

农村邮政在城乡二元经济结构转型中的机遇和挑战

中国邮政集团公司上海研究院 黄 莺

城乡二元经济结构是发展中国家存在的一个普遍现象，如不能从根本上加以扭转，将导致城乡差距不断扩大，严重制约社会经济发展。要实现我国社会经济全面协调可持续发展、体现和谐社会的公平与正义，必须进行城乡二元经济结构转型，实现同质化的城乡一元经济。国家高度重视农村经济发展，中央一号文件连续七年聚焦“三农”问题，2010年中央一号文件更是明确提出了“加大统筹城乡发展力度，进一步夯实农业农村发展基础”等战略部署。

一、农村邮政在城乡二元经济结构转型中的发展机遇

（一）参与农村基本公共服务体系建设，完善农村邮政服务网络

统筹城乡发展，首先要在基本公共服务体系建设方面实现城乡均等化。邮政普遍服务是政府向公民提供的基本社会公共服务，邮政企业应以此为切入点，将农村支局所、村邮站、“三农”服务站等设施建设纳入农村地区基础设施建设规划，提高农村邮政服务网络覆盖率，并为构建农村邮政经营服务网络奠定基础。在这方面，北京邮政开展了大量工作并取得了显著成效。2011年，北京市人民政府下发《关于进一步提升首都邮政普遍服务水平的意见》，明确提出要将邮政基础便民服务纳入城乡基层公共服务体系，增强农村邮政服务能力，建设城乡一体化邮政设施体系。

（二）融入农村现代流通体系建设，拓展农村邮政经营空间

当前，我国农村消费市场还处于大市场、小流通的阶段。农村地区每年有近3万亿元的消费品市场，但连锁经营交易额还不到农村市场全部交易额的10%。国家改变这一情况的着力点就是建立健全农村现代流通体系，打通城乡间的双向流通渠道，实现大市场、大流通。

近年来，邮政企业在融入农村现代流通体系建设方面进行了积极探索，形成了“连锁经营+配送到户+科技服务”的综合服务模式，在拓展经营空间的同时取得了良好的社会效益。上海邮政还将电子商务与现代物流进行有机结合，将郊县的农副产品通过邮政部门运往市区和全国，而市民坐在家中只要轻点鼠标，新鲜绿色的农副产品就会送上门，这种模式为邮政企业发展分销配送业务发展提供了有益借鉴。

（三）满足农村金融服务需求，确保邮政企业稳定现金流

随着社会主义新农村建设的深入推进，农民对金融服务的需求越来越大，但目前我国还有 2299 个金融机构空白乡镇，农村地区金融机构网点覆盖率低、金融供给不足，在一定程度上制约了“三农”发展。另一方面，农民对资金的需求大多具有规模小、时间紧、频率高的特点，单一的金融机构出于信贷交易成本和收益的考虑，很难满足这类资金的需要。邮政企业在农村的服务网点规模虽然小，但灵活方便，业务种类齐全，可以很好地服务于农村人口。

近年来，邮政企业在农村地区除提供一般的储蓄业务之外，还提供了资金结算、代发“新农保”资金、农村计划生育奖励扶助金、粮食直补款、各种政府发放资金、协议存款、小额存单质押等服务，既为农村建设提供了有力的资金支持，也确保了邮政企业的收入来源和稳定的现金流。此外，随着农民可支配收入不断增加，也为邮政代理保险业务提供了广阔的发展空间。河南邮政通过发挥网络优势、建立专职队伍、做好产品选择、强化后续服务等有效措施，2010 年实现邮政代理保险业务收入 7.14 亿元，为农村邮政业务发展找到了新的增长点。

（四）融入农村文化旅游产业，提升传统邮政业务

党的十七届六中全会《关于深化文化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》明确提出，要加快文化产业发展和城乡文化一体化发展，增加农村文化服务总量，缩小城乡文化发展差距，以农村和中西部地区为重点，加强县级文化馆和图书馆、乡镇综合文化站、村文化室建设，深入实施广播电视村村通、文化信息资源共享、农村电影放映、农家书屋等文化惠民工程，扩大覆盖、消除盲点、提高标准、完善服务、改进管理。中央精神对邮政传统的报刊发行业务来说是一个新的历史发展机遇，邮政企业应积极满足农民精神生活的需求，将村邮站、“三农”服务站与农家书屋叠加起来，拓展农村邮发报刊市场。同时，培育农村集邮市场，壮大农村集邮者队伍。

此外，旅游业被公认为是社会经济发展的“朝阳产业”和“支柱产业”，从全世界看，旅游业总产值占全球服务业总产值的 1/3 左右，我国只占 1/6 左右；全球旅游业总产值占 GDP 的比重已超过 10%，我国仅占 5%左右，发展空间巨大。目前我国已开始进入大众旅游消费快速发展的新阶段，农村地区具备发展旅游业得天独

