

辞旧迎新之际,持续40余天的邮政年货节为新年节日消费增添了不一样的邮乐味道。邮乐网、邮乐小店、邮乐购站点等线上线下渠道共同发力,“红包雨”“超级品牌日”“拼团大战”……各种优惠促销活动一波接一波,吸引数千商家、数万客户参与其中,共享年货节的消费盛宴。本报收集、汇总了各地邮政组织开展年货节的基本情况,现将其中的活动经验和精彩案例呈现给读者。

喜 乐 年 货 节

邮 政 玩 出 彩



“皖美消费”乐享年货节

□本报记者 方怀银 通讯员 孙健

春节前的一段时间,“皖邮渠道平台工作群”里热闹非凡,大红的喜报一个接一个,“一元秒杀”“五折抢购”的年货节促销海报更是激发了人们的购买欲望,也炒热了邮政年货节的气氛。“今年,我们的年货节可谓好戏连台,全省统一开展‘皖邮惠农福虎BUY年’线上大促、‘月月有爆款’掌柜批销和‘邮乐陪你过大年’直播季活动,持续推广电商直播、社区团购、‘邮乐小店’等社群营销方式,推动线上线下销售全面铺开。”安徽省邮政分公司渠道平台部的聂尧天对年货节的战果颇为满意。截至1月31日,安徽邮政年货节共实现销售额1.34亿元。

顺势而为 线上线下联动

“年货五折,速速下单……”1月24日,合肥邮政抖音直播间进行了春节前最后一场直播。在4个半小时的直播中,观看量达到12.26万人次,实现销售额14万元。像这样的直播活动,在年货节期间,全省举办了近40场。

“一方面是应对疫情带来的影响,另一方面也是为了顺应消费升级趋势,今年我们将直播带货作为一个重要营销手段。”聂尧天说。安徽邮政在邮乐平台搭建“皖邮惠农”年货节专区,精选三级基地农产品、食品类产品组成年货礼包,统一采取优惠组合、搭赠等促销手段,推出“优惠抢不停”“超级五折购”“一元爆款秒杀”等丰富多彩的线上促销活动,支撑各地在邮乐网、BSC等平台开展直播带货活动。

1月初,合肥市邮政分公司新建了一个40多平方米的直播间,配备了专业人员和直播设备,正好在年货节上派上

了用场。今年,合肥邮政计划培养100名主播,在邮政业务线上营销转型方面持续发力。

线上持续发力,邮政线下的优势亦不可丢。“选年货,到邮政,价格实惠又省心。”枞阳县浮山镇向阳村综合服务站的“邮掌柜”施红胜成了邮政年货节的代言人。只要有客人进店,他都会主动推介年货节的产品。同时,他还尝试着在邮乐平台上开启“邮乐陪你过大年”直播带货,吸引众多老客户直接在网上下单。年货节期间,施红胜通过线上线下累计销售了40余万元的邮政产品。

针对年货市场和“邮掌柜”的销售特点,安徽邮政精心组织了年货礼包、“超级纯”乳品、酒水、粮油和其他区域特色产品,发挥“网点+站点”渠道优势,加大地推队伍访销力度,利用满减优惠券和奖励金等促销措施激励站点批销下单,激活站点的私域流量。1月17日,蒙城县邮政分公司板桥支局与专职渠道经理和“邮掌柜”在三关村邮乐购站点开展炒店活动,宣传年货节产品,当天销售大豆



消费者在邮政农产品馆内置办年货。

发挥优势 合力助农惠民

1月25日,农历小年这一天,淮南市

邮政分公司联合市商务局在邮乐网上举办专场活动,开辟年货节专区,推出淮南牛肉汤、焦岗湖咸鸭蛋等10余种地方土特产和大别山山珍等省内基地农产品,方便消费者一次性、一站式购齐年货。淮南市商务局电商科负责人表示,举办网上年货节,就是要以年货消费为契机,进一步发挥电商扩大消费和助力乡村振兴的作用。

今年,安徽省顺应消费升级趋势,推进“皖美消费”行动,让更多安徽产品和服务走向全国,让更多人来皖消费,享受高质量的“皖美制造”“皖美农产品”“皖美味道”“皖美旅游”。为此,很多地市的商务部门都与邮政合作,开展“皖美农产品”、网上年货节特色促消费活动。如宿州市商务局将宿州邮政邮乐线上年货节专区纳入全市线上活动,并上架了在市商务局、乡村振兴局等单位备案的地方农副产品50余款,和其他电商平台一道推广。

