

真诚服务铸就优质品牌

亦不凡

四川省凉山州木里县马班邮路上的邮递员王顺友,20多年来,送邮行程达26万多公里,从未延误过一个班期,投递准确率达到100%。尼玛拉木,这位云南省迪庆藏族自治州德钦县云岭乡邮递员,同样始终坚持全心全意为人民服务,没有延误过一个班期,没有丢失过一封邮件,投递准确率同样达100%。还有全二平、许和平、王安安、王自殿、叶其懂等等这些新时期超可爱的“最美邮递员”,他们用心、用情诠释着邮政普遍服务的真谛,用实际行动打造着中国邮政的品牌。

可以看出,邮递员们奉献的是比金子还珍贵的爱心,这些爱心铸就了中国邮政品牌。邮政人常说,服务是邮政的立足之本,是企业永恒的主题。有着悠久历史和文化传承的中国邮政,面对不断变化的社会市场

环境意识到,服务决定一切,服务铸就品牌,他们通过企业文化和员工的精神风貌,来展现中国邮政的品牌影响力。

今天是一年一度的世界邮政日,“寻找最美邮递员”活动还在全国进行着。那些工作在城市、乡村、海岛、边疆的邮递员们仍然日复一日、年复一年地工作着。可亲可敬的邮递员在用自己坚实的步履、坚忍的意志和感人至深的故事回答着什么是服务,如何做好服务。让用户满意,是邮政人追求的最高境界。

100-1=0,这是服务行业中的一个著名公式。其寓意是,100位顾客中,即便99位顾客对服务满意,但只要有一位顾客对其持否定态度,企业的美誉则归零。这严峻而严苛的结论提示我们,要像珍惜生命一般,珍视客户的服务满意度。企业竞争是信誉的竞

争,服务的竞争。谁的信誉好、服务好,更适应顾客的需要,谁就能占领更大市场,享受市场红利。这份让用户满意的答卷背后,有奉献与付出,有热爱与责任。在追求满意服务的过程中,他们用真心和真情换得了用户的认可和喜爱,用汗水、泪水甚至鲜血捍卫着中国邮递员的职业道德与尊严。

从建国至今,一代代邮递员身着墨绿色工作服,背起大邮包,在共和国960万平方公里的土地上,践行着“人民邮政为人民”的庄严承诺。电话尚未普及的年代,他们为亲人在外的家庭传递平安家书;物资相对匮乏的年代,他们为远隔两地的亲友投递互通物产的包裹。在通信技术日新月异的今天,他们仍然穿行在城市、乡村、海岛、边疆,不辞辛苦,克服各种困难,为用户送来报刊

包裹,为人民投书送信做好普遍服务,在保证国家政令畅通、传播方针政策以及各种信息方面发挥着重要作用。

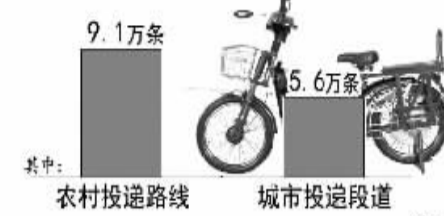
改革创新的中国邮政能有今天的良好局面,主要得益于服务的创新与变革,今后发展仍然离不开优质高效的邮政服务。要努力探索经营服务创新、邮政产品和业务创新、流程再造和科技创新,推动传统邮政向现代邮政的转型,努力破解发展难题。

“情系万家,信达天下”诠释着中国邮政为社会进步、经济发展和人民生活水平提高贡献力量的崇高使命。中国邮政要实现建设世界一流邮政企业的目标,更好地服务社会民生,为全面建成小康社会作贡献,需要邮政人的智慧和力量,需要薪火相传、永远不变的服务精神!服务铸就品牌。

图说发展中的中国邮政

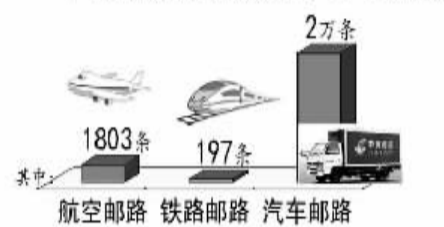
截至目前

中国邮政的邮路总长度达586万公里



截至目前

中国邮政邮路总数达到2.4万条



中国邮政综合利用各种运输手段,促进邮政核心竞争能力提升



最美邮递员

“希望60岁时还能给乡亲们送信”

