

中国邮政报

CHINA POST NEWS

中国邮政集团有限公司主管主办 | 第3537期 (本期共4版) | 2022年1月19日 星期三
国内统一刊号 CN11-0028 邮发代号 1-100

新春走基层

“洞”见未来

开栏的话

虎虎生威迎新年，昂首阔步迈新程。在春节的喜庆气氛中，一个个来自基层的生动实践见证着日新月异的发展变化，传递着昂扬奋进的时代脉动。自今日起，本报开设《新春走基层》专栏，我们的笔触和镜头将聚焦邮政人奋斗的身影，讲述邮政人为民的情怀、捕捉高质量发展的转型创新，让我们一起向着更加美好的未来进发！

□本报记者 吕磊 张明月 尹航

虎年春节就要来了！

这是中国全面建成小康社会后，中国百姓迎来的第一个春节。

1月13日一早，记者从湖南省湘西土家族苗族自治州花垣县出发，驱车在群山间来回穿梭了1个多小时，来到了“十八洞”这个已远近闻名的苗家村寨。目光所及，熏制成浓焦糖色的腊

肉，油脂被烘出来附在表面，每家每户的厅堂中都挂着一大串。炒制腊肉时的香气被风吹进每个人的鼻中，带着湖南乡村特有的“年味”。

2013年11月3日，习近平总书记在这里首次提出“精准扶贫”的重要论述。近10年过去了，如今的十八洞村青石铺路、木屋错落，已看不见一丝“山高沟深路难走，有女莫嫁梨子寨”的昔日贫穷模样。

“阿婆，这是你的邮件，我放在这里啊。天气冷，你注意保暖。”冷风中，44岁的乡邮员陶凌云背着邮包沿着青石板路一路小跑，挨家挨户地给村民送着邮件。风雨无阻，每周三次，陶凌云都会如期而至，把邮件投递到户，再将村民腌制的腊肉、缝制的手工艺品带出大山。

陶凌云口中的阿婆名叫石拔哑，当年，习近平总书记十分关心她的生活。在石拔哑家，她先是激动地指了指自己和习近平总书记的合影，然后冲着陶凌云伸

出了大拇指。石拔哑腌制的腊肉非常好吃，如今，中国邮政将她腌制的腊肉卖到了全国各地，仅此一项就给她带来5000元左右的收入。

“中国邮政是第一批进驻十八洞村扶贫的企业，引入了电商销售，为村产业发展打下了良好基础。”十八洞村党支部书记施金通对记者说道。2013年，十八洞村人均收入仅有1668元。在中国邮政的助力下，十八洞村在2017年实现了整体脱贫，2021年人均收入接近2万元，乡亲们过上了越来越幸福的生活。

石拔哑阿婆家的隔壁，是一间特殊的邮局——十八洞扶贫主题邮局。“各位游客，一会儿参观结束，大家可以寄一枚明信片，买一些土特产和手工艺品。”如今，十八洞村已经成为全国各地游客、“取经者”的打卡地。

跟随着人流，记者也迈进这间邮局。31岁的“局长”麻秀珍正在制作抖音短视频，主角是邮局里售卖的村民们亲手制作的



老腊肉越嚼越香，新生活越品越美。

□本报记者 王达 摄

手工艺品。2017年，十八洞村邮局成立后，就成为中国邮政在这家苗寨扶贫惠农的堡垒。来邮局工作前，麻秀珍的月收入仅有2000多元，如今，已超过6000元。她告诉记者，每年，十八洞村邮局都会捐出年收入的18%助力村集体经济的发展，近6年来，已捐出21万元。

临近中午，阳光穿越了云

层，村民们都走出门晒太阳。阳光下，麻秀珍和石拔哑相视一笑，很是温暖。这个瞬间，让记者感受到了冬日连绵阴雨中迸发出的盎然生机。从精准扶贫到乡村振兴，从简单售卖农产品到助力村级产业的可持续发展，中国邮政在努力影响着十八洞村百姓的认识，带领乡亲们洞见愈发美好的未来。

邮储银行发行三百亿元境内无固定期限资本债券

本报讯 1月17日，中国邮政储蓄银行在中国债券信息网发布公告，于1月14日完成2022年第一期无固定期限资本债券发行，本期债券发行规模为300亿元，发行票面利率为3.46%。

邮储银行本期无固定期限资本债券发行呈现三个特点。

一是发行主体资质好，获普遍认可。经中诚信国际信用评级有限责任公司综合评定，邮储银行本期无固定期限资本债券发行主体评级及债项评级均为AAA。此前，惠誉、标普及穆迪三大国际评级机构分别给予邮储银行A+、A及A1评级，标普全球全资子公司标普信评给予邮储银行AAAspc评级。这充分体现了评级机构对邮储银行经营业绩和主体资质的高度认可。

二是发行市场化程度高，投资者认购踊跃。作为2022年首发登场的国股行永续债，本期债券发行受到了广大投资者高度关注，最终超130家机构参与认购，机构类型涵盖了政策性银行、国有大型商业银行、股份制银行、城商行、农商行、保险公司、证券公司、基金公司和境外机构等，全场认购倍数达3.22倍，创近期可比债券认购倍数新高，充分体现了各类专业投资者对邮储银行投资价值的坚定信心。

三是精准把握发行窗口，定价遵循市场规律。本期债券实现发行利率3.46%，较当日5年期国开债到期收益率利差67BPs，发行利率和利差均为无固定期限资本债券推出以来优异水平。

