



# 改革创新

## 党的十八大以来

来,中国邮政立足新发展阶段,完整、准确、全面贯彻新发展理念,聚焦主责主业,优化供给结构,增强供给能力,提高供给质量,积极融入服务新发展格局,企业发展迈上新台阶。深入贯彻落实国企改革三年行动方案,完成公司制改制,持续完善中国特色现代企业制度,加快建立市场化经营机制。全系统坚持以“三个视角”找差距、以“三大规律”促改革,建制村通邮、引战混改、数字货币、直销银行、物流基金、惠农合作、“三关合一”等一系列事关企业长远发展的顶层设计实现了重大突破,寄递“六大改革”、任期制和契约化管理等多项重点改革攻坚任务落地见效。2022年,中国邮政连续第三年挺进《财富》世界500强百强行列,营业收入和利润规模均居世界邮政第1位。

## 开启普遍服务高质量发展之路

中国邮政以“政”字为先,传承红色基因,赓续红色血脉,坚持“人民邮政为人民”,坚持普服为本筑根基、网点叠加构生态、传统业务谋创新,积极落实“代理、叠加、赋能”的要求,普遍服务全面提升达标升级,渠道平台转型加快推进,建立健全普遍服务管理制度体系,深入实施普遍服务管理办法和责任追究办法,开启普遍服务高质量发展之路。实现全国建制村全部直接通邮、空白乡镇全面补白,普服信函上飞机、边防海通邮、普邮全程时限大幅缩减,局所面貌显著改善,窗口服务叠加能力显著增强等重大突破,得到党和国家领导人以及监管部门的充分肯定。邮政企业以普遍服务高质量的均等化持续提升人民用邮体验,厚植执政的政治基础和群众基础。

### 普遍服务质量显著提高

- 党的十八大以来,中国邮政认真落实“迅速、准确、安全、方便”的服务方针,尤其在时限和邮件安全等核心指标方面,通过科技赋能、数字普服系统建设强化质量管控,成绩突显。
- 2021年直辖市、省会城市普邮全程时限缩短至2.4天
- 全国县级以上党政机关《人民日报》当日见报率提升至85.5%
- 机要通信连续14年保持万无一失
- 2022年7月,拾摺邮件信息断点率达到万分之零点的历史最好水平
- 2022年7月,条码平信断点率降至千分之零点七

### 网络触达广度和深度大幅提升

- 50余万个  
2019年提前完成全国50余万个建制村的全部直接通邮
- 128个  
2021年完成全国128个边防哨所的直接通邮
- 3448个  
2022年启动3448个抵达自然村的邮政普遍覆盖工程
- 664万公里  
投送段道单程里程达664万公里

### 网络运营能力不断增强

随着时代变迁,邮政业务产品已从过去以通信业务为主转变为以包裹寄递业务为主。为适应发展,邮政普遍服务网络同步发生变化——农村地区已实现从自行车、摩托车投递为主到汽车投递为主的升级改造。中国邮政在网点“菜单式”叠加代收代缴便民服务和警邮、税邮等业务,积极打造“一站式”政务便民综合服务平台。积极推进校园服务点、主题邮局、乡镇网点、边远网点、社区网点、商圈网点等六类网点转型工作,超5万个网点完成转型升级,叠加赋能成效显著。中国邮政大力开展三级物流体系建设,目前全国已建成1018个县级中心,全国累计已有6750个乡镇中心、17.6万个村级站点,农村投递车辆27245辆,邮快合作建制村覆盖率达75.9%。

## 金融业务发展质效持续提升

金融业务是中国邮政收入、利润的“压舱石”,是反哺普服的重要来源。邮储银行践行国有大行责任担当,坚持服务“三农”、中小企业和城乡居民的定位,依托“自营+代理”的独特模式和资源禀赋,致力于为中国经济转型中最具活力的客户群体提供服务。中邮保险持续提升专业运营能力,不断深化价值转型,新增长极战略地位日益凸显。中国邮政依托金融牌照资源,形成由邮储银行、中邮保险、中邮证券、中邮资本等组成的金融矩阵,为经济社会发展不断注入源头活水。

