

DOI: 10.13955/j.yzyj.2021.06.11.05

关于新形势下构建惠农生态圈的探讨

陈伟¹, 顾益锋², 阙巧莲³, 崔鸿毅⁴, 范旭鹏⁵

- (1. 中邮资本管理有限公司, 北京 100808;
2. 中国邮政集团有限公司上海市闵行区分公司, 上海 201101;
3. 中国邮政集团有限公司张家界市分公司, 湖南 张家界 427099;
4. 中国邮政集团有限公司昆明市分公司, 云南 昆明 650011;
5. 中邮人寿保险股份有限公司, 北京 100808)

摘 要: 解读了邮政做好惠农项目的政策要求与现实意义, 剖析了邮政开展惠农项目的优势与不足, 提出了构建惠农生态圈, 建立省、市、县三级工作机制, 多板块业务协同嵌入惠农产业链, 创新转型乡镇及农村网点, 将惠农项目与扶贫工作相结合等措施, 以期促进强农惠农与邮政共赢。

关键词: 乡村振兴; 惠农项目; 协同; 生态圈

中图分类号: F61 **文献标识码:** A

“三农”问题是关系国计民生的根本性问题, 解决好“三农”问题是全党工作重中之重。中国邮政作为普遍服务均等化、国家金融、现代物流的承担者, 始终是服务“三农”的重要力量。为适应农业农村发展新需求, 中国邮政作出了推动实施惠农项目的战略性决策, 取得了重要的阶段性成果。

在 2020 年 10 月农业农村部和中国邮政集团有限公司联合举办的“中国邮政助力农民合作社高质量发展交流活动”中, 中国邮政集团有限公司董事长指出: 中国邮政有责任、有能力、有意愿成为连接中央顶层设计和基层实施落地桥梁的重要支撑, 成为联通政府“三农”政策和农村具体实践通道的重要保障, 成为支撑新型农业经营主体发展的重要力量。推进惠农项目, 正是中国邮政贯彻落实党中央决策部署的重大举措, 也是邮政服务“三农”工

作的重要抓手。

1 邮政开展惠农项目的意义

1.1 从中国邮政的责任担当看

国有企业是中国特色社会主义的重要物质基础和政治基础, 关系公有制主体地位的巩固, 关系党的执政地位和执政能力, 关系我国社会主义制度。中国邮政要成为自觉服从国家需要、体现国家最高水平、代表国家参与国际竞争的“国家队”, 就必须充分彰显央企的政治担当和价值所在, 把企业发展始终置于党和国家事业大局中来认识、谋划、推动, 始终做到自觉服从大局、有效服务大局、坚决维护大局。如期实现第一个百年奋斗目标并向第二个百年奋斗目标迈进, 最艰巨、最繁重的任务在农村, 最广泛、最深厚的基础在农村, 最大的潜力

作者简介: 陈伟(1978~), 男, 福建泉州人, 硕士, 经济师, 主要从事新形势下邮政惠农项目协同发展研究; 顾益锋(1973~), 男, 上海人, 主要从事新形势下邮政惠农项目协同发展研究; 阙巧莲(1970~), 女, 湖南张家界人, 主要从事新形势下邮政惠农项目协同发展研究; 崔鸿毅(1974~), 男, 江苏无锡人, 主要从事新形势下邮政惠农项目协同发展研究; 范旭鹏(1980~), 男, 河北赞皇人, 硕士, 经济师, 主要从事新形势下邮政惠农项目协同发展研究。

收稿日期: 2021-03-22

本刊网址: zyjy.sjzpc.edu.cn

和后劲也在农村。因此,做好惠农项目,助力乡村振兴,是中国邮政服从党和国家宏观重大战略性安排的政治担当,必须责无旁贷地把这个担子挑起来,并且要挑好。

1.2 从为民服务的初心使命看

开展惠农项目是中国邮政忠实履行“人民邮政为人民”的服务宗旨,始终站稳人民立场,坚持以人民为中心的发展思想的具体体现。

1.3 从自身生存发展的迫切需看

1.3.1 农村市场正在发生根本性变化

中国农村正在从以个体经济为主的联产承包责任制,向以生产组织为主的新型农业经营主体转变。农民合作社如雨后春笋般蓬勃发展。随着信息化的发展以及城镇化的快速推进,农民原有的生产、生活方式正发生颠覆与重构。这一系列变化对邮政现有产品、服务、渠道和市场造成了冲击。

