

文章编号: 1007-5399 (2014) 05-0020-03

基于无线城市理念的邮政便民服务站建设思路

曹奕

(湖南湘邮科技股份有限公司, 湖南 长沙 410008)

摘要: 文章阐述了邮政便民服务站的发展优势及存在的问题, 通过对比竞争对手的运营模式, 提出了基于无线城市的邮政便民服务站建设思路, 并从网络接入、业务应用、受理模式、业务推广等方面探讨了邮政便民服务站的建设策略。

关键词: 便民服务站; 无线城市; 盈利模式; 增值业务; 资源; 网络; 渠道

中图分类号: F61

文献标识码: A

便民服务站项目是中国邮政集团公司提出的重点项目, 是邮政企业自身发展的需要, 是邮政企业主动服务公众的主要形式。近年来, 中国邮政通过大力发展便民服务站, 实现了服务网点规模的低成本扩张, 实现了代收代缴业务的可持续发展, 同时使邮政这家百年老店与百姓接触更紧密, 邮政品牌更加深入人心。

1 邮政便民服务站的发展优势

1.1 实体渠道资源优势

邮政企业属于典型的渠道多样化企业。线下渠道方面, 邮政在全国拥有众多营业网点、便民服务站、村邮站和报刊亭。线上渠道方面, 邮政开通了网上营业厅和11185客服中心等。此外, 邮政企业积极与通信、银行、保险、石油石化等行业合作, 不断拓展合作渠道。

1.2 邮政电子商务“四流合一”

邮政便民服务站是邮政发展电子商务的业务前端。新型电子商务模式以业务为基础, 将传统行业的核心业务与互联网技术完美融合, 强调盈利模式和利润, 将信息流、物流、资金流、商品流“四流合一”, 为全球企业和个人提供最快交货速度、最安全资金支付、最轻松交易方式、最高品质服务。中国邮政是唯一同时拥有实物流、资金流、信息流的企业, 与新型电子商务的“四流合一”在本质上高度吻合。

邮政介入电子商务领域, 信息流可依托邮政大网传输; 物流可依托邮政投递网、邮政速递物流开展各类传统邮件和新开发的商业包裹服务; 资金流可依托邮政汇兑和绿卡系统; 邮政电子商务平台正利用计算机网络技术为市场提供一个支撑电子商务交易的商流平台。“四流”全部集中在一个行业、一个平台内得以实现, 势必具备强大的竞争力和影响力。

1.3 邮政普遍服务优势

作为世界邮政网的一部分, 中国邮政网连通城乡、通达全球。随着经济的发展、科技的进步、需求的增长, 邮政网功能越来越强大, 覆盖范围越来越广阔, 业务种类越来越丰富, 服务方式越来越便捷, 可谓网络连天下, 邮路通四海。

2 邮政便民服务站发展过程中遇到的问题

邮政便民服务站在一定程度上缓解了邮政设置自有营业厅的压力, 节约了人力、场地、维护等成本, 同时在助力国家推进基本公共服务均等化的工作中大有可为。

但是, 由于之前全国对邮政便民服务站的统一规划不足, 导致邮政便民服务站未来发展面临较大困难, 主要体现在: 各地邮政企业对邮政便民服务站的管理机构和管理方式不一致; 便民服务站的网络覆盖局限于有线方式的邮政综合网或互联网; 便民服务站信息管理系统不统一, 全国有十几个版本; 信息化支撑跟不上IT新技术、新设备的迅速发展; 邮政便民服务站业务受理模式过于单一, 缺乏创新; 业务种类拓展步伐较慢, 缺乏吸引力。

3 竞争对手的发展情况分析

邮政便民服务站主要利用信息化手段, 通过发展实体渠道, 依托PC或POS终端机具, 提供公共事业缴费、通信费、商旅票务、小额取现、信用卡还款等服务。但近年涌现出一些后起之秀, 其发展势头非常迅猛。

