

龙泉驿水蜜桃热销的背后

——记四川成都市分公司以惠农生态圈服务乡村特色产业

□本报通讯员 宋贞颖 李梓梦

“无蜜桃，不夏天！”盛夏的龙泉山上，桃林郁郁葱葱，白里透红、又大又圆的水蜜桃挂满枝头，桃香沁人心脾。四川省成都市龙泉驿区是全国三大水蜜桃生产基地之一，有春蕾、京春、白凤、晚湖景等40多个品种，果品具有白里透红、水分饱满、汁多味甜的特性，素有“天下第一桃”之美誉。近年来，成都市邮政分公司立足自身资源优势，紧跟政府惠农助农步伐，围绕龙泉驿水蜜桃这一优质农产品，积极打造惠农生态圈，在助丰收、畅销路、搭平台、惠金融等方面深耕细作，绘就了一幅以水蜜桃特色产业为主题的乡村振兴画卷。

助力好“丰”景

“我们保证送到您手上的每一个水蜜桃果形达标、甜度达标。此刻下单，可立享优惠……”6月29日，一场主打原汁原味原产地水蜜桃的溯源直播，在龙泉驿区红花村水蜜桃种植基地热闹上演。开播不到10分钟，1000件水蜜桃就被一抢而空，当天直播累计销售水蜜桃3000余件。借着直播热度，次日成都邮政在“邮乐优鲜”平台推出特价水蜜桃白凤大果秒杀团购。一时间，各大团购群开启抢购模式，仅两小时，就销售水蜜桃达万单。“邮政每单有补贴，算下来比市面价便宜很多，推广起来非常容易！”一位“团长”开心地说。



邮车深入桃园，加快农产品出村速度。

□宋贞颖 摄

驻村书记的“农产品日记”

“2021年，通过电商平台销售茶叶300斤、蜂蜜300余斤、粽叶1000余斤，销售额达到20余万元；2022年，销售笋干、艾草、菖蒲、粽叶、野生猕猴桃等，为村集体经济创收近20万元。”对在箬阳乡茶园村取得的成就，浙江省金华市邮政分公司驻村指导员孔艳华娓娓道来。从2019年5月开始担任茶园村第一书记，到2021年底接受驻村指导员的任命，从刚驻村时的孤独、寂寞和迷茫，到如今的充实和干劲十足，4年来，孔艳华用实际行动带领村民搭乘邮政电商快车，走上共富之路。

“选品+品控”两手抓

“3月到4月是茶叶的销售旺季，5月到6月是艾草、菖蒲、粽叶销售的最佳时机。”在孔艳华的笔记本上，记满了茶园村各季节农产品成熟上市的详细信息，俨然成了一本“农产品日记”。

龙泉驿水蜜桃是四川邮政惠农服务合作的重点项目。经过近几年的深入合作，龙泉驿区邮政分公司与辖区内的长松村、美满村、长丰村等7个水蜜桃种植村建立紧密联系，深度嵌入水蜜桃产前、产中、产后各环节。同时，借助邮乐网和“极速鲜”“易邮铺”“鲜味送”以及内购会等多个平台和渠道，开展线上线下销售，将龙泉驿水蜜桃打造为省级农产品基地、区域级“中邮惠农示范社”。近3年来，龙泉驿区分公司共助销水蜜桃3.6万件，交易额超1000万元。

以前，龙泉驿水蜜桃主要靠商贩到田间地头收购、散户批发等传统方式销售，规模不大且价格较低，果农们辛苦一年，果子却卖不上好价钱。随着农村电商的蓬勃发展，果农一方面迫切希望进驻电商平台，打开线上销路；另一方面又苦于找不到值得信任且有运营经验的服务商。龙泉驿区分公司利用多年外拓走访积累的客户资源，主动对接当地各大合作社，为果农提供平台营销、渠道搭建、线上宣传、上门收货等全流程服务，让合作社和果农迅速搭上了电商快车。