——记重庆市巫山县官阳邮政支局投递员王安安

本报记者 徐红

●25年前,在连续两任投递员在送邮途中牺牲后,重庆市巫山县庙堂乡已经成了令人闻之色变的“生死邮路”
●1988年3月,刚参加过遇难投递员葬礼的王安安成了庙堂乡第5任“步班投递员”

素有“小西藏”之称的庙堂乡,曾被列为“中国最贫困的10个乡镇”之一。这里地处大巴山深处,东连神农架,南靠巫山,西临平河,北接湖北当阳,全乡平均海拔2000米,乡政府所在地距县城175公里。从公路尽头的官阳镇到庙堂乡,约80公里的羊肠小道要翻过多座海拔超过3000米的大山,很多地方只能手脚并用,在悬崖峭壁间爬行。1998年前,这里曾是巫山县唯一不通公路不通电的乡,当地约80%的居民从未到过县城。这个“小西藏”的对外联系,靠的就是王安安这样的步班投递员。

王安安每次从镇里取回的邮包差不多都有50公斤。那是一条孤独得让人心生恐惧的邮路。82平方公里的庙堂乡,5个村只有627户人家,有时在山里走一整天,也见不到一个人影。但王安安一直坚持将邮件亲自送到每个村民手中。他说:“这里的村民们对外联系本来就少,邮件放到村里,很多人十天半月不去一趟,万一误了人家的事儿,怎么得了?当时村里很多的老人小孩,生产生活都靠在外打工的人寄钱,真要压个十天半月,老老少少的可能就没了。”

在庙堂乡被整体搬迁前,王安安已在此做了19年的步班投递员,曾无数次与死神擦肩而过。19年间,王安安共投递邮件131万件,投递党报党刊80万件,从未发生过积压和延误。他“爬行”过的山路超过16万公里,相当于绕了赤道4圈。

2009年,庙堂乡实施整体生态搬迁,王安安便来到官阳镇做投递员,去最近的村仍然要走整整1天。如今,50岁的王安安已经当了25年的步班投递员。邮局只要求将邮件送到村里,但王安安还是坚持将信件、包裹一一送到每个村民手上。

还有一次,他连夜给相距1天路程的陈少辽家送电报,返回时在山顶遇上大雨,手电筒也坏了。这是一个方圆20公里没有人家的蛮荒地,王安安在狂风暴雨中摸索着躲进一个岩石凹陷处,他将能摸到的石头全部放到脚边,将邮包紧紧抱在身前,就这样坐了一个晚上。王安安说:“我希望到60岁的时候,还能像这样为乡亲们送信。”



由于山高路远,王安安投递邮件经常一走就是一两天,甚至三四天。图为王安安涉水投递。

本版编辑 徐红

中国邮政：“普惠”打开改革新思路

本报记者 郭文鹄



依托网点打造普惠金融

工作繁忙的上班族经常遇到这样的场景:下班结束后匆匆赶到银行办理业务,却发现早已关门;好不容易挪出时间来柜台前排队,往往一等就是半天。近期,中国邮政储蓄银行深圳上沙支行探索“金融夜市”模式,将柜台营业时间延长至晚上8点,首开金融服务机构的先例,提高了居民办理金融业务的便利性。邮储银行还尝试发展“电视银行”等创新业务,在数字电视网络条件充足地区,居民依靠一台电视、一个机顶盒加一个遥控器,足不出户就可以轻松完成查询个人账户信息、转账汇款、缴费等多项业务。

如何让更多城乡低收入群体和小微企业享受到金融服务,这对于银行的经营模式、创新能力和服务水平都提出了更高要求。

中国邮政集团公司总经理李国华介绍说,为了不断拓宽服务渠道,许多邮储银行的网点设立在了其他商业银行不愿意设点的农村、城

市社区。截至2012年底,邮储银行共有营业网点3.9万多个,其中,县及县以下农村地区的网点占比超过70%,中西部地区网点占比超过60%,覆盖了全国超过98%的县级区域。“在发挥实体网络优势前提下,还推出了各种服务于‘三农’和小微企业的创新型金融产品。比如农村的‘汇易达’手机支付业务、‘粮农宝’贷款、渔船抵押贷款等特色业务受到了很多个体居民和企业的欢迎。”

