

在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下——新时代新征程新邮政

## 良法有良效 改革出效益

——河北衡水市武强县北小范村综合便民服务站发展记

按照集团公司关于自提点建设的总体要求,河北邮政通过统一标准严管理、整合资源多建点、争取政策共建点,进一步加快自提网络建设,全面推进“自有+社会”“城市+农村”“网点+站点”自提点建设和运营管理,构建自提点“建、管、用、效”闭环,优化模式降成本、赋能叠加提质效,在不断提升末端投递能力和服务水平、畅通快件投递“最后100米”的同时,增强寄递网核心竞争优势,推动寄递业务降本增效、持续发展。

其中,衡水市武强县邮政分公司以“示范领跑、覆盖面推开”为发展主线,全力打造示范标杆,搭建开放式自提平台,2022年自提代投邮件162万件,件均成本较改革前下降0.31元;今年1—6月,自提代投邮件89.8万件,件均成本再次下降,压降投递费18万元,降本增效十分明显。记者为此走进武强县北小范村综合便民服务站,一探究竟。

□本报记者 程钰 通讯员 魏晓明 李林

滴滴滴……“艳姐,邮件到啦,这趟70多件呢!”看见门外卸下两大包邮件,河北省衡水市武强县北小范村邮政综合便民服务站的负责人李艳迎出了门,打开中邮E通APP,扫描邮件进行入库操作,然后分类型放上架……

像北小范村综合便民服务站这样的农村自提点,河北省邮政分公司目前已建成19415个,快递包裹自提量达到7898万件。

## 强基础 自提点建设全覆盖

6月17日9点多,记者跟着投递员三转四拐,来到位于北小范村的邮政综合便民服务站。它曾是邮乐购的站点,2020年7月,在推进邮快合作中,该站点正式叠加自提代投业务,成为北小范村的邮政综合

便民服务站。

“使用中邮E通APP进行到站邮件的入库、出库,并使用中邮E通的邮掌柜模块,对超市商品进行进销存管理,随时都能掌握商品销量及库存情况。”李艳一边扫描邮件,一边对记者说。

在自提点建设之初,武强邮政确定了“邮快合作、系统引领、扩展功能”的建设思路,在支局网点叠加自提代投服务基础上,依托邮乐购店、“三农”服务站、便民服务站、村委会、村卫生所等资源,累计建设邮政自提点238处,实现建制村覆盖率100%。到2021年底,全县自提网络实现全面覆盖。

“又收了3件啊,这个‘618’没少买呀!”李艳与前来取邮件的姑娘热情地打招呼,“要退货的话,地址发微信给我。”

实行邮快合作后,2022年北小范村综合便民服务站自提代投邮件3.1万件,今年1—6月代投邮件量为1.7万件。与此同时,服务站代收邮件量逐渐增多,今年1—6月该站点代收快递包裹336件、特快邮件132件,实现业务收入近4800元。

“村民都到我这里取件和寄件,小站点成了村里的‘网红地’,人气越来越旺。”李艳开心地说。

武强邮政按照统一形象标准、统一关系绑定、统一签订协议、统一备案管理、统一安装系统、统一结算支付的“六统一”要求,实现自提点的标准化、规范化建设与管理,以“两中心一站点”为建设核心,推进农村三级物流体系建设,为邮快合作、快递进村提供健全的配送网络。2021年以来,武强邮政先后与中通、申通、韵达、圆通、百世等快递企业开展代运代投合作,月均代投社会快件5.5万件。

## 降成本 投递网优化显成效

为更好地发挥自提点的作用,武强邮政对投递网络进行了优化布局。在邮快

合作代投量不断增加的前提下,2022年初,武强邮政多措并举加快投递网改革,组建“邮政网点+社会自提点+农村超市”的自提网络,推行直分直运、甩点直投投递作业模式,减少处理分拣环节,重点提升投递能力,压降寄递作业成本。

