

自1875年起引领邮政行业不断前进

2015 年 6 月

第二期

邮联



万国邮政联盟
联合国专门机构

寻找最佳金融合作伙伴

战略讨论正在进行

ISSN 0041-7009



客户只想选择邮政



post

Be part of it. Today.

The postal community's dedicated top-level domain name opens up a unique, secure internet space for innovative postal applications to enable cross-border business.



UPU | UNIVERSAL
POSTAL
UNION

More information:
www.info.post
dotpost@upu.int

多哈邮政战略

2016 年前各国邮政将要实现的四大目标



1 改进网络



2 提供相关知识和专业技术



3 促进创新



4 推进可持续发展

更多信息请参见:

news.upu.int/insight/world-postal-strategy/doha-postal-strategy

六月 2015

主 编: Faryal Mirza (FM)

供 稿 者: Emmanuel Duh (ED), David Koch (DK),
Catherine McLean (CM)

中文制作: He Jianjun, Mi Xiaorui

设 计: Die Gestalter, Switzerland

征 订: publications@upu.int

广 告: faryal.mirza@upu.int

联系方式:

Faryal Mirza

临时宣传事务主管

万国邮政联盟国际局

邮政信箱 312

3000 伯尔尼 15

瑞士

电 话: +41 31 350 35 95

传 真: +41 31 350 37 11

电 邮: faryal.mirza@upu.int

网 站: news.upu.int/magazine

《邮联》杂志是万国邮政联盟的旗舰杂志,于 1875 年创刊。《邮联》杂志按季度以 7 种语文出版,密切关注万国邮联的活动,专题报道邮政行业的国际新闻和发展情况。

本刊定期刊登业界领袖人物专访,并刊登深入探讨业界普遍关注问题的文章。本刊发行范围广泛,遍及世界 192 个万国邮联成员国邮政,包括来自各国政府和邮政的成千上万的决策者,以及邮政行业其他相关各方。本刊被业界视为有关万国邮联和邮政行业的重要信息来源。本刊还用法文、英文、阿拉伯文、德文、俄文和西班牙文出版。

万国邮联不对第三方广告宣传的产品和服务负责,也不确保其承诺的真实性。本刊发表的文章并不代表万国邮联的观点。版权归万国邮联所有,《邮联》杂志的文章、图片或插图未经允许不得复制。



封面: Carlos Coelho

封面故事

9

客户要求选择用邮的权利

客户受够了“默认数字化方式”,奋力反击

战略

14

万国邮联时刻准备直面挑战

聚焦 2015 年世界邮政战略大会

访谈录

18

关于伙伴关系

邮政金融服务专家 HANS BOON 谈如何做出正确选择

监管

22

西非各国邮政联合推进改革

形成地区联合 打造不同局面

电子商务

25

欧盟努力消除数字壁垒

欧盟揭幕“单一数字市场”

特快专递业务

27

中国特快专递进口业务量飙升

2014 年出现显著增长

电子商务

28

联合国贸易和发展会议呼吁采用普遍服务

进展情况及提示

邮政金融服务

31

印尼邮政致力于服务更多未能获取银行服务的人口

印尼邮政准备成立邮政储蓄银行

专栏

4

简讯

5

编者按

33

文摘

2015 年
《邮联》杂志读者调查
打开链接，
告诉我们您对杂志的看法：
[www.surveymonkey.com/s/
Union_Postale_Survey_2015](http://www.surveymonkey.com/s/Union_Postale_Survey_2015)

战 略

电子商务成为欧洲和独联体地区的首要工作



万国邮联国际局总局长访问明斯克的邮局（照片：白俄罗斯邮政）

在 2015 年 6 月召开的欧洲和独联体地区邮政战略会议上，与会代表将提高运行效率和促进电子商务发展确定为最优先的工作。

万国邮联国际局总局长比沙尔·A·侯赛因敦请与参会人员张开双臂、迎接新技术和新业务模式等变化。他强调要根据客户需求进行创新，同时还呼吁加强力量整合全球邮局网点，创建无缝衔接、顺畅无阻的全球供应链。

他说：“万国邮联和各国邮政将重塑自身，提出创新、整合、包容的发展方案，无论是现在还是未来均保持自身的相关性并发挥作用”。他强调，通过旨在改进邮政整合的解决方案，

包括万国邮联新的电子商务项目 ECOMPRO 等，“我们将打破跨境邮政投递的障碍”。侯赛因同时还呼吁邮政行业在促进经济、金融和社会的普惠包容方面发挥更大作用。

优先工作

在会议上，邮政相关各方通过了优先工作，这些工作需要该地区持续不断地努力。具体内容包括改进服务质量和效率以及发展国际电子商务等。

随着该地区各国邮政市场改革的推进，不久之前还是公共垄断的保护领域现在已经引入了私营行业的竞争，而对这一领域的干预程度就明显加强。市场

的自由化，加上新技术以及消费需求的变化，促使指定经营者不得不重视市场导向问题，服务质量就是其中一项。

明斯克会议的与会代表选定的第二级优先工作包括电子业务和多元化。其中多元化在当前工作周期的万国邮联地区发展规划中予以明确，对于“减缓函件量的下降”和今后的发展不可或缺。

与会代表通过的其他第二级优先工作还包括金融业务和邮政行业的发展。

地区性战略会议为 2016 年万国邮联土耳其伊斯坦布尔大会铺平道路，该届大会将通过邮联下一个工作周期的路线图。DK

编者按

集思广益

2015年4月的瑞士日内瓦世界邮政战略大会之后，“战略”一词就常常被万国邮联大家庭的人们挂在嘴边。这次会议让人们认识到思考万国邮联未来发展方向的重要性。一年之后邮联大会就要召开，这场竞赛现在已经开始，需要汇集各地区的力量，为下一个周期的战略添砖加瓦。正如您将读到的，各地区的战略会议正在如火如荼地召开——已经有3个地区顺利举行了会议。到目前为止，电子商务已经被确定为各地区的一个优先工作领域。幸运的是，大家都已经认识到，如果各国邮政不集中力量提高服务质量，那么就无法在蓬勃发展的电子商务热潮中获取任何收益。

其他内容还包括《封面故事》对不断变化的客户需求所做的细致介绍。谁能猜想到身处发达国家的人们却希望收取实物信件？邮政行业在抱怨函件量不断下滑的时候，更应该明智地降低嗓门，以免抱怨声过大而淹没了消费者的声音。这完全关乎选择，但决定如何选择的不应是我们，而是消费者。

倾听

就在万国邮联集思广益欢迎相关各方献计献策以确定世界邮政未来战略的时候，《邮联》杂志也同样在收集来自各方的意见。每两年，广大读者就有机会畅诉他们对杂志的看法及他们认为杂志在哪些方面还能够改进。改革之风已经吹起，到了让我们听到每一个声音的时候了。

主编：FARYAL MIRZA

海 关

探讨邮关合作 实现共同目标

2015年5月，万国邮联和世界海关组织在中国广州举办联合研讨会，会议重点是促进亚太地区的跨境贸易活动。来自该地区33个国家的约100名代表参加了为期一周的研讨会，研讨会由中国国家邮政局和海关总署共同举办。

万国邮联国际局副局长帕斯卡·克里瓦兹在会议开幕式上发言，强调了加强邮政与海关合作的重要性。

克里瓦兹说：“海关是全球邮政供应链上至关重要的一个环节，因此邮政——海关界面必须尽可能做到高效、精简，这样才能确保优质的邮政服务。各国邮政正在不遗余力为改进这一界面做出努力并贡献资源”。

他补充说：“随着世界环境的变化，两个组织现在都面临着新的挑战。贸易增长正在推动全球经济的发展，在这个过程中，邮政和海关两个组织都必须发

挥应有的作用”。

世界海关组织秘书长Kunio Mikuriya强调说，这次研讨会举办的时机非常关键。

Mikuriya说：“现在互联网的普及和网上购物成本的可负担性为电子商务的成长提供了巨大的机遇，导致小包数量呈指数增长，而世界各国邮政完全有条件处理和投递这些包裹”。

然而，为了加快邮件清关，各国邮政和海关之间的电子界面需要加强。这方面的工作已经开展了相当长一段时间，万国邮联于2012年修订了公约，使邮政与海关共享预先提供的电子数据成为可能。世界海关组织和万国邮联业已联合开发出基于电子报文标准的信息技术解决方案。

与会代表了解到技术解决方案已经就位，其中包括万国邮联和世界海关组织已经开发的各种相关工具。此外，世界海关

组织还表示，如何有效确保流程符合各项监管的要求也已经提上日程。会议还听取了同行们的一些案例研究和最佳实践经验介绍。

Mikuriya表示：“通过合作，我们能够促进邮政承运货物的跨境流通，并确保其能够迅速、安全地送达世界各地成千上万的收件人”。FM



广州会议开幕式（照片：中国国家邮政局）

战 略

改善服务质量成为非洲的优先工作



与会代表讨论本地区面临的主要挑战（照片：泛非邮政联盟）

在非洲地区的战略会议上,各国政府和公共邮政经营者等邮政相关方达成共识,将提高运行效率和寻求电子商务发展解决方案作为本地区最优先的工作。

为期两天的会议于2015年5月31日~6月1日在苏丹喀土穆举行。会议由万国邮联的区域性邮联——泛非邮政联盟(PAPU)组织召开。会议的目标同其他地区将要陆续召开的战略会议一样,旨在对制订万国邮联下个周期的世界邮政战略展开讨论。2017~2020年的全球邮政发展路线图将于2016年在万国邮联大会上批准通过。

谈到邮政行业当前面临的挑战时,万国邮联国际局总局长比沙尔·A·侯赛因说:“非洲地区各国邮政必须展现一贯的先驱精神,把握并利用创新的力量以满足消费者新的通信需求”。

他补充说:“很明显,创新、整合和包容是推动邮政行业今后发展的动力”。

泛非邮联秘书长Younouss Djibrine告诉与会代表,必须采取措施以确保邮政普遍服务能够适应不断发展的市场和不断变化的客户需求,包括提升国内和国际邮件服务质量、提供新的金融业务和电子业务、改进监管并解决基础设施不足等问题。

质 量

会议还涉及服务质量问题,这也是非洲各国邮政希望在今后取得改进的环节。其中包括努力达到国际函件的全球投递标准,即交寄后第5个工作日投递率达到85%(或J+5)。

对于一个面对私营部门激烈竞争的地区而言,监管成为另一个重要的讨论议题。与会者鼓励各国政府检查现有的规定是否正确反映市场的实际情况、是

否能够提供公平的环境而不致于让指定邮政经营者处于劣势地位。

据泛非邮联称,基础设施本身就是非洲邮政经营者面对的一个主要挑战。非洲地区超过五分之一的邮局网点还没有通电。如果要为用户提供金融产品等新业务,就需要给更多的邮政局所提供稳定的供电和互联网接入。金融业务很可能将成为邮政经营者潜力很大的收入来源,因为非洲四分之三的成年人还不能获取商业银行的服务。

