

新春走基层

保供“津门”

□本报记者 冯彤 文/图

“刘师傅,又是您啊。疫情防控期间,还就得指望咱大邮政啊!”1月17日,天津市河北区天泰路恒里小区的雷先生把自己捂得严严实实,下楼取完邮件,走时他还不忘记嘱咐王串场投递分局投递员刘树东几句,“您可得做好防护,口罩不够,我免费提供。”暖心的话让刘树东很感动。

自1月8日天津当地疫情再度发生以来,刘树东就没有歇过一天。和刘树东一样,除疫情高风险区津南区外,全市139个邮政揽投营业部,所有符合返岗规定的一线投递员,均已到岗。

虽然本轮疫情来势汹汹,但疫情就是命令,天津市邮政分公司党委坚决把疫情防控作为当前最重要的工作抓稳抓实,坚守“人民至上、生命至上”理念,严格落实市委、市政府工作部署,第一时间启动应急预案,聚焦“控”“精”“通”“畅”四个方面,部署疫情防控、物资储备、运营保障等工作,第一时间开展全员健康状况和行程情况统计梳理,对各类仓储库房地、设备、货品等实施全天候消杀,保证上岗人员均持有核酸检测阴性证明及绿码,稳妥有序推进行业疫情防控工作,保证了全市寄递渠道安全畅通。

为保证邮政服务不中断,天津邮政协调各级疫情防控部门,及时取得疫情防控重点区域邮运车辆通行证,确保邮

政车辆进出顺畅,保证重点大客户邮件发寄不中断。与此同时,天津邮政各级党组织还发挥了战斗堡垒作用,营造出了讲奉献、勇担当的氛围。

当邮区中心、邮政网点、投递部等各岗位员工为保证全市邮政服务不间断而奋战时,就在市分公司渠道平台部产品库内,十几名员工正在为市民当天订购的“特惠保供套餐”封装、打包,保证24小时内送到市民手中。

“从12日市商务局确定保民生方案后,渠道平台部以及17个区分公司专业分部的员工就全员上岗,加班加点通过邮政渠道调集生物物资,大家没有一个喊苦叫累。”市分公司渠道平台部经理王伟岸说,“我们这么做就是为了让市民安心在家,防止疫情扩散。”

作为天津市生活必需品重点保供企业,天津市分公司响应市商务局“抗击疫情保供”工作要求,及时启动了“津邮惠民保供抗疫”项目,将此项活动及时纳入“福至新春”整体营销活动中,并推出了两大类七个品种的“特惠保供套餐组合”,定价从258元到299元不等,可满足三口之家10天以上用量,并以极优惠的价格普惠于民。



天津邮政员工加班加点准备“特惠保供套餐”。

为保证物资供应,渠道平台部发挥渠道、网络资源优势,紧急召集供应商调配米、面、食用油、果蔬等生活物资,落实产品货源。为了保证疫情防控重点区域民生供应需求,天津邮政还在邮乐网天津专区开辟“保供抗疫产品专区”,将疫情发生集中地区的客户纳入专区。此外,各区分公司也积极与当地商务部门联系,了解民生保障需求,负责为订购市民提供送货上门服务。截至19日,天津邮政累计销售产品近10吨,为近300户家庭和50余家企业、院校提供了生活物资帮助。王伟岸对记者说:“疫情突如其来,保民生是市政府工作的重点,天津邮政是央企,责无旁贷要与市政府并肩作战,让市民通过邮政企业感受到来自党和政府的温暖。”

融业务发展提供了强有力的支撑。据统计,新迁址的5个网点净增余额7135万元,点均月净增510万元,较迁址前提升450万元。

项目引领拓市场

项目是带动代理金融业务高质量发展的重要来源。

在认真落实集团项目的基础上,山西省分公司因地制宜推出了特色农产品、年终奖及烤火费、商户拓展等十大项目,并针对不同项目的市场特点,从项目背景、目标客群、项目目标、营销主体、实施流程、诱因、产品服务七大方面进行细化,确保可操作性,为基层提供行之有效的方案。

定襄县邮政分公司在组织实施婚庆专项营销活动中,每个网点都搭建婚庆专区,营造喜庆的厅堂氛围;同时,线上通过员工和客户微信朋友圈、抖音短视频定期持续转发宣传海报和软文,线下在人流量聚集地、居民小区公告栏张贴海报,并对婚庆公司、村红白理事会等关键人开展走访,收集信息。该分公司累计服务婚庆客户105人次,新增储蓄余额1434万元、实现保险理财120万元。据统计,山西省分公司去年共开发婚庆客户8968户、发展婚嫁存款9.05亿元。

