

自1875年起引领邮政行业不断前进

2017年6月/第一期

邮联

邮政统计数据更新

万国邮联共享
合作发展新途径



万国邮政联盟
联合国专门机构

ISSN 0041-7008

出口流程简化



post

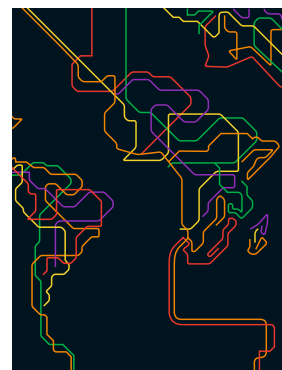
Be part of it. Today.

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



封面：Die Gestalter

10 封面故事
出口流程简化
万国邮联在全球范围推广巴西的贸易便利化模式

15 统计
万国邮联研究显示邮政经济增长，与实体经济差距拉大
万国邮联经济学家对最新数据进行解读

20 访谈录
成功的关键在于团结
即将就任的行政理事会主席畅谈愿景

24 特写
历史性缔约带来项目丰硕成果
日本邮政与本田公司合作获得成功

26 展望
地区发展计划
解读新方法

04 专栏
简讯

05 编者按

29 文摘

2017年6月

主 编:Kayla Redstone (KR)
 供 稿 者:Fella Rabbahi (FR), Mutua Muthusi (MM),
 Rudy Cuadra (RC), Olivier Boussard (OB)
 中文制作:He Jianjun, Mi Xiaorui, Li Lun
 设 计:Die Gestalter, Switzerland
 征 订:publications@upu.int
 广 告:kayla.redstone@upu.int
 联系方式:
 万国邮政联盟国际局
 《邮联》
 邮政信箱 312
 3000 伯尔尼 15
 瑞士
 电 话:+41 31 350 31 11
 电 邮:kayla.redstone@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。

本刊定期报道业界领袖人物专访，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。本刊还用日文、英文、阿拉伯文、德
 文、俄文和西班牙文出版。

万国邮政联盟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一定代表万国邮
 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。

组织

万国邮联和法语国家国际组织打造战略合作发展关系



万国邮联总局长比莎尔·侯赛因和法语国家国际组织主席 Adama Ouane 在马达加斯加的塔那那利佛签署合作协定。

万国邮联和法语国家国际组织 (IOF) 签订合作框架协定, 携手推进全球发展。

在第 16 届法语国家组织峰会上, 万国邮联总局长比莎尔·侯赛因与 IOF 主席 Adama Ouane 共同签署合作协定。本次会议于 2016 年 11 月 26~27 日在马达加斯加的塔那那利佛举办, 60 多位来自不同国家和政府的领导人出席。协定为双方在一些领域的合作制订了路线图, 例如职业培训、促进青年和妇女创业、为移民提供援助等。

侯赛因总局长说:“邮政网络拥有遍及全球的 66 万个邮局网点, 是支持法语国家可持续、包容性发展的独特财富。两个组织的合作将提升双方的能力, 更好地应对发展过程中的各种挑战”。

万国邮联副局长帕斯卡尔·克里瓦兹也在法语国家经济论坛上做了发言, 该论坛与高峰论坛同时举办。克里瓦兹表示:“我们将携起手来, 通过邮政业务提升经济生活对青年和妇女的包容性”。

IOF 成员包括 80 个国家和政府, 成员们统一使用法语, 同时也具有相同的文化价值观。IOF 的工作内容涉及经济可持续发展、教育、培训、和平、民主和人权等方面的政治活动与合作。OB

编者按

齐心协力服务电子商务

万国邮联及其成员国刚刚进入新的工作周期,在新的战略指导下开展工作,而电子商务也已经成为 2020 年之前各项优先工作的重中之重。尽管伊斯坦布尔工作周期开始仅仅几个月的时间,但万国邮联国际局已经开足马力推进工作。

正如《封面故事》谈到的,万国邮联的“便捷出口”项目已经启动,突尼斯的试点成为开场。在巴西创新模式的基础上,经过南美洲整个地区的测试,“便捷出口”项目简化了出口流程,甚至位于边陲一隅的中小微企业也可以将其产品向全球销售。如此一来,小企业被纳入国际市场,而这些企业也能因此为国家的发展进步做出贡献。

读者还将了解面向非洲大陆新的电子商务项目——电商非洲 (Ecom@Africa)。万国邮联专家通过 Ecom@Africa 项目提供技术援助,帮助非洲地区参与蓬勃发展的电子商务,非洲国家政府也因此而受益。来自非洲北部、东部、西部和南部各地的 7 个国家已签署协定,同意建立物流枢纽,帮助整合整个非洲地区的电子商务业务。

尽管新的优先活动规则已经启动,但是万国邮联也必须谨记其《组织法》中规定的工作,即合作与发展,确保所有地区做好准备、面对今后的工作。2017~2020 年新的《万国邮联地区发展计划》(RDPs)也反映了这一点。《万国邮联地区发展计划》为发展确定了一种新的综合方法。万国邮联发展合作局局长 Rudy Cuadra 就此进行了阐释。

读者们将发现,在本期杂志中最终将各个领域联系在一起的正是在伙伴关系。从万国邮联与巴西的合作带来“便捷出口”项目成果,到各国政府、各国邮政和万国邮联的团队合作将 Ecom@Africa 项目引入非洲,再到万国邮联新的地区发展计划对资源流动性的关注,我们都可以清楚地看到:齐心协力,我们就能获取更大的成绩。工作,正在有条不紊地推进。

主编:KAYLA REDSTONE

5

集邮

越南回信券加入国际回信券大家庭

越南设计的作品已被评选为第九版国际回信券 (IRC) 的图案。国际回信券的首次发行可以追溯到 110 年以前。

当选作品由平面艺术家 Nguyen Du 设计,在第 26 届万国邮联大会伊斯坦布尔期间举办的万国邮联国际回信券设计大赛中脱颖而出。

以“邮政与可持续发展”为主题,新版国际回信券的图案为北极背景下张开热情的双手迎接白鸽,代表着邮政行业的可持续发展;蓝色背景下充满动感的黄色邮票,象征着邮政行业激动

人心的前景。

根据传统规则,2017 年国际回信券要包括邮联大会举办城市的名称。伊斯坦布尔国际回信券将于 2017 年 7 月 1 日起开始销售,使用期限截至 2021 年年底。

多哈国际回信券将于 2017 年 8 月 31 日停止销售,兑换截止时间为 2017 年 12 月 31 日。

使用国际回信券,寄件人可以为国际邮件收件人提供回复信息的途径。国际回信券可以在邮局兑换寄送普通优先国际信函或航空邮件所需的最低

邮资。

十年来的销售数据显示,国际回信券很受欢迎,也在全世界得到了广泛使用。2009~2016 年间,全球 120 家邮政发行了 600 多万张国际回信券。FR



越南设计的回信券将于 2017 年 7 月 1 日开始销售。

万国邮联名人录

国际局大管家

姓名：César Meneses

部门：后勤

职位：管理员

国籍：葡萄牙



César Meneses 先生在进入国际局工作之前一直经营自己的保洁公司达 15 年，现在他在瑞士伯尔尼负责万国邮联国际局的安保工作，为员工提供安全舒适的工作环境，同时负责国际局物业管理。

2011 年 9 月，Meneses 开始在国际局工作，担任总局长的司机。5 年后，他申请了管理员的职位，然后就一直充满激情，尽职尽责。他说：“我愿意提供高质量的服务，关注每个细节并找到解决方案。有时候，工作需要我们具有创造性，提出新的解决方案”。

Meneses 似乎有着取之不竭的能量和激情，对每一项工作都很投入，从设施管理到确保楼宇供暖制冷，再到电话系统的正常工作，还包括国际局召开会议

时相关设施设备的准备与设置等，包罗万象。

“这份工作令我最喜欢的地方就是它充满变化，例行事务很少。同事们也非常友好，我从未和任何人发生过一丝一毫的争执”。

Meneses 做事灵活、技术娴熟，所以总能满足国际局 300 多名工作人员的需求。他补充说：“确定工作的主次同时提高工作效率，确保我总能准备好执行下一项工作。我致力于在一天内对大家提出的所有要求做出回应，保持一切顺利运转，让大家都能满意”。

对于成员国代表而言，Meneses 也是个熟面孔，大家都知道他态度积极，总是乐于助人。在代表们来到国际局开会期间，Meneses 为大家提供帮助，

确保大家在现有的情况下拥有最佳的工作条件。他说：“代表们是万国邮联的伙伴，就像同事一样。我总是尽我所能，争取又快又好地满足他们的要求，无论他们是需要转换器还是电脑线，甚至是止疼药，我都尽力随时随地送到他们面前”。

尽管工作任务繁重，但为了国际局的环境更怡人，Meneses 还主动承担垃圾分类管理系统的工作。他每天都会投入一些时间开展这项有价值的活动。他微笑着说：“每天早上我要做的第一件事就是检查垃圾是否进行了正确的分类。如果发现人们没有按照规定的要求来做，我就会把相关的垃圾分类办法打印出来，交到违规者的手里——如果我能找到他们的话”。FR

金融业务

第一批国家邮政采用PosTransfer商标

来自独联体(CIS)的8个指定经营者签署谅解备忘录,在同一商标旗下发展国际邮政支付业务。

根据2017年1月在格鲁吉亚第比利斯会议上签订的备忘录,亚美尼亚、白俄罗斯、哈萨克斯坦、吉尔吉斯斯坦、俄罗斯、塔吉克斯坦和乌克兰的指定经营者将于本年底前试点启用万国邮联的PosTransfer(邮政转账)商标。随后,摩尔多瓦邮政于2月也加入了该小组。

万国邮联总局长比莎尔·侯赛因表示:“在新的工作周期中,万国邮联将创新、整合和包容作为邮政行业愿景的关键内容。PosTransfer商标囊括了这一愿景的内容,确保各国邮政能够携手提供最先进的转账技术,提升邮政在金融包容性方面的潜力,为全球更多人口提供金融服务”。

万国邮联邮政金融业务项目协调员Sergey Dukelskiy说:“万国邮联一直关注在成员国中

开发实用的解决方案,并且为邮政金融业务的现代化提供支持。随着2017年第一批邮政开始采用万国邮联PosTransfer商标并推出相应的业务,万国邮联全球电子邮政支付网络自此得到拓展,这值得庆祝”。

PosTransfer商标的使用最终确定于2015年,该商标是帮助全球人口建立对电子邮政支付业务认知和信任工作的一个部分,特别是针对那些寻求可靠低价的汇款业务给家人汇款的外出务工人员。目前该商标已经在109个国家注册,这也是万国邮联全球电子邮政支付网络向前发展的一步。

签订PosTransfer商标使用协议之后,指定经营者就很容易达成多边协议,开放与其他使用该商标的经营者之间的通道。协议规定,参加试点的各国邮政将成立工作组,决定商标使用过程中的共同战略、政策和营销计划。