除了商务部门,各级工会部门也看好邮政“四流合一”的优势。今年,安徽邮政与省总工会继续联合开展消费帮扶活动。邮政积极对接各地中国社会工作网公示的产品,“832”平台产品以及帮扶村、就业帮扶车间的农特产品,做好产品包装、上线销售、寄递等工作,联系各企事业单位认购消费帮扶券,共同助力乡村振兴。

1月26日,六安邮政消费赋能促振兴线下馆里人头攒动,人们像传统赶年集一样来置办年货。近200款农特产品,很多都来自当地的帮扶村。“这里的商品都是地道的山里货,我们用消费帮扶券,在这里购买或者在微信小程序上下单,都很方便。”市民张蕙指着购物篮里的金寨香菇说。

如今,各地邮政将邮乐线下展示馆普遍升级为乡村振兴馆、消费帮扶馆,同时,在“邮乐商城”小程序里增设了消费帮扶区,可以使用电子券付款,购物更为便捷。截至目前,安徽邮政对接单位客户4598家,实现销售6196万元。

网上年货节透着家乡味儿

□本报记者 王圆圆

“家人们,看过来,今天咱现场包包子,面粉用的是科左中旗的血麦粉,肉馅用的是地地道道的科尔沁草原黄牛肉。这不,马上过年了嘛,大家都用得着。”

“老铁们,今天咱的直播可是名副其实的‘吃播’,让大家现场感受一下咱通辽货真价实的农特产品。”

1月17日,在中国邮政商城直播间,内蒙古自治区通辽市邮政分公司电商直播运营中心的两名主播吴月和牛天琪,一边手法熟练地包着包子,一边兴致勃勃地向网友展示通辽的农特产品,评论

区频频弹出“看饿了”“上链接”“看着真不错”“年味儿来了”,网友热情互动。

此次直播是通辽市分公司携手通辽市商务局共同举办的2022年网上年货节的一场重头戏。此次网上年货节突出线上为主、线下为辅,在坚持传统线下商超渠道的基础上,首次将线上直播带货作为销售主渠道之一,充分发挥直播平台受众广、传播快、触达深的优势,而且主打商品也极具通辽特色,品类繁多,包括牛肉、面粉、冻梨梨、特色奶皮饼、豆包、年糕、甜糯玉米等,都是置办年货时的常备食品,为即将到来的春节增添“年味儿”。

“新疆邮礼”续写援疆佳话

1月24日,新疆维吾尔自治区邮政分公司收到由和田地区商务局、农业农村局、乡村振兴局、邮政管理局联合发来的一封感谢信。信中表示,新疆邮政大力推动帮扶机制落地生根,充分发挥援疆干部人才作用,加速推进了和田地区农副产品市场化销售渠道建设,为推进和田地区乡村振兴增添了动力。

说起这封感谢信,“新疆邮礼”项目的成功开发功不可没。今年邮政年货节期间,和田地区邮政分公司联合徽杭坚果等农产品加工企业,精选和田大枣、薄皮核桃、无花果干、明星杏仁等10款具有和田特色的农副产品进行组合,推出“新疆邮礼”“和田印象”等年货套餐。1月2日,首批1.2万份“新疆邮礼”年货礼包启程发往安徽。截至1月26日,“新疆邮礼”“和田印象”等年货套餐销售额超过200万元。

“新疆邮礼”如此大受欢迎,离不开一位邮政援疆干部的辛苦付出……

伍晓越,一名来自安徽邮政的援疆干部,2021年6月,从安徽省和县邮政分公司被选派至和田地区分公司,担任市场营销部经理。上任伊始,伍晓越便

奔赴一线,展开调研,一边了解当地风土人情,一边思考地方产业与邮政的融合发展。在了解到当地特产和田大枣品质好、种植规模大的特点后,他走进百余户农家田园,深入20余家加工企业,与农户、企业负责人一起研究和田大枣深加工、精加工的市场前景,探讨利用邮政渠道拓展销路、推进产销对接的可能性。

在此后的半年时间,伍晓越四处奔波,跑市场、找销路,俨然成了和田大枣的邮政代言人。在邮乐平台的支持下,通过电商渠道销售和和田大枣超过10万单,实现交易额320万元。

