

邮联

2007年6月

引领邮政行业不断前进



万国邮政联盟
联合国专门机构

2



商业信函

一种确定 目标用户的邮件



IPS

International Postal System

The Complete management system of your international mail

For the past twelve years, the Postal Technology Centre of the UPU has been working together with several postal operators around the world in order to develop the International Postal System (IPS).

What IPS does is integrate international mail management applications that combine mail processing, operational management and EDI messaging into one application.

IPS provides a means for postal operators to have an **accurate and comprehensive view of their mail movement** covering every point between origin and destination, including transit offices of exchange, international carriers, and handling through Customs.

The purpose of IPS is to **help Posts to improve and manage the quality of their international mail service** through a comprehensive measurement of the mail delivery cycle and end-to-end monitoring of items, receptacles and dispatches.

International Postal Services, now in use by over 120 postal organizations, came about because of the cooperation and sharing of knowledge between administrations under the umbrella of the Telematics Cooperative. Developed by the PTC, it is complete software is capable of managing the entire mail process. IPS can be manipulated in order to adapt to the needs of any organization and can be easily interfaced with other applications.

Contact

- Address: Postal Technology Centre - Universal Postal Union - Weltpoststrasse 4 - 3000 Bern 15 - Switzerland
- Phone: +41 31 350 31 11 / Fax: +41 31 352 43 23
- Email: info.ptc@upu.int



目 录



今天，商业信函邮件形式五花八门。澳大利亚邮政正在帮助它的客户设计出高效商业信函邮件的宣传攻势，向他们讲授在保证邮件可被接受的条件下，商业信函邮件可能具有的各种形式（如汽车型、酒瓶型或网球型等）。

简讯

万国邮联活动一览

4

前言

5

封面

商业信函：一种确定目标用户的邮件

各种形式的商业信函邮件具有强大的吸引力，而且已被证明它们是空前有效的。 10

直接进入业务：是威胁还是机遇？

有些国家允许，有些国家则不允许……任何人对国内邮政市场上的直接进入业务都不能等闲视之。 16

谈谈未来世界邮政战略 集体智慧制胜

万国邮联与各区域性邮联一起，组织一系列地区性圆桌会议，以便进一步细化未来世界邮政战略。 20

访谈录

数字桥梁的建造者

国际电信联盟秘书长哈玛德·图埃博士（Hamadoun Touré）认为，在信息社会时代，万国邮政联盟与国际电信联盟的合作有新的含义。 22

展望

使自己处于有利地位！

邮政行业如何为实现千年发展目标做出更大贡献，Graeme Lee提出几点意见。 27

世界博览

世界各地邮政活动一览

29

2007 六月

《邮联》杂志编辑部
万国邮政联盟国际局
邮政信箱
3000 伯尔尼 15 瑞士

电 话：+41 31 350 33 10
传 真：+41 31 350 31 77
电 邮：rheal.leblanc@upu.int

www.upu.int
《邮联》杂志于 1875 年创刊

办公厅和宣传事务处主任：Juliana Nel
主 编：Rhéal LeBlanc
副 编 辑：Jérôme Deutschmann
编 务：Gisèle Coron
中文翻译：Liuhuiming, Hejianjun
绘图照像：Die Gestalter, Saint-Gall (瑞士)
印 刷：Benteli Hallwag AG, 伯尔尼 (瑞士)
征 订：publications@upu.int

本刊发表的文章，并不一定代表万国邮政联盟的看法。《邮联》杂志刊印的文章可以转载，但需注明万国邮联《邮联》杂志字样。

如想与世界互通互联，必须要有高速互联网

在 5 月 17 日庆祝世界信息社会日之际，万国邮联再次强调了在发展中国家建立更加强大的电信系统的重要性，同时还要提供价格合理的通信业务。

万国邮联作为国际电信联盟“与世界互通互联”倡议活动的合作伙伴，它开发了自己的“世界金融网络”，以便为移民劳工、低收入家庭和无银行网点服务的农民提供安全可靠的电子汇款业务。现在已经有近 50 个国家采用“国际金融系统 (IFS)”，以电子的方式传送资金。俄罗斯和中国从今年 6 月起允许在相互之间办理这项业务。

但在许多发展中国家里，要想进入高速互联网非常困难，这就阻碍了“世界金融网络”的快速扩张和发展。“尤其在非洲，电信系统的规模很有限，即便有，所提供业务的价格也昂贵得使人不敢问津，”法国邮政专家 Henri Biadala 指出。最近在万国邮联的安排下，

Henri Biadala 刚完成了一个在贝宁、布基纳法索、马里、多哥和尼日尔之间开办资金传送业务的项目。

还有将近 20 个其他非洲国家也希望开办这项业务，“但问题是，不是所有人都能做到的，”Henri Biadala 解释说，“大家必须要找到一种能保证网络质量和持久运行的解决办法。”

万国邮联和国际电联决心更加紧密地协同工作，并于今年 6 月 8 日在伯尔尼万国邮联总部举行的邮政行业和信息社会会议期间签署了一项合作协议。RL

百分比

80%

20 个新的改进业务质量基金项目又获得批准

乌干达邮政将开发一整套邮政编码和地址书写系统，以便改进该国邮件的发运、分拣和投递操作程序。另外，由于购置了一批新的自行车，文莱达鲁萨兰国的邮政员工们能够更加方便地在偏僻的农村地区投递邮件了。

以上 2 个项目是“改进业务质量基金 (FAQS)”托管理事会在今年 4 月底通过的 20 个新项目中的一部分，金额为 200

万美元。而对中国澳门邮政来说，相关项目是要开发一套加快邮件投递作业的新系统；文莱邮政的情况与中国澳门邮政的情况一样，它也是第一次获得“改进业务质量基金”的资助。

“改进业务质量基金”的目的是要帮助发展中国家和最不发达国家改进邮政业务的质量。这次新批准的项目覆盖五大洲，使“改进业务质量基金”成立 6 年来所资助项目的

数目增加到 379 个。所有资助项目都有多项非常明确的考核指标，而且要在现场进行评估。2007 年，万国邮联的地区顾问或咨询专家将对 38 个项目进行评估。万国邮联进行监测所得出的结论以及有关跟踪和安全系统 (eMaria) 的实际使用情况也是成果评估的依据。ED

前言

一种效果良好的媒体

它有时印有地址，有时没有地址，一旦投入用户信箱，就会促使收件人有所反应。各种形式的商业信函就是要有吸引力……而且屡屡奏效。

从全球来看，广告类商业信函至少占国内函件的 38 %，占国际函件的 12 %。所以说这种宣传媒体在邮政业务产品中占据着非常令人羡慕的位置。实际上，这项业务正在蓬勃发展，其盈利是丰厚的。针对国际局最近有关这一主题的问卷调查，万国邮联 50 % 以

上的会员国做出了答复。

如果说商业信函在工业化国家里已经得到了充分的开发，那么在发展中国家里，它明显处在上升阶段。例如在 2003~2005 年之间，许多国家的商业信函业务量直线上升：在越南，从 27.6 万件增加到 360 万件；在克罗地亚，从 2 300 万件增加到 9 000 万件；在纳米比亚，从 200 万件增加到 400 万件。

但专家们认为，现在仍然还有许多事情要做，尤其是要

建立有具体投递地点、各类用户地址和社会人文方面多项其他信息的数据库。这些数据库对商业信函业务蓬勃发展是至关重要的。在直接营销技术范畴内，它能向客户提供目标群体并能获取非常可观的投资回报。万国邮联商业信函发展论坛有近 50 家邮政经营企业、协会和私营企业参加，他们围绕众多业务主题，共商发展大计。

