

《邮票上的武汉》入选“2023 十大人气武汉礼物”

□肖芳

为促进文化创意、赋能文旅产业高质量发展,12月12日,由湖北省委宣传部、武汉市文化和旅游局指导的2023年首届武汉礼物(店)征集遴选活动进行成果发布。武汉市邮政分公司选送的6款邮政文创产品成功进入武汉礼物产品库,长江文化邮局、樱花邮局、极地海洋公园主题邮局等3家主题邮局上榜武汉礼物店候选名单,《邮票上的武汉》和《大武汉》礼盒两款产品入选

2023精品武汉礼物,其中《邮票上的武汉》经过网络投票,入选“2023十大人气武汉礼物”,列人气排行榜第四位。

首义之城、高铁名城、长江经济带“光之心”……由城市高光时刻主题汇聚而成的《邮票上的武汉》,在方寸之间展现武汉的发展,成功“出圈”,最受热捧。为打造展示美丽江城亮丽形象的城市文化名片,武汉市分公司充分发挥邮政文化资源优势,深入挖掘地域文化内涵,围绕武汉礼物本土特色文旅IP主

题,找准邮政服务和文旅发展的契合点,将邮政文创作为展现和传播城市文化的重要载体,积极报送富有邮政特色的武汉礼物,体现了邮政企业在宣传城市形象、推介地域文化、助推文旅产业发展方面的担当作为。

“随着今年10月《武汉大学建校130周年》个性化邮票的发布,中国邮政发行直接表现武汉题材邮票的数量达到43套,在全国省会城市排名中居于前列,入选‘2023十大人气武汉礼物’的《邮票上的武汉》就是从武汉相关

题材邮票中精选而来。”武汉市分公司集邮与文化传媒部相关工作人员介绍道。从古色古香的黄鹤楼、雄伟壮丽的长江大桥到武汉市市花“梅花”,《邮票上的武汉》写满了武汉故事、极具地方特色,其背面是水墨版《长江万里图卷》,正面是展现武汉大江大湖特色的现代都市鸟瞰图,在8个折页间,巧妙嵌套了11套、31枚邮票,展示了武汉的历史、人文、建筑、科技等各种主题,以“小邮票”串联起“大历史”,彰显了城市文化底蕴。

为进一步扩大武汉礼物知名度和影响力,武汉市分公司在紧密贴合市场需求,构建多层次、多维度邮政文创产品体系的基础上,还将用好用活文化主题邮局品牌资源,把此次活动征集的各类武汉礼物逐步引入主题邮局和全市集邮网点,创新搭建线上线下销售渠道,加大武汉礼物宣传推广力度。同时,发挥多业态协同优势,立足高效便捷的寄递服务网络,通过遍布武汉三镇的营业网点、揽投站点,助力武汉礼物走出湖北、走向世界。

“邮文化”为校园庆典增色添彩

□花慧 文/图

近期,江苏省泰州市姜堰区邮政分公司聚焦庆典及校园市场开发,充分发挥邮政独特文化魅力,加大“邮文化”影响力度,成功为姜堰二中80周年校庆设计开发纪念邮册500本、个性化邮折1200册、宣传纪念册1000册等。

“邮水平”更专业。姜堰区分公司成立项目组,以该校建校历程、校园文化等为元素,全力设计二中80周年纪念邮册、个性化邮票、纪念封等产品,与学校组织召开方案研讨会、内部头脑风暴会近十次,历时一年多。经过精心策划和多次打磨,姜堰邮政最终成为该校80周年文创产品唯一供应商,纪念邮册、个性化邮折等产品成为

指定校庆伴手礼。

“邮服务”更贴心。姜堰区分公司安排专人“点对点”服务该校80周年项目,协助学校搜集建校历程文字、图片等素材,全程为学校设计校庆系列产品。校庆当天,姜堰区分公司现场开设“姜堰二中”主题邮局、“二中八十载‘邮’你更精彩”主题邮展、“我爱二中”打卡区,为嘉宾提供明信片寄递、盖戳、校园邮展、打卡拍照等特色服务,让校庆活动更加丰富多彩。

“邮文化”更期待。借助精心打造的“乐学红楼”主题邮局,姜堰区分公司一方面持续做好姜堰二中系列文创产品的开发销售,推出“爱国”“大学”“文学”等主题邮展活动;另一方面将依托主题邮局做好校园报刊等邮政业务开发工作。



