

积极构建“网强业兴”的综合服务生态圈

——上饶市横峰县邮政分公司三级物流体系建设纪实



薛南摄

近年来,横峰邮政积极贯彻集团公司、省分公司有关服务乡村振兴战略,加快三级物流体系建设的工作部署,按照市分公司有关农村服务体系转型工作要求,先行先试,在服务乡村振兴、构建农村综合服务生态圈上做了一些探索,以三级物流体系建设为切入点,利用邮政独特的“四流合一”资源禀赋优势,奏响拓渠道、促合作、建生态三部曲,构建“农村电商+普惠+金融+寄递”综合服务生态圈,助力乡村振兴的同时,还带动了各版块业务高质量发展,取得了较好成效。《横峰邮政:快递进村 打通农村物流最后一公里》《江西横峰:邮政服务地方助力乡村振兴》等报道相继在学习强国、《中国邮政报》《中国新闻网·江西》《中国江西网》等媒体刊载。

拓渠道,强化政策导向,搭建三级基础网络

响应党中央、国务院高度重视农村寄递物流体系建设工作部署,横峰邮政积极主动,了解到地方政府有国家电子商务进农村示范项目资金,向县政府主要领导围绕县级处理中心的场地扩容问题、建点规划等方面多次汇报,在有5家投标单位竞争的情况下,最终获得了县政府的高度认可,成功争取项目资金249.68万元。按照“321”思路建设到位,完成了“三点两线一平台”重点建设。

“三点”:在县电商园建成了一个600多平方米的县级电商仓储分拣运营中心,在8个乡镇建设“全国电子商务进农村三级物流体系快递超市”,建设45个村级站点,搭建了县、镇、村三级网络,实现了农村寄递物流体系全覆盖。完成了全部村级站点的全面摸底巡查,全部重签代投协议、培训系统操作使用,对所有站点加载了金融积分代兑功能,提升了“金融+寄递+渠道”联动发展水平。

“两线”:将县乡邮路从一条增设为两条,一条为

电商园、莲荷、司铺、港边、龙门、铺前、姚家;一条为电商园、青板、葛源、新篁,提高了邮件运输能力,提早了邮件到达时间。

“一平台”:在全省示范县中率先初步开发了横峰县三级物流体系管理系统——线上邮件管理平台,实现了整合邮件查询、时限预警、数据实时展示等多种功能。用一把靶枪即可完成多家快递公司到件扫描、末端配送的全部操作指令,为后续邮快合作奠定了信息化基础。

促合作,强化共享理念,加快资源有效整合

按照商务部、国家邮政局与集团公司的战略合作协议,横峰邮政积极参与县域商业体系建设,坚持开放思维、平台共享理念,采取“由小到大、由易到难、由重点乡镇到全域覆盖”的思路,整合交通、快递资源,探索城乡配送“三种”模式,加速快递进村工作。

(一) 邮快合作模式

以龙门乡快递超市为代表,围绕龙门快递超市串行司铺、龙门村级站点,每天实现“一进一出”。横峰邮政牵头成立横峰快递协会分会,并担任会长单位,打消其他快递公司顾虑,联合第三方来共同建设村级代投点,实现服务终端的快递企业共享。村级配送点覆盖率实现100%,县到乡、乡到村物流配送频率每天1次以上,物流成本下降25%以上,解决就业200余人。2022年起与圆通、中通、申通、顺丰、韵达、百世汇通、极兔、天猫开展“代投+代运”方式新合作。截至2022年7月,累计代运代投邮件下行459704件,上行12373件。

(二) 交邮合作模式

以偏远山区新篁乡镇为代表,每天邮件通过公交车辆与该乡镇实现“两进两出”,到达镇上之后再由邮



政投递到村。去年5月初,抓住省政府实施“交通强省”契机,市分公司先后与市交通局、市汽运集团公司达成合作,由交通局下发了邮交合作文件,与市汽运集团公司签定了战略合作协议。今年1月份,再与上饶公交集团举行战略合作签约仪式。横峰邮政抓住机会,利用农村客运班线富余运力和频次多、成本低的优势,提供到村的邮件代运服务,推动邮件配送端的提速和降本增效双提升。

(三) 自建模式

以葛源快递超市为代表,围绕葛源为中心串行铺前、青板,每天配送频次“两进两出”。自三级物流体系运营以来,横峰邮政对标行业先进水平,不断加大快网转型升级,同时,新增中型厢式货车2辆、小型普通货车5辆等,对全县农村邮路实施信息化、汽车化改造,大大提升网络运行能力,采用“自有+委代办”相结合方式,提升邮路的运营效能,提升了乡镇的投递频次和邮件上行频次。

三级网络建成后,横峰邮政与本土商超、企业、日用快销品总经销、总代理公司的对接洽谈,成功与横峰伊利牛奶、baby粮食、喜多多母婴连锁店、可爱多、健康药店等几家商企达成了城乡配送合作,每天配送量从最初10余件提升到300余件左右。

建生态,强化业务协同,构建综合服务生态圈

按照集团公司董事长提出的“要强化板块协同、业务联动、数字赋能,系统打造农村市场发展生态,巩固中国邮政农村市场的新优势”,横峰邮政以三级物流体系建设为切入点,整体系统有规划地推进惠农合作、渠道平台转型、快递进村等工作,构筑联动协同的农村服务体系,构建农村综合服务生态圈。

(一) 加快了惠农合作联动发展

打造了以莲荷上坂、葛源清湖、枫林、龙门钱家、

山口为代表的5个精品站点,培育了李爱娥、周小华为代表的网红站主。依托邮政自身“四流合一”和“直达源头”的优势,获得政府“葛乡横峰”的品牌授权和支持,打造了“老伙情”葛系列产品,已进驻分销系统,联合省市公司项目组推动葛小叔产品的线上销售30余万元,吸引了当地16家合作社和电商企业上门与邮政寻求合作,农民专业合作社辐射居民有300人进行开户,融资E贷328.9万元,带动寄递1.5万单,创收8.2万元。在助力乡村振兴上,建立数字化工作室,累计开展电商直播带货20场次,为扶贫农产品累计带来销量30余万元。

(二) 推动了渠道平台转型

用系统的思维,通过线上线下相结合,初步形成“网点+金融”“网点+共享寄递”“网点+新业态”“渠道+惠农”等四大模式,批量获客活客。按照“叠加叠加再叠加”思路,在末端网点叠加金融服务、代收代缴、税邮合作、收发快递、警邮业务、惠农合作、水电代缴、体彩业务等多种服务,实现了一点多能,为人民群众提供更加便捷多元的邮政服务。建成轻型网点1个,布放无人售货机2台;代开税票9000余万元,税款合计160余万元,为厅堂引入高质量客户,开发代发业务3户,营业点均新增开卡20余张,为金融跨界带来500余万元沉淀资金。

(三) 推广了地方特色农产品

采取“线上+线下”“邮政自营+社会合作”的方式,充分运用“老伙情”专柜、“饶品网上行”专柜、邮乐优鲜、邮乐小店等自营渠道,联动第三方平台和电商企业,结合直播带货、新零售等新业态,促进农产品上行。对政府重点企业开展了“扶贫专场客户服务节”和打造邮乐网爆款活动,为脱贫户销售马家柚10000多斤,累计销售3319单、销售额达35.2万元,带动了52位脱贫户增收3.36万元。策应县长直播带货销售60余万元产生订单2000余件,邮政全程参与并在第一时间准确及时把包裹送到了客户手中。

(黄鹂鸿 胡松 王家福)