1.3.2 农村金融需求正在发生质变

农村是邮政代理金融赖以生存的主阵地,代理金融74%的存款业务、71%的客户来自农村。随着农民合作社等新型农业经营主体的迅速崛起,农村金融需求主体已经逐步由普通农户向农民合作社等合作化组织转变,其金融需求正在发生质变。从资金流的运行逻辑关系看,农民合作社对公账户的主办行直接影响到社员银行卡的开户行,贷款还款账户的开户行决定着金融服务的归属行。如果失去农村合作社,就失去了对公业务和相关衍生业务,必然失去邮政金融在农村市场的“源头活水”。

1.3.3 快递公司纷纷下沉农村市场

2020年的政府工作报告提出“支持电商、快递进农村,拓展农村消费”,这已经是“快递”连续第七年被写入政府工作报告。2020年4月,国家邮政局印发了《快递进村三年行动方案(2020—2022年)》。方案明确,到2022年底,有条件的建制村基本实现“村村通快递”。近年来,各快递公司纷纷剑指农村市场。顺丰开展一系列助农行动,2018年与中铁强强联合,开通“高铁极速达”生鲜专线服务;开通冷链原产地直发线路,提升生鲜、水产运输能力;此外,顺丰还通过保理融资、融资租赁、产业基金等方式,给予合作伙伴资金支持。阿里巴巴的汇通达,在供应链、渠道资源、仓储物流、数字化技术等维度展开深度合作,共建

农村商业新生态。京东物流发布的数据显示,2020年“双11”期间,京东物流在92%的区县和83%的乡镇,实现了24小时送达。农村市场是中国邮政的发家地、根据地、大粮仓,如果邮政不能抓住机遇,在农村地区尽快形成体系、提高能力,将会被其他快递公司取而代之。

2 邮政开展惠农项目的优势与不足

2.1 邮政开展惠农项目的优势

2.1.1 三流合一、实体支撑

中国邮政充分发挥商流、物流、资金流“三流合一”优势,一是搭建农村电商平台,近三年来共建设便民服务站(含邮乐购)60余万处,拉动农产品销售额436亿元。二是搭建综合物流网络,目前中国邮政拥有3.2万个农村投递网点、9.5万条农村投递道段,以及县、乡、村电商仓配中心1837处,遍及54万多个建制村。70%的自有网点、71%的代理金融网点、84%的邮乐购站点位于农村地区。三是搭建农村金融体系,截至2020年9月底,邮储银行涉农贷款余额1.38万亿元,其中农户经营性贷款结余3500亿元,服务客户超过470万人次。

2.1.2 “政”字为先、开放共享

2018年,中国邮政与农业农村部签署《共同推进农民合作社质量提升合作框架协议》,农业农村部对邮政寄予厚望,希望中国邮政成为中央“三农”政策落实的重要主体,成为健全县乡村三级物流体系可以依靠的主力军和骨干力量。商务部支持中国邮政填补建制村电商服务站点空白,推动将邮乐购站点建成功能完善、生活便利的村级电商公共服务站点。商务部、国家邮政局支持中国邮政整合县乡村物流配送资源,发展共同配送,打造邮政企业、民营快递企业共同参与的公共配送平台,提高建制村直接通邮质量和水平。

2.2 邮政开展惠农项目存在的不足

一是业务市场占有率不高。从对公存款业务看,根据集团公司对部分县域农民合作社、家庭农场的调研,邮政对公开户市场占有率为6.97%,最低的仅为0.59%,而农业银行为31.72%、建设银行为30.45%;从寄递业务看,全国536个县级分支机构业务量和业务收入的平均市场占有率为12.7%

和8.1%；从农产品销售看，50个中国邮政农产品基地所分布的县域地区，邮政销售额平均占比仅为0.27%。二是部分地区信贷产品缺乏竞争力，流程不够便捷。三是产品联动少、效率低。从2019年走访2.5万家国家级示范农民专业合作社的情况看，使用信贷、保险、寄递、电商四项业务的合作社为479家，占比仅为1.9%，使用两项以上邮政业务的占比为37.7%，同时业务合作以简单堆砌居多，明显缺乏创新性、系统性和整体性。四是客户开发欠缺。以金融和寄递为重点协同发展惠农项目的意识