邮政员工为同学们讲解集邮知识。

北京记忆主题邮局传递新时代邮政情怀

□本报记者 马佳玉
通讯员 万宇文/图

“走进这家主题邮局,我知道了父母那辈儿是怎么进行通信的。”“看见门口摆放的这辆二八自行车,我感觉特别亲切。这是20世纪七八十年代一种重要的交通工具,我们小时候每家每户都有这么一辆自行车。”无论年轻人还是年长者,都能在这里回忆起属于自己的往昔岁月。11月9日,位于北京市大望路新世界百货商场一层的北京记忆主题邮局正式开业。

北京记忆主题邮局是北京市邮政分公司与新世界百货商场依托双方优势资源、开展深度合作而创立的特色主题邮局,旨在打造具有老北京记忆文化特色的文创品牌和服务,助力中华优秀传统文化的发扬和传播。“邮局是承



用户在北京记忆主题邮局选购邮品。

载人们情感传递和社会联系的纽带,而北京记忆主题邮局的诞生是文化传承与创新的融合体现。通过在邮局搭建怀旧主题场景,我们把邮政文化与商场的运营情况相结合,共同探索创新商业发

展模式,呈现出一种全新的购物方式,为顾客带来更多惊喜和快乐。”新世界百货大望路店相关负责人如是说。

10月,北京记忆主题邮局在新世界百货商场进行了为期一个

月的试运行,发现客流量较多的时候是工作日中午11点半到下午1点半。北京记忆主题邮局店长江云带领团队在这个时间段以生肖邮票为切入点开展活动,向用户传播集邮知识和文化。“每个走进来的用户都将揭开一段小小故事的序幕,让我们的记忆之门敞开,找寻值得回味的美好瞬间。经常会有用户看到这些充满年代感的物件,回想很多往事,在这里跟我们聊很多故事。”江云谈到开办主题邮局的初衷时说。

“这个钟表就是记忆开始的地方,几乎每位前来打卡的用户都会在它身边驻足。钟表外面环绕一圈写着十个不同年份的信箱。我们即将上线写信给未来的活动,用户可以写下一封信寄给未来,留下属于当下的回忆。”江云认为这是一件浪漫的事。主题邮局优雅别致,其装饰设计中使

用了老北京记忆中的碎片元素,设置的沉浸式打卡场景将怀旧记忆与现代科技感相结合,置身其中,“京味儿”扑面而来。特色邮筒、电话亭、老式邮递员自行车、套色盖戳台、发报机、手摇式电话……众多具有“邮”特色的陈设吸引了众多邮迷前来参观。此外,特色文创邮品以及加盖邮戳、纪念戳等服务,更赢得了广大邮迷青睐。

据悉,北京记忆主题邮局首日封由北京邮票厂高级工艺美术师姜伟杰设计。首日封主图由7枚邮票组成,邮票的画面分别来自主题邮局场景内的7个老物件。姜伟杰在设计之初到现场采风时就提出,要设计一枚存有满满回忆的首日封,并最终将北京记忆主题邮局中有代表性的实体场景都体现在主图中,希望吸引用户走进主题邮局找寻这些复古元素。

昆山邮政为全国首个全剧种戏曲博物馆增添“邮”助力



“戏曲百戏博物馆”开馆纪念封。

昆音故里,百戏争鸣。近来,戏曲百戏博物馆在江苏省昆山市正仪老街正式开馆。昆山市邮政分公司以文创产品、主题邮局等元素为切入点,为开馆仪式加“邮”。

戏曲百戏博物馆作为国内首个集齐全国348个剧种的戏曲主题博物馆,严格按照国家等级标准,历时三年精心打造。昆山市分公司积极对接昆山城投古镇保护发展有限公司,详尽了解该馆的建成启用时间、开馆仪式

的主题等,提前策划营销方案。

获悉开馆计划后,昆山市分公司围绕“将百戏博物馆打造成昆山文化名片”主题,结合馆内文创区设定、戏曲主题收藏展示等邮政文化切入点,联合集邮协会广泛收集戏曲主题邮票,以博物馆外观缩影为背景,以戏曲人物为中心,创新设计开馆纪念邮品与邮资机戳图案,成功开发6款戏曲百戏博物馆开馆纪念邮折作为百戏活动嘉宾伴手礼。