3.1 银联商务有限公司

银联商务有限公司是中国银联旗下专门从事银行卡受理市场建设并提供综合支付服务的机构。

从专业性看, 银联商务已在除台湾外全国所有省级行政区设立机构, 市场覆盖335个地级以上城市, 服务特约商户超过110万家, 维护POS终端155万台, 分别占银联联网商户和联网POS终端的44.42%和41.66%。服务ATM及自助终端7.5万台, 成为国内最大的银行卡收单专业化服务机构。2011年首批获得人民银行颁发的《支付业务许可证》, 涵盖银行卡收单、互联网支付、预付卡受理等支付业务类型。从服务功能看, 银联商务推出全新便民支付品牌“全民付”, 可通过网站、线下渠道多功能终端实现水电煤缴费、信用卡还款、话费充值缴纳、账单支付、目录产品销售、银行卡余额查询、机票订购、彩票购买、游戏点卡充值。从拓展渠道看, 银联商务除重点布局商场、社区、写字

楼之外，还将涉足中小超市、彩票销售店、报刊亭、药店、房屋中介、银行、保险公司营业厅及大学校园等，受理网点也向着多样化发展。

3.2 北京拉卡拉网络技术有限公司

从专业性看，北京拉卡拉网络技术有限公司是首批获得中国人民银行颁发《支付业务许可证》的第三方支付公司，是中国最大的线下支付公司，是联想控股旗下金融服务板块的旗舰企业。从服务功能看，拉卡拉通过建设便利支付点，提供还款、缴费、充值、付款、转账等日常金融业务。通过与线上、线下商户合作，拉卡拉为用户提供特惠、团购、账单分期等多种增值服务，为互联网电子商务企业提供远程收款服务。此外，拉卡拉自主研发了Mini拉卡拉家用刷卡机、拉卡拉刷卡电话、拉卡拉超级盾等一系列刷卡机，用户能够使用任意一张银行卡为网络购物付款。从拓展渠道看，截至2011年10月，拉卡拉已在全国290多个城市建设5万多个便利支付点，沃尔玛、中国石油、中国石化、7-11、物美、快客、好德、海王星辰、华润万家、国美等全国知名便利店、商超和卖场都配有拉卡拉便利支付终端，形成了中国较大的便民金融服务网络。

4 基于无线城市的邮政便民服务站建设

无线城市，就是利用高速宽带无线网络，把一座城市覆盖起来，实现无处不在的宽带通信网络。

4.1 无线城市解决邮政便民服务站网络接入资源问题

目前，传统邮政便民服务站大多依托PC或POS终端机具，每个网点都必须有邮政综合网或互联网的有线接入，且需安排专职人员办理业务，具有局限性，管理成本、运营成本也较高。基于无线城市建设邮政便民服务站，可以解决网络局限性问题，轻松开办邮政便民服务站的各项业务。

邮政便民服务站统一接入无线城市，不仅解决了网络覆盖问题，同时解决了网络安全、资源利用和运营费用等问题。现有邮政便民服务站的网络接入方式有两种：一是邮政自营营业场所可接入邮政综合网；二是加盟网点可接入互联网。前者在一定程度上受邮政综合网带宽限制，对网络要求高的业务无法开办，也存在占用邮政综合网带宽资源的风险。后者将邮政便民服务站业务系统直接暴露在互联网中，安全风险更大。而无线城市平台的安全解决方案以安全技术模块为基础，提供综合安全解决方案。通过实施物理层、网络层、系统层、应用层和管理层的全方位安全解决方案，构建分层纵深安全防御体系，阻断安全风险和攻击，提升无线城市平台的稳定性与安全性。

4.2 邮政便民服务站在无线城市中的业务应用集成

目前，各地邮政便民服务站信息管理系统版本不一，技术开发平台、业务设计规划、界面易用性、外系统接口方式参差不齐，导致各地邮政企业对便民服务站的管理机构和方式都不一致。通过无线城市，邮政可聚合运营商平台的网络资源和各种基础信息管理、业务能力（如视频、短信和彩信、数据交互、GIS、定位等），面向便民服务站用户提

供统一的门户和客户端，实现便民服务站业务内容浏览和应用访问；面向运营商则提供统一的应用适配和接入管理、内容管理、资源管理等功能；针对各地区邮政便民服务站信息管理系统则提供统一规范的业务开发和接入、内容和资源采集等功能，通过平台的业务聚合能力实现统一化、专业化、定制化的邮政便民服务站业务应用。

