

中国邮政报

CHINA POST NEWS

中国邮政集团有限公司主管主办 | 第3853期(本期共4版) | 2023年9月5日 星期二
国内统一刊号 CN11-0028 邮发代号 1-100

邮储银行纵深推进主题教育

为全面推进乡村振兴贡献力量

本报讯 学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育开展以来,中国邮政储蓄银行第一批开展主题教育的单位牢牢把握“学思想、强党性、重实践、建新功”的总要求,深入学习习近平总书记关于“三农”工作的重要论述,以强化理论学习指导发展实践,以深化调查研究破解发展难题,不断增强金融服务乡村振兴的责任感使命感紧迫感,切实把主题教育成果转化服务乡村振兴的有力举措和实际成效,为全面推进乡村振兴贡献力量。

以深学细悟为出发点 强化服务乡村振兴使命责任

黑龙江省分行举办专题读书班,认真学习习近平总书记关于“三农”工作的重要论述,分行党委委员和领导干部围绕黑龙江省分行改革发展和工作实际,带头理思路、谈体会、找问题、提举措,将学习成果转化为服务乡村振兴的工作实效,做到以学促干、再建新功。

浙江省分行系统学习习近平总书记关于“三农”工作的重要论述,通过领导领学、专题研学、支部学习等方式,深入研讨如何将党的创新理论转化为服务乡村振兴的生动实践。通过学习浙江“千万工程”经验案例,将助力“千万工程”纳入省分行服务乡村振兴工作统筹安排,助力浙江省高质量发展、建设共同富裕示范区。

宁波分行在全面深入学习指定书目的同时,紧密围绕地方特色,分行机关党委与市融资担保有限公司党支部组织党员前往宁波舟山港穿山港区实地研学,通过学习进一步明确干事创业方向,以更有力的举措为乡村振兴贡献邮储力量。

山东邮政韩国向海运快线业务再添新“引擎”

本报讯 8月23日,山东威海国际口岸首次使用威海邮政国际互换局口岸码报关发运韩国向海运快线快件,标志着威海邮政完全实现出口商业快件业务在自有场所装柜和自主海关申报、审单、查验及转关出口,实现了口岸能力建设的新提升。截至8月27日,威海邮政国际业务收入达8156万元,收入

规模居山东全省首位。山东邮政韩国向快线收入为1824万元,同比增幅为725%;业务量为39.8万件,同比增幅为522%。

今年以来,威海邮政充分利用区位优势,锁定日韩桥头堡地位,不断加强与海关合作,完善威海邮政互换局口岸建设,积极申请快件运营人备案等资质,达成

定问题清单和解决对策。

河南省分行深耕粮食安全等乡村振兴重点领域,加大夏粮收购行业融资服务力度,实地调研产粮大市周口市,深入了解客户金融服务需求,查找支持夏粮收购工作的堵点和痛点,优化调整粮食收购产品方案和开发策略,推广针对粮食收购行业的“产业贷”,实现足不出户授信,为粮食收购企业及时解决资金周转难题。

湖北省分行把深入开展主题教育与服务乡村振兴紧密结合起来,全面梳理分行服务乡村振兴情况,聚焦区域特色,围绕湖北作为农业大省、产业突出的特点,以“产业+信用村”融合的产业金融为重点,到荆州、荆门市分行实地调研,了解涉农产业情况以及“三农”业务发展情况,推动重点产业“链式”服务。

扩展成果转化运用面 务求服务乡村振兴取得实效

山东省分行着力打造差异化服务优势,深入调研,创新支持特色产业;突出重点,助力粮食生产安全;科技驱动,提升数字赋能水平。该分行围绕辖内10个“省级特色行业”、50个“市级特色行业”、168个专业市场,通过省分行、市分行、县支行三级联动,多条线协调配合,组建敏捷开发团队,深入开展全产业链研究,有针对性地匹配服务方案。截至7月末,围绕肉牛养殖、果品种植、海洋渔业、大蒜购销等99个特色产业投放贷款超48亿元。

(下转第2版)

学思想 强党性 重实践 建新功

服贸会邮局“吸睛”

2023年服贸会火热进行中,北京邮政在大会会址设立了临时邮局,提供寄递、集邮、函件、电商、金融等多项服务。其特别设置的音乐明信片打印机、“首钢园”网红景点打卡套戳等,还有展卖的各色邮品及文创产品,吸引了众多游客。

