

文章编号: 1007-5399 (2015) 01-0043-02

省邮政公司运作机制问题探讨

顾联瑜

摘要: 文章肯定了2007年以来邮政政企分开取得的显著成效,同时指出当前省邮政公司在性质、组织结构等方面存在的运作机制问题,并从法律层面提出了解决省邮政公司运作困惑的对策。

关键词: 政企分开; 性质; 组织结构; 普遍服务; 《邮政法》

中图分类号: F61

文献标识码: A

中国邮政于2007年1月29日实现政企分开,这是邮政系统一项重大体制改革,在取得积极效果的同时,也暴露出需要进一步研究完善的问题。本文仅就省邮政公司的运作机制问题做一些分析探讨。

1 省邮政公司的性质问题

《中华人民共和国公司法》(以下简称《公司法》)规定:公司是企业法人,有独立的法人财产,享有法人财产权。对照此条规定,省邮政公司似乎不符合公司性质。省邮政公司受邮政集团公司领导,业务收入除去支出要上缴收支差额,西部支差单位则要由邮政集团公司拨付经费。邮政干线网属于国家网,省公司没有财产权,也不实行自负盈亏。

《公司法》还规定公司有两类:有限责任公司和股份有限公司。省邮政公司显然不符合股份有限公司性质,而有限责任公司也有股东并分别出资,只是不向社会募集股份,这个条件省公司也不具备。只有有限责任公司中的国有独资公司这一特殊类型比较符合邮政公司性质,既是国有,也是独资。但是,这一性质对邮政集团公司整体来说比较符合,国家对整个邮政集团公司出资,是唯一出资人,而地方政府并不对省邮政公司出资。财务系统也是由省邮政公司对邮政集团公司,由邮政集团公司统一对财政部,所以省邮政公司是属于国有独资的邮政集团公司的组成部分,不能单独称为国有独资公司。

2 省邮政公司的组织结构问题

省邮政公司是邮政集团公司下属公司,这种隶属关系有两种形式,《公司法》提到,一种是总分公司结构,一种是母子公司结构。分公司不具备法人资格,子公司具备法人资格。

“中国邮政集团公司”从名称看,应该属于母子公司结构。母子公司是由若干不同的公司组建成立集团公司,各公司属于集团公司子公司,具备相对独立的法人资格,自主经营。但是,邮政集团公司除个别专业经营业务如邮政储蓄银行是子公司性质外,其余各省邮政公司都不具备子公司性质。因此,从实际情况看,省邮政公司应该属于分公司性

质,名实不太相符。

省邮政局变为省邮政公司,领导人也由“局长”改称为“总经理”。但是下面的二级单位、三级单位仍称“××市邮政局”、“××县邮政局”,领导人还称为“局长”。这就形成了一个集团公司“总经理”领导省公司“总经理”,省公司“总经理”领导市、县邮政局“局长”的组织模式。

省邮政公司的内部管理机构也发生变化,将“××处”改称为“××部”,“处长”改称“经理”。名称变了,但实际职能并没有改变。一般企业的管理模式有两种:职能制和事业部制。邮政企业过去都是实行职能制,各处是局长的参谋,对下没有直接管理权;事业部制则属于公司化运作模式,公司按不同职能及产品成立若干“部”,即事业部,事业部直接管理基层企业的业务和人、财、物,有相对自主性。事业部领导称为“经理”,统称部门经理,直接对公司总经理负责,所以名为“部”而不是“处”。省邮政公司内部虽然把“处”改为“部”,“处长”也改为“经理”,但仍然是职能部门,没有事业部的职权,“经理”头衔也有些名不副实。

3 公司化运作与邮政普遍服务的矛盾

邮政虽然已成立公司,但国家法律规定其仍要承担普遍服务义务,某些同志以为改公司后就可以全部实行市场化运作,成为市场主体,但他们忽略了普遍服务这个邮政的根本职责。即使在市场经济十分发达的欧洲国家,虽然早已成立邮政公司,但并没有全盘市场化,邮政公司通过与政府签订协议承担普遍服务,政府则给予税收优惠、财政补贴等政策。国外邮政公司大多为国有独资,个别为国有控股,其性质仍为国家邮政。因此,很多国家把邮政的这种特殊结构称为“政府企业”,不能像一般公司那样全盘市场化。

我国邮政公司实际上经营着两种不同性质的业务——普遍服务业务和竞争性业务。两种业务有不同的经营方针:普遍服务业务属于社会公共服务,要实现均等化目标;竞争性业务则要求盈利。现在省邮政公司把两种业务混合经营,一律实行市场化运作,考核也以业务收入、收支差额等经济指标为主实行奖罚。省邮政公司内部管理机构设市场开发部,