开馆当天,昆山市分公司同步推出“戏曲百戏博物馆”彩色邮资机戳,并于馆内设立临时主题邮局,打卡市民可免费领取开馆纪念封、明信片各1枚。

该分公司集邮与文化传媒部定人定点、协力配合,做好指引解答、邮票讲解、现场盖戳等支撑服务,受到主办方及市民的一致好评,为后续开发相关文创产品奠定了良好基础。

□王怡静 文/图

□管祯 孟筱萌

日前,“奔跑合肥,科创未来”2023合肥马拉松暨全国马拉松锦标赛第五站准时鸣枪开跑。国内外3万名选手积极参与,不同文化、不同肤色、不同语言的选手齐聚一堂,共同感受开放合肥的城市魅力。作为此项赛事特别邀请的合作伙伴,安徽省合肥市邮政分公司深度参与了此次活动。

此次赛事由中国田径协会、安徽省体育局、合肥市人民政府主办,合肥市体育局、合肥市文化和旅游局、包河区人民政府、安徽省田径运动协会承办。活动前期,合肥市分公司充分利用网点橱窗联网发布和网点客户群做好赛事宣传、报名参赛等工作,并为此次赛事活动精心设计了3枚马拉松赛事纪念戳。此外,该分公司还应邀为此次赛事组委会定制了2.2万枚珍藏版纪念邮资封,用于全程马拉松选手完赛的免费纪念品发放。

活动现场,合肥市分公司在比赛起点、终点门分别设置了临时主题邮局互动展区,布设邮政创意打卡点。主题邮局互动展区内,文创产品销售、2024新邮预订讲解和宣传、赛事纪念邮戳免费加盖等特色活动吸引了大批“跑友”积极参与,展台前人流如织。通过此次活

动,合肥邮政展示了邮政多元、创新、活力的新形象,也让广大“跑友”感受到了不一样的邮政文化。

仙游县分公司探索定向邮品开发新路

□吴美珍 赖丽清

今年,福建省仙游县邮政分公司集邮业务始终围绕市场需求、客户需求,一手抓经营发展,一手抓结构调整,通过调整贵金属产品比重、精耕定向邮品开发等手段,实现产品研发推陈出新,积极探索定向邮品业务开发新路径。截至11月18日,仙游县分公司定向邮品开发创收近36万元,完成率近150%,列全市邮政第一位。

关注庆典活动 做活招商宣传

仙游县分公司在去年旺季“走千访万”活动中了解到,2023年恰好是仙游县经济开发区管委会20周年庆,开发区有意要做招商简介。

该分公司立即组织由市场营销部牵头的专业攻关小组投入方案策划中,设计经济开发区管委会20周年庆《融合新起航 创新向未来》宣传册,以版式新颖的个性化邮票记录园区20年光辉历程,既在方寸之间展现园区内企业的非凡成就,又让宣传册成为招商的新名片。最终,方案得到管委会相关负责人认可并同意制作1000册。

紧扣政府刚需 助力文旅发展

2023年,文旅经济消费升级,各地政府都加大了旅游宣传推广力度,仙游县政府也提出了“有一种旅游叫仙游”口号。“五一”黄金周游客量暴增,九鲤湖风景区急需一批景区的文创产品。仙游县分公司认真研读了县政府相关报告,创作九鲤湖风景区文创伴手礼,提出“让文旅与产业融合发展”,以“百丈飞瀑—千年祈梦—万年冰川—魔岩石刻”为故事主线,结合景区个性化特殊版式,《千里江山图》邮票,开发《来九鲤 观飞瀑 寻九仙 祈好梦》文创伴手礼。

该分公司相关负责人带队走访,方案先后修改了20余次。最终定稿前,样品又第一时间呈送县领导班子并得到高度赞赏,被成功选为县政府伴手礼。此次九鲤湖风景区文创伴手礼的成功开发,体现了仙游邮政在文化类产品开发中专注专业的精神和创新创意的能力。

产品研发与运营启示:

只有悉心研究市场,才会发现市场中的盲点也有可能变成无限商机。集邮产品作为文化礼品,因其价位和收藏属性,并不会被用户列为刚需品,这也可能成为困扰集邮业务发展的瓶颈。然而,新的市场环境也会衍生出新的机遇。邮票是“国家名片”,记录了国家重大事件的发生,每年地方上也会有很多大事要事,若将邮品定位成政策性宣传品,走“亲民路线”,则可以争取到更多的营销机会和政策支持。

同时,长期与客户保持联系,能够确保集邮业务从业人员随时知晓客户的最新动态和需求。只有设身处地地站在客户的角度去创作产品,把握形势,紧扣政府发展脉搏,才能充分发掘客户需求,得到合作机会。

——编者