武强县共辖4镇2乡1个开发区,有238个行政村、17.6万人口。根据城乡不同特点,武强邮政分区采取不同的投递模式,并对投递责任进行了划分。

“我们将县城投递分为小区自提、沿街门店直投、精品投递三种。”武强县分公司投递部经理吴鹏算了这样一笔账,“每天专人专车把邮件直接从共配中心运送至16个邮政驿站,不再由专职投递人员投递,投递费用由原来的每件1.00元降至0.60元。沿街门店快包直投由邮政统一管理,申通快递员和车辆代投,划分了6个专投道段,投递费用降为每件0.80元、压降成本0.20元。4名普邮投递员也有了更多精力投入邮件揽收中。”

“全县行政村多,每个村子都不大,人口也不多,这是武强农村的特点。因此,我们在县城以外的地区采用‘普邮含快包+快包甩点直投+交邮合作+服务站自提’的模式。”武强县分公司副总经理王辉说,“如何提升238个邮政综合便民服务站点的投递效能,需要不断进行深入探索。”

邮件量是保障甩点直投道段正常运营的直接因素,而甩点直投是可持续压降投递件均成本的有效方式。经过实地测算,武强邮政在寄递物流共配中心附近10公里范围内,筛选出快包日均投递量在30件以上的21个综合便民服务站设置专线,进行甩点直投,每天两个频次,由专人投递,减少处理环节。此举不仅缩短了时限,投递费用也从原来的每件1.00元降至0.50元。(下转第2版)

## ·自提点建设应用系列报道·

## 陕西邮政持续打造新营销体系市场拓展提质效

本报讯 今年以来,陕西省邮政分公司围绕集团公司“知客、蓄客、获客、活客、留客”运营理念,坚持改革创新,坚持以客户为中心、以市场为导向,制定了营销体系建设实施方案,以政策创新和资源优化为核心,构建“省、市、县、网点”和“综合、专业、线上、兼职、渠道、协同”的四级六维营销队伍,持续打造专业化、体系化、市场化的新营销体系。

陕西邮政“以客建队”,重整“省、市、县、网点”四级营销队伍,提升靶向营销“新火力”,聚焦总部、政务类源头客户,强化省、市两级营销中心建设;推行行业客户经理制,按照“总部接入、专业落地、一点运作、整体推进”的工作模式,推进分层开发、源头获客;聚焦强化区域重点市场与政企客户开发,强化区、县营销团队职能,对区、县综合营销团队实现计划直达、成本直达、考核直达,加速推进区、县层面营销队伍实体化运作;聚焦小微客户、公

众客户,提升支局网点营销效能;深化寄递“网格化”营销,推进金融“全产品链”营销,巩固扩大网点基础客户群。

陕西邮政以提升专业化营销能力为核心,构建“综合、专业、线上、兼职、渠道、协同”六维营销队伍,最大限度聚焦目标市场,接近目标客户群体,实现区、县专职营销团队100%全覆盖。其专业营销对标行业先进,线上营销主抓直播带货,为金融、寄递业务引流;兼职营销鼓励多劳多得,渠道营销主推资源共享,协同营销重在客户协同和“金融+寄递”协同营销。

陕西邮政还创新实施“赛马机制”,建立以业绩为导向的激励政策,实行专职营销人员职级动态考核评价机制;优化完善“营销积分”管理制度,鼓励多劳多得;创新开发营销管理系统APP,建立各级营销队伍业绩分析看板,充分调动营销人员发展业务的积极性。

随着全省营销体系建设的持续推进,

陕西邮政市场拓展质效显著提升,客户管理水平不断提高,客户价值持续提升,企业收益不断增长。截至6月底,协议客户开发数量同比增长35%,营销收入同比增长41%,人均劳产率为全省邮政平均劳产率的3.2倍;线上营销规模快速增长,寄递引流751.31万件,收入增幅达69.1%;政务、商企、金融等重点行业客户开发成效突出,实现全省政务中心100%入驻,建成“警邮共建文明交通服务窗口”352个,累计发放社保卡超过10万张,银行卡寄递引流510万件,重点行业客户收入连续3年同比增幅超过30%;“金融+寄递”网点转型赋能协同营销成效显著,金融AUM转介新增6.68亿元,实现寄递收入5440万元,增幅超过20%。 □程维华

