



## 江津邮政 新生态开启新引擎

在重庆市江津区鼎山邮政所便民“一站购”展示柜上,粮油、调味品、日化用品应有尽有,“邮政919丰收欢乐购”的宣传海报格外醒目。这不,乘着“919电商节”的东风,前来咨询、选购商品的客户将货柜围了好几层。

“吃的、喝的、用的,都可以到邮政买。要是开通数字人民币,还可以参加‘满99减40’活动!”今年,客户李大姐不仅学会了时髦词“数字人民币”,更是对江津区邮政分公司推出的“919优惠购”活动打出五星好评。

活动引领是江津邮政批销业务发展的一大亮点。正值“919电商节”,江津邮政在各网点、站点同时启动爆点活动,已完成批销交易额420万元,集团级大单品交易额达463.24万元。这与江津邮政加快建设“专业团队+网点+站点+社区”批销商品销售生态圈息息相关。今年以来,江津邮政从

## 绍兴邮政 大单品圈粉“邮掌柜”

今年以来,浙江省绍兴市邮政分公司坚定不移实施乡村振兴战略,解码落地“三个生态圈”重点项目,在“工业品下乡+农产品上行”双向商流渠道上实现新突破,大单品批销业务闯出新天地。截至8月底,绍兴邮政累计完成批销交易额6447万元,排名全省邮政第一;累计完成大单品批销交易额5488万元,排名全省邮政第二。

邮政“919电商节”又一年强势来袭,为了烘托邮政专属购物节的节日气氛、提升批销业务量,集团公司“邮掌柜”系统平台上发放了各类红包、满减优惠券,以此提升“邮掌柜”的线上活跃度与消费积极性。截至9月10日,绍兴邮政“邮掌柜”优惠券使用量排名全省邮政第一。为了能够常态化开展大单品批销业务,实现“周周有量”,绍兴邮政定期组织“周一品”专款大单品

## 巴中邮政 我的渠道我做主

今年邮政“919电商节”,集团公司组织的批销商品品类和大单品数量均有显著增加,同时鼓励各省(区、市)邮政自主招商,开拓具有本地特色的批销市场。自“919电商节”启动以来,四川省巴中市邮政分公司聚焦四川邮政自主招商的郎酒系列产品,发挥自主渠道优势,截至9月10日,累计销售郎酒系列产品448万元,销售规模列全省邮政第一位。

酒水市场历来是快消品批销业务竞争最为激烈的市场。要想做大批销规模,产品必须适销对路。

今年以来,巴中邮政在总结前期酒水销售经验的基础上,根据客户看重大品牌、高品质、优服务等消费需求特点,选取四川邮政自主招商的郎酒系列产品作为酒水重点项目,产品涵盖高、中、低端不同市场,满足各类客户的不同需求。

“邮政的酒水不仅有价格和服务优势,

中秋、国庆喜相连,城乡居民消费将迎来一个高潮,而“两节”也是邮政批销业务的营销旺季。作为今年“919电商节”的重头戏,平台批销业务通过线上线下融合,打通从需求端到消费端的全链条,为消费者乐享购物狂欢加“邮”赋能。

今年,集团公司提出,通过商品全面丰富、业务全面叠加、地推全面覆盖、客户端全面激活,做大下行商流规模,加快大单品全面落地。在今年“919电商节”期间,“掌柜必买清单红包天天抢”“919直播”“超级品类周”等线上营销活动,配合地推的深入走访,让邮政精品触达广大“邮掌柜”和消费者,更好满足他们的节庆消费需求。千万红包火爆开场,百亿补贴同步跟进,狂欢福利一波接一波,这正是“购物上邮乐 全家都欢乐”。

# 精品连连 邮乐多多

供给端、渠道端、需求端入手,线上、线下融合发展,点燃了批销增长的“新引擎”。

线上,江津邮政以社区团购为切入点,构建“网点+站点+社区”电商生态圈,依托“邮乐小店”“邮乐优鲜”销售平台,优选批销大单品、基地农产品,实现“每日有开团,每周有活动,每月有精品”,做大线上商流规模。线下,则是以邮乐购站点为依托,组织“年货节”“919电商节”等专项节庆活动,常态化开展院坝会、会员日、集中促销等活动。截至9月10日,江津邮政已组织线上团购80余场,开展线下院坝会、集中促销活动上千场,再加上30期会员日活动、3场大型订货会,线上线下丰富的活动为江津邮政全年的批销业务贡献了超过六成的业绩。