借力速递逆向整合产业链

8月,安徽省商务厅、安徽邮政签订全面合作框架协议,双方将共同推进电子商务、农村流通网络建设、城市社区便民服务三个领域的合作。根据协议安排,安徽邮政与省商务厅将共同引进和打造具有安徽特色的区域性电子商务平台集群,邮政将为电商企业提供优质物流配送服务。

“邮政与电子商务、第三方物流、国际贸易融合将为邮政行业创造出广阔的商机。”国家邮政局局长马军胜在近期举办的亚太邮政改革与发展高层研讨会上指出,在国际金融危机、各国函件量下滑,全球电子商务兴起、网络购物火爆的大背景下,加快转型、促进产品和服务创新对行业生存发展至关重要。

据马军胜介绍,近年来,邮政快递业务保持了较高增长速度。今年1至8月,邮政快递业务量累计完成53.4亿件,同比增长60.9%;业务收入累计完成864.5亿元。依托于强大的物流网络,中国邮政继续逆向进军电商平台,也取得了不错的成绩。其与TOM合作打造的O2O电子商务平台邮乐网持续迅猛增长,销售规模年年倍增。今年上半年的销售额按年倍增至去年全年水平,达5.17亿元;平均每单交易额为432元,大大高出同业水平。

此外,为了进一步挖掘农村市场的巨大消费潜力,发挥邮政线下优势,中国邮政启动邮乐网线下代购业务,全面铺开线下销售渠道,

给予合作商铺邮政邮乐授权、网络代购、正品行货、退换货保等权利。目前正在河南、湖南、浙江、贵州、福建等省试点,试点期间,已组织线下活动推广百余场,3万余个便民服务点、村邮站实现“线下代购线上商品”功能,销售额已近2000万元。

打通平台发展“无缝隙”服务

中国邮政70%的对外服务网点分布在农村。多年来,中国邮政初步建成了邮政农村社会化服务体系,为农民提供农资配送、代理放号、代收话费、报刊订阅、派送广告、邮政汇款、邮政储蓄、小额贷款等多元化、全方位的邮政服务。受到了农民的欢迎。邮储银行多次在全国范围内开展大规模的“送货下乡”、“送理财知识下乡”、“送国债下乡”等活动,有效解决了农村地区金融服务产品匮乏、信息闭塞等问题;为改善农村地区的支付结算环境,在“新农保”、“新农合”等方面也积极开展了一系列的服务创新工作。

此外,中国邮政在全国各地建成的17.4万个便民服务点,通过智能缴费终端为载体,以较低的成本将邮政业务延伸到社区、工厂、学校等人群密集地,为老百姓提供政务信息发布、缴费、票务、邮政业务、商品代购等送到家门口的便捷服务。

李国华告诉记者,为了提升网点服务效率,中国邮政正试图着力打造“多功能综合服务”平台,积极整合金融、电商、分销等专业的业务或产品,综合叠加到一个站点,以最大限度地调动和发挥合作商户的积极性,真正达到便利、利民、惠民的服务目的。

压题照片:位于广东阳山县秤架支局的投递员李炳房,主动放弃村官职务,当起了投递员。9年间,他徒步行程超过13万公里,相当于绕地球走了3圈,却从未有延误过一个邮班,没丢失一封邮件。图为他亲手将信件送到正在田间劳作的一位老乡手中。

(本版照片由中国邮政集团公司提供)

技术创新打造个性化邮政业务

本报记者 郭文鹄

函件业务是邮政诞生以来的最基本业务之一,也是受到互联网等现代通讯方式冲击的重灾区,随着信息化进程的推进,函件市场呈逐渐萎缩趋势。如何实现函件业务可持续、常态化发展,是邮政企业期盼解决的问题。中国邮政集团公司总经理李国华介绍,面对这一类传统业务,目前中国邮政正在尝试推广和应用新的信息技术,提升其技术含量和技术层次,希望能为用户提供更加方便实用的个性化服务。

