

打造农村邮政转型发展“宣恩模式”

——湖北宣恩县分公司三级寄递物流体系建设回眸

核心阅读

湖北省宣恩县邮政分公司以“快递进村”为契机,抢抓地方政府“三大机遇”,以“三网融合”为思路,积极落实服务乡村振兴战略,通过“政府赋能+合作共享”模式,唱响布点、连线、织网“三部曲”,积极推进三级寄递物流体系建设。

□本报记者 周唯 通讯员 杨振伟

“村级寄递物流综合服务网点都给村民提供什么服务?”“年龄大的村民怎么取包裹、寄包裹?”“村民取错了包裹,怎么查?”……近日,在湖北省恩施土家族苗族自治州政府举办的农村寄递物流体系建设现场观摩拉练会上,宣恩县庆阳坝村邮政综合便民服务站负责人曾波逐一解答着与会代表的提问。

与会代表不仅现场观摩了宣恩县邮政分公司三级寄递物流体系建设情况,还先后调研了宣恩县分公司寄递物流共配中心和水田坝村、庆阳坝村、黄坪村村级综合便民服节点,听取了恩施州邮政分公司农村寄递物流体系建设情况汇报。代表们对于宣恩县分公司三级寄递物流体系建设工作给予充分肯定。

近年来,宣恩县分公司积极落实服务乡村振兴战略,深入贯彻落实集团公司、湖北省邮政分公司县乡村三级寄递物流体系建设要求,通过“政府赋能+合作共享”模式,唱响布点、连线、织网三部曲,推进三级物流体系建设。

布点,建设三级节点

宣恩县分公司积极抢抓地方政府“三大机遇”,即“国家级电子商务进农村综合示范县”项目建设、湖北省“寄递物流示范县”建设、“县域商业体系一村一站”建设,先后争取地方项目资金1200余万元,并按照“两中心一站”的建设思路,推进县乡村三级寄递物流体系节点建设。

在宣恩县政府支持下,宣恩县分公司在该县创新创业产业园区打造拥有3600平方米的县级寄递物流共配中心,分别建设了常温仓储和冷链仓储,并购置了冷链运输车。2022年,宣恩县政府又投入170万元在该中心配备小型包裹自动分拣设备,设



邮政揽投员将快递包裹交付至庆阳坝村寄递物流综合便民服务站。

□杨振伟 摄

置分格搭口160余个,实现所有进口邮件直分到村。

宣恩县分公司依托各乡镇邮政支局资源,建设乡镇共配中心8个,积极整合前期建设的村邮站、“三农”服务站、邮乐购站等渠道资源,按照“一村一站”标准,建设完善标准化村级寄递物流综合便民服务站149个,实现了全县行政村全覆盖。

宣恩县分公司副总经理陆俊介绍说:“这几年,我们融入地方经济发展,抢抓地方政府各项目发展机遇,积极争取地方政府各项政策支撑,确保县乡村三级寄递物流体系节点建设基本完成。目前,县乡村三级寄递物流体系已基本成形。”

连线,优化邮运网络

三级寄递物流体系节点建设后,连接节点邮运网络就是关键,这是畅通农村寄递物流大动脉、使体系顺畅运转的根本。宣恩县分公司在三级寄递物流体系节点建设基础上,不断改进优化农村邮运网络,打通邮运网络堵点。

“以前组网模式还是以普服报刊邮件投递为主,实行县乡村三级组网,邮路存在节点层级多、运转时间长、投递班次少、成本费用高等问题。在建设三级寄递物流体系过程中,我们打破行政区划,优化调整邮运网络,成效明显。”宣恩县分公司总经理王家望介绍说。

宣恩县分公司按照“三网融合”思路,将邮路推倒重组,一改沿用了

几十年“以普服报刊邮件投递为主”的传统邮运网络,撤销原县乡干线邮路和农村投递段道,按照“全县集中、统一分送、就近投递、顺路组网”原则,灵活运用“县级处理中心—汇接站点—乡镇中心—村级站点”新组网模式,打造新的环形、直线邮路。

