

DOI: 10.13955/j.zyj.2022.03.02.05

关于更好为第三次分配提供邮政服务的思考

高敏¹, 陈锋², 龙新颖³, 许卫江⁴

1. 中国邮政集团有限公司江苏省分公司, 江苏 南京 210066;
2. 中邮保险公司北京分公司, 北京 100808;
3. 中国邮政集团有限公司海南省分公司, 海南 海口 570000;
4. 中国邮政集团有限公司兴安盟分公司, 内蒙古 兴安盟 137400)

摘 要: 针对我国第三次分配在慈善领域的现状和不足, 分析了中国邮政为第三次分配提供服务的禀赋优势, 提出了在新形势下中国邮政为第三次分配提供更好服务的路径。

关键词: 第三次分配; 共同富裕; 慈善; 协同优势

中图分类号: F61 **文献标识码:** A

1 第三次分配的重要意义和现状

第三次分配是由社会机制主导的资源配置活动, 本质在于共同体的维系与繁荣。第三次分配由我国经济学家厉以宁提出, 他在 1994 年出版的《股份制与现代市场经济》中提出: “市场经济条件下的收入分配包括三次分配。第一次分配是由市场按照效率原则进行的分配, 第二次分配是由政府按照兼顾效率和公平原则, 侧重公平原则, 通过税收、社会保障支出等这一收一支所进行的再分配。第三次是在道德力量的作用下, 通过个人自愿捐赠而进行的分配。” 第三次分配的实践范畴包括: 公益慈善、志愿服务、共享经济、宗教信仰和文化艺术, 其中慈善事业是主渠道, 如今提到第三次分配, 主要指的是慈善捐赠, 包括扶贫、助学、救灾、济困、解危、安老等形式。

1.1 第三次分配是实现共同富裕的有效途径

2019 年, 党的十九届四中全会提出, 重视发挥第三次分配作用, 发展慈善等社会公益事业。2020 年, 党的十九届五中全会再次提出, 要发挥第三次分配作用, 发展慈善事业, 改善收入和财富分配格局。明确将慈善事业定位为我国基本经济制度特别是收入分配制度的重要组成部分, 这是党中央进一步释放新时代大力发展慈善事业的重大信号, 为开创中国特色慈善事业、走向社会主义共同富裕道路提供了新的战略指引。

2021 年 8 月 17 日中央财经委员会第十次会议强调, 要在高质量发展中促进共同富裕, 正确处理效率和公平的关系, 构建初次分配、再分配、三次分配协调配套的基础性制度安排。经济学家们认为, 这是进一步释放更加明确的信号, 意味着“十四五”期间我国在缩小收入差距、推进共同富

获奖情况: 中共中国邮政党校 2021 年春季学期中央党校分校班优秀课题。

作者简介: 高敏 (1978 ~), 女, 江苏南通人, 工程师, 主要从事邮政业务研究; 陈锋 (1979 ~), 男, 浙江平阳人, 主要从事邮政金融研究; 龙新颖 (1971 ~), 男, 海南文昌人, 高级经济师, 主要从事邮政农村市场研究; 许卫江 (1971 ~), 男, 山东博兴人, 主要从事邮政业务协调发展研究。

收稿日期: 2022-02-24

本刊网址: zyj.sjzpc.edu.cn

裕方面要有一定进展。

当前我国已经摆脱了绝对贫困，但由于时间尚短，基础还不牢固，遇到天灾人祸等灾难后，可能导致一部分人返贫，这时候慈善捐赠就能发挥临时保障作用。第三次分配能有效防止返贫现象和缩小贫富差距，是调节收入分配、实现共同富裕的有效路径，也是人类发展的文明方向。

1.2 我国第三次分配现状

1.2.1 法律法规环境

我国现阶段与第三次分配慈善捐赠相关的法律法规有《中华人民共和国慈善法》《中华人民共和国公益事业捐赠法》《中华人民共和国红十字会法》《社会团体登记管理条例》《基金会登记管理条例》《个人所得税条例实施细则》《救灾捐赠管理办法》等，此外还陆续出台了一些志愿服务的规范性文件，尽管还存在不足之处，但已经为我国现阶段实施第三次分配奠定了良好的制度基础。