“邮政的产品越来越多、越来越好,价格也实惠!”筋斗云食品店“邮掌柜”周游面对丰富的商品都挑花了眼。见当下十分

畅销的饮料、啤酒等商品种类繁多,还可以参加满减活动,他立马在线上下单60件饮料、100件啤酒。

近年来,江津邮政对标市场,通过自营批销、引入区域商家和撮合商家,形成了“邮商联盟”商品供给生态圈。今年“919电商节”,江津邮政引入了多达30个品牌、200余款商品。丰富的产品、诱人的“优惠购”,引燃了“邮掌柜”们的订货热情。“919电商节”刚一启动,江津邮政便迎来了下单潮,“邮掌柜”订货率达到80%。康师傅、农夫山泉、青岛啤酒、金龙鱼、泸州老窖等大单品格外受欢迎,补货不断。

从人到产品,从活动到渠道,江津邮政“专业团队+网点+站点+社区”批销商品销售生态圈成效明显。目前,江津邮政集团级大单品交易额在全市邮政排名稳居第一。

□王春兰

往深受村镇消费者的欢迎。绍兴邮政利用地推队伍,通过“掌柜”微信群分享商品优惠信息,并在邮乐购站点举办商品促销,吸引“邮掌柜”与乡镇村民前来了解和选购。

为给“919电商节”造势,绍兴邮政严选30个优质标杆站点,开展“邮政919丰收欢乐购”主题会员活动,实现对邮乐购站点和邮政企业的同步宣传。活动期间,绍兴邮政联合品牌商家推出爆款大单品,促销力度更是极具吸引力。其中,田秀秀珍珠香米就在会员活动首日以2小时热销57袋的成绩成为大单品“热度冠军”。

从线上到线下,从稳内到拓外,绍兴邮政在大单品批销业务上持续深耕细作、挖潜增效,不断释放邮政农村电商生态圈的活力与潜能,也在描绘着乡村振兴的新美景。

□郑思薇

您的。”

在“919电商节”启动之初,按照集团公司、省分公司要求,巴中邮政组织走访1645家邮乐购商超,了解“邮掌柜”对酒水产品的需求,邀约“邮掌柜”165人参加订货会,实现交易额127万元。

此外,巴中邮政还积极探索“支局+站点”双引流模式,打造批销优质站点,挑选适合“邮掌柜”销售的产品推送到批销平台,并向供应商争取到更多向“邮掌柜”倾斜的促销政策,培养“邮掌柜”登录系统进行批销订货的习惯,为邮政自主招商产品销售赋能。

“巴中邮政将全面构建‘支局+’发展模式,整合资源,拓宽渠道,提升能力,今年力争郎酒系列产品销售额突破600万元。”谈及下一步如何做好四川邮政自主招商产品批销时,巴中市分公司渠道平台部负责人王吴信心满满。

□陈诗 磊彭旌



## 黄石邮政 “借船出海” 一路畅行

□本报记者 周唯  
通讯员 姜自鑫 习艳珍

要想做大批销额,渠道是基础。湖北省黄石市邮政分公司创新思路,以“借船出海”之策,对供货商的分销渠道进行资源互用。“把你们的合作商户升级为我们的‘邮掌柜’店主,不仅不影响你们产品销售,还可以通过我们全方位的宣传和专业联动,在一定程度上增加产品销售额。”黄石市分公司渠道平台部经理黄宠对扩大邮商合作信心十足。

黄宠的话让供应商看到了邮政诚意,也认同了他的想法。在供应商的支持下,黄石市分公司对其分销渠道按区域进行划分,并实地考察、挑选出优质店铺发展为邮乐购站点。目前,已新增邮乐购站点80个,在推动批销业务发展的同时还促进了渠道的布局建设。

8月13日傍晚,阳新县排市镇百惠超市邮乐购站点内,人来人往,好不热闹。这里的邮政会员乐享购专区正在开展农夫山泉系列“饮品八折,有买有送”促销活动,吸引大批顾客光顾。

连日高温带动水饮消费走高。为抢抓营销旺季,黄石市分公司充分利用现有网点、渠道,与合作商家共同打造“店中店”,在复用当地合作商家站点、仓储和地推等资源及优惠促销政策的同时,推动邮政批销产品线上线下一体化销售。在邮乐购站点,设置邮政会员乐享购专区,由邮政网点向“邮掌柜”铺货,利用网点空闲时间开展销售工作。同时,丰富“邮掌柜”批销产品种类,用好邮乐平台优惠券减免等活动福利,做好线下订