调整之后,全县邮路由原来34条变为22条,撤并邮路12条,裁减人员14名,进村邮件投递费由原来0.8元/件降为0.4元/件,9名乡邮员转任渠道经理进行地推工作,全年节省费用60万元以上。而在段道“缩水”的同时,服务能力和投递频次却得到显著提升,乡邮段道班期由周三班变为每日班,全县快递实现100%进村到自提点,减少了乡镇停留时间,平均时限提前至少1天,服务速度、深度进一步提升,农村邮政网络发生质变。

织网,深耕农村市场

集团公司党组书记、董事长刘爱力指出,农村市场是中国邮政“大粮仓”,丢掉农村市场,就丢掉了中国邮政的未来。三级寄递物流体系建设是在服务乡村振兴战略中持续巩固邮政在农村传统优势、深耕农村市场的有力抓手。

宣恩县分公司以“快递进村”为契机,在州邮政管理局和各级地方政府支持下,深化“邮快合作”,与“三通一达”、极兔、顺丰、京东等7个民营快递企业签订合作协议,全县所有进村快递全部由邮政运输到村,每天代投递村民营快递平均在3000件。此外,

他们还依托“快递进村”独有资源,以村为单位,以“人群取包”推进编织引流网,共组建村级企业微信群140个,吸纳群友43000余人,成为邮政金融、电商引流重要客群资源。

宣恩县分公司金融业务部经理刘权介绍:“宣恩县分公司在重要佳节,统一组织‘1元抢购10枚鸡蛋’活动,通过村级微信群广泛进行宣传,从之前的普遍走访的‘请客进门’变成了客户主动进店的‘贵客盈门’,轻松实现了客户引流。相比传统的走访宣传节约了大量的人力、物力。”

同时,宣恩县分公司依托遍布村村寨寨的村级综合便民服务站,支撑服务“村、社、户、企、店”五大客群,发展农村会员7468户、会员储蓄余额年度净增1.5亿元,活跃农民专业合作社“广覆盖”达到287个,邮银协同共同开发信用村32个,发放“融资E”贷款360万元。此外,他们还依托农村邮政新投递网,大力推介“邮乐优选”社区团购平台,尝试打造农特产品上行城区运营网络,在今年元旦,帮助边远村企上行销售鸡蛋1万枚,面条1000余公斤。

恩施州分公司李茂山总经理表示,宣恩县分公司县乡村三级寄递物流体系建设是恩施邮政打造的三级寄递物流体系建设示范样板。下一步将在总结宣恩建设经验的基础上,进一步完善优化,以三级寄递物流体系建设为抓手,深化农村邮政转型,并做好复制推广,让“宣恩盆景”发展为农村邮政转型发展的“恩施风景”。

□张毅

用户因交寄邮件与邮政企业形成邮政服务合同法律关系,邮政企业应当依照法律规定和合同约定完成邮件寄递服务,用户则应当承担支付邮费的义务。用户逾期支付邮费的,应当承担违约责任。当事人一方未支付价款、报酬、租金、利息,或者不履行其他金钱债务的,对方可以请求其支付。因此,对于一方迟延履行金钱债务的,违约方负有继续履行的责任。

邮政企业依约履行了邮件寄递服务义务,用户未支付快递服务费的,邮政企业有权要求用户承担违约责任;继续履行、支付违约金、赔偿逾期利息损失。若合同中约定了违约金,邮政企业即有权要求用户支付逾期付款违约金。若合同中并未约定,邮政企业可依据民法典相关规定向用户要求其承担赔偿利息损失的违约责任。利息可以参照违约行为发生时中国人民银行授权全国银行间同业拆借中心公布的一年期贷款市场报价利率。另外,合同中约定了因逾期支付邮费需承担为实现债权所支出的律师费等费用,在提供出相应证据的情形下,法院通常给予支持。

邮政服务是邮政企业的基础业务,欠费纠纷不仅影响企业资金流和经济效益,而且损及邮政服务可持续发展。各级邮政企业应当增强合规意识,强化内控管理,多措并举、综合施策,从落实制度、细化流程、压实责任入手,夯实管理基础,有效防控欠费风险。

