

文章编号: 1007-5399 (2015) 02-0019-03

刍议邮政线上平台的建设思路

王业举

(安徽省邮政公司合肥市分公司, 安徽 合肥 230001)

摘 要: 文章立足转型发展机遇与电子商务发展潮流, 提出打造邮政线上平台的理念, 从线上平台项目的产品设计、经营可能性、成长性和盈利性等方面探讨了邮政线上平台的建设思路。

关键词: 线上平台; 名址库; 成长性; 盈利性; 转型

中图分类号: F61 **文献标识码:** A

中国邮政在历经改革、内部重组之后, 原有邮政部门分离后的业务在不断更新的市场面前缺乏竞争力, 发展面临瓶颈。随着市场改革的不断深化, 传统邮政部门应把握中国邮政集团公司提出的转型发展机遇, 紧密结合信息化和电子商务潮流, 创新业务, 谋求发展。邮政线上平台旨在继承邮政提供通信服务的企业使命, 以打造邮政线上名址库为基础, 将邮政部分业务搬至平台, 充分发挥邮政信息流的特点, 以新思路打造邮政新业务。

1 邮政线上平台项目产品设计

1.1 邮政名址库

面向需求: 如图 1 所示, 在图形的外圈, 个人首先有向企业推销自己、实现求职的需求, 同时企业有向个人推广宣传、提升企业知名度的需求。在图形的内圈, 企业首先有向个人推广新产品、新活动、开展市场调查等需求, 同时个人(尤其是大学生群体)也有向企业推荐自己的新创意、新方案、参与市场调查、对企业发表观点等需求。

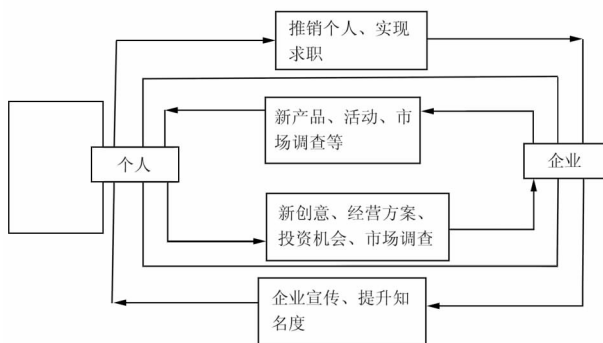


图 1 产品适用市场需求

产品目的: 在邮政原有名址库的基础上, 结合邮政点多面广的优势, 打造线上个人/企业名址库。

产品模块: 名址库包括个人/企业名片、个人/企业宣传册。名片包含个人/企业的基本信息、新状态提示; 宣传册分别包括个人简历、个人状态(更新的日志、创意、方案

等)、企业简介、企业状态(新产品、新活动等)两个模块。

进入网页, 可以浏览个人/企业名片、企业宣传册, 加为关注, 还可浏览个人宣传册。

企业有需求, 可以向个人发起关注申请, 个人加关注后可以浏览企业信息。个人有需求, 可以向企业发起关注, 企业加关注后可以浏览个人信息。个人之间、企业之间同样可以互相关注。

企业可以将新产品、活动信息发布到宣传册状态栏, 有兴趣的用户可以点击浏览。企业可以向个人用户发起关注申请, 定向投放信息。个人可以向企业发出关注申请, 向心仪企业投放自己的求职需求、调查问卷、新创意、新方案等。

通过信息发布平台, 个人/企业可以实现低成本, 甚至无成本的宣传需要; 通过互动平台, 个人/企业之间、内部可以互相交流, 增进彼此了解, 实现交友、了解的目的, 使求职阶段提前, 减少就业的结构性摩擦; 通过梦想孵化平台, 个人可以将作品、方案定向投送给企业, 实现梦想。

1.2 邮政报刊亭

报刊亭分列在邮政提供征订报刊的子版块, 子版块链接各报刊电子版。读者可以点击链接, 阅读各大报刊版面新闻。各报刊子版块提供征订链接, 读者可以选择订阅纸质版报刊, 订阅通过网上交易完成。网络维护人员接收订阅信息, 随即电话确认, 并将征订信息及时反馈到收发投递公司。