### 邮储银行综合实力稳步提升

邮储银行依托网络、客户、资金和协同优势,大力推动生态金融、产业金融、协同金融、绿色金融、科技金融发展和风险合规建设,强化专业核心、体系支撑、协同整合、科技助推、机制驱动、创新引领“六大能力”,努力打造一流大型零售银行。2019年12月,邮储银行在上交所挂牌上市,圆满实现“股改—引战—A、H两地上市”三步走改革目标。2019年12月,中邮理财有限责任公司正式开业,标志着邮储银行理财业务向现代化资产管理公司转型迈出重要一步。2022年6月,中邮惠万家银行有限责任公司正式开业,标志着首家获批成立的国有大行独立法人直销银行扬帆启航。由邮储银行等发起成立的中邮消费金融有限公司于2015年11月开业,为居民个人提供全方位消费金融服务。邮储银行数字人民币研发在部分领域达到国有大行领先水平,实现弯道超车,在新一轮电子支付竞争格

局中抢占先机。

邮储银行坚持科技引领,自主可控能力持续提升,为推动全行数字化转型发展注入了新动能。

### 代理金融转型成效凸显

代理金融业务通过坚持传统优势与创新发展的相结合的“两条腿”走路,农村和城市金融相结合的“两轮”驱动、线上与线下相结合的“两线”融合,储蓄收入和非储蓄收入相结合的“两轴”承动,实现了业务的高质量发展。

### 中邮保险加快价值成长

中邮保险充分依托邮政网络和资源,坚持保险姓保、回归本源,全面推进改革创新、转型发展,价值创造,着力打造核心竞争优势,产品多元化、渠道多元化、资本集约化,投资专业化“四化建设”成效不断显现,总资产达4400亿元,列行业第八,新业务价值跻身行业前五,正坚实有力向一流险企迈进。

2021年中邮保险克服新冠肺炎疫情等不利因素影响,最终确定引入友邦保险作为战略投资者,引资金额120.3亿元,成为中国保险业有史以来最大的增资扩股引战项目。

### 中邮证券经营指标持续改善

中邮证券肩负共建邮政金融生态圈之使命,是邮政金融综合服务航船上的中坚力量,2017—2021年度,公司收入、利润总额年均复合增长率分别为16.47%、13.26%。公司2022年上半年实现营业收入2.74亿元、利润总额0.71亿元,分别较上年同期增长4.1%和45.8%,均高于行业平均水平。



经国务院批准,中国邮政集团公司于2019年12月正式改制为中国邮政集团有限公司。



## 加快打造邮政农村电商生态

中国邮政依托商流、物流、资金流、信息流“四流合一”优势,强化“邮政网点+邮乐购站点”运营管理,打造“线上+线下”特色销售模式,线上拥有集“邮乐平台、邮乐小店、邮乐优鲜、邮掌柜”等营销矩阵的特色电商平台;线下拥有42万个覆盖城乡的邮乐购站点,是国内覆盖面最广、数量最多的线下渠道。加快构建支撑“农村电商+普服+金

融+寄递”发展的生态圈,打通了工业品下乡和农产品进城双向流通渠道,积极服务国家乡村振兴战略。

### 平台运营支撑能力持续提升

中国邮政加大农村电商发展顶层设计和资源投入力度,围绕融合叠加,持续优化模式,完

成邮乐公司增资控股,完善邮乐平台功能,实现全面赋能、全面激活,初步构建了农村电商生态圈。

### 双向商流规模持续扩大

中国邮政紧抓“大单品、进销存管理、业务叠加”三大核心要素,打造了864个万单农产品大单

品、95个过千万元工业品大单品,推动上下行双向商流规模进一步扩大。截至2022年9月,上行商流规模达77.6亿元,下行商流规模达79.6亿元。

中国邮政以“原汁原味原产地”为特色,建成了1000个标准化农产品基地,邮政“919电商节”已成为受到政府肯定、商家信任、农民期待、客户喜爱的央企电商品牌。



## 寄递业务竞争优势加快重塑

快递物流业是支撑国民经济发展的先导性、基础性、战略性产业,是社会化大生产和人民生活不可或缺的产业。邮政寄递业务围绕努力打造行业“国家队”战略目标,以“三个视角”找差距补短板,以“三大规律”求创新促改革,落实“三差三力”竞争策略,持续推进“五大体系”建设,深化“六大改革”,业务发展稳中向好,规模发展成效初显。