一是建立规范化、常态化用户欠费管理长效机制。根据集团公司有关要求,各部门(单位)按职责分工,落实管理责任,业务承办部门(单位)是欠费管理第一责任人,应做好应收款项的催收,明确客户经理、业务主管、部门负责人欠费管理职责;财务部门应做好欠费资金管理并监督款项清收;市场营销部门要强化用户信用评价和管理;审计部门、法律合规部门加强欠费监督检查、合规督导和责任追究;最终形成完善的事前预防、事中控制、事后监督,实现全过程、全环节的管理。

二是规范寄递服务合同管理。依照集团公司相关要求订立的寄递服务合同,应使用标准文本,签订合同前必须做好用户信用尽职调查。合同文本应加盖用户单位公章或者合同专用章,经办人、代理商凭授权委托书签字,注意核对其身份,防止冒名顶替。坚决杜绝挂名“空大户”现象,与实际用邮的用户签订合同。对交寄邮件的数量记录应清晰,并获得用户认可;债权凭证制作必须规范,明确支付欠缴服务费用意思表示,支付时间应具体,用户盖章、签字应与寄递服务合同有关内容一致,或者依据授权委托书办理。

三是加强用户欠费清收工作。明确用户欠费追缴责任制,实施动态预警。对超过约定付款期的欠费用户,业务承办部门(单位)应及时与其进行沟通,督促用户及时结付欠费。对经过催缴仍未结付的用户,应以书面方式予以催缴。在书面催缴后仍未结清逾期欠费的,应及时止损,暂停其记欠资格,待结清欠费后再予以恢复。对经多次催缴仍然欠费的用户,应当终止履行寄递服务合同,取消其记欠资格,及时通过发律师函、申请支付令、提起民事诉讼等必要法律手段追缴欠费,切记不得超过诉讼时效主张权利。对恶意欠费构成犯罪的,可以提起刑事自诉或者向公安部门报案,加大对恶意欠费的惩戒力度。

四是严肃考核评价和责任追究。建立科学的考评机制,让业务部门树立正确的政绩观,防止重收入、忽视欠费管理倾向,坚决挤掉业务收入的水分,将欠费管理纳入有关单位领导干部绩效考核之中。对因疏忽懈怠造成资费大额流失,或者弄虚作假、内外串通、虚列收入要严肃追责。同时,要注意对一线员工的欠费追责必须合法合规、谦抑适当,不得动辄运用扣罚薪酬冲抵欠费。

五是加强寄递服务质量管理。有些欠费纠纷中,用户提出邮政企业未依约提供寄递服务,存在丢失、延误等问题,因而拒绝支付相应的邮费。因此,各级邮政企业应切实改进服务质量,提升用户体验,树立全局观念,揽收、分拣、运输以及投递环节通力合作,避免邮件出现延误、丢失。同时,还要加强售后服务,对于服务质量问题应及时与用户沟通,有效化解因此产生的欠费争议。

跨越40年的团聚

□李中奇

“40年前,由于家贫,我们这帮兄弟姐妹就外出务工了。外出务工后,受住址变迁、经济条件等因素影响,大家也就断了联系。时隔这么久,还是邮政帮我找到了亲人。真是谢谢邮政啊!”日前,年逾古稀的李启森激动地握着广西壮族自治区容县邮政分公司杨梅支局投递员陆绍德的双手,连声道谢。

杨梅镇有海外华侨4.5万人,素有容县“侨中侨”之称。20世纪五六十年代,不少村民远下南洋为生活打拼。如今,这些侨胞后人常以邮政信函的形式,联系祖国内地的侨联、邮政部门,寻找自己在国内失散的亲人,寻找自己的“乡根”。

还是去年的一天,陆绍德像往常一样分拣当天进口的邮件,一封来自马来西亚怡保市的国际信函引起了他的注意。信函的封面写有“广西容县·杨梅镇·中国,致:李启森先生(或致村委/村长)收”的字样。心思缜密的陆绍德觉察到这封不寻常的信很可能是封寻亲信。

