

浪潮助力“邮上海”开启 O2O 电子商务的新实践



【O2O 绝不是营销渠道，不是媒体，而是一种建立在信任关系上的全新商业模式，浪潮助力上海邮政创新商业模式，开启全新 O2O 电子商务的新实践，实现线上线下一体化，线上支付线下提货，线下寄递线上查询，线下消费线上积分的多种业务模式。网址：<http://www.postbuy.com.cn>】

客户简介

根据国务院有关邮政体制改革方案，按照中国邮政集团公司统一部署，2007年2月26日，上海市邮政公司正式成立。上海市邮政公司主要负责上海地区邮政网络的规划、建设、运行管理与经营服务工作，承担普遍服务和特殊服务职责。下辖各区县邮政局、市区邮政投递局、各邮政专业局、通信生产部门以及支撑保障单位共41家直属单位。

作为中国邮政通信重要枢纽、全国七个一级邮区中心局之一，至2009年底，上海市邮政公司与124个国家和地区建立邮件直封关系，国际特快专递业务通达197个国家和地区，国内特快专递业务通达1988个市、县。邮路总条数998条，邮路总长度27.82万公里。全市有邮政服务网点698处，邮政储蓄网点452处，报刊门市部17个、报刊销售亭（点）2128处，集邮门市部6个、集邮服务网点358个，信筒信箱3673个，邮运车辆2921辆，投递摩托车304辆、轻便摩托车574辆、自行车6554辆，新设“邮民联系箱”1902个。

业务挑战

作为国家开办并直接管理的行业，邮政是现代社会进行政治、经济、文化、教育等活动和人们联系的公用性基础设施，为老百姓提供最基本、最普遍的服务。随着信息技术的快速发展，以电子商务为主的新型经济模式已经席卷各行各业。百年邮政将以整合信息流、资金流、实物流的资源优势，大胆突破传统商务模式。因此，上海邮政需要在竞争激烈的市场环境中，充分发挥并利用自己所具备的资源、渠道、信息、服务等优势，通过明确的市场定位，建设一个有别于传统电商模式的平台，来参与市场竞争，并从这个庞大的电子商务市场中分一杯羹。

在“邮上海”电子商务平台建设之前，上海邮政电子商务尚处在初级阶段，分销业务以线下区县局销售为主，线上业务与线下业务相对分离，并仅停留在整个电子商务闭环链的一节或多节上。在外部环境上受到客户需求差异、合作企业资源差异、金融信用缺失、政策法律环境不完善、信息安全保障等因素的制约；在内部环境上存在业务定位与企业资源整合、组织结构调整、流程设计优化、信息系统建设、核算结算系统不协调、不同步，业务规模不大，服务质量不高，经济效益不好等因素。因此，如何立足邮政现状，整合线上与线下资源、优化流程、创新营销发展电子商务业务，成为亟待研究解决的问题。

解决方案

作为国内领先的云计算解决方案和服务提供商，浪潮为“邮上海”电子商务平台提供了软硬件一体化的整体解决方案，浪潮近年来一直致力于传统企业转型电子商务整体解决方案的研究和实施，依托公司传统行业和企业信息化经验以及软硬件一体化能力，助力传统产业向电子商务时代的转型，推出了面向垂直行业的供应链电子商务解决方案以及面向传统企业的 B2B2C 电子商务解决方案。随着国内电子商务产业的迅猛发展，浪潮通过创新的软硬一体化技术的整合应用，拥有自主知识产权的天梭 K1 高端容错服务器、海量存储等信息化核心装备，计算平台产品与电子商务平台解决方案一脉相承，让用户最大限度享受到更简单、快捷、全面的 IT 服务，使用户系统兼容性、稳定性与可维护性大大提升。

“邮上海”电子商务平台是根据上海市邮政公司对电子商务的整体发展思路和长远规划，全新打造的集成网上商城、物流配送、客服、财务、仓储等为一体的基于 B2B2C 模式的行业型电子商务平台。该平台实现了通过互联网向社会消费群体销售上海邮政的服务和相关产品，打通了线下营业系统、卡系统、连锁零售

系统，实现了线上与线下的资源互补，建立起了终端消费群体的数据库，在提高已有客户忠诚度的同时，吸引了大批习惯网络购物的新客户。

客户收益

上海邮政创新发展模式，以节日为主、季节性、常态化的商品为辅贯穿全年的商品销售，利用线上与线下的资源互补，经历了“新春有礼”、“情邮独粽”、“夏日邮爽”、“浦江月”、“香蟹驿舍”五个重点营销项目，取得了良好的经济与社会效益，实现了“邮上海”网站的常态化运营。

在自有产品品牌上，目前已经推出“浦江礼”、“绿油田园”等自主品牌，涵盖家居百货、母婴用品、数码家电、美容护肤、运动户外、珠宝首饰、食品饮料、绿邮田园等多个类目，并研发上市了数十种自主产品，在日常经营上，实现节日营销向节日加常态经营的方式转变。

在订单业务上，“邮上海”电子商务平台利用并集成网站、线下分销、手机APP、营业网点、11185等多渠道的优势，提供了完整的基于线上与线下的订单受理和查询功能，通过整合相关的物流资源和配套的仓储管理系统，打通物流系统、线下营业系统和一卡通系统。为用户提供完整的网上支付、货到付款、预付费(卡)支付等多种支付和结算功能，完善的配送服务，提升了用户购物的体验，实现安全、快捷的实物递送；进而实现线上下单，线下提货，线下下单，线上查询的O2O业务新模式。

在财务核算上，“邮上海”电子商务平台具备统一的线上与线下一体的的会计核算及清分结算功能、资源信息的配置维护以系统管理功能、信息编辑、处理和发布的功能，能根据日交易明细进行清分、计算并统计所有接入平台机构的各个渠道的交易金额，并对清算金额进行轧帐，生成各类清算报表，完成账务核算和资金划拨，还可以对网站上注册的各类机构信息、人员信息、权限信息进行配置维护。

在客户管理上，通过O2O业务实践，将线上与线下会员统一，建立上海邮政统一的会员中心以及自邮一族会员俱乐部，线上努力做好各项数据指标监控与提升，不断新增与优化功能发展新客户群体，线下提升供应链流程管理，进行资源互补。并且通过挖掘新的业务模式，搭建统一的积分平台，线下消费，线上积分，线上兑换的业务模式。

在传统业务上，将线下传统业务进行电子商务化转型，通过集成传统邮政特色业务，借助电子商务的手段实现了网上的报刊订阅与邮品购买，通过集成了网上便民缴费业务，实现用户网上直接缴交水电煤、宽带固话等业务。此外，上海邮政还充分利用邮上海平台与航空公司、邮储银行、金融保险公司等各家企业开展业务合作，寻求“邮上海”新的业务增长点。