无线城市平台统一的技术体系架构，可满足各地邮政便民服务站所有的业务聚合和内容聚合要求。它支持Web、Wap、内容、视频、插件等多种接入方式的综合信息业务和行业应用，集成多种功能部件，可封装为业务引擎，向邮政便民服务站提供统一支撑；为内容聚合和业务聚合提供统一的门户和移动客户端，通过统一的网络，提供接入层和业务层的统一认证。通过这种数据集中、应用集成的方式，可实现邮政便民服务站在信息化平台上的规范统一。

4.3 积极发展多元化业务受理模式

当前，邮政便民服务站所有业务基本上都是通过人工受理方式当面完成交易，繁华地段在业务高峰时难免出现排队现象。为提高业务办理效率和用户体验，可在邮政便民服务站放置自助式便民服务终端机，用户可自主完成代缴费、票务订购、商品网购等业务。此外，邮政还可以开发支持不同手机操作系统的“掌上便民服务站”手机客户端软件，让用户足不出户就可以高效办理各项业务。

自助式业务的受理，其支付环节主要通过邮政便民服务站信息管理系统与银联、支付宝、财付通等常用支付通道直接对接完成，在资金支付安全的前提下做到方便快捷。

4.4 挖掘新业务，打造邮政综合资讯互动平台

邮政便民服务站挖掘新的业务方向，不能仅把眼光放在实体交易业务上，而要充分利用网点众多、覆盖城乡、“四流合一”、普遍服务的资源优势，将全省乃至全国所有邮政便民服务站资源整合起来，充分利用无线城市、互联网、物联网、多媒体、移动通信等信息化手段，建立成熟稳定、业务丰富、拓展性强、具备良好经济效益和运营模式，具有较强社会影响力的全覆盖型邮政资讯互动平台。

4.4.1 邮政行业推广业务

邮政行业推广业务是邮政资讯互动平台在邮政的增值业务点，主要利用邮政便民服务站网点资源覆盖农村的特点，为邮政普遍服务、多元化增值服务提供更为生动形象的宣传推广平台。如目前为湖南电子邮政局提供的邮易购实体店多媒体信息发布服务，是湖南邮政与湖南广电快乐购合作项目——邮易购的产品实体门店宣传平台。邮政便民服务站使用的智能显示屏播放文字、图片、视频等简单素材，所以在硬件上可选择带联网功能的低配置、小尺寸设备。由于未来要借助该平台发展农村电子商务，也可以适当考虑在部分人气较旺的网点使用可交互的高配置设备。

4.4.2 城市商业广告业务

邮政便民服务站网点主要分布在住宅小区、繁华商业地段、大型超市、机场、车站等人流量大、覆盖人群广、营业时间长的区域。近年来兴起的楼宇视频广告主要集中在中高

档写字楼、酒店和住宅小区，一个写字楼内有许多广告屏，内容重复、形式单一、视听嘈杂，业务几近饱和。而邮政便民服务站则面对着有消费意向的人群，可以根据城市生活、消费特点，有针对性地投放商业广告，如房地产、通讯、家电、快速消费品、汽车、金融、电信、IT、奢侈品、服装、医药、航空、旅游、家居建材等。

该业务可参考其他媒体公司楼宇视频广告的收费标准，根据内容时长、占屏大小、网点数量、覆盖范围制定。

4.4.3 农村商业广告业务

目前，农村最常见的商业广告主要是墙体广告和电视广告。墙体广告制作快捷、成本较低，但形式单一、档次较低、受众面窄。电视广告价格低廉，但收视率不高。

借鉴城市新媒体广告的成功案例，在邮政便民服务站开设农村商业广告业务，是新媒体广告在农村市场的大胆尝试。但作为邮政综合资讯互动平台，其核心业务并非只是商业广告，因此在有网点资源的前提下可逐步开展农村商业广告业务。如，可针对农村市场投放农具、农资、国产家电、国产手机、建材、金融保险、医疗保健、酒类、食品等行业广告，收费标准也要考虑农村市场特色和可接受程度。

4.4.4 农村资讯发布业务

邮政便民服务站应借助邮政、农村这些独有的优势丰富平台产品，与政府、媒体、农业部门、人事部门、相关企业合作，将平台打造成群众服务的资讯发布平台，为农民提供农村市场动态、农业新闻政策、防灾减灾知识和预报、气象信息、农资农机产品推荐、农民用工就业信息、农业科技普及、名优企业产品推荐等相关生活生产的资讯。