1.2.2 现状

1.2.2.1 慈善组织

截至2019年底，全国登记认定的慈善组织总数超过7500个，较2018年（5285个）增长了四成以上，占全国社会组织总量的0.87%，净资产合计约1600亿元；截至2019年8月底，全国已有1260家慈善组织获得公开募捐资格。

十八大以来，党中央多次强调在基层治理中发挥好社会组织的作用，社区社会组织培育于2018年首次成为国家重点政策。《慈善蓝皮书（2020）》报告显示：截至2019年12月31日，我国社会组织总量为86.7万个，其中，社会团体37.2万个，民办非企业单位（社会服务机构）48.7万个，分别较2018年增长1.64%和9.68%。2019年，我国实名注册志愿者总数达到1.69亿人，累计志愿服务时间为22.68亿小时，分别较2018年增长13.9%和3.2%。以上数据表明，我国现代慈善事业以社区社会组织为主要的慈善主体，强调社会广泛参与与志愿服务的互助理念，共同营造了人人慈善的良好氛围。

1.2.2.2 慈善捐赠

《2019年度中国慈善捐助报告》显示，2019年中国内地接收款物捐赠共计1509.44亿元，其中：企业捐赠款物931.47亿元，占捐赠总量的

61.71%，民营企业占一半；个人捐赠398.45亿元，占26.90%，个人单笔超过10万元的大额捐赠不断增长。这些数据表明，我国已经建立起财富从富人群体流向其他群体的通道，长此以往有助于缩小不同群体财富占有量的差距。

2019年全国20家互联网募捐平台汇集的慈善捐赠超过54亿元，同比增长68%。同年9月，腾讯公益平台开展了99公益日活动，仅用3天时间就吸引全国4800多万人次捐款超过17.8亿元，充分展示了网络募捐的强大力量。“互联网+”慈善成为了全民慈善新风尚，人们的爱心与善意在网络信息时代更容易被激发，已成为现代慈善事业发展最重要的形式与特征。

慈善组织设立信托专户，积极探索与开发合法、高效的慈善信托产品，如中诚资本在内蒙古建立“信托+保险”长效机制，即慈善信托通过与内蒙古当地政府和保险公司合作，采取“信托+保险”模式，为当地贫困人群购买相关种植或养殖类财产保险，提高其生产经营抗风险能力，防止因意外或农产品价格波动导致财产损失。2019年末，我国慈善信托规模在慈善捐赠总额中占比已达到2.2%，慈善信托因其公益和信托的双重属性，逐渐成为推动我国慈善事业发展的重要力量。

1.2.2.3 共同富裕示范区

中共中央、国务院在《关于支持浙江高质量发展建设共同富裕示范区的意见》中强调，要建立健全回报社会的激励机制，充分发挥第三次分配作用，发展慈善事业，完善有利于慈善组织持续健康发展的体制机制。随后，《浙江高质量发展建设共同富裕示范区实施方案（2021—2025年）》提出，要全面打造“善行浙江”，大力发展慈善信托，打造全省统一的慈善服务信息平台，发扬“人人慈善”的现代慈善理念，完善慈善组织监管制度。

1.3 存在的不足和努力方向

我国慈善捐赠推动共同富裕的作用还未充分发挥。与国际相比，我国慈善捐赠水平还较低，例如，美国2017年度慈善捐赠总量达26818.51亿元人民币，占GDP总量2.1%；而2017年中国这一数据是1499.86亿元，占GDP总量0.18%，中美捐赠总额相差近18倍，占GDP的百分比相差近12倍。我国这一比例不仅远低于美国、英国等发达

国家,而且还低于“金砖”国家。因此,我国慈善捐赠的增长空间还较大,慈善捐赠推动共同富裕的作用还未充分发挥。

为提升第三次分配力度,除了需要大力弘扬慈善精神、健全政策法规、培育发展慈善组织之外,很重要的一个努力方向就是要建立长效协调机制。第一,政府在组织和推动社会捐赠时,需要利用慈善组织来运作,涉及政府和慈善组织的协调问题;第二,慈善组织之间对慈善项目的开发、分工,包括竞争,需要协调;第三,捐赠人和受赠人之间的利益,主要涉及定向捐赠效果和受赠人对善款的使用,需要建立长效机制来有效推动,仅凭政府力量还不够,需要诸多社会第三方组织加入,为第三次分配提供相配套的综合服务。例如,已有学者提出,商业银行要加快研究基于第三次分配的金融产品,以及保险业如何在第三次分配中发挥更大作用等。

