

本期关注：四川邮政代理金融转型发展

以肥为媒双引流

“老乡，我们明天搞农肥订货会，记得过来参加哦，就在易家河坝那儿。”

“要得要得，等会儿我跟孙么哥也说一声，我们几个约到起一路来。”

阳春三月，金黄的油菜花铺满大地，又是春耕好时节。四川省广汉市三水邮政支局局长肖婷婷穿梭在田间地头，邀请村民参加大春农肥订货会。这样的订货会从2018年举办以来一直受到村民的欢迎。

在德阳，邮政各支局以肥为媒，结合金融“开门红”和大春肥料销售的时间节点，开展了一系列宣传走访活动。目前，邮政农肥节活动已家喻户晓，辖区内的种植散户、大户都积极参与。在宣传方面，德阳市邮政分公司制作了农肥礼品券，挨家挨户拜访，再利用村级广播、DM单、海报、展架、车身广告等媒介在场镇、村组、院落开展地毯式宣传。同时，通过与农户沟通，了解农户生产生活的基本情况，宣传金融优惠活动，增进与农户的感情。

“我家屋头只有我、我老婆子和一个小孙子住在一起，娃娃们都在外地打工，邮政这个农肥活动解决了大问题咯。我们在邮政订的肥料，价格相因(实惠)，而且每次他们都用车直接给我拉到屋头来，还帮我把肥料码好。我们一家都感谢邮政，也信任邮政，现在屋头的钱全都存到邮政的。”家住德阳市罗江区驷家镇的李廷学老人以种植莲藕为生，子女均在外务工，家中缺少劳力，今年，他刚从邮政购买了2.5吨农肥，邮政直接送肥到户，解了老人一家的用肥之急。

“我们针对城市和农村市场采取不同策略。城市主要是开展‘异业联盟’和‘逢八有礼’等爆点活动。在农村，农肥节优惠活动就成了效果最突出的引流方式。”德阳市分公司金融业务部负责人殷晓峰介绍道。通过构筑金融生态圈，一点一滴积累起客户资源，德阳市分公司顺利打开了余额高质量发展的新局面。从2018年到2021年，德阳市分公司的余额规模在全省邮政排名上升3位。2021年，德阳市分公司以代理金融网点为依托，在全市范围内开展农肥节优惠购活动，全年实现农肥销售4379吨，新增和留存金融资产共1.05亿元，并节约宣传费用30万元。

“金融服务无处不在，就是不在网点”，随着金融业竞争的日渐加剧，传统获客方式已难以持续。德阳市分公司以肥为媒推动“双引流”的发展实践就像是一面镜子，投射出整个四川邮政跳出“就金融抓金融”的传统思维，有效运用“三大规律”，“圈”出金融新生态的经营智慧。

场景获客找流量

晚上9点，佳泰路邮政所的门口依然灯火通明，热闹非凡。下班后，网点在营业厅门口办起了小夜市。这个位于泸州市泸县的营业网点，按照“天天有夜市、天天有主题、天天有惊喜”的思路，每日推出电影路演、沙滩球池游玩、抓娃娃大比拼、有奖知识抢答等带有“邮”文化的活动，吸引了大批群众参与。

“孩子们非常喜欢来这里耍，从夏天乘凉到冬天散步，附近居民已经习惯饭后来网点坐一坐了。”网点负责人车朝惠介绍道。

夜市现场设置了农产品选购专区、邮政文化创意产品体验专区，助力分销和函件产品销售。同时，网点员工在活动中向客户宣传保险、理财、基金、简易险等产品，有力助推了各项业务发展。夜市活动延续到晚上10点，并延长了客户领取包裹的时间，极大方便了附近居民。

“我家里的生活用品基本都是到邮政买的，主要是方便，价格还很便宜。”李大姐是佳泰路邮政所的忠实客户，邮政所内陈列的所有生活用品，李大姐都可以按会员价购买。目前，泸县邮政分公司将佳泰路“夜市活动”升级为“两线”同步活动。在线上，依托“易邮铺”，开展拼单、消费满减、1分购等优惠活动；在线下，开展“会员日”、邮商联盟、健康管理讲座、优惠购等活动，客户非常欢迎。

在场景获客的探索实践中，四川邮政积极创新引流方式，以全产品链搭建资金内循环体系，打造“线上+线下”支付交易场景，成功实现客户、商家资金在邮政生态圈内循环。通过生态圈的客户身份识别体系和支付结算体系，围绕客户衣食住行文娱核心需求和“人生大事”等关键环节，邮政构建起可变现的“金融+生活”场景，将线下网点、合作商家、线上商场等场景统一管理，解决了邮政内部各条线、邮政与商户之间的客户共享问题。

圈出新生态

打造邮政、客户、商户多向互动的生态圈，依托场景活动拉动流量变现。近年来，四川邮政在新发展理念的指引下，有效运用市场规律抓末端闭环，运用行业规律强化客户经营，运用价值规律实现共享共赢。对于客户而言，获得了实物礼品之外的更多活动权益；对于商户而言，1152个商户投入233.5万元费用与邮政联合开展活动，获得引流客户341万人次；对于四川邮政而言，营销资源可以被精准投放，参与生态圈活动的客户带来了超过全省邮政三分之一的新增AUM。这些活动进一步增强了邮政深度获客、黏客能力，加快了邮政从“做储蓄”向“做银行”“做生态”转型。

