

“网格化”激活“微营销”

——江苏邮政以特色揽投服务促寄递业务发展侧记

作为邮政服务的“最初一公里”和“最后一公里”，揽投网始终是寄递业务发展的前沿阵地和核心竞争力之一。在深入推进揽投网格化作业的过程中，江苏省邮政分公司着眼于政务、商务、开发区等重点市场，通过划小生产单元，组建网格团队，集营销、揽收、投递于一体，以场景化营销、定制化服务高效响应客户需求，在释放揽投部经营活力的同时，也促进了寄递业务发展提质增效。

□本报记者 柏滨丰

1月23日11点多，江苏省靖江市东兴镇旺稼村，姚大爷喜不自禁，在自个儿家门口就收到了邮政揽投员陈进送来的年货。从姚大爷打电话向“年货快闪店”下

单，到揽投员送货上门，前后只用了不到30分钟。

春节前夕，靖江市商务局与靖江市邮政分公司联手，依托遍布城乡的邮政网点、邮乐购加盟店、便民服务站等，发挥邮政揽投网格化作业的服务优势，打造了覆盖全市主要乡镇的24个“年货快闪店”。春节期间，121名揽投员随时在线接单，共送出年货2100多件，更好地满足了群众的节日消费需求。

近年来，江苏省邮政分公司加快寄递改革创新步伐，在揽投部积极推行“网格团队+中转接驳”作业模式，划小生产单元，优化作业流程，围绕政务区、主要商圈等重点市场，组建若干网格团队，面向客户提供场景化、定制化揽投服务，持续激发揽投部的内在活力和发展动力，进而带动寄递业务服务质量和经营效益“双提升”。截至2022年底，江苏邮

政揽投网格化率达到99%以上，全省特快专递及时妥投率为94.32%，位列全国邮政第三；快递包裹及时妥投率达98.2%，位列全国邮政第一。寄递业务全年实现收入65.8亿元，排名全国邮政第三；收入同比增长17%，位列全国邮政第二。

揽投网格化：效率优先

“网格团队+普邮专班”是淮安市邮政分公司新的揽投作业模式。从每个网格团队中抽调2—3名熟悉普邮操作的员工组成普邮专班，上午专门负责各网格内函件、报刊的投递，下午参与特快邮件的投递，为网格内其他揽投员开发市场和专职揽收赢得时间。

在淮安市分公司康城揽投部经理刘鹏看来，新模式带来两个变化，一是将以前的混投、混揽变为专投、专揽；二是以前由揽投部

负责的琐事现在全部划归网格处理，厘清了揽投部、网格和揽投员的事、权、责。

南京市邮政分公司在钉钉系统上创建企业主页，设置“网格团队转接点邮件短驳和领取”栏目，配备各区审批管理员，增强对网格转接点的日常管控，使部分揽投部空跑里程减少约45%，外部作业时间增加约1小时，实现了派揽订单的快速响应。

2022年，江苏邮政积极推行“网格团队+中转接驳”模式，将其作为提高揽投作业效率、促进投递降本增效的重要举措，坚持问题导向，细化建设标准，明确建设目标，确保了网格化工作落地、落实。自推行揽投网格化作业以来，以南京、淮安为代表的市分公司，在有效缓解部分道段投递压力的同时，也释放了揽投部的经营活力，有力支撑了寄递业务的发展。

项共计100强。

数博会期间，集团公司报刊发行局与数博会主论坛合举办报刊融合创新论坛，邀请中国青年报社、央广传媒集团有限公司广告分公司、《东方娃娃》杂志社进行了主题演讲，并与中共中央党校出版社、中信出版集团股份有限公司、《环球人物》杂志社有限公司、央广传媒集团有限公司广告分公司、财新传媒有限公司、中文在线数字出版集团股份有限公司、石油工业出版社有限公司

服务场景化：客户至上

“我们用邮的范围从单一的地产行业，拓展到旅游、人寿保险等多个业务领域。之所以能实现合作的提档升级，关键在于他们越来越到位的服务。”恒大集团江苏公司李经理口中的“他们”，正是南京市分公司白龙江揽投部新城科技园网格团队。