本刊主编

这是在 80% 的居民没有银行服务和任何上网条件的非洲撒哈拉以南地区的城乡里设有邮政局所的百分比。国际局最近进行的一项经济研究切实表明，在黑非洲大陆的这个地区，

如同在世界许多其他地区一样，邮政是惟一能提供金融业务和信息通信新技术服务的结构完善的投递零售网络。伴随着普遍服务扩展政策的落实，邮政行业确实可以为联合国千

年发展目标的实现做出重大贡献。(请参阅第 27 页的“展望”一栏。) **RL**

特快专递邮件业务运营商喜获嘉奖：樱桃蛋糕



阿塞拜疆邮政发行了非常吸引人的特快专递邮件专用封套，突出了它所获得的“金”奖，充分表现了它自豪和喜悦之情。



加拿大邮政向邮政员工们分发美味的蛋糕，提醒他们对所有特快专递邮件进行扫描的重要性。员工的努力工作改进了特快专递邮件业务的质量，也为加拿大邮政赢得了“银”奖。

在最近举行的特快专递邮件业务合作机构的全体会议上，36 个特快专递邮件业务运行商由于其 2006 年业绩优异而喜获嘉奖：14 家运营商获得“金”奖，12 家运营商获得“银”奖，10 家运营商获得“铜”奖。运营商获奖等级是根据它们以下三个方面的年度业绩确定的：按时投递率、邮件跟踪数据的质量以及客户查询和索取资料的处理情况。在 2006 年第 4 季度，全世界特快专递邮件的按时投递率达到 86.5%。2005

年，特快专递邮件的互换业务量为 3700 万件，比前一年增长 7.3%。现在全世界有 197 家运营商提供特快专递邮件业务。想要了解 2006 年获奖运营商的全部名单，请登录特快专递邮件业务合作机构网站 (www.ems.coop)，在“新闻”一栏内查阅。

特快专递邮件业务合作机构的成员今年也首次颁发了客户服务质量奖。西班牙、日本和瑞典荣获此奖项。**RL**

业务质量：德国、白俄罗斯和匈牙利邮政得到褒奖



匈牙利 Magyar Posta 公司副总裁 Laszló Szivi（左）与国际局总局长爱德华·达扬（Edouard Dayan）和邮政经营理事会第三委员会（操作问题）主席 I.M.G. Khan 在一起。

“在客户眼里，业务质量认证证书是优秀邮政企业的品牌标志，”匈牙利 Magyar Posta 公司副总裁 Laszló Szivi 说。今年 5 月 1 日，匈牙利 Magyar Posta 公司因其业务质量管理成果优异而喜获万国邮联最高一级业务质量认证证书。德国和白俄罗斯也得到了嘉奖。这样，自从 2003 年推出业务质量认证计划以来，荣获认证证书的邮政数目已达到 9 个。万国邮联的业务质量认证计划就是对在企业机构内实行质量管理程序、确保国际邮件高标准的业务质量并积极开展改进业务质量活动的邮政进行褒奖。业务质量是根据除快捷、准时以外

的其他价值标准来评定的，这样就制订出一种公平的游戏规则，而且可以使所有的邮政运营企业，不管其发展水平和基础设施状况如何，都可以在平等的基础上申请业务质量认证证书。JD

邮政支付业务：多边条约草案形成

新的邮政支付业务多边协定的制订工作进展顺利，因为专家们已经在最近召开的邮政经营理事会上提交了一份新的条约草案。

目前，开办电子支付业务的指定邮政运营企业可以自由签署业务协定。随着越来越多的邮政运营企业采用电子方式办理支付业务，对每个邮政运营企业来说，有多少业务合作伙伴就要签署和管理多少份双边业务协定，这就阻碍了互通互联网络的发展。

因此，处在几乎与当初成立万国邮联和通过组织条约一样的现实背景下，做出了对邮政支付业务制订一个多边框架协议的决定。有多项理由要对邮政支付业务协定和细则进行改编。公平交易、指定运营企

业和政府之间的责任划分、反洗钱斗争国际标准的制订、信息数据互换安全和保密方面强制性标准的遵守：这些都是邮政运营企业应该遵守的一些共同原则，目的是为了能够更好地发展世界电子支付业务网络并有利于相互间的互动操作。鉴于这些原则的社会作用，它们是落实“与世界互通互联”倡议和实现千年发展目标的强有力工具。ED

优质投递包裹，运营企业得到奖励

一项新的对包裹处理情况进行奖励的机制将从 2008 年 1 月 1 日起实施。它将根据业绩报告对运营企业进行奖励。这样运营企业将能获得最高金额相当于基本陆路应得部分 20% 的奖金。邮政经营理事会“包裹”小组和万国邮联邮政技术中心，根据各运营企业为跟踪国际包裹互换的 EDI 电子信息，编制和分发这份业绩报告。通过这些报告能测定出业务质量的水平，而且能鉴定出网络中某些环节需要改善的问题。获得奖金的决定性条件是必须使用包裹跟踪系统。如果运营企业还使用客户查询电子处理系统，那么除奖金之外还能增加 5% 的补贴。JD

将为电子支付业务注册集体商标

开办电子资金传送业务的各邮政不久将有一个独特的集体商标，用来向客户宣传和促销这项业务。

万国邮联“邮政金融业务”小组“标志和商标”专家组正在加紧进行集体商标的开发工作。这个集体商标应包括以下属性：业务的普遍性、方便性、可靠性、业务质量和团结协作精神。

从现在起到 2008 年内罗毕大会，这种集体商标一旦注册成功，它将由万国邮联进行管理，并向遵守相关业务质量标准的某些邮政以发放许可证的方式进行授权。这些质量标准包括业务快捷、代收货价业务质量以及金融方面相关义务的遵守。专家组目前正在负责制订集体商标使用规则草案并起草一份提案，以便组建一个进行集体注册的用户小组。

邮联国际局首先要把这项集体商标在瑞士进行注册，然后按照马德里知识产权协定和议定书在全世界发放。

“对于客户来说，这项集体商标代表的是质量和安全。它将被汇款人和收款人所认可，”万国邮联“标志和商标”分组主席南非的 Marietjie Lancaster 指出。

另外，为配合电子支付业务的促销活动，将成立一个新的负责市场营销和业务操作的专家组。“它将利用邮政运营企业所积累的经验，确定这方面的优秀榜样”，这个新小组的主席、突尼斯邮政国际事务处处长 Khaled Neji 解释说。ED

集体商标的注册可能要高达数10万瑞士法郎，但也能带来可观的节约。请愿意资助这项注册的会员国与Serguei Nanba联系(serguei.nanba@upu.int)。

请登录 www.upu.int
万国邮联网站“万国邮
联新闻”栏目“万国邮
联照片”页面，以查阅
万国邮联在现场的其他
一些活动。



现场活动点滴

万国邮联国际局经济和规章事务局助理专家 Nathalie Chemineau 正在与马拉维布兰太尔 (Blantyre) 分拣中心主任 G.Majawa 商讨问题。在万国邮联一项有关普遍服务示范项目的范围内，Nathalie 和国际局经济师 José Anson 于今年 3 月曾一同前往贝宁和马拉维，以便确定在撒哈拉以南非洲地区扩展邮政业务网点的必要标准。这个项目是由邮政经营理事会“邮政普遍服务”小组进行的。RL



献给和平的郁金香

万国邮联总局长爱德华·达扬 (Edouard Dayan)、国际和平花园基金会主席 Paula Savage 和伯尔尼市长 Alexandre Tschäppät 于 5 月 3 日星期四在万国邮联国际局为 2007 年国际和平花园举行了开园典礼。继爱尔兰都柏林市之后，伯尔尼今年荣幸地得以在本市开辟国际和平花园，而且决定把荷兰赠送的数千棵郁金香栽在瑞士首都惟一的联合国机构——万

国邮联的花园中。今后每年，一大片美丽的郁金香将在万国邮联的园地里竞相开放，向来访者诉说邮政业务在维护和平方面所起的作用。RL

电子业务令人瞩目

全世界的邮政运营机构越来越多地把电子业务纳入自己的发展战略，以此来扩大主营业务，开发新的商机。邮政经营理事会在今年5月4日星期五的全体会议上，批准了“电子产品和相关业务”小组制订的电子业务发展战略。全会还通过了一项决议，鼓励邮政经营理事会其他小组在各自的工作范围内充分重视这些电子业务的潜力。实际上，邮政经营理事会的许多工作组和联络委员会，已经对电子业务和产品会给各邮政带来机遇、发展和业务收益等方面的作用展开了讨论。另外，全会还批准了一份相关的报告，强调了邮政业务在发展电子商务方面的重要作用。毫无疑问，未来的内罗毕邮政战略必定会给电子业务和产品一个相当重要的位置。RL