“邮政销售渠道广，运营能力强，值得信赖！合作3年来，果子一年比一年销量好，农户一年比一年收入多。而龙泉驿水蜜桃的名气也是越来越大，受到全国各地消费者的青睐。”龙泉驿川老俵果业农民专业合作社负责人龙久亮非常感谢邮政的帮助和支持。



成都邮政为龙泉驿水蜜桃提供产销运一揽子服务。

□宋贞颖 摄

“惠”出致富花

“这棵桃树是我去年认养的，已经连续两年结果了。今天我就摘了20多斤！这几年，我们不仅与桃子结缘，更是与邮政员工成了亲密无间的朋友。邮政真心值得信赖！”一位邮政金融VIP客户开心地说。

6月28日，龙泉驿区分公司邀请金融财富客户，乘坐“丰收号”专车踏上桃园认养采摘之旅。他们来到心心念念的桃树认养专属区，一边采摘，一边品尝，为夏日桃园增添了一道独特的风景。

“认养一棵桃树”活动在龙泉驿区分公司开展两年了，130余位金融财富客户参与其中，累计沉淀储蓄资金达2亿元。每年3月，受邮政邀约的金融财富客户会前往长丰村、红花村等果园认养桃树，待盛夏时节再来感受丰收的喜悦。该活动成为龙泉驿区分公司为金融客户打造的特色专属权益，并不断被复制推广到全市，不仅为农家乐、果园带来人气和流量，更为金融业务发展注入了源源不断的活力。

随着龙泉驿水蜜桃的畅销，特别是邮政金融服务适时地融入果农的产销场景、社交生活，果农与邮政的互动更为频繁，双方的关系也变得更为紧密。农

闲时分，邮政人员挨家挨户到果农家里开展“丰收宝”免费办理活动，手把手指导果农使用“丰收宝”特色收款码；疏果阶段，邮政人员与邮储银行人员一道帮助果农办理涉农贷款及金融结算等服务；收获季节，邮政联合村委会开展惠农大讲堂活动，为果农提供专业的金融咨询和信贷服务。

“在我为扩大种植规模而四处筹款时，邮政主动服务，联合邮储银行上门办理贷款，100万元资金很快到位，解了我的燃眉之急。”长丰村水蜜桃种植户贺学兵连声感谢。

今年3月，龙泉驿区分公司以农产品助销为支点，对辖区内的水蜜桃种植村进行整村开发，撬动代理金融业务发展。截至6月底，该分公司新增代发工资开户5000户，批量开卡1070张，新增储蓄余额4000万元。

“邮”通畅销路

走进红花村合作社生产仓库，一排排标有“邮政农产品”的水蜜桃包装箱摆放得整整齐齐，一筐筐新鲜的水蜜桃从基地采摘后被集中到这里。工人们正在生产线上对果子进行品控检查和称重分类。合格的水蜜桃将在这里打包、装箱，发运到全国各地。

惠券下单……”邮乐直播间内，邮政主播正卖力地向网友推荐茶园村的春茶。“这是来自我们农民合作社的春茶，以前只能在实体店等传统渠道销售。这次通过邮政直播，打开了新的销路，仅半小时就卖出60多单。这样的销量，我们很满意！”金华市九康茶蔬专业合作社负责人余志洪说，孔艳华的这一暖心举措，实实在在为农产品销售助了一臂之力。

“除了茶叶，在最近的几场直播活动中，我们还上了蜂蜜、笋干等产品链接，社区团购也进行了同步推介。”金华市分公司渠道平台部副经理魏剑云介绍说。

“助农+帮困”两并进

“真的很感谢您！如今，我不用再为茶叶加工和销售发愁了。我卖茶叶的收入也从原来的4000元增长到现在的13万元。”村民张兆康手里拎着一袋自家做的番薯粉和从山上挖的鲜笋专程来向孔艳华道谢。

