

聚焦关键 深化改革 打造行业“国家队”

深耕五大重点物流市场

●快消行业规模效益促发展

一、总体思路

依托邮政资源和网络优势,为国内外知名快消品牌客户提供从原材料到工厂、工厂到仓库、仓库到末端门店和经销商、个人的全环节供应链物流服务,通过供应链规划、总分仓管理等方式满足客户的季节性运作需求,并有效控制物流成本。

二、工作举措

(一)制定快消行业服务标准及方案,全国复制推广

寄递事业部总部制定快消行业解决方案,对各省(区、市)邮政服务拓展快消行业市场进行推进指导。采用统一的服务标准,既可以提升物流服务质量,又便于优化内部管理,提高运作效率。针对快消行业供应链运营体系制定完整的供应链服务标准及方案,以典型服务案例为重点,开展仓储、整车运输、零担运输、冷链运输、恒温运输等一体化服务,全面做好快消行业物流项目的整体推进。

(二)组建全国快消业务大客户经理团队,开展针对快消行业的多层面营销

全国各省(区、市)按照总部制定的行业发展计划,积极开展快消行业流程优化、质量提升和业务挖潜工作。快消行业物流业务实行总部快消行业负责人、省(区、市)物流分公司负责人和负责快消行业物流业务的专职客户经理三级负责制。通过多层次的项目团队,对省(区、市)快消客户展开全面的营销活动。

(三)专业协同,通过综合供应链服务方案打动客户

邮政物流在推进快递物流服务与产品分销、金融服务协同发展的同时,围绕快消行业客户的分类,细分酒水、食品、连锁、家居、化妆品、烟草等市场,并根据市场的特点和业务需求进行资源整合,满足项目需求。2003年至今,邮政物流通过在快消行业服务规模的不断积累,提升了邮政物流在快消行业的竞争优势。

(四)定期培训,提升全国快消行业管理水平

寄递事业部总部定期召开快消行业专项工作推进经验交流会,推进全国快消行业项目发展,集中研讨解决各地提出的有关问题。按月通报快消行业市场推进情况,组织项目营销及作业现场学习交流,示范引领快消业务快速发展。

最佳实践

打造仓配一体“直通车”

——四川邮政与泸州老窖“酿造”醇香合作

近年来,在国家一系列稳增长、促消费的举措和品牌优化消费供给的推动下,快速消费品市场良性增长规模持续扩大。中国邮政专注快消品行业数十年,根据客户的不同物流需求,提供原材料运输、总分仓服务、恒温仓储、冷链运输等供应链全环节物流服务。

四川自古便被称作“天府之国”,以盛产五谷杂粮而闻名于世。沃土巴蜀优越的水资源和良好的地理环境,孕育了泸州老窖等一批名酒,市场前景广阔。针对酒类快消品项目,四川邮政提前布局,发挥“首席+综合+专业+点部”营销优势,于2008年同泸州老窖集团有限公司正式“牵手”,从此开启了长达15年的合作之路。

合作初期,四川邮政的分销渠道拓宽了泸州老窖国窖、邮礼天下等产品的销路。在邮政强大的资源和网络优势赋能下,泸州老窖产品的销量日益提升,双方合作意向也随之加深。因此,泸州老窖物流项目应运而生。

2012年,中国邮政与泸州老窖签订集团战略合作协议,泸州老窖物流项目成为四川邮政市(州)级第一个上规模的合同物流项目,并纳入全国重点项目统一管控。经过10多年的酝酿与沉淀,项目整体物流费用已达3.1亿元,仓储费用达1.1亿元。

打造专业仓储物流园

泸州老窖物流项目起始于四川泸州市辖

区内的“仓储+运输”服务。泸州市邮政分公司改造本地自有仓储两处,仓储面积达2.4万平方米,并进一步完善了仓储管理办法,引进最新仓储技术,打造了专业的仓储物流园,实现客户产品出入库全流程快速、高效。

“起初,得益于泸州邮政自有仓储建设,服务物流项目的大型车辆可多辆同时进出园区,无缝衔接,满足了第一时间发往全国分仓和各地供应商的需求。”泸州老窖物流项目负责人这样说。邮政的专业仓储服务保证了最快速发货,也缓解了存货压力。

