

刘爱力调研北京冬奥会邮政服务准备工作时强调 提高政治站位 强化责任担当 以专业优质 高效的邮政服务为冬奥盛会增光添彩

本报讯 1月13日,集团公司党组书记、董事长刘爱力来到北京冬奥会组委会和冬奥会邮政服务网点——北京2022邮局,调研检查2022年冬奥会、冬残奥会邮政服务准备工作,看望慰问一线服务人员,并派驻冬奥会组委会邮政工作人员。刘爱力指出,习近平总书记高度重视冬奥会筹办备赛工作,5年5次考察冬奥会筹办工作,特别是1月4日第五次考察2022年冬奥会、冬残奥会筹办备赛工作时强调,办好北京冬奥会、冬残奥会,是我们向国际社会作出的庄严承诺,要坚定信心、振奋精神、再接再厉,全面落实简约、安全、精彩的办赛要求,紧紧抓住最后阶段各项赛事组织、赛会服务、指挥调度等准备工作,确保北京冬奥会、冬残奥会圆满成功。中国邮政要全面贯彻落实习近平总书记重要指示精神,深刻认识做好冬奥会邮政服务保障工作的重要意义和极端重要性,将服务冬奥会作为胸怀“国之大者”、践行“两个维护”的具体检验,作为当前工作的重中之重,进一步增强责任感、使命感、紧迫感,积极听取北京冬奥会组委会的意见和建议,全力以赴组织好各项邮政服务保障工作,关心关爱邮政服务人员,为办成一届简约、安全、精彩的奥运盛会贡献邮政力量。

刘爱力首先来到北京冬

奥会展示中心展厅、北京冬奥会运行指挥部调度中心,了解冬奥会筹办工作、场馆和基础设施规划建设等情况,并就冬奥会邮政服务保障工作与北京冬奥会组委会进行商谈。北京冬奥会组委会对邮政服务保障工作给予了充分肯定,刘爱力深感欣慰并代表集团公司党组对北京冬奥会组委会的大力支持表示感谢。

随后,刘爱力来到北京2022邮局,看望慰问邮政服务人员并与大家亲切交流,“你们参与其中非常辛苦,特别是有些服务人员两三个月都回不了家,作出了巨大的牺牲;但能代表中国邮政服务冬奥会,也是一种荣誉和宝贵的经历;要将冬奥会服务作为中国邮政服务水平和品牌形象的集中展示,以专业、优质、高效的邮政服务为冬奥盛会增光添彩。”刘爱力对邮政服务人员的辛勤付出和无私奉献表示衷心感谢,强调要给予一定的物质奖励和精神激励,并对做好冬奥会邮政服务工作提出了殷切期望。在自助明信片打印机前,得知从上传照片到完成邮资明信片打印只需几分钟,深受冬奥会组委会工作人员欢迎时,刘爱力对其具有新颖性、便捷性、个性化等特点给予充分肯定。在产品销售区,刘爱力饶有兴致地查看了冬奥会吉祥物邮票、

申冬奥成功六周年纪念封、场馆纪念明信片等邮政文化产品,了解到竞赛场馆纪念邮票在工艺技术方面有很多亮点,特别是“冰丝带”小型张采用国家速滑馆建设剩余玻璃材料、应用全真彩夜景印刷,实现了“一票两景”的视觉效果时,他称赞不已。

作为北京2022年冬奥会和冬残奥会官方邮政服务独家供应商,中国邮政在北京、延庆和张家口3个赛区共设置邮政服务点16处。刘爱力强调,要切实做好冬奥会邮政服务工作,充分发挥邮政品牌、产品、文化、渠道优势,以“初心、真心和匠心”提供更快速度的寄递服务、更高质量的邮政服务、更加丰富的集邮产品,全面满足北京冬奥会的用邮需求;要切实将各项邮政安全与服务保障措施落实落细,加强组织领导,明确职责,狠抓工作落实,及时排查安全隐患,堵塞安全漏洞,补齐服务短板,配合北京冬奥会组委会落实相关工作,做好现场人员封闭管理;要切实加强疫情防控,做好邮政服务场地的环境消杀、核酸检测、健康监测、应急处置等各项工作,从严从紧落实各项防疫措施;要切实关心关爱邮政服务人员,密切关注员工身体状况,做好员工心理疏导,解决实际困难,引导员工做好个人防护,确保员工健康安全。 □李巍 吴丹