2012年以来,寄递业务量从7.6亿件提升至110.7亿件,近上亿件新台阶。2022年1—8月,寄递业务完成收入445.2亿元,同比增长9.5%,高于行业5.6个百分点;业务量达84.1亿件,同比增长32.3%,高于行业27.9个百分点。

### 邮件时限实现全面提升

中国邮政全面构建时限管控体系,通过建成时限数据四库、形成“四象限”工作法、推行“路长制”等举措,推动邮件全程时限水平明显提升,部分重点线路做到了与竞争对手旗鼓相当。在省内时限方面,特快16个省份菜鸟时效排名进入行业前三,快包28个省份赶超超品,其中12个省份快于竞品10小时以上。

目前已优化现有邮路400余条,新组开邮路600余条,覆盖2000余个县域。全国3000+线路间实现寄递提速,主要城市可享邮件次日达甚至次日晨达的极速体验,六成以上特快专递实现次日晨达。提速后,全网约6.4万条邮

路时限标准提升,其中1.2万条特快邮路、3.1万条快包邮路时限标准加快了1天以上,特快、快包平均时长分别缩短7.6小时、8.9小时。

近年来,中国邮政不断强化处理能力建设,建成254个省际和本地邮件处理中心,日处理能力超过1.2亿件。2018年至2021年的“双11”期间,90个省际中心自动化设备日处理量由1912万件提升至7263万件,提升280%。

中国邮政不断加快科技创新与应用步伐,推动人工智能、大数据等科技成果应用,智能收寄终端、无人机、无人车、人工智能机器人等邮政服务新场景相继落地,有效提升了网络组织、邮件跟踪、流程优化、客户服务的信息化能力。

### 服务新发展格局展现新作为

中国邮政拥有陆航一体、运行高效、覆盖全国、通达全球的快速服务网络,业务通达全球200多个国家和地区,拥有货运飞机33架,在美国、欧洲等国家和地区建设14个海外仓,面积达5.7万平方米。

近年来,中国邮政深入推进“快递出海”,组平常态化欧美专线,新增日本、韩国等重点路线航班507班次,开通重庆、义乌等对欧洲36个国家的中欧班列,启用跨国海运等发送国际邮件;深入推进“快递进厂”,为923家规模制造业客户提供综合供应链服务。

## 数字邮政建设加快推进

中国邮政加快数字化转型,打造数智化新优势,实施“智慧、平台、体验、生态、数字化”信息化战略,通过“结网、强链、拓圈”,打造“场景+”的开放服务模式,实现云计算、物联网、大数据、人工智能、区块链、北斗导航等先进技术技术与邮政业务的深度融合,助力企业高质量发展,满足人民群众美好用邮需求。

新一代寄递核心业务平台融合AI设备和大数据技术,持续优化前道架构,敏捷迭

代应用,赋能寄递全产品全过程运营管理,向内外部用户、合作伙伴提供14种电子接入渠道,全面提升客户体验,通过中邮寄递管理APP、司机帮APP,时限数据四库,数字化计算、物联网、大数据、人工智能、智能派视等应用支撑寄递业务“六大改革”落地实施。

邮储银行大力发展金融科技,加速数字化转型,以金融发展成果更好地造福社会。

## 中国邮政品牌影响力持续提升

近年来,中国邮政坚持以品牌战略为引领,持续锻造品牌价值,加快推进中国邮政品牌建设与管理,不断完善品牌规划,丰富品牌内涵,健全品牌制度,强化品牌传播,展示邮政文化,讲好“人民邮政为人民”的品牌故事,品牌影响力持续提升。

中国邮政发布全新品牌定位体系,建立“美好生活连接器”全新品牌定位,传递“不负信任,与美好相连”的品牌新理念,提出“连接美好,无处不在”的新品牌口号。2022年,中国邮政联合

中央广播电视总台农业农村频道,依托“千万品好物产”“激活乡村振兴最后一公里”等节目,生动展现中国邮政服务乡村振兴的最佳实践,彰显服务乡村振兴“国家队”“主力军”的品牌形象。

2022年2月21日,中国邮政人选由中央广播电视总台举办的第二届“中国品牌强国盛典”十大“国之重器”品牌。2019—2022年,中国邮政连续4年入选中央广播电视总台“品牌强国工程”,现代化、多元化、负责任的企业形象得到充分彰显。

