

DOI: 10.13955/j.yzyj.2021.06.12.04

基于“红色协同”模式的惠农服务实践路径研究

黄婷

(中国邮政集团有限公司宿迁市分公司, 江苏 宿迁 223800)

摘 要: 鉴于惠农合作项目对邮政服务“三农”、助力乡村振兴的重要意义, 文章以宿迁邮政“红色协同”惠农模式为例, 探讨了邮政企业联动各板块、邮储银行全面服务新型农业经营主体, 打造惠农服务新型农业经营主体的特色模式, 以实现邮政各业务深度叠加融合, 不断提升品牌影响力。

关键词: 红色协同; 惠农合作; 服务延伸; 协同升级; 品牌提升

中图分类号: F61 **文献标识码:** A

惠农合作项目是中国邮政集团有限公司与农业农村部战略合作的重要部署, 既是协同发展的重点项目之一, 也是邮政服务“三农”、助力乡村振兴战略的具体实施内容。本文以中国邮政集团有限公司宿迁市分公司(以下简称“宿迁市分公司”)为例, 探讨了深入挖掘区域特色农产品项目, 发挥多业态、多场景、多渠道的要素资源禀赋, 积极培育区域自有农产品公共品牌, 打造“红色协同”特色惠农模式的路径。

1 宿迁市分公司实施惠农服务的背景

宿迁是 1996 年江苏省在原 4 个“省级贫困县”基础上组建起来的地级市, 是发达省份的欠发达地区, 资源禀赋先天不足, 经济发展基础薄弱, 农业农村发展总体处于全省中下水平, 是全省同步基本实现农业农村现代化的短板。随着城市市场竞争日趋激烈, 农村市场正在成为新的蓝海, 乡村振兴战略为农业农村发展注入强大动力。农村市场是邮政生存之根本, 也是邮政当下优势之所在, 宿迁市分公司所辖营业网点超 80% 分布在农村地区,

必须主动作为, 切实发挥“三流合一”优势, 服务“三农”, 将惠农项目打造成为占领农村市场、推动宿迁市分公司高质量发展的有力抓手。

2 “红色协同”惠农模式的优势

宿迁市分公司深入贯彻落实新时代党的建设总要求, 按照国有企业党组织工作应当遵循的“坚持党建工作与生产经营深度融合, 以企业改革发展成果检验党组织工作成效”的党建融合原则, 探索建立了基层党建融入惠农工作的新机制、新实践, 创新工作载体和工作模式的“红色协同”惠农模式。“红色协同”惠农模式, 即邮政企业牵头, 推动邮政市分公司党支部、邮政基层网点党支部与所在地的行政村、合作社开展党建结对共建, 组建“党建联盟”, 形成“党支部+行政村集体组织+农业合作社”的工作模式, 实现党建引领、优势互补、资源共享, 充分发挥党组织的凝聚力、战斗力和创造力, 推动党建和企业发展、服务“三农”工作真正融合、深度融合、全面融合。

全市围绕“党建引领、常态走访、活动助推”

作者简介: 黄婷(1984~), 女, 江苏连云港人, 硕士, 经济师, 主要从事邮政发展战略、经营管理和客户管理研究。

收稿日期: 2021-07-21

本刊网址: yzyj.sjzpc.edu.cn

的惠农工作总体要求，践行源头获客，开展多频次高效率的进社区活动，充分发挥板块协同的优势。通过党建牵头、业务落地的模式，夯实党建服务发展基础，以提升组织力为重点，强化政治功能，在经营发展中充分发挥公司党委的领导作用、基层党支部的战斗堡垒作用、党员领导干部的示范表率作用、党员的先锋模范作用。通过产品深度整合、网点渠道共享、营销活动融合、优势资源互换、宣传资源整合等措施，推进联盟共进，互利互惠，实现强强联合和融合发展，把惠农工作成效作为检验组织力的试金石，为企业生产经营提供坚强的组织保证。

3 “红色协同”模式的惠农服务实践

3.1 点燃“红色引擎”，探索惠农新模式

宿迁市分公司以党建综合体为基础，整合党建及业务资源，积极探索党建创新工作；联合市农业农村局，与地方组织部共同选择区域试点，在“合作社+基地”“合作社+线上线下”基础上，创建“政府+企业+支部+合作联社（基地）+党员挂点”联结机制，由单打独斗走向抱团发展，围绕农民专业合作社和家庭农场等新型农业经营主体，解决“三大”痛点，深度嵌入农业生产产前、产中、产后三个环节，提供“销售+寄递+金融”的一揽子综合服务方案，打造惠农服务新型农业经营主体的特色模式。