这些年,陆绍德也收到过不少寻亲信函。他认为,这些寻亲信函代表着海外侨胞对家乡亲人的思念与牵挂,不能让这份亲情就此切断,这可是一个个大家庭的团聚啊!于是,他

下定决心,一定要找到收件人。

陆绍德想起隔壁村屯有个村民叫李启森,马上打电话与对方联系。该村民表示,他的确有亲属在外国,但不是在马来西亚。紧接着,陆绍德又与自己的好友联系,获知杨梅镇风美村也有一个叫李启森的人。当他赶到李启森家中时,遗憾地从其子女口中得知,该老人已经去世,且并无马来西亚亲人。

此时,寻找陷入困境。陆绍德看到信封写有“或致村委/村长收”,立刻赶到杨梅村村委会,找到村支书及杨梅镇侨乡联合会,请求提供帮助。在侨联提供的信息中,陆绍德初步锁定了杨梅村一个叫李启森的村民。陆绍德一边了解其具体情况,一边对照村委会留存的档案资料,以及李启森提供的老照片、贺卡信函等,证实了其有亲属在马来西亚怡保市。为更深入确定信息的真实性,在村支书的见证下,由李启森拆信逐条核实,最终认定他就是该信的收件人。

在信中,寻亲者留下了联系方式。陆绍德马上让双方视频连线,进一步了解情况。在视频通话中,双方隔空拿着同一张1981年家庭合影的黑白照片,挨个指认:“这是我爸、我妈、我哥、堂弟……”看到此情此景,在场的人无不为他们感到高兴。这份团聚可是足足等了40多年啊!

新年邮局携手百事可乐的跨界玩法

□周苹 文/图

“比个心,我帮你拍一张。”日前,江苏省南京市邮政分公司联合百事可乐在南京吾悦广场开启的非遗巡

展之旅活动现场,人头攒动,快门声不绝于耳,巨型的可乐罐前挤满了前来打卡留念的市民。走近一看,可乐罐暗藏玄机:原来是一个高达两米的邮筒,右边是寄件口,内部还有一台



巨型可乐罐邮筒吸引不少市民前来体验打卡。

有声明信片制作机。

非遗巡展之旅活动结合吾悦广场5周年庆典,共吸引了千余名市民参与。这场岁末秀在潮流的外壳下蕴藏了生肖、非遗等文化内核,是一次融合了“传统年俗+非遗文化+流行文化”的“破圈营销”。世界级IP和邮政的结合,是邮文化潮流化、年轻化的又一次尝试。

活动现场分为舞台表演、非遗手作和互动体验三大区域。新年邮局作为互动体验区的核心,吸引了广大市民。结合百事品牌文化,南京邮政还在体验区设置了“把乐说出来”“把乐寄出去”和“把乐带回家”三大板块,分别对应有声明信片制作、新年明信片寄递以及兔年生肖邮品销售三大内容。

活动现场,百事生肖罐明信片、自主IP“too too兔”、胖虎等潮品获得市民青睐,戳记加盖处更是人气爆棚。“考虑到展陈以非遗为主题,结合兔年生肖,我们选择了南京的代表性

花灯非遗——兔子灯为主画面。”南京市分公司集邮与文化传媒部员工钱静介绍了邮戳的巧妙设计理念。“跨界合作”这一大热玩法也是南京邮政对零售市场的探索实践,通过对产品、内容及场景进行整合重塑,赋予邮文化新的时代内涵。

近年来,南京邮政以闪电邮局为接口,为大众提供丰富的邮文化体验,提升品牌温度。此次活动借助合作商资源,搭载百事新年活动,进行邮文化的一体化输出。“如果说做好邮迷服务就是维护住基本盘,流行文化的融入则可激发增量。百事可乐作为新一代的符号标志,和国民生肖擦出火花,能完成传统和现代的情感连接。群众基础有助于我们扩大生肖邮品的群众基础,也有助于百事沉淀品牌力量。”南京市分公司集邮与文化传媒部副经理戴琴如是说。

此次由南京邮政主办的巡展活动还将在徐州、扬州、镇江等地大型商超进行,让邮文化触达更多人。