建体系 强管理

## 第43届全国最佳邮票评选结果揭晓

《中国共产党第二十次全国代表大会》纪念邮票荣获最佳邮票奖

本报讯(记者 潘琛)7月15日,第43届全国最佳邮票评选活动在河南洛阳落下帷幕,第43届全国最佳邮票评选和2021—2022年度最佳邮品评选结果揭晓。第十二届全国政协副主席、中国福利会主席王家瑞出席颁奖活动,并为本届评选活动的最佳邮票颁奖。国家邮政局副局长、中华全国集邮联合会会长戴应军;中国邮政集团有限公司副总经理康宁;中华全国集邮联合会常务副会长赵晓光;第十一届、第十二届、第十三届全国政协常委,河南省政协原副主席高体健;河南省委宣传部常务副部长黄玉国;洛阳市委副书记、市长徐衣显以及活动承办单位代表,河南省和洛阳市邮政、文旅、集邮协会等有关单位代表参加颁奖活动。

本届活动以“寻脉华夏 邮聚洛阳”为主题,由河南省委宣传部、河南省邮政管理局、河南省邮政分公司、洛阳市政府、河南省集邮协会承办。《中国共产党第二十次全国代表大会》纪念邮票获最佳邮票奖,《第24届冬季奥林匹克运动会开幕纪念》《中国空间站》纪念邮票获优秀邮品奖,《第24届冬季奥林匹克运动会开幕纪念》纪念邮票获最佳设计奖,《中国篆刻》特种邮票获最佳印刷奖。江苏省、山东省、河南省、广西壮族自治区、重庆市5个省级集邮协会荣获第43届全国最佳邮票评选组织奖。现场还颁发了2021—2022年度最佳邮品评选最佳首日封奖、最佳文化创意奖、最佳定制开发奖、最佳邮品奖等奖项。

获奖邮票时代特色突出,内涵丰富,印制精美,在方寸间激发了广大群众的爱国爱党情怀,凝聚了奋进新征程、建功新时代的磅礴力量,社会反响热烈。《中国共产党第二十次全国代表大会》纪念邮票,生动体现了全国人民高举习近平新时代中国特色社会主义思想

伟大旗帜,在中国共产党坚强领导下,踔厉奋发,勇毅前行,团结奋斗,为实现中华民族伟大复兴的中国梦不懈奋斗的昂扬风貌。《第24届冬季奥林匹克运动会开幕纪念》纪念邮票将冬奥会开幕式丰富、动感的视听语言转化为平面语言,在方寸间呈现中国结、雪花台、火炬等冬奥会开幕式经典元素,让中国故事更加精彩。《中国空间站》纪念邮票体现出建设航天强国、营造太空家园、探索未知宇宙的寓意,寄托着和平利用宇宙空间、开放共享造福人类的美好愿望,再现了我国航天强国建设的精彩瞬间。《中国篆刻》特种邮票实现了邮票印制工艺和篆刻艺术的完美结合,在润物无声中传承中华文化,于方寸之间展现传统篆刻艺术瑰宝。最佳首日封奖、最佳文化创意奖、最佳定制开发奖、最佳邮品奖等奖项展示了中国邮政集邮文创产品的最新成果。

活动现场还举办了《成语典故(三)》特种邮票首发仪式,河南省集邮展览也于当日开幕。中华全国集邮联合会和河南省邮政分公司、安徽省邮政分公司进行了佳邮评选旗帜交接,下届佳邮评选颁奖活动花落合肥。

