



9.19

丰收欢乐购
原汁原味原产地

欢乐开幕

总体思路

2023年是全面贯彻落实党的二十大精神的关键之年,也是实施“十四五”规划承前启后的关键一年。2023年“919电商节”将继续秉承服务乡村振兴的初心,围绕“邮政919,丰收欢乐购”主题,聚焦突出特色、做大商流、汇聚流量,通过协同作战,联合金融、寄递、邮务各板块共同发力,通过内外联动,争取政策支持,汇聚多方力量,通过聚力同心,发挥“邮政+邮乐”特色优势,共同打造不一样的“919电商节”,以电商节跨越式发展,促进邮政农村电商“化茧成蝶”,全力开创邮政服务乡村振兴新局面!

宣传主题 购物上邮乐,全家都欢乐

宣传口号

农产品上行:原汁原味原产地,省钱省心邮乐购
邮乐购站点:省钱就上邮掌柜,赚钱就用邮掌柜
增值业务:金秋“邮”礼,服务相伴

时间安排

活动预热期为8月16日—31日

热卖期为9月1日—19日

续热期为9月20日—30日

以“9”为标志,设定8月19日、8月29日、9月1日、9月9日、9月19日、9月23日和9月29日为点爆日,不断制造爆点,深化邮政特有的“919电商节”记忆符号。

活动目标

2023年“919电商节”活动目标围绕“五个提升”设定,即提升商流规模、提升渠道活跃、提升平台能力、提升协同效益、提升品牌影响力。

提升商流规模

活动期间实现双向商流规模60亿元。实现上行商流规模确保目标30亿元,实现基地农产品交易额8亿元,打造1500款乡村振兴万单商品;实现下行商流规模确保目标30亿元,其中大单品交易额确保目标20亿元,定制大单品确保目标10亿元。

提升渠道活跃

线上渠道,实现“邮乐鲜”交易额确保目标10亿元;新增活跃“团长”8万名,开展拼团10万场;“邮乐小店”交易额确保目标5亿元,日均有效分享店主25万名,日均成单店主2万名;开展邮乐直播不少于5000场。线下渠道,实现年累计优质站点18万个;年累计持续活跃站点10万个。

提升平台能力

活动期间,实现邮乐平台日均UV350万,买家数达500万人,新增注册用户1200万个。实现邮乐平台GMV确保目标40亿元。其中,网络零售交易额20.5亿元,平台批销交易额18亿元。

提升协同效益

金融协同:提前达成站点引荐AUM400亿元的全年目标,新增会员引流300万人;提前达成年累计叠加金融业务站点25万个的目标。

寄递协同:提前达成年累计叠加寄递业务站点30万个的目标;站点代收自提量累计突破10亿件;累计平台造包3000万件。

普惠保险:实现中邮普惠保险累计保费规模2.4亿元(新增中邮学平险2500万元);新增会员服务交易额(含双险、普惠、会费)确保目标4.4亿元。

提升品牌影响力

活动期间,实现超5亿曝光量,打造最具影响力的央企电商品牌。

十大特色活动

点爆日活动

活动期间共设置7个点爆日,其中围绕邮乐商城渠道,在点爆日当天上线专项活动会场页面,每期点爆日结合轮值省份选择主推商品用于重点推广,邮乐VIP客户当天下单可享受96折优惠;围绕“邮掌柜”渠道,点爆日加大资源投放力度,各品牌集中放量放价,全网定制大单品实行业绩奖励,当天“邮掌柜”登录APP即可领取优惠券包。

乡村振兴万单商品

发挥邮政全网寻源优势,突出“原汁原味原产地”价值主张,围绕桃李提梨、米面杂粮、水产肉蛋、干货调味等产业,通过乡村振兴万单补贴与邮乐活动政策支持,依托社区团购和“邮乐小店”等线上渠道,实现打造1500款万单乡村振兴商品的目标。

“邮乐杯”直播打榜赛

活动期间,通过“官方直播+各省直播”累计开展直播46场,其中邮乐直播产业基地赋能全国开展官方大型直播15场。全国31个省(区、市)通过“溯源直播+主题直播+日常直播”形式,自行开展“一省一大型”直播,共计31场。开展“邮乐杯”直播打榜赛,设立主播达人奖和直播间月排位赛,给予表现优秀的主播和直播间奖励。

社区团购“团长”争霸赛

活动期间,通过组织系列营销活动提升“团长”活跃度,对新注册“团长”发放“新团长大礼包”,进行“团长”拉新。对销售业绩达到万元以上的“团长”,额外给予奖励金。

“邮乐小店”成长计划

活动期间,通过组织“热卖佣金翻倍”“店主分层会员权益”“省级店主培育奖”“销售争霸赛”等一系列营销活动,动员全体邮政员工,使用“邮乐小店”转发分享活动和商品,提升店主活跃度。

大单品“百强县”补贴

活动期间,组织“大单品品牌专场满减”“营销活动享返利”等线上营销活动,组织全网定制大单品业绩奖励。设置“大单品百强县”评选,分别参照大单品和定制大单品交易额进行排名,给予大单品专项补贴。

站点“万店庆狂欢”

活动期间,线上批销额1000元以上的“邮掌柜”可参与评选,按照批销额绝对值排名,奖励前1万名“邮掌柜”邮乐进货折扣券。

金牌地推大作战

活动期间,做好专职地推的配备和培训激励,组织开展金牌地推大作战活动,绑定站点数量大于50个,下单率大于50%,累计线上批销额达到2000元以上,给予商品销售佣金激励,全网定制大单品和邮乐赋能商品按照线上批销额的1%进行奖励。

普惠保险进村下乡“千万工程”

针对使用“邮掌柜”系统的邮乐购站点,开展普惠保险进村下乡活动,拟累计打造普惠保险业务高质效邮乐购站点1000—3000个,赋能叠加邮乐购站点10000个;针对“邮乐小店”店主开展“排名大奖赛”,根据日规模、月规模进行奖励;针对市邮政分公司、县(市、区)邮政分公司、个人组织“拼规模·比贡献”、精英“争霸”、轮值“争先”、学平“争优”等活动,根据普惠保险保费达成规模给予活动奖励,营造“比学赶超”活动氛围,实现业务规模增量。

优享会员“千万奋斗”计划

活动期间,推出优享会员A/B/C三款产品,同步上线“中邮车务”平台和“邮乐小店”进行推广销售;制定优享会员“千万奋斗”计划,对各省(区、市)分组、分档实施奖励。同时,针对汽车加油出行和家电、手机及车辆延保维修服务两大场景,分别推出会员养车权益礼包和家电汽车延保权益礼包,给予“中邮车务”会员优惠。



买农产品 上邮乐

邮政农产品基地
助力乡村振兴
买农产品 上邮乐
原汁原味原产地