

2022 我们的  
中国邮政 记忆

## 记忆 1

5名邮政人当选党的二十大代表,  
中国邮政全系统喜迎喜庆党的二十大胜利召开

中国邮政集团有限公司党组书记、董事长刘爱力,天津市和平区邮政分公司寄递事业部贵州路速递营业部揽投员刘婷,广东省中山市邮政分公司服务质量部管理员韦艳梅,四川省甘孜藏族自治州甘孜县邮政分公司长途邮运驾驶员、驾押组组长其美多吉,青海省格尔木市邮政分公司投递员葛军5人光荣当选党的二十大代表。

为喜迎党的二十大胜利召开,集团公司举办“奋进新征程,建功新时代——中国邮政发展成就展”,突出展示党的十八大以来,在新一届集团公司党组的带领下,中国邮政在实现“二次崛起”的征程上取得的显著成就。举办“沿着邮路看中国”大型主题宣传活动,邀请媒体共同采访见证新时代十年的伟大变革、中国邮政的担当作为。话剧《其美多吉》在北京精彩上演,生动展现了“不畏艰险、为民奉献、忠诚担当、团结友善”的雪线邮路精神。

党的二十大开幕当日,中国邮政发行《中国共产党第二十次

全国代表大会》纪念邮票一套2枚、小型张1枚;全力保障党报党刊发行工作,以最快的速度将党的二十大精神传遍神州大地。会议召开期间,作为会上提供现场服务的唯一企业,北京市邮政分公司全面满足了代表和工作人员的用邮需求,圆满完成了各项服务保障工作,集中展示了中国邮政的服务水平和品牌形象。

集团公司党组将学习宣传贯彻党的二十大精神作为全系统当前和今后一个时期的首要政治任务,第一时间组织传达学习,第一时间研究落实举措,切实加强组织领导,开展深入学习研讨,集中开展宣讲活动,迅速在全系统兴起学习宣传贯彻党的二十大精神热潮。全体干部员工坚持读原著、学原文、悟原理,完整、准确、全面领会党的二十大精神,切实把思想和行动统一到党的二十大精神上来,确保党的二十大精神在邮政全系统落地生根、开花结果。

## 记忆 6

中国邮政加快打造农村电商特色生态体系,  
全面建立系统性服务乡村振兴工作体系

2022年,中国邮政坚持把农村电商作为服务乡村振兴的重要抓手,牢牢把握大单品、进销存管理、业务叠加三大核心要素,持续打造“919电商节”,加强农产品基地建设,加快打造“进城+下乡、线上+线下、生态+专业”特色生态体系,农产品上行商流达101.3亿元,工业品下行商流达110.4亿元;线上打造“社区+社群”营销场景,线下3.4万个网点的3.8万名渠道经理与45万个站点形成绑定关系,带动35.5万个站点成为金融客户,向网点引流客户539万人,“网点+站点”同心圆服务模式初见成效;通过推进代理金融网点与邮务网点、邮乐购站点和村邮站“一对

一、一对多”结对子,以送金融服务下乡为切入点,延伸金融服务触角,有效填补了偏远地区农村的金融服务空白。

立足“五大定位”,落实“六大抓手”,中国邮政聚焦农业特色产业,以商流为牵引、以物流为支撑、以金融为保障、以数据为驱动,初步形成产前、产中、产后全环节协同联动,金融、电商、寄递全要素系统集成,“村社户企店”全方位精准服务的惠农新生态,系统性服务乡村振兴的工作体系全面建立,以邮政“四流”优势解农村“三难”的综合服务能力大幅提升,农民获利、消费者获益、邮政获客、政府获赞的多赢局面基本形成,巩固增强了农村市场竞争优势。

## 记忆 2

中国邮政排名  
《财富》世界500强世界邮政第一

2022年8月3日,《财富》杂志发布2022年世界500强排行榜,在上榜的世界邮政企业中,中国邮政排名第1位。其中,营业收入和利润均排名世界邮政第1位。榜单显示,中国邮政排名世界500强第81位,连续三年进入百强行列。从2018年到2021年,集团公司收入年均增幅为7.4%,利润年均增幅为16.3%,高于国内央企平均水平4.4个百分点。

2022年以来,中国邮政着力打造协同优势、数智化优势、农村市场优势等三大核心竞争优势,扎扎实实推进八项战略任务落地见效。2022年集团全年收入增长5.9%、利润增长16.6%(按会计准则同比口径),整体发展质效稳步提升,企业竞争力、创新力、控制力、影响力、抗风险能力进一步增强,为中国邮政行稳致远打下了根基。