万国邮联的态度

国际局总局长侯赛因从万国邮联的角度向与会代表保证:邮联将对自身进行深刻的检查,以便更好地满足成员国的需求。他说:“万国邮联的快速决策是刻不容缓的要求,只有这样才能更加灵活地应对不断变化的需求”。CM

战 略

拉丁美洲倡导改善运营并发展电子商务

在 2015 年 6 月召开的拉丁美洲地区战略会议上,加强指定经营者的能力以提高效率和发展电子商务成为该地区最优先的工作。

万国邮联国际局总局长比沙尔·A·侯赛因在对与会代表的讲话中指出,拉美国家面对的关键问题之一是:混乱无序的竞争削弱了指定经营者的力量。

他指出,发展中国家邮政机构的市场份额正在流向资源更加雄厚的实体,“一些邮政借着自由化和竞争的名义跨境进入其他国家领域,已经改变了邮政的基本局面”。

总局长补充说:“万国邮联成员国已经到了迎头处理这些敏感问题的时候了”。

这次会议由美西葡邮政联盟组织召开,旨在为讨论下个周期的全球邮政战略提供一个高级论坛。这次会议紧随近期在苏丹举行的非洲地区会议,是全球第二个召开的该系列地区会议。



万国邮联国际局总局长表示已经到了强调服务质量的时候了(照片:美西葡邮政联盟)

四项优先工作

与会代表达成共识,确定下一个工作周期中最需要关注的领域应该是加强邮政网络的整体运营、提高运营效率和效果,同时发展电子商务。

运营目标方面包括运输、安全和特快专递或 EMS。服务质量和通过邮政网络促进贸易

便利是拉丁美洲指定经营者启动新周期工作时关注的重心。

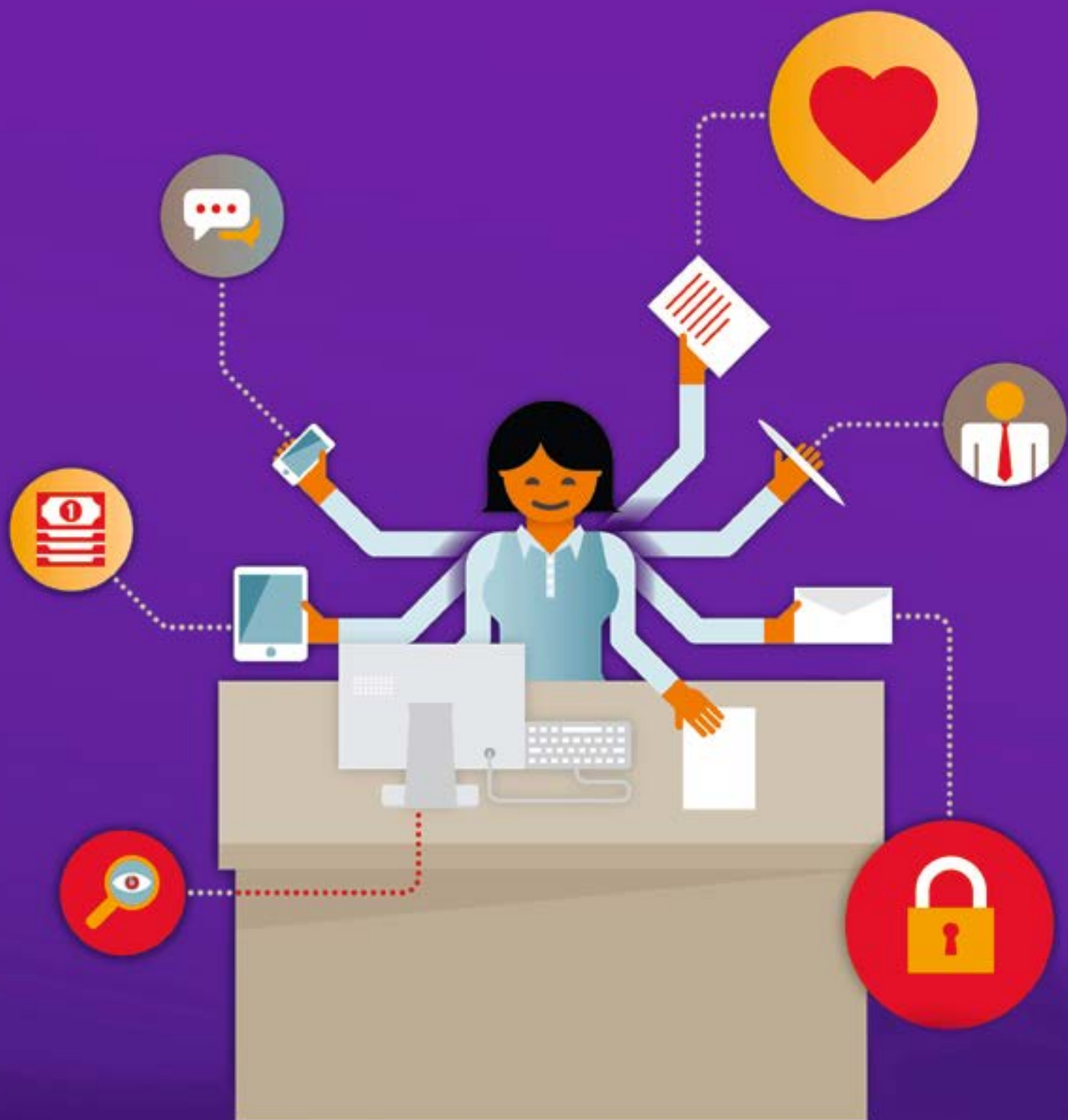
与会代表讨论通过的二级领域是发展金融业务。为拉丁美洲那些被金融系统排除在外的人们提供服务被选定为一项优先工作。

邮政行业的发展是会议讨论通过的另一个二级领域,涉及在上一周期工作的基础上进行法律和监管改革。

多元化也是二级优先工作之一,会议提及的工作内容包括互连互通、电子业务、电子政务和混合快递服务等。DK



地区战略会议更多相关信息请参看：
strategy2015.upu.int





客户要求选择用邮的权利

消费者受够了被强行划入电子账单模式，形成抵制“默认数字化方式”的潮流。

文：
DAVID KOCH

图：
CARLOS COELHO

36岁的创业者、珠宝设计师 Emma-Kate Francis 是一名对互联网说“不”的新人。Francis 在威尔士考布里奇拥有一家实体公司，同时还经营着一家网店，主要在线销售自己手工制作的物品。但是，她仍然愿意通过邮政信件接收账单和银行对账单，而不是让电子邮件通知自己需要下载发票。

Francis 说：“做账的时候，如果手里有纸质文件就会容易得多”。她补充说：“有了纸质文件，填写财务报表或发票会更迅速，在什么时间、付款给谁也都更易于查找”。

她在处理税务问题时也需要纸质记录，而且与打印的电子对账单相比，信函更加值得信赖。

尽管 Francis 也会在 Etsy、推特、Pinterest 和脸书等类似平台上宣传并销售自己的商品，但她说：“与自己打印出来的文件相比，我更相信有抬头的纸质文档”。

选择商业邮件形式的要求反映出那些与 Francis 类似的人们的需求，他们认为缺少纸质通信将导致其记录的不完整。此外，对于无法获得互联网接入的社会最弱势群体而言，上述需求也是刚性的。

信函业务量急剧而持续的下滑很大程度上是由于各服务提供商削减开支、利用电子邮件替代商业信函而造成的，比如银行对账单和电话账单等。如果商业信函量的下降至少能够放缓，那么邮政经营者及纸张和信封的制造商就会从中受益。现在，各国邮政正在努力争取每一封邮件。

电子替代产品遇到挑战

在一些欧洲国家，消费者对邮政信函业务的需求已经演变为法律维权。2014年10月，德国联邦法庭维持了下级法庭的判决，判定移动电话公司不得收取纸质发票的费用。

去年7月，奥地利最高法庭也做出判定，电信公司未经客户明确同意就将客户的纸质账单自动转为电子账单是不合法的，即使客户有机会提出反对但未提出。根据奥地利法律规定，该选择只能由消费者单方面做出。

这已经是维也纳的消费者权益监督机构 VKI 第二次对奥地利 T-Mobile 移动电话公司提出与账单相关的质疑。VKI 的法律专家 Petra Leupold 称，2012年奥地利最高法院裁定，如果消费者不同意接收电子账单，那么向其收取纸质



数字鸿沟

随着信息和通信技术越发深刻地植入人们的日常生活,我们很容易忘记,即使在发达国家也有很多人生活在没有互联网的环境中。但是,随着网络数字化成为商业邮件沟通的默认途径,那些最弱势的群体会发现自己站在数字鸿沟较差的一侧。

欧盟统计办公室“欧盟统计局”(Eurostat) 2013 年的数据显示,在欧盟的 28 个国家中,年龄在 16~74 岁之间的人口中有 21% 从来没有使用过互联网。这一数据从一个方面反映出保加利亚、希腊和罗马尼亚等国家互联网普及率低,接入互联网的家庭数量所占比例不足 60%。

即使是在互联网普及率相对较高的国家,离线人口的存在也不容小觑。以英国为例,88% 的家庭都接入了互联网,但是欧盟统计局的数据显示,受访的英国人中有 8% 的人从来没有使用过互联网。

更具说服力的是,据慈善机构“英国向前冲”(GO ON UK)称,五分之一的成年人缺乏基本的数字技能,包括安全使用网络办理金融业务的能力。如果企业收取实物信函的费用,并提供更具竞

账单的费用是违法的,案件由 VKI 提出起诉。

Leupold 解释说:“不应该让消费者承担纸质账单的费用,因为这是合同义务,也是电信公司应该承担的责任”。

她说,纸质账单的成本应当已经作为主要费用的一部分计算在内了。否则,协议中的条款“根据奥地利合同法的规定是不公平的,因此法律上无效”。

随着消费者对纸质账单附加费用的投诉越来越多, VKI 才第一次决定对该移动电话公司采取法律手段。不仅如此, Leupold 还说, VKI 经常收到关于 T-Mobile 公司“超额并非法”收取费用的投诉。这些投诉都让谨慎的消费者有更多的理由仔细检查实物账单。

Leupold 强调说,提出投诉的人们通常缺乏常规的互联网接入手段,特别是年龄较大的人们。这些投诉证明,在这个数字时代,不仅有很多消费者更愿意接受邮政通信方式,而且这也是他们的需求。

争力却只能通过网络获取的服务和产品,那么这些人口就相当于收到了罚单。皇家邮政公共事务负责人David Gold将这种现象称为“贫困附加费”。

2013年,包括英国指定经营者皇家邮政在内的一个联盟推出了名为“通过邮政同我保持联系——英国”的活动。活动显示,在从未使用过互联网的英国人口中超过一半是残障人士。在没有接入互联网的英国人口中约有一半人处于社会和经济的最底层。