和能力不足，客户走访效果需提升。五是网点服务场景体系有待丰富。

3 构建惠农生态圈，推动邮政协同发展

“惟创新者进，惟创新者强，惟创新者胜”，只有通过创新思维指导下的创新实践，才能抓住历史交汇的机遇，突破瓶颈、解决深层次矛盾和问题。因此，本文提出构建惠农生态圈，以昆明斗南鲜花项目为例，对实施思路和具体措施进行阐述。惠农生态圈的构建详见图1。

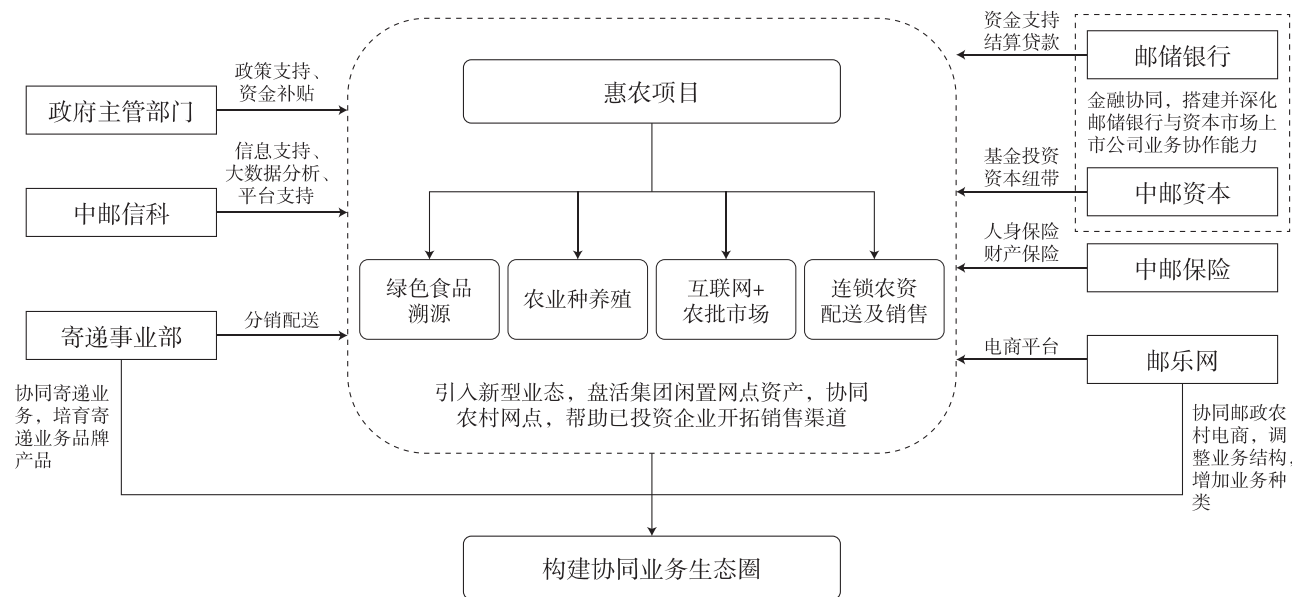


图1 惠农生态圈构建示意图

3.1 构建惠农生态圈，丰富邮政发展模式

3.1.1 构建惠农生态圈的切入点

一方面要发挥邮政自身商流、物流、资金流“三流合一”的优势；另一方面要紧紧围绕解决农户融资难、销售难、物流难的痛点。

3.1.2 构建惠农生态圈的落脚点

透过对“三农”工作的背景、邮政开展惠农项目的意义及现状分析，可以更加清晰地看到，必须顺应新发展格局“实现经济循环流转和产业关联畅通”的要求，嵌入农业产业链，这是必不可少的一环；必须充分发挥邮政的协同优势，与农民专业合作社开展深度合作，助力推动农业农村现代化，同时打造中国邮政农村市场新的增长极。

3.2 建立省、市、县三级工作机制，激活经营端

一是省分公司给予地市公司政策支持，帮助

解决地市公司层面难以解决的困难。二是地市分公司对外牵头对接政府相关部门，围绕资源共享、资金场地投入、延伸服务链条、拓展服务领域、创新服务产品等形成合作框架。对内制定出台配套方案，从机制上进行保障。三是县分公司因地制宜负责项目具体运作。四是建设市、县两级项目营销体系，围绕鲜花种植户、家庭农场、农民专业合作社、个体经销商、企业以及鲜花产业链上下游客户，以项目团队为主体开展方案营销、项目营销等，提升源头获客效果。

