

日前,国家邮政局公布了2020年1-11月份统计公报,在新鲜出炉的榜单中,沧州快递业务量、业务收入双双跻身全国前50强,分列第50位和47位。

肃宁、献县、河间3个快递物流园区的建设,正在加速沧州快递业的“虹吸”效应。

在服务生产生活方面,快递正在发挥越来越重要的作用。加强基础设施建设、增强快递服务能力、打通快递进村“最后一公里”、推行绿色环保等,依然迫在眉睫。

绿色发展 快递创新下一站

| 本报记者 吕坤 本报通讯员 袁凤瑞 摄影 殷实

电商基因拉动“一市一品”

几十辆快递车正排着长队等待分拣、装车。分拨中心灯火通明,分拨流水线正飞速运转,工作人员紧张有序地忙碌着。

这是圆通速递肃宁转运中心去年年底前的忙碌景象,每晚20时到次日凌晨,都是他们最忙的时刻。去年“双十一”当天,圆通速递肃宁转运中心的快件量达175万件,比去年同期增长了60%以上。

随着服装、鱼竿、汽车用品、玻璃制品等产业的发展,我市日益成为全国快递市场的

重要发货区域,尤其是文化衫、保暖内衣、鱼竿等产品,在淘宝、拼多多等热门销售平台占据了较大的市场,带动了快递业务量和快递收入的快速提升。

去年11月11日,全市收件226万余件,再创历史新高,2020年11月1日至18日,我市共计收寄和投递快件5283.5万件,比去年同期增长58.5%。

如今,在全市销售领域,直播带货已经从线下销售受阻时的“被动之举”,变为拓宽销路的“常态模式”,来自全

市各地的特色产品纷纷亮相网络直播间,以更加直观的形式向全国消费者展示与推广。

快递的繁荣离不开“一市一品”的发展,以“快递+枣制品”为例,2020年全年累计业务量突破1500余万件,带动产值7.7亿元,已被列入国家邮政局金牌工程项目库。

“我们将在继续巩固这一金牌项目成果基础上,进一步培育杂粮、渔具、玻璃制品、毛刷和服装等多个业务量超千万元项目。”沧州市邮政管理局相关负责人表示。

转运中心建设蓄势待发

“快递物流园区建设将进一步缩短快递运送时限,并进一步促进本地快递业的发展。”市邮政管理局相关负责人表示,截至目前,我市快递业直接服务农业制造业产值达43亿元,其中,直接服务农业产值11亿元,直接服务制造业产值32亿元。

更令人欣喜的是,肃宁、献县、河间3个县市快递物流园区建设取得重大突破。

辐射“沧保廊”及衡水部

分地域快件的分拨转运、总投资1.7亿元、占地72.24亩的肃宁圆通速递转运中心建成运营后,日可处理快件100万件;上海韵毅实业有限公司总投资20亿元在河间建设韵达产业园项目,占地960亩,集智能化快递中心、智能化快运中心、供应链中心(包含电商、云仓、冷链、供应链金融、网红新零售)、结算中心于一体,立足沧州,辐射京南,支撑雄

安新区,为河北省目前最大规模的单价快递企业项目;中通快递集团上海总部在献县建立冀东南(献县)智能科技电商快递产业园基地项目总投资5亿元,已开工建设。

目前全市共有邮政、快递企业分拨中心32个,安检机37台,配备12条全自动流水分拣线和多个半自动分拣设备,快递示范、标准化网点已全部配备笼筐、托盘等离地设备。

打通快递进村“最后一公里”

据统计,2020年“双十一”期间,沧州60%的快递源自或发往农村,农村快递市场的需求量之大,可见一斑。但服务于农村市场的快递企业,仍然面临着配送成本高、利润低等发展困境。

与人口高度集中的城市相比,农村地区地域辽阔、人口稀少,居民居住相对分散,不同农村、乡镇之间的路程较远。这导致快递员在派件时往往会为了几个件,在相距很远的不同村落之间奔波,提高运送成本的同时,也拉低了整个乡村配送的效率。