Gold说:“‘冲向数字化’产生了一系列背离初衷的后果,给最贫困和最弱势的群体带来了最严重的打击”。

资金管理

英国所开展的这项活动完成的报告显示,同网络对账单相比,人们更容易理解纸质信件中的信息,而且更可能据此做出正确的资金决定。该研究印证了那些不相信电子对账单的人们的投诉。

为开展研究,活动通过邮寄或电子邮件两种形式向近2,400人发送了完全相同的模拟银行对账单,对账单中还有收费变动的通知。受访者随后填写了在线调查表,其中包括根据文件内容提

出的相关问题。

2月公布的结果显示出两组惊人的差异,其中包括他们从对账单中检索信息的能力。收到纸质信件的受访者确定自己账户余额的准确率达到82%,而收到电子邮件的一组只达到32%。

同样,收到纸质文件的人群似乎能够更加准确地估算自己能否在某一日期支付账单,估算准确率达到60%,而收到电子邮件的一组准确率只有44%。

收到邮寄通知的人群也更容易记住通知的信息。举例来说,82%的人准确回忆出通知的内容是关于透支费用的变动,而收到电子邮件通知的一组中这个比率只占到42%。

实物信件似乎比其电子版本更加值得信任。研究显示,人们更倾向于认为商业信件是真实、





准确的，25%的人更喜欢实物邮件，而表示更喜欢电子邮件的人只占到16%。

Gold说：“事实很清楚，如今持有纸质账单或对账单的消费者能够对自己的资金管理更具信心”。

核心业务

回头来看奥地利，自2014年奥地利邮政首席执行官 Georg Poelzl 宣布“为争取每封邮件而战”以来，奥地利加强了保持函件量方面的努力。该邮政关注到函件量加速下滑的趋势，并已经推出多管齐下的举措来支撑其核心的信函投递业务，这包括政治游说和公共关系等方面的工作。

在维也纳的免费人气小报上刊登的系列宣传广告是这场战役的一个组成部分，广告内容包括 VKI 法律事务主管回答问题，阐明消费者在什么情况下有权收取实物邮件。奥地利邮政公共事务通信官员 Adam Christian 说：“我们希望能有更多消费者读到这些广告内容，进而能对服务商提供账单的方式提出建议”。

奥地利邮政针对网络病毒推出了名为“无信更好”的宣传活动，讽刺美国谍报机构，同时鼓励消费者更充分地利用邮政信函隐私性强的特点。在 www.better-no-letter.org 网站上发布了一个短视频（德文视频配英文字幕），内容是“联合机密服务机构”（USSA）的一名特工鼓励观众停止发送信函，这样间谍就能够从网络上搜集到更多有关他们的信息。特工要求那些仍然通过邮政寄送信函的人们扫描自己的信件，然后将数字文件通过电子邮件发送给“USSA”。截至2015年1月，这段视频已经总计浏览了20万次。

Christian 解释说，奥地利民众对互联网的安全漏洞相当担忧，邮政试图利用人们的这些忧虑鼓励大家采用邮政信函寄送敏感文件。视频链接的网站 www.schreib-weise.at 提供了奥地利数据保护和信件隐私方面的相关背景情况。该网站还包括一些关于写作的艺术、书信写作礼仪以及其他有关信函积极内容的文章。奥地利邮政发言人

“在欧盟的 28 个国家中， 年龄在 16~74 岁之间的人口中有 21% 从来没有使用过互联网。”

来源：欧盟统计局

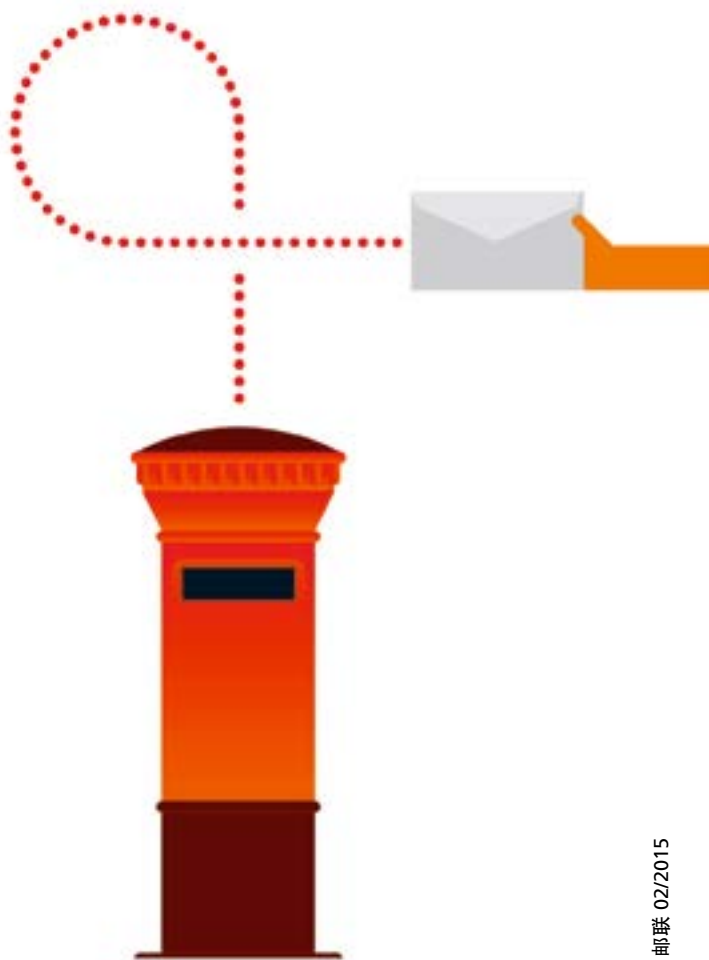
Kathrin Schrammel 女士表示，活动的初衷是用幽默的方式提高公众对一些严肃问题的认识。

Schrammel 说：“敏感的银行数据之所以没有通过互联网传递是有充分的理由的。正如数不胜数的监视和间谍事件以及黑客攻击事件告诉我们的，数据能够轻而易举地落入不法之徒手中”。

尽管信函邮件量持续下滑，但很多领导者表示他们的努力已经开始得到回报。在英国，几家服务提供方已经签署保证书，表示将免费为客户提供接收纸质通信文件的选择，这些服务商包括 3 家水务公司和 1 家金融服务公司，服务用户总数近 1,100 万。目前，已经有工会、慈善机构、消费者群体和企业等在内的 77 个组织表示支持英国的活动。

很多政治人物也加入了活动阵营。在欧盟的“通过邮政同我保持联系”的活动中就有来自 10 个国家的欧盟议会议员及全部 3 个主要的政党组织。在英国，超过 100 名英国国会议员做出了支持活动的承诺。Gold 说：“我们现在正在同监管机构、政治家以及政策制定者开展积极的对话”。

前面提到的珠宝设计师 Emma-Kate Francis 告诉《邮联》杂志，因为在线账单的问题，她最终更换了电话服务商。这仅仅是一个例子，让我们了解到自由选择邮政信函对当前这个数字时代的客户仍然非常重要。DK



更多信息请参看
www.keepmeposteduk.com
www.better-no-letter.org



万国邮联时刻准备直面挑战

在 2015 年 4 月召开的万国邮联世界邮政战略大会上，邮政经营者、监管机构和国际组织就创新将给邮政行业各领域带来的严峻挑战及巨大机遇展开了讨论。

文：
CATHERINE MCLEAN

照片：
PIERRE ALBOUW

在万国邮政联盟 2015 年世界邮政战略大会上，邮联国际局总局长比沙尔·A·侯赛因敦促 750 名与会代表认真关注邮政服务的创立之路及提供服务的方式。侯赛因说，所有参与方都必须走出旧业务模式的框架。事实上，他坚信万国邮联自身就需要在 2020 年之前完成“深刻的转型”，包括提高决策流程效率等，以确保创新能够给整个邮政世界带来积极影响。

侯赛因在大会上表示，“创新及网络、产品和服务的整合，在适应不断变化的全球环境、建设无缝衔接的邮政网络方面至关重要”。本次大会于 2015 年 4 月在瑞士日内瓦举办，由科特迪瓦主持召开。

邮政行业认识到自身需要适应来自方方面面的变化，这种压力非常巨大，在这种形势下总局长提出了自己的看法。大会各发言嘉宾就各国邮政如何能够受益于蓬勃发展的电子商务产业展开了讨论。与会者还在普遍服务义务不断变化的内容及重新审视监管规则的需求等方面进行了热烈的辩论。会议还探讨了各国政府如何能够同邮政经营者开展合作以确保对所有人口实现普惠金融和社会包容。

侯赛因激励来自万国邮联 135 个成员国国家及邮政相关各方代表：“让我们跨出自己的舒适带，尝试新的想法，只有在这样的基础上我们才能建设邮政的未来”。

本次战略大会的真知灼见将有益于下届万国邮政大会世界邮政战略的起草，下届大会将于 2016 年在土耳其伊斯坦布尔召开。

电子商务的机遇

事实证明，电子商务是邮政行业内部改革的催化剂。为能够持续生存，邮政经营者必须确定自身在数字市场的地位。然而这并非易事：消费者对电子商务货物投递的需求瞬息万变。而亚马逊等电子商务巨头是否有兴趣自行处理最终的投递仍然不得而知。

邮政经营者正在通过引入包裹柜并向消费者发送投递通知短信等方式努力地适应电子商务。但是，从大会的发言我们可以了解到，邮政经营者还应该认识到透明性和可预测性对于客户来说仍然具有非常重要的意义。

俄罗斯邮政局长 Dimitry Strashnov 鼓励邮政经营者认真思考客户究竟需要并期待什么类



联合国秘书长潘基文通过视频发表讲话

型的投递服务。

Strashnov 提出问题：“我们是否需要在一天或两天内完成所有包裹的投递呢”？

“客户是否能对时限为 3~5 天而可预测性更高的投递服务感到满意呢？我们是否能够按照承诺进行投递？这个问题如今越来越重要，因为 5 日投递的成本比 1 日投递要低”。

对于邮政经营者而言，另一个具有吸引力的市场是中小微企业（MSME）。邮政经营者拥有分布广泛的局所网点，全世界约有 64 万个网点，而且邮政提供数字、金融、物流等多种综合服务，能够帮助中小微企业跻身全球电子商务市场。

世界贸易组织副总干事易小准在会议上发言称，电子商务为中小企业打开了通向新市场和新业务机会的大门，在降低交易成本的同时提升了其整体竞争力。易小准说，迄今为止从电子商务的爆发式发展中受益最大的还仅是大型跨国组织。