UPU*Clearing

万国邮联清算系统 分摊费用下降

由于以往几年财务管理状况良好，“UPU*Clearing”万国邮联清算系统的用户们将看到他们的年度分摊费用从2008年起下降25%。这项年度分摊费用根据各国所承担的邮联会费等级而有所不同。各邮政运营机构参加“UPU*Clearing”万国邮联清算系统就意味着可以通过互联网的渠道在线传送各种发票，而且可以迅速通知、说明、接收或拒收欧元或美元结算的国际交易。“UPU*Clearing”万国邮联清算系统创立于2003年，现有成员国30个。JD

“.POST”域名自愿捐款基金

2007年邮政经营理事会已经批准了一项决议，旨在设立实施“.POST”域名项目的自愿捐款基金。万国邮联“电子产品和相关业务”小组以及远程信息通信合作机构都已承诺各自捐款50 000瑞士法郎。万国邮联在第一阶段需要100多万美元，以便继续与互联网域名和数字地址分配机

构(ICANN)进行谈判，并对“.POST”域名商业化运作进行招标。在第二阶段，万国邮联将利用这些资金先在小范围内推出“.POST”域名项目。整个项目的目的是使邮政行业在虚拟世界中拥有一席之地，并不断取得发展。(联系地址：paul.donohoe@upu.int) RL

可持续发展：邮政文化的一个转折点

通过邮政网络发放小额贷款、气候现象衍生的后果以及世界流行性疾病等，这些都是在邮政经营理事会2007年年会期间组织的可持续发展研讨会的议题。许多专家提到了邮政行业对环境的影响，以及行业领导者们应当具有生态观念并担负起社会责任的重要性。只有有了这样的观念才会有利于创新，有利于开源节流，乃至

防范风险。“这无疑是一种再创邮政运行新模式的方法”，“环境与可持续发展”项目组主席Patrick Widloecher说道。作为新生事物，该组还编制了一本操作指南，内容涵盖邮政环境政策、运输和物流、减少二氧化碳排放、能源消耗、废弃物管理和生态建设。这本操作指南是为了给可持续发展国家联络员网络的141名成员指引方向，他们是邮

政部门之间相互沟通的主要纽带。JD



WHAT'S THE MOST VALUABLE TOOL TO DRIVE SUSTAINABLE GROWTH AND POWERFUL RELATIONSHIPS? MAIL!

The Postal industry has significant potential for long-term growth so long as mail continues to be the most effective medium for business communications.

Growth will come from increased co-operation of posts and suppliers, responding directly to customers choice.

Service innovation and integration through technology will deliver revenue growth, cost reductions and increased customer loyalty. Pitney Bowes is the leader in creating technologies to bring posts and mailers

Pitney Bowes operates in 130 countries around the world, investing in the growth of mail. Our innovative technology creates solutions that bring Posts and Mailers together for greater productivity.

Pitney Bowes promoting partnerships to deliver profit.



together to optimize the entire mailstream.

Mail is a valuable tool for sustainable growth with the power to build valuable relationships. Mail adds impact by being

targeted, universal and non-intrusive. Mail has that ability to get the right message, to the right person, at the right time.

Our goal is to make those who use the mail more successful. Pitney Bowes invests time and resources, in partnership, to ensure mail delivers.



Pitney Bowes

Engineering the flow of communication™



一种确定 目标用户的邮件

今天，当用户打开邮箱，他们会发现里面有这样一些东西：一个车模、一只乒乓球，甚至一瓶苏打饮料。



.....
供稿：
Emmanuel Deonna

如今的邮件，形状古怪、色彩耀眼、材质奇异，甚至香味迷人，保证不会被忽略。由于信息技术和数字打印方式的进步，消费者接到的商业信函邮件（广告邮件）变得越来越诱人。今天，在邮箱里传统邮件旁边，人们已经习惯于看到免费品尝食品或试用化妆品的样品，甚至是视听或试看的节选录音或录像的光盘。商业信函邮件有着许多个性化方式，使其成为了一种具有巨大商业效力的直销工具。特别是在发展中国家，商业信函业务量的增长和支出的加大证明商业信函业务有着巨大的潜力。

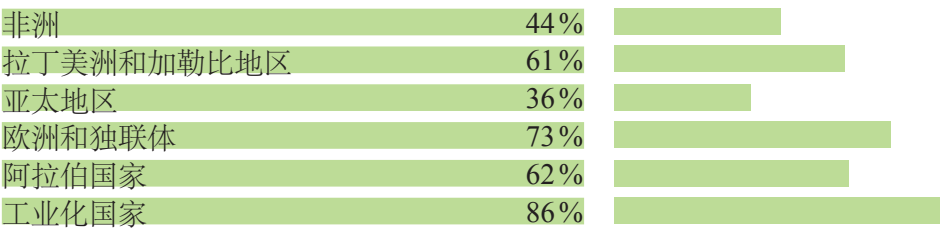
平均来看，全世界广告邮件至少占国内函件业务量的 38%，占国际函件业务量的 12%。根据万国邮联统计部门的估计，2005 年在近 60% 的邮联会员国里投递了 1630 亿件邮件。总之，商业信函邮件是全球各邮政赖以抵销电子邮件不良影响的少数传统业务之一。

另外，在所有国家，包括那些没有在普遍服务定义中明确规定商业信函业务的国家，商业信函业务也能够通过保证提高邮件业务量并降低普遍服务成本来帮助各邮政履行普遍服务义务。目前，中国、克罗地亚、埃及、伊朗、纳米比亚、墨西哥、俄罗斯和越南等国家的情况表明，各大洲的商业信函业务都在增长。在有些发展中国家，目标商业信函业务相对较新，但前景确是巨大的。

投 资 回 报

互联网和电子媒体的飞速发展并没有像某些预言所说的那样导致商业信函邮件的下降。事实正好相反。就像网络巨人 eBay 一样，互联网运营机构都知道，商品目录是一种极好的方式，可以吸引消费者登录他们的网站，从而增加网上购物。

.....
提供商业信函业务国家的百分比
(国内业务)



2005 年数据

.....
商业信函邮件的最小百分比
(国内业务)



2005 年数据

根据邮件处理方案供应商 PitneyBowes 公司的估计，55% 的美国消费者通过浏览商品目录在网上购物。在澳大利亚邮政负责商业信函业务的 Mark Roberts 认为，新的直销手段，例如电子邮件、在搜索引擎或手机上发送广告，正吸引着许多人的注意力。但是，与商业信函业务的情况相反，这些新技术并不能表现出长期效果。美国一家大型市场直销咨询公司 Winterberry Group 的研究表明，从 1999 年至 2006 年，商业信函业务的回报率是最初投资总额的 13 至 16 倍。专家们认为，现在是“综合通信”时代，也就是说，必须考虑各种媒体的利弊，采用不同的媒体协调组合，（不同的办法所产生的费用和预期回报率各不相同。）

在产品市场和服务市场上，所有经营者都经受着越来越大的压力，而消费者则面对着不断增加的通信渠道和极为广泛的选择，他们做出的决定也变得越来越难以揣摩。至于企业自己，要不断地证明它们的市场开发工作正在提供最好的投资回报。“搞好与客户关系的管理工作今天已很红火而在今后一些年代里将具有优先性，” Mark Roberts 补充说。在这种环境

下，绝对有必要走向直销：需要有能力传递详细的信息，并且要正好投送给目标收件人；同他们建立对话并且要有准确衡量效果的能力。不过，抛开诸多要求，商业信函邮件通常代表的是一种最高专业性的技术。广告公司很明白这一点，并且正在建立或收编商业信函业务机构。邮政运营机构支持这种发展趋势，正在鼓励直销部门参与竞争，并提供优质业务的广阔平台。