2015年,随着国内红酒市场规模扩大,泸州市分公司以拓展国际进口红酒销售市场为契机,加快对红酒产品恒温恒湿仓库的改建,在兰州、郑州、嘉兴等地为泸州老窖项目提供数智化的仓储管理以及产品换箱、贴标、换标、激光防伪刻录等增值服务,获得了客户的赞许。

除四川省内仓储外,邮政还获得了泸州老窖项目在乌鲁木齐、哈尔滨、郑州、长沙、南京、昆明6大分仓的优先配送权,通过仓库管理能力提升、灵活发货,进一步提高了作业效率,节省了运营成本。

目前,邮政已成为泸州老窖最大的分仓服务供应商,份额占比达80%。

开启区域配送“直通车”

当前,城配业务不仅需要“响应快、效率

高”的专业仓储,而且要满足订单日趋“小批量、多批次”的区域配送需求。“大邑县邮政分公司要数120件,客户要今天到货,我已经在系统里下单了。”上午11点,成都市大邑县邮政分公司岑禹栋收到了泸州老窖成都某供应商的需求,第一时间通知了仓储中心。

位于成都市青白江区的邮政仓储中心,收到配送订单后,即刻开始打包、扫码、分装、转运。下午4点,货品准时运达大邑,县分公司随即安排邮车送到客户手中,从下单到收货,整个过程仅用了不到5个小时。

“除了时效要求高,还要确保所有运输环节公开透明,防止倒买倒卖。能满足这些要求的,只有邮政!”泸州老窖成都供应商李丽君对邮政高效的“直通车”服务非常满意。

2021年10月,依托全国城配业务信息系统的进一步完善,泸州邮政提出了一整套杭州城配项目运营解决方案,并中标。同时,顺利完成与泸州老窖的订单接收、物流防伪码回传等系统端口对接,为后续其他城市的城配项目上线打下了基础。

以客户为中心赢未来

客户是立业之本,赢得客户的认可才能赢得市场。从传统“仓储+运输”到“分仓+区域配送”,再到各板块多业务协同发展,四川邮政紧跟市场变化,坚持“以客户为中心”,抓住客户需求,不断强化自身能力建设,实现了

“销售+配送”两翼齐飞,双方合作进入黄金期。

截至目前,泸州老窖项目在四川邮政渠道产品销售金额约2400万元,带动标快寄递实现收入8万元,带动物流业务实现收入65万元。

下一阶段,双方将总结项目运营经验,完善信息系统,深度探索供应链上下游环节的合作,共同致力于“智慧物流”生态融合共生,开启加速模式,推动项目合作向数智化转型。

□万万多 宋贞颖

案例点评

泸州老窖项目是典型的快消生产销售企业综合物流服务案例。一是四川邮政从单一功能性物流运输项目逐步向仓配一体化物流转型,通过仓储自动化能力建设、差异化的运输方式、物流信息系统规划等综合服务能力提升,逐步实现了项目“干线+区域+同城”多元化经营。二是发挥邮政板块协同优势,带动分销、快递等业务发展。三是泸州老窖项目抓住总部物流信息系统推广应用契机,上线数据控制塔等系统功能,实现了项目运营全程信息化管控。泸州老窖项目为酒类企业标杆化运作提供了优秀经验,为全国快消品行业经验复制打下了合作基础。

深耕头部客户需求 塑造行业物流标杆

——贵州邮政物流酒类项目运作解析

贵州省邮政分公司充分发挥自身物流资源优势,深耕客户需求,解决客户痛点问题,实现了与白酒巨头茅台集团的战略合作。以“业务专项化、运营标准化、管理可视化”为主要抓手,推进了项目的成功落地。与茅台物流供应链的全面合作,为贵州邮政进一步塑造品牌、增强市场竞争力注入了活力。

项目中标
剖需求展优势 促进顺利合作

2020年10月,茅台集团启动了全国运输业务招标,邀请邮政参与。经集团公司寄递事业部授权,贵州邮政作为源头项目组参与投标工作。积极的合作态度、专业的解决方案给对方留下了深刻印象。2020年11月至2021年9月,双方就茅台酱酒运输、落地配送业务展开多次探讨及交流。当时,茅台集团采用自己物流公司干线司机送货至集散点经销商自提收货方式,导致物流服务质量不稳定、送达时间长、经销商满意度低等问题,物流服务质量提升成为茅台集团亟待解决的问题。