3.3 多板块业务协同嵌入惠农产业链

根据农业产业链中种植/养殖、加工生产、销售、物流等不同环节的需求，协同金融、寄递、保险等多板块业务，为农民专业合作社、家庭农场、个体农户提供系列服务。

3.3.1 运用“三个视角”进行市场分析

从客户的视角看,昆明斗南花卉市场是亚洲最大的鲜切花交易市场,云南省80%以上的鲜切花和周边省份、周边国家的花卉入场交易,连续22年交易量、交易额、现金量、人流量和出口额全国第一。在全国80多个大中城市占据70%的市场份额,出口46个国家和地区。2019年斗南花卉市场的鲜切花交易量达92亿枝,交易额74.36亿元。目前,斗南花卉市场共有商户2000余户,有近两百家通过电商平台销售。从竞争的视角看,目前斗南鲜花市场电商出口量日均8.4万件,快递公司竞争激烈。从行业最佳实践的视角看,邮政企业要获得更多的市场份额,必须嵌入鲜花种植、批发、零售、融资等产业链的各个环节,依托邮政专业资源的协同优势,为客户提供多元化、差异化服务。

3.3.2 构建“邮政鲜花联盟”

一是将与邮政开展合作的客户纳入邮政鲜花联盟,与其签订入社协议,建立客户档案,进行客户画像。二是以邮政鲜花联盟为平台,协同寄递、金融、保险、文创等业务,打造邮政核心竞争力。三是建立积分制,按照客户对邮政的收入贡献大小,对客户进行分级,并实行动态管理。出台优惠政策、客户权益政策,对客户分级进行实际运用,不同级别的客户享受不同优惠政策及权益,积分越高,优惠和权益越大。客户享受的优惠可“跨界”,如金融客户可享受寄递业务优惠政策,寄递客户可享受金融服务权益,以此增强客户黏性。

3.3.3 协同寄递业务

一是组建鲜花寄递项目团队,赋予其资源支配权。在成本费用计划范围内,项目团队有决定各项成本费用及资源使用的权力;队长有选用本团队成员的权力;团队在符合员工薪酬发放基本原则的基础上,有自主分配的权力。二是规范经营管理,明确“三个统一”,即统一经营模式、统一产品价格体系、统一售后服务。三是根据客户需要,对标竞争对手,细化产品种类,贴近市场采取阶梯式定价;使用航空、冷链等多渠道发运模式,增加发运频次。四是对鲜花寄递项目的收入、成本费用进行单独归集核算,实施全成本、全环节损益核算。

3.3.4 协同金融业务

一是针对基地、生产加工环节,提供对公开

户、信贷等邮政金融服务。二是锁定优质商户客群、周边工业园区、专业市场、种养殖基地及其他优质行业等,按照客户与邮政开展合作的情况,建立客户信用台账,为优质客户提供小额贷款辅助贷款,帮助其解决融资难题。三是邮银协同,做好客户走访,大力发展代理金融业务。

3.3.5 协同保险业务

一是精准对接鲜花种植户、家庭农场、农民专业合作社等人群的人身保险保障需求。充分考虑这些人群的劳作特点和工作时长,为其匹配个性化的极短期意外伤害、意外医疗类保险产品。二是探索家庭小团单模式,为斗南花卉市场的2000余名商户等提供一张保单保全家的保险保障。三是针对个体经销商以及鲜花产业链上下游有一定经济基础的客户,制定普惠型保险保障计划,以保本微利的方式进行销售,并按照先行先试、以点带面、总结成效、逐步推广的原则推进。四是协同社会财险公司为鲜花种植户、农民专业合作社及经销商户提供财产保险、责任保险,防灾减损,提升抗风险能力。

3.3.6 打造鲜花主题邮局

一是优化网点环境布局,营造贴合鲜花市场特色的现场氛围,改变客户对传统邮政网点的刻板印象,吸引客户进门、停留、开办业务。二是叠加集邮与文创业务,开发具有斗南特色的鲜花主题邮册、明信片、纪念品等产品。三是打造直播平台,以直播方式开展线上营销。将平台提供给邮政鲜花联盟的客户直播“带花”使用,由此产生的寄递业务交给邮政运作。

3.4 创新转型乡镇及农村网点

乡镇及农村网点是邮政在农村的天然优势,人民群众对邮政有着长期好感和认知。目前,所有乡镇农村地区基本实现了邮政网点全覆盖,能够为当地群众提供近距离服务;而很多偏远的乡镇地区,由于运营成本高,其他快递公司无法深入。邮政应加大乡镇及农村网点创新转型力度,把天然优势打造成核心竞争力。