在得知集团公司准备组织邮政年货节的消息后,考虑到新疆特产在全国年货市场的受欢迎程度,和田地区分公司精选10种当地优质农副产品组合成干果大礼包,并取名为“新疆邮礼”,作为年货节的主打商品。和邮政从广告宣传页、产品包装袋、礼包包装设计,到合作厂家洽谈、产品质量监督、市场渠道对接,每个环节都将细节做到极致,以专业化水平打造一款和口味的年货精品。

□云露瑶

新业态变成新常态,新平台催生新动能。2021年2月,通辽市扶贫办授牌邮政电商直播运营中心为“通辽市消费帮扶集采中心”,电商直播也逐渐成为通辽邮政助力乡村振兴、推动政企合作、融入地方经济发展的重要抓手。通辽市分公司市场营销部林洪武告诉记者:“过去一年,电商直播中心紧抓‘919电商节’、中秋节、国庆节等重点节日契机,推出了不少爆款产品,在邮乐网、BSC平台共举办线上直播23场次,实现线上销售5100单,带动线上线下销售33.71万元。”

半个月前,通辽市分公司与通辽市商务局、开鲁县人民政府携手,举办了“多彩开鲁”特色农产品公益直播活动,将直播主阵地设在开鲁县,百年酒业、

晶山食品、草原牛王、麦新扶贫小店等多家地方企业与通辽邮政签订了直播合作协议。据开鲁县邮政分公司总经理江岩介绍,2021年,开鲁县分公司与开鲁县电商公共服务中心达成合作,发挥邮政县乡村三级仓储物流体系的优势,畅通工业品下乡和农产品进城的双向循环渠道,服务当地农村电商发展。开鲁县政府更是投资30万元在开鲁县分公司设立了开鲁电商直播中心,并购置8台厢式货车、2台冷藏车专门用于物流支撑。

企业助力政府,电商聚焦农村,“农味儿”撞上“年味儿”,热热闹闹的直播,不仅刷新着人们对农村的认知,也不断刷新着邮政这支行业“国家队”助农惠民利民的新图景。

1月13日上午,一段字正腔圆的《花木兰》豫剧选段表演将河南省新乡市邮政分公司2022年首场“年货节——邮政批销享实惠”直播订货会引爆。“太好听了,再来一段!”“唱得真不赖!”邮政主播于新丹的精彩表演,迅速赢得直播间内3000多位便民站老板的点赞和喝彩。

除了新乡市的主会场,此次直播订货会还在下辖的8个县(市)分公司分别设立了分会场,20余位主播使出十八般武艺,轮番上阵展示才艺,为整场直播订货会营造气氛、助力添彩。直播从上午9点持续到晚上9点,共有3513位便民站站主及合作商超店主受邀进入直播间,其中,2419个便民站下单订货,实现批销额1087万元,站均订货4500元,顺利完成邮政年货节自营批销计划,实现了批销业务从线下到线上的华丽转型。

为做好直播预热,新乡市分公司前期做了大量铺垫工作。各县(市)分公司在金融旺季访村入户的基础上,对便民站制定走访时间表,对辖区站点逐一访销,介

绍批销商品、奖励措施和直播间活动,初步沟通下单意向,为当天的直播活动宣传造势。

为做好产品支撑,市、县两级分公司仔细梳理大单品,结合全市统一运作商品和区域运作商品的特点,与商家洽谈活动政策,制定直播订货方案。在直播活动前掌握商品细节,在订货平台系统内完善商品的品牌、图片、规格、价格等信息内容。此次活动引入众多一线知名品牌,上架商品以大单品为主,共计285种,全方位满足便民站订货需求。

直播活动开始后,新乡市分公司在各个直播间设置实时下单龙虎榜,在现场展示了高档电压力锅、多功能汤锅、LED智能台灯、毛巾套装、精美水杯及高档腰带等奖品。随着一轮又一轮的抽奖,直播间的气氛不断被推向高潮。

“这次直播中我订了2万元的货,感觉很划算。”原阳县阳阿乡张士道村的陈老板高兴地说,“希望邮政多举办这样的活动,我们能够销售更多一线知名品牌的商品,为我们的小店增加人气、带来财气!” □梁晓卫 董建祥

直播订年货
批销下单忙