签署协议使用该商标也意

味着经营者今后提供的服务必须符合规定的质量标准,在规定的时间内汇款到账。该地区各国邮政的到账时间目前还各不相同。例如,从白俄罗斯汇款到俄罗斯的到账时间与从俄罗斯汇款到白俄罗斯的到账时间可能并不一样。

大会决定

试点项目开始几个月前,成员国刚刚就新的“邮政支付业务愿景”达成共识。根据新的愿景,万国邮联将开发一个互联互通的平台,通过这一平台,指定经营者可与邮政行业更多的参与者开通相互间的支付业务。

参与使用的经营者不仅可以从这一互联互通平台受益,还可以将万国邮联国际金融系统的所有应用程序都关联到同一个中枢内。

该互联互通平台还可以集中管理双边或多边协议,提供实时信息传递及支付信息集中储存服务。KR



集体商标

电子商务

非洲启动万国邮联电子商务项目



突尼斯通信技术和数字经济部部长 Mohamed Anouar Maârouf 向万国邮联总局长比莎尔·侯赛因递交承诺书。

电商非洲 (Ecom@Africa) 是万国邮联推出的项目,旨在发展非洲大陆的电子商务业务,特别是针对那些通常被排除在网络市场之外的偏远地区的居民和企业。

在该项目下,非洲将在其东部、南部、西部、中部和北部地区建立枢纽,同时建立从枢纽辐射出的网点,服务整个非洲大陆。正如第 26 届万国邮联大会所规定的,在 2017~2020 年工作周期中各国邮政的优先工作是电子商务,此项目就是这项优先工作的一部分。

在 Ecom@Africa 项目下推出的电子商务业务将分别由各国的邮政管理部门负责实施。如果该国邮政没有足够的财力独自运营项目,也允许私有行业经营者参与。

Ecom@Africa 项目被视为非洲各国邮政的生命线,因为这些邮政在业务增长方面举步维艰,特别是在函件等传统邮政业务下滑的情况下。

自邮联大会召开以来,万国邮联总局长比莎尔·侯赛因在非洲各地走访,帮助更多国家

实施项目,而万国邮联也计划在世界其他地区开展类似项目。

突尼斯

突尼斯将成为第一个实施该项目的成员国,计划为北非建立一个地区性电子商务枢纽。

2017 年 1 月,万国邮联总局长在会见突尼斯通信技术和数字经济部部长 Mohamed Anouar Maârouf 期间,突尼斯宣布启动项目。部长先生表示,突尼斯具备建立枢纽所需的全部资源。

Maârouf 称:“该项目是提升中小企业管理流程便利化的国家战略的一部分,特别是针对开展出口活动的企业”。

访问期间,侯赛因总局长会见了突尼斯首相 Youssef Chahed。首相表示,突尼斯政府为项目启动预留了 1,000 万美元,完全由政府 and 突尼斯邮政提供。

突尼斯迦太基机场正在建设中的包裹和货物中心是项目的一部分,该中心将包括仓储、分拣、派件和海关等相关设施。突尼斯邮政将负责国内和国际

投递业务。

南非

在项目框架下,万国邮联和南非政府也一致同意携手建设电子商务枢纽,服务非洲南部地区。

万国邮联总局长与南非邮电部部长 Siyabonga Cwele 博士在会见中达成一致,万国邮联将为南非提供技术咨询和专业知识,帮助南非建设该枢纽,为该地区和周边地区提供服务。

通过该项目,南非将建起一个包裹和货物枢纽中心,包括仓储、分拣和派送中心、海关设施等。该枢纽将利用南非邮政的网络进行国内和国际邮件投递。

侯赛因表示:“我们确定在南非建立这一基础设施是因为南非具有重要的战略位置,同时它在非洲大陆还拥有最繁忙的国际机场和最深的海港。此外,南非的互联网普及率和移动通信基础设施覆盖率都非常高,这些因素都是发展电子商务的关键所在”。

Cwele 博士对万国邮联选择在南非开展项目表示感谢,他说:“这与我们南非邮政现代化



万国邮联总局长比莎尔·侯赛因会见南非邮电部部长 Siyabonga Cwele 博士。

的政策不谋而合”，他表示将优先执行该项目。

在万国邮联与南非政府举行的工作会议上，南非邮电总局局长 Robert Nkuna 表示，会议的目标是确保南非形成清晰的路线图，明确如何与万国邮联合作，从电商业驱动的、不断增长的全球贸易中获得最大价值。

Nkuna 说：“邮政行业对于成功执行《国家综合信息通信技术政策白皮书》具有重要作用。这项政策并不是孤立的，而是为覆盖所有居民而进行信息通信技术（ICT）现代化的整体政策中的一个部分。我们与万国邮联的工作保持一致，在白皮书的最终文本中也涉及了项目情况”。

参加工作会议的还有南非邮政公司经理 Simo Lushaba 博士及南非邮政局首席执行官 Mark Barnes。

科特迪瓦

万国邮联总局长侯赛因和副总局长帕斯卡尔·克里瓦兹还成功将项目带到科特迪瓦。

在对科特迪瓦副总统 Daniel Kablan Duncan 及通信、数字经济和邮政部部长 Bruno Nabagné Koné 进行礼节性访问期间，科特迪瓦确定参与项目。

访问期间，侯赛因总局长还出席了西非国家经济共同体（ECOWAS）组织的电子商务和普惠金融研讨会。侯赛因在会上强调，科特迪瓦邮政具备发展电子商务平台方面的专业知识和技术。电子商务平台可以提供



万国邮联总局长比莎尔·侯赛因会见科特迪瓦通信、数字经济和邮政部部长 Bruno Nabagné Koné 先生。

重新启动邮政业务、创造财富的途径。

肯尼亚

2017 年 3 月肯尼亚宣布已经做好建设东非地区电子商务枢纽的准备，这一电子枢纽将把该地区各国的邮政汇集起来。

肯尼亚总统 Uhuru Kenyatta 在会见万国邮联总局长时，做出建设上述枢纽的承诺。邮联总局长肯尼亚之行的目的是与该政府高层探讨 Ecom@Africa 项目。

Kenyatta 总统请侯赛因总局长相信，肯尼亚将成立国家执行组与万国邮联合作推进项目。总统指示称，合作将于 2017

年 6 月拉开序幕。

此前，侯赛因总局长曾经会见过由肯尼亚内阁大臣 Joe Mucheru 率领的肯尼亚信息通信和技术部官员。

乌干达

与此同时，乌干达也已经要求万国邮联在 Ecom@Africa 项目框架下协助邮政建立电子商务平台。

在 5 月侯赛因总局长对乌干达的礼节性拜访中，乌干达信息通信技术部（ICTs and National Guidance）部长 Frank Tumwebaze 先生表示，他领导的部委正在着手为该国制订国家数字战略，而 Ecom@Africa 项目则被视为实现这一战略目标的最佳途径。他表示，该数字战略将覆盖乌干达所有的经济领域。

喀麦隆和摩洛哥政府也与万国邮联就在两国实施 Ecom@Africa 项目进行对话，目的是为了在这些地区建立电子商务枢纽。

侯赛因总局长表示，万国邮联国际局随时准备为所有对项目感兴趣的成员国提供帮助，早日启动非洲大陆邮政网络的电子商务活动。MM & FR



万国邮联总局长比莎尔·侯赛因拜访肯尼亚总统 Uhuru Kenyatta，探讨肯尼亚电子商务的发展。

出口流程简化

15年前,巴西率先推出“便利出口”项目,开启南美地区中小微企业通过邮政向世界出口产品的大门。现在,万国邮联将这一成功的地区模式拓展为全球事业,第一个试点设在突尼斯。

文:
KAYLA
REDSTONE

在全球企业到消费者(B2C)电子商务业务价值高达1.2万亿美元的时代,很难相信还有一些卖家不能够将他们的产品推向全球市场。但是,万国邮联贸易便利化主管经理 Raquel Ferrari 告诉大家,对于世界各地的很多中小微企业而言,情况确实如此。

她解释说:“由于能力有限,出口障碍多,这些企业更倾向于在本地做生意”。

对于很多小企业主而言,这些障碍往往包括冗长而复杂的海关流程、高昂的出口成本,以及物流提供方的歧视。一般情况下,这些物流提供方只为出口大量货物的企业提供服务。很多中小微企业都不在大型中心地区,这也会带来额外的费用和困难。还有一些小企业主本身就缺乏国际市场的相关知识。

由于各国邮政专门提供小量商品物流业务,且网点遍布全国各地,因此对于希望在全球范围内拓展客户的当地小企业而言,邮政无疑是最佳的合作伙伴人选。

但是,各国邮政不可能孤立地开展工作,因为出口流程涉及多个政府部门,包括海关管理部门、出口促进机构、小企业促进机构等。这就是万国邮联近期推出“便捷出口(Easy Export)”项目的原因所在,顾名思义,此项目就是要帮助各国政府将系统统一起来,方便当地中小微企业通过邮政网络出口产品。出口成本低、简便并覆盖全国,这三个方面构成了项目的三大支柱。