## 记忆 7

中国邮政寄递业务再次大提速,  
“六大改革”助力业务竞争力明显增强

2022年6月8日,中国邮政宣布调价时、服务、成本等优势资源,聚焦重点客户、重点区域和重点线路,对1591条寄递业务线路进行精准提速。这是继2021年“6·28”大提速后,邮政再次对寄递业务进行大提速。中国邮政立足高标准、抓提速、强体系、保稳定,普遍服务和竞争性业务时限均创下历史最好水平。特快、快包整体时限达成率,较年初分别提升11.7个和25.8个百分点。1591条增量市场提速线路实现既快又稳,全程时限缩短19.74小时,时限达成率提升21

个百分点。

2022年以来,中国邮政坚持“三个视角”“三大规律”,坚持问题导向,从严、从实、从细抓好寄递“五大体系”建设,坚持以系统思维深化“六大改革”,明确目标任务、时间表、路线图和施工图,挂图作战。寄递业务竞争力明显增强,时限优势不断扩大,优势线路大幅增加,省内互寄时限已赶超竞品,收寄、内部处理、陆运运输、投递、管理支撑五大环节单位成本持续全面压降。

## 记忆 3

中国邮政入选十大“国之重器”品牌,  
行业“国家队”形象进一步彰显

2022年2月21日,在中央广播电视总台举办的第二届“中国品牌强国盛典”上,中国邮政入选十大“国之重器”品牌。集团公司党组书记、董事长刘爱力代表中国邮政接受颁奖,并用“四个百分之百”,即“百分之百”践行“人民邮政为人民”的初心使命、“百分之百”做到“国家需,邮政在”、“百分之百”助力经济社会发展、“百分之百”扛起行业“国家队”责任担当,深刻诠释了中国邮政品牌的丰富内涵。

中国邮政发布全新品牌定位体系,建立“美好生活连接器”全新品牌定位,传递“不负信任,与美好相连”的全新品牌理念,提出“连接美好,无处不在”的全新品牌口号。2022年,中国邮政联合中央广播电视总台农业农村频道,依托“千县万品好物产”“激活乡村振兴最后一公里”等节目板块,生动展现中国邮政服务乡村振兴的最佳实践,彰显服务乡村振兴“国家队”“主力军”的品牌形象。

2022年以来,中国邮政心怀“国之重器”,行业“国家队”的担当更加凸显。在疫情防控中,发挥资源禀赋优势,探索出了政府集采、社区团购、医药接力配送三种模式,主动兜底各地防疫物资、食品药品、生活必需品等民生物资配送,切实保障金融服务,维护人民群众正常生产生活秩序,得到党和国家领导同志的批示肯定,得

到政府部门的高度评价和社会各界的广泛好评,真正成为打通“大循环”的主力军、疏通“微循环”的国家队、畅通“内循环”的排头兵。

面对地震、洪水等突发自然灾害,中国邮政积极担当作为,全力组织开展好抢险救灾工作,扛起央企使命责任,确保通信畅通和保障民生需求。

中国邮政圆满完成北京冬奥会、北京冬残奥会各项用邮服务保障任务,发行主题纪念邮票6套20枚,开发110款特许邮品。3个赛区的16个邮政服务点,累计服务10.4万人次,收寄邮件5.36万件,投递邮件、报刊13.2万件,发行《冬奥专刊》9.1万份,销售集邮、函件类产品39.5万件,保障了人员、邮件、设施设备和场所等安全,在为世界呈现的一届简约、安全、精彩的奥运盛会中贡献了邮政力量,赢得了社会各界的广泛赞誉和充分肯定。

## 记忆 8

中国邮政全面打造邮政综合服务平台,  
三级物流体系建设取得突破

2022年,中国邮政以“两中心一节点”强化节点建设,以“两优化一提升”优化组网模式,以“网点+站点”“线上+线下”提升运营质效,加快推进县乡村三级物流体系建设,全面提升邮政网络基础能力。2022年建设县级中心731个,包含邮件处理场地651个、农品仓451个、批销仓465个,总建设面积150万平方米;累计建设乡镇(区域)中心6000个,自提点46.4万个;2022年新增农村投递车辆1.9万辆,累计配置3.8万辆,实现年度目标的108%。

一年来,中国邮政以三级物流体系建设为依托,全面打造邮政综合服务平台。普遍服务建制村投递频次提升明显,全国99.96%(49.1万个)的建制村已经达到周三班及以上投递频次。邮快合作快速增量,邮快合作建制村覆盖率达到82.5%,快递进村业务量达到21.8亿件,其中代投

社会快递4.8亿件,是上一年的2倍。客货邮加速融合拓展,累计开通交邮联运邮路2497条,进驻县级客运中心367处、乡镇交通运输服务站1198处。“网点+站点”通过数字化赋能形成闭环,网点业务叠加不断丰富,共叠加业务13个大类61项,转型网点点均收入253万元,同比增长22.4%;农村综合便民服务站加快实现“多站合一”“一点多能”,站点转介金融AUM规模达到281.2亿元,常态化使用进销存站点达到2.5万个,交易笔数4332万笔,交易流水达到29.9亿元。通过获取农村市场数据促进“网点+站点”数字化转型的模式初步形成,助力邮政开发农村市场,服务农村经济。