发展中国家里这项业务的增长潜力

在邮政运营机构之间分享典型实例信息并加强邮政运营机构与直销协会之间的伙伴关系，配备必要的基础设施大力发展该行业：这些都是万国邮联商业信函发展论坛的中心目标。有 36 家运营机构、13 家协会和私营企业参加了这次论坛。它的商业信函市场开发研讨会通常会在一个国家或一个地区产生催化作用。例如，在 2006 年 2 月新德里专题研讨会举行一年之后，就已经产生了一些红利收益。印度邮政前商业信函部经理、现任 Assam 省邮政总局长的 M.S.Bali 先生认为，使用“直接邮政 (DirectPost)”的情况有明显增加，这是 2005 年推出的一种无址商业信函业务。根据商业信函研讨会的建议，2006 年 4 月开办的一种夹寄在交易邮件中的产品——直接邮政广告邮件 (DirectPost Advertisement)，同样也取得了很大的成功。

“这些产品在最初经营的 10 个月里，合计带来了超过 342 000 欧元的收入。全年盈利有望达到 514 000 欧元。这个收入来源对印度邮政来说是全新的，因为，过去没有这类产品，不管是无址商业信函邮件，还是与交易邮件一同封装的商业信函邮件，” Bali 先生强调说。

正像许多发展中国家邮政的运营机构那样，



对印度邮政未来的挑战，在于发展有址商业信函邮件。在做出这些努力的同时，还要为商业信函行业开发相关的数据库系统。印度邮政应该致力于建立和更新一个包括人文信息在内的邮政地址数据库。“世界银行有可能对此类项目给予支持”，Bali 补充道。市场将提供以消费者的偏好为基础的更加专业化的目录。与此同时，印度邮政将努力提升自己在中小型企业中的形象。没有人会怀疑这些项目良好的市场基础。未来几年，国民生产总值增长率有望达到 9%，服务行业增长 13%。如果预期的快速增长状况得以实现，企业应该更需要高效的直销工具，Bali 认为。“在全球范围内，信息化功能外延化的现象大概也将触及到直销市场行业。许多商业信函方面的专家想把他们的产品推向印度来节省开支。另外，外国在印度的直接投资正在增长。许多跨国公司在工业化国家已经品尝到了商业信函方法的成功，很想把这些经验用于印度。”他总结说。

为了保证该行业取得增长，邮政运营机构开发和推广商业信函业务方面的好经验。他们同直销协会有着共同的目标，经常派代表参加。澳大利亚是个很好的例子，澳大利亚邮政在澳大利亚直销协会理事会上有自己的代表并在各自的工作组中表现很积极（培训规划、奖励直销领域科技创新等）。这一合作成果丰硕。澳大利亚每年直销业务开销为 5.81 亿美元，其中商业信函邮件开销占 13%。“10 年来，澳大利亚年度商业信函业务开销几乎翻了一倍。如果没有上述两个机构的合作，大概不会取得这样的成绩，” Mark Roberts 强调说。

惟一潜在的羁绊是，特别是在发展中国家，邮政资费有时使运营机构与协会之间的关系变得复杂，“但是，即使在这种情况下，还是取

为了更好地 解读市场密码

得了进步。因为，在其他所有问题上，各运营机构的利益是一致的，”万国邮联商业信函与出版商项目负责人 Raquel Ferrari 强调指出。

当市场达到相当成熟的程度，往往会建立直销协会。他们明白，他们有优势为邮政运营机构提供获利机会。斯洛文尼亚直销协会成立4年来一直特别积极，是第一个将自己定位于前南斯拉夫各国市场的直销协会。

“最近12年来，我们讨论在塞尔维亚和克罗地亚建立直销协会。在斯洛文尼亚，我们是希望全面进入这个市场的各公司的主要对话人。斯洛文尼亚邮政是我们的一个成员，它也主办了我们组织的会议和其他大型活动。它优质的服务在客户中赢得了很好的声誉。我们希望直销应与邮政方面的最新发展同步，”斯洛文尼亚直销协会秘书长 Bostjan Zrimsek 强调说。

在最近的邮政经营理事会期间，商业信函发展论坛吸引了众多的与会者。很显然，商业信函业务是邮政运营机构的法宝。



为使自己的客户能拓展新的市场，运行商们都在磨刀霍霍。熟悉各国不同的风俗习惯就是一个极好的筹码。本着这一理念，瑞士邮政于2006年10月推出了一本《欧洲直销护照》，这个产品能帮助客户熟悉各国和各地区的独特之处，而这些特点有可能对客户的直销运作产生影响。这本指南包含了7个不同的国家。指南还提供了一些如何获得地址和如何保护数据的信息以及远程销售的框架条件。书中还附上了一些版面样本和多项如何设计有效广告邮件的建议。



德国邮政也做了同样的工作，他们已连续4年出版了一本《国际直销指南》(Direct Marketing Monitor International)。消费趋势、广告函件的反馈比例以及那些对函购有着详细要求的集团的概况：指南为那些希望在欧洲、美洲、亚洲或澳洲等大陆建立或加强商业网点的人们提供了大量有价值的数据。



奥地利邮政凭借自身的地理环境，把精力集中到了东欧。一本名为《聚焦东欧》的指南去年第一版创刊伊始就收到了良好反映，今年春天连续第二年出版，至少在13个国家受到了青睐。该指南内容包括国家经济和国民心理等主题，并对有关开拓新市场时必须考虑的一些基本面的重要方面提供了详尽的资讯，例如当地的购买力、现有的直销渠道、邮政基础设施和广告领域的法规框架。中欧和东欧的增长数字表明，一个难得的潜在市场正等待着开发。“这些国家的平均年增长率约在3%到7%之间。这个数字远高于欧洲的平均水平（奥地利1.6%，德国1.1%）。邮政业务的质量、营业网点众多、多样化的消费品需求以及法规框架，这些都是未来在这一地区发展函购业务的有利因素”，该刊物的作者这样说。ED

锁定目标的重要性

每一场广告函件的宣传攻势，根据广告函件发行人不同的利益和不同的需求，各阶段的做法应有所不同。从构思及信息内容的编排，一直到目标消费群体的选定，中间要经过函件制作和投递、回函管理、订单处理，乃至跟踪与消费者的关系，今天的邮政运行商们要针对客户价值链的全过程提供全套解决方案，万国邮联“广告邮件与发行商”项目负责人 Raquel Ferrari 介绍说。

邮政运行商对地址清单的应用和管理可以反映出他们的战略定位。邮政运行商们往往拥有及时更新的数据库，因为企业和个人会向邮政部门通知他们新变更的地址，同时也因为他们负责退回邮件的处理工作。正如国际直销领袖之一 Wundermann 公司泰国分公司总经理 Geoff Collins 所说，保护私生活的规则就是要严格执行。邮政运行商有必要编制一些地址清单，把同意接收广告函件的人士记录在册。他们知道许多人在搬家后都会作出一些经济方面的重要决定（变更银行、办理新的保险、购置车辆或家私）。与其他邮政一样，新西兰邮政向企业界推出了一个有关新近搬家人员的重要数据库。“只有那些表示愿意的人才列在清单上。它目前在新西兰最为热销。此外，这一系统也降低了无法投递邮件的管理成本”，Geoff Collins 表示。

为了提高无址邮件的答复比例，邮政运行商往往要提供一些人文资料，以便在某个特定地区内锁定相近群体目标。为了能精确地筛选

出有址商函的目标群体，有些运行商向他们的客户提供一些以发给个人和企业的征询单为依据编制的地址清单。

荷兰邮政、澳大利亚邮政和比利时邮政因为分别进行过“Stichting Selective Post”、“Australian LifeStyle Survey”和“Select Post”这样的问卷调查，就能把一些趣味相同、生活方式相似、有着共同工作或类似特征的个人或企业的名单和地址提供给他们。 “Stichting Selective Post”是荷兰最老的一份生活方式问卷调查，从1986年推出以来，已经有200万个家庭回复了问卷”，TNT Post 分支机构 Cendris 公司营销负责人 Laurens Ruster 说道。

“Select Post 问卷的回复率很高，这表明用户对我们邮政的信任。能够正确锁定目标，也从一个侧面提高了企业的可信度”，比利时邮政发言人 Emmanuel Foulon 说道。

邮政运行商们怀揣着不断充实的地址清单拓展市场。他们的定位符合大战略框架：凡是有益于他们直销活动的方方面面，都要向他们的客户提供详尽的信息，这同样也是超越国界的。ED

地址清单是国际商业信函邮件促销活动所不可缺少的，请阅读《邮联》杂志网页上的文章。该文章仅有英文和法文。

www.upu.int/union_postale/fr/index.shtml

直接进入业务： 是威胁还是 机遇？

.....