中邮保险2022年工作会议暨第一届第五次职工代表大会召开 锚定战略重点 增强核心优势 奋力开启新一轮高质量发展新征程

本报讯(记者 邱亚峰)1月14日,中邮人保险股份有限公司通过现场和电视电话方式召开2022年工作会议暨第一届第五次职工代表大会。这是中邮保险在成功引战友邦保险、开启新一轮高质量发展的关键时期召开的一次重要会议,会议以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,全面贯彻党的十九大和十九届历次全会及中央经济工作会议精神,传达落实集团公司工作会议精神,总结2021年工作,研判内外部形势,部署2022年任务,提出锚定战略重点,增强核心优势,奋力开启新一轮高质量发展新征程。集团公司党组书记、董事长刘爱力对会议作出批示。集团公司副总经理康宁出席会议并作讲话。中邮保险党委书记、董事长党秀茸讲话,总经理李学军作工作报告。

刘爱力在批示中充分肯定了中邮保险过去一年取得的成绩,向与会代表致以亲切问候。他指出,2021年是党和国家历史上具有重要里程碑意义的一年,面对严峻复杂的内外部环境 and 激烈的市场竞争,中邮保险认真贯彻落实集团公司决策部署,加快价值成长,持续提升专业运营能力,实现了速度、规模、质量、效益协调发展,新增长极战略地位日益凸显。特别是市场化改革有序推进,引战工作取得重大成果。总的来看,中邮保险价值转型成效明显,自身综合实力得到增强,为集团整体作出了贡献。他强调,2022年是“十四五”规划承上启下的重要一年,是国企改革三年行动方案的收官之年,也是中国邮政进入打造核心竞争优势的新阶段。刚刚结束的集团公司工作会议,对“在服务新发展格局中纵深推进中国邮政高质量

发展”进行了全面部署,提出了八大战略任务。中邮保险目前已跻身大型险企行列,具有不可比拟的资源和优势,积累了一定的综合实力和影响力,开启了打造行业一流险企的新征程。要心怀“国之大者”,提高站位,立足中国邮政全局,为打造行业“国家队”作出新贡献。要把握战略重点,紧抓引战赋能契机,深化改革创新,力求市场化、专业化建设在各板块中走在前列,增强核心竞争优势,加快迈向行业一流险企。要始终坚持合规稳健经营,全面落实“管理提升年”要求,加强精细化科学化管理,扎实抓好风险防控,确保不发生系统性风险。他表示,集团公司将一如既往地关心和支持中邮保险,为中邮保险不断创造良好的发展环境。相信按照打造一流险企的战略部署,中邮保险一定会行稳致远,为中国邮政二次崛起作出更大贡献,以优异成绩迎接党的二十大胜利召开。

康宁从营业收入、保费和利润、资产规模、新业务价值、成功引入战略投资者、市场化改革、数字化营销等方面,高度肯定了一年来中邮保险取得的喜人成绩。他指出,当前中邮保险已经到了爬坡过坎的关键时刻,在肯定成绩、增强自信的同时,更要居安思危,紧跟形势、解放思想,聚焦关键问题,奋力攻坚克难,加快形成适应形势任务新要求的核心竞争力,开启打造行业一流险企的新征程。一是关于市场化机制的问题,要率先实现投资条线完全市场化,打通专业序列通道,提高绩效考核科学性,健全干部能上能下的管理机制。二是关于专业化人才的问题,要着力打造前端“三支队伍”,锻造中后端“行

