

英国皇家邮政网点转型实践(下)



□刘欣悦 王圣娟 张宝霞

(上接11月10日第3886期4版)

2.重点发展个人金融和快递包裹业务

面临经济衰退、传统业务下滑、政务服务未能达到预期的挑战,2013年英国邮局有限公司推出“保卫未来”项目。基于邮局“处于社区民众中心,紧密连接客户,具有极高社会价值”的定位,重点发展金融服务、快递包裹服务,不断完善产品体系,推动实现商业可持续发展,更好地满足客户需求。

(1)聚焦个人金融服务,提升服务广度、深度和影响力。

英国邮局有限公司采用资本运作的方式,深化与爱尔兰银行的合作,增强关键金融产品可控性,逐步完善涵盖抵押贷款、个人信贷、理财等多样化产品的服务体系。

同时,英国邮局有限公司与多家保险公司合作,代理多家保险公司的业务,强化保险业务服务能力,如联合富通保险提供房屋保险、联合苏格兰友好保险协会提供人寿保险、联合顶峰保险提供宠物保险、联合金牛保险提供物品保险。2015年1月,英国邮局有限公司专门创立了Post Office Money品牌,将旗下所有金融产品整合到该品牌下,提高客户对邮局金融服务的认知度,明确邮局提供的金融服务内容,巩固邮局作为“银行挑战者”的地位。Post Office Money致力于给客户提供公平、可获得的服务,帮助他们满足财富管理的需求。

(2)与皇家邮政共同打造多样化快递产品体系,切入快速增长的包裹市场。

——Drop & Go服务,提高客户寄件效率

该服务面向所有个人客户和企业客户,不需要排队、现场称重、打印,可节约大量时间,尤其适合赶时间的客户以及需要邮寄大量包裹的客户,如网购卖家等。一方面,该服务迅速便捷,无须排队、无须等待,物品即放即走,线上完成支付即可。另一方面,服务信息透明,线上账户可查询订单信息、物流动态持续追踪,无衍生费用、无须额外支付其他费用。



转型后的地方邮局,邮政业务与零售业态融合。

——推出“点击揽收”服务(Click & Collect),与皇家邮政专属排他协议开放后进一步开放寄递合作

“点击揽收”服务指客户可指定收件点收取网购商品的服务。2013年推出后,10500家邮局网点叠加提货点的功能,为在线零售商和消费者提供更加多元化的包裹服务。随着电子商务的普及,该服务得到加速发展。2013—2020年,该服务以年均14%的速度在增长,仅2019—2020年业务收入就实现了32%的增长。

邮局具有三重优势助力该服务发展。一是在公司层面,重点拓展快速增长的包裹市场。二是消费者层面,英国民众对英国皇家邮政的信赖度高。据调查,76%的英国人极有可能再次光顾使用邮政快递服务的零售商。三是网络现代化项目(NTP)提供了网络支撑,庞大且稳定的邮局网络、适度延长的营业时间提高了服务可获得性。

同时,新服务也为英国邮局有限公司带来发展契机。2020年底,与皇家邮政于2012年签署的长期排他性商业合作协议被放开,英国邮局有限公司360年来第一次向私营快递开放,客户将享有更多快递服务选择。

(3)采取多种举措来改善和提升服务,优化客户体验。

英国邮局有限公司有针对性地开展各种相关培训,包括英国军队邮局人员培训和老年人智能化操作培训,在推动邮政转型发展的同时,确保其普惠性的本质,兼顾最广的客户群体。

——英国军队邮局人员培训

英国军队邮局是英国国防装备与保障局(Defence Equipment and Support)的一部分,负责提供高效的邮政和快递服务以维护英国武装力量的战斗力。服务种类与其他地方类似,但是管理更加严格。英国军队邮局人员参与邮局培训课程,还有专门的培训,设置了13个训练地点。