搭建“流量圈”、拓展“朋友圈”、构筑“合作圈”，四川邮政运用“三大规律”，围绕吸客、活客、获金，“圈”出了代理金融发展新生态，2021年新增余额429亿元，刷新历史纪录，余额规模站上4500亿元的台阶，实现收入69.25亿元，增幅为8.47%，创四年来新高。

惠民活动交朋友

“太源井晒醋吃起来很香，平时买都八九块钱一瓶，咱邮政这次活动九块九两瓶，真的很相因(实惠)。”自贡市沿滩区联络镇的徐女士在联络邮政所参加社区团购活动后高兴地说道。

自贡沿滩区邮政分公司采取“社区团购+党建+支局+站点”的模式，以各网点为依托，设立了16个自提站点，通过厅堂引导、外拓等方式开展宣传，邀请客户参与晒醋团购，享受邮政优惠。同时，对接生态圈商户、“邮掌柜”协助引导客户网上下单，选择支局站点自提，多专业联动对新老客户实现“1+N”深度开发。

四川邮政坚持以客户为中心，对内打通内部客户管理系统，将存量客户的资产等级、客群标签、积分等特征信息带入平台；对外对金融生态圈内客户参与各项服务收集信息和数据。同时，围绕不同客群，开展针对性、定制化、差异化的平台活动。形式多样的“生态圈”活动，让客户得实惠、让邮政得客源。

在成都，邮政将网点建设成“生态圈”的线下商超，40个主城区邮政网点全部入驻“生态圈”，线上发券邀约客户到线下金融网点享受优惠。

在资阳，邮政打造了“店中店”，构建起邮商联盟线下场景，在60个网点重点推广；并制作商户盘点流程，通过生态圈平台卖点提炼、商户营销商机管理，开展吸粉活动。

四川邮政持续整合线下自有金融网点、邮务网点、报刊亭、“邮掌柜”、聚合支付商户等渠道，以及线上易邮铺、熊猫邮局等在线场景，发挥平台优势，构建客户生活服务生态圈，有效解决了专业融合发展的难点和客户维护的痛点问题，并不断开展新的尝试，进一步拓展邮政的“朋友圈”。

共享共赢谋合作

位于绵阳市的奕川水产养殖农民专业合作社内展示着系列泥鳅深加工产品。参观者可现场扫码，即时通过“邮乐网”下单。该合作社理事长李晓川说：“邮政对合作社的帮助太多了，从农资购买到金融贷款、工资结算，再到技术指导和产品寄递，服务那可真是全方位的。”

奕川超鲜农产品优购一站式体验馆是邮政惠农服务签约合作社——奕川水产养殖农民专业合作社的下游产业，集农产品展示、生鲜销售、同城配送、餐饮消费等功能于一体，同时也是邮乐购站点，由邮政为其提供线上销售、农产品上行、同城配送、客户引流(持有邮储工会会员卡的客户可享受优惠)、商户收单等服务。该体验馆于2021年6月开业，体验馆负责人说：“开业近20天，已通过邮政聚合支付沉淀资金6万多元。农产品产业链已经完全转起来了，为进一步深化合作，共同打造农村电商生态圈积累了经验。”

绵阳市邮政分公司与商户达成可操作、可管控、可分析、可持续的邮商联盟合作，依托平台与合作商家共同开展客维活动，做到“每日有优惠、每月有主题、节日送福利、客群有专属”，让客户活动覆盖面更广、信息准确度更高。邮政与商家、客户能时刻保持联动，从而形成商家让利、邮政积分、薄利多销的发展模式。

在遂宁，邮政与政府部门达成多项政企协同大项目合作，其中包括与总工会协同的工会惠民项目，与农业农村局、传媒集团合作的“邮政+农民专业合作社”惠农项目，与市委宣传部、网信办、乡村振兴局、传媒集团协同的网络帮扶项目，与遂宁文旅、商务局协同的巴蜀休闲产品博览会项目等。这些项目有效带动了邮政金融、寄递、文传、渠道等业务的协同发展。邮政联动商户开展的系列活动，为290家商户引流15.78万人次，引流率达17.12%(活动客户交易占商家扫码交易比重)。商家为邮政吸粉2.5万人，转化为金融客户2335人。

在巴中市，邮政通过“政+邮+商”的合作开展工会会员普惠消费活动，带动商户消费730万元，新增发放工会会员卡9574张，其中信用卡6081张；仅一天时间就发展聚合支付商户80户，沉淀资金约800万元；开通手机银行1500户、快捷支付2000户。

2021年，在四川省农业农村厅和四川省邮政分公司、中国邮政储蓄银行四川省分行联合召开的四川邮政助力农民专业合作社高质量发展现场推进会上，四川省农业农村厅总经济师廖蔚对邮政融入地方经济、服务“三农”、服务乡村振兴工作给予高度肯定。他表示，农邮合作是推进农民专业合作社高质量发展的重要举措。合作范围由试点县向全省纵深推进，合作内容由单环节服务为主向全产业链协同服务推进，在合作模式上探索创新了“政府+邮政+农民专业合作社+上下游企业”多主体为农服务的新模式。

击鼓催征稳驭马，奋楫扬帆启新程。四川邮政已经在发展过程中逐步构建起有邮政特色的商业生态系统雏形。下一步，四川邮政将在集团公司总体战略的引领下，发挥协同这一最核心的优势，多角度探索构建更高效的金融“生态圈”，打造“普服+金融+寄递+电商+N”邮政特色商业生态圈发展模式，为代理金融的良性、高质量发展提供新路径。



□本报记者 张津 通讯员 程森 石青梅 代山河 徐鹏 李兵