浅谈打造邮政分享平台的积极作用

当前,低碳环保、公益、社交是社会生活的热点,而邮政企业拥有信息流、实物流、资金流“三流合一”的优势,拥有自己的电商平台,还有强大的信息科技能力,可以在低碳环保、公益、社交等方面做好文章,建立一个邮政分享平台——一个关于闲置物品交流互助的公益平台,鼓励免费的物品分享和传递,实现公益环保和物尽其用。广大网友通过这个公益性的物质互助交换平台,可以将闲置物品送给有需要的人使用,也可以在这里寻找自己需要的物品,体现助人为乐的良好品质,达到送人玫瑰、手留余香的效果,将对邮政企业的经营发展和企业形象起到积极作用。

1 彰显邮政低碳环保的经营理念

建立分享平台,让广大网友通过这一平台,把自己不需要的物品免费赠与他人,有利于物品的有效使用,实现资源的合理配置,有效降低产品生产带来的能耗,减少温室气体排放,为战胜雾霾天气做出积极贡献,展现邮政为保护生态环境做出的积极努力,也符合中央关于“建设资源节约型、环境友好型社会”的政策导向,体现邮政企业的政治意识和责任意识。

2 彰显邮政关心社会公益的良好形象

中国邮政作为国家邮政企业,在社会公益方面曾做出积极的努力,如“爱心包裹”、“母亲邮包”以及各种自然

灾害的捐款、免费汇款等。通过开通邮政分享平台,可以发挥平台优势,充分利用邮政各类资源,积极推动公益事业的发展,让更多的人参与到公益中来,使点滴爱心汇成爱的海洋。

3 有效扩大邮政企业形象宣传

通过邮政分享平台的推广,可以使众多网友通过这一平台,更深入地了解中国邮政、宣传中国邮政,从而有利于寄递类业务发展。

4 有效增加寄递类业务量

广大网友通过邮政分享平台赠送闲置物品,必然要通过邮政进行寄递。随着会员数量的增多和赠送业务的扩大,必然会快速增加寄递类业务量,提高邮政的营业收入。

5 促进邮政多元化经营,打造邮政社交平台

邮政可以在速递、零售、电商、社区之间跨业务经营,实现长尾效应,而不仅局限于快递服务本身。通过邮政分享将提高用户黏性,在塑造和推广邮政品牌形象的同时,用互联网的方式连接用户与品牌,从而让更多局限于线下的用户逐步转移到线上,参与更多互动。通过这一平台,可以开发社交功能,建立分享者与申请者之间的点对点连接与互动。

(中国邮政储蓄银行邳州市支行 刘伟伟)

不设普遍服务管理部门,对普遍服务基础设施投入偏少,尤其是农村投递,投递频次、投递深度都比较落后。

对省邮政公司应该实行“一业两制”机制,在2009年《中华人民共和国邮政法》(以下简称《邮政法》)第十八条中有明确规定:“邮政企业的邮政普遍服务业务与竞争性业务应当分业经营。”此外,该法还规定了邮政普遍服务及特殊服务的业务范围及财政补贴政策,这些业务的资费由政府定价。因此,普遍服务(包括特殊服务)业务与竞争性业务不同,不能实行市场化运作,这是邮政公司与一般国有企业的根本区别。

4 从法律层面探求省邮政公司运作困惑的根源

邮政于2007年实现政企分开体制改革,而《邮政法》的修订版颁布是在2009年,在时间上有一个反差。也就是说,邮政公司这一新的体制是在法律没有明确规定的情况下实行的。

修订后的《邮政法》共87条法律条文,没有一条提到“省邮政公司”这一机构名称,对邮政服务机构统称为“邮政企业”。即使是邮政集团公司的机构名称,也只是在第八十四条的名词解释中提到:“邮政企业,是指中国邮政集团

公司及其提供邮政服务的全资企业、控股企业”。

诚然,邮政集团公司和省邮政公司的机构是由国务院在《邮政体制改革方案》中规定的。但相对于《邮政法》来说,国务院的规定是低一档、不具法律效力的一种政府规章,终究不如在法律条文中明确邮政公司的地位来得有力。美国、日本等国邮政体制的改变都是法律先行,并且详细规定了新机构的名称、职责、地位、组织机构等内容。有的国家还专门制订了《邮政公司法》。

由于2009年《邮政法》中没有列入省邮政公司的机构名称,更不可能对公司的性质、地位、机构设置、运作机制等作出明确规定,当前存在的一些困惑很难化解。可供考虑的办法有两种:一种是参照铁路的做法,不设省邮政公司,仍恢复省邮政局,与市、县机构保持一致,便于运作;另一种是争取未来几年再修订一次《邮政法》,把邮政多级机构的名称、职能、运作机制等都列入法律条文,以便有法可依。

收稿日期:2014-09-22

作者简介:顾联瑜(1928~),男,上海人,教授,主要从事中国邮政改革发展研究。