



洪崖洞主题邮局是重庆旅游打卡地 摄/朱亚坤

用独特载体 讲述山水人文故事

——重庆邮政助力地方文旅发展纪实

元旦前夕,中国邮政集团有限公司重庆市分公司(下称“重庆邮政”)举行发布会,现场展示了“渝邮传媒”文创产品和即将上市的《壬寅年》生肖贺岁藏品。其中,《邮票上的重庆》系列产品,描述了重庆文化底蕴、城市发展、旅游资源、艺术气息等,兼具收藏和欣赏价值。

“《邮票上的重庆》成为展示大美重庆的一个窗口。”1月17日,重庆邮政相关负责人表示,从文化惠民便民服务,到讲述重庆山水人文故事,再到激活文旅消费的内循环,重庆邮政围绕“文化强市”“打造国际知名旅游目的地”等“十四五”文旅发展目标,依托文化、网络、客户、营销等资源优势,打造“渝邮传媒”品牌为引领,助力地方文旅发展。



买到虎年生肖邮票的市民十分开心 摄/贺倩

文化赋能,提供文化惠民便民服务

家住沙坪坝区陈家桥街道的陈开云有着21年党龄,空闲时最热衷的一项活动便是学习党的理论知识、提升党性修养。因而,买上一本《中国共产党简史》成了他心中的大事。可究竟要去哪里买,却成了老人的难题:眼瞅实体书店相继另谋出路,硕果仅存的一两家迁址去了离家较远的中小学附近,而最近的新华书店也得坐上1个多小时的汽车。一来一

回,可不得折腾够呛! “旁边的邮局就有啊!”邻居的一声提醒,让陈开云乐坏了:陈家桥邮政支局步行10分钟就到了,他趁买菜的功夫顺道就能把书给买回来。2021年,重庆邮政把党史学习教育主题图书的发行工作作为重大政治任务,利用遍布城乡的网点优势,从征订到投递进行全流程优化,确保广大党员和群众能够及时、方便

订阅和阅读到相关图书,把党的声音传到基层每一个角落。

前不久,市民王丽正在中央公园家中撰写论文,突然需要查阅资料。虽然王丽家距离渝北图书馆并不很远,但她还是拿出手机,打开“图书到家”APP下单后继续写论文。她胸有成竹地说:“我足不出户,邮政快递会很快将书送到家里。”

王丽口中的“图书到家”是渝北邮政推出的一项图书线上邮寄服务。去年初,渝北片区寄递事业部多次组织营销、技术人员与图书馆、软件公司就寄递服务方案、APP功能新建及调整、系统进行商讨对接,最终签约确定图书在线借阅邮寄试运行。

去年2月28日,渝北邮政“图书到家”项目正式上线,随即获得渝北图书馆和借阅人好评。

“服务全民阅读,我们还把书店开到群众身边。”重庆邮政相关负责人介绍,一方面进商圈、进社区、进校园开展惠民书展,通过开展大力度的优惠购活动,开展教育、健康等文化讲堂,引导群众培养和强化阅读习惯;

另一方面通过推广《参考消息》《中国国家地理》《读者》《课堂内外》《家庭医生》等精品报刊产品,塑造邮政畅销报刊品牌,优化阅读产品供给,为群众提供文化惠民便民服务,传递精品阅读价值。

邮政一直是报刊发行的主渠道。现在,重庆邮政与《课堂内外》还以期刊发行为基点,立足产学研、成渝地区双城经济圈等市场基础,创新思路、叠加资源,在研学、文创产品、幼儿产品等方面深度合作,服务学生群体。

“《课堂内外》优质的教育资源加上邮政强大的网点资源,强强联合,一定会碰撞出不一样的火花。”重庆邮政相关负责人表示。



邮政开展送文化进社区惠民图书展 摄/朱亚坤

资源赋能,讲述重庆山水人文故事

去年3月19日10时,中欧班列(渝新欧)全程运行10周年。10年前的当天,中欧班列(渝新欧)开始全程运行,开启中国对外开放的“内陆时代”。

在纪念专列发车仪式上,重庆邮政纪念邮资明信片首发活动同时在

位于团结村的重庆铁路集装箱中心站举行。活动现场搭起了“临时邮局”,现场即可将这枚充满纪念意义的明信片寄出。

“以方寸天地,展现重庆之美。”近年来,重庆邮政研发了关联集邮品、明信片、形象封等众多文化产品,

并借助集邮讲座、集邮巡展等方式,讲述重庆山水人文故事,彰显重庆山水人文,以邮政文化视角宣传地方文旅资源。

截至目前,中国邮政发行关于重庆的邮票近40套、邮资图7枚、邮资戳记近100枚。近两年,重庆邮政研发重庆特色明信片14款近2万套。特别是去年,重庆邮政还升级研发了4款《邮票上的重庆》集邮册。与此同时,渝中、九龙坡、江津、璧山、巴南、长寿等区县邮政积极服务政府开发地方文创好礼。