宿迁市分公司与宿迁市气象局、宿豫区税务局、宿豫乡镇签订党建联盟合作协议，将“金融惠农”“税收惠农”“气象惠农”行动与“最多跑一次”改革有机结合，搭建惠农合作服务体系，最大程度实现助农、利农、惠农，为乡村振兴注入新动能。在此基础上，以“党建新邮路助农奔小康”为主题，由邮政支局长担任所在村居“副书记”、理财经理担任合作社联络员，增加网点与政府、合作社等的联系触点，形成优势互补、共建共享的新格局。

3.2 压实责任主体，展现惠农新担当

3.2.1 建立完善合作机制

宿迁市分公司联合宿迁市农业农村局、邮储银行宿迁市分行，在前期开展战略合作基础上，成立惠农项目推进工作组。通过签订合作协议、联合发文和定期召开合作推进会的形式，常态化、制度

化做好对接。惠农项目工作组成立以来，通过举办对接座谈会和培训交流，加强农邮双方的沟通协调和工作部署。邮银双方深入推进“两个100%”转化，联合制定激励方案，针对基层协同工作中的重难点问题，通过建章立制，理顺协同流程，形成以客户为中心的协同发展态势。累计组织农邮培训交流5期，召开邮银协同工作会议14次，成立中邮惠农运营推广专班，全力推进惠农服务平台业务验证工作。全市惠农项目采集总数14046家，个人客户授权发展邮政会员847名。在全国惠农试点中一级白名单推荐客户数855户，二级白名单审核通过数138户，线下贷款成功受理12笔，线上贷款授信4笔，农产品销售（邮乐）20笔等。经由邮政网点转介为农户发放助农贷款4087万元，为1025个掌柜发放贷款2729万元。

3.2.2 夯实服务阵地基础

全市建成标准化金融服务站123个，遍布83个乡镇。增加乡镇加盟店助农取款机具数量，向农户提供小额现金取款、助农资金结算等服务，满足居民基础性支付需求。开拓面向乡村的各项惠农贷款服务，打通产业集群特色贷款通道，着力解决农户融资难问题，主动承担起“普之城乡，惠之于民”的社会责任。协同邮储银行做好省农担、富农贷、农保贷等产品服务，贷款结余超亿元；与财政、人社等部门合作，推广落地再就业小额贷款，结余金额超2亿元。

持续加大寄递能力建设投入力度，在前期投入近2万平方米助力县域产业集群发展基础上，又新建总面积超6000平方米的花木集群邮件处理中心，在花木产业集群重镇全覆盖设点，有力促进了本地特色电商产业发展，服务电商客户1100余户，年发件超2000万件。新冠肺炎疫情爆发之初，主动承接政府防疫物资采购和运输工作，依托同城网为全市6300余名市民配送直达餐桌的新鲜果蔬和防疫口罩，为农民合作社及家庭农场销售226万元农副产品，打通了农产品“最初一公里”销售和“最后一公里”运输问题。

3.2.3 构建惠农服务体系

围绕融资难、销售难、物流难等突出难题重点攻坚，按照“农村电商搭平台、助农金融促规模、惠农保险稳根基、邮政寄递拓渠道、文化惠民塑形

象”的开发理念,打造标准化惠农服务体系。宿迁市分公司在市农业农村局的支持下建立了全市滞销农产品帮扶中心和名优农产品孵化中心,成为宿迁市农产品产销协会副会长单位,并承接了宿迁市农民专业合作社联合会的秘书处工作。

3.2.4 协同走访建档闭环管理

宿迁市分公司积极打造农村市场“一个邮政”的品牌形象,加大资源整合力度,加强客户营销力度,联合邮储银行建立政策宣传、入户走访、建档立卡、施策帮扶、定期回访的闭环管理机制。邮银协同走访、协同签约,解决了重复走访、资源浪费、客户体验差等问题,把金融常态化走访和村社建档扩展至优质农产品发掘、农民困境帮扶等工作,全面推进惠农合作项目取得实质性效果。