将慈善捐赠的底层逻辑抽离出来,即可精简为图1,慈善捐赠就是资金和物资从捐助者向被捐助者之间的流动,当慈善事业体量较小时,慈善组织基本可以完成这项工作,但在可以预见的未来,随着政府对第三次分配激励政策的加大推出、遗产税等法律法规的出台,慈善资金物资的体量会呈现较大增长,这时需要社会第三方组织提供更多的支撑服务,包括慈善资金管理、慈善物资仓储配送、被捐助者精准识别、捐助过程辅助监督、捐助效果辅助后评估、慈善服务产品的创新供给等,这些都是中国邮政可以切入的服务领域。

2 邮政为第三次分配提供服务的禀赋优势

2.1 长期实践

中国邮政作为大型国有企业,始终坚持“人民邮政为人民”的服务宗旨,以服务基层、服务“三农”为己任,特别是在脱贫攻坚战中,勇于实践,积极创新,在为低收入人群、需要救助的人群提供帮扶方面有长期的实践积累,政府认同、百姓认可。

2.1.1 慈善包裹

中国邮政具有与慈善事业合作的丰富经验,2009年与中国扶贫基金会共同倡导的“爱心包裹”、2012年与中国妇女发展基金会共同倡导的“母亲邮包”、2017与湖南省妇女儿童发展基金会共同

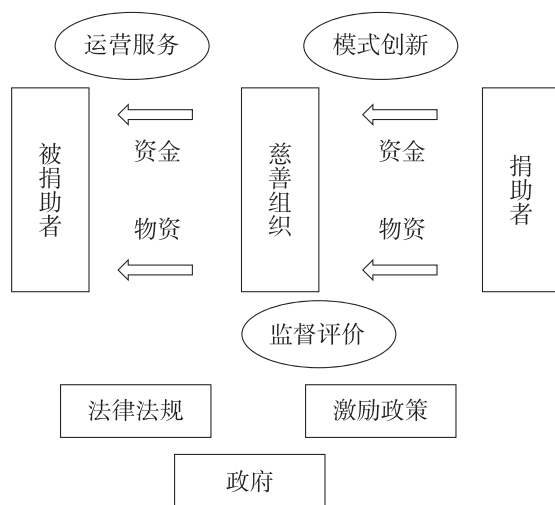


图1 慈善捐赠的底层逻辑

倡导的“彩虹包裹”等公益项目,受到社会各界大力推崇,创造了良好的经济效益和社会效益,塑造了中国邮政服务社会、服务公益事业的品牌形象。

2.1.2 爱心邮路

中国邮政具有助老助困的长期实践。1998年,如皋市邮政党委组织17个支部和137名乡村邮递员,在投递路上顺道照顾孤寡老人。21年来,在7300多公里的乡间邮路上,邮递员一茬接着一茬,结对帮扶了300多位孤寡老人,被中宣部确定为全国精神文明建设重大典型。全国这样的爱心邮路还有许多,邮递员们在投递路上顺道服务老弱病残、贫困学生、留守儿童、孤寡老人、劳模、烈军属等,对需要关爱的群体进行爱心帮扶,充分诠释了中国邮政“情系万家,信达天下”的初心使命。

2.1.3 邮储银行扶贫公益实践

邮储银行精准支持贫困地区基础设施建设和特色产业发展,建设扶贫示范支行;在充分了解贫困地区状况前提下,结合当地特点,整合多方资源,因地制宜打造出众多特色扶贫产品;创新推出“扶贫+扶智”“银政合作”“产业引领”“能人带动”等多种模式,因地制宜地促进贫困地区扶贫产业发展。

邮储银行还与中国扶贫基金会联合成立了“邮爱公益基金”,成立4年来,累计接受善款3200余万元,在全国43个脱贫县高中开设“邮爱自强班”,并向考入大学的优秀高中毕业生发放“邮爱奖学金”,受益学生6200余人。