尽管听起来可能感觉项目宏伟远大,但是万国邮联的“便捷出口”方法是根据巴西在国内和

南美各地的实施模式而构建的,经过15年的实践检验,值得信赖。

巴西的专业知识

巴西模式始于2001年,在南美各地被称为“便利出口”(“便利出口”),当时巴西邮政开始探索通过邮政行业促进国家经济和社会发展的途径。

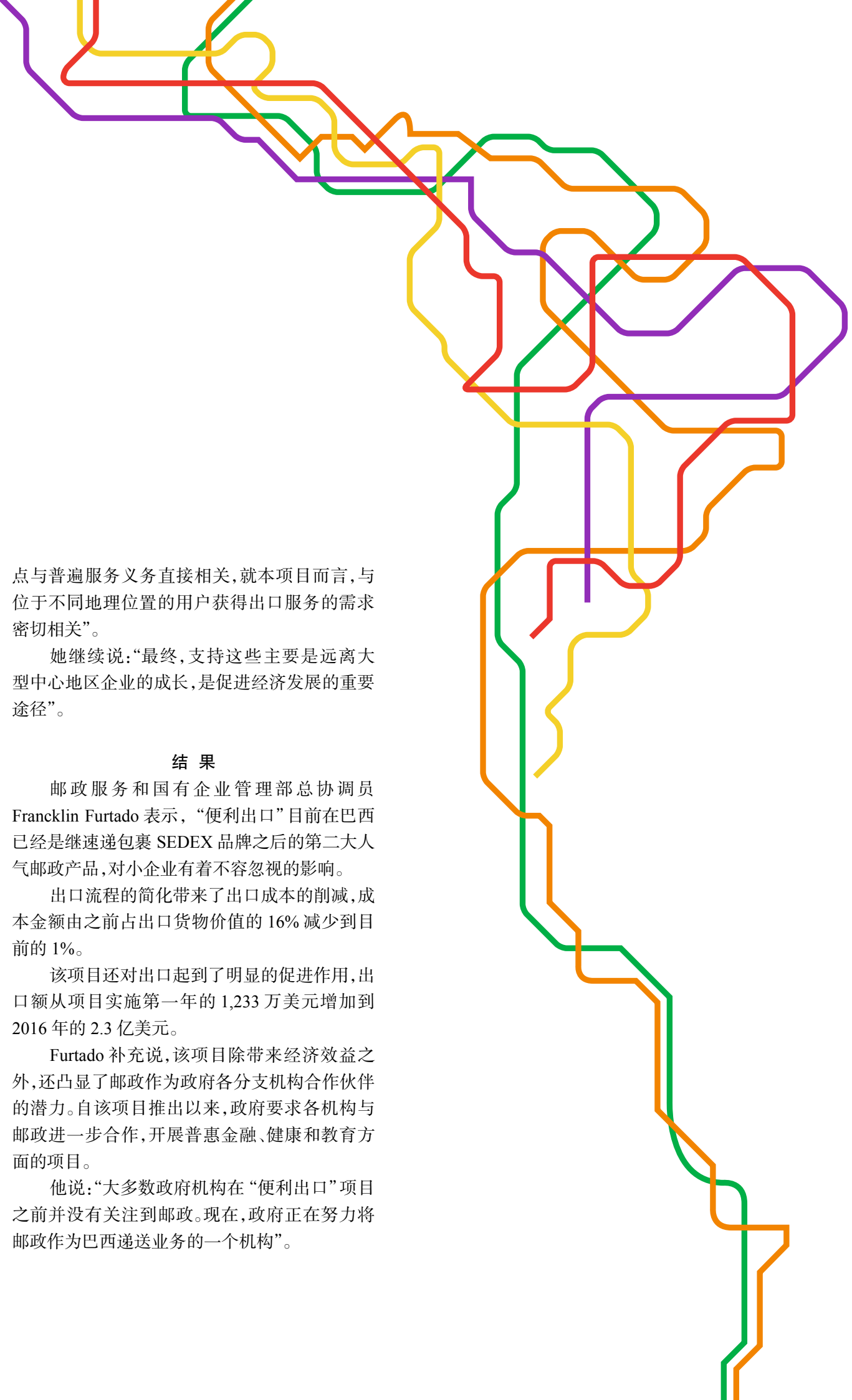
巴西科技创新与通信部顾问 Rose Mary Antunes 表示:“由于管理机构的官僚主义、海关和物流流程的复杂冗长,巴西企业一直都面临着许多出口方面的挑战,对中小微企业而言更是如此”。

这些挑战意味着巴西中小微企业一直以来都只能把业务范围限制在国内。巴西邮政大学的学生们认识到在这样的困境中同时存在着机遇,于是开发出新的产品和解决方案填补这一空白。“便利出口”就是这项工作的成果。

Antunes 强调,尽管邮政具备开展项目所需的基础设施,但是要确保其他关键的出口相关方提供支持,政府具有非常重要的核心作用,相关方包括中央银行、贸易机构、海关以及外交事务管理机构等。

该项目成功简化了阻碍巴西小企业进入全球市场的复杂流程,通过邮政8,000多处遍及全国所有城市网点的任意一处,企业就可以获得价格低、手续简便的出口服务。

Antunes 解释说:“在大多数国家,只有邮政指定经营者才能达到遍及全境的覆盖率。这一特



点与普遍服务义务直接相关,就本项目而言,与位于不同地理位置的用户获得出口服务的需求密切相关”。

她继续说:“最终,支持这些主要是远离大型中心地区企业的成长,是促进经济发展的重要途径”。

结果

邮政服务和国有企业管理部总协调员 Francklin Furtado 表示,“便利出口”目前在巴西已经是继速递包裹 SEDEX 品牌之后的第二大人气邮政产品,对小企业有着不容忽视的影响。

出口流程的简化带来了出口成本的削减,成本金额由之前占出口货物价值的 16% 减少到目前的 1%。

该项目还对出口起到了明显的促进作用,出口额从项目实施第一年的 1,233 万美元增加到 2016 年的 2.3 亿美元。

Furtado 补充说,该项目除带来经济效益之外,还凸显了邮政作为政府各分支机构合作伙伴的潜力。自该项目推出以来,政府要求各机构与邮政进一步合作,开展普惠金融、健康和教育方面的项目。

他说:“大多数政府机构在“便利出口”项目之前并没有关注到邮政。现在,政府正在努力将邮政作为巴西递送业务的一个机构”。

遍及南美

该项目在巴西国内获得成功之后,巴西政府与南美国家联盟(UNASUL)合作,将有益之处推广到整个南美洲。南美国家联盟的工作内容是促进南美各国文化、经济、社会和政治的综合发展,该联盟甚至将“便利出口”纳入了其2012~2022年的战略行动计划。

Antunes说:“在合作关系方面,巴西是一个独特的案例,因为它与南美国家联盟展开合作,而该联盟过去只对公路和桥梁等基础设施提供资金。‘便利出口’是南美国家联盟首次对以邮政为中心的综合项目提供资金支持”。

美西葡邮政联盟与泛美开发银行也为该项目拓展提供了支持,帮助其他4个南美国家——哥伦比亚、厄瓜多尔、秘鲁和乌拉圭——全面建立可运营的“便利出口”项目。目前巴拉圭的项目已在执行过程中,而阿根廷、玻利维亚、智利和委内瑞拉也已经完成了项目预诊断流程。

这些地区内相关各方的配合也让Antunes和她的团队有机会搭建“专家网络”,该网络由已经开展项目的各国技术人员组成。

她解释说:“一般来说,每个承诺派遣合格人员支持其他国家项目发展的国家都可以得到开展其本国‘便利出口’项目所需的技术支持”。

尽管Antunes强调,由于每个国家基础设施情况不同,开展“便利出口”所需的总投资也不尽相同,但她解释说,最近的分析显示,在项目开展

的第一年,项目实施的基本费用通常占项目出口总价值的1%~3%之间,其中包括技术人员培训、项目诊断、前往其他国家进行技术调研、制订工作计划等。

接力传递

Furtado称,该项目在南美各地获得成功之后,巴西开始接到来自世界各地的咨询电话。他说:“项目日益声名远扬,巴西需要万国邮联的帮助,以便将项目经验分享到南美之外的其他地区”。

因此,万国邮联与巴西在2011年年底签署合作协定,以便在全球范围内推出这一项目。此后,万国邮联到巴西和厄瓜多尔进行了现场考察,实地了解项目的执行情况,并与巴西合作完成项目手册、实施指南,还专门举办了一次培训课程。

Ferrari说:“作为协定的部分内容,巴西将传授在国内开展了15年项目的经验和知识,并为南美各地提供必要的技术援助”。

通过在这一地区与巴西历时几年的学习与合作,万国邮联现在已经准备好在全球范围内推出邮联版本的项目——“便捷出口”。

尽管万国邮联与巴西的合作协定已经正式到期,但Furtado表示,他和他的团队仍将随时为万国邮联在突尼斯的第一个试点项目提供必要的建议。

突尼斯试点

据 Ferrari 称,在突尼斯近 60 万家企业中,员工人数少于 10 人的占 98%,应该是进行此项目试点的理想候选国家。

2017 年 1 月, Ferrari 在突尼斯协助组织了一场贸易便利化方面的全国论坛,论坛汇聚了突尼斯政府机构各相关部门,包括负责邮政、贸易和海关事务的管理部门。此外,泛非邮政联盟秘书长、非洲各国邮政代表、万国邮联总局长比莎尔·侯赛因以及万国邮联其他专家也出席了这次论坛。

借此论坛之机, Ferrari 将项目的益处介绍给突尼斯政府各部门,这些部门正在寻求途径推动当地中小微企业参与全球市场。论坛接近尾声的时候,突尼斯政府成立了国家项目协调委员会,以便更加有效地推动第一个试点项目的实施。

突尼斯通信技术与数字经济部的数字经济、投资与统计事业局局长 Sami Ghazali 表示:“突尼斯认识到出口是国家经济获得增长的重要途径。全球化已经为国有企业在寻求新市场和开发新业务方面创造了大量的机会”。

Ghazali 现在还担任突尼斯“便捷出口”试点国家协调组的负责人。协调组每周召开一次会议,确保目标的实现,即到 2017 年年底,“便捷出口”项目将得到全面实施。

Ferrari 表示,要实现这一目标,需要国家协调组的所有成员在万国邮联的指导下密切合作。

她解释说:“‘便捷出口’并不是一个适合所有情况的一刀切模式,每个国家都有自己的特殊

性。突尼斯必须以本国的现实情况和资源为基础、通过万国邮联与巴西合作形成的项目方法、在邮联提供的专业和技术援助下,形成自己的解决方案”。

国家项目协调组的成员除来自通信技术与数字经济部以外,还包括邮政、海关、行业和贸易以及交通运输政府机构的代表,也包括中央银行以及与贸易、电商、地方手工艺推广等几个相关组织的代表。

Ferrari 说,相关各方的合作正是南美各项目获得成功的关键。

项目组将根据详细的流程齐心协力开展工作,包括对突尼斯当前贸易状况的全面分析;制订服务模式;完成相关所有业务领域的工作计划,如运营、培训、法律和信息技术需求等。

突尼斯作为项目首个试点国家,需要为今后实施同样项目的国家做好专家储备工作,与南美的做法类似,开始建立全球专家网络。Ferrari 称,已经有多个国家表达了对项目实施的兴趣,包括摩洛哥和马来西亚。

展望未来

Ferrari 称,如果各国政府从国家层面上对项目进行投资,“便捷出口”项目就有可能帮助实现联合国“可持续发展目标”,特别是在体面工作、经济增长、工业、创新和基础设施,以及合作伙伴

关系等相关方面。

她说:“无论哪个国家,大部分企业都是小企业,而构成整个国家就业、发展和包容的也正是这些小企业”。

Ferrari 表示,万国邮联目前正在寻求区域性邮联及联合国其他机构的合作,从而扩大项目的影响范围。

Ferrari 和她的巴西同事们对于有兴趣开展项目和提供这项服务的各国邮政提出了一条非常有价值的建议:切忌单打独斗。

Furtado 解释说:“对于经营者而言,率先启动项目当然非常有吸引力,但是如果政府不牵头,项目就无法推进”。他还补充说,项目的某些方面,如帮助企业寻找国际市场买家、简化海关流程等,都不属于邮政的专业领域。

Ferrari 建议道:“各国邮政均试图复制项目模式,但是由于执行过程中涉及的方面众多,简单复制模式并不一定可行。这个项目并不是一个单纯的物流解决方案,它要求邮政与各国政府、中央银行还有其他各相关合作伙伴开展合作。万国邮联可以协助将这些合作伙伴联合起来”。KR

了解万国邮联“便捷出口”项目更多相关信息请联系:

Raquel Ferrari, raquel.ferrari@upu.int

如何开展“便捷出口”?