五十来岁的张兆康为照顾

“所有的果子保证当天采摘、当天发货。我们的水蜜桃通过邮政‘极速鲜’寄发，客户普遍反映收货快、货品新鲜。”该仓库负责人对邮政寄递服务非常认可。针对水蜜桃这类生鲜果品，成都邮政采取“极速鲜”服务，实行冷链专车直发，确保同城24小时送达、全国100余个重点城市48小时送达，让龙泉驿水蜜桃“一口鲜甜送遍天下”。

为了做好售后服务，让客户体验到水蜜桃的最佳品质，成都邮政组建了“业务发展+运营保障+服务质量”项目组，安排专人对接果子的售后服务，对漏果、坏果一对一处理，赢得客户好评，复购率达到40%。

成都邮政还不断创新销售思路，借助文创产品，助力开拓销售市场。连续两年推出“熊猫邮局”联名款水蜜桃，深受消费者喜爱；定制生产水蜜桃文创产品，进一步打响龙泉驿水蜜桃的品牌和知名度。“我们非常重视协同发展，充分发挥邮政综合服务优势，在畅通水蜜桃销售渠道的同时，叠加寄递、金融、文创等服务，融入水蜜桃的产业链、价值链，实现果农获利、消费者获益、邮政获客、政府获赞的多方共赢局面。”龙泉驿区分公司总经理林海对全面打造龙泉驿水蜜桃生态圈充满信心。

身患重病的母亲，没有外出务工。茶叶是他家全年的收入来源，而平时给母亲治病的花销也让他承受了巨大的经济压力。一直以来，在茶园村都是依靠熟人口口相传的传统方式销售农产品，茶叶能卖多少全要看运气。在孔艳华的推动下，茶园村“两委”与合作社一起从村民手中收购鲜茶，再进行统一加工、统一包装、统一销售。这样一来，彻底打消了村民种茶的后顾之忧，也让村民的收入有了可靠的保障。

“孔书记的工作能力特别强，让茶园村的村民拧成了一股绳，特别是在完成村集体‘消薄’工作中取得了很好的成效。”箬阳乡丁乡长如此评价孔艳华。

“茶园村的事就是我的事。我希望继续与村民一起，借助邮政电商的综合服务优势，切实有效增强村集体经济的‘造血’功能，让村民的钱袋子越来越鼓，日子越过越红火。”孔艳华满怀信心地表示。

□陈方明

“真没想到，这不出门的生意，不仅能赚钱，还给我的小店引来了不少新客户。”湖北省枣阳市鹿头镇综合便民服务站站长李金哲口中的“生意”，就是基于“邮掌柜”系统新配备的“进销存双屏机”。李金哲介绍说，在枣阳市邮政分公司鹿头支局业务推广经理房俊的推荐下，他通过“进销存双屏机”社区团购活动页面订购了50单毛尖茶叶，才几天时间，就被周边的村民抢购一空。

今年以来，枣阳市分公司大力推进农村邮政转型发展，以渠道建设为重点，基于“网点+站点”新模式，加快站点的数字化升级，探索“进销存”项目新路径。截至7月底，该分公司累计建成综合便民服务站484个。其中，邮乐购站点253个，批销额达到2000元以上的站点有165个，大单品销售额占比达到90%。

目前，枣阳市分公司为25个支局、站点配置了“进销存双屏机”，实现“进销存+收单支付”功能。在此基础上，同步打造了5个客户体验区，即金融积分兑换体验区、“网点+站点”互动体验区、自提点客户体验区、税务代办和车牌邮寄体验区、社区团购体验区。通过多业务、多场景叠加，吸引更多客户前来体验邮政“一站式”综合服务。

为加快站点数字化升级、打造新零售生态，枣阳市分公司从“中邮E通”系统中，选择日均交易量在300件以上且开展批销业务的商超站点，推广使用“进销存双屏机”，叠加大单品批销、支付收单、易邮自提、积分兑换等业务，拓展“邮掌柜”系统功能。通过多业务赋能，数字化升级，吸引更多客户到邮政站点办理业务，增加站点的客流量，提升邮乐购站点的服务水平和盈利能力，增加“邮掌柜”与邮政的黏合力，打造“网点+站点”双向引流、良性互动的新业态。