贵州邮政建言献策,双方共同推动了茅台酒由集散点自提收货,转为干线运输至邮政各省级仓库落地配送上门的模式。在各地邮政分公司的配合下,贵州邮政寄递事业部副总经理李海滨多次与甘肃、广东、江苏、河南等省进行落地配业务的沟通,并带队到河南实地调研。最后,在集团公司寄递事业部物流部总经理黄海腾的现场指导和协调下,在河南省邮政分公司的全力配合下,确定了在河南试点。2022年3月19日至20日,邮政完成了南阳、洛阳、郑州三市8家经销商2988件茅台酒的落地配测试工作,验证了落地配模式的可行性。

2022年5月13日,茅台集团正式启动B



茅台B端配送项目操作现场。

端分拨配送业务招标工作,集团公司寄递事业部物流部组织召开了全国会议,统筹协调各省级邮政仓库、车辆、人员资源。按照招标要求,历时5天完成了资料收集、标书制作,充分展现了邮政作为行业“国家队”的资源优势和响应能力。5月20日,项目组中标华中、华南、西北、东北四个区域、13个省的仓配业务,占茅台酒整体物流业务量的40%。

服务客户
提供个性化定制服务

贵州邮政以“管理可视化”为抓手,历时90天,完成了茅台酒溯源码校验、电子锁绑定及密码推送、结算单据信息集成、监控视频集成等个性化功能的系统开发。全国13个省份、17个分拨网点及70台运输车辆都实现了茅台酒在邮政运作端全程信息的可视化。这充分保障了茅台酒在末端分拨配

送环节的安全。

为保持茅台项目的运作质量,贵州邮政各级项目组保持一致的服务标准,从贵州到全国13个省份,配置了人员130余人,设置了专项项目组。结合茅台业务特点拟定了指导书,涵盖业务流程、系统操作、单据标准、客服服务、配送交付等模块,以“运营标准化”确保邮政物流服务质量。

2022年7月25日,在湖南长沙开展茅台业务实物运行,共用时14小时,完成了10个市(州)、18家经销商,2597件酒品的分拣配送工作,充分诠释了“业务专项化、运营标准化、管理可视化”的个性化服务思路。

业务拓展
从单一物流服务到供应链的全面合作

与茅台集团历时2年紧密的沟通和合作,截至2022年8月,项目共产生收入约1200万元。2022年5月中标B端业务分拨配送项目,

8月份中标“i茅台”全国快递服务业务,使得邮政与茅台集团的合作关系更加紧密,服务范围进一步延伸。接下来,双方将就茅台前端酒品生产辅耗材干线运输、全国区域仓业务、茅台酒品逆向物流等业务展开合作,实现从单一物流服务到茅台酒全供应链服务的拓展。两大国企强强联合,以优势资源的集聚融合,实现了茅台酒品全物流供应链的提质增效,塑造了白酒行业的物流标杆。

□丁丽 王先维

案例点评

茅台是中国白酒高端品牌的代表。中国邮政经过百年传承,作为国民经济战略性、基础性、先导性产业领域重要的大型国有企业,以邮政、快递物流、金融、电子商务为主业,拥有资金流、商流、物流、信息流“四流合一”的独特优势。贵州省邮政分公司深耕客户需求,借助中国邮政品牌、资源及项目管理优势,解决客户对于供应链环节必须防伪保真全程可控、信息系统全程可视化管理的难点问题,成功营销茅台配送项目。

茅台项目贵州源头省份和13个运作省份协同合作,充分发挥了中国邮政在场地、车辆、人员、信息上的资源禀赋,提供了专业化的解决方案和定制服务。通过与茅台集团展开深度合作,提升了邮政在快消酒水行业的品牌影响力和市场竞争能力,同时为邮政物流营销快消酒类客户积累了经验。

中国邮政与茅台集团合作,是践行构建国内国际双循环新发展格局、促进物流业和制造业深度融合国家战略的具体举措。中国邮政与茅台集团的业务合作有助于发挥各自行业的品牌、资源和服务优势,协同互补,创造更高效的供应链,共同为消费者提供高质量的服务。