万国邮联的“便捷出口”项目将邮政指定经营者和国家政府的贸易促进重要相关方联合起来,帮助各国部署实施促进中小微企业参与出口的解决方案。该项目将从以下几个方面为开展国家项目提供指导:

- 以实用、非官僚的出口文档流程,为中小微企业提供一份简单的出口申报表格
- 简化物流流程、加快海关申报过程以缩短出口流程
- 降低小企业出口成本
- 连接贸易供应链所有参与方
- 为出口方提供有价值的信息和工具,学习研究国际市场

万国邮联研究显示 邮政经济增长， 与实体经济差距拉大

万国邮联最新统计数据显示，邮政收入持续增长。万国邮联经济学家 José Ansón 对数据进行了解读，并与实体经济进行了比对。

文：
KAYLA
REDSTONE

图表：
DIE GESTALTER

2015 年邮政收入继续增长，名义增长率为 1.6%，增至 2,440 亿特别提款权（3,288 亿美元）。

尽管占邮政收入相当大比例的函件量下降了 3.3%，但邮政收入仍然取得了上述增长。与 2014 年相比，2015 年国内函件量下降 3.2%，国际函件量下降 9%。

受电子商务的影响，函件流量中商品增加，导致邮件平均重量升高，加之资费提高，缓解了损失的影响。

2015 年，函件的互换总量达到 3,204 亿件。

包裹

2015 年，邮政经济也因为包裹市场的持续增长而整体向好，包裹增长率为 6.5%，增加到 79 亿件。

国内包裹业务仍然占包裹总量的 98% 以上，增长 6.42%。非洲和拉丁美洲的国内包裹量提升最为明显，分别增长了 40.7% 和 32.8%。但是万国邮联经济学家 José Ansón 强调，这样大幅度的增长原因可能在于初

始量非常低。

尽管地区之间存在较大差别，但国际包裹业务量获得了显著增加，与 2014 年相比，2015 年增长了 12.1%。东欧 / 独联体和亚太地区推动了包裹量增长，增长率分别为 50.9% 和 20.6%。

Ansón 解释说：“在东欧和独联体地区新建立的电子商务枢纽很可能是该地区国际包裹量显著增加的原因”。

网络

2015 年邮政网络继续扩大，全球邮政局所网点达到 690,722 个，比 2014 年增长 1.69%。这些网点的职工人数达到 526 万。

平均 83.3% 的世界人口享受到邮件上门投递服务，13.4% 可以从邮政信箱领取邮件，而 3.2% 的人口还未能获取邮政服务。

实体经济

尽管数据显示 2015 年邮政经济持续增长，但 Ansón 表示应当慎重认识名义增长率。他解释说：“该数值可能是危险的，

因为它们并没有考虑其他经济因素的影响，比如通货膨胀”。

万国邮联一项新的研究将过去 20 年中邮政经济的增长与实体经济进行了比对。结果发现，这一时期实体经济增长几乎翻倍，但邮政经济仅增长了 34%。

Ansón 解释说，直到 21 世纪初期，发达国家邮政经济的增长率还与实体经济增长率保持相当。然而，21 世纪的全球经济危机及数字技术的发展导致分化的出现，整体经济与邮政市场之间的鸿沟日益加大。

Ansón 说：“这些数据显示邮政行业仍然在为电子替代服务的出现导致信件减少而付出代价”。

万国邮联在函件方面的统计数据可以佐证这一结论，这些数据显示，2005 年以来在世界邮政收入中，函件收入的占比减少了近 10 个百分点。

尽管万国邮联的统计数据强调了某些地区的邮政增长超过平均水平，比如亚太地区，但是这些结果的主要原因在于一些表现突出的指定经营者利

用电子商务的机会获得了较大收益。

Ansón 说：“如果将中国的数据排除在外，那么亚太地区的数据和全球总趋势就基本相当了。总体说来，各国邮政还没有能够做到有效转型，无法缩减邮政经济与实体经济的差距”。

国际贸易

但是，希望依然存在。Ansón 在研究中还将邮政业务量与国际贸易量进行了比对，得出的结论非常有趣、令人满意。

Ansón 解释说：“当我们观察过去几年中国际贸易的增长情况，我们可以看到全球金融危机之后，国际贸易没有得到真正的恢复。然而，我们可以看到由于全球电子商务的发展，以吨计算的邮政贸易量比国际贸易量增长要快很多”。

2010~2015 年，国际贸易量停滞不前，而按吨计算的国际邮件互换量却几乎翻倍。Ansón 称，这对邮政而言是一个积极的信号。

机遇

尽管要缩小邮政经济和实体经济之间的差距任重道远，但是国际邮件互换量的增长超过国际贸易量的增长也显示出电子商务机遇还是非常突出的。

Ansón 解释说，各国邮政持续过度关注其国内业务，国内业务在函件和邮政包裹业务量中占比均超过 98% 就证明了这一点。

他说：“邮政的全球化程度将越来越高。不为国际用户提供服务的邮政，前途渺茫”。

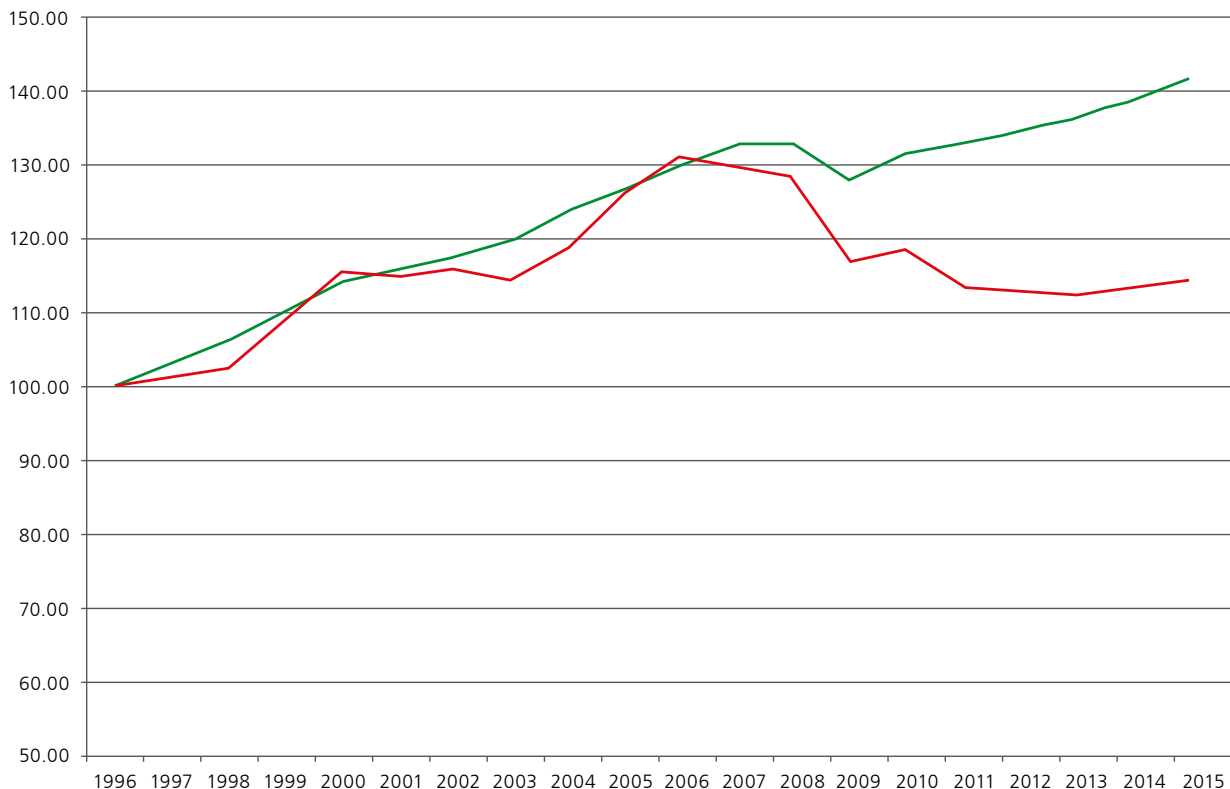
Ansón 解释道：“想象一下，

如果脸书 (Facebook) 这样的网络分别搭建 192 个国家平台，而不是将全世界联系起来，那将是什么样？”德国邮政就是一个非常好的例子，Ansón 称该邮政通过国际物流服务商 DHL，早在 20 世纪 90 年代就开始从全球化中获益。目前，DHL 提供服务的国家和地区超过 220 个。

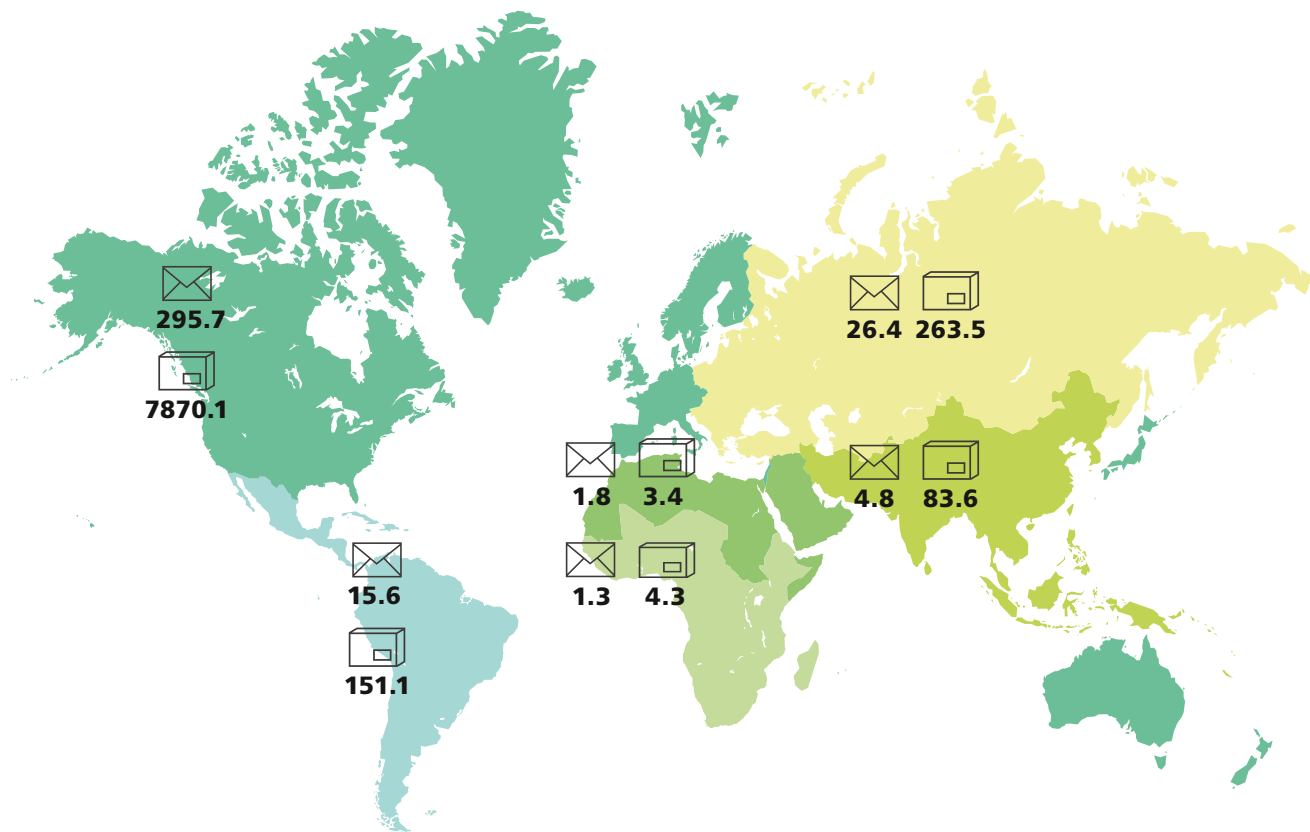
他还解释说各国邮政可以深度挖掘如今的现代邮政产品，因为它们蕴含着海量大数据。

Ansón 说：“传统上大多数信件都是不能跟踪查询的，因此在数据上不占优势。但是，能跟踪查询的包裹和小包却不同。通过今天的技术，各国邮政可以利用新的数字机会进行数据分析”。