在落实集团和省级项目的同时,各市、县分公司纷纷创新推出特色营销项目。绛县分公司抢抓季节性的农村市场,金融与寄递、渠道协同拓市,为樱桃农户提供邮政贷款免息购买化肥等惠农服务;在樱桃交易市场设立金融服务区,免费为客户提供换零钱、兑残币等服务,利用移动展业设备办理农民丰收卡及微邮付收款码业务;组织专人与种植户进行对接,提供田间收寄服务……该项目共发展微邮付商户400户,开办农民丰收卡798张,发展储蓄存款3978万元、保费132万元,农资销售50余万元,寄递收入9万余元,各板块收入实现协同增长。

勇于自我革命 扎实推进整改
以巡视整改成效推动邮政企业高质量发展

(上接第1版)

一是提高政治站位,强化责任担当。各被巡视党组织认真落实集团公司党组领导和控股子公司的党委领导在巡视反馈会议上的讲话要求,对巡视反馈问题诚恳接受、照单全收,召开专题民主生活会(组织生活会),剖析问题、找到根源,研究制定问题清单、任务清单和责任清单。党委(党支部)书记带头履行第一责任人责任、发挥示范带头作用,班子成员认真履行“一岗双责”、主动认领整改任务,纪检机构和组织部门跟进开展日常监督,形成齐抓共管、分头落实的整改工作格局。二是聚焦反馈问题,推动真改实改。在集中整改期,各被巡视党组织针对巡视反馈的519个主要问题,按照“四个标准”扎实推进整改,即:对具体问题逐个整改到位,举一反三对同类问题全面整改,完善规章制度、堵塞管理漏洞、推动制度落实,与时俱进完善整改措施、持续深化整改成果,共制定整改措施3256项,已完成1705项,完成阶段性目标且持续推进1360项,整改措施完成率达94.13%。三是深化标本兼治,建立长效机制。各被巡视党组织努力把巡视整改融入日常工作、融入深化改革、融入全面从严治党、融入班子队伍建设,共制定制度155项,修订制度77项,出台规范性文件371项,涉及巡视巡察整改、金融风险防控、选人用人、协同发展、业务管理等方面,切实打牢“长久立”基础。

上海市邮政分公司开展国内特快业务“百日攻坚、增收过亿”劳动竞赛和寄递业务重点客群“百日大走访、大开发”营销活动,成功开发219家规模客户,寄递收入同比增长12%,特快收入同比增长20%。邮储银行上海分行主动对接长三角生态绿色一体化发展示范区总体方案,储备优质绿色项目,绿色融资结余较2020年底增长21.3%,张江、临港等头部产业园区综合授信达105亿元。邮储银行江苏省分行主动服务“一带一路”和“长江经济带”建设,明确“三重”(重大、重要、重点)项目服务标准,建立24小时

(上接第1版)

对中国邮政来说,建设高标准市场体系,其本质是充分发挥市场在资源配置中的决定性作用,关键是强化对标对表,目的是补短板、强弱项、固优势,为高质量发展提供机制保障。为此,“强化对标对表,构建高标准市场体系”成为2022年中国邮政要着力抓好的八项战略任务之一。

要按照“国企改革三年行动方案”与国家要求对表。2022年是国企改革三年行动的收官之年。任期制和契约化管理是国企改革三年行动的关键任务,上半年要在试点的基础上全面实施。各级邮政企业要锚定时间表、任务书、路线图,切实深化人事制度改革,坚持岗位管理,破除身份管理,树立看岗位、看贡献的市场导向,以能力评价和业绩考核为基础,打破“铁交椅”“终身制”,实现“能者上、优者奖、庸者下、劣者汰”。加大薪酬激励力度,与业绩直接联动,