新规则

中小微企业充分利用电子商务机会取得发展的过程障碍重重，而且每个国家的情况都各不

相同。以发展中国家为例，互联网的接入往往是个挑战。繁冗的货物出口海关处理流程也能够让中小微企业望而生畏，因为他们通常无法负担报关代理的费用。

国际贸易中心执行总裁 Arancha Gonzalez 相信，降低贸易成本决定了一个小企业是停留在国内市场还是拓展到国际市场。

Gonzalez 解释说，“提高物流效率和促进贸易便利是中小企业保持竞争力的核心要素。万国邮联等机构能够认识到这一点并将其作为日常工作的重心，这具有非常重要的意义”。

法国邮政总裁 Philippe Wahl 也提出了类似观点。他谈到为推进万国邮联的全球邮政整合项目 ECOMPRO 所做的工作是进一步开发电子商务市场的关键所在。

Wahl 说：“我们需要同万国邮联的所有成员国进行沟通并交换信息。这是我们接下来要共同迈出的重要一步”。

未 来

信息通信技术革命也改变了邮政的其他业务领域。在函件量不断下降、包裹投递蓬勃发展



国际贸易中心执行总裁 Arancha Gonzalez 希望降低贸易成本。



国际移民组织总干事 William Lacy Swing 强调各国邮政在普惠金融中的重要作用。

的情况下,各国政府、各国邮政和各监管机构都在对普遍服务义务进行更深入的研究。挪威邮政和通信管理局局长 Torstein Olsen 表示,在欧洲,无论是农村地区还是城市地区,互联网和移动电话都相当普及,邮政网络也相当稳固,未来的重点应该集中在搭建更加优质、更加安全的包裹网络方面。Olsen 说:“我们或许需要重新定义邮政服务”。

在非洲,很多工作仍然有待完成,包括将邮局网络扩展到农村地区,以便所有公民都能够获得邮政服务。以埃塞俄比亚为例,他们已经启动了这方面的项目,将边远村落的电信中心转变成同时提供电信、信息通信技术以及邮政服务的中心。科特迪瓦在 2013 年引入了新的邮政编码系统,替代了自 1976 年就开始使用的老版本,从而确保邮政普遍服务能够服务于所有人口。

泛非邮政联盟秘书长 Younouss Djibrine 称,缺少地址库系统实际上是非洲的一个主要问题。改进基础设施建设是泛非邮政联盟为“未来的邮政普遍服务”奠定基础的关键支柱所在,而邮政服务多元化和邮政监管则是另外两个关键。

邮政金融服务

在多元化服务的新市场方面,邮政经营者特别关注的是邮政金融服务。大会发言嘉宾表示,邮政经营者在帮助全世界更多尚未获取银行服务

的人口加入全球金融系统方面可以发挥很大作用,因为邮政有着遍布全球、服务人人的邮局网点,而邮政品牌也备受信任,人们对其充满信心。

印度尼西亚通信和信息技术部部长 Kalamullah Ramli 称,印度尼西亚政府已经要求邮政在 6 个省开展名为“邮政储蓄账户”的试点项目,因为这个国家还有很多人仍然将现金存放在家里。其他一些国家邮政也想开展汇款业务,因为当前的汇款费率遭受批评,对于向发展中国家的家人汇款的移民而言“过于昂贵”。

发言嘉宾表示,无论是为更多的人提供金融服务渠道,还是帮助中小微企业走向世界,抑或是确保消费者的信件和包裹按时抵达,邮政经营者在未来的全球经济和可持续发展方面都具有至关重要的作用。

联合国秘书长潘基文通过个人视频向大会致辞时讲到:“随着世界的发展,一项新的可持续发展计划即将形成,以努力解决气候变化带来的威胁,在这个过程中,邮政服务能够并且必须成为解决方案的一部分”。CM



潘基文的视频讲话

www.tinyurl.com/ban-ki-moon-message



美西葡邮政联盟的 Roberto Cavanna（左）与美国邮政总局的 Tammy Whitcomb（右）



与会代表在日内瓦



从右到左：科特迪瓦通信部部长 Bruno Koné，总理 Daniel Kablan Duncan，万国邮联国际局总局长和副局长



关于伙伴关系

Hans Boon 作为一名国际邮政金融服务方面的专家，对于各国邮政如何能够与金融伙伴建立合作关系有着很多有趣的见解。他目前正在与国际农业发展基金合作，是致力于开展非洲邮政金融服务倡议计划的项目组成员，万国邮联是该计划的合作方。在这一计划中，一些项目当前正在加纳、贝宁、马达加斯加和塞内加尔实施，在其他 7 个非洲国家开展的项目正在筹备中。

文：
FARYAL MIRZA

伙伴关系是短期内可以建立的吗？

为建立伙伴关系所需的前期筹备工作可能需要很长时间，有时候不是几个月，而是几年。在某些情况下，由于时间太长，以至于错过了时机。挑战在于如何找到更有效建立伙伴关系的方法。我们在各种会议和研讨会上听说的都是成功的案例，但现实中也有很多失败的案例。伙伴关系破裂、银行破产、小额信贷机构消失或邮政体系发生变动，这些都会导致合作关系的中止。

如何能够避免伙伴关系的失败呢？

原则就是需要更加结构化的知识共享，以协助各国邮政建立切实的伙伴关系，并从其他方面学习经验。

了解失败的原因是很有价值的，想想为什么会失败？应该怎样做才能成功？建立伙伴关系与机构成长的基本关系是什么？机构成长是在自己的机构和金融服务中建立的模式，我们努力

以此为基础拓展业务并进行全面运营。时机是一个重要因素。

建立伙伴关系的原因是什么呢？

有时是法律和监管方面的原因。很多时候，邮政没有从事某些金融服务的执照，而获得该执照也非常困难；还可能是政治或金融方面的原因。此外，在很多情况下，机构成长受到资金或金融方面的限制，可用于投资新服务、扩大或改善金融服务的资金有限。因此，可以通过建立伙伴关系来弥补相关缺口。

建立伙伴关系的另一个原因可能是知识或管理能力。各国邮政有时无法在内部使用到某些银行业或金融服务方面的专业人员，但却可以与金融服务公司建立伙伴关系。再次强调的是，我们需要非常清楚什么是合作的基本原因。对于每个邮政来说，确定寻求合作伙伴的原因及寻求何种合作伙伴都是相当关键的。

为什么其他行业有兴趣与邮政合作？

只是因为邮政拥有 1,000 家邮局网点便能够建立伙伴关系是远远不够的，很可能他们已经 30 年没有进行过改革，设施也不完善。谈起建立伙伴关系，我们都知道风险重重。

那么理想的伙伴是怎样的呢？

双方都信守承诺是很重要的。伙伴关系可不能随心所欲，今天建立了明天就能够拆伙。一方面，邮政具有信誉、社会使命、公众义务。因此，所选择的伙伴必须是真正严肃认真的机构，能够承诺建立长期业务而不是追求快速获利。

建立伙伴关系的重要基石是什么？

一是邮政的品牌价值。品牌价值也就是信任、信心以及信誉。信誉对各国邮政至关重要，而它能够通过资金价值体现出来。美国邮政总局近期评估其品牌价值达到 37 亿美元。虽然这个数额很高，我认为还是低估了。然而，这向其他很多邮政传递出了信号，让他们在考虑建立伙伴关系的同时，知道如何正确应对来自潜在伙伴的评价，比如说“你没有像样的邮政网络，你的员工需要培训，你的设施不全”等。十分关键的是，邮政拥有品牌、名声和信誉，这些也都具有价值，事实上这些对于金融服务公司更为关键。

各国邮政如何评估自身品牌价值？

各国邮政经营者需要具备各种工具和手段来实际评估自身价值。建立伙伴关系对于双方来



万国邮联——国际农业发展基金项目希望为农村家庭提供帮助，例如照片中的塞内加尔家庭（照片：Olivier Asselin / 国际农业发展基金）

说都事关信誉问题。作为一个邮政经营者，由于本身具有公共使命和品牌价值，这就意味着和某些类型的金融服务公司不能真正进行合作。

潜在的伙伴应该是一个完善的金融机构，其本身具有社会责任感并且对融合发展有着长远打算。这就意味着如果想要建立伙伴关系，就需要事先规划好建立伙伴关系的条件。这不仅有助于邮政制订行业政策、编制财务报表和划分清晰的责任，同时还有助于促进邮政网络互连互通，但如果不是这样的话，就要思考怎么做才能实现互连。同样重要的是，各国邮政要清楚自己需要从对方得到什么。

伙伴关系会是什么样的呢？

我们可以把伙伴关系看作是一条产品线。比如说，国际农业发展基金——万国邮联项目的

“潜在的伙伴应该是一个完善的金融机构,其本身具有社会责任感并且对融合发展有着长远打算。”

重点是汇款,这就是一条产品线。邮政经营者面临的仍然是老问题——这一产品如何与提供给消费者的整体产品或产品系列配套。还有一种可能,就是把合作伙伴当成一个客户端或具体的产品,如保险、信贷、证券等。

对于邮政经营者来说更重要的是确定如何能够更好地服务客户。或许伙伴关系中最重要的部分就是将邮政局所作为提供金融服务的网点。

邮局其实不是单一独立的服务渠道,但是在某些地区是“唯一的渠道环境”。在这个生态系统中有很多渠道——移动设备、终端、自助终端、互联网、银行分部或者代理处。邮局是一个特殊的渠道,可以吸引很大一部分人群,但不是所有人。能够看到邮局的实际或潜在地点总归是好事。邮局网点与银行分部、代理处和ATM机的实际位置关系是怎样的?邮政局所该如何填补空白地带?

科技有多重要?

网点服务技术和互连互通都至关重要。万国邮联认为邮政局所的互连互通是优先考虑的

方面,尤其是在非洲,这一点十分重要。网络只有相互连通才能称之为网络。要使相关服务成为可能,网点服务技术应当包括安全扫描仪、打印机等设备。这里的关键挑战就是我们所说的互操作性。这不是指针对某个单独操作的单独技术,而是需要具有连通的能力,比如与各种支付卡、支付系统以及其他金融系统相互连通。

现金管理要融入哪个环节呢?

这很关键。现金管理有很多方面,比如在总部是否能够实时在线纵览不同邮局的现金状况,同时也意味着如何管理邮局的现金存量。存放在邮局里的最佳现金数额是多少?如何运输现金,是否需要运钞车以及如何监控这些车辆的行驶路线?如何在成本和安全之间找到平衡点?

一些国家邮政一直在建立集中管理的资金系统,可以相当准确地跟踪现金状况。但是我看到为数不少的邮政经营者还不具备这些条件。在国际农业发展基金项目中,其中一个倡议项目就是制订一套用于现金管理、流动资金管理和现金

物流的工具,并寻求最佳状态。不同国家、不同时间的最佳状态都不相同,也会随着季节性规律及客户行为发生变化,但是至少能够有一个前进的基础。

伙伴关系有多复杂?

订立合同是整个过程中一个正式的小步骤。这要求合作双方机构中的不同层级做到互相对应,而这是关键的挑战之一。邮政时常会低估自己与金融伙伴之间所需的接触点的数量。

双方各自工作组都需要有一个结构完整的团队架构。尽管该团队已经就位并且运行良好,我们还需要认识到这是两个文化背景迥然不同的组织在进行合作。不同的文化背景意味着存在情感冲突的风险。这些是管理层需要考虑并预料到的问题,需要持续地关注和指导。

监管方面又怎么样呢?