“掌握了全球化服务、电子商务以及大数据的秘诀，各国邮政就可以重振旗鼓”。KR



1996 年以来发达经济体中，邮政经济指标 VS 实体经济指标的发展变化，以购买力平价计算



- 非洲
- 拉丁美洲和加勒比地区
- 亚太地区
- 东欧和独联体
- 阿拉伯国家
- 发达国家

✉ = 函件: 交寄的函件量 (人均)
2015年世界平均值: 43.8

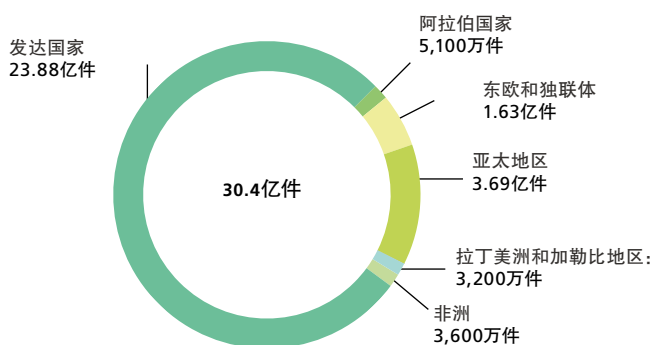
📦 = 邮政包裹: 交寄的包裹量 (每1,000名居民)
2015年世界平均值: 1,083.1

✉ 函件

2015年总量:
3,204亿件
2014~2015: -3.3%

国内业务:
3,174亿件 (占总业务量的 99.0%)
2014~2015: -3.2%

国际业务:
30.4亿件 (占总业务量的 1.0%)
2014~2015: -9.0%



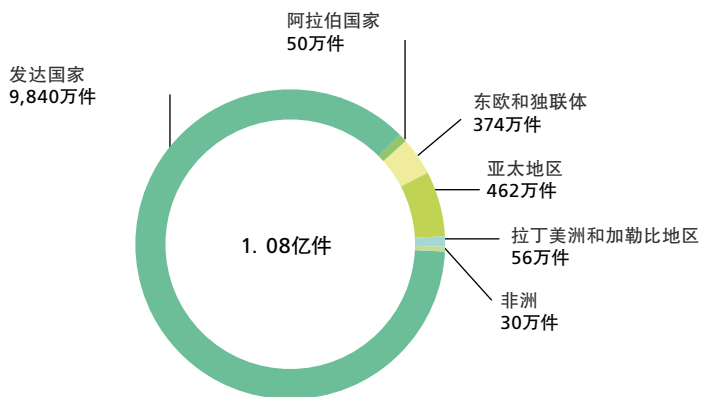
国际业务量 (分地区估计, 2015年)

📦 普通包裹*

2015年总量:
79.22亿件

国内业务:
78.14亿件 (占总业务量的 98.6%)
2014~2015: +6.42%

国际业务:
1.08亿件 (占总业务量的 1.4%)
2014~2015: +12.1%



国际业务量 (分地区估计, 2015年)