一是开展合作社分级走访。国家级示范合作社由市县分公司、分行领导协同走访;省级合作社由县分公司市场营销部牵头,联合县支行相关部门进行走访;市级合作社由所属网点负责人和专兼职渠道经理分片走访,确保对合作社走访的全覆盖。二是聚焦需求精准发力。围绕融资、销售、配送、养护、采摘、理财等方面需求进行全面摸底,建立台账,帮助合作社了解惠农政策,根据合作社的需求从B端赋能、C端突围,提供邮政综合服务,协助合作社多元化经营。三是制定反馈机制。县级层面定期召开专题协同会议加强惠农工作交流,根据合作社需求一事一议。市级层面不定期检验走访效果,并积极向地方政府和农业农村部门汇报工作推进情况。

3.3 延展服务内涵,激发惠农新动力

3.3.1 基地共建嵌入惠农全流程

宿迁市分公司先后与当地气象、税务、农业农村等单位以及涉农企业签订农产品进城战略合作协议,累计建成泗洪千亩稻虾共作生产示范基地、沭阳血糯米共建示范田等共建基地2000多亩。通过“共建基地+生产车间+合作社+邮乐平台+共建单位”的运作形式,打通农产品进城从生产、加工到销售的关键环节,增加农产品附加值,开辟农产品上行通道,帮助贫困户实现脱贫增收。共与49家规模合作社、龙头企业深入合作,建成泗阳花生、泗阳鲜桃、沭阳血糯米、泗洪稻蟹共生等基地,打造了苏花花生、蟹园大米等电商惠农大单品。

3.3.2 完善运营体系构建生态圈

完善市、县、乡三级运营体系建设,大力推动优质资源向乡村延伸。打造综合惠农平台,针对农村居民的电费、水费、手机话费充值、代缴交通罚没款等生活便利性需求,开通助农通代缴费业务;针对邮乐购加盟店、村镇便利店、邮政代办点的零售资金归集需求,以第三方POS机为主、手机银行为辅,满足人们收款、转账等资金结算需求。通过线上线下平台融合,实现邮政特色的“销售不出村、生活不出村、金融不出村、创业不出村、购物不出村、寄递不出村”的“六不出村”农村电商生态圈,累计建成邮乐购加盟店2626个。

3.3.3 搭建平台破解信息不对称

积极与政府、企事业单位搭建惠农平台生态圈,破解因信息不对称造成的销售难题。一方面,通过邮政惠农产品链接农业经营主体的需求清单,全面推广“销售+寄递+金融”综合服务模式。全市金融网点分别建立社区团购微信群,将邮政庞大的客户流量赋能惠农合作商户,帮助惠农商户打开宣传局面、突破销售瓶颈;惠农产品既可作为员工每日餐桌上的佳肴,又可作为维护客户的有效手段,实现互利共赢。另一方面,整合资源,帮助合作社从“为农产品找客户”转为“为客户找农产品”,促进农民增产增收。充分发挥战略客户资源优势,把精选的农产品设计包装成组合包,为战略合作单位的员工及食堂等提供新鲜、实惠的果蔬大礼包。

同时,全面梳理惠农合作社中产品丰富、接待能力强的农庄开展邮政客户体验游活动,以现代绿色无公害蔬菜基地为特色宣传卖点,向优质客户提供休闲采摘类增值服务。联合新庄草莓采摘园、杉荷园莲藕基地、金康园观光采摘基地等开展活动十余场。网点从亲子互动体验、时令进补、健康轻食等客户关心的主题切入,在回馈客户、增加邮政客户黏度的同时,实现惠农合作社的获客引流,搭建了客户、合作社、网点三位一体营销架构模式。

3.4 聚焦协同升级,释放惠农新潜能

3.4.1 全力做好区域公共品牌运营

2019年2月,宿迁市分公司凭借丰富的农产品进城项目运作经验和成熟的活动策划能力,成功通过了市农业农村局“宿有千香”线上馆、“宿有千香”农产品展销体验中心项目2年专业化代运营

的单一来源认证。全面承接“宿有千香”区域公共品牌运营工作后，宿迁市分公司加大品牌宣传力度，先后参加上海农展会、绿色产业洽谈会、2020年运河品牌电商大会等各类展销会，开启了“宿有千香”品牌培育的新篇章，成为全市名优农特产品集散中心。

