

文章编号: 1007-5399 (2017) 04-0001-04

# 中国邮政融入“一带一路”战略思考

戴奕<sup>1</sup>, 闫蕾<sup>2</sup>, 成利<sup>3</sup>, 徐剑华<sup>4</sup>, 郭继东<sup>5</sup>

- (1. 中国邮政集团公司上海研究院, 上海 200062;
- 2. 中国邮政储蓄银行河南省分行, 河南 郑州 480008;
- 3. 中国邮政集团公司南宁市分公司, 广西 南宁 530000;
- 4. 中国邮政速递物流股份有限公司南京集散中心, 江苏 南京 211100;
- 5. 中国邮政集团公司宝鸡市分公司, 陕西 宝鸡 721004)

**摘要:** 文章分析了国家“一带一路”战略给中国邮政带来的机遇和挑战, 结合邮政“一体两翼”发展战略, 探讨了邮政融入“一带一路”战略的服务内容与保障体系。

**关键词:** “一带一路”; “一体两翼”; 普惠金融; 精准扶贫; 普遍服务; 网络; 平台

**中图分类号:** F61      **文献标识码:** A

“一带一路”战略是我国最高决策层主动应对全球形势深刻变化、统筹国内国际两个大局作出的重大战略决策。中国邮政要充分响应“一带一路”战略的号召, 在政策沟通、设施联通、贸易畅通、资金融通、民心相通“五通”方面积极行动, 利用自身优势履行央企责任, 在国内、国际市场抢占发展机遇, 勇挑使命担当。

## 1 中国邮政融入“一带一路”战略面临的机遇

### 1.1 物流快递的机遇

通过国内外相关研究可以发现, 国际贸易和国际物流之间存在高度相关关系。

#### 1.1.1 国际贸易的增加, 促进跨境物流业务高速发展

“一带一路”战略将为中国邮政跨境物流业务发展带来新契机, 有利于中国邮政构筑全球物流一体化的物流战略通道。根据商务部和多家行业咨询机构预测, 2016~2020年跨境电子商务成交额增速将保持在30%左右, 见图1。

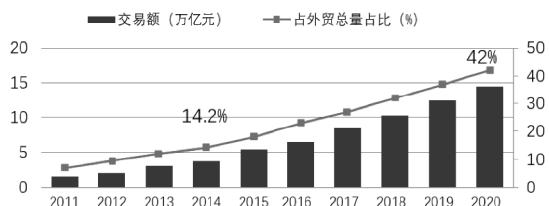


图1 中国跨境电子商务规模预测

从近几年中国邮政的发展来看, 国际业务量成为“寄递翼”中增长最快、市场占有率最高的业务。随着“一带一路”战略的实施, 中国邮政在国际寄递业务方面具备的品牌及通政策优势将越发凸显。

#### 1.1.2 物流绩效的高低, 对国际贸易有较大影响

近年来, 国际上许多研究根据对世界银行物流绩效指数(LPI)的分析, 并加入引力模型计算得出的结论普遍认为: 国际物流是国际贸易的加速器, 物流对出口国的重要性要大于进口国。因此着力提升国内的物流绩效对增强我国进出口贸易有着重要影响, 是邮政义不容辞的责任。

快递服务业促进了我国国际贸易的发展。其他因素不变, LPI在所有影响进出口贸易的因素中排名首位, 物流绩效总体水平每提高1%, 中国进出口贸易额将增长1.892%。

通过对比“一带一路”沿线部分国家的LPI(见表1)可以看出, “一带一路”沿线国家的LPI最高和最低相差58.3%, 还有较大的挖掘潜力。中国邮政作为我国国际寄递业务的国家队和主力军, 有责任、也有义务通过提高我国的快递物流服务水平, 带动沿线国家物流绩效的提升。

表1 “一带一路”部分沿线国家物流绩效(LPI)

“一带一路”沿线国家	2007		2010		2012		2014		均值	
	LPI	世界排名	LPI	世界排名	LPI	世界排名	LPI	世界排名	LPI	“一带一路”排名
新加坡	4.19	1	4.09	2	4.13	1	4.00	5	4.10	1
阿拉伯联合酋长国	3.73	20	3.63	23	3.78	17	3.54	26	3.67	2
马来西亚	3.48	26	3.44	28	3.49	28	3.59	24	3.50	3
.....										
伊拉克	-	-	2.11	147	2.16	143	2.30	140	2.19	59
阿富汗	1.21	149	2.24	143	2.3	133	2.07	157	1.95	60
东帝汶	1.71	148	-	-	-	-	-	-	1.71	61