2.1.4 保险精准扶贫

中国邮政具有保险精准扶贫的业务优势，中邮保险主动融入地方政府脱贫攻坚工作大局，采取财政补贴、扶贫资金、社会捐赠等多种方式，按政府监督、财政出资、公司优惠、保本经营的运作模式，在相对贫困行政村，为低收入人群提供意外、医疗、健康等保险保障，充分发挥保险经济补偿功能，为贫困村村民提供普惠保险保障方案和多层次的保险服务，增强贫困人口风险防范能力，帮助贫困村民筑起一道因病致贫、因病返贫的防洪堤，实现精准扶贫，在保险支持民生扶贫机制创新方面取得新突破。

2018年，中邮保险积极开展保险扶贫工作，累计为19.04万名建档立卡及低收入贫困人口提供85.82亿元风险保障。中邮保险浙江分公司联合杭州市委市政府农村和农业工作办公室开展“电商帮扶消薄+保险精准扶贫”项目，从政府扶贫专项资金中切出30余万元，成功为建德三都镇和航头镇五个村的3000名建档立卡贫困村民，投保中邮意外伤害、医疗、重大疾病保险，总计提供1.38亿元的保险保障。中邮保险湖南分公司积极参与湖南省扶贫办和湖南保监会联合开展的扶贫特惠保项目，与湘西自治州永顺县签订了扶贫保险合作协议，为永顺县四个乡镇2.13万名贫困人口提供36.7亿元风险保额，有效化解了因意外风险、大病风险、产业风险、贷款风险等致贫返贫的问题。

2.1.5 夯实农村电商，助力乡村振兴

在农村电商方面，中国邮政发挥邮政商流、物流、资金流的资源优势，助力乡村振兴，促进共同富裕，推动新型农业经营主体高质量发展，坚持服务国家战略，加快农村电商发展，打通农产品进城和工业品下乡双向通道。

2.2 协同优势

协同是中国邮政最重要的战略、最核心的优势。中国邮政拥有金融、寄递、保险、资金管理、科技等多种服务能力，“四流合一”的资源禀赋能够提供第三次分配需要的慈善资金管理、慈善物资仓配物流、保险定制等综合服务，有着其他企业不可比拟的优势。协同是邮政集团串联各板块、各条线业务发展的中心之轴，通过在渠道复用、业务协同、客户共享、队伍共建、品牌共创等方面不

断发掘协同效能，整合集团资源、创新板块产品、对接客户需求，必能在第三次分配领域发挥其他企业无法企及的作用。

2.3 线上线下综合服务能力优势

中国邮政拥有强大的线上线下综合服务能力，尤其是在线下，特别是在乡村，邮政队伍通过服务网点或寄递服务，与百姓有着紧密联系，可以利用现有渠道和队伍，叠加第三次分配配套的管理服务。中国邮政始终坚持以地方经济为主线，在构建邮政业务体系过程中，围绕供销生产体系、经营体系，通过扎实推进三级物流体系建设、普惠金融服务转型、惠农惠牧等诸多项目，充分利用数字化转型及各专业数字化营销平台，实现客户互荐平台化，多维场景数字化、网络化、智能化，促进电商与平台建设融合发展。通过强化政企协同发展战略，以“叠加+代办+代理”模式为导向，围绕强平台、拓渠道、叠业务、黏客户的发展思路，不断满足百姓日常经营生产需求，最终实现邮政综合一体化服务，为第三次分配提供服务平台。

3 邮政进一步为第三次分配提供更好服务的建议

3.1 早部署，强化邮政第三次分配综合服务品牌，加大与枢纽型慈善组织合作，深度介入政府慈善体系建设

中国邮政已经打造了连接美好、无处不在、不可或缺、协同共享的品牌价值，近两年，邮政品牌的传播力度前所未有的，特别是后疫情时代集团整体的品牌推广工作，形成了行业“国家队”共识。相比爱心包裹、母亲邮包，第三次分配服务所需要的慈善综合服务是一个更大范畴的领域，需要及早定位邮政的慈善综合服务品牌并予以强化宣传，加大与各枢纽型慈善组织的合作，与民政部门加强沟通，深度介入政府慈善体系建设，成为政府信赖的第三次分配综合服务提供者。