——老年人智能化操作培训

与英国慈善机构Go On UK合作,提供相应培训课程,帮助客户掌握享受数字服务的基本技能,各地的客户可前往最近的数字培训地点参与培训。启动20万英镑专项资金,为分支机构推动数字服务普惠化发展提供支撑。

——强化系统支撑,满足数字化时代的客户新需求

通过委托第三方公司Atos开发和升级邮局系统、移动到云、创建Out-Systems低代码开发平台、开发POS(电子收款)系统、打造电子商务平台等多种方式,不断强化邮局的信息系统支撑水平。在此基础上,扩大智能设备适用范围,如邮寄自助设备(Post & Go)、非接触支付设备和金融自助服务设备等,增加布放数量、丰富设备功能,提高使用便捷程度;优化线上服务,如推广金融客户在线预约服务、电子身份认证、创建安全的电子ID等。

转型效果

(一)业务表现

在维持了邮局网络稳定和普遍服

物的生态特性及事物的长期趋势等。我们应当从上述4个方面进行突破,以培养自己的深度思维能力。

在深度思维能力培养的过程中,一个重要问题是缺乏具体的、可操作的训练内容。思维能力是相对抽象的,不像学习知识点——掌握几个公式,或者背诵一篇文章那样任务明确。在社会和教育界极力推崇思维能力培养的时候,学生的思维能力依然没有显著提高,缺乏具体的思维训练内容正是导致这一现象的重要原因之一。

训练深度思维需要有像学习知识点一样明确的、可操作的内容,不能仅停留在某种理念描述上。对思维能力的运用,很多时候是对具体思维工具的内化。所以,训练深度思维,要有具体的模型、定律乃至公式,并配以具体的案例。就像投资家查理·芒格(Charlie Munger)在论述多元思维的概念时所做的那样,他清晰地将对多元思维能力的训练落实到不同学科的具体模型中,这就为后人的学习提供了方便。反之,一般在谈论关于思维的名词概念,如逆向思维、创造性思维时,则常常停留在初步的理念描述阶段。

本书的内容正是从深度思维的4个方面出发,以具体的模型、定律和案例为标准,论述了深度思维的培养。

务达标的基础上,金融服务得到较快发展,但未能阻挡传统邮政业务下滑的大趋势。

1.英国邮政金融服务发展迅猛,尤其是个人金融服务

金融业务收入和占比持续提升,占全部收入的比重从2013年的28.59%增长到2020年的40%。截至2019年9月,与爱尔兰银行合资经营的各项金融业务覆盖英国210万名客户,存款额达140亿英镑。《银行储蓄框架协议》下,邮局交易的金额从2017年的220亿英镑增加到2020年的260亿英镑,预计2026年将达到400亿英镑,邮局代理费增长1—2倍。

2.传统业务表现平稳,信函业务下滑,快递包裹业务上升

邮政传统信函和包裹业务收入规模整体保持稳定,但利润率自2015年来大幅下滑。信函业务量和收入呈逐年下降趋势,但是,快递包裹业务量收呈逐年上升趋势。

(二)财务表现

英国邮局有限公司2017年开始实现盈利。2017—2020年,英国邮局有限公司保持利润增长,2020年实现利润8.6千万英镑。

皇家邮政的转型对成本压降有明显的影响。通过减少自有一线人员、提升外包人员比例,同时改革邮政局长薪酬制度等举措,使成本压降明显。

(三)服务表现

1.网点交易效率提升

一是交易效率提升。员工不必单独坐等顾客提供邮局服务,邮政局长和零售店职员可直接快速地处理交易,减少排队时间。二是零售空间增加。之前被邮局柜台占据的空间被释放,可用于零售业务的运行,并进一步优化空间布局,有利于进一步扩大客流和收入。

2.网点社群类型进一步丰富

根据2016—2017年度的调查显示,PO Local的模式在年轻的高端客户中更受欢迎。

各类邮政服务中,一等或二等邮件是最受欢迎的,使用占比达到93%,高于一般的包裹寄递服务(77%)。年轻客户更喜欢使用高端的信件和包裹服务,同时更有可能在延长的营业时间内使用服务,比起上午9点前的服务,他们更倾向于在下午5:30以后和周末使用服务。