## 记忆 4

中国邮政全面贯彻中央巡视工作方针,  
坚定不移深化政治监督,实现巡视巡察全覆盖

2022年6月13日,集团公司党组召开巡视工作动员部署会议,正式启动对中人寿保险股份有限公司等18个单位(部门)党组织开展中央巡视整改落实专项巡视“回头看”;对北京市分公司等10个单位党委开展“规范外包管理,推动高质量发展”专项巡视。

党的十九大以来,集团公司党组坚持以习近平新时代中国特色

社会主义思想为指导,全面贯彻巡视工作方针和中央关于巡视工作的决策部署,结合企业自身特点,坚持有形覆盖与有效覆盖相统一,提前一年实现对144个党组织巡视全覆盖,如期实现对7153个党组织巡察全覆盖。

## 记忆 9

中国邮政“管理提升年”活动成效显著,  
全面推进治理体系和治理能力现代化

2022年,中国邮政深入开展“管理提升年”活动。各单位以优流程、定标准、明定额、建制度为主线,聚焦管理提升要重点解决的15类问题,全面梳理各项生产运营及管理活动。邮区中心规范化改革围绕“三多三低一高”问题,制定标准化流程,出台生产环节定额员指导标准,集中开展效能提升活动,推动机构设置去行政化、管理架构扁平化、资源配置市场化、岗位定员标准化、运营管控实体化,人均处理效率由759件/日提升到1559件/日,最高的可达6000件/日以上,处理效能、生产效率大幅提升。加快构建合规体系,对集团公司现行的746项制度和规范性文件进行会审,提升规范化管理水平,切实解决流程不规范、标准不统

一、定额不明确、责任未落实等问题。全面开展外包专项整治并纳入集团公司党组专项巡视,有效提升了外包效能,外包规范化管理长效机制加快建立;开展寄递经营违规行为专项整治,深入推动经营端规范化管理。

一年来,中国邮政通过加强规范化管理,企业管理基础明显夯实、管理水平明显提升、管理机制明显优化、管理效益明显改善,邮政企业核心竞争优势加快重塑,为企业行稳致远打牢根基。

## 记忆 5

中国邮政全面实施任期制和契约化管理,  
国企改革三年行动胜利收官

截至2022年9月底,集团公司党组管理干部及各级邮政企业领导干部全面签订聘任协议和经营业绩责任书,实现应推尽推、应签尽签。通过一人一岗、一岗一表、一岗一考核、一岗一薪酬,明确岗位职责、任务目标和奖惩规则,实现“四个到人”,促使各级领导干部真正树立市场意识、竞争意识、岗位意识,充分激发了干部员工队伍活力和创造力,为建立完善现代企业制度奠定了重要基础。

中国邮政国企改革三年行动胜利收官,各司其职、各负其责、协调运转、有效制衡的公司治理机制持续健全完善;党建引领作用充分发挥,政治建设全面加强,党建考核机制加快完善,党建工作与生产经营实现深度融合;国有经济布局优化和结构调整持续推进,资产重组与盘活取得实效,“两非”“两资”企业有

序清理退出;自主创新能力持续提升,邮惠万家直销银行顺利开业,数字邮政建设加快推动,数字人民币研发在部分领域达到国有大行领先水平,实现“弯道超车”;混合所有制改革稳步推进,控股子公司引战上市迈出实质步伐,中邮保险完成引战,中邮科技IPO成功过会,科创板上市取得突破性进展。

## 记忆 10

邮储银行深入落实“5+1”转型发展战略,  
向一流大型零售银行不断迈进

2022年以来,邮储银行牢牢坚守服务“三农”、城乡居民和中小企业定位,深入落实“5+1”战略,强化专业核心、体系支撑、协同整合、科技助推、机制驱动、创新引领“六大能力”,积极践行大行责任担当,各项业务发展势头良好,风险引领业务能力增强,科技支撑能力持续提升,管理效能进一步释放,向一流大型零售银行不断迈进。

截至2022年三季度末,邮储银行资产总额达13.52万亿元,较上年末增长7.43%;负债总额为12.71万亿元,较上年末增长7.74%;管理个人客户资产(AUM)年新增超万亿元,达13.6万亿元;不良贷款率仅为0.83%,拨备覆盖率达404.47%,资产质量保持优良。2022年6月30日,邮储银行全资控股

子公司中邮惠万家银行有限责任公司举办开业启动会,宣布正式开业并推出首批产品,这意味着首家获批成立的国有大行独立法人直销银行扬帆起航。2022年,在英国《银行家》杂志“全球银行1000强”排名中,邮储银行以2021年末一级资本1244.91亿美元位列第13位,较上一年上升2位。穆迪、惠誉、标普三大国际评级机构分别给予邮储银行A1、A+、A评级,评级结果继续保持中国银行业领先水平。