

在党的二十大报告中,习近平总书记对民生领域提出了一系列新任务新要求,强调要“增进民生福祉,提高人民生活品质”。对中国邮政而言,保障民生,是重任亦是担当。

中国邮政高度重视服务“三农”工作,服务乡村振兴是中国邮政落实党中央战略部署的政治责

任所在,履行央企担当、助力共同富裕的社会责任所在,以及自身生存发展的需要所在。

医药是关系国计民生、经济发展和国家安全的战略性产业,也是护佑人民生命、建设健康中国的基础性保障。中国邮政深耕医药行业服务多年,致力于为客户和终端消费者提供一体化供应链解决方案。

在服务“三农”最前沿、在医疗保障第一线、在服务人民每一天,邮政物流人都勇于冲锋、砥砺前行、无悔奉献,他们心怀共同的使命撰写着辉煌篇章,彰显出无愧于时代的风采。

本期,我们一同认识两位基层邮政物流人,看他们是如何用自己的小故事去讲述邮政物流的大格局。

■“我和邮政物流一路走来”系列报道之四

服务“三农” 贴近民生

立标对标 专业专注 高质发展

——记江苏连云港市分公司物流营销中心吴丹

□薛骏慧

在江苏省连云港市邮政分公司医药物流仓储中心1.2万平方米的场地上,人们时常会看到一个步伐轻快、干练利落的“85后”身影,她就是连云港市分公司寄递事业部物流营销中心经理吴丹。自2011年进入邮政至今,她在寄递专业已经拼搏了12年。她从基层做起,但深入了解邮政物流业务,还是在2020年。那一年,她承担起连云港市分公司物流营销中心发展和管理的职责;也是自那时开始,她注意到,新医药产业日趋成为港城一张亮丽的名片,邮政物流应紧跟地方产业步伐,践行助力地方产业发展、服务民生的使命。

“工作思路清晰,勤于钻研业务,个人专业转型速度快,客户开发能力强。”同事们是这样评价吴丹的。近三年来,作为部门负责人,吴丹以发展为目标、效益为中心、服务为宗旨,稳步推动业务发展;通过优化管理、践行服务,促进物流业务收入规模不断增长,不断得到合作单位和客户的一致认可。在日趋激烈的行业竞争大环境下,吴丹带领员工谋发展,促进连云港市分公司的医药物流市场占有率、核心客户合作份额稳步提升,让物流服务有“态度”、有“力度”,更有“温度”,以实干实绩擦亮邮政品牌。

思考+超越:钻研业务有态度

2020年,在成为物流营销中心负责人之初,吴丹心底曾产生过许多疑问。首先,连云港医药物流直面的竞争对手是总

部级的,作为地市级企业怎样才能与其竞争;其次,医药物流药品价值高、操作规范严、处理风险大,其中涉及的航空运输、冷链物流、仓储管理、冷藏包装等多个环节能否让客户满意;最后,面对社会快递物流公司冷链业务基本成熟,连云港邮政究竟怎样才能杀出重围。

带着思考,吴丹开始了探索。当时,物流营销中心从业人员有105人,班组有6个,生产作业涉及200多个环节。吴丹要求自己将每个班组的工作流程全部跟踪一遍、每个环节的工作全部梳理一番。她从装货、卸货、理货开始做起,熟悉流程,理清思路。在物流营销中心搬迁新场地之前,硬件设施不完善,工作条件很是艰苦。夏季是冷藏药品发货的高峰期。天气最炎热的那段时间,冷库内外温度相差30摄氏度。冷库外汗流浹背,冷库内冰寒彻骨。频繁进出、冷热交替,让感冒、头疼、咳嗽成了家常便饭。即便这样,吴丹依然坚持与团队共同工作到深夜,以周全的服务践行着药品72小时内妥投的承诺。

经过几个月的跟班学习了解,吴丹逐渐掌握了整个医药物流的管理流程。在此基础上,她积极推进管理方案的优化,推动标准作业流程的制定,进而有效提高运营管控质量。2021年,连云港邮政参与全国医药物流服务行业标准的制定,这也意味着医药物流服务行业对连云港医药物流运作模式的充分肯定,实现了真正的行业“立标”,也加快了连云港邮政提升规范化的脚步。