一家邮政是否应该允许另一家邮政以适用于本国
客户的条件和资费进入自己的邮政市场？

.....

供稿：
Emmanuel
Deonna

.....

插图：
Ray Hegelbach

这样的做法如何付诸实施？这对各国的邮政运营机构有哪些利弊？在终端费体制改革的讨论中，这些问题现在尤为突出。

目前，执行“目标”终端费办法的工业化国家有义务允许直接进入业务，而对于执行“过渡办法”的发展中国家，仍以自愿为原则。依据万国邮联函件细则，这些发展中国家可以在2年的期限内与数量有限的国家开办直接进入业务，以评估试办的结果。然而，各运营机构对这种做法的认知水平和兴趣有着极大的差异。



有的认为这是机遇，而另一些却认为这是威胁，因此直接进入业务仍是颇有争议的问题。

“除万国邮联公约以外、欧洲邮政指引、各国的国家法规以及狭义上的世界贸易组织条款都使大部分欧洲运营机构负有保证直接进入的义务。对于它们来说，面对邮政环境更加激烈的竞争，特别是来自私营运营机构的竞争，这种做法意味着一种手段，可以长期确保市场份额并产生收入，这是现存终端费机制的一种补充体制，”芬兰邮政国际邮件副总裁 Jörn

Allardt 解释说。在直接进入体制下，指定的原寄邮政运营机构必须监督邮件的各项准备工作，邮件规格必须符合寄达邮政的要求。正像国际局经济和规章局直接进入项目主任、经济学家 Altamir Linhares 解释的那样，这些规格可以涵盖邮件的尺寸、邮资戳记的类型及位置、重量、寄达国的退回地址、分拣要求和地址书写标准等。也就是说，终端客户收到的邮件与国内邮件的外观相同。“给予寄达地邮政运营机构的价格与给予国内客户的价格完全相当，包括大宗邮件折扣、机械化折扣或其他



价格奖励，” Linhares 补充道。由于这些原因，直接进入对于大宗邮件，特别是对广告邮件来说，是特别吸引人的解决方案。而另一项好处是运营机构之间的财务结算要比终端费体制更加快捷。

“直接进入”工作组是终端费模式项目组的一部分，几乎由清一色的工业化国家成员组成。该工作组拟定了赞同开发直接进入业务的一系列理由，它的任务重点是在区域性邮联中推动直接进入业务，主要针对执行过渡办法的国家。正像罗马尼亚邮政国际运输部主任 Silvia Badulescu 和澳大利邮政部门经理 Debbie Spring 提到的，他们共同领导的“直接进入”工作组发现有关这个问题的信息极度匮乏。“对国际局拟定的调查问卷的回应率非常高，但对直接进入这一问题显然还存在着某些认识混乱，这或许是能解释某些运营机构表现的某些保留态度的原因。”

依据这一发现，该工作组遂决定不仅仅要更好地宣传直接进入业务，还要优化把这种业务付诸实施的工具。2003 年，国际局启动了直接进入数据库，该数据库的信息由指定的邮政运营机构提供，信息包括关键性大客户应负的责任、产品、价格以及对万国邮联会员国运营和财务方面的要求。数据库还提供允许开办直接进入业务的运营机构的网站链接。“直接进入”工作组努力开发供运营机构使用的运营指南和可作为范例的双边协议

模式，并努力使结算方式标准化。这对数据库的进一步扩展发挥了一定作用。工作组还开发出了一种计算工具，可以对直接进入运作的财务效果和终端费体制下收到的补偿进行比较，这一工具或许可以消除执行过渡办法各运营机构的谨慎态度。

发展中国家的谨慎态度

对发展中国家来说，直接进入往往被理解为一种威胁，理由是授权这种进入的结果不能与收取终端费同日而语。“我们必须记住，这些补偿金是我们运营商收入的重要部分，”负责泛非邮政联盟战略规划 Paul Nomba Ouedraogo 指出。“发展中国家的运营机构承担的成本往往超过它们能够收取的资费，假如向执行目标办法的运营机构授权直接进入，在最糟糕的情况下，这无异于贴补这些运营机构的商业运营，”国际局经济和规章事务局经济学家、非洲邮政发展研究的作者 José Anson 这样认为。“尽管目前的终端费体制有这样或那样的不足，但至少保证了各邮政之间某种程度上的关系平衡，” Ouedraogo 谈到。布加勒斯特大会通过的战略是把终端费体制推向以成本为基础的模式，并考虑到运营机构的特殊情况。接受这一原则，发展中国家维护了自己从万国邮联获得援助的权利，以便配置相应的分类会计工具，而改进发展中国家的成本结构分析才是现在的重中之重。当运营机构的成本结构和资费政策成为可比之时，在互惠基础上的直接进入开发才是合理的

两种办法， 一个目标

目前的终端费办法由下列两种具体办法组成：目标办法和过渡办法。目标办法适用于工业化国家和愿意加入的国家；过渡办法适用于还没有准备好加入目标办法的发展中国家。万国邮联各机构在终端费问题上仍在继续努力工作，以便在 2014 年以前实现下列最终目标：实行一种根据各国本身因素并以成本为基础的单一酬金制度。

有关直接进入的更多信息：

www.upu.int/direct_access/fr/index.shtml

邮政市场直接进入研究的链接：

www.upu.int/news_centre/2005/fr/paper_2005-10-29_access_to_postal_markets_fr.pdf

联系方式：

direct.access@upu.int

选择。然而，为万国邮联所有会员国引进强制性直接进入仍有非常长的路要走。总之，只有当那些执行过度办法的国家从直接进入政策的具体执行中总结出经验教训之后，直接进入才有可能实现，” Ouedraogo 评论道。

“目前，执行目标办法运营机构在直接进入的经验方面，美洲、西班牙和葡萄牙邮政联盟的成员还缺乏足够的具体数据，”该联盟的秘书长 Bassini Casco 遗憾地表示。她在综合她所代表的各运营机构担忧的同时，强调了问题的关键，那就是在充分了解情况的基础上才能做出决定。她承认，当直接进入对某些运营机构来说确实值得感兴趣时，这一问题才会显得尤为重要，特别是对那些国内邮政市场份额小、而运营技能水平又高的运营机构。正像 Serrana Bassini Casco 所指出的，在竞争市场中谋求发展的运营机构明白直接进入的益处：在终端费补偿水平太高，而且发展中国家有大量要投递邮件的情况下，国际邮政市场上的私营商业运营机构就会揽收邮件，并把寄往该国的邮件以该国国内的资费直接插入该国国内的邮件流，并由当地的代理商以当地货币付费。为了与这些私营运营机构竞争，指定的运营机构

也会同样办理。一旦终端费体制成为过去，为了维护收入，就会转向“有序”的直接进入通道。“在有序直接进入的情况下，支付给寄达地指定运营机构的是硬通货，这一点是不能忽视的，因为发展中国家的货币比较不稳定，且有贬值的风险，” Jörn Allardt 评论道。

对话还须继续

指定运营机构直接进入方面的经验显然应当更广泛地共享，不管见解相同还是相悖，必须听取运营机构对直接进入方面的意见。在今后几个月里，特别是在研究未来终端费体制的区域性圆桌会议上，对话将继续展开。“就像改革的许多其他方面的问题一样，对于直接进入问题，也应该制定各种解决方案，而具体的目标只有一个：确保世界范围内的邮件互换能在更好的水平上与国际贸易同步增长，” José Anson 总结道。

集体智慧制胜

从未有过如此之多的邮政界同行参与一个世界邮政战略的构建

供稿：
Rhéal LeBlanc

绘制万国邮联未来4年的发展路线图的工作现在已经着手进行了，它将在2008年内罗毕大会上由会员国批准。草案的最后文本将提交2008年2月同时举行的经营理事会（CEP）和行政理事会（CA）年会，内罗毕邮政战略犹如热火朝天的工地。由比利时主持的“战略规划小组”“内罗毕邮政战略”分小组在4月举行的经营理事会年会上提交了一份文件初稿，起草时参考了去年美国提交的有关未来邮政远景的报告、2006年11月迪拜召开的万国邮联战略会议成果、国际局所做的研究以及各运行商、