单向线上引流。

“大家期待了很久的茶π到货了,快来提货吧!”8月27日,下陆区石榴园小区,“邮掌柜”兼社区团购“团长”李老板在微信群里发出提货通知。黄石市分公司结合市场需求,将部分广受大众欢迎的单品引入“邮乐生鲜”平台,以接龙转发形式开展社区团购,引导各支局员工、“邮掌柜”担任“团长”,指导他们开展社群营销。短短2个月的时间,共开团221次,实现销售额15万元。

“这是送给您的优惠券,可以无门槛换购我们‘店中店’展销的农夫山泉系列产品。”黄石市城区营业分公司杭州西路支局内,营业员黄玲将一张5元优惠券递给刚寄完包裹的汪女士。

黄石市分公司在网点设置展销区,开展每周一款特价产品限量销售、定期客户邀约、网点积分兑换等活动,吸引客户通过“邮掌柜”系统后台下单,促成平台批销交易。

为打破专业壁垒,实现金融、寄递、邮务板块之间有效联动,黄石市分公司针对大额存单、保险、基金、寄递等业务,开展优惠换购拓客活动。让客户进店办业务就有实惠,不断增强网点与客户之间的黏性,激活线下渠道,推动“网点+站点”管理模式全面落地,构建渠道、金融、寄递营销场景,打造“平台+商家+网点+站点+会员”的平台批销生态圈。

通过“借船出海”、场景打造等创新举措,黄石市分公司与农夫山泉、金龙鱼等商家实现了深度合作,大单品已实现批销额762.39万元,完成活动进度的76.23%。

## 新乡邮政 直播订货 批销上量

“大品牌,大厂家,质量绝对信得过,请大家放心品尝。”在邮政“919电商节”批销直播订货会上,河南省新乡市邮政分公司的两位主播正在声情并茂地介绍邮政大单品。从8月底开始,新乡邮政各大直播间轮番上线,20位主播使出浑身解数,与直播间内的2400余位“邮掌柜”持续互动,一条条订单信息,成为新乡邮政大单品批销持续上量的重要保障。

在今年的“919电商节”活动中,新乡邮政以战略绩效考核指标为导向,加强过程管控和激励引导,依托线下订货会和线上批销直播模式,对大单品批销上规模、提效益形成全方位支撑。今年“919电商节”期间,新乡邮政计划打造万单大单品60个。截至9月8日,新乡邮政累计完成集团和省内大单品批销4188万元,位居全省邮政首位。

新乡邮政认真梳理集团公司和河南省分公司组织的批销大单品的特点和市场需求情况,一方面充分依托邮政便民服务站、邮乐购站的渠道优势,引导区域经理在站点维护中加大对大单品的推荐力度,提升大单品在整体批销额中的占比;另一方面,通过批销项目开展代配送业务,弥补大单品发展缺项;此外,还积极引入撮合批销商家,强化对上架单品的宣传和推广,做大平台流量,持续提升销售规模。

按照“管理提升年”的工作部署,新乡邮政聚焦提质增效,以分销毛利率提升为主线,推动批销业务提质增效。截至8月底,新乡邮政批销毛利率较去年同期提升4.77个百分点,排在全省邮政第一位。其中,通过电商项目带动,全市累计合作商户有112家,实现直播订单261.9万单、形成销售额4716万元,实现进销差价金额达513.26万元。

目前,新乡邮政拥有8个“1万+”的直播矩阵账号,覆盖邮乐、抖音、快手等多个平台,数次冲上抖音带货榜第一名。其中,单场最高实现订单5.63万单、销售额128万元,最高在线人数超过2万人。

新乡邮政紧抓“919电商节”契机,认真梳理本地特色农产品、大型农业专业合作社、地理标志产品等,与各级政府建立常态化合作机制,明确“太行魂、黄河缘、牧野味、新邮情”的产品定位,大力推进“一县一品”,基本覆盖了新乡市的所有地标产品和老字号产品,为方便速食、新乡卫材、原阳大米、新乡面食、太行山珍等知名企业建立产品库,打造优质产品供应链,为网红产品的销售对接提供便利,全力服务乡村振兴战略。

□梁晓卫