邮政贺卡搭乘科技快车。近年来,邮政一直在围绕贺卡的形式和功能开发创新:影视贺卡、个性化贺卡相继问世,附带书签功能、日历功能、U盘功能、二维码“支付宝红包”功能的创新产品也已陆续推出,近期

还结合3D技术,创造了“动起来”的贺卡。

日前,辽宁省大连市推出了3D富媒体贺卡,这种贺卡看上去和普通贺卡一样,而用手机摄像头扫描二维码,贺卡表面的静态图像就会变成3D动画,在手机屏幕上呈现。3D动画可以是一首MV,也可以是事先录好的视频贺词等。贺卡有两种不同的模板,根据不同需求,分别添加企业名称、标识、真人动态图像、背景音乐、祝福语等个性化元素,“手写祝福+真人动画祝福”的双重祝福形式,更突显卡人的用心。

邮局微信平台提供便捷服务。微信成为当下年轻人青睐的社交工具。邮政局也紧跟时代潮流,浙江省台州市邮政局以“爱传万家,心邮台州”为理念,建立了“邮台州”

微信平台。

目前,该平台已实现业务宣传、网点和业务查询、其他便民服务三大功能,可利用与微信粉丝互动的方式,结合邮政网点、信息化报刊亭的LED渠道、DM和名址数据库信函寄送,为邮政自有业务、客户及商家实现线上线下整合宣传推广;可结合邮政电子地图开展邮政网点类型及地理位置信息导航查询,报刊及给据邮件投递信息查询;也可进行登机时间、航班信息等商旅业务和邮政储蓄账户变动提醒。

约投挂号满足个性化需求。7月2日,浙江省杭州市的冯先生接到中国邮政发送的邮件到达短信通知后,顺利收到了阿里巴巴寄来的发票。这是全国邮政首个成功寄达的

约投挂号邮件。

约投挂号业务,是中国邮政今年创新传统挂号邮件投递模式推出的一项业务:在邮件寄发前采用电话或短信的方式预约投递,并且用户可以约定收件方式。目前该业务主要锁定银行卡、发票等高端函件寄递市场。

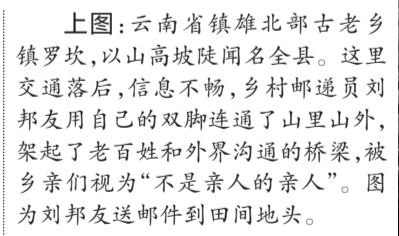
作为约投挂号业务的首个开发项目,杭州局为阿里巴巴提供从数据处理、打印发票、打印面单到封装打包、收寄处理、分拣封发、查询反馈的“一条龙”全流程解决方案。未来,杭州局还将借助信息化手段,实现发票号码和邮件号码对接,方便客户凭发票号码查询邮件,并将通过与客户的查询系统对接、嵌入阿里巴巴网站页面等手段,向客户开放批量查询。



随着电子通信技术的不断发展,以实物传递发家的邮政行业正面临着来自国内外的前所未有的压力和挑战。如何应对剧烈的市场变化?改革势在必行。事实上,从2005年,中国邮政就加快了改革步伐,先后实现了政企分开,成立了中国邮政集团公司,组建了邮政储蓄银行,实现了速递物流股份制改造,并开办了中邮人寿保险公司,初步形成了金融业务、速递物流业务和邮政业务三大板块“分业经营”的专业化管理格局。数据显示,中国邮政业务总收入从2003年的527.3亿元增加到2012年的3227.9亿元,2012年业务收入同比增长24.8%。



下图:安徽省宣城市绩溪县岭南地区山峦起伏,绩溪县邮政局家朋支局投递员张玉东,日复一日、年复一年、风雨无阻地每天行走约30公里的山路,为33个山区自然村的6400多名山区群众准时投递报刊信件,还义务为村民们充当“采购员”。



上图:云南省镇雄北部古老乡镇罗坎,以山高坡陡闻名全县。这里交通落后,信息不畅,乡村邮递员刘邦友用自己的双脚连通了山里山外,架起了老百姓和外界沟通的桥梁,被乡亲们视为“不是亲人的亲人”。图为刘邦友送邮件到田间地头。