为做好服贸会期间寄递渠道安全服务保障工作,北京邮政严格落实收寄验视、实名收寄和过机安检“三项制度”,全面加强邮件运输安全管理,确保各生产环节邮件安全。

□丁放 摄影报道



郑国雨调研中国集邮有限公司时强调

提升创新能力 彰显邮票价值 展现集邮魅力

本报讯 8月30日,集团公司党组副书记、总经理郑国雨,副总经理温少祺一行赴中国集邮有限公司(以下简称“集邮公司”)调研,了解集邮公司重点工作开展情况及下一阶段工作安排,要求进一步坚定文化自信,明确集邮定位,提升创新能力,开发适合不同渠道的优质产品,充分彰显邮票的文化价值、传承价值和投资价值。

在调研中,郑国雨对集邮公司学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育开展情况和经营发展成效给予肯定,询问了公司发展定位、历史沿革、相关任务落实情况,对拓展集邮市场、扩大集邮群体、积极开展营销等提出了要求。

郑国雨指出,邮票是“国家名片”,于方寸间浓缩了国家政治、经济、社会、文化等各个领域的发展瞬间,铭刻着国家、民族的前进步伐,承载着丰富的历史内涵和时代特色。集邮公司一要担好政治责

任,始终心怀“国之大者”,坚定文化自信,进一步发挥好“国家名片”作用,做好具有重大政治意义、历史意义和纪念意义的邮品发行工作,用邮票凝聚中华文化、诠释民族精神、讲好中国故事。二要明确集邮定位,更加突出邮票的文化价值、传承价值和投资价值,通过生肖等文化题材的集邮产品,展现集邮魅力,同时要采取有效措施,引导好邮票二级市场。三要提升创新能力,拓宽视野、拓展市场,在新场景、新模式和线上化上下功夫,加强产品创新、渠道创新和营销创新,更加贴合年轻集邮群体的需求和喜好。四要拓宽销售渠道,在与邮政系统内单位合作的同时,还要积极拓宽系统外渠道,加强与其他银行、其他单位的有效合作,开发好适合不同渠道的优质产品。同时,要提升风险意识,做好风险防控工作。

温少祺对集邮公司与寄递事业部、邮储银行开展合作,发挥协同优势等提出了具体要求。□宋郁瑾

邮储银行与重庆市辽宁省开展战略合作

本报讯 8月30日,支持重庆打造西部金融中心、助力现代化新重庆建设金融系统座谈会在北京举行。中国邮政储蓄银行行长刘建军、副行长杜春野参会。

会前,重庆市与邮储银行等金融机构集中签署共建西部金融中心战略合作协议,重点围绕落实国家战略部署、参与“智融惠畅”工程实施、重庆特色金融体系建设等领域深化务实合作。

建设西部金融中心是党中央赋予重庆的重大使命,是落实国家战略的重要保障,是推动高质量发展的重要支撑。作为国有大行,邮储银行坚决贯彻落实国家战略部署,以服务实体经济为根本出发点和落脚点,全力支持重庆建设西部金融中心。邮储银行将以此次战略合作协议签订为契机,积极参与共建西部金融中心,助力成渝地区双城经济圈、西部陆海新通道、现代化产业体系等重大战略实施,主动对接重庆金融需求,发挥优势、统筹资源,加强创新、深化合作,以高质量金融服务助力现代化新重庆建设。

□褚轩

又讯 8月28日,辽宁省与中央金融机构战略合作协议签约暨银企对接会在北京举行。中国邮政储蓄银行行长刘建军、副行长杜春野出席签约仪式。辽宁省分别与邮储银行等17家中央金融机构签署战略合作协议,邮储银行辽宁省分行、大连分行与辽宁省内4家重点企业签署意向合作协议。

辽宁是我国东北地区重要省份,战略地位突出,产业基础和资源禀赋都具有显著优势。辽宁全力实施全面振兴新突破三年行动,推动营商环境持续优化,经济社会发展整体回升向好,取得了可喜的成绩。邮储银行将以此次战略合作协议签订为契机,抓住辽宁振兴发展的良好机遇,主动对接辽宁金融需求,着力发挥特色化、综合化金融服务优势,在实施央地合作项目、打造乡村振兴“五大工程”、推进普惠小微企业发展、构建现代化产业体系等领域提供高质量金融服务,合力共创辽宁全方位振兴新局面。