众所周知,中央银行可能看不惯邮政局所掺和进来,希望扩大自己的金融业务。中央银行也不总是熟悉如何通过邮局来提供金融服务,因此可能会反对。他们也可能因为本来就存在一些商业银行或储蓄银行等而表示反对,与邮局合作并不利于中央银行。

因此,监管方面一个非常重要的因素就是同

时解决金融和邮政两套监管框架中的问题。

很明显,邮政局所能够在金融服务的普遍获取方面扮演非常重要的角色。同时,通过邮政局所支持并扩大对金融服务的获取,这在原则上既能够给国际发展机构带来利益,又是一种社会责任的承诺。

万国邮联和国际农业发展基金的伙伴关系中有什么令人瞩目之处?

这是一次令人瞩目的国际合作,因为它显示出国际组织对利用邮政网络来实现普惠金融的兴趣。人们普遍认为邮政局所在扩大金融服务范围方面具有巨大潜力,但是通常这种潜力没能发挥出来。

如果我们看看非洲,再看看全球,便可以看到各国邮政和金融机构(可以是银行、小额信贷机构或汇款机构)之间存在某些合作。在超过80%的国家中都在发展伙伴关系,这些国家的邮政在金融服务方面都相当积极。

但是我们也看到存在不同的合作模式,从各国邮政很难受益的简单标准合同,到长期协议及联合投资。如果将这些不同的模式进行清晰的定义,并指出不同模式的利与弊及哪些对邮政更有利,将更有助于发展。**FM**



西非各国邮政联合推进改革

西非的指定经营者面临重重挑战,其中包括供电不足,地址库及其他基本基础设施缺乏等问题。他们正在致力于制订新的战略,以增强能力建设并对各自国家的社会经济发展做出贡献。

文:
DAVID KOCH

2015年3月,来自14个西非国家的代表,连同私营部门及包括万国邮联在内的国际组织代表齐聚一堂,出席邮政改革与监管论坛。这次为期三天的论坛展现了西非如何尝试将邮局作为地区发展的引擎以克服巨大困难。

普遍服务

在实际上不存在或不可能实施邮政监管的这一地区,该论坛就探索邮政发展新方式提供了思想交流的契机。论坛由科特迪瓦主办,地点选在沿海城市大巴萨姆。科特迪瓦是西非地区新兴的次区域领军国之一。

Héraclès Maye Assoko 曾任科特迪瓦邮政和信息通信技术部法律事务和国际合作处处长,现为该处资深法律顾问。他在会上解释了在经历多年冲突和治理问题之后,自己的国家正如何克服困难,重建邮政。

Assoko 解释说,科特迪瓦于2013年出台了新的法律和邮政部门管理制度框架,取代了数10年前的法规。新制度旨在确保由所有邮政企业为普遍服务提供资金,同时允许在规定的范围内存在竞争。

Assoko 在接受《邮联》杂志采访时说,该举措使邮政走上了摆脱专营模式的道路。自1999年政治动乱开始并导致数年内战以来,专营仅停留在纸面上。在此期间,许多私营邮政公司开始非法经营,缺乏监管。

新监管机构

据 Assoko 称,科特迪瓦预计将投资280多亿非洲法郎(合4,680万美元),作为持续进行邮政改革的部分工作。这部分资金将用于重建被战争摧毁的邮政基础设施及偿还债务。

在科特迪瓦制度体系下,主要发展是成立了新的邮政监管机构。该机构名为 ARTCI,它还是电信和信息通信技术的管理部门。在新体制下,包括跨国集成商在内的私营邮政经营者现在可以经 ARTCI 授权提供某些邮政服务,包括2千克以上邮件及31.5千克以上包裹的国内和国际投递。

Assoko 称,立法机关已经承诺保护普遍服务在2013年之后的7年内免受竞争威胁。但是,在撰写本文时,政府正在考虑颁布法令,授权私有经营者在城市地区投递2千克以内的物品。

Assoko 表示,实际上私有经营者已经在经营这些服务项目,而且消费者也已经习惯于此。他视这一现象为后冲突时代邮政发展的一个挑战,并指出结束这类服务的成本将会非常高且很艰难。

得到授权的邮政经营者也可以根据新体制的规定提供一系列的快递服务,包括递送诸如书籍、商品目录和办公用品等各类印刷品。但私有企业在拥有此类经营权的同时也要承担一系列的义务,包括达到质量标准并为普遍服务提供资金支持,不过资助的具体数额尚未确定。

在新体制下,涉及一次性“按需”投递合同的

“能够有所发展的市场是拥有强大指定经营者的市场,他们充当了邮政行业其他参与方的引擎。”

Marie-Odile Pilley

另一类邮政服务也可以自由开展,无需得到监管机构的授权。Assoko 表示,提供这一服务的公司也需要资助普遍服务。

据 Assoko 称,科特迪瓦邮政作为指定经营者,现在得到 ARTCI 的许可并受其监管,在运营中需要确保通信机密,并按照平等和非歧视的原则在整个领土提供易于获得的服务,特别是对于残障人士。在新体制下,指定经营者制定的价格每年必须经监管机构审核批准。

在执行中,任何与邮政经营者的业务有利益关系的人,例如代表消费者的团体等,均可向监管机构投诉。之后还可以在科特迪瓦上诉法庭对监管机构的决定进行申诉。

能力建设

万国邮联顾问 Marie-Odile Pilley 表示,通过建设基础设施、提高服务质量以及开发更具包容性的网络来增强邮局服务能力是邮政发展的关键。

Pilley 在接受《邮联》杂志采访时说,“能够有所发展的市场是拥有强大指定经营者的市场,他们充当了邮政行业其他参与方的引擎”。

指定经营者通过为每个公民传递信息、投递

物品,开发促进贸易的网络以及增加交易量而刺激了市场的发展。

塞拉利昂指定经营者塞拉利昂邮政总经理 Sammy Koroma 对这一观点表示赞同,强调竞争是好事,但一定程度的国家保护对经营者的发展也是必要的。

Koroma 说,“你们需要为邮政提供充足的力量”。

这意味着当选官员必须愿意努力争取制订有利于指定经营者的法规,尽管面临利益竞争的压力。

相反,自 20 世纪 80 年代所谓的“华盛顿共识”的全盛时期以来,许多非洲国家都因推行结构调整计划而经历了快速的自由化。这些方案引发了恶性循环,使原本疲软的邮政局所丧失市场份额,从而导致各国邮政进一步衰退。

Pilley 说,其结果是虽然主要的集成商可能在一些营利领域运行良好,但庞大的人口仍然未能获取任何邮政服务。而且,由于不能执行规定,这些市场经历了损害邮政发展的“野蛮竞争”。因此,西非国家正在寻求创新方式以实现业务盈利,并正在努力为次区域创建共同市场。

协调发展

为创建这一共同市场,与会国家采纳的诸多建议之一就是需要制订协调一致的政策。的确,此类会议的主要好处之一就是促进与会各方之间的整合,实现更加有效、更可持续的经营。

按照 Koroma 的说法,所谓更好的整合,举例来说是指现在由飞机从塞拉利昂运往邻国,比如利比里亚的邮件可以通过更经济的陆路方式运送。发往科特迪瓦的邮件可以通过电子方式运送,并在阿比让的混合邮件处理中心打印出来。

大巴萨姆论坛的监管与改革工作组呼吁建立协调一致的次区域政策框架,能够对所有方面进行规范,从地址库基础设施到对目前缺乏监管的快递经营者进行授权等。

Pilley 称,在协调发展方面的努力旨在促进西非各国之间的贸易。次区域殖民主义的一个遗留问题是内部贸易水平低,但是通过整合邮政监管,各国便能够扩大邮政共同市场的规模并更广泛地推动经济活动。

她以欧洲为例,称“区域一体化实现后,将大大推动各国之间的交流”。

她补充道,“这将是非首都城市的小公司与国际供应链建立某种联系的一种方式”。

同私营部门建立伙伴关系

西非指定经营者由于缺乏基础设施建设资金,通常不具备承担某些项目的的能力。因此,大巴萨姆论坛的代表们表示有兴趣与私营部门建立伙伴关系。论坛上介绍了几个与私营部门建立双赢伙伴关系的例子。

然而,论坛上网络盈利能力工作组的报告称,邮政经营者也对这些协定表示谨慎,“由于缺乏起草和理解相关协定的专门知识,特别是在同金融机构建立伙伴关系时,邮政往往容易受到蒙蔽”。

但是,虽然小国家单枪匹马通常会在与大型跨国公司谈判时处于劣势,但他们能够通过集体谈判达成双赢的伙伴关系。

Pilley 说,“合作非常、非常重要”。DK

埃博拉病例减少 塞拉利昂邮政努力恢复服务

塞拉利昂邮政总经理 Sammy Koroma 说,虽然西非的埃博拉病毒发病案例急剧下降,但对塞拉利昂邮政经营者造成了挥之不去的影响:国际邮件运输中断带来收入损失和消费者信心受挫。

在致命的疫情爆发之前,每周运送国际邮件飞往塞拉利昂的航班有 6~8 次。但当疫情危机到达顶峰时,每周运送邮件的航班骤减至 1 次甚至根本没有,原因是航空公司取消了邮政运输。

据 Koroma 表示,整个危机期间唯一继续提供服务的是布鲁塞尔航空公司。该公司有时将邮件放在欧洲,以便腾出空间装运抗击疾病所需的药物和防护设备。结果导致国际邮件积压,引来那些等待国外邮件客户的投诉。

Koroma 说,“消费者会认为这是我们的错误”。他还表示,邮政也损失了特快专递业务用户,因为他们转向使用敦豪速递公司。

Koroma 称,尽管现在航班频次开始增加,但在撰写本文时,英国航空公司和法国航空公司等主要运输公司尚未恢复服务。埃博拉疫情爆发导致邮件中断,指定经营者目前正在努力应对由此带来的“收入大幅下降”。Koroma 说,“除非我们增加邮件投递特别是航班频次,否则我们仍将继续深陷泥潭”。

塞拉利昂邮政也预计到终端费将会下降,因为终端费的支付与服务质量相关。尽管邮政自己面临种种困难,它也对抗击埃博拉病毒做出了贡献。特别体现在邮政利用自己的网络向各家客户传递有关埃博拉的信息。Koroma 还指出,由于邮政努力宣传,邮政员工中没有出现埃博拉相关的伤亡。