(全文完)

□孙雪萍

10月17日,习近平主席在欢迎来华出席第三届“一带一路”国际合作高峰论坛的国际贵宾致辞中指出,“春发其华,秋收其实”。共建“一带一路”倡议提出10年来,中国同各方合作伙伴一道,开展了数千个务实合作项目,收获了实打实、沉甸甸的成果,共同绘就联结世界、美美与共的壮阔画卷。

“春发其华,秋收其实”一语出自南朝范缜所撰《后汉书·崔骃列传》,意思是:春天开花,秋日结果。这一规律,在自然界是如此,在人类社会又何尝不如此。其中包含的“一分耕耘,一分收获”的意蕴,仍给人以深刻警示和启迪。《管子》言:“行其田野,视其耕耘,计其农时。”管子所强调的是按时耕耘播种。只有通过努力和付出,才会有丰硕的成果,才会实现目标和理想,才会有好梦成真。种瓜得瓜,种豆得豆,播种希望,才能赢得金色未来。春发其华,秋收其实,秋实是成熟,是硕果、结晶,更是归宿与真谛。

春种一粒粟,秋收万颗子。秋收万子,山河皆喜。

2013年秋,习近平主席提出共建“一带一路”倡议。在各方共同努力下,这一倡议从蓝图变成广受欢迎的全球公共产品和开放合作的国际合作平台,为各国经济发展、民生改善带来实惠。10年来,“一带一路”合作从亚欧大陆延伸到非洲和拉美,150多个国家、30多个国际组织签署共建“一带一路”合作文件,成立了20多个专业领域多边合作平台;一大批标志性项目和惠民生的“小而美”项目落地生根。10年来,共建“一带一路”倡议拉动近万亿美元投资规模,形成3000多个合作项目,为沿线国家创造42万个工作岗位,让近4000万人摆脱贫困。这些数据表明,共建“一带一路”倡议受到沿线国家广泛欢迎,取得了丰硕成果。从新的历史起点再出发,共建“一带一路”的和平之路、繁荣之路、开放之路、绿色之路、创新之路与文明之路必将走深走实、行稳致远。

党的十八大以来,广大乡村彻底改变了模样。全国832个贫困县全部摘帽,近1亿农村贫困人口实现脱贫,960多万贫困人口实现易地搬迁,历史性解决绝对贫困问题以及巩固脱贫成果的成就,为世界减贫事业作出了重大贡献。乡村建起座座崭新民居,水泥路、柏油路四通八达,田间一排排蔬菜大棚鳞次栉比。在这个果满枝头、椒彩蔬鲜、蟹肥菊黄、稻谷飘香的日子,神州大地五谷丰登、沃野生金,亿万农民脸上洋溢着增收的喜悦,一幅幅丰收画卷在神州大地上徐徐展开。这也是“春发其华,秋收其实”的动人画面。

春耕、夏耘、秋收、冬藏……来之不易的丰收,是勤耕苦做、辛勤付出的结果,也是天道酬勤、劳有所获最直接的体现。我们庆祝丰收、礼赞丰收,就是在崇尚耕耘的意义,歌唱奋斗的价值。当下,世界之变、时代之变、历史之变正以前所未有的方式展开,给人类提出了必须严肃对待的挑战。常言道:挑战与机遇并存。挑战是风雨,是考验。栉风沐雨是地球万物生长必须经历的环节,是走向成熟的不可或缺的过程,而机遇则永远属于有准备者、属于辛勤耕耘者。春华秋实,不负耕耘。秋至人间,金光灿烂!