*该类业务不包括快递包裹和包含在信函类的小件包裹

每所邮局平均服务人口

2015年世界平均水平：
10,589人



东欧和独联体: 4,662人



发达国家: 5,141人



亚太地区: 12,020人



拉丁美洲和加勒比地区: 12,990人



阿拉伯国家: 25,380人

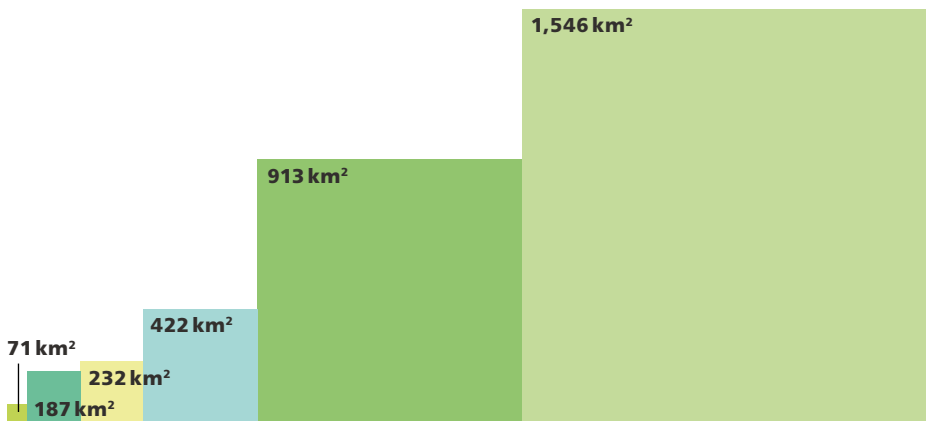


非洲: 71,705人

= 250人

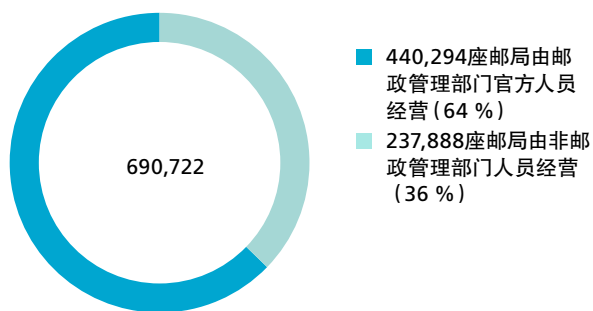
每所固定邮局平均服务面积

2015年世界平均水平：
197平方公里

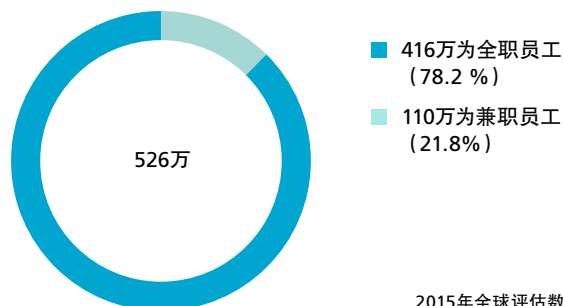


- = 非洲
- = 拉丁美洲和加勒比地区
- = 亚太地区
- = 东欧和独联体
- = 阿拉伯国家
- = 发达国家

邮政局所



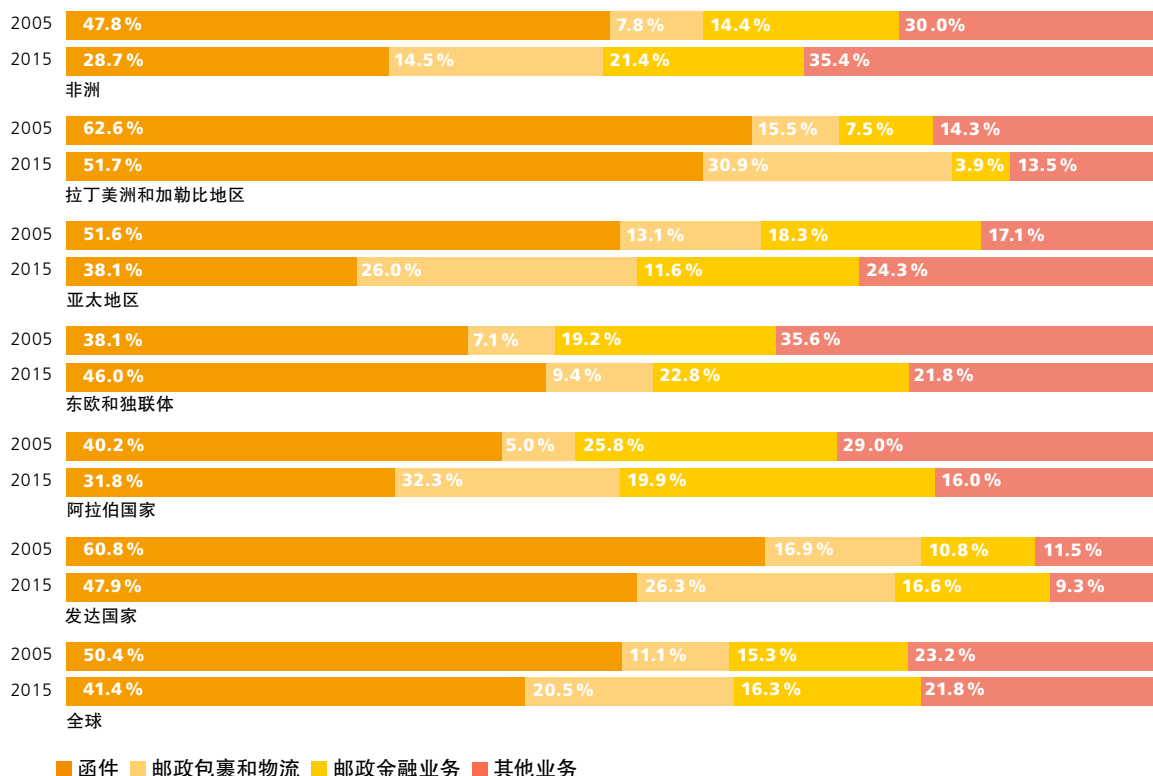
邮政员工



2015年全球评估数据

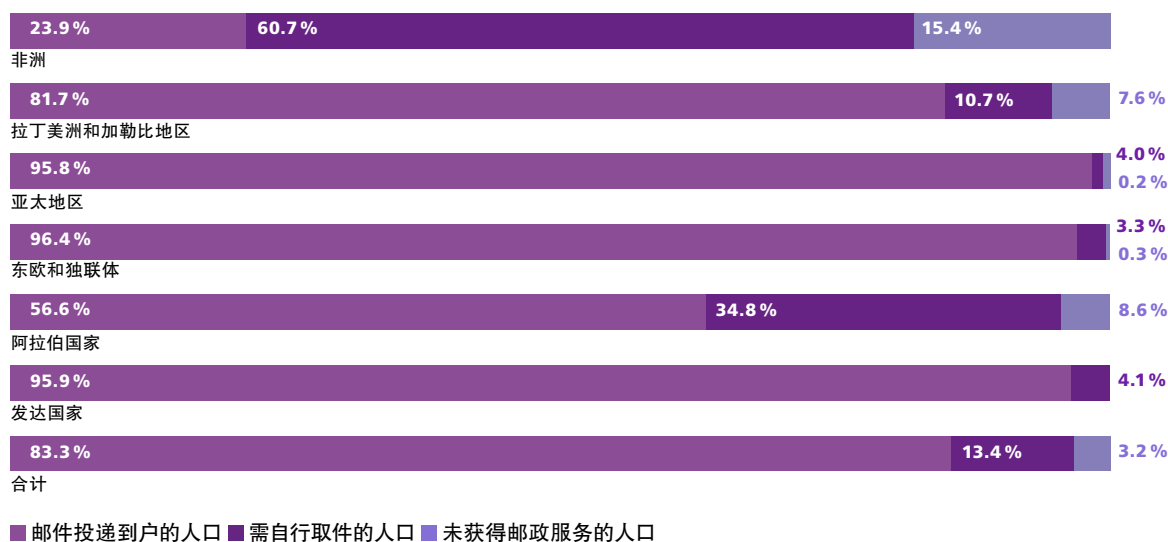
各项邮政业务收入

2005年和2015年各地区收入占比情况, 各地区指定经营者收入的简单平均数



各地区邮件投递方式

2015年各地区评估数据, 按人口加权平均



成功的关键在于 团结

Kenan Bozgeyik 曾在土耳其的环境、健康和交通等政府部门工作多年，2016 年加入土耳其邮政，任土耳其邮政总局长，领导土耳其邮政主办了在伊斯坦布尔召开的第 26 届万国邮联大会。现在，作为万国邮联行政理事会的掌舵人，Bozgeyik 将带领理事会推进伊斯坦布尔邮政战略部署的工作，帮助各成员国达成共识。

Kenan Bozgeyik (中) 与万国邮联总局长比莎尔·侯赛因(右)、邮联副总局长帕斯卡尔·克里瓦兹(左)一同出席大会主席团会议。



采访：
KAYLA
REDSTONE

照片：
UGUR
COBANOGU

是什么原因启发了您，让您加入到邮政行业中来？

邮政行业不仅是重要的沟通渠道，也是人类历史上通过知识和社会价值打造的独特行业。当今世界充满了创新、速度、数字化和人工智能，而邮政的社会价值这一最为重要的元素却被忽略了。我相信世界人民充分认识到了这一价值，也了解了邮政对人们日常生活的重要作用。

可以说土耳其邮政部门还要更进一步：它是国家邮政管理机构，也是几个世纪以来汇集信任的中心，已经成为每个家庭生活的重要组成部分。

不幸的是，很长时间以来，我们对邮政业务的社会价值关注得并不够。即便是邮政内部人员也有相当长的一段时间没能认识到邮政业务与社会价值之间的独特联系。在土耳其寻求进一步

加强邮政和社会价值的联系、提高邮政服务的质量，是我加入邮政行业的动因。在这种背景下，我想强调的是，到目前为止是我曾任职于公共管理部门不同岗位的工作经验帮助我实现了上述目标，并且为土耳其邮政在社会发展中发挥重要作用贡献力量。

“我们需要进一步建立万国邮联内部的信任、真诚、团结、奉献和妥协。”

您对2016年大会进程的驾驭非常成功，即使是一些争论激烈的议题也有出色的掌控。您如何描述自己担任大会主席的表现？

第26届万国邮联大会无论是对我个人、还是对我们邮政公司甚至更重要的是对我们的国家而言，都具有非常重要的历史意义。

我们筹备大会的团队有3,000人，在组织这次盛会的过程中，我们对待每个工作步骤都兢兢业业、一丝不苟，一切为了把这次活动办到最好。

我们每天的日程都非常满，而且也确实感觉富有成效。担任这个职位是一个很好的机会，对万国邮联未来至关重要的各个方面进行引导并统一，比如新的服务渠道、服务质量、产品计划的整合、电子商务、物流的关键点、会费单位、邮联预算等，还有其他许多像邮联改革这样非常值得关注的问题。同时，这些会议将对全球邮政服务质量起到促进作用，进一步强化双边关系，大家纷纷踊跃参会，能担任本次大会的主席，我深感荣幸。

现在我们处于新工作周期的起步阶段，而您作为行政理事会的主席也要承担许多重要职责。您认为重点是什么呢？

首先，我希望强调万国邮联将是我们的工作重点。当然我们要关注很多具体的问题，我们需要进一步建立万国邮联内部的信任、真诚、团结、奉献和妥协。第26届大会已经表明，这些都是可能的。

我真心希望在相互尊重的框架下加强团结、促进谈判与合作。我们向全球所有邮政经营者张开双臂，欢迎他们参加万国邮联的活动，致力于提高全球邮政网络的普遍性和互联互通，服务世界人民。作为行政理事会主席，我的最终目标是



让各国邮政与万国邮联之间展开最广泛的合作,确保全世界人民尽可能地享受最佳投递服务。我们运送的并不仅仅是件包裹——我们深知每件包裹都传递着寄件人和收件人的某种情感。

在这个工作周期中,行政理事会将负责讨论的“热点议题”包括哪些?

众所周知,我们在很多重要议题上都达成了妥协,令大会得以成功闭幕。我可以这样说,邮联改革、会费单位、财务和预算将成为我们关注的重点话题。这些都是关系邮联未来的重要方面。另一方面,如果我们要为全世界人口提供更好的服

“我们将所有的挑战都作为成长的机遇。”

务,那么就还有很多其他更重要的方面,例如服务质量、电子商务和产品计划整合等,这些都需要我们躬身力行。在这个工作周期,我们将集中关注所有这些问题。

我们应该通过改进邮政网络为非洲、亚洲和拉丁美洲偏远地区的人们提供服务。这是我希望大家进行详细探讨的重要话题,从而实现最大化的全球连通性,并且确保最弱势群体也能够有机会参与其中。

您认为今后四年中行政理事会最大的挑战是什么?

我们需要开展的工作包括邮联改革、数字化、电子商务、供应链、将被排除在外的人口包容和融入邮政网络、大数据以及新的服务渠道等。一旦成功完成万国邮联的改革进程,我们就能够将所有的精力投入到万国邮联的业务和活动中去。在解决所有这些问题的过程中,不可避免地存在挑战,但是只要携手追求同一个目标,没有什么挑战是不可征服的。

此外,任何组织和人都一样,不经历风雨怎么见彩虹,有挑战才能够成长。谨记这一点,我们将所有的挑战都作为成长、改进和质量提升的机遇。所有这些都帮助万国邮联整体向前发展。

在第26届万国邮联大会上,大家围绕万国邮联的改革展开了激烈的讨论,很多成员国同意在这个工作周期内实施万国邮联提案中的多项内容,其中一项建议就是优化各委员会的工作方法。烦请您解释一下如何看待这些影响邮联效率的变化?

我没有机会经历之前的几个工作周期,但是只要看了之前的工作流程就很容易得出结论:新的工作周期在各个方面都更胜一筹。之前,大会会期会持续20~25天,而得不出任何结论的会议就意味着邮联在时间、资源和工作方面遭受严重的损失。

由于决策流程过长,就不可能及时作出决定。现在正在纠正这一问题,这是一项极其重要的改进。

目前工作组将分别开展工作,然后在理事会会议上最终确定,这是新的工作周期中最高效的特点之一。我们还将继续保持以结果为导向,而不是迷失在绵延不绝、不知所终的讨论中。这样,我们就能够通过时间短、目标明确的大会和工作组会议将成本降到最低,节约时间。

大会决定将一些改革提案推迟到2018年特别会议上讨论。您认为怎样才能在这些悬而未决的问题上寻求途径达成共识呢?

我坚信这些提案将在2018年得到定论。我认为大家都需要提醒自己万国邮联成立时的价值观,并且让自己的行动符合这些价值观,而这些价值观的基石就是真实、合作和诚信。每一次走进国际局的时候,我们都应当带上这些价值观,工作时应谨记这些价值观。这样,在余下的问题上达成共识就会容易很多。

“强大的万国邮联意味着邮政经营者更称职,邮政业务更优质,用户更愉悦。”

您在担任主席任期内有什么希望或期待?

首先,我希望完成这个阶段需要开展的所有工作,使万国邮联在下个工作周期运转更好。我希望看到一个成效显著的工作周期,充满相互尊重与理解。正如我前面提到的,我们将着手处理邮联改革和财务改革方面的关键问题。我非常希望我们能够在不浪费更多时间和精力,采用切合实际的方法克服各种阻碍,让邮联和全球各地的邮政管理机构从中获益。

强大的万国邮联意味着邮政经营者更称职,邮政业务更优质,用户更愉悦。

您作为行政理事会领导的同时,还担任土耳其邮政总局长和主席。您对于土耳其邮政行业的总体状况有什么见解?

我非常高兴地告诉大家,土耳其邮政行业每一天都在不断成长和壮大。

在土耳其,电子商务和物流业务日益发展壮大,为邮政行业带来了更多的机会。土耳其邮政是国家机构,土耳其社会对邮政坚定的信任推动土耳其邮政不断向前发展。

我们坚持不懈地努力,通过实体和数字化邮政网络改善服务,满足人民各种各样的需求。

我们将进一步深化邮政公司的机构重组,确保土耳其人民尽可能享受到最好的服务。本着这一信念,我们正在更新各种服务网络,从电子业务到物流服务、从银行解决方案到邮政服务、再到数字化服务等各个方面。

面对不断变化的邮政环境,土耳其邮政关注的重点有哪些呢?