根据世界卫生组织的数据,截至 6 月,埃博拉已经在几内亚、利比里亚和塞拉利昂夺去 11,000 多人的生命。6 月初,几内亚和塞拉利昂仍有 20 几例病例。DK



欧盟努力消除数字壁垒

欧洲委员会最近公布了新的“单一数字市场”战略，旨在更新规则并采取新举措，以确保欧洲不在数字世界中落后。

文：
CATHERINE MCLEAN

欧盟的单一数字市场战略由 16 个单独行动构成，这些行动覆盖了从技术、增值税到邮政服务等一系列领域。时间期限十分紧张：所有行动均应在 2016 年年底之前完成。

虽然欧盟内部消费者和企业面对的实体障碍已经消除，但数字世界存在的障碍却不尽如此。欧盟内部仅有 15% 的欧盟公民通过网络购买其他国家的服务或产品，跨境销售货物的中小企业仅有 7%。

单一数字市场副主席 Andrus Ansip 坚信新方案将“使欧洲做好准备，收获数字未来带来的益处，给人们和公司带来线上自由，能够从欧洲巨大的内部市场充分获利”。

机 遇

欧盟内部蕴藏着巨大潜力：每天约有 3.15 亿欧洲人在线。但是，欧盟内部对高速网络服务的采用却很迟缓，令人诧异。只有 22.5% 的用户网速超过 30Mbps。农村地区只有 15% 的欧盟公民能够获取 4G 移动技术。欧盟委员会计划对包括频谱在内的电信法规进行改革，同时推出投资高速网络基础设施的激励措施。目前，数字领域中的机遇正在被浪费。在欧盟中，54% 的数字市场主要由美国的在线服务组成。欧盟 28 个成员国的国内在线服务占 42%，而欧盟跨境在线服务的市场份额只有 4%。

根据欧盟委员会的预测，每年各种倡议举措最终能够给欧盟内部带来 4,150 亿欧元（合 4,530 亿美元）的额外经济增长，同时创造“成千上万”的工作机会。

欧盟执委会数字经济与社会事务委员 Günther Oettinger 说，“我们的经济和社会正在走向数字化”。

他还补充道，“未来的繁荣将在很大程度上取决于我们能否很好地把握这一转变”。

这一战略由三大支柱构成：使整个欧洲的消费者和企业更好地获取数字商品及服务；为数字网络及创新服务的繁荣发展创造合适的条件和公平竞争的环境；使数字经济的增长潜力最大化。

其中一个支柱的重点是为消费者和企业逐渐消除数字世界中的跨境交易壁垒。小型在线企业面临的一个障碍是根据另一个国家的法律，必须缴纳数额不小的费用（约 9,000 欧元）。对消费者而言，欧盟内部跨境在线购物不够便利且投递费用高昂往往令其望而却步。

建 议

欧盟委员会已经在该领域提出了很多倡议举措，包括引入统一的增值税电子注册和支付系统。这将更便于小型在线企业在整个欧盟拓展业务。邮政行业也成为众人瞩目的焦点。委员会认为高昂的投递费用对企业和消费者而言都是一个障碍。据委员会称，包裹跨境投递关税高达国内投递费用的 5 倍。其他问题包括参与跨境物品运输的不同邮政经营者之间缺乏互操作性。

欧盟内部的邮政行业已经在总结一套致力于提高质量和互操作性的做法，包括更快地投递包裹。委员会也将推出“补充性”举措，以实现欧洲投递价格更加“透明”的目标。CM

Postage stamps ... get real!

World Numbering System (WNS)

Find every official and legitimate postage stamp produced by the world's issuing authorities and gain easy access to online philatelic stores worldwide.

www.wnsstamps.post – For the love of philately



UPU | UNIVERSAL
POSTAL
UNION

The World Numbering System is managed by the World Association for the Development of Philately, part of the Universal Postal Union.



中国特快专递 进口业务量飙升

中国偏爱进口产品的中产阶层越来越多，使中国的特快专递进口业务量首次超过出口量。

文：
DAVID KOCH

与2013年相比，2014年中国的特快专递进口业务量增加了62%，达到1,330万余件。增长速度似乎还在加快：2015年第一季度特快专递进口业务量是2014年同期的两倍。万国邮联特快专递业务部门亚太地区协调员蒋峰称，2014年入境中国的特快专递业务量占全球总量的23%，居世界之首。这种趋势为提高中国的服务质量赋予了全球性意义。

中产阶层

中国的中产阶层消费者偏爱名牌产品，随着中产阶层财富的增长，通常节俭的家庭现在却愿意为进口品牌支出更多。

而通过特快专递业务进口的产品通常为日用品，如奶粉。在三聚氰胺配方奶粉导致超过5万名婴儿死亡或生病的事件发生之后，中国的奶粉进口量开始增长。其他受欢迎的产品包括化妆品和药品。

进口产品大部分来自日本，占今年第一季度中国特快专递进口业务总量的34%，为2014年同期的两倍；其次为韩国，今年第一季度增长了60%。其他产品出口增长幅度较大的地区主要是荷兰、英国、法国、澳大利亚、中国香港、印度和捷克共和国。

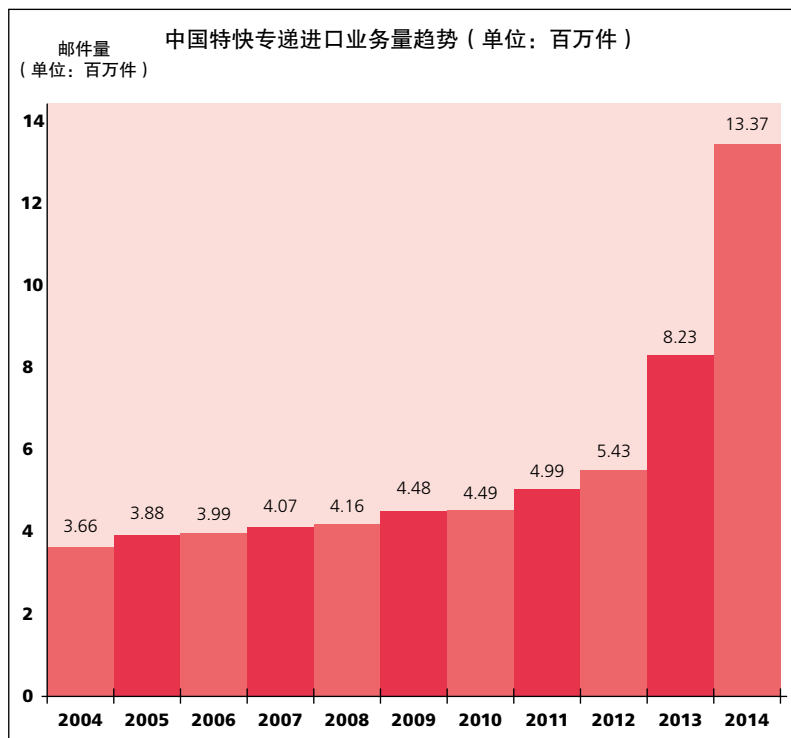
变化

中国邮政曾是特快专递邮件的净出口方，这一变化令其将投递标准作为工作重点，以增加利润。

蒋峰说，“中国邮政已经意识到通过提供更好的投递服务，能够获得更多利润”。

这一战略转变表现在同包括日本、巴西和俄罗斯的指定经营者在内的主要快递合作伙伴签署了若干新的绩效薪酬协定。蒋峰说，这些协定已于2015年第二季度生效，这意味着中国邮政“将为确保提高特快专递服务质量付出更大的努力，尽管进口邮件业务量的大幅上升带来了困难”。

的确，邮件的涌入促使中国邮政着力解决主要互换局的瓶颈问题，如上海国际互换局。蒋峰称，指定经营者已采用多管齐下的方式来处理这些问题。例如，中国邮政已同海关协调改进通关流程，并“通过增加人员、设施规模、设备、车辆以及自动化和流程优化”来提高处理能力。中国邮政也已经实现了信息系统和处理流程与国内运营的整合。该指定经营者正在为到2016年年底实现95%的按时投递目标而努力奋斗。DK



来源：特快专递业务部门



联合国贸易和发展会议呼吁采用普遍服务

在发展中国家努力释放电子商务潜力的过程中，邮政系统能够在提供高效的普通服务方面发挥关键作用。这是联合国贸易和发展会议一份新报告的重要结论之一。

文：
DAVID KOCH

3月发布的《2015年信息经济报告》描述了阻碍发展中国家全面参与电子商务的障碍，并提出了克服这些障碍的策略。为了让领导者更好地了解本国在电子商务市场的经济能力，报告还提供了一个新指数体系，用以评定132个国家是否已经准备好开展企业对消费者（B2C）的电子商务。指数体系的关键要素之一就是邮件投递到户的人口比例。

报告还包含一系列对政策制定者提出的建议，其中包括能够强化法律法规的各种方式，以帮助对网上购物持犹疑态度的消费者建立对网购的信任。总之，科技继续改变经济现状，报告呼吁发展中国家全面应对电子商务的挑战。

机 遇

报告称，除了互联网接入和安全支付系统等因素之外，产品配送质量也是影响一个国家电子商务规模的重要因素。这意味着指定经营者在电子商务发展中很有可能发挥至关重要的作用。

报告指出，尽管一些国家投递服务质量很差，但邮政网络“仍然是能为城市居民、更重要的是城区之外的消费者和生产者所普遍获取的最重要的国家基础设施”。

邮政的重要性源于其与国家领土内分布广泛的网络及其同国外邮政网络的连接。这使邮政成为“将所有公民和企业同全球电子商务经济连接起来的经济有效的方式”。

联合国贸易和发展会议也注意到了通过邮政渠道进行跨境投递的小包、包裹和大件邮件量显著增加。万国邮联数据显示，仅在2011~2014年间，这三类邮件的国际投递吨位就增长了48%。

而且，虽然电子商务最初给发达国家的跨国公司带来了利益，但发展中国家特别是亚洲和大洋洲地区的发展中国家在网络市场上的地位正在凸显。仅在2011~2014年间，这一地区的小包、包裹和大件邮件的出口量吨位就从25.5%增至32.9%。

万国邮联电子业务项目经理 Paul Donohoe 称，邮政将发展中国家的民众特别是偏远地区通常被排斥在全球市场之外的企业同市场连接起来，从而促进了电子商务的发展。邮政经营者不仅充当投递通道，而且可以提供包括金融服务在内的解决方案。

他还说，“我们通过信息通信技术将这些农村及偏远社区同世界市场联系起来，实际上可以显著减轻贫困”。

企业对消费者电子商务指数体系

四个关键指标：

- 互联网接入
- 信用卡普及
- 安全网络服务器的具备
- 邮件投递到户的人口比例



电子商务需要新的处理方式（照片：William Iven）

不确定性

但是,电子商务也对发展中国家的经济体提出了挑战,比如一些无法在数字世界中竞争的实体零售店有可能关门。

该报告第一作者,联合国贸易和发展会议信息技术分析部门主管 Torbjorn Fredriksson 说,“在这个意义上,电子商务能够带来转变,其中有赢家也有输家”。

他指出,还存在一些各国政府必须努力应对的未知状况。例如,比亚亚马逊等跨国公司,当地小型企业如何能够获益? 另外,电子商务最终会对就业水平、工作质量和薪酬产生怎样的影响? 如何向地处国外的电子商务公司收取税费?