□褚轩



四川邮政首个邮乐小店10万单产品诞生

本报讯 截至8月31日10点30分,四川省广安市邮政分公司“邻水大米”邮乐小店订单突破10万单,系全国邮政“919电商节”首个10万单产品。

“919电商节”启动前,广安市分公司提前摸排市场,及早锁定“邻水大米”为爆品,对外借助“原汁原味原产地”品牌、“新谷新米”品质造势宣传,对内强化“渠道+金融+寄递”联动、“网点+站点”赋能、“线上+线下”互动,分层分类拓展客户,有力促进

目标提前达成。

据了解,自“919电商节”预热以来,四川邮政以“点爆日”“乡村振兴万单大作战”“邮乐小店三年成长计划”为重点,聚焦产品、仓配、销售“三端”,打造四川特色农产品销售供应链模式,持续做大上行商流规模,目前共有小店万单产品30个、小店交易金额达1815万元,均居全国邮政第一。

□金堰

海南邮政邮乐小店注册率排名全国第一

本报讯 (记者 黄文燕 通讯员 陈佳佳) “邮政电商节促销力度大,我的小店单日销售冲到了7000多元!”8月30日,邮乐小店店主陈秀波激动地说起参与“百万员工做导购”活动的感受。

海南省邮政分公司积极发挥邮政社群营销优势,大力开展“百万员工做导购”活动,助力全省邮乐小店在“919电商节”中实现销售放量。海南邮政为此建立了导购推进群,每日优选“919电商节”主推产品,发送图片和营销文案供店主使用;加强线上线下培训,指导各单位建立推手群、动员

营销能手建立私域群,以点带面推进全员做导购;渠道平台部分组到基层8个市、县,以“座谈+培训”的方式进行“手把手”教学和“面对面”通关。此外,还开展了每日晒单活动,增加邮乐小店店主之间的互动和交流,有效提升活动氛围。许多客户在买到物美价廉的心仪物品后,主动帮着店主分享推荐链接,推动邮乐小店的销量持续攀升。

据悉,在8月29日集团公司“百万员工做导购”活动全国通报中,海南邮政邮乐小店注册覆盖率排名全国第一。

广东邮政明确寄递大客户营销管理规范

本报讯 (记者 王森) 为做好寄递大客户营销规范管理工作,广东省邮政分公司日前制定了相关管理制度,明确全省寄递一级以上及重点行业大客户的分类分级分层开发、维护、流失问责等有关工作规范。

为落实“重要客户重点管,重点项目有人管”的工作要求,广东邮政对寄递大客户进行划分,实现分类分级分层营销和维护管理。在分类规则上,广东邮政拟定了公安、司法、教育等14个重点行业。在分级规则上,按照客户每年度月均税后收入规模,分为特级客户、一级客户、二级客户、三级客户、小微客户。在分层营销规则上,针对不同行业 and 不同等级的客户,制定了省一市一县(区)三级联动管理机制。

在省分公司层面,广东省寄递业务大客户营销中心作为牵头责任部门,采用“省一点接入、全省联动”的策略,负责全省政务市场所有客户、集团战略客户、央企客户、省统签客户、省属国企客户和重要行业特级客户的牵头营销开发工作。在市分公司

层面,市级寄递大客户中心作为牵头责任部门,负责地市区范围内一级及以下客户的营销开发和日常维护工作,同时协助做好上述省分公司负责的客户走访和维护工作;各县(区)分公司、营业部或揽投部承担“片区包干”的客户营销维护责任,重点对辖区范围内中小微客户、散户的营销开发和日常维护工作负责,省分公司提供客户营销开发和维护管理的支撑政策和措施指导。

对于纳入省寄递业务大客户营销中心项目制的重点行业客户,广东邮政规定,要按照审批纳入和清退的机制进行管理,各项目组在每月20日之前提交新纳人和拟清退的客户审批表,经审批后进行当月客户清单调整。同时,建立寄递大客户减收流失问责机制,确保各层级寄递大客户稳定。如出现寄递大客户月度收入同比减收超过10%或流失的情况,将根据实际情况对客户等级进行质询或问责。