本期债券发行完成后，邮储银行一级资本充足率提升约0.49个百分点，将进一步夯实邮储银行资本实力，增强服务实体经济和抵御风险能力。

□褚轩

强化规范管理 提升治理能力

二论贯彻落实集团公司二〇二二年工作会议精神

□本报评论员

“管理提升年”，是集团公司2022年工作会议明确的全年中国邮政改革发展工作的总抓手。“加强规范管理，推进治理体系和治理能力现代化”，是集团公司2022年工作会议部署的八项战略任务之首。这充分彰显了集团公司党组建立和完善现代企业制度、狠抓规范管理的决心和力度，体现了强化基础管理对确保中国邮政在高质量发展之路上行稳致远的重要性和紧迫性。

“管理提升年”，就是要以问题为导向，找差距、强弱项，以推进中国邮政治理体系和治理能力现代化为主线，通过完善机制、健全制度、打通流程、对标对表、创新发展，夯实流程化、精细化管理基础，切实提升企业竞争力、创新力、控制力、影响力和抗风险能力，促进企业提质增效迈上新台阶。

今年是国企改革三年行动的收官之年，中国邮政要实现“完成37项改革任务，落地173项主要措施”的目标，在建立完善中国特色现代企业制度、推动治理体系和管理能力现代化上取得明显成效；在顺应国有经济布局优化和结构调整，提升行业地位上取得明显成效；在提高企业活力和效率上取得明显成效。这对邮政的战略管理、组织管理、运营管理、人力资源管理、信息化管理等提出了全方位的要求，是对邮政治理体系和管理能力建设的综合检验。

从管理实践看，从巡视、审计、纪检发现的典型案例看，邮政企业还普遍存在科学管理急需“补课”、现代管理面临“缺课”的问题。科学管理的核心是提升人的效率、组织的效率。而在邮政企业的日常管理中，操作标准不统一、作业定额不明确、运营流程不规范、管控手段不精准、责任落实不到位等现象依然比较普遍，反映了邮政在科学管理方面还存在亟待补齐的短板。通过对标管理，邮政积极引入一些现代的管理理念、管理方法、管理工具，但很多管理应用还停留于“形似神不似”阶段，理解不深刻、执行不到位、实施不精细，导致管理效果不佳，折射出企业内部现代管理的缺失。

加强规范管理，完善企业治理，是企业发展的永恒主题，更是企业在新发展阶段实现高质量发展的坚实基础和重要保障。刘爱力董事长在集团公司工作会议上鞭辟入里地阐释了规范化管理、流程化管理的重要意义、实施方法。

(下转第2版)

辽宁两市邮政获跨境寄递专项奖励资金

本报讯 日前，辽宁省大连市商务局及辽宁自贸区大连管委会向大连市邮政分公司拨付跨境寄递专项奖励资金两笔共计510万元，抚顺市跨境电商综试区管委会给予抚顺市邮政分公司跨境寄递专项奖励资金55万元。

近年来，辽宁邮政积极发挥

全省跨境电商寄递主渠道优势，主动参与自贸区、综试区建设，在全省行业内率先开通跨境电商9610进出口业务，同时，依托集团公司的支持，不断丰富跨境电商产品线，为省内外贸及跨境电商企业进出口提供了稳定便捷的通道，获得了各级政府的肯定。目前，大连市分公司依托口岸

9610申报已累计支撑大连实现出口贸易额1.2亿美元，抚顺市分公司利用沈阳快件监管中心9610申报支撑抚顺对日出口贸易达110余吨。此次是大连市分公司连续第三年获得政府跨境电商寄递专项奖励资金，三年累计获得金额达953.5万元。

□管金威 赵畅 饰



南平邮政唱响新年新声

1月15日晚，2022年福建南平邮政金融VIP客户新年音乐会在南平大剧院举办。举办此次音乐会是南平市邮政分公司进一步推动代理金融业务发展，落实整合资源、赋能营销工作要求

的举措之一，也是南平邮政开展的一项文化惠民活动。各界来宾现场观看了精彩的音乐节目，并纷纷到剧场内设立的邮政产品展示台前打卡、品鉴。

□曹生柏 摄影报道

邮乐年货节直播实现四个突破

本报讯 1月13日晚7点，中国邮政邮乐年货节湖南专场直播在长沙开播。本场活动是年货节期间集团公司组织的第三场全国大型直播，直播持续三个小时，吸引了30多万粉丝点赞关注，实现销售额65.5万元。

据了解，2022年邮乐年货节系列直播实现四个突破。一是主题化突破。以“买年货、上邮乐”为主题，各专业协同做好客户邀约，得到良好反馈。二是商业化突破。本次年货节系列直播首次采用集团公司、邮乐、各省邮政、外部专业直播团队多方合作方式，确保年货节上架产品的品牌、品质、价格与物流配送质量。三是场景化突破。直播现场搭建邮政农产品场景、年味十足的助播场景，实现直播无缝切换，得到良好的市场反应。四是特色化突破。邀请外部知名主持和快乐购购物专家，联合邮政主播人气组合一同拜年并送上祝福，直播间热度持续攀升。自2021年12月8日直播季首场活动启动以来，全国性直播已陆续在湖南、山东两地通过邮乐平台开展三场，直播累计观看人数突破百万。

□遇鑫

“观《信者》电影 传信者力量”征文活动结束

本报讯 近日，由中国邮政集团有限公司综合部和新闻宣传中心联合主办的“观《信者》电影 传信者力量”主题征文活动圆满结束。此次活动共评选出获奖作品68篇，其中，一等奖3篇、二等奖5篇、三等奖10篇、参与奖50篇，有10个单位获得宣传组织奖。

此次征文活动于2021年12月31日截止，共收到来自全国各地的投稿353篇，无论在校学生还是邮政工作者都积极参与到此次征文活动中，他们的文章以不同身份、从不同角度围绕“信之所在，心之所向”展现了对“信者”的所想、所感、所悟。

(获奖名单详见中国邮政网和官方微信推文)