1.3 邮政集邮馆

集邮馆分为电子邮票版、邮票陈列版和首发邮票预定版三个版块。平台用户可以购买电子邮票, 在线推广(置顶)名址库发布的信息。邮票陈列版陈列历史邮票, 介绍邮票历史, 普及集邮知识。首发邮票预定版供需求用户预约新邮票。

1.4 邮政分销部

分销部将邮政分销产品以礼盒形式推出, 供客户选择, 用户可以选择在线购买, 邮政投递部门负责投递到户。

各版块的运营在平台搭建完成之后可以交由各个部门负责, 同时设立平台维护机构, 监督维护平台的正常运营。平

台可以在搭建完成后根据实际情况进行分拆整合,但必须以名址库为基础版块,因为名址库可以吸引最广泛群体——有宣传、求职需求的个人和企业;名址库通过在线推广,能够提供无形产品,而其他各版块都拥有邮政实物产品;名址库开发的是新服务和新客户群体,而其他版块都是建立在邮政原有基础客户群上;如果名址库能成功实现盈利并吸引大量用户群,则可以有效拉动其他版块的业绩增长。

2 邮政线上平台项目可行性分析

2.1 经营可能性

中国邮政是依照《中华人民共和国全民所有制工业企业法》组建的大型国有独资企业,依法经营邮政专营业务,承担邮政普遍服务义务,受政府委托提供邮政特殊服务,对竞争性邮政业务实行商业化经营。中国邮政经营范围包括国内和国际邮件寄递业务;报刊、图书等出版物发行业务;邮票发行业务;邮政汇兑业务;机要通信业务;邮政金融业务;邮政速递业务;邮政物流业务;电子商务业务;各类邮政代理业务;国家规定开办的其他业务。线上平台旨在建立个人用户和企业用户交流平台,属于电子商务经营范围,符合邮政提供通信的企业职责。

2.2 成长性分析

经验数据表明,新技术的推广扩散路径遵循S型增长,即先缓慢启动,然后迅速增长,再到一个减速增长并趋于饱和的过程,如图2所示,logistic函数模型较好地刻画了这一增长过程。其基本函数为: $Y = \frac{L}{1 + ce^{-(a+bt)}}$, 其中Y表示邮政线上平台用户数,L为用户数的最大值,t为时间,c为常数,a表示潜在用户接受线上邮政产品的可能性,b表示潜在用户受其他用户影响接受新产品的可能性。分别对函数求二阶、三阶导数,得出图像三个时间拐点分别为0.21L、0.5L和0.79L。

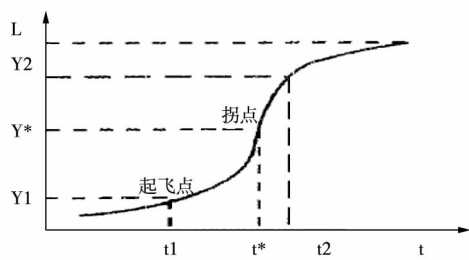


图2 logistic函数图像

鉴于邮政线上名址库与求职类网站具有一定的相似性,成长性分析将参照目前国内发展势头最为良好的大街网进行展开。

根据艾瑞咨询提供的数字,2013年6月职业社交类网站大街网注册用户数为2400余万。假设这个数字就是邮政线上平台发展能够达到的最大用户数,那么平台第一个发展节点将出现在线上用户数达到480万左右的时候。大街网于

2009年4月上线,到2013年6月经历了4年时间,假设2013年6月是大街网用户发展到顶峰的时候,那么其第一发展时段(缓慢增长阶段)所用时间为1/3个4年,约为一年零一个季度,可以假设这个时间就是线上邮政发展所经历第一个阶段所需的时间(实际所需时间应该远低于这个时间,因为大街网达到规模经济效益时所经历的时间远远达不到4年,而邮政具备点多面广的优势,产品推广速度会更快)。