我们的目标是成为土耳其最重要、最高效、最安全、最有活力的邮政服务提供方。我们正在深入研究如何改善投递渠道、改进车辆和投递人员的服。从某种意义上来说,这些元素是最重要的,因为它们联系邮政和土耳其人民的首要渠道。从另一方面说,我们还在开展一些其他领域的研究,包括健康、电子政务、环境、其他物流渠道、运输、全功能银行业务、保险、业务开发以及其他投资领域,其目标都是为了改进我们的服务。KR

为控制篇幅并确保清晰对本访谈进行了编辑。

历史性缔约 带来项目丰硕成果

几十年来,日本邮政员工一直使用本田摩托车投递邮件,但最近两家公司决定拓展合作关系,不再局限于交换设备。



铃鹿8小时耐力赛期间,日本邮政维护人员正在检修本田摩托车。(照片:日本邮政)

文:
FELLA
RABBAHI

日本邮政和本田公司的关系历史悠久。近半个世纪以来,本田公司一直负责生产日本邮政标志性的红色投递自行车。

不过双方的合作关系已经得到发展,不再仅限于投递设备购置。2016年大地震袭击日本熊本之后,日本邮政为本田公司提供了灾后援助,因为受灾地熊本就是生产投递自行车的工厂所在地。

在日本邮政采购部门工作的 Hiroaki Fukuda 称,“本田结实的自行车一直在帮助日本人民作为思想传递的使者,风雨无阻。日本邮政为帮助熊本从这场灾难中恢复过来,在2016年铃鹿8小时耐力赛中赞助了本田熊本队”。

Fukuda 解释说,赞助比赛对日本邮政而言非常合适,后勤维护人员协作保障汽车到达比赛终点,这也反映了邮政自己的投递队伍,能够确保将邮件投递至最后一英里。

他说,这次合作的另一个目的是应对日本邮政面临的运营挑战:85,000多辆自行车的维护成本。

日本邮政邮票和明信片办公室的 Emiko Hakozaki 补充道,“我们还认为同顶级比赛团队的合作能够积极鼓励投递人员,实现更安全的骑行和车辆更好的保养,这对提高邮政业务的质量是必要的”。

据 Fukuda 说,比赛的确有助于鼓励员工提升保养技能。

两种需求 一次行动

合作除了能够帮助邮政工人,还有益于社会。

铃鹿耐力赛期间,日本邮政同参赛选手合作举办了明信片工作坊,给孩子们讲授道路安全知识,并让孩子们体会书写传递信息的快乐。

在工作坊举办过程中,孩子们可以骑着可爱的小自行车,与来自本田赛车队的专业选手们一起学习道路标志和交通安全规则。工作坊结束



在日本邮政同本田公司合作举办的集邮活动中,孩子们正在创作个性化明信片。(照片:日本邮政)



在东京中央邮政局大楼内，一位小朋友正在邮寄自己在日本邮政和本田公司联合集邮活动中制作的明信片(照片：日本邮政)

后,家长和孩子们都可以带走个性化明信片。

在过去成功活动的基础上,日本邮政在东京中央邮政局大楼举办了一场类似活动,46,000多名参观者通过活动了解了集邮和书信写作的价值。活动也重点介绍了本田小型自行车。在参与者中进行的调查表明:97%认为书信是表达思想的重要形式,92%回答称这次活动让他们有立即写信的冲动。

Hakozaki称,“尽管现在的年轻一代很大程度上远离了书信,但他们在网络上的创作仍然十分积极。通过举办这样的活动,我觉得很有可能使这些用户转向实物信件”。

除了人们的高度参与,日本邮政报道称活动使其销售了约5,500,000日元(50,400美元)的集邮产品。

共同目标

尽管这看似是一次与众不同的合作,但Hakozaki和Fukuda坚持认为公私合作一定有助于加强日本邮政在现代商业环境中的地位,帮助他们实现积极转变,同时改进工作方式。

Hakozaki断言称,“同私有部门合作伙伴的合作往往让我们能够充分利用各自的财富,如知识、人力资源、活动场地和粉丝群。但是我觉得真正的胜利来自于这些合作伙伴带来的新视角和新见解”。

她补充说,“这些见解常常让我们能够从新

角度重新评估我们的服务,最终开发出更好的产品、业务和促销策略”。

就曝光度而言,日本邮政称赛事得到30多家媒体的报道,效果相当于约700,000美元的广告。至于在中央邮政局大楼举行的活动,则带来超过800,000美元的广告费用。

Hakozaki称效益是双方面的,她指出各国邮政拥有很多有价值的资源可以同私有部门分享,例如赢得用户信赖的基础、远扬的声望和广泛的网络。

本田公司也将日本邮政视为出色的伙伴,同时也将合作看作是开发新客户群体的一次机会。

本田日本摩托车公司执行官Takaharu Hatakeyma解释说,“通过闻名的邮件投递自行车,我们和日本邮政有近半个世纪的长期关系,而且它们也是我们国内摩托车业务的最大客户,日本邮政是最完美、最理想的合作伙伴”。

未来合作

Fukuda和Hakozaki表示,通过与本田合作,日本邮政现在已经认识到在数字时代中伙伴关系在帮助邮政巩固地位方面的真正作用,因此启动了与一家日本私有出版公司的新合作。

该公司主要面向年轻女性,今后有可能成为潜在的邮政新客户群。

合作双方共同推出三项活动:小说大赛、书信写作大赛和以书信为主题的社交媒体大赛。

至于未来的合作,她补充道:“一项重要标准是合作方的客户群应包括我们未来的潜在目标群体,从学龄前儿童到大学生以及当前主要的信件书写人群”。FR



在日本邮政的集邮活动中,本田赛车手正在给一个家庭介绍摩托车知识(照片:日本邮政)

地区发展计划：面向万国邮联合作的整体构想

合作发展是万国邮联近半个世纪以来的工作基石。在新一轮工作周期开始之际，万国邮联逐步形成了自己的发展战略，为有需要的国家带来更多福祉。

文：
RUDY
CUADRA

1964年维也纳大会上，合作发展的原则被载入万国邮联《组织法》第一条，至今仍是万国邮联的优先活动领域。

帮助发展中国家应对风云变幻的国际市场，帮助各国政府应对指定经营者提供邮政普遍服务的挑战，技术援助始终是迎接挑战的唯一方式。

因此，后续万国邮联大会采取的合作发展政策不仅考虑了之前周期的教训，同时也考虑了今后周期内发展中国家必须面临的挑战。

在20世纪的大部分时间里，各国公共邮政基本上是传统市场上唯一活跃的经营者，那个时期万国邮联的援助主要集中在对发展中国家运营的支持上。然而在20世纪90年代，国际交流日益增加、全球化趋势增强，这些变化直接影响到邮政行业。这一时期邮政行业面临着新的环境，最新技术的使用使得国际交流更为迅速和发达，各经济体日趋向市场自由化发展，国际经营者之间的竞争日渐激烈。

发达国家通常能够适应新环境，跟上邮政市场需求的步伐。然而，对于大多数发展中国家而言，由于资金来源有限、基础设施匮乏，这一过程就变得更加艰难。

今天，发展中国家的一些指定经营者情况极为复杂，不仅需要新的发展战略和创新的解决方案，还需要现代化的政策，这样才能确保指定经营者提供邮政普遍服务的可持续性。

很明显，尽管合作能够给发展中国家提供急需的支持，但要实现邮政部门和运营层面必要的改变，这还远远不够。的确，各国政府和指定经营者有责任在国家层面落实短期、中期和长期措施，以满足居民和企业日益增长的需求。

地区方式转变

十年前开始采用的万国邮联地区合作发展方式的确带来了该地区结构更加合理的合作。但是，在过去的工作周期里，集中资源开展有限活动的优先政策未能有效控制项目数量，主要原因是合作分散在许多不同的特定领域。这种碎片式的方法影响了万国邮联合作活动在该地区的影响力。

2015年考虑到地区特性及邮政行业的具体特点，万国邮联开始研究各种合作方案以解决这一问题，以更加敏锐的优先化视角，研究确定了新的合作方式，以提升万国邮联合作的影响力。

对于要开发的项目，该方法将根据单一的“特定领域”来整合与邮政相关的运营活动。该办法旨在以共同目标和指标为考量，组织关键战略项目活动，从而更简便地衡量万国邮联合作在该地区的影响力。

这种新的整合方式是在2015年地区战略会议上提出的，赢得了各地区所有国家的支持。自从我们采用万国邮联地区工作方式之后，考虑到国际环境新的现实及邮政行业面临的挑战，第一

次确定了一个所有地区共同参与的业务领域。

所有地区都选择将发展电子商务业务作为2017~2020年周期万国邮联活动的关键优先领域,重点放在支持发展中国家上。

在伊斯坦布尔举行的第26届大会上通过的合作发展政策及在2017年4月行政理事会通过的执行战略都反映了这一新的愿景,即促进整合、创新,并让受益国承担更大的责任。

资源调动重点

自地区工作方式实施之后,地区发展计划(RDP)已经成为确定不同地区参与者特别是区域性邮联合作和项目磋商优先顺序的主要工具。但是,研究经验教训后发现,一旦优先顺序和项目得以确定,地区发展计划对合作或对受益国不再具有任何附加价值。

在此基础上,万国邮联进行了深入分析,以找出最大限度利用这一重要合作工具的方法。之后,我们得出的结论是:在发展中国家,地区发展计划应当成为地区间为合作项目进行筹资的工具。很显然,万国邮联预算的可用资金远远不足以应对今天邮政部门面临的挑战,发展中国家必须进行的改革所需的投资远远超出万国邮联可提供的资金。

近年来,国际局调动资源的经验已经让我们清楚地了解到这方面所面临的挑战和机遇:成功取决于利用系统化的组织架构为邮政发展项目吸引捐助者。

这一新的筹资方法需要国家和地区参与者的积极参与,从而将邮政活动纳入国家和地区优先项目以及国家发展规划中。近年来通过邮政改革发展综合计划,我们已经在该领域实现了大的飞跃。但即便如此,也只有少数发展中国家坚持完成了这一国家进程,而且各国邮政很少被确定为本国发展规划中的优先发展对象。

为了立即启动这一新的资源调动方法,万国邮联去年就开始了准备工作。首先,在2016年,国际局发展合作局(DCDEV)的各个团队,包括地区项目协调员都接受了资源调动培训。协调员能够掌握在各自地区引领这一进程所需的专门知识。其次,继在伊斯坦布尔大会上采用新的合作政策之后,在资源调动领域专家的帮助下,立即开始着手制订地区发展计划。

到目前为止,各个地区行动方案已经制订完

成,发展合作局地区团队有了清晰的目标,而且已经通过接触地区的捐助者开始筹集资金,希望这一新的方法能够为我们在该领域的活动吸引所需的外部资金。

伊斯坦布尔周期的整个地区发展计划进程于2016年年底结束——比之前的周期提前一年——在万国邮联网站上可以看到这些规划。这一良好开端可以给我们足够的时间去更好地规划、组织万国邮联的活动并坚持到底,同时能够更准确地衡量活动的影响力。

新的地区发展计划启动

2017年年初,随着地区发展计划的就绪,我们开始开发主要的电子商务运营准备项目。如前所述,这将成为伊斯坦布尔周期万国邮联合作发展活动的一级优先项目。项目致力于通过实现运营程序现代化帮助指定经营者成为电子商务的主要参与者,同时利用所有可用的标准化信息技术工具及端到端系统来落实符合电子商务要求的运营解决方案。

希望指定经营者能够通过提高绩效和端到端可靠性、使客户利用EDI报文跟踪邮件以及制订以客户为本的解决方案,促进电子商务的增长。为了实现既定目标,在与各国合作伙伴例如航空公司、地面服务商、海关以及其他相关各方的协同下,通过研讨会、培训、现场研究、机构审计以及结对活动等,项目将作为全球四年行动方案的一部分得到落实。

尽管项目将考虑地区特性,但在全球使用同类的指标和通用的方法开展电子商务运营准备工作,将大大有利于地区之间知识的共享。就全球项目实施中取得的经验和教训进行全局分析,将对制订2021~2024年万国邮联的合作政策起到指导作用。

此外,金融业务、邮政领域的改革和现代化以及多元化经营被选为伊斯坦布尔周期合作发展的二级优先项目(有限范围内的项目)。这些领域已经开发了地区项目,预计于2017年启动。

必须指出的是,最不发达国家(LDCs)在2017~2020年期间仍将是合作中的优先对象;根据新的战略,对最不发达国家的援助将以国家范围的地区项目形式展开。这些国家范围的项目将同一级和二级优先地区项目指标联系起来,从而支持新的合作整体构想。