2022年，在实现揽投网格化作业的基础上，南京市分公司结合楼宇场景、产业园场景、校园场景、机关单位场景、综合场景等五大场景，对位置相邻的5—8条揽投道段进行“修边”，共组建揽投网格团队218个，以营销场景化、服务定制化来精准开发市场，快速高效响应客户需求。

“通过加强资源配置，提高响应市场需求的能力，为我们深耕客户资源、做大业务规模创造了积极条件。”（下转第2版）

7家单位签订战略合作协议。北京市邮政分公司代表集团在数博会上设置的邮政展位，展示了邮政在数字媒体出版发行、融合发展、数字党建和政务图书等业务上的关键创新、能力建设和服务升级等情况。

据悉，本届数博会共设置七大展区和数场配套活动，通过报告发布、展览展示、集中采选、论坛会议、推介洽谈等活动，充分展示了传统媒体与数字媒体融合发展的最新成果。

本报讯 2月16日，中国邮政储蓄银行宣布接入百度“文心一言”，通过“邮储大脑”接入并应用“文心一言”的能力，将打造更为丰富、个性化的智能金融产品，提供更智能、更有温度的普惠金融服务。这是百度“文心一言”首次在国有大型商业银行落地。

百度“文心一言”是百度基于“文心”大模型技术推出的生成式对话产品，作为百度版 ChatGPT，“文心一言”对中文有着深入的理解。邮储银行拥有丰富的业务场景以及庞大的客户数量，“邮储大脑”和“文心一言”的组合，将进一步提高邮储银行在生成式人工智能、开放式对话、跨模态语义理解等领域的能力，不断提升智能化创新应用效率，为普惠金融、“三农”金融、绿色金融等发展带来更加广阔的想象和发展空间。

未来“文心一言”将全面接入百度智能云，生态合作伙伴通过百度智能云可以方便地调用“文心一言”提供的跨模态、跨语言的深度语义理解与生成能力，并形成更多人工智能产品落地到实际行业场景中。邮储银行将携手百度，针对银行场景开展技术创新与场景孵化，依托智慧互联、创新互联，为客户提供便捷高效、包容普惠的无边界、无障碍金融服务。邮储银行将优先内测“文心一言”，在金融行业开展类 ChatGPT 技术应用试点，结合行业知识进行微调和交互式训练，在智能客服、数字员工、虚拟营业厅等场景进行应用，进一步提升客户体验。跨模态深度语义理解与生成能力也有助于邮储银行探索新型的信息生产、获取方式，向客户提供更及时、更准确、更个性化的金融资讯服务。

近年来，邮储银行加快通过科技赋能提升金融服务质效。其中，“邮储大脑”是邮储银行企业级人工智能科技创新平台，通过人工智能等新兴技术的应用向业务、风控、运营、管理等多领域输出智能能力，不断提升金融服务的智能化、数字化和精准化水平。

邮储银行宣布接入百度「文心一言」

提供更智能更有温度的金融服务

2022年度中国邮政发行百强榜发布

本报讯（记者 尹航 张晨昱）2月16日至17日，以“再出发 创未来”为主题，由中国新闻出版研究院、北京市委宣传部（北京市新闻出版局）、中国邮政集团有限公司报刊发行局联合主办的第十二届中国数字出版博览会在北京市石景山区首钢园举办。集团公司报刊发行局在报刊融合创新论坛上发布了“2022年度中国

邮政发行百强榜”，并与7家单位签订战略合作协议。

集团公司报刊发行局相关负责人表示，中国邮政此次发布“2022年度中国邮政发行榜”，目的是弘扬邮政发行品牌，提升邮政发行品牌报刊的社会影响力，榜单根据邮政企业的真实发行数据进行评定，数据来源可靠，信息客观公正。在评定过程中，

中国邮政综合考虑邮发报刊的发行量、品牌影响力、媒体融合发展的贡献度等指标，按照综合得分情况，从报纸、期刊和数媒产品三个维度，分别选出《人民日报》《光明日报》《经济日报》《中国日报》等40种报纸，《半月谈》《长安》《党建研究》《读者》等45种期刊，人民网、新华网、云听、央视频等15种数媒品牌，三