攻坚+创新:助企发展有力度

在稳固现有医药项目基础上,吴丹带

领团队实现非医药行业的有效拓展。在2020年项目接洽以及2021年上半年项目的全程跟踪基础上,经过两轮报价,连云港市分公司顺利中标苏果千万元级项目。接到中标通知书后,吴丹立即启动紧急采购流程,协调企业内外部资源,并赶往淮安苏果仓现场,与仓库负责人深入洽谈,谋划业务操作流程,现场安排发运计划。2021年下半年,苏果项目成功启动发运,成为物流业务中又一个新的千万元级物流项目。“我们根据客户不同药品对温度的不同要求,创新药品邮件外包装方式,保证药品完好。同时,对高价值的药品粘贴特殊标识,并设专人关注邮件在途情况、主动进行送货协调,提高客户满意度。”吴丹说。

有了前面的经验,2022年以来,吴丹明确目标进一步开拓县域物流市场,加强县域物流营销能力建设,推动县域物流助力乡村振兴。2022年,连云港市分公司与4个存量客户实现业务续签,新开发3个规模潜力新客户以及5个中小医药客户,经营管理效果初显。2023年,成功中标灌云紫燕冷藏车运输项目,项目整体年收入约700万元。

“服务地方医药企业发展,有我们邮政人的一份责任担当,非常荣幸能够贡献我的一份力量。”吴丹说道。2020年以来,在抗疫保供的艰苦工作中,物流营销中心与各核心大客户关系进一步密切,在客户业务的市场份额上取得了进一步的突破。经过不断努力,恒瑞项目从竞争对手手中夺取了物流零担业务市场,客户整体市场占有率从2020年的60%提升至80%;2021年,豪森项目冷链和

普货的竞争尤为激烈。同样经过努力,实现物流业务收入同比增长7.15%;零担业务占比从56%提升增长至76%;豪森项目收入同比增长50%以上。2022年,医药合作份额又创新高。2023年,医药客户原有份额保有率达100%,未出现一例存量客户投标掉标。

细思+精研:为民服务有温度

三年多深耕医药物流行业的探索与实践,让吴丹愈发认识到,身处“中华药港”建设发展的快车道上,置身高度重视用药安全的大环境下,要更加仔细、踏实,进一步做好医药物流服务工作。吴丹任职的这三年,正是遭受新冠肺炎疫情严重影响的三年。三年来,连云港邮政物流业务发展面临交通管控、航班取消、用药需求加大以及药企发运受限等多重困难。吴丹带领物流营销中心团队,通过一次次的定制化方案接力运输,整合“邮航+民航+铁路+落地配”方式,以及心理疏导团队成员和驾驶员等工作,保障了疫情防控期间药企的药品发运需求,得到客户的高度评价。

在落实每一个运输方案的同时,吴丹所带领的团队也在不断地成长。新疆疫情防控期间,所有重点城市的民航停运,社会运力资源都无法解决。吴丹通过自有车辆接力邮航运输、组织落地配的方式,保障了高附加值且时限要求高的冷链药品的准时高质配送,让客户看到了邮政的运递力量;河北及上海的疫情防控期间,通过“一个客服跟一车”的方式,逐车逐票跟踪,保障每一件药品及随货的准时准点准确送达,运营质量得到有效保证;

连云港的疫情防控期间,吴丹更是带领团队成员驻扎场地,主动安排专人驻扎客户仓库,帮助客户药品出库。

在她的带领下,物流营销中心员工分工配合。综合组保障驻场人员就餐休息;物流组肩负车辆闭环管控;客户经理条线式驻扎场地;客服组的小姑娘坚守岗位;24小时不间断接力运输,保障药品准确迅速地发运配送。也正是经过这样的锤炼,吴丹和她的团队凝聚力和战斗力更强了,也正是这样辛勤的付出,让客户看到了新形势、新环境下邮政的战斗力。

目前,连云港市分公司已承担全市三分之二以上医药产值、80%以上冷链物流的配送服务。近年来,连云港市分公司先后荣获“江苏省重点物流企业”“中国医药冷链运输企业二十强”“中国医药冷链运输达标企业认证”等称号。对标行业、专业专注、高质发展,是这个团队持续追求的目标,也是吴丹继续前行的动力和方向。



砥砺二十载 奋进再出发

——记宁夏中邮物流公司市场运营部王勇

□本报记者 赵薇康

“算一算,我从事邮政物流专业工作已经快21年了,参与了许多物流配送项目。回想每个项目的运营过程,有困难、有汗水,但也收获了许多客户的赞誉。在物流专业的每一次挑战和突破,对我来说都意义非凡。”52岁的宁夏回族自治区邮政分公司物流公司市场运营部的王勇,提及自己多年的物流从业经历时感慨万千。虽然历经多个物流项目的落地运营,在面对客户不断提升的物流服务需求时,王勇从未松懈。他不断解放思想、学习先