“有了文创产品,还要有展示平台。”重庆邮政相关负责人介绍,在全市商圈、景区、学校等人流量较大的区域,重庆邮政建设主题邮局,展销融合邮政元素、地方特色、时代烙印的文化文创产品,构建起以文化为主基调的宣传阵地,依托邮政营业网点,打造地方宣传窗口。

去年6月,位于南滨路慈云老街1号的重庆故宫文物南迁纪念馆正式对公众开放,同时开门迎客的还有重庆故宫文物南迁主题邮局,展现故宫600年、重庆人文、旅游特色。

这个主题邮局将故宫文化+邮驿文化+书信文化相结合,展示了邮

政特有的封、片、戳、册为载体,通过文旅融合形式,讲述重庆庇护中华文脉与人类文明的历史。

在重庆,主题邮局多,表现形式灵活,实现了个性化发展。开州的帅乡红色主题邮局是重庆市第一家“红色邮局”;綦江东溪古镇的麻乡约主题邮局是西南最早且保存完好的邮局;解放碑主题邮局采取“展览+销售”方式,打造了邮政文化地标;江北小辣椒和九龙坡西游主题邮局通过线上线下相结合,打造了集邮爱好者的交流空间。

“目前,全市主题邮局有40个。”重庆邮政相关负责人表示,主题邮局是以邮政文化元素(如邮票、邮册、邮折、明信片、邮资戳及以邮政文化元素为展现内容或表现形式的系列文创产品)为主基调,主要覆盖景区、校园、商圈等场所,展现传统文化及地方文化旅游资源,服务大众文化旅游消费需求的特色窗口。



文物南迁主题邮局 摄/朱亚坤

流量赋能,激活文旅消费的内循环

“一卡在手,旅游说走就走!”去年5月19日,中国旅游日,重庆邮政推出了腾旅AI渝卡。据悉,这张卡只要300元,但能解锁重庆环球金融中心、金刀峡、龙水湖旅游度假区等景区超6000元的门票权益,直接刷脸进入。

同年“六一”,重庆邮政网点为小朋友们准备了丰富多彩的趣味活动,有作文起步辅导书《经典作文·启蒙版》,有璧山户外烧烤活动,有可爱小熊书籍阅读活动,有“我是小小银行家”活动等,陪同小朋友们度过了一个快乐的“六一”。

“研发推广惠民旅游产品,助力重庆人游重庆。”近两年,重庆邮政陆续推出《AI渝卡》《重庆文旅年票》《水果亲子采摘卡》《川渝民宿卡》等系列惠民旅游产品;同时发挥邮政渠道优势,与市文旅委、市总工会等部门联合开展“百万市民游重庆”活动,引导市民和单位职工游重庆。重庆邮政相关负责人介绍,部分区县邮政也将地方文旅资源推广与邮政客户尊享游、优惠游等活动结合,激活文旅消费。

有一美食兮,见之不忘;一日不见兮,思之如狂。去年7月22日,第一届“吃遍长寿·寻找美食”大赛的“长寿菜单”发布仪式、颁奖晚会以及现场展会举行,100户美食商家齐聚一堂,共同见证“长寿菜单”的诞生。操刀这份“长寿菜单”的正是长寿邮政。

去年3月,长寿区商务委提出打造“一瓶酒、一盘菜、一壶茶、一锅汤、一碗面、一盒礼”长寿“美食菜单”。长寿邮政凭借多次大型活动策划经验以及邮政文化、媒体、渠道优势获得了活动主办权。粮悟坊、有米做粉、黑娃水煮……323家参赛企业、19万人次投票、41万人次线上浏览、19位专家评审、2000份社会调查问卷、200多条宣传短视频,经过4个月精心“烹饪”,“长寿菜单”终于出炉。

长寿人纷纷点赞,长寿邮政不负所托,为大众送上了一“桌佳肴”,有力服务地方经济发展。“服务地方节展会,助力消费引流。”重庆邮政相关负责人介绍,通过发挥邮政金融服务、渠道平台、寄递物流、广告传媒联动优势,以邮政“金融、电商、寄递、传媒”“四有”,切实解决农村经济融资、销售、物流、宣传上的“四难”,叠加线上线下媒体资源,依托会展发力打响“渝邮传媒”品牌,助力乡村振兴。

忠县邮政强化协同运作和平台运营,成功服务当地政府“忠橙”“菊花”消费助农共3场会展活动。铜梁邮政抓住党建宣传进乡镇契机,为辖区28个社区和乡镇提供主旋律文艺活动展演服务。巴南邮政在服务菊花节活动中,以专业策划设计及布展实力,获得客户高度认可。

有新意,有声势,有效果。近两年,重庆邮政共服务区县/镇街文旅节会、惠民/惠农消费季等活动近100场,初步树立起邮政服务地方节展会的良好口碑。

李平 董楠