农村网点作为快递派送环节的最末端,派件费用经过层层截留,实际到手的派费收入普遍偏低。近几年,农村网点派件费用一降再降,一个包裹所能获取的利润非常微薄。加

之快递品牌众多,分流之后,一家品牌的快递配送量,不足以支撑“村村送到家”的时间和成本。

市邮政管理局将“快递进村”当作一项重要的政治任务来抓,通过邮快(邮政和快递合作)、快快(快递间合作)、交快(交通和快递合作)、快电(快递和电信合作)、第三方共配、菜鸟驿站等多种模式推进。截至2014年底,全市170个乡镇已实现快递服务全覆盖,且每个乡镇有2个以上的快递品牌。截至目前,5000多个行政村乡村快递服务覆盖率已超过70%。

“如果能给予快递进村适度补贴,也许能大大缓解现在的‘进村难’。”一位业内人士表示,对于有专项资金支持的地方,这“最后一公里”更容易触达。

快递业迈步绿色环保之路

快递包裹重复利用率的高低,直接决定了其对环境的友好程度。有没有一种可以重复循环利用的包裹呢?

不仅有,而且一年可循环使用300次。

这就是任丘市中通自行研发的新型环保集包中转袋,不仅无毒、无味、耐用、可循环,机械性质强韧,还抗多种有机溶剂和酸碱腐蚀。这种集包袋可自行“站立”,一位操作员就可完成工作,扎口处细节的优化,使用更方便,在转运环节,可提高近1/10的装载效率,

取得了很不错的市场效果。

一个新型集包袋的市场价格是21元,按照一年循环使用300次来算,每次的使用成本仅为0.07元。而传统塑料编织集包袋的市场价格为0.75元,仅能循环使用1~3次,每次的使用成本最低也要0.25元。从成本节约的角度考量,新型集包袋的成本优势明显。

目前,这一产品已更新换代至第三代,且已获得国家知识产权局颁发的实用新型专利证书和外观设计专利证书。



快递分拨人员使用兔车转运快件

新型环保集包中转袋

不仅如此,目前我市快递业使用的燃油三轮车已经全部更换为新能源电动三轮车,大大降低了车辆的油耗,同时快递业积极响应沧州市大气污染防治领导小组办公室通知要求,督促邮政快递企业针对国标III、国标IV黄牌车辆加载配备尾气净化装置。各寄递企业也纷纷加大科技投入,推动分拣设备升级,促进生产作业节能减排,沧州中通、圆通、申通、韵达,河间中通、河间申通、任丘申通等公司都已上线了全自动智能分拣流水线。

经济观察

省优秀新闻专栏

用未来的方法解决眼下的问题

素心

有人说,创业几十年最糟糕的时候,也没有2020这么糟糕。其实,那些过往的糟糕,只不过是时间冲淡了。做企业就是在做一道又一道选择题,2021,我们需要重塑。

当环境剧变时,企业的首要任务是“活下去”,用最少的资源消耗,坚持最长的时间,这是长期准备,是以时间换空间的生存策略。

人们必须要学会用未来的方法来解决今天的问题,而不是用昨天的方法来解决今天的问题。

疫情就像是加速器,不知从什么时候起,企业的数字化转型已经开始了从“锦上添花”到“雪中送炭”的转变,企业开始期冀凭借数字化锻造一副抵御长期风险的“钢筋铁骨”。

对传统企业来说,降本增效的问题迫在眉睫,数字化转型已经不再是一道选择题,而是一道生存题。

有人说数字化转型是对业务过程的重塑,也有企业认为数字化转型就是创建和交付数字化服务,但是很多企业可能并没有摸透究竟什么是“数字化”。

全球知名调研机构IDC的一项调查结果显示,到2018年,全球1000强企业中的67%、中国1000强企业中的50%都将把数字化转型作为企业的战略核心。

《中国数字经济发展白皮书(2020年)》数据显示,2019年我国数字经济增加值规模达到35.8万亿元,占GDP比重达到36.2%,占比同比提升1.4个百分点,按照可比口径计算,2019年我国数字经济名义增长15.6%,高于同期GDP名义增速约7.85个百分点。