响应机制,涉农贷款余额年净增250.5亿元,制造业贷款余额同比增长15.9%。中邮保险江苏分公司协同邮银实施“新双能实战”营销培训活动,加快发展健康险等高价值长期期交业务,实现长期期交新单保费22.5亿元,其中健康险保费5615万元。江西省邮政分公司强化巡视整改责任落实,修订《巡视(巡察)整改日常监督方案》,实行整改“七大工作机制”“六个督导”和“省市上下联动”,将巡视整改情况纳入巡察监督和基层党建现场检查重点内容。中邮保险江西分公司着力防范化解金融风险,开展“双录专项整治”等活动,深入75个网点开展合规联合检查6次,线上线下培训35场,销售行为规范和双录管理等相关指标持续改善。中邮证券山东分公司组织协同共赢活动,细化协同考核指标,线上线下累计培训人员5955人次,全省邮政新增有效户同比增长8.1%。中邮保险河南分公司提升制度执行力,组织选人用人制度专题学习3次,对2017年以来选人用人回避情况和干部选拔任用纪实材料全面自查并认真整改。中邮证券河南分公司深化“自营+协同”发展模式,深入各地市邮政分公司、邮储银行分行开展调研和培训支撑,收入同比增长70%,新增有效户5217户。中邮保险湖北分公司着力提升服务质效,协同邮银开展技能培训,服务评价排名较2020年提升15位,理赔出险支付时效较2020年缩短37.8天。中邮证券湖北分公司加强制度建设,堵塞管理漏洞,在党建工作责任制、干部管理等方面制定制度8项,在“三重一大”决策等方面修订制度2项。邮储银行广西区分行严肃查处规避“三重一大”决策程序、违规套取财务资金等典型问题,对违纪案例进行通报,建立“以案四说”制度。邮储银行海南省分行助力海南自贸港建设,制定服务海南自贸港总体意见,为企业提供全方位金融服务,新增对接105家高新技术企业,完成11个产业园区调研工作。中邮证券云南分公司完善“三个第一时间”学习机制,持续通过新华社

官网、学习强国APP及共产党员网收集第一时间学习内容,并认真组织学习。邮储银行甘肃省分行开展“内控合规管理建设年”活动,对“健全内控合规治理框架”等方面79个事项开展自查,对部分屡查屡犯问题集中整治,171个存量问题整改率达97.7%。中邮理财有限责任公司提升高净值客户服务能力,私募产品占比2.16%,同比增长46%,累计发行净值型产品153只,净值化率增长至75%。中邮科技有限责任公司提升科研创新能力,招聘专业技术人员102人,加大对图像识别、人工智能等核心技术的研发力度,对控制、机器视觉等新技术进行研究并形成产品。

实践证明,巡视是对被巡视党组织一次全面细致的政治体检,既指出了“病灶”,又开具了“药方”,哪里能坚决扛起政治责任,借力巡视整改攻坚克难、动真碰硬、真改实改,哪里就能更好地坚持党的领导、加强党的建设,更好地破解深层次矛盾和制度机制障碍,为推动企业高质量发展提供有力保障。

2021年第一批巡视整改工作取得了阶段性成果,但仍存在一些问题。如,有的党组织履行整改责任有差距,存在以下级整改代替本级整改的情况;有的整改措施不彻底,未从根子上找准症结、对症下药;有的举一反三不够,整改成果运用还不充分;有的存在“交卷”思想,对深化整改安排还不到位。各被巡视党组织必须深刻领会习近平总书记关于“政治巡视发现的问题,必须从政治上去解决。要坚持全面整改、突出重点,以巡促改、以巡促建、以巡促治”等重要论述,在集中整改期后,要认真对照“两报告一台账”审核意见,以对党忠诚、对人民负责的政治品格抓好深化整改,对已销号的问题持续跟踪问效,对需要继续整改的问题毫不放松、抓常抓长,对尚未解决的问题扭住不放、彻底整改,每半年上报一次深化整改报告和台账,以巡视整改的实际行动践行“两个维护”,以巡视整改的优异成绩迎接党的二十大胜利召开。 □仲驿

体现“业绩升、薪酬升,业绩降、薪酬降”,从而充分激发企业和员工的活力和动力。

要根据“三个视角”“三大规律”与最佳实践对标。“三个视角”“三大规律”不只是理念,而是生产经营中经实践检验行之有效的方法论。各级邮政企业要充分认识到建设高标准市场体系的重要意义,遵循行业规律,对标竞争对手成功路径,借鉴行业有益经验;遵循市场规律,对标各环节的最佳设置、各要素的最优配置;遵循价值规律,对标各环节结算和激励举措。通过开展全业务、全流程、端到端、各环节、全要素的对标对表,时刻了解客户需求是什么、我们与竞争对手的差距是什么、行业先进的做法是什么,在产品服务、工艺流程、定额定编、效率效益、薪酬福利等方面按市场化机制优化配置资源,有的放矢地建立起行之有效的市场策略。