前进道路

我在国际局合作发展领域工作了约 25 年，完全确信万国邮联在该领域活动成功的关键主要在于受益国使用可以利用的资源。任命国家团队直接参与项目活动、落实专家建议、国家对该领域活动提供支持、有效利用设备及进行培训，这些都反映了万国邮联行动的影响力。

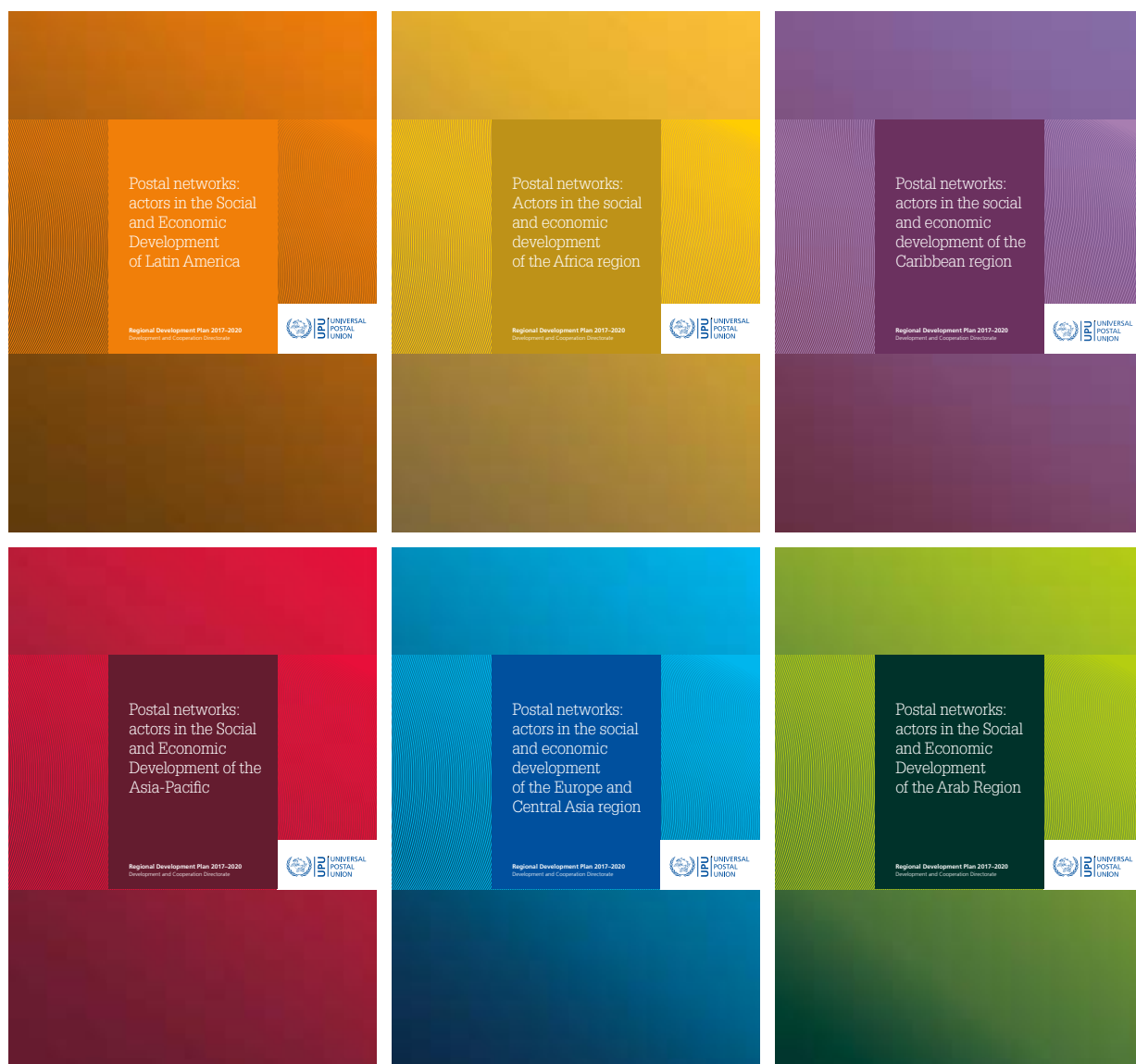
相应地，新项目将确定各方职责，号召受益国支持项目行动方案。

我希望万国邮联基于双赢构想的新方式能

够鼓励各国积极参与，并且激励各国充分利用万国邮联的合作发展活动。只有这样，这些国家才能够更有能力面对如今邮政行业的挑战，实施邮联的新战略。

我们确信这个合作发展的新政策和新战略将会富有成果，我们也期待与各地区国家合作，共同迎接未来的巨大挑战。**RC**

Rudy Cuadra 是万国邮联发展合作局的代理局长。



地区发展计划下载网址：<http://www.upu.int/en/activities/technical-cooperation/regional-development-plans/plans.html>

澳大利亚

澳大利亚邮政与阿里巴巴以及澳大利亚健康食品公司澳佳宝(Blackmores)合作,努力减少在中国销售冒牌食品的数量。新平台将有助于跟踪从农场到最终接收者的食品,确保真正的澳大利亚产品能够到达中国消费者手中。供应商需要提供有关食品生长地的信息,平台将帮助跟踪食品经过供应链的每个环节。

中国

中国邮政储蓄银行已经启动与IBM合作创建的基于区块链技术的资产托管系统。该系统简化了信用验证,帮助管理风险,使银行能够提供安全高效的金融业务。

芬兰

芬兰邮政收购芬兰家庭护理与个人助理服务公司HR Hoiva Oy。芬兰邮政已经拓展了产品组合,将各项护理服务包含在服务范围内,芬兰邮政称这次并购将使其能够为用户提供全面的家庭护理服务。芬兰邮政目前提供部分护理服务,例如帮助老人进行户外活动等。

德国

德国邮政敦豪集团(DHL)宣布2016年收入创纪录,运营利润增长45%,增至35亿欧元(38亿美元)。DHL将利润增长归功于电子商务,预计到2017年年底收入将增长到37.5亿欧元(40.8亿美元)。

DHL还致力于到2050年实现物流业零排放,这一计划同样适用于企业的运输分包商。DHL希望通过这一计划为实现2015年巴黎气候大会及联合国可持续发展目标做出贡献。此计划还概述了中期目标,例如到2025年,环境保护项目GoGreen中80%的员工可以认证为专家等。

意大利

意大利邮政与万事达卡合作,简化通过指定经营者的应用程序

Postepay进行数字支付的流程。该邮政还将万事达卡的Masterpass电子钱包并入应用程序中,使用户能够通过银行建立的安全账户在网上保存自己的支付信息,避免每次购买都要重新输入支付和运送信息。

日本

日本邮政加强同日本电子商务公司“乐天”的合作,以减少电子商务邮件的重复投递。两家公司计划通过采取措施提高取件和投递服务的效率来实现这一目标。可采取的措施包括增加收件点数量、加强投递通知方式和包裹初次投递成功可获得奖励等。

马来西亚

马来西亚政府与阿里巴巴宣布在马来西亚建立新的地区电子商务枢纽的计划。该枢纽计划于2019年年底建成,将成为数字化自由贸易区的一部分,实现进出口产品的更快通关。该枢纽还将提供仓储和订单履行空间。

新西兰

继新西兰邮政与中国河南保税物流中心(HBLC)签署协议之后,更多新西兰商家将进入中国市场。专门从事市场营销、物流、支付和信息技术相关的电子商务业务公司TradeMonster也一同签署了该协议。新西兰邮政称,2016年在新西兰和中国之间投递了700多万件邮件。

新加坡

新加坡邮政与空中客车直升机公司开展合作,在城市中心区提供无人包裹投递服务。名为Skyways的项目已经得到新加坡民用航空局的批准,计划于2018年在大学校园进行试验。

瑞士

瑞士邮政邮票实现数字化。该国指定经营者最近发行一套新邮票,其特点是用户用手机扫描邮票代码时,

可直接连接到在线内容中,如竞赛、调查和视频。用户还可通过智能手机购买这种邮票。

瑞士指定经营者还同沃尔沃和LeShop.ch合作提供投递到车服务。沃尔沃车主可以使用由汽车制造商研发的特殊钥匙,让通过LeShop.ch购买的货物投递到汽车后备箱,钥匙仅能临时开启汽车后备箱。目前有4个城市提供这项服务。

泰国

数字化转型是目前泰国邮政工作的重中之重,该邮政希望通过转型避开移动投递应用程序等颠覆性创新的影响。根据《曼谷邮报》的一篇报道,指定经营者预计到2018年能够完成转型,转型所带来的变化将影响产品和业务、运营、基础设施、通信以及员工心态。预计转型每年将花费约30亿泰铢(8,690万美元)。

乌克兰

乌克兰邮政已成为一家股份制公司。2017年2月基础设施部允许指定经营者进行企业化改革,成立独立董事会并寻求金融合作伙伴。股份仍由国家全额持有。

阿拉伯联合酋长国

阿联酋邮政集团同该国经济部签署谅解备忘录,旨在促进国家社会经济的进一步增长和在共同感兴趣领域的合作。备忘录包括改善双方之间的沟通渠道与交流协作。

最近,阿联酋邮政还启动了员工培训项目,提升客户的幸福感。“我传递幸福”项目让邮政员工了解客户幸福感,学习卫生与仪容、健康与安全常识,提高人际交往能力,培育积极的工作态度以及团队合作精神。运营部门的1,000多名工作人员将从培训中获益。

所有内容均由Kayla Redstone提供

还犹豫什么，请即刻订阅！



请即刻加入到我们人数众多的读者行列中来，立即订阅这份有 7 种语文可供选择的旗舰杂志吧！

个人用户订阅价格为全年 50 瑞士法郎。万国邮联各成员国邮政可以享受特别优惠价格。

请填好下列信息，传真至：+41 31 350 37 11
或发送电子邮件至：kayla.redstone@upu.int

姓名	欲订阅读语版本：
职务	英文
组织机构 / 经营者	法文
具体通信地址	阿拉伯文
	中文
	德文
电子邮箱	俄文
电话号码	西班牙文
传真号码	

创新提升质量信息



GMS

全球服务质量监测系统

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测系统（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



Innovation
bringing
value

Every single day, hundreds of millions of parcels, packages and mailpieces move around the world, along the roads to our houses. In more than 20 countries, on 5 continents, a large part of them is sorted, routed, tracked, prepared for delivery by our solutions. SOLYSTIC provides operators of postal and parcel industry with solutions for e-commerce logistics, B2C delivery preparation, "mixed" mail sorting and automatic resolution of delivery addresses. We help our customers to meet growing demand, to be ahead of the competition, to make their business profitable. SOLYSTIC: we always try to think creatively.

Innovative solutions for the mail and parcel industry.

gimette. 03/17. Picture: Betty Scudlo



MAIL AUTOMATION

PARCEL AUTOMATION

LIFECYCLE SERVICES