。

在南京溧水区,马军胜一行深入洪蓝街道交邮合作仓配运营中心,实地察看、详细了解三级物流体系建设、交邮(快)融合建设情况。工作人员告诉马军胜,快递企业每天将进村快件送到运营中心,由邮政企业分拣后,通过邮路或镇村公交线路捎带到村级农村物流服务站。邮政企业也以此为契机推动农村邮路改革,实行集中投递。马军胜对交邮(快)合作整合资源、提升效率、服务群众的成效予以肯定。

据悉,溧水区推动“交邮(快)融合、客货同网”,实现快递进村全覆盖,并在邮乐购站点和村邮站的基础上,补充调整村级综合便民服务站,目前,已建成2个区级农村物流中心、8个街道(镇)寄递共配中心、87个村级综合便民服务站。

马军胜还搭乘镇村公交车,体验快递进村服务全流程。在陈卜村邮政综合便民服务站,马军胜详细了解了服务站提供的快递自提代收、普惠金融、

助农取款、便民缴费、邮乐购电商平台服务、村邮站服务等功能,详细询问了快递进村情况,并仔细查看提货记录。服务站经营者赵莉萍告诉马军胜,每天有50件左右的包裹送到这里,既给她增加了收入,也增加了门店的流量。除了代投快件,服务站还代收快件。当天,班车司机就将两件草莓包裹捎带到交邮合作运营中心,再通过邮政生鲜速递寄出。据赵莉萍介绍,快递进村后,村中老人也经常委托她帮忙下单购物。马军胜表示:“你这里的功能相当于一个邮政支局,你的服务大大方便了群众!”

在南通海门,马军胜一行实地调研了海门区级共配中心、余东镇树勋共配场地、悦来镇保民村红色驿站寄递服务网点,详细了解海门三级物流体系建设、交邮合作、城乡物流服务体系一体化等工作推进情况。在保民村邮政综合便民服务站,马军胜现场观摩了快递的收寄、配送及报刊代投流程。听到当地居民称赞“邮政能够将快递送到家门口”时,马军胜充分肯定了邮政便民服务站在三级物流体系环节中的服务力和重要性。他指出,快递进村是让农村居民生活便捷的民生工程,要将三级物流体系建设抓实、抓细、抓到位,切实做好农村基本服务建设,提高农村居民的生活品质。

广东农邮联合推进 农业生产托管和社企对接

本报讯 12月18日,广东省农业农村厅与广东省邮政分公司、邮储银行广东省分行、中化化肥有限公司下属企业,在化州市联合召开全省推进农业生产托管和社企对接现场会。会议总结广东省当前农业生产托管和社企对接发展成效,深入交流各地的经验做法,研究部署下一步重点工作。

会议指出,农业生产托管需要全产业链的支持,打造相互利益共同体,搭建专业的平台,做到以生产托管服务为引领,加快推进农业农村现代化,让农业生产托管服务惠及千家万户。会议要求广东省各级农业农村部门加强与邮政等企业合作,深入推进社企对接,促进新型农业经营主体高质量发展。广东邮银表示,将持续实施惠农合作项目,发

挥商流、物流、资金流、信息流“四流合一”的资源优势,积极打造乡村振兴综合服务提供商。

当天,与会领导、嘉宾还实地考察了化州市鉴江街道百室堂水稻种植、冬种作物种植托管基地,南盛街道藏龙湾释迦果种植托管基地以及新安镇新塘村中邮惠农乡村振兴服务中心,对广东邮政在服务乡村振兴中的积极探索和取得的成效给予肯定。今年以来,广东邮政利用自身的信息化优势,为广东省农民合作社提供了信息统计小程序、“粤农服”平台;利用自身队伍力量,完成了全省5万多家农民合作社走访全覆盖,为1.1万家合作社、56万农户提供了信贷、农产品销售寄递等惠农综合服务。 □何金校

湖南邮政储蓄余额 新增市场占有率居全省同业前列

本报讯(湖南记者 刘园园)截至12月20日,湖南邮政代理金融本年储蓄余额同比多增123.24亿元,排名全国邮政第3位,比上一年提升5位;储蓄余额新增市场占有率达28.94%,排名全省同业第2位。

2021年,湖南邮政坚持代理金融业务高质量、常态化发展路径。一季度,湖南邮政全面开展春节营销等活动,当季度新增储蓄余额276.47亿元;二、三季度在打赢“社保卡核查攻坚战”的基础上,开展

主题客户节活动,突破“淡季惯性”;此外,组织开展节日营销活动,开展生日会进村组、社保卡亲情营销等活动,推动储蓄余额稳步上升。

同时,湖南邮政树牢“+金融”理念,发挥协同优势,创新金融服务模式,开展“湘融湘爱·三湘邮情”农民工服务保障活动,通过“春运邮情”“家政邮情”“暖冬邮情”等活动,在为农民工群体提供更加丰富、便捷、高质量服务保障的同时,进一步树立邮政品牌形象、提高市场竞争力。

电影《信者》香港首映



本报讯 电影《信者》继北京、云南首映后,12月22日在香港举行首映式。中央广播电视总台、中国新闻网等媒体进行现场报道。

该片以写实风格,对第一位登上万国邮联讲台的乡村女邮递员尼玛拉木的真实事迹进行艺术改编,生动呈现了邮递员为将邮件及时送到群众手中,为架起大山深处百姓与外界沟通的桥梁,十年如一日溜索跨越澜沧江,行走在香格里拉坎坷邮路上的感人故事。

在香港首映式上,电影出品人于越分享了拍摄过程中的苦与乐,本片配乐师波多野裕介分享了电影配乐的特色之处。电影主创人员以及电影主人公原型——尼玛拉木通过视频方式参与,并祝首映式成功。

本次首映式,主办方广泛邀请香港社会各界人士和香港邮政员工共同观影,现场观众超过600人。在影片放映结束后,观众们表示,此次观影是

一次心灵的洗礼,电影里有鲜活的人物、好看的故事和如诗如画的风光,通过电影领略了祖国的大好河山,也感受到邮递员“使命必达”的职业精神。香港邮政员工表示,影片给大家带来了震撼人心的观影体验,生动展现了平凡中的伟大,通过电影感受到邮政人的信仰、信念和信心,朴素的故事背后是中国邮政人的坚守和付出。

据了解,电影《信者》由国家邮政局精神文明建设指导委员会办公室指导,中国邮政集团有限公司授权并协助拍摄,北京孔氏兄弟影业有限公司出品。在11月5日公映后,该片得到了社会各界的广泛关注和好评,也得到了国家电影局的充分肯定和鼓励,在2021第六届博鳌旅游传播论坛上获评2021“文旅好品牌”优质案例30强,在美国、孟加拉国等国外影展上相继得到专业人士的嘉奖。

图为香港观众在首映式上为电影《信者》点赞。 □仲驿 文/图