2.3 盈利性分析

2.3.1 广告收入

广告收入是所有大型网站,尤其是门户类网站、社交类网站的主要收入来源。当一个平台积累了足够的用户和点击量,那么该平台的广告价值便应运而生。通过列举四个大型社交门户类网站的广告收入情况(见表1),可以看出广告收入在这些大型网站收入中占有重要分量。因此,只要线上平台积累足够多的用户,邮政线上平台的广告收入前景将无可限量。

表1 大型社交类、门户类网站的广告收入情况

| 网站名 | 网站性质 | 收入 |
|---------|----------------|--|
| TWITTER | 社交类网站 | 根据BIA/KELSAY数据, TWITTER网站在2015年广告盈利收入将达到83亿美元,年均增长率为31.6%。 |
| 新浪 | 新闻网络媒体及社交网络 | 新浪网广告利润占其总利润的70%以上,以2011年为例,其广告盈利收入达到1.67亿元。 |
| 搜狐 | 新闻网络媒体及搜狗输入法 | 网络广告占该公司收入的34%以上,2012年广告收入约为0.82亿美元。 |
| 网易 | 网络邮箱、网络游戏、在线教育 | 网络广告盈利收入约占该公司利润的12%。 |

2.3.2 会员费收入

会员费收入一般是招聘类网站的主要收入来源,一般来说,招聘类广告主打一年期包年服务。表2列出了国内几个提供招聘类信息网站的会员费收入情况。可以看出,会员费收入同样构成了线上平台类公司一项可观的收入来源。

表2 招聘类网站的会费收入

| 网站名 | 收入 |
|-------|---------------------------|
| 58同城 | 2012年全年会员费收入4791.9万美元 |
| 智联招聘 | 2014年一季度收入2.5亿元,预计盈利0.4亿元 |
| 51job | 2013年二季度盈利1.192亿元 |

2.3.3 线上推广收入

当平台成长到一定规模,吸纳了一定数量的用户群之后,发帖量会随之攀升,在海量信息不断涌现之下,在线推广,即置顶功能随之产生。以58同城为例,其线上推广采取竞价排名机制,2013年三季度,58同城线上推广收入达

到14 117万美元，其111%的收入增长速度十分值得关注。

2.3.4 盈利性预测

根据平台特点，名址库用户将主要集中在大学生群体和中小企业。预计项目前期在大学生群体中推广速度较快，企业客户发展则可以利用邮政网点优势和营销员队伍优势。企业建立自己的档案无成本，推广优势较为明显。

根据前文分析，假设产品推广阶段（第一阶段）为15个月，产品在个人用户层面能够在全国推广，企业用户发展前期则集中在合肥地区。全国大学生群体总数在2 500万左右，预期项目前15个月能够吸引10%的大学生群体，合肥地区的企业约有20万家，项目能够吸引的企业客户数为4万家左右，在这个假设基础上的收入预测见表3。

表3 项目收入预测

(单位：万元)

| 月份 | 一 | 二 | 三 | 四 | 五 | 六 | 七 | 八 | 九 | 十 | 十一 | 十二 | 十三 | 十四 | 十五 |
|----------|-------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|
| 用户 | 0.5 | 1 | 2 | 4 | 8 | 12 | 18 | 27 | 40.5 | 52.65 | 68.45 | 88.98 | 115.67 | 150.37 | 195.49 |
| 企业用户 | 0.01 | 0.02 | 0.04 | 0.08 | 0.16 | 0.24 | 0.36 | 0.54 | 0.81 | 1.05 | 1.37 | 1.78 | 2.31 | 3.01 | 3.91 |
| 收入贡献(个人) | 0.025 | 0.05 | 0.1 | 0.2 | 0.4 | 0.6 | 0.9 | 1.35 | 2.03 | 2.63 | 3.42 | 4.45 | 5.78 | 7.52 | 9.77 |
| 收入贡献(企业) | 0.02 | 0.03 | 0.08 | 0.16 | 0.32 | 0.48 | 0.72 | 1.08 | 1.62 | 2.11 | 2.74 | 3.56 | 4.63 | 6.01 | 7.82 |
| 收入总计 | 0.05 | 0.08 | 0.18 | 0.36 | 0.72 | 1.08 | 1.62 | 2.43 | 3.65 | 4.74 | 6.16 | 8.01 | 10.41 | 13.53 | 17.59 |