3.4.1 以乡镇及农村网点为中心打造惠农项目辐射圈

由邮政县级分公司牵头,加强客户走访开发,对乡镇及农村网点周围的农民专业合作社、家庭农场、个体农户等进行梳理、建档,通过大数据分析,提

出具体措施，打造具有当地特色的惠农项目辐射圈。

3.4.2 建立邮政惠农产品体系

以地市为单位，结合当地实际研发定制化的邮政惠农产品体系，涵盖寄递、金融、分销等与农村生产生活紧密相关的板块。

3.4.3 叠加网点服务内容

一是叠加寄递业务，并以此为依托建立农村电商服务站，通过网点提供的设备和场地开展电商业务，提供农产品进城的寄递服务。二是叠加金融业务。通过布放 ITM、CRS 或 ATM 设备，依托自助渠道、电子渠道、第三方移动支付渠道，实现客户转介、办理离柜金融业务和理财保险等业务。三是叠加销售业务。利用营业厅内空余场地，引入与地方知名连锁超市的合作、同步叠加邮乐购和分销产品，形成商品与金融积分兑换、会员优惠购紧密相连的小型商超运行模式。通过优惠购、大单品体验、网红直播等活动，扩大经营范围，提升网点活跃度，引流获客，带动邮政业务发展。四是叠加政务服务。充分利用邮政遍布农村的普遍服务网点资源，深化落实“放管服”政策，为农村群众提供就近、便捷的税邮、警邮等政务服务，打造综合便民政务平台，巩固邮政农村市场根基。

3.5 将惠农项目与扶贫工作相结合

一直以来，中国邮政认真落实中央交办的定点扶贫政治任务，助力贫困地区脱贫摘帽；同时发挥行业特色优势，聚焦深度贫困地区和“两不愁三保障”基本要求，为夺取脱贫攻坚全面胜利贡献了邮政力量。惠农项目开展得好，将在一定程度上促进农民增收，带动乡村现代化发展。因此，提出打造“邮政惠农众创联盟”，以惠农项目为依托，通过项目制运作，实施金融扶贫、电商扶贫、产业扶贫等工作，将惠农项目同推进全面脱贫与乡村振兴有效衔接。

综上所述，农村有广大的市场和广阔的发展空间。尤其在后疫情时代大背景下，农业农村在实施扩大内需战略、构建新发展格局中将扮演更加重要的角色。邮政要紧紧抓住时代机遇，应对时代挑战，充分发挥邮政“三流合一”的优势，嵌入农业产业链，打造政府满意、企业受益、农户增收的多赢局面。

法国邮政计划延长 二类邮件投递时限

法国邮政为节约成本，计划延长二类邮件的投递时限。

由于数字化和电子化替代，多年来公众对法国邮政信件投递服务的需求一直在下降，而且新冠肺炎疫情加剧了这一趋势。

二类邮件投递时限的调整预计在 2023 年落实到位，目前还没有调整一类邮件投递时限的报道。一类邮件在法国境内一个工作日内送达，在欧洲境内两到三天送达。

法国总理让·卡斯泰表示，法国政府将在 2022 年向法国邮政拨款 5 亿多欧元，以补偿法国邮政在 2021 年的额外支出。

（贾润新 译）

参 考 文 献

- [1] 刘鹤. 加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局（学习贯彻党的十九届五中全会精神）[N]. 人民日报，2020-11-25
- [2] 刘伯良，张潇，张丹琛. 刘爱力在陕西调研邮政定点扶贫工作时强调：发挥协同优势、深化改革创新，为推进脱贫攻坚与乡村振兴有效衔接贡献邮政力量 [N]. 中国邮政报，2020-11-24
- [3] 李慧. 优先发展农业农村 全面推进乡村振兴——学习贯彻党的十九届五中全会精神访谈 [N]. 光明日报，2020-11-19
- [4] 冯克. 农业农村部党组召开专题会议强调 深入学习贯彻党的十九届五中全会精神 为加快实现农业农村现代化作出更大贡献 [N]. 农民日报，2020-11-02
- [5] 林振强. “共享模式”下的快递行业新风向 [EB/OL]. https://www.sohu.com/a/351008567_120122589, 2019-11-01
- [6] 交通运输部，国家邮政局，中国邮政集团公司. 关于深化交通运输与邮政快递融合推进农村物流高质量发展的意见 [EB/OL]. http://xxgk.mot.gov.cn/jigou/ysfws/201908/t20190819_3239330.html, 2019-08-19