进入2021年,数字化进程正大大加速,很可能由原来的三五十年缩短到一二十年。

众多企业都希望利用数字化来进行赋能管理、组织和产品。通过在生产经营的各个环节推进数字化,实现生产在线化、渠道数字化及商业决策智能化,从而及时应对市场变化、实现弹性生产,及时洞察消费者需求,在対的时间、対的地点将对的产品送到対的人手上。

活着就是一场漫长的不适,奋斗就是从痛苦中找到持续奋斗的意义。

重塑,是2021年根本性的选择。

面对新技术带来的挑战不必恐慌。思考如何解决企业面临的问题,需要把目光放长远。

不管我们变成不变,时代一直在变。如果用未来眼光来看,今天的很多问题都不是问题,解决未来的问题,必须要有未来的思考。

信誉楼其实没有秘密

“信誉楼是国欣农村技术服务总会系统学习的第一个本地企业。国欣总会前前后后组织学习了一年多,直到现在,信誉楼的理念我们仍在学习。信誉楼的诚信经营理念、利他之心、为员工搭建成长平台,都深深影响着国欣总会。越学信誉楼,我们越佩服信誉楼。学来学去,信誉楼其实没有秘密,就是每一天都在实打实地践行自己的理念。”

采访对象:卢国欣,1946年生人,河间市西九吉乡卢村人,河间市国欣农村技术服务总会创始人。
 采访组:赵夫铎 吕坤 宁美红
 采访日期:2020年12月15日
 采访地点:河间市国欣康养园



壹

采访组:现在张洪瑞正在您这儿(国欣康养园)疗养,您二位是怎么结缘的?

卢国欣:我跟洪瑞同岁,虽然都在沧州做企业,但是我俩之间认识得并不早。

2006年,《沧州日报》刊登过信誉楼的报道,名为《谜一样的信誉楼》,我一下就看进去了,我们身边有这么优秀的企业,一定要跟人家认真学。

我们就请《沧州日报》牵线搭桥,去黄骅信誉楼拜访张洪瑞,这是我跟他第一次见面。

采访组:是什么让您决定学信誉楼呢,学多久了?

卢国欣:在学信誉楼之前,国欣总会一直在坚持学习,但是对信誉楼的系统学习,对总会的影响可以说非常大。比如诚信,信誉楼开业初期,有员

贰

采访组:“敬天、益人、悦己”,这是张洪瑞崇尚的“商道”,这和您的“顺天时、借地利、靠人和”的“九字真经”看起来有很多共通之处。

卢国欣:没错。无论是信誉楼还是国欣总会,都是踏踏实实一步一个脚印走来的。信誉楼现在已经有37家店,国欣总会在全国范围内的农场已经近10万亩,光新疆就有8万亩。能发展到现在的程度,其实都是“不忘初心”的结果。

这几十年来,我们一直坚持的也是自己的理念。比如信誉楼的“敬天、益人、悦己”,我理解就是要尊重客观规律,要有利他之心,要学会欣赏自己。

这些说起来都很容易,真正做起来其实特别难。

比如利他之心,张洪瑞就能够做到真正为所有利益相关者着想,早些年做商业,到处都是“三角债”,但是信誉楼每到年底就主动给供应商结账,在那个年代是很少有的,那时候一说就是“年关”,做生意的都互相躲债,哪儿有主动结账的?但也是缘于信誉楼的这种信念,供应商都愿意把最好的货源留给信誉楼,为他人着想,最终受益的其实还是自己。

国欣总会对外合作方也都视为自己的亲友,求多赢。我们只把种子送到种商那还不够,把种子送到棉农手上,棉农成为最大的受益者才是多

叁

采访组:您觉得张洪瑞是一个什么样的人?