存在的挑战有,主要的平台和支付网关通常会限制发展中国家的人们充分利用全球电子商务的机会。例如,斯里兰卡的一家小企业可以开立贝宝(PayPal)账户进行国外支付,但却不能由此收到来自斯里兰卡以外的资金。

Fredriksson 称,尽管发展中国家的政府和企业面临这些挑战和不确定因素,消费者仍然有着强烈的网购动机。

他还补充道,“电子商务通常为顾客提供更多的选择、更低的价格以及更多的便利。在这个意义上,顾客不必等到商店营业而是随时可以购物”。

这就意味着各国政府需要更加了解企业需求。

Fredriksson 称,“在我看来,对各国政府提出的挑战是需要制订适当的政策,帮助企业部门能够尽可能抓住这些机遇”。

电子商务准备程度

设计 132 个国家的企业对消费者“电子商务准备程度指数体系”的目的是使各国能够对本国的相对优势和劣势进行评估。卢森堡、挪威和芬兰位居世界前三。在发展中国家中,排名最靠前的分别是韩国、中国香港和新加坡。

从结果可以看出地区水平存在重大差异。报告显示,因为网络接入水平低,非洲地区电子商务表现欠佳;拉丁美洲、加勒比地区、亚洲和大洋洲地区的邮政服务需要极大改进。

将邮政上门投递服务包含在指数体系内显示出其在电子商务发展中有着十分重要的作用,但各种竞争的投递模式也在不断增加。随着更多的私营市场参与方设法在日益增长的电子商务市场中分一杯羹,竞争很可能会加剧。但是,能够普遍获取各项邮政服务对包容性增长至关重要。报告中的案例研究介绍了越南的电子商务公司如何正在使用摩托车车队进行递送,以“避开邮政服务和基础设施不足的状况”。

Donohoe 称,在指定经营者未能充分应对电子商务市场需求的国家,绕开邮政服务的做法实际上相当普遍。但是,采用类似私营摩托车车队的解决方案一般受规模的限制,因为电子商务公司无法负担市中心之外地区的投递。Donohoe 补充道,政策制定者在制订电子商务战略时,应当把邮政经营者当作不可或缺的部分。这样才能确保通用的邮政基础设施同电子商务的其他因素(包括网络接入和电子交易法律)同步发展。

报告还强调,通用地址库和邮政编码是邮政基础设施的重要部分,应当与国家电子商务战略一同制订。报告还对肯尼亚内罗毕一家披萨公司的情况进行了介绍,该公司“认为有必要分别绘制派送范围内的每幢公寓、综合办公楼和住户的地图并进行标注,以便确定购买者的位置并能够确保在一定时间内完成派送”。但这样的安排能够造成其专有派送系统的碎片化,无法鼓励新的客户进入电子商务市场。

Donohoe 称,“这确实强化了各国政府需要将地址库和邮政编码作为本国电子商务发展核心元素的重要性”。

建立信任

报告显示,很多发展中国家对社交媒体的利用已经达到了相当高的水平。例如,在拥有世界第四大人口的国家印度尼西亚,约有 25% 的人口上网。在上网人口中,几乎 90% 都拥有社交媒体账户。但是很多国家对电子商务的理解水平相对不高。在印度尼西亚,2013 年的网上零售额不抵实体店零售额的 1%。

Fredriksson 称,人们不愿意网购,部分原因

是对网上交易的安全性缺乏信心。

他说,“增强信任、建立信心的方法之一是建立法律框架”。

报告中对各国是否存在相关立法做了世界范围内的调查,认为有必要进行立法,发展中国家尤为如此。例如,只有十分之一处于转型期的国家具有保护网络消费者的立法。报告认为,通过并采用相关法律法规以保护网络消费者、打击网络犯罪并保护数据,这对电子商务的可持续发展至关重要。

但是各国需要的不仅仅是立法改革,还需要应对复杂的执法问题,这些问题通常还伴随着立法和司法机关对此缺乏理解和认识。

此外,电子商务的顺利发展需要可信赖的支付方式。报告显示,发达国家的零售交易大部分通过信用卡结算,但是发展中国家也出现了货到付款、储值卡或“电子钱包”等其他支付形式。

整体方式

报告强调各国制订电子商务战略并无适用于所有国家的“一刀切”公式。但报告提供了指导方针,旨在帮助领导者了解其中起作用的多种因素,从而根据各自国家的具体情况调整政策建议。

报告指出,制订国家电子商务战略必定涉及包括邮政和海关在内的不同政府部门、私营部门和其他机构。

Fredriksson 说,“有很多问题需要放到突出位置,这样才能从整体进行审视”。

既然邮政在这些变化中处于中心位置,那么指定经营者就应该发挥重要作用,向正在经历这些转型改革的本国政府提出建议。DK

案例研究：韩国邮政的安全食品配送

联合国贸易和发展会议报告中提到了韩国邮政对韩国农村地区电子商务发展做出的贡献。韩国邮政将农村地区的生产商同全国特别是城区市场的消费者直接联系起来,成为食品——主要是鱼、水果、蔬菜的“安全配送渠道”。

Donohoe 说,韩国邮政不仅对新鲜食品的处理能力(冷藏箱等)进行投资,而且制订了质量认证标准,使人们能够相信邮政配送物品达到了很高的服务标准。

联合国贸易和发展会议的报告指出,“通过邮政配送渠道,9 家中小型农村企业实现年均销售额超过 10 亿韩元(合 80 万美元)。”

报告称,项目的成功是几个因素共同作用的结果,其中包括公众对邮政这一政府部门早已存在的信任,其他因素还有“严格的质量控制、合理的价格以及快捷精准的配送”。DK



印尼邮政致力于服务更多未能获取银行服务的人口

印度尼西亚邮政根据一项金融普惠项目，正在着手筹建邮政储蓄银行，旨在帮助印尼的几亿人口获取银行服务。

文：
CATHERINE MCLEAN

印度尼西亚拥有 2.54 亿人口，但据世界银行统计，60% 以上的人口无法获取银行服务。根据新的试点项目，印尼邮政将初步在全国 100 个邮政局所开立储蓄账户，之后将“逐步”拓展储蓄网络。到 2020 年，达到在 3,800 个邮政局所开立储蓄账户的目标。在印尼政府的大力支持下，这个雄心勃勃的项目将有助于减轻贫困。如果一切按计划实施，在 2015 年年底之前，将有望创建印尼的邮政储蓄银行。

印尼邮政金融业务发展部经理 Hertadi Iman Santoso 表示，“我们相信，印尼邮政将在推动金融普惠方面发挥巨大的作用”。

他说，新建成的银行将是印尼邮政的难得商机，可以使印尼邮政保持竞争力并满足消费者不断变化的需求。印尼邮政还计划开办学生储蓄账户和社会福利支付业务。

他同时也表示，“印尼全国的邮政局所和邮政代理网点将可以向更多的印尼人口提供普惠金融服务”。

然而，印尼邮政在开展这个项目方面仍有很多工作要做，如开发核心的银行系统。国家法律也需要进行修订，且修订程序也不容低估。根据印尼国家发展规划部（BAPPENAS）倡导的

新试点项目，邮政储蓄银行将按商业银行运作，为储蓄账户提供利息。但实行这种运作方式，需要对印尼《国家邮政法》和《银行法》重新审议和修订。

修订的重点将是让金融服务管理局和信息技术部拥有新建成的邮政储蓄银行的监管权。同时也需对银行法进行修订，使得印尼邮政能够开办商业银行。根据现行法律，邮政经营者不得为储蓄账户提供利息。Santoso 表示，在修订之前，印尼邮政将通过提供礼物和商品来对客户的利息进行补偿。

很关键的一点是，印尼邮政经营者已经拥有了丰富的金融产品运作经验。印尼邮政和国家储蓄银行（BTN）及 Muamalat 银行建立了长期的合作伙伴关系，并通过这两家银行向客户提供储蓄账户。但储蓄账户是共有品牌，银行负责具体业务。

邮政经营者也与政府机构达成协议，帮助发放社会福利基金，为退休的公务员和军官发放养老金，为学校发放改善运营资金。印尼邮政的“Pospay（邮政支付）”在线支付系统可以向人们提供面向 100 多家机构的账单支付业务，如银行、水务公司、政府、高校及有线电视公司等。



印尼邮政希望将业务拓展到银行服务无法覆盖的地区。(照片：国际农业发展基金/Roger Arnold)

多样化业务

Santoso 称,由于目前广泛开展的邮政和金融业务,印尼民众早已非常熟悉印尼邮政,并建立了对邮政经营者的信任。这些都非常有助于印尼邮政迎接挑战,有利于将业务拓展到银行服务无法覆盖地区的个人、家庭,甚至是小型企业。

Santoso 解释说,“金融行业一直都发展很快。但考虑到地域分配问题,印尼政府认为目前仍需做大量的工作,才能促进各地经济的平衡发展”。

印尼邮政还创建了自己的国内汇兑系统,即被称为“Wesel Instant”的电子汇票,通过该系统,客户可以快速汇款和收款。在国际汇兑方面,印尼邮政还与其他邮政经营者、西联汇款公司以及私营和公立银行建立了伙伴关系。

Santoso 表示,地理条件是推动金融普惠的最大障碍之一。因为有一半以上的印尼人都生活在爪哇岛,其余人口则分布在整個印尼群岛。印尼拥有 17,508 个岛屿,其中约 6,000 个岛屿都有人居住。

印尼的银行主要分布在大城市,因此其他地区的人们获取金融服务便受到限制。但相比之

下,印尼邮政的邮局网络分布广泛,设立邮局的许多地区都没有银行。

Santoso 解释道,地理条件并非唯一的障碍。银行服务费用过高也限制了一部分人使用银行服务,而且复杂的条款和条件也将其他一些潜在的金融客户拒之门外。因此,很多人更愿意将钱存放在家里或进行投资,如置房、购地或购买黄金珠宝等。

通过使印尼邮政这样的新成员进入金融行业并提供更多种类的金融解决方案,希望金融服务能够惠及更多的印尼民众。印尼国家发展规划部将负责相关的监管问题、定义业务模式和评估市场接受情况。印尼邮政将负责邮政储蓄银行的基础设施建设。

印尼邮政与 BTN 及 Muamalat 银行达成协议,计划首先提供新的储蓄账户服务,但邮政经营者可自行选择其分行的开办地点,之后再对合作情况进行评估,确定下一步发展方向。

Santoso 表示,“只有那些不断创新的人,才能够成为胜者”。CM



澳大利亚

根据**西太平洋银行与澳大利亚邮政**两家公司达成的合作协议,西太平洋银行的客户现在可以选择通过澳大利亚邮政的电子信箱来接收自己的财务报表或进行其他通信。西太平洋银行是澳大利亚第一家签约邮政电子信箱的大型银行。

