

文章编号: 1007-5399 (2013) 01-0024-02

新形势下邮政报刊发行经营策略

杨世莹

(政和县邮政局, 福建 南平 353600)

摘要: 文章分析了邮政报刊发行业务面临的严峻形势, 从经营方式、员工素质、网点建设、经营渠道、经营种类等方面探讨了新形势下做好邮政报刊发行的策略。

关键词: 报刊; 竞争; 资源; 品种; 渠道; 网点

中图分类号: F61

文献标识码: A

自1950年开始, 报刊发行业务始终是邮政发展中的重要支柱。走过60年辉煌而艰辛的历程后, 面对新形势下巨大的竞争压力, 邮政报刊发行业务已开始萎缩, 而社会报刊市场零售额逐年上升。报刊发行市场竞争如火如荼, 多种渠道竞相博弈, 邮政如何在群雄逐鹿中胜出, 又如何保持可持续发展, 针对这一现状, 本文探讨了新形势下做好报刊发行经营的策略。

1 认清严峻局势, 调整经营方式

报刊从出版部门到读者手中, 少不了发行这一重要环节。过去出版单位将报刊的发行工作全部交邮局总发行, 报刊社不再另外发行, 也不委托其他部门发行, 因此到邮局订阅报刊是读者长年不变的消费格局。如今随着市场经济的发展, 过去由邮政部门垄断报刊总发行的格局已逐步被打破, 目前全国报刊发行市场的基本格局是: 全国性报纸以邮发为主; 行业报各自都有本行业部门的政策扶持, 有独立的发行网络, 在发行上有着得天独厚的优势, 因其发行特点突出而自办为主; 都市报、早报、晚报、娱乐报则以城市中心自办为主, 发展迅速、发行量猛增, 边远地区以邮发为主; 城市以零售批销为主, 边远地区以订阅为主。有些地方已经形成了区域性的强势集团和专业的发行代理商。其并存发行方式及社会批零报刊、音像制品的连锁店如雨后春笋般上市和受报刊社委托, 抢占了邮政报刊发行市场, 给邮政报刊发行带来严重冲击。另外, 随着信息网络的飞跃发展, 手机报、互联网、电子版都严重导致邮政报刊发行比例逐年下降。因此, 针对邮局报刊发行出现的新形势、新问题、新挑战, 邮政部门应不断加强自身建设, 调整报刊发行经营方式。首先要对经营权、发行费率、发行渠道逐一放开, 进一步搞活邮政基层企业, 搞活报刊发行市场; 其次要使经营方式由一成不变的三尺柜台式向走出柜台、深入市场的多方灵活性方式转变。一方面, 积极主动地配合报刊社、出版单位做好订阅宣传工作, 确保宣传到位, 与报刊社联手发展精品报刊, 做好形象期刊, 并逐步完善网上收订、上门收订、预约收订、随叫随订等多样化、个性化的收订方式; 另一方面, 在报刊投递上要采取精品投递、个性投递以及建社区报箱群插箱投

递等优质、方便的服务举措, 做到宣传到位、收订到位、投递到位、服务到位。同时一些新兴强势终端, 如地铁、机场、超市等零售摊点绕过邮政发行渠道, 形成了与邮局报刊亭并存的零售网络, 对邮政报刊零售市场也构成威胁。因此, 在抓好报刊发行工作的同时, 要积极发展邮政报刊零售业务, 大力兴办报刊亭、报摊以及邮政社会连锁店和报刊代售点, 方便读者随时订购。当邮政零售配送体系和报刊亭建设的条件成熟时, 不失时机地发展和建立报刊零售经营连锁体系, 让邮政的零售配送连锁经营格局成为报刊发行发展战略强有力的渠道支撑条件。另外, 要深入重点区域——社区、校园、农村, 认真进行市场分析和调研, 加大报刊发行宣传的力度、深度和广度。这样, 邮政才能最广泛地发行报刊, 扩大报刊社的影响力, 使邮发成为其最理想的发行方式。

2 提高人员素质, 壮大发行队伍

邮政部门发行、投递人员的综合素质、业务水平以及服务质量直接关系到报刊发行业务的经营与发展。目前邮政部门有些报刊发行、投递人员素质差、服务质量低, 难以适应市场竞争的形势和满足读者需求, 严重制约了报刊发行业务的发展。针对这一现状, 一些报刊社根据自身特点, 选择开发自己的发行市场, 如自办发行的行业报刊在发行、配送上有着独立的发行网络, 都市报以城市读者为主, 发行地域特点突出, 地方党报党刊以当地宣传部门为主, 都有自己的队伍, 而一些社会连锁报刊书店、报摊以其各类报刊供货及时、传递时限快、货种丰富、选择余地大、政策灵活、结算款尺度较宽等优势, 导致报刊社“二渠道”的出现。所以提高邮政报刊发行、投递人员素质已是当务之急, 邮政部门首先应提高认识, 采取集中学习、培训等手段, 加强对报刊发行、投递队伍的素质建设, 提高发行、投递人员的业务能力、营销水平和服务意识, 为报刊发行专业人才创造价值提供有利条件, 让专业人才为邮政报刊发行参与竞争提供保障。其次, 应充分认识到报刊零售在市场中的重要地位, 认真抓好报刊亭的建设, 积极发展下岗职工成为邮政部门报刊零售的委、代办户, 通过合同等形式, 使之成为邮政报刊零

售力量的生力军，才能有效控制资源市场，实现统一配货、统一经营、统一管理。这样不仅能提高经济效益，还可为下岗职工再就业提供帮助。最后，要以投递网改革建设为契机，充分利用社区代投站建设，优先选择邮政加盟商，如便民服务站、海西书报亭以及小区物业公司、街道社区居委会、小区便利店，也可以选择离退休人员，签订邮政业务委托代办合同。选准、选好代办人员，进一步落实社区代收代投站建设工作，为邮政报刊发行经营的大力发展提供有力保证。