高奏乡村振兴奋进曲

快评

2月13日，2023年中央一号文件重磅发布。这是21世纪以来，中央连续出台的第20个指导“三农”工作的一号文件，发出重农强农的强烈信号，对全面推进乡村振兴、加快农业农村现代化作出重大部署。

心怀“国之大者”，服务国家发展大局，做好“三农”服务，始终是中国邮政作为行业“国家队”的使命担当。在过去的一年，中国邮政聚焦农村“三难”痛点，持续发挥“四流合一”资源禀赋优势，提供集农村电

商、普惠金融、寄递物流等为一体的综合服务，为助力乡村振兴交出一份出色的答卷，邮政自营农产品交易额和批销交易额均超100亿元，涉农贷款余额净增超2000亿元，农产品寄递业务收入超70亿元，展现出“国家队”的强大实力。

新一年，面对乡村振兴战略全面推进、深入实施的新形势、新任务，中国邮政要更好发挥在农村地区的资源禀赋和服务优势，深化内部协同，拓展外部合作，全方位融入乡村振兴大局，构筑邮政“三农”服务的新生态、新格局。（下转第2版）



贷款送进“黄金屋”

“柿饼加工都是纯手工制作，想靠这个融资贷款并不容易。好在有邮储银行的帮忙，这几年来资金都不成问题。”近日，福建省安溪县城厢镇光德村村民苏华方说道。

光德村素有满村尽是“黄金屋”的说法，村里几乎每家每户都会制作柿饼，在当地享有“柿饼

之乡”的称号。邮储银行福建省安溪县支行创新推出“福果贷”、信用村贷款，支持当地特色农业发展，并积极开展送贷下乡活动，将金融服务延伸至乡村“最后一公里”。自2019年光德村被邮储银行评为信用村后，累计获得涉农融资贷款1920万元。

□徐清锋 摄影报道

2023中国邮政网络春晚优秀节目评选结果揭晓

本报讯（记者 陈颢月 张晨昱）2月16日，由中国邮政集团工会和集团公司新闻宣传中心联合主办的2023中国邮政网络春晚优秀节目评选结果公布，341.2万人次参与了优秀节目投票评选。根据网络投票与专家评审结果，《红茶飘香》等3个节目荣获一等奖，《欢迎来到黑龙江》等5个节目荣获二等奖，《我们都是一家人》等8个节目荣获三等奖，《彝族打歌三道湾》等22个节目获参与奖；武汉邮政艺术团等5个集体荣获特别贡献奖；北京市邮政分公司等10个集体荣获优秀组织奖（获奖名单详见2月17日中国邮政官方微信）。

2023中国邮政网络春晚以“奋进新征程，建功新时代”为主题，1月19日在新华社现场云、新华网以及中国邮政快手号、中国邮政微信订阅号、中国邮政B站号、中国邮政报微信视频号、中国邮政融媒体平台、中国邮政智慧工会等平台进行了直播，全网累计曝光量超千万，互动量超百万，给全国邮政职工及其家属和广大网友带来了一场美轮美奂的视听盛宴。

本次春晚节目亮点频出，获得了广泛好评，实现了四个“首次”。一是曝光量首次破千万。二是春晚首次有了主题曲。晚会首次邀请武汉邮政艺术团专门制作了主题曲《我们都是一家人》，歌曲欢乐祥和的旋律烘托出了邮政人其乐融融、一同欢度春节的良好氛围。三是春晚首次实现了虚拟与现实结合。节目《共舞元宇宙》首次将元宇宙概念引入邮政春晚，利用混合现实（MR）技术，让虚拟人与真人一同表演节目，展现了中国邮政面向未来的技术力，体现了中国邮政决胜未来的数智化优势。该节目也参加了中国行业协会年会表演。四是春晚首次打造了专属的文创产品，作为抽奖奖品与优秀节目奖品赠送给观众与节目创作者们。

导读

第3版 | 学习贯彻党的二十大精神·谈体会谋发展

安徽省分公司刘支宇：以高质量发展开启“皖美邮政”建设新征程