政府部门、监管机构和其他参加或没有参加咨询委员会的产业界同行的文稿。

与布加勒斯特世界邮政战略有5个目标的情况不同，现在的文件有4个目标。这些目标都围绕着当今世界邮政界关注的一些重大问题。但归根结底，都是为了保证世界邮政网络的互动操作，发展实物流、资金流和电子信息流业务及其各方面情况（普遍服务、质量、安全等）的不断改善。

为了审核未来战略，并加以修改和润色，国际局将于2007年6月至12月间组织7次地区性圆桌会议，以便总结布加勒斯特战略取得的成果，收集各地区对未来战略的意见。其目的是为了保证该战略能够考虑到各地区邮政行业的发展现状，保证未来在实施战略时能发挥各地区的作用。这些圆桌会议将在区域性邮联，如地区邮电共同体、欧洲公众邮政运行者协会、美西葡邮政联盟、泛非邮政联盟、加勒比邮政联盟、阿拉伯邮政常设委员会和亚太邮政联盟的年度会议期间分别举行。中国还提议接待一次特别会议，就像2004年布加勒斯特大会前已有过的先例。这些会晤将有助于行业内所有的经营者对内罗毕邮政战略作最后一次的润色。

“邮政战略”要不要加上“世界”一词

为避免与1999~2004年北京邮政战略SPB缩写字母发生任何混淆，万国邮联曾在布加勒斯特通过的2005~2008年战略中加上了“世界”这样一个定语。而对于内罗毕邮政战略，这个定语则被省略了，因为Stratégie Postale de Nairobi（内罗毕邮政战略）SPN这个缩写词不会再有与先前战略混淆之虑，而且万国邮联本身就是一个世界性概念。然而对于这一决定，并非所有的会员国全无异议。就在4月份“战略规划”小组召开开会议时，某些会员国就表示了对定语的重视。他们认为，加上一个限定性的称谓，可以强化这一全球性战略的概念。未来的战略是否还要加上“世界”这2个字呢？行政理事会最迟可能在2008年2月就此作出裁决。

2007年圆桌会议日程表

圣—彼德堡（俄罗斯）	6月21日
内罗毕（肯尼亚）	7月18-19日
蒙得维的亚（乌拉圭）	9月3日
维也纳（奥地利）	9月11日
法兰西堡（马提尼克岛）	9月
阿拉伯国家	11月
新德里（印度）	11月30日
广州（中国）	12月4-5日

有些地点和日期待定。

“支撑服务倍受赞扬”

请您参与!

欢迎给编辑部来信。请通过邮政或电子邮件(rheal.leblanc@upu.int)给我们写信,并请务必注明您的姓名、地址、电话号码和电邮地址。编辑部将会根据需要进行选登。

希腊邮政最近采用了 4.24 版国际邮政系统 (IPS), 尽管方案运营良好, 我们还是遇到了一些小小的问题, 需要紧急求助。国际邮政系统技术小组立刻做出了回应并给予了专业上的帮助。我们为此非常

满意。我们特别要感谢 Silviu Lita 给与我们的帮助, 感谢他高度的敬业精神。总而言之, 邮政技术中心的支撑服务质量是一流的。

Xenophon Chatzithanassis
希腊邮政国际邮件处处长

“为《邮联》杂志喝彩”

我刚刚读完最新一期的《邮联》杂志, 我想要告诉你们, 新版式是多么令我高兴! 祝贺你们在内容上、风格上和有关各邮政的新栏目“世界博览”上的突破。我希望有很多的读者对其他邮政的工作和他们关注的问题感兴趣。

Flori McClung
美国邮政国际邮政事务专家

祝贺《邮联》杂志新版亮相。正如您在最新一期杂志中所提到的, 邮政环境发生了巨大变化。各邮政机构和万国邮联应该不断完善以更好地满足客户的需求。在这种情况下, 杂志版面创新来得正是时候。我认为, 我们应该共享《邮联》杂志中的很多信息, 共同满足全世界客户的需求。

M.Kazunori Uchida
日本邮政国际事务局

祝贺新版《邮联》杂志问世。编排的文章更吸引人且更易于阅读。

Sture Wallander
斯德哥尔摩邮政国际关系部副主席



数字化桥梁的建造者

.....

国际电联秘书长哈玛德·图埃博士认为：尽管80年代被强行分开，但邮政和电信两个行业的经营者们对于不可逆转的分离并非情愿。

这是一位伴侣似的顾问，他从 2007 年 1 月 1 日起就任国际电信联盟（UIT）新的秘书长。他坚信，一对伴侣可以和睦共处，可以面对缩小数字鸿沟和网络犯罪等社会经济重任而携手共进，患难与共。我们对这位原籍马里、现在是创建历史最悠久、同时也是最具未来色彩的国际组织的首脑进行了采访。

.....

供稿：
Rhéal LeBlanc

.....

照片：
Manu Friederich

您的使命中有哪些优先任务？

哈玛德·图埃博士： 国际电联肩负着与万国邮联十分相似的使命，但它围绕着一个首要的目标，那就是为全球所有居民提供使用通信和信息技术的通道。正因为如此，我的第一个优先任务是缩小数字鸿沟。目前这个任务与 2003 年和 2005 年信息社会世界峰会 (SMSI) 两阶段会议的成果连在了一起。在信息社会世界峰会的行动路线中，有两项是专门责成电联的——网络世界的基础设施和网络安全。这两个问题，再加上应急通信，对我来说都是非常重大的问题。近几年的自然灾害已向我们表明，我们需要结成一个全球联盟来应对危急情势，重建基础设施和恢复业务。至于网络安全，必须做到不给网络犯罪分子留下任何可乘之机。问题是我们越来越依赖通信网络，它已成为了我们社会和经济的神经系统。无论是学校、医院，还是政府的服务机关，越来越多地通过网络提供服务，保障数据和人员的安全已经成为一种全新而广泛的要求。网络犯罪没有国界，在这个相互连接的世界里，犯罪分子可以毫不费力地流窜作案而逍遥法外。问题的严重性，以及如何找出一些持久的解决方案，需要一

“对于那些交通闭塞、电信业务网点稀少的地区，往往都有邮政局所，它们可以提供方便的接入网点”。

种真正的世界范围的统一行动。正因为如此，我已经把打击网络犯罪列为另一项重要议事日程。

万国邮联和国际电联是两个姐妹组织，您希望这两者之间建立一种什么样的伙伴关系？

国际电联和万国邮联确实是两个创建历史最悠久的国际组织。它们在 80 年代被人为地强行分开，但事实上，一直都存在着携手工作的必要性，而今天到了信息社会的时代，这种合作尤为重要，因为每个邮局都可能成为一个潜在的电信通信中心。比任何其他服务具有更大的优势，邮政局所构成了一张独特的网络，它连接千家万户，沟通四面八方，因此也成为提供普遍服务的工具。我们两个组织已经协手开展了

许多大的项目，在这个过程中，我们既检验了我们的合作能力，也借助取得的积极成果在更大范围内推出了一些示范项目。我们在不丹完成了一个非常成功的项目，在阿富汗、尼泊尔和非洲同样如此，这一切都得到了其他一些国家的合作。例如印度为不丹和尼泊尔项目作出了贡献。这种合作是希望之源，我们定要予以加强。

从国际电联和万国邮联的协作力量来看，电信和邮政分家能说是正确的决定吗？

这些都是因为当时的时势而做的决定。在当时的情势下，大家作了一些财务分析，研究如何提高电信行业的效益，使之能应对竞争。邮政行业的效益也一度遭到质疑，但我相信新技术为邮政带来了一个附加

筹码。依我之见，在今天的大背景下，一个享有市场主导地位的运行商似乎不可能期望在另外一些不享有主导地位的行业中能以同样的姿态行事。当然，自那时以来，环境已发生了多次变革，既有技术的发展，也有规则方面的变化。