开设农村资讯发布业务，应在做好社会义务服务和提升平台价值的前提下，适当考虑政府补助、收取合作部门和企业业务费的方式。

4.4.5 农村人才市场业务

农村地少人多，有大量富余劳动力。庞大的外出就业劳动力数据若能通过有效途径逐年收集统计，将成为非常有价值的资源。邮政便民服务站开展农村人才市场业务可以采取以下业务模式：用人企业、人才中介市场提出用工需求，邮政便民服务站利用深入到农村网点的智能显示屏及时滚动发布用人信息，农民群众可第一时间获得信息，并在就近网点申报登记，网点通过邮政便民服务站将报名信息传递到中心，中心将汇总的应聘信息反馈到用人企业、人才中介市场供其挑选，最终通过平台发布成功录用的人员信息或直接电话通知。

农村人才市场业务主要盈利方式为：收取用人企业、人才中介市场招聘服务费或录用服务费分成。

4.4.6 电子商务代购业务

电子商务代购业务被视为邮政综合资讯互动平台未来最具核心竞争力的业务之一。然而，我国网络诚信整体状况并不乐观。网民最担心的是网银账号被盗、个人资料被窃及电脑信息安全等问题。另一方面，农民虽有网购需求，但快递公司最多将其订购的产品送至县城，物流支撑成为电子商务

在农村面临的严重问题。

邮政综合资讯互动平台可配合密集的乡村连锁网点，以数字化、信息化手段，通过集约化管理、市场化运作、体系化的跨区域跨行业联合，构筑紧凑有序的商业联合体，降低农村商业成本，扩大农村商业领域，使农民成为平台的最大获利者，使商家获得新的利润增长。在资金流方面，邮政综合资讯互动平台依托邮政储蓄银行的电子支付业务、网点代缴业务，可满足用户的支付需求。用户可在网点订购商品，缴纳定金，货到满意后付清余款。同时建立安全的网上支付体系，确保农民对网上交易的信任度，促进电子商务在农村的发展。在物流方面，平台从商品宣传导购、形成订单、物流配送到售后服务，可完全依托邮政网络资源和人力资源优势，服务配送到最后100米。

此外，应加强电子商务的教育和引导，帮助农民树立网上营销与消费新观念。让百姓体会到电子商务带来的利益，再加上政府带动，电子商务定会得以普及。邮政在这方面无需投入太多，可充分发挥大学生村官的引领作用。

电子商务代购业务盈利模式很多，可采取商品销售、物流配送分成，或商品加入平台收取平台加盟费等多种方式。

4.4.7 网点数据增值业务

随着平台的稳定、网点的扩张、业务的丰富和价值的挖掘，整个平台会逐步从事务型转变成分析型平台，并积累一笔无形的财富——网点数据。网点数据既包括网络内所有网点的名址信息、消费人群习惯、商品买卖渠道，网点逐年客流量、商品进销存、消费人群档案，还包括农村劳力情况、详细劳力名单、优劣企业名单等原始数据。这些数据对于政府、企业、厂商、劳力市场、消费者都具有一定价值。

在盈利模式上，平台可根据不同类型数据的不同商业价值制定一套数据价格体系，按年度、季度定期发布相关数据报告，出售给市场获得盈利。

5 结束语

随着无线城市的发展与建设，新产品和新技术成本逐渐降低，为建设无线邮政便民服务站提供了技术支持和参考经验。同时，在解决城乡网络接入问题的基础上，邮政便民服务站的未来发展应定位于建设中国邮政新型化终端，从邮政便民服务站的品牌、业务、技术、人员、设备等方面进行全面规范统一，真正实现用无线城市网络武装邮政业务。

参 考 文 献

- 1 高志军. 以品牌资源经营邮政便民服务站. 中国邮政, 2010, 7
- 2 陈世发, 夏翠荣. 以战略眼光建设邮政公共服务平台. 中国邮政, 2011, 5

收稿日期: 2014-03-20

作者简介: 曹奕 (1981~), 男, 湖南长沙人, 硕士, 主要从事IT项目策划管理研究。