家里手”,培养和大胆使用年轻人才,营造尊重人才、尊崇专业的文化氛围。三是关于数字化转型的问题,要主动对标学习,切实提升全员金融IT观,加强保险新科技和应用场景以及生态研究。四是关于多元化渠道的问题,要在坚定不移深耕细耕银保主渠道的基础上,积极探索基于存量客户挖潜和自身资源禀赋的新型险渠道,开拓互联网渠道,做大团险渠道。五是关于高效化协作的问题,要切实推进总、省职能转变,加快打造运营型总部和经营、运营支撑型省分公司。他强调,要落实全面从严治党,强化党建引领,落实“管理提升年”,强化全面风险管理,有力夯实改革发展的政治保证与管理基础。

会议回顾了中邮保险2021年的主要工作和改革发展成绩。2021年,中邮保险坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,在集团公司党组正确领导下,紧紧围绕价值成长主线,积极应对复杂多变的外部环境和繁杂艰巨的工作任务,统筹疫情防控和经营发展,统筹变革创新和风险防控,知难而进,善作善成,国家重大战略部署坚决落实,党建引领得到新增强,转型发展取得新成效,改革创新实现新突破,价值转型取得新成果,能力建设获得新提升,运营支撑得到新加强,合规风控实现新提高,队伍面貌呈现新状态;总资产突破4000亿元,年度营业收入迈上千亿元平台,利润总额增长19%,资产质量优良,未发生重大风险事件和资金案件,银保监会风险综合评级保持A类,行业协会寿险公司经营评价连续第2年获评A类。

(下转第2版)

打造核心优势 聚焦决胜未来

——二论贯彻落实集团公司2022年工作会议精神

□本报评论员

集团公司2022年工作会议提出,全力打造三大核心竞争优势,并明确其是纵深推进中国邮政高质量发展的“关键”。

这是集团公司层面首次全面系统明晰邮政的三大核心竞争优势,并提出了打造路径——全力构建业务生态,打造独一无二的协同优势;全力建设数字邮政,打造决胜未来的数智化优势;全力服务乡村振兴,打造广袤无垠的农村市场优势。表述上皆用了“全力”二字,凸显其紧迫和重要。刘爱力董事长在会上更是特别强调,全系统在这项战略性部署上“要统一认识”。

网络优势、品牌优势、国企制度优势……中国邮政在百年奋斗中逐步建立并形成了诸多优势,这些优势也成就了中国邮政今日的地位——在《财富》世界500强榜单上排名直线攀升,已至第74位。但哪些是邮政的核心竞争优势?唯有认识清楚这个问题,才能找准我们过去成功的基因,把握未来制胜的密码。

“知己知彼,百战不殆;不知彼而知己,一胜一负;不知己,不知己,每战必殆。”在新发展阶段、新发展格局下,行业

演进加速,企业既有的优势在不断消解,新的优势必须不断重构。寄递市场群雄逐鹿、格局未定,机遇窗口期稍纵即逝;金融市场竞争激烈,利率市场化下传统金融面临严峻挑战;农村市场在乡村振兴战略下迸发活力,吸引各类资本纷纷进入。寄托着百姓期盼的中国邮政靠什么迎接挑战,破浪前行?被国家寄予厚望的中国邮政靠什么来保障更好地履行行业“国家队”的责任使命,确保实现二次崛起的目标?