要逐步建立分层分类的全面对标体系。要从三个层面建

立对标体系。总部层面重点从全局性系统性方面对标,要清楚总部应承担的任务,查找工作上的差距。省级层面重点从执行和落实效果方面进行对标,既要与同业对标,也要与同类省对标,以取得与当地经济社会发展相一致的市场地位。运营层面重点从流程、标准、定额等执行情况对标,各板块都要从专业化管理方面分层分类对标改进。要建立健全对标工作机制,推动对标工作落实落细落具体。各层面都要明确对标责任单位和责任人,针对差距制定系统解决方案,强化责任落实,做到“四个到人”。

者为常成,行者常至。让我们以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,更加坚定地建设高标准市场体系,完善要素市场化配置体制机制,保持战略定力,以全面深化市场化改革的实际行动,实现中国邮政高质量发展的目标,为国企改革三年行动收官交上一份亮眼的成绩单!

启航之路

(上接第1版)

在此基础上,山西省分公司自上而下展开“思想大解放,作风大整顿”思想洗礼:自省,深刻剖析问题;唤醒,上下级人员“揭疤”;反省,结合他人批评反思;觉醒,作出庄重承诺。各级领导干部在被“群殴”式的提问过程中,直面问题,交流碰撞,进一步认清了差距,明晰了思路,转变了作风,谋划出推动发展的具体措施。

创新机制添活力

机制是调动发展积极性的动力源泉。山西省分公司一方面在管理上放权,在为各分公司追加工资总额奖励的同时,改变营销费用由省分公司集中使用的办法,全部放到市、县分公司使用,增强基层开展营销活动的灵活性;另一方面,在考核机制上做文章,将考核口径设置为月日均存款,有效解决月底冲业绩、数字高收益低的现象;按时间节点将全年目标分段考核,形成了全年常态化抓余额发展的局面;引入价值存款理念,对高效业务予以考核系数倾斜,以政策引导发展高效业务……“把大目标分解成小目标,从结果管控转向过程管控,确保余额与效益同步增长。”山西省分公司副总经理刘军亚说。

山西省分公司加快推进AUM理念的落地,设立“余额+保费+基金销量+理财保有量”的考核办法。目前,5款爆款基金完成集团目标,先后有7个分公司挺进全国百强。多资产配置、为客户提供更加高效的产品服务,进一步增加客户黏性,AUM派生存款成为余额规模稳存增存的“蓄水池”。

队伍是推进代理金融发展的核心。山西省分公司实施代理金融“四合一”改革,全省压降网点台席800余个,降柜优化人员1195人、清理外包人员334人;同时,加强专职营销队伍建设,成立了11个市级财富中心,组建了119支共计1023人的地推营销队伍;修订完善网点员工绩效考核办法,引导员工真正用心维系客户、发

展高效业务。保德县府前街营业所支局在客户到网点取包裹时,积极宣传金融业务,建立分类微信群推荐业务,开展各类活动引流到访。目前,该网点跨赛净增余额近6000万元。

赋能一线强支撑

随着线上支付手段的普及,网点到访客户量持续减少。山西省分公司为此决定强化科技赋能,打造线上线下相互引流的金融业务生态圈。

该分公司上线4个月就“圈粉”30万人的微金融公众号,具有业务宣传、业务预约、业务办理等功能。依托该平台,山西省分公司搭建了五星级客户权益体系,分层设计不同星级客户达标权益,有效解决了基础客户缺乏常态化维护手段等问题,促进客户提档升级;同时,开发了商户收单评价系统,对商户进行资产、交易、沉淀、收益、支撑等多维度数据分析,实现了一线营销员对商户的精准维护。太原市邮政分公司迎泽区分局地推人员曲慧告诉记者,他们这支地推队伍去年共发展微邮付商户4.29万户,交易8512万笔,实现交易金额229亿元,活期沉淀率达到7.33%,联动账户月日均活期余额18.63亿元。

为实现从传统的“单一产品销售”向“以余额为主的金融综合资产配置”的转变,山西省分公司加快CRM系统的推广应用,分层对市、县、区分公司领导和网点人员组织专题培训,按日对系统运行重点指标进行通报督导,CRM系统对经营发展的支撑效果明显。目前,山西省分公司CRM系统登录率达到100%,其中VIP客户分户率由去年一季度的73.87%提升到98%,事件线索执行率由51.66%提升到87.11%,利用该系统开展营销活动1200场。

为提升竞争力,山西省分公司2021年还先后迁址、改造、新增网点74个,为13个空白网点布放现金自助设备,更新老旧、高故障ATM或CRS设备23台,为推动金