



# 2022年中国邮政农村电商发展绘蓝图

加快发展乡村产业是党中央推动乡村振兴落地见效的重要工作之一。作为行业国家队,近日,中国邮政集团有限公司发布《2022年中国邮政农村电商发展部署》,坚决响应党中央号召,大力发展农村电商,助力解决乡村产业发展中的“销售难”“物流难”痛点问题,在落实国家战略部署、助力乡村振兴中强化担当作为。

## 1

### 总体思路

坚决贯彻落实党中央关于全面推进乡村振兴的战略部署,强化责任担当,主动服务大局,坚定不移加快推动农村电商发展,以实现上下行“双百亿”商流规模为目标,坚持平台理念、数字驱动,整合线上线下渠道平台资源,强化邮乐平台支撑赋能,加快推进三级物流体系建设,紧紧抓住“大单品、进销存管理、业务叠加”三大核心要素,以商流带动物流和资金流,在争当乡村电子商务发展主渠道上取得新突破。

## 2

### 具体目标

#### 平台交易

邮乐平台GMV180亿元,日均活跃邮乐小店数20万。

#### 上行商流

农产品交易额达到100亿元。建成150个全国级基地和850个区域级基地。

#### 下行商流

批销交易额达100亿元。

#### 三级物流体系

完成866个重点示范县建设,“快递进村”业务量达到15亿件。

#### “网点+站点”运营管理

建设自提点33万个,打造优质邮乐购站点18万个。

#### 增值业务

电商综合政务便民引流2.5亿人次。

## 3

### 重点工作

抢抓发展机遇、主动对接政府,为农村电商发展营造更好的政策环境和资金支持

- 全面完成政府对接
- 宣传推广各地优秀经验和亮点做法
- 深度参与各地乡村振兴重点项目
- 全面融入县域商业体系建设

整合内外资源、集中统一运营,提升邮乐平台服务支撑能力

邮乐平台要打造成协同场景丰富、服务模式领先、数智能力突出的知名中国农村商业平台,支撑中国邮政农村电商发展。

通过整合私域流量,引流公域流量,快速做大邮乐平台流量。

提供商品和会员权益服务,打造丰富的“社区+社群”营销场景。

加大招商力度、提升结算效率,打造下行批销“大单品”

“大单品”是中国邮政农村电商三大核心要素之首,“批销大单品”是做下行商流规模的核心,是提升站点客户粘性的关键。

- 加强批销“大单品”招商
- 强化批销“大单品”运营
- 做好批销“大单品”结算

发挥源头优势、助力农产品进城,打造上行农产品“大单品”

发挥地方特色产业的源头直接对接优势,大力推进邮政农产品基地建设,全力打造农产品“大单品”。

- 对接特色产业: 构建邮政农产品产品体系
- 聚焦优质优价: 打造农产品“大单品”
- 强化队伍建设: 做大农产品交易规模

自营支撑为主、合作代理为辅,做大社区团购业务规模

社区团购是吸引客户到店、激活网点和站点资源的有效场景,是深化网点转型的重要手段,是构建“网点+站点、线上+线下”新零售模式和服务生态的重要抓手。

- 加强社区团购工作组织
- 因地制宜开展平台合作
- 做大自营社区团购规模
- 利用三级物流体系做好宅配服务

聚焦重点区域、流量规模驱动,加快三级物流体系建设

三级物流体系建设是保障农村电商上下行仓配能力的基础,是促进城乡双向流通,服务乡村振兴、助力县域商业体系建设的重要举措。

- 积极争取政策 加大配套投入
- 坚持“建管用”结合 与农村电商发展互促共进
- 发挥重点示范县引领作用

坚持叠加赋能、持续增强粘性,强化“网点+站点”模式落地

落实“网点+站点”管理模式是打造邮政农村电商差异化竞争能力的重中之重。实现三个“良性循环”,健全“网点+站点”同心圆生态。



- 实现 “农村电商与寄递业务”良性循环
- 实现 “站点活跃与批销大单品规模”良性循环
- 实现 “进销存与金融赋能”良性循环

### 名词解释

**惠农合作项目:**中国邮政服务乡村振兴战略的重要举措。2022年,重庆邮政投入资金5000万元落实“互联网+”农产品出村进城工程,通过惠农合作项目服务全市38111户农民专业合作社,发展农村会员319936户,发放涉农贷款3.41亿元,帮助农户销售农产品1.59亿元。

**邮乐网/邮乐小店:**中国邮政旗下综合购物服务平台,以产地农产品为特色,累计实现销售额超过1亿元。个人可注册开通邮乐小店成为卖家,直接通过微信推广商品和店铺,促进农产品等销售。

**邮政三级物流体系建设:**为保障农村电商上下行仓配能力,重庆邮政开展“县-乡-村”三级物流体系建设。近年来,重庆邮政新增“县-乡-村”物流配套投资5000余万元,现已建成33个县级共配中心、120个乡镇级共配中心、7955个村级综合便民服务站。邮快合作建制村覆盖率100%。

**社区团购:**依托社区和团长实现生鲜商品流通的新零售模式,重庆邮政现已累计开展社区团购396场。

**万单大单品:**重庆邮政打造销量超过1万单的农产品,已累计打造42款。

### 延伸阅读

今年第一季度,中国邮政集团有限公司重庆市分公司(下称“重庆邮政”)优化“线上+线下”渠道,奉节、巫山、涪陵等5个全国农产品基地实现销售额2407万元;以邮乐网为主体、邮乐小店为渠道、渝惠平台为补充的线上平台体系实现线上零售额750万元,全面服务“三农”,助力乡村振兴战略。

2022年,重庆邮政坚决贯彻落实党中央关于全面推进乡村振兴的战略部署,深入贯彻落实中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《乡村建设行动实施方案》,整合线上线下渠道平台资源,以惠农合作项目为龙头,加快推进三级物流体系建设,坚定不移推动农村电商快速发展,在服务乡村振兴中发挥邮政作用。

在积极服务乡村振兴战略方面,发挥商流、物流、资金流、信息流“四流合一”优势,全力构建“两中心一站点”(县级中心、乡镇中心、村级站点),完善农村寄递基础设施,加快推进三级物流体系建设;打造涵盖农产品基地、仓配中心、综合便民服务站、邮快超市、转型网点的惠农“标准线路”,持续完善运营模式;充分利用信息技术、智能设备开展专项数据采集活动,实施业技融合,推进金融科技赋能乡村振兴工程。

在畅通农村电商双向渠道方面,围绕“农技服务团队+新媒体+示范田+现场会”等模式,实现“产前有订单,产中有服务,产后有保障”,推动多方协同,助力农产品进城;加快完善“全网+区域+定制”大单品体系,推广“渠道推广+活动推动”模式,补齐供给短板,增强需求端服务能力,打造网点和站点“客户相通”引流模式,深耕农村市场,推动工业品下乡,助力消费升级。

强化责任担当,主动服务大局,重庆邮政立足自身资源优势,推动服务对象从以新型农业主体为重点向农业全产业链服务转变;服务方式从邮政资源为主向整合外部资源、构建服务生态转变;服务渠道从以线下渠道为主向线上线下相结合的多元渠道转变,在争当乡村电子商务发展主渠道上取得新突破、开创新局面。

李平 邓红梅 图/朱亚坤