三大核心竞争优势的明晰,就是集团公司党组居安思危作出的战略性布局,是对邮政发展现状作出的科学研判,对邮政特质作出的准确把握,对未来市场演变作出的敏锐洞悉。

协同,是中国邮政最重要的战略,是各板块生存发展的基因所在、价值互创的禀赋所在,是获得政策支持的优势所在,是整合“四流”资源后邮政所具备的独一无二的优势。在激烈的市场竞争中,邮政任何一个板块单打独斗,各自为战都没有优势可言。“脱离了身体的手只能是名义上的手。”只有兄弟齐心、同频共振,做到资源共享、商机共创、优势共建、协作共赢,才能建立各自领域独特的竞争优势,

才能发挥1+1>2的协同倍增效应,才能提升产品供给质量和效率,提供多样性、综合性、一体化服务。

“事未至而预图,则处之常有余,事既至而后计,则应之常不足。”数字经济已经呼啸而来,不随其兴旺,必随其灭亡。数字经济发展速度之快、辐射范围之广、影响程度之深前所未有,正在成为改变全球竞争格局的关键力量。数字化是邮政寄递业务、金融业务的核心竞争要素。没有数字化,寄递就难以在竞争中生存,金融也将丧失竞争力,中国邮政更将丧失历史性的发展机遇。我们必须主动顺应数字经济发展浪潮,以数字邮政建设赋能企业转型升级、提质增效。

农村是中国邮政的根据地、大粮仓,是邮政生存之根本,是发挥“四流合一”优势创造价值的阵地,是邮政传统的资源禀赋所在。丢掉农村市场,我们丢失的将不是一端而是一链,不是个体而是整个农村生态,不是一时得失而是发展稳定的根基,就会丢掉中国邮政的未来。紧抓政策机遇,全力服务乡村振兴,就是要巩固农村市场优势并加快构建农村市场的主导优势。

(下转第2版)

“开往冬奥的邮政专列”快闪活动在京启动



现场观众在快闪店打卡留念。

□本报记者 张晋通 摄

本报讯(记者 李珺)1月16日,由中国邮政主办的“开往冬奥的邮政专列”快闪活动在北京市朝阳区大悦城启动。此次快闪活动致力于将文化与运动相结合,在冰雪游乐中讲好北京冬奥会故事,让观众和游客体验冰雪运动的魅力,一起为北京冬奥会加油。

北京冬奥会组委会市场开发部部长朴学东在致辞中表示,中国邮政作为大型国有企业,拥有高品质寄递、邮政服务和丰富的重大活动服务保障经验,一直以快速的响应执行、卓越的服务品质,推进与奥运事业的合作进程,一直都是中国弘扬奥林匹克精神、传播奥运文化、记录新中国奥运历程的重要力量,一直都是中

国奥林匹克事业坚定、忠实的支持者。此次中国邮政在线下设立“开往冬奥的邮政专列”快闪店,引领全民冰雪运动之潮,希望更多的人通过此次认识、熟悉并参与冬奥会。

集团公司市场部负责人在致辞中表示,冬奥会是世界规模最大的冬季综合性运动会,一直以来,中国邮政与奥运会都有着历史的渊源。2019年,中国邮政成为北京2022年冬奥会官方邮政服务独家供应商以来,全面落实“绿色办奥、共享办奥、开放办奥、廉洁办奥”理念,全力以赴做好各项邮政服务保障工作,为办好北京冬奥会、冬残奥会这一党和国家大事贡献力量,中国邮政在推进中国体育

向前发展、加快体育强国建设的道路上从未缺席。中国邮政将与冬奥会组委会一起,共建共享一届简约、安全、精彩的奥运盛会。

据了解,中国邮政近期开展了2021—2022冬奥主题品牌推广活动,融合冬奥与新春两大话题,为冬奥会加油助威。此次“开往冬奥的邮政专列”快闪活动,就是以“冬奥加邮”为主题,快闪店外观以“冬奥蓝”为主基调,配以高饱和度的粉红色,既体现了奥林匹克运动的奋勇拼搏,又象征着逐梦的年轻美好。快闪店内部以“邮”为媒,打造了巨型邮票册、问心必答、冰壶体验区、虚拟滑雪体验区、梦幻冰雪屋等丰富多彩的互动展区,宣传北京冬奥会的文化魅力。