本届全国最佳邮票评选活动有超过70万人(次)参与投票,参与范围广,社会影响大,文化氛围浓郁,既彰显了这次评选活动的影响力、厚重文化底蕴和新时代发展成就,又展示了中华传统文化之美和集邮文化的独特魅力。

全国最佳邮票评选活动已有40多年的历史,由中华全国集邮联合会、人民日报社、中央广播电视总台、中国集邮有限公司、中国邮政文史中心、北京邮票厂有限公司、工人日报社、中国青年报社、人民邮电出版社、人民邮电报社等十家单位主办。

## 中邮证券荣获4项中国证券业“君鼎奖”

本报讯 近日,在广东深圳举行的“2023中国金融机构年度峰会”上,中邮证券荣获“2023中国证券业资管品牌君鼎奖”“2023中国证券业创新资管计划君鼎奖”“2023中国证券业新锐投行君鼎奖”“2023中国证券业投资者教育君鼎奖”4项大奖。

近年来,中邮证券加快市场化改革步伐,强化能力建设,拓展业务资质,发展质效显著提升。公司资管投研能力持续提升,积极服务居民财富增长,资产管理业务收入、受托资产规模显著高于行业中等水平,投研与产品创设能力获得市场认可。截至6月底,中邮证券资管分公司共设立11个系列、114只资管产品,覆盖类现金、债券、股票、指

数、衍生品等资产类型,管理规模达441亿元,服务客户超万人,产品收益稳健,客户认可度较高。公司投行业务开拓进取,持续打造“投行+商行”协同展业模式,致力于为各类企业提供优质的股权融资、债权融资、并购重组、综合财务顾问等全方位金融服务;积极服务国家战略,发行绿色债、乡村振兴债、绿色ABS等金融产品,打造具有邮政特色的精品投行形象。同时,以邮政企业文化为背景,打造投资者教育品牌,搭建投资者与交易所、上市公司的沟通桥梁,近一年来组织开展投教活动1496场(次),覆盖投资者241万人次,制作投资者教育产品400余种。 □郑泉轩

## 西藏邮政与西藏移动战略合作

本报讯 7月12日,西藏自治区邮政分公司与中国移动通信集团有限公司西藏分公司签署战略合作协议。双方将聚焦重点领域,发挥各自优势,持续深化务实合作,共同为推动西藏长治久安和高质量发展作出贡献。

据了解,西藏移动将发挥5G、大数据中心、物联网等优势,为西藏邮政提供专项、专业的5G+全方位的通信解决方案,加大对公业务合作力度;为

西藏邮政员工提供客户权益、家庭宽带、集团短号等个性化融合服务。西藏邮政将围绕西藏区域发展新格局,充分发挥渠道、物流、金融等综合优势,全面助力乡村振兴战略落地;积极发挥寄递、文化传媒等方面的资源优势,全面服务西藏移动。同时,进一步加强协调联动,完善战略合作实施路径,确保双方上下统一、内外联动,共同推进高质量发展。 □王洪波



## “爱心驿站”关爱多

“邮政网点夏天能纳凉,冬天能取暖,还为大家准备了针线盒,衣服破了随时可以过来缝补。”7月11日9时许,山西省太原市小店区坞城路邮政支局的员工焦晓媛对在网点“爱心驿站”休息的环卫工人孙亮翠说。

入夏以来,该支局员工到岗后的第一件事就是打开空调、烧热水,然后泡一壶菊花茶放在

“爱心驿站”的茶几上,免费提供给环卫工人、交警、出租车驾驶员、快递员等户外劳动者。

据了解,在去年为户外劳动者提供免费饮水、纳凉、热饭、休息等服务的基础上,山西省邮政分公司今年又在“爱心驿站”增加了无线上网、充电和提供针线包、应急药箱等服务内容。目前,山西邮政已建成39处“爱心驿站”,先后为6万余名群众提供关爱服务,得到了社会的广泛称赞。 □山西记者 裴效华 摄影报道