2020年疫情期间，宿迁市分公司主动服务地方政府，承接驰援物资采购运输任务。先后组织18名驾驶员逆行黄石，将地方政府精心组织的281吨农产品顺利送达，全力驰援防疫物资、农产品递送和运输工作。同时，联合市农业农村局、税务、公安及各级区、乡镇政府机关等85家单位举行爱心扶贫保险捐赠活动，累计捐赠意外保险保额7204万元，受捐贫困户覆盖79个乡镇274个村。

3.4.2 创新载体解决农户销售难题

一是组建专业直播团队，以滞销农产品、邮缘苏米等优质扶贫农产品为主，通过宿迁邮政官方抖音、邮乐直播开展“我为合作社代言”“人大代表直播带货”等活动。二是梳理战略客户资源，如利用宿迁移动（粉丝超80万）公众号等自媒体，定期开展扶贫直播、惠农助农等宣传。三是围绕合作社农产品、电商扶贫项目提供会员在线优惠购权益，将苏花花生、话梅等产品上线学习强国App扶贫助农专区。累计开展直播超20场次，助农产品销售突破100万元，培育万单电商扶贫项目6个，扶贫订单超21万笔。四是不断扩大联合会秘书处承接效应，更新迭代服务内容，引入农业信贷担保公司、保险公司、社会流通企业等战略伙伴的各类涉农服务资源，不断拓展惠农商圈的内核与外延，对接消费升级、降低交易成本，实现需求牵引供给。

3.4.3 人才共育集聚助农惠农智慧

围绕农资送下田、农技送下乡、工业品送到家、农产品送进城，与农业农村局共同开展“邮政助‘三农’，农技送下乡”活动316场，覆盖236个村，服务农户572户。针对电商创业、种植大户、农村青年致富带头人等不同群体开展技能培训，培育惠农运营人才。组织全市农产品从业人员参加江苏省电子商务协会线上培训，提供直播技巧、电商实操、电商扶贫等实战技能学习，孵化培育电商扶贫能手31名。组织农民专业合作社联

合会针对新型农业经营主体开设培训班3期，学员超800人，并组织参观现代特色农业示范区、龙头企业等，进一步加强对新型农业经营主体技能培训，积极培养农技骨干和致富带头人，增强培训的针对性和实用性，促进农村集体经济发展和农民增收致富。

3.5 实施成效

3.5.1 打造标准模板，探索实施路径

自红色惠农工作启动以来，宿迁市分公司明确惠农工作具体实施路径，打造标准化模板、系统化举措，便于基层快速落地执行，为实现新型农业经营主体的分级开发管理、机制创新、能力投入、流程优化、服务提升等提供有效指导。

3.5.2 提升规模效益，助推协同发展

2020年，全市惠农寄递极速鲜收入439万元，农产品销售额3234万元，工资代发户602户，代发金额1295万元，沉淀金融总资产14195万元，各项工作均超额完成既定目标。惠农合作项目“比学赶帮超”位列全省第一。通过“红色协同”模式，将全市惠农项目打造成为抢占农村市场的有力抓手，不断提升农村市场份额，推动宿迁市分公司各项业务协同、规模发展。

3.5.3 提升品牌形象，扩大社会影响

随着“红色协同”惠农模式的深入推进，宿迁市分公司积极践行国企担当，主动履行社会责任和经济责任，主动服务政府、服务社会、服务百姓，进一步提升了邮政社会影响力和品牌形象，企业的竞争力得到进一步增强，邮政行业“国家队”成为了政府、企业、百姓心目中值得信赖的品牌。

参 考 文 献

- [1] 潘晓健. 邮储银行普惠金融发展路径研究[D]. 长春：吉林大学，2018
- [2] 习近平. 把乡村振兴战略作为新时代“三农”工作总抓手[J]. 社会主义论坛，2019（7）
- [3] 徐颖. 乡村振兴战略背景下的农村电商发展对策研究[J]. 现代营销（下旬刊），2021（2）
- [4] 周喜昌. 关于邮政寄递业务发展仓配一体化的思考[J]. 邮政研究，2020（1）
- [5] 周婕. 精准扶贫下我国农村电商发展思考[J]. 农业经济，2019（2）