奥地利 / 土耳其

奥地利邮政将努力拓展在土耳其的业务,将其在土耳其包裹快递公司**ARAS KARGOS**的股份从25%增加到了75%。奥地利邮政有望为买方期权支付1~1.5亿欧元的现金。Aras Kargos的年收入约为2.8亿欧元。

比利时

比利时邮政2015年第一季度收入下降了1.6%,为6.166亿欧元;其中函件量的下滑带来了很大的挑战。但从总体上讲,由于电子零售商的原因,比利时邮政包裹业务量表现强劲,国内包裹业务量上涨了10.2%。比利时邮政的净利润稳步攀升至8,730万欧元。

加拿大

据报道,**加拿大邮政**2014年税前利润达2.69亿加元,而2013年则亏损5,800万加元。它的赢利主要受益于包裹业务的强劲增长、较低的员工福利支出和新的邮件定价措施。

中国

据报道,中国电子商务巨头**阿里巴巴**2015财年第一季度业绩强劲,收入增加了28亿美元,比2014年增长45%,主要是由于中国商品交易总量提高了157%。

捷克共和国

捷克邮政因利润不断下滑,将全国3,200个邮局中的2,500个当地邮局通过特许经营的方式移交给了当地的合作伙伴。余下的700个邮局将继续由捷克邮政直接经营。

丹麦 / 瑞典

2015年第一季度北欧地区电子商

务业务的增长突破了365亿瑞典克朗,比2014年同期增长7%。丹麦的网上消费者所占份额最大,在比例上超过挪威,所占比例分别为76%和75%。

北欧邮政集团虽然函件业务量不断下降,但在电子商务方面仍然表现强劲。2015年第一季度,净销售额达100.3亿瑞典克朗,运营收入达3.12亿瑞典克朗。良好的表现主要是由于北欧邮政集团的重组计划。函件业务量比2014年下降了7%,其中丹麦和瑞典分别下降了15%和5%。

爱沙尼亚

爱沙尼亚的农村居民目前能够通过**爱沙尼亚邮政**提供的一项新型服务从自己的银行账户提取现金。通过该服务,客户可凭银行卡从邮递员的便携式银行卡支付终端提取最高达400欧元的现金。

芬兰

芬兰邮政集团以1.2亿欧元的价格向挪威房地产投资公司**NESS RISAN & PARTNERS**出售了13万平方米的物业组合产品,用于释放资金以进行业务运营投资。所售物业包括位于坦佩雷、奥卢和库奥皮奥的邮政中心,图苏拉的仓库和皮尔卡拉的货运站。

芬兰邮政计划裁减380个长期岗位,作为削减成本和重组的一部分,这将使公司能够将邮局交由零售业务伙伴经营。此项改革将于2015~2018年实施。同时芬兰邮政还将斯堪的纳维亚公路货物运营业务出售给了丹麦北欧运输集团,这也是芬兰邮政提高物流业务运营盈利能力的战略之一。

2015年第一季度,芬兰邮政集团运营业绩增长到2,050万欧元,净利润达1,590万欧元。但由于函件量的下降和物流业务的激烈竞争,其销售额却跌至4.359亿欧元。

法国

法国启动了一项免费使用的全

国地址库BAN,用以查询法国领土内的地址信息。BAN包括2,500万个法国地理位置参考信息,其网址是adresse.data.gouv.fr。这个地址库是在**法国邮政**地址库基础上建立的,并经过全国各相关机构的参与和完善。个人、企业和地方政府均可使用该项服务,下载地址信息。

德国

敦豪速递(DHL)与德国大型物业企业**DEUTSCHE ANNINGTON**建立了合作关系,将在柏林和多特蒙德选定地点的公寓大楼安装包裹柜。该项目包括将包裹柜安装到各住宅区,供居民免费使用。投递员可将包裹寄存在包裹柜里,收件人则可在方便时收取自己的包裹。

在德国,**DHL包裹公司、亚马逊**和**奥迪**合作引入一项新的试点项目,车主可以将自己的爱车作为移动寄递地址收取包裹。奥迪车主可在亚马逊下单,将车辆的准确位置通知DHL投递代理,投递人员便可将商品直接投递到其奥迪车的后备箱中。

印度

亚马逊印度公司目前已经向印度100个城市的客户提供星期日投递服务,并计划将该项服务拓展到更多的城市。星期日投递服务面向居住地址,没有附加费用,但只适用于在亚马逊购买的物品。由此,亚马逊也加入了印度电商Flipkart的行列并开始提供星期日投递服务,后者于2014年便开始提供该项服务。

爱尔兰

爱尔兰邮政(AN POST)与**阿尔斯特银行(ULSTER BANK)**建立合作,通过其全国1,140个邮政网点为个人和企业客户提供某些银行服务。阿尔斯特银行客户可以在全国任何一所邮局办理现金或支票存储业务,还可使用借记卡或现金支付信用卡账单。

爱尔兰邮政2014年重回黑字,实现利润590万欧元,而2013年却亏损

了1,140万欧元。集团收入增长至8.206亿欧元,运营成本下降至8.147亿欧元,其强劲表现归功于邮资的提高。

意大利

意大利邮政计划实施私有化,其运营利润从2013年的14亿欧元骤降至2014年的6.91亿欧元。净利润从2013年的10亿欧元降至2.12亿欧元。主要原因是意大利邮政转型计划中的一次性成本支出。该邮政收入增长了11%,达290亿欧元。

日本

日本监管机构已经通过了日本邮政收购拓领集团(Toll Group)的计划。拓领集团是一家澳大利亚物流公司。这项收购计划旨在拓展日本邮政的国际包裹投递业务并将日本邮政定位于全球领先的物流集团。该收购有望将日本邮政的收入提高约30%。

立陶宛

立陶宛邮政旗下快递包裹公司波罗的海邮政(BALTIC POST)2015年第一季度的投递业务量实现两位数增长,增长幅度为17%,这得益于其自助包裹柜网络“LP EXPRESS 24”提供的包裹服务。此项业务量同比增长2.5倍,将该公司的收入提高了26%。目前该公司在立陶宛快递市场的份额为19.5%。

新西兰

新西兰邮政与新西兰事故赔偿公司建立合作,针对骑摩托车的投递员推出道路安全倡议。该倡议将对骑摩托车的投递员提供专业的培训,让他们注意遵守交通安全,特别是目前越来越多的包裹通过摩托车进行投递。

荷兰

据报道,荷兰邮政2015年第一季度收入增长了10.5亿欧元,而2014年同期只有10.3亿欧元。荷兰邮政再次表示2015年全年现金业务收入有望达2.8~3.2亿欧元。

挪威

北欧邮政集团收购了JETPAK

BORG运输和物流公司的全部股份,巩固了其在挪威市场的地位。JETPAK BORG公司面向挪威汽车经销商、维修商店以及相关产业提供定制化的夜间投递服务。

新加坡

新加坡邮政是新加坡的指定邮政经营者,目前正在推出端对端的电子商务平台,帮助中小企业创建或拓展他们的在线业务。该项服务被称为“ezyCommerce”,能够实现订单履行过程的自动化,并帮助中小企业将库存管理及订单履行等实行业务外包。

新加坡邮政与保险公司法国安盛集团(AXA)合作,在各邮政网点销售普通保险,从而为客户提供更加“无缝衔接的整体体验”。新的保险业务是新加坡邮政转型计划的一部分,用以应对日益下滑的函件业务量,促进多元化的收入来源,并为客户提供更多的数字化体验。

新加坡邮政与印尼主要的手机分销零售商PT TRIKOMSEL OKE TBK已经在印尼携手组建合资公司,以开发印尼快速发展的电子商务市场。双方达成协议,印尼Trikomsel公司持有合资公司67%的股权,新加坡邮政旗下的SP电子商务公司持有余下的33%股权。

南非

南非邮政制订了为期三年的战略规划,以帮助机构摆脱当前危机。该规划将裁员5,065人,同时提供新的工作机会。该规划的目标是推动目前亏损的邮政转型,使南非邮政成为一家客户至上的企业,提供具有商业利益的业务并推动可持续发展。

瑞士

瑞士邮政2014年业务表现强劲,主要原因是较低的税费支出和各种降低成本的措施。集团利润总计6.38亿瑞士法郎,年增长率为1.9%,但运营收入却下降了1.4%,为84.57亿瑞士法郎。由于额外的投资组合减少了收入,运营利润率从2013年的10.6%

下降至2014年的9.5%。

英国

英国皇家邮政将面向全球企业及个人推出涉及53个寄达地的新型“国际跟踪和签名”投递服务。该服务旨在帮助线上零售商能够有效地满足海外购物者从英国订购货物时的投递需求。该项跟踪服务已经拓展到全球39个国家。

皇家邮政目前推出了将包裹交付给邻居代收的服务,以解决收件人不在而无法收取邮件的问题。该服务旨在提高一次性投递率,降低返回投递局的寄递邮件量。但该计划需要客户指定住处较近的邻居在其不在时代收邮件。

欧盟委员会已经通过了资助英国的计划,拨款6.4亿英镑给英国邮局有限公司,用于扶持公共服务。该计划符合欧盟的国家援助规定,只能用于覆盖英国邮局有限公司在完成公共服务使命上的额外费用。

美国

2015年,UPS公司正在美国70%的道路上推广道路优化与导航集成系统(ORION)技术。从2016年起,该技术的全面实施将有望使每名司机每年减少100英里的路程,从而减少10万吨的碳排放量。

据报道,联邦快递在假日旺季的季度利润出现大幅提高,净收入与2014年同期相比增长53%,达5.8亿美元,收入总计117亿美元,增长4%。该强劲增长主要是因为陆路运输量的增加和燃油价格的下降。

美国邮政在2015财年第二季度结束时净亏损达15亿美元,而2014年同期则为19亿美元。运营收入增长至2.23亿美元,比2014年同期有所提高,主要原因是运输业务量增长14.4%。

所有文字均由Emmanuel Duh提供

创新提升质量信息



GMS

全球服务质量监控系统

对于万国邮联的许多成员国而言，利用无线射频识别技术衡量邮件质量曾经只是一个梦想，现在已经不是了，利用全球服务质量监控系统（GMS），各国邮政现在能够以可负担得起的价格受益于无源无线射频识别技术这种先进的解决方案。

欲知更多详情，请观看动画片

<http://www.tinyurl.com/gmsfilm>

或者联系：gms@upu.int



万国邮政联盟

HAPPY



Photo credit: Janeth Rodriguez-Garcia - Preiser figures; Brenda, Dylan & Bob - Design: martinecy

POSTAL AND LOGISTICS SOLUTIONS

At the heart of your business is customer satisfaction and we entirely share this goal. Our solutions and services ensure that your distribution process is optimised and your recipients are better served.

Serving your customers – Together.

www.solystic.com

 **SOLYSTIC**
a NORTHROP GRUMMAN company