3.2 强配套，确定组织架构、搭建运营体系，配套各板块、各层级、各组织单元的权责利体系

中国邮政多年来为慈善事业提供多方面支持服务，但多数情况下各板块独立开展，集团、省、市各自推进，应进一步加强整合、形成合力，在同一个体系下各有分工，为慈善捐赠者、受助者、慈

善组织和已有的政府和社会各级慈善服务平台提供完善、体系化的综合服务解决方案，将中国邮政协同优势发挥到最大、最好。

3.3 多产品，完善并丰富服务产品体系，为第三次分配提供更多服务选择

从供给侧角度看，除了现有的慈善物资寄递等服务模式外，还应积极探索、研究为第三次分配提供更多服务选择，不断完善、丰富与第三次分配相配套的产品体系，包括但不限于加快研究创新公益基金、慈善基金、社会捐赠基金等基于第三次分配的金融产品，做好第三次分配的基础金融服务；加快研究更具社会性、公共性和普惠性的保险产品和服务，为第三次分配资金与受捐助对象提供更多可供选择的保险产品。

3.4 高起点，强化科技赋能，运用区块链、人工智能、大数据等技术打造邮政慈善服务信息平台，提升数字化、智能化管理水平

慈善事业的社会化、分散化与信任依赖等特征带来了公平、效率与公信力问题，亟需现代化治理手段解决。其中公信力、运营成本是两大关注重点，慈善组织的公信力是慈善组织的生命，是一个国家慈善事业发育程度的重要指标，慈善组织与服务平台的公信力一旦受到质疑，会严重影响慈善组织的声誉，进而影响人们对慈善事业的支持；慈善运营成本关系到慈善资金惠及被捐助者的比例，运营成本过高会影响捐助者的热情和被捐助者的实际受惠水平。

中国邮政应运用区块链、人工智能、大数据等技术，高起点打造具备数字化、智能化管理水平的邮政慈善服务信息平台。区块链技术体系是具备内置信任、自发治理、可编程化等特征的新型“价值互联网”，既能通过构建高效的慈善价值网络提高慈善活动效率，又可通过旁路增信与资源精准匹配保障资源分配公平；人工智能、大数据技术能够显著降低慈善运营成本，提升慈善识别的精准性、慈善物资仓储调配的智能化水平、降低人力投入等。科技赋能第三次分配服务方案是解决慈善治理公平和效率问题，提升慈善公信力，进而完善第三次分配手段的现代化表达，也是中国邮政充分融入创新驱动发展战略的体现，符合数字中国建设需要。

Whistl 收购 Clientbase 并完成更名

Whistl 宣布收购 Clientbase 履约公司，将其更名为 Whistl 履约中心。

该中心拥有员工 300 人，分布在英国德文郡、普利茅斯和佩恩顿，为 50 多家客户管理入境客服中心的运营、仓储、履约和业务支持服务。

此次收购是 Whistl 在过去一年中增强履约能力和客服中心能力的一部分。除了盖茨黑德和拉什登的现有空间，公司还在北安普顿和卢特沃斯开放了新的仓储中心。至此，公司已在英国全境拥有 11 个履约仓储中心，总仓储面积超过 150 万平方英尺。

(李素满 译)

结语

第三次分配是新时代实现共同富裕目标的重要制度安排，也是新发展阶段推动经济社会高质量发展的重要举措。中国邮政深度做好第三次分配服务，是积极介入党和政府共同富裕建设事业，践行政治责任的体现；中国邮政具备天然禀赋优势，可以显著消除第三次分配的资金和需要人群之间匹配信息盲点，降低信息盲点消除成本，使慈善资金得到精准高效运用，更及时地响应需要帮助人群的需求，是践行“人民邮政为人民”宗旨的体现；邮政企业也能够通过慈善资金管理、慈善物资寄递、保险定制销售等方面获得经济收益。因此，中国邮政深度做好第三次分配服务，可以取得政府满意、人民满意、企业获益的三赢局面。

参 考 文 献

[1] 江亚洲，郁建兴. 第三次分配推动共同富裕的作用与机制[J]. 浙江社会科学, 2021(9)

[2] 陈东利，张剑文. 区块链技术赋能三次分配：慈善治理公平与效率的现代化表达[J]. 中国矿业大学学报(社会科学版), 2021(11)