今天，我们要协同工作，因为我们有一个共同的目标，即普遍服务，这只有通过相关各方的合作才能实现。你知道，我们组织了信息社会世界峰会，因为我们电联是独家在面对数字鸿沟，而沟壑还在不断扩大。很久以来，国际电联是在孤军奋战填平沟壑。应当呼吁这一领域的所有伙伴，大家都为寻求解决方案贡献出自己的力量。任何团体或组织都无法独立面对缩小数字鸿沟这个问题。应当由大家共同努力。



万国邮联非常重视它在信息社会中的作用，在峰会上也很积极。邮政行业对于缩小数字鸿沟应当如何做出具体的贡献？

通过遍布全球的网点，通过它提供给人民大众的通信工具。邮政行业可以利用新技术为万国邮联带来增值。我尤其想到了网上邮政和金融业务，还有电子邮件业务。邮政有着 66 万个局所，装备通信系统，让所有人都可使用。就像提供金融业务一样，它们还可以提供其他的服务，包括医疗卫生、教育或资讯查询。

您的“与世界互通互联”计划已经推出将近两年了，万国邮联也参与了这项计划，现在情况怎样，是否真有实现这个目标的机会？

这项计划已经取得了巨大

成功。在这个开放的合作框架内已有相当多的项目进入到了操作阶段。也正是这个原因，国际电联已经把这个“与世界互通互联”计划转交给开发部门，它的目标就是缩小数字鸿沟。从现在起到 2015 年要与所有的乡村互通互联，这个目标堪称宏伟，但也是可以实现的。2003 年日内瓦峰会和 2005 年突尼斯峰会是为了谋求各国首脑的承诺。向各国的最高层做了许多宣传工作，使他们认识到只有所有人都能使用通信和信息技术，国家的发展才能实现。下一阶段是要调动所有的有生力量来落实这个目标。

我们知道电信业是赚钱的，其关键是要有一套吸引外来投资的政策。在许多国家里，监管当局制定了这类政策，使投资者感到放心，使合作伙伴



愿意给予支持。而我们作为国际组织，则要起到催化剂的作用。我们必须用行动表明，这些示范性项目是可行的，同时还要做到信息共享，使这些项目能起到催化剂的作用。

您讲到了网络空间的安全，也讲到了发生自然灾害时的救助工作。万国邮联和国际电联如何共同找出这两个方面的解决方案？

万国邮联和国际电联各自有着将近 200 个成员。万国邮联拥有一个四通八达的邮政局所网络，国际电联也有着数百个私营合作伙伴。所有这些成员都有着相同的雄心，因为我们有着相近的文化。尽管他们的情况各有差异，但我们各自的成员都因为这种共同的文化而能相互支持。这是一个重要

的筹码，因为我们面对的是像安全这样的重任，所有的人都与之息息相关。一个虚拟病毒没有国界，它不需要护照，也没有国籍。即使签订了一个覆盖整个地域的地区协议，犯罪分子仍可以从另一地区作案。这也是我们需要相互靠拢的原因。譬如说，所有的孩子家长都担忧色情内容对青春期少年的毒害。这是我们必须群起而攻之的事情。有一些可以让大家一起合作的基本原则。依我之见，只有有了安全的虚拟天地，一个公平的现实世界才能得到发展。反之则永无宁日。

您作为一个电信界的人士，如何看待邮政行业的前景？

我看到了一个越来越信息化的邮政行业。邮政一直都在那里，将来也永远在那里。只

要人们有通信的需要，就离不开邮局。这是一个不可或缺的工具，正因为如此，万国邮联的开创者都是一些远见卓识之人。就像国际电联的奠基人一样，他们的远见今天依然是我们追求的目标。通信的形式改变了，但却永远存在，因为沟通是人的本能，从一个人呱呱坠地开始，就要通过第一声啼哭来表示“我来了”（笑）。人类的通信将永远继续下去。

使自己处于有利地位！

供稿：
Graeme Lee

万国邮联已经承诺它将协助联合国实现其千年发展目标。更具体地说，一个专门机构可以在帮助其会员国——尤其是那些最不发达国家——在获得必要的邮政发展资金方面起到决定性作用。

当时制定 8 大千年目标时，2015 年还是一个遥远的日子，没有人对这 8 大目标（包括 18 个具体目标）能否在预定期限内实现表示乐观。然而 2007 年正在快步向前，甚至连联合国的某些代表也承认许多国家拖延了这些目标的落实工作。有一点大家都知道得很清楚，那就是准备一个大型项目往往需要 2~3 年的时间，而真正实施则要等上 5 年之久，所以一个 2007 年设计的项目，最早也要到 2015 年才能真正得以实施。

人们在制定这些目标时没有咨询过邮政行业的意见。减少贫困，降低儿童死亡率，改善教育和医疗条件都不是邮政行业的本职工作。现在回过头来看看，人们可以想到邮政本可以对社会经济的发展发挥其潜在的影响，因为千年目标不仅仅是 8 大目标和 18 个具体目标，还有 48 个指标。如果说最后 2 个指标是测定每百人拥有的电话线数和移动电话数以及每百人拥有的家用电脑和互联网网民的数量，那么邮政本身经营活动并没有反映在任何指标中。如果布加勒斯特世界邮政战略确定的扩大普遍服务的通达目标也是这些指标中的一个，那么，无疑将更容易达到。

这一遗漏对于寻求邮政改革发展资金的邮政来说，造成的后果是巨大的。政府部门有着另外的优先项目，而不是邮政，48 个指标就说明了一切。其他一些行业更为重要，也更能影响目标的实现。邮政行业多少有点远离视线，它只占到世界银行贷款的 0.01%，而法制建设和行政管理占了 20%，金融占 8%，水和水处理也占 8%。

邮政行业该做些什么才能在发展的世界中占有一个更被看重的位置呢？常言道：“团结就是力量”。当邮政行业——整体上说通信行业，能为发展提供方便，使所有的经营者能为实现各自的雄伟蓝图而相互沟通信息时，那么它就

邮政为 8 大千年发展目标服务



- 目标 1. 减少极端贫穷和饥饿
- 目标 2. 普及小学教育
- 目标 3. 促进两性平等并赋予妇女权利
- 目标 4. 降低 5 岁以下儿童的死亡率
- 目标 5. 改善产妇保健
- 目标 6. 与艾滋病病毒 / 艾滋病、疟疾和其他疾病作斗争
- 目标 7. 确保环境的可持续能力
- 目标 8. 建立全球伙伴关系，促进发展

能有一个有利的地位。如果说治理是投资的发动机，那么邮政行业就可以把自己作为政府服务的通信网络来销售。如果说发动机是资金的通道，那么邮政行业就可以充当农村地区金融服务的提供者。如果发动机是提供公共服务，那么邮政行业就可以把发票的提供和结算服务作为业务的需求点来销售。只要很好地解读千年发展的 8 大目标，18 个具体目标和 48 个指标，邮政部门就能清除吸引投资的障碍。

三个机遇

在宣传邮政行业是实现这些目标的促进者的工作中，万国邮联能发挥什么作用呢？邮政改革发展综合计划 (PIDEP) 设计的理念，表明它是一个很好的开端。但是万国邮联还应当更紧密地与开发银行合作，以提高邮政行业的形象。这里有三个办法：第一个办法是继续与开发银行组织保持经常性的对话，第二个办法是在世界银行开设一个存款基金，第三个办法是编制一个计划，我们称之为第二代邮政改革发展综合计划 (PIDEP 2)。

为了得到资助，与世界银行和其他开发银行保持经常性的对话尤为关键。应当营造一种对双方皆有利的氛围，审视银行和邮政的发展目标，建立起双方的联系纽带。从这个意义上说，应当把邮政普遍服务看成是改革的效果而不是改革的动机。如果我们能向金融机构说清楚邮政改革是为了进一步在农村地区开通金融业务、推进信息和通信技术的应用、建立发票开具和结算机制，以便提供持久的公众服务，那么金融机构对邮政的改革将更有兴趣。这些目标的实现最终将导致邮政普遍服务的落实。