## 1.2 金融保险的机遇

### 1.2.1 对外投资的增加,带来资金的大量需求

2014年,中国对“一带一路”沿线国家的直接投资存量为924.6亿美元,2006年为52.7亿美元,短短8年时间,增幅17.5倍(见表2)。虽然2014年占比略有下降,但相较于沿线国家的地域范围、经济体量和在世界经济格局中的地位而言,增长空间仍然较大。

表2 中国对“一带一路”沿线地区直接投资存量

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
世界/亿美元	750.3	1179.1	1839.7	2457.6	3172.1	4247.8	5319.4	6604.8	8826.4
沿线地区/亿美元	52.7	97.3	149.8	202.6	292.5	416.8	567.6	720.2	924.6
沿线地区占比	7.0%	8.3%	8.1%	8.2%	9.2%	9.8%	10.7%	10.9%	10.5%

据亚洲开发银行测算,从现在到2020年,亚洲基础设施的投资需求将达到8000亿美元,而目前“一带一路”的资金平台最多能提供2400亿美元的资金,资金缺口巨大。

截至2015年底,中国邮政储蓄银行(以下简称“邮储银行”)总资产达7.3万亿元人民币,位居国内商业银行第5位,完全有能力参与“一带一路”建设。

### 1.2.2 国际国内的建设,带来普惠金融的增长

“一带一路”战略的实施既需要实力雄厚的国有大型企业,也离不开充满活力的中小微企业,甚至个体经营者,因此金融需求十分旺盛。“一带一路”建设为普惠金融带来了三方面机遇:一是消除贫困,改善低收入者的经济福利;二是支持中小微企业的发展,助推其参与“一带一路”建设;三是改善公共基础设施建设,助力当地特色资源的输出。

邮储银行行长提出,邮储银行要通过服务和创新给“一带一路”沿线国家和地区送去和平与繁荣,要制定新规划、创造新模式,发挥普惠金融的重大作用,为“一带一路”战略的深化探索出一条新路。

目前,邮储银行在服务“三农”、小微企业方面具有天然优势和巨大潜力,并取得了显著成效,可以通过这次机遇成功推进企业的转型升级。

### 1.2.3 风险意识的增强,带来保险的高速发展

风险保障和资金融通是保险的两大功能,也是保险服务“一带一路”的两大主要机遇。

“一带一路”沿线国家多是新兴市场国家和不发达国家,对中国企业来说存在诸多风险。保险的作用将得到较大发挥:一是为企业跨境贸易和投资提供全面的风险保障和服务;二是通过保险机制引导企业加速产业升级与转型;三是发挥保险资本融资作用,直接为“一带一路”基础设施建设提供资金支持;四是协助企业提高对跨境投资的风险防范意识,加强对海外利益的保护。

## 1.3 文化传媒的机遇

### 1.3.1 文化的互信,需要多渠道的沟通

在文化的交融中,邮政一直充当文化传播的重要渠道。在“一带一路”建设中,邮政的渠道作用必须凸显并得到极大的促进,逐步成为国家公共文化服务的主要渠道。

### 1.3.2 文化的融合,需要多载体的表现

在邮政经营的业务中,无论是商函广告、明信片、贺卡还是集邮,都是传播媒介。在“一带一路”建设中,邮政的文化产品完全可以发挥文化载体的作用,将中国的文化以多种方式传播出去,提升我国的国际话语权和影响力。

## 2 中国邮政融入“一带一路”战略面临的挑战

### 2.1 邮政外部的挑战

#### 2.1.1 政局挑战

“一带一路”倡议面临的政局风险既包括沿线国家的疑虑,也包括域外国家的阻挠。在当前的格局下,国家间冲突和恐怖袭击等地缘政治风险高居首位,国家治理失败已成为中亚地区最有可能发生的三大风险之一,这种地缘政治风险给邮政的国际化带来较大的不确定性。