厚的地理环境和资源优势。旅游业的发展将增加纪念礼品、物流配送、资金结算等多方面的服务需求，带动景区门票明信片、家乡包裹、集邮礼品、票务代理等业务的快速发展。

二、农村邮政在城乡二元经济结构转型中面临的挑战

（一）农村邮政的基础能力还相对薄弱

长期以来，由于农村经济相对落后、农村市场先天不足、普遍服务任务繁重等原因，农村支局所严重亏损、农村邮政建设资金匮乏，也使邮政企业不愿对农村支局所建设进行投入，并由此造成恶性循环，导致农村邮政服务能力较为薄弱。此外，农村邮政员工队伍的文化素质偏低，缺乏适应企业发展的能力，特别是随着市场经济的深入发展，外出打工群体增多，邮政员工队伍稳定性变差，流动性增多，这些均成为制约农村邮政可持续发展的重要因素。

（二）市场竞争主体日益增多

在后金融危机时代，我国经济发展遇到的最大困难是需求不足。促进经济平稳较快发展，要立足扩大内需，解决供求矛盾。中央提出，扩大国内需求，最大潜力在农村；实现经济平稳较快发展，基础支撑在农业；保障和改善民生，重点难点在农民。据统计，国家用于扩大内需的4万亿元资金中，涉农资金约有8000亿元。也就是说，农村市场不仅会吸引邮政企业，同样也会吸引众多的竞争对手参与期间。在分销配送领域，主要有供销社、经营农资产品和日用品的个体经营者，在农村金融领域，主要有农信社、村镇银行、各大保险公司等。随着我国农业现代化、产业化的进一步发展，农村市场的竞争将日趋激烈。

（三）邮政企业的体制机制尚不够灵活

买方市场要求企业围绕客户价值来进行组织机构重组和部门设置，但邮政企业作为直接面向客户的服务性企业，其组织结构实质上仍然单一的行政管理模式，缺乏真正意义上的把市场和客户作为研究对象，进行市场分析和营销策划的部门。农村邮政作为邮政系统的一个组成部分，目前也同样存在这一问题，这必将导致农村邮政在自身发展过程中缺乏快速反应、灵活高效的经营机制，使自己在竞争中处于

较为被动的地位。

三、对邮政企业在开拓农村市场中的建议

（一）加强公共关系，争取政府支持

“三农”工作是中央和地方各级党委、政府工作的重心之一，中央一号文件连续多年将利用邮政网络资源开展农资配送业务，鼓励邮政系统参与农村现代流通体系建设列入其中，这为邮政企业介入“三农”服务提供了极为有力的条件。邮政企业应充分利用这一政策，将邮政服务“三农”工作纳入当地政府部门的“三农”工作体系，积极主动地向地方政府部门汇报工作，主动了解政府部门的相关政策，把握工作动态，寻找邮政和地方政府工作的最佳结合点。“三农”工作千头万绪、体系庞大，地方各级党委、政府特别是乡镇一级党委、政府都需要强有力的帮手。邮政企业服务“三农”能够提供良好平台和有效渠道，帮助乡镇政府服务好农村群众，将中央的各项惠农政策落到实处，容易得到政府部门的支持。借助政府的力量，邮政服务“三农”工作可以得到顺利推进，甚至起到事半功倍的效果。

（二）聚焦竞争优势，规避经营风险

中国邮政目前开办的业务涉及多个领域，这些业务在城市和农村呈现不同的发展特点。因此，在农村邮政的发展过程中，一定要找准适合农村市场特点的、邮政企业有优势的、经营风险最小的发展模式。特别是对于分销配送业务来说，要找准服务模式与商业模式的契合点。分销配送业务涉足的是商品流通领域，邮政从业经验相对不足，存在一定经营风险。因此，邮政企业不一定要成为某些经营环节的主体，而是应以自己的渠道优势，打造服务于需求各方的平台与桥梁，充分发挥邮政服务的第三方物流特性，聚焦于自己的核心竞争优势。

（三）坚持因地制宜，注重科学发展

我国是一个农业大国，农村人口占大多数。改革开放以来，农村虽然发生了巨大变化，但农业基础薄弱的状况还没有根本改变，农民生活还不富裕，农村社会事业还相对落后，地区发展差别还很大，自然条件、资源禀赋各不相同，改变农村面貌是一个长期的过程，不可能一蹴而就。因此，邮政企业在拓展农村市场的过程中，也要充分考虑到各地区的差异性，将集团公司的总体方针政策和本地的实际结合起

来，针对不同地区、不同情况、不同条件，形成各具特色的发展模式，不搞“一刀切”，不强求一律，不搞形式主义，只有这样，才能取得实实在在的业绩，实现科学发展。