说明：用户数在前5个月保持几何级数增长（这是一个合理的假设，经验数据表明网站用户的扩散呈现病毒式增长），第6~9月保持50%的增长率，后面每个月保持30%的增长率。

个人用户每月有10%拥有在线推广需求，每次每人贡献0.5元的收益。企业用户每月有20%拥有发布信息需求，每个用户每月贡献10元收益。

前15个月，产品只吸引合肥地区的企业客户。

收入预测只关注线上推广收入一项。

从表3数据可以看出，到第15个月，每月收益在17万元左右。为充分预计项目困难，所做假设比较严格。同时，根据新产品的推广特点，预期在第15个月后，随着产品不断自我完善，项目逐渐实现规模经济效益，项目盈利性将大大提高。

根据目前几家软件开发商的报价，软件开发成本在5~8万元。对比发现，仅名址库一项在一年内预期就可以实现盈利，而项目后期前景也十分广阔。同时，平台各版块吸引各自用户群，各用户群体又在各版块之间选择，这种交互作用能带来邮政各个版块业务收入的增长，项目成长性、盈利性十分可观。

3 邮政线上平台的项目意义

3.1 推动邮政业务转型

邮政部门在经历几次改革之后，盈利性较高的业务先后分离出去，邮政承担的普遍服务业务出现亏损，同时传统函件业务在电子商务时代到来后急剧萎缩，发展前景堪忧，而代理金融业务又无法作为传统邮政部门的核心业务。邮政部门需要结合时代发展潮流，打造新业务。信息平台继承了邮政部门信息流的特点，可以将邮政部门部分传统业务搬到线上，通过打造现代化、信息化的新型平台，实现邮政部分业务转型。同时，推出线上平台作为一次试水，将引领整个邮政部门开拓思路，结合邮政自身特点、企业性质、电子商务潮流和邮政转型发展机遇，积极发展更加现代化、更高盈利水平的新型业务，推动邮政业务转型发展，让邮政真正成为令国人骄傲、行业羡慕的企业。

3.2 推动人力资源转型

邮政同银行一样，在全国铺设网点经营，然而银行依靠

其独特的经营货币资金及信贷业务，直接参与其他企业的利润分配，以优越的待遇吸收了目前中国市场上较高层次人才队伍；同时，高素质的人才队伍能够推进银行业更好地发展，形成良性互动。而邮政部门的传统业务都是人员密集型业务，尤其是投递部门。这支庞大的人员队伍，人均产值不高，再加上业务利润率较低，邮政从业人员的薪资水平普遍偏低，造成了邮政队伍中高素质人才的流失，制约了邮政的创新发展。而邮政线上平台项目作为一次试水，需要依托高素质的人才队伍，同时电子商务行业普遍较高的盈利水平也能支撑人才队伍的发展。通过试水，可在一定程度上推动函件局向更加现代化、信息化方向发展，提升人才队伍的专业素质。

3.3 形成新的盈利增长点

根据前文分析，项目平台推出成本仅在6~8万元左右，同时平台各版的推出可以有效减少营销人员的工作量，而依靠较好的市场前景以及邮政点多面广的优势同步推进宣传，预计项目在1年以内可以达到较好的盈利水平，项目后期发展也会有更加强劲的增长空间，项目盈利能力非常值得期待，如果发展顺利，可以形成邮政部门一项重要的收入增长来源。

3.4 带动邮政其他业务收入增长

线上平台本身可以给邮政部门提供一个新产品、新业务发布平台，及时、全面地推广邮政产品信息，带动邮政传统产品销售收入的增长。同时，项目作为一次示范，后期可以支持邮政其他信息平台的发展，促进邮政线上项目的多元化，形成更多盈利的支撑业务。

收稿日期：2014-09-01

作者简介：王业举（1985~），男，安徽岳西人，硕士，主要从事财务政策与市场绩效研究。