针对以往渠道建设中普遍存在的社会站点只建不用、业务叠加不全、支局地推营销人员不足等问题，枣阳市分公司明确并细化了“网点+站点”模式的人员配备、巡店配套、业务叠加、活动推广等4个方面的制度，确保运营管理工作扎实推进。在营销人员培训上，该分公司狠下功夫，联合邮乐公司，协同邮储银行，面向基层实战，不断推进培训工作的常态化、规范化。同时，该分公司出台了一系列有利于农村邮政发展的措施，分公司领导、各部室、各专业、各支局“四点一线”逐级明确责任，围绕工作推进情况，每周复盘、每月小结，并在全市开展“一周一篇信息交流，一月一报工作小结，一季一选发展标兵，一年一评创新实践”活动，确保“网点+站点”数字化转型稳步发展、质效双升。

□王运明

运城邮政做强渠道营销

今年以来，山西省运城市邮政分公司强化互联网思维和电商运营理念，以增强项目营销的木本效应为原则，以延展扩张销售渠道为突破，以形成综合服务优势为抓手，通过严密的项目组织、严格的过程管控，高质量完成“福至新春”“粽情端午”等渠道平台营销项目，总收入突破2000万元，同比增长24%，项目周期同比下降21.58%，库存清零、客户续订率、资金回笼时间等指标均实现明显提升。

在“福至新春”“粽情端午”等营销项目的组织、推进过程中，运城分公司依据现代电商理念，狠抓订单管控，不仅促成了项目营销目标的提前实现，而且为下一步营销活动的开展积累了经验，积累了客户资源。

运城分公司转变经营思路，将订单管控作为贯穿各营销项目始终的抓手，从细、从实掌握各类客户的订货品种、数量、送达时间、配送深度、附加需求、报账周期等。在保障商品品质的同时，依据订单约定的时间与配送深度，精准做好售后中服务，特别是针对意外情况，第一时间作出响应与处置，保障项目的服务效果。采取电子发票网络送达方式，加快报账时效与货款回笼速度，货款回笼周期较去年缩短21天，回款及时率达到100%。根据订货规模，分门别类建立客户台账，精准掌握每一位客户的属性与个性化需求，老客户续订率达到95%以上，同时又新增医疗、教育、商企等客户280余户。

运城分公司充分发挥电商渠道、物流配送等综合服务优势，积极响应本地大客户慰问外地客商的需求，将年货订单演变、升级为电商服务，即单件订单金额达200元以上的，可提供快包免费寄送服务，从而实现“变一为二”的开发效应，将一个客户裂变为分销订购、电商寄递两个客户。

运城分公司还与16家省、市邮政分公司展开业务协作、协同营销，以“业务置换互销、共同做大业绩”为思路，畅通出省通道，将运城邮政开发的年货礼品、特色农产品通过电商网络销往全国各地，实现域外专项销售300余万元。

在渠道平台营销项目运作中，运城分公司坚持“务实、灵活、高效”的管理理念，将专业部门与经营单位的职能、功能精细化、明细化。专业管理部门突出“策划、组织，提供思路，支撑、督导，全力推进”的职能；各经营单位执行“宣贯、落地，开花结果，公关、突破，全面完成”的职能。运城分公司渠道平台部严格实施订单化管理，做到订货、签协议、配送、应急处置、发票提供、货款回笼等“一条龙”服务，先后提供各类策划方案16份，协同公关21次，签约专业订单客户19户，发布存量客户预警13次，及时指导经营单位确保存量客户续订成功率及意向客户开发成功率。各经营单位依据订单客户台账，精细管控、精心服务，让客户在实战中认同邮政的品牌与服务，以邮政的实力与实效稳固客户资源、提高市场增量。

□樊拥军