3 发挥资源优势，加大网点建设

规模经营是市场竞争的需要，也是邮政报刊发行业务自身发展的需要。众所周知，邮政有着丰富的报刊发行经验，而且拥有一套完善的资金、发行、运输、投递网络机构和管理方法，建立起一个覆盖全国、沟通城乡、联结世界的邮政报刊发行体系，这一报刊网络体系优势是无法比拟的。从国家到省、市、县、乡镇，形成一体的发行、运输、投递队伍，充分体现出邮政发行网络全程全网、点多、面广、线长等优势，邮政部门形成了独具特色的中国报刊发行体制，因此在社会上有着邮政是报刊发行主渠道的共识，其优势主要体现在：一是品牌优势，百年邮政其邮发报刊具有良好的品牌资源和社会一致认可的可信度品牌效应，与报刊社合作的前景非常广阔；二是配送优势，邮政物流大网是报刊发行特有的资源优势，整合发行网、运输网和投递网于一体，全国城乡运输投递报刊邮路总长超过500多万公里，其深度、广度目前都无人可比；三是地域优势，邮政的行业特征决定很难有第二家企业具有全地域分布、全网运作的资源优势。邮政网络广，网点遍布全国城乡，据不完全统计，邮政收订网点、零售网点和投递员上门收订段道超过10万个；四是市场优势，全国出版的1万多种报刊，邮发报刊占70%以上。因此邮政首先要充分发挥这一资源优势，健全经营机制，建立和完善市、县、乡镇等各级邮政报刊发行网络，利用“邮发”品牌发展特许连锁集团，积极适应竞争需求，并遵循市场经济发展原则，合理调节利益关系，建成以点带面的连锁体系，形成以省、市局为纽带，以县局为市场的竞争格局，把资源优势转变为市场优势、经济优势。其次要重点加强省、市、县级报刊网的建设和管理，大力发展报刊委、代办网点，实行自主经营、自负盈亏、自我约束、自我发展，巧借他人网点发展自身报刊经营业务。邮政可利用放开分销市场的发展机遇，盘活有利资源，面向市场搭建服务平台，积极参与发行市场竞争，建立完善的报刊发行系统、读者信息系统，提供增值服务，把资源优势变为市场优势、经济优势。

4 开发特色品种，丰富经营种类

随着社会的不断进步，人们对报刊品种的多样化要求也与日俱增。而社会连锁报刊书店、报摊除供货及时、传递时限快外，货种也十分丰富，对读者有很大吸引力。相比之

下，邮政报刊发行单一。因此，邮政部门应重视与报刊社强强联手发展精品报刊，做好形象期刊、订阅卡，通过对报刊发行市场的深入调研，挖掘报刊市场潜力，充分结合当地市场需求，丰富零售经营品种，开发特色品种，打好品牌效应。一方面要积极开办各自报刊、图书、音像制品、挂历等品种的批销、零售业务，大力拓展邮政发行业务领域。另一方面要切实改变进货渠道单一、畅销品种少、到货速度慢的局面，并充分考虑把文化品味较高的书报同注重市场效益的畅销书报有机结合，使报刊发行零售经营在此基础上形成特色，而且要大力扶持，努力创造出由邮政报刊发行部门控制的具有邮政报刊发行特色的拳头产品。

5 提高竞争能力，拓展经营渠道

随着市场经济的发展和读者需求的日益提高，近年来报刊发行业变化很大，如出版周期越来越短，节奏越来越快，发行市场竞争激烈。邮政报刊发行要发展，首先必须提高竞争能力。只有培育核心竞争力——发行网络，才能适应快节奏的变化，才能走在市场运作前列，才能巩固市场地位和市场占有率。发行网络主要体现在硬件和软件两方面，硬件包括影响报刊运输、投递时限的车辆，影响信息传递的平台等，而软件则包括发行网络，作业流程及发行、投递的服务等。这些软、硬件的建设都必须加大管理力度和资金投入，以报刊发行业务为主线，协调好全网各个环节关系，提高运行效率，加快报刊传递时限，才能切实有效地增强竞争能力。其次要大力扩展市场经营渠道，寻找报刊发行新的增长点。如拓展校园市场、都市生活市场、农村市场，扩大私营企业和个体工商户的报刊订阅覆盖面，加强车站、码头等公众场所报刊零售的流动服务，采取先得市场后得利的办法，在报刊发行零售市场中争取更大的用户群。

总之，在市场经济的新形势下，邮政要积极面对市场竞争，解放思想，转变观念，以变应变，扩展报刊发行和零售业务，进一步强化报刊专业管理职能，推行报刊专业化管理、专业化核算、专业化经营发展模式，建立灵活的经营机制和高素质人才队伍，以良好的服务发展用户、巩固用户，做到边发展边巩固，边巩固边发展，形成良性循环，这样，邮政才能走出一条符合报刊市场的新路，邮政报刊发行业务才能做强、做大，才能得到健康持久的发展。

参 考 文 献

- 1 岳毅. 报刊发行经营现状及对策. 中国邮政, 2001, 5
- 2 刘建平. 新形势下邮政报刊发行如何应变. 中国邮政, 2004, 4
- 3 潘功华. 邮政报刊零售业务发展之我见. 中国邮政报, 2011-02-15 (07)

收稿日期: 2012-06-13

作者简介: 杨世堂(1972~), 男, 福建南平人, 主要从事业务管理、报刊收订与投递研究。