#### 2.1.2 安全挑战

“一带一路”沿线有大量的极端势力;西方为主的非政府组织发动群众抗议;海上安全方面存在海盗威胁等。这些风险直接威胁到邮政对外的邮件传输、金融服务、基础投入等方面。

#### 2.1.3 经济挑战

对外投资额度大、回报周期长、部分国家的政策不稳定,因此,不得不考虑货币政策分化、经济结构调整、主权债务和地方政府债务危机等问题。这些都会导致对外投资风险加大。

#### 2.1.4 法律挑战

部分“一带一路”沿线国家法律体系与我国不同,有的国家立法不够完善,贸易保护主义势力时有抬头等,都会导致中国邮政走出国门后的经营、发展面临巨大挑战。

#### 2.1.5 文化挑战

“一带一路”连接了四大古代文明,沿线国家100多种语言,文化差异巨大,价值观、风俗习惯各不相同,中国邮政“走出去”后,如何融入这些文化是一个值得深思的问题。

### 2.2 邮政内部的挑战

#### 2.2.1 缺乏宏观分析

目前,中国邮政对“一带一路”战略下邮政服务、抢抓机遇“走出去”、实践和探索区域性战略合作、沿线国家情况等缺乏宏观系统性研究、分析和把握。

#### 2.2.2 国际化经营层次明显偏低

中国邮政国际化经营仍以国际间邮政寄递合作为主,资金实力、承担风险能力、国际化经营管理能力等方面存在局限,境外直接投资及国际并购等布局还显薄弱、相对滞后。

#### 2.2.3 国际业务经营管控分散

经营方式单一,信息技术支撑不够,商业快件渠道建设缺乏整体布局与规划,邮储银行还未推出国际业务,国际业务的经营、营销和管理人力资源严重匮乏。

## 3 中国邮政融入“一带一路”战略的主要内容

面对“一带一路”战略带来的机遇和挑战,中国邮政要坚定地承担起国家战略中“五通”的责任与使命,充分利用

机遇，在未来沿线国家间合作的重点领域，加快构建“一体两翼”发展格局，促进自身快速发展。

### 3.1 支持“一带一路”战略，发挥邮政本体作用

#### 3.1.1 以文化传媒为突破，做好国家文化沟通平台

中国邮政要打好文化牌，促进文化交流，让文化产业在“一带一路”国家间落地；充分发挥企业文化软实力的作用，为增强国家文化软实力和竞争力打基础、作贡献，让沿线民心相通、政策互通。

针对文化互通方面的机遇，中国邮政可以挖掘集邮文化内涵，联合举办邮展，通过邮展加深双方文化间的认同和吸引；着力加强书信文化传播，弘扬中国传统文化；共建主题邮局，让中国文化走向世界，也把各国文化带到中国。

#### 3.1.2 以科技引领为支撑，提高沿线国家物流绩效

中国邮政有着“两院一校”的强大科研力量，目前上海研究院已经率先将信函分拣机、高速邮资机、包裹分拣机等自主研发的大型邮政设备出口到俄罗斯、斯里兰卡、新加坡、孟加拉、泰国等“一带一路”沿线国家。

针对沿线国家物流绩效参差不齐的情况，“两院一校”一方面要继续让自主研发的设备“走出去”，用硬科学提高沿线欠发达国家物流处理能力；另一方面要在战略规划、网络布局、业务经营等软科学方面加强与沿线国家交流，相互促进物流绩效水平提高，让沿线国家设施联通。

#### 3.1.3 以普遍服务为支持，实现农村扶贫与发展

中国邮政利用自身网络优势、平台优势，依托线上线下资源服务“三农”，开展邮政惠农助农，体现了作为负责任的大型国有企业的担当。

针对普惠金融的增长机遇，中国邮政可以借助“一带一路”战略，完善沿线农村基础设施建设、提供服务平台，大力发展农村电子商务，推动农村电子商务与“两翼”业务协同发展，构建布局完整、结构优化、支撑有力的邮政“一体”平台。

### 3.2 支持“一带一路”战略，发挥“寄递翼”作用

#### 3.2.1 加快国际交换站建设，提升沿线服务水平

首先，加强业务量较大的互换局建设。国际邮件处理量未来还将爆炸式增长，提升国际交换站的处理能力和管理水平刻不容缓。

其次，逐步建设边境口岸。在满洲里等边境城市，面向周边国家的邮件互换存在成本低、速度快等优势，可利用这些口岸通过多式联运方式提升干线运输能力，降低双方运营成本，增强商业快件业务，尤其是进口商业快件业务发展。

再次，积极与对方国的邮政管理部门、商业伙伴探索快件的清关模式，适时参与沿线重要国家商业快件监管中心投资（合资或独资）建设。

#### 3.2.2 借力跨境电子商务发展，加快仓配中心建设

国内可以充分依托南京集散中心辐射全国的优势，充分利用“一带一路”政策，争取保税仓库、集中通关等国家政策支持，开辟邮航国际精品航线；设计开通更多进出口海运、铁路、陆运邮路；依托部分一、二级中心局，建立仓配中心，在西部省份设立大型仓配基地，促成国内配送与边境仓功能