只要开设一个存款基金，万国邮联就有希望吸引世界银行的注意力。这笔存款基金的来源，可以是改进业务质量基金用于目标国家发

展项目的资金所产生的利息。万国邮联作为这笔存款基金的“拥有者”，对于项目的方向具有一定的影响力，并可监督邮政专家参与项目的制定——万国邮联将能名正言顺地对世界银行现在资助的项目提出意见。

现在，再看一下第二代邮政改革发展综合计划 (PIDEP 2)。融资是一项复杂的工作，需要多种因素有效配合。万国邮联应当与世界银行一起对编制就绪的邮政改革发展综合计划 (PIDEP) 项目进行审查，按照获得资助可能性的大小进行排序。排序时还应当考虑其他一些因素，例如国别援助政策、发展目标以及邮政行业能为经济和社会发展带来增值的能力。存款基金可以帮助我们对具体的邮局做出深入的研究 (第二代邮政改革发展综合计划)。

今天，原定实现千年发展目标的时间已经过去将近一半。万国邮联和邮政大家庭应当走出地下，登上前台。邮政正有着一个前所未有的良机，可以加入到发展的进程中去，但条件是要使自己处在为其他行业发展提供方便的有利位置上，而不是援助资金的享受者。



.....
Graeme Lee 在邮政行业已有 15 年以上的经历，他是 Sunflower Associates (向日葵联合会) 的主要合伙人。
(www.sunflower-associates.com)。

“邮政证书 (PostZertifikat)” 面世

瑞士邮政开办了文件电子签名业务。由于法律方面原因，这类文件在过去只能挂号寄递，而现在可以以电子方式传递了。“邮政证书 (PostZertifikat)”是数字鉴别系统的基础，是网络空间的一种护照或身份证。“邮政证书 (PostZertifikat)”与电子签名相结合证明寄件人和收件人的身份

没有被盗用。加密技术确保文件一直处于机密状态并生成发送和收到验证。电子签名有多种应用，从传送法律文件到签订合同以及需要身份验证的各种行政管理事务。

资料来源：瑞士邮政新闻公报
(Swiss Post press release)

谁是赢家

国际邮政和快递产生的 350 多位高官参加了 5 月 21 日在伦敦举行的世界邮政奖颁奖大会。今年的优胜者是：巴西邮政 (企业社会责任)、加拿大邮政 (客户服务)、德国邮政股份有限公司 (电子商务)、敦豪全球邮政 (增长)、法国邮政总裁 Jean-Paul Bailly (领导力)、AMPM 公司 (创新)、Masterlink 快递公司 (人力管理)、新加坡邮政 (质量)、Aramex 国际公司 (零售项目)、英国皇家邮政 (安全)、丹麦邮政 (技术) 以及沙特邮政 (改革)。

资料来源：三角管理服务有限公司
(Triangle Management Services Limited)

沙特阿拉伯 采用国际金融 系统 (IFS)

沙特邮政已经采用了国际金融系统解决方案，这是阿拉伯语应用界面系统首次安装在海湾地区。国际金融系统将使沙特阿拉伯和已经接入了国际金融系统网络的阿拉伯联合酋长国、突尼斯、埃及、印度和菲律宾之间的现金传送业务更加便捷。沙特阿拉伯采用国际金融系统标志着普遍服务向前迈进了重要的一步，使居

住在沙特的众多移民能以更低廉的价格把现金汇往家中。这些移民大多来自印度 (120 万)、埃及 (120 万) 和菲律宾 (46 万)。沙特邮政有非常好的技术基础设施，计划把国际金融系统纳入邮局、自动业务邮亭、移动邮局和网站提供的先进电子业务。

资料来源：万国邮联，邮政技术中心
(UPU, Postal Technology Centre)

冈比亚邮政的 新起点

冈比亚邮政公司法案于 2006 年 12 月实施以后，冈比亚邮政管理部门拟定了一项雄心勃勃的改革计划，通过建立公共和私营伙伴公司合作关系，应用最现代的技术加强邮政网络，加快现金传送业务和小额资金交易业务。冈比亚邮政管理部门还推出了新的标识，融入了快捷、高效、诚信以及高质量国际业务重要性等元素，为经营注入了新的活力。

资料来源：The Pointnewspaper, Gambia

巴西支持巴拉圭

巴西总统卢拉·伊纳西奥·达席尔瓦 (Lula Inácio da Silva) 和他的巴拉圭同行尼卡诺尔·杜阿尔特·弗鲁托斯 (Nicanor Duarte Frutos) 于 2007 年 5 月 21 日签订协议，巴西将对巴拉圭的邮政普遍服务项目提供 80% 的资助。该项目总预算为 28.2 万美元，是邮政改革发展综合计划的一部分，

由万国邮联、美西葡邮政联盟及巴拉圭政府联手协调。该项目还将引领邮政行业政策的制定、规章制度的建立和公共运营机构 Correo Paraguayo 的重组，并为其提供资金。巴拉圭是万国邮联制定的邮政改革发展综合计划的首个受益国。

资料来源：UPU / InvestNews

恶狗伤人，该管管了

有 29.8 万邮递员之多的美国全国邮递员协会支持 5 月 21 日向国会提交的一项决议案。该决议案旨在责成狗的主人采取措施，保护邮递员和其他公民不被恶狗伤害。在今年 5 月的预防恶狗伤人周期间，各地举办了一系列宣传活动，来支持这项决议案。全国邮递员协会主席威廉·

H·杨指出：“当地政府和狗的主人必须确保邮递员和其他人经过时，不用担心被狗袭击”。“这包括制定进而实施有力的法律，对危险动物严加看管。”据美国邮政的数字，2006 年有 3184 位邮递员被狗咬伤。

资料来源：PR Newswire (U.S.)

埃塞俄比亚邮政又将自己运送邮件

埃塞俄比亚邮政将获得 4 辆三菱汽车，用于全国的邮件运输。这些汽车的大部分资助出自万国邮联改进业务质量基金以及埃塞俄比亚邮政运营机构本身。这些汽车不仅可以运送邮件，还可以同时运送 26 名乘客。这不仅是一项有益的公共业务，还可以提供客运服务，弥补汽车的维护费用。自 1958 年以来，依据法律，私营运输机构有义务把邮件运送到目的地并把邮件从目的地运出。有了自己的汽车以后，埃塞俄比亚邮政终于可以改善自己邮政业务的质量并缩短投递时间了。

资料来源：All Africa Global Media

在吉布提，有 3 位女邮递员加盟了邮件按址投递新业务。这项新业务的目标是大客户，诸如部委、使馆、国际组织和企业。这项新业务的办公地点与分拣中心分离，是“改进业务质量基金项目”的成果，其目的也是为了争取更多客户对邮政的忠诚度。这些女邮递员骑着摩托穿梭于各大单位，提升了邮政的年轻形象。

资料来源：万国邮联，阿拉伯国家地区顾问 (UPU, Regional Adviser for the Arab countries)



Create tailor-made projects.



FROM HIGH PERFORMANCE SORTERS TO 'TURNKEY' SOLUTIONS

To best accommodate your requirements and give momentum to your development projects, SOLYSTIC capitalises on its expertise. Listening to and understanding your needs, conducting diagnoses and delivering appropriate, dedicated solutions... SOLYSTIC is a strategic partner for postal services the world over. For you, there are never any standard responses – only individually tailored solutions.

SOLYSTIC has been awarded the International Trophy for Technology



Future postal solutions

SOLYSTIC S.A.S - 14, avenue Raspail - 94257 Gentilly CEDEX - France
Tel: +33 (0)1 49 69 41 00 - Fax: +33 (0)1 45 47 82 20 - www.solystic.com



SOLYSTIC
a NORTHROP GRUMMAN company

THE WORLD'S LEADING EXHIBITION AND CONFERENCE DEVOTED
TO THE GLOBAL POSTAL, COURIER AND MAILING INDUSTRIES



POST-EXPO 2007

2, 3, 4 October 2007 Barcelona, Spain

**CONFERENCE
PROGRAMME
NOW ONLINE!**
www.postexpo.com



To register, visit www.postexpo.com

UKIP Media & Events • Abinger House, Church Street, Dorking, Surrey, RH4 1DF, United Kingdom