卢国欣:对于洪瑞,我觉得相见恨晚。当年我去拜访他后,他也来国欣总会回访,给我的感觉就是话不多、深沉、内敛。我俩性格完全不一样,我属于风风火火、心直口快的。

但是我俩也有很多共同点,比如我们都当过生产队长,后来又都办了企业。我俩还都愿意读书看报,生活上也都比较节俭。张洪瑞在这儿疗养,工作人员看他用的毛巾旧了,想给他换一条,他不换,说用旧的挺好。我也一样,直到现在我还是骑车子上下班。

采访组:其实您二位更多的是思想的碰撞,很多理念相同。

卢国欣:信誉楼为顾客着想,不注重眼前利益。去信誉楼买东西,要是商品降价,员工会提前告诉你,退换货

工看着西服卖得好,就把加价率提高到超过了信誉楼规定的范围。洪瑞知道后,不仅在电视台刊登致歉广告,还全额退款。这是信誉楼的诚信。

有一年,国欣总会出了一个“种子事件”。关于种子发芽率,国欣总会的企业标准远高于国家标准。但是有一批种子,当时发芽率超过了国家标准却没有达到企业标准,总会为此耗时3个月、辗转5个省市数千公里、损失220多万元,召回全部“问题”棉种。

诚信是企业的基石,这也是信誉楼和国欣总会共通的地方。信誉楼的诚信最可贵的一点,是能落实在一点一滴的细节里。这是我们应该持续学习的地方。

我们专门组织学习信誉楼,前前后后有一年多,直到现在,信誉楼的很多理念我们还在持续学习,越学越有用,越学受益越深。

赢。得做到内方外圆,像信誉楼一样,企业内部,培训好员工,把队伍打造好,“视客为友”才能落到实处,秉持初心,永远不要怕惯坏客户。

采访组:听说党的“十九大”召开后,国欣总会组织全员学习,您带头写学习体会,还给学得好的员工一定的奖励。

卢国欣:对,不仅是“十九大”,这么多年来,国欣总会一直坚持学习,对于最新的政策精神,都要学透。

做企业要练好内功,内功最重要的就是得培训好员工,培训是员工最大的福利。我对此感受挺深。信誉楼是真正把员工当作企业的根本,不是搞形式,从他们每个商厦都投入可观的资金用于培训就能看出来。洪瑞说建信誉楼是“我搭台,让员工唱戏,唱个大红大紫”,所以信誉楼人都特别有主人翁意识,这也为他们的“视客为友”打下了基础。

信誉楼给予员工的,是持续学习的能力。这是国欣总会一直在学习的地方。作为技术服务组织来讲,我们的培训难度要大很多,有很多棉农文化程度并不高。但是国欣总会会对棉农的培训已经坚持了几十年,每年都请数百位棉农代表到河间来,吃住全管,培训免费。不仅是技术培训,我们对员工的培训也在坚持。看到信誉楼的成长,国欣总会也更愿意去坚持打造学习型组织。

和买的时候态度一样好。国欣总会也是这样,现在打造的“康养园”,其实就是想做健康生活的引领者,我们的采购现在都以信誉楼为主,因为信誉楼的商品让人放心。

洪瑞主张“视客为友”,他们的细节服务做得特别好,这是我们需要加强学习的地方。每次我们去信誉楼都会发现新变化,比如信誉楼有了儿童游乐园后,专门腾出一块地儿来建了儿童厕所,信誉楼所有的决策都是围绕客户的需求,好多问题可能不是老板发现的,都是员工根据客户的需求反映上来的。

国欣康养园建成后,洪瑞也多次来这儿调养,他给我们提了不少建议。他看大堂里种的花挺好,就是不知道叫嘛名字,就建议我们把标示牌挂上,还建议我们设立意见箱,是一个特别细心的人。