的叠加；此外，应进一步在“一带一路”地区及时推进建设，统一全球运营，成为跨境电子商务从业者在海外的公共服务平台，并可尝试根据国内订单开展境外落地配服务，打造中国邮政国际品牌。

#### 3.2.3 整合国际业务体系，提高电子商务用户体验

进一步简化产品系列，站在用户的角度，建立符合用户需求 and 跨境电子商务特点的产品系列，按邮政、商业两种渠道和不同的时效简单分类，适当加载部分增值服务，提供满足不同层次跨境电子商务市场需求的产品，见表3。

表3 邮政各个层次的跨境电子商务产品

	卓越线路	经济线路	通关模式
邮政渠道	EMS	E邮宝	国际邮件互换局
商业渠道	中邮快件	E速宝	商业快件监管中心、跨境物流园、保税区

### 3.3 支持“一带一路”战略，发挥“金融翼”作用

#### 3.3.1 建设服务网络，布局国际化金融市场

一方面，紧跟中国跨境贸易投资步伐，积极探索国际化经营布局，稳步开设海外机构；另一方面，加强与未设机构沿线国家的主流银行同业授信及互委业务关系的建立，通过开展信用证、保函等基础结算和贸易融资、项目融资、银团贷款等业务合作，扩大邮政金融境外服务的覆盖面。

#### 3.3.2 提高服务能力，打造国际化贸易通道

一方面，构建“走出去”全方位金融支持服务体系。为“走出去”企业提供项目融资、国际结算、贸易融资、融资租赁、供应链融资等全方位金融服务，提升我国高新技术产品向“一带一路”国家出口的竞争力；另一方面，打造“引进来”全方位金融支持服务体系。开拓跨境人民币贸易融资业务，满足多层次、多元化的企业金融服务需求。

#### 3.3.3 整合业务结构，开展国际化普惠金融

一是全力满足“三农”、中小企业等“一带一路”建设中相关产业链末端客户群体的融资需求，加快涉农产品创新、推广和新型农村经营主体贷款业务发展。

二是发挥邮政金融零售银行的特色和优势，实施客户跟随策略，积极为中国“走出去”企业的大批员工，提供代发工资、信用卡、消费贷款等便利的金融服务。

三是发挥邮储银行投资银行业务、资产管理业务融资规模大的优势，着力提升资金组织能力，实现由单纯的贷款提供者向资金组织者转变，构建“商行+投行”、“融资+融智”的运作模式。

#### 3.3.4 丰富合作模式，打好国际化组合拳

一是抓住“一带一路”路网、航空网、能源网、水网、互联网五网建设重点，围绕口岸、现代农业、产业园区等建设项目，提供银团贷款、项目融资、PPP项目贷款等多种服务方式，给予有力的资金支持。可积极探索投贷联动模式，设立“一带一路”基金。

二是发挥银行、保险和证券三业并举优势，强化协同效

应。建立跨条线、跨区域、跨领域的联动营销和服务机制，实现信息及时对接，提升资金配置效率。

三是积极开展同业合作，提高综合服务能力。与外部金融机构合作，加强与沿线各国金融机构的合作交流；加强与亚洲基础设施投资银行、金砖开发银行、丝路基金的业务合作，投贷结合，利用国际金融机构认可的项目拓展业务机会。

#### 4 中国邮政融入“一带一路”战略的实施保障

##### 4.1 凝聚一个核心

###### 4.1.1 加强政策研究

加大研究力度，积极对接国家、地方“一带一路”战略相关的领导和实施部门，研究规划部署，制定邮政整体方案，力争在国家政策层面寻求更适合中国邮政发展的海关、国检、自贸、税收政策性便利。

###### 4.1.2 加强板块融合

加强顶层设计，建立工作机制，加强板块融合，打好组合拳。中国邮政应借助跨境电子商务、公共服务、精准扶贫、西部网点等既有业务和渠道优势，以寄递网点促金融、以寄递产品传文化、以金融业务助寄递、以金融利润促发展，通过供应链管理、供应链金融等方式，打破板块界限，使“寄递翼”、“金融翼”在“一带一路”中比翼齐飞。