邮史上的“代邮条”

□马智勇

在近代以来的邮政通信中,有一种被称为“代邮条”的具有邮资效力的签条,它与加盖邮票(overprinted stamp)类似。加盖邮票是由于其他原因诸如政权的更迭,临时邮政机构在原有的邮票上加盖数值、文字、图案等,以改变原邮票的发行主体或使用地区等。而“代邮条”较之加盖邮票则更为简洁,1991年由 中国展望出版社出版的《新编集邮词典》中对“代邮条”有这样的释义:“由于某种特殊原因,造成适用邮票缺乏,为应急之需,就用木戳将邮资数额及简易图案盖印于纸片或其他票券上,作邮票临时贴用的一种具有邮资效力的签条。”

当然,这种贴有“代邮条”的实寄封,也成为广大集邮爱好者争相寻觅的珍品,因为这种邮品毕竟是出现在一个特殊时期,而且出现的时间也极为短暂,如同昙花一现。

《集邮》杂志(1994年第9期)曾刊登过一枚贴有“代邮条”的实寄封,这是由甘肃省岷县寄往兰州的一枚实寄封,引起笔者的兴趣。可是由于图片太小,邮戳极为模糊,根本看不清楚。因这篇文章是对四川李世琦先生的邮集《中华邮政单位、基数、银圆邮票》的介绍,而这枚实寄封则是这篇文章的配图,因此笔者就与李世琦先生通了电话。李世琦先生在集邮界颇有名望,笔者还给他写了一封信,希望看到这枚实寄封的更大更清楚的图片。没过多久,热情的李老让人给我传来了这枚实寄封的图片。

从图片上可以看到,这是一枚牛皮纸制竖式信封,由于时间太久,时光已给这枚实寄封涂上了古旧的色彩。信封是用毛笔书写,收件人的地址为“兰州师范学校”,收件人为“陈国玉”,信件是由“省立岷县师范学校”寄出。我们不知道这位收件人陈国玉先生现居何处、是否健在,更不知寄信者为何人。在信封的左上角贴有一张盖有“国内邮资已付”的紫色戳记,同时加盖有一枚邮戳。将这枚实寄封放大到最佳视觉效果,可以看到邮戳是一枚点线三格邮戳。第一格为楷体的“甘肃”两字,第二格有“卅八五月四日”的字样,最下面一格则有“岷县”字样。另外,还钤盖有一枚方形的私人名章。这枚“代邮条”好像用一张信箋裁剪成若干个这种小纸条,仔细看它的背面还有两道格纹。在这枚小小的“代邮条”上,竟然有三种颜色的戳记,即紫色的邮资已付戳、黑色的日戳和红色的名章。

笔者在《甘肃集邮文萃》一书中查看到,在1949年岷县解放前夕,岷县邮政局局长罗伦曾命用刻制的“邮资已付”木戳盖在一些纸片上,同时还在每枚纸片上加盖自己的私章,当作邮票使用。这就是前面所说的“代邮条”,当时这种邮资凭证发给了西塞、大沟塞、茶埠、官亭、化马、临江、通北口、苇子坝等乡镇邮政代办所使用。后来,岷县邮政局改用延安宝塔山加盖邮票后,罗伦命将已发的、尚未售出的这种“代邮条”收回、封存,不再使用。

深度思维的训练与培养



书名:《深度思维》

作者:叶修

出版社:人民邮电出版社

适读人群:管理、科技和营销人员

为更准确地理解“深度思维”的含义,我们不妨先来探讨,哪些思维可以被称为“浅度思维”,浅在何处?

第一种浅,是逻辑链条的浅显,即个体的认识不能考虑到较长的因果链条。比如,下象棋的时候只能考虑一两步,解数学题的时候也只能往后推导一两步,或者针对一件事只能分析出最表层的原因。

第二种浅,是在思考问题时只能从最熟悉的视角出发,缺乏切换视角的灵活性。比如,我们在与人沟通、规划方案、写文案等时,往往只从自己的角度出发思考问题,而难以切换到别人的视角进行思考。

第三种浅,是对于信息量较大、较复杂的问题感到束手无策。如果被要求在短时间内处理大量信息,很多人的思维能力是跟不上的,他们的大脑