进经验、创新服务方式、延展服务深度,带头践行邮政物流使命。

集团公司总部的战略客户是邮政重要的客户资源和企业收入的重要来源,经营维系战略客户是促进业务协同开发的要务。为落实好集团公司及区分公司战略部署,不断满足客户需求,初入物流专业的王勇就一头扎进中石油、中石化的项目中,一边干一边学。作为团队队长,他带头作贡献,在节假日也是24小时待命,确保能随时响应。

“中石油、中石化项目是宁夏邮政物流专业里非常重要的项目。组织上能够信任我,让我负责项目运营,我感到非常荣幸,一直告诉自己不能出一点儿纰漏。这两个项目在节假日最繁忙,因此,加班加点都是常事,时间一久,也都习惯了。手机随时带在身上,做到及时响应,问题及时解决。”王勇说。

随着项目合作的深入,客户的需求由简单的物流配送提升到“仓储+配送”等一揽子综合服务。为更好地为客户和群众服务,王勇定期走访各配送站点,了解物流配送及站点运营情况,再将了解到的各类信息汇总,不断与客户进行沟通,从

而充分改进和解决项目运行过程中存在的问题。同时,也在不断寻找着新的业务增长点。每逢阖家团圆的节日,都是仓配高峰期,装卸人手极度紧缺。为了不降低服务标准,王勇带队到仓库分拣货物,充当装卸工,随车配送。在他的带动下,团队成员奋勇齐上阵,克服了一个又一个困难。

随着宁夏邮政物流业务不断发展,客户对服务深度的接受也不断提高。经验丰富的王勇又接受了一项新的挑战——打通物流配送“最后一公里”。

中化项目是宁夏邮政2021年新开发的重点物流项目。宁夏邮政起初仅负责省际干线运输,将货物从中化总仓配送至各市级中心仓。为确保项目高效有序运行,王勇对各配送市级中心仓业务的基本流程、产品特性、流量流向、交接规范、场地规划、系统需求等进行了充分调研。在充分了解客户需求和业务特性后,制定项目实施方案,明确任务计划、责任人和完成时间节点。同时,每日关注项目业务量情况,及时对接中化公司,根据业务需求,及时调整运营力量。

王勇凭借着一贯的“随叫随到、随叫

随解决”服务态度,以及专业的服务能力,赢得了客户信任与好评,争取到该公司农资产品90%的运输份额,并迅速抢占了其他4个物流服务商服务区域,先后承接了中化银川暖泉站、银川南站、甘肃古浪土门站火车站原料入库运输业务。项目于2022年3月17日投入运营,截至年底,共发运化肥、种子等4.6万吨,发运车辆1341次,实现物流配送收入447万元,实现利润21.39万元。

“在春耕备耕活动中,中化项目最为忙碌,客户总在深夜提出各类服务需求。但是,我们没有掉过一次链子,不是当天晚上予以解决,就是第二天上午及时做好沟通和服务。”王勇说。

由于认可邮政的口碑和服务能力,中化公司提出了货物配送到户的需求。要做好物流配送到户,自有车型调整、运输成本费用、人员配备等都成了亟须解决的问题。王勇跑遍了中化公司各中心站点,详细了解运距、化肥的包装规格、重量及干线运输成品原料情况;深入农户家中,在田间地头详细了解农户当前在收货、用货方面存在的问题与切实需求,最终建立“最后一公里”配送模型。配送到户服务

具有时限要求高、距离短、车型受限、多点卸货的特点。王勇深入市场,扎实开展调研,并与中化公司不断研究测算配送的价格。经过不懈努力,最终,宁夏邮政与中化公司就深入合作事项达成一致意见,签订了“最后一公里”“运输+装卸”打包合同,实现了运输及装卸业务全面深入合作。

如今,中化公司各中心站点已没有货物配送到农户的压力。在田间地头,穿梭着邮政车辆与邮政员工的身影,而中化公司则将更多的精力投入指导农户增产增收上。据了解,宁夏邮政月均配送中化项目到户车次已超过530次,切实为客户及农户提供了更加优质的服务。

服务没有终点。随着物流配送“最后一公里”的落地,王勇根据农民专业合作社及农户的需求,正着手研究规划农作物、饲料等物流配送服务,紧密联系宁夏邮政寄递、渠道、电商等专业部门,力争协同为农户提供更多、更好的邮政服务。

“虽然我干物流业务时间很长,但是要切实服务好客户和群众,需要不断学习、不断研究、不断努力,以‘我是个新人’的态度认真对待每一次的任务和挑战。”王勇说。