###### 4.1.3 加强人才培养

“一带一路”建设必须人才先行。邮政融入“一带一路”战略需要精通国际业务、各国法律、语言、风俗习惯的大量复合型人才，可以从集团角度培养、建设这样一支队伍，也可从沿线国家引进相关人才，做好人力资源储备。

###### 4.1.4 加强宣传建设

加强统一领导，做好舆论宣传。可以借助通达全球的邮政渠道把中国文化传播出去，还可以借助邮政遍布全国的网点，帮助国家做好政策、扶贫的宣传。同时，邮政应该利用好这个机会，引导舆论，树立国际化、负责任的企业形象。

###### 4.1.5 加强风险管控

组织专业队伍，加强对“一带一路”沿线国家的政策、法规、经济、文化等方面的了解、研究，合理地制定产品、管控风险。

##### 4.2 搭建三个平台

###### 4.2.1 搭建统一的信息平台

一是面向内部管理，建立统一的“一带一路”沿线大数据管理信息共享平台。打通三个板块，在一定层面上共享产业数据、业务数据、用户数据，使邮政成为一个整体，更好地掌握“一带一路”沿线相关行业、企业、个人信息，既能有针对性地开展业务，又能有效规避风险。

二是面向外部经营，建立统一的互联网及移动互联网业务平台。要建立专门以“一带一路”沿线用户需求为导向的综合网络平台。在“一带一路”沿线推广后，也可逐步促进国内经营平台建设。

###### 4.2.2 搭建融合的业务平台

在境内，建立“一带一路”大区运营机制。尤其是西部

地区，可以整合业务资源，发挥与中亚各国接壤的独特区位优势，深化与“一带一路”沿线国家在文化产业和寄递业务上的交流，明确发展重点。

在境外，简化产品体系，建立西方文化更容易接受的产品模式，打好组合拳。可通过电子商务平台与金融平台的融合，将跨境电子商务业务、寄递业务、金融业务同时推出，形成合力，逐步倒逼国内平台建设。

##### 4.2.3 搭建完善的网络平台

###### 4.2.3.1 组建国家级骨干实物网，提供更广泛的普遍服务

中国邮政可以从“一带一路”沿线国家的网络开始，尝试整合全网资源，组建面向全社会、全行业的国家级实物运输骨干网络，开放给任何有需要的企业自愿使用。有利于从机制上进一步节约资源和保护环境，让所有企业聚焦核心业务运营，提升市场竞争能力，加快转型升级，一起走出国门。

###### 4.2.3.2 “点、线、面”相结合，建立国内高效网络

在“点”上，加快新口岸布局。加快与海关跨境系统对接，着力开发口岸市场，逐步建立集展示、交易、物流、金融结算服务于一体的跨境电子商务中心。

在“线”上，建设海陆空多式联运邮运线路，打造陆运、铁路和航空“三位一体”的邮政通道优势，让邮政成为连接“一带一路”国家的重要环节，缩短邮件传递时限，提升竞争力。

在“面”上，协调建立沿海片区、内陆片区、西南片区等联动运营机制，集中通关，减少中间环节，形成规模效应。

###### 4.2.3.3 自建与合作相结合，快速布局境外网络

一方面，继续在国际形势比较稳定的国家逐步设置仓储、金融网点，使中国邮政直接走出国门；另一方面，充分借助外部资源，与当地邮政、快递、电子商务企业、金融机构深化区域合作，形成优势互补，扩大覆盖面，提高服务水平。

## 5 结语

“情系万家，信达天下”是中国邮政的企业使命，“一带一路”建设为百年邮政带来了面向万家、面向天下的新机遇和新挑战。邮政必将坚守“人民邮政为人民”的宗旨，敢于责任担当，不辱历史使命，搭建起政策沟通、设施联通、贸易畅通、资金融通、民心相通的桥梁；凝聚核心、搭建平台、勇挑担当，为实现建设世界一流邮政企业的光荣梦想而努力，为做强做优做大中国邮政而奋斗，为全面建成小康社会作出积极贡献。

收稿日期：2017-02-25

作者简介：戴奕（1982~），男，上海人，硕士，高级工程师，主要从事互联网+邮政、互联网+速递研究；闫蕾（1976~），女，河南许昌人，硕士，经济师，主要从事银行审计研究；成利（1973~），男，广东罗定人，硕士，高级经济师，主要从事互联网+邮政研究；徐剑华（1972~），男，江苏海门人，硕士，工程师，主要从事邮政网络运行管理研究；郭继东（1974~），男，陕西渭南人，硕士，经济师，主要从事企业经营管理研究。